

# خلوت عالم‌سازی یا جلوت فرهیخته‌ساز (بررسی مؤلفه گمنامی یا هویت‌مندی در فرآیند عمومی‌سازی علم)

سید محمد مهدی شرف‌الدین<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری، دانشکده علوم اجتماعی (رشته فلسفه علوم اجتماعی)، دانشگاه باقرالعلوم (ع)، قم  
sharafoddin614@gmail.com

## چکیده

صاحبان علم در هر دوره‌ای از تاریخ بشریت، به دنبال آن بودند تا دستاوردهای خود را با مردم جامعه به اشتراک گذاشته و مسائل را به گوش آنان برسانند. در دوران سنتی این فرآیند از طریق ارتباطات خصوصی و رسانه‌هایی همچون کتاب و منبر (خطابه) صورت می‌پذیرفت؛ اما در دوران مدرن و پست‌مدرن، با پیدایش رسانه‌های آنالوگ و دیجیتال، فرآیند عمومی‌سازی علم، سرعت و وسعت بیشتری پیدا کرده و محدودیت‌های زمانی و مکانی خود را از دست داد. یکی از تفاوت‌های مهم این سه دوره را می‌توان در مقوله گمنامی عالم سنتی و هویت‌مندی اندیشمند معاصر دانست. پژوهش حاضر به دنبال کشف علل این تفاوت است که از آن جمله می‌توان به تغییر ماهیت علم، تغییر ماهیت رسانه و همچنین تغییر هدف از عمومی‌سازی علم اشاره کرد. در دوران سنتی علم به مثابه کشف حقیقتی است که در عالم نفس‌الامر حضور داشته و از طریق فیضان الهی، به عقل و نفس بشری وارد می‌شود؛ اما در قرائت جدید علم برداشتی شخصی است که خود انسان سازنده آن خواهد بود. علاوه بر این در دوران سنتی، رسانه منبر به خودی خود توانایی خاصی نداشته و قوام آن به توانایی خطیب در تهذب و جذب مخاطب است؛ اما در دوران معاصر به دلیل کارکرد برندسازی بالای رسانه‌ها، این صاحبان علم هستند که قوام خود را به رسانه‌ها دانسته و به سراغ فراگیری تمام تکنیک‌های کسب شهرت می‌روند. مضاف بر این که در دوران سنتی هدف از عمومی‌سازی علم، هدایت بشر و نشان دادن راه صحیح زندگی به اوست؛ اما در دوران معاصر این هدف به کسب هویت و شهرت برای شخص منتشرکننده مبدل می‌گردد.

**کلمات کلیدی:** عمومی‌سازی علم، گمنامی، هویت‌مندی، برندسازی، هدایت.

## ۱ مقدمه

وجود قوه ناطقه در ذات بشر، همواره او را به سمت کشف حقایق و یادگیری بیشتر می‌کشاند. انسان هیچگاه از آموختن سیر نشده و خیالش آرام نمی‌گیرد؛ از این رو مدام به دنبال راه‌هایی می‌گردد که معرفت خود را افزایش داده و درهای بیشتری از علم را در برابر خود بگشاید. در گذشته هم به دلیل قلیل بودن حوزه‌های

علمی، هم به دلیل نگاه جامع‌الاطرافی که عرف جامعه به انسان حکیم و عالم داشت و هم به دلیل وجود نگاه طبقاتی به علم، یک نفر به سراغ فراگیری همه علوم مورد نیاز جامعه رفته و به عنوان مرجع عرف معرفی می‌شد. به مرور زمان و تحت تاثیر صنعتی شدن زندگی بشر، شاخه‌های معرفتی به طور فزاینده‌ای رشد پیدا کرده و امکان تجمیع آنها در یک نفر از بین رفت. تخصص‌محور شدن علوم تنها راهی بود که در این میان پیشنهاد شد و جوانان و افراد جویای علم را به سمت مراکز آموزشی کشاند؛ در این فضا در اثر بالارفتن سطح علمی عمومی جامعه، از بین رفتن اُبَهِت علم در انظار و همچنین ضرورت سنجش علوم مختلف با یکدیگر، هر یک از جویندگان علم، حوزه‌ای را انتخاب کرده و راه آگاه‌سازی دیگران را نسبت به حوزه مورد تخصص خود در پیش می‌گرفتند.

به بیان ساده‌تر، صاحبان علم در هر دوره‌ای از تاریخ بشریت، به دنبال آن بودند تا دستاوردهای خود را با مردم جامعه به اشتراک گذاشته و مسائل را به گوش آنان برسانند. این دغدغه و فرآیند عملی آن را بعدها در دوران مدرن با عبارت «عمومی‌سازی علم»<sup>۱</sup> نامگذاری نمودند. برای این عبارت تعاریف متعددی ذکر شده که متداول‌ترین آنها این است: ترجمه پژوهش‌های علمی برای جمعیت غیرمتخصص؛ به بیان دیگر عمومی‌سازی علم یعنی همه‌فهم کردن آن برای مردم با حفظ سطح علمی لازم؛ جی.اس.کید<sup>۲</sup> در مقاله‌ای تحت عنوان «عمومی‌سازی علم» لوازم فرآیند عمومی‌سازی علم را اینگونه برمی‌شمرد [۴]:

الف) ارتباط مداوم بین دانشمندان و متخصصان علم با عامه مردم که باید دو طرفه باشد.

ب) بررسی اطلاعات علمی قبل از در اختیار قرار دادن آنها به عموم مردم.

ج) گزینش‌گری اخبار علمی برای ترویج آنها بر اساس نیاز عرف جامعه.

د) ضرورت تطابق زبان علمی با زبان عامیانه در فرآیند عمومی‌سازی علم.

گرچه معنایی که بعد از خواندن عبارت عمومی‌سازی علم در ذهن تداعی می‌شود، با تعریف علمی آن تفاوت زیادی ندارد، ولی این تعریف به هیچ‌وجه گویای منازعات همراه آن نیست. در مورد فرآیند عمومی‌سازی عمل سوالات مبنایی زیادی وجود دارد؛ مثل اینکه آیا این فرآیند می‌تواند شکاف بین دانشمندان و جامعه را پر کند؟ آیا هدف از این فرآیند صرفاً انتقال یک‌طرفه دانش و جلب حمایت (خصوصاً حمایت اقتصادی) مردم جامعه از قشر فرهیخته است یا می‌توان از گفتگوی متقابل در ضمن این فرآیند سخن گفت؟ [۱۱]

فارغ از اختلاف‌نظرهای موجود در این باب، باید اعتراف کرد که فرآیند عمومی‌سازی علم نقش کلیدی در ارتقاء دانش عمومی و آگاهی اقشار مختلف یک جامعه از علوم و فناوری‌های مختلف دارد. به‌طور قطع افزایش اطلاعات عمومی در میان افراد مختلف هر کشور منجر به ارتقاء دانش و آگاهی کلی آن جامعه و حرکت روبه‌جلو می‌شود. از در دسترس‌ترین و تأثیرگذارترین ابزارهای ممکن برای عمومی‌سازی علوم و بالابردن سطح علمی هر جامعه‌ای، می‌توان به رسانه‌های موجود در آن اشاره کرد [۵]. رسانه وسیله‌ای است که نقش حامل

<sup>۱</sup>scientific popularization

<sup>۲</sup>J. S. KIDD

اطلاعات و پیام‌های از پیش طراحی شده را ایفا کرده و به عنوان واسطه‌ای بین انتقال دهنده و گیرنده پیام، در طول زمان دچار تحول و پیشرفت شده است [۱]. از سنگ‌نوشته‌ها، طومارهای گلی، چرمی، و پوستین گذر کرده تا به کتاب‌های چاپی، روزنامه‌ها، رادیو، و تلویزیون رسیده و در نهایت در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی استقرار پیدا کرده است [۹].

با مروری گذرا بر تاریخ چند هزار ساله تمدن بشری، درمی‌یابیم که نشر اطلاعات علمی در رسانه‌ها، همواره یکی از عوامل عمده تکوین، تکامل و ماندگاری اندیشه‌ها و تمدن‌ها بوده است. برای مثال فلاسفه و متفکرین یونان باستان، با نگارش کتاب‌ها و رساله‌های مختلف تمدن خود را پی‌ریزی کردند؛ ائمه معصومین و علمای مسلمان نیز با خطابه و منبر، اندیشه‌های خود را ماندگار کرده و اقوام دیگر از طریق سینما و تلویزیون، مبانی تمدنی خود را به جهان صادر کردند [۷]. به دلیل همین اهمیت، از نیمه اول قرن بیستم موضوعی تحت عنوان «ارتباطات علمی»<sup>۳</sup> به منزله یکی از سازوکارهای اصلی مؤثر بر نهاد علم، در کانون مطالعات جامعه‌شناختی رسانه قرار گرفته و درباره اهمیت آن در تولید دانش بحث و گفتگو به میان آمده است. ارتباط علمی به فرایندهای رسمی و غیررسمی اطلاق می‌شود که از طریق آن فعالیت‌های تحقیقاتی پژوهشگران خلق، ارزیابی، سازماندهی، توزیع، دست‌یافتنی، و آرشیو می‌شود [۸].

## ۲ تاریخچه عمومی سازی علم

به طور کلی می‌توان در تاریخ عمومی‌سازی علم توسط صاحبان آن، سه دوره را از یکدیگر تفکیک کرد [۷]:

۱. **دوران سنتی**: در این دوران اکثر ارتباطات علمی بین اندیشمندان و مردم از نوع ارتباطات خصوصی و رودررو بوده و رسانه‌هایی همچون کتاب و منبر (خطابه) به عنوان حلقه وصل این دو طایفه معرفی می‌شدند.

۲. **دوران مدرن**: در این دوران با ظهور رسانه‌های آنالوگ، رادیو و تلویزیون به عنوان ابزار عمومی‌سازی علم معرفی شده و مردم از این طرق، با آخرین دستاوردهای دانشمندان آشنا می‌شدند.

۳. **دوران پست‌مدرن**: با ظهور رسانه‌های دیجیتال و آنلاین، فرآیند عمومی‌سازی علم سرعت و وسعت بیشتری پیدا کرده و در کسری از ثانیه، نظریات علمی در سطحی جهانی منتشر می‌شوند. این رویداد تغییرات بنیادین و آشکاری را در روش‌های جستجوی اطلاعات، برقراری ارتباط اندیشمندان با مردم، و گزارش‌های علمی ایجاد کرده است.

در مورد تفاوت‌های روشی عمومی‌سازی علم در این سه دوره بحث‌های مختلفی را می‌توان مطرح کرد؛ مثلاً اینکه در دوره سنتی محتوای کلام خطیب بسیار مهم‌تر از رنگ و لعاب ظاهری آن بوده و در دوران مدرن و پست‌مدرن، فرم انتقال اندیشه، به مراتب با اهمیت‌تر از محتوای آن، دانسته می‌شود. یکی از تفاوت‌های مهم بین این سه دوره، مقوله گمنامی یا هویت‌مندی شخص عالم و اندیشمند است؛ در دوران سنتی علما

<sup>3</sup>Scientific communication

و اندیشمندان، سعادت و برتری خود را نسبت به دیگران در گمنامی بیشتر دیده و علم خود را به دادگاه سنجشی می‌سپاردند که قاضی آن نور عقل و دیگر شهودات الهی است؛ از این رو، همواره خود را از دخالت و اظهار نظر نسنجیده در تمام مسائل علمی برحذر می‌داشتند و حتی در زمینه مورد تخصص خود نیز واژه نمی‌دانم را بر لب می‌راندند؛ اما امروزه و در قالب «ژورنال‌ایسم اندیشه سایبری» موجود، هم دادگاه علم تغییر کرده و هم قاضیان آن متعدد شده‌اند. اهمیت یک مساله علمی امروزه از روی تعداد اعضای کانال و بازدید مخاطبان آن کشف می‌شود؛ از این رو داعیه‌داران دانش نیز به ناچار جلوت را انتخاب کرده و به دنبال آن هستند تا بیش از پیش، هویت‌مندی خود را در جهان اجتماعی به اثبات برسانند؛ از این رو آنها برای دفاع از هویت خود و رقابت با هویت‌مندان علمی دیگر، به ناچار نه تنها در مسائل مورد تخصص خود، بلکه در تمام مسائل اندیشه‌ای موجود در جامعه اظهار نظر می‌نمایند.

سؤالی که در این بین خودنمایی می‌کند این است که چرا این تفاوت بین دو دوره از فرآیند عمومی‌سازی علم به وجود آمده است؟ به بیان دیگر چه شده که صاحبان علم روزی گمنامی را افتخار خود و روزی دیگر هویت‌مندی را با چنگ و دندان طلب می‌کنند؟ به منظور یافتن پاسخ این سوالات باید به تفاوت‌های این سه دوره توجه کنیم.

## ۳ تفاوت دوره‌های مختلف

### ۱.۳ تغییر ماهیت علم

یکی از مهمترین اتفاقاتی که در جهان اندیشه بشری رخ داده، تغییر ماهیت علم از دوران سنتی تاکنون است. در ادبیات سنتی و دینی، علم به مثابه کشف حقیقتی است که در عالم نفس‌الامر حضور داشته و از طریق فیضان الهی، به عقل و نفس بشری وارد می‌شود. در این بین شخص عالم صرفاً وظیفه اجتماعی‌سازی یعنی نزول آن حقیقت به عالم ماده را بر عهده دارد. بر اساس این نگاه به ماهیت علم، شخص عالم صرفاً کاشف حقیقت بوده و نمی‌توان قوام علم را به آن شخص دانست چرا که ممکن بود هر شخص دیگری در زمان‌ها و مکان‌های دیگر یا به‌طور همزمان نیز به آن حقیقت دست یابد. در این پارادایم، ارزش عالم در پرتو عیار آن حقیقتی است که برای او نمایان شده نه نام و نشان خودش تا بخواهد با خودنمایی و تاکید بر هویت‌مندی، آن حقیقت را تحت عنوان یک نظریه اختصاصی، به نام خود سند بزند. در تاریخ اسلام نمونه‌های زیادی را می‌توان یافت که همچون شیخ عباس قُمی تن به چاپ کتاب خود با نام دیگری داده و پای منبر کسی بنشینند که از روی کتاب خود او مساله می‌گوید؛ یا همچون ابن‌سینا که با کوهی از علم، واژه نمی‌دانم را مدام زیر لب تسبیح می‌کند. دادگاه سنجش علم این افراد، خلوت و قاضی آن نور عقل و دیگر شهودات الهی است. از این‌رو هیچگاه جز در موارد ضروری داعیه دیده‌شدن نداشته و از دخالت در مسائل ناآشنا پرهیز می‌کنند. برخلاف دیدگاه سنتی به علم، در دوران مدرن و پست‌مدرن، جایگاه علم ابتدا از جهان نفس‌الامر به جهان محسوس سقوط کرده و بعد قوام آن به ذهن آدمی و فرهنگی که ساختارهای آن ذهن را می‌سازد، تعلق گرفت تا انسان به عنوان سازنده حقیقت معرفی شود نه کاشف آن. برای فهم بهتر این مساله، لازم است تا سه دوره از تحولات معنای علم را در دوران معاصر پی گرفت: [۳]

## ۱. رویکرد پوزیتویستی کلاسیک

مراد از علم در تلقی پوزیتویستی، دانش آزمون‌پذیر تجربی است که از قرن نوزدهم شکل گرفته و در کشور ما نیز وجود دارد. در تعریف پوزیتویستی از علم، درباره نقش آزمون اختلافاتی وجود دارد: اثبات، تأیید یا ابطال؛ اما به هر حال، این آزمون تجربی است که درست و غلط بودن را نشان داده و مرز علم با معرفت‌های غیر علمی را مشخص می‌کند. نتیجه این تعریف این است که همه علوم باید روش‌مند، و به نحو تجربی آزمون‌پذیر باشند. این معنای از علم، ابتدا در علوم طبیعی جریان پیدا کرده و بعد از آن توسط آگوست کنت وارد علوم اجتماعی و انسانی شد. طبق این تلقی، ما تنها در صورتی علم انسانی خواهیم داشت که بتوانیم انسان را به صورت تجربی و آزمون‌پذیر مورد شناسایی قرار دهیم؛ چراکه در این نگاه، روش عقلی و دیگر روش‌های معرفتی، ارزش علمی ندارند. البته روش عقلی نظم و نظامی دارد؛ اما تنها در ذهن است و به جهان خارج ارتباطی ندارد. طبق این نگاه، علوم انسانی آگاهی‌های روشمند، تجربی و آزمون‌پذیر درباره انسان است و با علوم طبیعی نظیر فیزیک و شیمی تفاوت جوهری ندارد و تنها پیچیده‌تر از آنها است؛ چراکه انسان، یک محصول پیچیده در عالم طبیعت است.

## ۲. رویکرد تفهیمی یا تفسیری

از اواخر قرن نوزدهم، جریان دیگری در غرب به وجود آمد که بر تفاوت حوزه حیات انسانی با موجودات طبیعی تأکید کرد. بر اساس این رویکرد، ما نمی‌توانیم انسان و جامعه را مانند موجودات طبیعی مشاهده و تجربه کنیم، بلکه امور انسانی را باید بر اساس قصد و هدف افراد فهم کرد. در عالم انسانی، ممکن است یک کار واحد، در زمینه‌های مختلف و بر اساس قصد افراد مختلف، معانی و تحلیل‌های متفاوتی داشته باشد. بنابراین حوزه حیات انسان، فهمیدنی است و با مشاهده صرف درک نمی‌شود. این بحث‌ها را ابتدا کسانی مثل دیلتای و ریکرت مطرح کردند و در آثار ماکس وبر ادامه پیدا کرد. طبق این رویکرد، آگاهی‌های انسانی بی‌ارزش نیستند؛ آنها شیوه زندگی را به ما می‌آموزند؛ مانند اینکه چگونه حرف بزنیم، چگونه فکر کنیم و چه مقرراتی داشته باشیم. فراگرفتن این معارف به معنای مشارکت در یک عقلانیت توافقی تاریخی است که بین انسان‌ها شکل گرفته است. به بیان دیگر از نظر اینان انسانیت یک سری آگاهی‌های غیر علمی و درعین حال مفیدی است که انسان‌ها آنها را برای زندگی خود ساخته‌اند و با این آگاهی‌ها، انتقال تجارب انسانی و تعاملات انسانی تداوم پیدا می‌کند.

## ۳. رویکرد مابعدتجربی و پست‌مدرن

به تدریج تلقی تجربه‌گرایانه از علم با مسائلی مواجه شد که موجب تغییر در تعریف علم شد. صاحبان علم در برابر این پرسش قرار گرفتند که آیا مفاهیم و قضایای پایه‌ای که به کار می‌بریم، از طریق حس و تجربه به دست آمده‌اند و یا از طریق آزمون تجربی قابل اثبات یا ابطال هستند؟ مفاهیم اولیه‌ای مانند ماده و انرژی؛ یا قواعد و احکامی چون اصل علیت و حتی خود همین گزاره که علم محدود به شناخت حسی و تجربی است. از

آنجا که در تلقی پوزیتیویستی، علم به معرفت آزمون پذیر محدود است، این مفاهیم و قضایای بنیادی در خارج از قلمرو معرفت علمی قرار می گیرند و به انسانیات، باورهای اجتماعی و باورهای جامعه علمی ارجاع داده می شوند. در نتیجه علم هویت و تعریف خود را از حوزه فرهنگ و قلمرو معرفت های غیر علمی می گیرد. در این صورت، چون علم نمی تواند از مفاهیم، مبانی و مبادی خود (که گاه با عنوان «پارادایم های علمی» از آنها یاد می شود) دفاع علمی کند، هویت مستقل خود را از دست می دهد؛ با این اتفاق، دیگر علم حوزه مستقلی از حوزه فرهنگ نخواهد بود و اگر فرهنگ بشری و خصوصاً فرهنگ جامعه علمی عوض شود، پارادایم علم تغییر می کند. پست مدرن ها با استفاده از همین مطلب، علم را نیز به معرفت هایی که بر اساس نگاه پوزیتیویستی غیر علمی بودند، ملحق کردند. علم در این تلقی، هم هویت مستقل و تمایز خود از معرفت های غیر علمی و هم خصلت روشنگری و حکایت گری از حقیقت را از دست می دهد. در این تلقی علوم طبیعی، کاشف از چیزی به اسم طبیعت نیست، بلکه بخشی از تفسیر تاریخی انسان نسبت به حیات و زندگی او است و کسی که علوم طبیعی را می آموزد، همانند کسی است که ادبیات و هنر را فرامی گیرد. او یاد می گیرد تا با نوع تفسیری که می کند، حیات و زندگی خود را بسازد و یا در حیات و زندگی معاصر خود شریک شود. کسی که پزشکی می آموزد، در طول مدت آموزش خود، در یک توافق جمعی مشارکت می کند و یاد می گیرد که چگونه آنچه را که به حسب فرهنگ خود بدن می نامند، تغییر دهد و چگونه مسائل خود را حل کند.

بعد از بیان این سه رویکرد، باید اعتراف کرد که رویکرد غالب در فرآیند بازتولید محتواهای علمی در بسترهای سایبری مثل شبکه های اجتماعی، بخاطر ماهیت برساختی بودن این تکنولوژی، همین رویکرد پست مدرن و فراتجربی به علم است. بر این اساس امروزه قوام علم و نظریه علمی به شخصی است که آن را برساخت می کند و برای فهم آن باید به ذهنیات و فرهنگی که آن شخص در آن تنفس می کند، رجوع کرد. بر این اساس طبیعی است که شخص عالم از هویت مندی خود دفاع کرده و برای اقناع سازی و تاثیر روی مخاطبین در فرآیند عمومی سازی علم، اسم و رسم خود را یادآوری نماید؛ همچنین این شخص باید برای حفظ نظریه و هویت خود، همواره در مقابل دیدگان مخاطبین حضور داشته و از این باب، برای تمام مسائل بشری، راه حلی ارائه بدهد.

### ۲.۳ تغییر ماهیت رسانه

دومین مساله ای که در خلال قرون گذشته ناظر به مقوله عمومی سازی علم مورد تغییر و تحول قرار گرفته، ماهیت رسانه است. رسانه در واقع وسیله انتقال پیام و اطلاعات به دیگران است که در قالب های مختلف ظهور و بروز می نماید؛ روزی مردم از طریق کیبوترهای نامه بر از احوال یکدیگر آگاه می شدند و روز دیگر، با فشردن یک دکمه؛ به هر حال به طور کلی می توان سیر تطور رسانه ها را در طول حیات بشری به چهار دوره تقسیم کرد [۱۰]:

#### دوره اول: رسانه های شنیداری

اولین رسانه های عمومی بشری، یا جارچینی بودند که با صدای بلند اخبار را به سمع مردم کوچه و بازار می رساندند و یا وُعاطی بودند که بر بلندی منبر قرار گرفته و راه و رسم زندگی را به مردم می آموختند.

#### دوره دوم: رسانه های مکتوب

اگرچه که نوشتار کم و بیش از ابتدای خلقت در زندگی بشر وجود داشته اما با اختراع ماشین چاپ به یکی از رسانه‌های مهم و پرطرفدار جوامع مختلف تبدیل شد. روزنامه‌ها و مطبوعات رسانه‌های پر قدرتی بودند که توانایی نشر اخبار، تعلیم دروس و حتی بازاریابی برای کاسبان را با خود یدک می‌کشیدند.

### دوره سوم: رسانه‌های دیداری و شنیداری

اختراع رادیو، تلویزیون و سینما در قرن بیستم میلادی باعث آن شد که ذهن مخاطبین بیش از پیش درگیر رسانه‌ها شده و تولیدکنندگان محتوا بتوانند پیام خود را در زمان واحد به هزاران مخاطب منتقل کنند. به خاطر جذابیت‌های بصری و شنیداری رسانه‌های جدید، کم کم مولفه سرگرمی بر کارکردهای دیگر این رسانه‌ها مستولی شده و محتوای این رسانه‌ها از مسائل مهم و کلان جامعه، به سخنان عامه‌پسند مبدل گشت.

### دوره چهارم: رسانه‌های مجازی

در دوران معاصر، تمام مرزهای زمانی و مکانی رسانه‌ها شکسته شده و مخاطبین به کاربرانی با قابلیت ارتباط دوسویه با این ابزار تبدیل شده‌اند. امروزه رسانه عضوی از خانواده شده که بدون حضور آن، کارهای زیادی مختل می‌گردد؛ همچنین در این دهکده جهانی که رسانه‌های جدید برایمان درست کرده‌اند، ارتباطات انسان‌ها وسعت بیشتری پیدا کرده و زوایای جدیدی از خود نمایان ساخته است.

بعد از بیان تطورات رسانه باید گفت که متاثر از همین تحولات و به دلیل تغییر ویژگی‌ها و عناصر رسانه‌ای از دوران سنتی تاکنون، می‌توان از تغییر ماهیت رسانه‌ها در ارتباط با تولیدکننده پیام سخن گفت. در دوران سنتی، خطابه و رسانه منبر به خودی خود توانایی خاصی نداشته و قوام آن به توانایی خطیب در جذب مخاطب بود؛ به بیان دیگر این منبر است که باید به خود ببالد تا بزرگانی امثال شیخ عباس قمی بر روی آن بنشینند نه آنکه علما برای قرارگرفتن روی آن شوقی داشته باشند. زمانی که قوام رسانه به فرد باشد، دیگر مقوله برندسازی از کارکردهای آن رسانه به حساب نیامده و فرد عالم نیز به جای آن که برای هویت‌مندی و شهرت خطابه خود دست و پا بزند، به سراغ تهذیب اخلاقی خود می‌رود تا تاثیرگذاری کلامش را بالا ببرد؛ مضاف بر اینکه نفس تهذیب اخلاقی و سلوک معنوی، عالم را به خضوع و سربه‌زیری بیش از پیش رهنمون می‌سازد.

برخلاف آنچه که گفته شد، در دوران معاصر هم به دلیل اقتضائات زمانی و هم به دلیل ویژگی‌های منحصربه‌فرد رسانه‌های مجازی مثل قدرت بالای فراگیری، توده‌ای بودن مخاطبین و توان برندسازی به وسیله برساخت حقایق و تبلیغ آنها، این اندیشمندان و صاحبان علم هستند که قوام خود را به رسانه‌ها دانسته و به سراغ فراگیری تمام تکنیک‌های کسب شهرت می‌روند. آنان به خوبی می‌دانند که در دوران کنونی به دلیل غلبه «فرهنگ شهرت‌محور» و به دلیل انحصار عنصر برندسازی در فعالیت رسانه‌های سایبری، باید تمام تلاش خود را در جهت دیده‌شدن بیشتر توسط مخاطبین این رسانه‌ها به کار گرفته و خود را بر زبان‌ها بیندازند تا بدین وسیله بتوانند تاثیرگذاری علمی داشته باشند. در این فضا توصیه به گمنامی امری مذموم بوده و تمام نظریات علمی مطرح‌شده در رسانه‌ها، با نام و منصب نظریه‌پرداز و نویسنده آنها شناسایی می‌گردد؛ طبیعی است که هرچقدر این نام برای مردم آشنا تر و در نظر آنها بزرگ‌تر جلوه کند، تاثیرگذاری و تلاش برای ترویج آن نظریه مضاعف خواهد شد.

## ۳.۳ تغییر هدف از عمومی سازی

یکی دیگر از اموری که در فرآیند عمومی سازی علم از دوران سنتی تاکنون مورد تغییر و تحول قرار گرفته، هدف و غایت آن است. بدین منظور لازم است تا با هدف از عمومی سازی علم در دوران های مختلف زندگی بشری آشنا شویم:

### ۱. هدایت بشر با نور علم

در دوران سنتی از آنجایی که علم به عنوان نور معرفی می شد، عالمان نیز از آن به عنوان ابزار هدایت بشر و نشان دادن راه صحیح زندگی بهره می جستند. از طرف دیگر علم صرفاً به دانستنی های ذهنی محدود نشده و در تمام بخش های زندگی شخص عالم خود را نمایان می ساخت. بر این اساس می توان گفت که در این دوران، اولاً هدف از عمومی سازی علم، هدایت مخاطبین بوده؛ ثانیاً این هدایت گری از سر دلسوزی و احساس تکلیف بوده نه به مثابه فروشنده و معامله؛ ثالثاً در فرآیند هدایت گری صرفاً انتقال دانستنی ها صورت نگرفته و گاهی مردم صرفاً با دیدن چهره عالم و منش او، راه خود را پیدا می کردند؛ رابعاً همین که در یک شهر یا کشور، عالم یا عالمانی باشند که مردم را به سر منزل هدایت نزدیک کنند، مطلوب حکومت نیز تامین خواهد شد و خامسا در این مدل از عمومی سازی، از آنجایی که هدف هدایت گری است، شخص عالم داعیه دیده شدن خود را ندارد و اگر این هدف به دست دیگری حاصل شود، او خود را کنار می کشد و سکوت خواهد کرد [۲].

به منظور فهم بهتر این مدل از عمومی سازی، کافی است بدانیم در تعالیم دینی ما معلم به عنوان پدر روحانی معرفی شده و رعایت تمام حقوق والدین را در حق او ضروری شمرده می شود. نام معلم چنان با عظمت است که در جای جای متون اسلامی از او تجلیل به عمل آمده تا به آن حد که خداوند علیم خود را معلم خوانده و رسول الله (ص) خود را اینگونه معرفی می کنند: انما بعثت معلما؛ در این تصویر، معلم در واقع جانشین خداوند و رسولان او در امر تربیت انسان هاست تا آنها را از مقام حیوانیت بالا برده و به مقام انسانیت برساند [۶]. معلم، ایمان را بر لوح جان و ضمیرهای پاک حک می کند و ندای فطرت را به گوش همه می رساند؛ همچنین سیاهی جهل را از دل ها می زداید و زلال دانایی را در روان بشر جاری می سازد. دغدغه معلم همیشه این است که حیات بشر، بر مدار ارزش ها و کرامت انسانی بچرخد و شناخت خدا و مکتب و دین، همت اساسی آدمی باشد و هیچ بیگانه ای را مجال تجاوز به فرهنگ ارزشی دین و میهن فراهم نیاید.

### ۲. انتقال دانش به دیگران

به دلیل محدود شدن دایره علم به حوزه تجربه و عقل بشری و همچنین از بین رفتن عنصر روشنگری علم در دوران مدرن، عمومی سازی علم به مثابه انتقال دانش از ذهنی به ذهن دیگر تلقی شده که اغراض دیگری غیر از هدایت را دنبال می کند. در دوران مدرن، یکی از معیارهای توسعه یافتگی جوامع انسانی، زوال بی سواد و هم سطح شدن علمی تمام افراد جامعه معرفی می شد؛ از این رو حکومت ها تلاش می کردند تا با به کارگیری معلمان و فراهم کردن شرایط تحصیل رایگان و اجباری برای همه،



دانش عقلی و تجربی را به سراسر جامعه تزریق کرده و بعد از آن به توسعه یافتگی خود افتخار کنند. در این مدل از عمومی سازی، هدف صرفاً انتشار یک سری نظریات علمی در سطح گسترده است که گاهی حتی همین انتشار، باعث بروز مشکلات زیادی همچون قیام طبقات فرودست می شود. در این مدل حکومت‌ها بیشتر از اصحاب علم داعیه دیده شدن داشته و برای نشر بیشتر مکاتب علمی تمام تلاش خود را به کار می گیرند.

### ۳. فروشنده دانستنی‌ها

با رشد روند نسبیت گرایی و بین‌الذهانی شدن علم در دوران پست مدرن، دانش از اختیار اصحاب حقیقی آن درآمده و به برساختی اجتماعی تبدیل شد که هرکسی می تواند با کمترین درصد از آگاهی، به آن ورود کرده و اظهار نظر نماید. در این فضا که دکان‌های زیادی به عرضه نظریات علمی پرداختند، طبیعی است که بر اساس قوانین بازار اقتصاد، تقاضا کمتر شده و هر یک از فروشندگان باید تمام تلاش خود را برای دیده شدن در نظر مخاطبین و جذب آنها به کار بندند. از طرف دیگر با رشد و تکامل رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی سایبری به عنوان ویترونی خوش رنگ و لعاب برای تبلیغ محصولات تجاری شناخته می شوند که توانایی زیادی در برندسازی و انحصاربخشی شهرت در اختیار گروهی خاص دارند؛ بر این اساس اصحاب علم در دوران معاصر صرفاً با برند شدن و شهرت در این رسانه‌هاست که می توانند نظریات خود را به گوش دیگران رسانده و خود را به عنوان اندیشمند معرفی کنند؛ از این رو تمام تلاش خود را به کار می بندند و تمام تکنیک‌های لازم برای برند شدن در این رسانه‌ها را فرامی گیرند تا همواره بتوانند در اذهان مخاطبین و جلوی چشم آنان حضور داشته باشند. با توجه به تمام این مطالب می توان اذعان کرد که هدف از عمومی سازی علم در دوران معاصر، صرفاً کسب هویت و شهرت است نه هدایت یا صرفاً انتقال دانش؛ در این فضا اصحاب علم نیز به مثابه فروشندگانی هستند که با داد و فریاد و جنجال، سعی در جمع کردن مشتریان در فروشگاه خود را دارند.

### ۴ نتیجه گیری

بعد از بیان مطالب پیشین، حال می توان به سؤال اصلی این پژوهش یعنی علت تفاوت ادوار عمومی سازی علم در گمنامی یا هویت‌مندی عالمان، پاسخ داد. به دلیل وقوع تغییر در ماهیت علم، رسانه و هدف از عمومی سازی، دیگر امروزه سخن از گمنامی و تواضع اصحاب علم بی معنا بوده و پارادوکسیکال است چرا که در دوارن معاصر با تلقی جدیدی که از علم وجود دارد و با تحولاتی که رسانه‌های جدید به وجود آوردند، هرکسی بیشتر از بقیه در عالم مجازی مقابل دیدگان مخاطبین حضور داشته باشد، بهره بیشتری از علم و دانش برده و افراد گمنام در این فضا، فرومایه و عقب مانده محسوب خواهند شد. از این رو طبیعی است که دادگاه علم تغییر کرده و ارزش یک مسئله علمی و جایگاه عالم، از روی تعداد اعضای کانال و بازدید مخاطبان آن کشف شود.

## مراجع

- [۱] احمدزاده کرمانی، روح‌الله. بازانديشي در فرهنگ و رسانه. چاپار، ۱۳۹۰.
- [۲] امام، سيدمحمدرضا، دادگر، سيد امين‌الله و منوچهری، سيدعلي. بررسی کارکرد و نقش تربیتی و هدایت‌گری معلم از منظر قرآن. فصلنامه مطالعات آموزشی و آموزشگاهی، شماره ۳۶، ۱۳۹۹.
- [۳] پارسانیا، حمید. تطورات معنای علم. خبرگزاری مهر، ۸ بهمن، ۱۳۹۵.
- [۴] حیدری، آزاده. راهکارهای ارتقاء وضعیت ترویج علم در ایران؛ با بررسی دیدگاه صاحب‌نظران و متولیان. در مجله تخصصی دانش‌شناسی، دوره ۴، شماره ۱۵ (۱۳۹۰).
- [۵] رپسم، هانیچ و دیگران. درآمدی بر مطالعات ژورنالیسم، ترجمه مرتضی رستمی. روزنامه همشهری، ۱۳۸۹.
- [۶] علاء‌الدین، سيدمحمدرضا. جایگاه، نقش و رسالت معلم و مربی از دیدگاه قرآن و روایات. دوفصلنامه کوثر، شماره ۳۲، ۱۳۸۸.
- [۷] فرهادی، ربابه. فناوری اطلاعات و ارتباطات: اصول و کاربرد. کتابدار، ۱۳۹۰.
- [۸] قانع، محمدرضا. ارتباط علمی: از مجله چاپی تا مجله دسترسی آزاد. در کلیات کتاب ماه، شماره ۴۴ (۱۳۸۸).
- [۹] کرامتی، محمدهادی. چگونه از رسانه‌های اجتماعی به منظور برقراری ارتباطات واقعی استفاده کنیم؟. ماهنامه وب، شماره ۱۶۲، ۱۳۸۸.
- [۱۰] کیتلر، فدریک. تاریخچه رسانه‌های ارتباطی، ترجمه سارا پاک‌ضمیر. ۱۳۸۷.
- [۱۱] کیهانیان، کیانوش. پارادایم تعمیم علم. نشریه قاف، ۱۳۹۵.