

تاریخ «فمینیسم»

افسانه نجاتی

■ «جون کسل»^۱ در تحلیل خود از جنبش‌های زنان در آمریکا در دهه ۱۹۷۰ نوشت: « هنگامی که آگاهی زنی ارتقا می‌یابد، خود و دیگر زنان را به مثابه اعضای یک گروه تحقیر شده می‌بیند و خود را به تغییر این شرایط متعهد می‌کند.» تفکر کسل معرف ویژگی‌های موج اول فمینیسم، یعنی جنبش‌های سازمان‌یافته زنان در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم بود. برای مثال نلی روسه، فعال فرانسوی معتقد بود که زیر سایه مردسالاری همه زنان تجربه‌های مشابهی دارند. شاید مهم‌ترین تمایز نظری امروز با پیشینیان در سال‌های گذشته تمایز میان فمینیسم لیبرال، انصاف‌خواه، یا هوادار حقوق برابر از یک سو و فمینیسم فرهنگی از سوی دیگر باشد. فمینیسم لیبرال، انصاف‌خواه، یا هوادار حقوق برابر در دوران روشنگری قرن هجدهم به وجود آمد. آنچه امروز فمینیسم فرهنگی می‌خوانیم شبیه همان چیزی است که در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم فمینیسم اجتماعی با مادرانه نامیده می‌شد. برخی ادعایی کنند که فمینیسم همواره میان این دو قطب در نوسان بوده است و البته برای این ادعا دلیل هم می‌آورند. تفاوت اینها چیست و چرا این تفاوت مهم است؟ فمینیسم لیبرال یا فمینیسم هوادار حقوق برابر بر شباهت مردان و زنان یا می‌فشارد، اما فمینیسم فرهنگی بر تفاوت آنها تأکید می‌کند. اولی پدید آمدن جامعه‌ای را هدف خود قرار داده است که از تمایزات جنسیتی در آن خبری نباشد. چنان که جودیت لابر خاطر نشان می‌کند، «هدف بلندمدت فمینیسسم نباید چیزی کمتر از زدودن جنسیت به مثابه ضابطه تشکیل‌دهنده جامعه پس‌اصنعتی باشد.» از طرف دیگر، فمینیسست‌های فرهنگی، دیدگاهی را برگزیده‌اند که می‌توان آن را زن‌محور نامید، دیدگاهی که بر ارزش‌های زنانه و فرهنگی برآمده از تجربه‌های بی‌مانند زنان تأکید می‌ورزد. به نظر فمینیسست‌های فرهنگی، چشم‌پوشیدن از این بی‌مانندی، تسلیم شدن به معیارهای مردانه است که برابری را همان شباهت می‌دانند. اگر فمینیسم فعالیت‌ی برای رسیدن به برابری با مردان تعریف شود ارزش‌های مردانه زیر سوال نمی‌رود و این سوال هم مطرح نمی‌شود که: زنان با کدام مردان می‌خواهند برابر باشند؟ فمینیسست‌های فرهنگی، با تعریفی از فمینیسم که آن را جست‌وجوی برابری سیاسی یا اقتصادی با حقوقی می‌داند موافق نیستند. در عوض می‌گویند که فمینیسم بر باید بر حسب استقلال فراینده زنان تعریف کرد و موفقیتشان را بر حسب



دامنه ارزش‌هایی که بر جامعه تحمیل می‌کنند. سنجید. اما توجه کنید که با این تعریف امکانی برای آنکه مردان به بتوانند فمینیسست شوند وجود ندارد. نخستین کسی که فمینیسست بودنش مورد توافق همه است «کریستین دو پیزان» نویسنده قرن پانزدهم میلادی است. گفتنی است که یکی از مهم‌ترین آثار این نویسنده کتاب «شهر زنان» است که ترجمه آن در سال ۱۳۸۵ به همت انتشارات «روشنگران» و «فصیدمسرا» منتشر شد. همان‌طور که زنان سرکوب را در زمان‌ها و مکان‌ها و شرایط اجتماعی گوناگون به شیوه‌های گوناگون تجربه می‌کنند، اعتراضات‌شان نیز به شیوه‌های گوناگون بیان می‌شود. کریستین دو پیزان واژه «مردسالاری» را به کار نمی‌ست و سلطه مردان را زیر سوال نمی‌برد. او به نوع رفتاری که با گروه زنان می‌شد معتز بود و دغدغه اصلاح آن را داشت. البته ما نمی‌توانیم از او و معاصرانش انتظار داشته باشیم که جامعه خود را همانند ما نقد کنند، اما می‌توانیم اقدام او را در چالش با سنت‌هایی که زنان را فرودست مردان قرار می‌دادند، ارج نهیم. شرکت زنان در جنبش صلح یکی دیگر از نموده‌های موج دوم فمینیسم به حساب می‌آید. در این مرحله زنان به جای سازماندهی مستقیم برای مبارزه با سرکوب جنسیتی، فعالیت‌های خود را در مسیرهای دیگر به جریان انداختند. همانند سال‌های میان دو جنگ، زنان به سازماندهی پیرامون صلح پرداختند. برخی گروه‌های صلح‌طلب زنان که ارتباط‌هایی با احزاب کمونیست داشتند – در آلمان و آمریکا – قربانی هراس‌های جنگ سرد و غیرقانونی اعلام شدند. گروه‌های دیگر بر پرهیز از جانب‌داری حزبی پایی‌فشردند. جنبش صلح زنان آلمان غربی، که در سال ۱۹۵۲ در اعتراض به تجدید قوای نظامی این کشور شکل گرفته بود، کار خود را با اعتراض به سلاح‌های هسته‌ای و جنگ ویتنام ادامه داد. محور بنیادین سازماندهی زنان برای صلح را ایدئولوژی مادرانه تشکیل می‌داد که ویژگی بارز فمینیسم موج اول به شمر می‌رفت. هنگامی که اعضای دیرپا، اما نامید «پیمان بین‌المللی زنان برای صلح و آزادی» پس از جنگ جهانی دوم برای بررسی انحلال خود دبیر کار کردند، «جرج برنارد شلشو» نمایندهم‌نویس انگلیسی پیام داد که مطمئن باشید جهان تا زمانی که نبی‌ی از حاکمیت آن به دست زنان نیفتاده باشد، هرگز به نحو شایسته اداره نخواهد شد.

1- Joan Cassell



فاطمه شهریزفر

■ پیش از راه‌اندازی اولیه «شهر کتاب» تا چه حدی روی نمونه فروشگاه‌های زنجیره‌ای کتاب در سایر کشورها مطالعه کردید؟

جلسات گوناگون و بررسی‌های متنوع مطالعاتی برگزار شد. خاطرهم هست چند نفر از دوستان در برخی کشورها زندگی می‌کردند که فروشگاه زنجیره‌ای مطلوبی در حوزه کتاب داشتند. از آنها خواسته شد که اساننامه آن موسسات را جمع‌آوری کنند، مطالعات آنها را بگیرند و بفهرستند. نتیجه‌اش این شد که در مجموعه گروه اول موسسان که آقایان سید محمود داعبی، محمدعلی نجفی، ازهای و انوار بودند، تمام تجربیات جهانی و مقتضیات و نیازهای ایران بررسی شد و با یک مطالعه وسیع و میدانی ایده شهر کتاب شکل گرفت و به اجرا درآمد.

■ به نظر شما که مدیرعامل بزرگ‌ترین مجموعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای کتاب هستنید، مدیریت کتاب و کتابخوانی چه ویژگی‌هایی دارد؟

فروشگاه‌هایی که به عرضه یک یا دو کالا بسنده می‌کنند، طبیعتا آسیب‌پذیرند. از اینجااست که مطالعات شهر کتاب یک راه‌حل به جهان داد که مقالاتش هم موجود است: طراحی یک «سوپرمارکت فرهنگی» کتابفروشی نمی‌تواند به‌تنهایی روی پای خودش بایستد مگر با رانت و پارانها! و مادامی که فرهنگ به پیرانه وابسته باشد، نمی‌تواند متوجه عمل کند. همیشه باید به سفارش پاران‌دهندگان مراجعه‌تان را از «موم» که در نظر بگیرید. تمام شهروندان است که در سوپرمارکت فرهنگی همه کالاهای فرهنگی از اسباب‌بازی تا کتاب، سی‌دی، مجله، لوازم‌التحریر و هرچه در حوزه فرهنگ هست عرضه می‌شود. قدیم فروشگاه‌ها می‌توانستند مخاطب را از سنین یا طبقات مختلف انتخاب کنند اما امروز این هم اقتصادی نیست. شما باید مخاطب‌تان را از «موم» که در نظر بگیرید. تمام شهروندان ایرانی از هر طبقه، از هر مشرب سیاسی، از هر فرهنگ و از هر سنی می‌توانند مشتری آن سوپرمارکت باشند. این راه‌حل می‌تواند اقتصاد کتاب را نجات دهد. وقتی ما این کار را شروع کردیم بازار کتاب درون فروشگاه‌های خودمان رونق گرفت، چون شما برای لوازم‌التحریر یا کتاب خرید لوازم‌بازی فرزندتان وارد می‌شدید و چشم‌تان به برای می‌خورد و جذب‌تان می‌کند و آن کتاب را می‌خریدید. حسن سوپرمارکت این است که شما کالایی را انتخاب می‌کنید که از قبل قصد نداشتید انتخابش کنید.

■ اما در عین حال یک اشکالی هم ایجاد می‌شود. این محصولات فرهنگی که در شهر کتاب عرضه می‌شود، عموما قیمت خیلی بالایی دارند، به فرض یک جاسوییچی تن تن ۲۰هزار تومان است که تقریبا معادل هزینه یک کتاب مرجع است. به این ترتیب قدرت خرید کتاب پایین می‌آید. الان فروشگاه مرکزی شهر کتاب توانسته با طراحی طبقه پایین که برای کودکان است، مادرها را همراه با بچه‌ها به اینجا بیاورد و حتی زنان خادما را جذب کند اما بیشتر از آنکه کتاب دیده شود، اسباب‌بازی دیده می‌شود.

کالاها و لوازم‌التحریر خارجی به دلیل افزایش نرخ ارزگران شده اما این یک سوی قضیه است. از سوی دیگر اما وقتی شما به یک کل نگاه می‌کنید، ناگزیرید که برای نجات این کل نسبت به ترکیب و چین‌اندازی آن ناواری کرده و در جاهایی تجاهل کنید یا بحران اقتصادی را یک طرف و بحران دیجیتال از طرف دیگر، شما دیگر به تنهایی نمی‌توانید عرضه‌کننده یک کالا باشید. نمی‌توانید هزینه‌هایتان را تأمین کنید. در ایران از وقتی هزینه‌های برق، آب و گاز افزایش پیدا کرد و پیرانه‌ها حذف شدند واقعا امکان اینکه یک فروشگاه فقط کتاب عرضه کند، نیست. کتابفروشی‌های زیادی تعطیل شدند. در این مقتضیات هیچ چیزی کامل اتفاق نمی‌افتد. مواردی را باید با موارد دیگر مصالحه کنید. یک اصطلاحی در مدیریت بازرگانی هست که می‌گوید: «یک ایستگاه برای خرید همه چیز.» الان یک‌سال‌ونیم از افتتاح فروشگاه مرکزی شهر کتاب می‌گذرد. سهم فروش کتاب در اینجا همیشه بیش از ۱۰درصد بوده است. موسسات توزیع کتاب برای فروشگاه مرکزی و فروشگاه‌های باهنر که الگوی نزدیک به سوپرمارکت فرهنگی است، کتاب می‌برند معتقدند که کتاب در اینجا بیشتر فروخته می‌شود تا در فروشگاه‌هایی که فقط کتاب می‌فروشند. سهم بازار کتاب هنگامی که با تنوع همراه می‌شود بیشتر است. تا هنگامی که به‌تنهایی یا با یکی دو کالا همراه می‌شود، بنابراین فکر می‌کنم به هر شیوه‌ای که ما بتوانیم خریداران کالاهای فرهنگی را در معرض کتاب قرار دهیم، بازار کتاب را بالا ببردام.

■ چرا از درآمد حاصل از فروش بخش محصولات فرهنگی، یارانه‌ای روی فروش کتاب نمی‌گذارید یا کتاب را با تخفیف ناشر به فروش نمی‌رسانید تا قدرت خرید مخاطب را در حوزه کتاب بالا ببرید؟

شهر کتاب به این مساله فکر می‌کند. البته ما همیشه از یارانه فرار کردایم و دوست داشته‌ایم هر کسی مستقل روی پای خودش بایستد. از روزی که برنامه توسعه پنج‌ساله سوم را طراحی کردیم، قرار شد به یارانه توجه نکنیم و الان خوشحالم که به شما بگویم ما هیچ یارانه‌ای – حتی یک ریال – از دولت یا شهرداری نگرفتایم. البته باید به شیوه‌های دیگری برای کاهش قیمت کتاب فکر کرد. I.eabook، امتیازات توثیقی، تخفیف‌های ویژه مناسبت‌ها و…

■ مقصودم یارانه برای مخاطب است.

شهر کتاب از کجا باید تأمین‌اش کند؟ ما شهر کتاب را برای سودآوری طراحی نکردایم. شهر کتاب به معنایی که در مشاغل دیگر تعریف می‌شود، سودآور نیست اما ضرر هم نمی‌دهد، در حالی‌که تمام فروشگاه‌های فرهنگی به

کتاب

گفت‌وگو با مهدی فیروزان، مدیرعامل شهر کتاب – قسمت اول

«سوپرمارکت فرهنگی» اقتصاد کتاب را نجات می‌دهد



مهدی فیروزان

مهدی فیروزان بخشی از دلیل افت شمارگان کتاب و خوانندگان آن را در شکل عرضه کتاب می‌داند. او می‌گوید اگر صرفا کتاب بفروشیم ضرر اقتصادی خواهیم کرد و برای جلوگیری از این ضرر و حفظ کتابفروشی راه‌حلی ارایه می‌دهد: «سوپرمارکت فرهنگی.» این مدل که به گفته فیروزان حاصل مدت‌ها مطالعه روی نمونه‌های خارجی و بررسی شرایط وطنی است، منجر به پیدایش فروشگاه‌های زنجیره‌ای در حوزه کتاب شد که اینک نام آنان مانند سوپرمارکت‌های شهروند بر سر زبان‌ها افتاده است: «شهر کتاب.» گفت‌وگوی «شرق» با فیروزان درباره شکل‌گیری و آینده شهر کتاب در دو بخش منتشر می‌شود که اینک قسمت اول آن را می‌خوانید:

ضرردهی متهم هستند. تمام فروشگاه‌های شهر کتاب روی پای خودشان ایستاده‌اند در حالی‌که از هیچ‌جا کمک نمی‌گیرند. تقریبا خیلی‌ها هم ادیت‌شان می‌کنند. نکته این است که طراحی اقتصادی با تفکر قدیم بدون توجه به بازاریابی و بازاریاسانی ندای جدید امکان‌پذیر نیست. اینشتین می‌گوید: «تمام مشکلاتی که امروز داریم حاصل پیش‌فرض‌های ماست.» اگر قرار باشد این مشکلات را درمان کنیم با همین پیش‌فرض‌ها نمی‌توانیم. باید پیش‌فرض‌هایمان را عوض کنیم. ما در طراحی اقتصادی بسیاری از آن پیش‌فرض‌ها را کنار گذاشتیم. یکی از آنها اتکا به یارانه بود.

مهدی فیروزان بخشی از دلیل افت شمارگان کتاب و خوانندگان آن را در شکل عرضه کتاب می‌داند. او می‌گوید اگر صرفا کتاب بفروشیم ضرر اقتصادی خواهیم کرد و برای جلوگیری از این ضرر و حفظ کتابفروشی راه‌حلی ارایه می‌دهد: «سوپرمارکت فرهنگی.» این مدل که به گفته فیروزان حاصل مدت‌ها مطالعه روی نمونه‌های خارجی و بررسی شرایط وطنی است، منجر به پیدایش فروشگاه‌های زنجیره‌ای در حوزه کتاب شد که اینک نام آنان مانند سوپرمارکت‌های شهروند بر سر زبان‌ها افتاده است: «شهر کتاب.» گفت‌وگوی «شرق» با فیروزان درباره شکل‌گیری و آینده شهر کتاب در دو بخش منتشر می‌شود که اینک قسمت اول آن را می‌خوانید:

از امروز شهر کتاب به عنوان یک خادم صادق فرهنگی از سوسی مردم مورد قبول واقع شده است به همین دلیل سرمایه‌دارانی که برج می‌سازند یا ممکن است تاجر باشند، دوست دارند با بخشی از سرمایه‌شان کار فرهنگی کنند. لذا سراغ شهر کتاب می‌آیند تا یک شهر کتاب راه‌اندازی کنند. ضرر هم نخواهند داد اما سودشان ممکن است معادل یک شغل خیلی خوش‌درآمد نباشد اما بالاخره برایشان درآمد دارد.

■ گفتید مینا بر این است که درآمد حاصل از شهر کتاب صرف توسعه آن شود، این توسعه به چه شکلی اتفاق می‌افتد؟

برنامه توسعه پنج سال آینده شهر کتاب طراحی و از سال گذشته با افتتاح فروگاه مرکزی آغاز شده است که این فروشگاه الگوی آن است. فروشگاه‌های کوچک که از قبل هستند باقی می‌مانند، اما از این به بعد اگر قرار است بخش خصوصی بیاید و ما را حمایت و یاری کند در چارچوب فرنجایز خواهد بود؛ یعنی حداقل مترآز کتاب باید بالای ۴۰۰ متر باشد. البته برای شهرهای کوچک متفاوت است. مثلا یک منهای صد متر و یک بهاضافه ۵۰۰ متر داریم. شهرهای کوچک‌تر هم طبیعتا با مترآزه‌های کوچک‌تر هم می‌توانند شهر کتاب داشته باشند. حتی ایرانی‌های مقیم سوئد و کانادا درخواست تأسیس شهر کتاب را در آن کشورها دارند. MRC یا شبکهای برای خدمات مشتریان‌مان طراحی می‌کنیم. مشتری باید در شهر کتاب احساس کند که به او توجه و دیده می‌شود و از آن طرف تمام نیازهایش را می‌تواند در آن پیدا کند. در منظومه شهر کتاب مشتری دیگر یک خریدار نیست، مشتری شهروند شهر کتاب است.

حق دارد در تعیین سیاست‌ها، نوع خدمات و سرنوشت شهر کتاب مشارکت کند. شهروندان برای توسعه شهرشان حقوق مدنی دارند. شهروندان شهر کتاب هم باید از حقوق مدنی خود در توسعه شهر کتاب استفاده کنند. از دیدگاه ما حتی یک علاقه‌مند به شهر کتاب در دوردست‌ترین مناطق ایران هم عضو سیستم شهر کتاب است. در حوزه آی‌تی و خدمات مشتریان در راه است. در آینده شبکه آی‌تی، فروشگاه‌ها را به هم متصل می‌کند. شما در بخشی از تهران نشسته‌اید به سایت می‌روید، نزدیک‌ترین فروشگاه‌ی را که کتاب یا اسباب‌بازی یا قلم مورد نظر‌تان را دارد انتخاب می‌کنید و برای خرید به آنجا می‌روید. درآمد حاصل از بخش آی‌تی برای تولید فکر هزینه خواهد شد. شش سالی است که در مرکز مطالعات فرهنگی و بین‌المللی را با شهر کتاب» درحالی‌که با ما هیچ گفت‌وگویی هم نکرده‌اند تا سپس کردایم که تا الان بیش از ۲۶۰ جلسه درس گفتار درباره

کتاب فلسفه

■ شاید فیلسوفان، پرسش‌مندترین مردم هستند که در پی پاسخ، راه فلسفه پیموده و خود را وقف یافتن الان برای پرسش‌های بنیادی‌شان کرده‌اند. در طول تاریخ شاهد اعمال و تأثیرگذاری‌های بزرگ فیلسوفان و افکارشان بوده و هستیم؛ از محاکمه «سقراط» و جان سیردن وی در راه فلسفه تا ریشه‌یابی جنگ‌های بین‌الملل یا رویکرد به تفکر «تیچعه»، از مدینه فاضله «فارابی» و شهریار «ماکیاولی» تا کمون «مارکس» و فرانکفور ترهاودعت‌هایشان.

در دنیای امروز، با آغاز مدرنیته و تخصصی شدن علوم، فلسفه نیز به مثابه یک دانش مستقل، به شاخه‌های گوناگون تقسیم شده و فلسفه‌های مضاف هر کدام به عنوان رشته‌هایی تخصصی در علم پدید آمده‌اند. از جمله آن فلسفه اخلاق، فلسفه سیاسی، فلسفه علوم اجتماعی، فلسفه هنر و… که البته نمی‌توان گفت همه موارد مذکور دانش‌هایی جدید و نوظهور هستند. با گواه به این نکته که آثار فلاسفه سیاسی ایران یا یونان باستان و همچنین فلاسفه اخلاق و… تا امروز هنوز هم مورد استفاده و استناد ما هستند و تاریخی به درازی زندگی جمعی بشر دارند.

بسیاری از اندیشمندان بر این باورند که فلسفه بحث در تئوری است و برای رسیدن به پاسخ و ایجاد تغییر در وضع موجود (در هر زمینه‌ای) باید به‌پاخاست و عمل کرد و از کنج امن تئوری بیرون آمد، اما با این حال فلسفه همچنان در حرکت و پویایی است و راه خود را می‌یاماید.

در شرایط دنیای امروز ما که پیشتر یادآوری شد، با افزایش منابع و تنوع در اندیشه‌های مطرح شده، فرصت‌انتخاب و یافتن پاسخ‌ها و آشنایی با دیدگاه‌های مختلف در تنها برای متخصصان این حوزه، بلکه برای علاقه‌مندان به فلسفه هم بیشتر و بهتر از سابق فراهم شده است. به‌این گونه که علاوه بر آثار بزرگ فلسفی، آثار پرشماری درباره فلسفه یا فیلسوفان و اندیشه‌های ایشان نیز گردآوری و نگاشته شده است که برای دانشجویان، پژوهندگان و علاقه‌مندان به فلسفه و به طور کلی کسانی که در اوایل راه کسب دانش فلسفه هستند، بسیار مفید و پر کاربرد و حتی بسیار جذاب است. این آثار را عمدتا دانشگاه‌های بزرگ یا استادان پژوهندگان برجسته حوزه فلسفه گردآوری یا نگارش کرده‌اند که خواننده با مطالعه آنها با مقدماتی از فلسفه یا فیلسوفی خاص و اندیشه‌هایش آشنا شده و برای ادامه این مطالعات در سطحی عمیق‌تر آماده می‌شود.



یکی از این آثار یادشده، «فلسفه، یک راهنما از طریق موضوع» (Philosophy a guid through the subject) تألیف ای.سی.گری‌لینگ، فیلسوف نامدار انگلیسی است که بخش‌های جداگانه این کتاب را فیلسوفان برجسته تحلیلی در شاخه‌های تخصصی خود نوشته‌اند. این کتاب دوجلدی که توسط انتشارات معتبر و منتهور «کسفورد» منتشر شده است، یکی از مهم‌ترین و جامع‌ترین آثار در زمینه فلسفه تحلیلی است که اخیرا ترجمه بخش‌های مختلف آن به صورت جداگانه در مجموعه «آشنایی با فلسفه تحلیلی»، توسط انتشارات «حکمت» منتشر شده است. در کتاب از این مجموعه ترجمه شده به پارسی- که هدف از نگارش این مسطور معرفی آن بود است- «فلسفه علم» و «فلسفه ذهن» است. کتاب نخست نوشته «دیوید پاپینو» است که به قلم «امیر مازیار» ترجمه شده و کتاب دوم نوشته «مارتین دیوس» و ترجمه «هپدی ذاکری» است.

«فلسفه علم» اثری است در باب موضوعی که از عنوان آن هویداست که دربرگیرنده پنج بخش اصلی است: ۱- استقرا و مسایل آن، ۲- قولین طبیعت، ۳- واقع‌گرایی، ابزارگرایی و تعیین ناقص، ۴- تأیید و احتمال، ۵- تبیین؛ که هر یک از این بخش‌ها به بحث‌هایی جزئی و دقیق‌تر درباره موضوعی که عنوان هر بخش را به خود اختصاص داده و بررسی و شرح مهم‌ترین دیدگاه‌های مطرح شده در آن موضوع می‌پردازد.

دومین کتاب یادشده، «فلسفه ذهن»، به روش کتاب پیشین تألیف شده و حاوی چهار بخش اصلی ۱- ذهن و مغز، ۲- حیطه التفاتی، ۳- آگاهی، ۴- علیت ذهنی است و همان‌طور که در توضیح کتاب نخست گفته شد، هر بخش مفاهیم جزئی‌تر و نظر به‌های مهم مطرح‌شده در هر حوزه را شرح و بررسی می‌کند. مجموعه «آشنایی با فلسفه تحلیلی» اثری دیگری از جمله «فلسفه زبان»، «فلسفه دین»، «فلسفه اخلاق»، «فلسفه ریاضیات»، «زیبایی‌شنلسی» و چندین‌اثر دیگر در زمینه فلسفه تحلیلی را نیز دربرمی‌گیرد که دو کتاب معرفی‌شده از این مجموعه در سال جاری به چاپ و انتشار رسیده‌اند.

علاقه‌مندان به فلسفه و به طور کلی برای آشنایی با زمینه‌های گوناگون فلسفه تحلیلی بسیار مفید و پرکاربرد است و می‌تواند مقدمه و آغازی برای مطالعات جدی‌تر و عمیق‌آثار فلسفی باشد.