

واکاوی تأثیر عصر اطلاعات بر احیای تمدن اسلامی

سیدمهدی سهیلی مقدم^۱

چکیده

در سال‌های اخیر، پیامدهای عصر اطلاعات بر جوامع دینی مورد توجه محافل علمی قرار گرفته است. هدف این تحقیق، بررسی چارچوب نظری این پیامدها به عنوان ابزاری برای درک عصر اطلاعات و تجلی تغییرات فرهنگی عصر دیجیتال بر احیای تمدن اسلامی است. تغییراتی که در ارتباط با تحولات نوین در جوامع کنونی رخ داده است، در چارچوب فلسفه اطلاعات مطرح شده توسط لوچیانو فلوریدی مورد مطالعه قرار گرفته است. در این نوشتار کم‌رنگ شدن تمایز بین جهان واقعی و مجازی، طبیعت و اینترنت اشیاء و ارتباط آن‌ها با فرهنگ معنوی و همچنین فرهنگ اجتماعی در بستر فناوری مورد بحث است. (مسئله)؛ این مقاله از طریق مرور ادبیات تحقیق با روش توصیفی - تحلیلی به توسعه و ارائه مدل فرهنگی برای احیای تمدن اسلامی پرداخته است. (روش)؛ پدیده‌های جدیدی مانند شخصی سازی و هوشمندسازی محیط پیرامون، به عنوان روندهای برجسته بر جنبه‌های فرهنگی نمایان می‌گردد. یافته‌ها نشان داد، روندهایی که جنبه‌های معنوی-اجتماعی فرهنگ را در جامعه دیجیتال تشکیل می‌دهند عبارت‌اند از فردی سازی و شفاف سازی که اثر ژرف بر احیای تمدن دینی دارد. به این معنا که فرهنگ معنوی در کنار فرهنگ اجتماعی از «خود نسبی» حمایت می‌کند و این امر موجب تکامل فرهنگی اجتماعی انسان از طریق کسب دستاوردهای فرهنگی سایر جوامع در بستر فناوری اطلاعات می‌گردد. (یافته‌ها)

واژگان کلیدی: تمدن دینی؛ تمدن نوین اسلامی؛ جامعه دیجیتال؛ فرهنگ معنوی؛ فرهنگ دیجیتال؛ شبکه‌های اجتماعی

۱. دکترای اقتصاد و مدیریت، گروه اقتصاد اطلاعات، دانشکده اقتصاد، دانشگاه فدرال جنوبی، روستوف - نا - دنو، فدراسیون روسیه.

مقدمه و بیان مسئله

زندگی در جهان پویا که تغییرات آن به سرعت در حال افزایش است ضوابط و شرایط خود را طلب می‌نماید. فراگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) تجربه زندگی انسان را دگرگون کرده است. تأثیر فناوری‌های دیجیتال فعلی بر زندگی افراد و جوامع مشهود است و حتی ممکن است ادعا شود که پیش‌ازین سابقه نداشته است. در طول سه دهه گذشته، همگرایی فناوری ارتباطات تکامل یافته و شکوفا شده است. اینترنت، شبکه جهانی وب (WWW) و ارتباطات سیار به عنصری ذاتی در جامعه امروزی و زندگی هر یک از اعضای آن تبدیل شده است. تجربیات زندگی روزمره در واقعیت جدیدی غوطه‌ور شده است، که به طور قابل توجهی با واقعیت‌های معمولی سال‌های نه‌چندان دور متفاوت شده است.

استفاده گسترده از بستر فناوری اطلاعات و ارتباطات، موجبات ساخت دهکده جهانی و مجازی شده است که به بخشی جدایی‌ناپذیر از وجود مردم تبدیل شده است. با این حال، فضای مجازی جایگزین واقعیت نشده است، بلکه آن را تکمیل نموده است و جزء لاینفک آن شده است. بلکه شاید مهم‌ترین تغییر مربوط به جایگزینی مفهوم سنتی انسان به‌عنوان یک موجود جداگانه با هستی شناختی جدید در یک ارگانیزم اطلاعاتی است که با کل جهان در ارتباط است. انقلاب اطلاعاتی این ظرفیت را به ارمغان آورده است که می‌توان به راحتی با هر فرد دیگری در هر کجای این گیتی ارتباط برقرار کرد یا اینکه بدون نگرانی به انواع و اشکال بی‌شماری از اطلاعات و دانش دسترسی داشت.

در نتیجه پیشرفت‌های قابل توجه در هوش مصنوعی (AI))، فناوری‌های دیجیتال امروزی به طور فزاینده‌ای هوشمند و شخصی می‌شوند. (Domingos, 2015; Russell, 2019) تقریباً تعامل هر تجربه انسانی از طریق یک پوسته پیچیده متصل به داده‌های بزرگ صورت می‌گیرد. (Townsend, 2013) این پوسته اطلاعات زمینه محور، به فردی ارائه می‌شود که منحصرأ برای آن فرد در نظر گرفته شده است و برای تصمیم‌گیری ضروری است. بنابراین، اصول رفتار انسان که بیشتر شامل توالی این تصمیمات است، تغییر کرده است. بنابراین ماهیت اطلاعاتی مفهوم فرهنگ به‌عنوان نقطه عزیمت این مقاله در نظر گرفته شده است که لازمه احیای تمدن نوین دینی است.

اهداف و پرسش‌های پژوهش

هدف این تحقیق، بررسی چارچوب نظری پیامدهای عصر اطلاعات بر جوامع به‌ویژه جوامع دینی به‌عنوان ابزاری برای درک این عصر و تجلی تغییرات فرهنگی عصر دیجیتال بر احیای تمدن اسلامی است. پرسش اصلی پژوهش عبارت است از تغییراتی که در ارتباط با تحولات نوین در جامعه دیجیتالی رخ داده است در چه چارچوبی مطالعاتی قابل درک است؟ از این رو از طرفی تمایز بین جهان واقعی و مجازی، طبیعت و اینترنت اشیاء و از طرف دیگر تمایز فرهنگ معنوی، فرهنگ اجتماعی در بستر فناوری مورد بررسی قرار گرفته است.

ملاحظات نظری

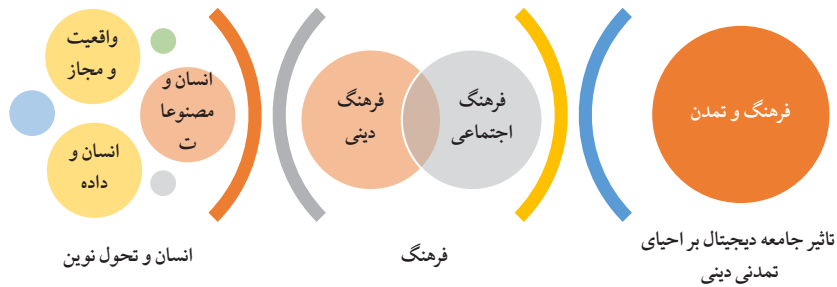
چندین رویکرد شناخته‌شده برای مطالعه تغییر دیجیتال وجود دارد. این عصر به‌عنوان یک انقلاب فناوری، یا پسا صنعتی (Bell, 1976)، گذار به جامعه اطلاعاتی (Webster, 2014) یا جامعه شبکه‌ای (Castells, 2011; Castells & Himanen, 2002) و انقلابی در آگاهی انسان (Floridi, 2015) در نظر در نظر گرفته می‌شود. همه این تعابیر مکمل یکدیگر هستند تا تصویری کامل از پدیده‌ای نوپا در جهان معاصر بنمایانند.

از جمله مهم‌ترین کمک‌ها به بررسی چرخش دیجیتال از درجه مطالعات فرهنگی، کار دن اسپربر است. او در تبیین فرهنگ: رویکرد طبیعت‌گرایانه (Sperber, 1996) و درک جدیدی از فرهنگ را پیشنهاد می‌کند. او فرهنگ را فضایی نمی‌داند که مردم در آن ساکن شوند. تفسیر فرهنگ توسط آسربی شامل شبکه‌ای است از خطوط کلی که امکان کاوش در نحوه ایجاد الگوهای پایدار و طولانی مدت را توسط رفتارهای افراد فراهم می‌کند. (Stiegler, 2019) برنارد استیگلر با نگاه بدبینانه‌تری به فرهنگ دیجیتال اشاره می‌کند. فرهنگ دیجیتال فعلی که توسط شرکت‌های بزرگ تقویت می‌شود، زندگی اجتماعی را منحنی و مختل نموده است. وسواس شرکت‌های بزرگ در پرورش مصرف‌گرایی، با استفاده از الگوریتم‌های فریبنده و پیچیده، تجربه انسانی را بازتعریف می‌کند. (Stiegler, 2019) مشابه نقد هورکهایمر و آدورنو، که درباره صنعت فرهنگ (Horkheimer & Adorno, 2002) ارائه می‌دهند، او هشدار می‌دهد که زعامت نیهیلیستی کنونی لازمه از دست دادن دانش و بی‌اهمیت جلوه دادن دانش فکری و علمی شده است. استیگلر فناوری دیجیتال را به‌عنوان فارماکون توصیف می‌کند، اصطلاحی یونانی که

می‌توان آن را هم به‌عنوان یک درمان و هم به‌عنوان یک سم و زیان‌بار درک کرد. (Stiegler, 2019) تنش ذاتی فناوری دیجیتال، از یک‌سو که با وعده فراهم کردن فرصت‌های بیشتر برای فرهنگ بشری همراه است از سوی دیگر با قدرت‌های مخرب آن درک می‌شود. چنین قدرت‌هایی دانش هرمنوتیکی را به خطر می‌اندازد، ظرفیت فرد را برای تأمل بر تجربیات از بین می‌برد و همبستگی‌های اجتماعی را نیز مختل می‌کند. گسترش اطلاعات نادرست و رشد حوزه‌های سیاسی تفرقه‌انگیز و متخاصم، مظهر هشدار استیگلر درباره زندگی در عصر اختلال است. البته ادغام فضاهای آنلاین در فرهنگ انسانی بیشتر توسط آلبرتو موردبحث قرار گرفته است. آسربی تکامل فرهنگی عصر اطلاعات را در چندین تجربه انسانی به تصویر کشیده که حاصل انقلاب ارتباطات بوده است. راه‌هایی را که در آن پدیده‌های مختلف مانند در دسترس بودن دانش، مبهم بودن تعامل بین کاربران ناشناخته، و سیال بودن دانش، احساس آدمی را تغییر داده است. (Acerbi, 2020)

روش تحقیق

این مقاله یک رویکرد نظری مبتنی بر مطالعات فرهنگی ناشی از تحولات دیجیتالی در جامعه را ارائه می‌دهد. این بررسی براساس رویکردهای فرهنگی-تاریخی (Holton, 2020) با بهره‌مندی از چارچوب نظری لوجیانو فلوریدی ارائه شده است. (Floridi, 2015) چراکه فلسفه اطلاعات فلوریدی می‌تواند یکی از منابع فکری لازم برای قوام بخشیدن به مبانی نظری علم اطلاع‌رسانی را فراهم کند (Khandan, 1388). این مطالعه کاربردی با روش توصیفی - تحلیلی به بررسی روابط بین متغیرها می‌پردازد و از حالت توصیفی صرف خارج شده است همچنین علاوه بر تصویرسازی آنچه هست به تشریح و تبیین دلایل چگونه بودن و چرایی وضعیت مسئله و ابعاد آن می‌پردازد. بنابر شکل ۱، این مقاله بر روی برخی از تحولات عمده در تجربه انسانی و فرهنگ اجتماعی تمرکز خواهد کرد. ابعاد مختلفی که در این مقاله مورد بررسی قرار می‌گیرند می‌توانند عمق بیشتری به درک فرهنگ و جامعه دیجیتال در احیای تمدن دینی بخشد.



شکل ۱ - ساختار جامعه دیجیتال و احیای تمدن اسلامی

۱. انسان، فرهنگ و داده در فلسفه اطلاعات

تغییر هستی شناختی که از زمان پیدایش اینترنت تجربه شده نیازمند شناخت دقیق تری از ابعاد مختلف آن است. انقلاب اطلاعات محدود به یک راه حل نوین برای دستیابی به دانش یا تکمیل وظایف مختلف روزانه نیست. بلکه نشان دهنده تغییر در روش هایی است که شخص، به عنوان فردی از جامعه در مورد معنای «بودن» درک می کند. به این ترتیب، وضعیت هستی شناختی جدیدی را می توان حداقل تا حدی به عنوان ارگانیزم اطلاعاتی به تصویر کشید. این موضوع به تغییر حضور انسان ها در زمان های ارتباطی بیش از پیش در مقایسه با حضور انسان ها در دوران قبل از دیجیتال اشاره می کند.

در سال های نخستین پیدایش اینترنت، فضای مجازی به عنوان یک پلتفرم فناوری ارتباطی تلقی و مورد استفاده قرار می گرفت. به طور خاص، حتی یک رابط (مرورگر) که اینترنت را به شبکه جهانی وب (WWW) تبدیل می کرد، تنها به عنوان ابرمتن که فقط پیشرفته تر از استفاده یک کتاب بود. با این حال، به نظر می رسد تمرکز بر دستاوردهای فناورانه و مزایای آن بر لایه های پیچیده اجتماعی-فرهنگی که به طور قابل توجهی بر زندگی روزمره انسان ها تأثیر می گذارد، نادیده و پنهان گردید. در واقع، تا زمان ظهور وب ۲، رویکرد حداقلی به اینترنت به عنوان ذخیره جهانی اطلاعات وجود داشت.

بسیاری از تغییرات اساسی در نحوه درک آدمی از معنای «بودن» در عصر اطلاعات به وب ۲ (Web 2.0) مربوط می شود سبب شده تا تجربه کاربر تغییر نماید. به طور خلاصه، حرکت از یک رابطه یک طرفه به یک رابطه دوطرفه تبدیل گشت و تجربه کاربر را از حالت منفعل به فعال

تبدیل نمود. (Fleischer, 2011) علاوه بر این، گسترده‌گی گوشی‌های هوشمند، مفاهیم مکان و زمان را با تحولی شگرف روبرو نمود. بی‌واسطه بودن ارتباطات و در دسترس بودن، بخش ثابتی از تغییرات فرهنگی است که در عصر اطلاعات تجربه شده است. از این رو شناخت عصر اطلاعات ضروری‌تر از هستی‌شناختی خود را می‌نماید.

گسترش اینترنت و ظهور هوش مصنوعی بر چگونگی درک افراد از هویت خود تأثیر گذاشته است. (Mitchell, 1999) این تعبیر ویلیام میچل است تا جایی که بیان می‌کند که جدایی بین انسان و ماشین دیگر اعتباری ندارد. شبکه‌های مجازی جامع عملاً در سطح بیولوژیکی با انسان ترکیب می‌شوند و به آگاهی منجر می‌شوند. از نظر زمانی، اتصال بیش از حد همراه با فناوری‌های کارآمد منجر به انبوهی از اقدامات شده است. از نظر موقعیت، تقریباً از هر نقطه در جهان می‌توان ارتباط برقرار کرد، با اینترنت کارکرد و بسیاری از اقدامات دیگر را انجام داد.

تغییرات تعاملی افراد با یکدیگر، و با طبیعت، نحوه شناخت خود پنداره‌ها را تغییر داد. در میان بسیاری از ویژگی‌های فضای مجازی، این ویژگی دارای درجه‌ای از غیرقابل پیش‌بینی بودن است. به عنوان مثال، هوش مصنوعی، شیوه‌های جدید عمل را تعیین می‌کند و در نتیجه، انسان تجربه‌گرا را متحول نموده است. (Yampolskiy, n.d). علاوه بر این، از آنجاکه زندگی در یک محیط دیجیتال یک پدیده نسبتاً جدید است، تاریخچه زیستگاه سایبری جدید مختصر است. به همین دلیل، وضعیت کنونی جامعه دیجیتال اغلب «فنودالسم دیجیتال» نامیده می‌شود، (Jensen, 2020) که مشابه وضعیت مربوط به دوره اولیه قرون وسطی تخمین زده می‌شود که با این باور در نزدیک شدن به عصر روشنگری دیجیتالی بیان می‌شود. (Helbing, 2019)

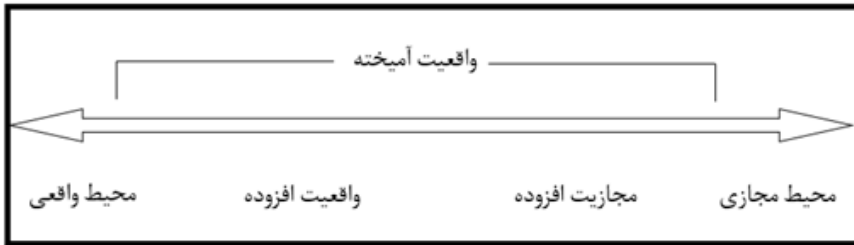
برخلاف سایر فناوری‌های نوظهور مانند فناوری‌های نانو یا مهندسی ژنتیک، فضای سایبری ارتباط با همه موضوعات دارد چراکه یک واقعیت جدید محسوب می‌شود به عبارت دیگر همه در آن زندگی می‌کنند یا به زودی در آن زندگی خواهند کرد. فضای مجازی تأثیر مستقیمی بر زندگی هر فرد دارد. فراگیر شدن فناوری‌های دیجیتال، رسانه‌های اجتماعی و به طور کلی شبکه، تقریباً بر هر حوزه‌ای در زندگی روزمره تأثیر گذاشته است. از آنجایی که فضای مجازی نقش غالب‌تری در زندگی انسان‌ها داشته است، وضعیت هستی‌شناختی انسان‌ها را تغییر داده است و می‌توان آن را به عنوان شکل‌گیری یک آگاهی شبکه‌ای درک کرد. فرهنگ دیجیتالی جدید در چنین واقعیت جدید در حال شکل‌گیری است.

تحقیقات سامانمند نشان می‌دهد که فضای واقعی (فیزیکی) و فضای سایبری زمانی که افراد فعالانه در شبکه‌های خود به صورت آنلاین و آفلاین گشت‌وگذار می‌کنند، نفوذ در یکدیگر دارند. محیط دیجیتال جدید که واقعیت و مجاز را ترکیب می‌کند، با واقعیت طبیعی معمول بسیار متفاوت است. (Wellman, 2001) از این رو به تعبیری، ماهیت دوم انسان را فرهنگ توصیف نموده‌اند که در قالب فضای مجازی که تعاملی است به سطحی جدید و لایه‌ای جدید رسیده است. در یک جامعه دیجیتالی، یک فرد نه تنها یک دنیای عینی جدید را همان‌طور که در جامعه رخ می‌دهد ایجاد می‌کند بلکه اشیاء و ماهیت متفاوت ایجاد می‌کند (مانند شبکه‌ای، ارتباطی و چندرسانه‌ای). به همین دلیل، برخی از محققان تمایل دارند فرهنگ جامعه دیجیتال را ماهیت «سوم» در نظر بگیرند. (Kelly, 1998)

تعیین ماهیت یک واقعیت دیجیتالی را ملزم به شناخت دگرگونی‌های اساسی تجربه انسانی در زمان دیجیتال می‌کند. این دگرگونی‌ها برای اولین بار در مانیفست (Floridi, 2015) فرموله شد. این مانیفست تحولات عمده جامعه دیجیتال را پیش‌بینی و بررسی می‌کند. سه قالب از دگرگونی مورد بحث قرار می‌گیرد: محو کردن تمایز بین واقعیت و مجاز، محو کردن تمایز بین انسان، ماشین و طبیعت، و بازگشت از کمبود اطلاعات به فراوانی اطلاعات.

۱-۱. انسان و واقعیت آمیخته

دوگانگی «واقعیت/مجاز» ریشه در تاریخ بشر دارد که می‌توان آن را در تمثیل افلاطون جستجو کرد. (Floridi, 2014) تمایز بین واقعیت و مجاز در ادوار مختلف تاریخی منعکس‌کننده هنجارها، ارزش‌ها، قراردادهای و باورهای اجتماعی بود. به عنوان مثال، در قرون وسطی، که عمدتاً با دین و هنر مشخص می‌شد، مؤلفه مجازی غالب بود، در حالی که در عصر صنعتی، شیء سازی صورت می‌گرفت. در حالی که هر دوره تاریخی دوگانگی همیشه پایدار بوده است. اما در عصر کنونی این دوگانگی درهم آمیخته شده است. در قرن بیستم جهان با اصطلاح واقعیت ترکیبی به منظور تغییر درک واقعیت روبرو شد. میلگرام و کیشینو مفهوم واقعیت ترکیبی را زیر مجموعه‌ای از فناوری‌های مرتبط با واقعیت مجازی تعریف کردند که شامل واقعیت افزوده (AR) و مجازی سازی افزوده (AV) می‌شد. در شکل ۲ واقعیت افزوده به عنوان فناوری که تجسم یک محیط واقعی از طریق اشیاء مجازی را بهبود می‌بخشد در حالی که AV به عنوان نقطه مقابل AR تعریف شد. (Milgram & Kishino, 1994)



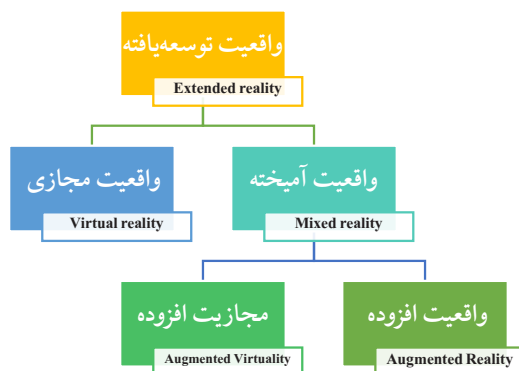
شکل ۲- پیوستار مجاز. (Milgram & Kishino, 1994)

برای درک تفاوت‌های واقعیت افزوده و مجازیت افزوده در کنار واقعیت آمیخته جدول ۱ ترسیم شده است. کاربرد فناوری واقعیت افزوده بسیار است. به کاربرد آن در ساخت‌وساز، تعمیر و نگهداری، مسیریابی، گردشگری، روزنامه‌نگاری، معماری، باستان‌شناسی، مدل‌سازی، سرگرمی، پزشکی و آموزش نظامی اشاره شده است. (Höllerer & Feiner, 2004) البته دیگران از کاربردهای آن در هنر، تبلیغات، آموزش (Tang et al., 2018)، مدیریت بحران، استفاده روزمره، بازی، طراحی صنعتی، ورزش، تلویزیون و ترجمه، نام‌برده‌اند.

واقعیت مجازی (VR)	واقعیت افزوده (AR)	واقعیت آمیخته (MR)
دنیایی کاملاً دیجیتال و مجازی کاملاً مستقل از دنیای واقعی	این دنیای واقعی را با پوشش اطلاعات دیجیتال ترکیب می‌کند	درآمیختن دنیای واقعی و مجازی
عدم نیاز به کاربر برای تجربه دنیای خیالی نیازی	نیاز به حضور کاربر برای تجربه	نیاز به حضور کاربر
انحصار کامل واقعیت کامل	تا حدی محصور در واقعیت	عدم محدودیت به مرزها
تجربه مصنوعی بدون هیچ حسی از دنیای واقعی	دنیای واقعی برای تجربه محوری باقی می‌ماند و با جزئیات مجازی تقویت می‌شود	تعامل و دست‌کاری هر دودنیای فیزیکی و مجازی
افق زمانی برای پذیرش واقعیت مجازی در زمینه‌های مختلف ۲ تا ۴ سال پیش‌بینی می‌شود	پذیرش کامل AR حدود ۳ تا ۷ سال طول می‌کشد	MR همان بازه زمانی را برای پذیرش دارد که در مورد VR وجود دارد
نداشتن قابلیت دید از این طریق	داشتن قابلیت دید جزئی	مجموعه‌ای از قابلیت‌های دیدنی
حداقل احساس وجود در دنیای واقعی	احساس حضور در دنیای واقعی	احساس درهم‌آمیخته
تصور کاربر فقط در یک دنیای کاملاً خیالی	ارتباط کاربر هم با اشیای مجازی و هم با دنیای واقعی	تصور کاربر و ارتباط با اشیاء درهم‌آمیخته

جدول ۱ - تفاوت VR، AR و MR

امروزه بحث از واقعیت بسط یافته و چالش‌های فراروی آن است. (Çöltekin et al., 2020) واقعیت بسط یافته (Extended reality) اصطلاحی است که به تمام محیط‌های ترکیبی واقعی و مجازی و تعاملات انسان و ماشین ایجادشده توسط فناوری رایانه و ابزارهای پوشیدنی اشاره دارد، که در آن «X» یک متغیر برای هر فناوری محاسبات فضایی فعلی یا آینده است. در شکل ۳، این واقعیت به‌عنوان چتری است که فضای طراحی تجربه مجازی را در بر می‌گیرد و به‌نوعی ایجاد بازسازی‌های سه‌بعدی کامل و بسیار واقعی از موجودات متحرک است.



شکل ۳. روابط بین انواع مختلف محیط در فضای طراحی واقعیت بسط یافته (Extended reality)

به هر ترتیب وقتی این موضوع عمیق‌تر در نظر گرفته شود، از دیدگاه فلسفی، دوگانگی سنتی واقعی/مجازی به‌عنوان تمایز بین بدن و ذهن، بین خیالات و کنش‌ها شناخته شده است. دوگانگی به یک دوگانگی اساسی در نحوه تفکر و عمل تبدیل شده است. (Shhwarz, 2019) کم شدن یا ناپدید شدن فاصله بین فضای واقعی و فضای مجازی، ادراکات رایج تاکنون از واقعیت فیزیکی را تغییر داده است. با محو کردن تمایز بین واقعیت و مجازی، تفکر به خطر خواهد افتاد. این امر مستلزم تقویت شیوه‌های مختلف تفکر است مانند مونیسم، دوگانه‌انگاری جدید، یا پلورالیسم، که به افراد کمک می‌کند تا جهان‌بینی خود را به‌طور انتقادی توسعه دهند. (Floridi, 2015)

۲-۱. انسان و مصنوعات

در بیشتر تاریخ بشر، تمایز مصنوعات از طبیعت یک کار نسبتاً به‌دوراز پیچیدگی بود. امروزه، براساس پیشرفت‌های چشمگیر در پزشکی و بیوتکنولوژی، انسان و مصنوعات به‌طور فزاینده‌ای در حال پیوند به یکدیگر هستند. (Floridi, 2015) علاوه بر این، ادغام گسترده حسگرهای هوشمند در زندگی انسان و ادغام فناوری‌های نوظهور اینترنت اشیا (IoT) تمایز بین انسان و مصنوعات را کم‌رنگ‌تر می‌کند. رشد شدید تعداد زیادی از مصنوعات پیشرفته، که در حال تبدیل شدن به بخشی جدایی‌ناپذیر از محیط طبیعی است، با مفهوم سنتی طبیعت در تضاد است. تجلی قابل توجه کم‌رنگ شدن «افراد، طبیعت و مصنوعات» و ادغام نوظهور هوش مصنوعی (AI) تقریباً در هر حوزه زندگی است، یک شناخت کامل از محیط‌زیست انسان در نظر گرفته می‌شود. (Kelly, 2016)

۳-۱. انسان و داده

فراوانی داده و اطلاعات جامعه بشری را از پیشینیان‌ش متمایز می‌کند. (Floridi, 2015) از لحاظ تاریخی، همیشه در زمان‌های گذشته دسترسی به اطلاعات کم بود. قبل از ظهور اینترنت، آرمان‌شهر دایره‌المعارفی که توسط دیدرو (Buchanan, 2010) شروع شده بود، قدرت مطلق دانش را نشان می‌داد. پیش فرض آرمان‌شهری از دایره‌المعارفی این است که به‌عنوان قطب‌نمای هنجاری عمل کند تا افراد و جوامع هدایت شوند. البته باید در نظر داشت که فضای سایبری «پاک» نیست و شامل انواع مختلفی از داده‌ها، اطلاعات و دانش دست‌کاری شده از منابع غیرقابل اعتماد است. شاید این فراوانی اطلاعات، نیازمند فعالیت‌های فیلترینگ جدید باشد که از آن به مدیریت دیجیتال نام می‌برند. (Gadot & Levin, 2012) هرچند این امر نباید نافی آزادی و جریان آزاد اطلاعات توسط دولت‌ها گردد. (Soheili Moghadam, 2020)

سایه‌های دیجیتالی (digital shadow) یا ردپاهای دیجیتالی (digital footprint) یک زیرمجموعه از آثار دیجیتالی شامل اطلاعات شخصی، فنی یا سازمانی است که اغلب به‌شدت محرمانه بوده و اطلاعات حساس و خصوصی محسوب می‌شوند. مانند مختصات، علائق، سلیقه‌ها، خریدها، مکان‌ها و غیره. مقیاس چنین اطلاعاتی در سطح جهانی به‌طور تصاعدی در حال رشد است.

امروزه این درک وجود دارد که رشد نامحدود داده‌ها منجر به این واقعیت می‌شود که داده‌ها بر زندگی مردم تسلط دارند. جریان‌های داده در حال تبدیل شدن به مبنای هستی‌شناختی واقعیت اطراف هستند. براساس نظریه نوظهور به نام داده‌گرایی، جهان از جریان‌های داده تشکیل شده است و ارزش هر پدیده یا موجودی با سهم آن در پردازش داده‌ها تعیین می‌شود. (Harari, 2016)

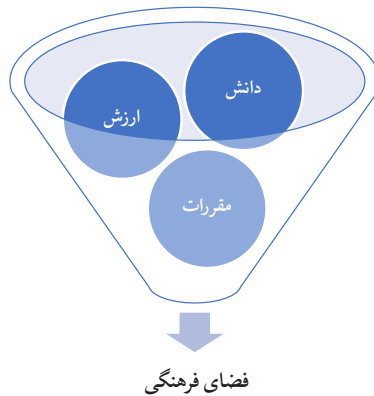
۲. فرهنگ معنوی و اجتماعی در عصر دیجیتال

ادوارد تیلور بیان نمود که فرهنگ به شیوه‌های مختلف دانش، باورها و کدهای اخلاقی اشاره دارد که جامعه را تحکیم می‌کند. هرشکویتس به راه‌هایی اشاره کرد که در آن انسان‌ها جامعه‌ای را برای تبدیل شدن به بخشی از محیط ایجاد می‌کنند. جورج هربرت مید بر ترتیب رفتارهای مشترک افراد در جامعه تمرکز دارد. (Mead, 1963) کلیفورد گیرتز به عناصر نمادین فرهنگ و راه‌هایی که آن نمادها معانی اجتماعی-تاریخی می‌دهند اشاره نمود. (Prinz, 2021) مجموع نمادها، عادات، قوانین، مصنوعات و سایر قابلیت‌های اجتماعی از کیفیت‌های فرهنگ بشری هستند.

فرهنگ منحصر به انسان است در حالی که در بین حیوانات انتقال دانش از نسلی به نسل دیگر مبتنی بر ژنتیک است. از این رو در طول زندگی، تجربه انباشته‌شده توسط یک حیوان به فرزندان او به ارث نمی‌رسد و هر نسلی شروع به گرفتن تجربیات خود از ابتدا می‌کند. بنابراین، با پیدایش فرهنگ، انسان‌ها دارای شکل خاصی از ذخیره و انتقال دانش هستند. این نوع فرآیند اطلاعات اساساً جدید و به‌دوراز قیاس غنی می‌شود. در فرهنگ، دانش برای ژن‌ها نیست و رمزگذاری نمی‌شود بلکه افکار و تصورات از فرد جدا می‌شوند و وجود مستقل و غیرشخصی پیدا می‌کنند. آن‌ها به اطلاعات اجتماعی تبدیل می‌شوند که حامل آن یک فرد جداگانه نیست بلکه یک فرهنگ اجتماعی است. برخلاف اطلاعات بیولوژیکی، اطلاعات اجتماعی با مرگ فرد از بین نمی‌رود. فرهنگ یک «مکانیسم» برون ژنتیکی خاص انسانی را برای وراثت خود شکل می‌دهد، وراثت اجتماعی با توجه به فرهنگ‌ها، تمدن‌ها می‌تواند تاریخچه خود را در طول نسل‌ها مستند کرده و خلق کنند.

فرهنگ، مبنای اطلاعاتی جامعه بشری و شرط حیاتی برای وجود آن است. به این ترتیب، فرهنگ از اطلاعات جدایی‌ناپذیر است. ظاهراً در جامعه اطلاعاتی (دیجیتال) مطالعات فرهنگی از اهمیت خاصی برخوردار است. یکی از نمودهای به‌خوبی تثبیت‌شده فرهنگ انسانی

«فضای سه بعدی فرهنگ» است که همانند شکل ۴ با سه محور دانش، ارزش ها و مقررات شکل می گیرد. (Karmin, 2008; White & Carneiro, 1949)



شکل ۴ - فضای سه بعدی فرهنگ (Karmin, 2008; White & Carneiro, 1949)

در فضای فرهنگی، وجه فرهنگ معنوی به عنوان تأثیرگذارترین جنبه در زندگی روزمره شناخته می شود. این جنبه شامل اشکال فرهنگی مانند دین، هنر و فلسفه است. ویژگی بارز همه اشکال فرهنگ معنوی این است که ترکیبی از دانش و ارزش ها در پیش زمینه دارند. فرهنگ معنوی «وجه شناختی و ارزشی» فضای فرهنگی است.

به همین ترتیب، فضای فرهنگی مجموعه ای از اشکال فرهنگی را در برمی گیرد که روابط اجتماعی افراد و تعامل آن ها با جامعه را تعیین می کند. این شامل فرهنگ اخلاقی، حقوقی و سیاسی می شود. این اشکال فرهنگ ارزش ها و آرمان های اجتماعی و مقررات عمومی رفتارها را منعکس می کنند که با نیل رسیدن به آن ها هدایت می شود. این شکل از فرهنگ منعکس کننده روابط اجتماعی است که می توان آن را به عنوان فرهنگ اجتماعی تعریف کرد. در فضای فرهنگی، حوزه آن در محور «قوانین» و «ارزش ها» قرار می گیرد.

فرهنگ فناوری در معنای وسیع خود، به فرهنگ تسلط و پردازش بر هر ماده، در رابطه با تولید و طراحی اشاره دارد. دانش و مقررات از عناصر ضروری فرهنگ فناوری هستند اما ارزش ها در اولویت دوم قرار می گیرند. در فضا و مطالعات فرهنگی، وجه فناورانه در حوزه های

دانش و محورهای مقررات نهفته است. در سال ۲۰۱۳، مدل سه‌بعدی فوق برای اولین بار برای نمایش فرهنگ دیجیتال رونمایی شد. (Levin, 2014) پیشرفت‌های اخیر در فناوری‌های نوظهور، به‌ویژه هوش مصنوعی و پیشرفت علم داده (Kitchin, 2014)، امکان نمایش عمیق‌تر و دقیق‌تر فرهنگ عصر اطلاعات را فراهم می‌کند.

۱-۲. فرهنگ معنوی

فرهنگ معنوی جنبه‌ای از فرهنگ است که از آنچه در زبان روزمره به‌عنوان عمل‌گرایی شناخته می‌شود، فاصله گرفته است. فرهنگ معنوی اساساً خودخواهانه است و سنگ بنای آن سود یا منفعت نیست، بلکه «شادی روح» - زیبایی، دانش و خرد است. معنویت چیزی است که به شخص اجازه می‌دهد تا معنای متعالی را در زندگی تجربه کند به‌طور خلاصه هر باور و ارزشی که به فرد احساس معنا و هدف در زندگی می‌دهد. از این رو معنویت، دین فردی، غیر نهادی و سازمان‌دهی نشده است.

فرهنگ معنوی خلاقانه‌ترین آزادی را برای مردم فراهم می‌کند. فارغ از درگیر شدن کارکردهای پنهان و آشکار دین، در فرهنگ معنوی منوط به ملاحظات فایده‌گرایانه و ملاحظات عملی نیست و می‌تواند از واقعیت جدا شود و با خیال همراه باشد. آزادی خلاقیت قبلاً در اسطوره‌های باستانی تجلی یافته است. در ادیان نیز نقش بسزایی دارد. فضای نامحدود برای خلاقیت، زمینه‌ساز خلق هنری است.

فعالیت خلاقانه در فرهنگ معنوی شامل یک دنیای معنوی منحصر به فرد است که توسط نیروی فکر انسان ایجاد شده است. دنیای معنوی به‌طور غیرقابل تقلیدی غنی‌تر از دنیای واقعی است زیرا علاوه بر احساسات فیزیکی شامل تصاویری از پدیده‌های بی‌سابقه است. حتی اگر دنیای معنوی مملو از نمایشی خیالی از واقعیت باشد، با قوانین خود می‌تواند بر زندگی تأثیر گذارد. فرهنگ معنوی حساس‌ترین وجه فرهنگ و پاسخگوترین وجه به تأثیرات بیرونی است. بنابراین به‌نوعی در تنش و حرکت دائمی است. حساسیت و پاسخگویی آن را آسیب‌پذیر و در معرض دید قرار می‌دهد.

فرهنگ معنوی جامعه دیجیتال یک پدیده منحصر به فرد است که ارتباط ذاتی آن از طریق دنیای مجازی تسهیل می‌شود. از آنجایی که فضای مجازی به جزء جدایی‌ناپذیر زندگی تبدیل شده

است، حضور شبکه‌ای بر فرهنگ معنوی انسان‌ها تأثیر می‌گذارد. در عصر کنونی، دنیای معنوی انسان‌ها در فضای مجازی، غوطه‌ور شده و تعادلش نابسامان گشته است. این با تبدیل "محو کردن مرزهای واقعی و مجازی" آشکار می‌شود. تجلی فرهنگ معنوی دیجیتال در رشد سریع اشکال متنوع فعالیت‌های انسان در شبکه، از جمله ایجاد انواع بی‌شمار متون، عکس‌ها و فیلم‌ها با محتواها و اشکال مختلف منعکس می‌شود. قبل از عصر اطلاعات، تولید و انتشار محتوا به شدت تنظیم می‌شد و براساس تمایز اساسی بین نویسندگان و خوانندگان یا بینندگان بود. در عصر اطلاعات، این تفاوت منسوخ شده است، زیرا همه می‌توانند نویسنده باشند.

ماهیت غیر سودمند فرهنگ معنوی در عصر اطلاعات به شکلی بسیار غیر منتظره خود را نشان داده است. تعداد قابل توجهی از محتوای ضروری و باکیفیت در شبکه توسط افرادی ایجاد شده است که نیازی به سرمایه‌گذاری در فرآیند انتشار آن نداشته‌اند. می‌توان به یاد آورد که چگونه اینترنت به عنوان منبع دانش قابل اعتماد در آغاز قرن بیست و یکم به دلیل هزینه بالای پروژه رد شد. (Kelly, 2016) این پیش‌بینی تلخ اینترنت در نهایت اشتباه بود و ارتباط عمیق بین فرهنگ معنوی انسان و دنیای دیجیتال را ثابت کرد.

سهولت دسترسی به انواع بی‌شمار اطلاعات (مثلاً اخبار، ادبیات، موسیقی و دانش علمی) ماهیت تجربیات بشری را تغییر داده است - توانایی هر شخصی (با دسترسی به اینترنت) برای انتخاب محتوای مورد نظر خود به شما امکان جدیدی می‌دهد. روش‌هایی که مردم جهان بینی خود، روابط خود با دیگران و درک خود را از آنچه به عنوان یک انسان بودن به حساب می‌آید، می‌سازند. فرهنگ معنوی در یک جهان بیش از حد به هم پیوسته فردی است و ممکن است ادعا شود که متن‌زدایی شده است. این روند فردی سازی بیش از حد، برای ساختارهای سنتی اجتماعی، مانند سیستم آموزشی، که مبتنی بر شیوه‌هایی است که آموزش و یادگیری را استاندارد و یکسان می‌کند، مشکل ایجاد می‌کند. ما در بحث خود در مورد فرهنگ اجتماعی جامعه دیجیتال در بخش بعدی به این موضوع خواهیم پرداخت.

در دنیای بیش از حد به هم پیوسته، فرهنگ معنوی از استعدادها و هویت افراد تشکیل شده است که در یک پدیده شخصی، شبکه جدید را آشکار می‌سازد و بردنیای معنوی درونی فرد تأثیر می‌گذارد از این رو تغییرات در فرهنگ معنوی به‌طور کلی مانند هنر، ادبیات و فلسفه را به همراه دارد.

یک انسان شخصیت شبکه‌ای خود را در فضای مجازی شکل می‌دهد و شامل تعاملات پیچیده باشخصیت‌های مختلف شبکه و جوامع شبکه‌ای می‌شود. «شخصیت مجازی» یک فرد ممکن است به‌طور قابل توجهی با «شخصیت واقعی» معمولی او متفاوت باشد. شری ترکل در مطالعه فراگیر خود نشان می‌دهد که چگونه آزادی می‌تواند خلق شخصیت در رسانه‌های اجتماعی نماید که این امر نقش مهمی در زندگی جوانان ایفا می‌کند مثلاً با چارچوب‌بندی مجدد روابط انسانی. او معتقد است که درحالی که خودآرایی همیشه با درجه‌ای از تعارض همراه بوده است، ارائه خود در عصر اطلاعات همیشه از طریق رسانه‌های اجتماعی واسطه می‌شود. (Turkle, 2011) بدیهی است که شخصی‌سازی در فضای مجازی پدیده‌ای نوین است که با یکی از اساسی‌ترین پرسش‌های فرهنگ بشری یعنی «من کیستم؟» در ارتباط است. پترارکا پرسید: «خودت را بشناس!» سقراط می‌گوید: «ما کی هستیم، اهل کجا هستیم و به کجا می‌رویم؟». مشکل «انسان چیست؟» یکی از سؤالات باز فلسفی مکرر است.

هویت شخصی آنلاین (PIO) (Floridi, 2011; Rodogno, 2011) مفهومی است که چگونگی ارائه خود را در فضای مجازی روشن می‌کند. PIO سبکی از رفتار یک فرد را در شبکه مشخص می‌کند که به فرد اجازه می‌دهد هویت خود را متفاوت از واقعیت شکل دهد و به نمایش بگذارد. شخصیت چیزی است که شخص به‌وسیله خودش آن را پرورش می‌دهد، مدلی که در ذهن او، هویت فردی او شکل می‌گیرد. این مدل در جامعه، خانواده و فرهنگ تکامل یافته است. در زندگی معاصر، تمایز بین واقعی و مجازی در حال رفتن به ابهام است. ظهور زندگی شبکه مجازی به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی واقعی برای شکل‌گیری شخصیت مهم است. صمیمانه‌ترین چیزی که یک فرد می‌تواند داشته باشد به‌طور قابل توجهی تحت تأثیر فناوری‌های دیجیتال قرار می‌گیرد. (Levin & Kojukhov, 2013)

در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ مرکز شکل‌گیری ایده‌های پیشگام مرتبط با فناوری‌های دیجیتال در زندگی بشر، آزمایشگاهی بود که بنیان‌گذار آن، نیکلاس نگروپونته، اولین ایده‌های مربوط به شخصیت دیجیتال را در (Negroponte, 1995) بیان کرد، در آن زمان انسان‌ها به سمت یک جامعه کاملاً دیجیتالی حرکت می‌کرد. سیمور پیپرت که در آزمایشگاه رسانه کار می‌کرد و به‌عنوان یکی از پیشینیان ایده عصر اطلاعات بر تمدن در آموزش شناخته می‌شد (Papert, 1980)، تأثیر شخصی‌سازی یک کاربر رایانه را بر ساخت هویت فرد تشخیص داد. طبق نظریه ساخت‌گرای او،

ایجاد هویت کاربر مستلزم جایگزینی برنامه درسی یکپارچه سنتی با محتوای انتخابی شخصی است. پیپرت برای مشخص کردن فرآیند شخصی سازی، از اصطلاح «صمیمیت» (intimacy) استفاده کرد و بر ماهیت عمیقاً شخصی محیط‌های یادگیری یا به اصطلاح جهان‌های خرد که فرد در فرآیند شناخت ایجاد می‌کند، تأکید کرد. جهان‌های خرد عاری از مؤلفه‌های اجتماعی هستند و آن‌ها را به عنصری ناب از فرهنگ معنوی تبدیل می‌کنند. (Levin & Tsybulsky, 2017)

شخصی سازی پیپرت را می‌توان امروزه به عنوان یک ویژگی مهم فرهنگ معنوی در نظر گرفت، زیرا خود را در تعداد فزاینده‌ای از انسان‌هایی که در جهان‌های خرد فرهنگی شخصی زندگی می‌کنند نشان داده است. این حاصل بحثی است که در مورد تحول جامعه دیجیتال و گذار به فراوانی اطلاعات است. طبیعتاً وضعیت و فور اطلاعات پیامدهای مهمی برای فرهنگ معنوی انسان دارد. دسترسی به ثروت فرهنگی نوع بشر برای هر یک از اعضای جامعه بدون شک یک دستاورد برجسته است. در عین حال، این دسترسی به فردی شدن فضای فرهنگی انسان می‌انجامد. مردم این امکان را دارند که در مطالعه، کار و سرگرمی خود محتوا را انتخاب کنند. ویژگی اصلی این انتخاب فردی بودن آن است. از این رو مردم خود را در جهان‌های «خرد فرهنگی» شخصی می‌یابند که بر اساس تمایلات و اولویت‌های شخصی آن‌ها شکل گرفته است. شکل‌گیری ریزجهان‌ها توسط نرم‌افزار هوش مصنوعی نوظهور همراه، تقویت شده و فعالانه پشتیبانی می‌شود، که برای افرادی با محتوای مورد نظر که «مناسب» آن‌ها است، طراحی می‌شود. تأثیر فزاینده هوش مصنوعی بر تجربه انسانی مستلزم بررسی عمیق‌تر است. فردی شدن ممکن است به عنوان حرکت اصلی در نظر گرفته شود که فرهنگ معنوی در عصر اطلاعات را مشخص می‌کند. به این ترتیب، برخی از پرسش‌های مهم مربوط به زندگی عمومی و به ویژه آموزش را مطرح می‌کند، زیرا می‌تواند به عقلانیت تک نگر منجر شود، که محتوای هر زندگی را بی مفهوم می‌کند، و تلاش برای ایجاد یک فرهنگ اجتماعی پویا، متشکل از افرادی که مسئولیت متقابل را توسعه می‌دهند، به چالش می‌کشد.

۲-۲. فرهنگ اجتماعی

فرهنگ اجتماعی با مقررات، ارزش‌ها و آرمان‌هایی تعریف می‌شود که رفتار افراد در جامعه و تعاملات اجتماعی آن‌ها را تعیین می‌کند. شکل‌های اولیه فرهنگ اجتماعی شامل فرهنگ اخلاقی،

حقوقی و سیاسی است. در فرهنگ معنوی فرد بدون توجه به هنجارهای جامعه برای دستیابی به ارزش‌های معنوی فردی تلاش می‌کند. شاهکارهای هنری و ایده‌های فلسفی جدید در ذهن افرادی متولد می‌شود که در برخی موارد تمام زندگی خود را بدون موفقیت می‌گذرانند. در مقابل، ارزش‌های فرهنگ اجتماعی همچون برابری، انسانیت، قانون و نظم، دموکراسی و آزادی‌های مدنی به‌تنهایی قابل دستیابی نیست و الهام بخشیدن به مردم با دور ماندن از ارتباطات اجتماعی غیرممکن است. مأمّن و مأوای فرهنگ معنوی «ذهن و قلب» است حتی اگر فقط در تصور بگنجد و به واقعیت تبدیل نشود. در مقابل، ارزش‌ها و آرمان‌های فرهنگ اجتماعی باهدف اجرا در زندگی «واقعی» طراحی شده‌اند از این رو جامعه اعضای خود را ملزم می‌کند که طبق قوانین، ارزش‌ها، هنجارها و کدهای اخلاقی خاصی رفتار کنند که توسط افکار عمومی، سازمان‌های مجری قانون و دولت کنترل می‌شود. اما فرهنگ معنوی منفعت طلبانه نیست و به‌تنهایی هنجارهای رفتاری را در جامعه ایجاد نمی‌کند.

ویژگی فرهنگ اجتماعی در جامعه دیجیتال در تشکیل آگاهی عمومی مشهود است. یک مثال معروف بیداری اسلامی در سال ۲۰۱۰ میلادی است که اغلب از آن به‌عنوان انقلاب توسط شبکه‌های اجتماعی یاد می‌شود. (Rafiee Dolat Abady & Abdolrahmany, 2021) و بر اهمیت ویژه شبکه‌های اجتماعی در شکل دادن به احساسات اعتراضی و بسیج معترضان تأکید می‌کند. با این حال، یک چیز واضح است و آن اینکه رسانه‌های اجتماعی اساساً با رسانه‌های جمعی سنتی بسیار متفاوت هستند. آن‌ها سریع، پویا و مهم‌تر از همه به‌واسطه هوش مصنوعی شخصی و فردی هستند. امروزه حتی تمایل فزاینده‌ای به خواندن اخبار روزمره از طریق پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی مانند فیس بوک یا توییتر وجود دارد. (Stiegler, 2019)

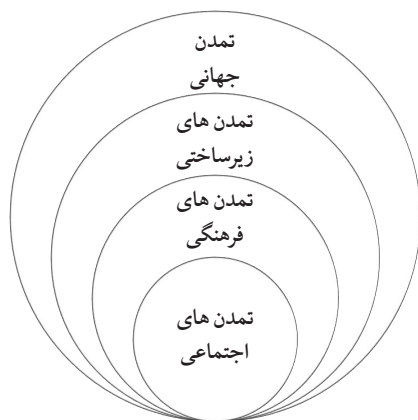
یکی از ویژگی‌های برجسته جامعه شبکه‌ای، ماهیت پویای آن و توانایی افراد به‌عنوان مصرف‌کننده و تولیدکننده محتوا است. عقلانیت جامعه شبکه‌ای این ایده را ایجاد می‌کند که ارتباط مؤثر زمانی حاصل شود که فعالیت مداوم در سراسر شبکه وجود داشته باشد. در این راستا، روند اجتماعی شدن به‌طور چشمگیری تغییر کرده و نقش بسزایی در جامعه شبکه‌ای امروزی ایفا می‌کند. این شبکه تعامل بین کاربران را به ارتباطات اجتماعی منظم تبدیل می‌کند و آن را به سطح بالاتری در توسعه جامعه دیجیتال می‌رساند. این نوع ارتباطات آزاد، مفهوم جامعه مدنی سنتی را به چالش می‌کشد و دستاورد بزرگ عصر روشنگری است.

باز بودن اطلاعات یکی از ویژگی‌های اصلی فرهنگ اجتماعی جامعه دیجیتال است. اقدام فکری و خلاقانه یک فرد مستلزم حق چاپ انحصاری نویسنده بر محتوای در جامعه سنتی است. حتی در مراحل اولیه عصر اطلاعات، مردم فقط محتوای رسانه‌ای و پست‌های شبکه‌های اجتماعی خود را به اشتراک می‌گذاشتند. (Kelly, 2016) در جامعه دیجیتال پیشرفته امروزی، مردم تقریباً همه چیز را به اشتراک می‌گذارند. آن‌ها فرآیند خلق پیام را با دیگران به اشتراک می‌گذارند و این گونه نیست که فقط نتایج را به اشتراک بگذارند. بدیهی است این اشتراک با اصول سنتی مالکیت مخلوقات در تضاد است. پس گذار از اشکال سنتی به فضای وسیع تر، که در آن مردم مطالب خود را در مراحل مختلف به اشتراک می‌گذارند، مشخصه جامعه دیجیتال است و منعکس‌کننده تغییرات اساسی در روابط انسانی و تجربه انسانی است. تمایل عمومی به اشتراک‌گذاری دائمی همه چیز را «تبدیل سازی» می‌نامند، که به‌عنوان فرآیندی برای حرکت به سمت شفافیت تعاملات انسانی و شفافیت جامعه است.

تبدیل فرهنگ اجتماعی با فردی شدن فرهنگ معنوی مقابله می‌کند. مطالعه کنش متقابل و پویایی مشترک فردی سازی و تبدیل شدن، ارتباط نزدیکی با مفاهیم اساسی مانند «خود رابطه‌ای» دارد (Herring, 2019). این به جنبه‌هایی از خود مرتبط با روابط فرد با افراد مهم اشاره دارد. فناوری‌های دیجیتال درک جدیدی از مفهوم خود رابطه‌ای به ارمغان آورده‌اند (Ess, 2019). تلقی عمومی در تمدن غربی از «خود»، به‌عنوان فردی درجه یک پذیرفته شده است. در مقابل، روابط با دیگران ثانویه و حتی اغلب نامطلوب است. از یک سو، این درک از خود بر مفاهیم آزادی شخصی و حریم خصوصی متمرکز است. از سوی دیگر، این خود شخصی ممکن است با ارزش‌های اجتماعی در تضاد باشد. در مقابل، خود رابطه‌ای خود را در جامعه نشان می‌دهد. مارتین بوبر (Buber, 2012) استدلال کرد که خود فقط در رابطه با دیگری نشان داده می‌شود. این ادعا امروزه توسط پدیده شبکه‌های اجتماعی تأیید می‌شود که با فرصت‌های بی‌سابقه‌ای برای ایجاد تنوع تقریباً بی‌نهایتی از روابط اجتماعی، ارتباط بین افراد را تسهیل می‌کند. با ادعای اینکه فرهنگ معنوی فردی است و فرهنگ اجتماعی تمایل به شفافیت دارد، از روند «خود نسبی» حمایت می‌شود. با ادعای این که پدیده فردی کردن فرهنگ معنوی نگرش‌های غربی را نسبت به خود غنی می‌کند، در عین حال ماهیت یک خود نسبی را که مبتنی بر شفافیت است، کشف می‌شود.

۸. جامعه دیجیتال و احیای تمدن دینی

فرهنگ و تمدن ارتباط تنگاتنگ باهم دارند. فرهنگ به باورهای مرسوم، اشکال اجتماعی و صفات مادی یک گروه نژادی، مذهبی یا اجتماعی اشاره دارد. درحالی که تمدن نوع خاصی از اجتماع بشری است که از جوامع بزرگ و پیچیده و اغلب از چند فرهنگ تشکیل می شود که توسعه و احیای آن، بازه زمانی وسیعی را طلب می کند. سه مدل توسعه یافته توسط برودل، کونزنی و توبینی توجیهی برای مدلی جامع نگر در شکل ۴ با رویکردی راهبردی به توسعه یک تمدن جهانی است. (Targowski, 2004) این مدل پویا نشان از ظرفیت ذاتی بستر فناوری اطلاعات برای تمدن سازی دارد. نیروهای محرک و تأثیرگذار بر تمدن، شامل فرآیند اطلاعات و ارتباطات، طبیعت و تکامل بیولوژیکی، سیستم های جهانی، و درنهایت راهبردی کردن فرهنگ است. (Targowski, 2004) برخی دیگر، مؤلفه های تمدن را نظام ارزشی، شهرنشینی، قانون مداری، حکومت برشمرده اند.



شکل ۴ - دینامیک بین تمدنی و نیروهای محرکه آنها

به طور کلی مفهوم فرهنگ با انسان درک شده و تمدن با فضا و زیرساخت ها شناخته می شود. به این معنا اگر تمدن شامل باورها، قوانین، سازمان های اجتماعی، اخلاق، فلسفه، فن، ادبیات، فرهنگ و شیوه تعامل انسان با محیط پیرامونی باشد، دین در همه این امور نقش بسیار اساسی دارد. تحقیقات تاریخی و مردم شناسی نشان می دهد که مراکز مربوط به آئین ها و شعایر، هسته

اصلی شهرهای اولیه بوده‌اند که بیانگر نقش مستقیم دین در تقویت هویت جمعی است. (Eliade, 1987) از این رو فضای سایبری در کنار دیگر مؤلفه‌ها توان احیای تمدنی دینی را دارد. رابطه تمدن و فرهنگ از نوع رابطه «ایمان و عمل» است همان‌گونه که ایمان، عمل‌زا است و عمل، ایمان‌افزا هست؛ فرهنگ، تمدن‌زا و تمدن، فرهنگ‌افزا است.

اگر فرهنگ‌های معنوی و اجتماعی در جهت خلق ارزش‌ها و آرمان‌های تمدنی قرار گیرد، بعد ارزشی فناوری که شامل کارایی، دقت، حقیقت، اقتصاد، قدرت و غیره مطرح خواهد شد. فضای فرهنگی فناوری، تا حدودی در تضاد با فرهنگ معنوی است که یک دید جامع می‌تواند این تضاد را به فرصت تبدیل کند. به‌طورکلی، از آنجایی که فرهنگ به‌طور نابرابر توسعه می‌یابد، رقابت بین ابعاد فنی و معنوی آن وجود دارد. با این وجود فرهنگ در فضای مجازی به‌عنوان بستر تمدنی در اولویت قرار می‌گیرد و ارزش‌های فنی، ارزش‌های معنوی را استعمار می‌کند. انکار ارزش‌های معنوی همراه با سیاست‌های اقتصادی فعلی، گسترش جامعه مصرف‌گرا را تقویت می‌کند. (Stiegler, 2019) فرهنگ در فضای مجازی یک شرط جهانی و ضروری برای همه فعالیت‌های فرهنگی است.

فناوری در خصوص فرهنگ معنوی و اجتماعی، نقش خدماتی و فرعی را ایفا می‌کند. هیچ دستاورد علم و فناوری هدف‌نهایی جامعه یا نوع بشر نیست. پیشرفت یک فرهنگ در بستر فناوری باید از طریق ارزش‌های تولیدشده خارج از بستر ارزیابی و کنترل شود. (Karmin, 2008) فرهنگ در طول تاریخ از عرفان به عقلانیت تکامل می‌یابد. برخی بر این باورند که از قرن هفدهم، امیدهای اسطوره‌ای برای دستیابی به آینده‌ای بهتر از طریق معجزات جای خود را به پیشرفت‌های فنی و علمی داده‌اند. (Karmin, 2008) از این رو فرهنگ معاصر مبتنی بر عقلانیت دانش فنی است. البته به این معنا نیست که این عقلانیت برتر از باورهای معنوی است. با این حال، می‌توان پیشنهاد کرد که عقلانیت فنی نقش اساسی در شکل‌دهی مجدد هر حوزه‌ای در فرهنگ کنونی دارد.

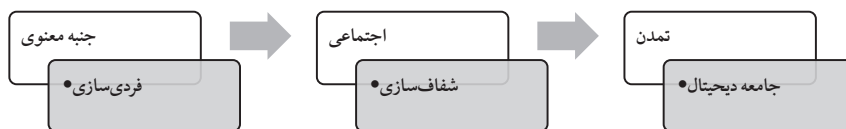
عصر اطلاعات نشان‌دهنده گذار به چیزی است که به‌عنوان جامعه دیجیتال توصیف می‌شود. به‌نوعی پایه جامعه دیجیتال را فناوری دیجیتال تشکیل می‌دهد و به‌نوبه خود با فرهنگ معنوی و اجتماعی انسان به‌عنوان ابزار و محیط رسانه‌ای در ارتباط است و سبب تأثیر بر جهان بینی مردم و جوامع شده است. این موضوع به دلیل گسترش هوش مصنوعی در هر حوزه‌ای از

تجربیات انسانی است. کوین کلی این گونه توصیف نمود: هوش مصنوعی اجسام بی روح را حس زندگی می بخشد. تقریباً هیچ چیزی وجود ندارد که نتوان آن را با مقداری هوش مصنوعی، اضافی جدید، متفاوت یا ارزشمندتر کرد. در واقع، پیش بینی برنامه های تجاری استارت بعدی آسان است: X را انتخاب می کنند و هوش مصنوعی را اضافه می کنند نتیجه این می شود که با افزودن هوشمندی آنلاین به آن بهتر شود. (Kelly, 2016)

استعمار، شناخت رو به رشد فرهنگ فناوری در جامعه را مشخص می کند و انسان ها در یک محیط فکری متصل به شبکه های جهانی زندگی می کنند. محیط سنتی مبتنی بر قوانین طبیعی بود اما ظهور فناوری های یادگیری ماشینی (ML) بر اساس تجزیه و تحلیل داده های بزرگ تعیین می شود و انرژی را با اطلاعات به عنوان منبع اصلی زندگی انسان جایگزین می کند. محیط شناختی واسطه تعاملات انسانی است. بنابراین، فرهنگ فناوری فرهنگ معنوی و اجتماعی را یکپارچه می کند و فرهنگ منسجم عصر اطلاعات را تشکیل می دهد.

نتیجه

مطالعه نظری تأثیر عصر اطلاعات بر تمدن نوین دینی در چارچوب یک پدیده فرهنگی مورد بررسی قرار گرفت. مدل فرهنگی ارائه شده در قالب فرهنگ معنوی، اجتماعی بر جامعه دیجیتال توصیف شد. مدل ارائه شده منعکس کننده دگرگونی های دیجیتالی است که شناخته شده در جامعه کنونی است و با تجزیه و تحلیل پدیده های نوظهور انسان شناختی، اجتماعی و فناوری، راهی را برای مطالعه آینده جامعه دیجیتال باز می کند.



جنبه های معنوی، اجتماعی و فناوری فرهنگ در جامعه دیجیتال از طریق روندهای فردی سازی، شفاف سازی درک می شود. به عبارت دیگر، انسان در دنیای دیجیتال فرهنگ معنوی منحصر به فرد خود را توسعه می دهد، آن را به روی دیگران باز می کند و خود را با دستاوردهای فرهنگی سایر جوامع غنی می شود. این باز بودن فرهنگ اجتماعی جامعه دیجیتال، ضرورت

توجه بیشتر به آن در روند احیای تمدن نوین اسلامی را مشخص می‌کند. فرهنگ جامعه دیجیتال مبتنی بر پدیده منحصر به فردی است که دیدگاه انسان را نسبت به جهان اطراف به طور اساسی تغییر می‌دهد و مسیر احیای تمدن دینی از این طریق میسر است.

علیرغم ادبیات علمی متنوعی که به عصر اطلاعات در قالب مطالعات فرهنگی اختصاص داده شده است، به عنوان یک پدیده فرهنگی کلاسیک تئوریزه نشده است. از این رو در این مقاله سعی شد که این خلأ برطرف شود و بیان گردد که فرهنگ جامعه دیجیتال جزئی از الزامات احیای تمدن دینی است که با وجود غنای اسلام در ابعاد مادی و معنوی موجبات بازشناسی و تقویت ارتباطات در فضای سایبر را فراهم می‌کند و می‌تواند موجب احیای تمدنی در جامعه اسلامی گردد.

1. Acerbi, A. (2020). Cultural Evolution in the Digital Age. Oxford University Press.
2. Bell, D. (1976). The Coming of the Post-Industrial Society. The Educational Forum, 40(4), 574-579. <https://doi.org/10.1080/00131727609336501>
3. Buber, M. (2012). I and Thou; eBookIt.
4. Buchanan, I. (2010). A Dictionary of Critical Theory. Oxford University Press.
5. Castells, M. (2011). The Rise of the Network Society (Vol. 12). John Wiley & Sons.
6. Castells, M., & Himanen, P. (2002). The Information Society and the Welfare State: The Finnish Model. Oxford University Press.
7. Itekin, A., Lochhead, I., Madden, M., Christophe, S., Devaux, A., Pettit, C., Lock, O., Shukla, S., Herman, L., Stacho, Z., Kub ek, P., Snopkov, D., Bernardes, S., & Hedley, N. (2020). Extended Reality in Spatial Sciences: A Review of Research Challenges and Future Directions. ISPRS International Journal of Geo-Information, 9(7), 439. <https://doi.org/10.3390/ijgi9070439>
8. Domingos, P. (2015). The Master Algorithm: How the Quest for the Ultimate Learning Machine Will Remake Our World (1st edition). Basic Books.
9. Eliade, M. (Ed.). (1987). Encyclopedia of Religion: 16 Volume Set (1st edition). Macmillan.
10. Ess, C. M. A. (2019). In Digital Existence: Ontology, Ethics and Transcendence in Digital Culture. Routledge.
11. Fleischer, H. (2011). Towards a phenomenological understanding of web 2.0 and knowledge formation. Educ. Inq, 2, 537-549.
12. Floridi, L. (2011). The informational nature of personal identity. Minds Mach, 21, 549-566.

13. Floridi, L. (2014). *The Fourth Revolution: How the Infosphere Is Reshaping Human Reality*. Oxford University Press.
14. Floridi, L. (2015). *The Onlife Manifesto: Being Human in a Hyperconnected Era*. Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-04093-6>
15. Gadot, R., & Levin, I. (2012). Digital curation as learning activity. *Proceedings of the International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN)*, 6038-6045.
16. Harari, Y. N. (2016). *Homo Deus: A Brief History of Tomorrow*. Random House.
17. Helbing, D. (Ed.). (2019). *Towards Digital Enlightenment: Essays on the Dark and Light Sides of the Digital Revolution*. Springer.
18. Herring, J. (2019). *Law and the Relational Self*. Cambridge University Press.
19. Hiller, T. H., & Feiner, S. K. (2004). *Mobile Augmented Reality*. In H. Karimi & A. Hammad (Eds.), *Telegeoinformatics: Location-Based Computing and Services*. aylor & Francis Books Ltd.
20. Holton, R. J. (2020). Review: The age of disruption: Technology and madness in digital capitalism. *Prometheus*, 36, 198-202.
21. Horkheimer, M., & Adorno, T. (2002). *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. Stanford University Press.
22. Jensen, J. L. (2020). *The Medieval Internet: Power, Politics and Participation in the Digital Age*. Emerald Group Publishing.
23. Karmin, A. S. (2008). *Culturology: Textbook*. Saint-Petersburg.
24. Kelly, K. (1998). *The Third Culture*; American Association for the Advancement of Science (pp. 992-993).
25. Kelly, K. (2016). *The Inevitable*. Vicking.
26. Khandan, M. (1388). *A Comparative Look at the Cognitive Opinions*

- of Luciano Floridi and Rafael Capuro. Information research and public libraries. 15(1(15)), 149-183.
27. Kitchin, R. (2014). *The Data Revolution: Big Data, Open Data, Data Infrastructures and Their Consequences*. Sage Publications.
 28. Levin, I. (2014, May 19). Cultural Trends in a Digital Society. Proceedings of the 10th International Symposium on Tools and Methods of Competitive Engineering TMCE.
 29. Levin I., & Kojukhov A. (2013). Personalization of Learning Environments in a Post-industrial Class. In Patrut M. & Patrut B. (Eds.), IGI Global (pp. 105-123).
 30. Levin, I., & Tsybulsky, D. (2017). The constructionist learning approach in the digital age. *Creative Educ*, 8, 2463-2475.
 31. Mead, G. H. M. (1963). *Self & Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*. University of Chicago Press.
 32. Milgram, P., & Kishino, F. (1994). A taxonomy of mixed reality visual displays. *IEICE Trans. Inf. Syst*, 77, 1321-1329.
 33. Mitchell, W. J. (1999). *E-topia: Urban Life, Jim—But Not as We Know It*. MIT Press.
 34. Negroponte, N. (1995). *Being Digital* (A. Alfred, Ed.). Knopf.
 35. Papert, S. (1980). *Mindstorms: Children, Computers, and Powerful Ideas*. Basic Books Inc.
 36. Platteau, J.-P. (2017). *Islam Instrumentalized: Religion and Politics in Historical Perspective*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781316658727>
 37. Prinz, J. (2021). Culture and Cognitive Science. In *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. <https://plato.stanford.edu/cgi-bin/encyclopedia/archinfo.cgi?entry=culture-cogsci>
 38. Rafiee Dolat Abady, M. R., & Abdolrahmany, R. (2021). Meta-analysis of articles related to the role of virtual social networks in the Islamic

- awakening(2010–2017). *Journal of Islamic Awakening Studies*, 10(2), 75-100.
39. Rodogno, R. (2011). Personal identity online. *Philos. Technol*, 25, 309-328.
40. Russell, S. (2019). *Human Compatible: Artificial Intelligence and the Problem of Control*. Penguin Books.
41. Samimi, R. (2008). *Principles and characteristics of the prophetic civilization*. Taha Cultural Institute.
42. Shhwarz, M. (2019). Thrownness, vulnerability, care: A feminist ontology for the digital age. In A. Lagerkvist (Ed.), *Digital Existence: Ontology, Ethics, and Transcendence in Digital Culture* (pp. 81-99). Routledge.
43. Soheili Moghadam, S. M. (2020). Examining government sovereignty in cyberspace; A case study of Saudi Arabia in the face of opposition. *Journal of Islamic Awakening Studies*, 9(1), 281-309.
44. Sperber, D. (1996). *Explaining Culture: A Naturalistic Approach*. Oxford, UK.
45. Stiegler, B. (2019). *The Age of Disruption: Technology and Madness in Computational Capitalism*. Polity.
46. Tang, Y., Au, K., & Leung, Y. (2018). Comprehending products with mixed reality: Geometric relationships and creativity. *International Journal of Engineering Business Management*, 10, 184797901880959. <https://doi.org/10.1177/1847979018809599>
47. Targowski, A. (2004). *A grand model of civilization*. Dialogue and Universalism.
48. Townsend, A. M. (2013). *Smart Cities: Big Data, Civic Hackers, and the Quest for a New Utopia* (1st edition). W. W. Norton & Company.
49. Turkle, S. (2011). *Alone Together*; Basic Book (pp. 179-186).
50. Vaglieri, L. V. (1957). *An Interpretation Of Islam*. The American Fazl Mosque.

51. Webster, F. (2014). *Theories of the Information Society*. Routledge.
52. Wellman, B. (2001). Physical place and cyberplace: The rise of personalized networking. *Int. J. Urban Reg. Res*, 25, 227-252.
53. White, L. A., & Carneiro, R. K. (1949). *The Science of Culture: A Study of Man and Civilization*. Grove Press.
54. Yampolskiy, R. V. (n.d.). On Controllability of AI.