

A Study of Media, According To Martin Heidegger and Neil Postman's Points of View

Seyyede Azadeh Emami 

PhD Student of Philosophy, University of
Isfahan, Isfahan, Iran

Yousef Shaghool *

Associate Professor of Philosophy, Faculty of
Literature and Humanities, University of
Isfahan, Isfahan, Iran

Abstract

Modern media are undoubtedly the most important phenomenon of the current century. Since it has affected all aspects of human life, from science, religion, policy, economy and culture to most personal everyday relations; the “lifestyle” of the contemporary man, in a word. Such a wide range of influence has made thinkers to discuss and study the media. These studies have resulted in a new interdisciplinary field of science known as "Philosophy of Media" which explores the media from various aspects. In a approach to media nature, some believe in an independent essence which is individually devisable. Some other, on the other hand, refer to the media as a means and believe that the media lack the authority to direct human life, and it is the man who determines how to use media, instead. This paper aims to study Heidegger and Postman points of view about the media. Both thinkers are considered to be essentialists who have commented the media from technology aspect and emphasized on self-awareness to encounter any technology, including media, in order to get rid of contemporary crisis.


Keywords: Media, Philosophy of Media, Essentialism, Technology.

* Corresponding Author: y.shaghool@ltr.ui.ac


How to Cite: Emami, S.A. & Shaghool, Y. (2023). A Study of Media, According to Martin Heidegger and Neil Postman Points of View, *Hekmat va Falsafeh*, 19 (73), 83-107.

جستاری در باب رسانه با نظر به آراء مارتین هیدگر و نیل پستمن

دانشجوی دکتری فلسفه دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

سیده آزاده امامی 

دانشیار فلسفه، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

یوسف شاقول *

چکیده

رسانه‌های مدرن را به سبب تأثیرشان بر زندگی بشر بی‌هیچ تردیدی مهم‌ترین پدیده عصر حاضر باید به حساب آورد. از علم و دین و سیاست و اقتصاد تا شخصی‌ترین مناسبات روزمره، همه متأثر از پیامدهای این پدیده‌اند. چنین گستره تأثیری اندیشمندان را به نظرورزی در حوزه رسانه واداشته است. حاصل این پژوهش‌ها سر بر آوردن دانشی جدید در عرصه مطالعات میان‌رشته‌ای به نام «فلسفه رسانه» است که از زوایای متعدد به رسانه پرداخته است. در رویکرد به ماهیت رسانه برخی برای آن ذات مستقلی قائل شده‌اند که آن را به خودی خود شایسته تأمل می‌سازد و برخی دیگر رسانه را جز ابزار نمی‌دانند و معتقدند رسانه فاقد قدرت لازم برای جهت‌دهی حیات آدمی است و این انسان است که بسته به اراده خود چگونگی بهره‌گیری از آن را تعیین می‌کند. مقصود پژوهش حاضر بررسی آراء هیدگر و پستمن در رویکرد به رسانه است. دو متفکری که در حوزه رسانه از جمله ذات‌گرایان به حساب می‌آیند و از رهگذر تکنولوژی به آن پرداخته‌اند و هر دو بر کاربست نحوی «خودآگاهی» در مواجهه با هرگونه تکنولوژی از جمله رسانه به‌منظور برون‌رفت از بحران عصر حاضر تأکید دارند.

واژگان کلیدی: رسانه، فلسفه رسانه، ذات‌گرایی، تکنولوژی.

مقدمه

رسانه -به معنای مدرن آن، یعنی رسانه‌های جمعی و خصوصاً مجازی- را بی‌هیچ تردیدی مهم‌ترین پدیده عصر حاضر باید دانست. از آن‌رو که تمام ساحات زندگی بشر را درنوردیده و همه ابعاد آن را متأثر ساخته است. از شخصی‌ترین و ابتدایی‌ترین کنش‌های انسانی تا مهم‌ترین و فراگیرترین مناسبات اجتماعی همه و همه دستخوش تأثیرات این پدیده واقع شده‌اند؛ از علم و دین و هنر گرفته تا سیاست و اقتصاد و فرهنگ و در یک کلام سبک زندگی روزمره. مک‌لوهان نظریه پرداز مشهور کانادایی که نامش با رسانه گره خورده و تحقق پیش‌بینی‌هایش در خصوص جهان برساخته رسانه‌های مدرن قابل توجه است، جهان امروز را این‌گونه به تصویر می‌کشد: «در دنیای زندگی می‌کنیم که وسایل ارتباطی آن را برای ما ساخته‌اند. [...] محیط جدید ما زائیده وسایل ارتباطی است که انسان را از تمام جهات با قدرتی وصف‌ناپذیر تحت تأثیر قرار داده است.» به اعتقاد او وسایل ارتباطی رابطه و نسبت حواس ما را با یکدیگر بر هم زده و فرهنگ دیگری را با خود به ارمغان آورده‌اند (رشید پور، ۱۳۹۷: ۹).

فلسفه رسانه

عنایت به چنین گستره تأثیری، این پدیده شاخص دنیای امروز را شایسته دقتی ژرف و فلسفی نموده است. امری که البته از نگاه اهل اندیشه دور نمانده و مستقیم و غیرمستقیم به آن پرداخته و آن را مورد واکاوی فلسفی قرار داده‌اند. سایبیل کرامر از جمله متفکرانی که در تبیین هویت فلسفه نظری رسانه صاحب نظر است، بر این اعتقاد است که چرخش فلسفه امروز دنیا چرخش از زبان به رسانه‌هاست و همان‌گونه که قرن بیستم شاهد چرخش از شعور [آگاهی] به زبان بود، فلسفه‌های معاصر شاهد چرخش از زبان به رسانه‌ها خواهند بود (Rorty, 199: 5).

رسانه، هم به تنهایی به مثابه پدیده‌ای مستقل متعلق تأمل اندیشمندان واقع شده، هم به اعتبار نسبتی که با سایر مؤلفه‌های تأثیرگذار در زندگی بشر برقرار می‌کند. ماحصل این تأملات شکل‌گیری «فلسفه رسانه»^۱ به مثابه دانشی میان‌رشته‌ای است تا چونان سایر فلسفه‌های مضاف

¹ Media Philosophy

عهده دار یا لاقول داعیه دار تبیین فلسفی متعلق پژوهش خود- یعنی رسانه و اقتضائات آن- باشد و به قول هارتمان «انقلابات رسانه‌ای» را مورد تأمل قرار دهد (هارتمان، ۱۳۸۷: ۳).

از رهگذر منظر نخست - لحاظ رسانه به مثابه پدیده‌ای مستقل - «فلسفه نظری رسانه» شکل گرفته که عمدتاً با چهار رویکرد به این موضوع پرداخته است:

برخی رویکرد «هستی‌شناسانه» به رسانه اتخاذ کرده و درصدد شناخت ماهیت آن برآمده‌اند. این گروه خود قائل به دو قول «ذات انگارانه» و «ابزارانگارانه» اند که یکی برای رسانه ذات و ماهیتی مستقل قائل است که آن را به خودی خود شایسته تعمق و پژوهش می‌کند و دیگری که برای رسانه ماهیتی جز ابزار قائل نبوده و بر آن است که رسانه فاقد قدرت لازم برای تعیین و تثبیت ارزش‌ها برای انسان و جهت‌دهی او به سمت خاصی می‌باشد. بلکه این انسان است که بسته به اراده و تمایلات خود چگونگی بهره‌گیری و استفاده از این ابزار را تعیین می‌کند.

جماعتی دیگر با این ایده که رسانه بر «ساختار ادراک انسان از جهان» تأثیر می‌گذارد، رویکرد «معرفت‌شناسانه» را وجهه نظر خود ساخته‌اند تا با توسل به مهارت‌هایی که معرفت‌شناسی در اختیارشان قرار می‌دهد تأثیرات رسانه را بر ساختار ادراک آدمی بازشناسند.

دسته سوم با رویکرد «تحلیل زبانی» به رسانه پرداخته و بر این باورند که با تحلیل زبان رسانه می‌توان دریافت ساختار معرفتی که رسانه برای ما رقم می‌زند واقعی است یا غیرواقعی. درنهایت رویکرد «پدیدارشناختی» که داعیه‌اش توجه به رسانه به همان صورت است که در آگاهی اولیه انسان ظهور می‌یابد و البته این ظهور در هر دوره‌ای متفاوت از دوره‌های قبل است.

پژوهش در باب رسانه اما به ملاحظات نظری محدود نشده و اندیشمندان با این استدلال که رسانه پدیده‌ای مستقل از انسان نیست و تنها در نسبت با انسان و مواجهه عملی اوست که معنادار می‌شود، به کارکردهای رسانه و تأثیرات عملی این پدیده در حیات انضمامی بشر پرداخته‌اند. از این منظر نسبت رسانه با «دین»، «هنر»، «اخلاق»، «فرهنگ»، «سیاست» و سایر مؤلفه‌های تأثیرگذار در حیات عملی انسان موردبررسی واقع شده است. «بر اساس فلسفه عملی رسانه کارکرد رسانه به جای امکان شناخت، به قلمرو رفتار انسانی تسری یافته است.» (حسینی، ۱۳۸۸: ۳۲).

تمرکز این جستار بر آراء ذات‌گرایان است که رسانه را امری خنثی ندانسته و قائل به ماهیتی برای آن هستند که بنا بر جهت‌گیری خاصی شکل گرفته و از این رو نمی‌توان تنها به مطالعه محتوای پیام‌های ارسالی آن بسنده کرد. از منظر ایشان رسانه بر معنایی که عهده‌دار انتقال آن است تأثیرگذار بوده و فراتر از آن هر فرم و شکلی از رسانه واجد پیامی خاص همان فرم و صورت است.

از میان متفکرانی که نام آنان در عداد ذات‌گرایان رسانه‌ای ذکر شده، مقصود ما بررسی دیدگاه‌های مارتین هیدگر و نیل پستمن (حسینی، ۱۳۸۸: ۳۸) است که آراء ایشان را نخست با شرح مواضعشان در خصوص تکنولوژی مدرن از نظر می‌گذرانیم. با این توضیح که از آن‌جا که مطالعات انتقادی در حوزه رسانه قدمت چندانی ندارد و عمر آن به سه دهه نیز نمی‌رسد، اساساً آراء برخی اندیشمندان متقدم‌تر و از جمله هیدگر از آن جهت ذیل این بحث مطرح می‌شود که به پژوهش در ماهیت تکنولوژی و پیامدهای آن بر زندگی بشر پرداخته‌اند. اعتبار این تعمیم نیز از آن‌روست که رسانه در بادی امر اولاً و بالذات پدیده‌ای تکنولوژیک است و بدین سبب مشمول عوارض و احکام مربوط به تکنولوژی می‌شود. اندیشمندانی هم که به سبب تأخر زمانی و هم‌عصری با پیدایش و گسترش رسانه‌های مدرن اشاره‌های مستقیم‌تری به رسانه دارند، از معبر تکنولوژی به آن پرداخته‌اند.

هیدگر و تکنولوژی

رویکرد هیدگر به تکنولوژی با پرسش از ماهیت تکنولوژی آغاز می‌گردد. پرسشی که در منظومه طرح کلی او برای یافتن راه‌حلی در خصوص مسئله اصلی او - یا لاقلاً یکی از دغدغه‌های اصلی او - یعنی «بحران انسان معاصر غربی» عنوان می‌شود. بحرانی که هیدگر آن را محصل مابعدالطبیعه غربی و انحرافی می‌داند که به‌زعم او از افلاطون به این سو در مواجهه آدمی با جهان رقم خورد و با سوپژکتیویته دکارتی و پیامدهای آن یعنی علم و تکنولوژی مدرن به اوج رسید. بحران «نیست‌انگاری و بی‌خانمانی»:

الگویی که دکارت برای انسان جدید - که صرفاً یک سوژه مدرک و فاعل شناساست - ارائه داده ریشه سیطره یافتن تکنولوژی غربی بر سراسر زمین شده است؛ و در این میان ذهن مدرک (سوژه) «مرکزی شده که هستی‌مندهای دیگر به‌خودی‌خود به آن مربوط‌اند. این است معنی بی‌خانمانی، زیرا که طرح انسان به‌عنوان ذهن مدرک مستلزم حذف جای او در جهان

که خانه اوست، بوده است. بی‌خانمانی مترادف است با ازخودبیگانگی، خودمحوری، جدایی از طبیعت و بیگانگی با محیط.» (خاتمی، ۱۳۸۷: ۲۹۵).

هیدگر تاریخ غرب را چیزی جز ظهور و بسط مابعدالطبیعه نمی‌داند که در نهایت به تکنولوژی ختم می‌شود. او در پی آن بود تا نشان دهد چگونه نگرش ژرف متفکران پیش‌سقراطی در اندیشه‌های افلاطون و ارسطو محصور گشت و به بوت‌فراموشی سپرده شد. او این حرکت را در فرآیندی که از جانب متفکرانی چون دکارت، لایبنیتس، کانت و هگل به پیش برده شده بود پی گرفت و بر آن شد که منتهای تلاش انسان غربی را می‌توان در «اراده معطوف به قدرت» نیچه به نظاره نشست که صرفاً خود را بنیاد نهاد بی آن که ابتناء بر امری برتر از وجود انسانی داشته باشد. از این رو تکنولوژی جدید چیزی جز آخرین مرحله مابعدالطبیعه نیست (Borgman, 1984: 39).

فیلسوف آلمانی از طرح پرسش از تکنولوژی در پی آن است تا با تکنولوژی «نسبتی آزاد» برقرار کند. «نسبتی که وجود بشری (دازاین) ما را در معرض ماهیت تکنولوژی قرار می‌دهد» و معتقد است اگر ما در برقراری این نسبت، یا به تعبیری «گفتگو با ماهیت تکنولوژی» توفیق حاصل کردیم «قادر خواهیم بود امر تکنولوژیک را در حدود و ثغور خودش تجربه کنیم.» (هیدگر، ۱۳۷۷: ۴) اشاره به این نکته نیز لازم است که این پرسش هم چونان همه موضوعاتی که هیدگر به آن‌ها پرداخته و جهی پدیدارشناسانه دارد، به آن معنا که «مبانی وجود نهاد تکنولوژیک را برجسته می‌کند و در معرض دید قرار می‌دهد.» (هیدگر و دیگران، ۱۳۷۷: ۴۵) زیرا «تکنولوژی از نظر اونتولوژیک، امری است که نوع این عصر از وجود را مشخص می‌کند، در نتیجه اگر بخواهیم زمانه خود را درک کنیم و واکنش خود را به آن تدارک ببینیم، نفوذ به ماهیت یا شکل آن [تکنولوژی] به مسئله فلسفی [مهمی] تبدیل می‌شود.» (هیدگر و دیگران، ۱۳۷۷: ۵۲) چرا که هیدگر تکنولوژی مدرن را بیان وضعیت حال حاضر انسان می‌داند، هم‌چنان که معتقد است دین بیان وضعیت انسان دوره قرون وسطی بود (Dusek, 2007: 75).

هیدگر در ابتدای پرداختن به این پرسش با تأکید مخاطب خویش را از درافتادن به بیراهه‌های رهن این مسیر بر حذر می‌دارد: نخست آن که «تکنولوژی با ماهیت تکنولوژی معادل نیست [...] ماهیت تکنولوژی هم به هیچ وجه امری تکنولوژیک نیست؛ بنابراین، مادام که صرفاً به امر تکنولوژیک می‌اندیشیم و به آن دامن می‌زنیم، با آن کنار می‌آیم یا از آن

طرفه می‌رویم، هرگز نخواهیم توانست نسبت خود را با ماهیت تکنولوژی تجربه کنیم. چه آن را با شوق و ذوق پذیریم و چه آن را طرد کنیم، همواره اسیر و در بند تکنولوژی خواهیم ماند؛ اما اگر تکنولوژی را امری خشی تلقی کنیم به بدترین صورت تسلیم آن خواهیم شد؛ زیرا چنین تصویری از تکنولوژی [...] چشم ما را به کلی بر ماهیت تکنولوژی می‌بندد.» (هیدگر، ۱۳۷۷: ۴).

دیگر آن که هیدگر متعارف‌ترین تعریف از تکنولوژی که آن را «وسیله‌ای برای تحقق هدفی» به حساب می‌آورد، تعریف «ابزاری و انسان‌مدار تکنولوژی» می‌خواند و هشدار می‌دهد چنین تعریفی گرچه «تعریفی صحیح» است، اما «هنوز امری حقیقی نیست» و حقیقت یا امر حقیقی فقط وقتی رخ می‌نماید که پرده از ماهیت موضوع مورد بررسی برافکنده شود و راه دست یازیدن به این مقصود نیز آن است که «از طریق امر صحیح به جستجوی امر حقیقی پردازیم.» از این رو با تحلیل «امر ابزاری» به مفهوم «علیت» می‌رسد و تصریح می‌کند این که تکنولوژی به عنوان وسیله چیست، هنگامی مکشوف می‌شود که «امر ابزاری را به علل اربعه تأویل کنیم.» (هیدگر، ۱۳۷۷: ۵-۷).

هیدگر در ادامه روش همیشگی خویش که برای نیل به فهم صحیح واژه‌ها نخست ریشه‌شناسی عبارات را در دستور کار قرار می‌دهد و در تلقی پیشینیان از آن‌ها مذاقه می‌کند، این جا نیز واکاوی مفهوم «علیت» را از طریق ره‌گیری ریشه‌های آن نزد یونانیان باستان دنبال می‌کند و در نهایت به همان نتیجه‌ای می‌رسد که در تحلیل موازی تکنولوژی از طریق ریشه یونانی آن یعنی «تخنه»^۲ بدان نائل می‌آید. چرا که بر این باور است که «تکنیک فقط از حیث لغوی به تخنه یونانیان بر نمی‌گردد، بلکه باید منشأ تاریخی ماهوی آن را در تخنه به مثابه نحوه‌ای از حقیقت^۳، یعنی به مثابه نحوه‌ای از ظاهر ساختن هستند جستجو کرد.» (هیدگر، ۱۳۸۷: ۳۰۲) و نتیجه‌ای که از این پژوهش حاصل می‌کند این است که: «تکنولوژی یک وسیله صرف نیست. تکنولوژی نحوی انکشاف است [...] تکنولوژی در قلمروی حضور می‌یابد که انکشاف و عدم استتار در آن رخ دهد، قلمروی که آلتیا، حقیقت، در آن رخ می‌نماید.» (هیدگر، ۱۳۷۷: ۱۳-۱۴).

^۲ techne

^۳ aletheuein

اما نظر به تفاوت‌های ماهوی تکنولوژی جدید و دست‌افزارهای سنتی ممکن است این سؤال مطرح شود که «انکشاف» به‌مثابه ماهیت تکنولوژی ناظر به کدام‌یک از تکنولوژی‌های قدیم و جدید است؟ که هیدگر در پاسخ می‌گوید: «تکنولوژی جدید هم خود نوعی انکشاف است. [...] لیکن انکشافی که در تکنولوژی جدید حاکم است خود را در فرا آوردن به معنای پوئیسیس محقق نمی‌سازد. انکشاف حاکم در تکنولوژی جدید نوعی تعرض است که طبیعت را در برابر این انتظار بی‌جا قرار می‌دهد که تأمین‌کننده انرژی باشد تا بتوان انرژی را از آن حیث که انرژی است، از دل طبیعت استخراج و ذخیره کرد.» (هیدگر، ۱۳۷۷: ۱۵).

آنچه تکنولوژی جدید را قادر به کشف و آزادسازی انرژی‌های جدید در طبیعت کرد مرهون انقلابی است که طی چندین قرن گذشته در مفاهیم اساسی رخ داد و سبب شد آدمی در عالمی متفاوت قرار بگیرد که در آن نسبت کاملاً جدید و بی‌سابقه‌ای میان عالم و آدم شکل گرفت که در نتیجه آن جهان چونان شیئی هدف حملات تفکر حساب‌گرانه واقع شد و طبیعت به مخزن عظیمی از انرژی برای تکنولوژی جدید فروکاسته شد. انقلاب تمام‌عیاری که بستر آن فلسفه جدید غرب بود و نخستین بار در قرن هفدهم و فقط در اروپا پدید آمد و تا مدت‌ها در قاره‌های دیگر ناشناخته باقی ماند (هیدگر، ۱۳۸۹: ۱۲۵-۱۲۶).

در این تلقی زمین دیگر نه مأوایی برای زیستن که تنها منبعی برای برآوردن نیازهای آدمی لحاظ می‌شود: «زمین خود را اکنون هم‌چون معدن زغال‌سنگ و خاک خود را هم‌چون ذخایر معدنی منکشف می‌کند» (هیدگر، ۱۳۷۷: ۱۶) دریا و رودخانه و گرمای خورشید و هوا و سایر اجزای طبیعت نیز شأنی جز این ندارند که همگی به‌مثابه منبعی لایزال و پایان‌ناپذیر مورد تعرض آدمی واقع شوند تا «حداکثر بازدهی با حداقل هزینه» را فراچنگ او آورند؛ اما انکشافی که بر سراسر تکنولوژی جدید حاکم است خصلت درافتادن به معنای تعرض را دارد. هیدگر این تعرض را Ge-stell یا گشتل (چارچوب‌بندی، شبکه‌بندی) می‌نامد (هیدگر، ۱۳۷۷: ۲۲). با این تأکید آمیخته به جسارت که این کلمه را «به معنایی کاملاً نامرسوم» به کار برده است. «گشتل به معنای آن امر گردآورنده تعرض‌آمیزی است که انسان را مخاطب قرار می‌دهد و به معارضه می‌خواند تا امر واقع را به نحوی منضبط به‌منزله منبع لایزال منکشف کند. گشتل عبارت است از نحوی انکشاف که بر ماهیت تکنولوژی جدید استیلا دارد و خود به‌هیچ‌وجه امری تکنولوژیک نیست.» (هیدگر، ۱۳۷۷: ۲۳).

این انکشاف اما آن گونه نیست که نامستوری حاصل از آن به کار شناسایی بهتر جهان آید، بلکه مقصود از آن قالب‌بندی جهان به مثابه منبع ذخیره و درنهایت تسلط بر جهان به منظور ایجاد تحول در آن است. مفاهیم قالب‌بندی و منبع لایزال نه تنها به روشن کردن نحوه سامان‌دهی موجودیت‌ها برای بهره‌برداری تسهیل شده از نظر تکنولوژیکی کمک می‌کنند، بلکه ذهنیتی را که هم زیربنا و هم از این مجموعه قابل محاسبه ناشی می‌شود، روشن می‌سازند (Gunkel, 2014: 128). در واقع به‌زعم هیدگر ماهیت تکنولوژی مدرن بسته به نحوه خاصی از ظهور اشیا بر انسان است که با ظهور دوره مدرن غالب شده است. بر اساس این نحوه خاص از ظهور، شیء به منبع مصرف‌شدنی ذخیره‌پذیر و دورریختنی که آدمی آن را از طریق محاسبه کنترل می‌کند فروکاسته می‌شود و «همه چیز به مثابه منبعی انگاشته می‌شود تا زمانی که بدان نیاز است مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد و سپس دور ریخته می‌شود.» (Dreyfus, 2002: 165).

هیدگر بر آن است که آن حواله‌گرد هم آورنده‌ای که آدمی را راهی انکشاف می‌کند یک «تقدیر» است (هیدگر، ۱۳۷۷: ۲۸). تقدیری که به نحوی ذاتی و ضروری توأم با خطر است و بشر با قرار گرفتن در میان امکاناتی که به واسطه نظم‌بخشیدن به هستی بر او منکشف شده است از درون تقدیر در معرض خطر قرار می‌گیرد؛ خطر سوءتعبیر در خصوص امر نامستور، به این نحو که هر آنچه در این انکشاف ظهور می‌یابد صرفاً در پرتو نسبتی علی-معلولی آشکار گردد. «در این نحوه تفکر مبتنی بر بازنمایی امور حتی خدا هم ممکن است همه جوانب قدسی و روحانی خود را [...] از دست بدهد [...] و] به یک علیت فاعلی [محض] تقلیل یابد.» (هیدگر، ۱۳۷۷: ۳۰).

خطر دیگر محو شدن «امر حقیقی» در لابه‌لای «امور صحیح» است. به این ترتیب که آن نحو نامستوری‌ای که بر اساس آن طبیعت خود را به مثابه مجموعه‌ای محاسبه‌پذیر از نیروها عرضه می‌کند، تنها به همین نحو انگاشته شود و هرگونه امکان دیگری در خصوص نحوه بودن آن مسدود گردد (هیدگر، ۱۳۷۷: ۳۲).

بی‌خانمانی؛ ره‌آورد تکنولوژی مدرن

لیکن بزرگ‌ترین خطری که به واسطه تکنولوژی مدرن گریبان آدمی را گرفته و او را به ورطه بحران کشانده، خطر «نیست‌انگاری» و «بی‌خانمانی» بشر امروز است. این بحران از آنجا

آغاز می‌شود که در فرآیندی مابعدالطبیعی نحوه مواجهه آدمی با هستی به‌عوض آن‌که همانند یونانیان باستان مواجهه‌ای وجودی باشد و طبیعت را مظهر وجود بداند، آن را به‌مثابه منبع ذخیره انرژی تلقی کرده و از وجود غافل شده است. از این‌رو انسان معاصر به‌واسطه درک تکنولوژیک از هستی دچار «نیست‌انگاری» و «بی‌خانمانی» شده است. «با مفهوم تکنولوژیک واقعیت هر چیزی که پیرامون انسان قرار داشت ناپدید و بشریت از اینجا و آنجا و از همه‌جا رانده و وامانده شد. انسان به هستنده‌ای بی‌جا و بی‌جایگاه که در جایی قرار ندارد و مقهور انتزاع و غیبت شده بدل گردید. هیدگر این واپس‌نشینی حضور را چونان واپس‌نشینی خود وجود می‌نگرد. واپس‌نشینی کامل وجود در روزگار مدرن معنایی است که هیدگر از واژه Nihilism مستفاد می‌کرده است.» (اسمیت، ۱۳۷۹: ۳۴۲).

همان‌گونه که پیش‌تر اشاره کردیم هیدگر با تحلیل مفهوم «تخنه» در پیش‌سقراطیان به این نتیجه رسید که تخنه در یونان باستان با برملائی و کشف نسبت داشت، اما در افلاطون با مفاهیم مابعدالطبیعی گره خورد و در ارسطو با علیت در آمیخت. گرچه او معتقد است این آمیختگی نزد پیش‌سقراطیان نیز بوده، لیکن با این تفاوت که در منظومه باور آن‌ها علت با «هستی و وجود» پیوند داشته نه با «کارآمدی و سودمندی». حال آن‌که علل اربعه ارسطویی که بنیاد آن بر کارآمدی و نظم‌بخشی است، این پیوند را گسست و چون تخنه در ارسطو با علیت پیوند داشت متعاقب جدایی علت از هستی، تخنه نیز از آشکارگی و وجود فاصله گرفت. از این‌رو تکنولوژی جدید نیز از آن وجه کاشفیت و برملائی تهی گشت و از وجود فاصله گرفت و غربت و بی‌خانمانی را پیشکش انسان کرد. «تکنولوژی جدید آخرین خوان در فرآیند غربت (از خودبیگانگی) انسان و جهان است که طبیعت (فوزیس) را نه هستی، بلکه مجموعه‌ای از اشیاء انرژی تلقی می‌کند که «ارزش استفاده» دارند و به کار می‌آیند. تخنه برای یونانیان پیش از سقراط معانی شبیه پوئیسس (Poesis) داشته و بر ساختن، فرا آوردن و تولید کردن دلالت می‌کرده است.» (خاتمی، ۱۳۸۷: ۲۹۳) این واژه یونانی (Poesis) ریشه کلمه «شعر» را در اختیار ما قرار می‌دهد، اما هیدگر آن را با شیوه خاصی از آشکارسازی که در محیط‌های تکنولوژیک رخ می‌دهد در تضاد قرار می‌دهد (Gunkel, 2014: 129).

ره‌آورد تکنولوژی جدید برای آدمی «بی‌هدفی» و «بی‌خانمانی» بوده است. امری که ماحصل تلاش آدمی در یافتن خود به‌مثابه سوژه‌ای مدرک - تعریفی که دکارت از انسان

ارائه داد- است که ارتباط او را با هستی گسسته و او را از جهان‌مندی محروم ساخته است. لذا «بی‌خانمانی» و «دور ماندن از اصل خویش» ریشه‌ای دکارتی دارد. «بی‌خانمانی» هم‌چنین ترجمان بی‌ریشگی تکنولوژی غربی است. بدان سبب که در پی کشف هستی نیست و هستی هستنده‌ها را مورد تعرض قرار داده و آن‌ها را مطابق اقتضانات خود دگرگون کرده و به کار می‌گیرد. این است که فرآیند بسط تکنولوژی درنهایت به «حذف هستی» می‌انجامد. «تکنولوژی جدید بی‌ریشه است و از مغز تهی؛ زیرا مضمون جهان را که عبارت است از هستی نادیده گرفته است. به همین دلیل تکنولوژی غربی مستلزم پوچی و نیستی است و ره به جایی نمی‌برد و از یافتن حقیقت (که ملازم هستی است) محروم می‌ماند.» (خاتمی، ۱۳۸۷: ۲۹۴-۲۹۵) از این رو نزد هیدگر آن‌ها که در اسارت تکنولوژی هستند بسی بی‌خانمان‌تر از آنان‌اند که از زادبوم خویش رانده شده‌اند. به‌ویژه آن‌ها که مسخ تصویر و تلقی‌ای شده‌اند که رسانه‌های عصر جدید به آنان ارائه می‌کنند. تصویری که بهره‌ای از واقعیت نداشته و درنهایت بُعد از حقیقت جهان است. «ساعت‌ها و روزها را در اسارت رادیو و تلویزیون به سر می‌برند. هفته‌های متوالی فیلم‌های سینمایی آنان را به عوالم خیالی دور از حقیقت سوق می‌دهد. دنیایی موهوم که درواقع دنیایی نیست به آن‌ها القاء می‌کند.» (هیدگر، ۱۳۸۹: ۱۲۴) رسانه‌ها با مشغول داشتن آدمی به «موجود» بر غفلت او از «وجود» می‌افزایند. از این روست که «بی‌میهنی [بی‌خانمانی] نشانه نسیان هستی است. به دنبال این نسیان حقیقت هستی نااندیشیده باقی می‌ماند. [چراکه] نسیان هستی به این شکل غیرمستقیم افشا می‌شود که انسان هرگز جز هستنده را در نظر نمی‌گیرد و جز به آن نمی‌پردازد.» (هیدگر، ۱۳۸۷: ۳۰۱) لیکن از آنجا که بشر از جمیع جهات در محاصره‌ای از جانب تکنولوژی گرفتار آمده که حلقه‌های حصر آن هر روز تنگ‌تر می‌شود، بی‌خانمانی و بی‌ریشگی با او باقی خواهد ماند. هیدگر «از دست دادن ریشه‌ها [را] ناشی از روح زمانه‌ای [می‌داند] که ما همه در آن زاده شده‌ایم.» (هیدگر، ۱۳۸۹: ۱۲۴).

بنابراین خطری که هیدگر نسبت به آن بیم می‌دهد، درواقع «خطر تفکر تکنولوژیک است.» (Dreyfus, 2002: 165). خطری به مراتب مهیب‌تر و ویران‌کننده‌تر از تهدیدی که احتمال طغیان تکنولوژی می‌تواند برای بشر به دنبال داشته باشد. این خطر، خطر حاصل از انکشاف تکنولوژی مدرن است. «ما اصلاً در این معنی تأمل نمی‌کنیم که در مقایسه با حمله‌ای که ابزار تکنولوژی بر حیات و طبیعت انسان تدارک دیده، انفجار بمب هیدروژنی

بسیار حقیر می‌نماید، زیرا یقیناً اگر بمب‌های هیدروژنی منفجر «نشوند» و [خطر یک جنگ جهانی سوم هم برطرف شده باشد] و زندگی انسان در کره زمین محفوظ بماند، باز با تغییرات نگران‌کننده‌ای در جهان روبه‌رو هستیم.» (هیدگر، ۱۳۸۹: ۱۲۷) این به آن معنی است که «جزر و مدّ قریب‌الوقوع انقلاب تکنولوژی در عصر اتم آن چنان می‌تواند انسان را اسیر و افسون و خیره و غافل کند که سرانجام روزی تفکر حسابگرانه [تفکر تکنولوژیک] به‌عنوان یگانه راه تفکر پذیرفته و به کار بسته شود.» (هیدگر، ۱۳۸۹: ۱۳۰) و مانع از آن شود که بشر «در مسیر انکشاف اصیل‌تری قرار گیرد و در نتیجه فراخوان حقیقت آغازین‌تری را تجربه کند.» (هیدگر، ۱۳۷۷: ۳۳).

وارستگی از اشیاء؛ راه نجات از بی‌خانمانی

این اما پایان تاریخ آدمی نیست و هیدگر معبری فرا راه انسان معاصر می‌گشاید که بسته به نحوه نسبت آدمی با تکنولوژی مدرن است. هیدگر سه نحوه واکنش برای مواجهه آدمی با تکنولوژی قائل است:

- تسلیم کورکورانه

- عصیان کورکورانه

- نسبت آزاد و اصیل (وارستگی)

تسلیم کورکورانه محصول تلقی خنثی از تکنولوژی است و استفاده بی‌پروا و غیر محتاطانه و در نتیجه غرقه شدن در تکنیک را همراه دارد.

عصیان کورکورانه نفی غیرمنصفانه همه محسّنات تکنولوژی و پلید و شیطانی دانستن آن است. این نحو مواجهه نیز درست به اندازه تسلیم کورکورانه رویکردی «احمقانه» و درخور نکوهش است.

نجات انسان اما در گرو برپایی پارادایمی نو در نسبت بین انسان و تکنولوژی و فراتر از آن نسبت بین انسان و هستی است. رویکرد اصیل آن چیزی است که هیدگر آن را «وارستگی از اشیاء» می‌خواند. نحوی سلوک با تکنولوژی که درعین حال هم «آری» گفتن و هم «نه» گفتن است. تنها در این صورت است که می‌توانیم از ابزارآلات صنعتی بهره گیریم و نیازهای زندگی را با آن مرتفع سازیم، اما درعین حال «چونان چیزی که در باطن و فطرت حقیقی ما تأثیر نبخشد» رهایش کنیم و حق سلطه آن را بر خود و نیز تغییر و تخریب

و ائتلاف طبیعت را نفی کنیم. چنین سلوکی به ما نوعی روشن بینی خواهد داد که به مدد آن با بهره گیری صحیح از تکنولوژی خواهیم توانست خود را از قید آن آزاد نگه داریم (هیدگر، ۱۳۸۹: ۱۲۹). «وارستگی از اشیاء [...] امکان زیستن در جهان را به طریقی کاملاً متفاوت برای ما فراهم [می کند]. نوید زمین و بنیادی را به ما [می دهد] که در دنیای تکنولوژی بی آن که به بندگی آن درآییم می توانیم بر آن قرار و آرام بگیریم.» (هیدگر، ۱۳۸۹: ۱۳۰) این یعنی آویختن به دامان «تفکر معنوی».

پستمن، تکنولوژی و رسانه

اما پستمن جامعه شناس آمریکایی که شهرتش را بیش از هر چیز مرهون پژوهش هایش در حوزه رسانه است نیز چنان که پیش از این اشاره شد، چونان هیدگر و مک لوهان و جمعی دیگر از متفکران توجه توأمانی به رسانه و تکنولوژی دارد؛ با این تفاوت که هیدگر بر وجهی پدیدارشناسانه و هستی شناسانه به تکنولوژی پرداخته و رویکرد پستمن بیشتر معطوف به بررسی تأثیر و پیامدهای تکنولوژی و رسانه است. هم چنین برخلاف هیدگر که به اقتضای زمانه ای که در آن می زیسته مواجهه چندان مستقیمی با رسانه نداشته، پستمن به جهت معاصرت با عصر انفجار اطلاعات و گسترش رسانه، مستقیم و به نحو ویژه به آن ورود کرده است.

علی رغم تفاوت های فوق اما پستمن با هیدگر در نفی خنثی بودن ذات تکنولوژی هم داستان است و به دفعات بر این نکته تأکید می کند که هر وسیله و ابزاری منطبق خاص خود را دارد و واجد گرایش عقیدتی و «فرا رخسار و سیمای درونی و چهره ای نامرئی» است که اقتضاء دارد «جهان را آن طور که این وسیله و تکنیک ایجاب می کند بسازیم و بشناسیم و نه جور دیگری.» (پستمن، ۱۳۹۵: ۳۶) از این رو معتقد است «فقط کسی که اطلاع چندان از تاریخ تکنیک ندارد می تواند بر این باور باشد که تکنیک فاقد جهت و لذا خنثی و بی طرف است.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۱۹۳) او حتی گام را از «کم اطلاع» توصیف کردن صاحبان چنین باوری فراتر نهاده و بر آن است که کسی را که «ندانند و نبینند و نفهمند که تکنیک در ذات خود تحولات اجتماعی و برنامه ای کامل برای دگرگونی جامعه نهفته دارد» و در واقع برای تکنیک ماهیتی «خنثی» قائل است و حتی آن را دوست و یاور فرهنگ نیز لحاظ می کند «جز ابله و نادان نمی توان توصیف کرد.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۳۲۷).

علم به حقیقت خنثی نبودن ماهیت تکنولوژی آنجا اهمیت بیشتری می‌یابد که بدانیم تکنولوژی قابلیت شکل‌دهی به ساختار معرفتی ما را دارد و قادر به دگرگون‌سازی مفاهیم ذهنی آدمی است، آن‌چنان‌که معنایی اساساً متفاوت با آنچه در گذشته از واژه‌ها و مفاهیم اراده می‌شده به آن‌ها می‌بخشد. «تکنولوژی یک فرمانده هدایت‌کننده انعطاف‌ناپذیری است که تمام مفاهیم و اندوخته‌های ذهنی ما را دگرگون می‌سازد.» (پستمن، ۱۳۹۵: ۲۸)

این شاخصه گرچه ویژگی تکنولوژی به معنای عام کلمه است، اما بدیهی است که برخی مصادیق تکنولوژی بستر مناسب‌تری برای فعلیت تام و تمام این مقوله باشند. از منظر پستمن «این وسایل ارتباط‌جمعی و رسانه‌ها هستند که کمیّت و کیفیت معانی و مفاهیم را تشکیل می‌دهند. به تعبیری فرهنگ به معنای مجموعه‌ای از معانی و مفاهیم ارزشی محصول کیفیت رسانه‌هاست.» (فهیمی فر، ۱۳۸۸: ۱۷۱) «ما طبیعت، هوش و ذکاوت، انگیزه‌های انسانی یا ایدئولوژی‌ها را آن‌گونه که هستند نمی‌بینیم، بلکه آن‌گونه می‌بینیم که زبان ما آن‌ها را تعیین می‌کند. زبان ما نیز ابزار ارتباطی ما هستند. [...] و همین فرارخسارهای ابزارها و وسایل ارتباط‌جمعی ما هستند که محتوای فرهنگ ما را شکل می‌دهند.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۸۴).

اما رسانه‌ها و ابزار ارتباط‌جمعی نه فقط با مضمونی که مخابره می‌کنند، بلکه با فرم و صورت خاص خود نیز سبب این تأثیرات می‌شوند. این درواقع مضمون همان عبارت مشهور مک‌لوهان است که «پیام، همان رسانه است» زیرا یک رسانه می‌تواند سبک روابط انسانی را شکل دهد و معیارهای عملکردهای موجود در این روابط را مشخص کند، بی آن‌که محتوا یا نحوه استفاده از آن بتواند تأثیری بر طبیعت روابط انسانی بگذارد.» (مک‌لوهان، ۱۳۷۷: ۷) از این رو او معتقد است برای حصول به درک واضح و شناخت روشنی از یک فرهنگ باید به مطالعه ابزارهایی پرداخت که در آن فرهنگ برای تبادل افکار و پیام‌ها به کار گرفته می‌شود. پستمن نیز در توافق با مک‌لوهان تصریح می‌کند یک وسیله ارتباطی مهم و جدید از طریق شکل معین و خاصی که در به کارگیری عقل و هوش تحمیل می‌کند، ساختار روابط انسان‌ها و حوزه اندیشه و افکار عمومی را دگرگون می‌سازد (پستمن، ۱۳۹۱: ۱۰۲).

متعاقب پیشرفت ابزار تکنولوژی، تأثیر آن نیز بر زندگی بشر بیشتر شده و ایدئولوژی حاکم بر آن عیان‌تر به دیده می‌آید. با این‌همه تأثیر پیشرفت تکنولوژی و تحولات صنعتی

آن هنگامی از یک «روح ایدئولوژیک» به مراتب قوی‌تر و فراگیرتر و جامع‌تر آکنده است که تکامل تکنولوژی در قامت «رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی» رخ نموده باشد. چه این که دگرگونی در ابزار ارتباط جمعی برای ما اقتضاء شیوه متفاوتی از رفتار در حوزه حیات فردی و اجتماعی را دارد و روابط متقابل ما را با دیگر انسان‌ها بر اساس راه و رسم دیگری رقم می‌زند. «این تحول و دگرگونی - این ایدئولوژی - فقط یک چیز را طلب کرده است: تسلیم بی‌قید و شرط ما را.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۳۲۶-۳۲۷).

از طرفی در اندیشه پستمن در رقابت بین دو تکنولوژی، پیروز میدان بی‌تردید تکنولوژی جدیدتر است و پیامد آن در زندگی انسان می‌تواند حتی در اندازه ایجاد «بحران‌های اجتماعی» باشد. (پستمن، ۱۳۹۱: ۴۴) مصداق این نبرد در حوزه رسانه به مثابه یکی از محصولات تکنولوژی مدرن، نزاع میان «تلویزیون» و «کتاب» است که ضمن آن معرفت‌شناسی مبتنی بر کتاب در سایه رشد و گسترش معرفت‌شناسی مبتنی بر تلویزیون به محاق می‌رود. به‌زعم پستمن ردپای ناگوار این فرآیند بر زندگی اجتماعی ما آن است که «از دقیقه‌ای به دقیقه دیگر احمق‌تر می‌شویم.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۹۸) چه این که از نظر او معرفت‌شناسی مبتنی بر تلویزیون «حقیرتر و بی‌مایه‌تر» از معرفت‌شناسی مبتنی بر کتاب است (پستمن، ۱۳۹۱: ۱۰۲).

نسبت تکنولوژی و فرهنگ در بستر تاریخ

پستمن فرآیند بسط تکنولوژی را در اعماق تاریخ پی می‌گیرد و بر این اساس ادوار فرهنگ بشری را به سه دوره متمایز تقسیم می‌کند: «فرهنگ ابزارها»، «فرهنگ تکنوکراسی» و «فرهنگ انحصار تکنولوژی» که او آن را «تکنوپولی» می‌نامد. گرچه در حال حاضر نیز نمونه‌هایی از هر سه گونه فوق در دنیا یافت می‌شود ولی می‌توان نشانه‌های افول فرهنگ ابزاری را در زمانه حاضر به نظاره نشست. فرهنگی که گرچه وجوه مختلف آن از جامعه‌ای به جامعه دیگر و بسته به نوع ابزار موجود در جوامع متفاوت بوده، لیکن تا قرن هفدهم به نوعی فرهنگ غالب همه جوامع به حساب می‌آمده است. در بستر این فرهنگ ابزار چه به‌منظور برآوردن نیازهای زندگی مادی انسان، چه هر مقصود دیگری به کار گرفته می‌شد، «دخالت و نفوذی در مبانی فرهنگی آن جامعه نداشتند و عقاید و سنن را دگرگون

نمی‌کردند. [...] حتی بالاتر از این، این عقیده و پابندی به آن بود که گاه اختراعات را هدایت می‌کرد و ضرورت ساخت ابزاری را مطرح می‌کرد.» (پستمن، ۱۳۹۵: ۴۹-۵۰)

اما در فرهنگ تکنوکراسی که به‌زعم پستمن ریشه‌های آن را باید در اروپای قرون وسطی یافت که به‌ویژه با سه اختراع بزرگ یعنی «اختراع ساعت»، «صنعت چاپ» و «دوربین نجومی» رابطه جدیدی را بین ابزار و فرهنگ رقم زد، به‌نوعی همزیستی مسالمت‌آمیز این دو مقوله پایان یافت و از آن‌پس فرهنگ و تکنولوژی در تنازعی مدام برای بقا رو در روی یکدیگر قرار گرفتند. پارادایمی که گرچه در آن کفه توفیقات تکنولوژی بیشتر بود، باین حال اما پیروز مطلق در بر نداشت و تکنوکراسی هرچند از کارایی آداب و سنن زندگی اجتماعی و تمامی ارزش‌ها و سمبل‌ها کاست، ولی به انهدام کامل و خنثی‌سازی تمام‌عیار آن‌ها دست نیازید (پستمن، ۱۳۹۵: ۸۱).

پستمن برای آغاز دوره فرهنگ تکنوپولی تاریخ دقیقی ذکر نمی‌کند، با وجود این لحظه تعیین‌کننده این انتقال را دادگاهی می‌داند که در سال ۱۹۲۵ برگزار شد و به «محکمه میمون‌ها» شهرت یافت؛ دادگاهی که نزاع در آن بر سر ضرورت یا عدم ضرورت باورهای مذهبی برای کشف لحظه پیدایش و آغاز حیات و نیز دانستن منشأ نوع بشر بود. او تکنوپولی را فرهنگی می‌داند که ضمن آن تمام مظاهر و اشکال زندگی و فرهنگ جامعه در برابر امپراتوری تکنولوژی قربانی شد و معنا و روح زندگی انسانی تا سر حد ماشین‌آلات و ابزار تکنیک تنزل یافت (پستمن، ۱۳۹۵: ۹۱). «فرهنگی که وجه بارز آن قرار دادن «تکنولوژی» به جای «خدا» است و لذا شاخصه‌ها و خصلت‌های آن «خدا» ی‌گونه‌اند.» این بدان معنی است که فرهنگ اعتبار، وجهه و تشخص خود را در تکنولوژی می‌جوید و دستورات عمل‌های خود را از آن اخذ می‌کند. به‌منظور تحقق این امر است که باید نظام اجتماعی دیگری ساخته‌وپرداخته شود. راهی که «الزاماً و ضرورتاً به فروپاشی باورها و عقاید سنتی می‌انجامد.» (پستمن، ۱۳۹۵: ۱۲۱) بنابراین ظهور تکنوپولی حذف فرهنگ را از صحنه در پی دارد. آن‌هم با روشی که آلدوس هاکسلی در کتاب خود به نام *دنیای قشنگ جدید* توصیف می‌کند؛ «این امپراتور رقیب خود را نه از مشروعیت ساقط می‌کند، نه او را به بی‌خردی و جنون متهم می‌کند، بلکه او را نامرئی و بی‌تأثیر می‌سازد. بدین شیوه که به مذهب، هنر، خانواده، سیاست، تاریخ، حقیقت، حوزه شخصی افراد، هوشیاری و روشنفکری، مفاهیمی دیگر می‌دهد، آن‌ها را آن‌طور معنی و معرفی می‌کند که توقعات این

امپراتور آن را ایجاب می‌کند. به عبارت دیگر تکنوپولی، تکنوکراسی غلبه یافته مستبد و بلامنازع است.» (پستمن، ۱۳۹۵: ۸۵) او هم‌چنین با ذکر دلایلی تصریح می‌کند «فرهنگ آمریکایی اولین فرهنگی است که به یک تکنوپولی بدل شده است.»

رسانه، وجه غالب فرهنگ تکنوپولی

در پستمن اما تکنوپولی منحصر به حاکمیت تمام‌عیار تکنولوژی به معنای صنعت و فناوری نیست، آنچه وجه غالب این فرهنگ را تعیین می‌کند و در شکل‌دهی به هویت آن موضوعیتی اساسی دارد «اطلاعات» و فناوری‌های مرتبط با آن، یعنی «رسانه» است. می‌توان نظام تکنوپولی را این‌چنین تعریف کرد: «نظامی که در آن جامعه انسانی سیستم ایمنی و قدرت دفاعی خود را در برابر تهاجم سیل اطلاعات از دست داده است؛ به زبان دیگر جامعه تحت حاکمیت این امپراتور به نوعی بیماری به نام «ایدز فرهنگی» مبتلا شده است.» (پستمن، ۱۳۹۵: ۱۰۸)

دنیای تکنوپولی دنیای هجوم اطلاعات پراکنده و نامنسجم و غیرمفید است. آدمی در لحظه با حجم انبوهی از اطلاعات نامرتبلی بمباران می‌شود که به کار پاسخ‌گویی به سؤالات اساسی او نمی‌آید و هیچ گرهی از مشکلات او نمی‌گشاید. اطلاعاتی که پدیدار می‌شوند و برای کوتاه‌زمانی ذهن مخاطب را به خود مشغول داشته و بلافاصله محو می‌شوند تا محتوای دیگری را به خورد او بدهند. این ظهور و خفای پی‌درپی اطلاعات مجال هر تأمل و اندیشه‌ای را از مخاطب سلب کرده و او را در تهی‌واره‌ای از مضامین پراکنده، در مانده و حیران رها می‌سازند. پستمن چنین دنیایی را «دنیای قایم‌موشک بازی» می‌نامد. (پستمن، ۱۳۹۱: ۱۸۲ و پستمن، ۱۳۹۵: ۱۱۹) دنیایی که در آن نه بنیادی هست تا بتوان بر زمین سخت آن ایستاد، نه معنایی تا بتوان به اصالت آن آویخت. «در چنین دنیایی پیوستگی و جزء لاینفک بودن بی‌معناست. چرا که اصولاً در چنین دنیایی نفس عمل «به دنبال معنا بودن» نیز خود فاقد معناست.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۱۸۲).

گفتیم که پستمن به تناسب زمانه‌ای که در آن می‌زیسته به نحوی بی‌واسطه به نظوروری در رسانه پرداخته و در خصوص عوارض و پیامدهای رسانه به‌ویژه تلویزیون به تفصیل اظهار نظر نموده است. هرچند خود او تصریح می‌کند همه احکام و نگرانی‌هایی را که ناظر به تلویزیون بیان داشته می‌توان در خصوص کامپیوتر نیز وارد دانست؛ «پرسش‌ها و

نگرانی‌هایی را که درباره تلویزیون روا می‌داریم، عیناً می‌توانیم -و باید- در مورد کامپیوتر اعمال کنیم.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۳۳۵) پستمن «ایدئولوژی کامپیوتر» را «شکل‌دهی به تصور و برداشت انسان از جهان، آن‌طور که کامپیوتر [می‌طلبد]» می‌داند و بر آن است که این کامپیوتر است که با مفهوم و معنایی که به عصر حاضر می‌دهد معیارهای جدید برای رابطه ما با اطلاعات، کار، ارکان قدرت و هم‌چنین با طبیعت عرضه داشته است و سلطه محض خود را بر طبیعت و الزامات آن، احساسات و عواطف ما و حتی رسوم ما اعمال می‌کند. کامپیوتر مدعی حاکمیت بلامنازع بر مجموعه تجربیات و رفتارهای انسانی و آنچه بر سر انسان‌ها می‌آید و خلاصه تسلط کامل بر تمام ابعاد زندگی انسانی است. (پستمن، ۱۳۹۵: ۱۸۱-۱۸۲) اما نگاهی دقیق به آنچه پستمن تحت عنوان پیامدهای تلویزیون بر فرهنگ و زندگی انسان از آن‌ها یاد می‌کند و نیز آنچه امروزه ما در خصوص آثار فناوری‌های فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی شاهد آن هستیم، به روشنی مؤید آن است که همه این موارد به راحتی می‌تواند به مثابه پیامدهای رسانه‌های نوین نیز لحاظ شود. با عنایت به این نکته در ادامه برخی از آثاری را که پستمن برای رسانه برمی‌شمرد از نظر می‌گذرانیم.

پیامدهای رسانه از منظر پستمن

یکی از مهم‌ترین پیامدهایی که پستمن برای رسانه و خصوصاً تلویزیون قائل است و به آن توجه می‌دهد «زوال فرهنگ در بستر عسرت» است؛ این وضعیت جامعه‌ای است که به زعم جامعه‌شناس آمریکایی عنان شعور و اندیشه خود را به دست روزمرگی سپرده و حیات فرهنگی در آن معنایی معادل «یک سلسله نمایش‌های شادی‌زا و خیمه‌شب‌بازی‌های سرگرم‌کننده» یافته است. سازمان‌های عریض و طویل «تولید خوشی و بی‌غمی و هلهله‌زا» متولی صیانت از ارزش‌های فرهنگی آن شده‌اند. جامعه‌ای که شعور اجتماعی در آن به گفتگوهای بی‌ارزش فروکاسته شده و در قالب هیجان‌های جمعی تجلی یافته است و «شهروند متعهد عصر کتاب‌خوانی و رسانه‌های نوشتاری» به یک تماشاچی بی‌تفاوت بدل شده و «مسائل اجتماعی و امور جمعی انسان‌ها تا مرز پرده‌های وارپته‌های نمایشی تنزل یافته» است. در چنین شرایطی است که «مرگ تدریجی فرهنگ و زوال آن» تهدیدی واقعی به شمار می‌آید (پستمن، ۱۳۹۱: ۳۲۳).

شاخصه دیگر رسانه «شکل‌دهی به باورها و جهان‌بینی مخاطب» است؛ رسانه از مفاهیم معنا‌زدایی می‌کند و آن‌ها را از محتوای سنتی تهی کرده، معنایی متناسب با اقتضائات خود به آن‌ها می‌بخشد و آن‌ها را در منظومه معرفت‌شناسی خود هضم می‌کند. وسایل ارتباط‌جمعی چندوچون تفکر و اندیشیدن ما را راهبری می‌کنند و به این ترتیب در شکل‌دهی به نهادهای اجتماعی ما نقش آفرین‌اند. تا آنجا که «نه تنها در برداشت و استنباط ما از مفاهیمی نظیر تقوا و پارسایی و نیکی و زیبایی اثر می‌گذارد، بلکه حتی بال‌های تأثیر خود را بر نوع و چگونگی برداشت و بیان ما از هستی و نگرش و باورمان نسبت به حقیقت می‌گستراند.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۸۸) و اساساً «جهان آن‌گونه دیده می‌شود که تلویزیون آن را در صحنه‌های تلویزیونی نشان داده است.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۲۰۸) این فرآیند به طرق گونه‌گونی فعلیت می‌یابد؛ یا با آنچه پستمن آن را «مثله کردن جهان» تعبیر می‌کند که در آن رسانه‌ها و ابزار ارتباطی اجزاء جهان را با تقدم و تأخر و صورت و شکل متناسب با اقتضائات خود ارائه می‌کنند و بر معنایی معین از واقعیت و جهان خارج اصرار می‌ورزند. (پستمن، ۱۳۹۱: ۷۶) یا با چهره‌پردازی و سلبریتی‌سازی و ارائه الگوهای بدلی که گفتار و رفتارشان برای مخاطب حجت باشد. سپس این چهره‌ها را بر سرنوشت و مناسبات مردم حاکم می‌کنند. هرچند ظاهر قضیه این است که رسانه جز بازنمایی و معرفی چهره‌ها نقش دیگری در گزینش آن‌ها از جانب مردم نداشته، حال آن‌که ضمن سیاست چهره‌پردازی «ابتدا [علائق شخصی] مردم را شکل می‌دهد و «تمایلات فردی» را به گونه‌ای که خود می‌خواهد می‌سازد، آنگاه می‌گوید بر اساس علایق شخصی خویش به هر کس که می‌خواهد رأی بدهید.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۲۸۶).

نفی خردورزی دیگر میراث رسانه برای انسان است. مقوله‌ای که به‌ویژه در پدیده پیام‌های تبلیغاتی و تجاری نمود تام یافته و بیش از هر پدیده دیگری تعقل آدمی را با تهدید مواجه ساخته است. در دنیای سرمایه‌داری که مقصود نهایی فروش هرچه بیشتر محصولات است، سیاست تهییج و ترغیب برای خرید و مصرف هرچه بیشتر در دستور کار قرار گرفت و صنعت تبلیغات با این هدف پا به عرصه وجود گذاشت. رفته‌رفته اغواگری به مهم‌ترین شاخصه تبلیغات بدل گشت و کارگزاران بنگاه‌های تبلیغاتی از این عقیده دست برداشتند که «عقل و خرد بهترین ابزار برای رواج و فراگیر کردن محصولات و نیز معقول‌ترین وسیله برای تبلیغ اندیشه‌هاست» از آن‌پس نیمی از محتوای تبلیغ را «روانشناسی» و نیم دیگر را

«زیبایی‌شناسی» تشکیل می‌داد. به این ترتیب امروز در یک تبلیغ تلویزیونی صحبتی از خصوصیات کیفی یک محصول نیست، بلکه صحبت پیرامون «خصوصیات مصرف‌کننده» دور می‌زند. از این رو روزه‌روز از هزینه تحقیقات در راستای بهبود کیفی کالاها کاسته و در عوض بر هزینه تبلیغات و بازاریابی افزوده شده است. (پستمن، ۱۳۹۵: ۲۶۴-۲۶۶) «حوالی تحویل قرن نوزده به بیستم رفته‌رفته روش‌های تبلیغاتی دگرگون شد. از آن پس آگهی تجارتي تحت تأثیر مجموعه‌ای از روانشناسی و تئوری زیبایی‌شناسی شکل گرفت. از همین زمان بود که عنصری به نام خرد می‌بایست منزوی شده به گوشه‌ای دیگر بجزد.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۱۵۴).

از سویی هرچه بر سرعت انتقال اطلاعات افزوده شد، از اهمیت مضامینی که مخبره می‌شد کاسته گردید. این فرآیند که با اختراع تلگراف آغاز شد، با تکامل ابزارهای ارتباطی شدت یافت و به این ترتیب حجم انبوهی از اطلاعات به امور بی‌اهمیت و شرح احوالات زندگی خصوصی چهره‌ها و سلبریتی‌ها اختصاص یافت. مطالبی مردم را به خود مشغول داشت که بودونبودشان کمترین اهمیتی در جریان زندگی آن‌ها نداشت و هیچ بحث و برانگیختگی در قوای خرد ایشان ایجاد نمی‌کرد و مجالی برای اندیشیدن و تعقل برای آنان باقی نمی‌گذاشت. پستمن این معنا را با ذکر نقل‌قولی به تصویر کشیده که در روزگار اختراع موریس و تلگراف بیان شده است: «با شتاب و عجله‌ای زیاد سرگرم کابل‌کشی سراسر اقیانوس آتلانتیک هستیم تا دنیای قدیم و جدید چند هفته به هم نزدیک‌تر شوند؛ اما اولین خبری که از این طریق در گوش سنگین آمریکایی جاری می‌شود احتمالاً چنین مفادی را خواهد داشت: شاهزاده آدل‌هاید سیاه‌سرفه گرفته است.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۱۶۳) در واقع اساساً برخی برنامه‌ها «کارشان این است که اخبار مربوط به هنرپیشگان سرگرم‌کننده و نیز افراد معروف را به مقوله‌ها و نشانه‌های «جدی» فرهنگی مبدل سازند.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۲۴۲)

«فروکاستن امور جدی نظیر دین، سیاست، فرهنگ، هنر و ... به لذت و سرگرمی» دیگر کارکرد رسانه است که پستمن به شدت نسبت به آن انداز می‌دهد. مسئله این نیست که رسانه «گاهی» هم برنامه‌هایی با ماهیت و محوریت سرگرمی تولید و پخش می‌کند، بلکه مسئله آن است که سرگرمی، چارچوب طبیعی برای تولید برنامه‌ها در همه شئون زندگی است. «مشکل اساسی تلویزیون این نیست که برنامه‌های سرگرم‌کننده هدیه می‌کند، بلکه

مشکل اساسی آنجاست که هر موضوعی را به عنوان موضوعی سرگرم کننده به صورت سرگرمی به نمایش درمی آورد.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۱۹۸) به همین دلیل است که بیان موضوعات جدی و اساسی را در تلویزیون امری ناصواب می داند، چرا که کارکرد آن اولاً و بالذات ایجاد سرگرمی است که مطابق با معرفت شناسی خاص این پدیده است و ارائه مفاهیم جدی و مضامین اساسی در آن منجر به استحاله آن ها خواهد شد. اینکه مخاطب با فشار یک دکمه از دنیای «آن جهانی» متناسب با مضامین معنوی و مقدس، به طرفه العینی به دنیای «این جهانی» مسابقات ورزشی، فیلم های سینمایی، مجله های تصویری، پیام های بازرگانی و... پرتاب می شود و حتی قبل و بعد از برنامه های جدی با ماهیت دینی، سیاسی، یا علمی و فرهنگی، با آگهی های پرشمار تجاری محاصره و به نوعی بمباران می شود، به مرور این احساس ناخود آگاه در او شکل می گیرد که برنامه های جدی مذکور نیز تفاوت چندانی با برنامه های سرگرمی ساز ندارند و چیزی در عداد همین ها به شمار می آیند. (پستمن، ۱۳۹۱: ۲۵۶) بنابراین «تلویزیون به عنوان رایج ترین وسیله زمانی خطرناک تر است که واسطه انتقال و ابزار مبادله پیام های مهم فرهنگی قرار گیرد.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۸۶) از سویی غول های رسانه ای نیز در تلاش اند که ذهن و فکر مردم را از مسائل واقعی منحرف نمایند. «بگذارید مردم کار دیگری انجام دهند، اما مزاحم ما نشوند (ما یعنی افرادی که برنامه ها را هدایت می کنند). بگذارید مردم در تب و تاب ورزش، رسوایی های جنسی یا شخصیت ها و مشکلات آن ها یا اموری مانند این ها مشغول باشند و به جز امور جدی به هر چه می خواهند توجه کنند.» (فهیمی فر، ۱۳۸۸: ۱۷۷).

کارکرد دیگری که می توان آن را در همین راستا ارزیابی کرد «تنزل ذائقه مخاطب» است؛ به آن معنا که به سبب اقتضای ذاتی تلویزیون و ابتناء آن بر محوریت تصویر، جذابیت های بصری در برنامه های تلویزیونی موضوعیت اساسی داشته و گفتار و استدلال که ماهیتاً مؤلفه هایی شنیداری هستند و خرد مخاطب را هدف قرار می دهند، تحت الشعاع قالب های تصویری واقع شده و حوزه تأثیرشان به شدت محدود گشته است. اساساً «استدلال کردن و اقامه برهان [دیگر] با جملات و عبارات صورت نمی گیرد، بلکه با آراستگی ظاهر و خوش قیافگی و میزان اشتهار و اصطلاحات تجاری و تبلیغاتی انجام می گیرد.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۲۰۸) درست به همین دلیل سیاستمداران دریافته اند که باید در بهره گیری از فنون زیبایی و آراستگی مهارت بیشتری داشته باشند تا در زمینه تفکر برای برنامه های عملی و

کارهای اجرایی. (پستمن، ۱۳۹۱: ۶۵) چه این که «قدرت اصلی تلویزیون در این نهفته است که دریچه قلب ما را بر روی «شخصیت» ها باز می کند، نه دریچه مغز ما را برای ورود و پردازش تصورات انتزاعی و مجرد و هم چنین اندیشیدن به این مقوله‌ها.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۲۶۴) حال آن که پیش از عصر تکنوپولی آنچه اعتبار داشت محتوای فکر افراد و شخصیت و سلوک اخلاقی آن‌ها بود. معیاری متأثر از غلبه معرفت‌شناسی فرهنگ کتاب‌خوانی که با ظهور تلویزیون تا چنین سطح نازلی فرو کاهیده شده است.

البته پستمن کارکردهای دیگری نیز برای تلویزیون قائل است که ما مجال بیشتری برای پرداختن به آن‌ها نداریم، از این رو به همین مقدار بسنده می کنیم. با تصریح به تأکید خود او که همه آنچه را در خصوص تلویزیون بیان داشته، ناظر به جایگاه و مرتبتی است که تلویزیون در جامعه آمریکا دارد، بنابراین نباید و نمی توان موارد مذکور را به فرهنگ‌ها و جوامعی تعمیم داد که تلویزیون هنوز برای آن‌ها چیزی شبیه رادیو است و تمام اوقات شبانه‌روز آن مردمان را از آن خود نکرده است. از این رو نمی تواند معنا و مفهومی یکسان با تلویزیون در آمریکا داشته باشد، با تأثیری برابر با تأثیر تلویزیون در آمریکا. «این بدان معنی است که انسان می تواند از یک تکنیک آن‌گونه استفاده کند که مانع رشد و تمایلات بالقوه و باعث جلوگیری از بروز گرایش ذاتی آن بشود، یا لاقابل تأثیر اجتماعی آن به حداقل ممکن برسد.» (پستمن، ۱۳۹۱: ۱۹۵).

در نهایت در خصوص موضع کلی پستمن نسبت به تکنولوژی و به‌ویژه رسانه، می توان گفت او نیز علی‌رغم مواضع به‌شدت انتقادی‌اش نسبت به این پدیده دنیای معاصر، چونان هیدرگ قائل به نحوی مواجهه با آن است که ضمن آن‌هم بتوان از مواهب تکنولوژی و مطالب آموزنده رسانه بهره گرفت، هم اصالت خویش را حفظ کرد و از مستحیل شدن در محتواهای مبتذل رسانه در امان ماند. راه کار او این است که «ما باید از اعماق وجود و دل این ضرورت را بپذیریم که به هر شکل ممکن و با ممارست‌های پیگیر، سیاست‌گذاری‌ها و معرفت‌شناسی‌های ابزار و وسایل ارتباط‌جمعی را بیاموزیم و آن‌ها را همواره در پیش رو داشته باشیم» (پستمن، ۱۳۹۱: ۳۴۰) تا نحوه مواجهه‌ای متناسب با اقتضانات آن رسانه‌ها شکل دهیم. او هم‌چنین کنترل و نظارت هوشمندانه و خردورانه بر تلویزیون و کامپیوتر و دیگر ابزارهای مشابه را ممکن می داند، مشروط بر آن که «تحلیل عمیق و به‌دوراز خودفریبی، شناخت تأثیرهای متفاوت آگاهی‌ها، کشف و افشای خصلت‌های نهانی و

آشنایی با گرایش‌های ذاتی این گونه وسایل ارتباط جمعی [محقق شود.]» (پستمن، ۱۳۹۱: ۳۳۶).

نتیجه‌گیری

مطابق آنچه بیان شد جستار حاضر را می‌توان این‌گونه خاتمه داد که با وجود تفاوت رویکردی که هیدگر و پستمن در مواجهه با تکنولوژی مدرن و مصادیق آن داشته‌اند و یکی از منظر پدیدارشناسانه و دیگری با لحاظ آثار و پیامدها به آن پرداخته‌اند، بر اساس آنچه از آموزه‌های ایشان برمی‌آید تأثیر شگرف رسانه به‌مثابه یکی از مهم‌ترین مصادیق تکنولوژی مدرن بر زندگی انسان ناشی از ذات جهت‌دار آن است که به‌هیچ‌روی ماهیتی خنثی و لااقتضاء نیست و واجد فراخسار و جهتی مشخص است که همه ابعاد حیات مخاطب خود را نه فقط به اعتبار محتوایی که منتقل می‌کند، حتی به جهت فرم و صورت نیز متأثر می‌سازد. با این‌همه اما این‌گونه نیست که آدمی در برابر رسانه موجودی کاملاً دست‌بسته و مطلقاً بی‌اختیار بوده و محکوم به مقهوریت در برابر بازار مکاره رسانه باشد. لحاظ نحوی «خودآگاهی» و تذکار نسبت به ماهیت رسانه و اقتضائات آن و نیز «وارستگی» از هرگونه ابزار من‌جمله وسایل ارتباط جمعی و «آری» گفتن و «نه» گفتن توأمان در هنگامه استفاده از آن، راه‌کاری است که این متفکران برای مصون ماندن از سیل بنیان‌کن رسانه ارائه کرده‌اند تا انسان معاصر با توسل به آن‌هم از مواهب رسانه بهره‌مند شود و در عصر اطلاعات در جریان مهم‌ترین وقایع و یافته‌های دنیای امروز قرار گیرد، هم از سقوط و مسخ‌شدگی ناشی از محتواهای بی‌اهمیت و مبتذل رسانه‌ای در امان بماند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Seyyede
Emami Azadeh  <http://orcid.org/0000-0007-7782-674x>
Yousef Shaghool  <http://orcid.org/0000-0002-6252-9319>

منابع

- اسمیث، گرگوری بروس. (۱۳۷۹). نیچه، هایدگر و گذار به پسا مدرنیته. ترجمه علیرضا سید احمدیان. آبادان: نشر پرسش.
- پستمن، نیل. (۱۳۹۱). *زندگی در عیش مردن در خوشی*. ترجمه صادق طباطبائی. تهران: انتشارات اطلاعات.
- (۱۳۹۵). *تکنوپولی (تسلیم فرهنگ به تکنولوژی)*. ترجمه صادق طباطبائی. تهران: انتشارات اطلاعات.
- حسینی، سید حسن و دیگران. (۱۳۸۸). *زیبایی‌شناسی و فلسفه رسانه*. تهران: نشر مهر نیوشا.
- خاتمی، محمود. (۱۳۸۷). *جهان در اندیشه هایدگر*. تهران: موسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر.
- رشیدپور، ابراهیم. (۱۳۹۷). *آینه‌های جیبی آقای مک‌لوهان*. تهران: انتشارات سروش.
- مک‌لوهان، مارشال. (۱۳۷۷). *برای درک رسانه‌ها*. ترجمه سعید آذری. تهران: انتشارات صدا و سیما.
- هارتمان، فرانک. (۱۳۸۷). *نظریه‌های فلسفه رسانه*. مترجم حسن رحمانی. فصلنامه رسانه‌های دیداری و شنیداری. DOI: 20.1001.1.26454696.1387.4.6.5.0
- هایدگر، مارتین؛ آیدی، دُن و دیگران. (۱۳۷۷). *فلسفه تکنولوژی*. ترجمه شاپور اعتماد. تهران: نشر مرکز.
- (۱۳۸۷). *نامه درباره انسان‌گرایی (از مدرنیسم تا پست‌مدرنیسم)*. ترجمه عبدالکریم رشیدیان. تهران: نشر نی.
- و دیگران. (۱۳۸۹). *فلسفه و بحران غرب*. ترجمه محمدرضا جوزی. تهران: هرمس.
- Borgman, Albert. (1984). *Technology and the Character of Contemporary life: A Philosophical Inquiry*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Dreyfus, Hubert. (2002). "Heidegger on Gaining a Free Relation to Tehnology" in *Heidegger Rexamined Volume 3: Art, Poetry and Technology*, Hubert Dreyfus (Ed) New York: Routledge.
- Dusek V. (2007). *Philosophy of Technology*, USA and UK: Blackwell.
- Gunkel, David and Paol A. Taylor. (2014). *Heidegger and the Media*: Cambridge, UK, Malden, MA, USA: Polity Press.

- Hosseini, Seyyed Hassan and et al (2008). Media aesthetics and philosophy. Tehran: Mehr Niusha Publications. [in Persian]
- Hartman, Frank. (2007). Media philosophy theories. Translated by Hassan Rahmani. Journal of Audio-Visual Media. doi: 20.1001.1.26454696.1387.4.6.5.0. [in Persian]
- Heidegger, Martin; Idi, Don and others. (1998). Philosophy of technology. Translated by Shapour Etemad. Tehran: Markaz Publications. [in Persian]
- (2008). Letter about humanism (from modernism to postmodernism). Translated by Abdul Karim Rashidian. Tehran: Ney Publishing. [in Persian]
- and others. (2010). Western philosophy and crisis. Translated by Mohammad Reza Jozi. Tehran: Hermes. [in Persian]
- Khatami, Mahmoud. (2008). The world in Heidegger's thought. Tehran: Cultural Institute of Knowledge and Contemporary Thought. [in Persian]
- McLuhan, Marshall. (1998). To understand the media. Translated by Saeed Azari. Tehran: IRIB Publications. [in Persian]
- Postman, Neil. (2012). Live in pleasure, die in happiness. Translated by Sadegh Tabatabai. Tehran: Information Publications. [in Persian]
- (2016) Technopoly (surrender of culture to technology). Translated by Sadegh Tabatabai. Tehran: Etela'at Publications. [in Persian]
- Rashidpour, Ibrahim. (2017). Mr. McLuhan's pocket mirrors. Tehran: Soroush Publications. [in Persian]
- Rorty, Richard. (1991). *Philosophical Papers* Vol. 1, New York: Cambridge University Press*.
- Smith, Gregory Bruce. (2000). Nietzsche, Heidegger and the transition to postmodernity. Translated by Alireza Seyed Ahmadian. Abadan: Porsesh Publications. [in Persian]

استناد به این مقاله: امامی، سیده آزاده و شاقول، یوسف. (۱۴۰۲). جستاری در باب رسانه با نظر به آرای مارتین هیدگر و نیل پستمن، حکمت و فلسفه، ۱۹ (۷۳)، ۱۰۷-۸۳.



Hekmat va Falsafeh is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.