

# فناوری و رسانه

به بهانه پنجمین نمایشگاه تخصصی بین‌المللی مواد، تجهیزات و صنایع شیمیایی و آزمایشگاهی با «ایران جمعه» مطرح شد؛

## کسب و کار یک روند گام به گام و تدریجی است



بر تصمیم‌سازی‌ها سایه انداخته است که موجب می‌شود گاهی به ترک کار و تولید بیندیشند. برای بررسی مشکلات دانش‌بنیان‌ها در بازار داخلی و خارجی با امیرحسین برنایی، رئیس هیأت مدیره شرکت روشنا آب آوش تولید کننده مواد منعقد کننده پلی‌آلومینیوم کلراید که در تصفیه‌خانه‌های آب شرب و پساب‌های کارخانه‌های تولیدی مورد استفاده قرار می‌گیرد، گفت‌وگویی داشتیم.

نگاه متعادل به حوزه علم و فناوری و جلوگیری از تصمیمات باری به هر جهت یکی از مطالبه‌های روی زمین مانده شرکت‌های دانش‌بنیان است. با وجود اینکه حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان در سیاست‌گذاری‌های کلان دیده شده اما روند پیاده‌سازی این سیاست‌ها به تعبیری نیازمند بازنگری است. دانش‌بنیان‌ها می‌گویند با وجود توانمندی آن‌طور که باید حمایت دریافت نکرده‌اند و نوعی افراط و تفریط

یادداشت دبیر

### برچسب تو هویت تصنی می

نگاهی به پدیده برچسب‌زنی در شبکه‌های اجتماعی

ونوس بهنود

دبیر تحریریه

vbehnoo@gmail.com



آیا از برچسب‌هایی که در شبکه‌های اجتماعی متحمل شده‌اید، اطلاع دارید؟ شبکه‌های اجتماعی مملو از برچسب بر اشخاص، عقاید و کشورها شده است. اقدامی که اغلب انحرافی و به قصد تخریب هویت یا با آفرینی هویتی جدید استفاده می‌شود.

برچسب‌زنی یکی از نظریه‌های علوم اجتماعی در سطح خرد است و در حوزه جامعه‌شناسی انحرافات قرار گرفته است. مکتب شیکاگو (مطالعه رفتار مردم و مهاجران در شهر شیکاگو) و نظریه کنش متقابل نمادی (کنش متقابل در جامعه است) در شکل‌گیری این نظریه نقش داشته‌اند. این نظریه در دهه ۱۹۵۰ بعد از اینکه تعاریف مربوط به انحراف تغییر کرد، بارور می‌شود.

اما برچسب‌زمانی قابل بررسی است که تعریف انحراف مشخص شود. به تعبیر پژوهشگران انحراف به معنی اطاعت نکردن فرد از قواعد گروه است و با توجه به اینکه قواعد در گروه‌های مختلف متفاوت است، یک رفتار می‌تواند در گروهی انحرافی و در گروهی در داخل چهارچوب تعریف شود.

با ارتکاب رفتار انحرافی، برچسب‌زنی هم شکل می‌گیرد به طوری که برچسب به‌عنوان انحراف، به رفتار افراد بر اساس اینکه در چه شرایط فیزیکی و موقعیتی قرار گرفته و اینکه چه ظاهر فیزیکی دارند، اطلاق می‌شود. افراد ممکن است به دلیل برخی رفتارهای خود مانند دزدی و انحراف جنسی، ظاهر خود مانند مضمک بودن یا بی‌ریختی و موقعیتی که در آن واقع هستند مانند فرد فقیر و بی‌پدر و مادر، برچسب بخورند. نکته اصلی در این نظریه تعریف رفتار انحرافی توسط دیگران است؛ دیگرانی که به سبب اکثریت دارای اقتدار و موقعیت اجتماعی برتری هستند و می‌توانند در تعریف چهارچوب‌ها مداخله کنند. چنان که ذکر آن رفت با توجه به اینکه هر جامعه برای خود قواعدی تعریف می‌کند، رفتارها ذاتاً انحرافی نیستند مگر اینکه در قواعد جامعه نکتند، یا مغایر اخلاق عمومی و تعریف کلی تمامی جوامع از رفتار درست باشند، به‌عنوان مثال دزدی یا تجاوز به

عنف رفتارهای انحرافی است که در همه جا به‌عنوان اقدامی خلاف آرامش جامعه و مستحق تنبیه شناخته می‌شود.

اما نکته تکان دهنده اینجاست که در شبکه‌های اجتماعی بخشی از برچسب‌زنی‌ها خارج از حدود و ثغور جوامع و با خودتعریفی افراد از استاندارد رفتاری شکل می‌گیرد. به این ترتیب که به دلیل کاربرد محور بودن شبکه‌های اجتماعی، کاربر می‌تواند هر چیزی مغایر خواست خود را به‌عنوان انحراف تلقی کند. از سویی برچسب‌زنی صرفاً از سمت و سوی یک عامل بیرونی نیست و گاهی دیده می‌شود که افراد، خود برای خودشان برچسب‌هایی را تعریف کرده و حتی انحراف از جامعه را به منزله نوعی اعتراض یا مخالفت اعلام می‌کنند. با رواج حساب‌های کاربری جعلی می‌توان دامنه برچسب‌سازی برای افراد و عقاید را چند لایه عمیق‌تر نیز دید، تا جایی که افراد از سوی کسانی یا جریان‌هایی که هویتشان نامشخص است، گرفتار برچسب و متهم به انحراف می‌شوند. در عین حال هوش مصنوعی هم دست به کار ساخت و پرداخت برچسب‌ها است. هوش مصنوعی با شکل دادن به سلاقی و انتخاب‌ها، افراد را به سمت برچسب‌های خاصی هدایت می‌کند. نمونه‌ای از این هدایت‌ها هشتگ‌گذاری است. انتخاب هشتگ و هدایت به سمت هشتگ‌های خاص در واقع به منزله هل دادن مسخ‌وار کاربر به سمت و سوی برچسبی خاص است. برای مقابله با گرفتار شدن در دام برچسب‌ها تا به امروز چه کرده‌اید؟



افراد ممکن است به دلیل برخی رفتارهای خود مانند دزدی و انحراف جنسی، ظاهر خود مانند مضمک بودن یا بی‌ریختی و موقعیتی که در آن واقع هستند مانند فرد فقیر و بی‌پدر و مادر، برچسب بخورند

آقای برنایی بفرمایید جایگاه ما در بازار فناوری دنیا چقدر قابل قبول است و آیا باید این ایده کلی را که فناوری ما بسیار عقب‌تر از دنیا است بپذیریم؟ به نظر بنده، نباید در این خصوص یک نگاه افراط یا تفریط داشته باشیم. واقعیت این است که اگر با یک نگاه خوشبینانه توسعه نظام‌مند فناوری را چند سال پس از تشکیل معاونت علمی و فناوری در کشور در نظر بگیریم، سابقه توسعه فناوری را بیش از ۱۰ الی ۱۲ سال نمی‌توان در نظر گرفت. باید توجه داشت که توسعه فناوری از مسیر توسعه علم می‌گذرد و مسیر رشد علمی کشور حد اکثر سابقه‌ای ۲۵ ساله دارد. از طرف دیگر عقب‌ماندگی ما در فناوری به واسطه نبود ارتباط مؤثر با کشورهای دارای فناوری و همچنین نرخ پایین جذب فناوری از طرف صنایع مادر کشور انگیزه توسعه فناوری را کاهش می‌دهد. به طور مثال شما صنایع خودروسازی کشور را در نظر بگیرید تا زمانی که نسل قدیمی آلیاژها، فناوری الکترونیک و سیستم‌های مکانیکی در خودروها وجود دارد چه انگیزه‌ای برای ساخت و توسعه مواد جدید، سیستم‌های مکانیکال و الکترونیک یا سنسورهای جدید که روی خودروهای روز مشاهده می‌کنید برای صنعتگر دانش‌بنیان وجود خواهد داشت که این یعنی عقب‌ماندگی. حال این مثال را شما به تمام بخش‌های دیگر صنعتی مانند ماشین‌آلات، برق الکترونیک و... تعمیم دهید. از طرف دیگر هم نباید تصور کنیم که واقعاً هیچ توان فنی نزد فناوران ایرانی نیست. لذا یک دید واقع‌گرایانه از توان تولید و همچنین نیاز کشور، می‌تواند یک مسیر ۱۰ ساله را جهت توسعه واقعی فناوری و فناوران در کشور ایجاد کند.

با توجه به شرایط بازار و مسائل اقتصادی کشور، آیا می‌توان به تجاری‌سازی محصولات بویژه با رویکرد حضور در بازارهای بین‌المللی اندیشید؟

بهترین توصیه بنده این است که از طرفی حاکمیت دغدغه‌های بخش خصوصی را مشکلات خود بدانند و درک واقعی از تأثیر تحریم‌ها بر سختی کار حضور در بازارهای خارجی داشته باشد و از طرف دیگر فناوران نیز، هر روز خود را در معرض یا مشاوره تجار و خبرگان تجارت خارجی قرار دهند. به هر حال باید در نظر داشت که کالای دارای فناوری، بازار بسیار بزرگی را در خارج از کشور دارد تا داخل ایران و بقا در این حوزه به نوعی به حضور در بازارهای دیگر وابسته است و دیگر این یک انتخاب نیست و ضرورت است.

چقدر سیاست‌گذاری‌ها و موضوعات روز جامعه مانند قطعی اینترنت، تحریم‌ها و مشکلات اقتصادی در کار شما تأثیر داشته است؟

به قول معروف آنچه عیان هست چه حاجت به بیان است. کوه مشکلات اینجیننی در مقابل هر فعال اقتصادی به غیر از صدمات مالی، قاتل انگیزه است و شما خود را تصور کنید که با خون دل درختی را کاشته و درست در لحظه باردهی صاعقه‌ای آن را خشک کند و این اتفاق نه یک بار که چندین بار بیفتد. آیا دیگر انگیزه‌ای برای کار و بدتر از آن توصیه‌ای به دیگران جهت ورود به این عرصه باقی می‌ماند؟ قطعاً اثرات این وضعیت در سال‌های بعد و امواج مهاجرت نخبگان و سرمایه‌داران دیده خواهد شد.

در چنین شرایطی توصیه بنده به تمام دوستان این است که همواره قدم به قدم و با گام‌های کوچک در این مسیر قدم بردارند و بدانند روند توسعه کسب و کار یک روند گام به گام و تدریجی است و اوج کار یک کارآفرین در دهه چهارم و پنجم زندگی (۳۰ الی ۵۰ سال) است.

در خصوص محصول تولیدی خود با توجه به چالش‌های تأمین آب کشور توضیح دهید؟

ماده تولیدی ما نسل جدیدی از مواد مورد استفاده در تصفیه آب است که می‌تواند موجب حذف کدورت، فلزات سنگین و سایر ناخالصی‌های آب شرب شود و در نتیجه کیفیت مصرفی را ارتقا دهد و همچنین در خصوص پساب خروجی از واحدهای تولیدی و حتی شیرابه‌های زباله شهری، این ماده می‌تواند آلودگی‌های آن را به حد زیادی کاهش و آبی مناسب استفاده در مصارف دیگر را به ارمغان آورد.

هر فعالیت اقتصادی تابع متغیرهای اقتصادی مشخصی مانند مزیت تولید، وجود دانش فنی و نیاز بازار به آن محصول است و به تبع آن تولید محصولات دانش‌بنیان هم از همین اصول پیروی می‌کند. لذا برای تولید این محصول نیز پس از بررسی‌های فنی و اقتصادی، جمع همکاران به این نتیجه رسیدیم که در صورت کسب دانش فنی تولید این ماده، می‌توان شرایط مناسبی را از جهت تأمین و عرضه در کشور ایجاد کنیم. از طرف دیگر چون مصرف این ماده در حوزه آب است و با توجه به چالش‌های کشوری و حتی جهانی تأمین آب در آینده نیاز کشور به وجود چنین زیرساختی در داخل کشور بسیار بیش از قبل خواهد بود. در نهایت جمیع موارد ذکر شده انگیزه‌ای را برای ما ایجاد کرد تا روی این کار سرمایه‌گذاری کنیم.



کالای دارای فناوری بازار بسیار بزرگی را در خارج از کشور دارد تا داخل ایران و بقا در این حوزه به نوعی به حضور در بازارهای دیگر وابسته است و دیگر این یک انتخاب نیست و ضرورت است

به غیر از تسهیلات حجم رویدادهایی که به منظور معرفی محصولات و خدمات دانش‌بنیان برگزار می‌شود، کافی است؟

از نظر تعداد می‌توان گفت که در سال‌های اخیر حمایت از حضور شرکت‌های دانش‌بنیان در رویدادها و نمایشگاه‌ها افزایش قابل توجهی داشته اما از نظر میزان اثربخشی به نظر می‌رسد که نیاز است تلاش بیشتری انجام شود. به هر حال هدف این رویدادها، توسعه بازار و میزان فروش محصولات باید باشد و فقط نمایش آن با دعوت از افراد مختلف جهت نمایش، مشکلی را از شرکت‌های دانش‌بنیان حل نمی‌کند. لذا هر چه حمایت‌ها در جهت توسعه بازار و حضور در نمایشگاه‌های صنعتی و معرفی محصول به نهاد‌های متقاضی دریافت کالا و خدمات دانش‌بنیان بیشتر باشد، می‌توان گفت که اثربخشی آن نیز بیشتر می‌شود.

