

# ارتباطات و هویت فرهنگی

مصاحبه با چند تن از خبرنگاران مسلمان  
درمورد چگونگی حفظ هویت فرهنگی در دنیای جدید

مصاحبه و تنظیم: فریبرز بیات - احمد آخوندی

● رسانه: سرنوشت فرهنگهای ملی و مذهبی  
در دنیای جدید چه خواهد بود؟

یک نظر معتقد است نتیجه تحولات نوین ارتباطی  
یک نوع یکدستی فرهنگی خواهد بود که  
فرهنگهای ملی و بومی را از بین می برد.

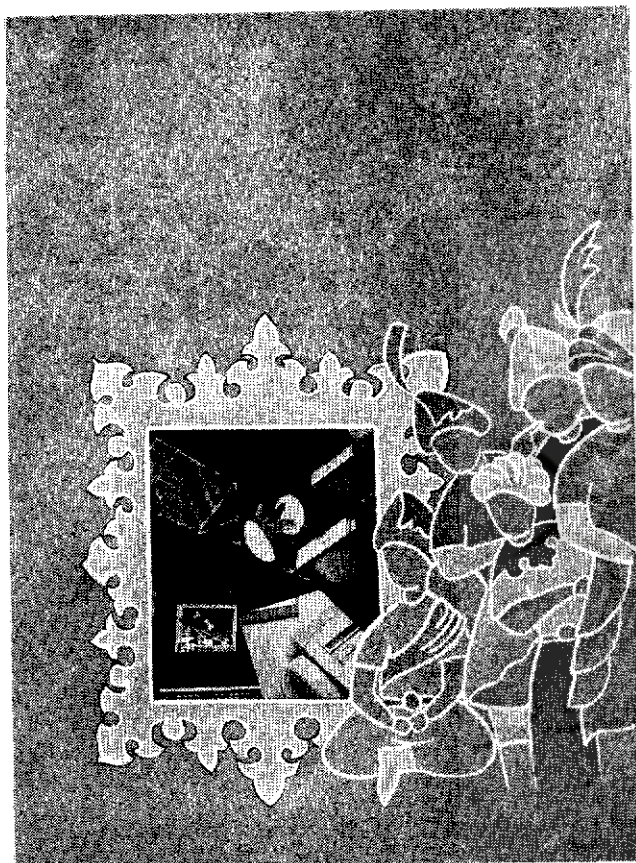
● فهمی هویدی: من مایل نیستم شما درمورد مسابقه تبلیغاتی  
درعالم سؤال کنید، درحالی که فاصله زیادی  
حتی در مفهوم آن در روزنامه هایتان دارید.

● میشل نوفل: اگر چه جهان در زمینه فنی در ظاهر  
مانند یک خانه خواهد بود،

ولی در باطن هر کدام از این جناحها، عقاید، دیدگاهها و روش خاصی خواهند داشت.

● طراد حماده: تأثیر پیشرفتهای تکنولوژیک و گسترش صنعت روزنامه نگاری، به گونه ای است که  
آزادی روزنامه نگاران و روزنامه نگاری را مورد بحث جدی قرار داده است.

● حمزه قانیدی: در کشورهای اروپایی تبلیغات را قدرت چهارم می نامند و از دستگاههای تبلیغاتی برای  
تحقق اهداف معین و یا حتی لوٹ کردن حقایق استفاده می شود.



پیشرفتهای تکنولوژیک در زمینه ارتباطات، چشم اندازهای دوگانه ای از دنیای جدید ترسیم می کنند که در عین امیدواری، بیم و هراسهایی را نیز برانگیخته است. این دوگانگی، کشورهای اسلامی و جهان سومی را با سؤلهای جدیدی مواجه کرده است: ماهیت تحولات اخیر چیست؟ آیا این دگرگونی ما را به یک فرهنگ جهانی نزدیک می کند؟ سرنوشت فرهنگهای بومی و ملی و مذهبی در این دنیای جدید چه خواهد بود؟ کشورهای اسلامی در قبال این تحولات چه موضعی باید بگیرند؟ مقابله یا مبادله؟ حفظ هویت فرهنگی کشورهای اسلامی در دنیای جدید چگونه ممکن است؟ نظام ارتباطی و رسانه ای این کشورها، تاجه اندازه توانایی رویارویی با این تحولات را دارد؟ کشورهای اسلامی چگونه می توانند سیستم ارتباطی خود را نازسازی، و با این تحولات بهنگام کنند، و در مقابل عواقب سوء آن، مصونیت بخشند؟

این سؤالات را با چند تن از روزنامه نگاران مسلمان در میان گذاشتیم تا مقدمه ای باشد برای بحث و بررسی مشکلات نظام ارتباطی کشورهای اسلامی. طراد حماده، فهمی هویدی، حمزه قانندی، میشل نوفل خبرنگارانی بودند که به سؤلهای ما پاسخ گفتند.

طراد حماده، نویسنده و روزنامه نگار معروف لبنانی، متولد ۱۹۴۸ در شهر هرمل در شمال بعلیک لبنان است. وی زبان و ادبیات عرب را در دانشگاه لبنان، و فلسفه را در دانشکده تربیت فراگرفته و سپس مدرک فوق لیسانس و دکترای فلسفه خود را از دانشگاه سوربن پاریس دریافت داشته است. در گذشته در چندین نشریه لبنانی به درج مقالات سیاسی و فرهنگی می پرداخته است و از آن پس، در رادیو عرب و مسلمان کار می کند. در حال حاضر نیز درباره نقد و ادبیات اسلام، برنامه هایی تهیه و تدوین کرده است. طراد حماده هم اکنون خبرنگار نشریه العالم در پاریس است.

محمد فهمی هویدی، روزنامه نگار معروف مصری، متولد ۱۹۳۴ و اهل قاهره است. وی در سمت معاون سردبیر مجله اتحادیه مطبوعات اسلامی «عربی» به کارهای مطبوعاتی می پردازد. هویدی دارای مدرک لیسانس حقوق از دانشگاه قاهره است و به همه کشورهای اسلامی سفر کرده و در سالهای ۱۹۶۹/۱۹۸۱ نیز چندین بار به ایران آمده است. هویدی علاوه بر مطبوعات مصر، در بسیاری از مطبوعات عربی و کشورهای حوزه خلیج فارس قلم می زند.

حمزه قانندی، خبرنگار مجله ژون آفریک چاپ پاریس است که بیشترین تعداد آن در کشورهای آفریقایی به فروش می رسد. وی متولد ۱۹۴۰ و اهل تونس است. در سال ۱۹۵۸ به ارتش آزاد پیشخس الجزایر پیوست و به عنوان افسر رزمی و اطلاعاتی انجام وظیفه کرد. اما پس از مدتی، فعالیت سیاسی را کنار گذاشت و به شغل نویسندگی و گویندگی روی آورد. در سال ۱۹۶۸ به خبرنگاری پرداخت و در سال ۱۹۷۱ همکاری با مجله ژون آفریک را شروع کرد و تاکنون به مناسبتها گوناگون، چندین بار به ایران سفر کرده است.

میشل جرج نوفل، نویسنده و خبرنگار معروف لبنانی، متولد ۱۹۴۱ در شهر بیروت است. وی از جمله خبرنگارانی است که به همراه امام خمینی از پاریس به تهران آمد. او قبلاً در روزنامه های معروف السفیر و النهار کار می کرد و هم اکنون در فصلنامه تحقیقاتی و استراتژیک خاورمیانه به نام «شؤون الاوسط» و «المجله» - چاپ لندن - فعالیت دارد. وی تاکنون چندین بار به ایران سفر کرده است. رسانه

□ نظرتان درباره پیشرفتهای تکنولوژیک و ورود رسانه های نوین

به جهان سوم و کشورهای عربی چیست و فکر می کنید تا چه حد کشورهای عربی پذیرای این رسانه های نوین هستند؟

● طراد حماده: صنعت روزنامه نگاری در سالهای اخیر شاهد پیشرفتهای بزرگ در زمینه تکنولوژی بوده، و توانسته است موقعیت بالایی به دست آورد. اکنون تمامی رسانه های تبلیغاتی از تکنولوژی و تجهیزات مدرن بهره می برند و برای ارائه سرویسهای خبری و تبلیغاتی، از آن استفاده می کنند. همزمان با پیشرفتهای تکنولوژیک، بسیاری از مؤسسه های خبری بزرگ تأسیس شده اند که با استفاده از امکانات پیشرفته خود، از توانایی «انحصار اخبار و احتکار تبلیغات» برخوردارند. تأثیر پیشرفتهای تکنولوژیک و گسترش صنعت روزنامه نگاری، به گونه ای است که آزادی روزنامه نگاران و روزنامه نگاری را مورد بحث جدی قرار داده است.

در اینجا، می خواهم مشکل آزادی روزنامه نگاری را در برابر پیشرفتهای تکنولوژیک، در دو مسئله بیان کنم. مسئله اول، خبر گزاریهای بزرگ است. این خبر گزاریهها با داشتن قدرت و امکانات گسترده چنان از توانایی پیگیری، ساخت و فرستادن سریع اخبار برخوردارند که دیگر روزنامه نگاران و خبر گزاریهای کوچک، خود را در موضع دریافت اخبار و رویدادها می بینند، نه در موضع ساخت و تولید اخبار.

مسئله دوم، این است که این خبر گزاریهای بزرگ، صرفاً در انحصار شرکتهای آمریکایی و اروپایی اند.

□ با توجه به جریان یکسویه و نابرابر اطلاعات و اخبار، کشورهای اسلامی و جهان سوم برای تغییر این جریان، چه تدابیری می توانند بیندیشند؟

● طراد حماده: اینک دو روش برای رویارویی با این جریان وجود دارد. روش اول، همان دستیابی به خود تکنولوژی است. اگر تکنولوژی را به دست آوریم، خبرنگاران و روزنامه نگاران خواهند توانست با خبر گزاریهای بزرگ جهانی به رقابت بپردازند. مثلاً، داشتن ماهواره و ایجاد شبکه تلویزیونی عربی و اسلامی - همانند شبکه سی ان ان آمریکا که نقل و ارسال اخبار را، در بسیاری از کشورهای اسلامی و عربی در انحصار خود قرار دارد - امری ضروری است.

روش دوم، تأکید بر بازمینی مجدد خبر براساس منافع و درک خود از ماهیت فعالیتهای شرکتهای بزرگ خبری است. ضروری است ما خبر را پس از خواندن، بازمینی کنیم و خود را در برابر عواقب سوء آن مصون بداریم.

□ شما به بازمینی اخبار اشاره کردید، این بازمینی نیاز به یک سنت قوی روزنامه نگاری دارد که در کشورهای اسلامی کمتر به چشم می خورد. با توجه به این مسئله، مشکل روزنامه نگاری و تولید خبر و اطلاع را در کشورهای اسلامی چگونه می بینید؟

● طراد حماده: تعریف روزنامه نگاری در جهان عرب هنوز دقیق نیست. به طور مثال، روزنامه نگاری به ۳ بخش صنعت، تبلیغ و تدوین تقسیم می شود. روزنامه نگار در جهان عربی و اسلامی کسی است که در روزنامه، مقاله می نویسد و این تعریف، تعریف دقیقی نیست. چرا که بسیاری از وزیران خارجه، سیاستمداران، کارشناسان، نویسندگان و شاعران، هرروز در نشریات عربی و اسلامی مقاله می نویسند و ما - کشورهای اسلامی و عربی - تمام این افراد را روزنامه نگار می نامیم. در حالی که در غرب، روزنامه نگار کسی است که خبر و دریافت و تولید خبر را دنبال می کند. لازمه این کار، ایجاد بخشی در دانشگاههاست که

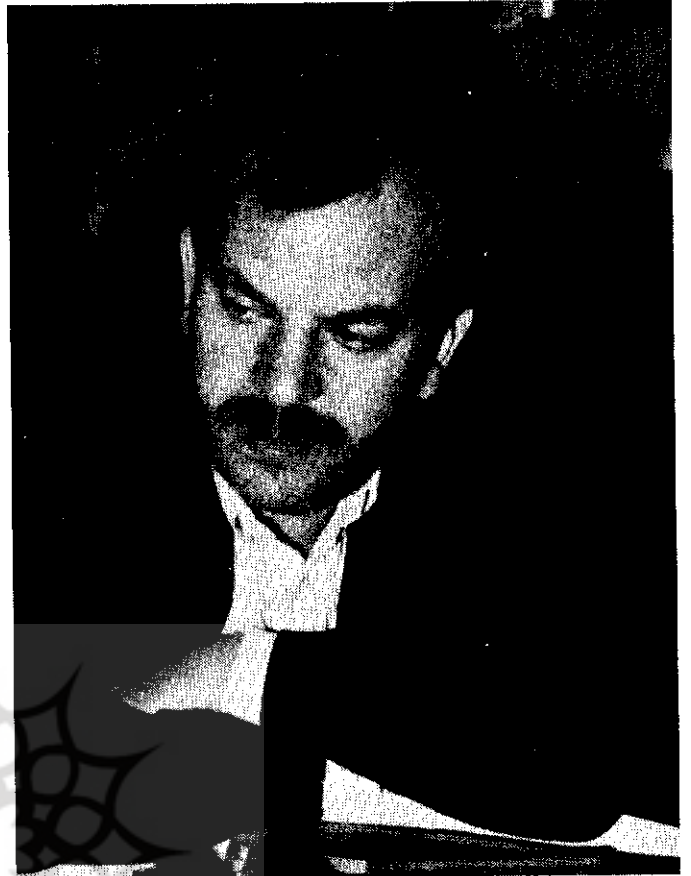
□ شما درباره روزنامه نگاری آزاد و مستقل مطالبی بیان کردید. اکنون وضعیت مطبوعات کشورهای عربی از نظر وابستگی، تعداد و میزان انتشار چگونه است؟

● طراد حماده: پدیده انتشار نشریات عربی در خارج، به دلیل گسترش و سابقه تاریخی آن، نیاز به مطالعه و تحقیق دارد. گرچه مطالعات و تحقیقات بسیاری درباره این موضوع منتشر شده، ولی هنوز هم جای تحقیق و مطالعه دارد. انتشار نشریات عربی در خارج، به اوایل قرن نوزدهم بازمی گردد، زمانی که سید جمال الدین اسدآبادی نشریه العروة الوثقی را در پاریس منتشر کرد. در اولین شماره نشریه العروة الوثقی، علل انتشار آن مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. روزنامه نگاری عربی، ابتدا از بیروت به مصر و از آنجا به پاریس و از پاریس به مصر و در نهایت، از بیروت به مصر منتقل شده است. این مهاجرت بین بیروت و مصر، یک مهاجرت داخل کشورهای عربی است. همزمان با پیدایش نفت و بروز جنبشهای مخالف و مشکلات رژیمها، حضور نشریات عربی در خارج با استفاده از سه عامل افزایش یافته است: ۱. محدودیت آزادی روزنامه نگاری در رژیمهای عربی، ۲. گسترش صنعت روزنامه نگاری و قوانین انتشار نشریه در غرب، ۳. پس از پیدایش نفت در اوایل دهه هفتاد، برخی از رژیمهای عربی در زمینه انتشار نشریات برای دفاع از خود و یا مخالفت با دیگران، بدون اینکه متحمل مسئولیت انتشار این نشریات شوند، سرمایه گذاری کرده اند و گاهی از ورود همین نشریات به داخل این کشورها جلوگیری می کنند. به طور مثال، عراق به مجله الوطن العربی چاپ پاریس کمک مالی می کند و در عین حال، بارها از ورود چندین شماره این نشریه به داخل کشور جلوگیری کرده است. عربستان سعودی نیز به مجله الدولیه چاپ پاریس مبالغی می پردازد و با این همه، از ورود بعضی شماره های این نشریه جلوگیری می کند. به عقیده من، پدیده انتشار نشریات، علت های قابل پدیده غیربهداشتی است. البته انتشار این نشریات، علت های قابل توجیهی دارد. این پدیده، یکی از شکل های غربت و فرار از سرکوب است. انتشار نشریات اسلامی در خارج، شاید یک هدف تبلیغاتی مهمی را دنبال می کند؛ البته بدون در نظر گرفتن علل مهاجرت نشریات که قطعاً علل سیاسی و مالی دارد.

□ با توجه به تحولات تکنولوژیک که صورت گرفته، نقش وسایل ارتباط جمعی را در شکل دادن دنیای آینده چگونه می بینید؟

● فهمی هوبدی: این موضوع، اصلاً چه ارتباطی به ما دارد. مثل این است که شما خودتان را در جنگ ستارگان دخالت بدهید، در حالی که در جنگ های دو جانبه تان همدیگر را با بمب های ناپالم نابود می کنید. به همین قیاس، مسئله رسانه های گروهی و تحولات پدید آمده در آن، با ما فاصله زیادی دارد. فاصله زیادی بین ما و مسابقه تبلیغاتی وجود دارد. اما از دیدگاه من، تبلیغات ایران، به جای «تبلیغات خبری»، «تبلیغات مقاله ای» است.

تصور من این است که مسئولان روزنامه های بزرگ و پرتیراژ ایران، بیشتر سیاسی هستند تا روزنامه نگار. بنابراین، من مایل نیستم شما در مورد مسابقه تبلیغاتی در عالم سؤالی بکنید. در حالی که فاصله زیادی حتی در مفهوم آن در روزنامه های ما دارید. از سوی دیگر، تبلیغات در جهان سوم بیشترین ارتباط را با حاکمیتها دارد. در نتیجه، بیشتر به تبلیغات دولتی توجه می شود، نه به یک تبلیغات سالم. همین مسئله نیز در مطبوعات وجود دارد. البته روزنامه های شما متهم به این کار نیستند، به دلیل اینکه خودشان بخشی از یک جریان سیاسی اند. بنابراین، نمی شود آنها را متهم کرد. آنها مظلوم واقع شده اند. چرا که



برای تدریس روزنامه نگاری سرمایه گذاری کرده ایم و به این ترتیب، می توانیم بسیاری از روزنامه نگاران توانا و حرفه ای را به جامعه تحویل دهیم.

□ به نظر می رسد علاوه بر داشتن درک درست از فعالیت روزنامه نگاری و تدارک زیربنای آموزش این کار، مشکل اصلی روزنامه نگاری در این کشورها یک مشکل ساختاری است که به جایگاه روزنامه نگاری در این کشورها برمی گردد، در این مورد چگونه فکر می کنید؟

● طراد حماده: بدیهی است مشکلات زیادی سر راه روزنامه نگاری عربی و اسلامی وجود دارد. سؤال این است که آیا در جهان سوم، آزادی مطبوعات وجود دارد؟ به نظر می رسد بسیاری از رژیم های عربی و اسلامی از آزادی مطبوعات بیمناکند و اجازه ایجاد روزنامه نگاری آزاد را نمی دهند. به طور مثال، در کشورهای عربی دو نوع روزنامه نگاری وجود دارد: روزنامه نگاری رژیم حاکم و روزنامه نگاری مخالف رژیم حاکم. در نتیجه، هیچ روزنامه یا نشریه آزاد و مستقل وجود ندارد. چنین امری، تأثیر بسیاری بر رشد صنعت روزنامه نگاری خواهد گذاشت و موانع جدی فراوانی به وجود خواهد آورد. مشکل دوم، همان مسئله ایدئولوژیک است. تبلیغات جزوی از اندیشه و یکی از فصلها و عناوین اندیشه اسلامی است. اگر روزنامه نگاری از اصول و عقاید این اندیشه جدا شود، هویت خود را از دست خواهد داد. تبلیغات، اگر همانند دیگر زمینه ها - مثل شعر، داستان نویسی، نقاشی یا موسیقی - بر پایه و اصول و عقاید خود تکیه نکند، تبلیغات حقیقی و واقعی نخواهد بود و هرگز نتایج خوبی به بار نخواهد آورد. روزنامه نگاری علاوه بر آزاد بودن و مستقل بودن، باید بیانگر عقاید و آرا، و متعهد در برابر منافع مردم باشد.

● فهمی هویدی: روزنامه‌ها نمی‌توانند بدون یک فضای سیاسی باز، زندگی کنند. این یک حقیقت است. روزنامه خوب فقط در یک فضای مناسب و باز سیاسی می‌تواند نفس بکشد. با این حال، گاه در شرایطی خاص نیز روزنامه‌ها می‌توانند نقش خود را برای آگاهی‌دادن و رشد خیر ایفا کنند. برای مثال، در دوران حکومت عبدالناصر، با وجود فضای نه چندان مناسب سیاسی، روزنامه‌ی الاهرام توانست به یک سرویس آگاهی‌بخش تبدیل شود و این به دلیل آگاهی از قوانین روزنامه‌نگاری حرفه‌ای است. روزنامه، سه وظیفه دارد: اول، خبررسانی؛ دوم، وظیفه فرهنگی؛ سوم، سرگرمی. روزنامه بعضی وقتها نمی‌تواند خبر مهمی بدهد. مثلاً، روزنامه‌های ایران شاید اصلاً رنگ خبری ندارند. وقتی روزنامه‌ای نمی‌تواند به مردم خبر مهمی بدهد، باید به دو مأموریت دیگرش بپردازد. به خبرهای فرهنگی مختلف کشورهای عربی و اسلامی و جهانی بپردازد و از یک دایره تنگ سیاسی محلی بیرون بیایند و به خوانندگان خود سرویسهای خبری و سیمی بدهند. این یک رسالت خوبی است و می‌تواند به روزنامه‌ها کمک کند که خود را از بن بست سیاسی بیرون بکشند. اضافه می‌کنم، در شرایطی که فضای سیاسی، چندان مناسب نباشد، بیشتر، مجلات تخصصی پیروز می‌شوند، چون این نشریات خارج از ظرف سیاسی سرویس می‌دهند. اجازه بدهید که بار زیادی بر دوش مطبوعات نگذاریم. در ضمن بهتر است زیاد از تحولات جهانی نام نبریم، در حالی که ما اصلاً ربطی به تحولات نداریم.

□ همان‌طور که اشاره شد، ما به موقعیت خود واقفیم. ولی در این تحولات، کشورهای جهان سوم و کشورهای آسیای جنوبی مثل ما آسیب پذیرترند. یک نظر معتقد است که نتیجه این تحولات، تبدیل شدن جهان به یک دهکده جهانی خواهد بود و وجه مشخصه این دهکده، یک نوع یکدستی و همشکلی است و ما به یک فرهنگ واحد می‌رسیم و فرهنگهای ملی و قومی از بین می‌روند. از این دیدگاه، در واقع تلاش ما این است که این تحولات را بشناسیم و از هویت و فرهنگ خود دفاع کنیم.

● فهمی هویدی: ما چندان ارتباطی با دهکده جهانی نداریم. چرا خودتان را گول می‌زنید. اگر بخواهیم بررسی بکنیم، دهکده جهانی یعنی اینکه پروید توی خیابان تلفن را بردارید و با ژاپن صحبت کنید، آیا شما می‌توانید این کار را بکنید؟! حقیقت این است که ما نمی‌توانیم بار زیادی روی دوش مطبوعات بگذاریم و تحولات جهانی را از دیدگاه مطبوعات ببینیم.

□ ما نمی‌خواهیم تحولات را از دیدگاه مطبوعات ببینیم. ما می‌خواهیم به مردم خبر دهیم که در سال ۱۹۹۲ چنین اتفاقی خواهد افتاد، ما چه کار می‌توانیم انجام دهیم.

● فهمی هویدی: من تصور نمی‌کنم که مطبوعات شما و مطبوعات جهان سوم پیش از آنکه به لحاظ فرهنگی آموزش بدهند که چه اتفاقی خواهد افتاد، کار دیگری از دستشان برآید.

□ آیا مطبوعات می‌توانند تغییراتی در محیطهای بسته داشته باشند؟ به عبارت کلی‌تر، نقش مطبوعات در تغییر شرایط سیاسی چیست؟

● فهمی هویدی: این نقش، وظیفه رسانه‌ها نیست. تغییر شرایط، باید به دست احزاب سیاسی صورت بگیرد. به دلیل اینکه اگر روزنامه‌ها بخواهند این وظایف را به عهده بگیرند، بلافاصله با سلطه و اقتدار حاکمیت رو به رو خواهند شد. درحالی که احزاب برای ادامه کار سیاسی، شیوه‌هایی خاص خود دارند.

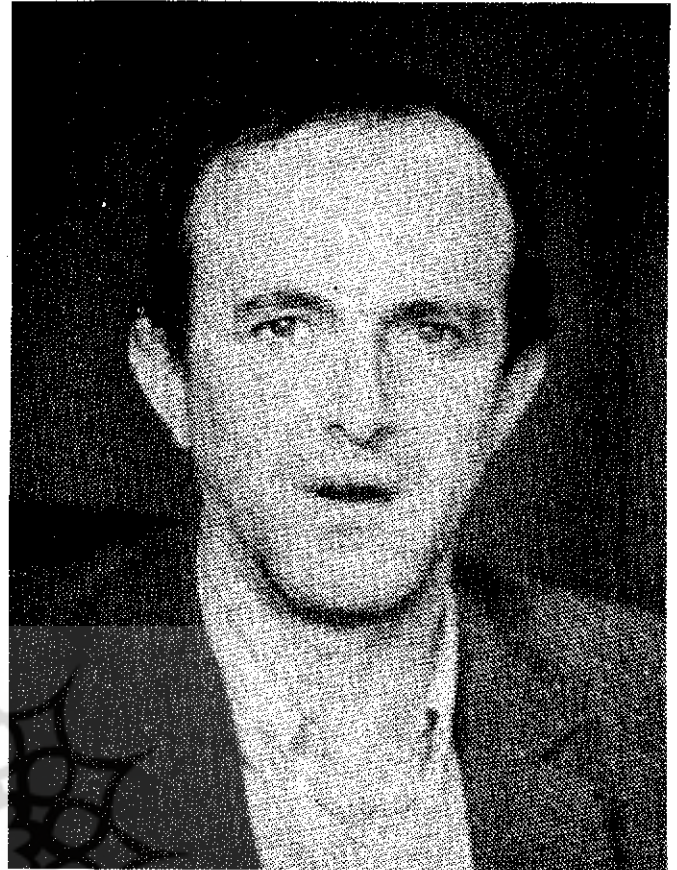


تحولات سیاسی تقریباً حجمش بزرگتر از توان مطبوعات شماست. آنچه که الان در مطبوعات شما وجود دارد، سیاست است. ولی نباید فراموش کرد که روزنامه‌نگاری یک حرفه است و قوانین مشخصی دارد و نمی‌توان از این قوانین عدول کرد.

□ این برداشت را، خود ما نیز از مطبوعات خودمان داریم. به اضافه اینکه، آنچه تحول ارتباطات در جهان می‌نامیم، چیزی نیست که کشورهای جهان سوم - از جمله کشور ما - در برابر آن مصون بمانند. در زمینه تحول ارتباطات، نمی‌توانیم متوقع باشیم که بتوانیم خودمان را در جزیره ارتباطات جهانی حفظ کنیم، و خود به خود با وسیله‌ای که برای آن جزیره کارایی دارد، به پیش برویم. جایگاه مطبوعات در جامعه ما، حالت همان جزیره را دارد. (البته، این بیشتر در مورد همان مطبوعاتی است که حالت خبررسانی دارند، و گرنه وضعیت مجله‌های ما - به ویژه مجله‌های تخصصی - خیلی بهتر است.)

علت این امر، صرفاً هم سیاسی بودن مطبوعات نیست. ریشه این مسئله، فرهنگی است. در این مورد، می‌توان مطبوعات جامعه مصر و وضعیت سیاسی مصر را مثال زد. مطبوعات مصر، به رغم فاصله سیاسی که بین دولتهای ایران و مصر وجود دارد، مسایل انقلاب ایران را خیلی بیشتر از دولتهایی که دوست بودند، دنبال کردند. و این ویژگی، به خاطر پشتوانه غنی تاریخی، فرهنگی و فنی آنهاست. بنابراین، می‌توان تصور کرد که با این پشتوانه، آنها نیز می‌توانند در برابر ارتباطات جدید جهانی، مکانیسمهای خود را پیدا کنند.

اما مطبوعات ما، چون از این پشتوانه و یک سنت قوی مطبوعاتی بی‌بهره‌اند، شکنندگی بیشتری در مقابل تحولات ارتباطات دارند. بنابراین، نمی‌توان گفت که این تحولات به ما ربطی ندارند. اتفاقاً، تأثیر و نتیجه این تحولات، به طور مستقیم به ما برمی‌گردد.



باعث تأسف است که اکنون ۹۰ درصد ابزارهای اطلاعات و تبلیغاتی غرب، در دست صهیونیست‌ها قرار دارد و از آن در خدمت به منافع صهیونیسم بهره برداری می‌شود.

□ با توجه به تحولات تکنولوژیک در زمینه ارتباطات، شما آینده وسایل ارتباط جمعی را چگونه می‌بینید؟

● میشل نوفل: در سال ۱۹۹۴، جهان مانند یک خانه خواهد بود. به عبارت دیگر، شبکه ارتباطات از طریق ماهواره‌ها جهان را به یکدیگر مرتبط خواهد کرد. به طور مثال، کسی که در تهران سکونت دارد، می‌تواند با روشن کردن تلویزیون، تصویر بیش از ۱۰۰ ایستگاه تلویزیونی را دریافت کند. کشورهای جهان سوم برای رویارویی با این رقابت، چه کار خواهند کرد؟ این رقابت بزرگی است و مابرای رویارویی با آن چه چیزهایی آماده کرده‌ایم؟ به نظر من، تاکنون هیچ‌ا این مشکل بسیار بزرگی است و مسئولان باید راه حلی برای این مشکل بیابند. ظاهر این مشکل فنی است، ولی باطن آن سیاسی است.

□ برخی از صاحب نظران معتقدند جهان در پرتو انقلاب ارتباطات، به سوی یک دهکده جهانی پیش می‌رود که وجه مشخصه آن همگنی و یکدستی است، نظر شما در این مورد چیست؟

● میشل نوفل: به عقیده من، مشکلات اساسی جهان با تبلیغات حل نمی‌شود. تحولات بزرگ در زمینه تکنیک و اطلاعات، بسیاری از دستاوردها را دگرگون خواهند کرد. مثلاً، ارتباط میان مردم سریعتر و مفیدتر خواهد بود. همچنین اعمال نفوذ و ایجاد رخنه‌ها آسانتر خواهد شد. به طور مثال، ارز یابان تبلیغاتی در پاریس یا واشنگتن خواهند توانست عقاید، نظرها و روش تفکرشان را به گوش همه ملت‌های جهان برسانند. در نتیجه، نفوذ آنها آسانتر خواهد شد. در واقع، باید از خود بپرسیم که آیا این تحولات تکنولوژیک و تکنیکی، نظام روابط بین‌المللی را دگرگون خواهند کرد؟ پاسخ منفی است. زیرا جهان به صورت چندین جناح باقی خواهد ماند و کشمکشها میان این جناحها ادامه خواهد یافت. در اینجا، لازم است به این نکته اشاره کنم که این تحولات تکنیکی همزمان با سقوط نظام دو قطبی در روابط بین‌المللی و انتقال جهان به سوی نظام چند قطبی مثل اروپا، ژاپن، آمریکا و چین صورت گرفته است. به عبارت دیگر، جهان از نظام دو قطبی خارج می‌شود. بنابراین، اگر چه جهان در زمینه فنی در ظاهر مانند یک خانه خواهد بود، ولی در باطن هر کدام از این جناحها در زمینه ارتباطات، عقاید و دیدگاهها و روش خاصی خواهند داشت.

□ آیا فکر می‌کنید که انقلاب امواج پیشرفتهای تکنولوژیک در زمینه ارتباطات، باعث به هم خوردن مرزهای جغرافیایی می‌شود؟

● میشل نوفل: اینک عده‌ای هستند که می‌گویند فروریختن دیوار برلین و وا شدن دروازه‌های کشورهای اروپایی شرقی، به خاطر تبلیغات غرب صورت پذیرفت. وعامل بروز این تحولات در اروپای شرقی، نفوذ تبلیغات غرب بود. به عقیده من، این تفکر بسیار سطحی است. آنچه که در اروپای شرقی روی داده است، مسئله بسیار عمیقی است و به ساختار اجتماعی و سیاسی این کشورها ارتباط دارد. به عبارت دیگر، علت بروز تحولات در اروپای شرقی، قیام مردم علیه احزاب و دستگاههاست. در نتیجه، مشکل تنها در تبلیغات نیست، بلکه در ساختار نظام جهانی است و تبلیغات نیز جزوی از این ساختار است. آمریکاییها با استفاده از برتری خود در وسایل ارتباط جمعی، در صدد اعمال نفوذ خود هستند. هر نظام تبلیغاتی، تابع یک سری فعالیت‌های دیگر است. به طور مثال، ژاپن به عنوان قدرتی وسیع، نظام تبلیغاتی نیز خواهد داشت. اروپا نیز نظام تبلیغاتی خواهد داشت. اینک، کشمکشی قوی میان نظام تبلیغاتی

□ پس، اینکه مطبوعات را رکن چهارم دموکراسی نام می‌برند، چه معنایی دارد؟

● فهمی هودی: باید ابتدا دموکراسی باشد، تا مطبوعات بتوانند نقش خود را اجرا کنند. هرگز روزنامه‌ها نمی‌توانند دموکراسی بیافرینند، بلکه عکس آن صحیح است.

□ آینده تحولات تکنولوژیک در زمینه ارتباطات، و پیامدهای آن برای رسانه‌های گروهی جهان، به چه صورت خواهد بود؟

● حمزه قنادی: تأثیر تکنولوژی بر ارتباطات بسیار زیاد است. زیرا ارتباطات توانست با تکنولوژی در جهان گسترش یابد. این امر، به نحوی است که برنامه‌های تلویزیونی را اکنون می‌توان ظرف چند ثانیه در تمام نقاط جهان مشاهده کرد. به طور مثال، حدود ۵۰۰ میلیون تماشاگر در سرتاسر جهان، همزمان لحظه پیاده شدن انسان را بر کره ماه مشاهده کردند. این تأثیر تکنولوژی بود. در حال حاضر، تکنولوژی زمینه‌های بسیاری را برای ارتباطات فراهم کرده است. از این رو، تبلیغات به صورت سلاحی بزرگ درآمد و بر بسیاری از سلاحهای کلاسیک فایز آمده است.

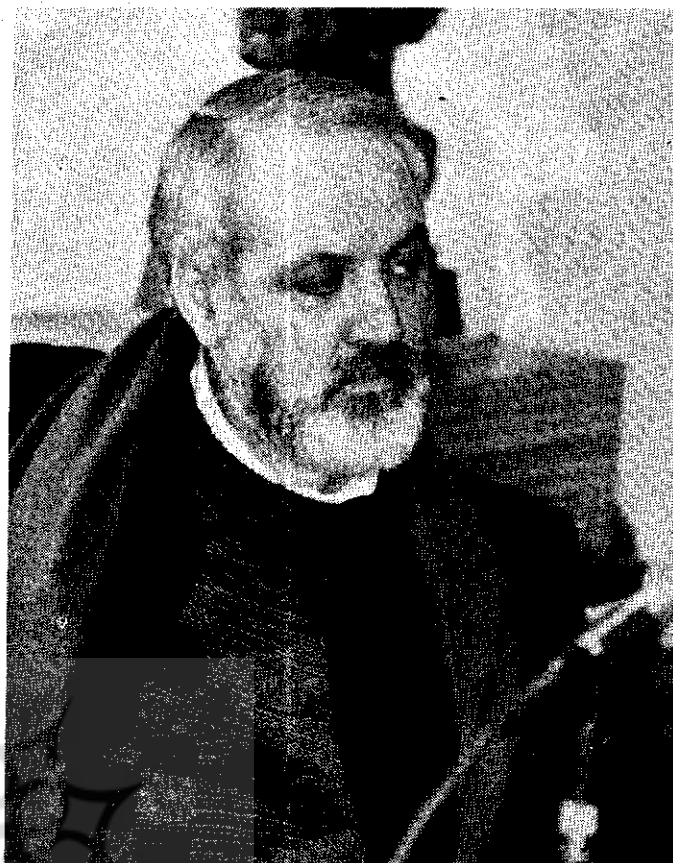
اکنون در کشورهای اروپایی تبلیغات را قدرت چهارم می‌نامند. همچنین در عین حال، ارتباطات نیز بر تکنولوژی تأثیر دارد. اکنون در عصر علوم، از دستگاههای تبلیغاتی و ارتباطی برای تحقق اهداف معین و یا حتی برای لوٹ کردن حقایق استفاده می‌شود. به همین دلیل، فعالیت و تأثیر تبلیغات، خود تکنولوژی را نیز هدایت می‌کند و آن را مانند سلاحی در دست دارد. متأسفانه، امروز مشاهده می‌کنیم که برخی از کشورها به دلیل برتری خود در زمینه‌های اطلاعاتی، تبلیغاتی، تکنولوژیک و فرستادن ماهواره‌ها به فضا، این سلاح را علیه حقایق و منافع ملت‌ها - به ویژه کشورهای جهان سوم - به کار می‌برند. همچنین

ساختار روابط بین المللی را تغییر می دهد، همان جنبش احیای دین است. لهستان اولین کشوری است که دچار این تحولات شده است. چه کسی عملیات تحول در این کشورها را رهبری کرده است؟ کلیسای کاتولیک، دین. لهستان اولین دژ تسخیر شده در نظام شرقی است. اکنون در اروپا صحبت‌هایی درباره فعالیت‌های ضد سامیسم وجود دارد. این فعالیت‌های ضد سامیسم چه مفهومی دارد؟ این امر بیانگر بازگشت روحیه وثبات و قدرت به کلیسای ارتدوکس شرقی است که بر ملت‌های اروپای شرقی حکومت می کند. پاپ می گوید: «بیا بید کلیساها و دو جناح کاتولیک غرب و ارتدوکس شرق را بایکدیگر متحد کنیم». در اینجا، نتیجه می گیریم که معادلات جدیدی وجود دارد. از این رو، باید تحلیل‌هایمان را اساسی تر کنیم و سطحی نباشیم. اگر سطحی فکر کنیم، به این نتیجه می رسیم که تداوم موج تبلیغات همراه با طرح مسئله آزادی و حقوق بشر، تغییر دهنده افکار و تحلیل‌هاست. ولی در اساس، این دین - چه مسیحیت و چه اسلام - است که تغییر دهنده روابط بین المللی است. ما در دهه هشتاد، شاهد افزایش قدرت نیروی آسیایی - یعنی هند، ژاپن و چین - بوده ایم. اینک این سه کشور در صدد ایفای نقش نیروی منطقه ای در آسیا هستند. هندوستان، نیروی بودایی است، ژاپن نیز همان طور است.

در اینجا، باید به این نکته اشاره کنم که نظام بین المللی تبلیغات در حال حاضر و تا ۵ سال آینده، هرگز مستقل از نظام سیاسی نخواهد بود. قطعاً این نظام یکی از بازتاب‌های نظام سیاسی است. تبلیغات و یا به اصطلاح نظام جهانی تبلیغات یکی از چهره های نظام سیاست است و این نظام، در قبال نظام روابط بین المللی استقلال نسبی دارد، نه مطلق. در نتیجه، درمی یابیم که تکنولوژی و تحولات تکنولوژیک در زمینه ارتباطات، همواره در خدمت نظام روابط بین المللی و کشمکش‌های جناح‌ها خواهد ماند.

□ به نظر می رسد تفسیر دیگری نیز می توان از این تحولات ارائه داد و آن این است که این تحولات در سایه افزایش اطلاعات و ارتباطات انسان پیرامون خود و جهان اطرافش بوده است. تنها در ایران، این افزایش اطلاعات، با انقلاب اسلامی که رنگ و صبغه دینی داشته و رهبران آن مذهبی بوده اند، همراه بوده است و شاید به این خاطر، تحولات ناشی از افزایش اطلاعات را به دین نسبت می دهیم. در حالی که این تحولات ناشی از این افزایش اطلاعات و ارتباطات بوده است. همان طور که اگر همین تحولات و همین افزایش ارتباطات در جوامع دیگر که رنگ غیر دینی دارند، رخ دهد، اشتباه است که آن را به صبغه غیر دینی آن جوامع نسبت دهیم.

● میشل نوفل: برای انتقال اطلاعات و بالابردن آگاهی مردم، دیوارهایی باید خراب برداشته شوند. مردم اروپای شرقی زندانی بودند. آنها بندها را گسستند و موانع کسب اطلاعات را برداشتند. این موانع، چگونه برداشته شدند؟ آیا آنها را اطلاعات برداشت، یا چیز دیگر؟ پس از برداشتن این موانع بود که اطلاعات به گوش مردم رسید. من معتقدم که ما باید دیدی جامع و کامل در این زمینه داشته باشیم. در آغاز قیام انقلاب اسلامی ایران، نظامی ساقط شد که بر جهان حکمفرما بود. نه تنها نظام شرقی و یا نظام غربی، بلکه هر دو ساقط شدند. وقتی که این نظام برافتاد، راهها برای انتقال اطلاعات و مبادله افکار و عقاید باز شد. ما از اواخر دهه هفتاد، تاکنون با مسئله بروز تحولات گسترده در کل نظام جهانی و روابط بین المللی روبه رو هستیم و باید در قبال این مسئله، دیدی کامل و گسترده داشته باشیم.



کشورهای اروپایی و نظام تبلیغاتی آمریکا در اروپا وجود دارد. آمریکا با استفاده از برنامه ها و دستگاه‌های تبلیغاتی خود، در صدد نفوذ در نظام تبلیغاتی اروپا هستند، ولی اروپا ایستادگی می کند. آنچه در جهان در زمینه های سیاسی و اقتصادی رخ می دهد، در نظام تبلیغاتی منعکس می شود. تبلیغات، نوعی بازتاب است و نه اصل قضیه. بدین ترتیب، کشمکش‌هایی در این زمینه صورت خواهد گرفت. زیرا جناح‌های دیگری هم در جهان نمایان خواهند شد و در برابر نفوذ و سلطه آمریکا در تمامی زمینه ها ایستادگی خواهند کرد.

□ شما به تحولات اروپای شرقی اشاره کردید. آیا فکر نمی کنید که این تحولات به رغم مرزهای آهنینی که دور این کشورها کشیده بود، نتیجه تأثیر وسایل ارتباط جمعی و انقلاب امواج بوده است؟

● میشل نوفل: من معتقدم که اینک دورای برای تفسیر این مسئله وجود دارد، تا بتوانیم جریان‌ات اروپای شرقی را بهتر درک کنیم. اروپا در صدد برآمده است نقش خود را در چارچوب نظام روابط بین المللی باز یابد، و تلاش می کند مرکز تحولات جهان باشد، و این امر، در زمینه وحدت اروپا، وحدت دو آلمان، نزدیکی میان شوروی و اروپا و نزدیکی شوروی و واتیکان نمایان است. تمامی این مسایل، به اروپا مرکزیت می دهد. ما باید ریشه این مسئله را بررسی کنیم. در اینجا، این سؤال مطرح است که چگونه این تحولات اتفاق افتاد؟ به عقیده من، در اوایل دهه ۹۰ جهان شاهد بروز تحولات اساسی در رویارویی‌های جهانی بوده است. پس از انقلاب اسلامی ایران و جریان‌ات لهستان و مسئله افغانستان و قیام فلسطینیها، نقش مذهب نمایان شده است. ما می دانیم که اسلام نقشی اساسی در قیام فلسطینیها دارد. در نتیجه، درمی یابیم که دین در تمام این تحولات، عامل اصلی بوده است. ایده های سنتی غرب در باره آزادیها، عامل تغییر دهنده در جهان نیست. بلکه آنچه اکنون