

رسانه‌های فرامدرن



نوشته: دکتر ستاره غفاری
ترجمه: مجید تولی

■ گسترش سریع سیستم رسانه‌های چندکاره، بیش از پیش توجه به برخوردارهای اجتماعی و فرهنگی این تکنولوژی نوین را ضروری ساخته است.

بدین ترتیب، ظهور رسانه‌های فرامدرن از جمله رسانه‌های چندکاره و بزرگراه‌های اطلاعاتی، در امتداد تحول رسانه‌های مدرن در غرب قرار گرفته و علی‌رغم تغییرات بزرگ در مرکز سیستم‌های ارتباطی، هیچ‌گونه گسیختگی‌ای بروز نکرده است. در حقیقت، انقلاب تکنولوژی ارتباطات، موضوع اصلی مبارزات انتخاباتی «بیل کلینتون» بود که با همکاری «ال‌گور»، معاون کنونی رییس جمهور آمریکا - که به نوعی، تلاش‌های پدر خود را دنبال می‌کند - صورت گرفت. «سترومن» در سال‌های پنجاه، به خاطر مدرن سازی شبکه حمل و نقل و ساخت یک شبکه بزرگراه، که تمام کشور را به هم مرتبط می‌ساخت، نقشی کلیدی در اصلاح صنعت و رشد عظیم اقتصادی آمریکا بر عهده داشت. اما امروز، آمریکا تغییرات بسیاری کرده است. موتور اقتصاد، دیگر صنعت نیست، ارتباطات راه دور و اطلاعات جای آن را گرفته‌اند. تحقیق بانک «ایندو سوئز» نشان می‌دهد که ارزش بازار جهانی ارتباطات راه دور به ۵۴۱۰۰۰ میلیون دلار (نزدیک به ۳ میلیارد فرانک فرانسه) در سال ۱۹۹۱ رسید و پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۰۰ این رقم، با ۷/۲٪ رشد، به ۷۷۶۰۰۰ میلیون دلار بالغ شود و این یعنی، بیش از دو

تمامی رسانه‌های بزرگ غرب، متفقاً، در برابر تحولات عظیم تکنولوژیکی که امروزه در زمینه اطلاعات و ارتباطات رخ نموده است، تمامی گواه مسیر حرکت ما به سوی نوعی جامعه به نام «جامعه اطلاعات» هستند و تحلیل «الوین تافلر» آمریکایی را - که در کتاب «موج سوم» خود تاریخ بشری را به سه موج بزرگ تقسیم کرده است: انقلاب کشاورزی، انقلاب صنعتی و انقلاب تکنولوژی اطلاعات - تأیید می‌کند.

کشورهای اروپای غربی و آمریکای شمالی به تدریج - البته نه آنقدر آشکار که تصور می‌کنیم - برای رسیدن به مرحله‌ای جدید در توسعه، یعنی توسعه ارتباطات تعاملی در جهت فراهم آوردن زمینه‌های مشارک عمومی^۱ و اشاعه منصفانه‌تر دانش مراحلی را پیموده‌اند. وضعیت تازه، جایگزین وضعیتی خواهد شد که در آن تولید انبوه اطلاعات، از مردم، توده‌ای منفعل در برابر گیرنده‌ها ساخته است. باید گفت از لحاظ روانشناختی اجتماعی، این تغییر با ذهنیت و کارکرد افراد و گروه‌های مختلف اجتماعی این کشورها که همگی تابع سنت دموکراتیک بوده‌اند، هیچ‌گونه تضادی نداشته و گونه‌های مختلف مشارکت اجتماعی و سیاسی افراد در جامعه را فراهم می‌آورد.

برابر مجموع عایدات اقتصادی.^۲ بنابراین، گسترش رسانه‌های چندکاره و بزرگراه‌های اطلاعاتی که از خطوط تلفنی بهره می‌برند، یکی از دغدغه‌های مهم کشورهای صنعتی است. اکنون ازدواج میان اطلاعات، تلویزیون و تلفن که شکل دهنده آرایش رسانه‌های چندکاره است و آمدوشد آزاد را در بزرگراه‌های اطلاعاتی میسر می‌سازد به نظر بسیار موفقیت‌آمیز آمده، چون افزایش عرضه برنامه‌ها و خدمات، به افزایش تقاضا منجر گردیده است. و از آنجا که این خدمات، عملاً خدماتی با ارزش افزوده می‌باشند، ارزش تجاری بسیار بالایی را شامل می‌شوند. آمریکای شمالی اکنون موفق شده است تا بازاری برای محصولات رسانه‌ای خود ایجاد کند. بدین ترتیب کشورهایی که توان تولید چنین محصولاتی را ندارند به سادگی، تبدیل به واردکنندگان تجهیزات کامپیوتری رسانه‌های چندکاره شده‌اند. در مورد سایر ابزار ارتباطی نیز، وضع به همین‌گونه می‌باشد. در نتیجه می‌توان گفت که موج مواد و اطلاعات، پیوسته از جانب شمال به جنوب روان بوده است. می‌دانیم که برای نمونه، اگر کشوری از جهان سوم بخواهد در مورد منابع ژنتیک خود اطلاع حاصل کند، به یک بانک اطلاعاتی آمریکایی

که اطلاعات خود را در واقع در همان کشور تکمیل کرده است - رجوع می‌کند. یا هرگاه در جنوب، کشوری بخواهد اطلاعاتی راجع به همسایه خود داشته باشد به آژانسهای بزرگ جهانی متوسل می‌شود. بنابر آمار وزارت پژوهش فرانسه، در سال ۱۹۹۰ بیش از ۴۰۰۰ بانک اطلاعاتی در جهان وجود داشته است که از این تعداد ۵۶٪ در آمریکا، ۲۸٪ در اتحادیه اروپا، ۱۲٪ در ژاپن و فقط ۱٪ در جهان سوم مستقر بوده‌اند.^۲

شرکتهای اروپایی همانند «فیلیپس» - شماره یک هلند - و «اسی جی اس تامسون» (CGS Thomson) با سازندگان آمریکایی دست اتحاد داده‌اند که به نوبه خود «موتورولا» و «سیرکس» (Cyril) نیز از این جمله هستند. «اولیوتی» به تازگی با «بل آتلانتیک» (Bell Atlantic) و «پاسیفیک تلسیس» (Pacific tel) متحد شده است تا قرارداد بزرگ تلفن همراه را در ایتالیا به دست آورد. همچنین در ایتالیا شرکت «دبندتی» (De Benedetti) برای

دارد و در گزارش خود، که در مه ۱۹۹۴ به چاپ رسیده است تأیید می‌کند که جایگزین ماندگاری برای جامعه اطلاعاتی وجود ندارد و تنها «جامعه اطلاعاتی» می‌تواند به‌طور مؤثر مسائل امروز را پاسخ گوید. کمیسیون اروپایی، پیرو توصیه‌های این گزارش، یک طرح اجرایی برای پدید آمدن هرچه سریعتر «جامعه کلی اطلاعات» تهیه نمود که پیشنهادهایی را در برداشت. این پیشنهادها، جهت آغاز بحث عمیق در مورد چگونگی انجام اقدامات گوناگون اکنون در شورا، پارلمان اروپایی، کمیته اقتصادی و اجتماعی و کمیته منطقه‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. این طرح اساساً شامل چهار بخش می‌شود:

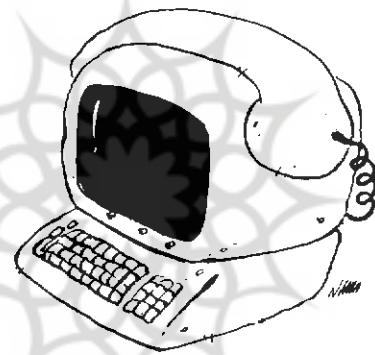
۱. چارچوب قانونی و مشروع؛
۲. توسعه شبکه‌ها، خدمات پایه‌ای و کاربرد آنها؛
۳. جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی که شامل ابعاد زیانناختی و فرهنگی جامعه اطلاعاتی نیز می‌شود؛
۴. ارتقای جامعه اطلاعاتی به گونه‌ای که اقدامات بسیاری برای حساس کردن مصرف‌کنندگان بالقوه در قبال جامعه اطلاعاتی صورت گیرد.

■ رسانه‌های چندکاره در حقیقت به سایر ابزارهای ارتباطی مانند ویدئو، فیلمهای سینمایی و برنامه‌های ماهواره‌ای که همگی تحت سلطه محصولات صنعتی و فرهنگی آمریکای شمالی است، اضافه می‌شوند و این به زیان صنعت فرهنگی محلی است.

اروپا، بعد از آمریکا و ژاپن

در جهان، غولهای کامپیوتری بسیاری همانند «سلیکون گرافیکس» (Silicon Graphics)، «آی بی ام» (I.B.M)، «ای تی اند تی» (At&t) و همچنین رقبای ژاپنی آنها همانند «نک» (Nec) و فوجیتسو (Fujitsu) وجود دارند که هر یک بخشی از بازار عظیم جهانی تجهیزات اطلاع رسانی را در اختیار گرفته‌اند. بازار نرم‌افزار، بیشتر توسط شرکتهای «اپل» (Apple)، «آی بی ام»، «موتورولا» (Motorola)، «ساینتیفیک آتلانتا» (Scientific Atlanta)، «آتلا» (Atlanta)، «میکرو سافت»، «اینتل» (Intel)، جنرال اینسترومنت (General Instrument)، «فیلیپس»، «سونی»، «ماتسوشیتا» (Matsuchita) - که اکثر این اسامی آمریکایی و ژاپنی هستند احاطه شده است.

اروپا در بسیاری از موارد عقب‌تر است. درست است که توانسته اصل «جی اس ام» (GSM)، سیستم جهانی ارتباطات تلفن‌های موبایل) را برای ارتباطات راه دور تحمیل کند و از این طریق برخی شرکتهای، همانند شرکت فنلاندی «نوکیا» (Nokia) به داخل بازار جهانی راه یابند و همچنین در بخش نرم‌افزار، دو شرکت آلمانی در بین ۱۰ سازنده برتر نرم‌افزار جهان جای گیرند، اما در سال ۱۹۹۳، چهار شرکت اروپایی مانند «آی سی ال» (ICL)، «اولیوتی» (Olivetti)، «زیمنس نیکسدورف» (Siemens Nixdorf) و گروه «بول» (Bull)، در مجموع بیش از ۷۵۰ میلیون دلار را از دست داده‌اند.^۴



ارتباطات ماهواره‌ای دست به یک سرمایه‌گذاری مشترک با شرکت «هوگرت و رک» (Hughes Network) می‌زند. جامعه اروپا، در برابر برتری تکنولوژی آمریکا، برگ «اتحاد» و «استثنای فرهنگی» را رو می‌کند تا بدین طریق، به‌منظور حمایت از فرهنگهای محلی، واردات و انتشار محصولات فرهنگی آمریکا را محدود کند. تصویب «دستورالعمل تلویزیون بدون مرز» یک نمونه از آن است.

معادلات نوین جهانی

از آنجا که سه انقلاب یاد شده توسط «تافلر»، هیچگاه در کشورهای جهان سوم - جایی که تنها انقلابهای سیاسی رخ می‌دهد - بروز نکرده است، «نمونه‌های جدید توسعه رسانه‌ای» غربی، همچون نمونه‌های قدیمی آن، در این مناطق عملاً کاربردی پیدا نمی‌کند. و این امر تا بدانجاست که مفاهیم تعامل و مشارکت در این جوامع، که اغلب جوامع سنتی و مستبد هستند، معنای خود را از دست می‌دهند.

در این میان، کشورهای در حال توسعه - کم‌وبیش - با تحولات تکنولوژیک کنار

■ متأسفانه انتشار ابزارهای ارتباطی جدید، بر مبنای یک منطق اقتصادی و تجاری شکل گرفته و معمولاً عوامل اجتماعی پذیرش این ابزار و اثرات ژرف آنها بر کارکرد جوامع، از یاد می‌رود.

در مورد رسانه‌های چندکاره و بزرگراههای الکترونیک، گزارش «مارتین بانگمن» اکنون مورد توجه قرار گرفته است. وی یک کمیسر اروپایی است که سیاست صنعتی را برعهده

آمده‌اند، البته نه به عنوان یک انتخاب، بلکه فقط به عنوان یک اقدام. برخی از این کشورها به قدرت رسانه‌های چندکاره در انتشار دانش بشری آگاهی کامل پیدا کرده و سعی در استفاده



■ کمیسیون اروپایی پیرو توصیه‌های گزارش «مارتین بانگمن» یک طرح اجرایی برای پدید آمدن هرچه سریعتر «جامعه کلی اطلاعات» تهیه نمود که بر چهار بخش استوار است:

۱. چارچوب قانونی و مشروع

۲. توسعه شبکه‌های خدمات پایه‌ای و کاربرد آنها

۳. جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی

۴. ارتقای جامعه اطلاعاتی به گونه‌ای که اقدامات بسیاری برای حساس کردن مصرف‌کنندگان بالقوه در قبال جامعه اطلاعاتی صورت گیرد.

توسعه بخشیده و به تازگی وارد شبکه «اینترنت» شده است. به همین دلیل، هزاران بلوک اطلاعاتی در شبکه شبکه‌های سراسر کشور جابه‌جا می‌شوند.

«اینترنت» از شبکه‌های بین‌المللی^۵ بسیاری تشکیل یافته است که امروزه، بیش از پنج میلیون مشترک در جهان از آن استفاده می‌برند^۶ همچنین، ترکیه زیرساختهای ارتباطات راه دور خود را توسعه داده و در سال ۱۹۹۴ تقریباً ۲۲ خط تلفنی برای هر ۱۰۰ نفر مهیا کرده است (براساس آمار اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه دور، ترکیه پس از قطر که ۳۵ خط تلفن و کویت که ۲۵ خط تلفن برای هر ۱۰۰ نفر در اختیار دارند، در رده سوم قرار می‌گیرد).

آنجا که مربوط به کار روی «سی دی رام» (CD-ROM) می‌شود کشورهای در حال توسعه به دلایل اقتصادی و تدارکاتی، تولید اندکی داشته‌اند. با این وجود یک «سی دی رام» به زبان فرانسه برای دنیای عرب وجود دارد که عنوان انگلیسی آن «ادیب» (ADIB) است. این کلمه مخفف: "Arab Data and Information Bank" و به معنی «بانک داده‌ها و اطلاعات عرب» می‌باشد. اما کلمه «ادیب» در عربی نیز معنی پیدا می‌کند و به این مفهوم

انفورماتیک تولید داخل را تشویق می‌کنند. سیاست این کشورها متوجه ایجاد یک قطب تولید تکنولوژی و تأمین استقلال ملی در این بخش است. با این همه، از آنجا که تولیدات محلی هنوز پاسخشگویی معیارهای بازار بین‌المللی نیستند، سیاستهای حمایتگرانه‌ای که در اوایل سالهای ۸۰ مورد توجه قرار گرفته بود تا حدی رنگ باخته‌اند. امروزه کشورهای مورد بحث، به سیاست تعادل میان حمایت از تولیدات ملی و واردات برخی لوازم آلات گرایش پیدا کرده‌اند.

در خاورمیانه، ترکیه همچنان، خود را برای احداث بزرگراههای اطلاعاتی و بازکردن راه برای رسانه‌های چندکاره آماده می‌کند. این کشور به سرعت بانکهای اطلاعاتی خود را

از آن دارند.

کره جنوبی به طرز معجزه‌آسایی بر دیرکدهای خود فائق آمده است. سه اژدهای آسیایی دیگر (تایوان، هنگ‌کنگ، سنگاپور) که به کشورهای «در حال صنعتی شدن سریع» معروفند، همین راه را دنبال می‌کنند. این کشورها بازار داخلی ضعیفی دارند اما حجم مهمی از مواد انفورماتیک صادراتی را تولید کرده و از موقعیت مناطق آزاد خود به عنوان نیروی کار متخصص و ارزان بهره برده و به صورت محل استقرار ممتازی برای شعب شرکتهای فراملیتی - که در اصل خارجی هستند - درآمده‌اند.

هندوستان و برزیل برعکس، دارای بازار داخلی بزرگی بوده، و ایجاد یک صنعت

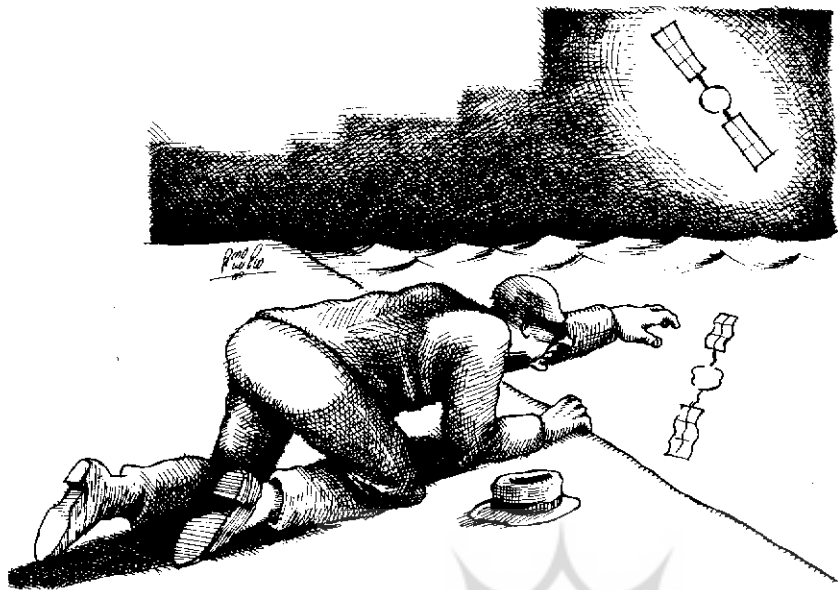
است: «آنکه می‌داند و آنکه اطلاعات منتشر می‌دهد». ایجاد این پروژه بیش از سه سال به طول انجامید و هزینه مربوط به آن، به چهارمیلیون فرانک بالغ شد.^۷ بنابراین برای سودآور بودن چنین طرحی، باید میزان توزیع آن نیز وسیع باشد.

در طرح «ادیب»، به هریک از بیست و یک کشور عضو اتحادیه عرب، از شش جهت پرداخته شده است: سیاسی، دفاعی، اقتصادی و مالی، اجتماعی، فرهنگ و رسانه‌ها، تاریخ و بزرگان. البته، در داخل هریک از آنها، فصلهای ویژه مربوط به هر کدام بازاست و به روز کردن اطلاعات، هر سه ماه یکبار انجام می‌شود. در حال حاضر «ادیب» مخاطب کسانی است که شغل آنها، کار کردن در مورد کشورهای عربی است. این «سی دی رام» همچنین برای پوشش دادن تمام خاورمیانه، در نظر دارد بانک خود را تا ایران، ترکیه، افغانستان و اسرائیل گسترش دهد.^۸

گسترش سریع سیستم رسانه‌های چندکاره بیش از پیش توجه به برخورد های اجتماعی و فرهنگی این تکنولوژی نوین را ضروری می‌سازد. به‌ویژه اینکه متأسفانه انتشار ابزارهای ارتباطی جدید، امروزه بر مبنای یک منطق اقتصادی و تجاری شکل گرفته و اغلب اوقات، عوامل اجتماعی پذیرش این ابزار، و اثرات ژرف آنها بر کارکرد جوامع، از یاد می‌رود.

بدین ترتیب، تحقیق در زمینه علوم اجتماعی به ندرت با پیشرفت سریع این ابزار جدید همراه شد و اغلب اوقات، پس از مشاهده اثرات آن، چنین تحقیقاتی انجام می‌شود. علاوه بر آن، توجه به احتیاجات واقعی مردم و اثرات اجتماعی - فرهنگی تکنولوژیهای جدید، هیچگاه پیشاپیش مدنظر قرار نگرفته است. در واقع، چنین مرسوم است که رسانه‌های جمعی، عملاً محصول کشورهای صنعتی هستند و این کشورهای عقب‌مانده‌تر هستند که باید خود را همواره با تغییرات پدید آمده از خارج تطبیق دهند با توجه به اینکه، این امر نیز هیچ‌گاه به سادگی صورت نمی‌گیرد.

باری، امروزه از آنجا که رسانه‌های چندکاره و بزرگراه‌های اطلاعاتی، در واقع دنباله تکنولوژی جدید هستند (و ناشی از ادغام تلویزیون، تلفن، و کامپیوترهای شخصی می‌باشند) می‌توانند به سبب نوع ساخت،



■ کشورهای در حال توسعه کم و بیش با تحولات تکنولوژیک کنار آمده‌اند، کره جنوبی به طرز معجزه‌آسایی بر دیرکردهای خود فایق آمده است. سه اژدهای آسیایی دیگر (تایوان، هنگ‌کنگ، و سنگاپور) نیز همین راه را دنبال می‌کنند. هندوستان و برزیل به ایجاد یک صنعت انفورماتیک ملی نگاه می‌کنند، ترکیه همچنان به سمت بازکردن راه برای رسانه‌های چندکاره حرکت می‌کند و...

اطلاعاتی است. در فرانسه نیز شبکه «مینی تل»، هرچند که از شبکه آمریکایی آن قدمت بیشتری دارد ولی عقب‌نشینی کرده است. دنیا اکنون شاهد افزون شدن تعداد خدمات رسانه‌های چندکاره است که به برخی از آنها در زیر اشاره می‌شود:

«سی دی رام» به ما اجازه می‌دهد تا تنها در یک دیسک کوچک، سیصدوسی هزار صفحه متن چاپ شده و چهل و پنج دقیقه تصویر ویدیویی را به همراه صدای استریو داشته باشیم. از یک کتاب ساده تعاملی برای کودکان گرفته تا عجایب زیر دریاها، آناتومی بدن انسان و بسیاری چیزهای دیگر، می‌تواند روی یک دیسک کوچک پیاده شود و جالب آنکه ۹ جلد فرهنگ ۹ جلدی Grand Robert بر روی یک دیسک «سی دی رام» با قطر چند سانتیمتر جای گرفته است.

به‌واسطه توسعه بانکهای داده‌ای و بزرگراه‌های اطلاعاتی، هزاران اطلاعات می‌توانند در عرض چند ثانیه از یک گوشه دنیا

روش تولید و انتشار اطلاعات خود، از زیربار هرگونه نظارتی شانه خالی کنند.

وانگهی آنها فرهنگ تازه‌ای را به نام «فرهنگ رقمی» یا «فرهنگ سیرنیک» وارد می‌کنند که به فرهنگ شفاهی و فرهنگ توده‌ای اضافه می‌شود. مدافعان این فرهنگ خاطر نشان می‌کنند که به سبب خصوصیت تعاملی آن، زیانهای فرهنگ توده را - به عنوان یک فرهنگ تک بعدی که از مردم، توده‌ای غیرفعال می‌سازد - به تدریج از بین خواهد برد.

هزاران خدمات

بسرآورد می‌شود در آینده نزدیک، هزینه‌هایی که مصرف‌کنندگان برای اطلاعات، ارتباطات و تفریحات خود صرف می‌کنند بالاتر از هزینه‌های یک اتومبیل باشد. گذشته از آن، خدمات رسانه‌های چندکاره و اطلاعاتی که بر روی بزرگراه‌های اطلاعاتی در رفت و آمد است و به «خدمات روی خط» معروفند، بسیار زیاد است. به‌طور قطع، «اینترنت» مهمترین راه

به گوشه دیگر آن رفت و آمد کرده و ارتباط میان کامپیوترهای شخصی را آسان کنند. بدین ترتیب ایستگاه رسانه‌های چندکاره، با آموزش از راه دور - مثل پزشکی از راه دور و کار از راه دور - منطبق شده است. کار از راه دور، به‌ویژه برای کشورهایی که دستمزد پایینی دارند بسیار سودمند است. برای نمونه می‌بینیم که شرکت‌های هوایی «سویس‌ایر» و «لوفت‌هانزا» مرکز اداره انفورماتیک خود را در مانیل و هند قرار داده‌اند.

تسلسل بسزایی دارند - اضافه می‌شود و این امر به زیان صنعت فرهنگی محلی است. با این وجود این آفت، تنها به کشورهای توسعه نیافته آسیب نمی‌رساند. جوامع فراصنعتی اروپایی و همچنین کشورهای تازه صنعتی شده نیز در معرض خطر هستند. اما با این وجود، در حین ورود به بازار رسانه‌ای جهانی، برای حفظ ارزشهای فرهنگی خود کوشش می‌کنند. پدیده دوم، تمرکز صنایع گوناگون است که به ظهور انحصارهای نوین جهانی انجامیده

در دستگاههای اقتصادی جوامع پیدا می‌کنند، بازار رسانه‌ای کم‌کم توسط صنایع فرهنگی، تبلیغاتی، تفریحی، اطلاعاتی و ارتباطی در حال شکل گرفتن است. این صنایع، که اغلب آنها آمریکایی هستند، هم‌اکنون به دنبال گسترش فعالیتهای خود، در یک وسعت جهانی هستند.

در برابر رخنه غیرقابل اجتناب رسانه‌های چندکاره و بزرگراههای اطلاعاتی که به دیگر رسانه‌های مدرن افزوده می‌شوند، برخی کشورهای در حال توسعه برای خود جایگاهی در بازار جهانی باز کرده و برخی دیگر که دارای پیشرفت کمتری هستند، سعی در استفاده از خدمات رسانه‌های چندکاره به‌ویژه در محدوده اطلاعات، آموزش و بهداشت دارند. آنها خود را برای تحولات اساسی رسانه‌ای آماده می‌کنند. عصر تازه‌ای که در آن دانش، عنان اختیار را در دست خواهد داشت و واقعیت قدرتها را مشخص خواهد کرد. □

■ اگر یک کشور جهان سومی بخواهد در مورد منابع ژنتیک خود اطلاعاتی کسب کند باید به یک بانک اطلاعاتی امریکایی - که اطلاعات خود را در همان کشور جهان سومی تکمیل کرده است - مراجعه کند.

توسعه متون الکترونیکی توانسته است تا حدی جایگزینی متون الکترونیکی به جای کاغذ را موجب شود که این امر بر روی «سی دی رام» یا بر روی نسخه کامپیوترهای شخصی از طریق یک بانک داده‌ای یا رسانه‌های چندکاره «روی خط» صورت می‌گیرد. با افزایش سرسام‌آور قیمت کاغذ، چنین امری می‌تواند برای برخی روزنامه‌ها و انتشاراتی‌های معروف به صرفه باشد.

است، به گونه‌ای که امروزه می‌بینیم دیگر صنعت تلفن، رادیو و... وجود ندارد، اما همه آنها در داخل «صنایع عددی» تمرکز یافته‌اند. سرانجام سومین پدیده، جدی شدن مسأله حذف، به دلایل فرهنگی یا نداشتن تخصص است. از جهت کلی این خطر وجود دارد که جامعه‌ای «دو سرعتی» پدیدار گردد که در آن فاصله دو گروه، رفته رفته زیادتر بشود. آنها که خود را با نوآوریها تطبیق داده و همچنان پیش می‌روند و آنها که به فرهنگ و نوع زندگی سنتی خود به دلایل مختلف پای بند مانده‌اند.

حاشیه:

1. کتاب مرجع از کورت لوین، Psychologie dynamique، پاریس، سی‌یو، ۱۹۶۴، تأثیر به‌سزای ارتباطات حاصله از تعامل میان فرسوده و گیرنده را نشان می‌دهد.
2. Le Monde, Ou, 06.1994. P.9.
3. Politis, No. 18, Mais-juin 1994, P.17.
4. Courrier International. No. 212, 24 au 30 November 1994, p42.
5. در اصل، این سیستم شبکه‌ها توسط مرکز تحقیقات نظامی امریکا به منظور مقاومت در برابر حمله اتمی به ایالات متحده ساخته شد. دانشگاهها از این تکنولوژی‌ها به نفع خود، برای ارتباط بین یکدیگر استفاده کردند امروزه، همه دانشگاههای کشورهای شمال به شبکه «اینترنت» متصل می‌باشند.
6. Politis. No.18, Mais-juin 1994. p.62.
7. Politis. No. 18, Mais-juin 1994. p.3.
8. Le Monde. 18.05.1994 p.10.

تجربه بسیاری از جوامع شرقی، به‌ویژه ایران در رژیم گذشته، نشان می‌دهد که دوگانگی فرهنگ و ارتباط، درگیریهای اجتماعی را شدت بخشیده و می‌تواند نتایج نامحسوسی را در برداشته باشد که به صورت طرد هرگونه فرهنگ مدرن وارداتی آشکار می‌گردد.

آغاز تحولات

در ابتدا، گسترش پدیده معروف «جهانی‌سازی» است که به عنوان یک تهدید قد علم می‌کند. «جهانی‌سازی ارتباطات»، امکانی برای یک سیستم اطلاعاتی است تا در یک سطح جهانی گسترش یافته و بزرگ شود. چنین پدیده‌ای فرآیند فراملی سازی است که ابتدا به خبرگزاریهای مطبوعاتی سرایت کرد و سپس شرکت‌های تولید و پخش فیلم را دربرگرفت.

■ بازار رسانه‌های چندکاره به عنوان روند تبادل محصولی که نیازهای واقعی جامعه را پاسخ می‌گوید، در کشورهای در حال توسعه وجود ندارد.

نتیجه:

بازار رسانه‌های چندکاره به عنوان روند تبادل محصولی که نیازهای واقعی جامعه را پاسخ می‌گوید هم‌اکنون در کشورهای در حال توسعه وجود ندارد. اما به منظور شرکت در یک تحول تکنولوژیک در محدوده اطلاع‌رسانی در جهان و به خاطر آنکه سیستم‌های ارتباطی، رفته رفته جایگاه مهمی

امروزه این پدیده متوجه بخش تولید و پخش تلویزیونی شده و همچنین به برنامه‌های رسانه‌های چندکاره و ساخت بزرگراههای اطلاعاتی نیز علاقه نشان داده است. بنابراین، رسانه‌های چندکاره به دیگر ابزارهای ارتباطی مانند ویدئو، فیلمهای سینما و برنامه‌های پخش ماهواره - که در این زمینه محصولات صنعتی و فرهنگی امریکای شمالی