



اشاره:

این نوشتار بخشی از کتاب «گذار از نوگرایی، ارتباطات و دگرگونی جامعه» اثر دکتر «حمید مولانا» و «لاری جی ویلسون» است که در سال ۱۹۹۰ توسط انتشارات «لانگمن» منتشر شده است. این اثر توسط یونس شکر خواه به زبان فارسی برگردانده شده و بزودی از سوی مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها منتشر خواهد شد.

«رسانه»

نگرش علی به ارتباطات و توسعه

عدمای از نویسندگان تحت عنوان ارتباطات به مثابه توسعه، نظریه‌ها و مدل‌های گوناگونی ارائه کرده‌اند که اکثر آنها بر نظریه‌های «ماکر وبر» در تغییرات اجتماعی و اقتصادی متکی است. هواداران این مکتب فکری که بیشتر آنها خود را در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ نوشته‌اند، استفاده از تحلیل در سطح کلان سعی کرده‌اند تا از ارتباطات به مثابه یک مفهوم برای درک بهتر تغییرات اجتماعی استفاده کنند. متفکران اقتصادی کلاسیک و نئوکلاسیک، ارتباطات را عامل ضروری توسعه اقتصادی ورشد می‌دانستند.

مدلهای گوناگون علی در ایالات متحد آمریکا تقریباً به چنین نظریه‌هایی شباهت داشتند. آثار نویسندگانی مانند «دانیل لرنر» «اورت هیگن»، «دیوید مک کلند» و جمعی دیگر از نظریه پردازان وابسته به مکتب نوگرایی در این چهارچوب قرار می‌گرفتند. این مدل‌ها بیشتر مدل‌های مرحله‌ای بودند. مانند مدل «والتر دبلیوروتسو» که بیشتر در زمینه رشد و تاریخ اقتصادی مطلب می‌نوشت و همچنین «دانیل لرنر» که تحلیل ارتباطی وی از نوگرایی و توسعه حکم یک دیدگاه کلاسیک را در ادبیات غرب یافت.

این نگرش لیبرالی علی به ارتباطات و توسعه به دلیل قوم مداری و کمک به گسترش سیستم جهانی سرمایه‌داری مورد انتقاد قرار می‌گیرد افزون بر این، این نوع از ادبیات به خاطر تأکید بر میراث اقتصادی و تاریخی عصر استعمار که به لحاظ فرهنگی و اقتصادی جریان مرکز ب

سده‌ی‌گانه در باره ارتباطات و توسعه وجود دارد. نخستین نگرش که در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ حاکم بوده است، به ارتباطات و توسعه از جنبه رابطه علت و معلولی می‌نگرد. این دیدگاه، رابطه میان اجزای ارتباطات و کل فرایند توسعه را برپایه روابط علی می‌بیند. مشخصه این دیدگاه بحث برسر این مسئله است که کدام یک (ارتباطات یا توسعه) اول رخ می‌دهد و یا کدام یک سبب دیگری می‌شود، به عبارت دیگر، ارتباطات پیش شرط توسعه است یا توسعه بر ارتباطات مقدم است؟ از آنجایی که پاسخ به این سؤال به طرز گسترده‌ای به تعریف ارتباطات و توسعه وابسته است، مدعیان این نگرش به سادگی گرفتار مشکلات تعریف‌ها می‌شوند. دومین نگرش بیشتر به مقوله‌ای می‌پردازد که می‌توان آن را تحلیل «هزینه-

سه نگرش به

ارتباطات

موم را به صورت نامتوازن حفظ می کند،
اره مورد حمله قرار گرفته است.

مدل علی «لرنز» بر توالی دگرگونیهای
ی استوار است، دگرگونیهایی که به «رشد
توان» و نوگرایی منجر می شود: شهری
ن، سوادآموزی، گسترش رسانه های جمعی،
مد سرانه بیشتر و مشارکت سیاسی. «لرنز»
نتیجه می گیرد که رشد در هر یک از این
روها که به ترتیب فهرست شده اند، رشد سایر
روها را تحریک می کند و این فرآیند جامعه را
سوی نوگرایی می راند. «لرنز» معتقد است
جامعه باید حس تلقین نکردن را افزایش
د. از نظر «لرنز» تلقین یک نوع توان تصور
د، به طوری که فرد این تصور را داشته باشد
می تواند در جایگاه اجتماعی خود تغییرات
ت مهم پدید آورد. از دیدگاه «لرنز» این
ر باعث حرکت به سوی نوگرایی می شود.
ن» در توصیف پیشروی انفرادی، از مرحله
تی» به «گذار» و سپس به مرحله «نوین»
گی می گوید: ۱- نوگرایی در جوامع رو به
عه از الگوی تاریخی توسعه غربی پیروی
هد کرد، ۲- عوامل کلیدی نوگرایی،
رکهای فیزیکی، اجتماعی و روان شناسانه
ندند که خود را در مفهوم «تلقین» نشان
دهند و بالاخره ۳- کل این فرآیند از طریق
نه های جمعی که حکم کارگزار و شاخص
ر را دارند، آسان می شود.

رطبق مدل نوگرایی، تغییر از مرحله سنتی
ر حله گذار و سپس به جامعه نوین همواره با
ر «نظامهای ارتباطی شفاهی» به «نظامهای
اط جمعی» همراه بوده است. این تغییر
اره یک دگرگونی یک سویه از نظامهای
ی به نظامهای مدرن و نه بالعکس نیز بوده
د. طبق نظر «لرنز» تفاوت میان این دو نظام
ینجاست که ارتباطات بین فردی سنتی به
بت نگرشها و آداب سنتی می انجامد و حال
ه ارتباط جمعی، مهارتها، نگرشها و رفتارهای
را می آموزد. بنابراین رسانه های جمعی،
ویت کنندگان تحرک» هستند و این امر به
معناست که رسانه های جمعی در برابر
طبان فزاینده خود هم امکان برقراری رابطه
خص وهم ظرفیت برقراری ارتباط با «امکان
ر» را دارند. «لرنز» بر این اعتقاد است که

تر حمید مولانا*

ی ویلسون

جمه: یونس شکرخواه

توسعه

میان شاخص رسانهای نوگرایی و سایر نهادهای
اجتماعی یک رابطه متقابل وجود دارد. رشد
شهرگرایی و سوادآموزی در فاصله بین
۱۰ درصد شهرگرایی تا ۲۵ درصد شهرگرایی
در اوج همبستگی تنگاتنگ است. پس از این
مرحله رشد سوادآموزی بیشتر به رشد
رسانه های جمعی وابسته می شود. این نکته حائز
اهمیت است که نظر «لرنز» دایر بر اینکه
دسترسی به رسانه های جمعی پیش شرط
شرکت در جامعه مدرن بوده و رسانه های جمعی
به طور مستقیم بر نگرشها و رفتار فردی اثر گذار
هستند، نه تنها از سوی منتقدان الگوهای سنتی
بلکه حتی از سوی بررسی کنندگان نظریه های
لیبرالی- سرمایه داری ارتباطات و توسعه نیز به
چالش فرا خوانده شده است. به عنوان مثال، در
حالی که «لوسیان پای»^۱ معتقد بود که همه
جنبه های ارتباطات و ترجیحا خود رسانه های
جمعی عوامل اصلی مشارکت سیاسی هستند،
«اتیل دوسولاپول»^۲ به این موضوع که رسانه ها
به همان اندازه در تغییر نگرشها و مهارتها
موثرند، بدبین بود

فرضیه «رشد به هم پیوسته» «لرنز» یکی
دیگر از قلمروهای مباحثه بود.

سیمور مارتین لیپست^۳

که در بررسی موضوع

مشارکت سیاسی از

مدل مشابهی

استفاده کرد،

در زمره اولین

نویسندگان مسئله

نوگرایی بود.

وی در قبال موضوع

«همبستگی متقابل

کارکردی شهرگرایی و سوادآموزی»، «در
معرض رسانه ها قرار گرفتن» و «مشارکت
سیاسی» احتیاط به خرج داد و خاطر نشان
ساخت این مراحل آن گونه که داده های «لرنز»
نشان داده اند، به خوبی فهرست نشده اند. گرچه
پارهای از مطالعه های مربوط به رشد رسانه های
جمعی و نوگرایی تاحدودی بر فرضیه رشد
به هم پیوسته «لرنز» صحه گذاشت، اما افراد
دیگری نیز بودند که توانستند زنجیره کنشهای
متقابل را که در آن شهرگرایی، سوادآموزی،
مشارکت رسانه ها و مشارکت سیاسی در ارتباط
مستقیم با یکدیگر افزایش می یابند، تأیید کنند.

به عنوان نمونه، «ویلبرشرام»^۴ و
«دبلیو. لی راگلز»^۵ در پژوهش خود چنین
نتیجه گیری کردند که در سال ۱۹۶۱
شهرگرایی برای گسترش سوادآموزی و
رسانه های جمعی دیگر در آن حد که «لرنز»
برای سالهای قبل از ۱۹۶۱ پیش بینی کرده

1. Lucian pyo
2. Eth:al De sola pool
3. Seymour Martin Lipst
4. Wilbur Schramm
5. W. Lee Ruggles

بود، اهمیت نداشته است. استدلال آنها این بود
که گسترش تکنولوژی نوین الکترونیک (بویژه
رادیو) به همراه احداث جاده ها و حمل و نقل
سریع به روستاها، از اهمیت «شهری شدن» برای
روند توسعه و رشد کلی آموزش، کاسته است. به
این ترتیب روشن شد که برخلاف پیش بینی
«لرنز» رابطه یکنواخت رشد در سطوح بسیار
پایینتری از شهرگرایی متوقف شد.

مدلهای «دیوید سی. مک کلند»^۶ و «اورت
هیگن»^۷ نیز در زمره مدلهای ارتباطی مبتنی بر
علیت قرار دارند. آثار «مک کلند» در بردارنده
مطالعه های تفصیلی در زمینه رابطه میان
شخصیت و کنشهای نوآورانه است. «مک کلند»
در پژوهش خود تلاش کرد تا میزان «بگیزه
دستیابی به موفقیت» را در مقاطع گوناگون
تاریخی در کشورهای مختلف بررسی کند و آن
را به رشد اقتصادی آن کشورها پیوند دهد. از
نظر «مک کلند» نیاز دستیابی به موفقیت- که
وی آن را در ارتباط با گسترش مدیران
اقتصادی می داند- نه تنها در کشورهای
سرمایه داری غربی، بلکه در اقتصادهایی که
بیشتر توسط دولت کنترل و تقویت می شود، نیز
پیش شرط رشد اقتصادی است. به این ترتیب،
اجتماعی شدن و ارتباطات در مراحل نخستین
زندگی، نقشی اساسی ایفا می کند.

«اورت هیگن» که یک نظریه پرداز مدلهای
مبتنی بر علیت است با «مک کلند»
هم عقیده است. «هیگن» نیز رشد
اقتصادی و اجتماعی را محصول انگیزه های
شخصی و روان شناسانه دانسته و این
رشد را در ارتباط با الگوهای ارتباطی و
اجتماعی دوران کودکی می داند.

در عین حال این دو نظریه پرداز در این نکته
هم با یکدیگر هم عقیده اند که تغییر انگیزه ها و
ارزشها در دوران بزرگسالی نیز امکان پذیر است.
اما از دیدگاه مدل «هیگن» جامعه سنتی یک
نظام متوازن پایدار است که به آسانی تغییر
نمی کند. تغییرها هنگامی به وجود می آیند که
رویدادهای تاریخی رفتارنخنگان طراز اول را تغییر
می دهند. به دنبال تغییر رفتار نخنگان طراز
اول، اهرم میانی و یا نخنگان دونرتبه تر احساس
می کنند که نقش آنان در جامعه محدود شده
است. این امر همان موضوعی است که «هیگن»
از آن با عنوان «پیشرفت منزلت اجتماعی»
یاد می کند. این ازدست دادن رتبه اجتماعی
باعث می شود تا بعضی از اعضای گروه، در
نهایت برخی از ارزشهای سنتی را طرد کنند که
این امر خود سرانجام به افزایش ابتکار در
نسلهای آینده می انجامد. داده های پژوهش
«هیگن» از این مناطق فراهم شده بود: انگلیس،
ژاپن، کلمبیا، اندونزی و در مورد مناطق

6. David C. Mckolland
7. Everh Hagen

استعماری از برمه و سرزمینهای سرخپوستان «سیو».

تمامی فرایند اجتماعی که در تحلیل سطح کلان «لرنر» و پژوهشهای سطح خرد «هیگن» و «مک کلدن» تعریف شده است، بر نظریه «ماکس وبر» منطبق است. از نظر «ماکس وبر» اصلاحگرایان پروتستان عامل توسعه روحیه سرمایه‌داری و در نهایت رشد اقتصادی بودند. پژوهش «کارل دبلیو. دوچ» بر حسب سیاست و روند شکل‌گیری ملت، یک مدل سطح کلان را ترسیم می‌کند که در آن ارتباطات اجتماعی، بسیج و همانندسازی در توسعه یک ملت نقش اساسی ایفا می‌کنند.

مدلهای ارتباطات و توسعه که بر علیت مبتنی هستند، چه در سطح خرد و چه در سطح کلان، جز در نظریه‌های انقلابی مربوط به تغییر اجتماعی، در سایر نظریه‌های مارکسیستی و غیرمارکسیستی جنبه غالب را دارند. با این همه، تفاوت در اینجاست که برای نظریه‌های انقلابی غیر «وبری» تغییر اساسی در قدرت و شخصیت، نه اساساً از الگوهای اولیه اجتماعی، بلکه از فرایند مستمر خود عمل ناشی می‌شود. آنچه باعث تغییر شخصیت می‌شود، روحیه انقلابی سیستم اعتقادی و عمل در عامترین شکل آن است.

در حقیقت، در همین‌جاست که نظریه‌های غیرغربی توسعه و ارتباطات، نظیر اسلام، به

مورد مقایسه قرار گیرد.

○ نگرشهای سودگرا، هزینه‌فایده به توسعه و ارتباطات

دیدگاه سودگرا و یا هزینه-فایده که از اوایل قرن حاضر وجود داشت و در دهه ۱۹۴۰ گسترش یافت و سپس از محبوبیت برخوردار شد، رابطه میان تکنولوژی ارتباطات و سیاستهای توسعه را بررسی می‌کند. این دیدگاه بیش از آنکه نظری باشد، یک دیدگاه عملی است و تلاش می‌کند تا رابطه هزینه سرمایه‌گذاری در تکنولوژی برای توسعه را با سودی که از این سرمایه حاصل می‌شود، بررسی کند. به عنوان مثال، آیا سرمایه‌گذاری اندونزی در سیستم ماهواره‌ای داخلی-موسوم به «پالاپا»^{۱۱} - آن قدر فایده خواهد داشت که هزینه‌های سنگین این سیستم را جبران کند و یا اینکه فایده این سرمایه‌گذاری در قیاس با هزینه‌های زیاد آن، کمتر خواهد بود؟

مفهوم ارتباطات در توسعه طی سالها برای آنکه در قبال مقوله‌های مختلفی چون خود «توسعه»، «تأکید جغرافیایی» و «حصول و سطح تکنولوژی ارتباطات» پاسخگو باشد، دچار تغییر و تحول بوده است. دومین مجموعه نگرشها به توسعه و ارتباطات در برگرفته مضمونهای متفاوتی است که جایگاه خود را در ادبیات این قلمرو گشوده‌اند. این مضمونها را

● «هیگن» رشد اقتصادی و اجتماعی را محصول انگیزه‌های شخصی و روان‌شناسانه دانسته و این رشد را در ارتباط با الگوهای ارتباطی و اجتماعی دوران کودکی می‌داند.

طرز حائز اهمیتی با سنن طرفداران «وبر» و حتی مارکسیستها فرق می‌کند. در حالی که شخصیت به عنوان یک مفهوم غربی در فردگرایی ریشه دارد، برخی از دیدگاههای غیرغربی (مشمول بر اسلام) شخصیت را عنصر اصلی وجه انسانی وجود می‌دانند؛ رابطه انسان با خدا، یا سایر مردم و طبیعت. «فرانسیس ک. سو»^۹ که یک انسان‌شناس است، با کاربرد مفاهیمی چون «تعادل حیاتی روان‌شناسانه» و «ذن»^{۱۰} به جای شخصیت، چهارچوبی را به وجود آورد تا «رفتارهای فرعی» را از آنچه وی آن را «زندان روشنفکری» می‌خواند، رها کند. «سو» با بررسی چین، ایالات‌متحده و ژاپن «فرایندی را که در آن نوع انسان سعی می‌کند تا انواع خاصی از رابطه مؤثر با برخی از هم‌نوعان خود را بیابد»، ترسیم کرد. تحلیل‌های مرتضی مطهری و علی شریعتی که تفاوت‌های مدل‌های اجتماعی شدن و شخصیت را در غرب و اسلام نشان می‌دهد، می‌تواند در این زمینه

می‌توان به شکل زیر طبقه‌بندی کرد:

- ۱- مدل‌های اشاعه
- ۲- نظریه‌های بسیج
- ۳- برآورد تکنولوژی و نظریه‌های انتقال
- ۴- نگرشهای توسعه ارتباطات
- ۵- نظریه‌ها و تحلیل‌های سیستم‌های عمومی

مدل اشاعه یکی از محبوبترین، صریحترین و حاکمترین نگرشهای موجود در زمینه نقش ارتباطات در توسعه است. این مدل طی دهه ۱۹۶۰ بیشتر به دلیل انتشار اثر جامع «اورت راجرز»^{۱۲} و همکارانش و همچنین به دلیل طرح و اجرای پروژه‌های «آژانس آمریکا برای توسعه بین‌المللی»^{۱۳} که از نظر مالی بسیار خوب تأمین شده بودند و مدل‌های اشاعه را در امریکای لاتین، آسیا و آفریقا تحت آزمایش قرار دادند (۱۳)، به اوج خود رسید. پروژه‌های ارتباطات و توسعه که از سوی «آژانس آمریکا برای توسعه بین‌المللی» به سرپرستی

11. Palapa
12. Everett Rogers
13. U.S.A.I.D

8. Karl W. Deutsch
9. Francis K.H.Su
10- Jen

پژوهشگران دانشگاه‌های «میشیگان» و «یوسکاتینسن»، «استانفورد» و انستیتو تکنولوژی «ماساچوست» به اجرا درآمدند، هم کم و بیش از همین نگرش پیروی می‌کردند پژوهشهای مبتنی بر اشاعه، در انتزاعی‌ترین سطح خود، نگرشی است که درک فرایند تغییر اجتماعی را هدف قرار می‌دهد. از دیدگاه «راجرز»، تغییر اجتماعی- فرایندی که در آن یک سیستم اجتماعی دچار تغییرات ساختاری کارکردی می‌شود- یا یک تغییر حتمی (دراث محرک‌های درون سیستم اجتماعی) و یا یک تغییر برخوردار است (دراث محرک‌های خارج از سیستم اجتماعی)، می‌توان این فرایند را به سه مرحله پایایی تقسیم کرد:

- ۱- ابداع که فرایند به وجود آمدن گسترش یافتن ایده‌ها می‌باشد.
- ۲- اشاعه که فرایند انتقال این ایده‌ها به اعضای یک جامعه مفروض است.
- ۳- پیامدها و آن تغییراتی است که در اثر انطباق و یا ردنواوریها، در درون سیستم اجتماعی به وجود آمده است.

بنابراین «راجرز» و همکاران وی در میان آر دسته از محققان علوم اجتماعی قرار می‌گیرند که معتقدند تغییر اجتماعی (و در این مورد که فرایند توسعه) به عنوان یک روند ارتباطی بهت قابل درک است. تغییر اجتماعی ناشی از ارتباطات است و پژوهشهای متمرکز بر اشاعه موضوع فرعی پژوهشهای ارتباطی هستند پژوهشهایی که به انتقال ایده‌ها می‌پردازند. ظهور پژوهشهای مبتنی بر اشاعه به عنوان یک جزء یکپارچه و کلی، از دهه ۱۹۵۰ به دلیا کاربرد آن در طیفی از نظریه‌های متنوع توسعه به راحتی آسان شد. سنگ پایه پژوهشها؛ مبتنی بر اشاعه بر انسان‌شناسی استوار است ریشه این پژوهشها به دورانی بازمی‌گردد که «اشاعه‌گرایی» در صدد اثبات این امر برآمد که تغییر در یک جامعه ناشی از پیش درآمد تغییر در یک جامعه دیگر است. به این ترتیب جامعه‌شناسی رشته دیگری بود که در آن پژوهشهای مبتنی بر اشاعه صورت گرفت. به عنوان نمونه، «گابریل تورد»^{۱۴} جامعه‌شناس فرانسوی در اوایل این قرن د زمره نخستین افرادی بود که اتخاذ ایده تازه بر مبنای یک منحنی که شکل S را دارد، مطرح ساخت. بخش کوچکی از افراد در ابتدا نوآور را می‌پذیرند، این پذیرش سپس شتاب گرفته هنگامی که در نهایت آخرین اعضای سیستم پذیرش نوآوری می‌پردازند، کاهش می‌یابا برخی از مطالعه‌های کلاسیک در زمینه جامعه‌شناسی روستایی صورت گرفت. این مطالعه‌ها به مرحله‌ای بازمی‌گردد که در آن وزارت کشاورزی امریکا در دهه ۱۹۲۰ به مطال تلاش و تکاپوی عوامل خواهان گسترده کشاورزی پرداخت. این عده در صدد ایجاد رویه‌های تازماری در کشاورزی بودند. در ده

۱۹ دریک پژوهش که در زمینه گسترش بذر ت پیوندی در ایالت «ایوا» صورت گرفت، گیاههای اجتماعی نوآوران و کارکرد کانالهای باگون ارتباطی در فرایند تصمیم‌گیریهای مویوط به نوآوری مورد مطالعه قرار گرفت. سایر نه‌هایی که به پژوهشهای اشاعه‌گرا اهمیت ه‌اند، عبارتند از: آموزش، بازاریابی، نامه‌نگاری و جامعه‌شناسی پزشکی. هدف ه‌هایی که در این زمینه‌ها صورت گرفته‌اند، ک الگوها و سرعت اشاعه‌ایده‌های تازه رون و بین اقشار جامعه بوده است.

بسیاری از پژوهشگرانی که از مدل‌های توسعه دلیل آنکه تنها در غرب کاربرد دارند، انتقاد ه‌اند، مدل‌های ارتباطی را نیز مورد انتقال داده‌اند. این عده معتقدند مدل‌های باطی، بسیار غربی بوده و نمی‌توانند به ها و به شرایط کشورهای رو به توسعه پاسخ ند. مثلاً گفته می‌شود: مدل‌های ارتباطی ب که برای تحلیل پدیده توسعه به کار برده ش‌وند، اساساً از نوع ارسطویی بوده و فقط بهار بخش کنش ارتباطی تاکید می‌ورزند: باط‌گر، پیام، گیرنده و هدف. از نظر فدان، این تاکید الزاماً تابعی از ر‌سازیهایی رسانه‌ها می‌باشد. در حال، به اختارهای اجتماعی و فرهنگی که سیستم باطی در آن عمل می‌کند، توجه ناچیزی مال شده است. «لوئیس رامیرو بلتران»^{۱۵} مورد آمریکای لاتین به اثرهای منفی انتقال های روش‌شناسی و چهارچوب‌های مفهومی یکا به درون آمریکای لاتین - که با هیچ ادای نیز مواجه نشده - می‌پردازد . ه‌شگر دیگری به نام «خوان دیاز بورداو»^{۱۶} نقاد از مدل سنتی اشاعه و کاربرد آن آمریکای لاتین، خواستار ترکیب مدل سیک اشاعه بانظریه «بصیرت» «پائولو ره» شد. از دیدگاه «فریره» حذف تفکر ی کردن مدارج» در آموزش و ارتباطات و گزین کردن یک آموزش مبتنی بر مشارکت یی بخش‌تر به جای آن از گفتگو و تبادل افکار تری برخوردار خواهد بود و ضمن آنکه مخاطب بیشتر متمرکز است، به ساختار

صناعی محیط نیز اشراف بیشتری دارد. در حقیقت فرضیه‌های پنهانی زیادی در مدل باطات و اشاعه وجود دارد: این فرضیه که باطات فی‌نفسه می‌تواند صرف‌نظر از شرایط صناعی - اقتصادی به توسعه بینجامد، این ی که تولید و مصرف بیشتر کالاها و خدمات مگر جوهره توسعه است و توزیع عادلانه‌تری را ی خواهد داشت و بالاخره این فرضیه که وری تکنولوژیک، صرف نظر از آنکه چه کسی ن سود می‌برد و چه کسی متضرر می‌شود، د افزایش قدرت تولید است، می‌توان گفت نظریه‌های سنتی مربوط به ارتباطات و عه، به بسیاری از مقولات قدرتمند، اخلاقی

15. Luis Ramiro Boltran

16. Juan Diaz Borja

و انسانی بی‌توجه هستند، حال آنکه این مقولات باید جزو جدانشدنی تلاش‌هایی باشند که برای دگرگونی شیوه زندگی بشر صورت می‌گیرند و اگرچه برخی از عوامل اصلی فرهنگی و مذهبی که مانع این نوع از «توسعه» تلقی می‌شدند، شناسایی و مشخص شده‌اند، اما بیشتر نویسندگان از ابعاد اخلاقی تغییرهای القایی اجتماعی غافل مانده‌اند.

اشاعه تکنولوژی یا انتقال تکنولوژی و فنون آن از کشورهای صنعتی توسعه یافته به کشورهای کمتر صنعتی رو به توسعه یکی از قلمروهای همگرایی نظریه‌های ارتباطی و برنامه‌ریزیهای مربوط به توسعه است. تجربه نشان داده است که این روند واردات - صادرات نه تنها تخصص و تکنولوژی مورد نظر را در بر گرفته، بلکه شامل ارزشها نیز شده است. در حقیقت، اینکه تکنولوژی به لحاظ سیاسی و فرهنگی بی‌طرف است، افسانهای بیش نیست.

اشاعه‌گرایان و لیبرال‌های نوین که اکنون منتقدان نظریه‌های سنتی هستند، به کاستیهای نظریه اشاعه، نظریه نوگرایی و مدل‌های سنتی ارتباطات که مارک آنها را بر خود دارد، اعتراف کرده‌اند باین همه بررسی دقیق و موشکافانه آثار اخیر این عده نشان می‌دهد که آنها اگرچه اکنون از تله‌های تجربه‌های پیشین انتقاد می‌کنند، اما اساساً به اصول الگوهای حاکم ارتباطات و توسعه وفادار مانده‌اند. پژوهشها و گرایش به ارتباطات و توسعه، کاربرد استراتژیها و تکنولوژیهای مختلف ارتباطی، به طرز قابل توجهی طی دو دهه قبل افزایش یافته است. در این باره طی بحثهای ششم تانهم کتاب به تفصیل بحث خواهیم کرد، اما در اینجا ذکر این نکته کفایت می‌کند که همه کشورها و جوامع سراسر جهان با این مشکل به هم پیوسته مواجه می‌باشند که چگونه از تکنولوژی نوین استفاده کنند و تأثیرات منفی آن را به فرهنگ بومی به حداقل برسانند. اگرچه تجربه نشان داده است که شکلهای مختلف وسایل ارتباط جمعی توان بالقوه قابل توجهی را در کشورهای رو به توسعه دارند، اما شکلهای سنتی وسایل ارتباط جمعی و کانالهای ارتباطی در تلفیق با سیستمهای نوین ارتباطی می‌تواند در ایجاد نتایج دلخواه و تقلیل پیامدهای منفی، بیشترین تأثیر را داشته باشد.

پژوهشهای ارتباطی مبتنی بر اشاعه در آمریکا به این نتیجه رسیده‌اند که کانالهای وسایل ارتباط جمعی در نقش اطلاع دهی و معلومات دهی از اهمیت نسبی بیشتری برخوردار هستند، کانالهای بین فردی در نقش اقتاعی روند تصمیم‌گیری به طور عام و در روند تصمیم‌گیریهای مربوط به نوآوری به طور خاص، از اهمیت نسبی بیشتری برخوردار می‌باشد. به این ترتیب، دو مقوله خاص در اثر این مطالعات شناسایی شد: «جریان دومرحله‌ای» عقاید ارتباطات تودم‌ای و «رهبری افکار» که در آن جریان اطلاعات در مرحله اول از «منبع» به

«رهبران فکری» و در مرحله دوم از رهبران فکری به طرف پیروان آنان بود. این کشف آمریکاییها اگر چه برخی از استنباطهای اولیه در این مورد را که پیامهای وسایل ارتباط جمعی به طور مستقیم بر مردم تأثیر می‌گذارد، نفی کرد، اما برای غیر غربیها و کشورهای کمتر صنعتی، که هنوز نظامهای نوین وسایل ارتباط جمعی بر آنان حکمفرما نبوده، بندرت یک کشف جدید تلقی شد. با وجود این، از آنجایی که برای توسعه این کشورها، نسخه‌های غربی تجویز شده بود، درپارهای از مواقع، بویژه در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ پنداره جریان دو مرحله‌ای در طرحهای توسعه جهان سوم به کار گرفته شد. در این کار برد بر تکنولوژیهای متمرکز ارتباطی تاکید شد. تنها در دهه ۱۹۷۰ و در نتیجه برخی از تحلیلهای اجتماعی - فرهنگی و همچنین در نتیجه بروز تغییرات شدید سیستمهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی بسیاری از کشورهای رو به توسعه بود که عملکرد و نقش سیستمهای ارتباطی سنتی (نظیر اماکن گردهماییهای مذهبی و بازارها) به عنوان نظامهای مستقل و یکپارچه مورد درک واقع شد.

○ نگرش ساختارگرا به ارتباطات و توسعه

این نگرش که بر اقتصاد سیاسی و فرهنگ مبتنی است، در برخورد با توسعه و ارتباطات به بررسی زیر ساختهای سیستم ارتباطی جهانی می‌پردازد تا از طریق این بررسی روشن سازد که آیا این زیر ساختها، توسعه را در همه سطوح آن با مانع مواجه می‌سازند، یا اینکه موجب ارتقای آن می‌شوند. مشخصه این نگرش پارهای از تحركات زیر است:

فراخوان برای نظم نوین بین‌المللی اقتصادی و بحث پیرامون «نظم نوین جهانی اطلاعات و ارتباطات» که از بررسی و نقد ساختار سیستم در سطح ملی و بین‌المللی دفاع می‌کند. به عنوان مثال، گزارش کمیسیون بین‌المللی پژوهش درباره مشکلات ارتباطات (کمیسیون مک‌براید)، برای ایجاد برابری و تعادل در ساختارهای ارتباطی، خواهان تغییرات ساختاری می‌باشد. برطبق نظر طرفداران نظم نوین، اگر قرار است توسعه به لحاظ اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ارتقا یابد، ایجاد چنین تعادلی الزامی می‌باشد. نگرش ساختاری





به ارتباطات و توسعه، ارتباطات را زیر ساخت و پیش شرط رشد اقتصادی و بنا بر این توسعه می‌داند.

گزارش کمیسیون «مک براید» به عنوان یکی از عمده‌ترین اسنادی که به توسعه و ارتباطات از زاویه ساختاری می‌نگرد، نشان می‌دهد که برخی از کشورهای خاص توانسته‌اند از طریق مکانیسم بازار و یا از طریق برنامه‌ریزی دولتی، نرخ رشد ملی، سطح مادی زندگی و سطح آموزشی خود را ارتقا دهند و در زمینه‌های فرهنگی، علمی و تکنولوژیک به پیشرفتهایی نایل آیند. این کشورها را از این جنبه می‌توان توسعه یافته نامید. اما با این همه، این دستاوردها به بهای برابری اجتماعی، اقتصادی یا آزادی سیاسی فراهم شده‌اند. گزارش «مک براید» خاطر نشان می‌سازد که امروز یک نگرش کلی تر به توسعه در حال شکل گرفتن است، نگرشی که به اصلاحات سیاسی و اجتماعی مشتمل دموکراتیزه کردن ارتباطات و گسترش مشارکت مردم در تصمیم‌گیری، بهای بیشتری می‌دهد.

دیدگاه ساختارگرا، یا تحلیل زیر ساخت‌های ارتباطات و توسعه، در قیاس با ادبیات موجود در زمینه نگرش‌های مبتنی بر علیت و سودگرایی، تازه‌تر است. این نگرش نه تنها نگرش سنتی اقتصاد سیاسی به ارتباطات را پوشش می‌دهد، بلکه پاره‌ای از آثار خوب را که در سطوح ملی و بین‌المللی به ابعاد اجتماعی و فرهنگی نظام‌های ارتباطی پرداخته‌اند، در برمی‌گیرد. نظریه پردازان این قلمرو که به خوبی از اقتصاد، علوم سیاسی و جامعه‌شناسی مایه می‌گیرند و به مکاتب مختلف معرفت‌شناسی و روش‌شناسی تعلق دارند، همه در بررسی نظریه‌های ارتباطات و توسعه موضعی نقادانه داشته و بسیاری از آنها نیز از نظریه منتقدانه مکتب فرانکفورت استفاده می‌کنند.

اگر چه بخش زیادی از مطالعات این حوزه به نظریه‌های مارکسیستی و نئومارکسیستی گرایش دارند، اما بخش عمده‌ای از این آثار نیز، بویژه در دهه ۱۹۸۰ توسط غیر مارکسیست‌ها تهیه شده است، افرادی که دیدگاه‌هایشان در قبال توسعه به مدلی که ما از آن به عنوان وحدت‌گرا-رهایی‌بخش یاد می‌کنیم، نزدیک است.

گرچه تعدادی از پژوهشگران آمریکایی در میان این نظریه‌پردازان پیش‌تاز حضور دارند، اما ثقل اصلی این عده را پژوهشگران جهان سوم و اروپا تشکیل داده‌اند. در بسیاری از موارد، این عده نمایندگان نسل تازه و محققان ارتباطات هستند،

نسلی که مفاهیم پیشین سنتی حاکم در این زمینه را به چالش فراخوانده است. مطالعات و

آثار زیر را می‌توان به عنوان نمونه‌هایی که معرف این قلمرو هستند، ذکر کرد:

پژوهش «دالاس دبیلواسمیت»^{۱۷} درباره ارتباطات سرمایه داری و «مسیر وابستگی» در کانادا. بررسی نقادانه ساختار نظام ارتباطی آمریکا از جنبه‌های سیاسی و اقتصادی توسط «هربرت‌ای. شیلر»^{۱۸}. پژوهش «ارماند ماتلارت»^{۱۹} درباره نقش کارگزاران فراملی و صنعت فرهنگی. تحلیل «حمید مولانا» از جریان بین‌المللی اطلاعات و نگره همه جانبه وی به فرایندهای ارتباطات و توسعه. آثار «سیس جی. هاملینک»^{۲۰} در زمینه «اتکا به خود»، «خود مختاری فرهنگی» و سیاست‌های ارتباطی ملی و بین‌المللی. پژوهش «کسارل نوردنسترنگ»^{۲۱} و «تاپووریس»^{۲۲} در زمینه جریان بین‌المللی برنامه‌های تلویزیونی و «ملاحظات بین‌المللی سیاست‌های ارتباطی». بررسی «توماس اچ گایک»^{۲۳} از صنایع فراملی و بین‌المللی فیلم، طرح «ابعاد ساختاری ارتباطات و توسعه» در آمریکای لاتین توسط «لوئیس رامیر و بلتران» و «الیزابت فاکس دو کاردونا»^{۲۴} مطالعه تطبیقی سیاست‌های ارتباطی آمریکا، انگلیس و تعدادی از کشورهای اروپای غربی توسط «جرمی تسانستال»^{۲۵} و تحقیق «تاماس شسکو»^{۲۶} درباره نظام‌های ارتباطی سوسیالیستی در اروپای شرقی.

«شیلر» در پایان دهه ۱۹۶۰ در راستای ترسیم آنچه که می‌رفت به نگرانی اولیه کشورهای رو به توسعه تبدیل شود، خاطر نشان ساخت که محرک آمریکا برای گسترش فعالیت اقتصادی در خارج، اتحاد قدرتمند الکترونیک و اقتصاد است. «شیلر» گفت سیستم استعماری به عنوان یک نهاد به سرعت در حال محو شدن است تا جایگاه خود را به «کلاف سردرگمی از وابستگی‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی دهد». «شیلر» توجه خویش را به نقش فزاینده شرکت‌های فراملی در بازار بین‌المللی معطوف ساخت و آن را «گسترش بین‌المللی هیولای داخلی» خواند. و به این ترتیب یک مفهوم تازه از «امپریالیسم» و یا «امپراتوری» به وجود آمد، امپریالیسمی که اجزای آن از ارتباطات و فرهنگ بود و به جای «قلمرو» از «کارکرد» تشکیل می‌شد.

دیدگاه لیبرالی‌تری نیز وجود داشت. این دیدگاه مشخصه برونگرایی آمریکا را «نفوذ» و «تملک» می‌پنداشت و معتقد بود این مسئله به وضوح بر حسب استقرار پرسنل و منابع آمریکایی قابل مشاهده است. از نظر این دیدگاه، برای

17. Dallas W. Smytho
18. Herbert I. Schiller
19. Armand Mattelart
20. Coes J. Hamelink
21. Kearte Nordenstren
22. Tapio Varis
23. Thomas H. Guback
24. Elizabeth Fox De Cardona
25. Jermy Tunstall
26. Tamás Szesko

آمریکا کنترل آشکار اتباع و منابع خارجی مطرح نبود. برخی نیز از این حد فراتر رفته و برونگرایی آمریکا را نوعی کثرت‌گرایی مشتمل بر آمیزه‌ای از سازمان‌های فراملی خواندند. این فرمول بندی‌ها بازنگری برونگرایی آمریکا را ضروری ساخت. با اینهمه اهمیت بخش اطلاع رسانی در اقتصاد داخلی کشورهای صنعتی مانند ایالات متحده آمریکا، با این حقیقت که تقریباً نیمی از نیروی کار آمریکا در اواسط دهه هفتاد در بخش اطلاع رسانی اشتغال داشتند، آشکار شد. این بخش که به سرعت در حال گسترش بود، مسئول ایجاد ۲۰ درصد تولید ناخالص ملی کشور بود.

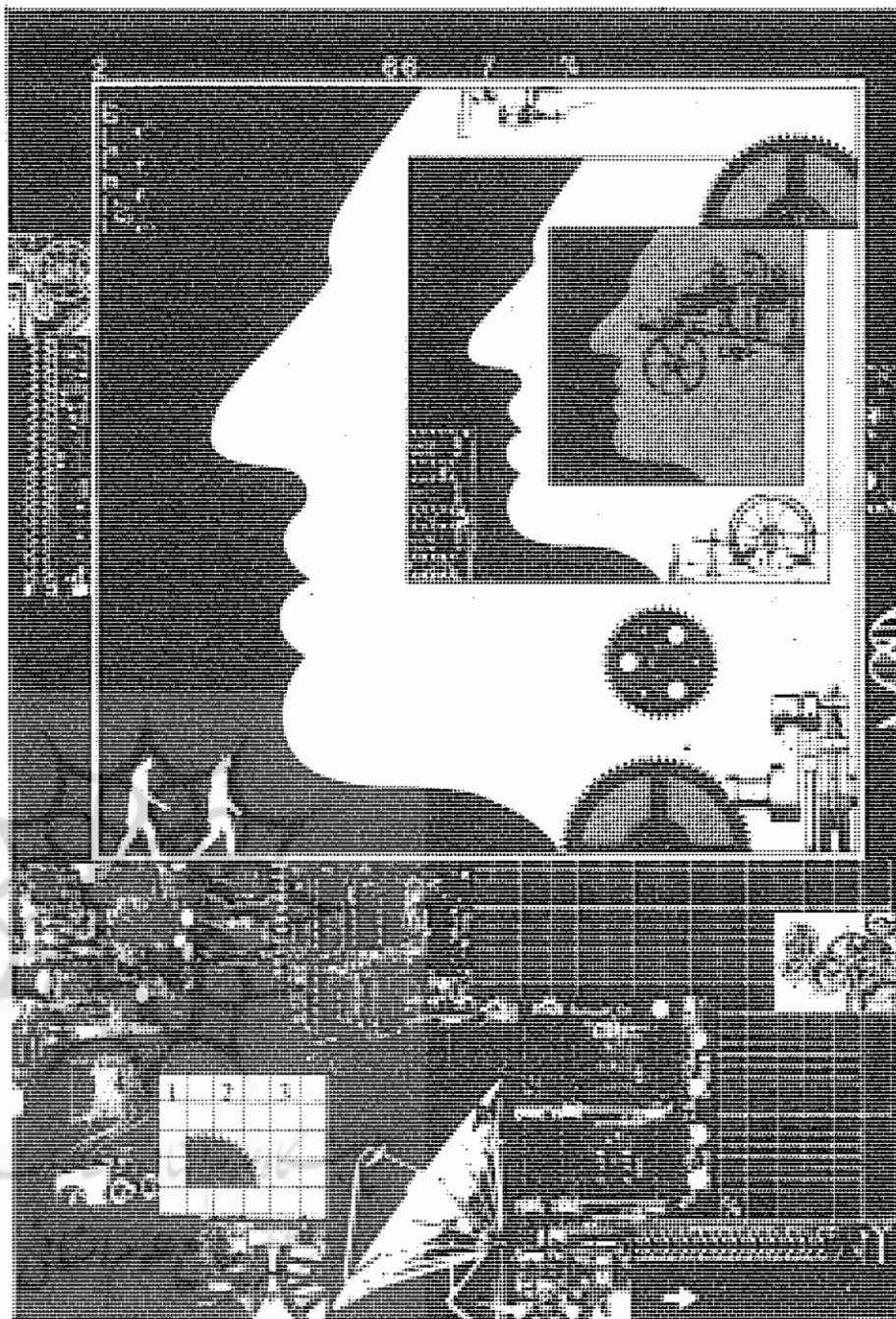
در سال ۱۹۷۱ پژوهش مولانا در زمینه ارتباطات بین‌المللی که یک دوره ۱۲۰ ساله را از سال ۱۸۵۰ به بعد در برمی‌گرفت، نشان داد که نیمی از مطالعات به ثبت رسیده ۵۲ درصد بین سال‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۶۹ به تحریر درآمده‌اند. این پژوهش نشان داد که بررسی نقش وسایل ارتباط جمعی در توسعه ملی، بویژه تاجایی که به کشورهای کمتر صنعتی مربوط می‌شود، به سطح قابل توجهی رسیده و تقریباً سه برابر مطالعات بعد از دهه ۱۹۶۰ طی ۳۰ سال گذشته بوده است. انباشت پرجاذبه داده‌های مربوط به ارتباطات بین‌المللی از سوی محققان آمریکا، مطالعات مربوط به ارتباطات و توسعه ملی مشتمل بر ارتباطات و توسعه اجتماعی سیاسی و همچنین مطالعات مربوط به ارتباطات و اشاعه نوآوری در صدر لیست موجود ادبیات دهه ۱۹۶۰ قرار داشت. این پژوهش‌ها در ارتباط با کشورهای رو به توسعه، بجای آنکه بر نحوه ارتباط با آنان تاکید ورزد، بر نحوه انتقال ایده‌ها و مدل‌های غربی به آنها اصرار می‌ورزید. بنابراین، غیرعادی نبود که بررسی‌هایی که در مناطق ویژه فرهنگی و جغرافیایی به عمل آمد، به نوعی بادرگیری آمریکا ارتباط داشته است. مولانا در پژوهش خود نتیجه گرفت که عامل مداخله آمریکا بر پژوهش‌های بومی و ترجمه آثار خارجی شدیداً تاثیر گذاشته و منافع و درگیری‌های آمریکا در رویدادهای جهانی باعث افزایش مطالعات آکادمیک و تحول مطالعات و روش‌شناسی شده است.

«شیلر» با استفاده از داده‌هایی که مولانا از تحقیق در زمینه مطالعات آمریکاییها به دست آورده است، به ذکر مثال پرداخته و در کاربرد اصطلاحات «امپریالیسم فرهنگی» و «سلطه فرهنگی» برای توصیف جهان سرمایه‌داری صنعتی و بویژه درگیری آمریکا در سیستم اقتصادی جهانی هیچ تردیدی به خود راه نمی‌دهد. وی می‌گوید امپریالیسم فرهنگی در درون یک نظام جهانی تضج می‌گیرد، این نظام همانند نظامی است که «امانوئل والرشتین»^{۲۷} آن را چنین توصیف می‌کند: «در درون این نظام یک بازار واحد وجود دارد، شرایط و نوع

27. Emanuel Wallerstein

مدلهای توسعه‌ای را که به جهان سوم تحمیل شده‌اند، تعقیب می‌کنند. از دیدگاه وی هدف عمده نظم نوین جهانی اطلاعات و ارتباطات «باید ایجاد تعادل دوباره در جریان بین‌المللی اطلاعات باشد، جریانی که مشخصه آن مبادله نابرابر اطلاعات است».

تحلیل ساختاری ارتباطات و توسعه نه تنها به مسائل اقتصادی سیاسی اطلاعات، بلکه به طور کلی به مجموعه‌ای از شاخصهای فرهنگی و اجتماعی مربوط به ارتباطات و جامعه نیز می‌پردازد. به عنوان نمونه، یک چهارچوب همه جانبه برای نظامهای ارتباطی تطبیقی ارائه شده است که در آن بر فرآیندهای «تولید پیام» و «توزیع و هدف» بیشتر از نگرش جدانشدنی به محتوا و اثرات آن تاکید می‌شود. مرحله توزیع در نظامهای ارتباطی که مدتها مورد غفلت قرار گرفته بود، بار دیگر به طور خاص مورد توجه قرار گرفته است و پاره‌ای از شاخصها که بر رابطه میان نهادهای فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و ارتباطی جامعه متمرکز هستند، شناسایی شده‌اند. کوتاه سخن آنکه، این نگرش همگرایانه به سیاستهای ارتباطی توسعه و برنامه‌ریزی، نه تنها متغیرهایی مانند مالکیت، تولید و توزیع را در نظر می‌گیرد، بلکه به همان اندازه نیز کنترل «واقعی» و «ظاهری» در نظامهای ارتباطی را مدنظر قرار می‌دهد و به متغیرهایی چون سرمایه، جایابی درآمد، بوروکراسی و کاربرد پیام توجه می‌کند. نگرش ساختاری با نظریه لیبرالی-سرمایهداری مبنی بر اینکه ارتباطات ابتدا از طریق ایجاد شرایط اجتماعی-جمعیتی و یا از طریق تغییر ویژگیهای روانی فردی باعث تغییرات ساختاری می‌شود، مخالف است. موضع نگرش ساختاری، ضمن اعتراف به اهمیت سطوح انفرادی ارتباطات و تغییر، این است که تغییر ساختاری پیش شرط کسب موفقیت در اهداف مربوطه است.



چنین استدلال می‌کند که «گستگی» باید با مقاومت در برابر «همتابی بیرونی» و با اتکا به «برابری داخلی» و «خوداتکایی» تلفیق شود. مفهوم «خوداتکایی» افکار افراد دیگری نظیر «ارمانداتلارت» را که در زمینه ساخت اقتصاد سیاسی اطلاعات تحقیق کرده، به خود مشغول کرده است. «خوداتکایی» از دیدگاه «ماتلارت» در بردارنده این موارد است: درک و تأیید شکست یک جنبه خاص از توسعه، شناخت ارزش همبستگی، ایجاد تنوع فرهنگی و هویت، نفی تلقی ابراز گرایانه از تکنولوژی و فراخوان کشورهای رو به توسعه، ارزیابی مجدد طرحهای رشد (اقتصادی) و تداخلهای منفی «ماتلارت» در بررسی نظامهای فراملی که در آنها دولت ملتهای پیچیده حضور دارند،

باید در مرکز همین بازار تعیین می‌شود و سپس اطراف تشعشع می‌کند»، بخش فرهنگی ارتباطی نظام جهانی نیز الزاماً در انطباق نظام کلی شکل می‌گیرد و آرمانها و اهداف آن نظام کلی را تسهیل می‌کند. «هاملینک» ترجیح می‌دهد که از اصطلاح «همتابی فرهنگی» به جای «امپریالیسم فرهنگی» استفاده کند. از دیدگاه وی، ریالیسم فرهنگی عامترین شکل مسئله است و تنها شکلی که در آن «همتابی فرهنگی» به معنی پیوندند. «گستگی» راه حل «املینک» است و این اصطلاحی است که وی را از «دیترسنگاس» ۲۸ به عاریه گرفته است. «املینک» برای انجام موفقیت آمیز مسئله

• دکتر حمید مولانا استاد ایرانی روابط بین‌الملل، رئیس برنامه ارتباطات جهانی و استاد دانشکده خدمات بین‌المللی «امریکن یونیورسیتی» در واشنگتن می‌باشد.