

بزرگراه‌های اطلاعاتی و آینده ارتباطات

گفتگو با پروفیسور حمید مولانا



پروفیسور حمید مولانا رییس انجمن جهانی تحقیقات ارتباطات جمعی (۱۹۹۸-۱۹۹۴) و استاد علوم ارتباطات بین‌المللی و رییس وقت مطالعات عالی ارتباطات بین‌المللی در دانشگاه «امریکن واشنگتن دی.سی» است. او اولین ایرانی و «جهان‌سومی» مسلمان است که به سمت ریاست این انجمن انتخاب شده است. رؤسای پیشین این انجمن جهانی به ترتیب از فرانسه، امریک، سوئیس، انگلستان و هلند بوده‌اند. پروفیسور مولانا ۲۶ سال در این انجمن عضو بوده و مدتی نیز سمت‌های معاونت، قائم‌مقامی و ریاست بخش ارتباطات بین‌المللی آن را به عهده داشته است.

پروفیسور مولانا در گفت‌وگو با «رسانه» با تأکید بر نقش و اهمیت روزافزون بزرگراه‌های اطلاعاتی و ارتباطی در جهان توصیه می‌کند که کشورهای در حال توسعه که فرهنگ، زبان و سنت مشترک دارند، باید از هم‌اکنون برای ایجاد بانک‌ها و مراکز اطلاعاتی و داده‌پردازی تلاش کنند.

وی می‌گوید: «تا زمانی که ممالک اسلامی، اطلاعات مربوط به تاریخ، سنت، پیشرفت و جامعه‌شناسی سیاسی و اقتصادی خود را به‌طور مستقل تهیه نکرده‌اند، برای همیشه به بانک‌های اطلاعاتی غرب تکیه خواهند کرد».

پروفیسور مولانا تأکید دارد که «اگر هدف‌نایمان را مشخص کرده باشیم و از شبکه‌های ارتباطی موجود آگاهی کامل داشته باشیم، امکان استفاده از بزرگراه‌های اطلاعاتی برای ما - حتی در شرایط فعلی - بسیار زیاد است».

آنچه در پی می‌خوانید مشروح گفت‌وگوی رسانه با ایشان است.

■ **بزرگراه‌های اطلاعاتی چیستند، از چه زمانی مورد توجه قرار گرفتند و چگونه وسعت یافتند؟**

بزرگراه‌های اطلاعاتی به وسایل ارتباطی، اطلاعاتی و تکنولوژی‌هایی گفته می‌شود که توسط آنها هر نوع پیام از جمله اخبار، برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، ویدئو، فیلم و سینما، بازیهای الکترونیکی تفریحی، صفحات موسیقی، مکالمات معمولی تلفنی، عرضه و تقاضاهای اجناس و قیمت‌ها در فروشگاه‌ها و بازارها، منابع و مجموعه‌های کتابخانه‌ها، آگهی‌های تجارتنی و سیاسی و اجتماعی، آمار و داده‌های اقتصادی، آموزشی، بهداشتی، علمی، و انواع طراحی، نقشه، تصویر و عکس می‌توانند در آن واحد و در یک خط مستقیم در حرکت باشند. به عبارات دیگر بزرگراه‌های اطلاعاتی مانند بزرگراه‌های حمل‌ونقل هستند که در آن واحد و در یک جاده معین دو چرخه، اتومبیل، اتوبوس، کامیون، درشکه و حتی راه‌آهن در حرکت و رفت‌وآمد باشند، یا این فرق که در بزرگراه‌های اطلاعاتی به‌جای وسایل حمل‌ونقل، کالا و مردم، پیام‌های شفاهی و کتبی و آمار داده‌های اطلاعاتی و تصویرها در حرکت هستند.

راه‌های ارتباطی و اطلاعاتی کشورهای صنعتی در نیم‌قرن اول قرن بیستم مانند کوچه پس‌کوچه‌ها و خیابانها و جاده‌های معمولی بودند که عموماً هریک، اختصاصی و متعلق به یک نوع وسیله ارتباطی بوده و کمتر با هم ارتباط داشتند. مثلاً تلفن برای مکالمات

شخصی، تلگراف برای پیام‌های سریع کتبی، رادیو و تلویزیون جهت ارتباطات بی‌سیم سمعی و بصری، تله‌تایپ برای ارسال اخبار و بعدها برای عکس، روزنامه و وسایل چاپ و کتابخانه‌ها از طریق سازمانها و حمل‌ونقل معمولی و سینما و تئاتر برای حضور دسته‌جمعی مخاطبان به کار برده می‌شد.

در چند دهه اخیر این روش پخش و دریافت اطلاعات عوض شده و ترکیب جدیدی به‌خود گرفته است. خطوط عمودی و مجزای اطلاعات به شبکه‌های موازی و پیچیده ارتباطی تبدیل شده است. شرکت‌های تلفن و مخابرات از سازمانهای تلفنی و مکالماتی به کمپانی‌های عظیم حمل‌ونقل اطلاعات تبدیل شده‌اند. تلفن، کامپیوتر، تلویزیون، ماهواره‌ها و وسایل تصویری و از جمله تلویزیون‌ها و صفحات الکترونی، شبکه‌های اطلاعاتی بوجود آورده‌اند که در آن اطلاعات مجزای دهه قبل در یک وسیله و واحد ارتباطی متمرکز شده‌اند. در دنیای اطلاعاتی امروز، خط تلفن نه تنها برای مکالمه نزدیک و دور و دراز، بلکه مهمتر از همه، وسیله انتقال اطلاعات، داده‌ها، تصویرها و برنامه‌های تفریحی و غیره است.

بزرگراه‌های به اصطلاح امروزی حاصل تحقیقات و سرمایه‌گذاری دولتهای بزرگ امریکای شمالی و اروپا در سه رشته کامپیوتر، ماهواره‌ها و صنایع فضایی و هوایی است که چهاردهه قبل با خاتمه جنگ دوم جهانی شروع و گسترش پیدا کرد و به تدریج پس از

بزرگراههای اطلاعاتی مانند بزرگراههای حمل و نقل هستند که در آن واحد و در یک جاده معین دو چرخه، اتوبوس، کامیون و حتی راه آهن در حرکت و رفت و آمد باشند با این فرق که در بزرگراههای اطلاعاتی به جای وسایل حمل و نقل، کالا و مردم، پیامهای شفاهی و کتبی، آمار و داده‌های اطلاعاتی و تصویرها در حرکت هستند.

چنین برنده شده و عملیات خود را در پرمجمعیت‌ترین بازار دنیا شروع کرده است و یکی از هواداران جهانی و بزرگ خصوصی شدن اطلاعات است.

ویژگی سوم این بزرگراههای اطلاعاتی این است که قوانین و مقررات ملی رفت و آمد در آن‌ها اغلب در دست شرکت‌های خصوصی است. در سطح جهانی این مقررات نیز نامعلوم، مبهم و تحت نفوذ ممالک بزرگ صنعتی مثل امریکا، ژاپن و کشورهای اتحادیه اروپاست. سؤالهایی که اکنون قابل طرح است این که طراحی و احداث این بزرگراهها بر مبنای چه احتیاج و خواسته‌ای بنا می‌شود؟ اجازه ورود، استفاده و عبور از این بزرگراهها در دست کیست و مقررات و انتظامات آنها را چه کسانی و چه سازمانهایی و چه ممالکی تعیین می‌کنند؟ آیا همه، توان دسترسی به این بزرگراهها را خواهند داشت یا فقط کسانی قادرند که توانایی مالی و سیاسی داشته باشند؟ باج و درآمد حاصله از این بزرگراهها به جیب و خزانه چه کسی خواهد رفت؟ چه کسی از تصادمات و تصادفات در این بزرگراهها جلوگیری خواهد کرد؟ این بزرگراهها تا چه حدودی به شهرها، روستاها و کوجها وصل هستند؟ چند خطی‌اند و احتمال گم شدن در آنها چه اندازه است؟ اطلاعات مربوط به آنها را چه کسانی در اختیار عابرین خواهند گذاشت؟ برای جلوگیری از فزونی ترافیک در این بزرگراهها چه اندیشیده‌ایم؟ قیمت سرویس و تعمیر این بزرگراهها چقدر است و چه کسی بهای آن را خواهد پرداخت؟ آیا این بزرگراههای اقتصادی و اطلاعاتی مورد تجاوز جنایتکاران و خشونت‌گرایان قرار خواهد گرفت؟ رسیدگی به شکایت و دادرسی

شرکت‌های مختلف اطلاعاتی و ارتباطی - از مطبوعات گرفته تا شرکت‌های تبلیغاتی و فروشگاهها، از سازمانهای رادیو تلویزیونی گرفته تا شرکت‌های بزرگ فیلم‌سازی و ویدئو و تلویزیون کابلی، از مؤسسات خصوصی چندملیتی کامپیوتر گرفته تا شرکت‌های بین‌المللی مخابراتی - هم به تدریج در یکدیگر ادغام می‌شوند و مؤسسات بسیار بزرگ چندین میلیارد دلاری بوجود می‌آیند که از همه این محصولات در یک جاده و خط واحد استفاده کنند.

معامله سال گذشته کمپانی تلفن «بل آتلانتیک» امریکا و شرکت تلویزیون کابلی «تی.سی.آی» به مبلغ ۳۲ میلیارد دلار جهت تشکیل یک شرکت واحد که در آن کلیه مکالمات تلفنی، برنامه‌های تلویزیونی و اطلاعات مربوط به فروشگاهها فقط توسط یک سیم واحد به میلیونها امریکایی توزیع خواهد شد فقط یکی از صدها همبستگی‌هایی است که بین این صنایع در سطح ملی و بین‌المللی بوجود می‌آید. شرکت جهانی «AT&T» امریکا نه تنها بزرگترین شرکت تلفن راه دور امریکا و یکی از بسزرگترین تولیدکننده‌های محصولات مخابراتی است، بلکه در سالهای اخیر قسمت اعظم این شرکت در رشته‌های بانکهای اطلاعات، صنایع کامپیوتر، نامه‌های پستی الکترونیکی، بازیهای تلویزیونی و حتی کارتهای پلاستیکی اعتباری سرمایه‌گذاری کرده و چندین شرکت بزرگ و فعال این رشته‌ها را در خود ادغام کرده است. این شرکت امریکایی نه تنها در اروپا با همه شرکت‌های این قاره در رقابت است، بلکه اخیراً در مناقصه توسعه بزرگراههای مخابراتی و اطلاعاتی

آنکه مورد استفاده صنایع جنگ و دفاعی قرار گرفت، به شرکت‌های بازرگانی و تجارتي غرب واگذار شد و نتیجه آن تأسیس و استقرار شرکت‌های بزرگ خصوصی الکترونیک، کامپیوتر، ماهواره‌ها و صنایع فضایی و هوایی در امریکا، ژاپن، آلمان، انگلستان، فرانسه و دیگر کشورهای دنیای سرمایه‌داری قرار گرفت.

به عبارت دقیقتر باید گفت که در دنیای امروز، بدون استفاده از این بزرگراههای اطلاعاتی، اموری چون تجارت جهانی امروز، فعالیت بازارهای صنایع فرهنگی، گسترش رسانه‌ها و شرکت‌های اطلاعاتی چندملیتی و غولهای جهانی، حرکت میلیونها سرباز و قشون و مسافر و توریست در دنیا، نفوذ و تسلط اطلاعاتی و علمی و بانکی ممکن نیست.

■ ویژگیهای خاص و نوین این بزرگراهها چیستند؟

ویژگیهای خاص این بزرگراههای اطلاعاتی بسیارند. یکی اینکه این بزرگراهها اکثراً در اختیار، دسترس و مالکیت شرکت‌های بزرگ خصوصی هستند و سیاستگذاری و گسترش و مقررات آنها با اهداف این شرکت‌های بزرگ انطباق و همخوانی دارد. مثلاً در دهه ۱۹۴۰ صنایع کامپیوتر امریکا چهل درصد در اختیار دولت امریکا بود و در دهه جاری فقط شش درصد کل صنایع این رشته در دست دولت است. سه دهه قبل در امریکا تمام تکنولوژی و صنایع ماهواره فضایی در اختیار دولت این کشور بود و امروز این صنایع که با بودجه ملی توسعه یافته، کاملاً خصوصی شده و در اختیار و تحت مالکیت خصوصی و شرکت‌های ارتباطی و اطلاعاتی قرار گرفته است. این که این شرکت‌های خصوصی تا چه اندازه رفاه و منافع عام را در گسترش و استفاده از این بزرگراهها در نظر خواهند داشت، مبهم است و اگر در این موارد چگونگی گسترش این صنایع در گذشته مورد ملاحظه باشد، قطعاً تسلط بازرگانی و دیدگاههای مالی اولین مبنای استفاده از این بزرگراهها خواهد شد، مثل رادیو و تلویزیون. دوم اینکه در جهت تشکیل این بزرگراهها،

در دست چه کسانی خواهد بود؟

ویژگی چهارم این بزرگراهها این است که ساختمان و گسترش آنها به گونه‌ای است که هم امکان استفاده وسیع و دامنه‌دار افراد را از اطلاعات و ارتباطات افزایش خواهد داد و هم امکان کنترل کامل افراد و سوءاستفاده از اطلاعات شخصی را بالا خواهد برد. این بزرگراهها هم می‌توانند عوامل تبادل اطلاعات و توسعه بین فرهنگها و بالابردن سطح زندگی مادی و معنوی افراد و ملتها باشند و هم می‌توانند اسلحه بزرگ سلطه‌گرایی و هجوم فرهنگی و اقتصادی و سیاسی باشند. اسلحه‌ای که در تاریخ بشر تاکنون سابقه نداشته است.

متأسفانه از آنجا که مالکان و مهندسان و معماران این بزرگراهها شرکتهای بزرگ و خصوصی انتفاعی و بازرگانی جهانی هستند، استفاده عادلانه عامه از آن مورد تأمل است. سؤال مهم این نیست که آیا استفاده‌کنندگان از این بزرگراهها به بانکهای اطلاعاتی، کتابخانه‌ها، فروشگاهها، رسانه‌ها، خبرگزاریها، سینماها و بسیاری مراکز دیگر تولید اطلاعات و داده‌ها دسترسی پیدا خواهند کرد یا نه؟ سؤال بزرگتر و مهمتر این است که داده‌ها را در این بانکها و مراکز به اصطلاح اطلاعاتی، چه کسانی و برای چه هدفی تهیه کرده و تحت چه شرایطی وارد بازار کرده و در دسترس عموم می‌گذارند؟

در این قسمت‌ها پیشقدم است. در حقیقت قدرت کنونی آمریکا، قدرت جهانی آن در رشته‌های کامپیوتر، ماهواره‌ها و صنایع فضایی و هواپیماسازی و بنیاد قدرتهای اقتصادی و نظامی و سیاسی آن با شبکه‌های مختلف اطلاعاتی رابطه مستقیم دارد. اروپا و ژاپن در ترسیم و ساختمان بزرگراههای ارتباطی حداقل ۱۵-۱۰ سال از آمریکا عقب هستند. مثلاً شبکه جهانی اطلاعاتی و ارتباطی «اینترنت» که میلیونها نفر و سازمان و حتی خانواده‌ها در سراسر دنیا از آن استفاده می‌کنند، ساخته و تحت نظر امریکاست. ژاپنی‌ها و اروپاییها اخیراً ایجاد شبکه‌هایی نظیر «اینترنت» را شروع کرده‌اند، ولی این امر سالها طول خواهد کشید. بانکهای اطلاعات بزرگ دنیا در دست امریکاییهاست و این بزرگترین راهی است که آمریکا از طریق آن بر دنیا تسلط دارد.

برای مثال در حالی که آمریکا با جمعیتی نزدیک به ۲۵۰ میلیون نفر، بیش از ۴۲ میلیون کامپیوتر شخصی دارد، ژاپن با جمعیت ۱۲۰ میلیونی فقط ۹/۵ میلیون کامپیوتر شخصی دارد و استفاده ژاپنی‌ها از شبکه عظیم «اینترنت» با ۳۹ هزار مشترک بسیار کمتر از امریکاییهاست که نزدیک به دو میلیون مشترک دارند. تعداد بانکهای اطلاعاتی، تجارتی و اقتصادی در آمریکا ۳۹۰۰ و در ژاپن ۹۰۰ است. این آمار اطلاعاتی و استفاده از

بزرگراههای اطلاعاتی اکثراً در اختیار و مالکیت شرکتهای بزرگ خصوصی هستند و سیاستگذاری، گسترش و مقررات این بزرگراهها با اهداف این شرکتهای بزرگ همراه است.

■ شبکه این بزرگراهها چگونه گسترش خواهد یافت؟

چگونگی گسترش شبکه‌های بزرگراهها با گسترش تجارت جهانی، شکاف بین ثروتمندان و فقیران و فاصله مکتبی و ایدئولوژی کشورها و بلوک‌های مختلف در یک خط حرکت می‌کند. آمریکا، بدون شک، در این بزرگراهها پیشروست و از آنجا که سالها در قسمت صنایع ارتباطی و فرهنگی از دیگران جلو بوده و سلطه جهانی داشته است،

زیربناهای اطلاعاتی و ارتباطی در کشورهای اروپایی کمتر از ژاپن بوده و در مورد کشورهای به اصطلاح در حال توسعه یا کم‌صنعت، بسیار کم و ناچیز است. این شکاف بزرگ اطلاعاتی در تولید و مصرف و گردش آن، خود یکی از عوامل وابستگی اطلاعاتی است که تأثیرات مهمی در رشته‌های اقتصادی و علمی و نظامی و سیاسی به جای می‌گذارد. بزرگراهها و شبکه‌های امروزی و آینده، مستقیم و عمودی و افقی نیستند و نخواهند بود، بلکه این

شبکه‌های اطلاعاتی، تار عنکبوتی و بسیار پیچیده هستند. جهت گردش، جریان کالاها و منابع طبیعی و اطلاعات در دهه‌های گذشته مورد بحث سازمانهای بین‌المللی بوده است. سؤالی که این عصر بزرگراههای اطلاعاتی مطرح می‌کند این است که تا چه اندازه رفت و آمد در این شبکه‌ها یکطرفه بوده و توانایی بهره‌برداری در دست چه کسانی خواهد بود؟

■ چشم‌انداز آینده جهانی ارتباطات با حضور و گسترش روزافزون این بزرگراهها چیست؟

یکی از مشکلات بزرگ افراد معمولی در عصر اطلاعات و ارتباطات - که در واقع یک موفقیت بزرگ برای مؤسسات تجارتي، بازرگانی و خصوصی محسوب می‌شود - این است که تفکیک اطلاعات آموزشی و علمی و فرهنگی و اجتماعی از اطلاعات مربوط به آگهی‌ها و تبلیغات تجارتي و مالی به تدریج مشکل شده است. مثلاً شبکه تلویزیونی جهانی «ام. تی. وی» - که محصولات آن، موسیقی و نمایشهای غرب است و توسط شرکتهای و شبکه‌های جهانی اطلاعاتی در بیش از ۲۵۰ میلیون خانواده دنیا نفوذ پیدا کرده است - اخیراً با خوشی و افتخار تمام اعلام کرد که سنجش‌های حاصله نشان می‌دهد که قریب به اتفاق تماشاکنندگان و مخاطبان این شبکه تلویزیونی، موسیقی و آگهی‌های تجارتي را از یکدیگر تشخیص نمی‌دهند. به عبارت دیگر این شبکه، وسیله بهتر و موفق‌تری برای آگهی‌های تجارتي و توجه جوانان شده است.

فلسفه فضای عمومی و فضای خصوصی در ارتباطات به نفع فضای تجارتي و بازرگانی تغییر جاداده است. در بسیاری از ممالک دنیا اطلاعات و اخبار و تولیدات آموزشی و فرهنگی و حتی تفریحاتی در ردیف خدمات اجتماعی و دسترسی به آنها از احتیاجات و حقوق فردی و اجتماعی به شمار می‌رود. مثلاً کتابخانه‌های عمومی و منابع آن در تمام کشورها، حتی در آمریکا، همیشه متعلق به همه است و به رایگان در دسترس عموم قرار می‌گیرد ولی در این اواخر بر اثر ازدیاد شبکه‌های اطلاعاتی و تأسیس بانکهای اطلاعاتی انتفاعی بسیاری از اطلاعات رایگان

قبلی، خصوصی و بازرگانی شده و هزینه استفاده از آنها به عهده افراد است. در آمریکا و در بسیاری از کشورهای غربی ایجاد بزرگراههای اطلاعاتی و استفاده بازرگانی و انتفاعی از آن در سیاستگذاری کتابخانه‌ها تأثیر کلی به جا گذاشته است.

بهره‌برداری از اطلاعات موجود شخصی و عامه توسط کمپانیهای بازرگانی از طریق این بزرگراهها نه تنها مسأله تبعیض اطلاعاتی را بوجود آورده است، بلکه دست‌اندازی و ترکیب اطلاعات موجود متعلق به عموم توسط این سازمانها بزرگترین مشکل حقوقی ملی و بین‌المللی یعنی مسأله حق تألیف و مالکیت کالا و اثرات هنری و علمی را در سطح جهانی پیش آورده است.

■ کشورهای مختلف در قبال این بزرگراهها چه وضعیتی دارند؟

وضعیت کشورهای مختلف در احداث و استفاده از این بزرگراههای اطلاعاتی نمودار دیگری از عدم تساوی اقتصادی و فنی و تکنولوژی است. یکی از اقدامات بزرگ آمریکا که با آغاز ریاست جمهوری بیل کلینتون شروع شده است، فراهم کردن زیر ساخت جدید اطلاعاتی و احداث این بزرگراههای اطلاعاتی است که بنام پروژه «زیرساخت ملی اطلاعاتی» تحت نظر «ال‌گور» معاون ریاست جمهوری شروع به کار کرده است. این پروژه - که دولت آمریکا قریب به پنج میلیارد دلار برای آن خرج می‌کند - شبیه پروژه بزرگراههای حمل‌ونقل سرتاسری امریکاست که چهل سال قبل در زمان ریاست جمهوری ژنرال آیزنهاور انجام شد. امریکاییها معتقدند که این زیربنا نه تنها بسیاری از مشکلات اجتماعی، بهداشتی، فرهنگی و آموزشی آنها را حل خواهد کرد، بلکه آمریکا را بار دیگر در مقابله و رقابت با سایر کشورها در مقام اول قرار خواهد داد. کشورهای اتحادیه اروپا و ژاپن با آگاهی کامل از رابطه بین اقتصاد، اطلاعات و ارتباطات سعی دارند از این مسابقه جدید ماوراء صنعتی عقب نمانند. ولی اینکه پروژه و ایده بزرگراههای اطلاعاتی تا چه اندازه خواسته و رویاهای آمریکا و اروپا را در جهان پیچیده امروزی به واقعیت و

موفقیت تبدیل خواهد کرد، هنوز معلوم نیست.

اخيراً یکی از مدیران شرکت‌های بزرگ اطلاعاتی اظهار داشت که بزودی در اثر احداث شبکه‌های اطلاعاتی و بزرگراههای ارتباطی که به منظور شکل دادن به اتحادیه اروپا صورت می‌گیرد، بسیاری از دول اروپا اختیار و حاکمیت اقتصادی و سیاسی خود را از دست داده و در عرض دو دهه، اروپا در بسیاری از جهات تحت نظر و نفوذ غولهای اطلاعاتی و شرکت‌های ارتباطی - که خود مستقل خواهند بود - اداره خواهد شد و



بسیاری از کشورهای اروپا شبیه استانهای سیاسی و اقتصادی خواهد بود. اینکه انگیزه اروپا جهت اتحاد اقتصادی و اطلاعاتی تا چه اندازه با حس ملی‌گرایی و حاکمیت ملی توافقی یا مغایرت خواهد داشت، سؤال است که فقط آینده به آن جواب خواهد داد. آنچه مسلم است اینکه تناقض این دویدیده قطعاً بحث و اختلافات جدیدی را در اروپا و سایر نقاط باعث خواهد شد.

در آمریکا فلسفه انتفاعی و جنگی یا دفاعی اطلاعات و ارتباطات بقدری در دهه‌های بعد از جنگ دوم شدید بود که انتقال زیرساخت اطلاعات و ارتباطات به بزرگراههای کنونی بدون مقاومت و مخالفت جدی عملی شد. مثلاً شبکه عظیم امروزی «اینترنت» - که قبلاً درباره آن صحبت کردم - از طرف وزارت دفاع ملی آمریکا جهت تبادل اطلاعات امنیتی بین سازمانهای مختلف این

کشور تأسیس شده بود. در دهه‌های بعد سازمان معروف «بنیاد علمی ملی» در این شبکه سرمایه‌گذاری کرد و از آنجا که بسیاری از تحقیقات آمریکا در دانشگاهها و مراکز علمی این کشور انجام می‌شد، این شبکه یک شبکه ارتباطی جهت مبادله اطلاعات و داده‌ها بین استادان و دانشگاههای آمریکا تبدیل شد. استفاده دانشگاهیان و سپس رشد و گسترش کامپیوتر در بین مردم آمریکا و علاقه بی‌اندازه شرکت‌های تجاری جهت استفاده از این شبکه، باعث شده است که «اینترنت» بسیاری از سرویس و خدمات خود را خصوصی کند. در حال حاضر هزینه استفاده از این خدمات را مشتریان و شرکت‌های تجاری و بازرگانی پرداخت می‌کنند.

زبان انگلیسی در گسترش و توسعه این بزرگراههای اطلاعاتی نقش بزرگی به عهده دارد. چرا که انگلیسی، رایج‌ترین زبان بین‌المللی امروز در اقتصاد و علوم و روابط بین‌المللی است و اغلب بانکهای اطلاعاتی دنیا و مراکز ارتباطی به این زبان گرایش دارند و این، خود عامل بزرگی در تولید و پخش اطلاعات جهانی مخصوصاً از کشورهای آمریکا و انگلیس و ممالک انگلیسی زبان است. به عبارت بهتر توسعه و تسلط زبان انگلیسی در سراسر دنیا، شبکه‌های اطلاعاتی و ارتباطی آمریکا را بیش از پیش در جهان متداول و رایج کرده است.

■ توصیه‌های کاربردی شما برای حضور کشورهای در حال توسعه در این بزرگراهها و کسب جایگاه مناسب چیست؟

فاصله بین کشورهای به اصطلاح توسعه یافته و در حال توسعه در بزرگراههای اطلاعاتی بسیار زیاد است. اکثر کشورهای در حال توسعه هنوز در عهد رسانه‌های اولیه ارتباطات یعنی روزنامه‌ها و توسعه رادیو و تلویزیون و تلفن و فاکس بسر می‌برند و مشغول تکمیل زیربنای اولیه مخابراتی خود هستند. از این جهت شبکه‌های تکنولوژی و ارتباطی جدید آنها چندان پیچیده و آماده استفاده از این بزرگراهها نیست. ولی اگر در برنامه‌ریزی و تکمیل شبکه‌های مخابراتی

اگر از شبکه‌های ارتباطی موجود جهان آگاهی کاملی داشته باشیم و هدفهای خود را نیز مشخص کنیم، امکان استفاده از بزرگراههای اطلاعاتی برای ما - حتی در شرایط کنونی - بسیار زیاد است.

خود بصیرت لازم را داشته باشند از هم‌اکنون می‌توانند برای آینده برنامه‌ریزی کنند. لازمه این کار آن است که این کشورها باید یک سیاست کلی و جامع اطلاعاتی و ارتباطی بیست ساله داشته باشند. زیربنای آگاهی به پیچیدگی امکانات شبکه‌های ارتباطی و اطلاعات لازم و دقیق تحقیقات است. کشورهایی که امروز مورد تهاجم ماهواره‌ها و برنامه‌های تلویزیونی و اطلاعاتی قرار گرفته‌اند و قدرت ایستادگی در مقابل پیامهای نامطلوب خارجی را ندارند، آنهايي هستند که در دهه‌های قبل سیاست جامع ارتباطی ملی و بین‌المللی نداشته و از عواقب گسترش اینگونه تکنولوژی و شبکه‌ها بی‌اطلاع بوده‌اند.

از آنجا که بزرگراههای اطلاعاتی حاکمیت و مدرن شده‌اند و در سطح ملی و بین‌المللی از آنها صحبت می‌شود، تمایل طبیعی بین سردمداران کشورهای در حال توسعه به این جهت است که مانند گذشته هرچه زودتر خود را وارد این جریان کنند. شاید رسیدن به این هدف از جنبه تکنولوژیکی مقدور باشد، ولی مسأله اصلی در ارتباطات جهانی و ملی تنها ایجاد شبکه‌ها نیست بلکه محتوا و طبیعت پیام‌ها و اطلاعات مطرح است. کشورهای در حال توسعه باید از هم‌اکنون با کشورهای همسایه که فرهنگ و زبان و سنت مشترک منطقه‌ای دارند وارد مذاکره شده و برای ایجاد بانکها و مراکز اطلاعاتی و داده‌پردازی تلاش کنند. برای مثال تا موقعی که ممالک اسلامی اطلاعات مربوط به تاریخ، سنت، پیشرفت و جامعه‌شناسی سیاسی و اقتصادی خود را به‌طور مستقل تهیه نکرده و در دسترس عامه نگذارند برای همیشه به بانکهای اطلاعاتی غرب تکیه خواهند کرد. حقیقت این است که شبکه‌های ارتباطی امروز نه تنها اطلاعات مورد درخواست را در اختیار جوامع و مردم می‌گذارند، بلکه با توزیع چنین اطلاعاتی مفهوم و جریان‌ات روزانه و روش استفاده فرهنگی و اقتصادی و سیاسی آن‌را نیز برای مخاطبان تعریف می‌کنند.

همانطوری که تاریخ ثابت کرده است اگر ما از شبکه‌های ارتباطی موجود جهان آگاهی کامل داشته باشیم و هدفهای خود را

مشنخص و تعیین کنیم، امکان استفاده و برداشت از بزرگراههای اطلاعاتی حتی در شرایط کنونی بسیار زیاد است. بسیاری از گروه‌ها و سازمانهای ملی و بین‌المللی موفق شده‌اند نیروهای علمی، اجتماعی، اقتصادی و حتی سیاسی خود را از طریق بزرگراههای موجود، بسیج کرده و مورد استفاده قرار دهند. امکان استفاده از منابع سرشار موجود، مخصوصاً در جهت افزونی دانش و گسترش علوم و آموزش و پرورش با استفاده از شبکه‌های موجود اطلاعاتی دنیا، بسیار زیاد است. ولی قبل از اینکه جامعه خود را به این شبکه‌ها سیم‌کشی کنیم و خود را وارد میدان رفت و آمدهای بزرگراههای اطلاعاتی بدون محدودیت کنیم، لازم است که افراد جامعه خود را تا آنجا که میسر است از این تحولات و پیشرفت‌ها و عواقب مثبت و منفی آن با اطلاع سازیم و بحث و صحبت را در این موضوعات تشویق کنیم. احتیاجات جامعه و مملکت ما چیست؟ چگونه می‌توان به این اهداف دسترسی پیدا کرد؟ ارزشهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی ما چه هستند و چه مشارکت و مغایرتی با مراکز اطلاعاتی و ارتباطی امروز دارند؟ آیا به اندازه کافی از تخصص و کاربردی کارشناسان خودمان استفاده می‌کنیم یا اینکه کورکورانه مانند گذشته از دیگران تقلید کرده و اعتماد به نفس و استقلال فکر را از دست داده‌ایم؟ اینها سؤالاتی هستند که قبل از اینکه برای احداث و ورود به بزرگراههای ارتباطی تصمیم بگیریم، باید به‌طور جامع به آنها جواب داده شود.

■ انجمن جهانی تحقیقات ارتباط جمعی چه سیاستی در قبال حضور این بزرگراهها دارد و چه ویژگیهایی را برای کشورهای در حال توسعه پیش‌بینی کرده است؟

کارشناسان پژوهشی اطلاعات و ارتباطات در سطح بین‌المللی است، از این مسائل اطلاع داشته و نکاتی را که عرض کردم در دستور کنفرانسها و کنگره‌های جهانی خود قرار می‌دهد. در حقیقت خود این انجمن و طرز کار و عملیات آن نموداری از شبکه‌های علمی و اطلاعاتی امروز دنیای ماست. انجمن جهانی تحقیقات ارتباطات جمعی یک انجمن غیردولتی ولی جهانی است که قریب به چهل سال قبل تأسیس شده و امروز بیش از ۲۴۰۰ نفر عضو دارد و بیش از یکصد کشور دنیا در آن فعالیت دارند.

انجمن، در این چهار دهه تغییرات بسیاری کرده است. در سال ۱۹۵۷ میلادی که این انجمن تأسیس شد ما در عهد رسانه‌های معمولی و در گرداب رقابتهای دو ابرقدرت، زندگی می‌کردیم. امروز نه تنها تحولات بزرگ و عمیقی در امور بین‌المللی ایجاد شده، بلکه وارد عهد جدیدی از تکنولوژی و جریان‌ات اطلاعاتی و ارتباطی شده‌ایم. اطلاعات دسته‌جمعی دیروز جای خود را به مخابرات و بزرگراههای ارتباطی امروز داده است و انجمن ما - که در گذشته، اغلب در رشته مطبوعات و رسانه‌ها مطالعه و تحقیق می‌کرد - امروز حوزه عملیات خود را به سیاستگذاری تکنولوژی ارتباطات جهانی، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی ارتباطی، سیاست اقتصادی اطلاعات، آموزش و پرورش ارتباطی و اطلاعاتی، ارتباط‌شناسی و بانکهای ارتباطی و اطلاعاتی، تکنولوژی مخابراتی و ارتباطات بین‌المللی و همچنین مسائل اقتصادی و سیاسی و فرهنگی و اطلاعات توسعه داده است. ■

انجمن جهانی تحقیقات ارتباط جمعی چه سیاستی در قبال حضور این بزرگراهها دارد و چه ویژگیهایی را برای کشورهای در حال توسعه پیش‌بینی کرده است؟

انجمن جهانی تحقیقات ارتباطات جمعی که بزرگترین گروه علمی از دانشمندان و