



تکنولوژی‌های نوین ارتباطی چه تأثیری بر جهانی کردن فرهنگ دارند؟
تکنولوژی دو معنی مترادف نرم‌افزار و سخت‌افزار دارد. مثل رابطه‌ای که بین دو چشم ما وجود دارد و باعث می‌شود تا اجسام را سه بعدی ببینیم. تکنولوژی هم همین حالت را دارد یعنی وقتی از آن صحبت می‌کنیم، به‌طور همزمان باید نرم‌افزار و سخت‌افزار را مدنظر داشته باشیم. به عبارت دیگر هم از ابزار سخن بگوییم و هم از روش و فن و تکنیک. بنابراین کسانی که صاحب تکنولوژی هستند از هر دوجنبه بهتر می‌توانند بازار را در دست بگیرند و با مردم ارتباط برقرار کنند. یک مثال عینی بزمن، چندین سال پیش کمپانی هایی مثل «سونی» و «ماتسوشیتا» به این فکر افتادند که چون سازنده سخت‌افزار تلویزیونی و سینمایی هستند و مردم کشورهای مختلف، فیلم‌های هالیوودی را با سخت‌افزار آنها نگاه می‌کنند، بهتر است کمپانی هالیوود را بخرند. در واقع وقتی نرم‌افزار در دست تولیدکننده سخت‌افزار قرار بگیرد، تکنولوژی را به معنای واقعی خواهند داشت. وقتی ابزار داشتید، مهارت هم داشتید، حرف خود را به کرسی می‌نشانید. آمریکایی‌ها این مهارت را از قبل دارند. اگر به تاریخ سینما توجه کنید، می‌بینید علت اینکه فیلم‌های آمریکایی بیشتر از سایر فیلم‌ها در جهان مردم پسند هستند. هرچند که سطحی ترند- این است که اولین مشتری‌های فیلم‌های آمریکایی، کارگران مهاجر اروپایی بودند که به آمریکا رفتند و بعد از یک روز کاری سخت به تماشای فیلم‌های صامتی می‌نشستند که احتیاجی به دانستن زبان نداشتند، از آن موقع، آمریکایی‌ها یاد گرفتند که از زبان بین‌المللی مردم پسند استفاده کنند و بعد این شیوه را به تلویزیون هم تسری دادند. به همین دلیل گاهی گفته می‌شود که قالب تلویزیون آمریکایی است. الان که ما صحبت می‌کنیم، آمریکایی‌ها به لحاظ نرم‌افزار در جهان غالبند و دنیای سخت‌افزار از آن ژاپنی‌ها است. در زمینه سخت‌افزار اول ژاپنی‌ها هستند، بعد اروپایی‌ها و بعد آمریکایی‌ها ولی نمی‌توان پیش‌بینی کرد که این صف بندی در آینده هم ادامه داشته باشد. آنچه مسلم است، این است که کسی که ابزار و مهارت و در یک کلام تکنولوژی را در اختیار داشته باشد می‌تواند به جهانی شدن فرهنگی که دارد کمک کند.

در مورد کشورهایی که یا در صف تولیدکنندگان سخت‌افزار و یا دارندگان نرم‌افزار قرار می‌گیرند چگونه است؟ کدامیک از این دسته کشورها نقش تعیین‌کننده‌ای در غالب شدن فرهنگ خود دارند؟

پاسخ به این سؤال سخت است. ببینید، برای کارهایی که نیاز به خلاقیت دارند، سخت‌افزار تعیین‌کننده نیست. اگر به یکی از ویژگی‌های وسایل ارتباط جمعی یعنی تکثیر توجه کنیم، می‌بینیم که می‌توانند بعد زمان و مکان را بشکنند. بنابراین در پاره‌ای از موارد صاحبان سخت‌افزار و در مواقع دیگر تولیدکنندگان نرم‌افزار تعیین‌کننده هستند.

مثالی بزمن، می‌دانید که جنگ خلیج فارس که آمریکایی‌ها در آن درگیر شدند، به جنگ C.N.N معروف شد. یعنی دنیا از چشم C.N.N به این جنگ نگاه می‌کرد. در این جنگ، اگر خبرنگارها می‌خواستند مستقیماً با دفاتر مرکزی در تماس باشند، فقط می‌توانستند با استفاده از دستگاه خیلی بزرگ متن و صدا را ارسال کنند ولی در جنگ افغانستان، تصویر هم فرستاده می‌شد. خیلی فرق می‌کند که شما به عنوان یک خبرنگار فقط صدا و متن بفرستید، به خصوص برای دنیایی که منبع اصلی خبر و اطلاعات آن تلویزیون است، تا اینکه بتوانید صدا و تصویر را همزمان ارسال کنید، بنابراین باز هم

با قاطعیت نمی‌توان گفت که نفوذ کدام دسته بیشتر است. شاید بهتر است بگوییم فراتر از هر دو، سرمایه است که می‌تواند با در اختیار گرفتن آنها حرف اول را بزند.

امروز، استعدادها بعد جهانی پیدا کرده‌اند، ببینید، فیلمی که پارسال جایزه اسکار گرفت توسط یک کارگردان انگلیسی ساخته شد. یعنی یک انگلیسی در آمریکا، زندگی آمریکایی‌ها را به خودشان نشان داد. درست مثل آینه. این فیلم کجایی است؟ انگلیسی است یا آمریکایی؟ دیگر این مرزبندی‌ها از بین رفته است. شاید بتوان هنوز از جهان اول و جهان سوم حرف زد ولی آمریکایی یا انگلیسی دانستن یک هنر یا پدیده، کاربرد چندانی ندارد.

سازنده این فیلم به عنوان غربی، در همان حیطه فکری و عملی آمریکایی‌ها قرار می‌گیرد. در واقع در این فیلم زندگی غربی به مردم غرب نشان داده می‌شود.
اماد غرب هم مسائلی وجود داشته است. کانادایی‌ها سال‌های سال از آمریکایی‌ها گله‌مند بودند. همان اعتراضی که الان اروپایی‌ها می‌کنند. به نظر اروپایی‌ها آنقدر محصولات فرهنگی آمریکایی به کشورهای اروپا سرازیر می‌شود که در نهایت باعث نمی‌شود تا دنیا از چشم آمریکایی دیده شود. ببینید، تقریباً ده سال پیش که بحث ماهواره در ایران شروع شد فکر می‌کنم که متوسط تعداد کانال‌های تلویزیونی در

که ارزش‌ها و باورهای آن سطحی و صوری نباشد، چنین تغییراتی ایجاد کنند؟
ببینید، وقتی فرزند شما بزرگ می‌شود و به تنهایی وارد محیط خارج از خانه می‌شود -با تمام خطرات و بدآموزی‌هایی که در آن وجود دارد- چگونه‌او را مسلح می‌کنید تا بتواند سلامت جسمی و روحی و شخصیت خود را حفظ کند؟ به‌او آموزش می‌دهید و اگر با خطاری آزرده پیش شما برگشت، زنگار فکر و روح او را می‌زدابید.مخاطب وسائل ارتباط جمعی هم همین وضع را دارد. اگر بنیان اعتقادی و ارزش قوی داشته باشد، هیچ وسیله‌ای نمی‌تواند به آسانی در او تغییری ایجاد کند. مثل درختی که ریشه قوی دارد. همیشه اطراف نهال را مهار و به آن رسیدگی می‌کنند، وقتی ریشه دواند و استوار شد، بادهای سهمگین هم نمی‌تواند آن را خم کند.از طرف دیگر این طرز تفکر که دیگران نشسته‌اند و تمام وقت و سرمایه و انرژی خود را صرف می‌کنند تا ما را عوض کنند، نوعی سطح‌نگری است. ماهواره‌های ارتباطی تلویزیونی صرفاً یک واسطه ارتباطی یا به عبارت دیگر حامل‌های مشترک هستند و نه لزوماً رسانه‌های جمعی. وظیفه اصلی آنها دریافت برنامه از مرکزی خاص و تقویت و ارسال آن به منطقه مورد نظر است. و علی‌الاصول هیچگونه حق و اجازه برای دخالت در قالب و محتوای برنامه‌های دریافتی ندارند. این تکنولوژی است که فی‌نفسه بعد زمان

گفت‌وگو با دکتر تقی غفاری، استاد دانشگاه

آنتن‌های ماهواره‌ای و جبر زمان

مریم بیژنی

بحث استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی مانند ماهواره و اینترنت مدت زیادی در جامعه ما مطرح بوده و نظرات موافق و مخالف عده‌ای را به دنبال داشته است. بدون تردید نخستین قدم برای قضاوت در مورد این تکنولوژی‌ها، شناخت و آشنایی با تأثیرات و عملکرد آنها است. این موضوع که صاحب نظران و سیاستگذاران ارتباطی تا چه اندازه از این شناخت برخوردارند، تأثیر به‌سزایی در وضع قوانین و جهت‌گیری آنها خواهد گذاشت. برای آشنایی با تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و نقش آنها با دکتر تقی غفاری متخصص تکنولوژی ارتباطات و آموزش و استاد ارتباطات در دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی به گفت‌وگو نشستیم که می‌خوانید:

مخاطب ایرانی را در همین حد ارزیابی می‌کنند.

بزرگترین مشکل مادر تلویزیون، فرض کردن مخاطب است. یعنی آن را یک جمع فرضی از آدم‌های فرضی می‌دانیم که ناآشنا، نامتجانس و پراکنده هستند، درست مثل جماعتی که در اطراف یک حادثه را ندگی جمع می‌شوند. شناخت مخاطب کار بسیار سختی است. دقت کنید تلویزیون قرار نیست آب، برق یا راه ارتباطی مردم را تأمین کند، بلکه باید در ساعات مطلوب، ترکیبی از خواست و نیاز آنها را ارائه کند.

درست مثل رابطه مادر با فرزند. اکثر کودکان تنقلات را بیشتر از غذای اصلی دوست دارند. معمولاً مادری موفق تر است که بتواند ترکیب مناسب و درستی از خواست و نیاز کودک را به او بدهد. وسائل ارتباطی جمعی هم همین حالت را دارند. شما باید مخاطب خود را بشناسید و به عنوان ارتباط حرفه‌ای خواست و نیاز او را تشخیص دهید. معمولاً تلویزیون‌های تجاری فقط به خواست مخاطب فکر می‌کنند و می‌گویند بگویید چه می‌خواهید تا برای شما بسازیم و تلویزیون‌های دولتی می‌گویند ما می‌دانیم که شما چه می‌خواهید هر چه قدر بتوانیم تناسب و رابطه‌ای بین خواست و نیاز برقرار کنیم موفق‌تر خواهیم بود به نظر من مشکل شناخت مخاطب مشکل بزرگی است. من فکر می‌کنم نه برنامه‌سازان داخلی درست می‌دانند که مخاطب ایرانی چه می‌خواهد و نه برنامه‌سازان ایرانی خارج از کشور.

در واقع هیچکدام از تخصص کافی برای برنامه‌سازی برخوردار نیستند.

به نکته خوبی اشاره کردید، هیچکدام مهارت این کار را ندارند، در واقع هر دو طرف در صدد رفع نیاز خود هستند تا مخاطب. اما من فکر می‌کنم که مخاطب ایرانی باهوش‌تر از این حرف‌ها باشد. صمیمیت را به خوبی احساس و راه خود را پیدا می‌کند. در یک ارتباط درست تلویزیونی شما باید رسانه، مخاطب و موقعیت خود را بشناسید و در ضمن کار هم بلد باشید. این حرف چه قدر در مورد برنامه‌های تلویزیونی داخل و خارج از کشور مصداق دارد؟

شاید اگر مردم از آزادی بیشتری در

انتخاب برخوردار باشند به آنها اجازه ارزیابی برنامه‌های تلویزیونی کانال‌های

ایرانی و خارجی از کشور داده شود، بسیاری از افراد اصلاً توجهی به آنها نداشته باشند؟ شما با این نظر موافقت؟

کاملاً درست است. مگر الانّ که داشتن ویدئو آزاد است همه مردم صبح تا شب فیلم ویدئویی نگاه می‌کنند؟ ممنوعیت بیش از حد، به اشتباه علاقه بیشتر هم به وجود می‌آورد.

به نظر شما با توجه به شرایط امروز جامعه، اتخاذ چه سیاستی می‌تواند هم امکان استفاده مناسب از دستاوردهای تکنولوژی‌های نوین ارتباطی را به همراه داشته باشد و هم مضرات آن را کاهش می‌دهد؟

من وقتی خود را به جای تصمیم‌گیرندگان می‌گذارم، می‌بینم کار سختی به عهده دارند. الان اینترنت برای همه کشور‌های دنیا مسأله شده، نه می‌توان صرفاً پذیرای صد درصد تکنولوژی‌های ارتباطی بود و نه می‌توان آنها را نادیده گرفت. با تکنولوژی نمی‌توانیم خیلی مقابله کنیم بلکه باید رقابت ایجاد کنیم. اگر تلویزیون ما یک برنامه ایرانی، بومی، قابل قبول و دلنشین تهیه کند، مردم امکان ندارد برنامه خارجی ببینند. آیا سیستم بانکی ما می‌تواند بدون کامپیوتر کار کند. آیا امتیازات E.MAIL بر سیستم پستی واضح و روشن نیست؟ ما باید بپذیریم که نوع مهارت‌ها عوض شده و جبر زمان عملاً اجازه نادیده گرفتن تکنولوژی‌های نوین ارتباطی را نمی‌دهد.

و مکان را در می‌نوردد و در عصر اطلاعات همه باید به دنبال تولید کالای اطلاعاتی مثل فیلم‌های سینمایی یا برنامه‌های تلویزیونی باشند. همانطور که می‌دانید کسانی که این روزها با سیستم‌های خانگی دیجیتال خود برنامه‌های تلویزیونی ماهواره HotBird را در ایران دریافت می‌کنند در میان صدها برنامه مختلف می‌توانند کانال‌های تلویزیونی دولتی خودمان را هم بدون هیچگونه دخل و تصرفی از جانب صاحبان خارجی ماهواره مربوطه ببینند. این تکنولوژی خنثی است و نمی‌تواند غرض‌دار باشد. مثل چاقو یا تم جنبه‌های مثبت و منفی دارد و شما می‌توانید استفاده‌های مختلفی از آنها بکنید. تکنولوژی‌های ارتباطی تعامل فرهنگی ایجاد می‌کنند. شما نمی‌توانید در را ببندید و در خلوت و انزوا بنشینید. مثل چینی‌ها که امروز برخلاف گذشته سیاست افزایش اینترنت بین جوانان را در پیش گرفته‌اند.

من فکر می‌کنم نگاه خشک و بدون انعطاف به تکنولوژی‌های ارتباطی درست نباشد. به نظر من تلویزیون در ایران خوب فهمیده نشده است. تلویزیون قبل از اینکه خبری یا آموزشی باشد، یک وسیله تفریحی است. مردم دنبال تفریح سالم و دلنشین هستند. اگر برنامه‌ساز ایرانی نتواند برای آنها تولید کند، دنبال خارجی می‌روند. ما هنوز تفریح را معنی نکرده‌ایم. معلوم نیست شما از برنامه‌ای چقدر باید خوششان بیاید، چقدر بخندید، چقدر نخندید، حتی کسانی که مسؤول آماده‌سازی برنامه‌های تولید خارجی برای پخش در داخل کشور هم هستند درست نمی‌دانند که چقدر باید اعمال نظر کنند و تا کجا می‌توانند در محتوای برنامه‌ای دست ببرند. همه دچار سردرگمی هستند.

به نظر شما اعمال سیاست‌های

رسمی که تاکنون مبتنی بر تحریم یا ایجاد محدودیت بوده می‌تواند در بهبود این شرایط کارساز باشد؟

فکر نمی‌کنم سیاست مشخصی در کار بوده باشد. ما فقط بسته به زمان عکس‌العمل نشان داده‌ایم. نوعی عکس‌العمل شتابزده که فاصله بسیار زیادی از اتخاذ سیاست به معنای خط مشی و برنامه ریزی طولانی مدت دارد. اگر جلوی دیدن برنامه‌های

ماهواره‌ای را می‌گیریم به جای آن به مردم چه می‌دهیم؟ آیا با شکستن و جمع کردن آنتن‌ها می‌توان جلوی تلویزیون خارجی را گرفت؟ آقای مهاجرانی هنگام تصدی پست وزارت ارشاد چندین بار به لزوم تجدیدنظر در قانون مربوط به خصوص در مورد نیاز گروه‌های مشخصی از اشخاص حقیقی به استفاده از ماهواره به دلایل شغلی و حرفه‌ای آنها اشاره کرد ولی به نتیجه نرسید. از حدود ۱۰ سال پیش که قانون منع استفاده از تجهیزات ماهواره‌ای توسط سیستم‌های خانگی در ایران به تصویب رسید و به مورد اجرا گذاشته شد، در اوایل با تأکید آقای بشارتی وزیر کشور وقت مردم به سرعت آنتن‌ها را جمع‌آوری کردند و بعد با خوآبیان سرو صدا، متوقف شد. عدم پیگیری مسؤولان اجرایی، تلویحاً به آنها فهماند که شاید استفاده از آنتن بلا مانع است ولی با بروز تحولات پاییز گذشته و حوادثی که بعد از جریان فوتبال روی داد، دوباره موج تازه‌ای برای جمع‌آوری آنتن‌ها به راه افتاد. بنابراین فکر نمی‌کنم که هیچگاه سیاست مداوم و مشخصی داشتیم بلکه به صورت مقطعی و گذرا تصمیم‌گیری‌هایی صورت گرفته است؟

عملکرد شوراهای سیاستگذاری را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

من دانشجویی داشتم که برای پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود می‌خواست در مورد میزان شیوع آنتن‌های بشقابی در یکی از شهرهای ایران تحقیق کند، اما نتوانست