

نقد تکنولوژی‌های نوین ارتباطاتی با نظر به آرای انتقادی فیبنرگ و مبتنی بر نظریه ادراکات اعتباری

سارا طالبی*

علی اصغر مصلح**

ابوالفضل کیاشمشکی***

چکیده

اندرو فیبنرگ فیلسوفی متفکر از مکتب انتقادی محسوب می‌شود. تفاوت اندیشه‌های او با بقیه متفکران مکتب انتقادی، امیدواری او به تحت سلطه درآمدن تکنولوژی و اصلاح مسیر توسعه آن توسط انسان است. فیبنرگ به آشکار ساختن پیامدهای نامطلوب تکنولوژی اکتفا نمی‌کند و رهایی از فضای تکنولوژیک حاکم را بر پایه ارزش‌های دموکراتیک مورد توجه قرار می‌دهد. او درباره تکنولوژی‌های ارتباطاتی به هويت متذبذب آنها اشاره نموده، به امکان تغییر در شکل‌گیری آنها و کاهش آسیب‌های روزافزون آن و قابلیت استفاده برای تحقق اهداف دموکراتیک اشاره می‌کند. علامه طباطبایی در نظریه ادراکات اعتباری مبنایی برای تبیین و توصیف نیازهای متنوع انسانی و نحوه شکل‌گیری ادراکات و نهاد‌های برآورنده این نیازها را عرضه می‌کند. علامه تشریح می‌کند نیازهای طبیعی و عادت‌های اجتماعی می‌تواند برانگیزاننده توجه ادراکی انسان باشند و ما با تعمیم این بحث به کنش‌های ارتباطی، تعیین نیازهای متنوع ارتباطی در تکنولوژی‌های مختلف ارتباطی را تحلیل می‌کنیم. برانگیختن توجه و ارضای افراد از ارتباط برقرار کردن در فضای مجازی، سبب نفوذ روزافزون سلطه سیاسی سرمایه‌داری گردیده است. در فضای مجازی حاضر که هم از فرهنگ تأثیر می‌پذیرد و هم بر آن اثر می‌گذارد، ارتباط مطلوب که سبب افزایش همبستگی مومنانه می‌شود، محقق نشده است. بر مبنای نظرات علامه لازم است نیازهای ارتباطی که متناسب با جهان‌بینی الهی در ادامه نیاز طبیعی ایجاد شده، بستر توجه و

* دانشجوی دکتری فلسفه دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول). s_talebi313@yahoo.com

** دانشیار گروه فلسفه دانشگاه علامه طباطبائی. aamosleh@yahoo.com

*** دانشیار گروه فلسفه علم دانشگاه صنعتی امیرکبیر. akia45@gmail.com

تاریخ تأیید: ۹۹/۰۶/۰۲

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۳/۲۹

تدارک ادراک اعتباری را رقم زده، با حضور فعالانه در مدیریت و طراحی سرویس‌های فضای مجازی، این بستر در خدمت سبک زندگی مومنانه قرار دهیم. در این مقاله میزان تلائم اندیشه‌های فینبرگ و علامه طباطبایی برای تحلیل و نقد جهت‌گیری رسانه‌ها و تکنولوژی‌های ارتباطی مورد بحث قرار می‌گیرد.

واژگان کلیدی: تکنولوژی، رسانه، فینبرگ، علامه طباطبایی، ادراکات اعتباری، راهکار دموکراسی.

مقدمه

رسانه مقوم فرهنگ در زمان حاضر است. حضور تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای برخاسته از فرهنگ غربی در جامعه ایرانی، سؤالات فراوانی ایجاد خواهد نمود. این پرسش‌ها علاوه بر اندیشه‌هایی که متفکران انتقادی در خصوص سلطه تکنولوژی‌های ارتباطاتی بر روابط انسانی مطرح می‌نمایند، شامل پرسش از مبانی و رویکردهای مواجهه نظام‌های متنوع ارزشی با این تکنولوژی‌ها می‌باشد. نظریه‌های انتقادی در خصوص امتزاج ارزش‌ها و تکنولوژی‌ها رسانه‌ای، مطالب دقیق و فراوانی نگاشته‌اند؛ اما از یک سو کمتر به ارائه راه حل پرداخته‌اند و از سویی به فرهنگ اسلامی و چارچوب ارزشی آن عنایتی نداشته‌اند. محقق در این مقاله در تلاش است به بررسی نسبت فرهنگ اسلامی - به عنوان نظام مشترک ارزشی و هنجاری در جوامع مسلمان و خصوصاً با الگوی بهره‌مندی از تکنولوژی‌های نوین ارتباطاتی بپردازد.

الف) نظریه انتقادی تکنولوژی

نظریه انتقادی تکنولوژی عنوانی است که اندرو فینبرگ به حاصل تأملات خود در باب تکنولوژی و خصوصاً تکنولوژی‌های ارتباطاتی اطلاق می‌کند. این عنوان صریحاً بیانگر تعلق فینبرگ به اندیشه انتقادی برآمده از مکتب فرانکفورت است. فینبرگ معتقد است در هر تکنولوژی ارزش‌ها و باورهای هژمونیک که در فرایند طراحی غلبه یافته‌اند، بازنمایی می‌شوند. فینبرگ اصول و ارزش‌های اجتماعی‌ای را که به صورت موفقیت‌آمیز و پایداری در طراحی‌های تکنولوژیکی ثبت می‌شوند «رسوم تکنیکی» می‌نامد و قایل است، رسوم تکنیکی امروزی برآمده از فضا و فرهنگ سرمایه‌داری است. نفوذ ارزش‌ها در تکنولوژی فرهنگ سرمایه‌داری را در جامعه تزریق می‌کنند. «به عبارت دیگر بر خلاف هایدگری‌ها که تکنولوژی را با تقدیر یا حوالت تاریخی وجود مرتبط می‌داند، فینبرگ - مانند عموم فرانکفورتی‌ها - تکنولوژی را حاصل غلبه فرهنگ و ساختار قدرت سرمایه‌داری می‌داند و حتی سطح تحلیل خود را تا محتوای تکنولوژی پیش می‌برد» (جلیلیان، ۱۳۹۶، ص ۶۳).

در نظریه انتقادی تکنولوژی، تکنولوژی نه کنشی اهریمنی قلمداد می‌شود و نه توسعه آن به شکل فعلی مورد پذیرش قرار می‌گیرد. فینبرگ از سویی به خطرات فضای تکنولوژیک حاکم اشاره می‌کند و از سوی دیگر مطلق توسعه تکنولوژیک را خطرناک قلمداد نمی‌کند.

فینبرگ به آشکارساختن چنین پیامدهای نامطلوبی اکتفا نمی‌کند و حل بحران فضای تکنولوژیک حاکم را بر پایه ارزش‌های دموکراتیک مورد توجه قرار می‌دهد؛ زیرا از نگاه فینبرگ تکنولوژی تنها مجموعه‌ای از ابزارها نیست که اهداف ما را عملی کند، بلکه مانند هوایی است که در آن نفس می‌کشیم. وی کوشش برای محقق‌ساختن مدرنیته‌ای بدیل که بر پایه محدوده وسیع‌تری از ارزش‌ها شکل می‌گیرد، راهکار رهایی قلمداد می‌کند.

فینبرگ بر مبنای نگرشی که از هابرماس در زمینه عقلانیت ابزاری اتخاذ نموده است، به توسعه نظریه انتقادی فناوری خود می‌پردازد و با تأمل روی مسیر تاریخی توسعه فناوری نظریه خود در حوزه فلسفه فناوری با نام «ابزاری‌سازی» را ارائه می‌کند. نظریه ابزاری‌سازی فینبرگ به تحلیل فناوری در دو سطح ابزاری‌سازی اولیه و ثانویه طراحی و پیاده‌سازی می‌پردازد. «در سطح اول به دنبال استطاعت‌هایی هستیم که در طبیعت وجود دارند و از طریق زمینه‌زدایی هیوات طبیعی به دست می‌آیند. در این سطح و پس از زمینه‌زدایی آنها را به استطاعت‌های مطلوب تقلیل می‌دهیم. در سطح دوم طراحی ارائه می‌شود که ترکیبی از دستگاه‌ها، سامانه‌های موجود و محدودیت‌های اجتماعی مختلفی مانند اصول اخلاقی و زیبایی‌شناسی است. گویا سطح اولیه اشیا را برای جادادن در یک دستگاه ساده‌سازی می‌کند؛ در حالی که سطح دوم اشیا را ساده‌سازی شده را برای یک محیط طبیعی و اجتماعی کنار هم گرد می‌آورد» (Feenberg, 2006, p.186 / رحیمی، ۱۳۹۴).

«فینبرگ از ابزاری‌سازی اولیه و ثانویه نام می‌برد. ابزاری‌سازی اولیه جهت کارکردگرایانه دست بشری و ابزاری‌سازی ثانویه، تحقق مناسبات قدرت یا وضعیت

اجتماعی فرهنگی در ساختار ابزار یا سامانه تکنیکی را نمایان می‌سازد» (Feenberg, 2002, p.175).

ب) امیدواری فینبرگ به از تحت سلطه درآمدن تکنولوژی‌های ارتباطاتی

با وجود اینکه فینبرگ فیلسوفی در ادامه مکتب انتقادی فرانکفورت محسوب می‌شود، تفاوت اندیشه‌های او با اغلب متفکران مکتب انتقادی امیدواری او به تحت سلطه درآمدن تکنولوژی و اصلاح مسیر توسعه آن توسط انسان است. فینبرگ معتقد است تکنولوژی محصول ترکیبی از عوامل فنی و اجتماعی است و برای مطالعه آن باید از دانش‌های مربوط به اجتماع نیز بهره گرفت.

فینبرگ در برابر نظریه‌پردازانی مانند بودریار (Baudrillard) بوردیو (Bourdieu) که جبرگرایی برای تکنولوژی را به تصویر می‌کشند، فناوری را نه به عنوان یک امر شیء‌واره بلکه به عنوان یک فریند دوسویه توسعه مطرح می‌کند (Idem, 1991, introduction); چیزی که حامل هر دو امکان آزادی‌ساز و سرکوب‌کننده است. اگر فناوری به عنوان یک فرایند و نه مجموعه‌ای از محصولات تمام‌شده فرض شود، شانس دخالت و تغییر وجود دارد. نظریه دوسویگی از این جنبه ادعای خنثی بودن را رد می‌کند که ارزش‌های اجتماعی نه تنها در استفاده از سامانه‌های فنی بلکه در طراحی آنها نیز تأثیر می‌گذارد. فناوری یک سرنوشت محتوم نیست، بلکه صحنه‌ای از جدال و یک میدان جنگ است که در آن بدیل‌های تمدنی با هم رقابت می‌کنند (Ibid, p.15).

تکنولوژی از نگاه فینبرگ متغیر و دارای رابطه متقابل با نظام تکنیکی و نظام سیاسی- اجتماعی است. فینبرگ بر خلاف فیلسوفانی چون هایدگر و الول خودمختاری را نه یک خاصیت ذاتی برای تکنولوژی، بلکه یک ویژگی امکانی برای آن می‌داند.

فینبرگ معتقد است هر شیء تکنیکی دارای دو بعد معنای اجتماعی و افق فرهنگی است. مقصود فینبرگ از افق، پیش‌فرض‌های فرهنگی‌ای است که پس زمینه تردیدناپذیر هر جنبه‌ای از زندگی را شکل می‌دهد. برخی از این پیش‌فرض‌ها از هژمونی غالب

حمایت می‌کنند. افق فرهنگی در جهان مدرن همان عقلانی‌سازی است. تکنولوژی تصدیقی مادی برای نظم اجتماعی‌ای است که آن را تعیین بخشیده است (Idem, 2010, p.18).

نظریه تذبذب به همین مهم اشاره می‌کند که ارزش‌های اجتماعی بر شکل‌گیری فضای مجازی اثر دارد. از نظر فینبرگ اگر تکنولوژی ارتباطی جا افتاد، نیروی جبرگرایانه آن غالب می‌شود. البته در مثال‌هایی مانند شرکت مینی‌تل امکان غلبه بر سلطه طراحان توسط کاربران و تغییر فرهنگ مصرف اشاره می‌کند. از نگاه فینبرگ این نوعی تغییر کاربری و انعطاف‌پذیری تفسیری توسط کاربران است.

فینبرگ اعتقاد دارد در نظام تکنولوژیک موجود، ارزش‌های سرمایه‌داری نهادینه شده است؛ لذا این نظام عموماً برای گروهی خاص سودآوری می‌کند و عموم مردم حق زیادی برای مداخله در طراحی نظام تکنولوژیک ندارند. به همین دلیل او راه چاره را در جایگزینی ارزش‌های سرمایه‌داری با ارزش‌های دموکراتیک می‌بیند. مشکلی که در راهکار فینبرگ به وضوح روشن است، تفاوت شخصیت‌ها، اهداف و سلیق مردم است. برای شکل‌دهی این تکنولوژی‌ها نمی‌توانیم با کثرت ارزش‌های اجتماعی به مدل اجرایی برای ابزارهایی ثانویه تکنولوژی دست یابیم.

فینبرگ قایل به بدیل‌اندیشی در مورد اینترنت است. او سه مدل ممکن از توسعه اینترنت، یعنی مدل اطلاعاتی، تجاری و مدل اجتماعی (تعاملی) را شناسایی و مدل سوم را رهایی‌بخش معرفی می‌کند و موافق با ایده بدیل‌اندیشی مردم‌سالار خود می‌یابد و در مقاله «بازاختراع اینترنت» امیدواری خود برای تغییر فضای اینترنت را با مثال‌های واقعی تشریح می‌کند.

ج) نظریه ادراکات اعتباری

نظریه ادراکات اعتباری یکی از بسترهای مناسب تحلیل فرهنگ، ارتباطات انسانی، ارتباطات فرهنگی و تفاوت‌های فرهنگی است که برای آیندگان بستری بدیع جهت ارائه تحلیل از نظریات اسلامی در مسائل جدید اجتماعی است؛ زیرا ارتباطات، عنصر

مهم اجتماع و تعیین‌کننده نحوه تعامل افراد جامعه با یکدیگرند و اعتباریاتی اجتماعی بدون ارتباطات معنا ندارد؛ از سوی دیگر اعتباریاتی قبل از اجتماع، معادل ارتباطات درون‌فردی بوده و ریشه در ساختار وجودی انسان‌ها دارند و اعتباریاتی بعد از اجتماع، ارتباطات میان‌فردی و اجتماعی است. ارتباطات اجتماعی تحت تأثیر نیازها قابل تحول هستند و تابع اعتباریاتی که ضروری شده‌اند، منجر به تحول در اراده و عمل هستند.

اصطلاح اعتباری در فلسفه اسلامی معانی گوناگونی دارد. علامه طباطبایی در حاشیه کفایه عمل اعتبار را چنین تعریف می‌کند (طباطبایی، ۱۳۶۱، ج ۱، ص ۱۱): «الاعتبار و هو اعطاء حد شیء او حکمه لآخر».

اعتبار دادن حد (تعریف) چیزی یا حکم آن به چیز دیگری است. در نهایت در مقاله «ادراکات اعتباری» تعریف اعتبار را به گونه‌ای کامل‌تر بیان کرده، هدف از اعتبار را نیز به آن می‌افزاید (همو، ۱۳۶۴، ج ۲، ص ۱۶۱). «با عوامل احساسی حد چیزی را به چیز دیگری بدهیم، به منظور ترتیب آثاری که ارتباط با عوامل احساسی خود دارند».

ادراکات اعتباری صورت‌های ادراکی هستند که ذهن به منظور رفع نیازهای انسان آنها را جعل کرده و قراردادی و فرضی‌اند و بر خلاف ادراکات حقیقی، منطبق با معلوم بیرونی نیستند. ادراکات اعتباری با تغییر نیازها و شرایط تغییر می‌کنند. ادراکات حقیقی دوام و ضرورت دارند، ولی ادراکات اعتباری موقت و نسبی‌اند (طباطبایی، [بی‌تا]، ۱۳۸).

مقوله اعتباریاتی علامه گرچه حیثیت هستی‌شناختی دارد و در فضای معرفت‌شناسی مطرح شده است، مبحث اعتباریاتی را در رسایل مختلف و از جمله رساله اعتباریاتی، در مقام تحلیل «کنش انسان» نوشته است؛ لذا کنش انسانی برای علامه یک مقوله فلسفی است. مطالعه منابع فلسفی اندیشمندان مسلمان از آن حاکی است که آن میزان که حکما درباره معرفت حرف زده‌اند، درباره کنش و عمل حرف زده‌اند. می‌توان این گونه جمع‌بندی نمود که نظریه اعتباریاتی علامه نوعی فلسفه کنش یا عمل انسانی است.

اعتباریاتی به معنای خاص، اعتباریاتی عملی هم نام دارد. اعتباریاتی عملی تابع نیاز

انسان و لازمه قوای فعاله انسان است. اعتبارات عملی متغیر، تابع نیازهای انسان‌ها هستند. انسان از اعتباریات عملی برای نیل به غرضی استفاده می‌کند. استفاده از هنر و ادبیات و کلام و ابزارهایی مانند رسانه به همین منظور است. «باید»ی که به استفاده و کاربرد از آن صورت‌های نمادین هنری یا ابزاری تعلق گرفته و جعل و اعتبار می‌شود، مربوط به حوزه حکمت عملی انسان است. البته یک وجه اعتباری این اعتباریات، مربوط به ساحت حکمت نظری است. اعتباریات عملی دو گونه هستند:

۱. اعتباریات عمومی مربوط به احساسات عمومی انسان (یا یک نوع) و تابع ساختمان طبیعی آن نوع، مانند اصل دوستی و دشمنی یا اراده و کراهت.

۲. اعتباریات خصوصی که مربوط به افراد نوع یا گروهی از نوع است که قابل تغییر و تبدل است، مانند زشتی و زیبایی‌های خصوصی.

انسان در طول زمان همواره بین خود و افعال و حرکات خود، سلسله‌ادراکات و علومی را ناچار واسطه قرار داده است؛ زیرا بدون وساطت امور اعتباری نمی‌توانسته نیازهای خود را رفع کند.

پس علامه به اعتباریاتی قایل‌اند که در نوع انسان مشترک است. بقای نوع به این گونه امور اعتباری است؛ مثلاً اصل زندگی اجتماعی از اعتباریات عمومی است؛ ولی سبک زندگی اجتماعی می‌تواند متفاوت باشد.

طبیعت انسان حکم می‌کند که به کمک قوای فعاله‌اش فعالیت‌هایی داشته باشد؛ اما این فعالیت‌ها به وسیله ادراکات اعتباری صورت می‌گیرد. انسان احساسات ادراکی خود را واسطه قرار می‌دهد تا متعلق فعل خود را محقق کند؛ مثلاً تمایل به ارتباط داشتن یا نداشتن واسطه می‌شوند تا انسان متعلق فعل خود را بیابد. ادراکات دائماً پیچیده‌تر و متنوع‌تر شده‌اند. این ادراکات به گفته علامه گاهی پس از اجتماع ایجاد می‌شوند. ادراکات اعتباری ایجاد شده دائماً بر بستر افکار و عقاید برای رفع نیازهای متنوع ایجاد می‌شوند.

دو اصل «علیت» و «ضرورت» بر مبنای احساسات متنوع برای رفع نیازهای متغیر

به اعتبارکردن انواعی از ارتباطات منجر می‌شود که در قالب پیشرفته خود تکنولوژی‌های ارتباطی را بر مبنای تکثرات فرهنگی رقم می‌زند. در کنار این دو اصل به اصل «انتخاب بر مبنای توجه» در رساله «المنامات و النبوات» می‌توان توجه نمود.

د) تبیین اختلاف در نظام‌های اعتباری و تطورات ارتباطی

علامه در «المنامات و النبوات» تحلیل می‌نماید سیستم اعتباری افراد به یک سلسله حقایق و به شجره‌ای که ریشه‌اش باید در حقایق باشد، گره خورده است. ملاصدا بر اساس اصالت وجود، تشکیک در وجود و حرکت جوهری، خیر و شر انسان را توضیح می‌دهد و جایگاه حقیقی‌اش را در نظام وجود توضیح می‌دهد. علامه اختلاف در سه موضوع اساسی را به عنوان مبنای اختلاف در نظام اعتباریات جوامع مختلف می‌داند:

۱. جهان‌بینی؛ ۲. انسان‌شناسی؛ ۳. رابطه میان انسان و جهان.

اختلاف در اعتباریات از اختلاف در نیازها، غایات و تمایلات سرچشمه می‌گیرد. سه عاملی که علامه نام برده است، نظام نیازها و غایات و تمایلات متفاوتی را ایجاد می‌کند. از نگاه علامه تغییر محیط و تغییر احتیاجات هم در وضع تجهیزات بدنی و اعضا و جوارح موجود زنده مؤثر است و هم در وضع روحی و نفسانی وی. «مطالعات احوال و عقاید ثابت کرده که همواره طرز افکار و تمایلات و احساسات هر مردمی متناسب است با منطقه جغرافیایی و زندگانی آنان. این اختلافات در افکار اعتباری است نه در حقایق و عقل. معقولات نظری در همه کس و همه جا و جمیع ظروف و احوال یکسان است. در افکار اعتباری نیز یک سلسله‌افکار هست که قابل تغییر و تبدیل نیست» (طباطبایی، [بی‌تا]، ص ۳۰۱).

ه) نیازها، اصل توجه و تأثیر آن بر اعتباریات

اعتباریات هر اجتماع انسانی تحت تأثیر آب و هوا، جغرافیا، طبع افراد بشری و اعتقادات زیربنایی متغیر شکل می‌گیرد و نظام ارتباطاتی آن اجتماع را متفاوت از سایرین می‌نماید. اعتباریات از نگاه علامه به مرور زمان تکثر و تنوع پیدا کرده است (همان، ص ۲۰۱) و از همین پنجره نظام ارتباطات بشر نیز متنوع گسترده شده است.

اشاره کردیم که نیاز موطن اصلی ایجاد اعتبارات بشر است. علامه تشریح می‌کند نیازهای طبیعی و عادت‌های اجتماعی می‌تواند برانگیزاننده توجه ادراکی انسان باشند. علامه ذیل نظریه ادراکات اعتباری، عمل را تحت تأثیر اراده ناشی از توجه می‌داند. کنش هر موجود تابعی است از جایگاه و مرتبه وجودی آن موجود در نظام تشکیک وجود و مهم‌ترین عامل در تعیین کنش هر موجود، نحوه توجه آن موجود به محیط خود است. نحوه و میزان توجه نیز متناسب با ساختار وجودی موجود پیش‌گفته است (ر.ک: کیاشمشکی، ۱۳۹۵).

انسان از منابع مختلف شناختی و ادراکی برخوردار است که با استفاده از آنها می‌تواند تصورات و تصدیقات بسیار متنوع و گسترده‌ای را فراهم کند و سپس از بین آنها به گزینش دست می‌زند. این گزینش مبتنی بر میزان توجه او به موضوع یا موقعیتی خاص از بین بی‌شمار موضوع است. این ویژگی اصل توجه در کنار اصل علیت و اصل ضرورت نام دارد. ما با تعمیم این بحث به کنش‌های ارتباطی، وجود نیازهای متنوع ارتباطی در فرهنگ‌های مختلف را می‌توانیم تحلیل کنیم.

با این مبنای علامه در المنامات نیز تفاوت نظام‌های فرهنگی و پیرو آن نظام‌های متنوع ارتباطاتی قابل تحلیل است؛ زیرا همواره فرهنگ، برای بسط و گسترش خود از ارتباطات مجزا نبوده است؛ مثلاً ارزش‌های اجتماعی درباره حفظ والدین سالمند اگر در فرهنگ‌های متنوع مختلف است، علت در میزان توجه به این نیاز طبیعی در فرهنگ‌های متنوع است. باورهای اعتقادی نسبت به هستی و جایگاه انسان در هستی نیز از عمیق‌ترین پدیده‌هایی هستند که نظام فرهنگی و ارتباطاتی متنوعی را تحت تأثیر اعتبارات متنوع ایجاد می‌نمایند.

علامه در مقاله ششم به توضیح تنوع اعتباریات افراد ذیل نیازهای طبیعی می‌پردازد. بر مبنای اصل توجه، علامه تشریح می‌کند که توجه بیش از حد به برخی نیازها و غفلت از برخی نیازهای دیگر در اعتبارات انسان و اجتماع انسانی را از تعادل خارج می‌کند. از نگاه علامه انسان‌ها بر مبنای اعتبار استخدام، به ضرورت اجتماع تشکیل داده‌اند و لذا

اعتباریات عملی در جهت‌دهی به جامعه نقش بسزایی دارد. فرهنگ جامعه از ادراکات ثابت و ادراکات متغیری تشکیل شده است. از نگاه علامه در رساله «المنامات» اجزای مختلف تشکیل‌دهنده انسان- در ناحیه جسم و بدن او یا در ناحیه ذهن و روان او- در یک وحدت متوازن و کل منسجم ترکیب شده‌اند که منجر به شکل‌گیری هویت انسانی او شده است و اصولاً در مقام عمل و کنش و بروز و ظهور آثار این اجزا نیز باید توازن و تعادل مذکور حفظ شود تا کنش‌های انسان متناسب با هویت انسانی و نوعی او باشد (همان، ص ۱۸۸). همین مطالب قابل تعمیم به جامعه انسان‌هاست و توجه بیش از حد به برخی نیازها مانع شکوفایی سایر نیازها می‌گردد.

کاربست علامه از نظریه ادراکات اعتباری را باید در تفسیر **المیزان** جست‌وجو نمود. در تفسیر **المیزان** بنای نظام معرفتی علامه بر نظریه ادراکات و تشریح ایشان بر تأثیر اعتباریات افراد در تفاوت نظام ارزشی و فرهنگی مشهود است و بسیاری از اختلافات و ابهامات در تحلیل نظریه اعتباریات علامه در این اثر گران‌قدر قابل حل است. در نگاه علامه تغییرپذیری تنها بخشی از نیازهای انسانی را تشکیل می‌دهد و این دگرگونی‌های فرهنگی در نیازهای ثابت انسان‌ها و بنیان‌های اجتماعی اثر کلان ندارد. علامه بر اساس انسان‌شناسی فطری نیازهای متغیر اجتماعی را نه در امور کلی بلکه در امور جزئی می‌بیند و لذا تفاوت‌های تاریخی و فرهنگی را به مصادیق رفع نیاز مرتبط می‌سازد.

علامه همچنین به نیازهای غیر واقعی اشاره می‌کند؛ زیرا نیاز مبنای اعتباریات ثابت و متغیر افراد است. نیاز واقعی آن است که نفس انسان آن را با امیال و عزم و اراده خود درک می‌کند و عقل نیز آن را تصدیق می‌نماید، نه آن نیازهایی که تنها خواهش‌های نفسانی آن را مطالبه می‌کند و عقل آن را تصدیق نمی‌نماید و این کمال در واقع کمال حیوانی است نه انسانی (طباطبایی، ۱۳۷۱، ج ۱۶، ص ۱۹۲). علامه در امتداد همین دو نیاز ذکر شده کمالات دنیوی و اخروی را مطرح نموده، کمال واقعی را در سعادت اخروی می‌داند. راه رسیدن به سعادت دنیوی و اخروی را قوانین اجتماعی دینی می‌داند.

اشاره نمودیم که اعتباریات عملی، نیازهای ارتباطی متنوعی در بستر رسانه را می‌توانند برطرف کنند. این نیازهای ارتباطی گاهی بر بستر نیازهای طبیعی اولیه رخ می‌دهد و گاهی بر بستر نیازهای متغیر که بعد از ایجاد اجتماع اعتبار می‌گردند. شق سومی از نیازهای ارتباطی هم هست که بر مبنای اعتبارنمودن نیازهای کاذب می‌تواند وارد فرهنگ و نظام ارتباطی جامعه اعتبارکننده باشد؛ برای مثال ازدواج یک نیاز طبیعی و حامل نوع اول ارتباط است. بسیاری رسومات متغیر نیز بر مبنای همین نیاز در فرایند ازدواج به عنوان اعتبارات عملی ایجاد می‌گردند، مانند مراسم خواستگاری که در هر فرهنگی روش خود را دارد؛ اما مثلاً بحث همجنس‌گرایی از یک نیاز طبیعی منحرف شده آغاز نموده و در اعتباریات عملی اجتماع می‌تواند رسوخ نماید. برای تشخیص این نیازهای کاذب به انسان‌شناسی دینی باید مراجعه نمود.

لذا نیازهای ارتباطی سه‌گانه زیر بر مبنای ادراکات اعتباری قابل احصاست:

۱. نیازهای ارتباطی فردی طبیعی (ثابت و متغیر).
۲. نیازهای ارتباطی بر بستر عادات اجتماعی (اغلب متغیر).
۳. نیازهای کاذبی که ریشه طبیعی ندارند، ولی وارد اعتباریات می‌شوند. توجهی که به نیازهای فوق برنگیخته می‌شود، ادراکات اعتباری را جهت می‌دهد. نیازهایی که در بستر فرهنگی متفاوت با بستر فرهنگ بومی و اسلامی ما شکل گرفته است، توجهات و درنهایت ادراکات اعتباری را جهت می‌دهند و فضای مجازی حاصل از این اعتباریات منجر به تعارضات فرهنگی و سبک زندگی حاصل می‌گردد.

و) رسانه‌های نوین ارتباطی از دیدگاه اعتبارات

انسان موجودی ابزارساز است که بر مبنای استخدام‌گری و برای کسب رفاه و رفع نیازهای خود هر دوره‌ای متناسب با عقل عملی و عقل نظری خود، ابزارهایی می‌سازد. رسانه از پنجره نظریه ادراکات اعتباری غایت نیست، بلکه ابزاری است که برخی نیازها بر مبنای ارتباطات انسانی را به غایات خود می‌رساند. هرچند رسانه دارای حیثیت ابزاری برای انسان است، ابزاری است که حیثیت فرهنگی و اعتباری نیز دارد و در

مناسبات اجتماعی انسان نقش‌آفرین هستند. رسانه از حیث علمی، حیث فرهنگی و اعتباری و حیث ابزاری قابل بررسی است. تکنولوژی‌های رسانه‌ای حاضر در کنار پوسته سخت‌افزاری خود در لایه نرم‌افزار شامل فرم و محتوا هستند. رسانه‌ها در پی رفع نیازهای ثانویه و نیازهای متغیر، ابزارهای متنوعی را تولید می‌کنند که سرویس‌های مختلفی را فراهم می‌نمایند.

در بحث اعتباریات عملی، اراده انسان عامل تعیین‌کننده و بسیار مهم است. اعتبار استخدام تشریح می‌کند انسان برای رفع نیازهایش قدرت استخدام‌گری دارد. از الزامات عقل عملی این است که انسان در هر دوره تاریخی متناسب با عقل نظری آن دوره، ابزارهایی متناسب خودش را تولید می‌کند. تکنولوژی‌ها همان ابزارهای پیشرفته ساخته بشر هستند که با پیچیده‌شدن و تنوع نیازها دائم در حال گسترش‌اند. رسانه ابزار پیشرفته برای رفع نیازهای ارتباطی انسان‌هاست و مانند سایر تکنولوژی‌ها بلکه بیشتر از آنها در مناسبات اجتماعی انسان نقش‌آفرین است. ابزار رسانه برای رفع نیازهای ارتباطی طراحی شده است. نیازهای ارتباطی نیز مانند سایر نیازهای متنوع انسان‌ها، متنوع و متغیرند.

تشریح کردیم انسان‌ها متناسب با اقتضائات خود، دائم در حال اعتبار بایدهای متنوع برای رفع نیازهای متنوع خویش هستند. طراح رسانه، فرم و محتوای تکنولوژی رسانه‌ای را بر مبنای ادراکات بعضاً حقیقی و اغلب اعتباری طراحی می‌کند. تعیین این بایدها در قالب تکنولوژی و رسانه ضرورت می‌یابند. تکنولوژی‌های رسانه‌ای، در صد تأمین بایدهای ارتباطاتی انسان‌ها هستند. برخی از این نیازهای ارتباطاتی، نیازهای ثابت طبیعی هستند که در هر بافتار فرهنگی وجود دارند؛ مانند ارتباطی که در بستر حقیقی لازم و ضروری است، به واسطه تکنولوژی رسانه‌ای هم با کاهش بعد زمانی و مکانی، محقق می‌شوند. مثال بسیار ابتدایی پدر با فرزندش اگر در بستر فلان شبکه اجتماعی صحبت کند، این ادامه همان نیاز حقیقی به ارتباط حقیقی است که در فضای نیاز ثابت ارتباط بین والد و مولود قابل تحلیل است. البته نیازهای متغیر برآمده از احساسات

انسانی در بستر فرهنگ‌های دیگر ممکن است، باید اعتباری بگیرند و ارتباطات فرهنگی جدیدی را رونق دهند. توضیح آنکه هر جامعه الزامات و باید و نبایدهای فرهنگی برای خود دارد که چون فرهنگ از نظام ارتباطی جدا نیست، این باید و نبایدهای اعتباری بر باید و نبایدهای ارتباطی و نظام ارتباطی هم قطعاً مؤثرند؛ همچنین نیازهای کاذب ارتباطی به عنوان نوع سوم ارتباط، به وسیله اعتباریات ایجادشده در مجموعه نیازهای ارتباطی بشر وارد می‌شوند. البته واسطه‌بودن تکنولوژی‌ها سبب می‌شود نیازهای طبیعی و اعتباری چه از نوع کاذب و چه از نوع واقعی، به واسطه رسوخ تکنولوژی رسوخ یابند.

ز) تغییر در نظام نیازهای ارتباطی کاربران به وسیله تکنولوژی‌های ارتباطی

در عین حال که این سرویس‌ها توسعه می‌یابند، ارزش‌های فرهنگی و نظام ارتباطی و نیز نظام نیاز طراحان در بین مصرف‌کنندگان تأثیر می‌گذارد. در چنین فضایی اقتدار تکنولوژی‌های رسانه‌ای به معنای اقتدار فرهنگ آن تکنولوژی می‌گردد؛ به‌خصوص اینکه در بحث رسانه جذابیت‌های متنوع و عدم عمق کافی کاربران، سبب انفعال تقریباً کامل در برابر رسانه است.

در اینجا عوامل تغییر اعتباریات مانند کثرت ورود محتوا به ذهن نیز سبب می‌گردد رسانه اعتباریات مصرف‌کننده خود را تغییر دهد. تکنولوژی از دید ادراکات اعتباری، تعیین و ادامه اراده و توجه انسانی است. تکنولوژی رسانه‌ای در مقام اثبات با فرهنگی که از آن برخاسته، متعین می‌گردد و علت معده برای فرهنگ است. تکنولوژی‌های رسانه برای عامه جامعه، فرهنگ طراحان و حاکمان را منتقل می‌نماید.

با ورود تکنولوژی‌های نو اعتباریات ملحوظ‌شده در لایه طراحی وارد بایدهای مصرف‌کنندگان می‌گردد. این تحلیل همگرا با همان مطلبی است که فینبرگ در بحث ابزاری‌سازی مطرح می‌کند. فینبرگ نیز با تقسیم فرایند ابزاری‌سازی به دو مرحله، در مرحله دوم بحث حضور ارزش‌های طراح را مطرح می‌کند. ابزاری‌سازی اولیه تغییرات اولیه مورد نیاز و ابزاری‌سازی ثانویه، تحقق مناسبات قدرت یا وضعیت اجتماعی

فرهنگی در ساختار ابزار یا سامانه تکنیکی را نمایان می‌سازد» (Feenberg, 2002, p.175).

در نگاه علامه رسانه‌ها برای نظام ارتباطات ما ضرورت‌هایی از ارتباط را اعتبار می‌کنند. انسان‌ها ابتدا رسانه را برای رفع نیازهای اولیه خود طراحی نموده سپس با پیچیده‌شدن نیازها تحت تأثیر تکثرات فرهنگی، قالب‌های برآمده‌شده این نیازها در فرم سیستم‌ها و نرم‌افزارها به سرعت رسانه‌ها را تغییر داده، کاربران رسانه را درگیر این نیازها می‌کنند. رسانه‌های جدید به تدریج نیازهای انسان‌های مصرف‌کننده را در قالب‌های متنوع دستکاری می‌نمایند.

نظام نیازهای ما با فرهنگی که داریم، با نیازهایی که در تکنولوژی‌های نوین ارتباطاتی ارائه می‌گردد، متفاوت است. تصور کاربران موجبیت تکنولوژی است و تصور مخاطبان این است که استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطاتی مدرن، نماد پیشرفت است؛ لذا دائماً نظام اعتباری که بر اساس نیازهای متغیر در فرهنگ سرمایه‌داران حاکم بر فضای مجازی توسعه یافته، در بین کاربران اعتبار گردد. اشاره کردیم برخی نیازها اساساً منشأ طبیعی ندارند و کاذب هستند؛ اما در حال بازتولید در اعتبارات می‌باشند؛ یعنی معادل اعتبارات بر مبنای نیاز حقیقی، برای نیازهای کاذب نیز انسان‌ها به خلق نظام اعتباری و به تبع فرهنگ و ارتباطات می‌پردازند؛ برای مثال سرویس‌ها و محتواهای درباره خانواده، پیرو رسمی کردن بحث همجنس‌گرایی، متأسفانه خانواده همجنس‌گرا را دارند به قالب رسمی اضافه می‌کنند.

ارزش‌های نظام‌های سرمایه‌داری به همین منوال گسترش یافته، آفریده‌های انسان برای رفع احتیاجات ارتباطاتی‌اش ارتباطات در فضای حقیقی را دستخوش آسیب می‌نماید. بررسی جست‌وجوهای اول کشورهای متفاوت در اینترنت از جمله آمریکا بر هم منطبق است. کشور آمریکا دارای فرهنگ، سیاست اقتصاد و منش خاص خود می‌باشد و طبعاً نباید جست‌وجوهای اول کشورهای دنیا یکسان باشد؛ اما با بررسی آماري مشاهده می‌شود مطالب جست‌وجوشده توسط آنان با سایر مردم جهان یکسان

است. این مطالب و بسیاری موارد دیگر نشان می‌دهد نظام نیاز انسان‌ها در حال دستکاری شدن است.

بشر در تمام فرهنگ‌ها و زمان‌ها به ارتباط برقرارکردن نیازمند بوده است. تغییر در سبک زندگی و سبک مصرف، تغییر در میزان حجم تبادلات اطلاعات و ارتباطات را رقم زده و نیاز به برقراری ارتباطی سریع‌تر را فراهم نموده است. از منظر علامه مبانی نیازهای ارتباطی ثابت است و بر مبنای فطرت می‌توانیم به همگرانمودن ابزارهای ارتباطی امیدوار باشیم. تغییر در رسانه با اراده و نیت انسانی در جهت کسب آگاهانه مراتب بالاتر معرفت ممکن می‌شود.

انسان برای توجه به امور از ابزارها و توانمندی‌های بسیار گسترده‌تری برخوردار است. در وهله نخست از حواس ظاهری و در مرحله‌های بعد و بالاتر از منطقی و عقل و استنتاج که همه اینها به نحوی در زبان انسان تجلی و تعین یافته و به او قدرت شگفت‌انگیزی در توجه به اموری می‌دهد که در مرتبه‌های پایین‌تر از مرتبه وجود انسان قابل تصور هم نیست. «بررسی کنش‌های شناختی در انسان و حیوانات نشان می‌دهد، پس از جلب توجه انسان یا حیوان به موقعیت یا کنشی در یک موقعیت، چنانچه احساس رضایتمندی حاصل شود، عامل کنشگر تمایل به تکرار کنش پیش‌گفته نشان می‌دهد که میزان این تمایل تابعی از میزان رضایتمندی است» (طباطبایی، ۱۳۶۲، صص ۱۸۷ و بعد).

نیازهای انسان در مکاتب متنوع، با مبانی فکری و فلسفی خود منطبق گردیده، نظام اعتباریات ریشه در نیازها دارد و هر جامعه‌ای اعتباریاتش را بر مبنای نیازهای خودش پیدا می‌کند. بخشی از نیازهای ارتباطاتی که مردم به آن باور دارند، نیازهایی است که به صورت تکنولوژی اعتبار شده و وارد اعتباریات عموم مردم گردیده است؛ برای مثال شبکه‌های اجتماعی نیاز به حجم فالوورها را برای جوانان پررنگ نموده‌اند؛ در حالی که اغلب افرادی که فالوورهای بیشتری دارند، اشخاص اهل علم و اخلاقیات انسانی نیستند و این مطلب به هویت و اخلاق انسانی لطماتی وارد نموده است. تبلیغات مکرر در

فضای مجازی، به نوعی سبک زندگی دامن می‌زند که جذاب‌تر شدن، دغدغه مهم کاربران است. این تکنولوژی‌ها مدل‌هایی از ارتباط را اعتبار کرده و «توجه» مردم را در قالب فرهنگ تکنولوژیک حاکم به صورت مستمر به مردم القا می‌کنند. این اعتباریات در واقع از جهان‌بینی، انسان‌شناسی و ارتباطی که بین انسان‌ها و خالقشان مفروض گردیده، سرچشمه گرفته است.

در این فضا، نظام نیاز حقیقی- ارتباطاتی دگرگون می‌شود. رسانه‌های مدرن در این روند از اجزای مهم سلطه سرمایه‌داری غرب و از مهم‌ترین ابزارهای تغییر نظام اعتباریات اجتماع و ارتباطات انسان‌هاست. لذا در عین حال که نیاز ارتباطی دارای جنبه تغییر تحت تأثیر محیط است، یعنی دائم ضرورت تکنولوژی‌های متنوع اعتبار می‌شود، تکنولوژی ارتباطی در منظومه فکری علامه می‌تواند فرهنگ را با کنش‌های ارتباطی جهت دهد.

با این مبنا قابل تبیین است که گسترش رسانه‌های مجازی نو سبب تغییر نظام نیازها و توجه مردم برای مثال در کشور ما می‌گردد؛ برای نمونه مطالعاتی که از حجم دانلود مطالب کم‌محتوا در پرکاربردترین شبکه‌های اجتماعی موجود حکایت می‌کند، در کنار تغییر سریع فرهنگ بومی ایرانی اسلامی نشان از وضعیت مطلوبی نیست. به تعبیر بودریار در «عصر وانموده‌ها» دیگر بنیاد و ساختار محکمی در زبان، جامعه و فرهنگ باقی نمی‌ماند. فضای مجازی به عنوان زیست بومی معادل و حتی بعضاً قابل دسترس‌تر از فضای حقیقی به سرعت چرخه توجه، تمایل و نیاز و نهایتاً مصرف و ادراک افراد را در جامعه تغییر داده است. لذا افراد در عین حال که در مکانی مشترک با نسل قبلی پدران و مادران ایرانی خود زندگی می‌کنند، دارای تفاوت‌های مهمی در تمایلات، نیازها، اعتبارات و نهایتاً اراده‌های منجر به کنش خود هستند.

در واقع از نگاه علامه طباطبایی انسان با افعال اختیاری به دنبال رفع نیازهای خود و تکمیل نواقص وجودی خود است. در تکنولوژی‌ها با ابزارهایی مواجهیم که به رفع نیازهای برخاسته از آداب و رسوم اجتماعی غالب می‌پردازند. این آداب و رسوم گاهی

از نیازهای منطبق با مصالح واقعی منطبق بر نفس‌الامر ما گرفته شده‌اند و گاهی خلاف مصالح واقعی ما هستند؛ اما در هر دو حالت این حس نیازی که به ما القا می‌کنند، با اعتبار توجه و میل مورد اراده ما واقع می‌گردند. یکی از اشکالات نظریه فینبرگ تکیه به سلیق مردمی است که در انبوه پیام‌های سطحی، تمرکز خویش را از دست داده و فرصت و خلوتی برای حتی شناخت اراده و تمایلات حقیقی خود ندارند.

ح) مدل ترابط: مبنایی برای تکنولوژی‌های ارتباطی در نظام توحیدی

متخصص علوم رایانه جنیفر گالیک باور دارد اینترنت از ابتدای خلقش مکانی اجتماعی بوده است» (Jennifer, 2015, p.6) به نقل از: صمدی، ۱۳۹۴). تعمیم مدل مطلوب اجتماع از منظر علامه از این بعد به فضای مجازی مهم می‌نماید که فضای مجازی، دارای آثار حقیقی بوده و ظرفیت‌های بسیاری برای اجتماعات جدید بشر فراهم کرده و بعد مکان و زمان را در نوردیده است؛ لذا اجتماع مطلوب در نگاه علامه باید تبیین و به فضای مجازی تعمیم داده شود.

علامه ذیل آیه ۲۰۰ سوره آل عمران، خصوصاً عبارت «اصبروا و صابروا و رابطوا» به تفسیر مدلی ارتباطی در جامعه دینی می‌پردازد که این ترابط در ذیل تفکر توحیدی اشاره می‌کند. این آیه ابتدا تک‌تک مؤمنان را به صبر دعوت می‌کند. در ادامه عبارت «صابروا» یعنی دعوت به مصابره است. مصابره عبارت از این است که با یکدیگر صبر کنند؛ چون باعث می‌شود تک‌تک افراد نیروی یکدیگر را به هم وصل کنند و همه نیروها یکی شود.

مرباطه (و رابطوا) اعم از مصابره است؛ مصابره عبارت بود از وصل کردن نیروی مقاومت افراد جامعه به یکدیگر و مرباطه عبارت است از همین وصل کردن نیروها، ولی نه تنها در سختی‌ها بلکه همه نیروها و کارها در جمیع شئون زندگی دینی، چه در حال شدت و چه در حال خوشی. مراد از مرباطه این است که جامعه به سعادت حقیقی دنیا و آخرت خود برسد: «واتقوالله لعلکم تفلحون».

«اگر مرباطه نباشد گو اینکه صبر من و تو به تنهایی و هر فضیلت دیگر به تنهایی

سعادت‌آور است، اما بعضی از سعادت را تأمین می‌کند و این کمال سعادت نیست. علامه ذیل این آیه با اشاره به تکون اجتماع، بر مبنای تشکیل جامعه کوچک خانواده و اصل استخدام، به کمال تدریجی اجتماع در اثر نحوه تکامل روحی و مادی افراد اشاره دارد» (طباطبایی، ۱۳۷۱).

علامه ذیل این آیه در **المیزان** با اشاره به اهمیت اجتماع در نگاه اسلامی، به رشد و نمو افراد در متن جامعه می‌پردازد و معتقد است رابطه‌ای که اسلام بین فرد و جامعه قایل است، در هیچ تفکری سابقه ندارد. هویت و شخصیت مستقل اجتماع در اسلام، نشان از اهمیت ارتباطات اجتماعی دارد. در این آیه علامه با نقد تفکر غرب در دموکراسی غیر دینی، با اشاره به اهمیت انگیزه‌های عقلانی در شکل‌دهی نظام‌های اجتماعی، احساس را به‌تنهایی برای هدایت جامعه مکفی نمی‌داند؛ لذا اعتباریات نیز که در گذشته تشریح نمودیم، رفع نیازها باید آنها را رقم می‌زنند و جامعه را در کنار ادراکات حقیقی به سعادت راهنمایی می‌کنند. علامه ذیل این آیه استدلال می‌کند که علت شدت اهتمام اسلام به شأن اجتماع این است که زمانی تربیت و رشد اخلاق در یک فرد انسان مؤثر واقع می‌شود که جو جامعه با آن تربیت معارضه نکند. به همین جهت است که اسلام مهم‌ترین احکام و شرایع خود را بر اساس اجتماع قرار داد و علاوه بر اینکه فریضه دعوت به خیر و امر به معروف و نهی از منکر را بر عموم واجب کرده، هدف واحد قرب الهی را برای تحکیم امر اجتماع و حفظ مراقبت باطنی افراد در کنار احکام اجتماعی لحاظ نموده است.

علامه با اشاره به تحقق سبک زندگی غربی در جهان معاصر و پیشرفت‌های بشر، به نقد راهکار پیروی از اکثریت که مد نظر فیبرگ هم هست، پرداخته‌اند. اعتبارات متغیر در جوامع متنوع فرهنگی، امری بدیهی است. این اعتباریات عملی بر بستر سنن، طبایع، تاریخ و شرایط جغرافیایی ایجاد شده و دائم در حال تغییرند. در قالب ارتباطات میان فرهنگی احتمال رویش اعتبارات همگرا بین فرهنگ‌ها و تمدن‌های بشری فراهم است. البته در برخی فرهنگ‌ها، اعتباریات ایجادشده بیشتر به رفع نیازهای متغیر غریزی و

مادی متمرکز شده و از نیازهای روحی بشر غفلت کرده‌اند. علامه در ذیل آیه ۲۰۰ آل عمران مصداق این عدم تعادل در اعتباریات را جوامع غربی معرفی می‌نماید. بر مبنای تحلیل علامه تمرکز تمدن غرب، توجه به بخشی از اعتبارات متغیر انسان‌هاست و توجه بر اعتبارات ثابت و بخشی از اعتباریات متغیر دیگر کمرنگ شده است. این مسئله سبب شده است تمدن غرب، به فاصله‌ای عمیق با تمدن‌های توحیدی مبتلا گردد. ارتباطات انسان‌ها در این تمدن نیز تابع اعتبارات غریزی گسترش یافته و به محور کسب لذایذ جسمی و وهمی محدود شده است و پرچم آزادی با عدم پایبندی به رفع نیازهای ثابت، اعلام می‌کند تنها چیزی که می‌تواند جلوی خواست انسانی را بگیرد، تعارض با خواست سایرین است.

در برابر ورود تکنولوژی‌های مدرن ارتباطاتی به فرهنگ‌های مختلف جوامع بشری از جمله جوامع دینی، ناخودآگاه مطالبه این تکنولوژی‌ها به فرهنگ سایر کشورها تزریق شد. این تکنولوژی‌ها که در لایه حسی تعین یافته بوده و قابل تجربه بودند، به سرعت وارد سبب نیاز مردم شد، تمایل به آنها توسعه یافت و فرهنگ و مقدمات حضور آنها با مدلی تقلیدی در سبک زندگی مردم وارد گردید؛ در حالی که این تکنولوژی‌ها در مرحله قبل از نوعی فرهنگ که بر پایه فلسفه‌ای عقلایی برپا شده بود، ایجاد گردید. معرفت فلسفی غرب در زمان معاصر مبنای خود را حداکثر بهره‌مندی بشر از طبیعت برای حداکثر رفاه لحاظ کرده و درباره پیوستگی زندگی در دنیا به حیات بشر در عوالم دیگر سکوت نموده است. از نگاه علامه جهان رنگ دیگری دارد. وی در رسائل خود به زندگی پیش از دنیا و پس از دنیا به عنوان حقایقی که زندگی در دنیا محفوف به آن است، اشاره کرده است. درحقیقت انسان در فلسفه صدرایی که علامه در این مکتب اندیشه‌ورزی می‌کند، موجودی است که لایه‌های مختلفی از وجود را همزمان دارد. علامه در رساله «الانسان قبل الدنيا» انسان را در عوالم سه گانه وجود (ماده، مثال و عقل) تشریح کرده است.

بدین ترتیب در تحلیل تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، به عنوان بستری برای رفع نیاز

به کنش‌های ارتباطی، در کنار احساساتی که به ضروری کردن ارتباط در قالب‌های مدرن می‌پردازند، بر مبنای نگاه علامه- که با اصول تفکر صدرایی و تشکیک وجود هم منطبق است- باید به نقش عقل و اراده عقلانی نیز توجه شود. در این صورت خلایق که در راهکار دموکراتیک نمودن تکنولوژی در نظریه فینبرگ به چشم می‌آید، قابل جبران است؛ زیرا نگاه فینبرگ این بود که برای حل بحران سلطه در فضای مجازی، صرفاً حضور فعالانه سلايق متنوع مردم در این فضا راهگشاست. تنوع کنش‌های ارتباطی از این بستر که کثرتی از آداب و رسوم اجتماعی و تنوع فرهنگی را رفع نیاز می‌کند، این گونه قابل تحلیل است که در نگاه توحیدی در نظام تشکیک وجود، زمانی تکنولوژی می‌تواند سعادت بشری را تأمین کند که نه الزاماً تقدم زمانی بلکه تقدم رتبی به عقل و فطرت الهی بشر داده شده و نیازهای احساسی که به صورت نیاز ارتباطی ضرورت و اعتبار می‌شود، ناقض عقل و فطرت بشری نباشد؛ لذا توجه بشری به نیازهای متنوع خود، ناظر به تحقق نظام‌های متفاوتی است که بهره‌مندی از فطرت و عقل برای رصد این توجهات می‌تواند سلطه تکنولوژی بر بشر را درمان کند و در سایه توجه به نیازهای متنوع انسان‌ها، سعادت و وحدت آنها را به ارمغان آورد.

ادراکات اعتباری تابع توجه و توجه، تابع نیازها و عادات اجتماعی است. اگر تکنولوژی بر مبنای نظریه بدیل‌اندیشی فینبرگ، با ادعای رفع شدن نیازهای متنوع بتواند به انتخاب سلیقه غالب اکتفا کند، نمی‌تواند آسیب‌های حاضر را از میان بردارد. شرح این مطلب در مقالات متنوع آمده است و خلاصه دلیل این است که علاوه بر اینکه یافتن نقطه مشترک این سلايق میسر نیست، مبنای ارزیابی این ارزش‌ها نیز مبهم است.

عادات اجتماعی و فرهنگی، همان صورت پیچیده‌شده نیازهای طبیعی است. فرایند رقم خوردن این عادات اجتماعی منجر به تفاوت‌های کلان اعتباریات جوامع متفاوت می‌گردد. فینبرگ نیز قایل است تکنولوژی امری ارزش‌بار است (فینبرگ، ۱۹۹۹، ص ۲۱۰). فینبرگ با مثال‌های متعدد (پل‌های کوتاه برای ورود ثروتمندان، بی‌توجهی به کودکان در طراحی‌های متنوع، دوچرخه) که در این مقاله فرصت تشریح آنها نیست،

توضیح می‌دهد که ارزش‌ها در صورت‌بندی نهایی تکنولوژی مؤثرند و ملاحظات تکنیکی به‌تنهایی برای تعیین نوع طراحی کفایت نمی‌کند. از نگاه علامه نیز جهان‌بینی و انسان‌شناسی بر تدارک و تولید اعتباریات مؤثرند. البته این نیازهای متغیر و عادات اجتماعی، اغلب قریب به اتفاق، به نیازهای ثابت ارجاع می‌یابند؛ اما ارزش‌هایی که به قول فینبرگ بر این نیازهای ثابت بار می‌شوند، باید بازخوانی شوند. فینبرگ با رد توهم جبرگرایی تکنولوژیک، قایل است این توهم ناشی از نادیده‌گرفتن نقش عوامل اجتماعی در شکل‌گیری نظام‌های تکنیکی است. از نگاه علامه نیز تعادل انسان در تعادل در پرداختن به نیازهای مختلف است. از نگاه فینبرگ نظام‌های تکنیکی از ارزش‌های اجتماعی تأثیر می‌پذیرند و بر آنها نیز تأثیر می‌گذارند. از نگاه علامه نیز اعتباریات از ارزش‌ها تأثیر می‌پذیرند و بر ارزش‌ها تأثیر می‌گذارند. همان‌گونه که فینبرگ در قالب نظریه ابزاری‌سازی، به حضور ارزش‌ها در فرایند تولید فناوری صحنه می‌گذارد، علامه طباطبایی نیز در قالب ادراکات اعتباری، به تأثیر جهان‌بینی بر عادات اجتماعی و تأثیر ارزش‌ها بر توجه افراد و نهایتاً ایجاد ادراکات صحنه می‌گذارد. این ارزش‌ها اکنون از ارزش‌های صرفاً مادی نشئت گرفته و منجر به بحران حاضر تمدن غرب شده است.

لذا برای یافتن راه حل باید به مبادی عادات اجتماعی و اعتبارات حاصل از فضای مجازی- به بیان علامه- پرداخت؛ همچنین توجه به بدیل‌اندیشی فینبرگ برای حل بحران‌های ناشی از فضای مجازی نیز راهگشاست. اگر اراده‌های برخاسته از مصالح واقعی منطبق بر دین، این نیازها و تمایلات را جهت دهند، طراحی تکنولوژی بدیل میسر است. نیازهای ارتباطی یک جامعه توحیدی، حول محور آیه ۲۰۰ آل عمران، نیازهایی است که همبستگی و اتحاد روحی جامعه را تقویت می‌کند. در غیر این صورت پرداختن نامتناسب به نیازها از جمله نیازهای ارتباطی، به حدی اعتبارات جوامع را مخدوش می‌کند که مانع تعالی و خوشبختی همه‌جانبه انسان‌هاست.

ط) طراحی و اعتبار تکنولوژی متناسب با فرهنگ طراح غربی

در نگاه علامه، انسان دائماً برای رفع نیازهای متنوع خود به اعتبارکردن و

ضرورت بخشیدن به بایدها می‌پردازد. نیازهای ارتباطاتی بشر از مهم‌ترین نیازهایی است که منجر به تشکیل جامعه گردیده است. به باور علامه این نیازهای ارتباطی مانند سایر نیازها مبانی ثابت و متغیری دارد که با چارچوب نظریه اعتباریات قابل تبیین است که در جوامع غربی برای رفع نیازها، تکنولوژی‌های ارتباطاتی از جمله فضای مجازی اعتبار گردیده‌اند و در کنار فواید خود عوارضی گسترده مانند سطحی‌شدن ارتباطات انسانی و سلطه کمپانی‌های سرمایه‌دار را رقم زده‌اند. از نگاه فیبرگ فیلسوف تکنولوژی راهکار تصحیح این عوارض حضور مردم در طرح‌ریزی و ابزاری‌سازی تکنولوژی‌ها به عنوان روشی بدیل است. از نگاه علامه طباطبایی اجتماع مردم برای خوشبختی و درکنارهم‌بودن را باید از الگوی ترابط یا اتصال بر مبنای ولایت الهی کسب کند. در این صورت برای طراحی تکنولوژی، بدیل مناسب فراهم خواهد شد.

بر مبنای نگاه علامه نیازهای متنوع توجه را به خود جلب می‌کنند و توجه به ادراک اعتباری منجر می‌شود؛ لذا در عین حال که نیازهای طبیعی و اولیه در همه جوامع یکسان است، فرایند تبدیل به نیاز ثانویه یا عادات فرهنگی و ایجاد بستر فرهنگی آن، امری است که تحت تأثیر جهان‌بینی رخ می‌دهد و ما برای مواجهه فعالانه با فناوری فضای مجازی لازم است به ارزش‌های فرهنگی خود در طراحی‌ها توجه بیشتری نماییم و این به معنای حذف فضای مجازی حاضر نیست، بلکه تأکید بیشتر بر مواجهه انتقادی با این فضا و طراحی سرویس‌های فضای مجازی متناسب با نظام ارزش‌های فرهنگ اسلامی است؛ چراکه این فضا هم از ارزش‌های فرهنگی طراحان منشأ می‌گیرد و هم توجهات بشری را به خود جلب و سبک زندگی را متحول می‌نماید.

در ادامه در جدول زیر به اختصار بررسی تطبیقی الگوی بدیل‌اندیشی فیبرگ و علامه طباطبایی پرداخته شده است.

علامه طباطبایی	فینبرگ	
عقلانیت و حیانی	عقلانیت دموکراتیک	معرفت‌شناسی اندیشمند
انسان مخلوق خدا و دارای وجود قبل از دنیا، در دنیا و پس از دنیا	انسان محور دنیا	انسان‌شناسی
ترابط یا افزایش همبستگی و پیوستگی اجتماعی بر مبنای خوشبختی ابدی اجتماعی حول محور ولی	دموکراتیزه‌شدن: بر مبنای خوشبختی دنیوی	افق ارتباطات اجتماعی
اعتباری (شناختی و کنشی) و در حالت مطلوب تعیین بخش ارتباطات در امتداد عقلانیت و حیانی	هویت دوسویه و متذبذب. حاصل غلبه فرهنگ و ساختار قدرت سرمایه‌داری	هویت فناوری ارتباطاتی
توجه به اینکه اعتباریات محفوف به قبل دنیا و بعد دنیا هستند	بدیل‌اندیشی رجوع از اقتدار حاکمان تجاری و سیاسی به بدنه مردم	محور اصلاح تکنولوژی
توجه تابع نیاز و ادراک اعتباری (فناوری) تابع توجه است. فضای مجازی متأثر از نوع فرهنگ‌ها و عادات اجتماعی است ولی در مدل مطلوب بومی، اعتبارات ذیل ارتباطات ولی محور مطلوب است	حداکثر توجه به نیازهای متنوع با منشأ مادی افزایش حضور مردم	روش بدیل‌اندیشی

منابع و مأخذ

۱. اولیایی، منصوره؛ واقعیت اجتماعی و اعتباریات از دیدگاه علامه طباطبایی و جان سرل؛ تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، ۱۳۸۹.
۲. بابایی، سعیده؛ «پایان‌نامه بررسی آراء فینبرگ در خصوص مدرنیته بدیل»، راهنمایی دکتر مصطفی تقوی، دانشگاه شریف، ۱۳۹۶.
۳. برومند، خشایار و سیدحسن حسینی؛ «رهایی از فضای تکنولوژیک حاکم در نظریه انتقادی تکنولوژی اندرو فینبرگ»، نشریه حکمت و فلسفه؛ س ۱۱، ش ۱، بهار ۱۳۹۴، ص ۷-۲۸.
۴. پارسانیا، حمید؛ «نسبت علم و فرهنگ»، نشریه راهبرد فرهنگی؛ ش ۲، تابستان ۱۳۸۷.
۵. —؛ «نظریه و فرهنگ: روش‌شناسی بنیادین تکوین نظریه‌های علمی»، علم و فرهنگ، پاییز ۱۳۹۲.
۶. پارسانیا، حمید و دیگران؛ «دلالت‌های نظریه اعتباریات برای تحول در علوم انسانی»، اسلام و مطالعات اجتماعی، تابستان ۱۳۹۳.
۷. جلیلیان، محمدسبحان؛ امکان بازاخترع اینترنت بر مبنای نظریه انتقادی فینبرگ؛ تهران: پژوهش مرکز ملی فضای مجازی، ۱۳۹۶ [منتشر نشده]
۸. رحیمی، مرتضی؛ «پایان‌نامه بررسی بدیل‌اندیشی فینبرگ در خصوص فناوری‌های مربوط به فضای مجازی»؛ دانشگاه شریف، دانشکده فلسفه علم، به راهنمایی دکتر مصطفی تقوی؛ ۱۳۹۴.
۹. صمدی، زهرا؛ «پایان‌نامه کاربرد نظریات آدورنو در تحلیل رسانه‌های نوین»، راهنمایی دکتر علی‌اصغر مصلح؛ دانشکده الهیات و معارف اسلامی، دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۹۴.
۱۰. طباطبایی، سیدمحمدحسین؛ المیزان فی تفسیر القرآن؛ ج ۲، قم: انتشارات اسماعیلیان، ۱۳۷۱.

۱۱. —؛ رسائل سبعه (البرهان، المغالطه، التركيب، التحليل، الاعتبارات، المنامات و النبوات، القوه و الفعل)؛ قم: بنیاد علمی و فکری علامه طباطبایی، ۱۳۶۲.
۱۲. —؛ مجموعه رسائل (رساله الولایه، علم، برهان و علم امام)؛ به کوشش سیدهادی خسروشاهی؛ چ ۳، قم: بوستان کتاب، ۱۳۹۲.
۱۳. ————— (بی تا). اصول فلسفه و روش رئالیسم، مقاله ششم
۱۴. غمامی، سیدمحمدعلی؛ پایان‌نامه تحلیل انتقادی بنیان‌های فلسفی نظریه‌پردازی ارتباطات مبتنی بر حکمت صدرایی؛ دانشگاه باقرالعلوم قم، ۱۳۹۵.
۱۵. فینبرگ، آندرو (بی تا). کتاب «هایدگر، مارکوزه و فلسفه تکنولوژی»، ترجمه: میثم عالی پور
۱۶. کیشمشکی، ابوالفضل؛ «فلسفه عمل با نگاهی به دیدگاه علامه طباطبایی در رساله المنامات و النبوات»، قبسات؛ ش ۸۳، بهار ۱۳۹۶.
۱۷. مصباح، علی اصغر؛ فلسفه فرهنگ؛ تهران: انتشارات علمی، ۱۳۹۵.
۱۸. —؛ «اعتبارات علامه طباطبایی، مبنای طرحی فلسفی برای فرهنگ»، مجله حکمت و فلسفه؛ دوره ۹، ش ۳۶، زمستان ۱۳۹۲، ص ۲۷-۴۶.
۱۹. نمازی، محمد؛ رساله دکتری نگرش فلسفی اندیشمندان مسلمان به فناوری؛ راهنمایی سیدحسن حسینی؛ تیرماه ۱۳۹۶.
۲۰. هوشنگی، حسین (۱۳۹۰). نظریه ادراکات اعتباری و فلسفه‌های مضاف، دوفصلنامه حکمت معاصر، دوره ۲، شماره ۲
۲۱. یوسف‌زاده، حسن، اصغر اسلامی تنها و سیدمحمدعلی غمامی؛ ارتباطات جمعی از منظر اسلام، الگوی مطلوب رسانه؛ قم: انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، ۱۳۹۴.

22. Feenberg, A; **Questioning Technology**; New York: Routledge, 1999.
23. _____; **Symposium on Questioning Technology by Andrew Feenberg**; 11th Biennial Conference of the Society for Philosophy and Technology, San Jose, California, 1999.
24. _____; “Democratizing Technology: Interests, Codes, Rights”, **Journal of Ethics** vol.5, no.2, 2001, pp.173-195.
25. _____; **Transforming Technology: A Critical Theory Revisited**; 2002.
26. _____; “Replies to Critics”, In T. J. Veak (Ed.); **Democratizing Technology: Andrew Feenberg’s Critical Theory of Technology**; New York :State University of New York Press, 2006, pp.175-210.
27. Feenberg, A; **(Re) Inventing The Internet: Critical Case Studies**; SensePublishers, 2012.
28. Golbeck, J.; **Introduction to Social Media Investigation: A Hands-on Approach**, Retrieved from: <http://bookzz.org/book/۳۳۳۱۱۰۱۱۱۱۴۷db>, 2015.