

سیاستگذاری و برنامه‌ریزی ملی ارتباطی را می‌توان تدوین مجموعه‌ای از اصول و هنجارها برای رهبری رفتار نظامهای ارتباطی تعریف کرد^(۱) به دیگر سخن اصول و هنجارهایی که برای هدایت، تکوین، توزیع و کنترل ارتباطات از هر دو جنبه انسانی و تکنولوژیک به وجود می‌آید و لذا سیاست ارتباطی بیانگر رفتار حاکم فرهنگی، سیاسی و اقتصادی یک نظام مفروض است که در فرایند تمامیت ملی، مشارکت سیاسی و بسیج اجتماعی - اقتصادی نقش اساسی ایفا می‌کند. به این ترتیب به نظر می‌رسد هر نوع تدوین سیاست ارتباطی باید به دور از تقلید و کپی‌گرفتن و با لحاظ هر دو محیط پویای داخلی و بین‌المللی وضع شود. مفهوم این دو نکته اساسی این است که باید نیازها و توقعات مردم و همچنین محدودیتها و امکانات کشور را در قیاس با امکانات سایر کشورها در نظر گرفت. این امر بیشتر از این جنبه اهمیت دارد که کشورهای توسعه‌یافته همواره می‌کوشند پیش‌شرطهایی را برای جهانی شدن و جهانی‌سازی کشورها از طریق نهادهای بین‌المللی نظیر بانک جهانی و یا صندوق بین‌المللی پول (IMF) به کشورهای در حال توسعه تحمیل کنند. بنابراین، سیاستهای ارتباطی مجموعه کاربردهای آگاهانه و عمدی برای تامین نیازهای ارتباطی از طریق حداکثر استفاده از منابع انسانی و فیزیکی جامعه است؛ اقداماتی لازم و ضروری در جهت تاسیس و کاربرد نظامهای ارتباطی همبسته و کارا که می‌تواند همیشه ضامن استقلال سیاسی و اقتصادی باشد، ضامنی که در صورت تغذیه نظام ارتباطی از بیرون، به شدت آسیب‌پذیر است. چنین دغدغه‌هایی از دهه هفتاد که بحثهای مربوط به نظامهای ارتباطی اوج گرفت و یونسکو ترغیب سیاستگذاری ارتباطی را در دستور کار خود قرار داد، عملاً دهه هشتاد را به دهه گمشده (LOST DECADE) کشورهای روبه توسعه تبدیل کرد و علیرغم تغییر شکلهایی که در عرصه‌های نظری پدید و جنبه‌های سیاسی - اجتماعی آن رخ داد، هنوز هم مطرح است (MEHMET 1995, WATERS 1995). نگره ارتباطی در دهه ۱۹۹۰ دستخوش تغییراتی شد و با این تغییرات پای به هزاره سوم گذاشت.

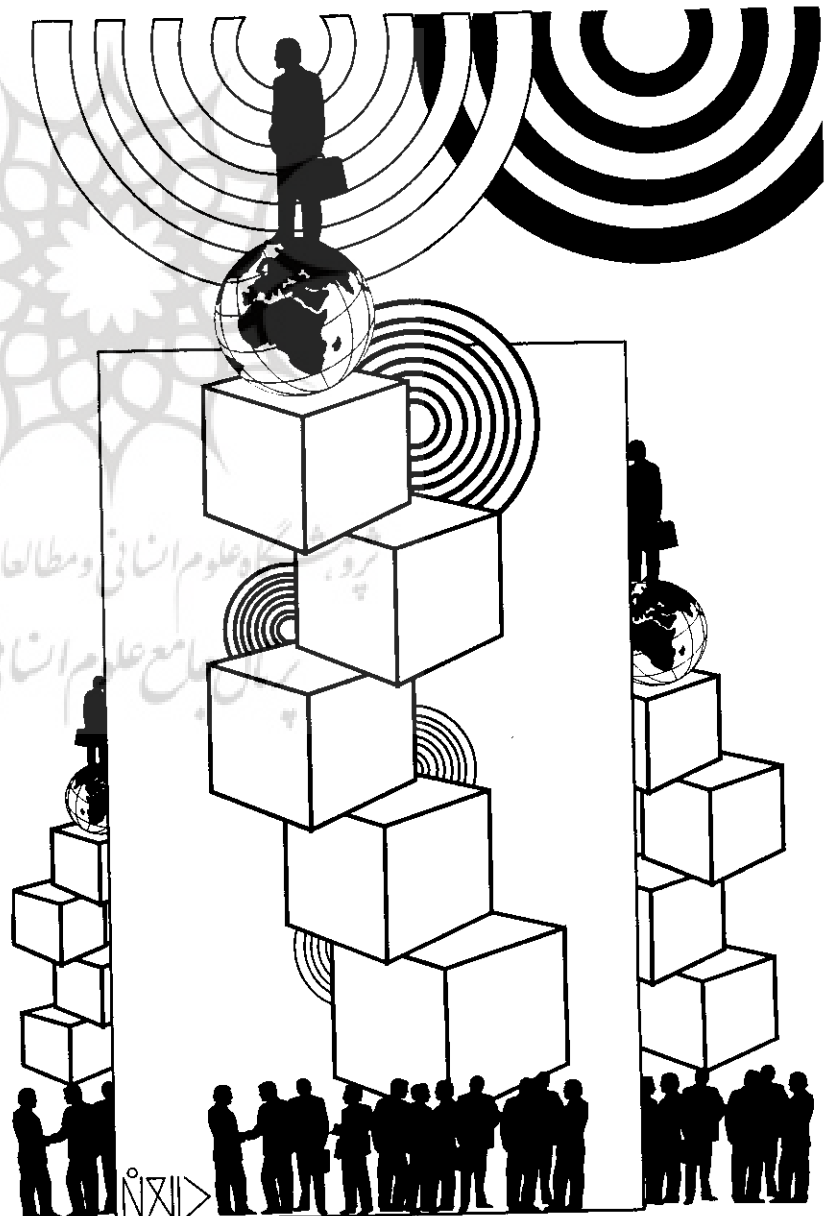
پیشینه تاریخی

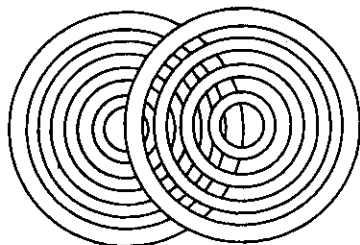
مطالعه بحث‌انگیز دانیل لرنر (DANIEL LERNER) در زمینه نوگرایی در خاورمیانه

توسعه و ارتباطات در هزاره سوم

• یونس شکرخواه: روزنامه‌نگار، مدرس

دانشگاه و دانشجوی دکتری ارتباطات





(۱۹۵۸) تحت عنوان «گذر از جامعه سنتی، نوسازی خاورمیانه»^(۲) که بر مبنای تحقیقات سالهای ۴-۱۹۵۱ در ایران، ترکیه، مصر، سوریه، لبنان و اردن تهیه شد با تاکید بر عوامل سه گانه «تغییر رفتار فردی»، «عوامل ارتباطی (تبدیل ارتباطات شفاهی سنتی [محدود] به ارتباطات رسانه‌ای [گسترده] و «شاخصهای نوسازی و زمینه‌های آن» (توسعه شهرنشینی، گسترش سوادآموزی، در معرض رسانه قرار گرفتن و مشارکت سیاسی و اقتصادی) تلاش کرد تا ارتباطات را در راه نوسازی به کار بگیرد.

علاوه بر لرنر دو سال بعد اورت ام. راجرز (EVERETT M. ROGERS) با کتاب نشر نوآوری (DIFFUSION OF INNOVATION) که مبتنی بر «قوانین تقلید» [گابریل تارد] بود، نیز به کمک اندیشه نخست آمد. او با مدل پنج پایه‌ای خود [دانش، ترغیب، تصمیم، کاربرد و هموایی] شرط موفقیت نوآوری را صرفاً پخش پیام از رسانه نمی‌داند، بلکه خواستار ایجاد کارگزاران ارتباطی می‌شود. مدل او بر ترویج کشاورزی استوار است. راجرز در واقع تلاش کرد به جای تاثیر عمیق و قدرتمند وسایل ارتباطی یعنی مدل موسوم به «تاثیرات پرشدت» بر توسعه (POWERFUL EFFECTS) از مدل تاثیرات کم شدت (LIMITED EFFECTS) حمایت کند. به طوری که تحقیق «فیر» (J.E FAIR)^(۳) نشان می‌دهد از مجموع ۱۲۴ پژوهشی که طی سالهای ۱۹۵۸ (سال نشر کتاب لرنر) تا سال ۱۹۸۶ در زمینه ارتباطات و توسعه صورت گرفته است یا بر تئوری تاثیرات پرشدت و یا بر تئوری تاثیرات کم شدت رسانه‌ها تاکید شده است. غلبه دیدگاه‌های غربی بر این پژوهشها از دیگر سو نشان‌دهنده یک مسیر سه مرحله‌ای دیگر است: مسیحی‌سازی (CHRISTIANIZATION)، غربی‌سازی (WESTERNIZATION) و مدرنیزاسیون (MODERNIZATION)^(۴).

تحقیق «همنت شاه» (HEMANT SHAH) و «جوانان فیر» در ارتباط با تحقیقات به عمل آمده در سالهای ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۶ نشان می‌دهد از مجموع ۱۲۶ تحقیق این دوران، ۳۴/۱ درصد تحقیقات بر حرکت از «سنت به مدرنیسم» ۲۲/۲ درصد مبتنی بر نگرشهای مدرن، ۱۵/۱ درصد بر اساس «تامین نیازهای اولیه»، ۱۵/۱ درصد بر «خوداتکایی»، ۱۶/۳ درصد بر «ارتقای سطح زندگی» و ۱۶/۳ درصد دیگر نیز بر «همگرایی ملی» تاکید داشته‌اند و به این ترتیب به نظر

- برنامه‌ریزی بلندمدت با اهدافی بسوی توزیع برابر قدرت ارتباطی در آینده جامعه؛
- برنامه‌ریزی جامع با در نظر گرفتن همه جنبه‌های نظام ارتباطی در چارچوب گسترده‌تر سیاسی - اجتماعی جامعه؛
- ارتباطات حمایتی توسعه‌ای در راستای ترغیب مشارکت مفید در پروژه‌ها برای تامین اهداف پروژه؛
- ارزیابی و انتقال تکنولوژی بویژه نوآوری در عرصه‌هایی چون ماهواره‌های ارتباطی، تلویزیون کابلی، ارتباطات دوربرد کامپیوتری و ماهواره‌ای؛
- کنترل مقررات و پیامدهای حقوقی و نهادهای آن؛
- نگرشهای هنجاری و معطوف به هدف که در آن سیاستهای مربوط به اهداف اطلاع‌رسانی در گسترش دیدگاههای سیاسی و فرهنگی مردم از طریق برنامه‌های آئرناتیو و انتقادی نقش حیاتی ایفا می‌کند؛
- اقتصاد اطلاعاتی که نقش بخش اطلاعاتی اقتصاد را در رشد سایر بخشهای اقتصادی تعریف و تعیین می‌کند؛
- نگرش همگرا برای دستیابی به روش‌شناسی متحد و جامع.

از دیدگاه مولانا مجموعه منابع ارتباطی که می‌توانند در اختیار هشت گرایش فوق قرار گیرند به سه گروه تقسیم می‌شوند:

- ۱ - ارتباطات سنتی و تعامل بین فردی؛
- ۲ - وسایل ارتباط جمعی و دوربرد سنتی؛
- ۳ - تکنولوژیهای مدرن و تکنولوژیهای فضاپایه. وی که در عین حال تاثیرات عوامل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و تکنولوژیک را بر برنامه‌ریزیهای ارتباطی نادیده نمی‌گیرد معتقد است پیش‌شرط هر حرکت برای برنامه‌ریزی ارتباطی، لحاظ کردن کانالهای سنتی و بومی ارتباطی در هر برنامه مفروض ارتباطی است. دکتر مولانا، در واقع با این دیدگاه به نفی آن دسته از برنامه‌های ارتباطی می‌پردازد که توسعه را با واردات تکنولوژیهای نوین برابر می‌گیرند.

در بررسی پیشینه تاریخی این بحث باید به نظرات «ویلبور شرام» (WILBUR SCHRAMM) (۱۹۶۴) نیز اشاره داشت.

از دیدگاه شرام بدون ابزارهای قابل و موثر ارتباطی نمی‌توان به توسعه اجتماعی و اقتصادی رسید. البته همین شرام (در سال ۱۹۷۲) به اتفاق راجرز معترف شد که مدل غربی توسعه بخشی

هر برنامه‌ریزی ارتباطی پر قدرت باید تکلیف خود را با نئولیبرالیسم معاصر مشخص سازد. تجارت آزاد، جهانی‌سازی و فراملی‌گرایی سه ضلع این فلسفه سیاسی را شکل می‌دهد.

طبقه مجازی نه در تعقیب یقه‌آبی‌ها (کارگران) و نه در تعقیب یقه‌سفیدها (کارمندان) است، بلکه یقه‌طلایی‌ها را می‌جوید، کسانی که تخصص خود را بدون مهاجرت از طریق اینترنت می‌فروشند.

می‌رسد که برنامه‌ریزی ملی برای دستیابی به توسعه کماکان از ظیفی وسیع و متضاد برخوردار است.^(۵) ضرورت توجه به موضوع برنامه‌ریزی حتی ۱۶٪ تحقیقات آتی را هم به خود اختصاص داده است و به این ترتیب چنین تمایلهای و گرایشهایی بیانگر آن است که دست‌اندرکاران ارتباطات کماکان نمی‌توانند موضوع برنامه‌ریزی را نادیده بگیرند و موضوع برنامه‌ریزی دیگر تنها یک موضوع جهان سومی به حساب نمی‌آید، بلکه اکنون به مسئله اعضای بلوک شرق سابق و به کشورهای حاشیه‌ای خود غرب نیز تبدیل شده است و جالب اینجاست که این رویکرد بخش اصلی خمیرمایه خود را به نقد فرمولهای غربی توسعه اختصاص داده است که ادبیات پست مدرنیستی نیز بخشی از آن را تشکیل می‌دهد. علیرغم این تحقیقات، دکتر حمید مولانا بر این باور است که اگرچه در دهه گذشته تحقیقات بیشتری در عرصه‌های ارتباطی صورت گرفته است اما سهم تحقیقات مربوط به برنامه‌ریزی ارتباطی هنوز اندک، منقطع و ناپیوسته است. او برای سیاستگذاری و برنامه‌ریزیهای ارتباطی هشت گرایش را شناسایی می‌کند.^(۶)

لرنر در حضور خود لرنر و شراب در دانشگاه هاوایی انتقاد به عمل آورد.

آلن ولز مولف کتابی به نام امپریالیسمی به نام جعبه تصویر (مطالعه‌ای پیرامون آمریکای لاتین) و همچنین لوئیس رامیرز بلتران (کلمبیا) انتقادات مشابهی از نقش وسایل ارتباط جمعی در عقب نگهداشتن ملت‌ها به عمل آوردند. آرماند ماتلار (بلژیک) نیز از نقش فراملی‌ها در آمریکای لاتین پرده برداشت و در همین حال هربرت شیلر هم به نشر آثار انتقادی در این زمینه همت گماشت. به تعبیر شیلر الگوهای ارتباطی در سه ژانر نظریه‌های مسلط (لرنر و راجرز)، نظریه‌های مصلحتی (انتقادات صوری راجرز از لرنر) و نظریه‌های رادیکال (ضدسلطه‌گری و ضددکترین ادعایی جریان آزاد اطلاعات) قابل طبقه‌بندی است.

از دیگر سو سازمان یونسکو نیز در کنار

دیدگاه سروائس (SERVAES) جریان آزاد اطلاعات چیزی جز ترجمه سیاست ارتباطی پارادایم مدرنیسم نیست. جریان آزاد اطلاعات که از سال ۱۹۴۵ به دکنترین غرب به سرکردگی آمریکا تبدیل شد و ابتدا چهره‌ای فردی و مشی لیبرالی از خود بروز می‌داد و بعدها به پایه تئوری رسانه‌های آزاد (FREE PRESS) تبدیل شد، هنوز اصلی‌ترین سیاست بین‌المللی ارتباطی دولتها و شرکتهای فراملی غربی را شکل می‌دهد. به دولتهای غربی و فراملی‌های آنان می‌توان نخبگان غربگرای جهان سومی را نیز افزود. این دیدگاه سپس از سوی جهان سومی‌ها و دیگران تحت‌عنوان جریان آزاد و متوازن اطلاعات (FREE AND BALANCED FLOW OF INFORMATION) به مبارزه فراخوانده شد. «چودری عنایت‌الله» (از بنگلادش) در سال ۱۹۷۵ برای نخستین بار از الگوی نوگرایی دانبل

ارتباطات خوب کار نکرده و باید مفهوم توسعه را بازبینی کرد و آن را در یک قالب فرایند بزرگ مشارکتی تغییرات اجتماعی در یک جامعه دید (1972.P.225). البته عده‌ای چون «هربرت شیلر» این اعتراضهای شراب و راجرز را مصلحتی قلمداد کرده‌اند. در این روند می‌توان به آرای «هودسن» (HUDSON, 1974) نیز اشاره کرد. او بر انتقال مسئولیت از دوش آموزش‌دیدگان خارجی بر دوش مردم تاکید می‌ورزد.

از دیگر سو هربرت شیلر (HERBERT SCHILLER) (۱۹۸۹) تاکید می‌کند که: «اینکه فکر کنیم ابزارهای دوربرد ارتباطی نابرابریهای بومی و جهانی را می‌زدایند، یک اشتباه است.» (۷)

در یک چارچوب گسترده‌تر و کلان‌تر می‌توان به موضوع جریان آزاد اطلاعات (FREE FLOW OF INFORMATION) اشاره کرد. از

جدول شماره یک

مدل کثرت‌گرا (از پایین به بالا)	مدل سلطه‌ای حاکم (از بالا به پایین)	
گروه‌ها و منافع رقیب در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی	طبقه حاکم یا نخبگان مسلط	منبع اجتماعی
تنوع و استقلال، مصلحت‌گرا، افقی و برابری طلب	ساختار انحصاری، سلسله مراتبی، بوروکراتیک و یکدست	ساختار رسانه‌ای
خلاق، آزادانه و اوریژینال	استاندارد، روتین و تحت‌کنترل	تولید
متنوع، مبتنی بر تبادل افکار و طبق خواست عموم	گزینشی و از بالا به پایین	محتوا و ایدئولوژی
فعال، اهل واکنش، دارای انسجام بخشی و گروهی	وابسته، منفعل و غیرسازمان‌یافته	مردم
چندوجهی، غیرقابل پیش‌بینی و ناپیوسته	تائید نظم موجود و حاکم	تاثیرات

SOURCE: TEHRANIAN (1979,P.123)

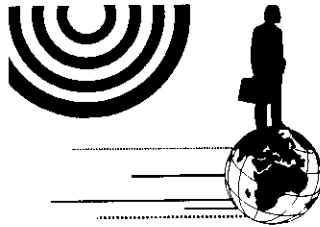
جدول شماره ۲

اهداف توسعه از پایین (مردم)	اهداف توسعه از بالا (دولت)
انتخاب و آزادی فردی	امنیت و قدرت ملی
تحرك اجتماعی	بسیج اجتماعی
همبستگی و هویت پاره‌ملی (اقوام و گروه‌های اقلیت)	اتحاد، همگرایی و هویت ملی
توزیع درآمد و عدالت اجتماعی	رشد اقتصادی (افزایش درآمد ملی)
مشارکت سیاسی	اجتماعی‌سازی سیاسی
حقوق عمومی و مصرف	حق مالکیت و تجارت
فرصتهای حرفه‌ای و آموزشی	پیشرفت حرفه‌ای و آموزشی
دسترسی به اطلاعات	کنترل اطلاعات
حقوق اقلیت	حاکمیت اکثریت
خودمختاری محلی و منطقه‌ای	سمت‌گیری و کنترل مرکزی
خلایت فرهنگی و هنری (همراه با اپوزیسیون)	سمت‌گیری هنری و فرهنگی (و در مواقعی همراه با سانسور)
آزادی هنری و فکری	کنترل فرهنگی و ایدئولوژیک

SOURCE: TEHRANIAN (1979,P.123)

سال پیش از تدوین اولین برنامه هفت ساله ایران^(۸) و یا گروه هاروارد نیز در سال ۱۳۳۷ به ایران آمده و به اعتراف خود آنها در بین این گروه که همه کارشناس اقتصاد بوده‌اند حتی یک جامعه‌شناس که شرایط بومی ایران را درک کند، وجود نداشته است. در هر صورت در این نیم قرن برنامه‌ریزی ارتباطی هرگز بر این برنامه‌ها غلبه نداشته و حتی اکنون نیز این برنامه‌ها سختی با مفهوم جامعه اطلاعاتی (INFORMATION SOCIETY) ندارند و کماکان فاکتورهای اقتصادی و سیاسی بر آنها غلبه دارد. آنچه در این برنامه‌ها مورد تأکید بوده عمدتاً «توسعه ارتباطات» (COMMUNICATIONS DEVELOPMENT) و نه ارتباطات توسعه (ارتباطات توسعه‌بخش) (DEVELOPMENT COMMUNICATION) بوده است. بررسی سه برنامه پس از انقلاب نیز از همین پدیده حکایت می‌کند. تأکید در این سه برنامه نیز از نوع تأکیدات سخت‌افزاری است که در قالب چندین پاراگراف عرضه می‌شوند. حال آنکه همانگونه که ذکر شد در شرایط کنونی جهانی و دوران موسوم به سایبراسپیس (CYBERSPACE) که در حال ورود به مرحله هایبراسپیس (HYPER CYBERSPACE) است برنامه‌ریزی برای ارتباطات در جهت کمک به توسعه جایگاه رفیع و غلبه‌کننده‌ای را که در واقع حکم روح برنامه را دارد به خود اختصاص می‌دهد. رویکرد مبتنی بر «ارتباطات توسعه» می‌تواند به رفع گرفتاریهای آموزشی، بهداشتی، محیط‌زیستی، جمعیتی، کشاورزی و سیاسی کمک کند. در اینجا توجه به مقدمه قانون اساسی در باب وسائل ارتباط جمعی ضرورت دارد: «وسائل ارتباط جمعی بایستی در جهت روند تکاملی انقلاب اسلامی در خدمت اشاعه فرهنگ اسلامی قرار گیرد و در این زمینه از برخورد سالم اندیشه‌های متفاوت بهره جوید و از اشاعه و ترویج خصلت‌های تخریبی و ضداسلامی جدا پرهیز کنید».

آیا تأمین چنین اهداف بزرگی با تصویب چند بند در برنامه توسعه امکان‌پذیر است؟ آیا این امر نیاز به تصویب مفهوم «حق ارتباط» ندارد؟ آیا نباید زمینه‌های تحقق اهداف چهار سطح ارتباطات جمعی، ارتباطات دوربرد، ارتباطات کامپیوتری و زیرساخت‌های ارتباطی سنتی در ایران از پشتوانه اجرایی در برنامه‌های توسعه برخوردار شوند؟ نقش مطبوعات، رادیو،



آلین تافلر، بیل گیتس، نیکلاس پونته، جان کیچ، ادوارد فاینگناوم و... نوک کوه
بخ طبقه مجازی هستند.

نطق ابراهام لینکلن در سال ۱۸۶۳
دو هزار مستمع داشت، اما ترور جان اف کندی درصد سال بعد ظرف ۲۴ ساعت به ۲/۵ جمعیت جهان یعنی به دو میلیارد نفر رسید و این در حالی بود که سقوط دیوار برلین را ۴/۲ جمعیت جهان یعنی چهار میلیارد نفر به طور زنده تماشا کردند.
برنامه موسوم به زیرساخت جهانی اطلاعاتی (GIT) را که آمریکایی‌ها بانی آن هستند، می‌توان بزرگترین برنامه‌ریزی ارتباطی معاصر قلمداد کرد.

تاکنون بیش از نیم قرن می‌گذرد. در همین مدت به غیر از هفت برنامه مصوب دو برنامه نیز در مرحله طراحی متوقف شد و امکان تصویب و اجرا را نیافت. یکی از این برنامه‌ها، برنامه ششم (۶۱-۱۳۵۷) بود و دیگری برنامه اول توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۶۶-۱۳۶۲) تا پیش از پیروزی انقلاب اسلامی از آنجایی که ثقل قدرت نظام پهلوی در خارج از ایران بود (عدم پایگاه مردمی) برنامه‌های توسعه نیز به جای آنکه در خدمت مردم باشد، مردم را به خدمت می‌گرفت. شاید بتوان گفت این برنامه‌ها به‌بار می‌نشست اما میوه‌های آن متعلق به بیگانگان بود. گروه مشاوران بیگانه یعنی «هاروارد» تا پیش از برنامه سوم در ایران بوده است و حتی بعد از آن نیز برنامه‌ها اگرچه توسط ایرانیان، اما تحت تأثیر همان تفکر نوشته شده است. شرکت‌هایی نظیر «مورینس نودسون» یا «توسعه ماورای بحار» از جمله شرکت‌هایی بوده‌اند که در تنظیم برنامه‌های توسعه ایران نقش داشته‌اند و حتی افراد شرکت مورینس نودسون در هفتم دیماه ۱۳۲۵ به ایران آمده‌اند (یعنی دو

جنبش غیرمتمهدها در زاویه‌ای رادیکال علیه توسعه غربی موضع گرفت و به این ترتیب بود که مبانی نظری ارتباطات توسعه در دو چارچوب نظریه‌های خوش‌بینانه و نظریه‌های انتقادگرا قابل طبقه‌بندی شد.

در اردوگاه خوش‌بینانه نظریه‌هایی چون رشد اقتصادی و نظریه نوسازی و در اردوگاه انتقادگرا نظریه‌های برخاسته از مارکسیسم ارتدوکس و نظریه‌های جهان سومی و نومارکسیستی از نوع مکاتب فرانکفورت و بیرمنگام پا گرفت و افرادی نظیر گوتتر فرانک، جیمز هابسن، رودلف هیلفر دینگ، رزا لوکزامبورگ، لنین، پل باران، پل سوئیزی، والراشتاین، گرامشی، آدرنو، هابرماس، فوکو، بودریار، دریدا و... آرای رادیکال خود را مطرح ساختند.

علی‌القاعده آرای دست راستی‌ها یعنی افرادی چون لرنر، شرام، اتی‌یل دسولاپول (ترویج‌کننده آمریکایی‌ها) و افراد دیگری چون تالکو پارسونز، الیهو کاتز و کارل دوچ که عمدتاً بعد از جنگ جهانی دوم آرای خود را مطرح کردند و از جنبه اقتصادی دنباله‌رو نظریه رشد اقتصادی و از جنبه اجتماعی و سیاسی هم پیرو نظریه‌های نوسازی، تغییر اجتماعی و توسعه سیاسی بودند، برخاسته و الهام‌گرفته از آرای چهره‌هایی نظیر منتسکیو، ماکس وبر، اسپنسر، آگوست کنت و سن سیمون بود.

در هر صورت، در یک جمع‌بندی از پیشینه تاریخی بحث می‌توان گفت؛ مدل‌های توسعه غربی متمرکز بر ارتباطات به عنوان مثال در آمریکای لاتین - زادگاه نظریه وابستگی - به مداخله و حاکمیت سرمایه‌داری جهانی و یا در ایران به انقلاب علیه مدرنیته تزریقی دانیل لرنر انجامید.

در این مدل‌ها حق ارتباط نادیده گرفته شده است. جداول یک و دو، تفاوت مدل‌های حاکم و کثرت‌گرا و همچنین تفاوت دیدگاه‌های مردم و دولتها را در قبال نظام‌های ارتباطی به مثابه محصول برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذارهای ارتباطی نشان می‌دهد:

سهم ارتباطات در برنامه‌های عمرانی ایران
سهم ارتباطات در برنامه‌های عمرانی ایران متأسفانه ناچیز است درحقیقت شاید بتوان گفت از هفت برنامه‌ای که تاریخ اقتصادی ایران ظرف نیم قرن گذشته به خود دیده است کمترین سهم به ارتباطات اختصاص داشته است. درحقیقت از تصویب اولین برنامه ایران (۲۶ بهمن ۱۳۲۷)

برنامه‌ریزی بلندمدت دارد و در واقع با به خدمت گرفتن تجارب مارکسیستی در قبال ابزارهای تولید از مفهوم «فرایند کار» (LABOUR PROCESS) به مفهوم پردازش کار (PROCESSING OF LABOUR) رسیده است و به دیگر زبان توانسته است مفهوم فیزیکی کار را به مفهوم ذهنی کار تبدیل کند (بخاطر نیل به جامعه اطلاعاتی).

«طبقه مجازی» می‌داند در جهان «جوامع اطلاعاتی» و یا «تله‌ماتیک» (TELEMATIC) تجارت آزاد الکترونیک و یا تکنولوژیهای «سایبراسپیس» باعث شده‌اند تا «نیروی کار» دیگر محور فعالیت‌های تجاری و سیاسی نباشد و این تکنولوژی است که تنها عامل تولید است.

(GIT) INFORMATION INFRASTRUCTRE رنگ باخته است. اکنون این ادعا به شدت مطرح است که دوران برنامه‌ریزیهای بلندمدت به سرآمده و فروپاشی شوروی از عصر موسوم به «دوره پس از فرمان» (POST-COMMAND ERA) خبر می‌دهد و شتاب تحولات ارتباطی نیز توفانی از اسطوره‌های تکنولوژیک را به پا کرده است، به نحوی که نهادهای رسانه‌ای اکنون خود به شرکتهای بزرگ تجاری تبدیل شده و جایگاهی‌ها در قدرت ایجاد کرده‌اند که به شکل تازه‌ای از قدرت که «قدرت نمادین» (SYMBOLIC POWER) نامیده می‌شود انجامیده است (جدول شماره ۳)

(جدول شماره ۳)

شکلها (FORMS)	منابع (SOURCES)	نهادهای پارادایماتیک
قدرت اقتصادی <td>مالی و مادی <td>PARADIGMATIC INSTITUTIONS</td> </td>	مالی و مادی <td>PARADIGMATIC INSTITUTIONS</td>	PARADIGMATIC INSTITUTIONS
قدرت سیاسی <td>اقتدار</td> <td>نهادهای اقتصادی</td>	اقتدار	نهادهای اقتصادی
قدرت قهریه (بویژه نظامی) <td>نیروهای مسلح و فیزیکی <td>نهادهای سیاسی (نظیر دولت)</td> </td>	نیروهای مسلح و فیزیکی <td>نهادهای سیاسی (نظیر دولت)</td>	نهادهای سیاسی (نظیر دولت)
قدرت نمادین <td>ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی <td>ارتش، پلیس، زندان و سایر نهادهای مبتنی بر قدرت قهریه</td> </td>	ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی <td>ارتش، پلیس، زندان و سایر نهادهای مبتنی بر قدرت قهریه</td>	ارتش، پلیس، زندان و سایر نهادهای مبتنی بر قدرت قهریه
		نهادهای فرهنگی و صنایع رسانه‌ای

SOURCE: THE MEDIA AND MODERNITY, A SOCIAL THEORY OF THE MEDIA, JOHN B. THOMPSON. POLITY PRESS. 1995. UK.

«طبقه مجازی» اکنون دیگر مترصد شکار یقه‌آبی‌ها (کارگران) و یقه‌سفیدها (کارمندان) نیست. این طبقه به دنبال «یقه‌طلایی‌ها» (GOLD COLLARS) می‌گردد، به دنبال آنان که بدون مهاجرت، تخصص خود را از طریق اینترنت به جوامع اطلاعاتی می‌فروشند.

طبقه مجازی فقط به تولید مجازی نمی‌اندیشد، این طبقه می‌کوشد فرهنگ سایبر (CYBER CULTURE)، «هنر سایبر» (CYBER ART) و حتی «جنگ سایبر» (CYBER WAR) به راه اندازد. بنابراین شاید حق با مک‌لوهان باشد که گفت: رسانه همان پیام است.

اما امروز باید پرسید: پیام چیست؟ هر برنامه توسعه‌ای که پیام را تعریف نکند اسیر فرایند مجازی شدن «طبقه مجازی» خواهد شد، اسیر امپریالیسم ارتباطی. اسیر طبقه‌ای که ما فقط نوک کوه یخ آن را در قالب «آلویین و هایدی تافلر»، «بیل گیتس» غول کامپیوتر، «نیکلاس پونته» کشیش تکنو-مذهب، «جان کیچ» موسیقیدان و ادوارد فایگنباوم (کامپیوترشناس) و... می‌بینیم. کسانی که در واقع سخنگویان انقلاب الکترونیک

مشکل تازه دیگر قدرت پدیده موسوم به «پان‌کاپیتالیسم» و «طبقه مجازی» است که اینک در صدد کسب جایگاه ابدی زمامداری جوامع اطلاعاتی است، طبقه‌ای که پرولتاریا را به کگنیتاریا (COGNITARIA) تبدیل کرده است [فکر کار در برابر فکر سالار - پرولتاریا در برابر سرمایه‌دار].

طبقه مجازی در صدد است تا از حالت گذار تکنولوژیهای نوین ارتباطی (NEW COMMUNICATION TECHNOLOGIES) [NCT] به تکنولوژیهای نوین دوسویه ارتباطی (NEW INTERACTIVE COMMUNICATION TECHNOLOGIES) [NICT] - که پایه تحولات نوین هستند - بیشترین بهره را ببرد.

طبقه مجازی علیرغم حمله بی‌سابقه به هر نوع برنامه‌ریزی بلندمدت و علیرغم حمله همه‌جانبه به دولت‌ها برای جانداختن نظریه خصوصی‌سازی که به خصوص با فروپاشی شوروی به آن شدت بخشیده و عامل نابودی شوروی را تکیه به «برنامه‌ریزی بلندمدت» معرفی می‌کند، خود بیشترین تکیه را بر

تلویزیون، تغییرات مخاطبان و تحولات پس از انقلاب و... چقدر در برنامه‌های توسعه پرنرگ است؟ ممیزه‌های مکتب ارتباطی ایران انقلابی با مکاتبی چون شیکاگو، فرانکفورت، بیرمنگام، تورنتو، رم و یا مکاتب سلطه‌ستیز و اقتصاد سیاسی در چیست؟ مرزهای ارتباطی ما با آینده‌گرایان (FUTURISTS) کجاها نزدیک و کجاها دور می‌شود؟ تأمین اهداف اصل ۱۵۴ قانون اساسی مبنی بر حمایت از مبارزات حق طلبانه مستضعفان در برابر مستکبران در هر نقطه از جهان چه رویکرد ارتباطی بین‌المللی را طلب می‌کند؟

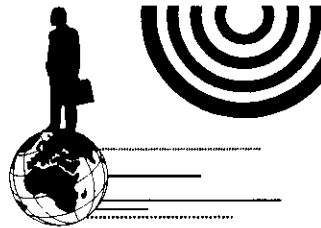
با این تفصیلات تنها در یک مورد و آن هم در برنامه ششم توسعه (غیرمصوب) است که اهداف این برنامه در قسمت ارتباطات با عبارت «پشتیبانی ارتباطی از برنامه توسعه در ایران» مواجه می‌شویم و همینطور با عبارت «حق ارتباط» که به نظر می‌رسد این عبارات هم تحت‌تأثیر فعالیت‌های یونسکو در این زمینه بوده است چرا که در همین سال ۱۹۷۶ (۱۳۵۶) کمیسیون منطقه‌ای سیاستگذاری ملی ارتباطات در ایران تشکیل شده بود و باز در همین سال است که ایران در اجلاس یونسکو (مالزی) شرکت می‌کند و قرار می‌شود برنامه ملی ارتباطی ایران برای یونسکو ارسال شود و این در حالی است که یونسکو از آغاز دهه هفتاد در این زمینه فعال شده بود به طوری که تعریف سیاست‌های ارتباطی را هم در اجلاس ۱۹۷۲ مشخص کرده بود. اقدام دوم یونسکو در این عرصه انتشار کتابهای مربوط به سیاست‌های ارتباطی و اقدام سوم برگزاری کنفرانسهای منطقه‌ای درباره ارتباطات بود. تشکیل «کمیسیون مک‌براید» نیز گام چهارم در این زمینه به حساب می‌آید که حاصل فعالیت آن در سال ۱۹۸۰ به انتشار اثر معروف «یک جهان، چندین صدا» انجامید که انتشارات سروش در ایران نیز به ترجمه آن همت گماشت.

تغییرات ارتباطی

در هر صورت اکنون عبارت سیاست‌های ملی ارتباطی از فرهنگ یونسکو و سازمان‌های مشابه آن رخت بر بسته است و همه چیز در سایه شعارها و عباراتسی نظیر جهانی‌سازی (GLOBALIZATION)، خصوصی‌سازی (PRIVITIZATION) و یا زیرساخت اطلاعاتی جهانی (GLOBAL

[NII] آغاز کردند طبق این برنامه که محصول دولت بیل کلیتون است، سراسر آمریکا باید به زیرساخت اطلاع‌رسانی مجهز شود و به زبان بهتر، شهرهای آمریکا باید همه در مسیر بزرگراه‌های ارتباطی دیجیتال قرار بگیرند. برنامه «زیرساخت ملی اطلاع‌رسانی» کلیتون در واقع شبیه طرح چهل سال پیش آیزنهاور است. او کوشید تا از طریق جاده‌سازی و احداث بزرگراه‌ها قدرت جابجایی در آمریکا را در راستای اهداف تجاری، سیاسی و امنیتی تامین کند و حالا کلیتون همین پروژه را در قالب «ابزرگراه‌های اطلاعاتی دیجیتال» به دست «ال‌گور» سپرده است اصطلاح GORETECH که آمیزه‌ای از دو واژه ال‌گور و تکنولوژی است و اکنون به یک واژه تازه در قاموس دهکده جهانی تبدیل شده است، از اهمیت این پروژه خبر می‌دهد. آمریکایی‌ها پس از تامین اهداف NII به GII روی آوردند (GLOBAL INFORMATION INFRASTRUCTURE) تا همان پروژه ملی خود را به پروژه‌ای جهانی تبدیل سازند: «زیرساخت جهانی اطلاع‌رسانی». نشستهای ماهیانه ال‌گور با سران «دره سیلیکون» [مغز دیجیتال معاصر آمریکا] نشانه‌ای دیگر بر اهمیت پروژه GII در هزاره سوم است.

از دیدگاه کاخ سفید و کارشناسان ارتباطی آمریکا، ارتباطات دوربرد، صنایع اطلاع‌رسانی و بخشهای دست‌اندرکار تکنولوژیهای اطلاع‌رسان، موتورهای توسعه و رشد اقتصادی جهان را تشکیل می‌دهد و لذا به همین دلیل است که در GII از دولتهای جهان به صراحت خواسته شده است تا بخش خصوصی وارد عرصه ارتباطات شود و محیطهای قانونگذاری برای ورود بخش خصوصی انمط‌پذیر شوند. این توصیه‌های ارتباطی در هزاره سوم متضمن چه مفاهیمی است؟ دولتها تنها سپر ملتها در برابر «دکترین جریان آزاد اطلاعات» (آمریکا) هستند و در واقع حاکمیت‌های ملی اصلی‌ترین چالش دکترین مزبور به حساب می‌آیند و تنها جریانی که می‌تواند این سپر را از دولتهای مستقل بگیرد، جز بخش خصوصی کس دیگری نیست. خصوصی‌سازی ارتباطی جز ضمیمه‌سازی امکانات کشورها به مایملک «طبقه مجازی» هیچ مفهوم دیگری ندارد. قانونگذاری منعطف نیز که یکی از پنج پایه GII را شکل می‌دهد در واقع از انتقال ثقل تصمیم‌گیری از سطح ملی به سطح بین‌المللی (با پارادایم خصوصی‌سازی و جهانی‌سازی) خبر می‌دهد.



نگره از تباطی در دهه ۱۹۹۰ دستخوش تغییر شد و با این تغییر پای به هزاره سوم گذاشت.

در هر پنج برنامه توسعه قبل از پیروزی انقلاب اسلامی و همچنین در سه برنامه توسعه پس از پیروزی انقلاب تا کیدها نه بر «ارتباطات توسعه» بلکه بر «توسعه ارتباطات» متمرکز بوده است. حال آنکه در شرایط کنونی جهانی و دوران موسوم به «هایپراسپیس» روح برنامه‌های توسعه را پدیده «جامعه اطلاعاتی» شکل می‌دهد.

- ترغیب به سرمایه‌گذاری بخش خصوصی؛
 - ارتقای رقابت؛
 - ایجاد دسترسی آزاد به شبکه‌ها و خدمات برای کاربران و فراهم‌آوردگان اطلاعات؛
 - ایجاد محیط انعطاف‌پذیر قانونگذاری که بتواند همگام با تغییرات سریع تکنولوژیک و بازار حرکت کند؛
 - تضمین سرویس‌دهی جهانی.
- از این پنج پایه که در بیانیه بوئنس آیرس پیرامون توسعه ارتباطات دوربرد جهانی برای قرن بیست‌ویکم گنجانده شد، چنین استنباط می‌شود که اطلاعات اصلی‌ترین نیروی شکل‌دهنده به اقتصاد جهانی در هزاره سوم است. اطلاعات در این هزاره بیش از آنکه مایه‌ای انسانی داشته باشد، از روحیه‌ای تجاری و تملک‌جویانه برخوردار خواهد بود و این یک زنگ خطر برای نظامهای ملی و مستقل است.
- آمریکایی‌ها برای آنکه هزاره سوم را از جنبه ارتباطی از آن خود سازند، یک برنامه‌ریزی ملی ارتباطی را در آمریکا تحت‌عنوان «زیرساخت ملی اطلاع‌رسانی» (NATIONAL INFORMATION INFRASTRUCTURE)

هستند، فرزندان تکنولوژی و درحقیقت مالکان روم الکترونیک که اسیران خود را در سطحی جهانی جستجو می‌کنند.

بزرگترین برنامه‌ریزی ارتباطی

اگر تا دیروز در دهه‌های ۱۹۴۰ و ۱۹۵۰ پیدایش رادیوهای موج کوتاه به برخی از دولتها این امکان را داد تا برای سایر کشورها برنامه پخش کنند و این کار یک عامل افراطی و خطا به حساب آمد، امروز این اتفاق به پدیده‌ای پیش‌پاافتاده در محیط سیاسی جهان تبدیل شده است.

اگر نطق «ابراهام لینکلن» رئیس جمهور آمریکا در سال ۱۸۶۳ فقط دو هزار مستمع در «کینزبرگ» داشت، صدسال بعد یعنی در سال ۱۹۶۳ در سالی که «جان اف کندی» ترور شد، خبر ترور او ظرف ۲۴ ساعت به ۱/۲ جمعیت جهان (دو میلیارد نفر) رسید و این درحالی بود که «سقوط دیوار برلین» و «یا ماجرای «میدان تیان آنمن» پکن و «جنگ خلیج فارس» را ۱/۲ جمعیت جهان (۴ میلیارد نفر) به‌طور زنده تماشا کردند. چطور می‌توان این تغییرات توفانی را دید و در برنامه‌ریزی ارتباطی به آن توجهی نداشت؟ آیا می‌شود بزرگترین ابزار ارتباطی بشر در هزاره سوم را دید و به آن بی‌اعتنا بود؟

امروز جهان از یک سیستم یکپارچه عصبی ارتباطی برخوردار شده است که در درون خود، خبر، پول، داده، اطلاعات و هر چیز دیگری را ظرف صدم ثانیه‌ها جابجا می‌کند و متاسفانه «طبقه مجازی» در کمین کنترل تمام عیار آن است. این سیستم که توانست اینترنت محصول جنگ سرد را [که با نام آرپانت در سال ۱۹۶۹ متولد شد] به بزرگترین امکان تجاری معاصر (با روزانه ۳/۵ تریلیون دلار معامله) تبدیل کند و آن را در خدمت تغییرات فرهنگی و سیاسی قرار دهد، طبعاً در عرصه برنامه‌ریزیها و سیاستگذاریهای ارتباطی نیز فعال بوده و به همین دلیل به نتایج کنونی دست یافته است و درصدد است آینده جهان را نیز پیش خرید کند. برنامه موسوم به زیرساخت جهانی اطلاعات (GII) را که آمریکایی‌ها بانی آن هستند، می‌توان بزرگترین برنامه‌ریزی ارتباطی معاصر قلمداد کرد. این برنامه که در سال ۱۹۹۴ از سوی «ال‌گور» معاون کلیتون مطرح شد و در کنفرانس توسعه ارتباطات دوربرد جهانی در شهر بوئنس آیرس (آرژانتین) ارائه گردید، ملتهای جهان را در پنج پایه موردنظر خود به همکاری و به عبارت بهتر به تسلیم فراخوانده است: (۹)

«شهرهای هوشمند» به جهان تحویل دهد. «پورتاجایا» پایتخت سیاسی بعدی مالزی برای تحقق مفهوم «دولت الکترونیک» است.

آفریقا و آمریکای لاتین

کشورهای اوگاندا، سنگال، اتیوپی، سودان، زامبیا و آفریقای جنوبی در آفریقا مطالعات گسترده‌ای را برای تدوین سیاستهای ارتباطی استراتژیک آغاز کرده‌اند. در آمریکای لاتین نیز در ۲۱ کشور حوزه کارائیب و لاتین تحقیقات در این زمینه انجام شده است. محققان آمریکای لاتین مهمترین مانع نیل به جامعه اطلاعاتی در این ۲۱ کشور را فقدان نیروی کارآمد در جامعه کاربران ابزارهای ارتباطی ذکر کرده‌اند.

راه کانادا

کانادا نیز برنامه ویژه‌ای را تعقیب می‌کند. (۱۲) دولت کانادا در مقدمه برنامه خود تحت عنوان «ایجاد یک محیط رقابتی - تشویق خدمات تازه - تحریک تحقیق و توسعه در عرصه بزرگراههای اطلاعاتی و ارتباط دادن شبکه‌ها به یکدیگر» بر سازگارسازی اهداف این برنامه با اهداف اجتماعی و فرهنگی «تجربه کانادایی» تاکید ورزیده است.

هفت کشور صنعتی

گروه موسوم به «جی‌سون» (G7) نیز برنامه جامعه اطلاعاتی خود را تدوین کرده و آنها هم بر نقش بخش خصوصی در این پروژه تاکید ورزیده‌اند. استراتژی این هفت کشور در هفت زمینه اعلام شده است:

- بررسی تأثیرات جامعه اطلاعاتی بر مشاغل؛
- تقویت غنای فرهنگی همه شهروندان از طریق تنوع محتوا؛
- ترغیب به توسعه شبکه‌های اطلاع‌رسان از طریق بخش خصوصی و ایجاد خدمات مبتنی بر اطلاعات؛

- تعقیب مکفی آموزش و پرورش؛

- ارتقای درک مردم نسبت به تأثیرات رسانه‌ها بر کیفیت زندگی؛

- تقویت حمایت مردمی از طریق ارتقای درک و آگاهی؛

- ترغیب به دیالوگ در زمینه همکاری بین‌المللی.

از دیگر سو کشورهایی چون فرانسه، آلمان، بلژیک، ایتالیا، نروژ، اسپانیا، یونان و حتی آسیایهایی نظیر هند، اندونزی، چین و یا استرالیا

اجتماعی در شرق از جمله این پاشنه آشیل‌ها به‌شمار می‌آید.

تجارب سایر کشورها

تقریباً اکثر کشورهای جهان برنامه‌های ارتباطی خود را براساس دستیابی به جامعه اطلاعاتی در هزاره سوم، پی‌ریزی کرده‌اند. اشاره‌ای به برخی از این موارد می‌تواند از گسترش این پدیده حکایت کند:

□ اروپایی‌ها پروژه «راه اروپا بسوی جامعه اطلاعاتی؛ یک طرح عملی» را با ملاحظات خاص خود دنبال می‌کنند. (۱۰) در این طرح که در سال ۱۹۹۴ در بروکسل به تصویب رسید، اروپایی‌ها هشت اصل بلندمدت و استراتژیک را در نظر گرفته‌اند که توجه به بخش خصوصی از اصلی‌ترین مفاهیم این پروژه است. آنها از دو زاویه به این پروژه می‌نگرند: دستیابی به توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و درم دستیابی به فرصتهایی تکنولوژیک.

راه ژاپن
ژاپنی‌ها طرح «گذار به جامعه خلاق فکری براساس وسایل ارتباطی اطلاع‌رسان» را دنبال می‌کنند. (۱۱)

آنها مشکلات خود را در عرصه ملی و بین‌المللی شناسایی و تعریف و سپس طرح خود را بر اساس حل این مشکلات تدوین کرده‌اند. ژاپنی‌ها از جنبه داخلی به مشکلات تمرکز جمعیت در شهرها، مشکل پیری جمعیت، اصلاح اقتصادی و درک زندگی توأم با آرامش اشاره کرده و در سطح بین‌المللی نیز رقم به‌سوی جامعه بازتر، ارتقای درک متقابل و رسیدگی به مسائل زیست‌محیطی را جزو مشکلات خود اعلام کرده‌اند. البته تکنوپولیس (TECHNOPOLIS) ژاپنی‌ها در آسیا تنها نیست و مثلاً مالزی نیز جامعه اطلاعاتی خاص خود را طراحی کرده است.

راه مالزی

مالزی پروژه سوپرکوریور (SUPER CORRIDOR) را در دستور کار دارد. رسیدن به جامعه بدون کاغذ (PAPERLESS SOCIETY) در این کشور با طرحی تحت عنوان «بینش ۲۰۲۰» (VISION 2020) تعقیب می‌شود. این کوریور که از شهر کوالالامپور آغاز می‌شود و ۱۵ کیلومتر عرض و ۵۰ کیلومتر طول دارد، قرار است شهرهای «پورتاجایا» و «سایبرجایا» را به‌مثابه

پروژه زیرساخت جهانی اطلاع‌رسانی آمریکایی‌ها که بزرگترین برنامه‌ریزی ارتباطی برای هزاره سوم است بر طیف وسیعی از تکنولوژیها و محصولات مشتمل بر تلفن‌ها، فاکسها، کامپیوترها، سوئیچ‌ها، دیسک فشرده، نوارهای صوتی و تصویری، کابلهای جفتی، ماهواره‌ها، فیبرهای نوری، خطوط انتقال فیبرهای نوری، شبکه‌های مایکروبو، تلویزیونها، اسکنرها، دوربین‌ها، پرینترها و تکنولوژیهای آینده (VAPOUR WARES) در زمینه‌های پردازش، اطلاع‌رسانی و اطلاع‌رسانیهای شبکه‌ای استوار است. آنها می‌خواهند برای تکنولوژیهای جدید خود یک بستر جهانی آزمایش فراهم آورند و روند هدایت این تکنولوژیها بسوی بخش خصوصی را به‌عنوان زانده اقتصاد رقابتی تضمین کنند. طبق برآوردهای GII بازار تکنولوژیهای اطلاع‌رسان و محصولات و خدمات مطرح در این عرصه رقمی معادل ۸۵۳ میلیارد دلار است. رقم سرمایه‌گذاری جهانی در زیرساختهای دوبرد ارتباطی تا سال ۲۰۰۴ نیز طبق برآورد GII از سطح ۲۰۰ میلیارد دلار عبور خواهد کرد. از همین ارقام می‌توان به علت حساسیت آمریکایی‌ها به ورود بخش خصوصی به عرصه GII پی برد.

نکته جالب در این چارچوب این است که GII رسماً دولتها را به همکاری با بانک جهانی فراخوانده و از آنها خواسته است برای آموزش مقامات خود WORKSHOP تشکیل دهند و در این دوره‌ها، نگرشهای مبتنی بر لیبرالیزاسیون را به مقامات خود آموزش دهند. نکته تعجب‌آور دیگر در این برنامه ارتباطی جهانی این است، به دولتها توصیه شده است که محیطهای قانونگذاری آنها باید به‌نحوی تغییر کند که نسبت به تکنولوژی موضع نداشته باشد و این قانونگذاران نیز نباید جزو کسانی باشند که قدرت اجرایی را در دست دارند.

اگر به گفته «نیل پستمن» تکنولوژیهای نوین «عارضه فرانکشتین» هستند (POSTMAN 1983, P.24)، پروژه GII در واقع کارخانه فرانکشتین‌سازی است.

آیا GII پاشنه آشیل دارد؟ اگر دارد این وظیفه برنامه‌ریزان ملی و دست‌اندرکاران برنامه‌های توسعه است تا به این پاشنه آشیل‌ها از طریق برنامه‌ریزی دقیق یورش ببرند. تضاد اندیویدالیسم غربی و جمع‌گرایی شرقی، تضاد مفاهیم خوب و بد در میان ملتها و تعارض جریان آزاد اطلاعات غرب با مفهوم مصلحت

MODERNIZING MIDDLE EAST. GLENCOE III, FREE PRESS.

3 - FAIR, J.E.1989. 29 YEARS OF THEORY AND RESEARCH ON MEDIA AND DEVELOPMENT: THE DOMINANT PARADIGM IMPACT, GAZZETTE, PP.129-150.

4 - JO ELLEN FAIR, HEMANT SHAH, CONTINUITIES AND DISCONTINUITIES IN COMMUNICATION AND DEVELOPMENT. THE JOURNAL OF INTERNATIONAL COMMUNICATION (1997), 4(2) P.5.

5 - IBID.P.13.

6 - MOWLANA HAMID, COMMUNICATION POLICY AND PLANNING: AN INTEGRATIVE APPROACH, TELEMATICS AND INFORMATICS-VOL.9/ NO:2 PP.93-122. 1992 PERGAMON PRESS.

7 - SCHILLER HERBERT (1989)

INFORMATION FOR WHAT KIND OF SOCIETY: ECONOMIC, SOCIAL AND STRUCTURAL ISSUES. LAWRENCE EDBAUM ASSOCIATES, HILLSDALE, N.J.

۸ - پیدایش فکر برنامه‌ریزی در ایران، گفتگوی ایران فردا با دکتر فیروز توفیق - ایران فردا، ویژه نیم‌قرن برنامه - شماره پنجاه صفحه ۹

9 - GII: AGENDA FOR COOPERATION.

مرجع شماره ۱۰ و کلیه موارد مربوط به مدل‌های جوامع ارتباطی برگرفته از اسناد الکترونیک در اینترنت است. اصل سند GII در سایت FCC موجود است:

HTTP://WWW.FCC.GOV/RESOURCES.ITFML

10 - EUROPE'S WAY TO THE INFORMATION SOCIETY, AN ACTION PLAN.

11 - TRANSITION TO AN INTELLECTUALLY CREATIVE SOCIETY BASED ON INFO - COMMUNICATIONS.

12 - CREATING A COMPETITIVE ENVIRONMENT - ENCOURAGING NEW SERVICES - STIMULATING INFORMATION HIGHWAY R&D - MAKING NETWORKS TALK TO EACH OTHER.

13 - MALDEVELOPMENT: ANATOMY OF GLOBAL FAILURE, SAMIR AMIN.1990.

بحث معروف انقلاب بزرگ - رسانه‌های کوچک) در هر برنامه‌ریزی ارتباطی باید عوامل تعیین‌کننده فرهنگی نظیر ارزشهای فرهنگی نخبگان و توده‌ها، ارزشهای اجتماعی، ساختار رسانه‌ها، کنترلها و کنشها، اخلاق کار و کنشهای سازمانی را در نظر گرفت و به طبیعت بشر و رابطه انسان و طبیعت (باتوجه به حساسیت مسائل محیط‌زیستی و اینکه اکنون برخلاف گذشته که محیط‌زیست تابع سیاستهای اقتصادی بود، حالا این اقتصاد است که به تابع مسائل محیط‌زیست تبدیل شده است) توجه ویژه‌ای مبذول داشت. علاوه بر نحوه برخورد با منابع طبیعی، با منابع فرهنگی نظیر مذهب، ایدئولوژی و زبان (اکولوژی فرهنگی) نیز باید کاملاً با حساسیت مواجه شد و در برنامه‌ریزیها، جایگاه مخصوصی را به آنها داد.

هر برنامه ارتباطی پر قدرت باید تکلیف خود را با نتولیبالیسم معاصر (فلسفه سیاسی جوامع پیشرفته از دهه هشتاد به بعد) مشخص کند. تجارت آزاد، جهانی‌سازی و فراملی‌گرایی سه ضلع این فلسفه سیاسی را شکل می‌دهد، فلسفه‌ای که برای استقرار نظم مدنی بر افراد، گروهها و جوامع ناهمخوان در نظر گرفته شده است. شناسایی مکانیزم و نحوه پیشروی این اندیشه نتولیبالیسم به مثابه جوهره پان‌کاپیتالیزم از اصلی‌ترین وظایف برنامه‌ریزان توسعه به‌شمار می‌آید. محور پیشروی این اندیشه توزیع و مصرف «سایبراسپیس» است و این جانمایه درک ماهیت واقعی ارتباطات جمعی در عصر جوامع اطلاعاتی هزاره سوم است.

و بالاخره اینکه در هر برنامه‌ریزی ارتباطی باید درسهای دوران استعمارزدایی و دهه توسعه را مرور کرد چراکه به قول «سمیرامین» اگر به درسهای دهه ۱۹۷۵ و ۱۹۸۵ توجه نکنیم دچار همان عوارض دهه گذار خواهیم شد: گذار از طرحهای توسعه نیمه خودمحمور، در شکل همسازی دوباره با نظام جهانی با چشم‌اندازی نه چندان امیدبخش برای آفریقا و جهان سوم^(۱۳) که ناشی از یک انقلاب سه‌گانه سیبرنتیک، فرهنگی و نظامی است. □

پانوشتها:

1 - A REPORT OF THE MEETING OF EXPERTS ON COMMUNICATION POLICIES AND PLANNING PARIS 1972 UNESCO.

2 - LERNER.D 1958 THE PASSING OF TRADITIONAL SOCIETY, TOWARD

و نیوزیلند همه در مسیر خصوصی‌سازی گام برمی‌دارند و عمدتاً از GII متأثر هستند. اما علیرغم این گرایشها چهره‌های سرشناسی چون «هربرت شیلر» و یا «برایان شواسمیت» معتقدند حتی در تکنولوژیهای ارتباطی نوعی جانبداری ذاتی نهفته است و نباید با آنها براساس «انتقال تکنولوژی» مواجه شد بلکه باید با آنها از زاویه گفتگوی تکنولوژی (TECHNOLOGY DIALOGUE) برخورد کرد، چرا که در انتقال تکنولوژی، طرف دریافت‌کننده تکنولوژی منفعل و طرف اعطاکننده تکنولوژی فعال است، اما مفهوم دوم چیزی اساساً متفاوت از مناسبات قدرت است.

نتایج

یکی از اصلی‌ترین مصادیق انقلاب ارتباطات، تکنولوژیهای نوین ارتباطی است که سهم و نقش آنها را باید در هر برنامه‌ریزی ارتباطی لحاظ کرد. اما نباید باتکنولوژی مثل نتولودیتها (NEO-LUDDITE) برخورد کرد، چرا که لودیها (۱۸۱۶-۱۸۱۱) این کارگران انگلیسی به ماشینهای نساجی - به مثابه تکنولوژیهای مدرن آن دوران - حمله می‌کردند و آنها را از بین می‌بردند زیرا گمان می‌کردند حذف تکنولوژی مشکل بیکاری را حل می‌کند و آنها دوباره می‌توانند بر سر کارهای خود بازگردند، بر سر کارهایی که تکنولوژی از آنها گرفته بود.

در هر برنامه‌ریزی بلندمدت ارتباطی باید به زیرساختهای ارتباطی توجه ویژه‌ای مبذول داشت. زیرساختهای سنتی ارتباطی همیشه در ایجاد مشارکت و تمرکززدایی نقش مهمی ایفا کرده‌اند. علاوه بر این باید تکلیف محتوا را نیز در ارتباط با تکنولوژیهای نوین دوسویه ارتباطی مشخص ساخت. تکیه بر هنر، مذهب و اخلاق در این چارچوب گرهگشاست. ضمناً برای پرهیز از برخوردهای اقتباسی در این هزاره تکنولوژی زده، باید به آسیب‌شناسی تاریخی نیز توجه داشت تا سهم رسانه‌های کوچک (ETHNOTRONIC) و رسانه‌های بزرگ (TELEMATIC) در سیاستگذاریهای ارتباطی به درستی تعیین شود. چرا که تکنولوژیهای تله‌ماتیک هم سخت‌افزار و هم روند انتقال پیام را طرف توجه قرار می‌دهند، درحالی که تکنولوژیهای اتنوترونیک مثل ماشین تحریر، ضبط صوت و فاکس در کشورهای روبه توسعه بسیار سریعتر و بیشتر جریان می‌یابند (نمونه: نقش کاستها و ماشینهای تحریر در انقلاب ایران و