

تجارت الکترونیک از دیدگاه فلسفه تکنولوژی

سیدمحمد رضا امیری طهرانی*

چکیده

در آغاز، با اشاره به تعاریف و تحلیل‌هایی که فیلسوفان تکنولوژی، همچون مارتین هایدگر، ماریو بونگ، و استفان کلاین از مفهوم فناوری به دست داده‌اند، نحوه انطباق این تعاریف با مفهوم تجارت الکترونیک تحلیل می‌شود. سپس، با مرور آرای مارتین هایدگر، کارل مارکس، ژاک الو، دونالد مک‌کنزی، هانس یوناس، و اندرو فینبرگ که درباره الزامات تمدن تکنولوژیک در فلسفه تکنولوژی مطرح است، محدودیت‌هایی را که تجارت الکترونیک بر افراد و جامعه تحمیل می‌کند، تجزیه و تحلیل می‌شود. این الزامات، به‌طور طبیعی، مسئله رابطه اخلاق و تکنولوژی را پیش می‌کشد. در این نوشتار، نسبت اخلاق و تکنولوژی از سه جهت بررسی می‌شود؛ هدف‌گذاری، راه‌ها و وسایل رسیدن به هدف، و عوارض تکنولوژی. سپس ویژگی مجازی و فراواقعیت تکنولوژی پست‌مدرن بررسی و از این منظر عوارض و پیامدهای تجارت الکترونیک برای هویت افراد و سنت‌های جامعه واکاوی می‌شود.

کلیدواژه‌ها: تجارت الکترونیک، تکنولوژی، فراواقعیت، اخلاق، هویت، هایدگر، بورگمان.

تکنولوژی تجارت الکترونیک

پرسش نخست این است که تجارت الکترونیک به چه معنایی تکنولوژی محسوب می‌شود. این پرسش در راستای توضیح چیهستی تجارت الکترونیک است. تکنولوژی معمولاً به صورت یک فرآورده یا محصول نو و مبتنی بر یافته‌های جدید علمی تصور می‌شود. این

* عضو هیئت علمی پژوهشگاه مطالعات تطبیقی اقتصاد، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی Amiri@ihcs.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۵/۴، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۸/۲۳

در حالی است که ماریو بونگ تکنولوژی را محصول نهایی صرف نمی‌داند، به نظر وی، تکنولوژی شامل ممارست‌های تکنیکی نیروهای ماهر، مدیران، متخصصان مالی، و حتی معلمان و نظامیان نیز می‌شود (Bunge, 2004: 174). از آن‌جا که تجارت الکترونیک، علاوه بر استفاده از محصولات نهایی جدید، همچون رایانه‌ها، سخت‌افزارها، نرم‌افزارها، شبکه‌ها و اینترنت از مهارت‌ها و تکنیک‌ها نیز بهره می‌گیرد، مفهوم تکنولوژی از حیث شامل بودن تکنیک‌ها و ممارست‌های تکنیکی بر تجارت الکترونیک قابل اطلاق است. ماریو بونگ در بازشناسی شاخه‌های تکنولوژی از چهار گروه یاد می‌کند. یکی از این گروه‌ها گروه اجتماعی است که شامل اقتصاد، مدیریت، و تحقیق در عملیات می‌شود (ibid: 173). بنابراین، تجارت الکترونیک به عنوان یکی از موضوعات اقتصادی در طبقه‌بندی بونگ از تکنولوژی قرار می‌گیرد.

استفان کلاین در تعریف خود از تکنولوژی، ضمن یادآوری این‌که از واژه تکنولوژی برای اشاره به اشیاء، کنش‌ها، رویه‌ها، روش‌ها، و سیستم‌ها استفاده می‌شود، کاربرد این واژه را به مفهوم سیستم اجتماعی - تکنیکی در دو وجه «ساخت» و «کاربرد» مورد بحث قرار می‌دهد. به نظر کلاین، انسان آموخته است که ظرفیت‌های عضلانی، احساسی، و ذهنی خود را از طریق استفاده از سیستم‌های اجتماعی - تکنیکی از نظر کمی و کیفی به طور گسترده‌ای افزایش دهد. بدون سیستم اجتماعی - تکنیکی کاربرد، صرف تولید سخت‌افزار هیچ هدف و غایتی نخواهد داشت. در واقع این سیستم اجتماعی - تکنیکی کاربرد است که هدف‌ها را تعریف می‌کند. سیستم اجتماعی - تکنیکی ساخت و کاربرد روی هم رفته شالوده و پایه‌های مادی همه جوامع انسانی را در گذشته و حال تشکیل داده‌اند. سیستم اجتماعی - تکنیکی کاربرد، سیستمی است که ترکیبی از سخت‌افزارها و انسان‌ها (و همچنین عناصر دیگر) را به خدمت می‌گیرد تا وظایفی را به منظور افزایش ظرفیت‌های انسان به انجام رساند؛ وظایفی که انسان بدون کمک این سیستم‌ها نمی‌تواند انجام دهد (Kline, 2004: 210-211).

بر اساس تقسیم‌بندی کلاین، اطلاق واژه تکنولوژی به تجارت الکترونیک، از حیث سیستم اجتماعی - تکنیکی کاربرد است. تجارت الکترونیک به مثابه یک سیستم کاربرد از یک سو شامل مجموعه‌ای از تکنیک‌ها و سخت‌افزارها همچون رایانه‌ها و شبکه جهانی اینترنت است، و از سوی دیگر شامل مجموعه‌ای از مهارت‌های انسانی و روابط اجتماعی همچون قراردادهای الکترونیک، پرداخت‌های الکترونیک، و گمرک الکترونیک است. از رهگذر تجارت الکترونیک محصولات ساخته شده، با هدف سود یا مصرف، مطابق الگوهای

تجاری دادوستد می‌شوند. تجارت الکترونیک به‌عنوان یک سیستم اجتماعی - تکنیکی کاربرد، ظرفیت‌های انسانی را از نظر سرعت عمل، آزادی و تنوع انتخاب، افزایش بازه زمانی دادوستد، کاهش هزینه‌ها، و افزایش کارایی توسعه می‌دهد.

کلاین، با کاربرد واژه تکنولوژی به مفهوم سیستم اجتماعی - تکنیکی، فرایند اجتماعی و انسانی تکنولوژی را برجسته می‌کند. و بدین ترتیب مانع از آن می‌شود که غلبه ظاهر مادی و تکنیکی تکنولوژی، ابعاد اجتماعی و انسانی آن را چه در مراحل ساخت و چه در مرحله کاربرد پنهان دارد. همین نکته به‌نحو دیگری در بیان بونگ نیز هنگامی که از شامل بودن مفهوم تکنولوژی بر ممارست‌های تکنیکی نیروهای ماهر حتی معلمان و نظامیان سخن می‌گوید، دیده می‌شود. حال می‌توان پرسید که آیا لحاظ‌شدن وجه اجتماعی و انسانی در مفهوم تکنولوژی نوین، ضرورتاً به‌معنای انسان‌مدار بودن تجارت الکترونیک است؟

پاسخ هایدگر به این پرسش منفی است؛ چراکه مارتین هایدگر معتقد است که برخلاف تجارت سنتی و دادوستدهای معمول گذشته، تکنولوژی مدرن به‌سبب پیچیدگی‌هایش از جمله تجارت الکترونیک، نمی‌تواند نمونه‌ای صرف از تکنولوژی ابزاری و انسان‌مدار تلقی شود (هایدگر، ۱۳۷۳: ۱). خرید و فروش از طریق تجارت الکترونیک نیازمند امکانات و مهارت‌هایی همچون کار با رایانه، اینترنت، و کارت‌های اعتباری الکترونیک است، که لزوماً این امکانات برای همه‌کس فراهم نیست و این مهارت‌ها به‌سادگی برای همگان قابل فراگیری نیست. این درحالی است که دادوستد در گذشته اساساً ابزار یا روشی ساده به‌منظور تأمین نیازهای انسان بود که به دور از هرگونه پیچیدگی برای همگان مفهوم و میسر بود. بنابراین، درحالی که تکنولوژی در گذشته وسیله و فعالیت انسانی محسوب می‌شد، تجارت الکترونیک را نمی‌توان فعالیت انسانی و ابزاری در خدمت اهداف وی به‌شمار آورد.

حال اگر تجارت الکترونیک فعالیت انسانی و ابزاری در خدمت اهداف وی به‌شمار نمی‌رود، ماهیت تجارت الکترونیک به‌مثابه نمونه‌ای از تکنولوژی نوین چیست؟ به‌نظر هایدگر، تکنولوژی جدید یک وسیله صرف نیست، بلکه نحوی انکشاف در ساحت حقیقت است. انکشافی که در تکنولوژی جدید حاکم است، خود را در فراآوردن به‌معنای پوئیسیس محقق نمی‌سازد، بلکه نوعی تعرض (herausfordern) به طبیعت است. تعرض به طبیعت، به‌منظور استخراج و ذخیره‌کردن منابع، به دو معناست: یکی حبس و

عرضه کردن انرژی، و دیگر این که اصرار به پیشبرد امر دیگری دارد؛ یعنی این که جهت آن به حداکثر رساندن بازدهی هم‌زمان با حداقل رساندن هزینه معطوف است (همان: ۸-۱۰). اکتشاف و حبس کردن، تغییر شکل دادن، انبار کردن، توزیع کردن، و تغییر مدار همگی صورت‌های مختلف انکشاف‌اند. عدم استتاری که خاص امر حاصل از این دریافتان تعرض آمیز است حالت آماده‌باشی است تا در همه‌جا، همه‌چیز بلافاصله مهیا شود و هر زمان که لازم است از نو سفارش داده شود. این انضباط، ثباتی منحصر به خود دارد. منبع ثابت یا ذخیره ثابت بر نحوی دلالت دارد که از طریق آن، همه امور که دستخوش انکشاف تعرض آمیز می‌شوند، حضور می‌یابند (همان: ۱۱-۱۲).

به نظر هایدگر، تکنولوژی و از آن جمله تجارت الکترونیک وسیله‌ای برای فرآوری نیست که انسان‌ها از طریق آن خواسته‌ها و آرزوهایی که در سر دارند، را محقق سازند، بلکه تمهیدی است برای تعرض به طبیعت که زمینه استخراج و ذخیره کردن منابع را فراهم می‌کند. نحوه انکشافی که به دلیل تعرض به طبیعت از رهگذر تجارت الکترونیک حاصل می‌شود عبارت است از: سیال شدن منابع و اعتبارات اقتصادی در سراسر بازارهای مالی جهان و امکان تمرکز یافتن آن در هر بازار (یک پارچگی مالی)، تغییر شکل دادن سریع اوراق بهادار، سهام و پول به یکدیگر، انباشت شدید سرمایه و تأمین نقدینگی، جابه‌جایی سریع پول و اعتبارات از راه پرداخت الکترونیک، تغییر شکل خط‌های تولید و نظم‌بخشی مجدد آن با پراکندگی‌های جهانی (یک پارچگی تولید) و حذف موانع و تعرفه‌های گمرکی و مرزهای تجاری (یک پارچگی تجاری). آنچه از این نحوه انکشاف حاصل می‌شود انضباط و آماده‌باش همه منابع طبیعی و از آن جمله نیروی کار به‌عنوان ذخایر ثابت است. این تعرض به طبیعت و آماده‌باش ذخایر ثابت معطوف به هدف به‌حداکثر رساندن کارایی و به‌حداقل رساندن هزینه است که این دو به حداکثر رساندن سود کمک می‌کنند.

هایدگر آن ندای متعرضی را که آدمیان را گرد می‌آورد تا امر از خود کشف‌حجاب‌کننده را همچون منبع ثابت انضباط بخشد، گشتل (gestell) (یا اسکلت‌بندی، چهارچوب‌بندی، شبکه‌بندی) می‌خواند. گشتل به‌معنای آن امر گردآورنده تعرض‌آمیزی است که انسان را مخاطب قرار می‌دهد، و به معارضه می‌خواند، تا امر واقع را به‌نحوی منضبط به‌منزله منبع ثابت منکشف کند. در گشتل آن عدم استتاری رخ می‌دهد که در انطباق با آن، تکنولوژی جدید با کار خود امر واقع را همچون منبع ثابت منکشف می‌کند. بنابراین، این کار نه صرفاً فعالیتی انسانی است و نه این که وسیله‌ای صرف در قالب آن فعالیت (همان: ۱۴-۱۶).

ظاهراً، به حداکثر رساندن سود در تجارت الکترونیک همان ندای تعرض آمیزی است که آدمی را فرامی‌خواند تا منابع طبیعی را به مثابه منبع ثابت انضباط بخشد، به حداکثر رساندن سود، انسان را مخاطب قرار می‌دهد تا منابع طبیعی را به نحوی نظم ببخشد که همواره به صورت منابع آماده و ذخایر ثابت در دسترس باشند. بنابراین، در به حداکثر رساندن سود آن عدم استتاری رخ می‌دهد که بر اساس آن، تجارت الکترونیک با کار خود، امر واقع را به عنوان منبع ثابت منکشف می‌کند. بنابراین، نظم‌بخشی به منابع طبیعی همچون ذخایر ثابت نه صرفاً فعالیت انسانی به شمار می‌رود و نه وسیله‌ای برای هدفی انسانی؛ زیرا انضباط‌بخشیدن به منابع طبیعی به عنوان منبع ثابت نه خود فعالیت انسانی محسوب می‌شود و نه وسیله‌ای برای هدف انسانی دیگر؛ یعنی نه خود یک آرزو و خواسته انسانی است و نه وسیله‌ای که یک آرزو را فرآوری و محقق سازد. از این رو، همچنان که هایدگر یادآور شده است، تکنولوژی یک امر صرفاً ابزاری نیست و تعریف انسان‌مدار تکنولوژی و از آن جمله تجارت الکترونیک اساساً بی‌اعتبار است (همان: ۱۶).

الزامات تجارت الکترونیک

حال اگر تعریف انسان‌مدار تجارت الکترونیک بی‌اعتبار باشد، و حداکثرسازی سود به مثابه آن ندای تعرض آمیز، از انسان دعوت کند تا منابع طبیعی را به نحوی نظم ببخشد که به صورت منابع آماده و ذخایر ثابت در دسترس باشند، این امر چه نسبتی با انسان برقرار می‌کند و چه الزاماتی را بر انسان‌ها تحمیل می‌کند؟

در این باره، ژاک الوال از تکنولوژی به مفهوم یک واقعیت جامعه‌شناختی سخن می‌گوید و واژه تکنیک را چنان به کار می‌برد که به معنای ماشین، تکنولوژی، یا روش‌های دستیابی به هدف نیست. در جامعه تکنیکال، تکنیک به معنای همه روش‌هایی است که به طور عقلانی حاصل آمده و از کارایی مطلق (در هر مرحله‌ای از توسعه) در همه زمینه‌های فعالیت انسانی برخوردار است. از نظر الوال، واقعیت جامعه‌شناختی از جمع و ترکیب کنش‌های فردی تشکیل نمی‌شود. الوال معتقد است که یک واقعیت جمعی جامعه‌شناختی وجود دارد که مستقل از افراد است. تصمیم‌گیری‌های فردی همواره در چهارچوب واقعیت جامعه‌شناختی شکل می‌گیرد که از قبل وجود داشته و کم‌وبیش قطعی و تعیین‌کننده (determinative) است. او تلاش می‌کند که تکنیک را به مثابه یک واقعیت جامعه‌شناختی توصیف کند (Ellul, 2004: 182).

الول مدعی نیست که انسان امروز بیش از گذشته متعین و محدود شده است، بلکه نوع آن را متفاوت می‌داند. انسان اولیه‌ای که گرفتار در منع‌ها، تابوها، و آداب و مناسک بود قطعاً از لحاظ اجتماعی متعین و محدود شده بود. اما متأسفانه این یک توهم بسیار گسترده است که فکر کنیم چون منع‌ها، تابوها، و آداب و مناسک درهم‌شکسته، انسان آزاد گشته است، ما به چیز جدیدی مشروط شده‌ایم که تمدن تکنولوژیک است.

براساس این دیدگاه، گرچه تجارت الکترونیک محدودیت‌های شیوه قدیم دادوستد را از میان برداشته و بر سرعت و آزادی عمل انسان به‌شدت افزوده است، ولی از سوی دیگر الزامات خاص خود را نیز بر آن تحمیل کرده است. چنین الزاماتی ناشی از واقعیت جمعی جامعه‌شناختی تجارت الکترونیک است که فراتر از کنش‌های فردی آحاد جامعه عمل می‌کند. توفیق در تجارت الکترونیک و به‌ویژه الگوی B2B (business to business) مستلزم قابلیت‌هایی چون انعطاف‌پذیری سازمانی، سرعت تغییر، پویایی رقابتی، پویایی مشتری، مخاطره‌پذیری، و جهانی‌شدن است. شرکتی که از این ویژگی‌ها برخوردار نباشد و یا به این الزامات تن ندهد، ناگزیر از میدان رقابت تجاری حذف خواهد شد. از این‌رو با در نظر داشتن این که مکانیزم‌های جامعه‌شناختی همیشه تعیین‌کننده‌های کم‌وبیش مهمی برای فرد هستند، الول مدعی است که ما از یک مجموعه از الزامات (determinant) به مجموعه دیگری منتقل شده‌ایم. فشار این مکانیزم‌ها بسیار زیاد است و در زمینه‌های هرچه گسترده‌تری عمل می‌کند و بیش از پیش عمیقاً در هستی انسان رخنه کرده است (ibid: 184).

در همین زمینه، هانس یوناس بر این باور است که بشر قدرتمند یا انسان شخصیت‌یافته، یک انتزاع است. انسان ممکن است قدرتمندتر شده باشد اما درمورد بشر (انسان‌ها) احتمالاً وضعیت معکوس است، چراکه آن‌ها بیشتر از هر زمان دیگری در وابستگی‌ها گرفتار شده‌اند. اجبار ناشی از این وابستگی‌ها دست‌کم به اندازه جبر طبیعت مقهورناشده است. البته این دو در زنجیره علل خود با هم تفاوت دارند. نحوه کنش نیروهای طبیعت، دورانی است که به‌طور متناوب، کنشی یکسان ایجاد می‌کند درحالی‌که نیروهای تکنولوژی خطی، پیش‌رونده، و تراکمی‌اند که نکبت کار دشوار را با تهدید بحران جدی و احتمال فاجعه جان‌نشین می‌کند. در این صورت، آیا سایه تقدیر بر زندگی انسان پررنگ‌تر نشده و آزادی عمل خودجوش انسان کمتر نشده است، و آیا ظرفیت تصمیم‌گیری انسان به‌علت درهم‌تنیده‌شدن او در اقتدار جمعی، تضعیف نگردیده است (Jonas, 2004: 201). بحران مالی جهان در ۲۰۰۸ پاسخی روشن به این پرسش و گواهی بر گرفتارآمدن بشر در

وابستگی هاست. تجارت الکترونیک، بازارهای مالی جهان را چنان درهم تنیده و یک پارچه کرده است که ناکارآمدی بانک‌های امریکا در پرداخت وام‌های مسکن آثار سوء خود را به سرعت در سایر بازارهای مالی جهان برجای می‌گذارد به نحوی که کمتر کشوری می‌تواند خود را از پیامدهای آن مصون بدارد.

الزامات رهاورد تکنولوژی جدید برای جامعه انسانی چنان آشکار و سهمگین است که برخی اندیشمندان را به نتیجه‌گیری‌های مارکسیستی سوق داده است. لانگدون وینر، در کتاب *تکنولوژی خودمختار*، با تأکید بر تفسیر جبری تکنولوژیک مارکس، بر این باور است که مارکس فکر می‌کرد با تکنولوژی اصلی‌ترین متغیر مستقل و فعال در کل تاریخ را مشخص کرده است. قول به جبریت تکنولوژیک به این معناست که تحول تکنیکی علت تحول اجتماعی است و درحقیقت مهم‌ترین علت تحول اجتماعی است (مک‌کنزی، ۱۳۸۶: ۲۱۸). اما به نظر دونالد مک‌کنزی، این گزاره مستلزم آن نیست که حکم شود «ماشین تاریخ را می‌سازد». این حکم مستلزم دو نکته است؛ نخست این که نیروهای مولد را معادل با تکنولوژی تعبیر کنیم، و دوم این که تحول نیروهای مولد را به عنوان امری مستقل یا لاقابل مستقل از مناسبات تولید تلقی کنیم (همان: ۲۲۰). ویلیام شاو در این خصوص می‌گوید که، از نظر مارکس، نیروهای مولد شامل اموری بیش از ابزارهای ماشینی یا تکنولوژی به معنای محدود کلمه‌اند. درواقع، به نظر می‌رسد که نیروی کار، مهارت‌ها، دانش، تجربه، و غیره، یعنی اموری که به کار امکان می‌دهند تا تولید کند، جزء مهم‌ترین نیروهای مولد به‌شمار می‌آیند. عبارت جبریت تکنولوژیک کژخوانی یا کژنامی است، اما به نظر می‌رسد که مسئله بیش از نوعی کژنامی باشد، زیرا مارکس همواره تأکید می‌کرد که خصوصیت منحصر به فرد کار انسانی، آگاهانه بودن است: فعالیت آگاهانه آزاد، خصلت نوعی بشر است. بشر با کار خود بر طبیعت غیرآلی، خود را به عنوان نوعی آگاه تثبیت می‌کند (همان: ۲۲۱).

اما درباره استقلال تحول نیروهای تولید از مناسبات تولید، در این قول که مناسبات تولید «متناسب» با «مرحله معینی از تحول نیروهای مادی تولید» هستند، کدام مفهوم تعیین مورد نظر است؟ تعیین کردن (bestimmen) که منشأ مفهوم دترمینیسم یا جبریت است دو معنا دارد: یکی ناتوانی در برابر عامل خارجی قسری، و دیگری حدودقائل شدن. به نظر مک‌کنزی، قرائت دوم از مفهوم تعیین کردن با این سخن مارکس سازگارتر است که: افراد خود تاریخ خود را می‌سازند، ولی دقیقاً نه آن‌گونه که خود می‌خواهند؛ آنان تاریخ را تحت شرایط منتخب خود نمی‌سازند، بلکه تحت شرایطی می‌سازند که مستقیماً با آن مواجه

می‌شوند، شرایط معینی که میراث گذشته است. به این ترتیب ادغام نیروی کار در عنوان نیروی تولید به معنای پذیرش عامل انسانی آگاه به عنوان یکی از عوامل تعیین‌کننده تاریخ است: در واقع این افرادند که به اندازه یا حتی بیشتر از ماشین، تاریخ را می‌سازند (همان: ۲۲۲-۲۲۴).

بنابر تعبیری که مک‌کنزی از نظریه مارکس دارد، نیروهای مولد دخیل در تجارت الکترونیک فقط شامل ماشین یعنی وسایلی همچون رایانه‌ها، شبکه‌ها، سخت‌افزارها، و اینترنت نمی‌شود بلکه نیروی کار و متخصصان و همچنین دانش و مهارت‌های آنان را نیز دربرمی‌گیرد. از این رو حتی اگر به الزامات واقعیت جامعه‌شناختی تجارت الکترونیک آن‌چنان‌که بحث کردیم، هم اذعان کنیم، از این الزامات نمی‌توان نتیجه گرفت که ماشین و سخت‌افزار دخیل در فرایند تجارت الکترونیک، مناسبات اجتماعی همچون حقوق و سیاست‌های تجاری را شکل می‌دهد؛ چراکه نیروی کار و دانش و مهارت آن نیز در شکل‌دادن به تکنولوژی تجارت الکترونیک نقش ایفا می‌کند. همچنین بنابر روایت مک‌کنزی از نظریه مارکس، الزامات ناشی از تکنولوژی تجارت الکترونیک برای تحولات اجتماعی از نوع قسری و خارجی نیست، بلکه در حد و اندازه‌ای است که چهارچوب، حدود، و شرایط فعالیت‌های تجاری را تعیین می‌کند. باید اذعان کرد که الزامات ناشی از تکنولوژی تجارت الکترونیک در عصر حاضر چنان است که نه فقط چهره اقتصادی جهان را تغییر داده بلکه به جهانی‌شدن عرصه‌های سیاست و فرهنگ نیز دامن زده است. تجارت الکترونیک موجب تسهیل قوانین و مقررات تجاری و امور گمرکی، کاهش نظام‌مند تعرفه‌ها تا حذف کامل آن‌ها، تسهیل قوانین و مقررات سرمایه‌گذاری خارجی و انتقال اصل و سود آن، آزادسازی جابه‌جایی سرمایه در بازارهای بورس، چندملیتی‌شدن فرایند تولید، امکان‌پذیری عقد قرارداد توسط رایانه، و پرداخت‌های الکترونیک شده است.

با توجه به آنچه گذشت می‌توان نتیجه گرفت که اولاً انسان در ایجاد چهارچوب‌ها و شرایط تجارت الکترونیک نقش داشته است، ثانیاً وی نسبت به تعیین نوع واکنش خود به تکنولوژی تجارت الکترونیک آگاهی دارد. اما مسئله این است که واکنش مناسب به این تکنولوژی کدام است. آیا انسان می‌تواند در برابر تجارت الکترونیک کنج عزلت‌گزیند و خود را از آن مصون بدارد یا این‌که باید آگاهانه به آن تن دهد یا آگاهانه به اصلاح آن برخیزد؟ پاسخ این پرسش از دیدگاه هایدگر پذیرش آگاهانه تجارت الکترونیک است. باتوجه به اذعان هایدگر به تعرض تکنولوژی به طبیعت و فرهنگ انسان‌ها، واکنش او

منفعلا نه به نظر می‌رسد. از دیدگاه او در چنین عالمی، انسان هیچ جایگاه هستی‌شناختی ویژه‌ای ندارد، و فقط یک نیرو در میان نیروهاست. هایدگر به جای یک برنامه‌فعال برای اصلاح، به سازگاری و انفعال فرامی‌خواند که به توسعه بیشتر تکنولوژی مدرن می‌انجامد. او می‌پذیرد که تکنولوژی گریزناپذیر است. اما به نظر هایدگر ما می‌توانیم ضمن این‌که استفاده اجتناب‌ناپذیر از اسباب تکنیکال را تأیید کنیم، حق سلطه بر خودمان را از آن‌ها دریغ کنیم، امری که ماهیت ما را پنهان، سردرگم، و عبث می‌سازد. ما می‌توانیم اجازه دهیم که اسباب تکنیکال وارد زندگی روزمره ما شوند و در همان حال، آن‌ها را خارج از زندگی مان نگاه داریم (Feenberg, 2004: 328).

اندیشه هایدگر درباره چگونگی حل این تناقض‌نما روشن نیست. با ورود تجارت الکترونیک، از زندگی واقعیت‌زدایی می‌شود؛ هویت‌های ثابت از انسان‌ها سلب می‌گردد، و به انسان به مثابه ذخایر آماده نگریسته می‌شود. حال انسان چگونه می‌تواند با وجود گردن‌نهادن به این شرایط به‌طور هم‌زمان از سلطه تجارت الکترونیک خارج شود. شاید مراد او این است که اگر ناگزیریم واقعیت تکنولوژی را به‌عنوان یک نیروی قاهر در زندگی مان بپذیریم، دست‌کم می‌توانیم سلطه آن را به‌عنوان یک ایده غالب بر افکارمان پذیرا نباشیم و بر اضطراری که دچار آنیم، آگاه باشیم.

اخلاق و تجارت الکترونیک

موضوع الزاماتی که تکنولوژی نوین و از آن جمله تجارت الکترونیک برای انسان‌ها ایجاد می‌کند و همچنین ناگزیر بودن آنان در گردن‌نهادن به این الزامات، به‌طور طبیعی مسئله رابطه اخلاق و تکنولوژی را پیش می‌کشد. اخلاقی بودن تکنولوژی را از سه جهت می‌توان بررسی کرد؛ هدف‌گذاری، راه‌ها و وسایل نیل به هدف، و عوارض تکنولوژی. تجارت الکترونیک شرایطی را فراهم می‌کند که امکان دنبال کردن اهداف خیر یا غیرشر را میسر می‌سازد، گرچه امکان تعقیب کردن اهداف شر، کلاه‌برداری‌های اینترنتی از قبیل فروش کالاها و خدماتی که اصولاً واقعیت خارجی ندارند، را نیز متفی نمی‌کند. محیط فراواقعیت تجارت الکترونیک همچنان‌که دادوستد و کسب‌وکار براساس الگوهای چهارگانه^۱ را امکان‌پذیر می‌سازد، ممکن است زمینه تخلفات الکترونیک را نیز ایجاد کند. از این‌رو در تجارت الکترونیک هم اهداف شر و هم تکنیک‌های شر، همچون هک کردن و سرقت از حساب‌های بانکی افراد، متصور است. از این‌رو ماریو بونگ معتقد است که کل پروسه تکنولوژی ممکن است به‌دلیل

هدف‌گیری غایات صرفاً شرارت‌آمیز، از نظر اخلاقی مردود باشد؛ چراکه تکنیک‌های انجام‌دادن یک فعل شرارت‌آمیز، خود یک شر است (Bunge, 2004: 179). گذشته از اهداف و پروسه تجارت الکترونیک، تکنولوژی تجارت الکترونیک از نظر عوارض جانبی می‌تواند مطلوب یا مہلک باشد؛ درحالی‌که روند پیشرفت در برخی جهات مثلاً تولید ناخالص ملی را سرعت می‌بخشد، انحطاط در بخش‌های دیگر مثلاً کیفیت زندگی را نیز شتاب می‌دهد. اما ماریو بونگ عوارض جانبی مضر تکنولوژی را قابل اجتناب و یا قابل تحدید می‌داند. او بر این باور است که به‌جز برخی عوارض جانبی مضر و ناخواسته، تکنولوژی، به‌جای آن‌که نیمه‌شیطانی - نیمه‌الهی باشد، می‌تواند تماماً خیر باشد. این امر به سیاست‌گذاران مربوط می‌شود که محققان را به تولید اقلام تکنولوژیک خیر یا شر وادارند. به تعبیر دیگر امور تکنولوژیک به‌هرحال با اهداف خیر و شر نسبتی برقرار می‌کنند و شرایط شکل‌گیری این نسبت از مسئولیت‌های اخلاقی سیاست‌گذاران به‌شمار می‌رود. درواقع تکنولوژی بنابر طبیعت خود پیامدهایی اخلاقی دارد و ازاین‌رو نیازمند قیدها و الزامات اخلاقی است (ibid).

این گفته ماریو بونگ که تکنولوژی، به‌جای آن‌که نیمه‌شیطانی - نیمه‌الهی باشد، می‌تواند تماماً خیر باشد، درصورتی پذیرفتنی است که اقتضائات اخلاقی طبیعت تکنولوژی، اموری صرفاً خیر بوده باشند، به عبارت دیگر، طبیعت تکنولوژی دارای اقتضائات شر نباشد. چنانچه تکنولوژی، بنابر طبیعت خود، اموری را موجب می‌شود که ضرورتاً خیر نیست، به‌نظر می‌رسد که اصلاح یا تحدید اقتضائات تکنولوژی حتی با الزامات اخلاقی نیز میسر نباشد. پس برای بررسی امکان برخورداری از تکنولوژی سراسر خیر، باید به اصول هدایت‌کننده تکنولوژی نظری بیفکنیم. بونگ اصولی را که به‌طور عموم پروسه‌های تکنولوژیک را هدایت می‌کند، چنین معرفی می‌کند: ۱. انسان جدا و ارزشمندتر از طبیعت است؛ ۲. انسان حق یا وظیفه دارد که طبیعت را برای منفعت (شخصی یا اجتماعی) خود مطیع سازد؛ ۳. انسان هیچ مسئولیتی در قبال طبیعت ندارد؛ ۴. وظیفه نهایی تکنولوژی، بهره‌برداری کامل از منابع طبیعی و انسانی با کمترین هزینه و بدون رعایت هیچ‌چیز دیگر است؛ ۵. تکنولوژیست‌ها و تکسین‌ها از نظر اخلاقی غیرمسئول‌اند؛ آنان باید وظایف خود را بدون آن‌که با محظورات اخلاقی یا زیبایی‌شناختی پریشان‌خاطر شوند، انجام دهند و مسئولیت انحصاری این امر با سیاست‌گذاران است (ibid: 180).

بررسی این اصول آشکار می‌سازد که طبیعت تکنولوژی نه‌فقط از نظر ارزشی خنثی

نیست، بلکه لزوماً بر ارزش‌های خیر نیز مبتنی نیست. اصولی حاکی از این‌که انسان ارزشمندتر از طبیعت است و می‌تواند آن را برای منفعت خود به‌کار گیرد و در این زمینه هیچ مسئولیتی ندارد بی‌تردید به بهره‌برداری بیش از حد و اتلاف منابع طبیعی می‌انجامد. بدیهی است که از چنین تکنولوژی‌ای نمی‌توان توقع داشت که تماماً خیر باشد. آثار به‌هم‌آمیخته خیر و شر تکنولوژی نوین، ناشی از نوع انکشاف تعرض‌آمیز آن از جهان است که بر جهان‌بینی خاصی مبتنی است. بونگ در این باره می‌نویسد که این اصول هدایت‌کننده توسط خود تکنولوژی توجیه نشده‌اند، و آن‌ها هستند که استعمار بی‌حد و حصر منابع طبیعی و اجتماعی را توجیه می‌کنند. علاوه بر این، این اصول هدایت‌کننده نه درون تکنولوژی و نه درون علم بلکه درون ادیان، ایدئولوژی‌ها، و فلسفه‌های معین رشد کرده‌اند (ibid).

بنابر آنچه گفتیم، از تجارت الکترونیک نمی‌توان توقع داشت که تماماً خیر باشد. هویت‌زدایی، مصرف‌زدگی، اتلاف منابع، و تخریب محیط زیست، اموری اخلاقی‌اند که تجارت الکترونیک بنابر طبیعت تکنولوژیک خود، آن‌ها را مرتکب می‌شود. به‌رغم ماهیت تعرض‌آمیز تجارت الکترونیک به طبیعت، البته الزامات اخلاقی همچنان می‌تواند در کاهش آثار شر تکنولوژی، و نه تغییر ماهوی در آن، مؤثر واقع شود. بونگ در این باره می‌نویسد اگر آرزو داریم که بیشتر بخش‌های تکنولوژی مدرن را حفظ کنیم و بخش‌های شرارت‌آمیز و عوارض جانبی منفی آن را به‌حداقل برسانیم، باید یک نظام اخلاقی برای تکنولوژی طراحی و به‌اجرا گذاریم که هر نوع پروسه تکنولوژیک و همه آثار و بازتاب‌های آن، در هر دو سطح فردی و اجتماعی را زیر پوشش بگیرد (ibid).

فراواقعیت تجارت الکترونیک

پس از پرسش از ماهیت تجارت الکترونیک سؤالی که بی‌درنگ مطرح می‌شود درباره واقعیت این نوع تجارت است. بورگمان همانند هایدگر متأخر بر این باور است که تکنولوژی در جهتی حرکت می‌کند که سرانجام یک‌سره از «اشیا» خلاص خواهد شد. بورگمان به تفاوت‌های تکنولوژی مدرن و پست‌مدرن می‌پردازد و تکنولوژی مدرن سخت را از تکنولوژی پست‌مدرن نرم متمایز می‌کند. به نظر بورگمان تکنولوژی مدرن به‌واسطه ویژگی‌های صلابت و کنترل، بر مقاومت طبیعت فائق آمد و تکنولوژی پست‌مدرن به‌لحاظ ویژگی‌های انعطاف‌پذیری و قابلیت تطابق، به‌جای غلبه بر طبیعت و تولید کالاهای سخت، دسته‌ای از کالاهای کیفی و نرم را تولید می‌کند (Dreyfus & Spinoza, 2004: 316).

تجارت در انتقال از شیوه مدرن به شیوه الکترونیک از فضای واقعی به فضای مجازی وارد شده است. در تجارت مدرن همه مراحل به طور واقعی صورت می‌پذیرفت و مشتمل بر اشیاء، ابزارها، و روش‌های فیزیکی بود. اطلاعات و قراردادها از طریق پست یا تلگرام یا تلکس منتقل می‌شد؛ پول فیزیکی و اعتبارات از طریق بانک‌ها و اعتبارات اسنادی به شیوه سنتی انتقال می‌یافت؛ و بررسی اسناد حمل و نقل و اظهارنامه‌های گمرکی، ارزیابی و ارزش‌گذاری کالاها و صدور گواهی‌نامه‌ها و مجوزهای ترخیص توسط کارشناسان گمرکی در مبادی ورودی انجام می‌گرفت. با انتقال به عصر تجارت الکترونیک از تکنولوژی مدرن شیء‌زدایی شده است. اطلاعات و قراردادها از طریق اینترنت و پست الکترونیک تبادل می‌شود؛ پول و اعتبارات الکترونیک از طریق شبکه‌های جهانی منتقل و تسویه می‌شود، و برنامه‌های حمل و نقل، اظهارنامه و ارزیابی‌های گمرکی، و صدور مجوزها و ترخیص کالاها همگی به کمک رایانه‌ها، شبکه‌ها، و نرم‌افزارها به صورت الکترونیک انجام می‌پذیرد.

بورگمان یادآور می‌شود که جامعه پست‌مدرن از تولید به خدمات منتقل شده است و محصولات از کالاهای پیچیده به اطلاعات تطور یافته است. او از این هم فراتر می‌رود و معتقد است که واقعیت ابزاری پست‌مدرن به نوبه خود راه را به روی فراواقعیت (hyperreality) شبیه‌سازی می‌گشاید که به دنبال رهاشدن از محدودیت‌های جهان واقع است. به اعتقاد بورگمان، حد نهایی پست‌مدرنیته با نهایت شیئی‌کردن و بهره‌برداری از طبیعت فرامی‌رسد، بلکه به واسطه رهاشدن از اعیان طبیعی و جایگزین کردن آن‌ها با اشباحی که کاملاً تحت کنترل ما هستند، امکان می‌یابد. ویژگی ذاتی چنین فراواقعیتی در تلقی بورگمان، این است که «فراواقعیت کاملاً مطیع خواسته من است» (ibid). اما در فاصله گرفتن از طبیعت نهفته است که هانس یوناس آن را متذکر می‌شود. جهانی را که تکنولوژی اطلاعات می‌سازد و برای گردش کار آن به کامپیوتر نیاز دارد، دیگر از سوی طبیعت تجهیز، تقلید، تبدیل، و به پیش رانده نمی‌شود تا مأوای اصلی بشر را برای سکونت قابلیت بیشتری بخشند. ذهنی‌سازی (mentalization) گسترده روابط فیزیکی، نوعی فراطبیعی کردن (transnature) بشر است و فراطبیعی کردن بشر این تناقض‌گونه را در خود نهفته دارد که انسان را تهدید به مسخ شدن می‌کند. زیرا که به طور روزافزونی اتوماسیون او را از موقعیت‌های کار برکنار می‌کند، یعنی همان موقعیت‌هایی که پیش از این انسانیت خود را در آن جا تثبیت می‌کرد (Jonas, 2004: 199).

تجارت الکترونیک مطابق تعریف بورگمان نمونه‌ای تمام‌عیار از فراواقعیت شبیه‌سازی

شده است؛ فروشگاه‌ها و وبسایت‌های مجازی، کالاها و خدمات به‌نمایش درآمده مجازی، گاری‌های خرید مجازی، فروشندگان و صندوق‌داران غیرقابل رؤیت، کیف پول‌های مجازی، و قراردادهای الکترونیک. در همه این موارد، اطلاعات جایگزین کالاها شده است؛ یک پایگاه اینترنتی و مجموعه‌ای از صفحات وب شامل مقداری علائم و اطلاعات رایانه‌ای جانشین انبوهی از کالاها و ساختمان‌ها شده است. خرید از این فروشگاه‌های مجازی در همه ساعات شبانه‌روز و در طول همه روزهای هفته امکان‌پذیر است و مشتری می‌تواند فارغ از محدودیت‌های جهان خارج با این اشباحی که تحت کنترل ما هستند سر کند و اطلاعات مورد نظر خود را دریافت کند. اما کنترل بر این هویت‌های مجازی فقط در چهارچوب و شرایط تجارت الکترونیک تعریف می‌شود.

دیدگاه‌های بورگمان و هایدگر در تبیین اهداف و آثار فراواقعی شدن تکنولوژی یکسان نیست. هایدگر نیز نیم‌قرن پیش، تلقی مشابهی از واپسین مرحله مدرنیته داشت و معتقد بود که در زندگی ما، اطلاعات جانشین اشیا می‌شود. هایدگر و بورگمان هر دو توافق داشته‌اند که ویژگی عمده اطلاعات این است که به‌آسانی تغییر شکل می‌دهد، اما درحالی‌که بورگمان هدف این تبدیلات را تأمین حداقلی از خواسته‌های سوژه می‌دانست، هایدگر مدعی است که:

سوژه و ابژه هر دو به‌مثابه ذخایر آماده بلعیده می‌شوند (Dreyfus & Spinoza, 2004: 317).

هایدگر، هنگامی که می‌گوید تکنولوژی نه امری ابزاری و نه امری شیء‌ساز، بلکه «چیزی کاملاً جدید» است، مقصودش این است که با این سبک جدید وجود، سوژه‌ها نیز به‌همراه ابژه‌ها حذف می‌شوند. بنابراین، تکنولوژی پست‌مدرن از نظر هایدگر، اوج و نهایت کنترل کردن ابژه‌ها از سوی سوژه‌های مدرن نیست، بلکه مرحله‌ای جدید در شناخت وجود است. هایدگر، با استفاده از ایده‌های نیچه، نگاهی گذرا به این شناخت جدید می‌اندازد و نیچه را چنین تفسیر می‌کند که اراده قدرت، و اراده به‌دست گرفتن کنترل، به‌خاطر تأمین خواسته‌های کسی، هرچند دل‌بخواه، نیست، بلکه گرایش به ممارست‌هایی برای تولید و حفظ نظم‌بخشیدن‌های (ordering) انعطاف‌پذیر است به‌نحوی که حتی ثبات (fixity) گذشته را بتوان مقهور ساخت؛ یعنی نظم‌بخشیدن انعطاف‌پذیر به‌خاطر نظم‌بخشیدن بیشتر و نظم‌بخشی دوباره و بدون محدودیت، که به‌زعم هایدگر، نیچه از آن به‌تناسخ (return of the same) ابدی تعبیر می‌کند (ibid).

با برطرف شدن محدودیت‌های ناشی از واقعیت‌های خارجی تجارت و تبدیل شدن آن‌ها

به اطلاعات، در فرایند تجارت الکترونیک، کنترل امور و تغییر شکل آن‌ها آسان و انعطاف‌پذیرتر می‌شود. خریداران می‌توانند بدون محدودیت در هر ساعتی از شبانه‌روز بدون تحمل زحمت راه، به هر فروشگاه‌ی سر بکشند و کامل‌ترین اطلاعات را دریافت کنند و بدون مشقت حمل ساک‌دستی به هر مقدار خرید کنند و حتی بدون به‌همراه‌بردن کیف پول پرداخت کنند. این امر از نظر بورگمان به تأمین خواسته‌های دادوستدکنندگان به‌عنوان سوژه کمک می‌کند. ولی از نظر هایدگر، این شی‌زدایی از تجارت و مجازی‌شدن فرایندهای آن به حذف سوژه به‌همراه ابژه می‌انجامد. خریداران، شبانه‌روز و خستگی‌ناپذیر در میان راهروها و قفسه‌های رنگارنگ فروشگاه‌های متنوع و بی‌شمار پرسه می‌زنند، و با دیدن کالاهای جدید و خارج از تصور خود به آن‌ها دل می‌بندند، چندان که نیازها و خواسته‌ها و سلايق خویش را از یاد می‌برند، آن‌گاه هوسبازانه سبدها و گاری‌های پرناشدنی خود را از کالاها و فرآورده‌ها انباشته می‌کنند، و به یمن پول و اعتبارات الکترونیک حتی رنج پرداخت را نیز تحمل نمی‌کنند. یکایک این مراحل تکنولوژی تجارت الکترونیک، با واقعیت‌زدایی و شبیه‌سازی، حرکت گردونه تولید سودآور را تسهیل می‌کند و سوژه و ابژه را هم‌زمان می‌بلعد.

هانس یوناس شرایط بازار را چنین توصیف می‌کند که محصولات می‌کنند که به‌دست مصرف‌کنندگان می‌رسد دیگر همان محصولات سابق نیست، بلکه نیازها و خواسته‌های جدیدی به‌واسطه انواع کاملاً جدیدی از کالاها ایجاد شده که عادات زندگی را تغییر داده است. از جمله این کالاها، خود ماشین‌آلات هستند که به بخشی از زندگی روزمره مصرف‌کنندگان تبدیل شده‌اند، نه به‌منزله یکی از اقلام تولید بلکه به‌طور مستقیم استفاده می‌شوند (Jonas, 2004: 197). از جمله ویژگی‌هایی که تکنولوژی مدرن را به‌لحاظ صوری از تکنولوژی‌های قبلی متمایز می‌کند این شاخص مهم است که تکنولوژی مدرن یک اقدام خطیر (enterprise) و پروسه است درحالی‌که تکنولوژی‌های قبلی تصرف (possession) و وضعیت (state) بودند. در گذشته، اختراع ابزارها و روش‌های مشخص، یک تعادل ثابت و پایدار و متمایل به تطابق متقابل، میان اهداف و وسایل بود که هرگاه حاصل می‌شد یک کفایت تکنیکی بهینه و بلامنازع را برای دوره‌های طولانی به نمایش می‌گذاشت (ibid: 191-192). در تجارت سنتی، تنوع کالاها و روش‌های معامله به‌عنوان وسایلی برای تأمین نیازها، پایدار بود، ولی در تجارت الکترونیک، هم کالاها و هم روش‌های دادوستد همواره در حال نوشدن‌اند.

تجارت الکترونیک، ثبوت و سکون تجارت سنتی را می‌شکند و نظم انعطاف‌پذیری را

جانشین آن می‌کند و آن را برای دستیابی به نظم‌های بیشتر و بهتر و بدون محدودیت تکرار می‌کند. ادوار مذاکرات تجاری چندجانبه میان کشورهای عضو سازمان جهانی تجارت از اوروگوئه تا دوحه تکرار شده است بدین منظور که کاهش تعرفه‌ها، گشودن بازارهای ملی، درنوردیدن مرزهای بین‌المللی، و جهانی‌شدن اقتصاد را تسهیل کند.

بنابر نظر هایدگر، می‌توان نتیجه گرفت که این دادوستدکنندگان نیستند که از رهگذر تجارت الکترونیک به تأمین آرزوها و خواسته‌های خود می‌پردازند بلکه این فرایند پیچیده تجارت الکترونیک است که آنان را برای گردش چرخه تکنولوژی سودآور خود، به خدمت می‌گیرد. در تکنولوژی تجارت الکترونیک، کالاها و دادوستدکنندگان به‌عنوان ذخایر آماده نگریسته می‌شوند. در فراواقعیت تجارت الکترونیک، نه فقط کالاها بلکه دادوستدکنندگان نیز منحل می‌شوند و به‌صورت ذخایر آماده ظاهر می‌شوند.

به تعبیر هایدگر، فعالیت‌های افراد انسانی در واکنش به جهانی که به‌عنوان منبع ذخایر قلمداد می‌شود عبارت است از منکشف‌کردن امکانات آن جهان: «از بند آزادکردن، تغییرشکل دادن، ذخیره‌کردن، توزیع کردن، و تغییر مدار». به تعبیر آیدی، بشر آن‌جا که تکنولوژی را به‌پیش می‌راند و در امر نظم‌بخشیدن به‌عنوان نحوی از انکشاف شرکت می‌کند هم‌زمان خود نیز در روند نظم‌بخشیدن ادغام می‌شود (آیدی، ۱۳۷۷: ۵۶). در زمینه تجارت الکترونیک و تبیین فعالیت‌های افراد بشر در آن، می‌توان گفت ضمن این‌که افراد در منکشف‌کردن امکانات جهان و نظم‌بخشی به آن‌ها به‌مثابه ذخایر آماده دسترسی ایفای نقش می‌کنند، خود افراد نیز به‌مثابه ذخایر نیروی کار و یا منابع تقاضای مؤثر و مصرف، بخشی از این نظم به‌شمار می‌روند.

ظاهراً، این نکته که، بشر نیز در روند نظم‌بخشی تکنولوژی ادغام می‌شود، در افکار مارکس هم قابل تشخیص است. اما در این بازشناسی باید به دو نکته توجه کرد: نخست این‌که مارکس، با توجه به فلسفه اقتصادی خود، برخلاف اقتصاد سرمایه‌داری که تحلیل خود را از مصرف شروع می‌کند از تولید آغاز می‌کند؛ دوم این‌که مارکس به‌جای واژه «ادغام» از واژه «به‌کارگیری» یا «استثمار» استفاده می‌کند. مارکس، در مورد تبیین ویژگی نظام ماشینی یا تکنولوژی، معتقد است که خصوصیت بارز سرمایه‌داری در همه مراحل تکاملش این است که «شرایط کار»، یعنی وسائل تولید در شکل اجتماعی‌شان به‌مثابه سرمایه، کارگر را به‌کار می‌گیرد و نه کارگر وسائل تولید را. اما فقط در پرتو پیدایش نظام ماشینی است که این معکوس‌شدن رابطه برای نخستین بار واقعییتی تکنیکی و ملموس پیدا می‌کند. چون قبل

از ظهور ماشین، کارگر همچنان بر افزار مسلط بود و از این سلطه به عنوان منبع نیروی مقابله و توازن بخش استفاده می کرد. بنابراین، از دیدگاه کارگر ماشین نوعی تهدید مستقیم برای او به شمار می آید (مک کنزی، ۱۳۸۶: ۲۳۷).

هویت و تجارت الکترونیک

با توجه به ادغام شدن انسان در روند نظم بخشی ذخایر جهان توسط تکنولوژی، در این جا پرسش از هویت انسان سؤالی گریزناپذیر است. آیا در عصر تجارت الکترونیک می توان از هویت ثابت افراد سخن گفت یا این که تکنولوژی جدید اقتضانات دیگری برای هویت انسان ها دارد؟ در عصر تجارت الکترونیک، گرچه می توان مردمی را تصور کرد که با یک هویت مشخص در این یا آن فعالیت شرکت می کنند، اما فقط برای مدتی محدود که این هویت به فعالیت آنان کمک می کند و پس از آن، به هویت ها و فعالیت های جدید دیگری منتقل می شوند. در واقع چنین مردمی به جهت نداشتن یک جامعه بومی و یک مفهوم بومی از خویشتن، پیشرفت می کنند. پیشرفت افراد در عصر تجارت الکترونیک به دلیل نبود یک هویت ثابت و برخوردار بودن از هویت سیال تحقق می یابد. سبکی که چنین جامعه ای را اداره می کند از نوع اهتمامات شدید ولی کوتاه مدت است که همه چیز به منظور حفظ و پیشبرد سیاست «از هم جداسازی ها» و «باز سرهم کردن ها»ی انعطاف پذیر مهارت ها و استعدادها انجام می شود. با جهانی شدن اقتصاد، شرکت های چندملیتی خط های تولید را، که کارگران، نیروهای ماهر، مهندسان و متخصصان را گرد هم می آورد، به بخش ها، مهارت ها و تخصص های بسیار خرد و پراکنده در سراسر جهان تجزیه می کنند و دوباره آن ها را به شیوه جدیدی سرهم می کنند. این شیوه جدید تولید لزوماً افراد را باز گرد هم نمی آورد؛ چراکه نیروی کار، نمی داند که قطعه را برای چه کالایی تولید می کند و در این کار با چه کسانی در سراسر جهان همکار است. چنین جوامعی از مردم، بر پایه معیارهای امروزی، دیگر جامعه به شمار نخواهند رفت. آن ها از هسته ای مرکزی، که مدت زمان طولانی در آن ماندگار باشند، برخوردار نخواهند بود. جوامع فردا به شیوه گروه های راک (Rock) می زنند و می میرند. کسب و کار امروزی نیز بسیاری از فعالیت های خود را به واسطه آنچه گروه های داغ نامیده می شود، انجام می دهد. در یک چنین جهانی نه فقط هویت های ثابت بلکه حتی سوژه های آرزوگر نیز به عنوان ذخایر آماده بلعیده می شوند (Dreyfus & Spinosa, 2004: 319).

هایدگر، برای توضیح وضعیت بی ثباتی هویت افراد یا به تعبیری هویت سیال انسان ها،

از واژه «میرا» استفاده می‌کند. مراد هایدگر از واژه میرا، توصیف خود ما، به‌مثابه عدم استارکنندگان، است و فکر می‌کند که مرگ، بدو آ‌ روش عدم استتاری ما از وجود را بر ما منکشف می‌سازد. یعنی این مرگ است که بر انسان منکشف می‌سازد که او به‌عنوان یکی از ذخایر در دسترس در روند نظم‌بخشی تکنولوژی حضور دارد و ممارست‌های موضعی متفاوتی را به‌عهده خواهد داشت. وقتی هایدگر از مرگ سخن می‌گوید، منظور او مرگ بیولوژیکی نیست، مراد وی، نحوه کار ممارست‌های انسانی است که موجب می‌شود میرایان (واژه اخیر هایدگر برای اشاره به مردمی است که میان ممارست‌های موضعی واقع می‌شوند) درک کنند که هیچ‌گونه هویت ثابتی ندارند و آمادگی داشته باشند که هویت فعلی خود را رها کنند، بدین منظور که با هویتی که ممارست‌های آینده آنان اقتضا می‌کند، هم‌آهنگ شوند (ibid: 320).

هایدگر، در بررسی اقتضانات تکنولوژی در بی‌ثبات کردن هویت انسان، از چشم‌انداز فلسفه وجودی، معتقد است تکنولوژی اجازه نمی‌دهد که وجود پدیدار شود، بلکه تکنولوژی موجب می‌شود که اشیا منطبق بر یک اراده قدرت خودرأی باشند. تکنولوژی «انفتاح» ایجاد نمی‌کند بلکه «ایجاب» می‌کند. امروزه تکنولوژی نوین به‌مثابه کردار انسان همه جهان را فراگرفته است، اما این عالمی که به‌سادگی توسط اراده و قدرت ترتیب یافته است، فاقد هرگونه ریشه و معنای درونی است. در چنین عالمی، انسان هیچ جایگاه هستی‌شناختی ویژه‌ای ندارد، و فقط یک نیرو در میان نیروها، و یک هدف در کنار سایر اهداف است. هایدگر در پاسخ به وضعیت موجود، به‌جای یک برنامه فعال برای اصلاح، به کناره‌گیری و انفعال فرامی‌خواند که به توسعه هرچه بیشتر تکنولوژی مدرن می‌انجامد (Feenberg, 2004: 328).

به زبان هستی‌شناختی هایدگر، می‌توان این نکته را چنین بازگو کرد که تکنولوژی، یک صورت فرهنگی است که از خلال آن هر چیزی در جهان مدرن، به‌منظور اعمال کنترل بر آن، به‌صورت آماده و در دسترس قرار می‌گیرد. بنابراین تکنولوژی در سطحی عمیق‌تر از جنگ و تخریب زیست‌محیطی، انسانیت و طبیعت را مختل می‌سازد. این فرهنگ کنترل با تأکید بر ذهنیت (subjectivity) کنترل‌کننده با یک انحطاط خودپرستانه در انسانیت همراه است. به اعتقاد هایدگر کارکردی‌ساختن انسان و جامعه، سرنوشتی است که گریزی از آن نیست و بازسازی واقعیت اجتماعی توسط کنش تکنیکال، نسبت به یک زندگانی سرشار از معنا، نامأنوس و غیردوستانه است (ibid: 328-329).

بنابر نظر هایدگر، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که تجارت الکترونیک، به‌عنوان یک تکنولوژی مدرن، یک ایجاب است که براساس یک اراده قدرت خودرأی برای به‌حداکثر رساندن سود شکل گرفته است. در تجارت الکترونیک، انسان از جایگاه وجودی در بهره‌مندی از آزادی و گزینش هویت خویش برخوردار نیست و نمی‌تواند خواسته‌ها و اهداف مورد نظر خود را دنبال کند، بلکه به‌عنوان یک مصرف‌کننده تابع مد و عرضه‌کننده مهارت‌های مورد نیاز، فقط یک نیرو در کنار دیگر نیروهای بازار به‌شمار می‌رود. نظمی که تجارت الکترونیک به جهان می‌بخشد، انسان‌ها را از دنبال کردن خواسته‌های خود بازمی‌دارد و زندگی آنان را از اهداف و معانی هویت‌بخش آنان تهی می‌سازد. از این رو، به زبان هایدگر، تجارت الکترونیک انفتاح ایجاد نمی‌کند و همچنین اجازه پدیدارشدن وجود را نمی‌دهد. تجارت الکترونیک انسان‌ها را به دیده ذخایر آماده، تحت کنترل و در خدمت اراده قدرت حداکثرسازی سود قرار می‌دهد. این امر هویت انسان‌ها را از آنان می‌گیرد و فرهنگشان را تخریب می‌کند.

تکنولوژی نه فقط انسان را به‌عنوان ذخایر آماده بلعیده، بلکه به‌نظر می‌رسد که جایگزین‌هایی نیز برای او تدارک دیده است. تکنولوژی نوین بسیاری از فعالیت‌هایی را که پیش از این فقط توسط انسان انجام داده می‌شد، به کمک روبات‌ها و رایانه‌ها محقق می‌سازد. در فرایند تجارت الکترونیک، تشکیل قرارداد به‌وسیله رایانه از نظر حقوقی امکان‌پذیر است. مطابق ماده ۱۲ کنوانسیون ۲۰۰۵:

اعتبار یا قابلیت اجرایی قراردادی که به‌وسیله اقدام متقابل سیستم پیام خودکار و شخص حقیقی یا با دخالت متقابل سیستم‌های پیام خودکار، منعقد شده، نمی‌تواند به‌صرف این‌که هیچ شخص حقیقی اقدامات انفرادی سیستم‌های پیام خودکار یا انعقاد قرارداد را بازبینی نکرده یا در آن‌ها مداخله نداشته، انکار شود (السان و رضایی، ۱۳۸۶: ۴۶).

درواقع تکنولوژی نوین رفتار یک رایانه را به‌مثابه رفتار یک شخص هوشمند تلقی می‌کند؛ چراکه فلسفه مطالعات هوش مصنوعی مبتنی بر این فرض عمده هستی‌شناختی است که «هرچه همانند یک موجود هوشمند رفتار کند، هوشمند است» و همچنین مبتنی بر این فرض معرفت‌شناختی است که:

هر ادراکی مبتنی بر پذیرش یک محرک و انگیزتار خارجی است (Bunge, 2004: 176).

توان گردآوردندگی در تجارت الکترونیک

حال، با وجود این‌که طبیعت تکنولوژی جدید به هویت‌زدایی از افراد یا هویت سیال آنان

دامن می‌زند، اما این پرسش همچنان محل بحث است که آیا تکنولوژی نمی‌تواند هیچ‌گونه نقشی در حمایت از سنت و هویت ایفا کند؟ دریفوس پاسخ می‌دهد که گرچه بورگمان با هایدگر در بی‌اعتمادی به اسباب (devices) تکنولوژیکال هم‌رأی است، ولی نظر خود را از این جهت متفاوت با نظر هایدگر می‌داند که او نقش مثبتی برای ابزارهای (instruments) تکنولوژیکال در حمایت از چیزهای سنتی و ممارست‌های مربوطه، قائل است؛ برای مثال، کمک کفش‌های مدرن دو برای دویدن یا نقش ماشین ظرف‌شویی در لذت‌بردن از وعده غذایی خانوادگی (Dreyfus & Spinosa, 2004: 321). در ارتباط با وعده غذایی خانوادگی به‌عنوان یک شیء سنتی گردآورنده، می‌توان از تسهیلات تجارت الکترونیک نیز برای خرید سریع‌تر، مناسب‌تر، و آسان‌تر استفاده کرد. به‌نظر دریفوس اگر راهی وجود داشته باشد که اسباب تکنولوژیکال «شیء» بشوند و بدین‌وسیله ما را جمع‌کنند، آن‌گاه فرد می‌تواند رابطه مثبتی با آن‌ها برقرار کند، بدون آن‌که به یک منبع تبدیل گردد و در پراکندن و بازگردآوردن چیزها و افراد درگیر شود و از این طریق ماهیت فرد را به‌عنوان یک عدم استتارکننده، تباہ سازد (ibid).

اسپینوزا و دریفوس خاطرنشان می‌کنند که اعیان تکنولوژیک، آشکارا ما را به دسته‌ای از مهارت‌های منفصل از یکدیگر، با سبکی از پراکندگی انعطاف‌پذیر، متفرق می‌کنند، بنابراین این پرسش مطرح می‌شود که آن‌ها چه چیزی را می‌توانند در یک جهان محلی گرد آورند؟ فقط یک پاسخ وجود دارد؛ نه تجهیزات و نه نقش‌ها هیچ‌کدام نمی‌توانند گردآورنده باشند، بلکه مهارت‌های رفتار با خودمان به‌عنوان مهارت‌های از هم جدا افتاده، و مهارت‌های رفتار با جهان به‌مثابه یک سلسله از امکان‌های فرارو، آن چیزهایی هستند که گردهم آورده می‌شوند، به‌نحوی که انواع اجراهای مبتنی بر مهارت‌های از هم منفصل امکان‌پذیر می‌گردد. اعیان تکنولوژیکال، مهارت‌های مشخصی را اقتضا می‌کند بدون آن‌که مستلزم این باشد که ما سبک معینی از هویت به‌خود بگیریم. این غیاب هویت می‌تواند سبک وجود ما، به‌عنوان عدم استتارکنندگان جهان را برای ما ناممکن سازد. اما این غیاب هویت همچنین به ما اجازه می‌دهد آن‌گاه که درگیر عدم‌استتارکردن از جهان‌های متفاوتی هستیم، که سبک‌های متفاوتی از اعیان بر آن‌ها متمرکز شده‌اند، نسبت به هویت‌های متنوعی که داریم حساس شویم. به‌عنوان چنین عدم‌استتارکنندگانی ما می‌توانیم به اعیان تکنولوژیکال به‌مثابه انکشاف نوعی از جهان در میان جهان‌ها، پاسخ دهیم. از این‌رو، نگاه هایدگر به تکنولوژی به او اجازه می‌دهد که رابطه‌ای مثبت با آن بیابد، اما فقط تا زمانی که ما مهارت‌ها را برای عدم‌استتارکردن از انواع دیگر

جهان‌های محلی، حفظ می‌کنیم. فارغ‌شدن ما از داشتن یک هویت کلی ثابت، به نحوی که بتوانیم خود را به عنوان هویت‌های متکثر و عدم‌استتارکننده از جهان‌های متکثر تجربه کنیم، نکته‌ای است که هایدگر آن را قدرت حفظ‌کنندگی تکنولوژی می‌خواند (ibid: 322-323). دریفوس و اسپینوزا در مقایسه دیدگاه‌های بورگمان و هایدگر چنین نتیجه‌گیری می‌کنند که چون شناخت بورگمان از ممارست‌های تکنولوژیکال همچنان گرفتار سوپژکتیویته (ذهنیت) است، وی به این نتیجه رسید که اعیان تکنولوژیکال نمی‌توانند ممارست‌های موضعی را اقتضا کنند. درحالی‌که تلقی هایدگر از ممارست‌های تکنولوژیکال پست‌مدرن چون قویاً با ممارست‌های مدرن سوژه - ابژه تفاوت دارد، او را قادر می‌سازد که نقشی مثبت برای اعیان تکنولوژیکال و ممارست‌هایی که اقتضا می‌کنند، قائل شود (ibid: 319).

در تجارت الکترونیک، تجهیزات و نقش‌ها، قدرت گردآورندگی خود را از دست می‌دهند. بازارها، راسته‌ها، نظام‌های صنفی، فروشندگان، خریداران، و پادوها همگی به اطلاعات تبدیل می‌شوند، و از نقش‌هایی که ایفا می‌کردند صرفاً مهارت‌های پراکنده و انعطاف‌پذیر به جای می‌ماند. مهارت‌های متنوعی که در تجارت الکترونیک دخیل‌اند عبارت‌اند از مهارت‌های کارشناسی و مشاوره خرید، مهارت‌های بازاریابی و شغل‌یابی، مهارت‌های بانک‌داری الکترونیک برای پرداخت و جوه، مهارت‌های حقوقی عقد قراردادهای الکترونیک، مهارت‌های حقوق گمرکی و ترخیص، مهارت‌های رایانه‌ای و طراحی فروشگاه‌های مجازی. بنابر الگوهای مختلف تجارت الکترونیک، نظم‌های متفاوتی از مهارت‌های پراکنده شکل می‌گیرد و افراد هویت‌های موقت و متکثری را تجربه می‌کنند. بنابراین، انسان‌ها با تجربه‌کردن هویت‌های متکثر در فرایند تجارت الکترونیک، از جهان‌های متفاوتی عدم‌استتار می‌کنند و از این راه رابطه مثبتی با تکنولوژی برقرار می‌کنند، و بنابر تعبیر هایدگر تجارت الکترونیک از قدرت حفظ‌کنندگی برخوردار می‌شود. با وجود این، به نظر می‌رسد که تجارت الکترونیک از توان گردآورندگی برخوردار نیست. تجارت الکترونیک با متفی کردن گردهم‌آمدن حول یک خط تولید، در یک بازار یا راسته، و ملاقات چهره‌به‌چهره خریدار و فروشنده، مجموعه‌ای از مهارت‌های پراکنده را جانشین آن‌ها کرده است.

تجارت الکترونیک از این راه، بر سرعت، دقت، و آسانی دادوستد افزوده است که به‌نوبه خود زمان و فرصت بیشتری برای تخصیص به گردهمایی‌های خانوادگی فراهم می‌کند. در این جهان‌های به‌هم‌مرتبط نه فقط فضا برای صرف لذت‌بخش وعده‌های غذایی خانوادگی و مکاتبه با دوستان همیشگی باقی است، بلکه فرصت گشت‌وگذار در اینترنت و

گردش در اتوبان و رضایت خاطر داشتن از امکان برقراری ارتباط با جهان‌های متنوع نیز فراهم است. بنابراین بورگمان فکر می‌کند که فرد می‌تواند جهانی را بنا کند که هم جهان‌های محلی را دربر بگیرد و هم «جامعهٔ جامعه‌ها» را فراهم کند که نیاز هر فرد به جامعیت را تأمین کند (ibid: 324). اما این نکته درخور توجه است که فراهم‌شدن فرصت بیشتر برای گردهمایی‌های خانوادگی به‌واسطهٔ کاربست تجارت الکترونیک، به‌معنای قدرت گردهم‌آوردگی تجارت الکترونیک نیست. در واقع شایسته است که میان کارکرد تکنولوژی تجارت الکترونیک (واقعیت‌زدایی از بازار و پراکندن مهارت‌ها) و صرفه‌جویی در وقت و افزایش اوقات فراغت به‌عنوان پیامدهای تجارت الکترونیک، تمایز قائل شد.

تحول تجارت الکترونیک

آخرین نکته دربارهٔ تجارت الکترونیک شتاب روزافزون تنوع و نوآوری در روش‌ها و خدمات دادوستد است. در این جا این پرسش مطرح می‌شود که اسباب و موجبات بی‌قراری تکنولوژی مدرن، و از آن جمله تجارت الکترونیک، کدام است و ماهیت این انگیختگی چیست؟ همچنان‌که هانس یوناس یادآور می‌شود نیروهای محرک در چنین پدیدهٔ پیچیده‌ای پرشمار است. نیروهایی همچون فشار رقابت برای کسب سود، قدرت، امنیت، و همچنین رشد جمعیت، و تهی‌شدن قریب‌الوقوع منابع طبیعی، به‌عنوان محرک‌های احتمالی پیشرفت‌های تکنیکال قابل‌تصور است. یک نیروی انگیزشی مستقل و خودجوش‌تر از فشارهای مکانیکی یادشده، با لحن آمرانهٔ آن‌ها که «غرق شو یا شنا کن»، جاذبهٔ بینش شبه‌اتوپیایی یک زندگی همواره بهتر است؛ چراکه تکنولوژی، ظرفیت بی‌انتهای خود برای فراهم‌کردن شرایط آن را اثبات کرده است. تجارت الکترونیک با یک پارچه‌سازی بازارهای تجارت کالاها و خدمات، پول و سرمایه، و تولید نویدبخش موجب کارایی اقتصادی بیشتر و رفاه اجتماعی افزون‌تر جوامع بشری است. تجارت الکترونیک با فرض این‌که امکان تبادل هرچه کامل‌تر اطلاعات، به کمک تکنولوژی مدرن و به‌طور روزافزون فراهم می‌شود، تحقق سطوح بالاتر کارایی اقتصادی را مفروض می‌گیرد. در واقع در پس همهٔ این انگیزه‌ها یک پیش‌فرض مشترک وجود دارد که بدون آن، این انگیزه‌ها دوام نمی‌آورند: این پیش‌فرض که ترقی نامعینی می‌تواند تحقق یابد، زیرا همیشه چیزی نوین و برتر وجود دارد که می‌توان آن را پیدا کرد. تا زمانی که این پیش‌فرض هستی‌شناختی - معرفت‌شناختی درک نشود، عوامل درونی پویایی تکنولوژی

را درک نکرده‌ایم. مفروض گرفتن این شرایط عینی از سوی دست‌اندرکاران صحنه تکنولوژی، یک اقناع پراگماتیستی است (Jonas, 2004: 193-194).

پی‌نوشت

1. Business to Business, Business to Consumer, Consumer to Business, Consumer to Consumer.

پیوست

الگوهای تجارت الکترونیکی

با استفاده از امکانات الکترونیک تبادل اطلاعات، الگوهای متفاوتی از تجارت شکل گرفته‌اند. در این عرصه با دو واژه مواجه‌ایم: مشاغل و یا دادوستد الکترونیکی (e-business) و تجارت الکترونیکی (e-commerce). تجارت الکترونیکی عبارت است از بازاریابی و توزیع محصولات و خدمات در محیط‌های الکترونیکی و به‌خصوص اینترنت. از طرف دیگر مشاغل الکترونیکی مفهومی گسترده‌تر را دربر می‌گیرد و شامل اداره کردن سازمان‌ها به صورت الکترونیکی می‌شود. تجارت الکترونیک فقط با معامله یا تراکنش (transaction) سروکار دارد، و اساساً بسته به این‌که طرفین این تراکنش اشخاص حقیقی یا حقوقی باشند، به دو دسته عمومی تقسیم می‌شوند (نقشینه، ۱۳۸۳). براساس ویژگی طرف‌های تجاری در مبادلات که شخصیت‌های حقیقی یا حقوقی باشند به‌طور منطقی چهار الگوی متفاوت از تجارت الکترونیک وجود دارد: تجارت بین بنگاه و بنگاه (B2B)، تجارت بین بنگاه و مصرف‌کننده (B2C)، تجارت بین دو مصرف‌کننده (C2C)، تجارت بین مصرف‌کننده و بنگاه (C2B).

مزایا و معایب استفاده از تجارت الکترونیکی

با توجه به الگوهای تجارت الکترونیک مزایا و همچنین معایبی برای آن برشمرده‌اند. از جمله مزایای آن، از نگاه خریدار، می‌توان به این نمونه‌ها اشاره کرد؛ امکان‌پذیری خرید در مقیاس‌های متفاوت از معاملات خرد تا بستن قراردادهای کلان و کشوری، اطلاع از نظر بقیه خریداران در مورد کالای مورد نظر توسط خریداران جدید، خرید ۲۴ ساعته و در تمام روزهای هفته، دریافت محصولاتی همچون نرم‌افزار، کتاب‌های الکترونیکی، و موسیقی، در

زمان خرید، مقایسه انواع گوناگون یک کالای خاص در فروشگاه‌های مختلف فقط به اندازه زمان یک کلیک، جست‌وجوی کلیه فروشگاه‌ها برای یافتن مناسب‌ترین قیمت پیشنهادی (بقایی راوی و مقدسی، ۱۳۸۶: ۹۲). مزایای تجارت الکترونیک از نظر تولیدکننده و فروشنده چنین است؛ نبودن واسطه و خدمات و ارتباطات بهتر با مشتریان، کاهش هزینه تبلیغات ملی و بین‌المللی کالا، صرفه‌جویی در هزینه تولید و سهولت در انجام تجارت، و افزایش سطح رفاه زندگی مردم (مدهوشی و صفاری نژاد، ۱۳۸۳: ۱۶۴).

از جمله معایب تجارت الکترونیک به این موارد می‌توان اشاره کرد؛ تأثیر ناشناخته آن بر روابط اجتماعی و کاهش ارتباطات چهره‌به‌چهره، تسلط زبان و فرهنگ انگلیسی و امریکایی با توجه به این‌که بیشترین حجم مطالب را دارند، افزایش شدید رقابت و تسلط ابرقدرت‌های اقتصادی، بدون صاحب، سیاست‌گذاری و غیرقابل کنترل (همان).

قراردادهای الکترونیکی

انعقاد قرارداد در فضای مجازی به‌طور کلی مشابه با انعقاد آن در دنیای واقعی است و، از این لحاظ، تفاوت عمده‌ای بین این دو فضا وجود ندارد. با توسعه به‌کارگیری وسایل نوین فناوری اطلاعات در تجارت الکترونیکی، فرض بر اعتبار و صحت تمام قراردادهای الکترونیک است و در این مسیر نمی‌توان بین قراردادهای تشکیل شده توسط اشخاص حقیقی، نمایندگان اشخاص حقوقی و قراردادهای تشکیل شده به‌وسیله رایانه (قراردادهای خودکار) یا قراردادهای داخلی و بین‌المللی قائل به تمایز گردید. از سوی دیگر فرض بر این است که کنوانسیون ۱۹۸۰ وین درباره قراردادهای بیع بین‌المللی را می‌توان در مورد قراردادهای الکترونیکی نیز اعمال کرد. استفاده از اصول قراردادهای تجاری بین‌المللی معرفی شده از سوی مؤسسه *unidroit* و تمسک به حقوق فراملی بازرگانان *lex mercatoria* نیز در قراردادهای الکترونیکی با هیچ مانعی روبه‌رو نیست (السان، ۱۳۸۴: ۱۴۲-۱۴۳).

اعتبار قراردادهای الکترونیکی

قرارداد واجد شرایط الکترونیکی باید مانند هر قراردادی که با حضور فیزیکی طرفین منعقد شده است، معتبر شناخته شود؛ در همین راستا بند ۱ ماده ۱۲ قانون نمونه آنسیترال مقرر می‌دارد:

اعتبار اعلام اراده میان فرستنده و گیرنده داده پیام الکترونیکی یا هر اظهار دیگری نباید

صرفاً به این دلیل که اطلاعات به شیوه‌ای الکترونیکی ردوبدل شده، انکار گردیده یا فاقد اثر حقوقی و قابلیت اجرایی باشد (همان: ۱۴۳).

تشکیل قرارداد به وسیله رایانه

در مورد امکان تشکیل قرارداد در تجارت الکترونیک، پرسش حقوقی عمده‌ای مطرح است مبنی بر این که آیا رایانه می‌تواند به‌طور خودکار و بدون دخالت مستقیم انسان قرارداد را منعقد کند؟ در این مورد ابتدا باید متذکر شد که حتی به فرض مثبت بودن پاسخ، رایانه باید دارای شرایط زیر باشد:

الف) دخالت غیرمستقیم انسانی در آن مشهود باشد؛ بدین معنی که نرم‌افزارها و ابزارهای لازم از قبل در سیستم کامپیوتری نصب شود تا از این طریق امکان ارتباط وجود داشته باشد. ب) رایانه باید برای انعقاد اتوماتیک قرارداد، به یک شبکه، که لزوماً اینترنت نیست، متصل باشد و فرض تشکیل قرارداد به وسیله یک رایانه واحد، اساساً منتفی است. رایانه قطعاً می‌تواند «ایجاب» کند. برای مثال یک سیستم برنامه‌ریزی شده ممکن است به‌طور خودکار کاهش مقدار موجودی کالای مشخص را محاسبه کرده و بعد از رسیدن به میزان خاصی، به‌طور الکترونیکی خرید آن را از فروشنده معین ایجاب نماید.

پذیرش الکترونیکی نیز به وسیله رایانه امکان‌پذیر است، البته تشخیص این که رایانه اقدام به پاسخ ایجاب کرده (پذیرش) یا فقط اعلام وصول آن را کرده، بستگی به اوضاع و احوال تک‌تک موارد دارد. از دیدگاه تطبیقی، در حقوق ایالات متحده، امضای الکترونیک و یوتا هر دو بر اعتبار قرارداد منعقدۀ توسط نماینده الکترونیکی صحت گذاشته‌اند. بنابر ماده (h) ۱۰۱ امضای الکترونیک، اثر حقوقی، اعتبار یا قابلیت اجرایی قرارداد یا مدرک الکترونیکی، نباید فقط به این دلیل که انعقاد آن یا تحویل مورد معامله از طریق نماینده یا نمایندگان الکترونیکی انجام گرفته، انکار شود. یوتا نیز در ماده (۱) ۱۴ تشکیل قرارداد را با دخالت نمایندگان الکترونیکی طرفین عقد امکان‌پذیر دانسته است و لو این که هیچ‌کس از عملکرد آن آگاهی نداشته یا در هنگام تشکیل عقد، آن را بررسی نکرده باشد (همان: ۱۵۶-۱۵۷).

مطابق ماده ۱۲ کنوانسیون ۲۰۰۵ «اعتبار یا قابلیت اجرایی قراردادی که به وسیله اقدام متقابل سیستم پیام خودکار و شخص حقیقی یا با دخالت متقابل سیستم‌های پیام خودکار، منعقد شده، نمی‌تواند به‌صرف این که هیچ شخص حقیقی اقدامات انفرادی سیستم‌های پیام خودکار یا انعقاد قرارداد را بازبینی نکرده یا در آن‌ها مداخله نداشته، انکار شود». در بند (ز) ماده ۴،

«سیستم پیام خودکار» به «برنامه رایانه‌ای یا هر وسیله الکترونیکی یا دیگر وسایل خودکاری که برای انجام فعلی یا پاسخ به داده پیام یا اجرای تمام یا قسمتی از آن، بدون بازبینی و مداخله شخص حقیقی به هنگام شروع عملیات یا پاسخ به داده پیامی که توسط سیستم تولید شده، به کار گرفته می‌شود»، تعریف شده است (السان و رضایی، ۱۳۸۶: ۴۵-۴۶).

به طور خلاصه، سیستم پیام خودکار، به سان وسیله‌ای از ناحیه طراحان آن برای انعقاد قرارداد، عمل می‌کند و بدون این که اراده یا نقشی در تعدیل محتوای ایجاب و قبول داشته باشد، در صورت انطباق شرایط با ایجاب یا قبول انجام شده با برنامه خود، اقدام به تأیید آن می‌کند و، در غیر این صورت، پیام خطا می‌فرستد. بنابراین، این نوع از دستگاه‌ها فقط نقش تسهیل کننده در انعقاد قرارداد دارند و به نظر نمی‌رسد تعارضی با ساختار درونی حقوق قرارداد داشته باشد. برای مثال، مطابق با ماده ۱۹۱ قانون مدنی، «عقد محقق می‌شود به قصد انشا به شرط مقرون بودن به چیزی که دلالت بر قصد کند» و مقنن این «دلالت کننده» را محدود به وسیله خاصی نکرده، بلکه حتی در مواد بعدی از کفایت اشاره یا دادوستد سخن به میان آورده است (همان: ۴۶).

روش پرداخت در تجارت الکترونیکی

حرکت و رشد پرشتاب تجارت الکترونیک، ما را به مطالعه ابعاد گوناگون تجارت بین‌المللی به ویژه روش‌های پرداخت فرامی‌خواند. در بیع بین‌المللی کالا چهار روش سستی پرداخت وجود دارد: ۱. پرداخت نقدی یا پیش‌پرداخت ثمن؛ ۲. پرداخت وعده‌دار یا حساب مفتوح؛ ۳. وصول اسنادی؛ ۴. اعتبارات اسنادی. طرفین قرارداد تجاری روشی را که با منظورشان متناسب‌تر است، برمی‌گزینند اما اعتبارات اسنادی پرکاربردترین روش پرداخت است. به همین سبب اعتبارات اسنادی را به عنوان «خون حیات بخش تجارت بین‌المللی» توصیف کرده‌اند (لاریا، ۱۳۸۵: ۱۵۷-۱۵۸).

اعتبارات اسنادی در تجارت الکترونیک

مهم‌ترین مزایای انتقال الکترونیک اعتبارات اسنادی از این قرار است:
تضمین: انتقال الکترونیکی بین‌المللی وجوه نیز به سرعت صورت می‌گیرد. چنانچه واردکننده پس از دریافت اسناد حمل از پرداخت ثمن خودداری کند، صادرکننده می‌تواند پیش از این که کشتی از بندر بارگیری حرکت کند یا پس از آن که کشتی حرکت کرده از بندر بارگیری خیلی

دور شود، کالای در حال حمل را متوقف کند. تأخیراتی که صادرکنندگان را وادار می‌کند خواستار تضمین پرداخت ثمن، که از طریق اعتبارات اسنادی فراهم می‌شود، باشند. سرعت پردازش اسناد الکترونیک و توانایی استرداد اسناد و متوقف کردن کالای در حال حمل ممکن است خساراتی که احتمالاً در صورت پرداخت نکردن ثمن وارد می‌شود را به حداقل برساند، لیکن احتمال ورود این خسارات را کاملاً مرتفع نمی‌کند (همان: ۱۷۸).

تأمین نقدینگی: هزینه تأمین مالی، بانک‌ها را به این سمت و سو سوق داده است که در پرداخت‌های بین‌المللی به کاربست روش‌های الکترونیکی پرداخت بیشتر تکیه کنند، چون سیستم‌های الکترونیکی انتقال بین‌المللی وجوه، هزینه راکدماندن پول، یعنی هزینه استفاده نکردن از پول در طول مدت فرایند انتقال آن، را کاهش می‌دهد. فناوری اطلاعات روش‌های پرداخت مبتنی بر کاغذ در تجارت بین‌المللی را به روش‌های غیرمادی و ناملموس انتقال ارزش مبدل ساخته است. با فروکاستن پرداخت ارزش در قالبی نمادین و رمزی، پرداخت پول دیگر مستلزم تسلیم فیزیکی اموال مادی نیست، بلکه نیازمند انتقال داده‌ها و ارسال پیام‌هاست. در واقع، پرداخت‌ها به شکل حساب‌ها و اعداد و ارقامی که در دفاتر بانک‌ها درج می‌شود، درآمده است و این امر نیاز به پول نقد و نقدینگی را که تاکنون توسط اعتبارات اسنادی فراهم می‌شد، کاهش می‌دهد (همان: ۱۷۹ - ۱۸۰).

نزدیکی: از آن‌جا که فناوری نظام‌های اقتصادی جهان را جهانی می‌کند، نیاز به نزدیکی اهمیت کمتری می‌یابد. دروازه بازارهای جهانی به سرعت در حال گشوده شدن است. شبکه‌های اطلاع‌رسانی بین‌المللی با سرعتی زیاد در حال همگانی شدن و یک‌پارچگی است و اطلاعات راجع به کشورها و شرکت‌های خارجی بیش از پیش دست‌یافتنی است. این پیشرفت‌ها نیاز طرف‌های یک قرارداد تجاری به وجود یک شخص نزدیک و در دسترس را، که در صورت پرداخت نکردن ثمن بتوان علیه وی اقامه دعوا کرد، کاهش می‌دهد.

گذشته از این، جهانی شدن احتمال وقوع تقصیر، پرداخت نکردن، و تخلف از اجرای تعهدات بین‌المللی را کاهش می‌دهد، زیرا بنگاه‌ها به شهرت و وجهه و اعتبار خود در سطح بین‌المللی واقف و حساس‌اند. بنابراین، در محیط تجارت بین‌المللی کنونی نیاز به طرف قرارداد بودن با یک شخص محلی، دارای اهمیت کمتری است (همان: ۱۸۱ - ۱۸۲).

گمرک الکترونیک

اتوماسیون گمرک جزء حیاتی هرگونه برنامه تسهیل تجارت است. با ظهور تجارت

الکترونیکی، امروزه از جامعه تجاری این انتظار می‌رود که رویه‌های گمرکی، شفاف و قابل پیش‌بینی شود و ترخیص کالاها سریع صورت گیرد. از طرفی دولت انتظار جمع‌آوری کارایی درآمدها و اعمال مؤثر قوانین و مقررات صادرات و واردات را دارد (الهی و حسن‌زاده، ۱۳۸۶: ۹۴-۹۵).

مزایای گمرک الکترونیکی

تجارت الکترونیک به شیوه‌های متعدد می‌تواند گلوگاه‌های گمرکی را کاهش دهد یا حتی در برخی موارد برطرف سازد. اولین طریقه عبارت از ترخیص الکترونیکی است. یک ویژگی متمایز تجارت الکترونیکی ایجاد فرصت برای تجارت بدون مرز است. در زمینه برخی کالاها و خدمات، اینترنت با ایجاد امکان تحویل الکترونیکی سفارش‌ها، به‌طور مؤثر مراحل ترخیص گمرکی را در معاملات تجاری بین‌المللی حذف می‌کند. در معاملات تجارت الکترونیکی، کالاهایی که مستلزم تحویل فیزیکی است، ارسال الکترونیکی داده‌های مربوط به اسناد حمل و نقل و اظهارنامه‌های گمرکی برای ادارات گمرکی، این امکان را فراهم می‌سازد که قبل از این‌که محموله تخلیه شود، داده‌های مربوط به آن جهت ترخیص مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد. نتیجه این کار ترخیص فوری محموله است درحالی‌که هم‌زمان به‌علت تجزیه و تحلیل بهتر و سریع‌تر داده‌ها، دقت ارزیابی ریسک گمرک بهبود می‌یابد. مستندسازی الکترونیکی با استفاده از یک ساختار مشترک و با ایجاد ارتباط اینترنتی بین ادارات نظارتی، می‌تواند فرایند ارسال اطلاعات لازم برای ترخیص را به ورود یکباره اطلاعات تبدیل کند (همان: ۹۸-۹۹).

عمده‌ترین مزایای به‌کارگیری فناوری اطلاعات در گمرک عبارت‌اند از نظارت‌های گمرکی با کارایی بیشتر، ترخیص کالاها با کارایی بیشتر، کاربرد یکسان قوانین گمرکی و جلوگیری از اعمال نظر شخصی، جمع‌آوری بهتر عایدات گمرکی، تحلیل بهتر اطلاعات، تهیه باکیفیت‌تر آمار تجارت خارجی، و افزایش کیفیت اطلاعات. مهم‌ترین مزیت گمرک الکترونیکی برای بازرگانان، کاهش زمان تلف‌شده برای صدور گواهی‌نامه‌ها و مجوزها و ترخیص کالاهاست. کسب‌وکار الکترونیکی به ادارات گمرک امکان می‌دهد که به طریقه بهتری نیازهای افرادی را که از تجارت و حمل‌ونقل بین‌المللی نفع می‌برند را تأمین کنند. حمل‌ونقل مزایای کسب‌وکار الکترونیک ادارات گمرک برای اقتصاد ملی مشتمل بر افزایش رقابت تجاری از طریق ترخیص سریع‌تر کالاها، افزایش درآمد و امنیت و محافظت مرزهاست (همان: ۹۹-۱۰۰).

آثار و عوامل شکل‌گیری تجارت الکترونیک

انعطاف‌پذیری سازمانی: انعطاف‌پذیری سازمانی شرکت‌ها با به‌کاربردن تجارت الکترونیکی بالا می‌رود. بیشترین ارزش‌هایی که در تحقیقات بر آن‌ها تأکید شده انعطاف‌پذیری در مقابل سختی و آزادی عمل در مقابل کنترل است. یک مثال از انعطاف‌پذیری سازمانی امکان جابه‌جایی مشاغل درون سازمان و یا خارج از آن بدون در نظر گرفتن تشریفات خشک و رسمی و شرایط کاری است. باید توجه کرد که هر اندازه انعطاف‌پذیری سازمانی بیشتر باشد توان شرکت در سازگاری با تغییر در فرایندهای کاری جهت به‌کارگیری تجارت الکترونیکی بیشتر خواهد بود و همچنین توان شرکت در سازگاری با تغییر ساختار سازمانی و تغییر در کارکنان و مدیران جهت سازگاری با تغییرات محیطی موفق‌تر خواهد بود (حاج کریمی و دیگران، ۱۳۸۸: ۶۰).

تمایل سازمانی: هر اندازه علاقه‌مندی شرکت‌ها به تغییر در فرایند کاری و استفاده از تکنولوژی جدید بیشتر باشد، به‌کارگیری تجارت الکترونیکی موفق‌تر خواهد بود. در عین حال تغییر در ساختار موجب تغییر در طرح‌ریزی شغل‌ها و کارها می‌شود و موجب تغییر در روابط سازمانی و تغییر در نگرش، مهارت، انتظارات، پنداشت‌ها، برداشت‌های کارکنان و مدیران، و به‌طور کلی تغییر در تمایل سازمانی می‌گردد (همان: ۶۱).

سرعت تغییر: مفهوم سرعت تغییر این است که مدت زمان و سرعت شرکت‌ها در تغییر فرایندهای کاری، تغییر در ساختار سازمانی، تغییر در کارکنان و مدیران و وقوع تغییر در محیط بیرونی چه میزان است و هر چقدر این مدت زمان کوتاه‌تر باشد انتظار می‌رود که شرکت توانایی بیشتری جهت به‌کارگیری تجارت الکترونیکی داشته باشد (همان).

پویایی رقابتی: فشار رقابتی از سوی رقبای نیز موجب تمایل شرکت به استفاده تجارت الکترونیکی می‌شود، به طوری که هر چقدر میزان رقابت بیشتر باشد این تمایل افزایش می‌یابد. نسبت به‌کارگیری تجارت الکترونیکی توسط رقبای می‌تواند شرکت را به سمت به‌کارگیری تجارت الکترونیکی سوق دهد (همان: ۶۱-۶۲).

پویایی مشتری: پویایی مشتری موجب تمایل شرکت به استفاده تجارت الکترونیکی می‌شود، به طوری که هر چقدر میزان پویایی بیشتر باشد این تمایل افزایش می‌یابد. تغییر در نیازهای مشتریان نیز سبب فشار خارجی می‌شود که شرکت را به سمت به‌کارگیری تجارت الکترونیکی سوق می‌دهد (همان: ۶۲).

کاهش هزینه و افزایش فروش: از شرکتی که اهمیت کاهش هزینه‌های شرکت و

افزایش فروش شرکت برایش ارزش بالاتری دارد انتظار می‌رود که سطح بالاتری از به‌کارگیری تجارت الکترونیکی را متقبل شود. این عامل تقریباً در تمام تحقیقات انجام‌شده در دنیا مورد بررسی و تأثیر مثبت این عامل در به‌کارگیری تجارت الکترونیکی مورد سنجش قرار گرفته است (همان: ۶۳).

مخاطرات تجارت الکترونیکی: مفهوم مخاطرات و ریسک تجارت الکترونیکی به این معنا است که با استفاده از تجارت الکترونیکی توسط شرکت‌ها میزان ریسک افشای اطلاعات مشتریان شرکت‌ها بالا می‌رود. از شرکتی که امنیت اطلاعات برایش ارزش بالاتری دارد انتظار می‌رود که سطح پایین‌تری از به‌کارگیری تجارت الکترونیکی را متقبل شود (همان: ۶۴).

پیچیدگی تجارت الکترونیکی: مفهوم پیچیدگی تجارت الکترونیکی به معنای مشکلات و مسائلی است که شرکت‌ها در تطبیق با تجارت الکترونیکی دارند. از شرکتی که مشکلات بیشتری جهت تطبیق فرایندهای کسب‌وکار خویش با تجارت الکترونیکی داشته باشد انتظار می‌رود کمتر متمایل به استفاده از تجارت الکترونیکی باشد. می‌توان عامل پیچیدگی را با معیارهایی همچون آمادگی سازمانی جهت ایجاد و تطبیق با قابلیت‌های تکنولوژیکی و یا سطح دانش و مهارت‌های مورد نیاز در به‌کارگیری تجارت الکترونیکی، دانش تکنیکی و امنیت، مورد سنجش قرار داد (همان: ۶۴-۶۵).

سازگاری تجارت الکترونیکی: این که شرکت‌ها در مورد نوآوری‌های جدید چگونه فکر می‌کنند و چگونه خود را با فرایندهای کسب‌وکار موجود تطبیق می‌دهند، سازگاری نام دارد. این متغیر در تحقیقات از جمله عواملی بوده است که تأثیر بسزایی در به‌کارگیری تجارت الکترونیکی در شرکت‌ها داشته است (همان: ۶۵).

آزمون‌پذیری تجارت الکترونیکی: آزمون‌پذیری تجارت الکترونیکی عبارت است از توانایی به‌کارگیری تجارت الکترونیکی به صورت آزمایشی با صرف هزینه اندک و در مقیاسی کوچک. انتظار می‌رود که طبق تحقیقات انجام‌شده این عامل از جمله عوامل تأثیرگذار در به‌کارگیری شرکت‌ها از تجارت الکترونیکی باشد (همان: ۶۶).

مشاهده‌پذیری تجارت الکترونیکی: مشاهده‌پذیری تجارت الکترونیکی به معنای توانایی مشاهده و درک نتایج مفید به‌کارگیری تجارت الکترونیکی در سایر شرکت‌هاست. براساس تحقیقات گذشته مشاهده‌پذیری تأثیری مثبت بر تصمیم‌گیری به‌کارگیری تجارت الکترونیکی داشته است (همان).

تجارت الکترونیکی و جهانی شدن: تحقیقات کرایمر و همکاران وی، نشان داد که تجارت الکترونیک تأثیر مستقیم و معناداری بر جهانی سازی دارد. براساس مطالعات وی، بنگاه‌ها کمتر از اینترنت برای امور فروش و اغلب برای خرید استفاده می‌کنند. عمده‌ترین علت آن نیز این است که شرکت‌ها در خریدهای خارجی خود با فرایندهای بسیار پیچیده‌ای مواجه‌اند، از طرف دیگر، خریدهای خارجی مستلزم هماهنگی با عرضه‌کنندگانی است که از نظر مسافت، فاصله زیادی با شرکت دارند، بنابراین خریدهای الکترونیکی از طریق اینترنت منافع اقتصادی زیادی برای شرکت‌ها دارد (صباغ کرمانی و اسفیدانی، ۱۳۸۴: ۵-۶).

منابع

- اعرابی، سیدمحمد و سهیل سرمد سعیدی (۱۳۸۲). «موانع محیطی و ارائه الگوی مناسب جهت استفاده از تجارت الکترونیک در ایران»، فصلنامه اطلاع‌رسانی، دوره هجدهم، ش ۱ و ۲.
- آیدی، دن (۱۳۷۷). «هنر و تکنولوژی: فلسفه پدیدارشناختی هایدگر در باب تکنولوژی»، در فلسفه تکنولوژی (مجموعه مقالات)، هایدگر، مارتین، و دیگران، ترجمه شاپور اعتماد، تهران: نشر مرکز.
- بقایی راوی، جواد و علیرضا مقدسی (۱۳۸۶). «ارائه یک مدل سه بعدی از چالش‌های پیاده‌سازی تجارت الکترونیک در ایران»، مجله دانش و توسعه، ش ۱۹.
- حاج کریمی، عباسعلی و دیگران (۱۳۸۸). «طراحی الگوی عوامل مؤثر بر بکارگیری تجارت الکترونیکی در شرکتهای کوچک و متوسط (SMEs)»، مجله دانش و توسعه، س ۱۶، ش ۲۷.
- السان، مصطفی (۱۳۸۴). «تشکیل قراردادهای الکترونیکی»، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ش ۳۶.
- السان، مصطفی، و علی رضایی (۱۳۸۶). «تحلیل کلی کنوانسیون سازمان ملل متحد درباره استفاده از ارتباطات الکترونیکی در قراردادهای بین‌المللی» (با تأکید بر قابلیت الحاق ایران)، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ش ۴۵.
- صباغ کرمانی، مجید و محمدرحیم اسفیدانی (۱۳۸۴). «بررسی تأثیر عوامل رقابتی بر جهانی‌شدن و تجارت الکترونیک»، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ش ۷۰.
- لاریا، ایمانوئل تی. (۱۳۸۵). «روش‌های پرداخت ثمن در تجارت الکترونیک؛ آیا جایگزین‌های ممکن و کارآمدی برای اعتبارات اسنادی وجود دارد؟» ترجمه ماشاءالله بنانیاسری، مجله حقوقی، نشریه مرکز امور حقوقی بین‌المللی معاونت حقوقی و امور مجلس ریاست جمهوری، ش ۳۴.
- مدهوشی، مهرداد و میثم صفاری نژاد (۱۳۸۳). «وب سایت‌های تجارت الکترونیکی در ایران: استراتژی‌ها و مدل‌ها»، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ش ۳۰.
- مک‌کنزی، دونالد (۱۳۸۶). «مارکس و ماشین؛ بررسی انتقادی نظریه جبریت تکنولوژیک»، در فلسفه تکنولوژی (مجموعه مقالات)، ترجمه شاپور اعتماد، تهران: نشر مرکز.
- نقشینه، نادر (۱۳۸۳). «بررسی همدوسی پارادایم‌های تجارت الکترونیکی در انتقال خدمات کتابخانه‌ای به محیط رقومی»، مجله الکترونیکی مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران، دوره دوم، ش ۲.

هایدگر، مارتین (۱۳۷۳). «پرسش از تکنولوژی»، ترجمه شاپور اعتماد، مجله/ارغنون، ش ۱.
الهی، شعبان و علیرضا حسن‌زاده (۱۳۸۶). «بررسی نقش گمرک الکترونیکی در تسهیل صادرات»، فصلنامه
پژوهشنامه بازرگانی، ش ۴۳.

- Bunge, Mario (2004). "Philosophical Inputs and Outputs of Technology", in *Philosophy of Technology; The Technological Condition, An Anthology*, Scharff, Robert C. & Val Dusek (eds.), Malden (USA): Blackwell.
- Dreyfus, Hubert L. & Charles Spinosa (2004). *Heidegger and Borgmann on How to Affirm Technology*, Malden (USA): Blackwell Publishing.
- Ellul, Jacques (2004). "On the Aims of a Philosophy of Technology", in *Philosophy of Technology; The Technological Condition, An Anthology*, Scharff, Robert C. & Val Dusek (eds.), Malden (USA): Blackwell.
- Feenberg, Andrew (2004). "Critical Evaluation of Heidegger and Borgmann", in *Philosophy of Technology; The Technological Condition, An Anthology*, Scharff, Robert C. & Val Dusek (eds.), Malden (USA): Blackwell.
- Jonas, Hans (2004). "Toward a philosophy of technology", in *Philosophy of Technology; The Technological Condition, An Anthology*, Scharff, Robert C. & Val Dusek (eds.), Malden (USA): Blackwell.
- Kline, Stephen J. (2004). "What is Technology", in *Philosophy of Technology; The Technological Condition, An Anthology*, Scharff, Robert C. & Val Dusek (eds.), Malden (USA): Blackwell.