

تأثیر فناوری بر دین‌داری و فرهنگ



✍ محمد کهوند*

چکیده

دین و فرهنگ، در زندگی انسان نقش مهمی را ایفا می‌کنند و از سوی دیگر، فناوری و ابزارهای فناورانه، می‌توانند دین و فرهنگ و انسانیت را نشانه روند. قرائن موجود، بیانگر آن است که جوامع پیشرفته یا جوامعی که خود را در معرض فناوری افسارگسیخته قرار می‌دهند، بیشتر در مسیر جدایی از دین و فرهنگ واقع شده و از هویت حقیقی خویش جدا می‌شوند. از نگاهی دیگر، مزایا و منافع فناوری اطلاعات و ارتباطات بر کسی پوشیده نیست و چنانچه در زیر چتر انسانیت و دین و فرهنگ مدیریت شود، بسیار پُر فایده و کارآمد خواهد بود. در این مقاله، تأثیر فناوری بر دین‌داری و فرهنگ مورد بررسی قرار گرفته است.

کلیدواژه‌گان: دین و فرهنگ، فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، آسیب‌های فضای مجازی.

* کارشناس فضای مجازی.

مقدمه

شواهد نشان می‌دهد که هرچه فناوری در جوامع پیشرفته‌تر رشد یافته‌تر می‌گردد، از خودبیگانگی انسان و از دست دادن مفهوم حیات و دوری او از من حقیقی (فطرت)، بیشتر خود را جلوه‌گر می‌سازد. این مطلب، نه یک ادعا، که حقیقت بیان شده از زبان اندیشمندان و دلسوزان جوامع فناورانه، به‌خصوص جوامع آمریکایی و اروپایی است.

شایان ذکر است که چنین نگرش شدیداً منفی به فناوری از زبان افرادی بیان می‌شود که در جامعه‌ای شدیداً فناورانه همچون آمریکا زندگی می‌کنند و احتمالاً این «درک وجودی» برای «جوامع عقب‌نگه داشته‌شده» و غیرفناورانه، چندان ملموس نیست. با توجه به مطالب فوق، از آنجا که فناوری یکی از عوامل توسعه همه‌جانبه ملی است و جامعه اسلامی ایران نیز به عنوان یک کشور در حال توسعه، به دنبال فناوری مناسب می‌باشد، بررسی «تأثیر فناوری بر فرهنگ» از زوایای مختلف، امری ضروری خواهد بود؛ چراکه خاستگاه فرهنگی فناوری‌های جدید، جهان غرب است. اگر در انتقال این فناوری‌ها شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران که منبعث از تعالیم الهی اسلام است، نادیده گرفته شود، چه بسا قدم در راهی گذاشته باشیم که غربی‌ها قبل از ما آن را طی کرده و به معضلات شدید فرهنگی، اجتماعی و در آخر به بن‌بست رسیده‌اند.

نگرش‌های مطرح در به‌کارگیری ابزار و فناوری

پیش از ورود به بحث جا دارد که به انواع نگرش‌های مطرح در به‌کارگیری ابزار و فناوری بپردازیم و سپس، به بررسی آثار فرهنگی فناوری و تأثیرات آن بپردازیم.

نگاه اول: ابزارانگار

عده‌ای معتقدند ابزار، واقعیت ندارد و این انسان است که تعیین می‌کند چگونه از ابزار استفاده شود. بنابراین، ابزار، خنثا بوده و به‌طورکامل، تحت اشراف و عمل انسان است. اغلب مردم جهان، از جمله ایرانیان این طور فکر می‌کنند و هویتی برای ابزار قائل نیستند.

نگاه دوم: جبرانگار

این گروه، معتقدند هر فناوری، فناوری بعدی را می‌سازد و انسان، اسیر در چنگال فناوری است و دخالتی در تحول آن ندارد و فناوری، خارج از کنترل انسان است و قادر به ایجاد سیر تحولی در آن نیست. عده افرادی که چنین اعتقادی داشته باشند، بسیار کم هستند.

نگاه سوم: ذات‌انگار

این افراد، اعتقاد دارند فناوری، دارای ذاتی نفوذکننده است؛ به این معنا که ذات فناوری، تنها در هدفی که برای آن ساخته شده است، نفوذ دارد؛ مانند تلویزیون که ذات‌انگاران معتقدند تلویزیون برای سرگرمی مردم ساخته شده است و هنوز هم برای سرگرمی به کار می‌رود. چنانچه فناوری متحول شود، امورات سیاسی و اجتماعی نیز متحول می‌شوند و ذات فناوری تحول را ایجاد می‌کند. ابزارانگاران معتقدند کنترل تلویزیون در اختیار شماست و می‌توانید هر شبکه‌ای، اعم از شبکه‌های ورزشی، اقتصادی و یا سینمایی را تماشا کنید و شما هستید که تعیین می‌کنید کدام شبکه را مشاهده کنید. بنابراین، می‌توانید با استفاده از ابزار، فرهنگ‌سازی کنید؛ اما ذات‌انگاران می‌گویند تلویزیون، وسیله‌ای است که برای سرگرمی ساخته شده و عموم مردم به عنوان سرگرمی از آن استفاده می‌کنند. جبرانگاران نیز می‌گویند وقتی تلگرام اختراع شد، آرام‌آرام فناوری‌های دیگر مانند: رادیو، تلویزیون،

سینما و فضای مجازی ایجاد می‌شود و ما اسیر جبر فناوری هستیم.

نگاه چهارم: ارزش‌انگار

این نگاه، معتقد است فناوری دارای ارزش‌های تغییرپذیر است. نگاه ذات‌انگار، فناوری را غیرقابل تغییر می‌داند. نگاه ابزارانگار نیز فناوری را بدون هویت و ارزش می‌داند؛ اما این نگاه، معتقد است ابزار دارای ارزش‌های قابل تغییر است و انسان با توجه به محدودیت‌های تکنیکی و فیزیکی، می‌تواند کارکردهایی را برای ابزار تعیین کند.

ابزارانگار می‌گوید هر ابزاری را می‌توانیم در هر جهتی استفاده کنیم؛ اما ارزش‌انگاری معتقد است هر ابزاری، برای کاری مشخص ساخته شده است. ذات‌انگار نیز همین عقیده را دارد؛ اما ارزش‌انگار معتقد است که ذات و جهت فناوری، قابل تغییر است و انسان قادر به جهت‌دهی به ابزارهاست.

تمامی این چهار نگاه، نکات صحیح و غلطی دارند و از منظر کلی، تمامی آنها، ناقص‌اند. ما با تمام این نگاه‌ها اختلاف نظر داریم. البته در این میان، بهترین نگاه را ارزش‌انگاری دارد که نزدیک‌ترین نگاه به دیدگاه ماست؛ ولی در کل، نگاه ما، با این نگاه‌ها متفاوت است.

نقد نظریات فرهنگ فناوری و فلسفه

فناوری

این نگاه‌ها، بین فناوری و محصول آن، تمایز قائل نمی‌شوند؛ مانند مسئله هسته‌ای که در آن، برق هسته‌ای و بمب هسته‌ای وجود دارد که دو نوع محصول کاملاً متفاوت هستند. یا فناوری شیمی که در آن هم داروی شیمی درمانی وجود دارد و هم مواد مخدر که با یکدیگر کاملاً متفاوت‌اند. نمی‌توانیم بگوییم چون بمب هسته‌ای وجود دارد، به‌طورکلی،

با انرژی هسته‌ای مخالف هستیم؛ بلکه باید خود فناوری را قضاوت کنیم و بعد بین محصولات آن تفکیک قائل شویم. مشکل این تفکرات، آن است که با عوامل مؤثر در به‌کارگیری فناوری‌ها بیگانه هستند. ابزارانگاره‌ها، در بین عوامل مختلف، فقط انسان را می‌بینند. جبرانگاره‌ها و ذات‌انگاره‌ها، نیز فقط ابزار را دیده و انسان را به هیچ می‌گیرند. ارزش‌انگاره‌ها هم انسان و هم ابزار را در نظر می‌گیرند. آنها بازیگران مرتبط با فناوری و ابعاد گوناگون آن را می‌بینند.

خوب است بدانیم که شش عامل مؤثر بر فرهنگ فناوری، عبارت‌اند از: ساختار فناوری، فرآیند و شیوه توزیع فناوری، قوانین و مقررات مرتبط با فناوری، محتوا و موضوع فناوری و کاربر فناوری. این چهار نگاه، یا ساختار را می‌بینند و یا کاربر را مورد توجه قرار می‌دهند؛ اما مدیریت، فرآیند، قوانین و محتوا را نمی‌بینند.

مدیریت فناوری

یکی از وجوه تفاوت فناوری‌ها، مدیریت است. گاهی مدیر فناوری، همان کاربر فناوری است؛ مانند چاقویی که در دست ماست. دسته دوم، ابزارهایی است که کاربر

به همراه شخص دیگری همراه با یکدیگر، آن را مدیریت می‌کنند؛ اما استقلال عمل، در اختیار به‌کاربرنده ابزار است. دسته سوم، ابزارهایی است که کاربر تلقی مدیریت بر ابزار را دارد؛ مثل چاقو یا اسلحه است که کاربر، مدیر آن و تعیین‌کننده نحوه استفاده از آن است. مثال دیگر، قلم و چیزی است که با آن می‌نویسیم. مثال نوع دوم، هواپیماست که کاربر اول آن، خلبان است و کاربر دوم آن، برج مراقبت است و استقلال عمل با خلبان است؛ اما علاوه بر خلبان، برج مراقبت نیز در راهبری هواپیما دخالت دارد و در صورت اشتباه برج، امکان تصادف میان دو هواپیما وجود دارد. مثال دیگر، دیده‌بانی است که آتش یک خمپاره‌انداز را هدایت می‌کند و یک سرباز نیز مسئولیت شلیک خمپاره‌انداز را به عهده دارد که مدیر مستقل، سرباز است. مثال دیگر، کشتی است که کاربر اول آن، ملوان است و کاربر دوم نیز برج مراقبت ترافیک دریایی است.

دسته چهارم، کسانی هستند که توهم مدیریت دارند؛ مانند خودرو و آموزش رانندگی. ما معتقدیم مدیر متوهم، کارآموز است؛ چراکه مسیر حرکت را مربی تعیین می‌کند و همچنین، هر زمان مربی اراده کند،

حرکت خودرو را متوقف می‌کند؛ اما چون فرمان و پدال و دنده در اختیار شاگرد قرار دارد، برایش توهم هدایت خودرو و مدیریت آن پیش می‌آید. در بازی‌های ویدیویی، تفکر رایج بین کارشناسان، بازی تعاملی است؛ مانند بازی‌هایی که سبک آن جهان آزاد (world open) است. بازی جی. تی.ای (GTA)، محبوب‌ترین بازی در ایران و جهان است که یک شبیه‌ساز زندگی است. در مدرسه‌ای از نوجوانان سؤال کردم: چرا این بازی را دوست دارید؟ یکی از آنها گفت: چون جهان آزاد است و هرکاری که خواهیم، می‌توانیم انجام بدهیم. من گفتم این، فوق‌العاده است؛ چراکه خدا هم جهان را همین‌طور آفریده است؛ اما آیا شما در این بازی می‌توانید نماز بخوانید؟ آیا می‌توانید روزه بگیرید یا صدقه بدهید؟ آیا می‌توانید دست پدر و مادرتان را ببوسید؟ در فضای خارج از اسلام، آیا در این بازی می‌توانید دست یک پیرمرد را گرفته و او را از خیابان عبور بدهید؟ آیا در این بازی امکان انجام کارهای خیر وجود دارد؟ گفتند: خیر.

این چه نوع آزادی است که شما می‌توانید در این بازی قتل انجام بدهید، دزدی کنید یا آدم‌ربایی کنید و یا هر عمل خلاف شرع را

از نقاط ضعف فضای مجازی، بهره‌مندی حداقلی از احساسات و تهی بودن از تجلیات زمانی و مکانی است. در دنیای واقعی، نماز خواندن در مسجد یا محل دیگر، به لحاظ اجر متفاوت است. این، یک تجلی مکانی است؛ اما در فضای مجازی، از این دست تجلیات وجود ندارد. در فضای مجازی، احساساتی مانند حس لامسه یا شامه، قابل انتقال نیست. فضای مجازی، تمرکززدایی دارد



انجام دهید؟ بنابراین، ما در زمین سازندگان این بازی، مشغول بازی هستیم. اوست که قاعده بازی را چیده و ما سناریوی او را تکمیل می‌کنیم. البته در برخی بازی‌ها، چند سناریوی پایانی قرار داده‌اند تا توهم انتخاب را برای کاربر ایجاد کنند. مثال دیگر، شبکه‌های اجتماعی است که کاربر، مدیر متوهم است و مدیر واقعی، گرداننده شبکه اجتماعی است.

تفاوت دسترسی

اگر در یوتیوب کلمه «پیامبر اسلام» را بنویسیم، با چه پاسخی مواجه می‌شویم؟ مبنای ایجاد فهرست فیلم‌های پیشنهادی توسط مدیر یوتیوب چیست؟ تعداد بازدیدکننده، تاریخ بارگذاری، حروف الفبا، تاریخ ساخت فیلم‌ها، کلمات کلیدی، تبلیغات و تجارت، می‌تواند از جمله دلایل فهرست کردن فیلم‌های پیشنهادی باشند؛ اما در پاسخ فیلم درباره پیامبر اسلام (ص)، هیچ‌یک از این ملاک‌ها معتبر نیست؛ بلکه اولین فیلم با حرف ت، فیلم دوم با حرف پ، فیلم بعدی با حرف س، فیلم بعدی با حرف پ و فیلم بعدی با حرف میم آغاز شده است؛ یعنی فیلم‌ها بر اساس حروف الفبا فهرست نشده‌اند. همچنین، فیلم اول ۵۵ دقیقه، فیلم دوم ۵۳ دقیقه، فیلم سوم یک دقیقه، فیلم بعدی ۵۳ دقیقه و... بنابراین، مطابق زمان فیلم هم نیست. به‌علاوه، فیلم اول مربوط به یک سال قبل، فیلم بعد مربوط به ۵ سال قبل، فیلم بعدی مربوط به ۴ سال قبل و... است؛ یعنی مربوط به زمان ساخت فیلم هم نیست. همچنین، فیلم اول ۴۷۰ هزار بازدید، فیلم دوم ۴۷ هزار، فیلم سوم ۳۹ هزار و... داشته‌اند. بنابراین، پیشنهادات بر اساس تعداد بازدید هم نیست. موضوع این فیلم‌ها نیز همگی علیه پیامبر اسلام است.

موضوع جالب اینجاست که اگر هر کدام از

مانند: شیعه، عاشورا، اهل سنت و یا ولایت فقیه را جست‌وجو نمایید و نتایج را با یکدیگر مقایسه کنید. خواهید دید که نتایج، یکسان هستند.

در جست‌وجوی واژه «اهل سنت» نیز تصاویر ارائه‌شده، لباس‌های سفید و صفوف نماز جماعت است؛ چنان‌که در جست‌وجوی انگلیسی «اهل سنت» نیز صفوف منظم نماز جماعت و نظم و ترتیب ارائه می‌شود. حال، به جای عبارت انگلیسی «سنی مُسلم»، عبارت «شیعی مُسلم» را جست‌وجو کنید؛ نتایج این کاوش، عبارت خواهند بود از: شمشیر، زن زنجیرشده، قمه‌زنی، زنان سبزپوش غمگین، مادری که کودک خود را قمه می‌زند و... . حال، به صورت فارسی جست‌وجو کنید: «شیعیان». باز هم نتایج عبارت‌اند از: داعش، قمه‌زنی و... ؛ یعنی در جست‌وجوی کلماتی مانند شیعه، ملاک تغییر می‌کند. تفاوت کاربر با مدیر این شبکه‌های اجتماعی، آن است که مدیر، انتخاب می‌کند کدام نتایج در بالای فهرست قرار بگیرد. از این‌رو، وقتی مردم جهان کلمه «شیعه» را به زبان انگلیسی جست‌وجو می‌کنند، به همه آنها تصاویر قمه‌زنی را نمایش می‌دهند. از آنجاکه در دنیا گرایش

ما این موضوع را جست‌وجو کنیم، نتیجه، یکی است. پس، پیشنهادات بر اساس شخصیت‌شناسی کاربران هم نیست. همچنین، پیشنهادات بر اساس مکان زندگی کاربران هم نیست. از این‌رو، برخلاف تصور عمومی، ملاک‌های دیگری برای پیشنهاد فیلم توسط مدیر یوتیوب وجود دارد.

اگر ما در تصاویر گوگل کلمه «عاشورا» را به زبان فارسی جست‌وجو کنیم، چه تصویری ارائه می‌شود؟ پاسخ تصاویر بنری با پس‌زمینه رنگ‌های قرمز و مشکی و زرد پُررنگ خواهد بود. تصاویر ارائه‌شده برای همه کاربران، مشترک است. ارائه نتایج بر اساس شخصیت و مکان زندگی کاربر و... نخواهد بود. حال، اگر واژه «عاشورا» را به زبان انگلیسی جست‌وجو کنید، تصویری مانند قمه‌زنی و خون ارائه می‌شود. اگر نتایج بر اساس شخصیت بود، تصاویر یکسان نبودند؛ چراکه آنها در مسائل مبنایی و استراتژیک و مبنای ایدئولوژیک، خطوط قرمزی دارند؛ درحالی‌که در برخی موارد از جمله اسلام، تمامی ملاک‌ها را کنار گذاشته و آنچه را دوست دارند، ترویج و ارائه می‌کنند. در اینستاگرام نیز این اتفاق رخ می‌دهد. می‌توانید واژه‌های استراتژیک



در فضای مجازی، چه اتفاقی رخ داده است؟ معمولاً شاخصه‌های تولید رعایت نمی‌شوند. برخی از محصولات برای نقض قانون ایجاد شده‌اند و بعضی محصولات نیز برای رفع نیاز حقیقی بشر نیستند؛ مانند نرم‌افزارهای دسترسی به محتوای فاسد. ماهیت برخی از محصولات، برای بشر ضرر دارد؛ مانند امواج تلفن همراه. همچنین، شاخصه توزیع نیز رعایت نشده و تلفن همراه در اختیار همگان قرار داده می‌شود



آنها با اینستاگرام و امثال آن متفاوت است؛ اما ساختار به گونه‌ای است که نتیجه، همان خواهد بود.

علوم انسانی

بشریت، نیازمند عبادت خداوند است و علوم انسانی اسلامی شما را به خدای واقعی می‌رساند. علوم انسانی، نیاز و شیوه پاسخ نیازها را ارائه می‌دهد؛ اما علوم انسانی مبتنی بر غرب، نتیجه دیگری می‌دهد. علوم انسانی شرک‌آلود، مانند آتئیست نیز خدا را نفی می‌کند. وقتی علوم انسانی شیوه پاسخ به نیاز را برای شما ایجاد کرد، شما فناوری را ایجاد می‌کنید.

علوم انسانی، نیازسازی می‌کند و قادر است نیاز غیرواقعی را به جای نیاز اصلی معرفی کند تا برای آن فناوری ایجاد کنید. خود نیاز نیز مؤثر است. نیاز مخصوص کفار، مسائلی مانند شراب‌خواری است که برای آن، دستگاه تولید شراب ایجاد می‌شود. از نیازهای مخصوص مسلمانان نیز نماز است که باعث تولید قبله‌نما می‌شود. بنابراین، نیاز ما در تولید فناوری است. آبیاری قطره‌ای، بر مبنای نیاز به غذا و کشاورزی ایجاد شده

برای شخم زدن مناسب نیست. همچنین، نمی‌توانیم با تراکتور مسافران را مانند اتوبوس جابه‌جا کنیم؛ چون برای این کار طراحی نشده است.

در مثال چاقو نیز می‌توانیم این حرف را بزنیم. انواع مختلفی از چاقو مانند: چاقوی بزرگ، چاقوی میوه‌خوری، چاقوی جراحی، کارد پنیر، کار موکت‌بری و... وجود دارد که همگی آنها دارای دو قسمت تیغه و دسته هستند؛ اما با عوض شدن هیئت هر چاقو، کاربرد آن نیز متفاوت می‌شود. نمی‌توانیم با شمشیر، میوه پوست بکنیم. همچنین، با تبر نخواهیم توانست عمل جراحی انجام بدهیم. بنابراین، ساختار فناوری، در نوع استفاده ما مؤثر است؛ اما باید توجه داشته باشیم، اینکه اگر به جای تلگرام نرم‌افزار دیگری طراحی کنیم، به دلیل اینکه ذات شبکه‌های اجتماعی اعتیادآور است، فایده‌ای نخواهد داشت؛ چراکه ساختار شبکه‌های اجتماعی، این‌گونه هستند. بنابراین، حتی اگر اینستاگرام ایرانی و اسلامی هم بسازیم، نتیجه آن، فساد و فحشا خواهد بود. می‌توانید محیط نرم‌افزارهایی مثل رویکا را ببینید. مدیریت محیط این نرم‌افزارها، در اختیار شرکت‌های ایرانی است و قطعاً محیط

به اسلام وجود دارد، در جست‌وجوی تصاویر مربوط به اهل سنت، مسائلی مانند لباس‌های سفید و صفوف منظم نماز جماعت را ارائه می‌کنند. مدیر یوتیوب می‌تواند دسترسی به محتوای ارائه‌شده توسط شما را قطع کند. باید توجه کنیم که کنترل این شبکه‌ها، توسط مدیر آنهاست و کاربران نقشی در آن ندارند. بنابراین، در فناوری اطلاعات، مدیریت مؤثر است.

ساختار فناوری، در نوع به‌کارگیری ابزار، مؤثر است؛ مثلاً تراکتور، اتوبوس، خودروی سواری و...، عنوان همه آنها خودرو است؛ درحالی‌که کاربری آنها، بسیار متفاوت است. وقتی ساختار خودرو متفاوت می‌شود، نوع استفاده از آن نیز متفاوت می‌شود. لوازم مشترک تمامی خودروها عبارت‌اند از: موتور، شاسی، باطری، چرخ، فرمان، شیشه، آینه و...؛ اما با تغییر ساختار خودرو، نوع استفاده از آنها تغییر می‌کند. ابزارانگاره‌ها، ابزار را فاقد هویت می‌دانستند. مثال آنها این است که ما می‌توانیم با استفاده از اتوبوس، زمین زراعی را شخم بزنیم؛ اما باید پرسید کارکرد و کارایی این وسیله، در شخم زدن چگونه است؟ مشخص است که اتوبوس، مربوط به حمل‌ونقل مسافر است و ساختار آن،



آیا طلبه‌ای که درس خارج می‌خواند، به اینستاگرام احتیاج دارد؟ چرا همه افشار جامعه باید در اینستاگرام یا تلگرام حضور داشته باشند؟ همچنین، محدودیت مصرف برای کاربران تعیین نشده است. پس، علاوه بر ساختار و مدیریت، فرآیند توزیع نیز بسیار مهم و مؤثر است.

متأسفانه، مسئولان، استانداردهای تولید و توزیع را رها کرده، تنها به فرهنگ‌سازی، آن هم فقط در حرف، بسنده کرده‌اند. قوانین و مقررات نیز بسیار اهمیت دارد. قواعد مدیریت اینترنت، مانند: پایش اطلاعات، رمزنگاری اطلاعات، توسعه پژوهش و امثال آن، مربوط به حکومت است؛ اما قوانینی همچون قانون کاربری، مربوط به ماست.

آقای سیاوش میرشمس شهشانی قائم مقام سابق پژوهشگاه بنیادی، در مصاحبه‌ای می‌گوید: «وقتی عضویت ما را تصویب کردند، یعنی در اوایل دهه هفتاد که قرار شد اینترنت وارد ایران شود، یک بند جدید هم به تعهدات اعضا اضافه کردند و آن اینکه از شبکه برای تبلیغات مذهبی استفاده نشود و این را امضا کرده‌ایم» (شهشهانی، ۱۳۸۵).

آن زمان، مسئولان فکر نمی‌کردند اینترنت به اینجایی برسد که امروزه وجود دارد و گمان می‌کردند اینترنت تنها شامل حروفی سیاه بر صفحه‌ای سفید است و خبری از فیلم و عکس و... نخواهد بود.

برای نصب نرم‌افزار موبایلی گوگل پلی، در مجوز نصب می‌بینید که برای هر مطلب، توضیحی ارائه می‌شود؛ مانند اجازه دانلود فایل‌ها بدون نمایش اعلان به کاربر. این مسئله، مکان شما را تشخیص می‌دهد؛ یعنی وقتی وایرلس گوشی شما روشن باشد، در برخورد سیگنال‌ها و یا با آنتن دادن، مکان شما مشخص شود. اجازه داده می‌شود با استفاده از سخت‌افزار بیومتریک با استفاده از

حالت، چنانچه شاخصه‌های مصرف رعایت شود، یک فناوری دارای استفاده صحیح خواهد بود. چاقوی میوه‌خوری برخلاف قمه، برای نقض قوانین بشری تولید نشده است؛ بلکه برای رفع نیاز حقیقی بشر تولید شده و ماهیت آن، برای بشر ضرر ندارد. بنابراین، تولید آن، خوب است. در توزیع چاقو، آن را در اختیار کودکان، جنایتکاران و یا دیوانگان قرار نمی‌دهند. انواع چاقو، برای مصارف مختلف ایجاد می‌شود؛ حال، اگر قوانینی ایجاد شد که گفته شود حمل چاقو جرم است و والدین نیز بر استفاده از فرزندانشان از چاقو نظارت کنند، در نتیجه، از چاقو در جامعه استفاده صحیح صورت خواهد گرفت. از این‌رو، هرکالایی برای همگان تولید نمی‌شود. امروزه، عموم مردم از چاقو استفاده صحیح دارند.

اما در فضای مجازی، چه اتفاقی رخ داده است؟ معمولاً شاخصه‌های تولید رعایت نمی‌شوند. برخی از محصولات برای نقض قانون ایجاد شده‌اند و بعضی محصولات نیز برای رفع نیاز حقیقی بشر نیستند؛ مانند نرم‌افزارهای دسترسی به محتوای فاسد. ماهیت برخی از محصولات، برای بشر ضرر دارد؛ مانند امواج تلفن همراه. همچنین، شاخصه توزیع نیز رعایت نشده و تلفن همراه در اختیار همگان قرار داده می‌شود.

سهولت دسترسی

استعداد تلفن همراه در دیدن محتوای نامناسب، بهتر از کامپیوتر است؛ زیرا کم‌حجم است و در هر زمان و مکانی قابل استفاده است. از اینترنت پُرسرعت بهره می‌برد و یک محیط خصوصی و خلوت محض است. به‌هرحال، قابلیت حمل، در ابزارهای ارتباطی، مؤثر است؛ اما برای انجام کارهای پژوهشی و مقاله‌نویسی، کامپیوتر مستعدتر از تلفن همراه است؛ چراکه دارای صفحه‌کلید و صفحه نمایش بزرگ است و قابلیت نصب نرم‌افزارهای بزرگ را دارد. همچنین، سهولت دسترسی به شبکه نیز امکان استفاده مناسب یا نامناسب را بالاتر می‌برد. بنابراین، سهولت دسترسی نیز در ساختار، مؤثر است.

اصول تولید، توزیع و مصرف

اگر شاخصه‌های تولید رعایت شود، یعنی تولید با هدف نقض قانون نباشد و برای رفع نیاز حقیقی بشر ساخته شده باشد و ذاتاً برای بشر مضر نباشد و استانداردهای تولید رعایت گردد، لازم است در توزیع آن نیز دقت شود؛ یعنی ابزار در اختیار همگان قرار نگیرد و متناسب با نیاز به کاربر ارائه شود و محدودیت مصرف و قوانین آن نیز تبیین شود. در این

