

رسانه‌های سنتی و نوین راه‌گشای ارتباط‌های مشارکتی (PRCA) در جامعه روستایی ایران

دکتر عزت‌اله سام آرام *

دکتر ابراهیم جعفری **

چکیده

با گذشت چند دهه از پایان جنگ جهانی دوم و عبور از مراحل نوسازی و وابستگی، عصر مشارکت آغاز شده است. همگام با طی شدن این مسیر، ارتباطات نیز از حالت یک سویه و بالا به پایین، حالتی دو سویه و تعاملی به خود گرفته است؛ به طوری که مدل کلاسیک دوران قبل که جمعی محدود برای جمعی وسیع تولید پیام می‌کردند، به سر آمده و زمان آن، رسیده است که جمعی وسیع برای جمعی وسیع پیام تولید کنند. این وضعیت که از آن به ارتباطات مشارکتی یاد می‌شود، مرهون فراگیر شدن فناوری‌های نوین ارتباطی در سطح روستاست، علاوه بر آن. رویکرد رسانه‌های دیگر نظیر رادیو، تلویزیون و نشریات نیز به سمت مخاطب‌محوری و مشارکت‌جویی است.

پژوهشگر با ادراک‌سنجی از کنش‌گران ارتباطات مشارکتی روستایی که ۴۱۲ نفر از مدیران و کارشناسان، ۱۳۸ نفر از تسهیل‌گران ترویج کشاورزی و دفتر امور زنان (روستایی) سراسر کشور و ۱۰۴ نفر از بهره‌برداران فعال در طرح‌های مشارکتی استان خوزستان را شامل می‌شود، در صدد تبیین این موضوع است که رسانه‌های سنتی جمعی و نوین دارای قابلیت و ظرفیت مناسب برای ایجاد ارتباطات مشارکتی در سطح جامعه روستایی است.

از این رو، می‌توان با تغییر در سیاست‌گذاری‌های ارتباطی و تغییر در رویکردهای ترویجی که در برگزیده حضور مخاطب و مشارکت فعال او باشد، حرکت به سوی توسعه پایدار کشاورزی را تسریع کرد و به ارتباطات توسعه‌یافته عمل پوشانید. در حقیقت ارتباطات توسعه‌یافته از رهگذر ارتباطات مشارکتی در جامعه روستایی ایران تحقق می‌یابد.

واژگان کلیدی: ارتباطات مشارکتی، ارتباطات توسعه‌یافته، رسانه‌های سنتی، رسانه‌های نوین، رسانه‌های جمعی

مقدمه

از چند دهه پیش تاکنون نقش ارتباطات در همه زمینه‌ها از جمله در بخش کشاورزی دستخوش دگرگونی کامل شده است؛ به طوری که پیام‌ها از حالت عمودی و بالا به پایین با تعمیم به کشاورزان تبدیل به یک فرایند اجتماعی شده است و در جهت کمک به بهره‌برداران و گروه‌ها برای به اشتراک‌گذاردن اطلاعات دو سویه در تعادل ارتباطی می‌کوشد (کولدوین^۱، ۲۰۰۲-۲۰۰۱).

یونسکو در نوزدهمین کنفرانس عمومی که در سال (۱۹۷۶) در ناپروبی برگزار شد، تأکید کرد: «در گذشته نقش اصلی ارتباطات در جامعه بشری اطلاع‌رسانی و تأثیر بر مردم بود، اما اکنون پیشنهاد می‌شود ارتباطات به عنوان یک کنش اجتماعی متقابل درک شود تا در یک مبادله متوازن اطلاعاتی تجربه شود. این تغییر ایجاب می‌کند که گفت و گوی دو جانبه جانشین تک گفتاری شود».

گفت و گوی مورد نظر یونسکو، جریان پیام‌ها در کلیه جهت‌ها (یعنی از پایین به بالا و به عکس، افقی، در تمام سطوح سلسله مراتب) و اظهار وجود جوامع است. برای اجرای چنین جریانی، یونسکو پیشنهاد کرد: زمینه «دسترسی» به رسانه‌ها حتی برای مردم روستایی نیز مهیا شود (کورولاوارقس، ۱۳۷۶: ۳).

مدل سنتی رسانه این بود که تنها یک منبع برای حقیقت وجود دارد اما مدل تازه این است، منابع متنوعی برای کسب حقایق وجود دارد و ما خودمان آن را پیدایش می‌کنیم؛ به عبارت دیگر، خطاب به یک نفر برای همه (از طرف رسانه به مخاطب) به گفت و گو میان کسانی که قبلاً مخاطب شناخته می‌شدند، تبدیل شده است (سلطانی فر، ۱۳۸۸: ۱۵). علاوه بر آن، نظریه‌های مشارکتی که ضرورتاً نوعی بازتعریف ارتباطات توسعه‌ای است، به معنای کاربرد روشمند کانال‌های ارتباطی برای افزایش مشارکت مردم در توسعه، مطلع کردن، برانگیختن و تعلیم جمعیت روستایی در شرایط محلی خودشان است و به ارتباطات توسعه‌ای انسان - محور معتقد است و نه رسانه - محور. در این نظریه‌ها به اهمیت کانال‌های بین فردی ارتباطات در فرایندهای تصمیم‌گیری در سطح اجتماع ارزش داده می‌شود (شاه‌ولی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۶۱)؛ بنابراین، زمانی که اصرار بر مرکزیت دانش بومی و خواسته‌های مردمی در توسعه است، نقش متخصص و دانش بیرونی کم‌رنگ می‌شود و ارتباطات به فرایند افقی تبدیل می‌شود.

طرح مسئله

پژوهش حاضر درصدد راهگشایی این نظر است که در راستای ایجاد و فراگیر ساختن ارتباطات مشارکتی (PRCA) در جامعه روستایی ایران، همه مجراهای ارتباطاتی اعم از

1. Coldvin
2. Participatory Rural Communication Appraisal.

سنتی، جمعی و مدرن یعنی ارتباطات میان‌فردی، رادیو، تلویزیون، اینترنت و سایر فناوری‌های نوین ارتباطی می‌توانند اثرگذار باشند.

این مقاله از رسالهٔ دکتر با عنوان «بررسی عوامل مؤثر در میزان به کارگیری ارتباطات مشارکتی روستایی ایران (PRCA) از دیدگاه تسهیل‌گران توسعهٔ روستایی گرفته شده است.

ارتباطات در گذر زمان

ارتباطات به عنوان یکی از شاخه‌های علوم اجتماعی در مسیر تکاملی خود از پارادایم‌های سایر شاخه‌های علوم اجتماعی تأثیر پذیرفته و بر آنها تأثیر گذارده است. همگام با تغییر رویکرد از رهیافت‌های مبتنی بر نوسازی به توسعهٔ مشارکتی، برداشت سنتی که ارتباطات را به عنوان مسیر یک طرفهٔ انتقال پیام از فرستنده به گیرنده تعریف می‌کرد، از سوی دانشمندان به فرایندی دو سویه و تعاملی تعریف شد (شعبان علی فمی و زمانی میان‌دشتی، ۱۳۸۲: ۵۱-۵۲).

دکتر مجید تهرانیان، واضع «الگوی ترکیبی توسعه و ارتباطات» این روند را چنین توصیف می‌کند: به نظر می‌رسد که درس‌های تاریخی سه دههٔ گذشته، بر نظریه‌های ارتباطات و توسعه تأثیر گذارده است تا از تأکید بر توسعهٔ مادی به توسعهٔ انسانی برسد و از مفاهیم پندارگرایانه یا مادی‌گرایانه توسعه به وابستگی متقابل برسد. از تمرکز داخلی یا خارجی به تأثیر متقابل بین عوامل داخلی و خارجی در روند توسعه برسد و بالاخره از مرکزیت رسانه‌های جمعی به اهمیت شبکه‌های ارتباطی میان فردی و جایگزین برسد (خانیک، ۱۳۸۳: ۳۲ - ۳۳). در همین راستا، مقوله‌ای به نام ارتباطات مشارکتی مطرح شد که یکی از تعریف‌های آن در جامعهٔ روستایی بدین صورت است: ارتباطات مشارکتی یک تعامل دو سویه و پویاست که به واسطهٔ گفت و گو، روستاییان را متحول و آنان را توانمند می‌سازد تا در فرایند توسعه، به طور کامل وارد و خوداتکا شوند (زرنگار، ۱۳۸۵: ۳۸۳). به عبارت دیگر، ارتباطات مشارکتی فرایندی خلاق و تعاملی است که در محیطی آرام و به دور از مجادله انجام می‌شود.

از سوی دیگر، نظریه‌های مشارکتی بر نقش رسانه‌های محلی در ایجاد ارتباطات مشارکتی تأکید می‌ورزند؛ زیرا رسانه‌های محلی از ظرفیت و توانایی بالقوه به منظور ایجاد تغییرات و تحرک اجتماعی در جامعهٔ محلی برخوردارند و از جمله کارکردهای مسلم و پذیرفته‌شدهٔ آنان ایجاد نوعی هویت مشترک محلی و ایجاد مشارکت و همبستگی اجتماعی تلقی می‌شود (قلی‌پور و روشندل اربطانی، ۱۳۸۵).

«اوارت» پس از تحقیقی متوجه شد که رسانه‌های محلی، فرهنگ مشارکت را هم تولید می‌کنند و هم پرورش می‌دهند و به ایفای نقش مهمی در خلق و ایجاد یک حوزهٔ

عمومی محلی می‌پردازند. تمایل این رسانه‌ها به رشد و توسعه محلی باعث می‌شود که آنها بیشتر به مثابه یک مشوق و محرک عمل کنند (همان: ۱۵۰).

علاوه بر آن، به کارگیری فناوری‌های مدرن ارتباطی و اطلاعاتی شرایط مشارکت بیشتر مردم در تمام ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زندگی دموکراسی را فراهم می‌سازد. در واقع، از جمله ویژگی‌های بارز این فناوری‌ها، ایجاد ارتباط دو سویه و تعاملی بین مسئولان و مردم محلی است که در نهایت موجب مشارکت مردم در تمام مراحل اجرای طرح‌ها و پروژه‌های توسعه‌ای، از شناسایی وضعیت موجود تا تصمیم‌گیری برای اجراء خواهد شد تا بدین ترتیب، امکان واگذاری بخشی از فعالیت‌های اجرایی به سطوح پایین‌تر و اتخاذ نقش‌های نظارتی و سیاست‌گذاری برای دولت مهیا شود (شعبان‌علی فمی: ۱۳۸۳). بدیهی است که این نوع ارتباطات، نیازمند یک تعامل فعال دو طرفه بین دریافت‌کننده و منبع اطلاعات است که می‌تواند از سوی یک عامل واسط، نظیر «تسهیل‌گران» یا رسانه‌ها که مشارکت گروه‌های هدف را در فرایند توسعه تسهیل می‌کند، تقویت شود. در چنین شرایطی، همه افراد فرصت مشارکت خواهند داشت و می‌توانند دانش، اطلاعات و مهارت‌های خود را برای حصول اهداف مشترک خود به اشتراک بگذارند (شعبان‌علی فمی و دیگران، ۱۳۸۳: ۴۰). به همین دلیل، حجم وسیع دانش و آگاهی‌های انسان امروزی نه فقط موجب تحولات عظیم فناوری شده، بلکه روند اجتماعی زندگی وی را نیز تحت تأثیر قرارداده و انگیزه مشارکت آگاهانه او را در تحولات زندگی جدید فراهم آورده است. بنابراین، امروزه مشارکت عمومی آگاهانه عاملی مهم در ساختار تحولات نوین زندگی بشر است و غالباً در برنامه‌های توسعه نقش بارزی بر عهده دارد. در همین راستا سازمان ملل متحد در گزارش‌های توسعه انسانی خود اعلام و تأکید می‌کند که «مشارکت، مسئله مهم عصر ماست» (قریشی‌زاده، ۱۳۷۶: ۷۶).

«ژاک دیوف» دبیرکل سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد «فائو» در مقدمه کتاب ارتباطات کلید توسعه انسانی اعلام می‌دارد: «لازمه مشارکت ارتباطات است». «ژاک دیوف» در ادامه می‌افزاید: ما در عصر ارتباطات زندگی می‌کنیم. تأثیر کامل ارتباطات بر توسعه هم اینک مشهود است. بر اساس تجربه و مشاهدات سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد «فائو» و سایر سازمان‌ها، نقش ارتباطات در توسعه به حدی است که می‌تواند تأثیر قابل توجه و ارزشمندی بر بسیاری از طرح‌های توسعه داشته باشد (همان: ۷۷).

ارتباطات مشارکتی (PRCA)

ارتباطات مشارکتی (PRCA)، یک رهیافت پژوهش مشارکتی و ارتباطی است که سعی دارد با تلفیق روش‌های کمی و کیفی، ضمن بهره‌گیری از نظریات علمی و فنی کارگزاران توسعه و تحلیل و تجارب مردم بومی منطقه، به اطلاعات دقیق و مناسب دست یابد و به طراحی و تدوین یک برنامه واقعی بپردازد که در شناسایی مؤلفه‌های ضروری و مورد نیاز برنامه‌ها و راهبردهای ارتباطی مؤثر در توسعه از مشارکت مردم استفاده می‌کند.

اساس و پایه این روش در تولید اطلاعات و نوشتن طرح ارتباطی بر مبنای فنون دیداری، گفت و گو و کار گروهی استوار است (نادری مهدبی و ویسی، ۱۳۸۱: ۶۹). اعتقاد بر این است که گفت و گو و تبادل نظر مردم روستایی با یکدیگر و با کارگزاران توسعه، فرایند توسعه را تسهیل خواهد کرد؛ به عبارتی، رهیافت (PRCA) صحنه ارتباط را برای مردم روستایی و کارگزاران توسعه فراهم می‌آورد. بازیگران حاضر در صحنه سعی می‌کنند که با یکدیگر ارتباط کامل برقرار کنند؛ به طوری که مشابهت معنی بین آنان به وجود آید. بدیهی است که در این صورت، ارتباطات بین کنش‌گران صحنه به طور افقی صورت می‌گیرد. کسی در صدد تحمیل عقایدش نیست، بلکه همه می‌آموزند تا ضمن احترام متقابل راجع به اهم مسائل، هم‌اندیشی کنند و بهترین و مناسب‌ترین راه‌حل‌ها را بیابند. راه‌حلی که کاملاً با واقعیت‌های موجود انطباق دارند (اسدی، ۱۳۸۳: ۷).

به طور کلی PRCA یعنی:

۱. دریافت صادقانه‌ترین پیام‌ها، اطلاعات، دانش و ایده‌ها از مردم بر مبنای اصول ارتباطی،
۲. تشویق مردم به اندیشیدن در مورد مسائل خود به جای انتخاب تحمیلی یکی از راه‌حل‌ها،
۳. تشخیص نیازها و قابلیت‌ها از سوی خود مردم روستایی،
۴. سازماندهی افراد روستایی در گروه‌های متعامل به منظور برقراری ارتباطات مؤثر، یافتن مشکلات و طرح‌ریزی اقدام‌های مورد نیاز برای رفع مشکلات بر مبنای منابع موجود از سوی خود روستاییان،
۵. خلاقیت، پشتکار و خودجوشی به جای تقلید، تحمیل و انفعال (نادری مهدبی و ویسی، ۱۳۸۱: ۷۰).

مروری بر پیشینه تحقیق

ما هم‌اکنون در عصر همزیستی وسایل ارتباطی هستیم که هر کدام از آنها دارای توانمندی ویژه‌ای هستند و حذف هر یک، منظومه ارتباطات را در جامعه ناکارآمد می‌سازد. این

موضوع به اشکال گوناگون مورد توجه سازمان‌های بین‌المللی و صاحب‌نظران قرار گرفته است که در ادامه به چند نمونه اشاره می‌شود:

یونسکو در گزارش «مک‌براید»، ضرورت توجه به ارتباطات سنتی در کشورهای در حال توسعه را بدین شرح مطرح ساخته است: «توسعه وسایل ارتباط جمعی و فناوری‌های پیشرفته ارتباطی، نباید از اهمیتی که وسایل ارتباط سنتی و ارتباطات میان‌فردی در تمام جوامع دارا هستند، بکاهد. به طور قطع در موقعیت‌های متعدد بین وسایل ارتباطی نوین و وسایل ارتباطات سنتی، همبستگی‌هایی وجود دارد. آمیخته‌سازی این دو گونه وسایل ارتباطی که عناصر آنها مکمل یکدیگرند، می‌تواند منجر به تجربه‌های جالبی شود. بدین ترتیب، وسایل ارتباط الکترونیک با توجه به مخاطبان مورد پوشش، به جای آنکه جانشین وسایل ارتباط سنتی شوند، باید مکمل آنها شوند» (فرقانی، ۱۳۸۲: ۷۴-۷۳).

«مانوئل کاستلز» بر آن است که تلویزیون، روزنامه‌ها و رادیو همچون نظام واحدی عمل می‌کنند که در آنها روزنامه‌ها غالباً واقعه‌ای را گزارش، شرح و تفسیر می‌کنند، تلویزیون آن را در میان مخاطبان وسیع‌تری انتشار می‌دهد و گفت و گوی رادیویی فرصتی برای تعامل شهروندان و همچنین مناظره‌های جانبدارانه در باره مسائل مختلف را فراهم می‌کند. از این منظر، رسانه‌ها، هیچ‌گاه جایگزین یکدیگر نمی‌شوند، بلکه از یک سو حوزه‌های مستقلی را برای فعالیت خویش بر می‌گزینند و از جانب دیگر، نقش‌ها و کارکردهای تازه و مکملی را برای خود تعریف می‌کنند (فرقانی، ۱۳۸۴: ۶۶). شکی نیست که رسانه‌های چاپی یکبار به هنگام ابداع رادیو و تلویزیون و گسترش آن بین مردم چالشی عظیم را تجربه کردند اما با همه امتیازات این رسانه‌ها، نشریات چاپی جایگاه خود را حفظ کردند.

از یاد نبریم که عرصه «سایبر» هنوز فاقد دانش است و بیشتر اطلاعات عرضه می‌کند. پس در عرصه تبدیل اطلاعات به دانش یک نوع کمبود به چشم می‌خورد که روزنامه‌های نوشتاری می‌توانند آن را پر کنند؛ به عبارتی، تبدیل اطلاعات به دانش عرصه‌ای است که می‌تواند روزنامه‌نگاری نوشتاری را در مقابل روزنامه‌نگاری سایبر نجات دهد (جعفری، ۱۳۸۴: ۱۶).

پژوهش‌های انجام‌شده مجموعه رسانه‌ها را اعم از سنتی، جمعی و نوین در یک منظومه تعاملی و «سینرژیک» می‌بیند که اقتدار و نقش‌آفرینی آنها از همیشه نیرومندتر شده است و بیش از آنکه با هم رقابت داشته باشند و یکدیگر را از تحول و توسعه باز دارند، مکمل و محافظ هم محسوب می‌شوند (معمد نژاد، ۱۳۷۲: ۲۷۴). از سوی دیگر، مقدار اطلاعات و وسعت توزیع آن، عامل اصلی کندی یا تندی آهنگ تغییرات اجتماعی است و در جایی که حامل‌های اطلاعاتی و ارتباطی وجود داشته باشد، این کار تقریباً به سهولت امکان‌پذیر خواهد بود و افراد بسیاری می‌توانند از این پاسخ‌ها بهره ببرند. وجود حامل‌های ارتباطی موازی از هر جهت عامل مؤثری در راه ایجاد تغییرات به شمار می‌رود.

دسترسی به حامل‌های ارتباطی و اطلاعاتی موازی، بدین معناست که در آن واحد، افراد یک اجتماع بتوانند از رادیو، روزنامه، تلویزیون و... استفاده کنند و اطلاعات مورد نیاز خود را در مورد مسئله و موضوع خاصی به دست آورند؛ بنابراین، از آنجا که افراد می‌توانند از هر یک از این حامل‌ها برای کنترل و بازرسی مطالب حامل‌های دیگر بهره‌گیرند، وجود چند عامل موازی بسیار سودمند است (سام‌آرام، ۱۳۷۸: ۱۰۵).

شاه ولی و همکاران در پژوهش «بررسی و تدوین الگوهای ارتباطات متناسب تولید پایدار گندم در منطقه مرودشت فارس» خاطر نشان کردند «از نقطه‌نظر ارتباطات و اطلاع‌رسانی، رادیو و تلویزیون مهم‌ترین منبع اطلاعاتی ساکنان منطقه محسوب می‌شود و اکثر کشاورزان تلاش می‌کنند تا با بهره‌گیری از خدمات ارائه‌شده از سوی این رسانه‌های جمعی، اطلاعات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فنی مورد نیاز خود را کسب کنند. علاوه بر آن گندم‌کاران تلاش می‌کنند، به منظور ارتقاء سطح فعالیت‌های خود با مرکز خدمات و شرکت‌های تعاونی روستایی تعامل برقرار کنند و از آخرین وضعیت آب و هوا، نحوه توزیع نهاده‌های کشاورزی آگاه شوند. همچنین، از نکات حائز اهمیت اینکه رایانه و گیرنده‌های ماهواره‌ای نیز در میان مردم منطقه جایگاه ویژه‌ای دارند؛ به طوری که می‌توان از این دو فناوری به عنوان دروازه‌های جدید ارتباطات و اطلاع‌رسانی در منطقه یاد کرد (شاه ولی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۹۰).

علی اسدی و همکاران در پژوهشی تحت عنوان «بررسی انگاره‌های رفتار اطلاع‌یابی کشاورزان گوجه‌فرنگی کار» به این نتیجه رسیده‌اند که: کشاورزان در حیطه‌های مختلف برای کسب اطلاعات از منابع مختلفی استفاده می‌کنند. این رفتار کشاورزان در مبحث رفتار اطلاع‌یابی و اشاعه اطلاعات را می‌توان به مثابه رفتاری عقلایی برای تضمین روایی اطلاعات بر مبنای چندجانبه‌گرایی یا تکثرگرایی اطلاعاتی و پالایش نتایج رفتار اطلاع‌یابی بر مبنای واری متقابل برای رسیدن به اطمینان از مناسب بودن اطلاعات نام نهاد این خصیصه بیشتر در مواردی بروز می‌کند که چندین منبع اطلاعاتی پیرامون یک موضوع در دسترس است و فرد می‌کوشد تا با کسب اطلاعات از منابع مختلف و مقایسه آنها با یکدیگر به اطلاعاتی با روایی و اعتبار بالا دست یابد (اسدی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۲).

احمد رضوانفر و عادل زارع در ارائه مدل اثربخشی کاربرد کانال‌های ارتباطی و منابع اطلاعاتی مختلف در پذیرش فناوری GPS که با هدف طراحی مدلی برای شناسایی نقش انواع کانال‌های ارتباطی و منابع اطلاعاتی در مراحل مختلف تصمیم‌نویزی در پذیرش و به کارگیری فناوری سیستم موقعیت مکان‌یابی از دیدگاه ناخدایان ۱۳۵ شناور صیادی در محدوده شش شهرستان و ۱۲ اسکله صیادی به اجراء درآمد، به این نتیجه دست یافتند:

— ناخدایان برای کسب اطلاعات در درجه اول از همکاران و صیادان و سپس تلویزیون و دوستان و آشنایان بیشترین استفاده را می‌برند و استفاده از روزنامه و جزوات و سایر نشریات چاپی در درجه آخر اهمیت قرار دارد؛

— در مرحله آگاهی، همکاران و دیگر صیادان، در مراحل ترغیب و تصمیم، کارشناسان و مروجان و در مرحله به کارگیری، کاتولوگ‌ها از اثربخش‌ترین کانال‌های ارتباطی از نظر ناخدایان شناخته شدند.

چارچوب نظری

ارتباطات سرکوب‌کننده، ارتباطات رهایی‌بخش

«پائولو فریره^۱» محقق برزیلی از مشهورترین منتقدان در حیطه ارتباطات توسعه است. اصل اساسی تفکر او بر گفت و گو قرار دارد. بر این اساس، مردم در کنار علاقه‌مندی‌شان به دریافت پیام به همان میزان نیازمند و علاقه‌مند به انتشار و انتقال اندیشه‌های خود به دیگران هستند و این بیان به منزله طرح یک فراگرد ارتباطی مشارکتی است. در این رویکرد، گفت و گو عامل دستیابی به آزادی است و فراگردهای ارتباطی فاقد مشارکت و گفت و گو به از خود بیگانگی منجر می‌شوند. در این رهیافت، تماس و ارتباط واقعی هنگامی شکل می‌گیرد که با همگرایی و اعتماد دو طرف ارتباط توأم باشد (رضوی‌زاده، ۱۳۷۹: ۶۱).

مفهوم همگرایی معرف استنباط و ادراکات مشترک افراد در مورد موضوع‌ها و مسائل معین است. هرچه همگرایی افراد بیشتر باشد، جریان ارتباط بین آنان مؤثرتر است. به اعتقاد «فریره» انتقال یک سویه، عمودی و بالا به پایین معلومات از یک منبع معرفتی قدرتمند به دریافت‌کنندگان انفعالی به هیچ وجه در رشد شخصیت آنان تأثیر مثبت نمی‌گذارد و به ایجاد خودآگاهی مستقل، نگاه منتقدانه و توانا کردن افراد برای مشارکت در حل مسائل اجتماعی کمک نمی‌کند و این همان ارتباطات سرکوب‌کننده است. بر همین اساس، او نظام جدیدی را تحت عنوان «آموزش ستمدیدگان» طرح می‌کند که بر مبنای اصولی پنجگانه قرار دارد. روح و جوهر این اصول بر گفت و گو و طرد تفاوت دو طرف ارتباط، اعتقاد به توانایی و خلاقیت فرد و مشارکت در کوشش‌های رهایی‌بخش ارتباطی و آزادکننده مبتنی است (همان: ۶۱).

«فریره» برای تغییر نگرش‌های اساسی، مفهوم مردم‌شناسانه‌ای از فرهنگ را معرفی می‌کند و اصرار دارد که مردم سازنده فرهنگ خودشان هستند. به نظر او رسانه‌های محلی بومی، داستان‌سرایی، آوازخوانی‌ها و نمایشنامه‌ها وسایل اصلی در این تلاش فرهنگی و جنبش آگاه‌سازی هستند. مطابق مدل پرنفوذ وی (۱۹۷۰) ارتباطات توسعه، وسیله‌ای است که از سوی آن، مردم عادی می‌توانند ابراز وجود کنند.

1. Paulo Freire.

نظریه کنش ارتباطی

این برداشت از سوی «هابرماس» نظریه‌پرداز مکتب «فرانکفورت» به شکلی بازتر طرح شده است. هابرماس در تعبیر خود از کنش ارتباطی یا عمل تفاهمی، ارتباط را عامل ایجاد تفاهم معرفی می‌کند و مبنای اندیشه خود را ارتباط تحریف‌نشده و بدون اجبار قرار می‌دهد و یادآوری می‌کند که عقلانیت در کنش ارتباطی به ارتباط رها از سلطه و آزاد می‌انجامد. به اعتبار اندیشه‌های هابرماس و فریره، روش‌های ارتباطی یک طرفه که در جوهره آموزش‌های موضوعی یا فنی مستتراند، با سد کردن قدرت خلاقیت، دیالوگ و بحث در میان فراگیران بزرگسال، نه تنها به نوآوری فنی آنان کمک نمی‌کند بلکه نیازشان را به کنش ارتباطی و عمل‌رهایی‌بخش (که سازنده هویت مستقل در آنان است) نادیده می‌انگارد (خاتون‌آبادی، ۲۱۸: ۱۳۷۴).

هابرماس با به کارگیری مفهوم «گستره همگانی» و طرح «نظریه کنش ارتباطی»، درصدد تبیین راه خروج از جامعه توده‌ای و یک‌دست برآمده است. گستره همگانی یعنی فضای بحث و گفت‌وگو در باره مسائل و رویدادها، تفسیرهای شخصی و تعامل عقاید که به شکل‌گیری افکار عمومی منجر می‌شود، به زعم هابرماس گستره همگانی میدانی مستقل از دولت است (بروجردی، ۱۳۸۱).

روش تحقیق

در این تحقیق، از روش پیمایشی برای بررسی موضوع استفاده شده که از مهم‌ترین ویژگی‌ها و مزایای این روش قابلیت تعمیم نتایج به دست‌آمده است.

جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق، شامل ۴۱۵ نفر از مدیران و کارشناسان ترویج، ۱۳۸ نفر از تسهیل‌گران (کارشناس) کلیه استان‌ها و ۱۰۴ نفر از بهره‌برداران استان خوزستان است. از آنجا که این سه دسته (مدیران و کارشناسان ترویج، کارشناسان تسهیل‌گر دولتی و بهره‌برداران) کنش‌گران عرصه ارتباطات مشارکتی در بخش کشاورزی محسوب می‌شوند، پرسشنامه تنظیم‌شده به آنان ارائه شد تا پژوهشگر با مقایسه دیدگاه‌های آنان وجوه تشابه و اختلاف راهکارهای مناسب برای تداوم فعالیت‌های ارتباطات مشارکتی را جست‌وجو کند. پس از مطالعه و بررسی فعالیت‌های مشارکتی در استان‌های مختلف، به دلیل انجام اکثر رهیافت‌های مشارکتی در استان خوزستان، این منطقه برای تجزیه و تحلیل فعالیت‌های بهره‌برداران انتخاب شد. اگر چه مناسبات فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی مناطق مختلف کشور در روند انجام رهیافت‌های مشارکتی متفاوت است، اما به دلیل اینکه ماهیت فعالیت‌های مشارکتی (ترویجی) نظیر آموزش از طریق مدرسه در مزرعه (FFS)، آبخیزداری مشارکتی، تسهیل‌گری امور زنان و... یکسان است، می‌توان نتایج

اخذشده از عملکرد بهره‌برداران در خوزستان را به کلیه استان‌ها تعمیم داد. از سوی دیگر، تکمیل پرسشنامه از سوی کارشناسان و تسهیل‌گران دولتی (ترویج) از کلیه استان‌ها اطمینان لازم را در جهت تعمیم و پوشش سراسری ایجاد خواهد کرد.

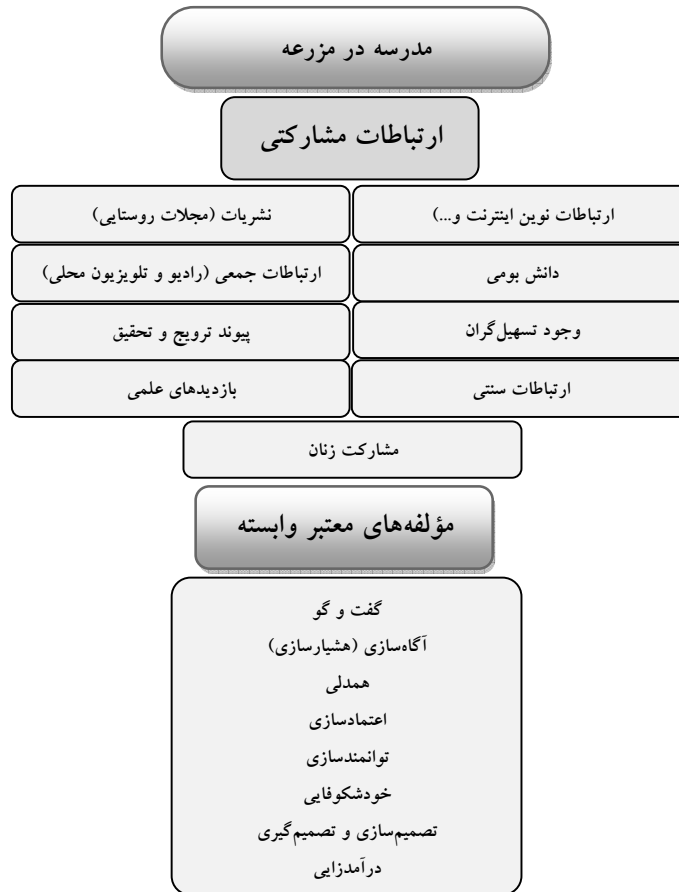
روش جمع‌آوری اطلاعات

در زمینه تنظیم پرسشنامه با مطرح ساختن ۳۱ گویه یا عبارت که از مقاله‌ها، کتاب‌ها، دیدگاه‌های استادان و به خصوص مشاهدات پژوهشگر از هفت استان و بحث با بهره‌برداران استخراج شد، تأثیر رهیافت‌های مشارکتی بعد از اجراء بر مؤلفه‌های ارتباطات مشارکتی مورد سنجش قرار گرفت. بنابراین، فرض ما این است که این گویه‌ها یا عبارات دارای قابلیت لازم برای سنجش و ارزیابی کنش‌گران ارتباطات مشارکتی در جامعه روستایی ایران است. این عبارات بر اساس مقیاس «لیکرت» از خیلی مخالف تا خیلی موافق تنظیم شده است و از پاسخ‌گویان خواسته شد تا دیدگاه‌های خود را نسبت، به هر یک از عبارات با توجه به پیوستار پنج درجه‌ای که در طرفین گویه‌ها قرار گرفته است با گذاشتن علامت (✓) مشخص کنند.

مدل مفهومی تحقیق

تمام مطالعات تحقیقی بر یک چارچوب مفهومی استوار است که متغیرهای مورد نظر و روابط میان آنها را مشخص می‌کند. از آنجا که هر پژوهش میدانی و پیمایشی نیازمند نقشه‌ای ذهنی و مدلی مفهومی است که متغیرها و روابط بین آنها در قالب ابزار تحلیلی مناسب ترسیم شده باشد، در این پژوهش نیز با در نظر گرفتن عوامل مؤثر بر تحقیق، ارتباطات مشارکتی در جامعه روستایی ایران (به عنوان متغیرهای مستقل) و ارتباطات مشارکتی (به عنوان متغیر وابسته)، مدل تحقیق طراحی شد.

عوامل مؤثر بر تحقق ارتباطات مشارکتی در جامعه روستایی ایران از دیدگاه کنشگران
ارتباطات مشارکتی



سؤال تحقیق

پرسش اصلی تحقیق عبارت است از اینکه عوامل مؤثر در میزان به کارگیری ارتباطات مشارکتی روستایی ایران از دیدگاه کنشگران توسعه روستایی (مدیران و کارشناسان ترویج، تسهیل‌گران دولتی و بهره‌برداران) کدام‌اند؟

فرضیه‌های تحقیق

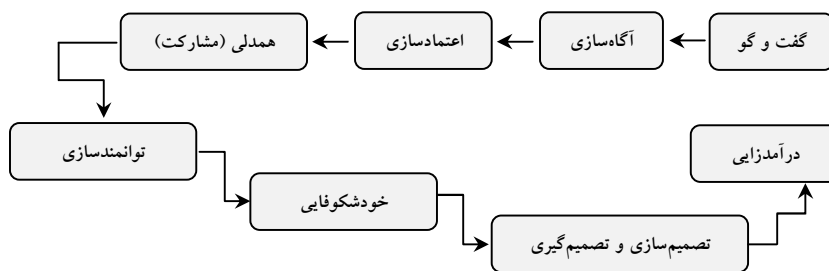
■ به نظر می‌رسد، انعطاف‌پذیری نقش ارتباط‌گران با جامعه روستایی (اعم از پژوهشگر، مروج، آموزشگر و...) به نقش‌های تسهیل‌گری^۱ با ارتباطات مشارکتی رابطه وجود دارد.

- به نظر می‌رسد، بین استفاده از دانش بومی روستاییان همپای دانش نوین که از سوی تسهیل‌گر ارائه می‌شود با ارتباطات مشارکتی رابطه معنی‌دار وجود دارد.
- به نظر می‌رسد، بین مشارکت زنان در عرصه فعالیت‌های توسعه روستایی با ارتباطات مشارکتی رابطه معنی‌دار وجود دارد.
- به نظر می‌رسد، بین میزان استفاده از وسایل «ارتباطات سنتی^۱» با ارتباطات مشارکتی رابطه معنی‌دار وجود دارد.
- به نظر می‌رسد، بین میزان استفاده از وسایل ارتباطات نوین (اینترنت و...) با ارتباطات مشارکتی رابطه معنی‌دار وجود دارد.
- به نظر می‌رسد، بین میزان استفاده از وسایل ارتباطات جمعی (رادیو، تلویزیون) با ارتباطات مشارکتی رابطه معنی‌دار وجود دارد.
- به نظر می‌رسد، بین پیوند مراکز پژوهشی و مراکز ترویجی با ارتباطات مشارکتی رابطه معنی‌دار وجود دارد.
- به نظر می‌رسد، بین استفاده از نشریات (مجلات روستایی و...) با ارتباطات مشارکتی رابطه معنی‌دار وجود دارد.

مدل اکتشافی تحقیق

با مطالعه در آثار اندیشمندانی که دیدگاه آنان به عنوان چارچوب نظری این تحقیق قرار گرفت و نیز مشاهدات پژوهشگر در اجرای رهیافت‌های مشارکتی مناطق روستایی، ارتباطات مشارکتی را دارای مؤلفه‌هایی یافتیم که به صورت یک فرایند و مرحله به مرحله به آن منتهی می‌شود.

اگر گفت و گو را آغاز این روند بدانیم، آگاه‌سازی و پس از آن اعتمادسازی و همدلی (مشارکت) و سرانجام توانمندسازی حلقه‌های دیگر این جریان محسوب می‌شود که در نهایت خودشکوفایی، تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری و درآمدزایی نتیجه آن است؛



۱. ارتباطات سنتی به گونه‌ای از ارتباطات اطلاق می‌شود که بر پایه باورها، تاریخ، فرهنگ و عقاید عمومی جامعه شکل گرفته است و در عین حال، آنها را ترویج و تقویت می‌کند. به طور غالب فردی و چهره به چهره است و ساخت و محتوی نخبه‌گریز و عوام‌گرا دارد (فرقانی، ۱۳۸۲: ۷۴).

به عبارت دیگر، هر کدام از مؤلفه‌های فوق، تعاریف عملیاتی ارتباطات مشارکتی محسوب می‌شوند. گویه‌هایی که هر کدام از مؤلفه‌های ارتباطات مشارکتی را مورد بررسی قرار می‌دهند، به شرح زیر است.

دسته‌بندی عبارات بر اساس مؤلفه‌های ارتباطات مشارکتی	
آگاه‌سازی (هشیارسازی)	<ul style="list-style-type: none"> - میزان شکسته شدن «سنت‌های غلط از سوی بهره‌برداران - میزان گرایش بهره‌برداران به برنامه‌های مخصوص کشاورزی و منابع طبیعی صدا و سیما محلی - میزان گرایش بهره‌برداران به استفاده از اینترنت - میزان گرایش بهره‌برداران به مطالعه نشریات ترویجی - میزان گرایش بهره‌برداران جهت حضور در نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های استانی، ملی و بین‌المللی - میزان گرایش بهره‌برداران و گردش‌ها و بازدیدهای علمی - میزان تأثیرگذاری برنامه‌های کشاورزی صدا و سیما محلی بر فعالیت‌های بهره‌برداران - میزان انتقال یافته‌های تحقیقاتی به بهره‌برداران
همدلی	<ul style="list-style-type: none"> - میزان وفاق و تفاهم بین مردم محلی - میزان تمایل به کار گروهی از سوی بهره‌برداران - میزان افزایش توان ارتباطی بهره‌برداران با یکدیگر
اعتمادسازی	<ul style="list-style-type: none"> - میزان جلب اعتماد بهره‌برداران نسبت به یکدیگر - میزان جلب اعتماد بهره‌برداران به کارگزاران ترویج - میزان اثربخشی رهبران فکری در سطح روستا (افراد پیرو و مورد اعتماد روستاییان)
توانمندسازی خودشکوفایی	<ul style="list-style-type: none"> - میزان فراگیری مطالب جدید از سوی آموزشگران در تعامل با بهره‌برداران - میزان توان تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری بهره‌برداران - میزان امکان افزایش خود اتکالی از سوی بهره‌برداران - میزان افزایش توان ارتباطی بهره‌برداران با نهادهای دولتی - میزان بال‌عمل شدن استعدادها و توانایی‌های بالقوه بهره‌برداران - میزان تأثیرگذاری فعالیت‌های بهره‌برداران در بهبود کیفیت برنامه‌های کشاورزی (صدا و سیما محلی استان)
تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری	<ul style="list-style-type: none"> - میزان گرایش بهره‌برداران به منافع جمعی و گذشتن از منافع فردی - میزان تمایل بهره‌برداران به ایجاد تشکلهایی نظیر تعاونی‌ها یا صندوق‌های اعتباری - میزان استقبال بهره‌برداران از برگزاری جلسات مربوط به تصمیم‌گیری‌های جمعی در روستا - میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی بهره‌برداران - میزان استفاده بهره‌برداران از ارتباطات سنتی روستایی در فعالیت‌های آموزشی - میزان به کارگیری دانش بومی برای پی‌برد اهداف - میزان سهیم بودن زنان روستایی در تصمیم‌گیری‌های مهم خانوادگی - میزان سهیم بودن زنان روستایی در تصمیم‌گیری‌های مهم مربوط به روستا - میزان مشارکت زنان در حوزه‌های مختلف اجتماعی، و فرهنگی و... روستا
درآمدزایی	<ul style="list-style-type: none"> - میزان کاهش فقر و افزایش درآمد روستاییان
گفتگو	<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد فضای بحث و گفت و گوی روستاییان با یکدیگر در مورد مسائل روستا

آزمون روابط

در این مرحله، میزان رابطه متغیرهای مستقل با ارتباطات مشارکتی مورد بررسی قرار گرفته است. برای این منظور، جداول (۱)، (۲)، (۳) و (۴) طراحی شده‌اند و ضرایب همبستگی مؤلفه‌های ارتباطات مشارکتی با ۸ متغیر مستقل از طریق نرم‌افزار SPSS محاسبه شده است. تحقیق همبستگی در صورتی مورد استفاده قرار می‌گیرد که بخواهیم درجات همبستگی و روابط بین متغیرها را بررسی کنیم. در این نوع پژوهش‌ها روابط علت و معلولی مورد بررسی قرار نمی‌گیرد، فقط هدف آن است که مشخص سازیم کدام متغیر با کدام متغیر دیگر، به طور نسبی در جهت مثبت یا منفی همگام است (رضا صفری شمالی، ۱۳۸۶: ۷۰).

جدول (۱) ضریب همبستگی اسپیرمن دو به دو بین متغیرهای مستقل و مؤلفه‌های متغیر وابسته از نگاه کارشناسان

متغیر وابسته متغیر مستقل	گفت و گو	آگاه سازی	اعتماد سازی	همدلی	توانمندسازی	تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری	خودشکوفایی	درآمدزایی
دانش بومی	۰/۲۹۸	۰/۳۷۳	۰/۳۵۱	۰/۴۹۳	۰/۴۵۲	۰/۳۷۴	۰/۳۱۸	۰/۲۳۷
مشارکت زنان	۰/۳۱۱	۰/۵۳۳	۰/۴۹۵	۰/۵۲۶	۰/۵۲۲	۰/۶۰۸	۰/۴۲۷	۰/۳۸۶
ارتباطات سنتی	۰/۲۴۲	۰/۳۱۲	۰/۳۰۰	۰/۳۸۲	۰/۳۳۸	۰/۲۷۲	۰/۲۴۰	۰/۱۲۶
ارتباطات جمعی	۰/۲۳۱	۰/۵۰۳	۰/۳۴۹	۰/۳۰۲	۰/۳۱۸	۰/۳۴۶	۰/۵۰۸	۰/۱۲۶
ارتباطات نوین	۰/۱۷۱	۰/۶۵۱	۰/۲۹۶	۰/۳۵۹	۰/۲۹۰	۰/۲۹۶	۰/۴۰۴	۰/۲۱۳
نشریات	۰/۲۴۸	۰/۴۹۸	۰/۳۲۰	۰/۲۷۵	۰/۳۶۷	۰/۲۶۲	۰/۲۳۹	۰/۱۹۰
پیوند تحقیق و ترویج	۰/۳۵۳	۰/۵۶۴	۰/۵۰۲	۰/۵۵۵	۰/۶۵۴	۰/۴۶۶	۰/۴۱۹	۰/۳۲۴
بازدیدها و گردش‌های علمی	۰/۱۶۹	۰/۵۷۶	۰/۳۳۸	۰/۲۶۶	۰/۳۱۱	۰/۲۰۸	۰/۲۲۲	۰/۱۶۵

داده‌های مندرج در جدول (۱) مشخص می‌سازد که از دیدگاه کارشناسان بین متغیرهای مستقل از جمله انواع ارتباطات (سنتی، جمعی و نوین) با مؤلفه‌های ارتباطات مشارکتی در سطح ۱ درصد یا ۹۹ درصد اطمینان رابطه معنی‌دار وجود دارد.

جدول (۲) همبستگی دو به دو بین متغیرهای مستقل و مؤلفه‌های ارتباطات مشارکتی از دیدگاه تسهیل‌گران

متغیر وابسته متغیر مستقل	گفتگو	آگاه‌سازی	اعتماد‌سازی	همدلی	توانمندسازی	تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری	خودشکوفایی	درآمدزایی
دانش بومی	۰/۱۱۰ ns	۰/۴۷۳	۰/۳۸۸	۰/۵۳۵	۰/۴۸۹	۰/۳۹۸	۰/۳۴۹	۰/۳۱۴
مشارکت زنان	۰/۲۵۳	۰/۵۷۷	۰/۵۵۰	۰/۵۹۱	۰/۴۹۴	۰/۶۰۷	۰/۳۵۷	۰/۳۷۸
ارتباطات سنتی	۰/۳۴۰	۰/۴۴۰	۰/۵۰۸	۰/۴۶۰	۰/۴۹۱	۰/۳۸۵	۰/۳۱۲	۰/۱۱۴ ns
ارتباطات جمعی	۰/۴۰۱	۰/۷۹۲	۰/۵۵۳	۰/۵۰۳	۰/۴۹۱	۰/۴۰۰	۰/۸۰۶	۰/۲۱۶
ارتباطات نوین	۰/۱۳۲ ns	۰/۶۵۶	۰/۳۸۴	۰/۴۴۰	۰/۳۸۴	۰/۳۲۹	۰/۴۳۹	۰/۱۰۸ ns
نشریات	۰/۴۲۶	۰/۷۲۰	۰/۵۷۴	۰/۵۲۰	۰/۵۱۷	۰/۴۸۵	۰/۴۱۲	۰/۱۵۱ ns
پیوند تحقیق و ترویج	۰/۱۲۶ ns	۰/۱۱۵ ns	۰/۱۹۷ ns	۰/۲۸۴	۰/۲۲۳	۰/۳۲۹	۰/۲۹۸	۰/۰۸۳ ns
بازدیدها و گردش‌های علمی	۰/۴۷۱	۰/۸۲۵	۰/۵۹۲	۰/۴۸۰	۰/۵۶۰	۰/۵۰۰	۰/۵۴۵	۰/۱۸۴

** سطح ۱ درصد یا ۹۹ درصد اطمینان

ns فاقد معنی‌داری

داده‌های مندرج در جدول (۲) مشخص می‌سازد که از دیدگاه تسهیل‌گران (دولتی) به جز نه مورد شامل دانش بومی و گفت و گو، ارتباطات سنتی و درآمدزایی، ارتباطات نوین (اینترنت) و گفت و گو، ارتباطات نوین و درآمدزایی، نشریات و درآمدزایی، پیوند تحقیق و ترویج با گفت و گو و آگاه‌سازی و اعتمادسازی و درآمدزایی که فاقد رابطه معنی‌دار هستند، در سایر موارد در سطح ۱ درصد یا ۹۹ درصد اطمینان رابطه معنی‌دار وجود دارد.

جدول (۳) ضریب همبستگی اسپیرمن بین متغیرهای مستقل و مؤلفه‌های متغیر وابسته از نگاه بهره‌برداران

متغیر وابسته متغیر مستقل	گفتگو	آگاه‌سازی	اعتمادسازی	همدلی	توانمندسازی	تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری	خودشکوفایی	خودشکوفایی
دانش بومی	۰/۲۶۰**	۰/۲۶۰**	۰/۴۷۹**	۰/۴۷۰**	۰/۵۳۲**	۰/۳۹۶**	۰/۳۱۶**	۰/۳۴۱**
مشارکت زنان	۰/۰۴ ns	۰/۴۵۱**	۰/۴۳۸**	۰/۴۵۹**	۰/۴۰۷**	۰/۴۸۴**	۰/۴۲۲**	۰/۳۷۸**
ارتباطات سنتی	۰/۱۶۶ ns	۰/۴۲۵**	۰/۶۳۹**	۰/۵۹۵**	۰/۵۰۳**	۰/۳۵۲**	۰/۲۸۱**	۰/۲۸۵**
ارتباطات جمعی	۰/۰۳۷ ns	۰/۸۴۱**	۰/۵۲۴**	۰/۵۴۱**	۰/۵۴۹**	۰/۴۱۶**	۰/۷۴۹**	۰/۴۲۷**
ارتباطات نوین	۰/۰۶۸ ns	۰/۶۵۴**	۰/۲۸۸**	۰/۳۵۷**	۰/۲۶۵**	۰/۲۲۳**	۰/۲۹۳**	۰/۳۵۹**
نشریات	۰/۴۰۵**	۰/۵۸۸**	۰/۴۹۷**	۰/۶۲۳**	۰/۴۳۷**	۰/۵۰۶**	۰/۴۱۰**	۰/۲۴۰**
پیوند تحقیق و ترویج	۰/۳۲۸**	۰/۵۴۵**	۰/۶۸۱**	۰/۶۴۵**	۰/۷۷۷**	۰/۶۶۷**	۰/۵۲۹**	۰/۳۳۴**
بازدیدها و گردش‌های علمی	۰/۱۴۵ ns	۰/۸۳۰**	۰/۱۲۴**	۰/۱۸۹ ns	۰/۳۶۴**	۰/۲۱۴**	۰/۶۳۵**	۰/۲۲۷**

شش مورد شامل مشارکت زنان و گفت و گو، ارتباطات سنتی و گفت و گو، ارتباطات جمعی و گفت و گو، ارتباطات نوین و گفت و گو، بازدیدها و گردش‌های علمی و گفت و گو و بازدیدها و گردش‌های علمی و همدلی که فاقد رابطه معنی‌دار هستند، در سایر موارد در سطح ۱ درصد یا ۹۹ درصد اطمینان رابطه معنی‌دار وجود دارد.

جدول (۴) نتایج مشترک کنشگران ارتباطات مشارکتی روستایی بر حسب بالاترین میزان همبستگی

بهره‌برداران	تسهیل‌گران	کارشناسان	
۰/۸۴۱**	۰/۷۹۲**	۰/۵۰۳**	ارتباطات جمعی و آگاه‌سازی
۰/۷۴۹**	۰/۵۴۵**	۰/۵۰۸**	ارتباطات جمعی و خودشکوفایی
۰/۶۳۹**	۰/۵۷۷**	۰/۵۲۳**	ارتباطات سنتی و اعتمادسازی
۰/۷۹۲**	۰/۶۵۶**	۰/۶۵۱**	ارتباطات نوین و آگاه‌سازی
۰/۵۸۸**	۰/۷۳۰**	۰/۴۹۸**	نشریات و آگاه‌سازی
۰/۵۸۸**	۰/۷۲۰**	۰/۴۹۸**	بازدیدهای علمی و آگاه‌سازی
۰/۷۷۷**	۰/۲۳۲**	۰/۶۵۴**	پیوند پژوهش ترویج و توانمندسازی
۰/۷۴۹**	۰/۵۴۵**	۰/۲۲۲**	بازدیدهای علمی و خودشکوفایی
۰/۶۲۳**	۰/۵۲۰**	۰/۲۷۵**	نشریات و همدلی

جدول (۴) که با جمع‌بندی سه جدول پیشین و بر اساس بالاترین ضریب‌های همبستگی تدوین شده است، مشخص می‌سازد که در میان سه گروه کارشناسان، تسهیل‌گران و بهره‌برداران رابطه‌های معنی‌دار در سطح ۱ درصد و تا ۹۹ درصد اطمینان با بالاترین ضریب همبستگی به ارتباطات اعم از سستی، جمعی، نوین و نشریات با مؤلفه‌های ارتباطات مشارکتی اختصاص دارد.

نتیجه‌گیری

نتایج همبستگی متغیرهای مستقل و مؤلفه‌های ارتباطات مشارکتی در این تحقیق گویای آن است که بالاترین همبستگی‌ها بین ارتباطات اعم از سستی، جمعی و نوین با ارتباطات مشارکتی وجود دارد.

جدول (۴) نشانگر آن است که هر یک از وسایل ارتباطی به منظور مشارکت‌جویی شهروندان و ایجاد ارتباطات مشارکتی در جامعه روستایی دارای ظرفیت منحصر به فردی هستند؛ حتی رسانه‌های جمعی نیز که در عصر نوسازی محور اصلی ارتباط بود و پیام‌های مورد نظر نخبگان را از بالا به پایین و مرکز به پیرامون در میان اعضای نظام اجتماعی ارسال می‌کرد، می‌تواند با تغییر سیاست در جهت ارتباطات توسعه و مشارکت‌جویی مردم نقش‌آفرین باشد. چنانچه «بلامودی» می‌نویسد: «رسانه‌های جمعی توان بالقوه‌ای برای ایجاد جرعه تفکر فردی و بحث افقی لازم در درون جوامع به منظور اقدام جمعی برای تغییر شکل دادن به جهان محروم را می‌توانند فراهم آورند» (بلا، ۱۹۹۱: ۴۸).

فراموش نکنیم که میزان آگاهی عمومی افراد از وضعیت و مسائل جامعه و نقش‌آفرینی آنان برای رفع مشکلات می‌تواند در تقویت مشارکت اجتماعی اثرگذار باشد؛ زیرا آگاه ساختن مردم اساس مشارکت آنان در یک کار دسته جمعی است. آگاه کردن برای ایجاد انگیزه، درک عمل و احترام و اعتنا به شخصیت افراد و ایجاد مسئولیت در آنان بسیار اثرگذار است.

در جدول (۴)، ارتباطات جمعی، ارتباطات نوین، نشریات و بازدیدهای علمی از دیدگاه کارشناسان، تسهیل‌گران و بهره‌برداران با آگاه‌سازی که یکی از مؤلفه‌های ارتباطات مشارکتی محسوب می‌شود، جامعه روستایی همبستگی بالایی دارند. در کنار آن میزان همبستگی ارتباطات جمعی و بازدیدهای علمی با خودشکوفایی قابل توجه است.

اگر خودشکوفایی را گشوده شدن مستمر ظرفیت‌های انسانی بدانیم، بازدیدهای علمی و ارتباطات جمعی که شامل ارتباطات میان فردی و نیز استفاده از وسایل ارتباط جمعی شامل رادیو، تلویزیون و... می‌شود، قادر است توسعه انسانی در جامعه روستایی را افزایش دهد؛ زیرا با شکوفایی اندیشه و باز شدن ذهن، نوعی همدلی بین تولیدکنندگان بخش کشاورزی با

کارشناسان به وجود می‌آید که به طور طبیعی ارتباطات مشارکتی را در مناطق روستایی افزایش می‌دهد.

اعتماد که مضمون اصلی سرمایه اجتماعی است با ارتباطات سنتی همبستگی بالایی را به خود اختصاص می‌دهد. این موضوع نشانگر آن است که ارتباطات میان‌فردی و رهبران فکری و... بالاترین نقش را در اعتمادسازی به خود اختصاص می‌دهند. اگرچه اساس ارتباطات مشارکتی بر تسهیل‌گری استوار است ولی این نکته حائز اهمیت است که، وقتی کارشناسان روانه روستا می‌شوند، اگر به جای آموزش نقش تسهیل‌گر را داشته باشند و از طریق حوزه‌های عمومی نظیر مدرسه، در مزرعه (FFS)^۱ استعداد کشاورزان و تولیدکنندگان را شکوفا سازند، در کنار آنان پیشروانی از میان خودشان هستند که مورد اعتماد سایرین و مرجعی برای عمل آنان محسوب می‌شوند و نقطه اتکایی برای تصمیم‌گیری آنان در مورد کشاورزی بهتر و توسعه پایدار به شمار می‌روند. در عین حال، نشریات (روستایی) با همدلی و پیوند پژوهش و ترویج با توانمندسازی روستاییان دارای همبستگی زیاد است؛ به خصوص اگر این نشریات بتوانند دستاوردها و توانمندی‌های روستاییان را که در قالب مشارکت و حوزه‌هایی همچون مدرسه در مزرعه متجلی می‌شود، انعکاس دهند و آینه تمام‌نمایی از فعالیت‌های آنان باشند. از این طریق، گرایش تولیدکنندگان به نشریات افزایش می‌یابد و نه تنها با آن احساس بیگانگی ندارند، بلکه احساس همدلی می‌کنند.

پیشنهادها

به منظور آگاه‌سازی و ایجاد زمینه برای گفت و گو و ارتباطات مشارکتی در مناطق روستایی کشور پیشنهاد می‌شود:

۱. صدا و سیما محلی در استان‌ها و مناطق مختلف کشور تقویت شود؛
۲. کیوسک‌های مطبوعاتی در سطح مناطق روستایی راه‌اندازی و فراگیر شود؛
۳. پایگاه‌های دیجیتال همراه با آموزش رایانه برای جوانان و استفاده از اینترنت در سطح روستاها راه‌اندازی شود (تجربه قرن آباد و شاهکده در ایران پیش روی ما قرار دارد)؛
۴. مطبوعات محلی مورد تشویق و حمایت مسئولان قرار گیرند و صفحه‌هایی از آنها به روستا اختصاص یابد. موفقیت چهره‌های روستایی در عرصه‌های گوناگون، معرفی ظرفیت‌های طبیعی برای توسعه روستا، گفت و گو با نمونه‌های برجسته تولیدکنندگان روستایی و... از جمله موضوع‌هایی است که جا دارد در این صفحات درج شود؛
۵. با توجه به در اختیار داشتن تلفن همراه از سوی اغلب تولیدکنندگان روستایی، استفاده از ظرفیت SMS (پیام کوتاه) در جهت ترویج یافته‌های علمی (کشاورزی)،

آموزش و ارتباط دو سویه موضوعی قابل توجه است که می‌توان در جهت توسعه روستایی مورد استفاده قرار داد؛

۶. در کنار موارد فوق، کانون‌های گفت و گو نظیر قهوه‌خانه‌ها و سایر محافل عمومی روستا دارای ظرفیتی مطلوب در جهت ارتباطات مشارکتی است. در صورتی که این مکان‌های بحث را برای زنان روستایی نیز ایجاد کنیم، به تدریج بستری برای تبادل اطلاعات و انتقال تجربیات به وجود می‌آید، صدای جامعه روستایی پرطنین می‌شود و حس مشارکت‌جویی روستاییان تقویت می‌شود. از این رو، راه‌اندازی کانون‌هایی نظیر کتابخانه‌های روستایی یا خانه ترویج (فرهنگ) و گسترش آنها پیشنهاد می‌شود؛

۷. با توجه به اینکه تعدادی از فارغ‌التحصیلان دانشگاهی روستایی هم اکنون در تهران یا شهرهای بزرگ حضور دارند، با راه‌اندازی سایت یا وبلاگ مخصوص آن روستا و درج اخبار، اطلاعات و در کنار آن دستاوردها و مسائل روستا می‌توان، علاوه بر اطلاع‌رسانی ارتباطات مشارکتی میان روستاییان در داخل و خارج روستا را فراگیر ساخت. بدیهی است که این تریبون می‌تواند در سطح ملی و بین‌المللی انعکاس‌دهنده صدای هر روستا باشد.

منابع

- اسدی، سعید (۱۳۸۳). *شیوه‌های پژوهش مشارکتی - ارتباطی*. ماهنامه دهاتی، شماره ۴۳.
- اسدی، علی، ابوالقاسم شریف‌زاده و مهنوش شریفی (۱۳۸۷). *بررسی انگاره‌های رفتار اطلاع‌یابی کشاورزان گوجه‌فرنگی کار سال ۱۳۸۷*. مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، شماره ۱.
- بروجردی علوی، مهدخت (۱۳۸۱). *شیوه‌های روابط در جامعه اطلاعاتی*. فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی رسانه، سال سیزدهم، شماره چهارم.
- جعفری، ابراهیم (۱۳۸۴). *روزنامه‌نگاری در عصر جهانی شدن*. تحقیق درس بازننگری در روزنامه‌نگاری معاصر.
- جان سرواس، (۱۳۸۴). *به سوی رویکرد جدید ارتباطات و توسعه*. ترجمه دکتر پیروز ایزدی، فصلنامه رسانه شماره ۶۴، سال شانزدهم.
- خاتون آبادی، سیداحمد (۱۳۷۴). *رادیو و ارتباطات توسعه‌ای*. انتشارات سروش.
- خانیک، هادی (۱۳۸۴). *بنیان‌های مطالعات و توسعه ملی در ایران*. فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی (ویژه‌نامه علوم ارتباطات)، شماره ۲۸ و ۲۹.
- رضوانفر، احمد و عادل زارع (۱۳۸۲). *ارائه مدل اثربخشی کانال‌های ارتباطی و منابع اطلاعاتی در پذیرش GPS*. مجموعه مقالات دومین کنگره ملی ترویج.
- رضوی‌زاده، سید نورالدین (۱۳۷۹). *ارتباطات و توسعه، با نگاهی به نقش ارتباطات در توسعه روستایی*. فصلنامه رسانه، سال یازدهم، شماره ۲.
- زرنگار، حمیدرضا (۱۳۸۵). *بجای درخصوص قابلیت‌ها و جنبه‌های ارتباطی در عملکرد تسهیل‌گران*. بررسی و مقایسه دو رهیافت ارزیابی مشارکتی روستایی (PRA) و ارتباطات مشارکتی، ماهنامه جهاد، شماره ۲۴۱ و ۲۴۰.
- سام‌آرام، عزت‌الله (۱۳۷۶). *بهره‌مندی روستاییان از مطبوعات و نقش آن در توسعه روستایی*. فصلنامه پژوهشی روستا و توسعه، سال ۱۰، شماره ۱.
- سام‌آرام، عزت‌الله (۱۳۷۸). *ارتباطات و توسعه روستایی*. فصلنامه علمی - پژوهشی روستا و توسعه، شماره ۳ و ۴.
- سلطانی‌فر، محمد (۱۳۸۸). *روابط عمومی در فضای سایبر*. انتشارات شرکت روابط عمومی و تبلیغات هفت تبلیغ.
- شاه ولی و دیگران (۱۳۸۷). *بنیان‌های فلسفی ارتباطات در ترویج و آموزش کشاورزی*. دو ماهنامه علمی - ترویجی جهاد، شماره ۲۸۶ - ۲۸۵.
- شاه ولی و همکاران (۱۳۸۷). *بررسی تدوین الگوهای ارتباطات متناسب تولید پایدار گندم در منطقه مرودشت فارس*. مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، شماره ۱.

- شعبانعلی فمی، حسین و ناصر زمانی میاندشتی (۱۳۸۳). ارتباطات مشارکتی مدل جدید ارتباطات برای توسعه روستایی. ماهنامه دام، کشت و صنعت، شماره ۵۱ و ۵۲.
- شعبانعلی فمی، حسین؛ امیرحسین علی‌بیگی و ابوالقاسم شریف‌زاده (۱۳۸۳). رهیافت‌ها و فنون مشارکت در ترویج و کشاورزی و توسعه روستایی. انتشارات مؤسسه توسعه روستایی.
- صفری شمالی، رضا (۱۳۸۶). راهنمای تدوین طرح تحقیق. انتشارات جامعه و فرهنگ.
- فرقانی، محمد مهدی (۱۳۸۲). درآمدی بر ارتباطات سنتی در ایران. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- فرقانی، محمد مهدی (۱۳۸۴). تعامل سنت و فناوری در جامعه اطلاعاتی. فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۲۹ و ۲۸، زمستان ۸۳ و بهار ۸۴.
- قریشی‌زاده، شاهین (۱۳۷۶). نقش ارتباطات در توسعه روستایی. فصلنامه رسانه، شماره ۳.
- قلی‌پور، آرین و طاهر روشندل اربطانی (۱۳۸۵). نهادهای رسانه‌ای توسعه‌محور، محور توسعه روستایی؛ بررسی و تبیین ارتباط بین سازگاری برنامه‌های تلویزیونی شبکه استانی و توسعه روستایی در استان اردبیل. فصلنامه روستا و توسعه، شماره ۴.
- کورولا وارقیس (۱۳۷۶). تلویزیون و ایفای نقش مثبت در توسعه مشارکتی. ترجمه نادر داودی، فصلنامه رسانه، شماره ۳.
- معمدنژاد، کاظم (۱۳۷۵). ارتباطات توسعه و توسعه ارتباطات در ایران. مجموعه مقالات کنفرانس کاربرد تحقیقات اجتماعی، اقتصادی در برنامه‌های توسعه، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- معمدنژاد، کاظم (۱۳۷۲). وسایل ارتباط جمعی. انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- نادری، مهدی و هادی ویسی (۱۳۸۱). کاربرد ارزیابی مشارکتی ارتباطات روستایی (PRCA) در برنامه‌ریزی توسعه روستایی. ماهنامه جهاد، شماره ۲۵۴.
- Bella Mody, (1991) Designing Messages for Development Communication, New Dehli.
- Coldvin Gray Participatory Communication and adult Learning for rural development- 2001, FAO.