

برنامه ریزی و سازمان دهی وسایل ارتباطی

مقدمه:

در برنامه های مربوط به توسعه و تغییر اجتماعی نیاز به پیامهای یکپارچه و ادغام شده است. باید مدیریت مرکزی تمام برنامه های توسعه ای مورد توجه قرار گیرد. یک رهیافت هماهنگ در رابطه با رفاه و توسعه، احتمالاً وسعت بیشتر دید را هم در تعریف مسایل و هم در تفکر راجع به گزینه های مختلف تشویق می کند. این امر ممکن است کمک کند تا از برخی از اتلافها در برقراری شبکه های گسترش موازی جلوگیری کرده و نیز کمک کرده تا منابع ارزشمند شامل منابع ارتباطی حداکثر شوند.

برای داشتن رهیافتی یکپارچه جهت استفاده از وسایل ارتباط جمعی (هم از نظر رهیافت تعدد وسایل ارتباطی و هم از نظر یکپارچگی پیام های توسعه ای) باید وحدت سیاست، برنامه ریزی و تولید در یک نظام منسجم حفظ گردد. بنابراین سوال اساسی این است که چه کسی مسوول برنامه ریزی و اجرای راهبردهای وسایل ارتباطی است. در اینجا می توان به نقش مهم مدیریت در سیاستگذاری و برنامه ریزی خبری پی برد. به این خاطر "مدیریت" را می توان چنین تعریف کرد: "مدیریت در یک نگاه استفاده بهینه از تمامی امکانات، برای رسیدن به اهداف تعیین شده است." بر این اساس، هرگونه استراتژی بندی و سیاستگذاری که خود یک تصمیم در مدیریت است باید برخوردار از مدیریت نرم افزاری و سخت افزاری باشد.

این مدیریت از مرحله پایه ای و کلاسیک تا مدیریت نوین و امروزی از تجزیه و تحلیل، بررسی و روند حرکت و زمان سنجی به دور نخواهد بود.

مدیریت ها از یک دید، به چهار دسته تقسیم می شوند: 1

- مدیریت علمی

2- مدیریت روابط انسانی

3- مدیریت سیستمی

4- مدیریت اقتضایی

هر چه از مدیریت علمی بسوی مدیریت اقتضایی حرکت کنیم، توجه به محیط و سازگاری یا اثرگذاری، جدی تری شود و سیاستگذاری نیز در این رابطه معنا می یابد.

راهبرد یکپارچه وسایل ارتباطی:

راهبرد وسایل ارتباطی باید مبنای یک گفت و شنود را بین کارگزاران توسعه ای و منابع ارتباطی و نیز تولید کنندگان ارتباطی فردی تشکیل دهد. نمی توان انتظار داشت که یک سیستم ارتباطی قادر به عمل باشد، مگر آنکه صدای آن را عموم درک کرده و مورد توافق عمومی باشد. به عبارت ساده تر تقاضا برای تولیدات انفرادی سرشار از نبوغ، نبوده (هر چند که از آنها استقبال می شود) بلکه برای اقلا می که می توانند در صورت لزوم با کل نظام متصل شده و به عنوان عنصر زیرمجموعه آن عمل نمایند، می باشد.

برای برنامه ریزی یکپارچه وسایل ارتباطی، توازونی از دو رهیافت باید تحقق یابد، یکی نظری و دیگری عملی. در نظری هر وسیله ارتباطی نقاط ضعف و قوت مختص خود است. به گونه ای که می توان از آنها استفاده کرد که نقاط قوت مورد تأکید قرار گرفته و نقاط ضعف به حداقل برسند. با ترکیب وسایل ارتباطی با یکدیگر، برنامه ها می توانند یکدیگر را از نظر تعداد، عمق، تخصصی بودن و از نظر فنی تقویت نمایند. به وسیله ترکیب وسایل ارتباط جمعی با سایر شبکه های ارتباطی، ظرفیت توزیعی ارگانهای جمعی مورد استفاده شده و عدم حساسیت و ناتوانی وضع آنها در حفظ یک گفت و شنود دوطرفه تقلیل می یابد.

البته این موقعیت نظری طبیعتاً به وسیله وضعیت های دنیای حقیقی تضعیف می شود. هر راهبرد چند وسیله ای خاص باید محدودیتهای محلی را در نظر بگیرد که شامل وضعیت نسبی توسعه وسایل ارتباطی مختلف، تمایل آنها به همکاری و تعاون با برنامه های اجتماعی، اقتصاد تولید اشکال مختلف، در دسترس بودن کارکنان تعلیم دیده، توزیع و ترکیب افراد مخاطب می شود. بنابراین مدل نظری در محدوده شرایط اقتصادی و اجتماعی قرار می گیرد و بین مرزهای این محدوده می توان یک برنامه واقعی را تعقیب نمود.

به کارگیری، ارزیابی و پژوهش:

برای حصول اطمینان از استفاده بهینه از وسایل ارتباطی و حداکثر کارایی و تأثیر آنها باید به گونه ای آنها را مورد استفاده قرارداد که در چارچوب فرایندهای اجتماعی نرمال به طور قابل پیش بینی عمل نمایند.

منظور از به کارگیری، طریقی است که در آن وسایل ارتباطی، مورد بحث واقع شده، بدانها عکس العمل نشان داده، مورد پردازش قرار گرفته، به کار گرفته شده و توسط مخاطبین بر مبنای آن عمل صورت می گیرد.

منظور از ارزیابی یک فرایند، ارزیابی نه بر حسب کیفیت هنری بلکه از نظر کارایی وسایل ارتباطی از نظر تأمین اهداف بیان شده می باشد. پژوهش شامل تحقیق مفصلتر می باشد که جهت آشکار ساختن این نکته که وسایل ارتباطی چگونه عمل می نمایند، چگونه

مخاطبین و وسایل ارتباطی در عمل متقابل هستند و استخراج اصول و روش شناختی کلی ممکن، طراحی شده اند. به کارگیری:

هرچه اهداف طرف حضور و نمایش وسایل ارتباط جمعی مشخصتر باشد، باید مکانیزمها و ساختارهایی که پیامها را تفسیر، حمایت و حفظ می کند صریحتر و نظام یافته تر باشد. این امر بویژه مهم است چون در مقوله توسعه و تغییر اجتماعی انتظار بر این است که وسایل ارتباطی در ایجاد تغییرات معین در نگرش ها و رفتار کمک نمایند. برای تحقق این اهداف، آنچه که مورد نیاز است سازمان و ساختارهایی است که نکات مهم را پیشاپیش در رابطه با تولید وسایل ارتباطی، جمع آوری مخاطبین برای دیدن و شنیدن، کمک به تفسیر پیامها و حمایت از آنها به گونه ای که به عمل واقعی منتهی شود، فراهم سازد. همچنین آنچه مورد نیاز است وسیله ای از باز خورد تجارب و وسایل ارتباطی یعنی عکس العمل های مخاطبین به سمت مکانیزم و سازمان تولید می باشد که تعدیلات بعدی را امکان پذیر سازد. به علاوه وسایلی لازم است که در صورت امکان، مشارکت مخاطبین را نه تنها در برنامه ها، بلکه در ساختن برنامه فراهم آورد.

شکل سازمانی که این نیازها را پاسخگو باشد، احتمالاً از مکانی به مکان دیگر متفاوت است. ممکن است این سازمان توسط دولت تأسیس شود تا درگیری و مشارکت اجتماع را در برنامه های اجتماعی و سیاسی خود تضمین کند. می تواند بعنوان یک نهاد سازگار شده یا شیعه ای از یک شبکه باشد که توسعه روستایی یا کشاورزی، برنامه های آموزشی بزرگسالان، توسعه بهداشتی و رفاه را مورد حمایت قرار می دهد، در حالت ایده آل به شکل ترکیبی از موارد فوق می باشد که آنها را به صورت یک شبکه هماهنگ متحد در آورده و در واقع نوعی فدراسیون تشکیل می دهد. در حالی که به کارگیری وسایل ارتباطی در ارتباطات متمرکز توسعه باید مدنظر باشد، نشستهای گروهی می تواند بسیار مفید باشد.

ارزیابی:

غیرمحمتم است که بتوان در رابطه با کارهای توسعه ای، یک مکانیزم ارزیابی بسیار رسمی را بر مبنای آماری منظم طراحی نمود. در نظام مدرسه ای این امر اغلب امکان پذیر است زیرا مخاطبین مجبور به اطاعت هستند و معلمین هم افرادی تحت استخدام هستند. در کار توسعه ای وضعیت پیچیده تر است. می توان از رهبران گروهها خواست که به طور منظم پرسش نامه هایی را پر نموده و یا برنامه یا بطور شخصی در رابطه با عکس العمل مخاطبین گزارش نمایند. باید در طراحی و تفسیر پرسشنامه ها برای تولید کننده بینشهای مفیدی حاصل شود اما بینشهای مفیدتر احتمالاً از گزارش های غیر رسمی تر و گفتگوها حاصل می شوند. بنابراین برای تولید کنندگان برنامه های ارتباطی ضروری است که مخاطبین حوزه های خاص را ملاقات نمایند زیرا هیچ جانشینی برای مشارکت در برنامه ها برای مخاطبین هدف وجود ندارد.

به صورت دوره ای می توان سمینارها و نشست های مخصوص را سازمان داد که حاوی تولید کنندگان و کارکنان حوزه های خاص باشند، به طوری که هر دو گروه یکدیگر را از نظر شخصی درک نموده و با هم آشنا شوند.

پژوهش:

نیاز مبرمی به پژوهش های صورت گرفته به طریق مناسب وجود دارد. به نفع همه است که با گروههای پژوهشی اجتماعی علاقه مند به انجام این امور همکاری داشته باشند. یک زمینه پژوهش خاص به کارایی اشکال حضور و نمایش مختلف مربوط است. به علاوه باید نسبت به ماهیت فرایند اشاعه در کشورهای در حال توسعه تحقیق و پژوهش صورت گیرد.

نقش وسایل ارتباطی مردمی در توسعه:

وسایل ارتباطی مردمی دارای دو مزیت برجسته هستند. نفوذ عمیق و محلی در اجتماعات محلی در یک محدوده جغرافیایی وسیع و پذیرش به وسیله جمعیت روستایی. به علاوه از آنجایی که وسایل ارتباطی مردمی، ارزشها و فرهنگ مردم را منعکس می سازند، بنابراین مهرآشنایی و مشروعیت را با خود به همراه دارند؛ دو عنصری که برای فرایند ارتباطی مهم هستند. حضور وسایل ارتباط جمعی به استفاده از وسایل ارتباطی مردمی کمک می کند، زیرا وسایل ارتباط جمعی پذیرش و سازگاری با دومی را برای ارتباطات توسعه ای موجه تر می سازد. از آنجایی که مردم روستایی ارزش زیادی برای وسایل ارتباطی مردمی قابل هستند، لذا اعتبار آنها به عنوان کانالهای پیامی افزایش یافته و در مقایسه با ماهیت غیر شخصی وسایل ارتباط جمعی موازنه را حفظ می نماید.

طبقه بندی اشکال ارتباطی سنتی:

اشکال سنتی ادای پیامها را می توان به هنرهای اجرایی و هنرهای بصری طبقه بندی کرد که شامل موسیقی، سرود، درام، فکاهیات، نمایش های خیمه شب بازی، خطابه، شایعات، الگوسازی و رنگ رزی مواد یا استفاده از کلاه و انواع سربندها. معانی نمادین ممکن است اغلب ملا حظه ای مهم در استفاده از هر یک یا ترکیبی از این اشکال ادای پیام ارتباطی بوده و بنابراین فرایندهای فکری و راه انتخاب این اشکال دارای اهمیت است.

در یک نظام ارتباطی داخل یک کشور، هنرهای عملی احتمالاً اثری بزرگتر روی جامعه دارد تا هنرهای بصری. گزینش انتخاب هنر عملی مناسب برای یک برنامه ارتباطی معین باید بر مبنای درکی از اهداف برنامه و ظرفیت گیرنده پیام باشد. این خصوصیات

وسایل ارتباطی مردمی باعث می شود که آنها دارای درجه موفقیت و اهمیت بالا باشند. مخاطبین نسبت به آن چیزی که متعلق به خود آنها و برگرفته از آنهاست مطمئن هستند.
رهنمودها:

گرچه نمی توان اهمیت وسایل ارتباطی سنتی را ناچیز تلقی کرد نباید آنها را به عنوان تنها ابزار کارآمد برای برنامه های انگیزشی تلقی کرد. حقیقت این است که در راهبرد کلی وسایل ارتباطی باید در استفاده از کلیه وسایل ارتباطی و قراردادن وسایل ارتباطی در چشم انداز مناسب، مراقبت لازم را مبذول داشت. در ابتدا باید اطلاعات از طریق سایر وسایل ارتباطی شامل وسایل ارتباطی الکترونیکی جریان یابد. برای این منظور می توان از فیلم ها، سرودهای ضبط شده، برنامه های رادیویی، بحث های گروهی و سخنرانی ها استفاده نمود. به منظور انجام این رهیافت ابتدایی می توان از وسایل ارتباطی جالبتر برای مقاصد تفریحی استفاده کرد.
گام بعدی ارتباطات بین فردی است به طوری که اعضای تیم ارتباطی بتوانند از ادانه با مخاطبین ترکیب شوند. احتمالاً یک سری برنامه ها در فواصل کوتاه زمانی می توانند در ایجاد حس همزمانی کمک کنند. نباید از یک مزیت بزرگ ارتباطات بین فردی چشم پوشی کرد. روستاییان ساده ولی خردمند باید تشویق شوند تا برنامه های رفاهی اجتماعی را به کارگیرند که در آنها کارکنان برون سازمانی و ارتباط دهندگان روستایی حمایت فعال را صورت می دهند.
ملاحظات درگزینش وسایل ارتباطی مردمی:

گزینش یک شکل ارتباطی مردمی جهت انتقال و تبادل تغییر، بستگی به قابلیت آنها جهت انتقال ارزشها یا ایده های جدید دارد، بدون نفی ارزش های سنتی، که در ابتدا باعث تداوم و موفقیت آن شکل شده است. هر جا که ممکن باشد باید از آن وسایل ارتباطی مردمی استفاده کرد، که به طور مستقیم مفاهیم اساسی مثل بهداشت، خردگرایی، دوست داشتن و خوشی را تقویت می نمایند.
اشاعه عناصر کلیدی توسعه ای باید تنها بخشی از ترکیب ارتباطی باشد. به علاوه هرگاه که امکان انتخاب وجود داشته باشد باید آن وسیله ارتباطی که از وضعیت هنری و اجتماعی بالایی برخوردار است مورد انتخاب قرار گیرد. یک وسیله ارتباطی مردمی از نظر عملکرد در شرایطی اثر بزرگتری خواهد داشت که مخاطبین به طور فعال در آن مشارکت داشته باشند. در مناطق روستایی که وسایل ارتباطی مردمی دارای بیشترین اثر می باشد، افراد قویاً خود را با جامعه خود می شناسند. این امر در تقویت اثر پیام هر نوع عملکرد ارتباطی که در سطوح جامعه اقدام به آن آغاز شده و متولی آن اجتماع است، یا در حالتی که تعداد زیادی از افراد مربوطه در جامعه مشارکت دارند مؤثر است. هر جا امکان پذیر باشد باید به دنبال فرصت ها برای استفاده از وسایل ارتباطی مردمی متمرکز بر جامعه بود. برخی از وسایل ارتباطی مردمی که بسیاری از ملاک های مطرحه در بالا را تأمین می کنند به عنوان ابزارهای تغییر اجتماعی به دلیل عملکرد تکرار پذیر، مناسب نسبتند.

ماهیت موفقیت آمیز عملکرد این وسایل ارتباطی مردمی می تواند ارزش آنها را به عنوان یک روش بالقوه تأثیرگذاری بر تغییر نگرش افزایش دهد.

دکتر فریدون وردی نژاد