

۸۴	محمد اخگری
	پادکست: روایتگر شخصیت گوینده
۸۸	جبار رحمانی
	استیلای پادکست‌ها بر رسانه‌های رسمی
۹۶	معصومه اسمعیل نژاد
	پادکست: کنش اجتماعی و سیاسی
۱۰۲	امیرحسین مددی
	پادکست برای نخبگان جامعه
۱۰۶	مهدی ساعی
	تبیین ویژگی‌ها و کارکردها در پادکست
۱۱۴	سید محمدحسین خلیلی
	پادکست به‌مثابه کالای فرهیختگانی
۱۱۸	کوثر سعادت‌نیا
	پادکست و کارکردهای فرهنگی-اجتماعی آن
۱۳۴	ریحانه تاج‌الدینی
	پادکست، کانالیزگر تغییرات فرهنگی و سیاسی
۱۴۲	زهرآ غلام‌نیا
	مطالعه الگوی مطلوب تولید پادکست رادیویی جهت ترویج سبک زندگی
۱۶۰	تیزیانو بونینی
	پادکست، پیوندی فرهنگی میان رسانه‌های قدیم و جدید



۴	لیلا اردبیلی
	سخن سردبیر
۱۴	عبداله کریم‌زاده
	تکنولوژی‌های فرهنگی و وجه گفتگومانی آن‌ها
۲۲	مسعود حسنلو
	خطای شناختی حاکمیت و فناوری‌های فرهنگی
۳۰	گوران بولین
	فناوری‌های فرهنگی در فرهنگ‌های فناوری
۳۸	سهیل پایدارفرد
	فناوری فرهنگی و جایگاه آن در صنایع خلاق
۴۸	بهروز محمودی‌بختیاری
	درآمد از راه فرهنگ: کار یا کاسبی؟!
۵۴	زهرآ زرگر
	تأملی بر تأثیرات متقابل فناوری و ساختار اجتماعی جنسیت
۶۶	سونبارتی سانی و همکاران
	تأثیر ارزش‌های فرهنگی بر پذیرش فناوری
۷۲	علی محمد اسکندری‌جو
	نسیان فرهنگی در غلیان فناوری





پژوهشگاه مطالعات فرهنگی و اجتماعی  
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری



ARGHAVANNAME  
پژوهشگاه مطالعات فرهنگی، علوم و فناوری

**مدیر مسئول**  
رضا غلامی

**سر دبیر**  
لیلا اردبیلی

**هیئت تحریریه**  
رضا غلامی، فائز دین پرست، جبار رحمانی،  
رضا ماحوزی، عبدالله کریمزاده، لیلا اردبیلی

**صاحب امتیاز**  
پژوهشگاه مطالعات فرهنگی، اجتماعی و  
تمدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

**ویراستار**  
ستایش مداح

**طراح**  
شهره محمدی

**تصویر ساز**  
علی کربلایی محمد میگونی

**نشانی:** تهران، خیابان پاسداران، خیابان  
شهید مؤمن نژاد (گلستان یکم)، پلاک ۱۲۴،  
پژوهشگاه مطالعات فرهنگی، اجتماعی و  
تمدنی وزارت علوم

**تلفن:** ۰۲۲۰۷۰۷۷۷-۰۲۲۰۷۰۶۶۶  
arghavanname@iscs.com  
arghavanname.iscs.ir@gmail.com

- ارغوان نامه، استقلال فکری نویسندگان را محترم می‌شمارد.
- مطالب منتشره در ارغوان نامه، لزوماً انعکاس دهنده دیدگاه ارغوان نامه نیست.
- ارغوان نامه در تلخیص و ویرایش مطالب دریافتی آزاد است.

۱۷۰ آیین رونمایی از ۲۳ عنوان اثر پژوهشگاه

۱۷۴ اخبار چهاردهمین جشنواره بین المللی فارابی

۱۸۵ ارغنون خرد

۱۸۹ لذت فلسفه

۱۹۴ عصرانه‌های علوم انسانی

۲۰۲ نوجوان

۲۰۴ نشست‌های تخصصی و همایش‌ها

۲۲۱ تازه‌های نشر



تأملات عمومی

# سخن سردیر

به نام آنکه جان را فکرت آموخت

ساخت نیزه، انسان‌ها مجبور بودند در فاصله اندکی با شکار خود آن را به دام بیندازند که این مسئله بی‌شک پیامدهای خطرناکی داشت، به نحوی که گاه نتیجه بازی برعکس شده و شکارچی خود طعمه شکارش می‌شد. خطراتی که این نوع از «فرهنگ» شکارگری برای انسان به همراه داشت باعث شد که او انگیزه ساخت ابزاری را در سر بیوراند که از طریق آن بتواند در حین شکار فاصله ایمن را از طعمه‌اش حفظ کند که محصول این میل و خیال‌پردازی ساخت نیزه بود. به منزله تکنولوژی جدیدی که برآمده از اراده انسان به غلبه بر محدودیت‌های راه و رسم پیشین شکارگری بود با خود تغییراتی فرهنگی را به همراه داشت که از جمله آن‌ها می‌توان به شکارگری انفرادی اشاره کرد؛ به بیان دیگر، اگر تا پیش از ساخت نیزه، انسان به واسطه نزدیکی بیش‌ازحد به شکار مجبور بود به صورت گروهی به شکار برود، اکنون به دلیل حاشیه امنی که به واسطه استفاده از نیزه برایش ایجاد شده و حفظ فاصله ایمن از شکار را برایش مقدور ساخته بود می‌توانست اقدام به شکارگری به صورت انفرادی کند. این تغییر در فرهنگ و ابزار شکار بی‌شک باعث آن شد که مفهوم‌سازی انسان از شکار و حتی خطراتی که امکان داشت در هنگام شکار او را تهدید کند و در یک کلام حس‌یافت<sup>۲</sup> و ذهنیتی

زمانی که درباره تکنولوژی فرهنگی سخن می‌گوییم اولین چیزی که به ذهنمان می‌رسد چستی رابطه فرهنگ و تکنولوژی است و اینکه اساساً این دو مؤلفه معناساز و مهم زندگی انسان‌ها چگونه از یکدیگر تأثیر می‌گیرند. اگر نگاهی به تاریخ تطور انسان داشته باشیم خواهیم دید که از زمان رشد انگشت شست دست در زاویه‌ای که تعامل آن با چهارانگشت دیگر امکان‌پذیر شد به تدریج به واسطه توانایی به دست گرفتن اشیاء، انسان دست به ساخت ابزارهای بعضاً پیچیده‌ای زد که او را قادر ساخت تا بر جبر طبیعت غلبه کند. در سیر پرنشیب و فراز برآمدن تکنولوژی‌های مختلف از ابزارهای سنگی گرفته تا ابداع زبان، به‌عنوان یکی از قدیمی‌ترین تکنولوژی‌های فرهنگی انسان تا ساخت تلسکوپ‌ها، فضاپیماها و رایانه‌های پیشرفته که نمونه‌هایی از بسط توانایی‌های حسی-حرکتی و اندیشگانی انسان‌ها به شمار می‌روند، ما شاهد نوعی هم‌تطوری<sup>۱</sup> فرهنگ، تکنولوژی و قابلیت‌های ذهنی-مغزی انسان هستیم. دلیل اینکه ارتباط متقابل میان این سه ظرفیت زایای زندگی انسان را از نوع هم‌تطوری می‌دانم آن است که این سه پدیده بسان سه متغیر در خلال رابطه تأثیر و تأثیری که از هم داشته‌اند موجب تغییر و دگرگونی یکدیگر شده‌اند. برای ایضاح مطلب مثالی می‌آورم. گفته می‌شود پیش از

که از جهان اطرافش داشت دستخوش تغییر شود. به این ترتیب می‌بینیم که چگونه، به اعتبار اصل بدنمندی شناخت و مغز<sup>۳</sup>، تغییر در شکار و به واسطه آن فرهنگ شکارگری بر روی تغییرات ذهن و فرایندهای ذهنی انسان و چه بسا ساختارهای مغزی او نیز تأثیر داشته است. آنچه گفته شد، تنها نمونه کوچکی از تأثیر متقابل فرهنگ، تکنولوژی و شناخت آدمی است و مخاطب علاقه‌مند چون نگاهی به کارهای ارزشمندی که در حوزه باستان‌شناسی شناختی<sup>۴</sup> انجام گرفته بیندازد نمونه‌های فراوان قابل توجهی در این خصوص خواهد یافت.

همین سنخ از هم‌تطوری را می‌توان در ابداع زبان، به‌عنوان کهن‌ترین تکنولوژی فرهنگی انسان‌ها نیز شاهد بود؛ اینکه چگونه برآمدن توانایی‌های ذهنی و شناختی، و تغییر ساختارهای مغزی موجب بروز قابلیت تخیل در انسان شد؛ و این تغییرات به‌نوبه خود چگونه امکان ابداع تکنولوژی فرهنگی زبان را به وجود آوردند و در نهایت ظهور زبان به‌عنوان ابزاری برای تفکر و ارتباط چگونه فرهنگ انسان‌ها را در طول میلیون‌ها سال دستخوش تحول کرد؛ از سوی دیگر، چگونه استفاده انسان از تکنولوژی فرهنگی زبان توانست باعث پرورش توانایی‌های ذهنی-شناختی او شود و به انسان کمک کند تا با پرورش تفکر انتزاعی خود دست به خلق تکنولوژی‌هایی بزند که فرهنگ او را دستخوش تغییراتی شگرف کنند. بنابراین، اگر قرار باشد برای فهم موضوع تکنولوژی فرهنگی، ابتدا به

رابطه فرهنگ و تکنولوژی و ارتباط متقابل میان آن‌ها پی ببریم ناچاریم تا در این معادله ذهن و قابلیت‌های شناختی انسان را هم وارد کنیم؛ زیرا بدون توجه به اینکه چگونه تکنولوژی که خود برآمده از فرهنگ و ذهن فرهنگی انسان است در چرخشی دیالکتیک بر متغیر فرهنگ و ذهن تأثیر می‌گذارد و در نهایت پدیداری را ایجاد می‌کند که ما به آن «موجود فرهنگی» می‌گوییم نمی‌توان به‌درستی رابطه میان تکنولوژی و فرهنگ را دریافت.

طبق همین منطق ارتباطی میان تکنولوژی، ذهن و فرهنگ در عصر حاضر که در آن از حدود ۷ میلیارد نفر جمعیت کره زمین حدود ۶ میلیارد نفر از آن‌ها از موبایل استفاده می‌کنند و حدود ۳ میلیارد نفر به اینترنت دسترسی دارند شاهد هستیم که یک تقاطع بسیار جذاب و جالب در استفاده از تکنولوژی و فرهنگ وجود دارد، به‌نحوی که افراد در فرهنگ‌های مختلف به روش‌های متفاوت و در سناریوها و موقعیت‌های مختلفی از تکنولوژی‌های مشابه استفاده می‌کنند. در واقع، اگر به‌دقت نگاه کنیم در عصر ما تکنولوژی ملهم از ارزش‌هایی است که در فرهنگ‌ها وجود دارد و فرهنگ و موقعیت‌های اجتماعی تعاریف جدیدی را از تکنولوژی‌ها ارائه می‌دهند.

نکته جالب توجه دیگر آن است که معمولاً مردم به شکل عجیبی به تکنولوژی‌های جدید واکنش نشان می‌دهند و در ابتدای کار معتقدند که تکنولوژی قرار است که بخشی از زندگی آن‌ها را دچار تغییر کند و از این‌رو

# رک

می‌شوند تنها بخشی از آن‌ها وارد چرخه تولید و مصرف می‌شود. آنچه بر سرنوشت این تکنولوژی‌ها در ورود به چرخه تولید و مصرف اثرگذار است در واقع «انتخاب‌های فناورانه‌ای»<sup>۶</sup> است که هر جامعه از میان فناوری‌های موجود دست به آن‌ها می‌زند، اما پرسشی که در اینجا پیش می‌آید این است که چه عوامل و معیارهایی بر شکل‌گیری این انتخاب‌ها تأثیرگذار است و آن‌ها را تعیین می‌کند. پژوهش‌ها<sup>۷</sup> نشان داده‌اند که انتخاب‌های فناورانه در هر جامعه تا حد زیادی تحت تأثیر بازنمایی‌های اجتماعی و فرهنگی آن جامعه قرار دارد. به بیان دیگر، هرچند همواره گفته می‌شود که آمدن تکنولوژی بر یک فرهنگ تأثیر می‌گذارد اما باید گفت که فرهنگ نیز بر ظهور و بروز و انتخاب فناوری‌ها تأثیرگذار است. تأثیرپذیری تکنولوژی از ارزش‌های نهفته فرهنگی به اندازه‌ای است که فرهنگ حتی می‌تواند بر معنا و تفسیر تکنولوژی تأثیر بگذارد. یکی از نمونه‌های جالب در این حوزه مربوط به هواپیماهایی است که به خط تولید انبوه کارخانه‌ها نمی‌رسند و به‌رغم کارایی بالایی که دارند مورد تأیید کارشناسان ادوات جنگی قرار نمی‌گیرند، چراکه طراحی آن‌ها به نحوی است که آن‌ها در نهایت شکل زنانه‌ای پیدا می‌کنند و از آنجاکه جنگ طبق نگاه فرهنگی جوامع مدرن عرصه‌ای مردانه است، هواپیماهایی که ظاهری مردانه ندارند حق ورود به میدان جنگ را نخواهند داشت. در همین راستا و

در برابر این تغییر ایستادگی می‌کنند؛ اما به تدریج تکنولوژی جدید را می‌پذیرند و خود را با آن منطبق می‌کنند و بعد از آن است که تکنولوژی از نحوه اندیشیدن افراد و ارزش‌های اجتماعی و فرهنگ آن‌ها تأثیر می‌گیرد. برای نمونه، پاول گی (۱۹۹۷) در کتابی با عنوان فرعی «داستان واکمن سونی»<sup>۵</sup> در روایت ورود واکمن به زندگی انسان‌ها می‌نویسد: «در ابتدا، وقتی واکمن وارد بازار شد ما شاهد بودیم که بسیاری از مردم تصور می‌کردند که این محصول باعث می‌شود که فرد از دنیای اجتماعی دور شود و این تکنولوژی موجب می‌شود که افراد بیشتر روی لذت‌های «خودمحو‌رانه‌شان» متمرکز شوند و در نهایت این پدیده فرد را در انزوا فرو خواهد برد؛ اما بعدها شاهد بودیم که مردم چگونه خود را با واکمن سازگار کردند و به دلیل اقبال عمومی به این ابزار محصولاتمانند پخش‌کننده‌های آی‌پاد و ام‌پی‌تری نیز ساخته شد.»

## تأثیرپذیری تکنولوژی از فرهنگ و برعکس

علاوه‌بر آنچه گفته شد، باید توجه داشت که فناوری‌هایی که امروزه ما در جهان از آن‌ها استفاده می‌کنیم شامل تمام اختراعات و ابداعات بشر نیستند. به بیان دیگر، از میان تمام فناوری‌هایی که انسان‌ها موفق به ابداع و اختراع آن‌ها

با توجه به تأثیرگذاری ارزش‌های فرهنگی بر تکنولوژی می‌توان به خوانش‌هایی که از انواع ماشین‌پژو یا سمند و نیسان آبی در فرهنگ ایرانی وجود دارد و موجب افزایش میزان فروش آن‌ها در میان قشر خاصی از مردم جامعه می‌شود نگاهی انداخت. خالی از لطف نیست که در اینجا خاطر نشان کنم که طراحان و به خصوص طراحان صنعتی ما باید به این ملاحظات فرهنگی و انسان‌شناختی توجه ویژه داشته باشند.

اگر بخواهم به نمونه‌های دیگری از ارتباط میان فرهنگ و تکنولوژی پردازم بهتر است به نمونه تلفن‌های همراهی اشاره کنم که در ابتدا با هدف صنعتی در کارخانه‌ای توسط شرکت موتورولا<sup>۸</sup> طراحی و ساخته شد، اما بعدها شرکت‌های ژاپنی تحت تأثیر فرهنگ گفت‌وگو محور ژاپنی و با هدف به اشتراک گذاشتن دانش با یکدیگر به تولید انبوه آن دست زدند. نمونه بسیار جالب دیگر از تأثیرگذاری فرهنگ بر انتخاب تکنولوژی و ادغام فرهنگی تکنولوژی را می‌توان در تولید و به‌کارگیری تلفن‌های کوشر<sup>۹</sup> شاهد بود. «صنیعت» که معادل واژگانی نزدیک به آن در زبان فارسی همانا واژه «عفت» است از مؤلفه‌های فرهنگی مهم در فرهنگ یهود به شمار می‌رود. با ظهور تلفن‌های همراه، خاخام‌های یهودی ارتدکس در بریتانیا معتقد بر این بودند که ارسال پیامک منجر به اتلاف وقت جوانان و از بین رفتن «عفت» در میان آن‌ها می‌شود. از همین‌رو، خاخام‌ها توصیه کردند که

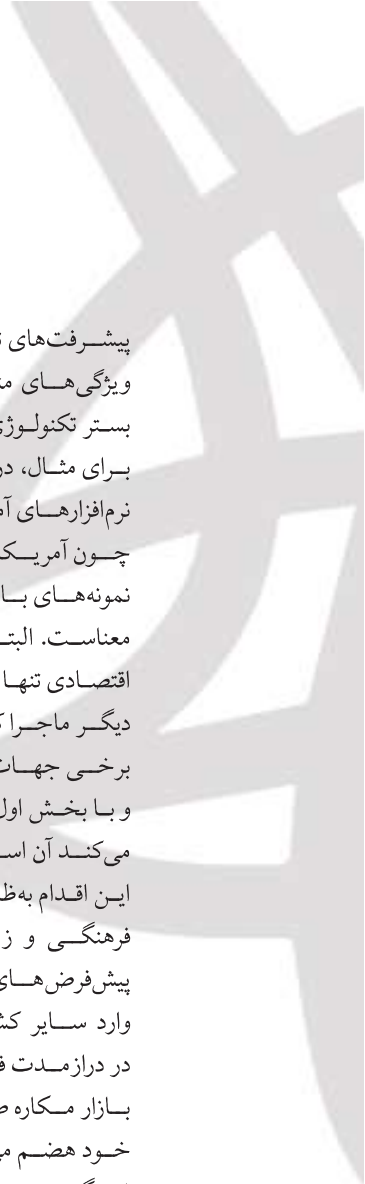
جوانان نباید از تلفن‌های همراهی استفاده کنند که قابلیت ارسال پیامک، ویدئو یا عکس و حتی عکس برداری را داشته باشند. در همین راستا، خاخام‌ها حکم شرعی بر این دادند تا تلفن‌هایی با نام تجاری «کوشر» ساخته شود که قابلیت ارسال پیام نداشته باشند. گویا این نام تجاری برگرفته از همان احکام شرعی کشوروت در مورد غذاهای مشتق شده از موجودات زنده است که بر طبق احکام دین یهود یک مؤمن یهودی تنها اجازه دارد برای تناول از میان آن‌ها دست به انتخاب بزند، چیزی شبیه به مفهوم «حلال» در دین اسلام و زبان فارسی. اگرچه این تلفن‌ها برای ممانعت از بی‌عفتی جوانان وارد خط تولید شدند، اما گزارش‌ها نشان می‌دهد که فروشندگان این محصول سود خوبی را از فروش آن به بزرگسالانی به دست آوردند که سادگی دستگاه‌ها را ترجیح می‌دهند. همچنین در اسرائیل، به دلیل محدودیت‌ها و آیین‌هایی که در روز شبات<sup>۱۰</sup> وجود دارد مؤمنان یهودی از تلفن‌های مشابه با تلفن‌های کوشر استفاده می‌کنند؛ زیرا یهودیان ارتدکس بر این باورند که در روز شبات استفاده از هرگونه وسیله الکترونیکی به‌جز در مواقع نجات جان انسان‌ها یا کاهش خطر مرگ و مواردی شبیه به آن به‌طور کلی ممنوع است. این تنها نمونه‌ای ساده از تأثیرگذاری فرهنگ دینی بر تحدید، انتخاب و ساخت تکنولوژی‌ها است که در جای خود می‌تواند برای علاقه‌مندان به حوزه مدیریت بازرگانی و



## تکنولوژی‌های فرهنگی و ضرورت توجه به آن‌ها

تا بدین جا تلاش کردم تا با ذکر نمونه‌هایی ملموس از تأثیر متقابل فرهنگ و تکنولوژی نشان دهم که چگونه تکنولوژی منعکس‌کننده ارزش‌های فرهنگی است و آداب و رسوم فرهنگی بر پذیرش تکنولوژی تأثیر می‌گذارد و چگونه تکنولوژی با ورود به یک جامعه می‌تواند ارزش‌های آن جامعه را دستخوش تغییر کند؛ اما بحث ما در این شماره از ارغوان‌نامه تکنولوژی فرهنگی است؛ حوزه‌ای میان‌رشته‌ای و نوظهور که در کنار تکنولوژی اطلاعات، تکنولوژی نانو، زیست‌فناوری، تکنولوژی‌های زیست‌محیطی/انرژی و تکنولوژی‌های فضایی جزء شش تکنولوژی پیشران در جهان است و گفته می‌شود برای اولین بار در دهه نود توسط نظریه‌پردازان کره جنوبی مطرح شد و در ادامه به کشورهایی چون چین، ترکیه، ژاپن و سنگاپور و دیگر کشورها راه یافت و چند سالی است که با موضوع فناوری‌های فرهنگی و نرم و با اولویت «الف» در نقشه جامع علمی کشور قرار گرفته است و حتی ستادی نیز به نام «توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز» ذیل معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای رسیدگی به این مسئله مهم جهان امروز تشکیل شده است. این شاخه از مطالعات تکنولوژی در واقع به‌دنبال این مهم است تا نشان دهد که چگونه جوامع می‌توانند به مدد

بازاریابی تأمل‌برانگیز باشد. همچنین باید توجه داشت که تأثیرپذیری تکنولوژی از ارزش‌ها و باورهای فرهنگی و دینی مردمان در جوامع مختلف پدیده‌ای یک‌طرفه نیست؛ بدان معنا که تکنولوژی نیز می‌تواند بر فرهنگ و باورهای فرهنگی تأثیر بگذارد و حتی ارزش‌ها و باورهای فرهنگی جامعه را در طول زمان دستخوش تغییر کند. برای نمونه، در دهه ۱۹۴۰ با به روی کار آمدن هواپیماها، قانونی ۲۰۰ ساله در آمریکا اصلاح شد که طبق آن حق استفاده از زمین زیر پا و آسمان بالای سر متعلق به صاحب زمین بود. همچنین چون دقت کنیم خواهیم دید که چگونه فرهنگ سازمانی‌ای که در آن نامه‌های ارسالی روی کاغذ نوشته می‌شدند با آمدن پست الکترونیک<sup>۱۱</sup> دستخوش تغییر شدند. علاوه بر این، ورود تکنولوژی‌هایی مانند رایانه، موبایل و آی‌پد و بسیاری از ابزارهای دیگر در این حوزه در چند دهه اخیر فرهنگ یادگیری و دانش‌آموزی را تحت تأثیر قرار داده است و حتی از منظر دیگر می‌توان گفت که این تکنولوژی‌ها بر توانایی تفکر یادگیرنده‌ها تأثیرگذار بوده است؛ زیرا آن‌ها را برای انجام تکلیفشان به تجهیزات مبتنی بر تکنولوژی متکی کرده است. همچنین ناگفته پیداست که تکنولوژی باعث تغییر فرهنگ مشاغلی مانند تجارت، روزنامه‌نگاری، پزشکی و سایر زمینه‌ها شده است.



در این شماره، پس از طرح برخی از مباحث نظری و کاربردی تکنولوژی فرهنگی در بخش اول، **ارغوان نامه** در بخش دوم خود به پادکست، به عنوان نمونه‌ای از تکنولوژی فرهنگی پرداخته است که در چند سال اخیر گویی به مذاق فرهنگی ایرانیان خوش آمده و مورد اقبال قرار گرفته است. شاید یکی از دلایل این اقبال، در کنار تغییرات ژرف سبک زندگی در جهان پرمشغله امروز، ریشه در سنت شفاهی ایرانی داشته باشد؛ آنچه از ویژگی‌های بنیادین فرهنگ ایرانیان است که آن‌ها را به مردمانی بدل کرده است که بیش از آنکه متن محور باشند منبر دوست هستند و بیش از خواندن کتاب، پای منبرنشستن را می‌پسندند.

اما آنچه برای ما درباره پادکست به منزله تکنولوژی فرهنگی در این شماره مهم است ویژگی‌های خاص پادکست است که می‌توانند موجب تغییراتی در بستر فرهنگ جامعه مورد نظر را فراهم آورند. برای نمونه، به واسطه ویژگی‌هایی مانند شخصی بودن، سهولت در دسترسی و تنوع، پادکست توانسته است درباره موضوعاتی که تریبون‌های رسمی حکومتی و دولتی بنا به دلایلی خاص ترجیح می‌دهند درباره آن‌ها سکوت کنند امکان و زمینه سخن گفتن را فراهم آورد و از این رهگذر به گروه‌های بی‌صدا و حاشیه‌ای جامعه امکان بروز «خود» و اظهار نظر دهد تا بتوانند بر هژمونی گروه‌های صاحب قدرت فایز آیند. برای نمونه، در کشورهایی مانند ایتالیا که در آن‌ها رسانه‌های دولتی

پیشرفت‌های تکنولوژی در جهان و از طریق ویژگی‌های منحصربه‌فرد فرهنگی خود در بستر تکنولوژی به درآمدزایی دست پیدا کنند. برای مثال، درآمدی که سالانه از راه فروش نرم‌افزارهای آموزش زبان عاید کشورهای چون آمریکا یا انگلیس می‌شود یکی از نمونه‌های بارز تکنولوژی فرهنگی به این معناست. البته باید توجه داشت که عایدی اقتصادی تنها یک روی این سکه است، سوی دیگر ماجرا که اتفاقاً قابل تأمل‌تر و البته از برخی جهات نگران‌کننده‌تر به نظر می‌رسد و با بخش اول این سرمقاله ربط وثیقی پیدا می‌کند آن است که این کشورها از طریق این اقدام به ظاهر صرفاً اقتصادی، ارزش‌های فرهنگی و زبانی و در واقع جهان‌بینی و پیش‌فرض‌های ذهنی و اجتماعی خود را وارد سایر کشورها می‌کنند و به این ترتیب در درازمدت فرهنگ‌های دیگری که در این بازار مکاره صرفاً مصرف‌کننده هستند را در خود هضم می‌کنند و از این طریق هژمونی فرهنگی خود را در جهان می‌گسترانند. نمونه ملموس‌تر این تکنولوژی فرهنگی در حوزه جوانان بازی‌های رایانه‌ای است که مجدداً علاوه بر گردش مالی هنگفتی که برای کشورهای سازنده آن‌ها به همراه دارند می‌توانند ارزش‌ها، باورها، شیوه‌های تصمیم‌گیری‌ها، استراتژی‌های حل مسئله و شکل‌گیری مفاهیم و در یک کلام توانایی‌های شناختی کاربران خود را تحت تأثیر قرار داده و به تدریج طبق معیارهای خود آن‌ها را دستخوش تغییر کنند.

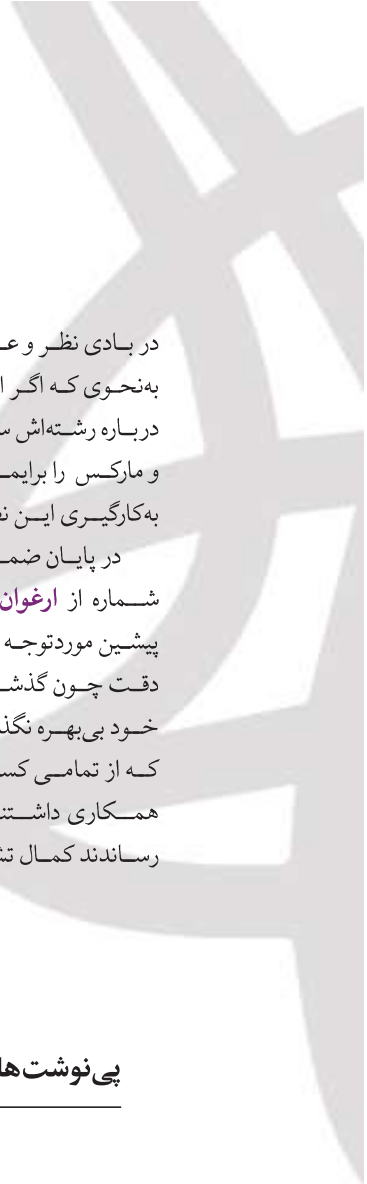




چندان تمایلی به گفت‌وگویی درباره موضوعات نژادی ندارند و از آنجا که تعداد معدودی از روزنامه‌نگاران و صاحبان رسانه مهاجر و رنگین‌پوست هستند تریبونی برای پخش صدای به محاق رفته رنگین‌پوستان وجود ندارد، پادکست‌ها توانسته‌اند این سکوت را بشکنند و با وارد کردن اصطلاحات مبارزه با نژادپرستی از زبان انگلیسی بتوانند اطلاع‌رسانی کرده و درباره تبعیض‌ها و رفع «کوررنگی نژادی» در جامعه فرهنگ‌پروری کنند. همچنین برخی پژوهش‌ها در این زمینه در فرانسه نشان داده‌اند که زنان پادکست را ابرازی راحت‌تر برای ابراز ایده‌های زنانه خود می‌دانند؛ چراکه پادکست به آن‌ها این امکان را می‌دهد که بدون نمایش بدن‌هایشان، که همواره در رسانه‌های تصویری مورد قضاوت قرار می‌گیرند، و از طریق صدایشان آزادانه‌تر عمل کنند و اینگونه بتوانند در حاشیه‌ای امن و به دور از هرگونه قضاوت و اظهارنظر درباره ظاهرشان توجه دیگران را به عقاید خود جلب نمایند.<sup>۱۲</sup>

البته نکته مهمی که در اینجا باید به آن توجه داشت آن است که آنچه موفقیت در عرصه تکنولوژی فرهنگی را تضمین می‌کند صرفاً جنبه فنی ماجرا نیست، بلکه تسلط دست‌اندرکاران امر بر ویژگی‌های فرهنگی منحصر به فرد جامعه که برآمده از اسطوره‌ها، ارزش‌ها و باورهای دینی و انتظارات و امیدهای تاریخی و غیره است نیز از اسباب و افزار گام‌نهادن در این راه

محسوب می‌شود که البته فراهم‌آمدن آن بی‌شک بدون مشارکت اندیشمندان حوزه علوم انسانی، به‌ویژه انسان‌شناسان و جامعه‌شناسان، امری غیرممکن است. درانضای تهیه این شماره از ارغوان‌نامه، وقتی پای صحبت دست‌اندرکاران این حوزه می‌نشستیم بیش از هر چیز از این موضوع گلایه‌مند بودیم که از زمان مشغولیت به کار تولید در این عرصه یکی از مسائلی که مشکل بزرگی بر سر راه آن‌ها به وجود آورده همین نبود شناخت کافی از ویژگی‌های فرهنگی ایرانی است. برای مثال، یکی از طراحان حوزه بازی‌های رایانه‌ای با تأسف خاطر نشان می‌کرد که اگرچه تمام مراحل تولید شخصیت اصلی فلان بازی رایانه‌ای در داخل انجام شده است اما در نهایت شخصیت اصلی به جای اینکه چهره‌ای ایرانی داشته باشد چیزی شبیه «زورو» درآمده است که این معضل خود نشان‌دهنده نبود توجه کافی به بحث‌های میان‌رشته‌ای در طراحی تکنولوژی‌های فرهنگی است و تا زمانی که به آن‌ها توجهی همه‌جانبه نشود مشکل همچنان باقیست. به نظر دلیل بروز این نوع از معضلات دو نکته اصلی است؛ یکی غلبه نگاه مهندسی به بحث مدیریت و طراحی تکنولوژی فرهنگی است که یکی از ویژگی‌های آن بی‌نیاز دانستن خود از گرفتن مشاوره از صاحب‌نظران حوزه علوم انسانی است؛ یعنی همان نگاه و پیش‌فرضی که در اکثر حوزه‌های مدیریتی در ایران شاهدش هستیم و دیگری غوطه‌وری علوم انسانی‌مان



محققان علوم شناختی، به خصوص انسان‌شناسان و باستان‌شناسان شناختی، با نگاهی به تاریخ فرگشت آدمی نشان داده‌اند که چگونه برای نمونه، توسعه و تطور فناوری‌های و ابزارهای فیزیکی مانند ابزارهای سنگی، چاقوها، چکش و مداد موجب تغییراتی در قابلیت‌های شناختی انسان‌ها شده است و این همان مسئله‌ای است که در دنیای دیجیتال امروز اهمیت بیشتری پیدا کرده است و محققان را بر آن داشته تا تحقیقات خود را به سوی پاسخ به این پرسش سوق دهند که چگونه شناخت و ذهن ما بر فناوری‌ها تأثیر می‌گذارند و از آن‌ها تأثیر می‌گیرند.

#### 4. Cognitive Archaeology

5. Gay, P. (Ed.). (1997). *Doing cultural studies: The story of the Sony Walkman*. Sage Publication.

#### 6. Technological Choice

۷. برای نمونه، لمونیه، پی‌یر (۱۴۰۰). مبانی انسان‌شناسی فناوری، مترجم: لیلا اردبیلی. تهران: انتشارات مؤسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

#### 8. Motorola

#### 9. Kosher phone

#### 10. Sabbath

#### 11. Email

12. Abrams, L. (2019). "How New Voices Formats and Stories will Shape France's Growing Podcast Scene". Medium, IN, <https://medium.com/prxofficial/how-new-voices-formats-and-stories-will-shape-frances-growing-podcasting-scene-50c7807cd36f>.

در بادی نظر و عدم توجه به مباحث کاربردی، به‌نحوی که اگر از فارغ‌التحصیل علوم اجتماعی درباره رشته‌اش سؤال کنیم به‌خوبی آراء دورکیم و مارکس را برایمان توضیح می‌دهد اما دریغ از به‌کارگیری این نظرات در عرصه عمل.

در پایان ضمن ابراز امیدواری از اینکه این شماره از **ارغوان‌نامه** نیز مانند شماره‌های پیشین مورد توجه مخاطبانمان قرار بگیرد و اهالی دقت چون گذشته ما را از نظرها و پیشنهادهای خود بی‌بهره نگذارند بر خود واجب می‌دانم که از تمامی کسانی که در این شماره با ما همکاری داشتند و در تهیه آن به ما یاری رساندند کمال تشکر و قدردانی را داشته باشم.

لیلا اردبیلی

پاییز ۱۴۰۲

### پی‌نوشت‌ها

#### 1. coevolution

#### 2. perception

#### 3. Embodied cognition and brain

با توجه به موضوع بحث این سرمقاله، بر طبق اصل شناخت و مغز بدنمند، هرچند خلق ابزار برآمده از ذهن و توانایی‌های ذهنی انسان است اما این تمام ماجرا نیست، بلکه در چرخش بعدی خود ذهن و قابلیت‌های ذهنی و حتی ساختارهای مغزی به‌واسطه به‌کارگیری ابزارهایی که مخلوق همین قابلیت‌های ذهنی هستند و تأثیراتی که این ابزار بر توانایی‌های حسی-حرکتی انسان‌ها دارند دستخوش تغییر و تحول می‌شوند.