



# چگونه رسانه‌های همگانی فرهنگ رادگرگون می‌کند

من این هفت نکته را از پژوهش‌هایم در باره تاریخ تکنولوژی و، البته، از بررسی تجربه آمریکا برگرفته‌ام.

نخستین نکته، بسیار ساده است: هرگونه دگرگونی تکنولوژیکی، در واقع یک حالت «فاوستی» است. به سخن دیگر، هر مزیتی که تکنولوژی برایمان به ارمغان می‌آورد، با زیانی همراه است.<sup>(۶)</sup> این زیان می‌تواند بیشتر از سود بدست آمده باشد یا برعکس. بهرحال، همه چیز و بویژه تکنولوژی را بهایی است. در حال حاضر، این نکته می‌تواند بدیهی بنظر آید، ولی در واقع بسیاری باور دارند، یا دست کم می‌گویند باور دارند که تکنولوژی جدید چیزی نیست مگر نعمت و برکت محض. در آمریکا، چنین به نظر می‌آید که بیشتر کارفرمایان و صاحبان سرمایه براین باورند و آگهیهای تبلیغاتی نیز ستایشگر همیشگی مزایای ناب تکنولوژی هستند. لیکن، مدرسین و روزنامه‌نگاران ما هم چنین گرایشی دارند. همه آنان سخت در اشتباهند زیرا چنین حالتی امیدهای دروغینی در اشخاص بوجود می‌آورد و آنان را بی‌شرم و ناخوشنود می‌سازد. تکنیکی چون تلویزیون یا انفرماتیک می‌تواند چیز شگفت آور و فوق‌العاده‌ای باشد. با اینهمه، مصیبت آور خواهد بود اگر فراموش کنیم که هر اندازه یک تکنولوژی شگفت‌انگیزتر باشد، اثرات منفی بیشتری نیز دارد. کافی است نمونه اتومبیل را به یاد آوریم که، علیرغم همه مزایای آشکارش، هوا را آلوده، شهرها را مسدود و چشم‌اندازها را زشت کرده است. من در اینجا ساخت و فروش اتومبیل را زیر سؤال نمی‌برم. بی‌گمان موتور اختراقی در زمینه ترابری پیشرفتی بزرگ بشمار می‌آید، ولی، در ذهن من، کاملاً توجیه‌ناپذیر است که از بهایی که برای تکنولوژی باید پرداخت چشم‌پوشیم. برعکس، با آگاهی از آن است که می‌توانیم این بها را کاهش دهیم.

البته، گاهی داشتن چنین ذرکی ناممکن است. یک نمونه تاریخی را در نظر بگیریم: مورد چاپ را. بخاطر آوری که باوجود فواید فراوانی که صنعت چاپ در زمینه‌های فکری و اجتماعی داشته، بهای پرداخت شده برای آنهم زیاد بوده است. صنعت چاپ، در زمینه نثر به جهان غرب کمک کرد ولی ما را از نظم دور ساخت. چاپ به ما علوم دقیقه بخشید، ولی دین را تا سرحد اصول خرافی عجیب و غریب پایین آورد. اصل ملت‌ها را به ما از زانی داشت، ولی با این کار، میهن‌گرایی را به نوعی بیگانه‌ترسی پاتولوژیکی مبدل ساخت. می‌توانیم تا آنجا پیش برویم که بگوییم چاپ کتاب مقدس به زبان‌های محلی، این احساس را بوجود آورده که خدا انگلیسی، آلمانی یا فرانسوی بوده است - به سخن دیگر، صنعت چاپ خدا را تارده فرمانروایان خود کامه محلی پایین آورده است. ذکر همه اینها نه بدان معناست که گوتنبرگ را از بابت کوتاه بینی سرزنش کنیم. هیچکس در آغاز نمی‌توانست گمان برد که بهایی برای پرداختن هست. این

از: Neil Postman (۱)

ترجمه: ش - ز - رستگار

منبع: Krisis Numéro 9 - Octobre 1991

یادداشت مترجم: شماره ۹ نشریه «گریزیس» ویژه نامه‌ای است در باره ارتباطات و حاوی آثاری از چند اندیشمند و نویسنده برجسته چون: کلودژولین<sup>(۲)</sup>، ژان فرانسواکان<sup>(۳)</sup>، رژی دبره<sup>(۴)</sup>، ژیلبرکت<sup>(۵)</sup>. در شماره مذکور، همچنین سخنان «نیل پستمن» که در ماه نوامبر ۱۹۸۷ در چندین شهر اروپا (دوسلدرف، فرانکفورت، هامبورگ، لندن و بروکسل) ایراد شده، درج گردیده است. سخنرانی «پستمن» در بردارنده نکته‌ها و رهنمودهای آموزنده و ارزنده‌ای بویژه برای جامعه ماست که در زمینه انتقال تکنولوژی اطلاعاتی، دشواریهایی در پیش دارد.

\*\*\*

در مورد آثار یک دگردیسی تکنولوژیکی بر یک جامعه، می‌توان گفت که ایالات متحده گویاترین نمونه در جهان است. البته این امر هیچگونه ارتباطی با شناخت بیشتر آمریکاییها از تکنولوژی و فرهنگ ندارد، چرا که بطور کلی از چنین شناختی بی‌بهره‌اند. آنچه رخ داده، این است که ما آمریکاییها فرهنگ خود را تسلیم مهندسان کرده‌ایم، مهندسانی که ما را متقاعد ساخته‌اند برای بشریت، ابداعات تکنولوژیکی مترادف با پیشرفت است. شاید هم ما آنان را به این امر متقاعد کرده‌ایم. باری، در آمریکا، ما تکنولوژی را از تاریخ، سنتها، فرزندان یا سیستم سیاسی مان بیشتر دوست داریم. همانطور که میدانید، یک فرد عاشق و دل‌باخته هیچگونه عیب و نقصی در محبوب خود نمی‌بیند، روزگارش را به ستایش او می‌گذراند و آماده است همه چیز را فدای او سازد، حال آن که معمولاً کمتر چیزی در باره‌اش می‌داند. در آمریکا، چشم‌اندازهای افسانه‌ای و شگفتی آفرین گشوده شده بوسیله تکنولوژی، ما را به اندازه‌ای مجذوب و مسحور کرده که فرهنگ خود را یکسره در خدمت آن گذاشته‌ایم. هر چه را از تکنولوژی زاده شد، پذیرا شدیم؛ هر چه را تکنولوژی نابود ساخت، بدون اندک شکوه‌ای فراموش کردیم؛ به نیازها و الزامات تکنولوژیکی با نوعی سادگی و بی‌پیرایگی، آنگونه که در کتاب مقدس آمده است، پاسخ دادیم: «هرجا که تو بروی، ما خواهیم رفت».

من در اینجا هفت نکته را در باره تکنولوژی و فرهنگ برمی‌شمارم. اینها نه هفت پایه حکمت هستند و نه نقطه پایانی براین بحث. با اینهمه، می‌گویم که آنها پایه و مایه‌ای برای شناخت نقش تکنولوژی در زندگی آدمی به شمار می‌روند.



ماجرای سده بانزدهم رخ میداد و انسانها در مورد تکنولوژی بهیچوجه آگاه نبودند. از آن گذشته، آیا ما باید از سوی انسانهای سده بیستم انتظار چیز بهتری داشته باشیم؟ آیا آمریکاییها میبایست پیش بینی می کردند که چهل سال پس از بیدایش تلویزیون، یک چهارم آنها بی سواد می شوند؟ که رییس جمهورشان یک هنرپیشه سینما خواهد بود؟ که مبارزات انتخاباتی کشورشان به صورت صحنه های تبلیغاتی سی ثانیه ای برگزار خواهد شد؟ که دنیای کودکی از فرزندانشان گرفته خواهد شد؟ شاید نه. اما در هر صورت، برای همه اینها میبایست خود را بهتر آماده کرده باشیم. کسی میبایست باشد تا به ما بگوید تکنولوژی همانگونه که می بخشد، می رباید؛ که شناخت آنچه تکنولوژی می سازد، از شناخت آنچه که بر هم می زند و ویران می کند، مهمتر نیست. بنابراین، هر فرهنگی همواره برای تکنولوژی بهایی می پردازد.

نکته دوم که مستقیماً با نکته اول پیوستگی دارد، اینست که سود و زیان تکنولوژیهای نوین هرگز بطور یکسان در بین مردم پخش نمی گردد. به سخن دیگر، هر تکنولوژی تازه به گروهی سود و به گروهی زیان می رساند و در این میان، برخی را نه سودی است و نه زیانی. به مورد چاپ در سده شانزدهم توجه کنیم. با پائین آوردن کلام الهی تا میز آشپزخانه هر مسیحی و تولید انبوه کتاب، اقتدار روحانیت اندک اندک تحلیل رفت و فرو باشی امپراتوری مقدس روم - ژرمن سرعت گرفت. آنهایی از ما که پروتستان هستند اگر در آن هنگام می زیستند این دگردیسی را با شادی تایید می کردند. کاتولیکها سردرگم و خشمگین بودند ولی خود من، از آنجا که بین خشونت‌های ضد یهودی ملهم از «مارتین لوتر» و خشونت‌های ملهم از پاپ لئون دهم تفاوتی نمی بینم، گرایش نسبت به هیچ یک از آن دو نشان نمی دادم. گروهی سود می برند و برخی زیان می بینند، و برای عده ای هیچ چیزی عوض نمی شود.

نمونه دیگری را در نظر بگیریم: تلویزیون. در آمریکا که تلویزیون سلطه و نفوذی ژرفتر از هر جای دیگر دارد، بسیاری کسانی که آن را یک نعمت و برکت می انگارند، از جمله افرادی که به عنوان مدیر، تولید کننده، تکنیسین، خبرنگار و اجرا کننده دارای مشاغل دلچسب و پولسازند. از سوی دیگر، در دراز مدت تلویزیون می تواند به شغل آموزگاری پایان دهد، چرا که مدرسه هستی نیافت مگر با اختراع چاپ و سرنوشت آن بستگی به اهمیت نوشته در آینده دارد. «هارولد اینیس»<sup>(۷)</sup> بزرگترین دانشمند کانادایی، نکته ای را که من سعی در طرح آن دارم، به بهترین وجه بیان کرده است. او می گوید رسانه های جدید انحصارات پیشین را به زیر کشیده و با استقرار انحصارات تازه، سرچشمه های قدرت و نفوذ را از یک گروه اجتماعی به گروهی دیگر منتقل می کنند. این درست همان چیزی است که ۳۵۰۰ سال پیش هنگامی که الفبا جایگزین خط هیروگلیف شد روی داد و اقتدار و امتیازات بزرگان مذهبی مصر که تا آن زمان این خط مقدس را در اختیار داشتند، مورد سؤال قرار گرفت. همین پدیده بارها روی داده و هر بار رسانه تازه ای جایگزین رسانه دیگری شده است. در واقع، نه فقط رسانه های جدید مراکز قدرت جدیدی بوجود می آورند، بلکه شیوه های فکری و ارتباطی تازه ای می آفرینند؛ و این امر ما را بر آن می دارد که بگوئیم رسانه های جدید، آفریننده درک و برداشت های تازه در زمینه سیاست هستند. به عنوان نمونه، رونالد ریگان بدون تلویزیون احتمالاً به ریاست جمهوری برگزیده نمی شد چون تلویزیون بسیاری از نقاط ضعف او را می پوشاند. به گمان من، این نکته بسیار پر معنی است که با وجود اینکه سخن او هیچگاه با دقت و روشنی همراه نبوده، به عنوان یک شخصیت برجسته در زمینه ارتباطی جمعی شناخته می شود؛ این امر نشان می دهد که جذابیت تله ژنیک وی بدون شك برگ برنده ای به شمار می آید و همین، برای زندگی سیاسی مبتنی بر تلویزیون، کاملاً کافی بنظر می رسد. به آنهایی که فکر می کنند انتخاب او برای دو دوره ریاست جمهوری تصادف ناگواری بیش نبوده است، باید یاد آور شوم که از چارلتون هستون نیز بعنوان نامزد حزب جمهوریخواه در انتخابات سال ۱۹۸۸ بطور جدی سخن به میان آمده بود. اگر چنین چیزی روی داده بود، دموکراتها چاره ای جز این نداشتند که گریگوری پک را بعنوان نامزد خود برگزینند. دو بت جهان سینما رو در روی یکدیگر: آیا چنین چیزی را در جهان بدون تلویزیون می توان تصور کرد؟ «هستون» موسی وار<sup>(۸)</sup> آمادگی اش

را به ما اعلام می کرد. «پک» با پذیرفتن مبارزه جویی بر ضد یک «کولیات» مدرن، شهامت ایفای نقش داوود<sup>(۹)</sup> را باز می یافت. «هستون» به ما یادآور می شد که روح میکل آنژ<sup>(۱۰)</sup> در او حلول کرده است. «پک» با «مک آرتور»<sup>(۱۱)</sup> به مقابله با او بر می خاست. «هستون»، «پک» را به خاطر این که نقش «منزل»<sup>(۱۲)</sup> را در فیلم پسران برزیل<sup>(۱۳)</sup> بازی نموده، متهم به دیوانگی می کرد. «پک» با متهم کردن «هستون» به این که در سیاره وحشیها<sup>(۱۴)</sup> جهان را به نابودی کشانده، با تندی به او پاسخ می داد. رسانه های نوین سازنده سیاستی نوین اند: سیاست تصویر ناموری آنها که تله ژنیک هستند، کامیابند؛ و آنها که تنها به این اکتفاء می کنند که با هوش اند، بر روی صحنه تلویزیون دیده نمی شوند.

ما، همچنین، می توانیم در باره دگردیسی هایی که انفرماتیک در پی خواهد داشت، از خود برسیم. در این دگردیسیها چه کسی چه سودی خواهد برد؟ و چه کسی چه از دست خواهد داد؟ شکی نیست که کامپیوتر برای سازمانهای بزرگی چون پنتاگون، شرکتهای هواپیمایی، بانکها یا دوائر مالیاتی سودمند بوده و خواهد بود. و بی گمان، استفاده از چنین ابزاری از این پس برای پژوهشگران رده بالا در فیزیک و علوم طبیعی، اجتناب ناپذیر است. ولی آیا برای توده هایی که به آنان گفته می شود برای تنظیم فهرست خرید روزانه و کنترل دسته چک شان به کامپیوترهای خانگی نیاز دارند، نیز استفاده از این ابزار اجتناب ناپذیر است؟ آیا در عمل، کامپیوتر کنترل زندگی شهروندان را برای حکام و دیوان سالاران آسان تر خواهد کرد؟ چه کسی بیشترین سود را از انفرماتیک خواهد برد؟ افراد عادی، صنعت انفرماتیک، یا حکومت که بنا به دلایلی خاص در آرزوی آن است که مردم ورود سیستمهای انفرماتیک را در سطحی گسترده پذیرا شوند؟ بر آن نیستیم که کسی را متهم کنم: فقط می گویم از آنجا که پاره ای از آدمیان از تکنولوژی سود می برند و پاره ای دیگر زیان، باید بدانیم هر کس چه اندازه از آن اثر می پذیرد.



است، برای متصدی کامپیوتر همه چیز «داده» است. این ضرب المثلها کلمه به کلمه پذیرفتنی نیست ولی این ارزش را دارد که به ما یادآور میشود هر تکنولوژی خساراتی به بار می‌آورد. در فرهنگ غیر نوشتاری، حافظه آدمی دارای بیشترین اهمیت است، و امثال و حکم و ترانه‌ها که در بردارنده پیام‌های شفاهی و دیرینه است، بهترین گواه در این زمینه به شمار می‌رود. حضرت سلیمان به همین دلیل به عنوان فرزانه‌ترین انسانها شناخته شده بود: در کتاب اول «شاهان»، به ما گفته می‌شود که وی سه هزار ضرب المثل می‌دانست. برعکس، در یک فرهنگ نوشتاری، نشان دادن این گونه شاهکارهای حافظه‌ای، نوعی اتلاف وقت و ضرب المثل‌ها نوعی فانتزی ناپجا انگاشته می‌شود. انسان نوشتاری، ساختار منطقی و تجزیه و تحلیل سیستماتیک را می‌پسندد نه ضرب المثلها را؛ انسان تلگرافی به تندی و سرعت بها می‌دهد، نه به درون‌نگری؛ انسان تلویزیونی به زمان حال و «دم» می‌اندیشد، نه به تاریخ؛ انسان کامپیوتری به محاسبه توجه دارد، نه به قوه تمیز. بنابراین، سومین نکته این است که هر تکنولوژی فلسفه‌ای در بردارد. این بطور کلی همان چیزی است که «مارشال مک لوهان»<sup>(۱۷)</sup> می‌گوید و در فرمول مشهورش «وسيله، خود پیام است» - که به دیدن یکی از درخشانترین فرمولهای این سده است - منعکس می‌باشد.

برای شهروندان مهم است که درباره پیامهای یک رسانه، با هم به بحث و گفتگو بپردازند، چرا که فلسفه یک تکنولوژی جدید همواره به ستیز با فلسفه تکنولوژی قدیمی بر می‌خیزد (نکته چهارم). رسانه‌ها برای زمان، توجه، پول، حیثیت و احترام و، بالاتر از همه، برای حیطه فراگیری، با یکدیگر همچشمی می‌کنند. مثلاً، هر کس می‌داند که تلویزیون با محروم ساختن رسانه‌های نوشتاری از برخی آگهی‌های تجاری، به آنها زیان می‌رساند. اما این مسئله در مقایسه با بقیه مسائل چندان قابل توجه نیست. تلویزیون، با کشاندن مردم به دنیای تصاویر و با دور ساختن آنان از کلمات، با گرفتن قهری اوقاتشان، با فراهم ساختن قهرمانان نوین فرهنگی برای آنان، با نمایاندن مطالعه بعنوان کاری دشوار و نه چندان خوشایند، به نوشتار زیان وارد می‌سازد. شاید بتوان درباره شیوه‌ای که رسانه‌های نوشتاری می‌توانند خود را در برابر چنین یورشهایی حفظ کنند، و اینکه چرا مهم است این کار را بکنند، بحث و گفتگو نمود. لیکن، در هر حال رسانه‌های جدید با رسانه‌های قدیمی در ستیزند.

در آمریکا، ما همه جا می‌توانیم نبرد بین رسانه‌ها را ناظر باشیم - در سیاست، مذهب، تجارت - ولی از همه جا بهتر در مدارس است که می‌توان شاهد این نبرد بود، جایی که دو تکنولوژی بزرگ برای کنترل ذهن شاگردان با هم می‌ستیزند. در یک سو، دنیای نوشتار است با نقاط قوتش: منطقی، گاه شناسی، تاریخ، تفسیر، عینیت و انضباط. در دیگر سو، دنیای تلویزیون با تصاویر، تخیلات، حضور فراگیر، لذت و خوشنودی آنی و اثر هیجانیش. فرزندان ما، پس از شرطی شدن بوسیله آثار تلویزیون با به مدرسه می‌گذارند؛ و در آنجا با اصول نوشتار برخورد می‌کنند. و آن گاه نوعی نبرد روانی پیش می‌آید، نبردی که صدمات سنگینی ببار می‌آورد: کودکان ناتوان از فراگیری خواندن یا بی‌علاقه بدان، کودکانی که نمی‌توانند یک انشاء پیش با افتاده را به طرز منطقی بپردازند، کودکان ناتوان از گوش دادن به درس یا توضیحاتی بیش از پنج دقیقه بیایی. آنان در معرض شکست و ناکامی قرار دارند، اما نه از آنرو که کودکان هستند بلکه بدان علت که رسانه‌ها در ستیزند، و آنان - دست کم در حال حاضر - در موقعیت بدی قرار دارند. چه کسی می‌تواند بگوید که در بیست و پنج سال آینده مدرسه به چه چیزی شباهت خواهد داشت؛ یا در پنجاه سال آینده؛ در آن هنگام، احتمالاً شاگردی که اکنون ناکام و ناموفق است، می‌تواند به عنوان نمونه کامیابی و موفقیت انگاشته شود و برعکس، کسی که در حال حاضر کامیاب و موفق است، به عنوان یک شاگرد عقب مانده. نبردی که بین رسانه‌ها درگیر است با چنان سرعتی می‌تواند گسترش و تحول یابد که هیچ کس را توانایی پیش بینی آن نباشد. بیشتر مدرسیان ما، در آمریکا، پس از سال ۱۹۴۵ زاده شده و خود آنان بیشتر به سوی تلویزیون هدایت شده‌اند تا نوشتار. یک پژوهش و بررسی تازه درباره عادات رسانه‌ای مدرسیان آمریکا نشان می‌دهد که اینان بطور متوسط در هر سال دو کتاب می‌خوانند. به نمونه دیگری از جنگ رسانه‌ها توجه کنیم. انجام مراسم سنتی مذهبی در

اکنون به مورد سوم می‌رسیم. در دل هر تکنولوژی، یک، گاهی دو یا سه ایده مهم نهفته است. اغلب، این ایده‌ها با روشنی بر ما آشکار نمی‌شود چرا که دارای ماهیتی تقریباً متافیزیکی است. و این بدان معنا نیست که اثر عینی ندارد. من در اینجا، برای آغاز، نمونه‌ای را پیش می‌کشم که کمتر کسی به آن توجه دارد. می‌خواهم از عادت بظاهری ضرری که استادان و مدرسین دارند صحبت کنم: نمره گذاری یا تعیین سطح پاسخهای دانشجویان در امتحانات. این روش در نظر بیشتر ما به اندازه‌ای طبیعی است که به دشواری قادر هستیم درباره معنای آن بیندیشیم. حتی تجسم این امر برای ما دشوار است که یک نمره یا علامت، در واقع یک ابزار، یا یک تکنولوژی بشمار می‌رود و به محض اینکه آن را برای داور رفتار یک نفر بکار بردیم، مرحله‌ای عمده و اساسی را پشت سر گذاشته‌ایم. در حقیقت، برای نخستین بار نمره گذاری برگه‌های دانشجویان در دانشگاه کمبریج بنا به پیشنهاد یک مدیر آموزش بنام «ویلیام فریش»<sup>(۱۵)</sup> صورت گرفت. وی، احتمالاً، از آنچه برای نخستین بار انجام می‌داد آگاهی نداشت، لیکن در حقیقت این ایده که می‌توان اندیشه آدمی را با معیارهای

○ رسانه‌های جدید، انحصارات پیشین را به زیر می‌کشند و با برقراری انحصارات تازه، سرچشمه‌های قدرت و نفوذ را از یک گروه اجتماعی به گروهی دیگر منتقل می‌کنند. این درست همان چیزی است که ۲۵۰۰ سال پیش هنگامی که الفبا جایگزین خط هیروگلیف شد روی داد.

○ رسانه‌های جدید نه فقط مراکز قدرت تازه‌ای برپا می‌کنند، بلکه شیوه‌های فکری و ارتباطی نوینی بوجود می‌آورند و آفریننده درک و برداشت‌های نو و ویژه‌ای در همه زمینه‌های زندگی، از جمله سیاست هستند.

کمی ارزش گذاری کرد، گامی بزرگ به سوی شناخت واقعیت‌ها با دید ریاضی بود، مرحله‌ای که پیامدهایی عظیم در برداشت، نه فقط در زمینه آموزش و پرورش بلکه تقریباً در همه سطوح زندگی. اگر بتوان کیفیت اندیشه آدمی را نمره گذاری کرد، این کار در مورد کیفیت عشق، نفرت، زیبایی، اغماض و گذشت، خلاقیت و حتی سلامت روانی نیز امکان‌پذیر خواهد بود.<sup>(۱۶)</sup> هنگامی که گالیله می‌گفت زبان طبیعت با عبارات ریاضی نوشته می‌شود، در این گفته، احساسات انسانی، خلاقیت، و تیزهوشی خود را نمی‌گنجانند. شاید اشتباه می‌کرد. چنین بنظر می‌رسد که روانشناسان، جامعه‌شناسان و مدرسین ما و مدیران بر این باورند که بدون توسل به نمره گذاری قادر به انجام وظیفه نیستند. من در بی‌آن نیستم که بدانم چنین ایده‌ای درست است یا نه، بلکه میخواهم بگویم این ایده می‌تواند نتایج عملی داشته باشد. درباره این موضوع به یک نکته مهم می‌رسم. این که می‌گوئیم یک نفر بیکار نباید گرسنه باشد، به بهانه این که نرخ بیکاری به زیر ۵/۶ درصد رسیده، یا این که باید به فلان شخص کار داد چون دارای بهره هوشی ۱۳۴ است، یا این که حساسیت کسی برابر ۷/۲ است، یا این که نقد و بررسی فلان کس درباره پیشرفت و صعود کاپیتالیسم ارزشی برابر نمره «A» و کار فلان کس ارزشی برابر نمره «C» دارد، همه اینها برای گالیله، گوته، شکسپیر یا توماس جفرسن نامفهوم و بی‌معنا بوده است. اگر به دید ما درست می‌آید، از آنروست که ذهن ما به وسیله تکنولوژی اعداد، شرطی شده و در نتیجه جهان بینی ما با جهان بینی آنها تفاوت پیدا کرده است. تکرار می‌کنم: نه می‌گویم «بدتر»، نه می‌گویم «بهتر»، می‌گویم «متفاوت». و وقتی می‌گویم هر تکنولوژی در بردارنده ایده‌ای است با جهان‌نگری ویژه خود، دقیقاً منظورم بیان نکته بالاست.

یک ضرب المثل قدیمی می‌گوید برای انسان چکش کار، همه چیز در حکم میخ است. این حقیقت پیش با افتاده و مسلم در هر زمینه می‌تواند مصداق یابد: برای اهل قلم همه چیز فهرست است، برای اهل دوربین همه چیز تصویر

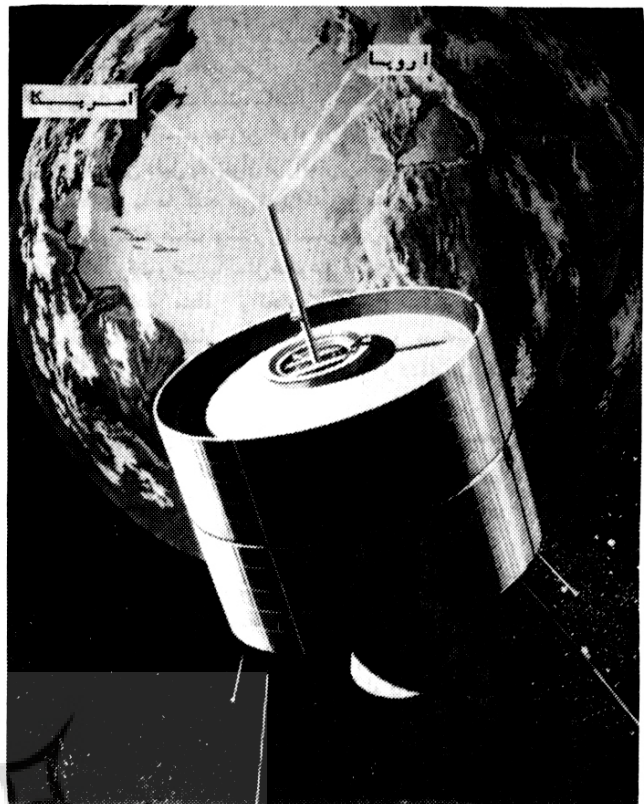


سرمایه دارها بدگمان بود. اصولاً سرمایه داران افرادی هستند که نه تنها در زمینه مسائل شخصی، بلکه، اساساً در زمینه مسائل فرهنگی دست به ریسک می زنند. خلاق ترین و پیشروترینشان به این امید است که از تکنولوژیهای جدید بیشترین بهره برداری ممکن را بکنند و در این رهگذر اهمیتی به سنتهای واژگون شده نمی دهد. سخن کوتاه، کاپیتالیستها در واقع انقلابیون هستند. در آمریکا، بزرگترین انقلابیون ما همواره کاپیتالیستها بوده اند - مردانی مانند بل (۱۸)، ادیسون (۱۹)، فورد (۲۰)، کارنگی (۲۱)، سارنرف (۲۲)، گلدوین (۲۳). این مردان، بر سده نوزدهم اثر گذاشته و سده بیستم را آفریدند، و به سهم خود، همیشه پرسیده ایم که چرا کاپیتالیستها را محافظه کار می خوانند؟ شاید از آنرو که عادت دارند کت و شلوارها و کراواتهای تیره رنگ بر تن کنند! اطمینان دارم که سخنانم به منزله دفاع از سوسیالیسم تلقی نخواهد شد. سخن من تنها این است که مردانی مانند رونالد ریگان بهیچ وجه از محافظه کاران بشمار نمی آیند. آنان از افراطیون در زمینه قانون بازاریاند، و از همین روست که باید به دقت تحت مراقبت و در صورت لزوم مورد مجازات قرار گیرند. از خانواده، ازدواج، تقوی و پارسایی، شرف و آبروسخن می گویند، اما وقتی به آنان اجازه داده شود از منابع اقتصادی تکنولوژی کاملاً بهره گیری نمایند، به نهادهایی که چنین ایده هایی را ممکن ساخته اند صدمه می زنند. می خواهم این نکته را با دو نمونه برگرفته از تجربه آمریکایی به شما ثابت کنم، و نخست در زمینه سیاست.

روشن است که اشخاصی که بیشترین و ژرفترین آثار را در حیات سیاسی معاصر آمریکا داشته اند، نه نظریه پردازان بوده اند و نه دانشجویان معترض بلند و متمایل به مارکس. انقلابیونی که ماهیت سیاست را در آمریکا تغییر داده اند، رؤسای موسسه هایی هستند (با کت و شلوار تیره رنگ و کراوات خاکستری) که شبکه های بزرگ تلویزیونی را اداره می کنند. آنها نمی خواستند گفتار سیاسی را به نوعی نمایش مبدل سازند؛ قصد نداشتند هرکس را که شکل و شمابلی ناخوشایند دارد از دور مسابقه برای دستیابی به مقامات بالای اجتماعی کنار بگذارند؛ مایل نبودند مبارزات انتخاباتی را تا سطح آگهی های تجارتي سی ثانیه ای تنزل دهند؛ آنها فقط می خواستند تلویزیون را به صورت يك سرچشمه همیشگی و عظیم سودآوری در آورند. حال، برایشان مهم نیست که در این رهگذر، هرگونه گفتار سیاسی رنگ می بازد. در آمریکا اندیشه ای رادیکال و در عین حال عامیانه، از «اطلاع رسانی» تعریفی نو و نازل بدست می دهد.

در این مورد صادقانه بگویم، آگهی های تجاری تلویزیونی بسیار زیانمند بوده اند. کاپیتالیستهای ما با پافشاری بر این که بتوانند آگهی های تجاری را در هر لحظه از برنامه های خبری - قبل، بعد یا در میان آن - پخش کنند، موجب شده اند هر رویدادی اساساً ناچیز بنظر آید. ارزش خبریك بمباران در لبنان چه می تواند باشد اگر پیش از پخش آن يك آگهی شاد مربوط به فلان شرکت هواپیمایی و پس از آن يك آگهی برای شلوارهای جین پخش گردد؟ در حقیقت، مجریان برنامه های اخبار تلویزیونی دستور زبان ما را با عبارت «و حالا...» غنی ساخته اند. این عبارتی است که دو عنصر را به هم نمی پیوندد، بلکه درست عکس آن را انجام می دهد: آنها را از هم جدا می سازد. وقتی مجریان می گویند «و حالا...» می خواهند بگویند چیزی که تا حالا دیدید یا شنیدید، هیچ ربطی به آنچه همین الان خواهید دید یا شنید، ندارد. هیچ قتل وحشیانه، لغزش و خطای گران سیاسی، بمباران ویرانگری نیست که با شنیدن «و حالا...» از ذهنمان پاک نگردد. گوینده با گفتن «و حالا...» فکر می کند شما به اندازه کافی درباره موضوع ژرف اندیشی کرده اید - یعنی تقریباً به مدت چهل ثانیه - و اکنون باید توجه خود را به آگهی معطوف کنید. چنین نمایشی «اطلاع رسانی» نیست بلکه بیانگر این واقعیت است که چرا آمریکاییها در زمره ناآگاه ترین ملت های جهانند. البته، برای ما از خیلی چیزها حرف می زنند، ولی تقریباً هیچ چیزی درباره آنها به ما نمی گویند.

برای اثبات این نکته، چند سال پیش بررسی و پژوهشی درباره موضوع گروگانگیری در ایران انجام دادم. این موضوع را از آن جهت برگزیدم که بیش از يك سال، هر روز در تلویزیون از آن صحبت می شد. پرسشهایی که مطرح کردم ساده بود و به معلومات و اطلاعات خاصی نیاز نداشت. مثلاً «ایران در



غرب، عمیقاً در قداست نوشتار ریشه دارد. کتاب مقدس به ما می گوید که «در آغاز کلمه بود». بطور اصولی می توان فکر کرد که کتاب مقدس کتابی است که برای همیشه خواهد بود و در اینجا نمی خواهم این گمان را برانگیزم که از میان خواهد رفت. ولی، آیا نفوذش همواره پایدار خواهد بود؟ آیا همواره شکل و درونمایه عمیق مراسم مذهبی را رهبری خواهد کرد؟ ما آمریکاییها در حال آزمودن این فرضیه ایم. ما مسیحیت را به درون تلویزیون آوردیم، و این بدان معناست که «کلمه» باید هم تراز تصویر باشد. هنگامی که مبلغین مذهبی تلویزیونی خود را می بینیم، می دانیم که نتیجه کار چیزی نیست مگر خوار شدن کلام. در تلویزیون، کلیسای مسیحی بصورت يك مجموعه عظیم تفریحی درآمد که هر هفته برنامه های گوناگونی پخش می کند: مبلغین مذهبی پر جذب، ستارگان سینما، بازسازی حوادث جنایی و ماجراهای عجیب و غریب. نه از آداب مذهبی نشانی هست و نه از سنت، نه از جزمیت و نه از خدانشناسی - فقط نمایش در کار است. اصل و قاعده چنین می شود: «در آغاز تصویر بود». این نمونه ای از جنگی است که بین رسانه ها درگیر شده و ارزش آن را دارد که مورد ملاحظه و بررسی قرار گیرد؛ در واقع، ممکن است که کلام مقدس کاملاً نتوان از آن باشد که در تلویزیون ماندگار بماند.

و اینک به پنجمین نکته می رسم: دگرگونی تکنولوژیکی تنها يك پیشرفت ساده نیست، يك دگرگونی اکولوژیکی است. بهترین توضیح از راه قیاس صورت می گیرد. چه پیش می آید اگر يك قطره رنگ قرمز را در يك لیوان آب شفاف بریزیم؟ آیا ما آب شفاف به اضافه يك قطره رنگ قرمز بدست می آوریم؟ مسلماً نه. هر مولکول آب رنگ جدیدی پیدا می کند. منظور من از دگرگونی اکولوژیکی همین است. يك رسانه جدید چیزی به چیزهای موجود نمی افزاید؛ همه چیز را دگرگون میکند. در سال ۱۵۰۰، پس از اختراع چاپ، نه اروپای کهن به اضافه چاپ که اروپای متفاوتی بوجود آمد.

پس از اختراع تلویزیون، آمریکا، آمریکای به اضافه تلویزیون نبوده است. تلویزیون رنگ تازه ای به هر مبارزه انتخاباتی، به هر قانون خانوادگی، به هر مدرسه، به هر کلیسا، به هر صنعت و جز اینها بخشیده است. از همین روست که شهروندان آگاه نسبت به نوآوری های تکنولوژیکی محتاط هستند. آنان می دانند که پیامدهای دگرگونی تکنولوژیکی همواره بسیار زیاد، اغلب غیرقابل پیش بینی و برگشت ناپذیر است. بنابراین، همیشه باید نسبت به



این نکته مرا به آخرین نکته می‌رساند. تا حالا، من واژه‌های «تکنولوژی» و «رسانه» را تقریباً مترادف هم بکار برده‌ام، اما فکر می‌کنم سودمند باشد که بین آن‌ها فرق قابل شومیم: تکنولوژی برای يك رسانه همان نقشی را دارد که مغز برای ذهن. مانند مغز، تکنولوژی ابزار و وسیله‌ای بیش نیست. مانند ذهن، رسانه میدان کار بردی است که ابزار را بدان اختصاص می‌دهند. این بدان معنا نیست که مغز یا تکنولوژی میتواند برای هر کاری را در هر زمینه‌ای که ما فکر می‌کنیم خوب است، بکار گرفته شود. حدود و میزان بهره‌برداری از مغز محدود است. در مورد تکنولوژیها نیز این امر صادق است. اگر شما يك هواپیمای نظامی از نوع شکاری بسازید، نمی‌خواهید - از آن گذشته، نمی‌توانید - برای حمل و نقل مسافر از ویسبادن به فرانکفورت از آن استفاده کنید. اگر شما تلویزیون اختراع می‌کنید، می‌توانید از آن تنها برای نمایاندن کلمات روی صحنه استفاده نمایید، مانند يك صفحه مکتوب، اما احتمالاً این کار را نخواهید کرد. اگر شما کامپیوتر اختراع می‌کنید، احتمالاً اشتباه و خطای بزرگی خواهد بود اگر از آن فقط برای تهیه و تنظیم فهرست خریدهایتان استفاده کنید. تکنولوژیها مانند مغزها باید با شیوه مخصوصی بکار برده شوند، و اغلب این را از ما می‌طلبند. ناگفته نماند که این شیوه‌های کاربرد همیشه روشن نیست و ما در این مورد حق اظهار نظر داریم. در اینجا، موضوع خیلی پیچیده می‌شود، چون يك تکنولوژی هنگامی که تبدیل به رسانه می‌گردد، همواره به تاثیر و نفوذ سیستم‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی که در آن جای می‌گیرد، تن در می‌دهد. بهره‌برداری ما آمریکاییها از تلویزیون، با بهره‌برداریهایی که در چین، روسیه یا آلمان می‌شود متفاوت است - چون این کشورها دارای سنتهای متفاوت، محیطهای رسانه‌ای متفاوت و سیستمهای اقتصادی متفاوتند. نکته اساسی این است که مادر برابر تکنولوژی بدون چاره و پناه نیستیم و نباید خود را ناتوان بپنداریم. چنانچه به این امر به اندازه کافی آگاه باشیم، می‌توانیم تکنولوژی را اهلی کرده و از آن رسانه‌ای سودمند بسازیم و همانسان که می‌کوشیم مغزهایمان را بکار اندازیم، آن را بکار گیریم.

هفت نکته‌ای که می‌خواستم ارائه کنم به شرح زیر است: (۱) فرهنگ همواره بهایی برای تکنولوژی می‌پردازد؛ (۲) جنبه‌های مثبت و منفی تکنولوژی بطور عادلانه تقسیم نمی‌شود؛ (۳) از هر تکنولوژی، فلسفه و جهان‌نگری ویژه‌ای تراوش می‌کند؛ (۴) تکنولوژیها برای دست‌یابی به برتری، با یکدیگر به هم‌چشمی و مسابقه می‌پردازند؛ (۵) دگرگونی تکنولوژیکی دارای ماهیتی «اکولوژیکی» است؛ (۶) تکنولوژیها به سوی «اسطوره‌ای» شدن گرایش دارند؛ (۷) فرق قائل شدن بین تکنولوژی و رسانه، به ما امکان کنترل دگرگونی اجتماعی را می‌دهد. این ایده‌ها، البته قطعیت ندارد، ولی باور دارم

کجا واقع شده؟»، «ایرانیها به چه زبانی حرف می‌زنند؟»، «اصل و منشاء شاه از کجاست؟»، «دین ایرانیها و اصول آن چیست؟»، «آیت‌الله یعنی چه؟». بر من آشکار شد که اکثریت قریب به اتفاق مردم عملاً هیچ چیزی در باره ایران نمی‌دانند کسانی هم که چیزی می‌دانستند اظهار می‌داشتند منبع اطلاعاتشان نیوزویک، تایم یا نیویورک تایمز بوده است. به سخن دیگر، تلویزیون ماشین عظیم اطلاع‌رسانی نیست؛ ماشین عظیمی برای رساندن اطلاعات غلط است. نتیجه‌ای که گرفته می‌شود این است که آگهی‌های تجارتي تلویزیونی تنها وسیله‌ای ساده و جدید برای فروش يك فرآورده نیست، بلکه خود يك ایده است؛ يك ایده انقلابی و احتمالاً بسیار خطرناک که ثمرات و نتایج اکولوژیکی عظیمی برای کلیه جنبه‌های فرهنگ دارد. اگر در باره سخنان من شك دارید، بدانید که يك آمریکایی معمولی در سن شصت سالگی بیش از دو میلیون صحنه از

○- پیدایش این انگاره که می‌توان اندیشه آدمی را با معیارهای کمی ارزش گذاری کرد، گامی بزرگ در جهت شناخت واقعیت‌ها با دید ریاضی بوده است، تحولی که نه تنها در زمینه آموزش و پرورش بلکه تقریباً در همه سطوح زندگی پی آمدهای بزرگ و خطرناکی داشته است.

○- انسان نوشتاری، ساختار منطقی و تجزیه و تحلیل روشمند را می‌پسندد نه ضرب‌المثل‌ها را؛ انسان تلگرافی به تندی و شتاب بها می‌دهد، نه به درون‌نگری و ژرف‌اندیشی؛ انسان تلویزیونی به زمان حال و «دم» فکر می‌کند، نه به تاریخ؛ و انسان کامپیوتری به محاسبه توجه دارد، نه به قوه تمیز.

آگهی‌های تجارتي دیده است. آیا این يك ایده انقلابی نیست؟ و اکنون می‌رسم به ششمین نکته: رسانه‌ها کشش و گرایش به سوی «اسطوره‌ای» شدن دارند. من این اصطلاح را در مفهومی که «ولان بارت»<sup>(۳۳)</sup> بکار برده، بکار می‌برم. وی واژه «اسطوره» را در رابطه با گرایش بسیار همه‌گیری بکار می‌برد که ابداعات و اختراعات بشری را امری طبیعی می‌انگارد. يك بار، از دانشجویانم پرسیدم آیا می‌دانید الفباء چه وقت اختراع شد؟ برشش من آنان را معذب و متحیر ساخت، گویی از آنان پرسیده باشم که ابرها یا درختان و ستارگان کی اختراع شده‌اند. برای آنان، الفبا چیزی نیست که اختراع شده باشد، چیزی است که وجود دارد، همین و بس.

در مورد بسیاری از دست‌آوردهای فرهنگ بشری و از همه بیشتر در مورد تکنولوژی، وضع چنین است. اتومبیل، هواپیما، تلویزیون، سینما و روزنامه به مقام اسطوره دست یافته‌اند. زیرا به منزله ارمغانها و موهبت‌های طبیعی شناخته می‌شوند، نه به منزله اختراعات و دست‌آوردهای آدمی در شرایط سیاسی و تاریخی معین. وقتی تکنولوژی حالت اسطوره پیدا می‌کند، همواره خطرناک است زیرا همانسان که هست پذیرفته شده و به دشواری تغییرپذیر است. اگر به آمریکایی معمولی پیشنهاد شود که برنامه‌های تلویزیونی زودتر از ساعت پنج بامداد آغاز نشود و ساعت یازده شب هم پایان یابد، و آگهی تجارتي نیز در کار نباشد، چنین پیشنهادی را مسخره خواهد یافت - ولی نه از آن جهت که این پیشنهاد فرهنگی را تایید نمی‌کند. چنین پیشنهادی را بی‌معنی و احمقانه می‌داند زیرا به گمان او متضمن تغییر چیزی در طبیعت است، درست مثل این که پیشنهاد شود خورشید باید ساعت ده بامداد طلوع نماید. پس مهم اینست که ما از این پندار که تکنولوژیهایمان سرچشمه الهی دارند، دست بکشیم و باور کنیم که همه آنها برآمده از طرحها و برنامه‌های خود ما و حاصل خلاقیت و بلندپروازی آدمی هستند و پتانسیل مثبت یا منفی شان کاملاً بستگی به این دارد که آگاه باشیم و بدانیم که این تکنولوژیها با ما چه می‌کنند و چگونه.



7) Harold Innis.

۸) اشاره به فیلم ده فرمان که چارلتون هستون در آن نقش حضرت موسی را بازی می کرد.م.

۹) اشاره به فیلم داود و بتسابه که گری گوری بك در آن نقش حضرت داود را بازی می کرد.م.

۱۰) اشاره به فیلم رنج و سرمستی که چارلتون هستون در آن نقش میکال آنژ را بازی می کرد.م.

۱۱) اشاره به فیلم ژنرال مك آرتور (فاتح ژاپن و نخستین فرمانده نیروهای سازمان ملل متحد در کره) که گری گوری بك در آن نقش ژنرال مك آرتور را بازی می کرد.م.

۱۲ و ۱۳) اشاره به فیلم The Boys from Brazil که در تهران در سال ۱۳۵۹ به مدت سه روز با عنوان «توطئه در پاراگوئه» روی صحنه بود. گری گوری بك در آن نقش Mengel را بازی می کرد.م.

۱۴) اشاره به فیلم فراریان سیاره میمونها که در تهران با عنوان «سیاره وحشی‌ها» روی صحنه آمد.م.

15) William Farish

۱۶) عمیق چیزی نیست که بتوان آن را محدود و مرز بندی کرد و اندازه اش را دقیقاً معین ساخت. آنچه که اندازه پذیر است و می توان آن را محدود و معین کرد، سطحی است.م.

۱۷) هریت مارشال مك لوهان، استاد دانشگاه تورنتو و فیلسوف کانادایی است که در سده بیستم سهم بزرگی در شناساندن رسانه ها به مردم دنیا داشته است. مك لوهان با عنوان «رسانه، خود پیام است» شعار می دهد: «شما کتاب می خوانید، من به رادیو گوش می دهم، او تلویزیون تماشا می کند، این رسانه است که ما را تغییر می دهد، این رسانه است که بر ما حکومت می کند.» مك لوهان اساس تمام تغییرات و تحولات را در وسایل ارتباطی زمان می داند، و باشناسی قدرتها و امکانات آنها را وظیفه اساسی متفکرین معاصر می شناسد. (از پیشگفتار کتاب آئینه های جیبی آقای مك لوهان، تألیف دکتر ابراهیم رشیدپور). او بر این باور است که نیکسون اگر مناظره رادیویی با کندی داشت، او را شکست می داد چرا که رادیو رسانه ای «گرم» است و تلویزیون «سرد». تلویزیون کندی جوان، پویا، خوش بیان را - که در سخنانش شکل بر محتوا می چرید - می پذیرد و رادیو نیکسون را با چهره ای نه چندان دلچسب، مغرور، و با بیانی که در آن تجربه ها و عمق معانی، جایی برای ظاهر نمی گذارد. مك لوهان می گوید که هیتلر از برکت رادیو پیشوا شد. اگر تلویزیون در آن دوران در کار بود، تصویر آن مرد تاثیر سخنانش را از بین می برد.م.

18) Bell.

19) Edison.

20) Ford.

21) Carnegie.

22) Sarnoff.

23) Goldwyn.

24) Roland Barthes.

رولان بارت (فرانسوی) از پیشگامان نقدنویسی امروز به شمار می آید. او در سال ۱۹۸۰ درگذشت.م.

\*\*\*

○ کسانی که بیشترین و ژرف ترین آثار را برحیات سیاسی معاصر ایالات متحده گذاشته اند، نه نظریه پردازان بوده اند و نه دانشجویان معترض و طرفدار مارکس. انقلابیونی که ماهیت سیاست را تغییر داده اند، رؤسای محافظه کار شبکه های بزرگ تلویزیونی بوده اند. با این ترتیب، روشن است که چرا آمریکائیان در زمره ناآگاه ترین مردم جهانند.

○ در بسیاری از نقاط جهان، انسانها فرهنگ را تسلیم مهندسان کرده اند و تکنولوژی را بیش از تاریخ، سنت ها، سیستم سیاسی، یا حتی فرزندان خود دوست دارند. چشم اندازهای افسانه ای و شگفتی آفرین گشوده شده بوسیله تکنولوژی، به اندازه ای آدمها را مجذوب و مسحور می کند که فرهنگ خود را یکسره در اختیار آن می گذارند، هر چه را از تکنولوژی زاده شود می پذیرند، و هر چه را تکنولوژی نابود کند، بی اندک حسرت و شکوه ای فراموش می کنند.

که نمایانگر مفاهیم کلی معتبری است برای مطالعه و بررسی تاثیر متقابل فرهنگ و تکنولوژی. و به عنوان نتیجه گیری مایلم بگویم که در آمریکا توجه بسیار اندکی به این ایده ها شده است و از همین روست که گم کرده راه، خود را بر روی اقیانوسی تکنولوژیکی می یابیم، بدون نقشه راهنما و بدون جهتی معین. اگر اروپاییها، برعکس ما، بخواهند این ایده ها را جدی بگیرند، بختشان برای کنترل تحول فرهنگی بسیار فزونی خواهد یافت.

پی نوشت ها:

۱) متخصص جامعه شناسی رسانه ها. استاد بخش ارتباطات در دانشگاه نیویورک.

2) Claude Julien

نویسنده و روزنامه نگار. سردبیر (۱۹۷۳)، سپس مدیر (از ۱۹۸۲ تا ۱۹۹۱) روزنامه لوموند دیپلماتیک.

3) Jean - Francois Kahn.

نویسنده و روزنامه نگار. بنیان گذار و مدیر هفتگی نامه

L'Evenement du jeudi

پیش از آن. Le Matin de Paris, Les Nouvelles Littéraires. را اداره می کرد.

4) Regis Debray

ادیب و متفکر. از سال ۱۹۶۷ تا ۱۹۷۰ به جرم هواداری از ارنستو چه گوارا در بولیوی زندانی بود. در سالهای ۸۵-۱۹۸۴ و ۸۸-۱۹۸۷ از سوی فرانسوا میتران ماموریتهایی به او واگذار شد. عضو متمیز و مخبر شورای دولتی (۱۹۸۵)، دبیرکل شورای اقیانوس آرام جنوبی (از سال ۱۹۸۶ تاکنون). کتابهای ارزنده ای از او منتشر گردیده که آخرین آنها در زمینه ارتباطات است با عنوان:

cours de médiologie général (Gallimard , 1991)

5) Gi lbert Comte

نویسنده: بازرس کل اداری. همکار پیشین روزنامه لوموند، عضو پیشین شورای عالی ارتباطات سمعی و بصری. عضو پیشین دفتر «ژان - پیرشونمان» وزیر دفاع فرانسه که در اعتراض به مداخله فرانسه در جنگ خلیج فارس استعفا کرد. مشاور نخست وزیر فرانسه (خانم ادیت کرسون) در هنگام مصاحبه با نشریه کریزیس.

۶) «منی توان کمال بشری را با کمال فنی جمع کرد. اگر یکی از این دو را می خواهیم بایست دیگری را فدا کنیم.» - «ارنست یونگر»، از سرلوحه کتاب «زنبورهای شیشه ای» (عبور از خط، ارنست یونگر، ترجمه و تقریر: دکتر محمود هومن، تحریر: جلال آل احمد) م.