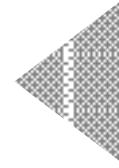


جایگاه جامعه اطلاعاتی در نگرش‌های ارتباطات و توسعه



علیرضا خسروی^۱

مقدمه

در شرایط نوین تغییرات اجتماعی امروز، ارتباطات می‌تواند نقش قاطعی در پیشرفت انسان و جامعه انسانی داشته باشد. آنچه ضروری به نظر می‌رسد ترغیب آگاهی‌ها، مشارکت‌ها و توانایی‌های بشر است. در این خصوص تکنولوژی و مهارت‌های ارتباطی نقشی اساسی دارد که در حال حاضر کمتر بدان توجه می‌شود. با توجه به اینکه نظام ارتباطات، حکم یک نظام پیچیده اجتماعی را در جامعه دارد، نقش ارتباطات و اطلاعات در فرایند دگرگونی و توسعه جوامع، پیچیده‌تر از حدس و گمان‌هاست.

توصیه شیوه‌هایی برای ارتباطات و نقش آن در کمک به توسعه برنامه‌ها، زمانی مؤثر خواهد بود که چگونگی افزایش میزان مشارکت افراد و بهبود آموزش مدنظر قرار گیرد. ارتباطات را نباید با آگاهی‌ها اشتباه گرفت. سیاستگذاران و برنامه‌ریزان مایلند تا از عملکردهای مشخص ارتباطات که ممکن است در رسیدن به اهداف توسعه یاری‌دهنده باشد، آگاهی داشته باشند. ارزیابی نیازها و اولویت‌های ارتباطات در سطح ملی می‌تواند به عنوان یک راهنما در جهت ایجاد روش‌ها، برنامه‌ریزی و پروژه‌ها عمل نماید.

توجه به نقش ارتباطات و به ویژه وسائل ارتباط جمعی در توسعه و پیشرفت کشورهای جهان سوم، سبب شده است که متخصصان علوم ارتباطات، زمینه‌هایی تحت عنوان «ارتباطات توسعه» و «توسعه ارتباطات» را مورد مطالعه قرار دهند و درباره آنها نظریه‌ها و الگوهای جدیدی عرضه کنند، به خصوص اینکه حضور رایانه و ماهواره، کارکردهای نوینی را پدید آورده است. در اینجا برآنیم تا نگاهی اجمالی به نظریات «ارتباطات و توسعه» داشته باشیم و مسایل نوین عصر

ارتباطات را لحاظ کنیم.

ارتباطات و توسعه

اهمیت کاربرد وسائل و تکنولوژی‌های ارتباطی، به منظور دست یافتن به هدف‌های توسعه ملی، در زمینه‌های مهمی همچون کشاورزی و صنعت، سوادآموزی و آموزش، بهداشت و تنظیم خانواده و مقابله با آلودگی محیط زیست، در دو دهه اخیر، برای ارتباطات، در برنامه‌ریزی‌های توسعه ملی، جایگاه ممتازی پدید آورده است. مطالعات و تحقیقات گوناگون در مورد نقش برجسته امکانات ارتباطی در برنامه‌های توسعه کشورهای جهان سوم و مخصوصاً کوشش‌ها و پژوهش‌ها و همچنین تصمیم‌ها و توصیه‌های سازمان «یونسکو» راجع به برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های ملی ارتباطات - که بهترین نمونه‌های آن در گزارش نهایی «کمیسیون مک براید»^۱، به نام «یک جهان و چندین صدا» انعکاس یافته - ضرورت استفاده، از ارتباطات، برای تحقق برنامه‌های توسعه را بیش از پیش آشکار ساخته است. اهمیت تردیدناپذیر کاربرد وسائل و تکنولوژی‌های ارتباطی در رسیدن به هدف‌های توسعه ملی - که از سوی برخی از پژوهشگران، به «ارتباطات پشتیبان توسعه» نیز معروف شده است، ایجاب می‌کند که عملکردهای ارتباطات و به ویژه، وسائل ارتباط جمعی، به شکلی مطلوب صورت گیرد. به عبارت دیگر، کارگزاران ارتباطی و مخصوصاً روزنامه‌نگاران باید به نقش حساس خویش در این زمینه، آگاهی داشته باشند و پیام‌های ارتباطی و بیش از همه، خبرها، گزارش‌ها، مقاله‌ها و تفسیرهای مربوط به زمینه‌های مختلف توسعه ملی را به گونه‌ای تهیه و تدوین کنند که مخاطبان وسیع آنان را تحت تأثیر قرار دهند و علاقه آنان را به مشارکت و همکاری، در پیشبرد برنامه‌های توسعه، جلب کنند. به همین جهت، از دو دهه پیش تاکنون، به موازات اهمیت یافتن مطالعات و تحقیقات درباره «ارتباطات توسعه» در کشورهای در حال توسعه، شیوه‌های نوین «روزنامه‌نگاری توسعه»، نیز طرف توجه واقع شده و آموزش‌ها و پژوهش‌های تخصصی مربوط به آن، گسترش پیدا کرده

۱- کمیسیون بین‌المللی بررسی مسائل ارتباطات موسوم به کمیسیون مک براید با توصیه یونسکو به ریاست «شن مک براید» - وزیر امور خارجه اسبق ایرلند - متشکل از گروهی از اعضای سازمان‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و استادان دانشگاه‌های کشورهای غربی و غیرغربی و دیگر کارشناسان ارتباطات برای حمایت از «نظم نوین جهانی اطلاعات و ارتباطات» در سال ۱۹۷۶ تاسیس شد تا با توجه به پیشرفت تکنولوژیک و تحولات روی داده در روابط بین‌الملل و با در نظر گرفتن پیچیدگی و عظمت آن به بررسی تمام مسائل ارتباطات در جامعه معاصر بپردازد. نخستین گزارش این کمیسیون در سال ۱۹۷۹ میلادی منتشر شد.

است. بدین گونه، می‌توان گفت که «ارتباطات توسعه» و «توسعه ارتباطات» لازم و ملزوم یکدیگرند، زیرا وسائل ارتباطی موقعی می‌توانند نقش توسعه‌بخشی خود را به درستی ایفا کنند که از سوی کارگزاران متخصص بکار گرفته شوند و پیام‌های مطلوب و منطبق با هدف‌های توسعه ملی را به مخاطبان برسانند. بنابراین، برای کاربرد مطلوب این گونه ارتباطات توسعه‌بخش، همراه با تدارک توسعه و پیشرفت تجهیزات فنی و وسائل ارتباطی، باید امکانات، ترتیب نیروی انسانی و کادر مدیریت مورد لزوم آنها نیز فراهم شوند (بدیعی و قندی، ۱۳۸۰: ۴۱۵-۴۱۶).

در راه نیل بدین مقصود و برای آنکه «توسعه ارتباطات»، در مسیر خدمت به «ارتباطات توسعه» قرار گیرد، ارزیابی مداوم عملکردهای وسائل ارتباط جمعی، در جهت راهیابی به عملکردهای مطلوب آنها ضروری است. به همین لحاظ، در سال‌های اخیر، در بسیاری از کشورهای در حال توسعه که به پیشبرد «روزنامه‌نگاری توسعه» پرداخته‌اند، بررسی و تجزیه و تحلیل «اخبار توسعه» در مطبوعات و مخصوصاً روزنامه‌های روزانه، اهمیت فراوانی کسب کرده است و وضع کمی و کیفی این اخبار، معیار سنجش آمادگی و کارآیی مطبوعات، برای ایفای وظایف ارتباطات توسعه‌بخش، شناخته شده است. امروزه در برنامه‌ریزی‌های معطوف به توسعه، سؤال اصلی این است که رسانه‌ها چه کمکی به تبیین مخاطبان از محیط اطراف خود می‌کنند و چگونه می‌توانند مشارکت آنان را در برنامه‌های توسعه جلب کنند. در این جا فرض بر این است که رسانه‌ها می‌توانند با تأکید و برجستگی انتخابی خود بر ارزش‌ها، هنجارها و رویدادهای گوناگون، به شکل‌گیری ادراکات و ایجاد انگیزه برای مشارکت همگانی کمک کنند. تنها در محیطی که عقیده‌ها و نظرهای گوناگون بتواند با یکدیگر تبادل شود، امکان رشد و توسعه سیاسی و حکومت مردم بر مردم فراهم می‌شود. وسایل ارتباط جمعی، به خصوص مطبوعات، باید بستر مناسب این محیط را فراهم کنند (همان: ۴۱۷-۴۱۹).

وسایل ارتباط جمعی، به عنوان مکمل مدارس و دانشگاه‌ها، باید در رشد فکری و معنوی افراد جامعه در شناخت مسایل و موضوعات روز، احیای هویت فرهنگی و ایجاد مسئولیت اجتماعی در مردم نقش ویژه‌ای داشته باشند. با ارائه گزارش‌های تحقیقی و انتقادی، رسانه‌های خبری باید روحیه مشارکت و همکاری مردم را با برنامه‌های توسعه ایجاد کنند و آنان را در اجرای برنامه‌ها توسعه سهیم بدانند (همان: ۴۲۰).

ویلبر شرام^۱ (۱۹۸۷-۱۹۰۷) بر اساس پژوهش‌های فراوانش در مورد نقش وسایل ارتباط جمعی در جهان سوم می‌گوید: «ترغیب مردم در کشورهای در حال توسعه به تصمیم‌گیری پیرامون توسعه، زمینه دادن به آنها برای مشارکت مؤثر، تسریع و هماهنگ کردن تحولات موردنظر و ... این به طور کلی، یک روند انعطاف‌پذیر و نامعین نیست. اگر جریان ارتباطات اجازه دهد، مردم نیز می‌توانند کارهای بسیاری انجام دهند. تعیین اهداف و تصمیم‌گیری درباره زمان و چگونگی تغییرات و اینکه جامعه خود را به چیزی می‌خواهند تبدیل کنند. شرام همچنین درباره نقش وسایل ارتباط جمعی در توسعه ملی، دیدگاه خوش‌بینانه‌ای دارد. او می‌گوید: «رسانه‌های جمعی درباره میزان و انواع اطلاعاتی که در کشورهای در حال توسعه در دسترس مردم قرار دارد، می‌توانند مشارکت کنند. آنها می‌توانند افق‌ها را گسترش دهند؛ به انتقال فکر کمک کنند و سطح فکر فردی و ملی را بالا ببرند. آنها می‌توانند همه این‌ها را خودشان مستقیماً انجام دهند» (دادگران، ۱۳۸۱: ۱۳۵).

آنچه در مطالعه ویلبر شرام در کشورهای جهان سوم حائز اهمیت خاص است، این است که «توسعه اقتصادی، جز در صورت تحقق توسعه اجتماعی میسر نیست و توسعه اجتماعی، مستلزم بسط آموزش و اطلاعات است. بنابراین، باید پذیرفت که وسایل ارتباط جمعی، تأثیری قطعی بر توسعه فرهنگی و از خلال آن، توسعه اقتصادی خواهند داشت. برای گسترش زراعت و صنعت، باید سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی را رونق بخشید و این امر متضمن بسیج منابع انسانی است که در آن میان، آموزش عاملی اساسی است».

این نکته، مهم است که اطلاعات در دوران تغییر و تحول فرهنگ، نقش بسیار مهم و برجسته‌ای را بر عهده دارد و بین رشد و توسعه سیستم ارتباطی و رشد اجتماعی و اقتصادی، رابطه تأثیر و تأثر بسیار نیرومندی را می‌توان احساس کرد (همان: ۱۳۵-۱۳۶).

ارتباطات نقشی اساسی در توسعه بازی می‌کند، چون باعث تبادل نظر بین مردم می‌شود، تعامل را تسهیل می‌کند و انتقال اطلاعات و دانش را ممکن می‌سازد. ارتباطات به عنوان طریقه‌ای برای بیان و در نقش خود به عنوان محمل و جاودان‌کننده فرهنگ، تابع رسوم و قوانینی است که

۱- ویلبر شرام (Wilbur Schramm)، نخستین موسسات مطالعات ارتباطی جهان را در دهه ۵۰ میلادی در آمریکا پایه‌گذاری کرد. وی آثار متعددی در زمینه ارتباطات به رشته تحریر درآورده و وی را به عنوان یکی از پیشگامان علم ارتباطات و «بنیانگذار علم ارتباطات» می‌شناسند.

توسط گروه مردمی که دارای فرهنگ مشترک هستند تعیین شده است (بوردن، ۱۳۷۲: ۲۶۳-۲۶۴). ارتباطات برای توسعه الزاماً باید دربرگیرنده ارتباط بین مردم با پیش زمینه‌های مختلف باشد. این موضوع درباره شریک شدن ایده‌ها بین کارشناسان و افراد ذی‌نفع است که در آن کارشناسان، شامل متخصصان، معلمان، کارگزاران توسعه، رهبران محلی و اعضای مطلع جامعه هستند. آنها به ابتکار یک یا هر دو طرف با یکدیگر تماس می‌گیرند. در جوامع تهیدست اغلب فعالیت‌های توسعه به ابتکار افراد خارج از جامعه انجام می‌شود. حتی در پروژه‌های حقیقتاً مشارکتی، فکر اولیه از منبع خارجی، خواه کارگزار توسعه، برنامه رادیویی، یا عضو جامعه‌ای که اخیراً به محل بازگشته است، به داخل جامع تزریق می‌شود. هر تلاشی برای ایجاد رابطه‌ای سودمند، مستلزم تعهدی دراز مدت و داشتن حوصله است. کلیه رسانه‌ها دارای توان تعلیم و تربیتی هستند، اما نمی‌توان از آنها به صورت اتفاقی برای هر یک یا تمام اهداف، مخاطبان و موضوع‌ها استفاده کرد. هر یک از آنها خصوصیات ویژه خود و نقاط ضعف و قدرت مخصوص خود را دارا هستند. به طور ایده‌آل، انتخاب رسانه‌ها باید بر مبنای تحلیل دقیق اهداف و شرایط رویداد ارتباطی خاص انجام شود (همان: ۲۶۴-۲۶۷).

ارتباطات برای توسعه ضروری است، اما به هیچ‌وجه متغیری مستقل نیست که اگر «به درستی» مورد استفاده قرار گیرد بتواند موتورهای توسعه را به حرکت درآورد. اگر بخواهیم در مورد آنچه از ارتباطات انتظار داریم واقع‌بین باشیم، مهم این است که درک کنیم ارتباطات وسیله‌ای برای دستیابی به یک هدف است. ارتباطات فرآیندی اجتماعی است که موجب تسهیل روابط متقابل بشری می‌شود و نه یک عصای جادویی که توسعه آنی را ایجاد کند. عادلانه این است که مؤثر بودن ارتباطات بر اساس قابلیت ذاتی آن ارزیابی شود و نه بر مبنای توانی که به آن نسبت داده شده است. در این زمینه تشخیص بین ارتباط مؤثر و فعالیت‌های موفق ارتباطات می‌تواند مفید باشد. ارتباطات می‌تواند مؤثر باشد، حتی اگر برنامه‌ای که در آن ارتباطات به عنوان وسیله‌ای عمل می‌کند نتواند به هدف خاصی دست یابد. این موقعی پیش می‌آید که شرایط مانع از درک نیت خوب شود. یکی از موقعی که مردم تصمیم خود را بگیرند و تمایل برای تغییر نشان دهند، می‌توان عملکرد ارتباطات را مؤثر دانست، موقعی که قصد کنند رفتاری جدید از خود نشان دهند، برنامه موفقیت‌آمیز خواهد بود، در صورتی که شرایط مساعد باشد و مردم واقعاً رفتار جدید از خود نشان دهند (همان: ۲۶۷-۲۶۸). «ارتباطات توسعه» بدان معنی که توسط لرنر، پای و شران مورد استفاده قرار گرفته، مقصود شبکه‌های ارتباطی بر پایه فن‌آوری است که

صرف نظر از پیام و محتوایش، به دلیل خصوصیات ذاتی سعی بر ایجاد شرایطی مناسب برای توسعه دارد. امروزه ارتباطات توسعه به عنوان فرآیندی اجتماعی که به دنبال درک و توافقی مشترک در بین کلیه مشارکت کنندگان در یک ابتکار توسعه که به اقدامی هماهنگ منجر شود نگریسته می‌شود. رسانه‌ها اکنون به عنوان ابزاری مؤثر برای فراهم آوردن این شرایط و برای کمک در یادگیری مطرح هستند. استفاده از آنها فی‌نفسه هدف نیست و ارتباطات میان فردی نقش عمده‌ای بازی می‌کند (همان: ۲۷۲).

ارتباطات مفهومی انعطاف‌پذیر دارد تا جایی که می‌تواند انواع ارتباطات میان فردی، نهادی و توده‌ای را شامل شود و اگر به آن به عنوان یک فراگرد نگریسته شود، در قالب گستره‌ای از واژه‌ها قابل فهم است. این مفهوم از دیدگاه‌های مختلف تعاریفی متفاوت خواهد داشت. زمانی که بحث از توسعه به میان می‌آید، ضرورت سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تحقق توسعه‌ای مبتنی بر پیش‌بینی‌های دقیق و یا برنامه مطرح می‌شود. می‌توان برنامه‌ریزی ارتباطی را «تهیه برنامه‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت برای استفاده کارا از منابع ارتباطی در بستر اهداف، ابزار و اولویت‌های یک جامعه خاص» تعریف کرد. برنامه‌ریزی ارتباطی نیز در خلاء اتفاق نمی‌افتد، بلکه در اجرای آن باید فرایند تصمیم‌گیری، تخصیص منابع مالی و پشتیبانی و رفتار اقتصادی و اجتماعی را به حساب آورد. به عبارت دیگر، برنامه‌ریزی ارتباطات هم دارای ترکیب تئوریک و هم کاربردی است (باهنر، ۱۳۸۰: ۳۶-۳۷). برنامه‌ریزی با توسعه پیوندی نزدیک دارد. توسعه به معنای تحول بخشیدن به یک جامعه خاص است با سرعتی بیش از آنچه که در جریان رشد تاریخی عادی آن اتفاق می‌افتد و به بالا رفتن ظرفیت مادی و معنوی نظام اجتماعی و رسیدن به سطوحی جدید از پیچیدگی، نظم و نوآوری منجر می‌شود (همان: ۳۶-۳۷). از دیدگاه ارتباطی، توسعه فراگردی است که با تقویت و تعمیم ارتباطات اجتماعی به عنوان عامل زاینده در درون خود نوعی همسازی جمعی را نیز دامن می‌زند. اما نهایتاً باید در سطوح فردی همسازی‌های جدید را سامان دهد. نکته اصلی در این بیان از توسعه این است که توسعه تلاشی برای از میان برداشتن نابرابری‌های موجود در خصوص فرصت‌ها، منابع و دسترسی به اطلاعات به‌شمار می‌آید. این نابرابری‌ها که میان کشورهای غنی و فقیر و نیز در درون جوامع پیشرفته وجود دارد باید در خلال برنامه‌ریزی تقلیل یابد (همان: ۳۷).

ساختار برنامه‌ریزی ارتباطات از دو عنصر مهم سیاست عمومی توسعه و زیرساخت‌های ارتباطی

تشکیل شده و سپس توسط فن‌آوری مشروط می‌شود. ارتباطات فعالیتی انسانی به‌شمار می‌آید، اما انگیزه برنامه‌ریزی برای اختصاص، نگاهداری و سازماندهی اشکال آن در جامعه‌ای پدید می‌آید که دارای پایه‌های توسعه یا فن‌آوری بالقوه باشد. بنابراین، ما با منابع ارتباطی و زیرساخت‌هایی در برابر اهداف سیاست توسعه عمومی مواجه هستیم که به واسطه مشارکت فن‌آوری تسریع شده‌اند. برنامه‌ریزی ارتباطات بر این اساس، فرایند فرموله کردن اهداف اجتماعی و همبسته کردن آن با پتانسیل نظام ارتباطی و استفاده از فن‌آوری برای تضمین بهترین تطبیق آن دو با یکدیگر است. مهمترین مسأله در این خصوص، طراحی یک نظام ارتباطی است. نبود یک نظام ارتباط جمعی مشخص و تعریف شده به ویژه در کشورهای جهان سوم منتج به یک نوع سردرگمی در عملکرد ارتباطی شده است (همان: ۴۱). سیاست ارتباطی به عنوان «ایجاد مجموعه‌ای از دستورالعمل‌ها و هنجارها برای راهنمایی رفتار مؤسسات ارتباطی در یک کشور» تعریف می‌شود و بر اهمیت پیوند سیاست توسعه ملی با آن تأکید شده است (ای.آوا، ۱۳۷۹: ۸۹).

رسانه‌ها و توسعه

موارد شناخته‌شده‌ای که کاربرد آگاهانه رسانه‌ها را برای ایجاد تغییرات درازمدت نشان دهند بسیار نادر است. بیشتر موارد غالباً مربوط به برنامه‌هایی می‌شود که بعد از جنگ جهانی دوم هدفشان استفاده از رسانه‌ها به منظور توسعه فنون، بهبود وضع بهداشتی و پیشرفت امور آموزشی در کشورهای جهان سوم بوده است. هرچند نظریات اولیه درباره نقش رسانه‌ها در توسعه (مانند نظریات لرنر در سال ۱۹۵۸) درصدد بود که از تأثیر رسانه‌ها برای انتقال ارزش‌ها و اندیشه‌های غربی به جهان سوم، تحت عنوان مدرنیسم، استفاده کند، ولی نظر کلی درباره تأثیر رسانه‌ها این بود که از طریق همکاری با مقامات، متخصصین و رهبران محلی، از رسانه‌ها به صورت کاربردی در جهت آموزش عمومی و برای ایجاد تغییرات مشخصی استفاده شود.

نخستین محقق‌هایی که در این زمینه فعالیت کردند، اورت راجرز بود که مدل اشاعه او چهار مرحله را پیشنهاد می‌کرد: اطلاعات، ترغیب، پذیرش یا اقتباس و تثبیت. در مدل راجرز، نقش رسانه‌ها بر مرحله نخست متمرکز است (اطلاع‌یابی و آگاهی)، بعد از این مرحله است که تماس‌های میان‌فردی، نظر متخصصین، مشورت آنان، و تجربه واقعی در جهت فرایند تثبیت نقش اساسی را بر عهده می‌گیرند. مکتب اشاعه بر سازماندهی و برنامه‌ریزی، تأثیر خطی و مستقیم، بر سلسله مراتب (منزلت اجتماعی و تخصص)، ساختار اجتماعی، جنبه‌های تقویتی و بازخورد تأکید فراوان می‌گذارد. البته راجرز به بعضی از ضعف‌های مدل اشاعه خویش، بویژه تأکید زیاد آن بر

«سازماندهی» از بالا اعتراف کرده است. عده دیگری از نظریات توسعه برای رسانه‌های همگانی در این زمینه نقش محدودی در نظر می‌گیرند. این دسته از نظریات معتقدند، رسانه‌ها زمانی در فرایند توسعه مؤثر خواهند بود که در بخش‌های زیرین جامعه و نزدیک به فرهنگ‌های بومی و محلی فعالیت نمایند. عده دیگری برای کارآمد بودن رسانه‌ها در توسعه، شرایط دیگری را مدّ نظر قرار می‌دهند. برای نمونه، دفلور معتقد است برای مؤثر بودن رسانه‌های همگانی شرایط زیر باید در نظر گرفته شوند: آزادی فردی، اعتماد به تشکیلات دیوانسالاری، اعتماد به مسئولین و گردانندگان رسانه‌ها، حقانیت آنها و واقع‌گرایی (هرمز، ۱۳۸۰: ۱۸۲-۱۸۴).

نظریه‌های ارتباطات و توسعه

۱- الگوی حاکم

دانیل لرنر از نخستین کسانی است که پس از جنگ جهانی دوم به تدوین استراتژی و الگوی توسعه برای جهان سوم پرداخت و طی آن کوشید نقش رسانه‌های جمعی را در تسهیل و تسریع فرآیند توسعه کشورهای عقب‌مانده به سبک غربی، تبیین کند. به دنبال او نظریه‌پردازان دیگری از جمله ویلبر شرام، اورت راجرز و مک کلند آمریکایی، ابعاد دیگری از نظریه توسعه بخشی ارتباطات را مطرح کردند. شرام با انتشار کتاب «**رسانه‌های جمعی و توسعه ملی**» و راجرز با کتاب معروف خود، «**نشر نوآوری‌ها**» نه تنها بر الگوی لرنر صحنه گذاشتند بلکه به تقویت و تحکیم آن پرداختند. ویلبر شرام چند سال بعد، دیدگاه‌های خود را تا حدودی تعدیل کرد و به عنصر فرهنگ و تنوع شرایط تاریخی و مقتضیات ملی کشورهای جهان سوم، توجه نشان داد. اما راجرز در مطالعات و آثار بعدی خود با محققان انتقادنگر جهان سوم هم‌آوا شد و بر الگوی خطی لرنر، خط بطلان کشید و الگوی متناوب توسعه را به عنوان راهبرد اصلی برای کشورهای در حال توسعه پذیرفت. این در حالی است که لرنر تقریباً تا پایان عمر بر صحت نظریه خود پای فشرد و حاضر به بازنگری در ارکان آن نشد. به هر حال الگوی لرنر در ادبیات ارتباطات و توسعه، به عنوان «الگوی حاکم» یا «الگوی قدیمی» به ثبت رسیده و هنوز نیز طرفداران و معتقدانی دارد، اما در ۲۵ سال اخیر به شدت به چالش کشیده شده است.

براساس الگوی حاکم، قرار بود آنچه را که غرب از راه رشد سرمایه‌داری طی چند قرن به دست آورده، جهان سومی‌ها ظرف چند دهه با کمک رسانه‌های جمعی به دست آورند. لرنر معتقد بود که رادیو به عنوان نمونه‌ای از وسایل ارتباط جمعی در خاورمیانه به قرن‌ها انزوا و در عین حال

رکود این کشورها پایان داده و چشم‌انداز روشنی از آینده را به آنها نشان داده است. لرنر در تأکید و تأیید نظریه خویش، اعلام کرد روستاییانی که در کنار رادیو جمع می‌شدند می‌توانستند آگاهی‌های زیادی در مورد تکنیک‌های نوین کشاورزی، شیوه کاهش خطر بیماری‌ها و حتی موضوعات سیاسی را به دست آورند.

در آن زمان، توسعه، هم به معنای استقرار دولت‌های با ثبات دموکراتیک بود که بتوانند جایگزین رژیم‌های دارای اقتدار سنتی شوند و هم این که برنامه‌هایی را در جهت ارتقای شرایط اجتماعی، کشاورزی و سوادآموزی داشته باشند، چنین پنداشته می‌شد که رسانه‌های جمعی می‌توانند نقش مؤثری چه در تغییر دولت‌ها و چه در پیشبرد برنامه‌ها بازی کنند.

نظریه نوسازی معتقد است که ورود به جامعه نوین مستلزم مساعدت ملی یکپارچه، ارتباط با بازارهای ملی و بین‌المللی، ایجاد انگیزه برای تقاضای کالاها و خدمات مدرن، به حرکت در آوردن منابع توسعه و گسترش روش‌ها و ارزش‌های نوین در زمینه‌هایی چون تغذیه، تنظیم خانواده، بهداشت، تولید کشاورزی و صنعتی در زندگی شهری و روستایی است. برای تحقق این هدف، تحرک روانی در سطح فردی و اجتماعی ضروری است و رسانه‌ها مناسب‌ترین و مؤثرترین ابزار تغییر نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارها و به بیان دیگر ایجاد تحرک فردی و اجتماعی هستند.

دیری نپایید که الگوی حاکم با مخالفت‌ها و مقاومت‌های غیرمنتظره از درون و بیرون ایالات متحده روبرو شد. «چودری عنایت‌الله» از نخستین محققان جهان سومی و «اورت راجرز» از اولین نظریه‌پردازان غربی بودند که با الگوی خطی توسعه به معارضه برخاستند. این زمان مصادف بود با پایان دوره مقبولیت و مشروعیت ایالات متحده به عنوان نماینده اصلی دنیای غرب، که اعتراض به جنگ ویتنام و بروز نارضایتی‌های داخلی در این کشور، نمودهای بارز آن بودند. اینک مدل غربی توسعه، یک ترفند استعماری تلقی می‌شد که در آن سازمان‌های ارتباطی و رسانه‌ای چند ملیتی زیر نقاب شعار آزادی‌گرایی تنها در پی تأمین منافع سیاسی - اقتصادی خود و گسترش کنترل و سلطه بر منابع جهان سوم بودند. به تدریج محکومیت این جریان که به «امپریالیسم فرهنگی و ارتباطی» نیز تعبیر می‌شد در کلیه محافل بین‌المللی و از جمله اجلاس‌های یونسکو در دهه ۱۹۷۰ قوت گرفت.

از نظر راجرز، در میان کشورهای جهان سوم، چین پیشرفت قابل ملاحظه‌ای در زمینه توسعه به خصوص در زمینه‌های بهداشت، تنظیم خانواده و صنعت به دست آورد. اما این کشور بدون

کمک و دخالت نیروهای خارجی به این مرحله رسید. کما این که دولت این کشور نیز معتقد بود که در مسیر توسعه، نه از سرمایه‌داری غرب و نه از سوسیالیسم صرف شوروی، هیچ کدام پیروی نکرده است. در این سال‌ها شاهد رشد فلسفه توسعه غیر غربی هستیم که با آمدن جنبش عدم تعهد به عنوان یک سازمان فعال سیاسی به میدان، قوت بیشتری یافت. زمانی که نظریه قدرت رسانه‌های جمعی در انتقال توسعه غربی به جهان سوم قوت می‌یافت و گروهی نیز به خوش‌باوری در قبال آن رسیده بودند، مکاتب و نظریه‌های فکری دیگری نیز در حال شکل‌گیری بود. یکی از این نظریه‌ها به «نظریه وابستگی» مشهور است (فرقانی، ۱۳۸۰: ۴۷-۴۹).

۲- نظریه وابستگی

«نظریه وابستگی» از آمریکای لاتین سرچشمه گرفته است، دنیا را به عنوان یک نظام واحد در نظر می‌گیرد که کشورهای امپریالیستی و در رأس آنها ایالات متحده آمریکا در مرکز قرار گرفته و بر جریان کالا، خدمات و سرمایه بین خودشان و کشورهای پیرامون، کنترل کامل دارند. بر اساس این نظریه، توسعه اقتصادی در کشورهای پیرامونی که اکثر آنها را کشورهای توسعه نیافته تشکیل می‌دهند به معنی تقویت سلطه کشورهای مرکز بر آنها بوده و وابستگی آنها را تشدید می‌کند. نظریه وابستگی، عامل سلطه را ترغیب افکار عمومی می‌داند، نه ارتش. در نتیجه معتقد است که رسانه‌های جمعی و شرکت‌های رسانه‌ای فراملی، نقش عمده‌ای در ترغیب مردم و تغییر افکار عمومی دارند. به عبارت دیگر طبق این نظریه، وسایل ارتباط جمعی در کشورهای آمریکای لاتین نه تنها نقشی در توسعه بخشی نداشته‌اند بلکه عامل تقویت و تحکیم سلطه و حفظ اقتدار غرب در کشورهای پیرامون بوده‌اند. آندره گوندر فرانک، پل سوئیزی، برنارد بلتران و آرماند ماتلار را می‌توان از سردمداران نظریه وابستگی دانست. بلتران در این زمینه می‌گوید: «در آمریکای لاتین نه تنها وسایل ارتباط جمعی در اختیار سرمایه‌داری خصوصی و تحت نفوذ مستقیم کمپانی‌های آمریکایی می‌باشند، بلکه پیام‌های ارتباطی نیز به گونه‌ای هستند که ارزش‌های فرهنگی و شیوه‌های زندگی مصرفی جامعه سرمایه‌داری را ترویج می‌کنند و بدین گونه هویت فرهنگی و استقلال ملی آمریکایی لاتین را مورد تهاجم قرار می‌دهند».

نظریه وابستگی با عنوانی دیگر از طرف هربرت شیلر، استاد دانشگاه کالیفرنیا مورد بحث قرار گرفت. شیلر که از سردمداران مکتب اقتصادسیاسی رسانه‌ها است با طرح «امپریالیسم و سلطه فرهنگی - اطلاعاتی» نقش شرکت‌های فراملیتی و رسانه‌های بین‌المللی را در تحکیم سلطه

آمریکا، اشاعه اقتصاد بازار و استعمار جهان سوم تشریح می‌کند (همان: ۴۹).

۳- توسعه‌ای دیگر- نگاه به درون

در جریان انتقاد از الگوهای توسعه غربی، توجه محققان به کشورهایی جلب شد که نگاه به درون داشتند و برای خود، الگوی «توسعه‌ای دیگر» را برگزیدند. گذشته از چین، کشورهای کوبا و تانزانیا نیز از کشورهایی هستند که توانسته‌اند با اتکا به خود و استفاده منطقی و مناسب از رسانه‌ها به سطوحی از توسعه دست یابند و جوه مشترک این کشورها عبارتند از:

۱. این کشورها مدعی‌اند که دارای ایدئولوژی سوسیالیستی هستند، گرچه نحوه عملکردشان نسبت به این ایدئولوژی متفاوت است؛
۲. این کشورها روی توسعه روستایی بیشتر تأکید و تمرکز کرده‌اند؛
۳. این کشورها برای ایجاد فرایند تغییر، از بسیج عمومی و مشارکت همه مردم استفاده کرده‌اند؛
۴. هیچ‌کدام از این کشورها دارای تکنولوژی پیشرفته نبوده‌اند بلکه روی «نیروی کار» خود حساب می‌کردند؛
۵. این کشورها بر وجه مشارکتی ارتباطات و توسعه با تأکید بر رسانه‌های سنتی و مدرن تکیه دارند؛
۶. این کشورها بر حفظ فرهنگ بومی و غرور ملی تأکید دارند.

از نظر این کشورها، رسانه‌ها نمی‌توانند تنها عامل تغییر اجتماعی باشند بلکه عناصر مکمل اهداف توسعه به شمار می‌روند و در عین حال کاملاً ضروری هستند. محققان انتقادنگر با توجه به موفقیت سه کشور مذکور به این نتیجه رسیدند که برای توسعه باید الگویی را اتخاذ کرد که علاوه بر رشد اقتصادی، سایر ابعاد و ویژگی‌های یک جامعه را هم موردنظر قرار داده و در واقع با ارزش‌های بومی و ملی هماهنگ باشد. الگویی که در آن خوداتکایی و مشارکت عمومی لحاظ شده باشد و تأکید اصلی آن بر توسعه روستایی باشد (همان: ۴۹-۵۰).

۴- نگرش سودگرا (هزینه - فایده)

دیدگاه سودگرا 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» - 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؟ (کیا، ۱۳۸۱: ۸۱ و مولانا، ۱۳۷۱: ص. ۸۷).

۵- نگرش ساختاری

معتقدان به نگرش ساختاری بر این باورند که برای ایجاد برابری و تعادل در ساختارهای ارتباطی، باید تغییرات ساختاری در همه زمینه‌ها به وجود آید. غالب طرفداران این نگرش، گرایش مارکسیستی و نئومارکسیستی دارند و می‌توان اندیشه‌های آنها را ملهم از نظریات منتقدانه مکتب فرانکفورت دانست، اما در میان آنها، افراد غیرمارکسیست هم به چشم می‌خورند. از میان طرفداران آمریکایی این نظریه، می‌توان از هربرت شیلر نام برد. وی در کتابی به نام «ارتباطات و سلطه فرهنگی» که در سال ۱۹۷۶ در آمریکا به چاپ رسیده، جوانب گوناگون سلطه فرهنگی را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و لزوم بازنگری جدی در مورد کل مفهوم توسعه و بررسی علل و شرایط عقب‌ماندگی اقتصادی و وابستگی کشورها را یادآور شده است.

گزارش «کمسیون مک برای» را می‌توان عمده‌ترین سندی دانست که به دفاع از این دیدگاه می‌پردازد و با ذکر مثال‌هایی، روشن می‌کند که کشورهایی توانسته‌اند در ابعاد مختلف تکنولوژیکی، علمی و فرهنگی به موفقیت‌هایی دست یابند، ولی این موفقیت‌ها به قیمت از دست دادن برابری‌های اجتماعی و سیاسی به دست آمده است. باید توجه داشت که تحلیل ساختاری ارتباطات تنها به مسائل اقتصاد سیاسی اطلاعات نمی‌اندیشد، بلکه مجموعه‌ای از شاخص‌ها را در نظر می‌گیرد. همچنین این نگرش، به مرحله تولید و توزیع پیام بسیار اهمیت می‌دهد در حالی که سایر نگرش‌ها به محتوا و تأثیر پیام توجه دارند (فرقانی، ۱۳۸۰: ۵۰).

نگرش ساختارگرا به ارتباطات و توسعه که بر اقتصاد سیاسی و فرهنگ مبتنی است، در برخورد با توسعه و ارتباطات به بررسی زیرساخت‌های سیستم ارتباطی جهانی می‌پردازد تا از طریق این بررسی روشن سازد که آیا این زیرساخت‌ها، توسعه را در همه سطوح آن با مانع مواجه می‌سازند، یا اینکه موجب ارتقای آن می‌شوند. مشخصه این نگرش پاره‌ای از این تحرکات 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 مالی 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 زیرساخت و پیش شرط رشد اقتصادی و بنابراین توسعه می‌داند.

تحلیل ساختاری ارتباطات و توسعه نه تنها به مسائل اقتصادی سیاسی بلکه به طور کلی به مجموعه‌ای از شاخص‌های فرهنگی و اجتماعی مربوط به ارتباطات و جامع نیز می‌پردازد. این نگرش همگرایانه به سیاست‌های ارتباطی توسعه و برنامه‌ریزی، نه تنها متغیرهای 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، جابه‌جایی درآمد، بوروکراسی و کاربرد پیام توجه می‌کند. نگرش ساختاری ضمن اعتراف به اهمیت سطوح انفرادی ارتباطات و تغییر، این است که تغییر ساختاری پیش شرط کسب موفقیت در اهداف مربوط به آن است (کیا، ۱۳۸۱):

۸۵-۸۹ و مولانا، ۱۳۷۱: ۹۲-۹۷).

۶- الگوی اشاعه

«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» و همکارانش و همچنین به دلیل طرح و اجرای پروژه‌های «آژانس آمریکا برای توسعه بین‌المللی» که از نظر مالی بسیار خوب تأمین شده بودند و مدل‌های اشاعه را در امریکای لاتین، آسیا و آفریقا تحت آزمایش قرار دادند، به اوج خود رسید. پروژه‌های ارتباطات و توسعه که از سوی «آژانس آمریکا برای توسعه بین‌المللی» به سرپرستی پژوهشگران دانشگاه‌های «میشیگان»، «ویسکانسین»، «استانفورد» و انستیتو تکنولوژی «ماساچوست» به اجرا درآمدند، همه 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 و کارکردی می‌شود - یا یک تغییر حتمی (در اثر محرک‌های درون سیستم اجتماعی) و یا یک تغییر برخورداردی است (در اثر

محرک‌های خارج از سیستم اجتماعی). می‌توان این فرایند را به سه مرحله پیاپی تقسیم کرد:

۱. ابداع که فرایند به وجود آمدن و 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 رد نوآوری‌ها، در درون سیستم اجتماعی به وجود آمده است.

بنابراین «راجرز» و همکاران وی در میان آن دسته از محققان علوم اجتماعی قرار می‌گیرند که معتقدند تغییر اجتماعی (و در این مورد کل فرایند توسعه) به عنوان یک روند ارتباطی بهتر 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 دلیل کاربرد آن در طیفی از نظریه‌های متنوع توسعه، به راحتی آسان شد. سنگ پایه پژوهش‌های مبتنی بر اشاعه بر انسان‌شناسی استوار است، ریشه این پژوهش‌ها به دورانی بازمی‌گردد که «اشاعه‌گرایی» درصدد 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.

اما الگوی اشاعه نیز از انتقاد خالی نیست. پژوهشگری به نام «خوان دیاز بوردناو»^۱ با انتقاد از مدل سنتی اشاعه و کاربرد آن در امریکای لاتین، خواستار ترکیب مدل کلاسیک اشاعه با نظریه «بصیرت» «پائولو فریره» شد. از دیدگاه «فریره» حذف تفکر «طی کردن مدارج» در آموزش و ارتباطات و جایگزین کردن یک آموزش مبتنی بر مشارکت رهایی‌بخش تر به جای آن از گفتگو و تبادل افکار بیشتری برخوردار خواهد بود و ضمن آنکه بر مخاطب بیشتر متمرکز است، به ساختار اجتماعی محیط نیز اشراف بیشتری دارد.

در حقیقت فرضیه‌های پنهانی زیادی در مدل ارتباطات و اشاعه وجود دارد: این فرضیه که ارتباطات فی‌نفسه می‌تواند صرف‌نظر از شرایط اجتماعی - اقتصادی به توسعه بینجامد، این فرض

۱- Juan Diaz Bordenave.

که تولید و مصرف بیشتر کالاها و خدمات بیانگر جوهره توسعه است و توزیع عادلانه‌تری را در پی خواهد داشت و بالاخره این فرضیه که نوآوری تکنولوژیک، صرف‌نظر از آنکه چه کسی از آن سود می‌برد و چه کسی متضرر می‌شود، کلید افزایش قدرت تولید است، می‌توان گفت که نظریه‌های سنتی مربوط به ارتباطات و توسعه، به بسیاری از مقولات قدرتمند، اخلاقی 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 توسعه‌یافته 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 آموزش‌ها (و 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 با این 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 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 (مولانا، ۱۳۸۱: ۸۷-۹۱).

۷- الگوی وحدت‌گرا - رهایی بخش

الگوهای وحدت‌گرا رهایی بخش در دهه ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ بروز کرد. حامیان این نوع نگرش

معتقدند که هم ارتباطات بین فردی و هم ارتباطات درون فردی باید در کانون توجهات برنامه ریزان توسعه قرار گیرد. آنها علاوه بر مجاری ارتباطی سنتی بر تکنولوژی نوین ارتباطی نیز تاکید می‌ورزند. حامیان این نوع نگرش نه توسعه اقتصادی و سیاسی را مهمترین هدف توسعه می‌دانند و نه آن را نفی می‌کنند، آنها صرفاً بر اهمیت و نه بر سلطه فرهنگی، اجتماعی و فردی تاکید دارند. افزون بر این، آنها همچنین برای رشد کیفی و چگونگی تحقق فرآیندهای دگرگونی اهمیت قائل هستند.

برخورد الگوهای وحدت‌گرا رهایی بخش با «توسعه» در چارچوب ارزش‌های ویژه فرهنگی صورت می‌گیرد. این نوع از برخورد به توسعه جهت خاصی می‌دهد و راه آن را هموار می‌سازد. برخورد الگوهای وحدت‌گرا رهایی بخش در ارتباط با استراتژی‌هایی که سعی در تغییر ارزش‌ها و رفتارها دارند، این است که با در نظر گرفتن جهان‌بینی خود به ارزیابی این استراتژی‌ها پردازند تا پایگاه فرهنگی جامعه را حفظ کنند. تغییر نباید با نادیده گرفتن ارزش‌های محوری فرهنگی، مذهبی و سنتی نظام دنبال شود. مردم با شناخت ارزش‌های محوری و نظام اعتقادی تشویق می‌شوند تا به عنوان کارگزار در توسعه‌ای که متعلق به خود است، شرکت جویند. دگرگونی اجتماعی و توسعه در جامعه نمی‌تواند بر تضاد، دوگانگی و ناهماهنگی استوار باشد.

از نظر این دیدگاه، بر خلاف سایر دیدگاه‌ها، ارزش‌ها و مفاهیم موجود در ارتباطات، نخستین محرک‌های حرکت به سوی دگرگونی اجتماعی است و هر ارتباطی در رابطه با چهار هدف، بر یک یا بیشتر از یک هدف تاثیر می‌گذارد: «جامعه»، «فرد»، «خرده گروه‌ها» و «نظام فرهنگی» ارتباط در درون جامعه به افزایش پیوستگی اجتماعی می‌انجامد، راه تجارب و هنجارهای مشترک را می‌گشاید و به آموزش استمرار می‌بخشد حال آنکه ارتباط در برخورد با فرد، به همگرایی فرد کمک می‌کند و ناهنجاری را کاهش می‌دهد. ارتباطات قدرت را به خرده گروه‌ها تعمیم می‌دهد، به خدمت «اجتماعی کردن» در می‌آید و «اجماع فرهنگی» را یک دست کرده و آن را برای نظام فرهنگی حفظ می‌کند.

الگوهای وحدت‌گرا رهایی بخش مربوط به ارتباطات و توسعه معتقدند که آزادی بیان به سبب فرایند تدریجی همگن سازی فرهنگی به مخاطره افتاده است، استراتژی‌های کنونی رشد، میزان آزادی فرهنگی را به حداقل رسانده است. باید این نکته درک شود که اهمیت فرهنگی و اهداف جامعه در زمینه توسعه، صرفاً اقتصادی نیست، بلکه اقتصاد یک مرحله است که باید توان بالقوه

فرهنگی جامعه را بالفعل کند.

نظام نوین ارتباطی باید معطوف به «گیرنده»، به جای فرستنده، باشد، حاوی جریان واقعی دو سویه اطلاعات باشد و زمینه، ساختار اجتماعی، را نیز در نظر بگیرد. در این نظام نه ابزارهای ارتباطی که بر خود ارتباط تاکید می‌شود. ارتباط و آموزش واقعی، «افقی» و انسان ساز است: هم فرستنده و هم گیرنده از طریق تجربه رشد می‌کنند و دگرگون می‌شوند. الگوهای وحدت‌گرا رهایی بخش مربوط به ارتباطات و توسعه، همواره بر اهمیت محاوره تاکید ورزیده‌اند.

در مجموع این دیدگاه بیان می‌دارد که توسعه یک وحدت اجتماعی با شمول مطلق است. در این دیدگاه به جای آنکه بر «دولت - ملت» تاکید شود، «جامعه» مورد تاکید قرار می‌گیرد. به جای «ناسیونالیسم» بر «جهان گرایی موحدانه» تاکید می‌شود و «محاوره» بر «تک‌گویی» رجحان دارد. این دیدگاه به جای از خودبینی‌گرایی بر «رهایی» تاکید می‌ورزد (همان: ۱۱۰-۱۱۶).

جامعه اطلاعاتی و نظریه‌های ارتباطات و توسعه

توسعه را با هر تعریفی که در نظر بگیریم، ارتباطی تنگاتنگ با فرهنگ و ارتباطات دارد و تنظیم این رابطه، هنر حقوق و قانون است. اختلاف بینش‌ها و نگرش‌ها در تبیین این مقوله‌ها و نیز قلمرو، اهداف و روش‌های تحقق آن چندان فراوان است که انتخاب یکی از آنها به عنوان مبنای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی دشوار، و شاید ناممکن باشد. با این همه دست کم بر تأثیر دوسویه توسعه از طرفی و فرهنگ و ارتباطات از طرف دیگر اجماع نظر وجود دارد. از هنگامی که ادبیات توسعه در میان نظریه‌پردازان مغرب زمین پیدا و به سرعت هم، جهان‌گستر و فراگیر شد، این باور همگانی مشهود بود که فرهنگ بومی و شبکه ارتباطی هر کشور یکی از مبانی اصلی توسعه و شتاب و عمق آن به شمار می‌رود؛ همان‌گونه که میزان توسعه یافتگی اثر مستقیم بر دگرگونی‌های فرهنگی و ارتباطی باقی می‌گذارد. با گذشت زمان و رشد حیرت‌انگیز فناوری اطلاعات، گسترش شهرنشینی، افزایش سطح سواد و مطالبات مردم، تنوع رسانه‌ها و آنچه در یک کلام انقلاب ارتباطات یا انفجار اطلاعات نامیده می‌شود، نه تنها این رابطه به ضعف و سستی نگرایید، که روز به روز قوی‌تر و آشکارتر گشت؛ به گونه‌ای که فناوری اطلاعات به محور توسعه، و نه ابزار آن، تبدیل شد (اسماعیلی، ۱۳۸۳: ۷۷).

در دیدگاه جدید، نگرش به فناوری اطلاعات به عنوان ابزار رشد و توسعه دولت‌ها، جای خود را به فناوری اطلاعات به عنوان محور توسعه داده است. هر چند تصور حیات یک کشور به عنوان عضو فعال جامعه جهانی بدون توجه به موضوع فناوری اطلاعات به عنوان بستر و محور اصلی

توسعه هم اکنون نیز مشکل است، اما در آینده غیرممکن است. درک نقش بنیادین این مهم و سازماندهی مناسب برای نهادینه کردن آن تضمینی مناسب برای حضور فعال و مقتدر در جامعه جهانی و اکوسیستم بین‌المللی است. از این رو بسیاری از کشورها بازنگری عمیقی در ساختار و فرآیند برنامه‌های توسعه خود آغاز کرده‌اند. همه شواهد و قرائن حاکی از آن است که رسانه‌های جدید عامل تعیین کننده‌ای در عرصه‌های گوناگون زندگی بشری‌اند و این نقش روز به روز قوی‌تر نیز خواهد شد. پیشرفت فناوری اطلاعات و رسانه‌های نوظهور به راستی شگفت‌انگیز است، اما «آنچه از اهمیت بیشتری برخوردار است، تأثیرات اجتماعی و سیاسی ابزار ابداعی است و نه خود آن وسایل و در اینجا است که آینده مبهم می‌شود. کشفیات نوین علمی و نوآوری‌های تازه فنی همان گونه که منافی بی‌شماری را نوید می‌دهند، چالش‌های بسیاری را نیز پدید می‌آورند که برخی از آنها معرفتی و عملی و برخی دیگر اخلاقی و فلسفی‌اند» (همان: ۷۸). به همین دلیل است که نمی‌توان در طراحی آینده از جایگاه و تأثیر رسانه‌ها غفلت کرد. همه می‌دانیم که امروزه «ارتباطات و اطلاعات، رگ‌های حیاتی سیاست، اقتصاد، تجارت، اطلاعات و امنیت هستند» و از این رو در تدوین برنامه توسعه برای هر کشوری نقش اساسی ایفا می‌کنند (همان: ۷۹).

چنین به نظر می‌رسد که کشورهای در حال توسعه در جهت ایجاد شالوده رسانه‌های بزرگ چهار اولویت عمده را پیش رو دارند:

۱. آیا باید اساساً از وسایل تکنولوژیک استفاده کنند یا نه؟
۲. تنظیم تکنولوژی‌های مناسب؛
۳. توجه به آموزش‌های فنی؛
۴. بررسی نیازهای مربوط به ایجاد زیربنای ارتباطی منسجم (هنسون و نارولا، ۱۳۸۱: ۱۸).

سیاستگذاری ارتباطی با سیاستگذاری‌های اجتماعی و فرهنگی، ارتباطی تنگاتنگ و پیوسته دارد. وجود فناوری‌های نوین که سیاست‌های خاص خود را می‌طلبد سبب می‌شود که سیستم‌های فرهنگی و اجتماعی نیز متحول شوند.

هیم لینک در بحث از پیامدهای سیاست‌های تکنولوژی در جهان سوم می‌گوید: تنوع و رقابت فشرده در تولید تکنولوژی اطلاعات اغلب سبب می‌شود تا کشورهای واردکننده نتوانند در زمینه

ارزیابی و جذب آن مهارت لازم را از خود نشان دهند. از سوی دیگر کشورهای جهان سوم تلاش می‌کنند تا به نوعی ظرفیت اطلاعات برای خود ایجاد کنند. تلاش این کشورها در زمینه ایجاد ظرفیت اطلاعات اغلب به صورت کاملاً کنترل نشده و تصمیمات بدون مقدمه صورت می‌گیرد. گرچه برخی از کشورها از طریق سازمان‌ها اطلاعات، راهنمایی و کمک‌هایی دریافت می‌کنند ولی کشورهای جهان سوم باید سیاست‌هایی اتخاذ کنند تا آنها را در برابر قید و بندهای اقتصادی خارجی که با پیامدهای سیاسی و فرهنگی همراه است حفظ کند. این کشورها باید در عین حال تلاش کنند تا با ایجاد زیربنای لازم و مهار منابع موجود در جهت اتکای به خود گام بردارند (همان: ۴۸-۴۹). چنین به نظر می‌رسد که کشورهای جهان سوم عموماً از آن نگرانند که از «انقلاب اطلاعات» عقب بمانند. همین نگرانی سبب می‌شود تا بخش عظیمی از امکانات مالی دولت‌ها در جهت خرید تازه‌ترین انواع تکنولوژی صرف شود بدون آن که آمادگی برای جذب تکنولوژی و بهره‌گیری از مزایای آن مورد توجه قرار گیرد (همان: ۴۹).

ایجاد یک فرآیند قانون‌گذار و معیارساز بین‌المللی و ایجاد تغییرات نهادی در نظام کنونی ارتباطات بین‌المللی نیز یک نیاز فزاینده دیگر است؛ نیازی که در آینده به وظایف و مسؤولیت‌های این نظام وجود دارد، تأمین نخواهد شد؛ مگر آن که از هم اکنون گام‌های منطقی قانونی، ساختاری و بین‌المللی برداشته شود. در غیر این صورت؛ استمرار بافت کنونی ارتباطات بین‌المللی، نه تنها سلطه برخی از کشورهای صنعتی را کاهش نخواهد داد، بلکه موجب تقویت آنان نیز خواهد شد. علاوه بر این؛ اگر وضع به همین صورت باشد، چالش سایر کشورهای صنعتی علیه سلطه آمریکا در بازار جهانی نیز جز فروپاشی اقتصاد نوین شکننده اطلاعات، نتیجه دیگری در بر نخواهد داشت (همان).

ماهواره‌ها و ارتباطات دوربرد

دوره‌ای که از اوایل دهه ۱۹۷۰ شروع و به اوایل دهه ۱۹۹۰ ختم می‌شود تحت هدایت درس‌هایی بود که از راه‌اندازی نخستین برنامه‌های توسعه ارتباطی فرا گرفته شده بود و اهمیت روزافزون دانش و بعدها سیاست‌گذاری فناوری‌هایی چون ماهواره‌ها و ارتباطات دوربرد نیز بر آن تأثیر داشت. تقلیل مشکلات توسعه به حد مشکلات ناشی از تغییر افکار از طریق اشاعه اطلاعات رسانه‌ای دشوار بود. به علاوه، برنامه‌های توسعه ارتباطات در هنگام راه‌اندازی با موانع دولتی و اجتماعی فراوانی روبه‌رو بودند. این‌ها و سایر یافته‌ها باعث محدود شدن اهداف برای معرفی فناوری‌های جدیدتری شدند که تنها برحسب نیاز به دستیابی به مناطق دور دست و بالا بردن نرخ

رشد اقتصادی به آنها اندیشیده می‌شد (سینگ، ۱۳۸۳: ۲۰۷).

ماهواره‌ها با برنامه‌های جذاب و فراوان از راه می‌رسند. نخست، فاصله جغرافیایی از میان می‌رود و دورترین مناطق که حتی با رادیوهای مایکروویو نیز قابل دسترسی نبودند، در دسترس قرار می‌گیرند. دوم، پخش برنامه‌های رادیو تلویزیونی با ایجاد امکان رسیدن صدا و تصویر به مناطقی که پیشتر تنها رادیو در آنها وجود داشت، کارآمدتر خواهد بود. سوم، ماهواره‌ها امکان ارتباط دوسویه تعاملی را ایجاد می‌کنند. این‌ها با نتایج اولیه حاصل از توسعه ارتباطات، از جمله تحقیقات مربوط به اشاعه که بر اهمیت و نیاز به ارتباطات میان فردی تأکید می‌کرد، کاملاً تطابق دارد. ادله مربوط به ارتباطات ماهواره‌ای در ابتدا، با معکوس کردن زنجیره سیاست‌ها آرمانی رسانه‌های جمعی، در محافل سیاسی به طور مؤثرتری مطرح شد تا در محافل علمی. در حالی که سهم کشورهای در حال توسعه در «اینترنت ست»، کنسرسیوم جهانی ماهواره که اغلب دولت‌های جهان در مالکیت آن سهیم‌اند، تنها حدود ۳۰ درصد بود، باز هم امکان تفکر و برنامه‌ریزی برای عرضه خدمات ماهواره‌ای در دهه ۱۹۶۰ برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه فراهم بود (همان).

زمانی که محققان تحلیل موضوع ماهواره‌ها را در دهه ۱۹۸۰ آغاز کردند، سیاست‌گذاران در کشورهای در حال توسعه، اغلب با کمک مؤسسات حمایت‌کننده بین‌المللی، پیشتر برای اقدامات بلندپروازانه در زمینه ماهواره‌ها برنامه‌ریزی کرده بودند (همان: ۲۰۸).

موضوع ارتباطات تلفنی در مناطق روستایی و منافع اجتماعی، اقتصادی حاصل از آن را هادسن و همکارانش ادوین پارکر در تعدادی از آثارشان، از جمله کار مشترک هادسن با چند نویسنده دیگر و کار مشترک هادسن، پارکر، دیلمان و راسکو مطرح کرده‌اند. تنوع بخشیدن به فعالیت‌های اقتصادی شهری و روستایی، کاهش هزینه‌های حرفه‌ای و اداری و ارائه خدمات اجتماعی مانند بهداشت، آموزش و خدمات اضطراری از آن جمله هستند. فواید اجتماعی، اقتصادی ارتباطات تلفنی دوسویه خیلی زود، در دهه ۱۹۶۰، مستند شدند، اما در دهه ۱۹۷۰ اتحادیه بین‌المللی ارتباطات دوربرد (ITU)^۱ به آن رونق بیشتری داد. هنگامی که ارتباطات دوربرد تبدیل به اولویت توسعه شد، پروژه‌های بزرگ دوران پسااستعماری، در زمینه ارتباطات و سایر موارد، نیمه کاره بودند. اعتقاد به برنامه‌ریزی مرکزی و دولتی نتایج مثبتی به بار آورد. در

۱- The International Telecommunications Union.

ارتباطات دوربرد، این به معنی حرکت به سوی خصوصی سازی و آزادسازی بازار مدار برای تقویت زیرساخت‌های ارتباطی است. آزادسازی در آن زمان روشی نمادین بود که معرفی شد و «اجماع واشنگتن» برای توسعه زیرساخت‌های ارتباطی در جهان در حال توسعه وجود داشت و به آن مشروعیت می‌داد (همان: ۲۰۹).

هم‌اکنون کاملاً روشن است که پیش‌تر برنامه‌های توسعه ماهواره‌ای و ارتباطات دوربرد بیش از حد متکی به تدارکات یا تحت تأثیر جبر فناوری بودند (و هستند). در حالی که جهان در حال توسعه در دهه ۱۹۸۰ به سوی آزادسازی پیش رفت، ساختارگرایان و منتقدان رادیکال شتاب بیشتری گرفتند. در سطح بین‌المللی، منتقدان رادیکال به طور مستقیم به بررسی عدم تعادل اطلاعات در درون کشورهای کمتر پیشرفته و ورای آنها به ویژه بین کشورهای صنعتی و در حال توسعه، کشیده شدند. محققان ذکر کردند که جریان‌های اطلاعات جهانی از شمال تا جنوب، با کنترل‌های بعدی بر روی تولید، توزیع و مصرف همراه بودند. این مورد اخیر «فاصله ارتباطی» معروف است. این رویدادها با هم مصادف شدند و انگیزه‌های بین‌المللی برای ایجاد نظم نوین اطلاعات و ارتباطات در سطح جهان (NWICO) به وجود آوردند (همان: ۲۰۹-۲۱۱).

در حالی که منتقدان رادیکال فایده گسترش پخش رادیو تلویزیونی یا فناوری ارتباطی دوسویه از طریق سیستم بازار، به ویژه در مورد NWICO، را مورد سؤال قرار دادند، استدلال‌های جایگزینی به وجود آمد که به جنبه‌های فنی و سازمانی جزئی نظر داشت و عمدتاً از مشاهده الگوهای توسعه ارتباطی عامه مردم ریشه گرفته بود. بنابراین، زبان برنامه‌های «توسعه مشارکتی» کوچک مقیاس در تحقیقات بازتاب می‌یابد، و در آن استفاده‌کنندگان از این برنامه‌ها نیز در برنامه‌ریزی و نیز راه‌اندازی برنامه‌های توسعه شرکت می‌کنند. هارنیک این نوشته‌ها را خلاصه و چنین استدلال می‌کند که برنامه‌های توسعه مؤثر ارتباطات مستلزم وجود کانال‌های متعدد ارتباطی، پیام‌های دقیقاً تهیه شده، تأثیرات بازخوردی مناسب، همکاری اجرایی مؤسسات مختلف، جذابیت سیاسی، پشتیبانی نهادی صبر و تحمل فراوان است. تصمیم‌گیرندگان هنوز نمی‌دانند که کاربرد زبان توسعه بین‌المللی که از دهه ۱۹۸۰ آغاز شد، اقدامی لفاظانه است یا تغییری مهم در کانون توجه (همان: ۲۱۲-۲۱۳). خلاصه این که، در اواخر دهه ۱۹۸۰ روشن شد که پروژه‌های بزرگ تحت حمایت دولت در گذشته با شکست مواجه شدند. وقتی کشورهای در حال توسعه راهبردهای آزادسازی را برگزیدند، منتقدان رادیکال بخش اعظم موکلان خود را از دست دادند. در ضمن، جریان غالب مفهوم‌سازی برای ارتباطات از این منتقدان و تفکرشان در

زمینه فناوری ارتباطات، در حوزه نهادی، خرد و تعاملی (دوسویه) بهره بردند (همان: ۲۱۳).

رایانه‌ها و اینترنت: راهبرد شبکه، مشارکت و کثرت‌گرایی

تا دهه ۱۹۹۰، توجهات به فناوری‌هایی معطوف بود که ارتباطات را کمتر سلسله‌مراتبی و بیشتر دوسویه و تعاملی می‌ساخت. این تفکر هم منعکس‌کننده و هم شکل‌دهنده فناوری‌های ارتباطی جدیدتر بود: رایانه‌ها و اینترنت. با آن که نقدهای رادیکال تداوم یافت بسیاری از رویکردهای ارتباطی بر راهبرد ایجاد شبکه، مشارکت، کثرت‌گرایی تأکید می‌کردند. به گفته کاستلز: «شبکه‌ها هیأت اجتماعی جدید جامعه ما را تشکیل می‌دهد و ترویج منطق شبکه به طور گسترده‌ای باعث اصلاح عملیات و نتایج در روند تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ می‌شود» (همان). روش‌های مختلف و خاص عملکرد شبکه‌ها شاید از طریق رویکردهایی بهتر درک شوند که شبکه‌ها را بر اساس آنها در نهادهای اجتماعی - سیاسی، در مفاهیم جدید قدرت و کاربردهای احتمالی راهبرد شبکه راه‌اندازی و جایگیر می‌کنند. اما این‌ها در اصل با چگونگی احتمال استفاده گروه‌های به حاشیه رانده شده یا جدا مانده در کشورهای در حال توسعه، از شبکه‌های مرتبط با رایانه و اینترنت، سر و کار دارند (همان: ۲۱۴). محققان در مفهوم‌سازی برای رسانه‌های نوین (رایانه و اینترنت) زمینه‌هایی را کشف می‌کنند که این گفتمان احتمالاً در درون آنها تغییر یافته یا غالب شده است؛ شبکه‌های اطلاعاتی، که ذاتاً تعاملی‌اند ممکن است امکان محدودی را در اختیار محرومان قرار دهند و به آنان کمک کنند تا بتوانند صدای خود را به افراد همفکر خود در سطوح محلی، منطقه‌ای و جهانی برسانند و اشکال جدید هویت را بنا نهند. جای تعجب نیست که قدرت سازنده شبکه‌های اطلاعاتی اغلب در متن جنبش‌های اجتماعی و سازمان‌های غیردولتی بین‌المللی و محلی مطرح می‌شود، که اغلب می‌توانند در خارج از محدوده دولت قدرتمند سنتی و منافع سرمایه‌داری کار کنند. محققان رادیکال به ویژه مراقب‌اند تا جنبه معمول تجاری شبکه‌های اطلاعاتی جدید را نشان دهند (همان: ۲۱۵-۲۱۶).

این امکان که محرومین بتوانند صدای خود را به گوش دیگران برسانند، موضوع مورد توجه اکثر اقتصاددانان است و بحثی است که در «اقتصاد توسعه» برای آن اهمیت قائل شده‌اند. چرا که «محرومان اغلب احساس می‌کنند که از نظر سیاسی در حاشیه قرار گرفته‌اند و فاقد قدرت اظهار نظر هستند. این امر به بی‌تفاوتی، بی‌میلی به مشارکت و سرانجام، خشم می‌انجامد» (یوسف و استیگلیتز، ۱۳۸۲: ۲۹۶).

فرجام سخن

استفاده و به کارگیری تکنولوژی‌های نوین ارتباطی را که از جاذبه و فراگیری خاصی برخوردارند نمی‌توان به عنوان یک نحله فکری مستقل مورد ارزیابی قرار داد. ایجاد همبستگی بین ارتباطات، زیرساخت‌ها و فعالیت‌های ارتباطی، از یک سو و هدف‌های ملی توسعه، از سوی دیگر و به عبارت روشن‌تر، ادغام توسعه ارتباطات در برنامه‌های کلی توسعه کشورها، یک مسأله اساسی است و چون، ارتباطات، یک بخش مجزا و خودمختار به شمار نمی‌رود و بیش از هر زمینه‌ای، با سایر زمینه‌ها، همبستگی دارد، بنابراین، طرح‌ریزی سیاست‌های ارتباطی باید به گونه‌ای باشد، که تنها به اخبار و اطلاعات و حتی به وسایل ارتباط جمعی محدود نگردد، بلکه تمام وسایل و امکانات ارتباطی را که یک جامعه برای نیل به هدف‌های عمومی توسعه خویش به کار می‌برد، در بر داشته باشد. در این باره، نباید فراموش کرد که سیاست‌های ارتباطی، پا به پای سیاست‌هایی که در زمینه‌های دیگر، آموزش، فرهنگ و علوم، طرح‌ریزی می‌شوند، پیش می‌روند و باید به عنوان مکمل آنها در نظر گرفته شوند. به همین جهت، باید بین ارتباطات و این بخش‌ها، رابطه مستقیم وجود داشته باشد، به گونه‌ای که ارتباطات، پیشرفت خدمات اجتماعی، آموزشی و علمی و نظایر آنها را، تسهیل و ترغیب کند. مسأله عمده‌ای که باید مورد نظر قرار گیرد، توجه به آثار و نتایج رویکردهای جدید مربوط به توسعه، بر ارتباطات و نقش‌ها و نظام‌های ارتباطی است. بدیهی است که سیاست‌های ارتباطی باید، عوامل جمعیتی و نتایج ناشی از آنها در سطح‌های مختلف استراتژی‌های توسعه را نیز مورد نظر قرار دهند. از این جهت پیش‌بینی توسعه امکانات ارتباطی لازم برای تأمین نیازهای قشرهای گوناگون جمعیت ضروری است. توسعه وسایل ارتباط جمعی و تکنولوژی‌های پیشرفته ارتباطی، نباید از اهمیتی که همچنان وسایل ارتباطی سنتی و ارتباطات میان فردی، در تمام جوامع دارا هستند، بکاهد. به طور یقین، در موقعیت‌های متعدد، بین وسایل ارتباطی نوین و وسایل ارتباطی سنتی، همبستگی‌هایی وجود دارند. آمیخته‌سازی‌های این دو گونه وسایل ارتباطی، که عناصر آنها مکمل یکدیگرند، می‌توانند به تجربه‌های جالبی منتهی گردند. به این طریق وسایل ارتباطی الکترونی، مخصوصاً با توجه به مخاطبانی که می‌توانند مورد پوشش قرار دهند، باید به جای آن که جانشین وسایل ارتباطی سنتی باشند، مکمل و پشتیبان آنها شوند (معتدنزاد، ۱۳۸۳: ۱۹-۲۱ و ۳۰).

ارتباط کشورهای جهان سوم با بزرگراه اطلاعاتی جهانی، نمونه روشن توسعه مختلط و ناهمگون است. این توسعه از این حیث مختلط است که هر کشوری در جهان با سیستم تلفن بین‌المللی،

پخش جهانی برنامه‌ها و شبکه‌های داده مرتبط است و تقریباً همه کشورها به اینترنت متصل‌اند. در همه کشورها یک گروه نخبگان کوچک وجود دارند که به رسانه‌های جدید دسترسی دارند و در این زمینه از تجربه برخوردارند. صفت «کوچک» در اینجا نسبی است، چون گروه نخبگان ممکن است متشکل صدها هزار نفر از مردم باشد، چنانچه احتمالاً در هند این گونه است. این گروه نخبگان در تعداد معدودی از شهرها و گره‌هایی که به شبکه‌های جهانی متصل‌اند در کشورهاشان به فعالیت مشغولند. قسمت اعظم این گره‌ها را مراکز پژوهشی دولتی و تجاری، بازارهای مالی، شعبات شرکت‌های فراملیتی، بخش‌های برنامه‌ریزی نرم‌افزار و مؤسسات دفاعی یا امنیتی تشکیل می‌دهند. با این حال این توسعه ناهمگون است و روز به روز نیز بیشتر این ویژگی را پیدا می‌کند، چون اکثریت عظیم در مقایسه با میزان اشاعه رسانه‌های جدید در گروه‌ها در کشورشان و حتی بیش از آن در مقایسه با توزیع این رسانه‌ها در کشورهای توسعه یافته بسیار عقب مانده‌اند. این اکثریت حتی به رسانه‌های قدیمی نظیر تلفن، رادیو، تلویزیون و مطبوعات و خدمات بنیادی مانند برق دسترسی اندکی دارند (ون دایک، ۱۳۸۳: ۱۰۰).

رسانه‌های جدید، رویه‌ها و نهادهای پیرامون‌شان نظام‌های قانون‌گذار را در سرتاسر دنیا با چالش‌های چشمگیری مواجه کرده‌اند. کنترل ملی بر سیستم‌های ارتباطی به سبب وجود فناوری‌هایی که حوزه دسترسی و تأثیرشان فراتر از محدوده‌های قضایی دولت‌های ملی است، دچار پیچیدگی شده است. بسیاری از دولت‌ها از این که اقتدار سیاسی و اقتصادی‌شان را از دست بدهند، هراسان‌اند و دیگر دولت‌ها از این می‌ترسند که هویت فرهنگی‌شان را از دست بدهند. رسانه‌های جدید بر شکافی که هم اکنون مابین زندگی و حکومت ایجاد شده است تأکید می‌کنند؛ مردم می‌توانند در عرصه‌های فراملی یا جهانی به تعامل پردازند که هنوز روش قطعی‌ای برای حکومت بر آنها وجود ندارد. شبکه‌های جهانی مجموعه وسیعی از انتخاب‌ها را در اختیار مردم، شرکت‌ها و سازمان‌ای قرار می‌دهند که می‌توان از آنها برای پیگیری فعالیت‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی استفاده کرد. کشورهایی که مایل‌اند اهداف و ارزش‌هایی را برای نگه داشتن سیستم‌های رسانه‌ای جهانی تعیین کنند، باید از چارچوب‌های قانونی مؤثر ملی و بین‌المللی تبعیت کنند. رسانه‌های جدید، علاوه بر تخطی از محدودیت‌های قضایی، مرزهای مفهومی و تعریف شده نظام‌های سیاست‌گذاری که بر مالکیت معنوی، حریم خصوصی و حق بیان تأثیر دارند را مورد آزمایش قرار می‌دهند. چالش‌های اجتماعی در هر یک از این حوزه‌ها مستلزم

سیاست‌گذاری‌هایی است که محدوده حقوق عمومی را مشخص سازد، معیارهای رفتاری را تعیین کند و اعمال توهین‌آمیز را حذف سازد. رسانه‌های نوین جهانی پرسش‌ها و نگرانی‌های اساسی‌ای را برانگیخته‌اند، مثلاً در مورد اینکه چه کسی سیستم‌های ارتباطی و شرایط دستیابی به آنها را کنترل می‌کند. این پرسش‌ها و نگرانی‌ها را نمی‌توان تنها با توسل به رویه‌های قضایی یا راه‌های فناورانه حل و فصل کرد. بلکه کشورها باید اصولی را اعلام کنند که بر اساس آن اهداف و ارزش‌های اجتماعی سیستم‌های رسانه‌ای در دنیای امروز از نو تعریف شود. محققان علوم ارتباطات و حقوق، تغییرات چشم‌اندازی‌های قانونی را پیگیری و بررسی کرده‌اند، این تغییرات را بر اساس شرایط متعارف ارزیابی کرده‌اند، و به جست‌وجوی الگوهای عملی قانون‌گذاری برای رسانه‌ها پرداخته‌اند. این دانش در جست‌وجوی تحولاتی است که به عنوان فناوری، فرآیندهای اصلاح یا قانون‌گذاری بخش خصوصی با هنجارها، ارزش‌ها و روش‌های ملی درگیر می‌شوند. محققان علوم ارتباطات مشخصات و روش‌ها و روش‌های فناوری‌های نوین را مشخص می‌سازند، تأثیرات اجتماعی و سیاسی آنها را بررسی می‌کنند و به جست‌وجوی نشانه‌هایی می‌پردازند تا دریابند این فناوری‌ها به کنترل اجتماعی کمک می‌کنند یا مانع آن می‌شوند. محققان در علم حقوق دعوایی را که فناوری‌های جدید در زندگی ملی و بین‌المللی ایجاد می‌کنند مورد بررسی قرار می‌دهند و ابزارها و مکانیسم‌های مختلفی را کشف می‌کنند که احتمالاً اهداف سیاست‌های ملی را با نکات مورد توجه نظام قضایی منطبق می‌سازند. نظارت و ارزیابی چشم‌انداز در حال تحول سیستم‌های ارتباطی در عصر تحولات سریع صنعت و فناوری وظیفه‌ای مهم تلقی می‌شود. تنها با این کار است که می‌توانیم مشخص کنیم که این سیستم‌ها چگونه با فرآیندهای سیاسی، اقتصادی جهانی به تعامل می‌پردازند، چگونه ساختارهایشان شکل می‌گیرد و توسعه می‌یابد و سیاست‌گذاران ملی و بین‌المللی چگونه می‌توانند برای حفظ اهداف تعیین شده اجتماعی مداخله کنند. متخصصان ارتباطات سیاسی و فلسفه ارتباطات باید عملکردهای واقعی و تأثیرات نهادها و ابزارهای ملی و بین‌المللی موجود را مورد آزمایش قرار دهند. مطالعه دقیق‌تر در این حوزه‌ها، شکاف‌هایی را که هم اکنون در دانش، راجع به چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌های جدید بر چشم‌انداز نظارتی وجود دارد، پر خواهد کرد و برای یافتن راه رسیدن به سیاست‌گذاری ارتباطی جهانی مناسب، انسانی و نمونه‌یاری رسان خواهد بود (استین و سینا، ۱۳۸۳: ۱۶۲-۱۶۳).

تحلیل‌ها باید روشن سازند از کدام رسانه می‌توان انتظار داشت در کدام حالت خوب عمل کند و همچنین باید نشان دهد کدام ترکیب از رسانه‌های تکمیلی موفق‌ترین خواهد بود. شکی نیست که رویکردهای چند رسانه‌ای از رویکردهای تک رسانه‌ای مؤثرتر است. به هر حال، شرایط ایده‌آل را نمی‌توان به سهولت در کشورهای در حال توسعه، یافت.

از اعتبار الگوی حاکم لرنر به علت خطی بودن و عدم تناسب با شرایط کشورهای جهان سوم بعد از مدتی کاسته شد. نظریه وابستگی به پیامدهای منفی و سائل ارتباط جمعی (بخصوص در نظام سرمایه داری) اشاره می‌کند و یادآور شده که نظریات مطرح توسعه، وابستگی کشورهای جهان سوم را به کشورهای پیشرفته تشدید می‌کند. از این لحاظ توسعه‌ای برای آنها فراهم نمی‌کند. لذا برخی از محققان بر آن شدند تا توان خود را متمرکز بر نیروها و ظرفیت‌های داخلی و بومی کنند. به نظر می‌آید این نگاه به درون نسبت به مابقی نظریه‌ها، نتایج عملی بهتری برای کشورهای جهان سوم داشته است. الگویی دیگر بر آن بود که بازده سیاستگذاری در عرصه ارتباطات و توسعه را بر مبنای هزینه - فایده بسنجند. این مساله باید در ارزیابی برنامه‌ها و سیاستگذاری ارتباطات و توسعه لحاظ شود. امری که از آن می‌توان به عنوان «توجه اقتصادی» طرح‌ها نام برد. تحلیل ساختاری ارتباطات و توسعه مجموعه‌ای از شاخص‌ها را در نظر می‌گیرد: اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی. نگرش ساختاری به ارتباطات و توسعه، ارتباطات را زیرساخت و پیش شرط رشد اقتصادی و بنابراین توسعه می‌داند. معتقدان به نگرش ساختاری بر این باورند که برای ایجاد برابری و تعادل در ساختارهای ارتباطی، باید تغییرات ساختاری در همه زمینه‌ها به وجود آید. این نگرش انتقاد به وضع موجود دارد. دیدگاه‌های آنان با مسائل واقعی همخوانی بیشتری دارد. معتقدان به الگوی اشاعه بر این باورند که تغییر اجتماعی (کل فرایند توسعه) به عنوان یک روند ارتباطی بهتر 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. این الگو بر فرایند ظهور ایده، انتقال ایده و پیامدهای بسط ایده تاکید دارد. اما تجربه نشان داده که انتقال ایده به تنهایی عامل توسعه به حساب نمی‌آید و شرایط و خصوصیات کشور پذیرنده ایده، شرط اساسی در اینجا حساب می‌شود. این مساله در خیلی از الگوها من جمله الگوی اشاعه نادیده گرفته شده است. حامیان الگوهای وحدت گرا رهایی بخش معتقدند که هم ارتباطات بین فردی و هم ارتباطات درون فردی باید در کانون توجهات برنامه ریزان توسعه قرار گیرد. توجه ویژه آنها به کیفیت ارتباطات و ارزش‌ها و مفاهیم موجود در ارتباطات است. به مسایل مورد توجه آنها و دلمشغولی‌هایشان باید در سیاستگذاری و برنامه‌ریزی‌های ارتباطی اهمیت داد. به طور کلی در مورد نظریات «ارتباطات و توسعه» می‌توان اظهار داشت که بسیاری از پژوهشگرانی که از مدل‌های توسعه به دلیل آنکه تنها در غرب کاربرد دارند، انتقاد کرده‌اند، مدل‌های ارتباطی را نیز مورد انتقاد قرار داده‌اند. بعضاً مدل‌های ارتباطی، بسیار غربی بوده و نمی‌توانند به نیازها و به شرایط کشورهای رو به توسعه پاسخ دهند. در هر حال، به ساختارهای اجتماعی و فرهنگی که سیستم ارتباطی در آن عمل می‌کند، توجه ناچیزی اعمال شده است. پیدایش

ماهواره‌ها و امکان استفاده از قابلیت‌های آن در فرایند انتقال پیام در رسانه‌ها و ظهور رایانه‌ها که هر روز شتاب بیشتری به خود می‌گیرد، روابط بین الملل را دگرگون کرده و تحولات عظیمی را در نگرش‌های موجود در زمینه علوم اجتماعی پدید آورده است؛ به خصوص مسایل ارتباطات. ظهور این وسایل ارتباطی نوین سبب گشته است تا دقت بیشتری درباره آنها در ارائه نظریه‌ها شود. این گزاره مورد اتفاق اکثر پژوهشگران و محققان است که جهان در حال وارد شدن به جامعه جدیدی است که از آن به عنوان «جامعه اطلاعاتی» نام می‌برند. در مورد ابعاد و آثار این جامعه نوین بحث‌های بسیاری صورت گرفته و هر کدام از زاویه‌ای به آن نگریسته‌اند. برخی از دریچه انتقاد به این موضوع نگاه کرده و آن را پروژه‌ای در امتداد خواسته‌های نظام سرمایه‌داری در جهت تسلط بر کشورهای پیرامون دانسته‌اند. آنها اذعان دارند که امپریالیسم جدید ارتباطی در حال شکل‌گیری است: «امپریالیسم سایبر» و امپراطوری‌های جغرافیایی قدیم به امپراطوری نوین در حال نقل مکان هستند، فضایی که برای آن زمان و مکان محدودیت به حساب نمی‌آید: «امپراطوری دیجیتال». کشورهای در حال توسعه باید سعی کنند تا نقش فعال‌تری در این عرصه بر عهده بگیرند. واقعیت این است که هر کدام از کشورها با سرعتی متفاوت در حال قدم گذاشتن به این جامعه جدید هستند. قطعاً کشورهایی که در برنامه‌ریزی ارتباطات و اطلاعات سرمایه‌گذاری (مادی و فرامادی) بیشتری کرده‌اند، از مزایای آن بهره بیشتری می‌برند. امروزه، صحبت از توسعه در کشورهای جهان سوم با این گزاره جدید در هم تنیده شده است و غفلت از آن توسعه را با نقصان روبرو می‌کند. هر چند که نگرانی‌های پیامدهای آن نیز دلمشغولی سیاست‌گذاران امر توسعه در این کشورهاست. ماهواره و رایانه سبب حذف موانع مکانی و زمانی می‌شوند. دسترسی عموم به دولتمردان را تسهیل می‌نمایند. به عنوان بازویی برای دولت در جهت ارائه خدمات عمومی به همگان هستند، مشارکت را افزایش می‌دهند و آگاهی‌های اجتماعی به سرعت در اختیار همه قرار می‌گیرد. از طرفی، باید آموزش و فرهنگ سازی در دستور کار دولتمردان قرار بگیرد. از نگرش‌های موجود در زمینه «ارتباطات و توسعه» سخن گفتیم. نیم نگاهی به «ماهواره‌ها» و «شبکه‌های کامپیوتری» به عنوان عناصر ساختاری اصلی جامعه اطلاعاتی داشتیم زیرا که ظهور فناوری‌های نوین سبب شده تا نگاهی مجدد به «نگرش‌های ارتباطات و توسعه» داشته باشیم. به نظریاتی تازه‌تر نیاز داریم که ابعاد و پیامدهای «جامعه اطلاعاتی» را در آنها لحاظ کند، کمک کند تا: بینیم، جست‌وجو کنیم، عمل کنیم، انتقاد کنیم، اصلاح کنیم، واقعیت‌ها و حقایق را آشکار سازد، ارزش‌ها را توصیه کند و توصیه‌هایی جامع داشته باشد چرا که الگوهای تک‌علیتی جوابگو نیستند. و مساله مهم‌تر اینکه عدالت را در این مسائل باید مدنظر داشته باشیم. ملاحظه این موارد باید ما را در نائل شدن به «توسعه دانایی محور» مورد نظر در سند چشم‌انداز کمک نماید.

منابع

- استین و سینا (۱۳۸۳)، «رسانه‌های نوین جهانی و سیاستگذاری ارتباطات» در «**رسانه**»، ش. ۵۸.
- اسماعیلی، محسن (۱۳۸۳)، «جایگاه ارتباطات در قانون برنامه چهارم توسعه» در «**رسانه**»، ش. ۵۸.
- ای.آوا، نجوگو (۱۳۷۹)، «ارتباطات و توسعه ملی» در «**رسانه**»، ش. ۴۴.
- باهنر، ناصر (۱۳۸۰)، «سیاستگذاری و برنامه ریزی ارتباطی برای توسعه» در «**رسانه**»، ش. ۴۵.
- بدیعی نعیم و حسین قندی (۱۳۸۰)، «**روزنامه‌نگاری نوین**»، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.
- بوردن، اد (۱۳۷۲)، «**بعد فرهنگی ارتباطات برای توسعه**» ترجمه مهرسیما فلسفی، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما ج.ا.ا.
- دادگران، محمد (۱۳۸۱)، «**مبانی ارتباطات جمعی**»، تهران، فیروزه.
- سینگ (۱۳۸۳)، «فناوری ارتباطات و توسعه، رویکردهای ...» در «**رسانه**»، ش. ۵۸.
- فرقانی، محمد مهدی (۱۳۸۰)، «ارتباطات و توسعه؛ چهارده نظریه پردازی ... و امروز؟» در «**رسانه**»، ش. ۴۶.
- کیا، علی اصغر (۱۳۸۱)، «**ارتباطات جمعی و روابط بین‌الملل**»، تهران، آن.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۳)، «**جامعه اطلاعاتی، اندیشه های بنیادی، دیدگاه های انتقادی و چشم انداز جهانی**»، تهران، مرکز پژوهش‌های ارتباطات.
- مولانا، حمید (۱۳۷۱)، «**گذر از نوگرایی**»، ترجمه یونس شکرخواه، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- ون دایک (۱۳۸۳)، «سیاستگذاری در جامعه شبکه‌ای» در «**رسانه**»، ش. ۵۸.
- هنسون، جریس و اوما نارولا (۱۳۸۱)، «**تکنولوژی جدید ارتباطی در کشورهای در حال توسعه**»، ترجمه داوود حیدری، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- هرمز، مهرداد (۱۳۸۰)، «**مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی**»، تهران، فاران.
- یوسف، شاهد و جوزف ای. استیگلیتز (۱۳۸۲)، «مسائل توسعه: حل شده و حل نشده» در «**پیشگامان اقتصاد توسعه: ...**»، استیگلیتز و میر، ترجمه غلامرضا آزاد (ارمکی)، تهران، نی.