

**شیوه‌های رویارویی کشورهای در حال توسعه
با چالش‌های تکنولوژی‌های نوین اطلاعات و ارتباطات**

نویسنده: جیمز دبلیو کری (James W. Carey)

استادیار روزنامه نگاری و مدیر موسسه تحقیقاتی ارتباطات دانشگاه ایلینویس آمریکا

آدرس سایت مقاله:

<http://www.jm.columbia.edu/faculty/carey.asp>

کلید واژه ها: تکنولوژی های اطلاعاتی، همپوشی فرهنگی، فشار اطلاعات، امپریالیسم فرهنگی، نفوذ فرهنگی

تکنولوژی های جدید اطلاعاتی، ارتباطی، ICT (فناوری ارتباطات و اطلاعات) شامل تمامی فن آوری هایی است که گونه های مختلف ارتباطات را میان انسانها بایکدیگر، انسانها با سیستم های الکترونیکی و سیستم های الکترونیکی باهم میسر می سازد.

به نظر می رسد که نگاه جهانیان به این پدیده بر طیفی از شیفتگی تا انزجار قرار می گیرد که در یک سوی آن، جهت گیری کاملاً مثبت، همراه با شیفتگی و انتظار دستیابی به دموکراسی جهانی و مدینه فاضله دیده می شود که تجسم همپوشی فرهنگی، (Cultural Overlap) بخشی از انواع نگاه های کاملاً مثبت به آن است و در آن سوی طیف جهت گیری منفی قرار دارد که با اصطلاح فشار اطلاعات (Push Information) و منفعل شدن مخاطب و شکل گیری بزرگراه های مصرف شروع و به حوزه تلاش به منظور نجات جامعه بومی وارد و با توصیف وضعیت به صورت امپریالیسم فرهنگی و تهاجم فرهنگی از سرانجام بی ملیتی و آمریکایی شدن سخن می گوید. شاید بتوان مقدمه ورود کشورهای در حال توسعه به عصر فناوری ارتباطات و اطلاعات را آغاز دهه ۱۹۹۰ دانست که شبکه ماهواره ای STAR با پوشش گسترده آسیایی شروع به کار کرد. تحقیقات نشان می دهد که برخی از حکومت ها در آسیا بدون شناخت دقیق وضعیت و آینده نگری، هر کدام در جایی از آن طیف شیفتگی تا انزجار قرار گرفتند، بگونه ای که عکس العمل آن ها در شش دسته جای گرفت. دسته اول، کشورهایی بودند که نه تنها استفاده از تلویزیون ماهواره ای را مجاز دانستند، بلکه تسهیلاتی نیز برای دریافت برنامه ها به وسیله مردم فراهم کردند. مانند سنگاپور و کویت

گروه دوم کشورهایی که مانعی ایجاد نکردند، اما با تعیین مالیات برای نصب آنتن، به طور غیر مستقیم با عمومی شدن آن مقابله کردند. مانند پاکستان

گروه سوم کشورهایی که مجاز دانستند ولی اقدامات رقابتی را نیز آغاز کردند. مانند هند، اندونزی، کره جنوبی و سریلانکا

گروه چهارم کشورهایی که با پشتوانه امکانات قوی خود پیش از ممنوعیت، در رقابت موفق شدند.

مانند ژاپن

گروه پنجم کشورهای بی که همراه با ممنوعیت قانونی، اقدامات رقابتی را نیز دنبال کردند. مانند عربستان سعودی، بحرین، قطر، شارجه، دبی و مالزی

گروه ششم کشورهای بی که سردرگم، تصمیم قانونی نگرفته و هیچگونه اقدام رقابتی را نیز آغاز نکردند. مانند ایران و برخی از کشورهای تازه استقلال یافته آسیای میانه

در نگاهی کوتاه به بخش مثبت طیف، می توان به عنوان نمونه به نظرات کلیفورد گیرتز (C. Geertz) اشاره کرد که بسیار خوشبینانه، سرانجام این عصر را همپوشی فرهنگی می داند.

او در تعریف فرهنگ می گوید، فرهنگ در جوهره خود اطلاعاتی است که گروهی در آن شریک اند. خصلت اطلاعات به عکس اشیاء، آن است که دهنده، آنچه را که داده میتواند برای خود نیز حفظ کند. بدین ترتیب فرهنگها با یکدیگر همپوشی یافته با هم تعامل پیدا می کنند و وابستگی متقابل می سازند.

آنچه اتفاق خواهد افتاد همانست که در فرهنگ مشترک میان یک زوج روی می دهد زیرا آنها می آموزند که چه انتظاری از یکدیگر داشته باشند. (McCreevy, 1994).

برخی از کشورها خوش بینی خود را در عمل اینگونه نشان داده که علی رغم اختلافات دیرینه با جامعه ای دیگر، فضای حاصل از فناوری ارتباطات و اطلاعات را وسیله ای برای نزدیکی بیشتر با خصم دیرینه تلقی کرده اند. نمونه اقدامات کره جنوبی در مقابل ژاپن از مصادیق بارز چنین مواردی است. (Ryall, 2000)

در کنار چنین خوش بینی هایی، افرادی مثال پیرلازولی - نویسنده لیبراسیون - معتقد است که در فناوری ارتباطات و اطلاعات فقط منافع نظام سرمایه داری، سودپرستی، توسعه تبلیغات بازرگانی و افزایش مصرف نهفته است. او می گوید عصر چند رسانه ای می خواهد کتاب را کنارگذارد. او کتاب را از منظر چشم سوداگران با اینترنت مقایسه کرده و می نویسد: آنها از دید تجاری، به هیچ وجه کتاب را ابزار رسانه ای مناسبی نمی دانند، چون خودکفاست، هزینه جانبی ندارد. قابل مبادله و استفاده عده زیادی است. خواننده کتاب می تواند خارج از دسترس تبلیغات و چرخه کسب و کار، ساعتها را با کتاب سپری کند. کتاب استدلال خواهی و افزایش حس گرایش به نقد را در مخاطب تقویت می کند.

در حالی که اینترنت سال به سال با از رده خارج کردن کامپیوتر قبلی، مصرف کننده را نیازمند دستگاهی جدیدتر می‌کند. روز به روز بر تعداد سی دی‌های انبار شده او افزوده می‌شود ضمن آنکه صنعت تلفن به خاطر کارکرد اینترنت، هزینه بیشتری از او دریافت می‌کند البته لازولی تصدیق میکند که اینترنت علیرغم تمام این مخاطرات، ابزاری فوق‌العاده برای ایجاد ارتباط است و در جای خود پیشرفتی قابل ملاحظه محسوب میشود و امکان گفت و گوی آزادانه را با تمام جهان فراهم می‌سازد. او در مورد پست الکترونیکی می‌گوید، در جامعه اطلاعاتی نیز مثل سایر جوامع انسانی، دلنشین‌ترین دیدارها و برخوردها در بزرگراه‌ها صورت نمی‌گیرد، بلکه به‌طور غیر مترقبه و در جاده‌های فرعی روی می‌دهد (Lazuly, 1998).
عده‌ای نگران نابرابری در سواد اطلاعاتی (Information Literacy) و سواد رقومی (Digital Literacy) در میان اعضای یک جامعه هستند. (Inoue, 2000).

برخی نیز موضوع را وسیع‌تر دیده از نابرابری میان کشورها سخن گفته و می‌گویند همانگونه که میان امکانات محله‌های فقیر نشین با ثروت‌مند نشین تفاوت مشهود است، چنین تفاوتی در مورد جامعه اطلاعاتی نیز در حال شکل‌گیری است. (برلو، ۱۹۹۷)

در جامعه فناوری ارتباطات و اطلاعات، تمامی اطلاعات خصوصی افراد، به صورتی نظم یافته و ضمناً دور از دسترس صاحب اطلاعات نگهداری خواهد شد. اگر اکنون تمامی سوابق مکالمات تلفنی افراد حفظ می‌شود. به تدریج زمانی خواهد رسید که دولت‌ها قادر خواهند بود اطلاعات عظیمی را درباره تک اعضای تشکیل دهنده ملت در اختیار داشته باشند. ضمن آنکه هم‌اکنون نیز بخشی از این اطلاعات مانند آدرس آبونمان شدگان برای فروش ضبط و بصورت پکیج‌های آماده عرضه می‌شود. (Seshagiri, 1993)

هرچه به درجات بالاتر جهت‌گیری منفی، به فناوری ارتباطات و اطلاعات نزدیک می‌شویم، جوامعی را می‌بینیم که در سابقه دستیابی به شرایط مذکور عقب‌تر هستند. بعنوان مثال آن دسته از کارشناسان ارتباطات که از اصطلاح امپریالیسم فرهنگی استفاده می‌کنند، کسانی هستند که به مقایسه توان فناوری ارتباطات و اطلاعات میان کشورهای اروپای مرکزی با آمریکا، اروپای شرقی سابق با اروپای مرکزی و حتی کره با ژاپن می‌پردازند.

این اصطلاح نیز پیشینه‌ای دیرینه دارد و میتوان آن را در گزارش مک‌براید و بسیاری گزارش‌های دیگر مانند جریان بین‌المللی برنامه‌های تلویزیونی - یک خیابان یک‌طرفه (Varis, 1985) دید. اکنون نیز همانگونه که آلن ولز می‌گوید، هرگاه بحث امپریالیسم فرهنگی مطرح می‌شود، موضوع رسانه‌ها، جریان اطلاعات و برنامه‌های تلویزیونی بیگانه به میان کشیده می‌شود (Wells, 1996) به عنوان مثال در تحقیقی که در سال ۱۹۹۸ در مورد برنامه‌های تلویزیونی کشورهای رومانی، لیتوانی، اسپانیا و پرو انجام شد، دیده شد که مدل بومی تلویزیون‌های لیتوانی و رومانی که مربوط به قبل از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی و حاوی اهداف آموزشی بود تبدیل به مدلی مشابه تولیدات تلویزیون‌های تجاری پراگهی اروپای مرکزی شد. محققان تحقیق مذکور می‌نویسند که تلویزیون کشورهای اروپای شرقی اکنون تبدیل به کارگزاران سبک‌های تلویزیون اروپایی شده و در نتیجه به توسعه ارزش و فرهنگ غربی در این کشورها پرداخته‌اند. آن‌ها گزارش می‌دهند که در هر چهار کشور، تولیدات تلویزیون داخلی بر اساس الگوها و سبک تولیدات تلویزیون آمریکا شکل می‌گیرد و تأکید می‌کنند که بسیاری از تولیدات تلویزیون اسپانیا نه بازتاب ارزشهای اسپانیایی و نه مربوط به پندارهای هویت ملی آن کشور، بلکه نمونه‌ای از محصولات آمریکایی شده است.

آنها نتیجه گرفته‌اند که امپریالیسم فرهنگی و در رأس آن ایالات متحد آمریکا سبب شده که فرهنگ آمریکایی بصورت نفوذ فرهنگی (Cultural Influence) از طریق تولیدات تلویزیونی در جهان گسترش یابد و با گسترش اینترنت و تلویزیون‌های ماهواره‌ای، فاصله‌ها از گذشته تنگ‌تر شده و شرایطی مهیا شده که بهتر است به جای جهانی شدن، آن را آمریکایی شدن (Americanization) و یا حتی بی‌ملیت شدن (Denationalized) بنامیم. آن‌ها دلیل می‌آورند که تکرار مورد نیاز جهانی شدن، به طرف تمرکز رسانه‌ای (Concentrated Media) می‌رود. ضمن آن که الگوهای کلیشه‌ای (Stereotype) نیز برای تولیدات داخلی تلویزیون‌های جهان در حال توسعه است. (American Invasion, 2000)

البته اگر چه موضوع امپریالیسم فرهنگی بیشتر متوجه ایالات متحد آمریکا است اما کشورهای دیگری نیز هستند که تولیدات تلویزیونی خود را به صدها کشور دیگر صادر می‌کنند. مانند برزیل که صادرکننده به ۱۲۸ کشور جهان است. (Abercrombie, 1996)

مصر که صادرکننده عمده برنامه‌های تلویزیونی به تمامی کشورهای عربی است، ضمن آنکه تحقیقات نشان داده که اکثر کشورهای آفریقایی وارد کننده برنامه‌های تلویزیونی کشورهایی هستند که روزگاری مستعمره آنها بوده‌اند. منفی‌ترین جهت‌گیری به فناوری ارتباطات و اطلاعات با اصطلاح تهاجم فرهنگی مطرح می‌شود. اصطلاحی که می‌توان آن را از سیاستمداران و مصلحان اجتماعی ایران، مصری و حتی فرانسوی نیز شنید و اکثراً "از سوی جوامعی به کار می‌رود که در گذشته سلطه خارجی، آسیب‌های جدی بر ثروت‌های مادی و معنوی آنها وارد کرده است و از نظر نظام ارزشی نیز تفاوت‌های عمیق با غرب دارند. یکی از محققان مصری در توصیف تهاجم فرهنگی از اصطلاح ابداعی دیگری بنام تهاجم روشنفکری (Intellectual Invasion) استفاده کرده که به نظرمی‌رسد مشابه همان اصطلاح قدیمی است که یکی از جامعه‌شناسان ایران به نام جلال آل احمد (۱۹۶۹-۱۹۲۱) آن را به صورت غرب زدگی مطرح کرد.

صالح المقاوری در بررسی تاریخی خود تهاجم روشنفکری را به سه مرحله تقسیم کرده است:

مرحله اول را شیوه‌ی فیلسوفان باستانی یونان میدانند که تلاش میکردند تمامی فرهنگها را به پذیرش مفاهیم و طبقه‌بندی‌های آنان وادار کنند. مرحله بعدی مربوط به قرون وسطی بود که از طریق جنگ‌های صلیبی تلاش می‌شد که از توسعه اسلام در اروپا ممانعت به عمل آید.

سومین مرحله را مربوط به عصر حاضر دانسته و آنرا تهاجم روشنفکری می‌نامد که ترکیبی است از همان امپریالیسم فرهنگی به علاوه تهاجم روشنفکران داخلی به منظور کنترل وضعیت فرهنگی آنها، المقاوری هدف این تهاجم را در کشورهای اسلامی کوشش بر تغییر اصول اسلامی، ایجاد تردید در تاریخ اسلام، بی‌ثبات کردن شخصیت ملت‌های مسلمان و پدید آوردن مفاهیم جدید به جای قوانین اسلامی، یورش به رهبران مذهبی و بی‌اعتبار کردن آنها، نفوذ به نهادهای آموزشی به ویژه رسانه‌ها و توسعه تئوری‌های فلسفی همچون پراگماتیسم، اگزیستانسیالیسم و سکولاریسم می‌داند

ضمن آن‌که نگران نفوذ میسیونرهای مذهبی در جامعه مصر نیز هست. (El-M aghaw rye, 2000)

در یک جمع‌بندی از آنچه روی طیف مورد بحث قرار گرفته می‌توان گفت که در مورد آینده فناوری ارتباطات و اطلاعات سه سؤال فرضیه گونه پیش روی ماست:

1- آیا آینده این تحولات به تعامل - به مفهوم تبادل فرهنگی - منتهی خواهد شد؟

2- پروسه و فرایندی همچون هرنا برابری ناشی از جبر و اختیار دیگری در جریان است که در طول تاریخ، ملتها، با مشابه آن مواجه بوده و بدلیل دسترس‌های متفاوت به سخت‌افزار و نرم‌افزار، از دستاوردهای نابرابر برخوردار شده‌اند؟

3- سرانجام روابط از قبل طراحی شده یک‌سویه‌ای خواهد بود که به صورت یک پروژه نه پروسه - جنگ نابرابری را به وجود آورده که کلید واژه آن تهاجم فرهنگی است؟

من تردید دارم که فرضیه اول به وقوع بپیوندد و از جمله کسانی هستم که براساس شواهد، آینده‌نگری‌های خوش‌بینانه مربوط به جهان چند رسانه‌ای را نوعی توهم می‌دانم. در این مورد لازولی می‌نویسد:

همان توهمی که در آغاز اختراع تلویزیون ایجاد شده و همه معتقد بودند که این نوآوری شگفت‌انگیز، دستیابی آزادانه همگان را به فرهنگ و هنر فراهم می‌سازد اکنون بر اینترنت حاکم شده و بشر یک بار دیگر دچار ساده‌لوحی شده است. (Lazuly, 1998)

این ساده‌لوحی در عصر رادیو نیز روی داد، چنانکه چارلز رد مورخ آمریکایی در ششمین سال آغاز به کار رادیو نوشت: رادیو، جهان وطنی را به همراه خواهد آورد.

گویی روی بال‌های باد باشی و جهان را در نوردی قبل از آن نیز ساموئل مورس، به هنگام اختراع تلگراف، در ۱۸۳۵ نوشت، عصب‌های تلگراف به سرعت تفکر، دانش و همه آنچه را که در این سرزمین رخ می‌دهد منتقل می‌سازد. من طرفدار فرضیه دوم هستم. یعنی معتقدم که پروسه و فرایندی همچون هر نابرابری ناشی از جبر و اختیار دیگری در جریان است که در طول تاریخ، ملت‌ها با مشابه آن مواجه بوده و به دلیل دسترسی‌های متفاوت به سخت‌افزار و نرم‌افزار، از دستاوردهای نابرابر برخوردار شده‌اند؟

بشر این دوران را مکرر تجربه کرده است. روزگاری بود که کشتی‌های بازرگانی و نظامی پرتقال و اسپانیا، دریاهای جهان را در اختیار داشتند و در همان مقاطع فرهنگی‌هایی همچون اینکاها با یک نابرابری سهمگین سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مواجه بودند.

در مورد رسانه‌ها نیز این نابرابری سابقه‌ای دیرینه دارد. مثلاً "هنگامی که اروپا از محصول اختراع گوتنبرگ سود می‌برد، بسیاری از کشورهای آفریقایی و آسیایی حتی از این پدیده بی‌اطلاع بودند.

اما باید دانست وقتی طرفدار فرضیه دوم باشیم و بخواهیم تحولات فناوری ارتباطات و اطلاعات را نه به صورت یک پروژه عظیم شمال علیه جنوب بلکه به صورت یک پروسه تاریخی نگاه کنیم، ماهیت آن تغییر نمی‌کند، بلکه رفتار ماست که باید تغییر کند.

فناوری ارتباطات و اطلاعات این امکان را فراهم کرده که برخی از جوامع توسعه یافته به مراتب پیش از گذشته، فرصت عرضه ارزش‌های خود را در جوامع دیگر به دست آورند. درحالی‌که این داوری نیز از سوی برخی وجود دارد که مجموعه ارزش‌های تشکیل دهنده مدل لیبرالی غرب، کسب سود و منفعت به هر شکل، اما تحت لوای آزادی است و از آنجا که سکس و خشونت سبب فروش بهتر تبلیغات می‌شوند و مخاطبان را به رسانه‌ها معتاد می‌سازند، محتوای رسانه‌ها بیشتر میل برحول این موضوعات خواهند داشت. (Bagdikian, 2000)

علت عدم پذیرش فرضیه سوم، سوای شواهد اثباتی فرضیه دوم، تفاوت‌های اساسی پدیده حاضر با شرایط تهاجم نظامی است. هنگامی که به واژه تهاجم فرهنگی - که بیشتر در متون و منابع غیر علوم ارتباطات دیده می‌شود - می‌اندیشیم ناچار و حتی ناخودآگاه آن را در قالب تهاجم نظامی نگاه کرده و ساخت و کارکردی مشابه و مفهومی مشترک با تهاجم نظامی را برای آن جست و جو خواهیم کرد. در این میان به نظر می‌رسد که میان تهاجم فرهنگی با تهاجم نظامی دو مشابهت ظاهری وجود داشته باشد:

1- مشابهت در شلیک گلوله به دورترین فاصله و ارسال پیام نیز به دورترین فاصله

می‌دانیم که جنگ جهانی اول را آغاز دوران جنگ‌های نوین می‌دانند که اساس آن بر رزم دور به جای رزم نزدیک نهاده شده بود و در واقع مجموعه‌ای از فن‌آوری‌های نوین به صورت اقدامات لجستیکی همراه با انواع استراتژی‌ها و تاکتیک‌های نظامی، تسلط آن را بر فاصله ممکن ساخت. از آن سو در حوزه ارتباطات نیز انسان توانسته به توانایی بی‌نظیر دستیابی به فواصل بسیار دور برای ارسال هم‌زمان صوت، متن و تصویر متحرک دست یابد. در واقع در عصر حاضر هر دو توانسته‌اند بر فاصله غلبه کنند.

2- دستیابی مشترک در شیوه‌های عبور از موانع

در حوزه نظامی، روزگاری بود که استفاده از خندق، سیم خاردار و انواع موانع دیگر، بازدارنده تهاجم نظامی می‌شد در حالی که سال‌هاست موانع مذکور کارکرد خود را از دست داده و موشک‌های بالستیک از قاره‌ها عبور می‌کنند. در حوزه ارتباطات نیز دیوار آهنی عصر مائو آخرین نمونه قرن بیستمی عامل بازدارنده محسوب می‌شد که اکنون دستیابی به فناوری ارتباطات و اطلاعات خصلت عبور از تمامی مرزها و دیوارهای آهنی را به دست آورده است. این خصلت طبعاً "مغایر با محدوده تعریف شده اقتدار چنین حکومت‌هایی است. ضمن آنکه نگرانی آنها، مشابه همان تجسم ورود موشک‌های بالستیک از قاره‌های دیگر است. سوای این مشابهت‌ها، به نظر من پنج تفاوت اساسی وجود دارد که اهمیت و نقش آن‌ها به مراتب بیش از مشابهت‌هاست:

1- تفاوت در تعداد عناصر

تهاجم عبارت است از تاخت و تاز نیروهای مسلح یک کشور، در مناطق مرزی کشور دیگر به قصد جنگ افروزی و جنگ، عملی قهری است که منظور از آن مجبور کردن خصم به اجرای اراده ماست. در تهاجم حداقل دو نیرو وجود دارد:

1- نیروهای بیگانه یا مهاجم

2- نیروهای خودی یا مدافع در حالی که در تهاجم فرهنگی به جای دو عنصر، سه عنصر ذیل وجود دارد:

- نیروی مهاجم که همان منبع پیام وابسته به منابع قدرت است

- رهبرانی از جامعه مورد تهاجم که به درک وقوع تهاجم می‌رسند

- توده‌های گیرنده که عملاً "گزینه‌گر پیام هستند

در جنگ، هردو نیرو در تلاش بیشترین آسیب به طرف مقابل و کمترین آسیب به خود است. در حالیکه در تهاجم فرهنگی، تعبیر عنصر دوم آن است که تلاش عنصر اول در تأثیرگذاری بر عنصر سوم، عملاً "اعمال بیشترین آسیب بر عنصر دوم، به منظور حفظ منافع عنصر اول است.

2- تفاوت در نقش‌ها

مهمترین تفاوت، مربوط به نقش‌های عناصر تشکیل دهنده تهاجم فرهنگی با تهاجم نظامی است. در تهاجم نظامی هنگامی که مهاجم شلیک می‌کند، مدافع در پذیرش گلوله به خود تمایلی ندارد و قطعاً در تلاش نفی فیزیکی و معنوی آنست، اما در تهاجم فرهنگی، عنصر سوم یا همان توده‌های مردم که به تعبیر عنصر اول نشانگاه اصلی این تهاجم هستند، می‌تواند در پذیرش یا عدم پذیرش این گلوله‌ها اراده نماید و حتی در نفوذ این گلوله‌ها بر تن خود اشتیاق نشان دهد.

در تهاجم نظامی، گلوله گلوله است درحالی‌که در تهاجم فرهنگی، حتی میزان باور مردم به منشاء شلیک، یعنی وسایل ارتباط جمعی بیگانه و خودی می‌تواند در تعبیر گلوله مؤثر باشد آنچنانکه در دوران انقلاب اسلامی ایران، توده‌های مردم صدای رادیوهای بیگانه را خودی تر از صدای رادیوی رژیم شاه می‌دانستند. در واقع در تهاجم نظامی طرفین متفق‌القول هستند، گلوله‌هایی که شلیک می‌شود مخرب است اما در تهاجم فرهنگی الزاماً چنین اتفاق نظری میان عناصر سه گانه وجود ندارد به گونه‌ای که ممکن است مهاجم، همان گلوله‌هایی را که به سوی عنصر سوم وابسته به مدافع شلیک می‌کند، به خود نیز شلیک کند. می‌دانیم در گذشته این باور وجود داشت که عنصر سوم، یعنی مخاطبان وسایل ارتباط جمعی، در مقابل این وسایل، نقشی انفعالی دارند. اما می‌دانیم که مخاطبان رسانه‌ها، می‌توانند گزینش پیام کنند، جذب پیام شوند و یا حتی به آن پشت کنند. در واقع اکثر تحقیقات چند دهه اخیر درباره مقوله برجسته‌سازی (Agenda Setting) و تمامی کتابهای شیوه‌های اقناع، اثبات کننده رفتار غیر انفعالی مخاطبان در مقابل رسانه‌هاست.

3- تبدیل میدان جنگ به بازار پیام

شکل‌گیری ارتباطات چندرسانه‌ای و در واقع توسعه تکنولوژیهای اطلاعاتی - ارتباطی، پهنه گزینش عنصر سوم را بسیار وسیع‌تر کرده است و شکل‌های تازه‌ای از دریافت شلیک را فراهم ساخته که دور از چشم عنصر اول و عنصر دوم، از طریق ارتباطات میان انسانی، انسانی و رقومی و میان رقومی امکان‌پذیر شده است. به عبارت دیگر، توسعه فناوری ارتباطات و اطلاعات عصری را به وجود آورده که می‌توان شکل‌گیری بازار جهانی پیام نامید.

در این بازار خریداران پیام حسب نیاز، سلیقه و ذائقه خود، از میان انبوهی از کالا-اکثرا" بسیار ارزان تر از گذشته و در خیلی از موارد رایگان - هر لحظه یکی را گزینش می کنند. نکته قابل توجه آنست که این M essage M arket با بازار رسانه ها نظریه پردازان مارکسیست رسانه ها که در قالب نظریه های اقتصادی - سیاسی رسانه ها عنوان شده است متفاوت است. آن نظریه ها بیشتر به ریشه های اقتصادی تولید و عرصه پیام توجه دارند و در واقع موضوع را از دیدگاه زیربنا نگاه کرده و معتقدند که در نظام سرمایه داری، رسانه ها از یکسو در تلاش برای حفظ و تثبیت موقعیت صاحبان رسانه ها هستند و ازسوی دیگر در تلاش کنارنهادن گروه های فاقد سرمایه برای ورود به بازار رسانه ها می باشند و این همان است که به عنوان امپریالیسم فرهنگی مطرح شده و به آن اشاره شد.

- تفاوت میان درجه دشواری برای اشغال

تهاجم نظامی میتواند به اشغال منتهی شود. ادبیات علوم سیاسی اشغال را بعنوان یکی از پیامدهای تهاجم، بصورت استقرار سلطه تعریف می کند و توضیح می دهد که استقرار سلطه به مفهوم انتقال حاکمیت نیست. بطوریکه در شرایط اشغال، حاکمیت امور انتظامی و حتی قضایی می تواند کماکان بدون تغییر باقی بماند. در تهاجم نظامی هر اندازه تفاوت نیروهای طرفین بیشتر باشد، وقوع اشغال بیشتر خواهد بود. در حالی که در تهاجم فرهنگی موازنه قدرت الزاما" مانع تداوم تهاجم نخواهد شد، زیرا سرنوشت تهاجم را نقش هایی که عنصر سوم ایفا خواهد کرد تعیین می نماید.

- تفاوت درجه توانایی به کارگیری گلوله ها

در تهاجم نظامی مهم نیست که گلوله ها ساخت کدام یک از طرفین جنگ باشد به طوری که از غنایم جنگی می توان علیه طرف مقابل استفاده کرد در حالی که در تهاجم فرهنگی گلوله های مهاجم قابل استفاده برای تهاجم مشابه از سوی مدافع روبه مهاجم نیست. در نتیجه نابرابری در میان تولیدکنندگان پیام در بازار پیام به مراتب عمیقتر از مصرف کنندگان تسلیحات نظامی است. وجود پنج تفاوت مهم میان تهاجم نظامی و اصطلاح تهاجم فرهنگی سبب میشود که توصیه به جایگزین کردن واژه ای مناسب تر را مطرح کنم که بار مسئولیت مخاطب را بیشتر نشان دهد.

در این مورد شاید بتوان از واژه "تداخل (Interfere)" استفاده کرد که در فرهنگ فولکوریک ایران برای نشان دادن ناهمسازی دو ماده غذایی متفاوت به کار می‌رود.

وقتی به فردی گفته می‌شود تغذیه از دو ماده غذایی، ایجاد تداخل می‌کند، توجه، معطوف به اثرگذاری منفی تغذیه مشترک از آن مواد می‌شود. نه توجه بر خصلت منفی آن‌ها و در واقع اراده مخاطب غیر منفعل اصل قرار می‌گیرد و همین خصلت سبب می‌شود که این مقاله با اقتباس از تداخل غذایی (Food Interfere) تداخل فرهنگی (Cultural Interfere) را بعنوان یک اصطلاح جدید ارتباطی که متناسب با شرایط معاصر شکل‌گیری بازار جهانی پیام است پیشنهاد کند.

پذیرش این اصطلاح هشت توصیه را به شرح زیر به دنبال دارد:

1- حکومت‌های کشورهای در حال توسعه، در توصیف کارکرد رسانه‌ها، به جای باور به نظریه‌های مردود شده تزریقی و گلوله جادویی - چه در مورد رسانه‌های بیگانه و چه داخلی - و در واقع به جای باور به این اصل که انسان‌ها در مقابل رسانه‌ها، موجوداتی مطیع و منفعل هستند، اصل گزینشگر بودن انسان و اصل فراگرد بودن ارتباطات او را پذیرفته و با به‌کارگیری تحلیل‌های سیستمی، پدیده فناوری ارتباطات و اطلاعات را در سپهر حیات انسان معاصر، به عنوان مجموعه‌ای از عناصر متعامل نگاه کرده و کوشش کنند که برای بقای همراه با دستیابی به اهداف ملی، به فشارهای ناشی از تغییرات محیط، عکس‌العمل‌های سیستمی بروز دهند.

2- حکومت‌های در حال توسعه در شناخت بازار جهانی پیام و رازورمز مکانیزم‌های آن شیوه‌های خردگرایانه و غیر احساسی را دنبال کرده و از همین مسیر، دریافتن تدابیر اجرایی برای رقابت در این بازار، تأمین نیازهای مصرف‌کنندگان داخلی را مبنای قرار دهند.

3- حکومت‌های کشورهای در حال توسعه در جایگزینی شیوه‌های برقراری ارتباط افقی به جای ارتباط عمودی از سوی رسانه‌های داخلی به‌ویژه رسانه‌های در اختیار و مدیریت خود تلاش کنند.

4- در تأمین نیاز مخاطبان، به جای استفاده از مواضع اقتدارگرایانه در قالب رفتارهای به ظاهر مصلحانه، از شیوه‌های علمی نیازسنجی ارتباطی جامعه استفاده کنند.

5- از آنجا که اعمال نظارت‌های سنتی بر رسانه‌های خارج رو به داخل امکان‌پذیر نیست، به منظور امکان افزایش توان رسانه‌های داخلی با امواج بیرونی شیوه‌های مراقبتی را جایگزین شیوه‌های سنتی نظارت کنند.

6- در وضع قوانین رسانه‌ای، خصلت‌های جدید رسانه‌ها و واقعیات ارتباطی جهان معاصر را در نظر گیرند.

7- برای مخاطبان رسانه‌های داخلی این امکان فراهم شود که به شناخت فرهنگ و ارزش‌های بومی خود دست یابند.

8- کوشش شود که مخاطبان داخلی در مورد ساخت و کارکرد بازار جهانی پیام و عناصر شکل دهنده تداخل‌های فرهنگی آگاه شوند. در واقع بجای طرح این سؤال قدیمی که رسانه‌ها بما چه می‌کنند، این سؤال مطرح شود که ما بعنوان انسان گزینشگر باید با رسانه‌ها چگونه رفتار کنیم؟ و چگونه از آثار سوء تداخل فرهنگی اجتناب کنیم؟

منابع:

- Abecombie, Nicholas 1996 Television and Society Padstow : Polity Press American invasion
www Media. Uio.no/summerschool/html/invasion.htm 12000
- Anshah, P A V . 1988 Mass Communication and Cultural Identity.
- IAM C Paper Presented At The 16th Congress and Cultural Identity. Barcelona Of the Mass
Communication, Is It Really an American Invasion?
- Bagdikian, Ben, 2000 The Media Monopoly. Boston. M A .: Beacon. Christ, Richard, 1998
- Battling Internet Pornography, One Web Site at a Time Christian Science Monitor-
1998.10.13
- Daniel, Martin, 1997 Cyber. Terrorism . Le Nouveau Peril
Political International
- El Mughawry, Saleh, 2000 Islamic Education In Facing The Intellectual And Cultural
Invasion To The Egyptian Society
- Inoue, Hitoshi, E. Naito, M. Koshizuka, 2000 Mediacy: What It Is? Where to Go?
Tokyo: NACSIS
- Lazuly, Pierre, 1998 Internet Oule Cyberm ensonge
Liberation-1998.05.21
- McCreery, John, 1994 Culture? "US" vs "Them "

[www.anatomy.usyd.au/danny/anthropology/anthro-I/archive/february 1994/0041.html](http://www.anatomy.usyd.au/danny/anthropology/anthro-I/archive/february%201994/0041.html)
 McQuail, Denis, 1987 *Mass Communication Theory. An Introduction* (Second Edition)
 London: Sage
 Ryall, Julian, 2000 *Korean Wave Cultural Invasion*
www.asiamedia.ucla.edu/weekly/09.13.2000/korea2.html
 Seshagiri, N. 1993 *Legal Protection of computer Software and Database's*
Journal of Scientific & Industrial Research. Vol. 52, April 1993
 Siddiqui, 2000 *A Comparative Analysis of the Islamic and the Western*
Models of News Production and Ethics of Dissemination.
 Paper for the 2000 Annual Convention of the IAMCR, Singapore
 Slambrouck, Paul Van, 1998 *Cyber Threat: How Serious?*
Christian Science Monitor-1998.03.09
 The Law, 1998 *The Law and the internet, Part 2*
The Columbia Journalism Review -1998.03.01
 Varis, Tapio, 1985 *International Flow of Television Programmes*
Reports and Papers on Mass Communication-No.100
 Paris: UNESCO Wells Alan, 1996 *World Broadcasting A Comparative View.*
 New Jersey: Ablex Zam paglione Arturo, 1997 *La Corte USA Ammette la Pornografia su Internet*
La Repubblica - 1997.09.27