

پیش نوشتار

هر دوره از ادوار زیستی بشر به واسطه شاخصه‌های مختلف معرفی می‌شوند. پاره‌ای از این شاخصه‌ها به موازات تطور و تکامل زیستی انسان تحول یافته و در چهره تکامل یافته‌تر به حیات خویش ادامه می‌دهند و پاره‌ی دیگر آنها تنها در موزه‌ها و کتب تاریخی قابل ردیابی‌اند نه در حیات بیرونی و سیال جامعه امروزی.

دنیای معاصر نیز به وسیله شاخصه‌های مخصوص به خود معرفی می‌گردد که بعضی از آنها از ویژگی فراگیری و اشتراکی نیز نصیب بر گرفته‌اند. در میان شاخصه‌های متنوع دنیای معاصر بر تکنولوژی (فن آوری) می‌توان و یا شایسته است که بیش از همه پدیده‌های دیگر متمرکز شد. دلیل آن نیز قدرت تغییردهندگی آن است چون تکنولوژی نوین آرام و قرار را از اقتصاد، سیاست، فرهنگ، ارزشها، باورها و حتی علم... گرفته است و گرده تحول و دگرگونی را در بطن اتخمدان و بنیاد هر یک افشانده.

شعاع نفوذ تکنولوژی در پی تنوع شاخ و برگ آن فراتر از آن رفته است که تصور می‌رفت، نانو تکنولوژی مولکولی توان ترکیب و تولید بشر را افزایش بخشیده و او را در منصب و جایگاهی قرار داده است که بر اتمها و حتی ذرات بنیادی فرمان براند و با ترکیب دلخواه آنها مواد مورد نظر و در ضمن مقاوم و عمرمند را فراهم آورد.

بیوتکنولوژی: مهندسی ژنتیک از یک سوی دغدغه‌های ترس آوری که در میدانهای بهداشت، درمان، دارو و جراحی، افزایش جمعیت، کمبود مواد غذایی و انرژی وجود دارد، به میزان زیادی کاهش بخشیده است و از سوی دیگر با برنامه نویسی نوین ژنها و تقویت فرایند شبیه سازی انسان چالشهای اخلاقی و فکری بزرگی را وارد سازوکار حیات انسانی نموده و خواهد کرد.

تکنولوژی فضایی و دریایی در آینده نه چندان دور تغییرات و امتیازات چشمگیری را در اقتصاد، زیست و معرفت به نمایش می‌گذارد. تکنولوژی پیشرفته نظامی ماهیت و کارکرد جنگ را کاملاً دگرگون نموده است و به تبع آن روابط و مناسبات جدیدی را میان ملت‌ها و دولت‌ها در عرصه ملی و بین المللی به وجود آورده است.

تکنولوژی‌هایی که تا اینجا نام برده شدند، همگی مستقیماً با طبیعت و فیزیک جامعه و انسان در تعامل‌اند. از این رو تغییر ابتدا

آسیب‌های

فرهنگی در فرایند

سیطره

رسانه‌ها

در این بخش نمایان می‌شود و پس از آن به فراسوی این بعد سرایت می‌کند، برخلاف تکنولوژیهای ارتباط جمعی و اطلاعات که مستقیماً مغز، روح و روان انسان و جامعه را نشانه می‌گیرد. اندیشه، فکر، باورها و وضعیت روحی انسان را متحول می‌سازد و این سراغاز تحول بزرگ و در ضمن سازنده و یا ویرانگر در حیات فرهنگی جوامع می‌باشد. دقیقاً همین حساسیت و کارکرد ما را بر آن داشت تا در این نوشتار نگاهی کوتاه اما عمیق به تکنولوژی ارتباط جمعی داشته باشیم. به صورت ریزتر مقوله «گسست فرهنگی» در فرایند سیطره و سلطه رسانه‌های جمعی را به تحلیل گرفته و دنبال نماییم.

۱- سیطره:

واژگان سیطره و سلطه بدون توجه به بنیادش که همان «قدرت» باشد، تهی و بی معنا می‌باشد. پرواضح است تا زمانی که قدرتی در کار نباشد، هویت بیرونی سیطره و سلطه نمودی ندارد. سیطره و سلطه در ذهن توده مردم و نیز در ذهن نخبگان آنها در مرحله‌ای از تطور و تکامل حیات اجتماعی همواره توأم با قهر، عامل زور و اجبار بوده است. ولیکن در دنیای معاصر، جامعه اطلاعاتی و در زبان رسانه‌ها سیطره و سلطه با قهر و زور و اجبار ظاهراً فاصله می‌گیرد. دلیل اش واضح به نظر می‌آید چون این واژگان در نظام جدید از کنش و تفاهم قرار می‌گیرد و معنای نوینی پیدا می‌کنند. در این نظام قدرت برهنه که توأم با زور و اجبار بوده، تبدیل به قدرت پنهان و پوشش دار که از پتانسیلهای بالای بهره‌مند می‌باشد، می‌گردد. قدرت



مجله نگاه، فصلنامه علمی-تخصصی، شماره ۱۳، زمستان ۱۳۸۳، سال چهارم، شماره ۱۳، تهران: انتشارات نگاه، ۱۳۸۳



به‌معنای توانایی شخص، گروه و جامعه در تغییر بیش و منس اشخاص، گروهها و جوامع دیگر می‌باشد. طبعاً اینگونه توانمندی در گرو به‌دست گرفتن منابع قدرت مثل اقتصاد، علم و در دنیای اطلاعات و ارتباطات، فن‌آوری رسانه‌ای می‌باشد؛ زیرا در دنیای معاصر و جوامع انفورماتیک رسانه‌های ارتباط جمعی از عمده‌ترین زیرساخت‌های قدرت محسوب می‌شوند. همانگونه که پروفیسور حمید مولانا این معنا و جایگاه را بیان نموده است: «اینترنت و تکنولوژی‌های امثال آن زیرساخت‌های قدرت هستند، نه آزادی...» (۱)

بنابراین مقصود از سطره رسانه‌ای قدرت و توانمندی رسانه‌ها در دگرگون‌سازی فرهنگی جوامع می‌باشد و از آن رو که اتحادیه اروپا و آمریکای شمالی در میدان تکنولوژی ارتباط جمعی گوی سبقت را از دیگران ربودند، طبعاً در تغییرزایی فرهنگی توانمندی بیشتری به‌دست آوردند.

۲- گسست فرهنگی:

حالات و مناسبات مختلف که در ذیل می‌آیند، هر زمانی که در یک فرهنگ نمودار شدند، معرف و بیانگر گسست فرهنگی می‌باشند.

الف. گسست فرهنگی به وضعیت و فرایندی گفته می‌شود که میان کالاها و تولیدات فرهنگی درونی و بومی با داده‌ها و سازه‌های فرهنگی برون و بیگانه ناخوانی، ناسازگاری و در یک کلام تضاد عینی - رفتاری به‌وجود بیاید، طوری که نهایت این فرایند به فاصله‌گیری از فرهنگ و هویت خودی بیانجامد.

ب. میان سازه‌های فرهنگ در سطح یک جامعه، ناسازگاری و رشد ناموزون به‌وجود بیاید. رشد ناموزون و یا عدم سازگاری، اعتدال فرهنگی را به هم می‌زند و آهسته‌آهسته گسست را در فرهنگ پدید می‌آورد. به‌عنوان مثال اگر خرده‌فرهنگها نقش و سهم نابرابری را در قدرت سیاسی و حوزه اقتصادی یک جامعه داشته باشند، برآیند ادامه چنین وضعیت عدم اعتدال بیش نخواهد بود.

ج. یکی دیگر از حالات و فرایندی‌هایی که گسست فرهنگی را در پی دارد، این است که فرهنگ خودی همپای ضروریات و نیازهای بشری حرکت و پویایی نداشته باشد و یا اینگونه تلقین و تصویر بشود.

سه‌انگاره نامبرده، هر یک گسست فرهنگی را می‌نمایانند، و اینک که معنای گسست فرهنگی تا حدودی روشن شد، می‌باید به چند نکته توجه داشت:

یک؛ خاستگاه گسست. گسست فرهنگی معمولاً در مشترکات فرهنگی رخ نمی‌دهند. یعنی اموری که در فرهنگهای متنوع و در جغرافیاهای گوناگون مقبول افتاده و جزء سازه‌های هر یک شده‌است، در فرایند تعامل فرهنگی گسیختگی از آن ناحیه به‌وجود نمی‌آید. مثل علم و یا باور به خدا در فرهنگ دینی - توحیدی، بلکه در مختلقات و ممیزات فرهنگی گسست متولد می‌شود، مثل روش زندگی، غذا، لباس، زبان، ارزشها، پاره‌ای از باورها و زیرساخت‌های حیات اجتماعی. دوم اینکه گسست گیاه خودرو و فرزند بدون پدر نیست، بلکه عوامل و زمینه‌های متنوع

در پیدایی آن دخالت دارند، و این عوامل تابعی است از متغیرهایی که در فرایند تحول، توسعه و تکامل انسان و جوامع بشری شکل می‌گیرند. چنان که در دنیای معاصر و «جوامع انفورماتیک» تکنولوژی ارتباط جمعی از مهمترین اسباب و عوامل گسست و پیوست فرهنگی به‌شمار می‌روند و آنچه که در وضعیت فعلی جوامع اسلامی ایران و نیز موقعیت کشورهای پیشرفته و جوامع «انفورماتیک» در اولویت قرار دارد، تبیین مکانیزم گسست فرهنگی در فرایند سطره رسانه‌های جمعی به‌ویژه از جانب کشورهای فراصنعتی می‌باشد که پس از این تحلیلش را آغاز می‌کنیم.

۳- مکانیزم گسست فرهنگی در فرایند سطره رسانه‌ها:

۱-۳) رسانه‌های نوین جمعی ماهواره، اینترنت، تلویزیون، کامپیوتر، رادیو، مطبوعات همانطوری که هویت فیزیکی خود را به‌مثابه لوازم ضروری زندگی در دنیای نوین بر بشریت قبولانده‌اند. یک‌سری نرم‌افزارهای دیگر را نیز به‌عنوان نیاز و ضروریات زندگی وارد حیات تعاملی بشر نموده‌است که پاره‌ای از آنها به دلایل مختلف از سوی جوامع دینی - اسلامی پذیرفته و برآورده نمی‌شوند. نرم‌افزارهایی چون مصرف‌زدگی و مصرف‌گرایی به‌مثابه یک فرهنگ از طریق رسانه‌های جمعی مسلط دنیا چونان کالای فرهنگی در فضای زیستی کشورهای اسلامی به‌ویژه ایران سرازیر می‌شوند و برای تهدیدسازی آن در کشورهای اسلامی تصاویر مصرف‌گرایی را با گذشت هرروز پرنرنگتر و پرباعدا تر می‌سازند.

طبعاً فرهنگ مصرف‌گرایی به‌عنوان یکی از سازه‌های فرهنگ خودی در کنار فرهنگ قناعت و اعتدال که از مشخصات فرهنگ دینی - ملی کشورهای اسلامی می‌باشند، جفت ناهمسو و ناسازگاری می‌نماید. ادامه ناهمسوی یادشده چالشهای درونی را ایجاد می‌کند که برآیند آن گسست فرهنگی خواهد بود. چون که فرهنگ ملی - دینی این کشورها نمی‌خواهد و نمی‌تواند به چنان گرایش پاسخ مثبت بدهد.

حاکمیت بلامنازع و بدون رقیب عقلانیت بشری (علمی - تکنیکی) از دیگر کالاهایی است که رسانه‌های جمعی به بزرگنمایی و ارسال آن در محیط فرهنگی دیگران سخت

مشغول اند. این رسانه‌ها می‌خواهند این باور را پروبال بدهد که تنها و تنها نیرو عقل بشری معنا بخش، جهت دهنده و به حرکت آورنده شئون مختلف زندگی و حیات انسانی می‌باشد و نباید هیچ نیروی دیگری دیگر به ویژه نیروی متافیزیکی و دینی را در این میدان اجازه خودنمایی و کار آزمایی داد.

در فرهنگ دینی - ملی کشورهای اسلامی احترام و اعتماد فراوانی به عقلانیت و علمانیت رفته است و بر توسعه انسانی سخت توجه شده است. تا جایی که از اساسی ترین پایه‌ها و پایه‌های چنان توسعه را پرورش نیروی عقل بشری می‌داند: «برقع الله الذین انعموا علیهم و الذین انعموا علیهم درجات» (۲) و نیز اساس استقلال و توانگری را در عقل مندی می‌یابد: «لا اله الا الله و لا تقربوا الی الله الا بالحق» (۳)

«لا اله الا الله» (۴)

اما چنین نیست که عقل بشری تنها تکیه گاه همه امور باشد و او هدف، معنا و جهت حیات را به تنهایی تعیین و مشخص بسازد، بلکه در همین دنیای حیاتی انسانی چه به صورت فردی و چه در شکل اجتماعی آن به همان اندازه که نیازمند و وابسته به عقل بشری است، بیشتر از آن به عقلانیت دینی و نیروی حیاتی وابسته و نیازمند می‌باشد، و اگر واقعیت غیر از این بود، آلبرت اینشتین تصویر دنیای معاصر و پیشرفته را اینگونه ترسیم نمی‌کرد: «وسایلی تکامل یافته و اهداف آشفته - به اعتقاد من - مشخص کننده عصر ماست» (۵)

طبعاً دو نگرش یاد شده نسبت به عقلانیت بشری، در صورتی که جریان اطلاعات و تعامل فرهنگی - ارتباطی به طور یک جانبه و یکسویه ادامه پیدا بکند، در درازمدت نوعی از گسست فرهنگی را همراه خواهد داشت.

حفظ حریم خصوصی، فردی و خانوادگی و نیز رازداری از دیگر ارزشهای دینی و اجتماعی کشورهای اسلامی به حساب می‌آیند، طوری که تجسس در زندگی افراد برابر با خوردن گوشت مرده و جسد بی جان برادر انگاشته شده و وارد شدن در خانه دیگران و برادران ایمانی بدون کسب اجازه حرام گردیده است. پیدایش و توسعه تکنولوژی ارتباط جمعی و نیز فراگیری و دست یازی همگان به آن هیچ مرز فیزیکی و اجازه لفظی نمی‌شناسد. ترافیک را از حوزه خصوصی برداشته و تردد بدون جواز را تبدیل به رفتار هنجارمند و عادی نموده و آن را چون سرگرمی از تفریحات لازم زندگی وانمود می‌کند.

به این ترتیب بنیاد هویت یک جامعه، به ویژه جوامع اسلامی ایران که بر پایه حفظ حرمت حریم شخصیتی افراد و جوامع قرار دارد، به واسطه سیل تهاجم رسانه‌های غرب و به هم خوردن فرایند اعتدال تبادل پیام و اطلاعات، بی‌قرار می‌گردد و رگه‌های گسست را در فرهنگ خودی ریشه دار می‌نماید.

از دیگر ابزارهای انتقال فرهنگ زبان به شمار می‌رود. زمانی زبان فرانسوی زبان دانش و ارتباطات محسوب می‌شد ولی امروز زبان انگلیسی جایگزین آن شده است. بی تردید در کنار سایر عوامل، تولید و توسعه رسانه‌های نوشتاری و پس از آن رسانه‌های شنیداری و امروز رسانه‌های دیداری در چنین جایگزینی نقش چشمگیری داشته و دارد. علم و تکنولوژی که از ضروریات زندگی نوین محسوب می‌شوند. در زبان انگلیسی

تجسد و نمود دارند. تمامی نشریات، متون و منابع دست اول در کشورهای غیر انگلیسی زبان، به زبان انگلیسی می‌باشند. بدون دانستن زبان انگلیسی استفاده از کامپیوتر، اینترنت و ماهواره تقریباً غیر ممکن است، چون زبان آنها زبان انگلیسی می‌باشد. این در حالی است که آموزش، پژوهش، خدمات، ارتباطات ... در سطح ملی و بین المللی بدون تلویزیون، کامپیوتر و اینترنت نمی‌تواند به حرکت پیش رفته ادامه داده و به نیازهای زندگی پاسخ بدهد. معنای این سخن و وضعیت این است که فرهنگ غربی از طریق رسانه‌ها به صورت طبیعی عرصه‌های آموزشی، پژوهشی و خدماتی و ارتباطاتی فرهنگ دینی - ملی کشورهای دیگر به ویژه جوامع اسلامی را تحت پوشش خویش آورده و ارزشها، روشها و هویت‌های مطلوب خود را در آنها تزریق نموده و فرایند دگرگونی عناصر فرهنگی نامبرده را به سوی خویش سرعت می‌بخشد.

در بیشتر کشورها غیر انگلیسی زبان، این زبان، زبان دومی آنها به حساب می‌آید و آموزش و آموختن آن اجباری است. امروز بیش از ۱/۵ میلیارد نفر در دنیا به زبان انگلیسی آشنا هستند. در چین «۲۵۰ میلیون نفر چینی به آموختن زبان انگلیسی مشغول اند. در توکیو «۱۳۰۰» مدرسه انگلیسی زبان وجود دارد و سالانه ۱۰۰ مدرسه دیگر بر آن افزوده می‌شود. آشنایی، آگاهی و اشتیاق جوانان ما به زبان انگلیسی به مراتب بیشتر از آگاهی و آشنایی شان با زبان مادری و دینی آنهاست.

و این همه برای آن است که:

«شش تا از بزرگترین فرستنده‌های رادیو - تلویزیونی دنیا - سی بی بی اس [CBS]، ان بی سی [NBC]، ای بی سی [EBC]، سی ان ان [CNN] (آمریکا)، بی بی سی [BBC] انگلستان،



رسانه‌های جمعی از یک سو احساسات عاطفی، محبت، صداقت و خوش بینی را برمی‌انگیزند و از سوی دیگر احساسات زشتی، دشمنی، بی اعتمادی، دروغ و خشونت را زنده می‌کنند.



سی بی اس (CBS) (کانادا) که بیش از ۳۰۰ میلیون نفر را زیر پوشش دارند، به زبان انگلیسی برنامه پخش می‌کنند. زبان انگلیسی زبان تلویزیون ماهواره‌ای هم هست (۶) و برای این است که: «هشتادوپنج درصد از مکالمات تلفن بین‌المللی به زبان انگلیسی است و همینطور سه چهارم از نامه‌های پستی، تلکسها، فاکسها و تلگرامها» (۷) و برای آن به اینجا رسیدیم که: «بیش از ۸۰ درصد کل اطلاعاتی که در بیش از ۱۰۰ میلیون رایانه سرتاسر جهان ذخیره شده به زبان انگلیسی است» (۸).

پيامد طبیعی این وضعیت - با وجود اینکه آموختن زبانهای متنوع و زنده دنیا را ضروری می‌دانیم - ورود زبان انگلیسی به‌مثابه یک کالای وارداتی در فرهنگ دینی - ملی به‌عنوان یک عنصر اصلی در کنار زبان مادری به‌طوری که در درازمدت نه تنها آن زبان بلکه سایر مقولات فرهنگی که بیش از این اسم برده شدند را نیز به چالش خوانده و در نهایت گسست فرهنگی از زبان آغاز و به مقولات دیگر ختم خواهد شد.

هرگاه از روی تأمل، کنجکاوی و دقت سری به جوامع شهری کشورهای اسلامی مثل ایران بزنیم و به نوجوانان و جوانان آن نیک بنگریم، دو چیز بیش از همه جلب توجه می‌کند: (۱) فرم لباس، (۲) شکل آرایش ظاهر. مدتی لباسهای کشاد به تن می‌شود و پس از اندی لباسهای تنگ، زمانی بلند می‌شوند و وقتی کوتاه با تصاویری از آوازخوانان، ستارگان سینما و قهرمانان ورزش آن هم از کشورهای غربی.

موهای سر در رنگهای مختلف یا اشکال آره‌ای، تیشه‌ای، پرخروسی، میان‌خالی، ... و نیز چیدن ابرو و تلون گونه‌ها با سرخی و سفیده، چهره جوانان و نوجوانان این دیار را نشان می‌دهد.

تعبیر فرم لباس و شکل صورت از ویژگی دیگر این مسابقه است و آن سرعت در تغییر و جابه‌جایی است. هرروز در این آشفته‌بازار مد جدیدی متولد می‌شود. گویا این صنف سالیان متمادی در غرب زندگی نمودند و هم‌اکنون هرروز در رفت‌وآمد در آنجاست، اما برعکس این فرم و شکل بر تن، سر و صورت کسانی فرو ریخته و هر دم در حال جایگزینی‌اند که در طول زندگی شان یک بار هم غرب را از نزدیک ندیده‌اند و متأسفانه به همان اندازه که در تغییر و تقلید لباس و شکل ظاهری گویی

سبقت از دایه‌های اصلی ر بوده‌اند؛ در تولید فکر، اندیشه و دانش نیز مدال کندی، بطالت، کسالت و پس‌مانی را به سیرت و صورت آویخته‌اند!!

پس این کار از کدام مجری انجام می‌گیرد؟ پرواضح است که از طریق پیامها و تصاویر رسانه‌ها. بخشی از وظایف کاری، تبلیغی و تجاری رسانه‌ها را بزرگنمایی چنین کالاهایی می‌سازد، و این از سیاستهای برون‌مرزی آنها به حساب می‌آید. دوست صاحب حکمتی که خود در کشورهای اروپایی چند صباحی گذرانده بود، می‌گفت: «لباسهایی که جوانان ما به تقلید از غرب به تن می‌کنند و یا آرایش و فرمهای ویژه‌ای که برای موها و صورت خود برمی‌گزینند، عموماً با این حدت و شدت در میان اکثر مردم خود آنها رایج و متداول نیست. بیشتر در فیلمهای ویدیویی، سینمایی و در این اواخر دیسکهای تصویری تبلیغ و بزرگنمایی می‌شوند.» «شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای نیز به توبه خود اسلوب و طرحهای جدید لباسهای گوناگون را از نیویورک، پاریس، میلان و توکیو به سرتاسر جهان می‌رسانند» (۹).

بدین ترتیب این یکی دیگر از حرکتها و کالاهای فرهنگی وارداتی خواهد بود که خطر گسست فرهنگ و هویت خودی را در شرایطی که تبادل اطلاعات و ارتباطات کاملاً غیرمتعادل و یکسویه می‌باشد، بیشتر نموده است. به‌ویژه اینکه فرهنگ خودی نمی‌تواند و یا نمی‌خواهد چنین کالاهایی را تولید و یا بپذیرد.

۳-۲) رسانه‌های جمعی معمولاً دارای کارکردهایی هستند که در دو سر یک طیف قرار دارند. بدین معنا که هم حرکت، پویایی و سرزندگی را تقویت و تولید می‌نمایند و هم رخوت، تنبلی، کسالت، انفعال و سرکوفتگی را. از یک سو احساسهای عاطفی، محبت، صداقت و خوش‌بینی را برمی‌انگیزند و از سوی دیگر احساس زشتی، دشمنی، بی‌اعتمادی، دروغ و خشونت را زنده می‌کنند. از یک طرف واقعیت را وارونه، کدر و تاریک می‌نمایانند و شخصیت‌های کاذب به وجود می‌آورند، و از جانب دیگر آن را شفاف، روشن و پاک به نمایش می‌گذارند، و چونان اینده‌صاف شخصیت واقعی و حقیقی را متجلی می‌سازد.

این کارکرد به‌طور طبیعی موجب پیدایش تضاد روانی - رفتاری در مقیاس فردی و اجتماعی می‌گردد. در این حالت فرد و جامعه در مقابل انبوهی از ارزشها، روشها و باورهای متضاد قرار می‌گیرند که کار گزینش و ره‌پویی را بر آنها سخت دشوار می‌کند.

رسانه‌های بزرگ پیوند و تلازم ناگسستنی را میان توانمندی اقتصادی، رفاه، ثروت، بهداشت، علم، فن‌آوری، توسعه انسانی، قدرت نظامی، ... و پاره‌ای از ارزشها و اندیشه‌های غربی و گردانندگان اصلی این رسانه‌ها را به تصویر می‌کشد. بدین معنا که رسانه‌ها چنین وانمود می‌نمایند که اینهمه توسعه و پیشرفت کشورهای صنعتی در عرصه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، خدماتی، علمی و فنی بدان جهت بوده است که پیشاپیش به ارزشها و اندیشه‌هایی چون آزادی، حقوق بشر، سکولاریسم، پراگماتیسم، اومانیزم، اگزیستانسیالیسم الحادی



دانیای و اطلاعات به جهت موقعیت اجتماعی، قدرت رفتاری و درآمد مالی که به دست می آورند، حاضر نیستند تا این جایگاه را از دست بدهند و به توزیع آن همت برینندند، بلکه برعکس از طرق مختلف در راستای انحصار و متمرکز نمودن آن برمی آیند. ۲ - در کشورهایی که از حیث علمی و فنی توسعه مند نیستند، چنین نگرش و وضعیتی به سادگی استمرار و استقرار می یابد، زیرا توان اقتصادی و میزان درآمد عموم مردم و یا بیشتر گروهها در آن حد نمی باشد که همگی یکسان و برابر از تکنولوژی ارتباط جمعی استفاده به عمل آورند. شاهد بر مدعا کشور ایالات متحده آمریکا است. این کشور با تمام توانمندی اقتصادی و تکنولوژیکی که دارد، هنوز نتوانسته است تمامی موانع را از دستیابی همگان به اینترنت بردارد. در سال ۱۹۹۶ تنها ۸ درصد از مردم این دیار به اینترنت راه یافته بودند. یعنی کسانی که درآمد سالانه آنها حداقل ۷۵ هزار دلار در سال باشد. هرگاه وضع در کشوری پیشرفته چنین است، طبیعتاً در کشورهای عقب مانده بدتر از آن است و در آینده نزدیک با توجه به استمرار، موانع و کمبودهای درونی، ضعف اقتصادی و تولید که دامن گیر اینگونه کشورها می باشد، چشم انداز روشنی در راستای کاهش فاصله های یاد شده وجود ندارد. از این رو کسان محدودی که در این کشورها به سخت افزار و نرم افزار تکنولوژی ارتباط جمعی دست یازیدند سخت در تکاپو خواهند بود تا این امتیاز، برتری و توانمندی را در قالب جدایی در شیوه های زندگی از توده مردم حفظ نمایند و به این ترتیب فرایند انقطاع فرهنگی را سرعت بدهند.

۲ - مسطره رسانه های جمعی دنیا بر بزرگنمایی اخلاق مادیت و منفعت و بپردگی از معنویت متمرکز شده اند و این انگاره و گزینه را با سرعت و شدت تمام در فضای زیستی کشورهای اسلامی و شرقی گسیل و روانه می نمایند. پیامد چنین واردات ناخوانده و بیرون از برنامه به ناموزونیت فرهنگ درونی این ملتها منجر خواهد شد. بدین معنا که فرهنگ خودی این ملتها و کشورها با الگوگیری از آنها و نیز نیاز و کمبود داخلی به اینگونه داده ها، در پی فریه سازی ابعاد مادی فرهنگشان با اصل قرارداد اخلاق مادیت می افتند و از توجه و هزینه کردن برای سازه های معنوی فرهنگ خویش بازمی ایستند. طبیعتاً این تولید نابرابر در درازمدت توازن میان سازه های فرهنگ خودی را از بین می برد و یک فرهنگ ناموزونی را تقدیم می کند. نتیجه عدم توازن نامبرده به گسست فرهنگی می انجامد.

۳ - ۴ تجریبات بیرونی و تاریخی نشان از این واقعیت دارند

نایل و پایبند شدند. ابتدا درخت اینگونه گرایشها و بینشها در اینجا تناور گردید و پس از آن رفاه و ثروت و پیشرفت و انسانیت و ... به ثمر نشست.

طبعاً چنین تصاویر و پیامهای متضاد در درون یک کشور ثبات و استحکام ذهنی را از آنها می رباید و ناسامانی رفتاری را قوت می بخشد. در ابعاد ذهنی اندیشه ها و باورهای الحادی و غیر الحادی، خدامحور و خداگریز، مادی و معنوی، ... ذهن فرد و جامعه را پرتلاطم ساخته، حرکت پیش رو را از او ستانده و انرژی آن را هدر می دهد. چون گریزش و راهیابی سخت پرخطر و سنگین می شود و در بعد بیرونی و رفتاری، دوگانگی در سیاست گذاری و نظام ارتباطی و کنشی طوری که یک بار سست و آداب و اخلاق ملی - دینی مینا و منظور باشد و لحظه ای غیر آنها، فرایند اراده، تصمیم گیری و مدیریت را عملاً به بن بست می کشاند، ادامه این وضعیت نوعی تعطیل و سردرگمی را به وجود می آورد که در نهایت به گسست و گسیختگی اجزا و سازه های فرهنگ و هویت خودی ختم خواهد شد.



۳ - ۳) گیریم که کشورهای اسلامی و سایر کشورهای کمتر توسعه یافته در فرایند گسیل یکجانبه اطلاعات و ارتباطات به تضاد روانی - رفتاری که در بند پیش از این بیان شد، گرفتار نیایند خیلی نادر است و یا اینکه از آن عبور نموده باشند، هنوز هم در وضعیت فعلی رسانه های جمعی خطر گسست فرهنگی به قوتش باقی است. چون که رسانه های سیطره گونه ای از عدم توازن و یا رشد ناموزون را میان سازه های درونی فرهنگ این کشورها ایجاد می کند، که حداقل از دو نمونه و کارکرد آن می توان نام برد:

۱ - همانطوری که ورود علم و دانشمندان جدید در کشورهای مزبور در یک برش از زمان طبقه جدیدی را به نام تحصیل کردگان و دانشمندان به وجود آورد، که خویش را از توده مردم برتر و جدا می دانستند و فرهنگ خواص را در مقابل فرهنگ عوام و یا توده ای تولید و قرار دادند و به انقطاع فرهنگی دامن زدند. هم اکنون نیز تکنولوژی ارتباط جمعی با ایجاد طبقه جدیدی به نام صاحبان اطلاعات و آگاهی در این کشورها، فاصله اینها را با دیگر اصناف مردم به جهت توانمندی و کارآمدی که دارند و یا خواهند داشت، بیشتر نموده و یا اینکه اینها خود را یک طبقه برتر و بالاتر دانسته و به انگاره جدایی از عوام بیشتر تمسک می نمایند و به این ترتیب توازن درونی را به هم زده و بستر انقطاع فرهنگی را توسعه می دهد. مدار عدم توازن و توسعه انقطاع اینگونه دوام پیدا می کند که ۱ - صاحبان



که توسعه، بالندگی و بویایی فرهنگ در گرو توانمندی و داشتن منابع قدرت است. کشورهای که قدرت اقتصادی، علمی و ... آنها رو به افول دارند. فرهنگشان نیز از جذابیت و نفوذ بازمی‌ایستند. مثل کشور اتحاد جماهیر سوسیالیستی شوروی سابق که همراه فروپاشی قدرت اقتصادی و صنعتی‌اش، فرهنگ آن از حرکت و چشمها افتاده‌است و بر عکس کشورهای که قدرت اقتصادی، علمی و فنی آن سیر تصاعدی دارند، میزان جذابیت و توسعه فرهنگی آنها نیز بالا است.

در دنیای معاصر، اطلاعات و ارتباطات از عمده‌ترین منابع و زیرساختهای قدرت از جمله قدرت اقتصادی می‌باشد. دو چیز این مطلب را تأیید می‌کند: ۱- دانایی درآمد و تولید. امروز نقش دانایی مدیریت و فن آوری در افزایش تولید و درآمد بیشتر و مهمتر از سرمایه مالی و توان عضلانی می‌باشد. ۲- خود اطلاعات و تکنولوژی ارتباطی به پر درآمدترین کالای اقتصادی تبدیل شده‌است. به آمار می‌آید، توجه کنید:

«در سال ۱۹۹۴ تجارت ارتباطات در جهان در بخشهای نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، رقمی بالای ۱۵۰۰ میلیارد دلار را به خود اختصاص داده‌است. تجارت آهن در «۹۴» حدود ۵۰۰ میلیارد دلار، تجارت گندم حدود ۳۷۵ میلیارد دلار، انرژی کمتر از ۷۵۰ میلیارد دلار، تجارت اتومبیل ۵۰۰ میلیارد دلار گزارش شده‌است» (۱۰).

اینک که اطلاعات و دانایی از عمده‌ترین منابع قدرت بوده و قدرت و فرهنگ رابطه ناگسستی داشته‌اند در توسعه و نفوذ آن لازم و ضروری است. طبیعتاً کشورهایی که از حیث اطلاعات و دانایی در ردیفهای بالایی قرار دارند، در عرصه فرهنگ نیز توفیقات مهمی به‌دست خواهند آورد و از آنجایی که اطلاعات و دانایی در عصر انفورماتیک و جهان ارتباطات بدون رسانه‌های جمعی پیشرفته نمی‌رویند. در نتیجه تکنولوژی ارتباطات جمعی از عمده‌ترین عوامل و منابع قدرت به حساب می‌آیند. از این رو کشورهای که از نظر سخت‌افزار و نرم‌افزار این تکنولوژی در حد مطلوب از تکامل قرار دارند. قهراً سرعت و قلمرو نفوذ فرهنگی پرشتاب و وسیعتری را نیز دارا می‌باشند.

بر واضح است که در وضعیت کنونی دنیا توسعه و تکامل تکنولوژی ارتباطات جمعی در همه کشورهای یکسان و برابر نمی‌باشد. تنها عده معدودی از کشورها در این فن آوری پرچمدارند و برای حفظ آن نیز برنامه‌های بلندمدت در دست

دارند. بنابراین اطلاعات و دانایی و به تبع آن عوامل قدرت و در نهایت نفوذ و توسعه فرهنگی در انحصار اینها قرار داشته و دارد. این وضعیت تقویت روند عدم اعتدال و تعادل فرهنگی را در سطح جهان به نفع معدودی از کشورها به دنبال دارد. به هم خوردن تعادل فرهنگی در مقیاس جهانی، اعتدال و موزونیت فرهنگ دینی و ملی کشورها و ملتها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و آهسته آهسته تعادل و توازن درونی را از آنها می‌ستاند. ادامه فرایند تعادل زدایی و ناموزون‌زایی به گسست فرهنگی در این کشورها منجر خواهد شد.

در پایان ذکر چند نکته لازم به نظر می‌رسد:

۱- آنچه در این نوشتار آمده‌است، به معنای نگاه منفی به فن آوری ارتباطات جمعی نبوده، بلکه تبیین پیامدها و لوازم نظام ارتباطی و تعاملی دنیا در ابعاد فرهنگی می‌باشد.

۲- تکنولوژی ارتباطات جمعی چون دیگر محصولات و دستاوردهای بشری پیامدهای مثبت و منفی برای حیات بشر به همراه داشته‌است. ولیکن کارکرد سازنده و مثبت آن برای زندگی بشر بیش از نقش منفی آن بوده و در آینده چنین خواهد بود و نیز تبدیل شدن آن را به یک نیاز و لوازم اساسی زندگی امروز نمی‌توان انکار نمود.

۳- تنه‌اره مقابله با سطره و سلطه فرهنگی موجود و نیز ایجاد تبادل متعادل فرهنگی در مقیاس جهانی، توسعه و تکامل تکنولوژی ارتباطات جمعی در ابعاد نرم و سخت‌افزاری آن به‌طور یکسان و برابر در میان تمامی ملتها و کشورهای جهان و دستیابی برابر همگان به اینگونه ظرفیتها و قابلیتها می‌باشد.

پی‌نوشتها:

- ۱- مجله سروش ۸۶۷، آذر ۱۳۷۶، پروفیسور حمید مولانا، مقاله رسانه‌ها و نارسایی‌ها، ص ۴۲.
- ۲- سوره مجادله، آیه ۱۱.
- ۳- نهج البلاغه، الحکمة، ۵۴.
- ۴- نهج البلاغه، الحکمة، ۱۱۳؛ نیز العقد الفرید ۲: ۲۵۲؛ الکافی، ۸: ۱۷.
- ۵- البرت انشتین، حاصل عمر، ناصر موفقیان، ص ۱۱۱.
- ۶- جان نیزبیت، پاتریشیا ابروین؛ سیاست، اقتصاد و فرهنگ در قرن بیست و یکم، ناصر موفقیان، ص ۲۱۲.
- ۷- همان، ص ۲۱۲.
- ۸- همان، ص ۲۱۲.
- ۹- همان، ص ۱۹۵.
- ۱۰- رسانه، سال ۷، شماره ۴، ص ۳۶، مقاله تکنولوژی‌های نوین، توسعه یا انحطاط، امید مسعودی.