

بعد فرهنگی ارتباطات برای توسعه

نویسنده: اد بورن

مترجم: مهرسیما فلسفی

ناشر: مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما ی جمهوری اسلامی ایران

حییب رائی تهرانی

در دهه‌ی ۷۰ مفهوم توسعه به معنای فقر زدایی از میان بردن بی‌سوادی، امراض، سوء تغذیه و نابرابری‌های اجتماعی تعریف شد؛ یعنی مفهوم توسعه از شهر به روستا منتقل شد.

در مدل نیازهای اساسی، توسعه به عنوان وسیله‌ای برای پشتیبانی از برنامه‌های درآمده و رسانه‌ها باید از امر توسعه پشتیبانی می‌کردند.

نویسنده در ادامه به انقلاب سبز اشاره می‌کند. یعنی وقتی که بانک جهانی جهت اعتبار بخشیدن به کشاورزان کوچک به آنها وام داد و با این کار موجب افزایش چشمگیر تولیدات کشاورزی خصوصاً در کشورهای آسیای جنوب شرقی شد. ولی در عین حال مدل نیازهای اساسی برای از بین بردن فقر روستائیان کارگر نیفتاد.

در ادامه‌ی بخش اول، نویسنده روش‌های رادیکال در توسعه را بیان می‌کند که عبارتند از اتکاء شدید به مردم با هدف توانمند کردن آنها برای تأثیرگذاری بیشتر بر توسعه‌ی خودشان و یا به عبارت دیگر این نوع توسعه بر فراگیری و افزایش آگاهی و پرورش توانائی‌های مردم تأکید دارد.

در اوایل دهه‌ی ۸۰ برنامه‌های توسعه به شکل توسعه‌ی مشارکتی یا روش‌های پایین به بالا درآمد و این یعنی توسعه‌ای برای مردم تا با مردم، یا می‌توان این نوع توسعه را نوعی قدرت بخشی به مردم و یا تشریک مساعی دانست. بعدها مفهوم رشد اقتصادی و افزایش تولید دلیل اصلی توسعه قلمداد شدند. همچنین توسعه‌ی منابع انسانی به معنای تعلیم برای تحرک نیروی کار در ساختار اشتغال، یکی دیگر از مفاهیم توسعه قرار گرفت. در این سال‌ها کشورهای جهان سوم از رسانه‌ها به عنوان راهی

این کتاب در چهار بخش گردآوری و تنظیم شده است که عبارتند از توسعه - ارتباطات و فرهنگ - رسانه‌ها در خدمت توسعه و برنامه‌ریزی و ارزیابی. همچنین در انتهای کتاب نویسنده هریک از مفاهیم بکار رفته در متن مانند توسعه - فرآیند ارتباطات - رویکرد نیازهای اساسی و... را توضیح داده است.

در بخش اول که عنوان توسعه دارد، به بیان تاریخچه‌ای از برنامه‌های توسعه در سطح جهان اشاره کرده است.

بعد از جنگ جهانی دوم کشورهای در حال توسعه، توسعه‌ی اقتصادی را هدف خود قرار دادند؛ یعنی مفهوم توسعه حول مفهوم نرخ رشد اقتصادی می‌چرخید و با مفاهیمی چون تولید ناخالص ملی و درآمد سرانه بیان می‌شد.

وی همچنین اشاره‌ای به کتاب گذر از جامعه‌ی سنتی نوسازی خاورمیانه و فعالیت‌های «دانیل لرنر» در سال ۱۹۵۸ کرده و سپس در مورد فعالیت‌ها و مطالعات «راجرز» در مورد توسعه و شکل‌گیری نظریه‌ی اشاعه‌ی نوآوری‌ها و جریان دو مرحله‌ای ارتباطات توضیح مبسوطی داده است. اصل اشاعه‌ی نوآوری‌ها می‌گوید که ارتباطات جمعی برای ایجاد تغییرات مستقیم در نگرش و رفتار کافی نیست و مردم تحت تأثیر گروه‌های دیگری نیز هستند.

در دهه‌ی ۷۰ نتایج ناامید کننده‌ای از راهبرد رشد اقتصادی به وجود آمد و وابستگی کشورها از لحاظ سرمایه دانش و تکنولوژی به غرب و همچنین جریان از بالا به پایین اطلاعات به نوعی امپریالیزم فرهنگی مبدل شد.

ارتباطات محصول فرهنگ است و فرهنگ مشخص کننده‌ی زیر ساخت‌ها، معانی و زمینه‌های ارتباطات است. در واقع ارتباطات محمل فرهنگ است و هیچ فرهنگی بدون ارتباطات قادر به بقا نیست.

در فصل بعد نویسنده به مفهوم ادراک می‌پردازد و آن را نحوه‌ی تجربه‌ی دنیا توسط فرد تعریف می‌کند، و راه‌های این کار را از طریق رسانه‌ها، نمادها، تصاویر، نقاشی‌ها، عکس‌ها و ... می‌داند.

در بخش بعدی نویسنده متذکر می‌شود که در دهه‌های اخیر کانون توجه ارتباطات برای توسعه به روش‌های ارتباطی میان فردی و نهایتاً توسعه‌ی مشارکتی معطوف شده است. یعنی با تلفیق رسانه‌ها و تکنیک‌های آموزشی می‌توان برنامه‌های توسعه را سریع‌تر پیش برد. در واقع اکسیر تسریع در امور توسعه را می‌توان تلفیق ارتباطات جمعی و

ارتباطات میان فردی و یا تلفیق رسانه‌های مدرن و سنتی دانست. در ادامه نویسنده به تغییر کانون توجه توسعه از توسعه‌ی مادی به توسعه‌ی انسانی می‌پردازد و به عنوان نمونه از کشور فیلیپین به عنوان کشوری یاد می‌کند که از رسانه‌ها برای اهداف توسعه استفاده کردند.

در ادامه نویسنده می‌افزاید که قابلیت‌های بالای تلویزیون، روزنامه و سینما در توسعه هنوز به اثبات نرسیده است، ولی راه‌حل افزایش کارایی این وسایل در پیش‌برد اهداف توسعه‌ای را تولید محلی می‌داند، ولی در عین حال رادیو را بهترین وسیله، خصوصاً در مناطق روستایی بعد از ارتباط میان فردی می‌داند.

از نظر نویسنده رسانه‌ها دو نقش متفاوت در امر توسعه دارند:

۱- آموزش مستقیم (رساندن پیام‌های آموزشی)

۲- آسان‌تر کردن فرآیند آموزش برای مروجان و معلمان توسعه (کارآمدتر است زیرا تلفیقی است از ارتباط میان فردی و ارتباط جمعی) در بخش آخر نویسنده به نکته‌ای مهم اشاره می‌کند. ارزیابی برنامه‌های توسعه باید در خلال اجرای برنامه‌ها صورت بگیرد نه پس از پایان برنامه‌ها؛ زیرا در این صورت کارایی خود را از دست می‌دهد.

نویسنده تأکید دارد که استفاده از رسانه‌های تصویری مستلزم داشتن سواد بصری است که باید در توسعه‌ی روستایی مدنظر قرار بگیرد.

به طور کلی مطالب کتاب از لحاظ تجربی و عینی بودن بسیار مناسب است و برای توسعه‌ی روستایی منبع بسیار خوبی به شمار می‌رود، ولی از نظر اجتماعی و برای جوامع شهری کارایی کمی دارد. تأکید نویسنده بر روش‌های تجربی توسعه است که عمدتاً خود عامل آنها بوده است ولی از لحاظ نظری و تئوریک تنها به ذکر تاریخچه‌ی توسعه بسنده کرده و از بیان راهبردهای جدید و نحوه‌ی اعمال آنها در جوامع روستایی سخنی به میان نیاورده است. همچنین علی‌رغم نام کتاب تنها یک بخش از کتاب به رابطه‌ی میان فرهنگ و ارتباطات مربوط می‌شود که خود محل اشکال است.

ارزان قیمت برای آموزش مردم استفاده کردند. در فصل‌های بعدی کتاب نویسنده ما را به درون روستاها و مزارع می‌برد و از تجربیات عینی و شواهد طبیعی توسعه‌ی روستایی حقایقی را در اختیار ما می‌گذارد.

وی به اهمیت ارتباط میان فردی در روستاها تأکید می‌کند و اضافه می‌کند که کارشناسان توسعه در روستاها با ید بتوانند با مردم کاری کنند نه به جای مردم. وی همچنین به دو روش جهت بهبود سیستم‌های کشاورزی اشاره می‌کند.

۱- سیستم آموزش و بازدید که در دهه‌ی ۶۰ توسط بانک جهانی تهیه شده - در این روش برخی کشاورزان انتخاب و به عنوان رهبران افکار عمل می‌کنند.

۲- روش تحقیق سیستم‌های کشاورزی که هدف آن بالا بردن محصول با توجه به منابع محدود است.

در انتهای بخش اول به بیگانگی روش‌های توسعه با شرایط بومی و محلی اشاره می‌کند و آن را یکی دیگر از مشکلات راهبردهای توسعه در کشورهای جهان سوم می‌داند.

در بخش بعد یعنی ارتباطات و فرهنگ، نویسنده، بیشتر مطالبی حول مفهوم ارتباط و انواع آن و همچنین رابطه‌ی آن با فرهنگ مطالبی آورده است. وی معتقد است که بدون وجود درک متقابل ارتباطی وجود نخواهد داشت. همچنین در این فصل به پیچیدگی روند ارتباط در شبکه‌های خیره‌کننده‌ای از مقاصد، تفسیرها، روابط اجتماعی و ساختار قدرت، استانداردها و ارزش‌ها اشاره می‌کند.

در ادامه‌ی فصل نویسنده مفاهیمی چون مخاطب، پارازیت، منبع و خصوصیات آن، مواجهه‌ی گزینشی مخاطب با پیام، مسئله‌ی رمزگذاری و رمزگشایی توسط افراد، اهداف ارتباط و ... را توضیح داده است.

همچنین وی معتقد است که رسانه‌ها زمینه‌ی توسعه را تقویت می‌کنند. به علاوه توسعه از بالا به پایین تفکر انتقادی را از بین می‌برد. نویسنده در ادامه به نظر «پائولو فریره» و تأکید وی بر آموزش مشارکتی و مبادله‌ای اشاره می‌کند.

از نظر وی محل ارتباطات در توسعه مهم است. فن خاصی به نام مشاهده‌ی مشارکتی این امکان را به فرد می‌دهد تا مستقیماً در فعالیت‌های مردم شرکت کرده و شخصاً آنها را تجربه کند. این کار باعث ارتباطات افقی می‌شود و خواسته‌های واقعی مردم را باز می‌نماید. همچنین توجه به مفهوم بازخورد را ابزاری اساسی برای کنترل و ارزیابی موفقیت فرآیند ارتباط می‌داند.

در فصل بعدی، نویسنده حول مفهوم فرهنگ سخنانی را بیان کرده است. اصولاً فرهنگ اندوخته‌ای از دانش و تجربه است که فایده‌ی آن برای بقای گروه توسط اعضای آن تشخیص داده می‌شود. همچنین عقیده دارد که فرهنگ هر سرزمین، قلمرو ارتباطی آن را مشخص می‌سازد.