

رسانه و مهاجرت

(با تأکید بر تأثیر رسانه های داخلی بر مهاجرت)



علیرضا موحدی

مقدمه

در قرن بیست و یکم، جهان از جامعه صنعتی به سمت جامعه اطلاعاتی در حرکت است. اطلاعات، یک معیار راهبردی و استراتژیک محسوب و از شاخص های اصلی توسعه یافتگی در میان ملت ها و جوامع بشری است.

اگر نگاهی به روند انکشاف و توسعه یافتگی جوامع پیشرفته داشته باشیم به خوبی متوجه خواهیم شد که بنیان و اساس توسعه این جوامع با انجام برنامه های علمی و تحقیقاتی بوده است. امروزه برای انجام هر برنامه یا فعالیتی در ابتدا تحقیقات علمی در زمینه راه اندازی و براساس یافته ها و نتایج این تحقیقات، تصمیمات لازم اتخاذ می گردد. این موضوع علاوه بر توسعه یافتگی کشورهای صنعتی و پیشرفته، باعث تجزیه علوم مختلف به بخش های بسیار جزئی تر نیز شده است. از بخش ها یا نهادهایی که توانسته در یافتن حقایق جامعه پیشگام باشد، رسانه ها هستند.

رسانه ها یکی از مهمترین و اساسی ترین ساختارهای هر جامعه هستند که می توانند تا حد زیادی در سوق دادن جامعه بسوی پیشرفت و ترقی و یا عقب ماندگی جامعه تأثیر گذار باشند. لذا اطلاع رسانی و ذهنیت سازی در میان جامعه از وظایف اصلی رسانه ها است. از این رو است که گفته می شود رسانه ها رابطه مستقیمی با اوضاع امنیتی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها یا جوامع بشری دارند. به این لحاظ رسانه ها در افغانستان نقش مستقیمی در ترغیب یا بازدارندگی مهاجرت دارد.

تعریف رسانه:

رسانه در لغت به معنی حسرت و افسوس و تأسف می باشد. اما در اصطلاح به معنی وسیله ارتباط جمعی مانند رادیو، تلویزیون و مطبوعات است. مفهوم اصطلاحی رسانه با تعریف آن در زبان انگلیسی مشابهت زیادی دارد. در انگلیسی رسانه به Medium و جمع آن Media معنی شده است.

آنچه که از تعریف بر می آید رسانه شامل تمامی ابزار و وسایلی است که به نحوی اطلاعات یا معلومات را به دیگران انتقال می دهد. با این تعبیر تمامی موارد زیر را می توان شامل خانواده رسانه دانست:

1- رادیو

2- تلویزیون

3- سینما

4- روزنامه

5- انترنت (صفحات مجازی مانند: فیس بوک و...)

6- کتاب

7- منابع

8- عکس

9- تلفن و...

تأثیر رسانه های داخلی بر کاهش یا افزایش مهاجرت

در قرن بیست و یکم، ما از جامعه صنعتی به سمت جامعه اطلاعاتی در حرکتیم. اطلاعات، یک کالای راهبردی و استراتژیک محسوب گشته و از شاخص های اصلی توسعه یافتگی در میان ملت ها و جوامع بشری است. از مهمترین ابزار گردآوری و نشر اطلاعات رسانه ها هستند.

امروزه رسانه به قدری با زندگی انسان ها گره خورده است که بخش عمده ای از زندگی افراد شده است. رسانه ها در کنار والدین و مراکز آموزشی بخش عمده ای از برنامه های تربیتی و تعلیمی را برای کودکان بر عهده دارند.

این گستردگی یا عدم گستردگی را می توان بیشتر در قالب تأثیراتی دانست که آنها بر مخاطبین خود دارند. بطور مثال میزان مطالعه کتاب در جامعه ما بسیار پایین است و لذا اکثریت تصمیماتی که از جانب افراد در موقف های مختلف گرفته می شود نیز از پایداری نسبتاً پایینی برخوردار است.

در شرایط فعلی مهمترین عاملی که باعث بوجود آمدن رابطه معناداری بین رسانه و مهاجرت در کشور شده است، پرداختن رسانه ها به زوایای مختلف پدیده مهاجرت است. در اکثر برنامه های تلویزیونی صحبت از پدیده مهاجرت، نقش دولت در کنترل آن، نقش دولت در حمایت از مهاجرین، عوامل بوجود آورنده مهاجرت و ... می شود. هر چند هر کدام از موارد فوق به تنهایی کمتر می توانند باعث تغییر دیدگاه عامه مردم نسبت به اقدام به مهاجرت شود ولی نشر و پخش تمامی این موارد می تواند به راحتی بر تصمیمات مهاجرت افراد تأثیر گذار باشد. نکته دیگر این است که نشر موضوعات مختلف در رابطه با پدیده مهاجرت از سوی رسانه ها به تنهایی نمی تواند عامل اصلی برای تحریک افکار عامه باشد ولی اگر مسئولین دست اندرکار در رسانه ها نتوانند به خوبی موضوع را به مخاطب انتقال دهند یا اهداف دیگری را دنبال نمایند مسلماً چالش های زیادی را در سطح جامعه و روند اتخاذ تصمیم برای مهاجرت ایجاد خواهند کرد. لذا عواملی مانند سطح پایین تخصص کارمندان رسانه ها، غفلت از فرصت های مهاجرت، بزرگ نمایی سطح رفاه در کشورهای پیشرفته برای مهاجرین، استفاده سوء از پدیده مهاجرت به منظور افزایش مخاطبین، ضعف رسانه ها در تولید برنامه های مرتبط با پدیده مهاجرت، شناخت کم نسبت به حقوق مهاجرین و ... می تواند این فرضیه را اثبات نماید که رابطه معناداری بین رسانه و افزایش یا کاهش مهاجرت در افغانستان وجود دارد.

در کنار نشر مطالب مرتبط با پدیده مهاجرت از رسانه ها نکته قابل تأمل و مهم دیگر نحوه بیان مطلب از جانب رسانه ها است. در اکثر موارد مشاهده شده است که رسانه ها در ارتباط با پدیده مهاجرت جهت گیری های خاصی را دنبال می کنند و بر اساس نوع نگاه خود مطالب را برای مخاطبین بیان می نمایند. ولی اگر رسانه های کشور در ارتباط با پدیده مهاجرت بصورت بی طرفانه و فعال عمل نمایند، مسلماً می توانند از مهاجرت های غیر قانونی و پرخطر جلوگیری نمایند. شبکه های قاچاق یا قاچاقبران زیادی در شهرها بخصوص نقاط مرزی فعالیت دارند. آنان به راحتی و بدون هیچگونه مزاحمتی با خانواده ها و بخصوص جوانان در تماس هستند. آنان را تشویق به مهاجرت می نمایند و برای شان از زندگی مجلل و آسایشی که در کشورهای میزبان در انتظار آنان است صحبت می نمایند.

با وجود آنکه رسانه‌ها شاهد تمامی این موارد هستند اما کمتر به تحقیق و تفحص درباره عملکرد شبکه‌های قاچاق و اینکه چه خطراتی می‌تواند از ناحیه آنان متوجه خانواده‌ها شود، آگاهی‌دهی نمایند.

نتیجه‌گیری

رسانه یک پدیده‌ای است که می‌تواند نقش بسیار سازنده یا بسیار مخرب در جامعه داشته باشد. اثرات آن را می‌توان به وضوح در جامعه و بخصوص در سالهای گذشته بر مهاجرت جوانان از کشور مشاهده کرد.

رسانه‌ها یک عامل تحریک‌کننده بسیار مهم در مهاجرت جوانان و خانواده‌ها به شمار می‌رود. رسانه‌های گروهی علاوه بر این که در انتقال اطلاعات به مردم نقش عمده‌ای دارند، می‌توانند با عملکرد مناسب تحول بسیار خوبی را در عرصه‌های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و ... در جامعه بوجود آورده و باعث شکوفایی و رشد جامعه گردند.

منابع:

1. دیوید، گیل، وبرجیت، ادمز؛ الفبای ارتباطات، مترجمان رامین کریمیان، مهراں مهاجر، محمدنبوی، تهران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای، 1384
2. کوئن، بروس، **مبانی جامعه‌شناسی**، ترجمه و اقتباس دکتر غلام عباس توسلی و دکتر رضا فاضل، تهران، سمت، 1390.
3. فراهانی، نازنین؛ مجله خبری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، 1388
4. سایت وزارت امور مهاجرین و عودت‌کنندگان
5. سایت خبری دویچه وله در برلین، آلمان
6. سایت خبرگذاری صدای افغان (آوا)
7. سایت خبرگذاری بخدی