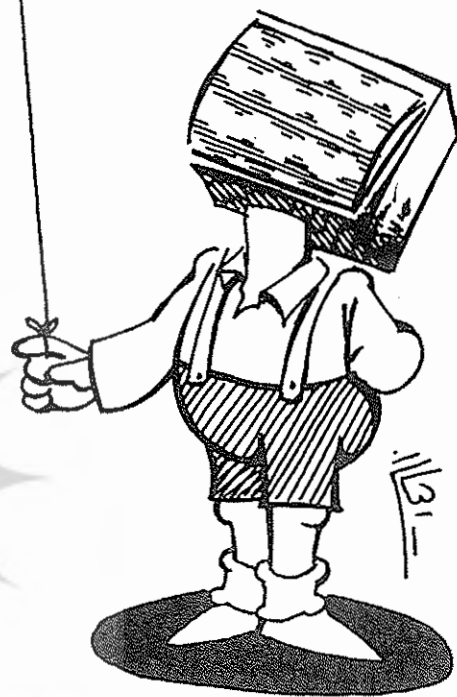


تلویزیون و ایفای نقش مثبت در توسعه مشارکتی



نوشته: کورولا وارقس
ترجمه: نادر داودی

اشاره

ارتباطات در تمامی جهات، از افق تا عمودی و از پایین به بالا یا از بالا به پایین، در جریان است. ارتباطات برای توسعه مشارکتی مبتنی بر گفت‌وگو، امری حیاتی به‌شمار می‌رود و می‌توان از طریق استفاده از رسانه‌ها به آن سهولت بخشید. با این حال هیچ کوشش هماهنگی جهت ایجاد زمینه‌های پیدایش جوامع دارای رسانه‌هایی منطبق با نیازهایی که خود جوامع آن را تعیین نموده‌اند، انجام نشده است. چند کوششی که در این مورد انجام شده به صورت تجربیاتی کوتاه‌مدت باقی مانده‌اند. نوشتار حاضر بر آن است تا توضیح دهد که دسترسی به شبکه‌های موجود تلویزیونی در کشورهای رو به رشد - که اغلب نیز دولتی هستند - می‌تواند کاتالی‌ز کننده و موجه برای نیازهای ارتباطی جامعه باشد.

گفت‌وگو، اساس و مبنای توسعه مشارکتی ضرورت اصلی در توسعه مشارکتی این است که اطلاعات باید در تمامی جهات از برنامه‌ریزان به توده‌های مردم و بالعکس و در بین گروه‌های جامعه در جریان باشد (نارولا و پیرس، ۱۹۸۶/منون ۱۹۸۶/رودریگو ۱۹۸۹/ملکات ۱۹۹۱/مودی ۱۹۹۱). مثلاً در نارولا و پیرس (۱۹۸۶ ص ۴۲) خاطرنشان شده است: «... اگر شرکت در توسعه باید عملی شود، مردم باید قادر باشند اطلاعات را به خط دهندگان منتقل کنند...» مودی نیز عنوان می‌کند (۱۹۹۱ ص ۲۹): «سدون گفت‌وگو هیچ اتفاق نظر ملی و تغییر فردی حاصل نمی‌شود.» او تأکید می‌کند که جهت افقی، از پایین به بالا و از بالا به پایین در ارتباطات، همگی به میزان مساوی برای به وقوع پیوستن این «گفت‌وگو» عمده و اساسی هستند.

با این حال هر تحقیقی در مورد جریان اطلاعات در توسعه، در مجموع نشانگر آن است که در حالی که جریان اطلاعاتی بسیار زیادی از جانب برنامه‌ریزان به توده‌های مردم روان است اما جریان اطلاعاتی از طرف مردم به سمت برنامه‌ریزان بسیار کم است. به طریقی مشابه جریان اطلاعات غالبی از مناطق شهری به مناطق روستایی در جریان است و این در حالی است که اطلاعات بسیار کمی از خود جوامع روستایی نمود می‌کند. بلتران (۱۹۷۰) این امر را از یک طرف شکل «عدم ارتباط» مابین جمعیت‌های روستایی و از طرف دیگر بین جمعیت‌های روستایی و شهری می‌داند. دلیل اصلی جریان محدود اطلاعاتی که از جوامع روستایی به خارج درز می‌کند، به خاطر تأثیرگذاری کانال‌های ارتباطی موجود برای انتقال اطلاعات این جوامع، چه از پایین به بالا، به طرف برنامه‌ریزان و چه به‌طور افقی برای سایر گروه‌های بیرون از این جوامع می‌باشد.

پیدایش نمونه‌های جایگزین و تأکید بر رسانه‌های بومی در کنار انتقادهای منطقی که به رسانه‌های جمعی به عنوان یک ارتباط متمرکز یک طرفه و گران‌قیمت، می‌شود به غیرمشروع بودن توان رسانه‌های جمعی در توسعه مشارکتی کمک کرده است. در حالی که این انتقادات در اواخر دهه ۱۹۸۰ به خوبی پایه‌گذاری شده و حتی احتمالاً حقیقت هم داشتند. منطقی حاشیه‌ای بودن رسانه‌های جمعی در توسعه مشارکتی جامعه به نحوی فزاینده و به ویژه در کشورهای رو به رشد مثل هندوستان به سه دلیل مورد تردید قرار دارند؛ اول - بسیاری از آزمایش‌های رسانه‌های کوچک در سطح محلی، حتی پس از دو دهه، هنوز صورت آزمایشی دارند. دوم - این ادعا که رسانه‌ها حالت تمرکز دارد و فقط برای نخبگان قابل دسترسی است، بیش از پیش حقیقت خود را از دست می‌دهد. سوم - شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد روش‌هایی در مورد تولید رسانه‌های مشارکتی موجود است که می‌توان از درون سازمان‌های وسایل ارتباط جمعی از آنها استفاده کرد. این توسعه‌ها نیازمند تفکر مجدد و بسنیدن محققان توسعه ارتباطات و خط دهندگان، در مورد ارزیابی نقشی است که رسانه‌های جمعی می‌توانند در توسعه مشارکتی ایفا کنند. این مقاله چگونگی استفاده از رسانه‌ها در توسعه را تحلیل می‌کند و بیان می‌دارد که چرا و چگونه رسانه‌های جمعی باید به سمتی هدایت شوند که در توسعه مشارکتی نقش مثبت ایفا کنند. در این مقاله با در نظر گرفتن هندوستان به عنوان نمونه مورد بحث، عنوان می‌شود که برنامه‌های قابل دسترسی جامعه در شبکه‌های تلویزیونی محلی که به دولت تعلق دارند، می‌توانند برای تسهیل جریان اطلاعات جامعه در تمامی جهات مورد استفاده قرار بگیرند.^۱

کانال‌هایی برای جریان اطلاعات از جوامع روستایی

از لحاظ نظریه‌پردازی، برای انتقال اطلاعات از جوامع روستایی به خارج، دو نوع کانال ارتباطی، یعنی کانال‌های بین‌مردمی و کانال‌های رسانه‌ای، وجود دارد. آزمودن چگونگی تأثیر این کانال‌ها برای انتقال ارتباطات این جوامع به خارج، مفید است.

کانال‌های بین‌مردمی

افراد و گروه‌های جوامع روستایی به کانال‌های بین‌مردمی گوناگونی جهت ارتباطات افقی دسترسی دارند که برای نمونه می‌توان از کانال‌های خانوادگی، دوستانه، همسایه‌ها، ارتباطات کاری، گروه‌های طبقاتی، بازدیدکنندگان از روستا، فروشندگان دوره‌گرد و غیره نام برد (هارتمن و دیگران ۱۹۸۹). با این حال این کانال‌ها اغلب برای ارتباط گروه‌های وسیع در روستاهای دور مؤثر نیست. کمبود تسهیلات حمل‌ونقل و فاصله‌های جغرافیایی سبب محدودیت دسترسی به کانال‌های بین‌مردمی می‌شوند. (دیاز بوردنیو، ۱۹۷۶).

تماس با کارمندان توسعه محلی و نمایندگان سیاسی موجبات ارتباط از پایین به بالا را فراهم می‌کند. بررسی سال ۱۹۸۴ نارولا در مورد مسایل ارتباطات در دو دهکده هندی، عدم کفایت کانال‌های بین‌مردمی را برای انتقال اطلاعات جوامع روستایی به سمت بالا، روشن می‌کند. او دریافت که ساکنان یک دهکده (منطقه مسکونی، زراعی)^۲ هیچ ارتباطی با رهبران افکار عمومی نداشتند. (میزان این عدم ارتباط برای مردان ۷۷ و برای زنان ۸۲ درصد بود). نسبت این عدم ارتباط در مورد ساکنان یک روستای دیگر به ترتیب ۶۳ و ۶۴ درصد بود که نشانگر عدم برگشت اطلاعات و راه حل‌های ویژه از روستا به شهر می‌باشد. این بررسی همچنین نشان داد که در یکی از دهکده‌های مورد تحقیق، تکنسین کشاورزی فقط هر دو سال یک‌بار به این دهکده می‌آید. در بسیاری از مناطق، اعتبار این کانال‌ها هم مورد تردید است چرا که آنها به مثابه خدمت‌کنندگان به منافع نخبگان محلی، تلقی می‌شوند (سین‌ها ۱۹۸۶/ بهوئیان ۱۹۹۲/ هارتمن و دیگران ۱۹۸۹). و جریان دو طرفه اطلاعات بین توده‌های مردم و کارگزاران اغلب توسط نخبگان محلی و کارگزاران، مسدود می‌شود (نارولا پیرس ۱۹۸۶/ شارما ۱۹۸۹).

این بررسی‌ها نشان‌گر آن است که کانال‌های پایین به بالا که توسط کارمندان توسعه پیشنهاد شده‌اند فقط برای انتقال اطلاعاتی مفید هستند که کارگزاران توسعه برای مقاصد خویش به آنها نیازمندند.

کانال‌های وسایل ارتباطی

کانال‌های وسایل ارتباطی راه (مسیر) دیگری را برای جوامع آماده می‌سازند تا ارتباطات به صورت افقی و از پایین به بالا منتقل شوند. اما آیا رسانه‌ها چنین کانالی را برای جامعه تدارک دیده‌اند؟ مروری بر گنتمان ارتباطی توسعه نشان می‌دهد که رسانه‌ها در جهت برآورده ساختن سه هدف زیر به کار گرفته شده‌اند:

۱. تعقیب و انتقال اطلاعات

۲. خودبیانی جامعه

۳. توسعه خویشتن خویش افراد

وسایل ارتباطی، ابزاری برای تعقیب و انتقال اطلاعات

هدف اصلی که وسایل ارتباطی را در راه آن قرار داده‌اند و هنوز هم بر همان سیاق هستند، توسعه ارتباطات به صورت تعقیب و انتقال اطلاعات از بالا به پایین است. استفاده از رسانه‌ها در این شکل محصول ایده کلی مسلطی است که در پشت پرده توسعه وجود دارد (سراویس ۱۹۸۵/ برایت ۱۹۸۱/ ملکات ۱۹۹۱).

الگوی مسلط بر مهارت فن‌آوری برونی برای کمک به توسعه تأکید می‌کند که نقش کلیدی رسانه‌ها، خدمت به عنوان ابزاری برای آژانس‌های توسعه‌ای به منظور انتقال اطلاعات به جوامع بزرگتر است تا آگاهی را برانگیزد و سبب افزایش علاقه‌مندی شود (راجرز ۱۹۷۶/ مولانا و ویلسون ۱۹۹۰/ جوآنیلو و شرر ۱۹۹۳). همچنین دیدگاه الگوی روانشناسی افراد جهان سوم حاکی از آن است که یک وسیله ارتباطی دیگر نیز لازم است تا مردم سنتی را به تغییر دیدگاه‌هایشان و پذیرش رفتار تمدن‌گرایانه ترغیب کند (ملکات ۱۹۹۱/ جوآنیلو و شرر ۱۹۹۳). خود جوامع قانع شده بودند که هیچ معلومات مفیدی برای روند توسعه ندارند (چیلدرز ۱۹۹۰). بنابراین روند جریان اطلاعات متصور برای چنین توسعه‌ای طبیعتاً پیگیری و جریان اطلاعات یک طرفه و از خبرگان سطح بالا به توده‌های پایین بود.

■ «بدون گفت‌وگو هیچ اتفاق نظر

ملی و تغییر فردی حاصل

نمی‌شود.» مودی، تأکید می‌کند که

جهت افقی، از پایین به بالا و از بالا

به پایین در ارتباطات، همگی به

میزان مساوی برای به وقوع

پیوستن این «گفت‌وگو» عمده و

اساسی هستند.

الگوی مسلط با نوید تولید و رشد اقتصادی بسیاری از ملل جهان سوم را تحت نفوذ خویش دارد. (سراویس ۱۹۸۵/ توماس ۱۹۸۷/ کتومار ۱۹۹۴). رسانه‌های منتج از این روش در این کشورها از برنامه‌هایی استفاده می‌کنند که اهداف مبنی بر پخش اطلاعات و پیگیری پیام‌ها از کارگزاران به افراد جامعه الگوی مذکور را منعکس می‌کنند. مودی در سال ۱۹۹۱ خاطر نشان می‌کند: «نظام رسانه‌های جمعی در آسیا و آفریقا در حال حاضر براساس فرستادن پیام‌های توسعه، از خوگرانی سازماندهی شده‌اند که در پایتخت ساکنند و فکر می‌کنند که علامه دهرند و مخاطبان‌شان روستاییان جاهل و زاغه‌نشینانی هستند که نیاز به توسعه دارند (مودی ۱۹۹۱ ص ۲۶).

لذا در جهان رو به رشد رادیو، تلویزیون و روزنامه‌ها معمولاً «بخشی» را به اطلاعاتی در مورد جوامع روستایی اختصاص می‌دهند. این بخش نه تنها بسیار سطح پایین است (ملکات ۱۹۹۱/ ماسانی ۱۹۸۶/ نارولا و پیرس ۱۹۸۶)، بلکه مسایل مورد بحث، مسایلی هستند که کارگزاران خوف‌های توسعه آنها را مناسب تشخیص می‌دهند.

رسانه‌ها به عنوان ابزاری جهت اظهار وجود جامعه

الگوی جایگزین که در دهه ۱۹۷۰ و عمدتاً به عنوان انتقاد به شکست الگوی مسلط پیدا شد، توسعه را به حائلی بسیار کلی‌تر می‌دید (راجرز ۱۹۷۶ و ۱۹۹۳/ ملکات ۱۹۹۱). این الگو به جای اینکه توسعه را صرفاً رشد اقتصادی بداند بر عدالت و تساوی اجتماعی برای کلیه بخش‌های جامعه و به ویژه بخش‌های حاشیه‌ای تأکید می‌کند. مشارکت ابتکارات ریشه‌ای، معلومات، منابع و فرهنگ

را ذکر می‌کند که نواز ویدئویی تعاونی خیاطی یک زن هندو به ایجاد تعاونی قالببافی زنان مسلمان در یک روستای مجاور منجر شد.

سرخپوستان کاپپوی برزیل از ۱۹۸۴ تاکنون از ویدئو برای ثبت مستند فرهنگ سنتی و دل مشغولی‌های ارتباطی برای محیط اجتماعی وسیع‌تر استفاده می‌کنند (اوگان ۱۹۸۹). حتی از رادیو و تلویزیون هم در مقیاسی کمتر برای همین منظور استفاده شده است. در هندوستان پروژه ارتباطات خدا از تلویزیون محلی استفاده کرد تا به جوامعی که قبلاً از این رسانه‌ها محروم بودند «رادیو» بدهد (برینگان ۱۹۷۹/ کارلیک ۱۹۸۱/ جوشی ۱۹۸۶). در اندونزی، «جمعیت توسعه جامعه و روستاییان» به کشاورزان کمک کرد تا فرستنده رادیویی خود را برپا کنند. فرستنده‌ای که برنامه‌های محلی تولید می‌کند و مشکلات و راه‌حل‌های روستاییان را برجسته می‌کند (آئین ۱۹۹۱). نمونه‌های دیگر عبارتند از: پروژه رادیویی در ماهاولی (ابسن ۱۹۸۶)، رادیوی مرکز جامعه در جامائیکا (مودی ۱۹۸۶) رادیوی اشتراکی در بسولیوی (آلوئیس و دیگران ۱۹۹۱) و روزنامه‌های دیواری صحرای غربی (اسمیت دوشریف ۱۹۹۲) که همگی مشت نمونه خروار هستند.

علی‌رغم نمونه‌های بسیاری که در آنها رسانه‌ها به عنوان نیازهای جوامع مورد استفاده قرار گرفته‌اند، در مجموع این نمونه‌ها بسیار کم هستند. به علاوه بسیاری از آنها به عنوان پروژه‌های کوتاه‌مدت و بدون مداومت بوده‌اند.^۵ بنابراین نتیجه‌گیری می‌شود که این نمونه‌ها جهت ارتباط جوامع، زمینه مناسب برای ایجاد کانال را فراهم نکرده‌اند. تجربیات پراکنده، غیرمدارم و در مقیاس کوچک نمی‌توانند به نیازهای جوامع برای داشتن «صدا» در جامعه خدمتی بکنند.

رسانه‌ها به عنوان ابزار توسعه افراد دهه ۱۹۷۰ شاهد پیشنهادات چند دانش‌پژوه توسعه نیز بود که معتقد بودند اتکا به افراد و خلاقیت مبتکرانه مردم برای موفقیت کوشش‌های توسعه، امری حیاتی محسوب می‌شود. مثلاً پائول فریر (۱۹۷۲) دانش‌پژوه برزیلی که یکی از برجسته‌ترین دانش‌پژوهان مذکور محسوب می‌شد عنوان نمود که، کوشش برای انتقال معلومات و اطلاعات از منبع به دریافت‌کننده غیرفعال، فقط به سلطه و

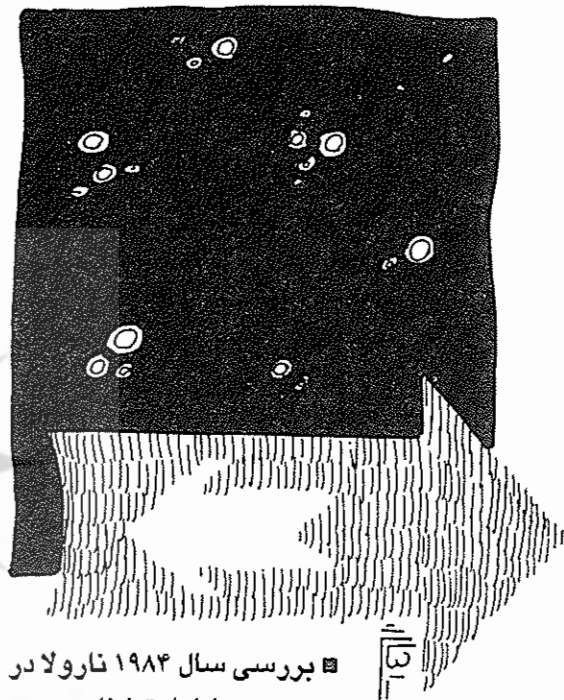
محلی در این دیدگاه نقشی مهم بازی می‌کنند (سراویس ۱۹۸۶/ ملکات ۱۹۹۱).

دیدگاه «ارتباطی» الگوی مسلط به عنوان ارتباطی عمودی، یک طرفه و پیام‌رسان از «منبع» به «دریافت‌کننده» نیز مورد انتقاد قرار گرفت. محققان اظهارنظر کردند که غفلت این الگو از جریان برعکس اطلاعات یعنی از طرف مردم به برنامه‌ریزها، به دلیل برنامه‌ریزی بدون درک کسافی از نیاز مردم روستایی، سبب شکست بسیاری از پروژه‌های توسعه شده است (ملکات ۱۹۹۱ ص ۱۶۶). پیدایش عقیده روند دو جانبه اطلاعات و نیاز به تسهیل ایجاد ارتباط به شکل «فرستادن» و «دریافت‌کردن» برای کلیه افراد در «گزارش» در مورد شیوه‌هایی که افراد را قادر به شرکت فعال در روند ارتباطات می‌نمایند و تحلیل حقوق برقراری ارتباطات، در سال ۱۹۷۶ در نوزدهمین کنفرانس عمومی یونسکو که در نایروبی برگزار شده مورد تأکید قرار گرفت. در این گزارش آمده است: «در گذشته نقش اصلی ارتباطات در جامعه بشری اطلاع‌رسانی و تأثیر بر مردم بود. لکن اینک پیشنهاد می‌شود که ارتباطات باید به عنوان یک کنش اجتماعی متقابل درک شود که در یک مبادله متوازن اطلاعاتی تجربه می‌گردد. این تغییر ایجاب می‌کند که گفت‌وگوی دوجانبه جانشین تک‌گفتاری شود. هدف از این کار، به دست آوردن سیستم افقی ارتباطات و مبنی بر توزیع منصفانه منابع و تسهیلات است. به نحوی که تمامی افراد قادر باشند در کنار دریافت پیام، پیام هم بفرستند (این مطلب به نقل از گزارش مذکور در کتاب اُسولیوان - ریان و دیگران ۱۹۸۰ نیز ذکر شده است).

«گفت‌وگوی» موردنظر یونسکو، جریان پیام‌ها در کلیه جهت‌ها (یعنی از پایین به بالا و بالعکس، افقی، در تمامی سطوح سلسله مراتب) و نیازهای اظهار وجود جوامع است (تارولا و پیرس ۱۹۸۶). برای به اجرا در آوردن چنین جریانی، یونسکو پیشنهاد کرد که زمینه «دسترسی» به رسانه‌ها حتی برای مردم روستایی نیز مهیا شود.^۶

نمونه‌های بسیاری از مهیا بودن رسانه‌ها برای گروه‌های اجتماعی برای برطرف نمودن نیازهای ارتباطی و افقی و پایین به بالا وجود دارد. بورکرات (۱۹۸۹) شرح می‌دهد که چگونه زنان بی‌سواد نپالی آموختند که از ویدئو به عنوان ابزاری برای ارتباطات با مقامات و سایر گروه‌ها استفاده کنند. پینه (۱۹۹۲) موردی

■ **ضرورت اصلی در توسعه مشارکتی این است که اطلاعات باید در تمامی جهات از برنامه‌ریزان به توده‌های مردم و بالعکس و در بین گروه‌های جامعه در جریان باشد.**
■ **اگر شرکت در توسعه باید عملی شود، مردم باید قادر باشند اطلاعات را به خط دهندگان منتقل کنند.**



■ **بررسی سال ۱۹۸۴ تارولا در مورد مسایل ارتباطات در دو دهه هندی، عدم کفایت کانال‌های بین مردمی را برای انتقال اطلاعات جوامع روستایی به سمت بالا، روشن می‌کند. او دریافت که ساکنان یک دهکده (منطقه مسکونی، زراعی) هیچ ارتباطی با رهبران افکار عمومی نداشتند.**

محلی نمودن توده‌ها منجر می‌شود. او پیشنهاد کرد «آموزش محرومان» جایگزین این روش شود که مشوق پیدایش مغزهایی جست‌وجوگر و موثکاف می‌شود. بنابراین با هشیار ساختن این افراد در اقدامات مؤثر می‌توان بر واقعیات موجود تأثیر گذارد.

رسانه‌ها و به ویژه رسانه‌های کوچک و بومی برای کمک به هشیاری، ایجاد اعتماد به نفس و تقویت افراد جامعه، مورد استفاده قرار گرفته‌اند. چند تن از دانش‌پژوهان (بریگان ۱۹۷۹ دیاز - بودناف ۱۹۷۷، اوسولیوان - ریان و کاپلان ۱۹۸۰) به چنین کوشش‌هایی استناد کرده‌اند. نمونه مشهور این مسأله استفاده «جنبش پروژه تحصیلات پایه‌ای برای ایجاد هشیاری» برزیلی‌ها، از رادیو می‌باشد. برنامه‌های رادیویی مربوط به مشکلات این موضوع، اساس مباحثات مربوطه را تشکیل داد و تحلیل این مشکلات سبب درک موقعیت آنها گردید (اوسولیوان - ریان و کاپلان ۱۹۸۰). وسیله دیگری که معمولاً برای هشیاری به کار می‌رود تئاتر است. اتحادیه کارگزاران کشاورزی هاریجان «عملیات برای تغییرات فرهنگی و سیاسی» در شهر تامیل نادوی هندوستان نمایشنامه‌هایی مبتنی بر واقعیات موجود در دهکده‌ها را، به اجرا در می‌آورد تا اعضا این اتحادیه را، به افزایش و گسترش آگاهی از وضعیت خودشان، و شناسایی الزامات واقمیشان تشویق کند و سپس برای غلبه بر مشکلات برنامه‌ریزی جمعی کنند. (ملکات ۱۹۹۱) در نیجریه نیز کارگزاران دست‌اندرکار تئاتر برای توسعه‌اندک‌که از بازاری‌های مبتنی بر واقعیت برای شرکت روستاییان در تحلیل‌های مشکلات اجتماعی و مربوط به مزارع و شناسایی راه‌حل‌های آنان، استفاده می‌کنند. (کید ۱۹۸۲).

فعالیت‌های «اتحادیه خود اشتغالی زنان» در هند نمونه‌ای از استفاده از ویدئو برای هشیارسازی و سازماندهی به شمار می‌رود (استوارت ۱۹۸۹). زنان بی‌سواد از ویدئو برای ثبت واقمیت‌های اجتماعی استفاده می‌کنند که، بعداً برای گروه نشان داده می‌شود تا موقعیت را مورد بحث و بررسی قرار دهند و بتوانند برای عملیات مؤثر طرح لازم را به مورد اجرا گذارند.

توجه به تمایزی که (پاولکا ۱۹۷۸) در مورد استفاده از ویدئو (رسانه) برای منظورهای مختلف برای توسعه جوامع ارائه می‌دهد،

مفید خواهد بود. او معتقد است که می‌توان از ویدئو به دو منظور داخلی و خارجی استفاده کرد. استفاده خارجی برای طرح مسایل جوامع، در محیطی گسترده‌تر است، در حالی که استفاده داخلی به استفاده از این رسانه‌ها جهت تحریک ارتباط بین افراد، برای کمک به انگیزش هشیاری در مورد نیازهای مشترک و تسهیل خود بسیجی، مربوط می‌شود (لیت وین ۱۹۸۴). براساس این تمایز، نمونه‌های رسانه‌ای که قبلاً مورد بحث قرار گرفت را می‌توان در خدمت استفاده داخلی فرض نمود. لذا هدف اصلی بسیاری از این پروژه‌ها و برنامه‌ها که توسعه خویشتن افراد است، ارتقا ارتباط در سطح افقی در مقیاسی وسیع‌تر و یا از پایین به بالا نیست.

الزام کانال‌ها برای توسعه

کمبود کانال‌های مناسب برای ارتباط با خارج، نیازهای ارتباطی جوامع را که برای کوشش‌های خود توسعه‌ای آنها ضروری است، بدون مخاطب گذاشته است. یونسکو نیازهای ارتباطی مردم را تجربیات، تفکرات و انگیزه‌هایی می‌داند (نارولا و پیرس ۱۹۸۶) که باید شناس اظهار وجود در سطوح افقی و از پایین به بالا را به دست آورند. به نحوی دقیق‌تر می‌توان گفت که اینها نیازهای ارتباطی گروه‌ها و افراد روستایی است که:

۱. نسبی‌هایشان را انتقال می‌دهد و دیدگاه‌هایشان در مورد مباحث توسعه و سایر مسایل عمومی را از دیدگاه جامعه در سطحی وسیع‌تر گسترش می‌دهد.

۲. توجه گروه‌ها و افراد دیگر با مشکلات مشترک را برای سازماندهی گروه‌های رسمی جلب می‌کند تا مسایل آنها را به گوش بالادست‌ها برسانند.

۳. با تقسیم تجربیات توسعه خود، با سایر گروه‌های مشابه در کوشش‌های توسعه شرکت می‌کنند.

۴. از طریق ارائه نمونه‌های فرهنگی خود به جامعه به عنوان یک کلیت، شخصیت فرهنگی خود را می‌سازند و رواج می‌دهند.

اینها نیازهای مهم ارتباطی هستند که برای سهولت بخشیدن به گفت‌وگوهای دوجانبه مورد نیاز در توسعه مشارکتی، باید مورد توجه قرار گیرند. اینها همچنین نیازهایی هستند که باید از طریق استفاده مناسب از ساختارهای رسانه‌های جمعی موجود، برطرف شوند.

- بررسی‌ها نشانگر آن است که کانال‌های پایین به بالا که برای جریان اطلاعات در توسعه پیشنهاد شده‌اند، فقط برای انتقال اطلاعاتی مفید هستند که کارگزاران توسعه برای مقاصد خویش به آنها نیازمندند.
- تحقیقات در مجموع نشانگر آن است که در حالی که جریان اطلاعاتی بسیار زیادی از جانب برنامه‌ریزان توسعه به سمت توده‌های مردم روان است، اما جریان اطلاعات از طرف مردم به سمت برنامه‌ریزان بسیار کم است.

توسعه بین‌المللی را ایجاد می‌کند چرا که، نه تنها تولید آنها پر هزینه شده، بلکه ایجاد منابع مشابه در جوامع دور افتاده و غیرقابل دسترس غیرممکن شده است (جوآنیلو و شرر ۱۹۹۳ ص ۲۴).

حتی بدون در نظر گرفتن چنین مباحثی، تلویزیون در مقایسه با رسانه‌های کوچک و نمونه، رسانه‌ای گران است (نیگ و وید ۱۹۸۰). اما دسترسی به شبکه‌های موجود متعلق به دولت به جهت حمایت صاحب این شبکه‌ها، یعنی دولت، با مشکلات کمتری مواجه می‌شود. اگر در این شبکه‌ها با ایجاد محلی اضافه برای برنامه‌های توسعه، دسترسی مردم را برای انجام منظور فوق برآورده نکنند، می‌توان بخش کوچکی از محل برنامه‌های از بالا به پایین را به این امر اختصاص داد. مثلاً در مورد هندوستان برنامه محلی برای جمعیت روستایی که در شش محل و در شش استان پخش می‌شود، روزی ۳۰ تا ۴۵ دقیقه و هفته‌ای ۵ روز برنامه پخش می‌کند. جایگزینی این برنامه‌های کوچک با سه برنامه ۱۵ دقیقه‌ای می‌تواند سالانه موجب دسترسی صدها گروه در این شش منطقه شود. به این ترتیب هزینه‌ها را هم می‌توان جزو هزینه‌های برنامه‌های موجود قرار داد.

دوماً در حالی که ساختار رسانه‌های عمومی به دلیل مرکزی شدن و مفید نبودن برای ارتباطات جامعه مورد انتقاد قرار دارند، در هند تلویزیون به سمت پخش تولید غیرمتمرکز پیش می‌رود (دوردارشان ۱۹۹۱). برنامه ۵ ساله هشتم (۱۹۹۰-۱۹۹۵) پیش‌بینی کرده که تعداد مراکز تولید از ۲۱ به ۴۸ افزایش یابد که بیشترشان مراکز منطقه‌ای و برخی دیگر در سطح محلی خواهند بود (دوردارشان ۱۹۹۱). در حال حاضر تولید محلی در چهار شهر عمده یعنی مدرس، بمبئی، کلکته و دهلی و شهرهای ناگپور، خدا و شش منطقه در شش ایالت فوق‌الذکر در کانال دوم موجود است. واحدهای سیار با تجهیزات تولید برنامه از نوع تجهیزات موجود در مرکز می‌توانند با اشخاص و گروه‌های اجتماعی که ممکن است نیازمند محل پیشنهادی رسانه‌ها باشند، دیدار کنند.

سوماً تجربه تلویزیون محلی خدا (بهائیتا ۱۹۸۰، مرکز درخواست‌های جا ۱۹۸۱) در هندوستان و واحد برنامه‌های بی بی سی در انگلیس (وارقس ۱۹۹۴) نشان داده‌اند که روش‌های تولید مشارکتی را می‌توان حتی در

تلویزیون به عنوان کانالی برای ارتباطات جوامع

در شرایطی که مکالمه رودررو بین مردم و برنامه‌ریزان به دلیل نیروی انسانی محدود و یا مسایل توسعه‌ای و جوامع بسیار بزرگ، مشکل است (نارولا و پیرس ۱۹۸۶/ اورگان ۱۹۸۹) یکی از طرق برقراری گفت‌وگو، استفاده از رسانه‌ها توسط دو طرف می‌باشد. (برایت ۱۹۸۱/مودی ۱۹۹۱). اما از آنجا که جوامع روستایی به منابع رسانه‌ای دسترسی ندارند، طریق آماده کردن زمینه دسترسی آنها به شبکه‌های موجود ارتباطی مثلاً به تلویزیون و رادیو، در خدمت نیازهای ارتباطی این جوامع است. مفهوم این دسترسی، زمینه‌سازی جهت دسترسی شهروندان عادی به کانال‌های این رسانه‌ها در زمانی مشخص برای انتقال برنامه‌های تحت‌کنترل آنها می‌باشد. همچنین باید برای عموم مردم زمینه دسترسی به گروه تهیه‌کنندگان حرفه‌ای، و بودجه جهت تولید برنامه فراهم باشد.

در هندوستان سازمان تلویزیون این کشور که به سطح محلی نیز گسترش یافته، یک کانال بالقوه برای نیازهای ارتباطی جامعه دارد. گرچه دانش‌پژوهان، استفاده از رسانه‌ای در مقیاس کوچک، غیرمتمرکز و غیرسازمان یافته و تحت کنترل جوامع را برای تسهیل نیازهای ارتباطی افقی و از پایین به بالای گروه‌های جامعه پیشنهاد می‌کنند (مک کوئیل، سروایس ۱۹۸۵) اما پارامترهای در حال ظهوری، به ویژه در هندوستان وجود دارند که استفاده از شبکه‌های تلویزیونی دولتی، را مکانیزمی مفید برای ارتباطات جامعه می‌دانند.

اولاً: استفاده از رسانه‌های کوچک و متروک، به ندرت کوتاه‌مدت شده و کار کمی برای ایجاد زمینه یک کانال ارتباطی با دوام برای جوامع، انجام می‌دهند. همچنین بیشتر واحدهای رسانه‌ای تحت کنترل و متعلق به جامعه با مشکلات عدم دوام مواجه شده‌اند (جانکوویکی ۱۹۸۲ و ۱۹۸۹، مودی ۱۹۸۶، پهرن ۱۹۹۲، پین ۱۹۹۲). دلیل این مسأله هزینه‌های مربوط به اجرا و نگهداری پروژه‌هایی است که چشم‌انداز اندکی برای برگشت هزینه دارند. حتی استفاده از رسانه‌های الگو نیز بدون این مشکل نبوده است. جوآنیلو و شرر که رسانه‌های الگو را در جنوب شرقی آسیا مورد مطالعه قرار داده‌اند می‌گویند: این کار تزریق پول از طرف دولت و یا آژانس‌های

■ افراد و گروه‌های جوامع

روستایی به کانال‌های بین مردمی
گوناگونی جهت ارتباطات افقی
دسترسی دارند که برای نمونه
می‌توان از کانال‌های خانوادگی،
دوستانه، همسایه‌ها، ارتباطات
کاری، گروه‌های طبقاتی،
بازدیدکنندگان از روستا،
فروشنندگان دوره‌گرد و غیره نام
برد.

ساختارهای رسانه‌های جمعی نیز، عملی نمود. معلوم شده است که واحد تولید آزاد برنامه‌های بی بی سی که گروه تولید و منبع را در اختیار عموم قرار می‌دهد در دادن کنترل به دست مردم و حصول اطمینان از این که حتی غیرحرفه‌ای‌های رسانه‌ای قادرند پارامترهای ارتباطی این محصولات را ردیف کنند، مؤثر بوده است (وارقس ۱۹۹۴).

چهارماً برنامه‌های تلویزیونی گذرا هستند در حالی که نوارهای ویدئویی را می‌توان چندین بار دید، تکثیر کرد و به دست هر گروه اجتماعی رساند. به این دلیل و همچنین به دلیل بازدید و بحث در مورد برنامه‌های تلویزیونی می‌توان در اطراف فرستنده‌های تلویزیونی مرکزی ایجاد کرد که دارای ضبط ویدئویی باشند.

مسئله دیگر گسترش دسترسی جوامع روستایی به دستگاه تلویزیون است. اشاعه دستگاه‌های تلویزیون در هند روندی سریع دارد که به دلیل برداشتن مالیات از تلویزیون به عنوان یک وسیله لوکس در سال ۱۹۹۴ رخ داد. چوا که مالیاتی که قبلاً از خریداران تلویزیون به عنوان یک وسیله لوکس دریافت می‌شد باعث شده بود تا افراد کم‌درآمد از خرید آن محروم باشند. اگر طرح اعلام شده دولت این کشور برای واردکردن ۵۰ میلیون دستگاه تلویزیون - که ۷۰ درصدشان سیاه و سفید است - در دهه ۹۰ به واقعیت پیوندند، ممکن است تلویزیون به زودی پدیده‌ای جمعی شود. در حال حاضر دسترسی به برنامه‌ها عمدتاً در مناطقی است که دولت دستگاه‌های تلویزیونی جمعی در آنها قرار داده است.

در حالی که با اختصاص مدت زمان‌های کوتاه می‌توان کانالی برای ارتباطات جامعه ایجاد کرد، مطلبی که باید مورد توجه قرار گیرد این است که آیا جوامع می‌توانند در سیستم‌های ارتباطی متعلق به دولت از آزادی بیان برخوردار باشند، در مورد هندوستان پارامترهایی وجود دارد که نشان می‌دهد این کار با مشکلی مواجه نخواهد بود.

مطبوعات خصوصی وسیع در هند از کنترل و سانسور دولت آزادند (سینگهال و راجرز ۱۹۸۹) و مستقیماً از دولت و فعالیت‌هایش با مصونیت انتقاد می‌کنند. مطبوعات وسیله‌ای برای افزایش موارد بی‌شمار فساد مقامات دولتی بوده‌اند (سیسون ۱۹۹۴). آزادی بیان برای شهروندان هندی آزادیخواه

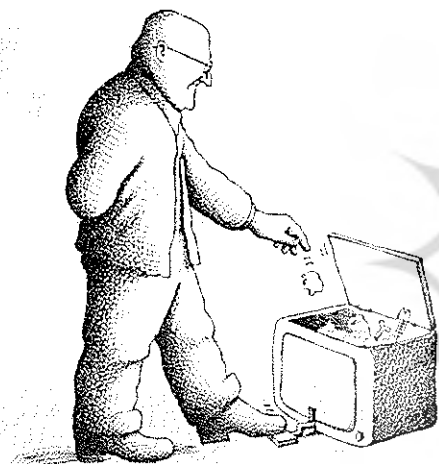
(دمکرات)، به جز یک دوره دو ساله حالت فوق‌العاده در نیمه دهه ۱۹۷۰، مسأله قابل بحثی نبوده است. اما این حقیقت نیز وجود دارد که چنین آزادی‌هایی به آسانی در دسترس شبکه‌های رادیو تلویزیونی متعلق به دولت که تسلیم هوا و هوس‌های احزاب حاکم در مرکز بوده‌اند، قرار نگرفته است. با این حال به موازات بی‌اثر شدن حق انحصار در این شبکه‌ها، به خاطر کانال‌های الگو و فرا ملی ماهواره‌ای، سیاست‌های آنها نیز دستخوش تغییراتی به سمت آزادی بیشتر، شده است. کما اینکه در یکی دو سال گذشته تعدادی برنامه انتقادی از مؤسسات دولتی، از این شبکه‌ها پخش شده است. این روند نشانگر آن است که مادامی که کنترل کامل و پرايشی در این شبکه‌ها برقرار است، کنترل دولت بر برنامه‌های توسعه جامعه بعید به شمار می‌رود. پارامتر دیگر این است که بسیاری از مسایلی که گروه‌های جوامع روستایی مایلند از طریق دسترسی به برنامه‌ها، مطرح کنند، ممکن است با اهداف توسعه دولت هماهنگ باشد و مسایل حاد سیاسی نباشد.

دسترسی به رسانه‌ها و توسعه مشارکتی
برنامه‌های تلویزیونی تحت کنترل جامعه می‌تواند در خدمت نیازهای ارتباطی جامعه بوده و برای تحقق توسعه مشارکتی مبتنی بر گفت‌وگویی مؤثر، ضروری باشند. داشتن جایی در رسانه‌ها از طریق دسترسی به آنها، محلی برای ملاحظات توسعه‌ای و بیانات فرهنگی در اختیار جوامع قرار می‌دهد و کانالی برای جلب توجه و انتقال معلومات و تجربیات جامعه می‌شود.

افراد و گروه‌های جامعه می‌توانند از طریق دسترسی به برنامه‌ها، محلی برای اظهار نظرات خود در مورد توسعه و سایر مسایل عمومی، براساس عقیده خود، بیابند. وقتی که حرفه‌ای‌های رسانه‌ها و خبرگان دانشگاهی مشکلات جامعه را در رسانه‌ها عنوان می‌کنند، اغلب نقطه‌نظرات نادرستی ارائه می‌دهند. چرا که آنها یا خود تجربه دست اولی در مورد مشکلات ندارند یا منفعتی دارند، رودریگو (۱۹۸۹) در این مورد می‌گوید: «برای کسانی که نه روستایی هستند و نه فقیر، دانستن فوریت‌های کسانی که روستایی و فقیر هستند آنقدرها هم که به نظر می‌رسد آسان نیست». افراد و گروه‌های جامعه می‌توانند از

فرصت‌های کوتاه دسترسی برای بیان دل‌نگرانی‌هایشان استفاده کنند و آنها را دستور کار عملی، منطقه‌ای و سیاسی قرار دهند.^۷ در جایی که کمک بیرونی داوطلبانه نمی‌آید، افراد جامعه ممکن است نیازمند سازماندهی و بسیج خودشان برای انجام موفقیت‌آمیز مشکلات توسعه باشند. دانش‌پژوهان «عدم قدرت» مردم روستایی و فقیر را به کمبود سازماندهی و در نتیجه کمبود ظرفیت مذاکره، نسبت می‌دهند. (اوپن ۱۹۹۱).

یک پارامتر مهم که از سازماندهی جلوگیری می‌کند کمبود ارتباط با مردمی است که دارای نیازها و مشکلات مشابه هستند، چرا که آنها اغلب به شدت پراکنده می‌باشند. لذا می‌توان از دسترسی به برنامه‌ها به عنوان وسیله‌ای برای پیوند گروه‌ها و افراد پراکنده‌ای



که دارای مسایل مشترک هستند، استفاده کرد. فایده دیگر این برنامه‌ها استفاده از آنها برای تبلیغ فرهنگ جامعه است. جوامع نیازمند ارائه فرهنگ خود در محیطی وسیع‌تر و نیز در جوامع خویش هستند. (چیلدرز ۱۹۹۰) می‌گوید: «ترویج فرهنگ مردم بوی غلبه بر عقده خود کم‌بینی که بر اثر استعمار و مدرنیزه کردن - بدون توجه به فرهنگ‌های سنتی - به وجود می‌آید، بسیار مهم و ضروری است. تصویر مسلط فرهنگی که از طریق رسانه‌های جمعی تبلیغ می‌شود، اغلب به برگزیدگان جامعه تعلق دارد. لذا اگر گروه‌های غیر برگزیده اجتماعی محلی و منطقه‌ای به کانال‌های ارتباطی که می‌توانند تصاویر فرهنگ آنها را ترویج کنند، دسترسی داشته باشند، مانع از حاشیه‌ای شدن فرهنگشان می‌شود. گروه‌های اجتماعی همچنین می‌توانند از

پانویس‌ها:

۱. مباحثی که در این تحقیق آمده برای رادیو نیز صادق دارد. چرا که در بسیاری از کشورهای رو به رشد، رادیو وسیله‌ای در دسترس‌تر و ارزان‌تر از تلویزیون است. با این حال تأکید بر تلویزیون به دو دلیل است: اول اینکه تلویزیون در هند بسیار گسترده شده و این گستردگی عمدتاً به نام اهداف توسعه انجام شده، که اگر بخواهد به احکام توسعه خدمت کند مجبور است سیاست برنامه‌سازی خود را در جهت نیازهای نوده‌های روستایی، قرار دهد. دوم اینکه اگر چه رادیو هنوز هم قابل دسترس‌ترین رسانه است، اما نمی‌تواند موفقیت خود را به عنوان رسانه عمده در طولانی مدت حفظ کند. چرا که رشد تلویزیون به لحاظ انتقال و دریافت، دور از دست رادیو است. ممکن است، طبق تحقیقی که در کلکته انجام شده (دی ۱۹۸۶) رادیو با ازدیاد تلویزیون، تسلط و کنترل خود را بر مخاطبانش از دست بدهد. این تحقیق نشان می‌دهد که مجموع شنوندگان رادیو از ۵۴ درصد به ۴۴ درصد در روستاها و ۳۹ درصد در شهرها کاهش یافته است (کیشور ۱۹۹۴).

۲. نارولا و پیرس (۱۹۸۶) واژه «منطقه شهری» را برای شرح جامعه‌ای مورد استفاده قرار داده‌اند که در حاشیه مناطق روستایی و شهری است و ساکنان عمده‌اش را مهاجران روستایی تشکیل می‌دهند.

۳. نظریه قبلی نمونه مسلط انتقال ساده، دستخوش تغییراتی شده است و اینک به بازتاب و مناسب‌سازی پیام‌ها بر طبق نیازهای مخاطبین توجه بیشتری می‌شود. با این حال بیشتر این کوشش‌ها بیش از آنکه کمک به جوامع در جهت تعیین نیازها و فوریت‌هایشان باشد، تلاش‌هایی در جهت مؤثرتر کردن پیام اولیه بیرونی بوده است.

۴. درخواست‌ها برای دسترسی، اول در جوامع صنعتی غربی پیدا شد. تغییرات اجتماعی - سیاسی دهد ۱۹۷۰ به افزایش سرخوردگی دموکراسی منجر شد. گفته می‌شود که دموکراسی انتخابی، جایی برای اظهارنظر مردم عادی در تصمیم‌گیری بانی نگذاشته است. مردم خواستار دسترسی به تمام نقاط از جمله رسانه‌ها بودند. گفته می‌شود، رسانه‌ها در دست مردم می‌توانند ابزاری را برای شرکت و دست‌اندرکاری جامعه در تصمیم‌گیری، به وجود آورند (گرومیرج ۱۹۷۲، بریگان ۱۹۷۹، آپیش ۱۹۹۰) نوعی نوبدی و سرخوردگی فزاینده نیز وجود داشت که می‌گفت انحصار رسانه‌ها که به یک اقلیت منتخب در جامعه اجازه ایجاد ارتباط با یک اکثریت بزرگ را می‌دهد به کلیشه و سواژه منجر می‌شود. حرفه‌ای‌های رسانه‌ها نیز از گروهی کوچک از فرهیختگان جامعه بودند و برای انتخاب داستان‌ها و اشخاص مبتنی بر کیفیت نمایشی وازانه لطیف، روش خاصی در پیش گرفتند. لذا درخواست برای دسترسی، درخواست برای ایجاد تغییرات در ساختار رسانه‌ها نیز بود. (بریگان ۱۹۷۹، برهن ۱۹۹۲).

۵. مثلاً رادیوی جامائیکا بلافاصله پس از انسام بودجه پروژه بسته شد (مودی ۱۹۹۱). به طریق مشابه، بسیاری از نمونه‌های استفاده از ویدئو برای ارتباطات جامعه، مثل پروژه پال (بورکرت ۱۹۹۱) پروژه‌های کوتاه‌مدتی بوده‌اند.

۶. مقاله انقلاب تلویزیونی برای هند بیشتره در بولتن ارتباطات جمعی آسیا ص ۲۰ ش ۱ ژانویه - فوریه ۱۹۹۱ مورد بحث قرار گرفت.

۷. در واقع AIR با آماده‌سازی زمینه دستیابی گروه‌های محروم و فقیر برای بیان دل‌نگرانی‌هایشان از طریق یک برنامه منظم، چنین کانالی را به وجود آورد. چتر جی (۱۹۸۷) می‌گوید: «نخست‌وزیر مرتب به این برنامه‌ها گوش می‌داد و از مقامات در مورد اقداماتشان در مورد شکایات‌های مطرح شده در این برنامه، سؤال می‌کرد.»

دسترسی به برنامه‌ها به عنوان کانالی برای پخش معلومات و عملکردهای جامعه در بین جوامع روستایی، استفاده کنند. سازمان‌های محلی نیز می‌توانند از این دسترسی برای ترویج معلومات و تجربیات محلی استفاده کنند. پخش برنامه‌هایی که نتیجه موفقیت‌آمیز کوشش‌های توسعه در نواحی و استان‌های دور دست را برای گروه‌های دیگر اجتماعی نشان می‌دهند، می‌توانند به این گروه‌ها برای سود بردن از تجربیات دیگران و کوشش برای به دست آوردن نتایج مشابه، استفاده کنند (راجرز ۱۹۷۶/چیلدرز ۱۹۹۰). اگر افراد و گروه‌های اجتماعی قادر باشند از فرصتی که دسترسی به برنامه‌ها برای نیازهای آنها پدید آورده است استفاده کنند، جمع‌بندی نمونه‌های ایده‌آل جایگزین و نقش جامعه در ارتقا توسعه آسان می‌شود.

نتیجه‌گیری

با اینکه جریان ارتباطات جامعه در جهات پایین به بالا و افقی، به عنوان اصلی مهم برای گشت‌وگویی دوجانبه پیشنهاد شده است، برنامه‌ریزان توسعه هیچ کوشش عمده‌ای برای آماده کردن زمینه استفاده از رسانه‌ها به این منظور، به عمل نیاورده‌اند. تأثیر دیدگاه نمونه‌های مسلط با تأکید آن بر انتقال اطلاعات به استفاده از رسانه‌ها در توسعه و عمدتاً برای کمک به نیازهای آژانس‌های توسعه منجر شده است. عقیده رسانه‌های کوچک و محدود برای ارتباطات جامعه منزوی، کوتاه‌مدت و منقطع شده و بنابراین آماده کردن زمینه کانالی پایدار و دوام برای ارتباطات جامعه با شکست مواجه شده است.

گسترش و عدم تمرکز تلویزیون و پایداری و بادوامی ارائه شده توسط مالکیت دولت، سبب دسترسی به برنامه‌های تحت کنترل جامعه در شبکه‌های عمومی - مثل شبکه دوردارشان در هند - شده و جایگزینی بسیار قوی برای رسانه‌های کوچک به منظور ارتباطات جامعه به‌شمار می‌رود. برنامه‌های قابل دسترس جامعه می‌تواند در خدمت نیازهای ارتباطی جامعه از قبیل ایجاد محلی برای اظهارنظر جامعه در مورد توسعه و مسایل فرهنگی، ابزاری برای سازماندهی و کانالی برای ارتباط تجربه و معلومات جامعه باشد. □



■ نظام رسانه‌های جمعی در آسیا و آفریقا در حال حاضر براساس فرستادن پیام‌های توسعه، از خبرگانی سازماندهی شده است که در پایتخت ساکنند و فکر می‌کنند که علامه‌دهرند و مخاطبان‌شان روستاییان جاهل و زاغه‌نشینانی هستند که نیاز به توسعه دارند.