گزارش برانت (۱۹۸۰) که توسط برخی نهادهای غربی به خاطر اینکه بیش ازحد ترقی‌خواهانه است، مورد انتقاد قرار گرفته است. با این همه، این گزارش با توصیه به انتقال گسترده منابع به عنوان راه‌حلی برای فقرزدایی در جهان، از شاخص‌های نوسازی برای هدایت سیاستگذاریهای سیاسی و اقتصادی استفاده می‌کند و در واقع به اشاعه استراتژی منافع متقابل می‌پردازد.□

این مقاله ترجمهٔ بخش سوم فصل اول کتاب زیر است:

Communication in Development Editor: Fredl. Casmir Able Publishing Corporation Norwood Newjersey 1991.

پی‌نویس‌ها:

۱. من به مفاهیم کلاسیک رشد که توسط شوروی‌ها و چینی‌ها مطرح شده نخواهم پرداخت. گرچه، آنها دیدگاه نوسازی را مسلم می‌انگارند. آنها از دیدگاه سرمایه‌داری لیبرال غرب عمدتاً به لحاظ وسایل – یعنی نقشهای نسبی دولت و بازار – متفاوتند، اما تا آنجا که به اهداف مربوط می‌شود ـ مفهوم مدرنیته ـ این ایدئولوژیها هم‌پایه هستند.

۲. مایلم خاطرنشان سازم که «سه نسل» ارتباطات توسعه که توسط نوردنسترنگ و شیلر (۱۹۷۹) مطرح شده و اغلب ذکر می‌شود – رهیافتهای «اقتصاد – محور»، «ملهم از سیاست» و «یکپارچه و جهانی» – با سه پارادایم‌ای که در اینجا به معرفی آنها پرداختم، مطابقت ندارند. به نظر من پارادایم‌های اول و دوم آنها دو نسخه از پارادایم‌نوسازی هستند: پارادایم اول رهیافت کلاسیکی است که من در بالا شرح دادم و دومی تطبیق اولی براساس برخی مفاهیم وابستگی است که در آن زمان رواج یافته بودند. پارادایم نسل سومی آنها بر مبنای دیدگاه وابستگی تدوین شده است.

روایت رسانه‌ای و توسعهٔ اجتماعی

دکتر تژا میرفخرایی

یکی از شاخصهای سنجش توسعه رشد کمی رسانه‌هاست[1]. اما رسانه در مطالعات ارتباطی تنها به عنوان شاخصی برای سنجش به کار نمی‌رود بلکه به عنوان وسیله‌ای در جهت امکان‌پذیر ساختن توسعه اجتماعی و تسهیل و تغییر شرایط و افراد نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد. شاید به‌همین دلیل نیز توسعه یکی از مباحث اصلی در مطالعات رسانه‌ای محسوب می‌شود. سالها پیش هنگامی که دانشجوی دوره کارشناسی ارشد بودم به دلیل انتخاب توسعه به عنوان یکی از چهار درس اصلی خود، سفر یک ماهه‌ای به همراه کلاس مزبور به زیمبابوه به عنوان کارگاهی برای بررسی توسعه اجتماعی داشتم که در پایان همین دوره پروژه خود را درباره سینمای ملی زیمبابوه ارائه دادم. زمانی که قصد نوشتن این مقاله را داشتم نیز در ابتدا همان مبحث سینمای ملی را مدنظرقرار دادم چرا که دست نوشته‌ها و خلاصه نویسیهای فراوانی از مباحث نظری در این‌باره در اختیار داشتم. اما در امتداد تدوین این مقاله احساس کردم که به دلایل مختلفی دیگر نه تنها سینمای ملی از موضوعیتی خاص برخوردار نیست بلکه نقش

چندانی نیز در توسعه اجتماعی برعهده ندارد. به‌همین دلیل عنوان مقاله را به روایت رسانه‌ای و توسعهٔ اجتماعی تغییر دادم. در آغاز بحث اصلی‌ترین دلایلم را برای تغییر موضوع مقاله ارائه می دهم:

سینمای ملی؛ اصطلاحی گنگ؟

اگر در کتب مختلف سینمایی به دنبال تعریفی از سینمای ملی باشیم متوجه خواهیم شد که چنین تعریفی و این اصطلاح با آنکه کاربرد فراوانی دارد، هرگز به معنای واقعی کلمه تعریف نشده و اصطلاحی گنگ باقی مانده است. اما جالب‌تر اینجاست که تحقیقاتی نیز که به‌طورمشخص سینمای ملی را مد نظر داشته‌اند هرگز تعریفی برای این اصطلاح ارائه نداده‌اند بلکه آن را در رابطه با دو مفهوم دیگر قرار داده و به جای تعریف سینمای ملی، آن دو مفهوم را تعریف کرده‌اند؛ هویت و فرهنگ ملی. دلیل این امر نیز مشکلات نظری است که برای تعریف چنین اصطلاحی پیش پای محقق قرار می‌گیرد. برای روشن‌تر شدن مسئله اجازه دهید تا فهرستی از کتابهایی که این اصطلاح را اساساً به کار نبرده‌اند، در اینجا ارائه نشود چرا که کار به درازا خواهد کشید. بلکه به منابعی مراجعه کنیم که این اصطلاح یا اصطلاحات مشابهی را به کار گرفته‌اند.

جرالد مَست تنها دو بخش از کتاب ۵۵۰ صفحه‌ای خود را دربارهٔ تاریخ سینما، به بررسی فیلمهای تولید شده در خارج از امریکا اختصاص می‌دهد. در بخش سیزدهم او به بررسی سینمای نئورالیستی ایتالیا می‌پردازد و در بخش چهاردهمِ این کتاب سنتهای ملی در حالِ «شکوفایی» به طور بسیار خلاصه ارائه می‌شود. *مست* توضیح می‌دهد که سینمای خارجی آنچنان بر سینمای امریکا در دههٔ ۷۰ تأثیر گذاشت که بسیاری از سنتهای فیلمسازی این سامان را به شدت تغییر داد. او اعتقاد دارد شکوفایی آنچه او جنبشهای ملی سینمایی می‌نامد، در دههٔ ۵۰ و ۶۰ توانست تغییرات غیرقابل انکاری را در سینمای امریکا و مخصوصاً مدارس سینمایی این کشور از خود برجای گذارد. البته *مَست* هرگز توضیح نمی‌دهد که منظور او از «سنتهای ملی» یا «جنبشهای ملی» سینمایی چیست؟ اگر کلیت این بخش از کتاب وی مورد بررسی قرار گیرد، می‌توان به این نتیجه رسید که منظور او بیشتر فیلمهایی است که در یک دورهٔ زمانی مشخص در محدودهٔ جغرافیایی یک دولت - ملت ساخته شده است که البته گاه آنها دارای سبک مشابه بوده و از موضوعاتی همگون نیز برخوردارند. شاید به همین دلیل نیز او از دو اصطلاح «سنت» و «جنبش» استفاده کرده است.

«*جیل نلمس*» در مقدمه‌ای بر مطالعات سینمایی، بخش پنجم کتابِ خود را به بررسی «سینماهای ملی» اختصاص می‌دهد. گرچه او به‌طور مشخص در هیچ جای کتابِ خود اصطلاح سینمای ملی را تعریف نمی‌کند، اما این اصطلاح را عمدتاً در رابطه با دو اصطلاح دیگر به‌کار می‌گیرد: هویت ملی و فرهنگ ملی[۲] کتابِ مقدمه‌ای بر مطالعات سینمایی، برای مطالعهٔ سینمای ملی به بررسی سینمای

بریتانیا می‌پردازد: سینمای بریتانیا در یک جمله به عنوانِ بازنمایی از یک ملت مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و توضیح داده می‌شود که این سینما قادر شده تا بریتانیا و بریتانیایی را تعریف کند؛ یعنی شخصیت ملی را به تصویر کشد.[۳] در ادامه، این کتاب تحت‌عنوان «ملت، فرهنگ‌ـ و سینمای ملی» به بررسی مشخص‌ترِ رابطهٔ سینمای بریتانیا با مفاهیمی چون فرهنگ ملی و هویت ملی اقدام می‌کند. در اینجا نیز متأسفانه تعاریف دقیقی از هیچکدام از مفاهیم فوق ارائه نمی‌شود، بلکه عمدتاً تضادها و نکات مبهم تنیده شده در دو اصطلاحِ «ملت» و «فرهنگ ملی» مورد پرسش قرار می‌گیرد؛ بدون آنکه پاسخی شفاف و روشن داده شود. بریتانیا در حقیقت از چهار ملت تشکیل می‌شود، در حالی که اصطلاح فرهنگ بریتانیا به نوعی همهٔ آنها را همگون فرض می‌کند. با ارائه این بحث، کتاب مزبور موفق می‌شود تا حداقل اصلی‌ترین معضل نظری دربارهٔ سینمای ملی، فرهنگ ملی و هویت ملی را مطرح سازد. این تنها بریتانیا نیست که از ملتهای مختلف تشکیل شده است. اگر به کشورهای مختلف جهان سوم نظری بیفکنیم، متوجه خواهیم شد که عمدهٔ آنها در برگیرندهٔ ملتها و قومیتهای متفاوتی هستند که هر یک از آنها از فرهنگی خاص برخوردارند.

دقیقاً در رابطه با پرسش فوق است که این بخش از کتاب مزبور چنین جمع‌بندی می‌کند که بهتر است تا اصطلاحاتی چون سینمای ملی بریتانیا و یا فرهنگ و هویت ملی این سامان نه به شکلِ مفرد بلکه به شکل جمع مورد استفاده قرار گیرد.[۴] این کتاب سپس به مباحثی چون بازنمایی، ایدئولوژی و هژمونی می‌پردازد و پس از تعریفِ دقیق هر یک از این مفاهیم، مسئله را از یک زاویهٔ نظری جدید مورد بررسی قرار می‌دهد. اصلی‌ترین مفهوم در اینجا نه فرهنگ ملی بلکه فرهنگ طبقه‌ای خاص است که از طریق این سینما سعی دارد تا هژمونی خود را اِعمال کند.[۵]

شاید به همین دلیل روی آرمس در کتاب فیلمسازی جهان سوم و غرب تقریباً هرگز از اصطلاح سینمای ملی استفاده نمی‌کند، بلکه به جای آن از اصطلاحاتی چون «صنایع سینمای ملی» و «صنعت سینمای ملی» بهره می‌جوید. با آنکه وی نیز این دو اصطلاح را تعریف نکرده، اما منظور او از دو اصطلاح فوق صنایعی است که در محدودهٔ جغرافیایی یک دولت – ملت به فعالیت مشغول هستند.در اینجا تأکید بر «صنعت» است و به هیچ‌عنوان همهٔ فیلمهای تولید شده در یک کشور از نظر سبکی همگون فرض نشده‌اند، حال آنکه همگونی سبکی و موضوعی یکی از اصلی‌ترین مؤلفه‌های اصطلاح «سینمای ملی» است.[۶] در حقیقت آرمس اصطلاح «صنعت سینمای ملی» را مترادف با اصطلاح صنعت سینمای محلی به‌کار می‌گیرد.

بیل نیکولس در کتاب *بازنمایی واقعیت* سه مفهوم بسیار مهم را تعریف می‌کند.[۷] این سه مفهوم عبارتند از «جنبش»، «دوره» و «سبک». *نیکولس* در کنار این سه مفهوم، سینمای ملی را نیز مورد بحث قرار می‌دهد. او «جنبش» را گروهی از فیلمسازانی تعریف می‌کند که نگرش و رویکردِ مشابهی

داشته و از اهدافِ مشترکی نیز بهره می‌جویند. مثال روشن جنبش را وی در سینمای نئورالیستی ایتالیا و سینما واریتهٔ امریکا جست‌وجو می‌کند. نیکولس «دوره» را مقطع تاریخی مشخصی می‌داند که در آن تشابهات سبکی در یک سری از فیلمها به شکل چشمگیری نمود پیدا کرده و تفاوت سبک فیلمهای تهیه شده در این مقطع تاریخی از سایر دوره‌ها نیز چشمگیر باشد. مثال روشن دوره را *نیکولس* در فیلمهای مستند دههٔ ۳۰ امریکا جست‌وجو می‌کند که دارای کیفیت تصویری «خبری» بسیار قوی بودند.

نیکولس «سبک» را در رابطه با فیلمسازان فردگرای هنرمندی تعریف می‌کند که همهٔ فیلمهای آنها از خصوصیات بصری خاصی بهره برده و همین خصوصیات آنان را از دیگران متمایز می‌سازد. اما جالب‌ترین نکته را می‌توان در این مسئله یافت که نیکولس که از یک زاویهٔ نظری همهٔ موارد لازم در یک دیسیپلین نظری را رعایت می‌کند و هیچ اصطلاحی را بدون تعریف کردن به کار نمی‌گیرد، از تعریف سینمای ملی طفره رفته و به جای تعریف یک مثال ارائه می‌دهد. او مطرح می‌کند که اصطلاح سینمای ملی، اصطلاح مناسبی برای تشخیص مؤلفه‌های مشترکِ یک سری کار در یک کشور مشخص در یک دورهٔ معین است که نمونهٔ بارز آن را می‌توان فیلمهای کانادایی دههٔ ۵۰ و ۶۰ دانست. موضوعِ این فیلمها عمدتاً دربارهٔ افراد خاص ولی بی‌اهمیت از نظر اجتماعی بود که با شیوه‌ای طنزگونه و بدون درگیری احساسی با موضوع به تصویر کشیده شده بودند. وقتی *نیکولس* برای اجرای یک کارگاه یکروزه به دانشگاه اُسلو آمد، من همین مسئله را با وی در میان گذاشتم و از او تعریف مشخص‌تری درخواست کردم. از فحوای کلام او چنین برمی‌آمد که او تعریف مشخصی از سینمای ملی را در کتب نظری پیدا نکرده و از آنجا که نخواسته است چون جامعه‌شناسان سینمای ملی را در رابطه با مفاهیمی بیرون از متن یعنی فرهنگ و هویت قرار دهد، سعی کرده است تا سینمای ملی را در رابطه با دو مفهوم سینمایی یعنی «دوره» و «جنبش» توضیح دهد.

من نیز همین تفکر را در تعریف سینمای ملی دنبال کردم؛ یعنی خصوصیاتی را که نیکولس برای یک دورهٔ سینمایی و یک جنبش سینمایی قید کرده بود، به عنوان دو جزء اصلی تعریف خود از سینمای ملی به کار گرفتم. البته مدتی بعد یکی از پروفسورهای دانشگاه برکلی (که به عنوان استاد مهمان یک ترم به دانشجویان فوق‌لیسانس مشاوره می‌داد) به این تعریف، انتقادی بسیار اساسی وارد دانست. او مطرح ساخت که به جز فیلمهای دههٔ ۳۰ انگلیس و دههٔ ۲۰ روسیه و همچنین فیلمهای اکسپرسیونیستی آلمان، چه نوع سینمایی را می‌توان در سراسر جهان براساس این تعریف، سینمای ملی به‌شمار آود. واقعیت اینجاست که فیلمسازان جهان سوم عمدتاً یا در کشورهای متفاوت غربی تحصیل کرده‌اند و یا آنکه به وسیلهٔ استادانی پرورش یافته‌اند که در غرب آموزش دیده‌اند. بنابراین وجود گرایشهای متفاوت سبکی در یک دوره، در یک کشور، در میان فیلمسازان بومی در جهان سوم امری کاملاً طبیعی است و بارها مشاهده شده است. از سوی دیگر استاد مزبور که یک جامعه‌شناس علاقه‌مند

به سینما بود از یک تعریف کاملاً سینمایی مرا بر حذر می‌داشت و معتقد بود که «اهداف مشترک» که بخشی از تعریف مرا تشکیل می‌داد لازم بود با توسل به دو مفهومِ «فرهنگ ملی» و «هویت ملی» توضیح داده شود. در این رابطه نیز او محق بود. اگر تعریف صرفِ سینمایی *نیکولس* را مدنظر داشته باشیم، بخشی از فیلمهای تولید شده در ایران در دهۀ ۶۰ و ۷۰ را که به وسیلۀ فیلمسازانی چون *کیارستمی* و دیگران کارگردانی شده است، دقیقاً می‌توان سینمای ملی ایران تعریف کرد، چرا که شباهتی انکار ناپذیر از نظر سبک تصویری و موضوعی میان آنها وجود دارد و در یک دورۀ خاص و در یک کشور واحد شکل گرفته‌اند. یعنی هم خصوصیات «دوره» را دارا هستند و هم از مشخصه‌های یک «جنبش» سینمایی برخوردارند. اما اِشکال کار اینجاست که گرچه این فیلمها در سطح جهانی جایزه‌ها را درو می‌کنند و تحسین منتقدین بزرگ جهانی را برمی‌انگیزند، به‌جز معدودی مخاطبان خاص و علاقه‌مند به سینما هیچ ارتباطی با تماشاگران ایرانی برقرار نکرده‌اند. دقیقاً در همین نقطه است که پافشاری بر دو مفهومِ «هویت ملی» و «فرهنگ ملی» ضرورت خود را آشکار می‌کند. اما از سوی دیگر نمی‌توان انتقادِ *لزکوک* را در رابطه با گنگ بودنِ این دو مفهوم فراموش کرد. در همان زمان نیز یکی دیگر از استادان دانشگاه به نام رونینگ با تکرار انتقاد *کوک*، برای «هویت» و «فرهنگ» جنبه‌ای طبقاتی قائل می‌شد و جنبۀ ملی آن را عمدتاً یک شعار غیرواقع گرایانه می‌دانست. همان‌طور که در بخشهای بعدی این مقاله مشاهده خواهیم کرد، این نقطه نظرات نیز به نوعی معتبرند چرا که دو مفهومِ فرهنگ و هویت ملی در جهانِ سوم عمدتاً به‌وسیلۀ بخش کوچکی از یک قومیت غالب به عنوان مستمسکی استفاده شده است برای ایجاد غلبه و هژمونی فرهنگی بر سایر گروهها و قومیتهایی که در محدودۀ جغرافیایی آن کشور زندگی می‌کنند.

در اینجا من با دو بن‌بست نظری روبه‌رو بودم که یکی از ابعادی فرهنگی و اجتماعی برخوردار بود و دیگری ابعادی سینمایی ـ هنری داشت. از آنجا که مقالۀ من در آن زمان در رابطه با توسعه نگاشته می‌شد، نمی‌توانستم توصیۀ *نیکولس* را مبنی بر پرهیز از مفاهیمِ غیرسینمایی به کار بگیرم.

در اینجا این سؤال برایم پیش‌آمد که چرا اساساً سینمای ملی به مثابه «ابزاری برای ایجاد توسعه» مورد تعریف «بزرگان علم ارتباطات» قرار نگرفته است. این سؤال کاملاً صحیح بود چرا که برنامه‌های توسعه در همۀ کشورهای جهان سوم در زمانی که هنوز تلویزیون عمومیت پیدا نکرده بود، گسترش و رواج نمایشِ فیلم در همۀ مناطق و مخصوصاً روستاها را شامل می‌شد. از امریکای جنوبی و زیمبابوه تا ایران، در آنچه که معمولاً «وزارت فرهنگ» نامیده می‌شد، بخشهای سینمایی مهمی تأسیس شد که علاوه بر ساختنِ فیلم با سازماندهی واحدهای نمایش سیار، امکانِ اجرای برنامه‌های نمایش فیلم در مناطق روستایی را با همکاری وزارت کشاورزی فراهم می‌آوردند. سؤال من این بود که اگر برنامه‌های توسعه به‌طور مشخص با توجه به مدلهای اقتصادی و ارتباطی غرب در جهان سوم اجرا

می‌شد و همین برنامه‌ها لزومِ سازماندهی واحدهای ساخت فیلم و نمایش فیلم را مورد تأکید قرار می‌داد، چرا در این برنامه‌ها تعریف مشخصی برای سینمای ملی در رابطه با توسعه ارائه نشده بود. حجم عظیمی از ادبیاتِ ارتباطات و توسعه به وسیله «بزرگان علم ارتباطات» تدوین شده اما در هیچ‌یک از آنها به مفهومی به نام «سینمای ملی» اشاره نشده است. این در حالی بود که سینما و به ویژه سینمای مستند، به مثابه ابزاری برای توسعه و اصلاحات به‌طور عملی در برنامه‌ریزیهای دولتی همهٔ کشورهای جهان سوم قابل مشاهده بود. مثلاً در ایران استادان دانشگاه ساراکیوز امریکا اولین گروه از مستندسازان وزارت فرهنگ را تعلیم دادند و واحد تولید و نمایش را تقریباً همزمان با اجرای اصلاحات ارضی راه‌اندازی کردند. این سؤال مطرح بود که اگر فیلم، بخش مهمی از برنامه‌های ارتباطی به مثابه ابزاری برای توسعه را در برمی‌گیرد، چرا سینمای ملی در همین رابطه یعنی توسعه، تعریف نشده است. *شرام* در چند جمله، ساده‌ترین و مشخص‌ترین پاسخ ممکن را به ما ارائه می‌کند. اصولاً چنین تعریفی با ذاتِ توسعه‌ای که این بزرگان علم ارتباطات مدنظر داشتند در تضاد بود. آنها نگرشی خاص نسبت به توسعه داشتند که این نگرش به هیچ عنوان با مفهومی چون سینمای ملی نمی‌توانست همخوانی داشته باشد. *شرام* به وضوح و روشنی بیان می‌کند که در جهان سوم روستاها در شکلهای سنتی زندگی غرق شده‌اند و برای تشویق آنها به توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی باید شیوهٔ زندگی مردم مرفه در کشورهای توسعه یافته را به آنها نشان داد تا چشم‌انداز توسعه را عیناً از این طریق درک کنند.[۸] واضح است که تعریف سینمای ملی برای ذهنیتهایی که خواهان نشان دادن شیوهٔ زندگی مردم مرفه کشورهای توسعه یافته بودند، نمی‌توانست از کوچکترین موضوعیتی برخوردار باشد. آنها نظر مساعدی نسبت به بسط و گسترش سینمای ملی نداشتند و بنابراین لزومی نمی‌دیدند به تبیین و تعریف این مفهوم بپردازند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

توسعه و ارتباطات؛ نوگرایی

پس از آنکه در سال ۱۹۴۹ میلادی، *ترومن* رئیس جمهوروقت امریکا برنامهٔ چهارگانهٔ خود را برای توسعهٔ جهان سوم ارائه داد، حرکت وسیعی در جهت ایجاد توسعه در این کشورها آغاز شد[۹] با موفقیت طرح *مارشال* در اروپا که مستقیماً به‌وسیلهٔ ایالات متحده امریکا شکل گرفته بود، این برنامه به نوعی برای توسعهٔ کشورهای جهان سوم نیز مورد استفاده قرار گرفت، اما با عدم موفقیت بسیاری از آنها در جهت بهبود وضعیت مردم و افزایش خطر گسترش کمونیسم، جامعه‌شناسان و روانشناسان اجتماعی نیز به جمع اقتصاددانان پیوستند تا دلایل عدم موفقیت برنامه‌های غرب برای توسعهٔ جهان سوم را مورد ارزیابی قرار دهند.

به‌این ترتیب محققین به بررسی این مسئله پرداختند که چرا برنامه‌هایی که برای بهتر کردن وضع زندگی مردم طراحی شده بود، مورد استقبال عمومی قرار نمی‌گرفت. محققین از زوایای مختلف

این مسئله را مورد بررسی قرار دادند. *راجرز* عمدتاً به بررسی چگونگی نشرِ ایده‌های نوین پرداخت. *لرنر* نیز در کار عظیم خود به نام «گذر از جامعهٔ سنتی» به بررسی چگونگی تحول شخصیت سنتی به شخصیت‌نوگرا پرداخت. نقطه اشتراک همهٔ این نظریه‌ها نقش عظیمی بود که آنها برای وسایل ارتباط جمعی به عنوان ابزاری برای توسعه قائل بودند. راجرز در یک جمع‌بندی کلی، عدم توسعه یا به اصطلاح دیگر «عقب‌افتادگی» را عمدتاً به دو دلیل اصلی نسبت داد. او که اساساً مشکلاتی که کشورهای جهان سوم برای توسعه با آن روبه‌رو بودند به «درون پدیده» یعنی درون جامعهٔ جهان سوم مربوط می‌دانست و همچون *فانن* و دیگران آن را به «بیرون پدیده» ربط نمی‌داد از یک سو نظام هرم گونهٔ مالکیت زمین و از سوی دیگر نظامِ بوروکراتیک لخت و غیرمؤثر را از عوامل اصلی عقب‌ماندگی می‌دانست. راجرز همچنین غلبه رفتار و نگرشهای سنتی در میان اکثریت مردم جهان سوم را به عنوان یکی از اصلی‌ترین دلایل درونی برای عدم موفقیت برنامه‌های توسعه در جهان سوم عنوان می‌کرد.[۱۰]

اما *راجرز* را تنها نظریه‌پردازی نمی‌توان متصورشد که بر سنت‌گرایی مردم جهان سوم به عنوان اصلی‌ترین دلیل عدم موفقیت برنامه‌های توسعه تأکید داشته است، بلکه افرادی چون *لرنر* از همان آغاز براین مسئله اصرار می‌ورزیدند. برای مثال *وینر* در ۱۹۶۶مطرح کرد که علوم، تکنولوژی و نهادهای امروزی نمی‌توانند در جوامعی رشد کنند که مردم آن اساساً بی‌سواد، سنت‌گرا و خودمحور بوده و از تفکری غیرعلمی و متافیزیکی برخوردارند.[۱۱] دقیقاً در همین رابطه است که می‌توان کارهای *لرنر*، *مک للند*، *هاگن* و *اینکلس* را درک کرد. ملکوت عصارهٔ تفکر *لرنر* را چنین بیان می‌کند که اصلی‌ترین بنیان توسعهٔ اجتماعی برعهدهٔ «شخصیت نوگرا» قرار دارد. در اینجا عمدتاً «شخصیت جامعه» و «شخصیت فرد» مورد بحث قرار می‌گیرد. موتور محرک یک جامعهٔ نوگرا و در حال توسعه، فردی است که آمادهٔ قبول «تغییر» است. او به عنوان فردی متحرک حاضر است شیوه‌های نوین زندگی و رفتاری را به آسانی قبول کند و خود را با آنها وفق دهد. *لرنر* وسایل ارتباط جمعی را ابزاری می‌داند در جهت ایجاد چنین شخصیتی در جامعه. ملکوت توضیح می‌دهد که از نظر *لرنر* نوگرایی الزاماً برابر بود با غربی‌شدن.[۱۲] از نظر *لرنر* همان مسیری که غرب در توسعهٔ اجتماعی طی کرده بود، باید در جهان سوم نیز طی می‌شد. به همین دلیل نیز شخصیت نوگرا الزاماً همان شخصیتی بود که در غرب توسعهٔ اجتماعی را پایه‌ریزی کرده بود. برای آنکه چنین شخصیتی در جهان سوم شکل گیرد، «رسانه‌های جمعی» مناسب‌ترین کانالهای نشر تشخیص داده شده بودند.

دقیقاً در همین رابطه است که *گوران هدبرو* در کتاب خود به نام *ارتباطات و تغییرات اجتماعی در ملتهای در حال توسعه* تفکر *لرنر* را یک «تفکر جبرگرایانه» می‌نامد.[۱۳] او مفهومِ کلیدی تفکر *لرنر* یعنی «همدلی» را دقیقاً در همین رابطه توضیح می‌دهد؛ توانایی یک فرد برای آنکه خود را در نقش دیگری متصور شود. ایجاد این احساس در فرد اصلی‌ترین عامل در بوجودآمدن تغییر و پیشرفت

اجتماعی محسوب می‌شد. *ملکوت*[۱۴] توضیح می‌دهد که لرنر دو کارکرد برای همدلی قائل بوده است، اولاً همدلی فرد را قادر می‌ساخت تا در یک جامعهٔ امروزی که دائماً در حال تغییر است به‌طور مؤثر زندگی کند یا خود را با آن تطبیق دهد. همچنین همدلی اصلی‌ترین مهارت فردی برای رها شدن از موقعیت و مناسبات سنتی و پیش رفتن به سوی یک زندگی امروزی محسوب می‌شد. در حقیقت لرنر اصلی‌ترین عنصر یک شخصیت متحرک را در مفهوم همدلی جست‌وجو می‌کرد. شخصیت متحرک کسی است که قادر است تا خود را با تغییرات شدید مکانی، موقعیتی (وضعیتی) و روابطی انطباق دهد. چنین شخصیتی «نوگرا» محسوب می‌شد و اصل و اساس حرکت به سوی یک جامعهٔ مدرن به حساب می‌آمد. *رابرت استیونسون* در کتاب خود به نام *ارتباطات، توسعه و جهان سوم* توضیح می‌دهد که *لرنر* از نوعی «گسست در شیوهٔ زندگی فرد» در اثر تغییرات اجتماعی سخن می‌گوید[۱۵]. این گسست می‌تواند زندگی یک فرد را چنان دچار اختلال سازد که او یا دچار دوگانگی شخصیت شود و یا آنکه از سنت‌ها پوششی دفاعی تدارک ببیند تا خود را از هجوم شیوه‌های متغیر رفتاری در اَمان نگاه دارد. دقیقاً در همین رابطه است که گورن هد برو توضیح می‌دهد که تقلیدِ شیوهٔ زندگی طبقهٔ متوسط غربی[۱۶] (با توجه به همان مفهوم همدلی) به وسیلهٔ مردم جهان سوم بهترین شیوه برای انطباق با تغییرات فزآیندهٔ اجتماعی از نظر *لرنر* محسوب می‌شد. *ملکوت* اعتقاد دارد که در مدل *لرنر*، وسایل ارتباط جمعی وظیفه دارند تا این شخصیت امروزی را که می‌توان آن را کپی طبقهٔ متوسط غربی دانست، در جامعهٔ جهان سومی گسترش دهند. *لرنر* اعتقاد داشت که فرآیند نوگرایی هنگامی شکل می‌گیرد که یک دهقان خواهان تبدیل شدن به یک «کشاورز» باشد؛ فرزند این کشاورز خواهان مهاجرت به شهر شود؛ زن او از حاملگی مجدد امتناع ورزد؛ دخترش موهای خود را میزامپلی کرده و پیراهنی مُد روز بپوشد.[۱۷] گرچه در این نقطه، *لرنر* مسئله را لوث کرده است اما می‌توان دریافت که او از مدل شخصیتی مناسب، یعنی طبقهٔ متوسط غرب، چه ذهنیتی داشته است. شاید دقیقاً همین نوع تفکر بود که باعث شد تا *بیورن هتنه* در کتاب خود به نام *نظریهٔ توسعه و جهان سوم* مفهوم «از بین رفتن اعتماد» روشنفکران جهان سوم نسبت به نظریه‌های توسعهٔ غربی را توضیح دهد.[۱۸] *هتنه* عنوان کرد که همین بی‌اعتمادی موجب ایجاد بحرانی در نظریه‌های توسعه گردید و شاید همین بحران باعث شد تا برای مثال *شرام* در مقابل کمیسیون *مک براید* اقرار کند که آنها از تفکری بسیار ساده‌انگارانه دربارهٔ نقش وسایل ارتباط جمعی در رابطه با توسعه برخوردار بودند.[۱۹] و *راجرز* نیز که ابتدا در چارچوب تفکرات *لرنر* و *شرام* قرار داشت، به‌طور مشخص بخش عظیمی از نظریه‌های ارتباطاتی اولیه را مردود اعلام کرد.[۲۰] بحرانی که *هتنه* از آن نام می‌برد، از سویی به‌وسیلهٔ افرادی چون عنایت‌الله مورد بررسی قرار گرفت و از سوی دیگر باعث شد تا *امین* نظریهٔ معروف خود را به نام *خود محوربینی اروپایی* تنظیم کند. *عنایت‌الله* با استفاده از دو مفهوم «غرب مادی‌گرا» و «شرق‌روحانی» به یکباره تمام دیدگاههای ارتباطی غربی در

رابطه با توسعه را مردود اعلام کرد. *ثمیر امین* نیز در کتاب *خودمحوربینی اروپایی* ریشه‌های چنین تفکراتی را به ذهنیت خودمحوربینانه ربط داد و ریشه‌های تاریخی آن را در شکل‌گیری طبقه تجار در اطراف مدیترانه جست‌وجو کرد.[۲۱] *هتنه* نیز سعی کرد با توسل به مفهوم خودمحوربینی اروپایی، تفکر توسعه را در بخش دوم کتاب خود مورد بحث قرار داده و نشان دهد که چگونه روشنفکران مختلف جهان سوم در مقابل نظریه‌های غربی دربارهٔ توسعه و ارتباطات به یک عصیان نظری علیه غرب روی آوردند.

در این واقعیت نمی‌توان شک کرد که تفکر *لرنر* و *شرام* آلوده به نوعی خودمحوربینی مفرط غربی بوده است. این مسئله نیز در حقیقت ریشه‌هایی تاریخی در تفکر فلسفی غرب و همچنین در تفکر بنیان‌گذاران جامعه‌شناسی دارد. در نوشته‌های *هگل* و *وبر* ما با دیدگاههای کاملاً خودمحوربینانه غربی مواجه می‌شویم. اصولاً در نظر آنها فرهنگ غرب آنچنان مطلوب و آرمانی بود که اعتقاد بر این داشتند یک جامعه مدرن الزاماً باید خصوصیات یک جامعه غربی را دارا باشد. *هگل* وضعیت غرب را در زمان خود «پایان تاریخ» محسوب می‌داشت و وبر در مطالعه جوامعی چون هند و چین مطرح ساخت که مذاهب این نوع جوامع هیچگونه سنخیتی با اخلاقیت پروتستان ندارند. دلیل عقب‌ماندگی این جوامع را نیز باید در همین مذاهب جست‌وجو کرد. او اعتقاد داشت که اصول اخلاقی پروتستانیزم باعث و بانی توسعه در اروپا بوده است. وی به نوعی این اصول را روح سرمایه‌داری می‌دانست. مسلماً برای متفکرینی چون *لرنر* و *شرام* که در دامان نظریه‌های چنین بنیان‌گذارانی پرورش یافته‌اند و انتقادی را نیز بر این تفکرات وارد نمی‌دانند در غلطیدن به دامان خودمحوربینی افراطی غربی امری ناآشنا و عجیب نخواهد بود.

اما از یک زاویهٔ نظری، مدل‌نوگرایانه توسعه به یک مسئله اصلی و اساسی اما بسیار بدیهی توجه نداشت. دانه سیب در یک تحول پیچیده و شاید به بیانی «دردناک» به درخت سیب تبدیل می‌شود و نه به درخت پرتقال. «دانه» به چیزی غیر از خود یعنی درخت تبدیل شده ولی وحدت پدیده حفظ شده یعنی «سیب» بودن دانه و درخت تغییر نکرده است. *لرنر* و *شرام* و سایرین انتظار داشتند تا جوامع جهان سومی به جای توسعه یافتن بر اساس تاریخ و فرهنگ و هویت خود، به چیزی دیگر تغییر یابند و غربی شوند. این مسئله شاید اساسی‌ترین اشتباه نظری آنها در ارائه مدل توسعه نوگرایانه بود. توسعه اجتماعی در انگلیس، فرانسه و سایر نقاط جهان اتفاق افتاده است. در فرایند این توسعه اجتماعی تغییرات خیرکننده و شاید دردناکی در این نوع جوامع رخ داد ولی افرادی با شخصیت متحرک، خود را با تغییرات وفق داده و توسعه را امکان‌پذیر ساختند. اما انگلیسی با همه تغییرات، انگلیسی ماند و فرانسوی نیز با وجود همه تغییرات همچنان شخصیت فرانسوی خود را حفظ کرده و به انگلیسی یا

آلمانی یا آمریکایی تغییر نیافته است. جوهرهٔ پدیده تغییر نکرد. سیب با وجود همه تغییرات و تحولات از دانه به درخت و میوه، سیب باقی ماند.

در اینجا ما درباره جوهرهٔ «شخصیت فرهنگی» سخن می‌گوییم که مبحثی است در حیطه «فرهنگ و هویت». این مبحث دقیقاً همان چیزی است که *لرنر* و *شرام* هرگز آن را مد نظر قرار ندادند و به همین دلیل نیز هیچیک از آنها و دانشجویان و همکارانشان هرگز به بررسی مباحثی که رنگ و بویی از هویت و فرهنگ بومی و ملی داشته باشد و نمایانگر پیوستگی تاریخی در مسیر توسعه اجتماعی باشد، نپرداختند.

«تصویر» و «فرهنگ»

در پروژه‌ای که در گروه مردم‌شناسی در دانشگاه کلمبیا در جریان بود، مردم‌شناسانی چون *مارگریت مید* و *روث بندیکت* کوشیدند تا بررسی اشکال فرهنگی را از طریق مطالعه فیلمهای سینمایی، عملیاتی سازند.[۲۲] در ۱۹۵۳ حاصل کار آنها به نام «مطالعهٔ فرهنگ از فاصله‌ای دور» به صورت یک مقاله به چاپ رسید. *بندیکت* به این نتیجه رسیده بود که از طریق مطالعهٔ فیلمهای آلمانی و ژاپنی می‌توان نظریه‌های مربوط به «شخصیت ملی» را مورد آزمون قرار دارد. او براین اعتقاد بود که این فیلمها نشان‌دهندهٔ «شخصیت ژاپنی»اند . به عبارت دیگر فرهنگ و هویت ژاپنی در فیلمهای نمونهٔ تحقیق وی به بهترین شکلی نمود پیدا کرده بود؛ به نوعی که او فیلم را بُعد نمادین یک فرهنگ تلقی می‌کرد. این شاید اولین جرقه‌های نظری بود که منجر به ابداع اصطلاح «سینمای ملی» شد و این اصطلاح را از طریق دواصطلاح دیگر یعنی «هویت» و «فرهنگ» تعریف و تبیین کرد چرا که آنچه مید و بندیکت «شخصیت فرهنگی» می‌نامند، سنخیت غریبی با مبحث «هویت فرهنگی» دارد. همین دو مردم‌شناس شهیرامریکایی در پروژه‌ای دیگر به گفتهٔ *کیسینگ* نویسندهٔ کتاب *مردم‌شناسی فرهنگی* که در سراسر جهان سالها تدریس می‌شد از طریق بررسی عکس، سعی داشتند تا شخصیت فرهنگی کودکان نقاط مختلف دنیا را با یکدیگر مقایسه کنند تا متوجه شوند که در چه سنی این شخصیت فرهنگی در کودک شکل می‌گیرد به عبارت دیگر چه زمانی رفتارهای شخصیتی کودکان ملل مختلف از یکدیگر متمایز می‌شود. آنان براساس مطالعهٔ اسناد فتوگرافیک خود به این نتیجه رسیدند که کودکان سراسر جهان در ابتدا شخصیتی بسیار مشابه دارند ولی مابین سن ۸ تا ۱۲ سالگی شخصیت فرهنگی آنها نمایان می‌شود؛ به نحوی که رفتارهای آنان را می‌توان از یکدیگر تمیز داد.

بعدها شاید با توجه به همین تحقیقاتی که در بالا از آن نام برده شد، نشانه شناسانی چون بارت و مخصوصاً شاگردان *استوارت هال* عکس را منبع مناسبی برای مطالعهٔ مباحث فرهنگی تشخیص دادند[۲۳]. *پیتر هامیلتون* در بخش دوم کتابی به نام «بازنمایی؛ فرهنگ، رسانه و هویت» که به وسیله *استوارت*

هال گردآوری شده است، به بررسی عکسهای بعد از جنگ دوم جهانی در فرانسه می‌پردازد که از آنها معمولاً به عنوان عکسهای «اومانیستی فرانسوی» یاد می‌شود. آنچه *هامیلتون* «فرانسوی بودن» می‌نامد به اعتقاد وی دقیقاً در عکسهایی به سبک اومانیستی فرانسوی قابل مشاهده است. این نوع عکاسی که بعد از جنگ دوم جهانی در فرانسه رواج یافت، عمدتاً سوژه‌های خود را از میان مردم معمولی در موقعیتهای عادی زندگی انتخاب می‌کرد. *هامیلتون* مبنای نظری خود را بر کارهای *رونالد بارت* قرار می‌دهد. *بارت* با بررسی نشانه‌شناسانهٔ یک تصویر از پشت جلد یکی از نشریات معروف فرانسوی نشان می‌دهد که چگونه تصویر، فرهنگ و جامعهٔ فرانسوی را در عمق برای مخاطب قابل مشاهده ساخته است.[۲۴] *هامیلتون* توضیح می‌دهد که انتخاب موضوع و نحوهٔ کادربندی یک سری عکس مشابه در حقیقت نمایانگر شکل‌گیری پارادایمی تصویری است و همچون هر پارادایم دیگری بیان‌کنندهٔ یک «جهان‌نگری» است. او توضیح می‌دهد که جهان‌نگری ارائه یک تعریف پیرامون یک موضوع خاص است.

موضوع از نظر *هامیلتون* در رابطه با این عکسها، فرهنگ فرانسه و شخصیت فرانسوی است. *هاملیتون* پس از جداسازی دوبُعد سوبژکتیو (ذهنی) و ابژکتیو (عینی) در یک عکس با کراکائر هم عقیده می‌شود که یک تصویر فتوگرافیک با واقعیت، مرزهای غیرقابل انکاری دارد، اما درعین حال از تفکر کراکائر فاصله می‌گیرد و مطرح می‌سازد که بُعدذهنی یک عکس نشان‌دهندهٔ رابطهٔ سوژه و عکاس بوده، بیانگر تمایلات یکی دربارهٔ دیگری است. او همین مسئله را که در نشانه‌شناسی «کونوتیشن» می‌نامند، نشان‌دهندهٔ تمایلات فرهنگی عکاس می‌داند. بُعدعینی (ابژکتیو) رفتارهای فرهنگی و هویت سوژه را نمایانگر می‌سازد و بُعد ذهنی (سوبژکتیو) تمایلات فرهنگی عکاس را نسبت به هویت رفتاری سوژه می‌نمایاند. به این ترتیب *هامیلتون* نیز مطالعهٔ عکس را به مطالعهٔ «هویت» و «فرهنگ» ربط می‌دهد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

هویت و فرهنگ

یکی از مباحث اصلی مطالعات فرهنگی، «هویت ملی» است.[۲۵] در این مطالعات ملی‌گرایی و هویت ملی با توجه به نمایه‌های مکانی، جغرافیایی و صدالبته رسانه‌ای و سلیقه‌ای، مورد بررسی قرار می‌گیرد. هویت تعریفی است که ما از خود در ذهن پرورانده‌ایم. «هویت» و «خود» در فرهنگ‌شناسی به معنای «مشابه با آنچه قبلاً بوده است»، تعریف می‌شود. اصولاً هویت چه ملی و چه فرهنگی (این دو اصطلاح به دو گرایش کاملاً متفاوت در مطالعات فرهنگی تعلق دارند) به رفتار، اعمال و چگونگی بازیگری فرد در مناسبات روزمره اطلاق می‌شود.

تعریف هویت همچون «گفتمان» کاری بسیار پیچیده و دشوار است. *استوارت هال* در مقدمهٔ کتاب *بازنمایی* هویت را با همان درک روزمره و عامیانهٔ «من که هستم، در کجا قرار دارم»، تعریف می‌کند.[۲۶] اما فوراً آن را در رابطه‌ای تنگاتنگ با مفهوم فرهنگ به مثابه معانی مشترک و گفتمان به مثابه «ابراز» این معانی قرار می‌دهد. مایکل ریل در کتاب *آبر رسانه‌ها* هویت را که از نظر او با مفهوم وجدان یکی است در دو سطح فردی و گروهی مورد بررسی قرار می‌دهد.[۲۷] او شکل‌گیری هویت فردی را محصول تقابل کودک و محیط (اشیا و طبیعت – منظور جامعه نیست) و بالاخره ابررسانه‌ها می‌داند. هویت گروهی یا «ما که هستیم» از سویی شکل‌دهندهٔ هویت فردی و از سوی دیگر شکل‌یافتهٔ مناسبات اجتماعی است. *مایکل ریل* آن را با مبحث «وجدان عمومی» همسان در نظر می‌گیرد.

از نظر فلسفی، هویت، رابطهٔ یک شیء یا شخص با «خود» است. ثبات این رابطه، اساس محسوب می‌شود: «من همانم که دیروز نیز بودم». اما از نظر مفهومی، هویت یک تعریف است، گزاره‌ای است که اطلاعات معینی را در مورد شخصی یا چیزی ارائه می‌دهد. گزارهٔ «او شهردار است» مجموعه‌ای از اطلاعات ناگفته را در خود دارد که فرهنگ در ذهن افراد شکل داده و اشاره به یک هویت اجتماعی دارد. هویت را تنها در «تمایز» و «تشابه» می‌توان درک کرد؛ «تشابه» یک چیز یا فرد با گذشتهٔ خود و تفاوت او با دیگران: «من آنم که بودم و با دیگران فرق دارم.»

لارنس گراسبرگ در بحث خود دربارهٔ هویت همچون *فوکو* بر «فاعلیت» تأکید دارد و نه بر «فردیت» و آن را حاصل گفتمانهای رایج در جامعه می‌داند.[۲۸] در حقیقت او بر عنصر اجتماعی و فرهنگی هویت تأکید دارد، «فاعل» را نه تولیدکننده بلکه تنها انتقال‌دهندهٔ گفتمان به‌شمار می‌آورد. به این ترتیب هویت همان‌طور که *استوارت هال* مطرح می‌کند در رابطه‌ای تنگاتنگ با مباحثی چون بازنمایی گفتمانی قرار می‌گیرد و دقیقاً در همین رابطه است که شخصیت فرهنگی و هویت فردی و فرهنگی را می‌توان از طریق تصویر مورد بررسی قرار داد. شاید به همین دلیل باشد که سینمای ملی را عمدتاً به همین دو اصطلاح ربط می‌دهند. شاید *مارگریت مید* و *بندیکت* حق داشتند که می‌گفتند شخصیت فرهنگی و هویت فرد را می‌توان با مطالعهٔ آثار همگونِ سینمای یک کشور مورد بررسی قرار داد. اما ربط دادن دو مفهوم هویت و فرهنگ به اصطلاح سینمای ملی در جهان سوم باعث ایجاد گرایشی خطرناک شده است.

نگرش پروپاگاندایی؛ سینما ابزار بیان هویت و فرهنگ ملی

گرچه از یک زاویهٔ نظری، همان‌طور که در صفحات پیشین توضیح داده شد، می‌توان در لابلای تصاویر متحرک و غیرمتحرک به جست‌وجوی فرهنگها و هویتها پرداخت، اما نمی‌توان از چنین نوع تحقیقاتی به این نتیجه رسید که مثلاً سینمای ملی وسیله‌ای برای نشر فرهنگ هویت ملی است.

محقق رابطهٔ عکاسانی را که بدون هرگونه حمایت دولتی به عکاسی پرداخته‌اند تحلیل می‌کند تا گونه‌های فرهنگی «فرانسوی بودن» را از لابلای این عکسها مجرد سازد. چنین عملی نمی‌تواند دلیل موجهی برای استخدام عکاسانی باشد که قرار است فرانسوی بودن یا ترک بودن یا عرب بودن را به تصویر کشند. چرا که آنگاه عرب، فرانسوی و ترک بودن عکسهای مزبور تنها نشان‌دهندهٔ گرایشهای فرهنگی و هویتی تأمین کنندگان بودجهٔ این پروژه‌هاست، نه تمایلات و گرایشهای هنرمند یا رفتارهای واقعی سوژه. برای درک این مسئله، پیشنهاد می‌شود تا کار عظیم *گریگوری بتسن* در مورد پروپاگاندای تصویری آلمانها مطالعه شود؛ تصویر راست قامتانِ آلمانی که چانه به بالا داده و نگاهشان افقها را می‌شکافت، تنها نشان‌دهندهٔ یک جهان‌بینی خاص نسبت به «آلمانی بودن» است و نه کلیتِ منشِ واقعی فرهنگی آلمانی. این نکته‌ای است که جامعه‌شناسان باید با دقت به آن توجه کنند. *بندیکت* فیلمهای ژاپنی را که بدون دخالت دولت تولید شده بود، به‌مثابه ابزاری برای شناخت فرهنگ و هویت ژاپنی مورد بررسی قرار می‌داد. با این همه نتایج این تحقیقات را نمی‌توان دلیل موجهی دانست برای تولید فیلمهایی که هدف آنها بازنمایی هویت و فرهنگی قراردادی است.

نگرش پروپاگاندایی، سینمای ملی را وسیله‌ای تعریف می‌کند برای بیان فرهنگ و هویت ملی. اما اگر آغاز همین مقاله را به خاطر آوریم، لزکوک شک و تردید خود را دربارهٔ رابطهٔ فیلمهای بریتانیایی با مبحث فرهنگ و هویت چنین بیان داشته بود که در بریتانیا حداقل چهار ملت یعنی چهار نوع هویت متفاوت زندگی می‌کنند. بنابراین پیشنهاد کرده بود تا هویت و فرهنگ را نه به شکل مفرد بلکه به شکل جمع به‌کار ببریم. کوک در ادامه توضیح داده بود که گروههای مختلف مردمی از جمله قشرها و طبقات مختلف، رفتارهای شخصیتی و فرهنگی متفاوتی دارند و دقیقاً در راستای همین تحلیل بود که او تلویحاً فیلم‌های بریتانیایی دههٔ ۳۰ و ۵۰ را متهم به فرهنگ‌سازی به مثابه ارائه تعریفی خاص از فرهنگی مطلوب و آرمانی به عنوان «فرهنگ بریتانیایی» کرده بود. به همین دلیل نیز بحث خود را به سوی اصطلاحاتی چون هژمونی و ایدئولوژی سوق داده بود.

به عبارت ساده‌تر هویت و فرهنگ بیان شده باید از ماهیتی خودجوش برخوردار باشد تا ابعادی پروپاگاندایی پیدا نکند. اما از دیدگاه این مقاله، درک ساده‌انگارانه و پروپاگاندائیستی با نشر یک هویت فرهنگی مطلوب و آرمانی از طریق تصویرسبب می‌شود تا اصلی‌ترین وظیفهٔ «تصویر از فرهنگ» در رابطه با توسعهٔ اجتماعی به فراموشی سپرده شود. چرا که فرهنگ و هویتی ایستا به شکل مصنوعی نشر می‌یابد که هیچ تضمینی نیز برای قبول آن به وسیلهٔ مخاطبان وجود ندارد. ولی «تحول فرهنگی» و تضادهایی که یک فرهنگ مشخص یا گردونه‌ای از فرهنگهای همگون ملی در اثر تحولات ایجاد شده و تضادهای فزایندهٔ فرهنگی حاصل از توسعهٔ اجتماعی با آن روبرو هستند به فراموشی سپرده می‌شود. توسعه یعنی دگرگونی؛ تحول و دگرگونی نیز یعنی تضادهای فرهنگی شدید.

گردونه‌ای از فرهنگهای همگون ملی تنها آن‌گاه می‌توانند استمرار یابند که پاسخی درخور برای تضادهای فرهنگی ارائه دهند و همگام با تحولات اجتماعی، همچون پدیده‌ای پویا تغییرات لازم را در خود ایجاد کنند. همچنین همراه با زمان و تحولات ناشی از توسعه، براساس ذات و جوهرهٔ خود دگرگون شوند تا پاسخی مناسب به نسلهای نوین جامعه ارائه داده و استمرار خود را از طریق «تغییر» تداوم بخشند. استمرار فرهنگی نه به معنای ایستایی فرهنگی، یعنی نشر یک فرهنگ خاص به وسیلهٔ تصویر، بلکه استمرار فرهنگی به معنای ارائهٔ راهکارهای متناسب با معضلات فرهنگی حاصل از توسعه است. این پاسخها و راهکارهای پویا تنها به‌وسیلهٔ تصویر انتقال نمی‌یابند بلکه عمدتاً به‌وسیلهٔ بافت روایی بیان می‌شوند. از این زاویه می‌توان به بررسی رابطهٔ فرهنگ و اسطوره پرداخت.

اسطوره‌های نوین فرهنگی؛ پاسخی روایی به چالشهای توسعه

لوی استراوس «اسطوره» را پاسخی می‌داند به چالشهایی که یک فرهنگ در طی زمان با آن روبروست.[۲۹] این پاسخ البته دربارهٔ سؤالهای اساسی اعضای یک فرهنگ همچون «ما که هستیم؟»، «از کجا می‌آییم؟» «به کجا می‌رویم؟» «از چه طریقی به مقصد خواهیم رسید؟» «چه کسی می‌تواند ما را تا مقصد رهبری کند؟» و «قدرت واقعی نزد چه کسی قرار دارد؟»، طرح می‌شود. پاسخها به شکل پیامهای منسجمی تنظیم می‌شود. توانِ یک فرهنگ در ارائه پاسخها و قدرت آن فرهنگ به‌وسیلهٔ آنچه *لوی استراوس* استمرار فرهنگی می‌نامد، قابل اندازه‌گیری است. *بارت* نیز در کتاب خود به نام *میتولوژیها* اسطوره را پاسخی به چالشهای فرهنگی معرفی می‌کند. تفاوت اصلی *لوی استراوس* و *بارت* را باید در این نکته جست‌وجو کرد که *لوی استراوس* فرهنگ را یکپارچه می‌بیند و بنابراین پاسخ را، پاسخ یک فرهنگ به چالشها عنوان می‌کند، اما *بارت* آن را پاسخ طبقه‌ای خاص برای اعمال قدرت و غلبه بر سایر گروهها می‌داند. به عبارت دیگر *بارت* برای اسطوره ماهیتی ایدئولوژیک قائل است و آن را طبیعی‌کنندهٔ مفاهیم تاریخی و قابل تغییر می‌داند، یعنی اسطوره «ایستاکنندهٔ» مفاهیمی «پویا» ست. به همین دلیل *بارت* به روشنی افسانه را تقویت‌کنندهٔ ساختارهای قدرت موجود یعنی سرمایه‌داری معرفی می‌کند[۳۰].

مایکل ریل در کتاب *ابررسانه‌ها* افسانهٔ نوین رسانه‌ای را چنین تعریف می‌کند که آنها نظام اداراکی مشترکی را در جهت ایجاد تفاهم دربارهٔ مسائل اجتماعی ایجاد می‌کنند و مدلی برای تقلید به اعضا ارائه می‌دهند، تضادها و چالشهای فرهنگی فراروی یک جامعه را حل می‌کنند و بالاخره وسیله‌ای هستند برای فهم حرکت تاریخ.[۳۱] *بارت* در همین راستا مطرح می‌سازد که اسطوره‌های نوین، سازه‌هایی هستند که به شکل مفاهیم تاریخی نو، درکی نو پدید می‌آورند.[۳۲]

مایکل ریل به تبعیت از *بارت* و همچنین *کری*، اسطوره را در رابطه با داستان و روایت قرار می‌دهد. او سپس به نقل *از سیلوراستون* روایات رسانه‌ای همچون مجموعه‌های تلویزیونی را به عنوان افسانه‌های امروزی رسانه‌ای مورد ارزیابی قرار می‌دهد.[۳۳]

توسعه یعنی تغییر. تغییر از یک وضعیت به وضعیتی دیگر. تغییرات حاصل از توسعهٔ اجتماعی می‌تواند ازسویی برای افراد دردناک باشد و از سوی دیگر چالشهای فرهنگی جدی ایجاد کند. به عبارت دیگر در فرایند توسعه، اعضای جامعه با سؤالات مختلفی دربارهٔ مسیر، مقصد، نقش و هویتِ خود روبه‌رو می‌شوند. اگر فرهنگی خواهان استمرار خود در فرآیند توسعهٔ اجتماعی باشد، تنها نمی‌تواند به پروپاگاندای فرهنگی دل‌مشغول دارد، بلکه باید بتواند پاسخهایی شفاف و ساده به چالشهای فرهنگی و هویتی ارائه کند. این پاسخها تنها هنگامی در ذهنیت اجتماعی جای می‌گیرد که به شکل اسطوره‌های نوین یعنی داستانها و روایتهای رسانه‌ای بیان شود. *لوی استراوس* در انتقادی به پراپ مطرح کرد که وی اصلی‌ترین کارکرد قصه‌پردازی را مسکوت گذاشته و آن نقشی است که روایت در یک فرهنگ برعهده دارد. سالها پیش از نشانه‌شناس معروفی دانمارکی به نام *لارشن* که استاد مهمان و مشاوره دهندهٔ دانشجویان فوق‌لیسانس در دانشگاه اُسلو بود، سؤال کردم که آیا *لوی استراوس* در کی ایستا دربارهٔ استمرار فرهنگی دارد؟ او در پاسخ همان‌طور که حدس می‌زدم مطرح ساخت که نه. دلیل وی نیز روشن بود. *لوی استراوس* اسطوره و روایت را در رابطه‌ای تنگاتنگ درک می‌کند و بنابراین استمرار فرهنگی را به معنای ارائه پاسخی‌هایی روشن به چالشهای فراروی یک فرهنگ تلقی می‌کند. براین اساس می‌توان فرض کرد که یک فرهنگ هنگامی پویاست که بتواند به چالشهای هویتی ایجاد شده به وسیلهٔ فرآیند دردناک توسعه در روایات رسانه‌ای امروزی پاسخ دهد. امروز روایات رسانه‌ای جانشین قصه‌های شاه‌پریان مادر بزرگها شده‌اند و همان نقش را در استمرار فرهنگی برعهده دارند. آنها جهان را تبیین می‌کنند و چون توسعه تغییری ممتد و همه‌جانبه است، آنهاباید تغییرات همه‌جانبهٔ این جهان پویا را تبیین کنند تا به پرسشهای اعضای دایره‌های فرهنگی همگون ملی پاسخ گویند. درغیراین صورت حیات این دایره‌های فرهنگی در مسیر توسعه به خطر می‌افتد و احتمالاً بخش فزاینده‌ای از اعضا، این دایره‌های فرهنگی را ترک کرده و به دایره‌های فرهنگی کشورهایی می‌پیوندند که مسیر توسعه را طی کرده و پاسخهای لازم را با توجه به ذات و جوهرهٔ خود تدارک دیده‌اند. اعضای باقی‌مانده نیز ایزولاسیون فرهنگی خود را نتیجهٔ توسعهٔ اجتماعی می‌دانند. بنابراین در مقابل عامل اصلی تنهایی و انفرادِ خود یعنی توسعهٔ اجتماعی، موضعی واپسگرایانه اتخاذ می‌کنند. تنها راه بقای هویتها و فرهنگهای موجود در جهان سوم ارائه پاسخهای مناسب به اعضا با استفاده از شیوه‌های مناسب یعنی روایات رسانه‌ای است.

ساختار روایت و ساختار توسعه

توسعه را شاید بتوان مجموعه فعالیتهای نظام‌مندی دانست که طی طرحها و برنامه‌های از پیش تدوین شده، برای تغییر وضعیت مادی جامعه اجرا می‌گردد. از این زاویه توسعه ذاتی نظام‌مند دارد. اما این مجموعه فعالیتها، سایر فعالیتهای پیش‌بینی شده و پیش‌بینی نشده‌ای را دامن می‌زنند که به‌وسیلهٔ بازار، بخش خصوصی و گروههای مردمی کوچک و بزرگ در راستای طرحهای تدوین شدهٔ توسعه ولی نه دقیقاً منطبق با آن، اجرا می‌گردد.

به عبارت دیگر به فعالیتهایی دامن زده می‌شود ولی برنامه‌ریزان کنترلی دقیق بر چگونگی طی مسیر و حتی نتایج کلی ندارند. از این زاویه توسعه، ذاتی آنارشیک دارد. نظام‌مندی در عین آنارشیسم (حداقل صوری) ویژگی ذاتی توسعه است. عدم درک این مسئله باعث می‌شود تا ناهنجاریهای حاصل از توسعه مدنظر قرار نگیرد. برنامه‌ریزان و جامعه برای آن آمادگی پیدا نکنند و به این‌ترتیب تصویری غیرواقعی از توسعه منتشر می‌شود که تنها انتظارات مردم را برای نتایج کوتاه‌مدت افزایش می‌دهد. فرآیند توسعه کثیف‌تر و دردناک‌تر از آن است که برنامه‌ریزان در مصاحبه‌های تلویزیونی خود به آن اذعان می‌کنند. این فرآیند زندگی افراد را دچار تغییرات شدید می‌سازد، آنها را از مکانی به مکانی دیگر منتقل می‌کند. بنیان اُلفت خانوادگی و پیوندهای قومی را به نابودی می‌کشد. افراد را در توده‌های وسیع از روستاها به شهرها و از شهرها به شهرهای دیگر منتقل می‌سازد. حاشیه‌نشینی را بسط می‌دهد. جوانان را به شهرکهای اقماری با فاصله‌ای نه چندان نزدیک از محل کارشان می‌کشاند. مشاغل ناآشنا، تغییرشغل، تغییر دائم مهارت، انطباق با نیازهای بازار، از بین رفتن امنیت شغلی و تعاونی که در روستا، اعضاء برای یکدیگر فراهم می‌آوردند، همه و همه بخش ناچیزی از مصائبی است که فرآیند توسعه به همراه دارد. «کیفیت زندگی» در مقاطعی از فرآیند توسعه، با وجود همهٔ دستاوردهای مادی به شدت کاهش می‌یابد. در مراحلی از فرآیند توسعه، طول عمر افراد نسبت به گذشته و آینده کمتر می‌شود اما از همهٔ اینها مهمتر انطباق فرهنگی، هویتی و شخصیتی افراد متحرک در فرآیند توسعه، گسستهای عمیق فرهنگی و گفتمانی در جامعه ایجاد می‌کند. این گسستها گاه فردی است و در اینجاست که دوگانگی هویتی فرد و یا افراد خانوادهٔ وی را دچار می‌کند؛ به نوعی که آنها دیگر نمی‌توانند درک کنند که «که هستند و با دیگران چه تفاوتها و تشابهاتی دارند؟» یعنی احساس تعلق فرهنگی به مکان و زمان در فرد می‌میرد. او خود را سیاره‌ای رها شده از منظومه‌ای می‌بیند که تنها تلوتلوخوران فضای بیکران را طی می‌نماید ولی به هیچ منظومه‌ای فرهنگی یا گفتمانی وصل نیست. *لرنر* پاسخی سرراست و ساده‌انگارانه برای این چالشها داشت: قبول بدون قیدوشرط فرهنگ غرب و تقلید از آن. او از سیب می‌خواست که به پرتقال تبدیل شود تا درد ناشی از تحول دانهٔ سیب به درخت، شکوفه و میوهٔ سیب را احساس نکند. گرچه *لرنر* در رابطه با نقش شخصیت متحرک و نقش رسانه‌ها در رابطه با راهنمایی چنین شخصیتهایی،

البته به شکلی ساده‌انگارانه محق بود، اما او هرگز نقش فرهنگی پیچیدهٔ رسانه‌های جمعی در فرآیند تحول و توسعه دردناک جامعهٔ امریکا و اروپا را نیز درک نکرده بود. به همین دلیل نیز به قول *عنایت‌الله* با ارائهٔ تصویری رویایی از توسعه در غرب، همان فرآیند را حتی به شکلی ساده‌انگارانه‌تر برای جهان سوم تجویز می‌کرد.

ساختار توسعه دارای منحنی‌های نامنظم یا به قول *مارکس* موجی است. موجهایی برمی‌خیزد، به نقطهٔ اوج می‌رسد، فرو می‌پاشد و درست در زمان عقب‌نشینی، به هنگامی که ذهنهای سادهٔ ما با دیدن ظاهر پدیده تصور می‌کند که موج شکسته، به موجی سهمگین‌تر، بلندتر و مهیب‌تر تبدیل می‌شود. در چنین فرآیندی هر فرهنگ ایستا و غیرقابل تغییر و غیرقابل انطباق در هجوم این موجها خرد و نابود می‌شود. اعضای جامعه نیز زندگی‌شان در مسیر این خیزشها و افت و خیزها دچار چنان گسستهای مقطعی یا اساسی می‌شود که نظام زندگی خود و خانواده‌شان گاه درهم می‌پیچد. توسعه با آنکه تغییر از یک وضعیت به وضعیت دیگر است، از ساختاری که در بالا به آن اشاره شد، بهره می‌گیرد. این فرایند چنان طولانی است که گاه افراد و گروهها نمی‌توانند «پایان قصه» را متصور شوند. آنها فقط پیچها، گره‌ها و مشکلات مادی، فرهنگی و هویتی آن را می‌بینند.

فرهنگهای موجود در جهان سوم پیش از آغاز فرآیند توسعه، در اوضاعی مناسب به‌سر می‌بردند و از زندگی راحتی برخوردار بودند. آنها وظایف و ساختار مشخصی را برای جوامع بسته و کوچک با فعالیتهای معین تدارک دیده بودند. هر کسی می‌دانست چه جایگاهی دارد، رابطه‌اش با دیگران به وسیلهٔ فرهنگ تعریف شده بود و می‌دانست که به سوی کدام مقصد حرکت می‌کند. آغاز فرآیند توسعه، زندگی را برای طرحهای فرهنگی موجود در جهان سوم سخت کرد. «بزرگان علم ارتباطات» با توسل به فرهنگ غرب سعی کردند تا معضل فرهنگی مشاهده شده در مقابل توسعه را که به صورت مقاومت گروههای اجتماعی بروز کرده بود، برطرف کنند.

جامعه‌ای که خواهان توسعه‌ای فراگیر، ممتد و پایا باشد، تنها می‌تواند پاسخ لازم را برای مسائل فرهنگی و هویتی افراد جامعه فراهم سازد. این پاسخها، طرحهای نوینی برای زندگی ارائه می‌دهند که فرد را قادر می‌سازند به‌طور موقت با فرآیند دردناک توسعه انطباق یابد. اما این پاسخها نمی‌توانند و جوهره و ذات گردونه‌های فرهنگی موجود در جامعه را به چیز دیگری تغییر دهند و یا آن را به گونه‌ای متحول سازند که استمرار آن در طول فرآیند توسعه ممکن شود.

ساختارهای روایی تک متنی و چند متنی به اشکال مختلف نمود پیدا می‌کند. اما با درک آنها می‌توان پاسخهای یک فرهنگ را لابه‌لای قصه‌هایی که نشانگر وضعیت دردناک مردم در فرآیند توسعه است، قرار داده به این ترتیب آن را در ذهنیت اجتماعی به نوعی عینیت بخشید.

یک ساختار تک متنی که طول نمایش آن کوتاه است و با ذات تأثر و سینما همخوانی دارد نیز به قول پراپ تغییر یک وضعیت به وضعیت دیگر است. این تغییر حاصل تضادی است که بین شخصیتهای مختلف و یا بین شخصیتها با شرایط اجتماعی، زیستی و محیطی یا تاریخی و یا حتی در مواردی متافیزیکی، وجود دارد. گره یا تضاد با اوج‌گیری خود، شخصیتها را با چنان چالشهایی روبه‌رو می‌سازد که مخاطب نتواند بر صندلی خود جابه‌جا شود. این چالشها می‌توانند در قصه همان فرآیندی را به تصویر کشند که بازیگران واقعی در زندگی روزمرهٔ خود بدان دچار شده و گاه عنان زندگیشان را در مقابل این چالشها از دست داده‌اند با اوج‌گیری چالش در قصه و در روایت رسانه‌ای، دو سوی تضاد یعنی پروتاگونیست‌ها و آنتاگونیست‌ها چنان در هم می‌پیچند که پدیده تغییر می‌یابد. دیگر نه از آن تضاد خبری است و نه از دوسوی تضاد. همه چیز تغییر می‌کند و پدیده‌ای نو که حاصل تغییر است شکل می‌گیرد. این در حقیقت می‌تواند پاسخ یک فرهنگ پویا به معضلاتی باشد که در فرآیند توسعه، قهرمانان داستان، یعنی مردم عادی، به آن دچار شده بودند. این ساختار، توانایی آن را دارد که در صورت تمایل هنرمند، پاسخی درخور را به معضلی که فرد نمی‌تواند پایان آن را متصور شود، ارائه دهد.

توسعه و ساختار تک متنی؛ از ملودرام تا واقع‌گرایی

دومین فیلم ساخت زیمبابوه به وسیلهٔ یک فیلمساز امریکایی جوان که گرایش مذهبی داشت تولید شده بود. من در مصاحبه‌ای طولانی با او، اهدافش از ساخت این فیلم را با توجه به مباحث زیبایی‌شناسانه صرف و همچنین اجتماعی مورد پرسش قرار دادم. او که فارغ‌التحصیل مدارس سینمایی مسیحی بود، در بخشی از مصاحبه توضیح داد که «ملودرام اجتماعی» مهمترین قالب برای پاسخگویی به معضلات اجتماعی است. ابتدا وضعیتی به نمایش در می‌آید، معضل یا تضاد معرفی می‌گردد، دو سوی تضاد با برخوردهای مکرر آن را به اوج می‌رسانند؛ و در پایان، پاسخ به مثابه پیام اجتماعی مخاطبان را به بیرون از سینما بدرقه می‌کند. او که قبلاً در هندوستان کار کرده بود، ملودرامهای اجتماعی هندی را نمونهٔ خوبی از آنچه در ذهنش می‌گذشت معرفی کرد. وقتی به او یادآور شدم که ملودرامهای هالیوودی می‌تواند مثال مناسبتری باشد و همچنین یادآور شدم که ملودرام اجتماعی شکل اصلی پیام‌رسانی در فیلمهای مذهبی کلیسایی، ارتشی و دولتی از زمان روزولت به بعد بوده است، ضمن تأیید به نکتهٔ جالبی اشاره کرد. او مطرح ساخت که فیلمهای هندی و ساختارهای ملودرامیکِ خاص آنها را به فرهنگ جوامع جهان سومی افریقایی نزدیک‌تر می‌بیند و به همین دلیل نیز آنها را سرمشق‌های بهتری می‌داند.

سالها قبل در مقاله‌ای از ماکسیم گورکی خواندم که تفاوت اصلی آنچه او رئالیسم سوسیالیستی می‌داند با رئالیسم واقع‌گرای بورژوایی (بخوانید دیکنزی یا انگلیسی) در این است که

رئالیسم ناب تنها چالشها را به نمایش می‌گذارد اما رئالیسم سوسیالیستی، راه‌حلهای مشخصی را نیز برای مواجهه با چالشها، مصائب و مشکلات ارائه می‌دهد. حتماً می‌دانید که ماکسیم گورکی یکی از «متهمان اصلی» رواج و گسترش ملودرامهای اجتماعی به اسم «واقع‌گرایی سوسیالیستی» است.

اما آنچه از آن فیلمساز امریکایی و این نظریه‌پرداز شهیر روسی می‌توان آموخت آن است که ذات ساختار تک متنی چه در شکل ملودرامیک تحقیر شده، چه در شکل واقع‌گرایی ناب تحسین شده به وسیله لوکاچ، مناسب‌ترین ساختار برای قصه‌پردازانی است که می‌خواهند در زمانی کوتاه یعنی در یک فیلم سینمایی، پاسخی پیرامون یکی از معضلات فرهنگی و هویتی موجود در فرآیند توسعه ارائه دهند. بدین‌ترتیب چشم‌اندازی برای غلبه بر پیامدهای ناخوشایند توسعه، در مقابل افراد جامعه ترسیم و به آنها کمک می‌کنند تا تحرک اجتماعی خود را در فرآیند توسعه، بدون از دست دادن هویت فرهنگی خودهمچنان حفظ کنند.

ملودرام و واقع‌گرایی؛ ساختارهای بخش تلویزیونی

در رابطه با تلویزیون به دلیل محیط خاص تماشای آن، مجموعه‌های تلویزیونی از ساختارهای بخش بخش یا چند متنی استفاده می‌کنند. این ساختارها که البته در رمانهای حجیم واقع‌گرا نیز به کار گرفته شده و ریشه در آثار الیوت دارد، عمدتاً به شکل پایان باز ارائه می‌شود تا مخاطب را از هفته‌ای به هفتهٔ دیگر با خود همراه سازد. در اینجا برعکس ساختار تک متنی که الزاماً تعداد شخصیتهای داستانی خود را برای جلوگیری از شلوغی بیش از حد داستان و گیجی مخاطب محدود می‌کرد، شخصیتهای داستانی متفاوت و متعدد در تضادهای مختلف، کوچک و بزرگ، به شکل منظومه‌ای، دایره‌ای و یا حتی خطی به تصویر کشیده می‌شوند که می‌توانند در مسیر حرکت مجموعه، نقشی کمرنگ‌تر یا پررنگ‌تر ایفا کنند.

از آنجا که زندگی افراد معمولی در مسیر توسعه با فرازونشیبهای مختلفی روبروست و در این میان اعضای مختلف خانواده با تضادهای فرهنگی و هویتی گوناگونی روبه‌رو می‌شوند، ساختار بخش بخش یا چند متنی، ساختاری مناسب است برای نشان دادن تداوم معضلات فرهنگی و چالشهای موجی شکل فرهنگی حاصل از توسعه؛ چالشهایی که به‌طور دائم بازیگران عادی درامهای واقعی روزمره را به خود مشغول می‌سازد. فرهنگی که دچار چالش است می‌تواند از طریق قراردادن شخصیتهای داستانی فیلم یا مجموعه تلویزیونی در مقابل معضلات بیرونی و واقعی پاسخهای مقطعی، لحظه‌ای و یا حتی درازمدتی در ارتباط با مسائل اجتماعی تدارک ببیند و یا دست‌کم در این راه تلاش کند.

پایان سخن

اما روایتهای رسانه‌ای تنها شکل داستان‌گونه ندارند. آنها می‌توانند به شکل مستند، واقع‌گرایانه یا حتی خبری نیز در رسانه‌های نوشتاری یا تصویری مشاهده شوند. تفکرساده‌انگارانه در مورد چنین روایاتی در رابطه با توسعه معمولاً به شکل پروپاگاندائیستی چنین بیان می‌شود که دستاوردهای مادی توسعه از طریق این روایات خبری نشر یابد به عنوان مثال اخبار توسعه مانند: چند تراکتور به تراکتورهای ما اضافه شد. این خبر، مثبت، خوب، تمیز و توسعه‌ای محسوب می‌شود! همه چیز در حال ساخته شدن است. همهٔ کارها در حال شدن است. هیچ مشکلی نیست؛ چرا که یک خط تلفن به سایر خط‌های تلفن یک پل به سایر پلها، یک راه به سایر راهها و... اضافه شده است!

شکست حقارت‌بار این استراتژی خبری گویا تنها برای نظریه‌پردازان «خبر توسعه‌ای» آشکار نشده است؛ چرا که مضحکهٔ عام و خاص، حتی بی‌سوادترین و ناآگاه‌ترین مخاطبان شده و عمدتاً به وسیله‌ای تبلیغاتی در دست سیاستمداران و دولتمردان جهان سومی مبدل شده است.

با استفاده از ساختارهای متفاوت روایی خبری از جمله اصلی‌ترین ساختار روایی که لابوف آن را به بهترین شکل توضیح داده، می‌توان پس از توضیح وضعیت، تاریخچه و پس‌زمینه، تضادهای حاصل از توسعه و معضلات حاصل از این فرآیند را مطرح ساخت تا در مرحلهٔ حل و آنچه لابوف «کدا» (Coda) می‌نامد، پاسخی نه به معنای حل کامل مسئله، بلکه به معنای ترسیم راههایی به سوی بهبود، ارائه داد. بدین‌ترتیب بدون آنکه واقعیتها پنهان بماند، با طرح همیشگی آنها بدون آنکه انتظارات مردم بیش از حد افزایش یابد، مسیر حرکت توسعه و بازیگران متحرک درگیر در آن ـ برای مخاطبان یعنی همان بازیگران ـ ترسیم می‌شود. به این ترتیب همزمان با نشان دادن بی‌نظمی، نظم فرآیند موجی توسعه به سوی بهبود به‌طور روزمره در مقابل چشمان مخاطبان قرار می‌گیرد.□

پی‌نویسها:

1. Melkote, 1991. p 84
2. Nelemes, Jill/1996/p.294

۳. همان، صص ۲۹۶ـ۲۹۵

۴. همان، صص ۲۹۷ ـ۲۹۶

۵. همان، صص ۳۰۰ـ۲۹۸

6. Roy Armes/1987/p.p.103-104
7. Nichols, B. 1991/p.22
8. Schramm,1964:41-42
9. Melkote, 1991, p.p, 20-22
10. Rogers, 1976, p.127
11. Melkote, 1991, p. 44 به نقل از
12. Melkote, 1991, p.82
13. Göran Hedebro, 1982, p.21

۱۴. همان، ص ۸۳

15. R.Stevenson, 1988, p.18
16. Göran Hedebro, 1982, p.20
17. Lerner, 1963, p.348
18. Björn Hettne, 1990, pp. 9-10
19. Stevenson, 1988, p. 28
20. Stevenson, 1987, p. 32

21. Amin, S. 1988, pp. 1-11
22. David Bordwell, 1991, pp. 73-75
23. S.Hall, 1997, pp. 36-39
24. Hamillton, p. 1997. In: Hall S. 1997. p 76
25. Baldwin. E, et all. 1999, p. 157
26. Hall,S. 1997, pp. 2-3
27. Real, M.R, 1989 pp 15-17
28. Grossberg.L 1996 In: Hall.S et all 1996. pp. 88-89, 93-95
29. Encyclopedia of Semiotics, 1998, p.434
30. Baldwin, E. et all. 1999. p 54
31. Real, M.R, 1989. p 67
32. Hall, S, 1997, pp 39-40
33. Real, M.R. 1989. pp 66-67

منابع:

1. Amin, Samir. 1988 (First Published). Eurocentrism. United Kingdom: Zed Books.

2. Armes, Roy. 1987. Third world film Making and the west. University of California press
3. Baldwin, Elaine, et al. 1999. Introducing Cultural Studies. Prentice Hall Europe
4. Barnow, Erik. 1974. "Documentary". A History of the Non-Fiction Film. Oxford University Press
5. Barsam, Richard Meran. 1973. "Nonfiction film": A Critical History. New York: E.P.Dutton & co., INC.
6. Bordwell, David. 1989. Making Meaning. Harvard University Press.
7. ENCYCLOPEDIA of SEMIOTICS. 1998. Oxford University Press.
8. Ferguson. Marjorie, et al. 1997. Cultural Studies in Question. SAGE Publications.
9. Hall, Stuart, etal. 1996. Questions of Cultural Identity. SAGE Publicatins
10. Hall, Stuart. 1997. "Representation": Cultural Representations and Signifying Practices.SAGE Publications
11. Hedebro, Göran.1982. Communication and Social Change in Developing Nations. The Iowa State University Press/AMES.
12. Hettne, Bjorn. 1990. Development theory and the three Worlds. Longman Scientific & Technical
13. Lerner, Daniel. 1958. the Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East. New York: Free Press.
14. Mast, Gerald. 1976. A Short History of the Movies. The Bobbs-Merrill Company, Inc. Indianapolis
15. Melkote, Srinivas R. 1991. Communication for Development in the Third World. SAGE Publications
16. Nelmes, Jill. 1996. An introduction to Film Studies, Routledge
17. Nichols, Bill. 1991. Representing Reality. Indiana University Press.
18. Real Michael R. 1989. "Super Media": A Cultural Studies Approach. SAGE Publications
19. Stevenson Robert L.1988. Communication, Development, and the Third World. Longman Inc.
20. Schramm, Wilbur. 1964. Mass Media and National Development. California: Stanford University Press.

۲۱. میرفخرایی، تژا. ۱۳۷۷. طرح تفصیلی برای بررسی ادبیات

۲۲. میرفخرایی، تژا. ۱۳۸۱. رمان‌های عامه‌پسند و گفتمان فرهنگی، تحقیق برای شورای فرهنگ عمومی (چاپ نشده است).

۲۳. میرفخرایی، تژا. ۱۳۸۳. تناسب فرهنگی یا گسست گفتمانی (چاپ نشده است).

۲۴. میرفخرایی، تژا. ۱۳۷۶. تجزیه و تحلیل تلویزیون. (چاپ به صورت جزوهٔ دانشگاهی).