

امکان‌سنجی تبلیغ بیناتمدنی بر اساس حکمت اسلامی

سید محمد معلمی^۱ | حمید پارسانیا^۲

چکیده

تبلیغ بین‌المللی دین اسلام از رسالت‌های دانشمندان دین است؛ اما این عرصه در مواجهه با پرسش‌هایی بنیادین از این قرار است که آیا تبلیغ بیناتمدنی و میان‌فرهنگی دین اسلام ممکن است؟ آیا فرهنگ مدرن برای سطره تبلیغاتی خود توجیه منطقی دارد؟ چه ظرفیت‌هایی در جهان اسلام برای تبلیغ بیناتمدنی وجود دارد؟ فلسفه اسلامی گنجینه ارزشمندی است که از اندیشمندان بزرگ جهان اسلام به یادگار مانده است، این گنجینه دارای ظرفیت‌های زیادی است که می‌تواند به معانی میان‌فرهنگی دست یافته و مبلغان دین اسلام با تکیه بر معارف فلسفه اسلامی، امکان تبلیغ بیناتمدنی را می‌یابند. این تحقیق ادعای فوق را اثبات می‌کند و نشان می‌دهد که فرهنگ مدرن توجیه منطقی جهانی بودن را دارا نیست. سپس اصل اجتماع نقیضین، اصل واقعیت و اثبات وجود خدا را به‌عنوان پایه‌های تبلیغ بیناتمدنی معرفی می‌نماید. روش اثبات این ادعا روش‌شناسی بنیادین است.

کلیدواژه‌ها: نظریه فرهنگی؛ تمدن؛ بیناتمدنی بودن؛ تبلیغ بیناتمدنی.

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۰۴/۰۷

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۱/۰۴/۲۲

صص: ۲۹-۱۱



۱. نویسنده مسئول: دانش‌آموخته دکتری فلسفه علوم اجتماعی، موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، قم، ایران
S.mohamad.moalemi@gmail.com

۲. دانشیار، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

مقدمه

دنیای امروز با جهانی شدن فرهنگ مدرن مواجه است. در عرصه‌های رسانه‌ای سبک زندگی، ارزش‌ها و جهان‌بینی مدرن ترویج می‌گردد و این تبلیغات اقصی نقاط جهان را پوشش داده است. از سوی دیگر فرهنگ‌های دیگر نیز در حال تبلیغ خود هستند که از این طریق بتوانند موجودیت خود را حفظ کرده و در فرهنگ مدرن مضمحل نگردند یا در حالتی خوش‌بینانه، بسط یافته و افرادی دیگر را به خود جلب نمایند؛ اما در این هیاهو و کشمکش تبلیغاتی این پرسش باقی می‌ماند که کدام فرهنگ برای جهانی شدن توجیه منطقی دارد و در ذات خود قابلیت جهانی بودن را دارا است. از سوی دیگر، کدام فرهنگ با استفاده از ابزارهایی چون قدرت و ثروت در پی بسط غیرموجه خود در سطح جهانی است؟

هانتینگتون مدعی عدم امکان منطقی هر فرهنگی برای جهانی شدن است. او معتقد است هیچ تمدن و فرهنگی امکان گفتگو و نزدیک شدن به فرهنگ و تمدن دیگر را ندارد؛ بنابراین مرزی نفوذناپذیر میان فرهنگ‌ها کشیده شده است و هرگونه تلاش تبلیغاتی برای سلطه جهانی فرهنگ، تلاشی غیرموجه است و از ابزارهای قدرت و ثروت در جهت بسط جهانی فرهنگ استفاده شده است. توصیه وی این است که تمدن‌ها به جای تلاش برای بسط جهانی، باید زندگی کردن در کنار یکدیگر را بیاموزند (هانتینگتون، ۱۳۸۴: ۱۱).

فوکویاما تنها فرهنگ جهانی موجه را فرهنگ لیبرال دموکراسی می‌داند و معتقد است چیزی نمانده است تا اندیشه لیبرال پهنه کره زمین را گرفته و همه انسان‌ها آن را بپذیرند (فوکویاما، ۱۹۹۲: ۱).

از سوی دیگر دین اسلام دینی جهان‌شمول و همگانی است. آموزه‌های دین مبین اسلام فرازمان و فرامکان است و منحصر به فرهنگ عربی یا تمدن شرقی نیست. بر اساس آیه شریفه «هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَى الدِّينِ كُلِّهِ وَلَوْ كَرِهَ الْمُشْرِكُونَ» (الصف: ۹)، تبلیغ دین اسلام برای تمام تمدن‌ها و فرهنگ‌ها امری ممکن و وظیفه مبلغان الهی است.

حال این پرسش مطرح می‌شود که کدام فرهنگ امکان منطقی جهانی شدن را دارد یعنی در ذات خود قابلیت بسط جهانی را دارد؟ آیا فرهنگ مدرن به صورت منطقی، امکان بسط جهانی یافتن را دارد؟ آیا فرهنگ اسلامی امکان منطقی جهانی شدن را دارد؟ اگر پاسخ به این پرسش

مثبت است، پایه‌های تبلیغ بیناتمدنی فرهنگ اسلامی چیست؟ این مقاله درصدد بیان علل سلطه جهانی فرهنگ مدرن و مقبولیت یافتن آن نیست بلکه صرفاً درصدد امکان‌سنجی تبلیغ بیناتمدنی فرهنگ‌ها است.

در این مقاله کانون اصلی فرهنگ و معیار موجه بودن آن بر اساس نظریه فرهنگی فارابی تعیین می‌گردد و این نظریه فرهنگی به‌عنوان چارچوب نظری این تحقیق در نظر گرفته می‌شود. پرداختن به این مسائل، با توجه به غفلت از ظرفیت فلسفه اسلامی در تبلیغ بین‌المللی ضرورت می‌یابد. تبلیغ بین‌المللی دین باید به دنبال ایجاد معنای اسلامی در افق معرفتی ملل باشد تا با ظهور این معنا، فعالان فرهنگی آن جامعه این معنا را بومی‌سازی نمایند و این پژوهش به دنبال بیان پایه‌هایی است که معنای فرهنگ اسلامی را در عرصه بین‌المللی قابل عرضه می‌سازد.

با انجام این پژوهش روشن می‌شود که از میان فرهنگ مدرن و فرهنگ توحیدی اسلام، کدام‌یک برای جهانی شدن توجیه منطقی دارد و می‌تواند با فرهنگ‌های دیگر وارد گفتگو شود و کدام فرهنگ، به‌طور منطقی امکان گفتگو با فرهنگ‌های دیگر را ندارد و اگر بر جامعه‌ای دیگر سلطه یافته است، مهاجم است و با استفاده از ابزارهای غیرمعرفتی مانند قدرت، سلطه خود را تثبیت نموده است.

گفتنی است پژوهش‌های متعددی درباره ارتباطات میان فرهنگی صورت گرفته است که در شکل‌گیری این تحقیق اثرگذار هستند. کتاب مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی نوشته سید رضا صالحی امیری، کتاب درآمدی بر نظریه فرهنگی نوشته فلیپ دانیل اسمیت، نظریه فرهنگی شهید مطهری نوشته مهدی جمشیدی، مقاله «مسئله شناسی ارتباطات میان فرهنگی» نوشته حسن یوسف زاده اربط، «حکمت» به‌مثابه هوش فرهنگی در ارتباطات میان فرهنگی» نوشته حسین یوسف زاده، «ارتباطات برهانی بنیان فرهنگ و جامعه فاضله در علم مدنی فارابی» نوشته اصغر اسلامی تنها و درس گفتار نسبت فلسفه با کلام و ملت از استاد پارسانیا از جمله این آثار هستند.

همچنین مطالعاتی درباره تبلیغ بیناتمدنی دین الهام‌بخش این تحقیق بوده‌اند. کتاب جامعه‌شناسی در عرصه تبلیغ دین نوشته شمس الله مریجی و نشست تبلیغ بیناتمدنی دین ارائه شده توسط محمدعلی میرزایی از جمله این آثار است.

گرچه مسئله امکان‌سنجی تبلیغ بین‌تمدنی بر اساس حکمت اسلامی از سوی محققان مورد مطالعه قرار نگرفته است اما در مباحث مربوط به ارتباطات میان‌فرهنگی این مسئله را در دایره‌ای وسیع‌تر مورد مطالعه قرار گرفته است. نوآوری این پژوهش در تحلیل امکان‌سنجی تبلیغ بین‌تمدنی فرهنگ‌ها و استفاده از روش‌شناسی بنیادین است.

مفاهیم

مفاهیم کلیدی در این تحقیق عبارت‌اند از:

۱- تبلیغ

تبلیغ در لغت به معنای رسیدن، ایصال و کفایت است (جوهری، ۱۳۷۶: ج ۴: ۱۳۱۶). دهخدا تبلیغ را به معنای «رسانیدن پیغام و جز آن و رسانیدن عقاید دینی یا غیر آن‌ها با وسایل ممکنه» می‌داند (دهخدا، ۱۳۷۷: مدخل بلغ) و معادلی برای واژگان mission, propaganda و advertising دانسته شده است (خندان، ۱۳۷۴: ۴۵-۱۷).

تبلیغ در متون جامعه‌شناسی به معنای «دست‌کاری و کشاندن افکار عمومی در جهت یک هدف و نظر خاص، با به‌کارگیری وسایلی مانند زبان، خط، تصویر و غیره است. تبلیغ‌کنندگان اغلب مفاهیم روشن و تاریک را با یکدیگر می‌آمیزند و جلوه‌ای خوشایند به آن می‌دهند» (کوئن، ۱۳۹۱: ۳۸۹). بر این اساس تبلیغ معادل پروپاگاندا است و با مفهوم تبلیغ در فرهنگ اسلامی که عبارت است از رساندن پیام الهی به شیوه روشنگرانه از طریق ایجاد ارتباط و تشویق به پذیرش محتوای موردنظر با استفاده از ابزار و روش‌های مشروع هر عصر و زمان متفاوت است.

مراد از تبلیغ در این تحقیق عبارت است از «رساندن پیام به دیگری از طریق برقراری ارتباط به منظور ایجاد دگرگونی در بینش و رفتار او و بر سه عنصر اصلی پیام‌دهنده، پیام‌گیرنده و محتوای پیام مبتنی است» (مریجی، ۱۳۹۳: ۵۰).

این مفهوم از سه جهت اخص از مفهوم ارتباطات فرهنگی است. اولاً تبلیغ مقید به انتقال حقیقت است اما ارتباطات فرهنگی چنین تقیدی را ندارد، ثانیاً تبلیغ عمدتاً از شیوه روشنگرانه استفاده می‌کند اما پروپاگاندا که یکی از اشکال ارتباطات فرهنگی است عمدتاً از شیوه تلقین بهره

می‌جوید و ثالثاً تبلیغ مقید به استفاده از ابزارهای مشروع اطلاع‌رسانی است اما پروپاگاندا چنین تقیدی ندارد.

۲- فرهنگ و نظریه فرهنگی

فرهنگ دارای معانی فراوانی است. بروس کوئن در تعریف فرهنگ می‌گوید: «فرهنگ به شیوه‌های زندگی که افراد یک جامعه می‌آموزند، در آن مشارکت دارند و از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد، اطلاق می‌شود. فرهنگ دارای سه عنصر شناختی، مادی و قواعد سازمانی است» (کوئن، ۱۳۹۱: ۵۷-۵۶).

در این مقاله مراد از فرهنگ «بخشی از معرفت است که در ذهنیت مشترک افراد و جامعه (زیست جهان) وارد شده است». مراد از معرفت در این تعریف معنای عامی است که شامل احساس، عاطفه، گرایش، اعتقاد، آداب و عادات می‌شود. هر نوع آگاهی وقتی صورت جمعی به خود گیرد، فرهنگ است؛ بنابراین فرهنگ شامل عقاید، آگاهی، ارزش، هنجار، آداب و عادات می‌شود. با قید «صورت جمعی» معرفت‌های فردی و خاص و حقایقی که بیرون از حیطه معرفت افراد هستند، از تعریف فرهنگ خارج می‌شوند (پارسانیا، ۱۳۹۵: ۲۳-۲۵).

نظریه نیز معانی متعددی دارد. نظریه چیزی بیش از توصیف یا تعمیم واقعیت‌های تجربی است. نظریه، ادراکات و الگوهای مجرد و دارای ترتیب نظام‌مندانه است که می‌توانند در بررسی آنچه در واقع در جهان رخ می‌دهد به کار روند. نظریه فرهنگی ادبیاتی است که می‌توان به کمک آن ماهیت فرهنگ و تبعات آن برای زندگی اجتماعی را فهمید. نظریه‌های فرهنگی بسیار گسترده و متنوع هستند، با همه این‌ها می‌توان رد پای چهار موضوع اصلی را در تمام نظریه‌های فرهنگی یافت.

۱. چستی فرهنگ: نظریه‌ها ابزارهایی برای درک ماهیت فرهنگ هستند. حقیقت فرهنگ در نظریه‌های فرهنگی متفاوت است. در برخی نظریه‌ها فرهنگ را به‌عنوان ارزش‌ها و قواعد تعریف می‌کنند، در برخی از آن‌ها فرهنگ به معنای روایت است، در برخی معادل با ایدئولوژی است، برخی فرهنگ را گفتمان و برخی دیگر آن را عقل سلیم می‌دانند. هر یک از این برداشت‌ها، تبعات خاص خود را در تفسیر شیوه‌های عمل فرهنگ و روش مطالعه فرهنگ دارند.

۲. دلالت‌های اجتماعی: نظریه توجه خود را معطوف می‌کند به ارائه الگوهای تأثیراتی که فرهنگ را در تأمین ثبات، همبستگی و فرصت یا در پابرجا نگه‌داشتن کشمکش، قدرت و بی‌عدالتی توضیح دهند.

۳. کنش، عاملیت، خویشتن: مسئله اصلی در اینجا رابطه فرد و فرهنگ است. خطرترین مسئله، یافتن راه‌هایی است که فرهنگ از طریق آن‌ها، به روابط انسانی معنا می‌بخشد و عمل انسانی را شکل می‌دهد. (اسمیت، ۱۳۸۷: ۱۹-۱۸).

۴. گفتگوی فرهنگ‌ها: مسائلی که در ساحت مطالعات میان‌فرهنگی مطرح می‌شود این است که آیا فرهنگ‌ها امکان گفتگو با یکدیگر را دارند؟ شرایط گفتگو صحیح میان فرهنگ‌ها چیست؟ معیار بازشناسی تبادل فرهنگی از تهاجم فرهنگی چیست؟ (صالحی امیری، ۱۳۸۶: ۶۳-۶۰).

از میان موضوعات یاد شده، چیستی فرهنگ و گفتگوی فرهنگ‌ها از جمله مسائلی است که در این مقاله از منظر حکمت اسلامی مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

۳- تمدن و بینامدنی بودن

چنانچه اشاره شد، فرهنگ دارای سه عنصر شناختی، مادی و قواعد سازمانی است. عنصر مادی فرهنگ شامل مهارت‌های فنی، هنرها، ابزار و اشیای مادی دیگر است و دانشمندان علوم اجتماعی این عنصر را تمدن می‌نامند. تمدن دارای معانی مختلف است اما دو مضمون در تمام تعاریف تمدن وجود دارد:

۱. تمدن صورتی از فرهنگ است.
۲. با وجود ارتباط نزدیک فرهنگ و تمدن تفاوتی بین آن‌ها وجود دارد و آن این است که تمدن بیشتر جنبه عملی و عینی دارد ولی فرهنگ بیشتر جنبه ذهنی و معنوی دارد و عقاید و باورها در فرهنگ قرار دارند، در حالی که تمدن ناظر به رفع حوائج مادی انسان در اجتماع است (اسلامی ندوشن، ۱۳۷۱: ۱۰۶).

بینامدنی بودن مفهومی است که با نگاه پست‌مدرن و بینامتنی، معنای یک تمدن را در سلب تمدن‌های دیگر می‌داند نه اینکه خودش حرفی برای گفتن داشته باشد (تاجیک، ۱۳۷۷: ۵۹-۵۷). اما این نگاه مبتنی بر دیدگاه پسا ساختارگرایی در معرفت‌شناسی است که در جای خود مورد نقد

قرار گرفته است (قمی، ۱۳۸۴: ۷۸). مراد از بیناتمدنی بودن در این مقاله، معنایی است که در ذات خود محدود به تمدن خاصی نیست و گرچه از نظر زمانی و مکانی در یک تمدن و فرهنگ خاص پیدا شده و رشد یافته اما قابلیت ظهور و بروز یافتن در افق معرفتی و فرهنگی تمام انسان‌ها را دارد.

چارچوب نظری

۱- نظریه فرهنگی فارابی

فارابی فیلسوف فرهنگ جهان اسلام، در علم مدنی خود، با رویکرد عقلی به بررسی حیات اجتماعی انسان و ابعاد گوناگون آن از جمله فرهنگ پرداخته است. مطالعه تحلیلی آثار او نشان می‌دهد که «معنا» در کانون توجه او قرار داشته است (اسلامی تنها، ۱۳۹۲: ۵). او در قرنی می‌زیست که به خاطر فضای خاص ارتباطات فرهنگی ایران قرن سوم و چهارم هجری، از شخصیت علمی ویژه‌ای برخوردار شد. در این فضا او با اندیشه‌های فلسفی یونان آشنا شد و بخش وسیعی از آثار او به تحلیل عقلی مفاهیم مربوط به فلسفه یونان اختصاص یافت (فارابی، ۱۹۸۶: ۱۳۱-۶۱). فارابی دانش بررسی عقلی اجتماع انسانی و ابعاد و عناصر آن را علم مدنی نامید (فارابی، ۱۴۱۳: ۱۴۳). این علم یکی از شاخه‌های حکمت عملی است و موضوع آن جهانی است که با اراده انسان محقق می‌شود (آل یاسین، ۱۴۰۵: ۳۸۷).

وی در رساله المله ملت را به گونه‌ای تعریف می‌کند که مرادف با فرهنگ است؛ ملت عبارت است از آرا، عقاید و فعالیت‌های معین و مقید به شرایطی که رئیس اول برای جمع ترسیم می‌کند تا با به کارگیری آن جمع، به هدفی برسند (فارابی، ۱۹۶۸: ۴۳). این مجموعه عقیدتی و الگوی عملی که توسط رئیس اول ترسیم می‌شود، برای مردم هدفی مشترک را تعیین می‌کند و جهت‌دهنده افکار و رفتار مردم است و روش زندگی آن‌ها را تعیین می‌کند. از این رو، ملت در اندیشه فارابی همان فرهنگ است (اسلامی تنها، ۱۳۹۲: ۱۸).

فارابی معتقد است فرهنگ دارای دو سطح است؛ سطح بنیادین و غیر بنیادین. سطح بنیادین فرهنگ مربوط به معرفت‌های جدلی، خطابی و شعری است که توسط متکلمین، فقها و شاعران در جامعه گسترش می‌یابد اما سطح بنیادین فرهنگ معرفت‌های برهانی است که پشتوانه و بنیان فرهنگ محسوب می‌شود. سطح بنیادین فرهنگ از نظر منطقی مقدم بر سطح غیر بنیادین است اما

از نظر تاریخی مؤخر از آن است و همواره پس از به چالش کشیده شده معرفت‌های جدلی، خطاب‌ی و شعری، نوبت به مباحث برهانی می‌رسد: «و لَمَّا كَانَ سَبِيلَ الْبَرَاهِينِ أَنْ يَشْعُرَ بِهَا بَعْدَ هَذِهِ لَزِمَ أَنْ تَكُونَ الْقَوَى الْجَدَلِيَّةُ وَالسُّوفِسْطَائِيَّةُ وَالْفَلَسَفَةُ الْمُظَنُّونَةُ أَوْ الْفَلَسَفَةُ الْمَمُوهَةُ تَقَدَّمَتْ بِالزَّمَانِ الْفَلَسَفَةُ الْيَقِينِيَّةُ، وَ هِيَ الْبَرَهَائِيَّةُ. وَ الْمَلَّةُ إِذَا جَعَلَتْ إِنْسَانِيَّةً فَهِيَ مُتَأَخَّرَةٌ بِالزَّمَانِ عَنِ الْفَلَسَفَةِ» (فارابی، ۱۹۸۶: ۱۳۱).

فارابی معتقد است منازعات میان فرهنگی در دو سطح انجام می‌شود یکی سطح جدل و دیگری سطح برهان. اهل جدل مرزداران یک فرهنگ خاص و از نخبگان آن فرهنگ به شمار می‌آیند. این افراد درون یک فرهنگ عمل می‌کنند و به دنبال غلبه فرهنگ خود بر فرهنگ‌های دیگر هستند؛ اما گاهی چالش‌ها عمیق‌تر می‌شود و سخن از این است که اساساً یک فرهنگ قابلیت غلبه بر فرهنگ‌های دیگر را دارد؟ اینجا منازعات فرهنگی وارد سطح برهانی می‌شود و متکلمان به عنوان نخبگان فرهنگی خاص جای خود را به فلاسفه که نخبگان انسانی هستند، می‌دهند.

فارابی معتقد است فرهنگ همواره از سطح جدلی آغاز می‌شود. انسان برای اینکه رشد پیدا کند باید از معارف عرفی اجتماعش آغاز کند. ابتدا با خیال و وهم از پدر و مادر و سخنان دیگران، سنتی را می‌فهمد و با آن مأنوس می‌شود. شناخت عمومی و فرهنگ به لحاظ تاریخی بر شناخت علمی و فلسفی تقدم دارد؛ اما وقتی می‌خواهد این سنت‌ها را بررسی کند باید به سمت منطق حقیقت و برهان برود (فارابی، ۱۹۸۶: ۱۳۴).

وقتی منازعات فرهنگی به سطح برهانی رسید و فرهنگ مشترک انسانی پدید می‌آید. این فرهنگ، نخبگانی دارد که به تعبیر فارابی «نخبگان مطلق» هستند یعنی مقید به فرهنگ و تمدن یا صنعت خاصی نیستند: «فَالْخَوَاصُّ عَلَى الْإِطْلَاقِ إِذْنُ هُمُ الْفَلَسَفَةُ الَّذِينَ هُمُ فَلَاسَفَةُ بِإِطْلَاقٍ» (فارابی، ۱۹۸۶: ۱۳۳).

با توجه به آنچه گفته شد می‌توان بیان داشت که فارابی در نظریه فرهنگی خود فرهنگ را آرا و عقایدی می‌داند که مردم بر اساس آن زندگی می‌کنند و متکلمان، فقها و خطبا که مبلغ فرهنگ به روش اقناعی هستند، پاسداران فرهنگ خود می‌باشند؛ اما فلاسفه که با معارف یقینی و برهانی سروکار دارند به فرهنگی تعلق دارند که اختصاص به ملت و تمدن خاصی نیست بلکه فرهنگی انسانی و مشترک بین تمام تمدن‌ها است.

در منازعات فرهنگی سطح بنیادین فرهنگ‌ها تعیین می‌کند این فرهنگ به‌طور منطقی، امکان گفتگو با فرهنگ‌های دیگر را دارد و انتقال معانی آن به فرهنگ‌های دیگر موجه است یا نه؛ بنابراین فرهنگی که از پشتوانه برهانی برخوردار باشد، فرهنگی انسانی می‌تواند باشد و محدود به تمدن خاصی نیست اما فرهنگی که از پشتوانه برهانی برخوردار نباشد چنین قابلیت را ندارد. این مهم ملاک توجیه منطقی جهانی بودن فرهنگ‌ها است. به عبارت دیگر بنیان‌های فلسفی هر تمدن بیان می‌کنند که آیا آن فرهنگ ظرفیت جهانی شدن را دارد یا مختص به ملت خاصی است؟

۲-۳. روش‌شناسی بنیادین به‌مثابه روش تحقیق

روش‌شناسی بنیادین به‌مثابه نظریه‌ای در باب شکل‌گیری نظریات علمی پدید آمد. این نظریه عوامل به وجود آورنده نظریات علمی را به عوامل معرفتی و غیرمعرفتی تقسیم می‌کند. عوامل معرفتی مبادی معرفت‌شناختی، هستی‌شناختی و انسان‌شناختی است و عوامل غیرمعرفتی عبارت‌اند از خصوصیات فردی نظریه‌پرداز و ویژگی‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و نظامی در زمانه نظریه‌پردازی (پارسانیا، ۱۳۹۲: ۴۷-۵۷). روش‌شناسی بنیادین به قضاوت درباره مبانی فلسفی نظریات نمی‌پردازد بلکه نتیجه تحقیقات خود را به‌صورت قضیه شرطیه بیان می‌کند که جمله شرط، بیان‌کننده مبنای فلسفی و جواب شرط، بیان‌کننده نظریه است (پارسانیا، ۱۳۹۲: ۴۴). با وجود اینکه روش‌شناسی بنیادین در مقابل روش‌شناسی کاربردی قرار دارد، اما روش‌شناسی بنیادین می‌تواند به‌مثابه روشی برای نقد مبنایی (پارسانیا، ۱۳۹۲: ۴۵) و بازشناسی نظریات درونی و سازگار با فرهنگ از نظریات بیرونی و مهاجم مورد استفاده قرار گیرد (پارسانیا، ۱۳۹۲: ۵۶-۵۷). با توجه به اینکه از نظر فارابی، مبانی فلسفی فرهنگ‌ها معیار توجیه منطقی فرهنگ برای جهانی شدن را تبیین می‌کنند، روش‌شناسی بنیادین به‌عنوان روشی برای بازشناسی مبانی فلسفی فرهنگ مدرن و فرهنگ اسلامی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

دستاوردهای تحقیق

پرسش این تحقیق عبارت است از اینکه آیا فرهنگ مدرن قابلیت جهانی شدن را دارد؟ در غیر این صورت آیا فرهنگ اسلامی از چنین قابلیت برخوردار است؟

طبق نظریه فرهنگی فارابی، پاسخ این پرسش در پشتوانه فلسفی فرهنگ مدرن و فرهنگ اسلامی است؛ بنابراین باید این پرسش‌ها را مطرح کرد که آیا جهانی شدن فرهنگ مدرن و پست‌مدرن بر اساس مبانی فلسفی خود، به‌طور منطقی موجه است؟ و آیا فرهنگ اسلامی بر اساس مبانی خود از توجیه منطقی برای گفتگو با فرهنگ‌های دیگر برخوردار است؟

از سوی دیگر کانون مرکزی فرهنگ از منظر فارابی، «معنا» است. در صورتی که بنیان‌های فلسفی فرهنگ، توان ایجاد معنای جهانی را داشته باشند و بتوانند معنایی را ایجاد کنند که در افق ذهنی هر انسانی پدیدار گردد، آن فرهنگ قابلیت جهانی شدن را دارد و در صورتی که بنیان‌های فلسفی فرهنگ از چنین قابلیت برخوردار نباشند، جهانی شدن آن فرهنگ ناموجه است. از این رو به بررسی دیدگاه‌های موجود در فلسفه غرب پیرامون «معنا» می‌پردازیم تا روشن شود که مبانی فلسفی فرهنگ مدرن و پست‌مدرن اجازه جهانی شدن معنا را می‌دهند یا امکان معنای جهانی را منکر هستند؟ و دیدگاه فلسفه اسلامی در این باره چیست؟

در مطالعات فرهنگی معنای آثار هنری، قطعه‌های ادبی، تولیدات رسانه‌ای و کنش‌های اجتماعی مورد مطالعه قرار می‌گیرد و در پی پاسخ به پرسش‌هایی از قبیل «معنای این قطعه ادبی چیست؟» «اهمیت آن در تاریخ هنر چه بوده است؟» «چگونه می‌توان به معنای کنش‌های انسانی در بستر تاریخی و فرهنگی خود دست یافت؟» و «آیا اساساً می‌توان نیت مؤلف را به‌عنوان معنا در نظر گرفت؟» هستند. این پرسش‌ها گرچه از مطالعات ادبی و زبان‌شناسی آغاز شد اما به مطالعات فرهنگی، انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی و در نهایت به فلسفه رسید (کلاتری، ۱۳۸۶: ۸۷-۸۸).

انتقال مسئله معنا از مطالعات ادبی به مطالعات فرهنگی توسط ساختارگرایی چون اشتروس صورت گرفت و توسط ساختارشکنان و هرمنوتیسین‌ها دنبال شد. گرچه دیدگاه‌های مربوط به معنا در فلسفه غرب، فراوان و دارای گرایش‌های متضاد هستند اما در این مقاله به سه دسته کلی از دیدگاه‌های فلسفی اشاره می‌گردد و به این پرسش پاسخ می‌دهند که آیا ممکن است معنایی وجود داشته باشد که قابلیت جهانی شدن را داشته باشد؟

ادعای این مقاله این است که نظریه‌های فرهنگی موجود در دنیای مدرن و پست‌مدرن از مبانی‌ای برخوردار هستند که این مبانی فلسفی قابلیت جهانی بودن این نظریات فرهنگی را به‌طور منطقی توجیه نمی‌کنند. سپس به بیان دستاوردهای فلسفه اسلامی پرداخته و بیان می‌کنیم که فلسفه

اسلامی با تأکید بر آموزه «ضرورت ازلی» در عرصه معرفت‌شناختی و هستی‌شناختی دارای ظرفیتی می‌گردد که امکان جهانی شدن فرهنگ اسلامی و گفتگو با فرهنگ‌های دیگر را به‌طور منطقی موجه می‌سازد.

۱- فلسفه‌های ذات‌گرا

دیدگاه فرگه در فلسفه تحلیلی و هوسرل در پدیدارشناسی در این جهت با هم مشترک‌اند که برای معنا‌هویت و ذاتی مستقل قائل هستند. فرگه و هوسرل با ریاضی شروع کردند و معانی موجود در ریاضیات را مستقل از خود و باورها و ارزش‌هایشان یافتند.

هوسرل در کتاب فلسفه حساب معتقد به اصالت روانشناسی بود و هرگونه فهم و معرفتی را ناشی از عوامل روان‌شناختی می‌دانست اما وقتی با اعتراض‌های فرگه مواجه شد، در کتاب پژوهش‌های منطقی از این نظر برگشت و معتقد شد که منطق را نمی‌توان به روانشناسی فروکاست. او معتقد بود که منطق با سپهر معنا سروکار دارد. او بین علم و معرفت به‌عنوان واقعیتی نفسانی و ذواتی که آگاهی به آن‌ها تعلق می‌گیرد، فرق می‌گذاشت. آنچه تجربه‌های درونی یا اعمال نفسانی خوانده می‌شود، اموری جزئی و شخصی هستند اما معانی اموری کلی هستند و ذات محسوب می‌گردند. در ریاضیات ناب، ذات معانی مورد شهود قرار می‌گیرند و کاملاً مستقل از حالات نفسانی هستند (کاپلستون، ۱۳۸۸، ج ۷: ۴۲۱).

ذات‌گرایی در جامعه‌شناسی توسط شووتس وارد شد. شووتس معتقد بود جهانی که در آن زندگی می‌کنیم، اعم از جهان طبیعی و اجتماعی، در آگاهی ما ساخته می‌شود. البته این سخن به معنای انکار جهان خارجی نیست بلکه درصدد بیان این نکته است که جهان زمانی معنا دارد و مورد توجه دانشمندان قرار می‌گیرد که در ذهن آن‌ها ساخته شده بود (کرایب، ۱۳۷۸: ۱۲۴). هدف از تحقیق علمی رسیدن به ذات اشیاء است که برای دانشمند پدیدار می‌گردد، نه شناخت جهان بر اساس نگرش طبیعی (بوریل و مورگان، ۱۳۸۳: ۳۳۰). از این رو، در مطالعات اجتماعی و فرهنگی باید نگرش طبیعی خود را در پرانتز گذاشت و به ذات و ماهیت واقعیت‌های اجتماعی و فرهنگی نزدیک شد (بوریل و مورگان، ۱۳۸۳: ۳۳۵).

گرچه دیدگاه فلسفی ذات‌گرا انسان را به سمت معانی مستقل رهنمون می‌شود و ذوات را اموری جهان‌شمول می‌داند، اما نمی‌تواند نظریه فرهنگی بینامدنی و انسانی تولید کند. توضیح

آنکه معانی مستقلی که در ریاضیات بر انسان پدیدار می‌گردند رابطه حقیقی بین اعداد هستند که در اختیار ما نیست. این رابطه دارای ضرورت ذاتی است به این معنا که عددی مانند ۲، از آن جهت که عدد ۲ است، زوج است و در صورت ضرب شدن در ۲ برابر با ۴ خواهد شد. همچنان که انسان از آن جهت که انسان است ناطق است و ناطق بودن برای انسان ضرورت ذاتی دارد. این حقیقت نه وابسته به خصوصیات روان‌شناختی انسان است و نه وابسته به مختصات فرهنگی او بلکه حکمی است که ذات موضوع به آن ضرورت می‌بخشد؛ اما ظهور و بروز این معنا در اذهان دیگر و ایجاد مفاهیم در مورد این معنا، وابسته به فهم ذات از سوی افراد است. کسی که ذات عدد ۲ را درک نکند احکام ضروری آن را نیز نمی‌فهمد، چنانکه کسی که ذات انسان را نفهمد، احکام ضروری آن را نمی‌فهمد؛ بنابراین قابلیت جهانی شدن معانی در فلسفه‌های ذات‌گرا، مطلق نیست بلکه مقید و محدود به فهم ذات اشیاء از سوی افراد است.

۲- فلسفه‌های نسبت‌گرا

هایدگر با پرسش از هستی فهم و مقدم ساختن آن بر پرسش از چگونگی فهم، رویکرد دیگری به حقیقت معنا ایجاد کرد. او پرسش اصلی فلسفه را این مسئله می‌داند که «چرا اشیاء باید خود را برای فاعل شناسا آشکار کنند؟» به عبارت دیگر، «شرایطی که اشیاء ابژه می‌شوند چیست؟» در پاسخ به این پرسش، هایدگر نحوه وجود آدمی را مورد توجه قرار داد. او معتقد بود؛ هستی انسان (دازاین) فضایی را ایجاد می‌کند که در آن اشیاء و اعمال روزمره می‌توانند خود را نشان دهند و معنادار گردند (هایدگر، ۱۳۸۹: ۵۱-۳۶).

گادامر معتقد بود معنا مقوم فهم نیست بلکه محصول آن است. به عبارت دیگر معنا قبل از تفسیر وجود ندارد بلکه در فرآیند تفسیر ایجاد می‌شود؛ بنابراین آنچه در تفسیر پدیده‌های فرهنگی فهمیده می‌شود، خود پدیده‌های اجتماعی هستند، نه معنای آن‌ها (واعظی، ۱۳۹۰: ۱۵۲).

وی برای نیفتادن در دام نسبیت‌گرایی بیان می‌داشت که فرآیند تولید معنا، گفتگویی است که بین مفسر و متن انجام می‌شود. در این گفتگو، واقعه‌ای رخ می‌دهد که مفسر در آن پرتاب می‌گردد و آن امتزاج افق تاریخی متن با افق تاریخی مفسر است. معنا در نتیجه امتزاج افق‌ها ساخته می‌شود؛ بنابراین تفسیر پدیده‌های فرهنگی، بازبانی معنای نخستین آن‌ها نیست بلکه تولید معنای تازه است. بر این اساس، معنا همواره امری تاریخی و متأثر از سنت است (شرت، ۱۳۸۷: ۱۳۳).

این دیدگاه ریشه در فلسفه کانت دارد. گرچه کانت در مقابل نومن، به فنومن معتقد است اما این باور او از روی عادت فلسفی است زیرا او معتقد به سنخیت بین ادراک و جهان خارج نیست. از نظر کانت سنخیت بین ادراک و جهان خارج کار عقل عملی است و برای جلوگیری از اختلال در زندگی صورت می‌گیرد (کاپلستون، ۱۳۸۸، ج ۶: ۳۱۵-۳۱۲). درحالی که در فلسفه اسلامی این سنخیت در جایی مطرح است که اشتراک مفهوم وجود دلالت بر جهت مشترک در موجودات دارد (صدرالمآلهین، ۱۴۲۸، ج ۱: ۸۹).

گرچه گادامر تلاش می‌کند از نسبت‌گرایی رها شود اما در دام نسبت‌گرایی گرفتار شده است و نمی‌تواند امکان دستیابی به معنای جهانی را ثابت کند. در فلسفه‌های نسبت‌گرا، واقعیت در ارتباط من با شیء ای خاص و غایات من نسبت به آن شیء، تعریف می‌گردد. رابطه من با اشیاء، رابطه‌ای ضروری است و ساخته من نیست اما ضرورت آن در محدوده ذات من و نیازهای آن و ذات آن شیء و قابلیت‌های آن است. در اینجا ما با یک حقیقت مواجهیم و آن ضرورت بین من و اشیاء است ولی این ضرورت محدود به رابطه من با اشیای اطرافم است و قابل توسعه به افراد دیگر در فرهنگ‌ها و تمدن‌های دیگر نیست؛ چراکه آن‌ها ممکن است به اقتضای نیازها و محدودیت‌هایشان نسبت‌های دیگری با اشیای اطراف خود تعریف کنند چنانکه این فلسفه‌ها معنا را غیرقابل انفکاک از سنت و تاریخ خود می‌دانند.

۳- فلسفه‌های نسبت‌گرا

ساختارگرایی به‌عنوان نظریه‌ای زبان‌شناختی در دهه ۱۹۶۰ توسط فردینان دوسوسور مطرح گردید اما دیری نپایید که از حد یک نظریه فراتر رفته و تبدیل به یک آیین شد و در رشته‌های مختلف مورد استفاده قرار گرفت (کرایب، ۱۳۷۸: ۱۶۵).

در این دیدگاه معنا امری خارج از متن فرهنگی نیست بلکه معنا توسط متن ساخته می‌شود. به‌عبارت‌دیگر معنا امری نیست که ورای متن وجود داشته باشد و متن به آن دلالت کند بلکه معنا توسط متن و رابطه‌ای که بین اشاره‌ها در یک متن برقرار می‌شود، ساخته می‌شود (گیویان، ۱۳۹۰: ۶۷).

نتیجه ساختارگرایی سوسور، مرگ مؤلف در فرایند تفسیر متن است. اشتراوس نیز معتقد است که متن فرهنگی مستقل از کنشگر است و درصدد نشان دادن معنایی است که اسطوره‌ها خود

می‌گویند، نه آنچه کنشگران می‌پندارند (لوی اشتراوس، ۱۹۹۰: ۵۶). بر این اساس هر اثر فرهنگی، معنای مختص به خود را می‌سازد و هر کس در مواجهه با متن معنایی از آن را می‌فهمد. این دیدگاه منجر به نسبی‌گرایی افسارگسیخته می‌گردد، چنانکه ساختارشکنی با انکار معنا آن را پذیرفت (واعظی، ۱۳۹۰: ۲۱۰-۲۰۹).

فرهنگ مبتنی بر این دیدگاه قابلیت جهانی شدن را ندارد بلکه حتی قابلیت همه‌شمولی در یک فرهنگ و یک ملت را هم ندارد و خود، مبلغ تکثرگرایی فرهنگی است و در ذات خود غیر جهانی بودن یک فرهنگ را اعلام می‌کند، گرچه در عمل همین تکثرگرایی را به‌عنوان فرهنگی واحد به تمام جهان صادر می‌کند.

۴- فلسفه اسلامی: ضرورت ازلی

راه‌حلی که می‌توان بیان کرد نظریه چهارمی است که فلسفه اسلامی پیشنهاد می‌کند و آن دستیابی به معنایی است که دارای ضرورت ازلی باشد. در نسبت‌گرایی ضرورت معانی به کلی انکار شد و هر متن به اقتضای روابط نشانه‌هایش معنایی را تولید کرده، خواننده متن در بازی با نشانه‌ها و تولید معنا کاملاً آزاد است. در نسبت‌گرایی ضرورت بالقیاس مطرح شد طوری که قابلیت جهان‌شمولی را نداشت. در ذات‌گرایی ضرورت ذاتی به‌عنوان معنایی جهان‌شمول مطرح گردید اما ضرورتی مطلق نبود زیرا ظهور و بروز آن در افق ذهنی هر انسان، وابسته فهم ذات توسط آن انسان است. فلسفه اسلامی با طرح ضرورت ازلی، معنایی را وارد فرهنگ کرد که جهان‌شمول است یعنی در افق ذهنی همه انسان‌ها ظاهر می‌گردد و وابسته به هیچ شرطی نیست. چنانچه در نظریه فرهنگی فارابی گذشت، معانی موجود در فرهنگ دارای دو لایه می‌باشند. لایه جدلی، خطابی و شعری که مختص به فرهنگی خاص است و بر اساس شرایطی زمانی و مکانی دستخوش تحول می‌گردد و لایه برهانی که فراتر از فرهنگ و جامعه خاص است و فرهنگ انسانی است. او معانی موجود در لایه برهانی فرهنگ را که معانی عقلی هستند، معانی می‌داند که در عقل فعال موجودند و عقل هیولانی انسان برای درک این معانی منفعل است. چنانچه معانی برهانی و عقلی توسط عقل فعال به قوه عاقله انسان افزوده گردد، درک این معانی برای انسان ممکن می‌گردد (فارابی، ۱۹۹۵: ۹۸-۹۷).

در این میان برخی از معانی معقول، دارای ضرورت ازلی هستند. ضرورت ازلی جهتی از جهات قضایا است که وابسته به شرطی نیست و مطلق است (ابن سینا، ۱۳۸۴، ج ۱: ۲۳۱). ضرورت ازلی در قضایایی است که حتی وابسته به موجود بودن موضوعشان هم نیست بلکه با تصور عدم موضوع، باز هم حکم مزبور ضرورتاً ثابت می‌شود. این معانی، قضایایی هستند که از انکار آن‌ها اثباتشان لازم می‌آید.

قضایایی که دارای ضرورت ازلی هستند، قضایایی هستند که در هر افق ذهنی بروز و ظهور می‌یابد و از این رو می‌تواند بنیانی برای امکان گفتگو میان تمدن‌ها و تبلیغ بیناتمدنی باشد. ضرورت ظهور و بروز این معانی در افق ذهنی انسانی مطلق است و وابسته به هیچ قیدی نیست. در فلسفه اسلامی چند قضیه با جهت ضرورت ازلی معرفی شدند که عبارت‌اند از:

۱. اصل اجتماع نقیضین: تنها گزاره‌ای که در ذات خود استدلال ناپذیر است و از انکار آن

اثباتش لازم می‌آید اصل اجتماع نقیضین است و گزاره‌های دیگری که چنین خاصیتی دارند، به خاطر بهره‌مندی از اصل اجتماع نقیضین است (جوادی آملی، ۱۳۷۸: ۱۴۶).

۲. اصل واقعیت: علامه طباطبائی (ره) در حاشیه بر اسفار، ضمن تقریر برهان صدیقین بر

اثبات وجود خدا، اصل واقعیت را اصلی می‌داند که دارای ضرورت ازلی است و از انکار موضوعش، اثبات آن لازم می‌آید. مفاد اصل واقعیت این است که با علم حضوری می‌یابیم «واقعیتی موجود است».

[حقیقت عینی] همان واقعیتی که به وسیله آن سفسطه را دفع می‌کنیم و هر انسان دارای شعوری

می‌یابد که چاره‌ای جز اثبات این واقعیت ندارد و این واقعیت در ذات خود قابل انکار نیست حتی فرض بطلان و انکارش مستلزم اثبات آن است (صدرالمتألهین، ۱۴۲۸، ج ۶: ۱۶-۱۵، پاورقی ۶).

۳. اثبات وجود خدا: سومین قضیه‌ای که فلاسفه معتقد به ضرورت ازلی آن هستند قضیه «الله

تعالی موجود» است (ابن سینا، ۱۳۸۴، ج ۱: ۲۳۱). علامه طباطبائی (ره) در توضیح این مطلب، پس از اثبات ضرورت ازلی برای اصل واقعیت، این واقعیت را واجب‌الوجود می‌داند زیرا این هستی دارای ضرورت است و ضرورت آن مطلق است؛ بنابراین قضیه «الله تعالی موجود» دارای ضرورت ازلی است.

حال که اصل واقعیت در ذات خود عدم و بطلان را نمی‌پذیرد، واجب بالذات است پس واقعیتی که واجب بالذات باشد وجود دارد و موجوداتی که دارای واقعیت‌های محتاج هستند، در واقعیتشان قائم به واقعیت واجب‌الوجودند (صدرالمآلهین، ۱۴۲۸، ج ۶: ۱۶-۱۵، پاورقی ۶). معنایی که دارای ضرورت ازلی است برای هر انسانی قابل فهم است و محدود به افق ذهنی خاصی نیست، گرچه هر کس به اندازه سعه وجودی خودش آن معنا را درک می‌کند؛ بنابراین از میان چهار مکتب یاد شده، فلسفه اسلامی قابلیت دستیابی به معانی انسانی را دارد و فرهنگی که مبتنی بر فلسفه اسلامی است می‌تواند فرهنگی جهانی باشد زیرا از معانی سخن می‌گوید که همه انسان‌ها بدون هیچ قید و شرطی آن را می‌فهمند.

نتیجه‌گیری

بر اساس حکمت اسلامی که به بررسی امکان تبلیغ بیناتمدنی پرداختیم، اکنون به پرسش‌های مطرح شده در ابتدای مقاله می‌توان پاسخ داد. فرهنگ مدرن بر اساس بنیان‌های فلسفی خود توجیه منطقی برای ارائه معنایی جهانی را ندارد. فلسفه‌های نسبیست‌گرا به کلی دستیابی به معنای مستقل و رای متن را برای همه انسان‌ها انکار می‌کردند. فلسفه‌های نسبت‌گرا ضرورت بالقیاس میان غایات و امیال انسان و اشیای اطرافش را مطرح کردند. در نتیجه، معنایی که دارای ضرورت بالقیاس است منحصر به دو طرف رابطه است و در افق ذهنی کسانی که خارج از این نسبت دوطرفه هستند ظهور نمی‌یابد. فلسفه‌های ذات‌گرا گرچه به معنایی جهان‌شمول که دارای ضرورت ذاتی هستند، اشاره می‌کند اما این معانی مطلق نیستند و فهم آن‌ها وابسته به تحقق و ظهور موضوع است. در نتیجه هیچ کدام از نحله‌های فلسفی، به‌طور منطقی قابلیت ارائه فرهنگ جهانی را ندارند. با توجه به دستاورد «ضرورت ازلی» در فلسفه اسلامی، فرهنگ اسلامی دارای معانی است که در همه افق‌های ذهنی ظهور و بروز دارند و تفاوت افراد در فهم این معانی به خاطر تفاوت آن‌ها در سعه وجودی و درک آن معنا است نه به خاطر تفاوت فرهنگی یا روان‌شناختی. اصل اجتماع نقیضین به‌عنوان بنیان معرفت‌شناختی و اصل واقعیت و اثبات واجب‌الوجود به‌عنوان بنیان‌های هستی‌شناختی فرهنگ اسلامی، پایه‌های تبلیغ بیناتمدنی را شکل می‌دهند.

در صورتی که معارف مبتنی بر این پایه‌ها، به وسیله جدال احسن و خطابه وارد فرهنگ عمومی گردند، تبلیغ بیناتمدنی رخ می‌دهد.

فهرست منابع

- قرآن کریم
- ابن‌سینا، ابوعلی حسین بن عبدالله (۱۳۸۴). الاشارات و التنبیها. قم: مطبوعات دینی.
- اسلامی تنها، اصغر، (۱۳۹۲). ارتباطات برهانی بنیان فرهنگ و جامعه فاضله در علم مدنی فارابی. معرفت فرهنگی اجتماعی، شماره ۱۶، ۳۰-۵.
- اسلامی ندوشن، محمدعلی (۱۳۷۱). فرهنگ و شبه فرهنگ. تهران: انتشارات یزدان.
- اسمیت، فیلیپ دانیل (۱۳۸۷). درآمدی بر نظریه فرهنگی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- آل یاسین، جعفر (۱۴۰۵). الفارابی فی حدوده و رسومه. بیروت: عالم الکتب.
- بوریل، گیسیون و مورگان، گارت، (۱۳۸۳). نظریه‌های کلان جامعه‌شناختی و تجزیه و تحلیل سازمان: عناصر جامعه‌شناختی حیات سازمانی (ترجمه محمدتقی نوروزی). قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
- پارسانیا، حمید، (۱۳۹۲). نظریه و فرهنگ: روش‌شناسی بنیادین تکوین نظریه‌های علمی. راهبرد فرهنگ، سال ششم، شماره ۲۳، ۲۸-۷.
- پارسانیا، حمید، (۱۳۹۵). روش‌شناسی انتقادی حکمت صدرایی. تهران: کتاب فردا.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۷۷). بینا-متن‌ها / بینا-تمدن‌ها: بحثی در جغرافیای مشترک تمدن‌ها. گفتمان، شماره ۳، ۶۷-۵۵.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۷۸). معرفت در قرآن. قم: اسراء.
- جوهری، اسماعیل بن حماد (۱۳۷۶ ق). الصحاح: تاج اللغة و صحاح العربیه. بیروت: دار العلم للملایین.
- خندان، محسن (۱۳۷۴). تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی. تهران: سازمان تبلیغات اسلامی.
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۷). لغت‌نامه. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- شرت، ایون (۱۳۸۷). فلسفه علوم اجتماعی قاره‌های: هرمنوتیک، تبارشناسی و نظریه انتقادی از یونان باستان تا قرن بیست و یکم (ترجمه هادی جلیلی). تهران: نشر نی.
- صالحی امیری، سید رضا (۱۳۸۶). مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی. تهران: ققنوس.
- صدرالمتألهین، صدرالدین محمد بن ابراهیم (۱۴۲۸ ق). الحکمه المتعالیه فی الاسفار العقلیه الاربعه. قم: منشورات طلیعه النور.
- فارابی، ابونصر (۱۹۸۶). کتاب الحروف. بیروت: دارالمشرق.
- فارابی، ابونصر (۱۴۱۳). الاعمال الفلسفیه. بیروت: دار المناهل.
- فارابی، ابونصر (۱۹۶۸). کتاب المله و نصوص اخری. بیروت: دار المشرق.
- فارابی، ابونصر (۱۹۹۵). آراء اهل المدینه الفاضله و مضاداتها. بیروت: مکتبه الهلال.
- قمی، محسن (۱۳۸۴). تأثیر نظریه بازی‌های زبانی ویتگنشتاین بر فلسفه لیوتار. اندیشه دینی، شماره ۱۶، ۹۲-۶۱.

- کاپلستون، فردریک چارلز (۱۳۸۸). تاریخ فلسفه (ترجمه اسماعیل سعادت و منوچهر بزرگمهر). تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی و سروش.
- کرایب، یان (۱۳۷۸). نظریه اجتماعی مدرن: از پارسونز تا هابرماس (ترجمه عباس منخبر). تهران: آگه.
- کلانتری، عبدالحسین (۱۳۸۶). عقلانیت و معنا در آرای علامه طباطبایی و پیتر وینچ. تهران: کتاب طه.
- کوئن، بروس (۱۳۹۱). مبانی جامعه‌شناسی (ترجمه و اقتباس‌گلام‌عباس توسلی و رضا فاضل). تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- گیویان، عبدالله (۱۳۹۰). مردم‌شناسی اجتماعات دینی. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- میریچی، شمس‌الله (۱۳۹۳). جامعه‌شناسی در عرصه تبلیغ دینی. قم: بوستان کتاب.
- واعظی، احمد (۱۳۹۰). نظریه تفسیر متن. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- هانتینگتون، ساموئل پی (۱۳۸۴). نظریه برخورد تمدن‌ها (ترجمه مجتبی امیری). تهران: مرکز انتشارات وزارت امور خارجه.
- هایدگر، مارتین (۱۳۸۹). هستی و زمان (ترجمه عبدالکریم رشیدیان). تهران: نشر نی.

Fukuyama, Francis F. (۱۹۹۲). *The End of History and Last Man*. New York.

Levi-Strauss, Claude. (۱۹۹۰). *Mythologiques*, translated by John and Doreen Weightman. The University of Chicago Press.

