

نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، موانع و راهکارها

موسی کاظم زاده* - کمال کوهی**

چکیده

در نظام نوین جهانی، ما در عصر رسانه‌ها زندگی می‌کنیم؛ عصری که در آن رسانه‌های گروهی جزو جدایی‌ناپذیر زندگی ما هستند. رسانه‌ها با اتخاذ سیاست‌های متفاوت ارتباطی، توسعه فرهنگی کشورها را تسهیل و تسریع می‌کنند. کارکرد رسانه‌ها در عصر ارتباطات، بی‌شک در همه ابعاد زندگی اجتماعی و فرهنگی جوامع بشری انکارناپذیر است. امروزه جامعه‌های توسعه یافته تلقی می‌شود که بتواند در کنار توسعه شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی مانند درآمد سرانه، توزیع ناخالص ملی و نرخ مرگ و میر، بر معیار آموزش و اطلاعات و در حقیقت عنصر دانایی اجتماعی تأکید کند.

در چنین جامعه‌ای، وسایل نوین ارتباط جمعی با تولید و توزیع مطلوب اطلاعات، نقش زیادی در بالا بردن آگاهی‌های گوناگون و ضروری به عهده می‌گیرند و جامعه را در نیل به تعالی و ترقی همه جانبه یاری می‌کنند. حال این رسانه‌ها هستند که با اتخاذ سیاست‌های پویای اجتماعی و ترکیب آن با سیاست‌های فرهنگ‌گرا می‌توانند عامل آمیختگی، توازن و پیوند دادن باورهای اصیل اعتقادی و سنت‌های بارور جامعه باشند و با گسترش آفرینندگی و افزایش رشد فرهنگی به توسعه همه جانبه کشورمان کمک کرده و باعث پویایی افکار شوند. در این میان به نظر می‌رسد، برای یکپارچگی توسعه فرهنگی جهت تقویت هویت و وحدت ملی، در دستور کار قراردادن برنامه ریزی آینده توسعه فرهنگی کشور، متناسب با سیاست فرهنگی، در کنار اجرای افق سیاست رسانه‌ای براساس چشم انداز توسعه در جامعه اطلاعاتی عصر حاضر، ضروری به نظر می‌رسد.

کلید واژه‌ها

وسایل ارتباط جمعی، رسانه‌ها، ارتباطات، فرهنگ، توسعه فرهنگی، جوامع بشری

* پژوهشگر حوزه فرهنگ، دین و رسانه

** دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی گرایش بررسی مسائل اجتماعی دانشگاه اصفهان و عضو هیأت علمی دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه تبریز

مقدمه

از آغاز شکل‌گیری و توسعه وسایل جدید ارتباط جمعی مسأله آثار اجتماعی فرهنگی جمعی به طور جدی جزئی از دل‌مشغولی‌های انسان معاصر بوده است. آیا این فرهنگ می‌تواند سطح کیفی زندگی انسان را افزایش دهد یا نه؟ و در به مخاطره افتادن هویت انسان که با رشد شتابان تکنولوژی و رفاه مادی صورت‌بندی‌های تازه یافته است، چه نقشی می‌خواهد و یا می‌تواند ایفا کند؟ پاسخ به این دو سؤال طبیعتاً پیوستاری از بدینی مطلق تا خوش‌بینی مطلق را نسبت به رسانه‌ها به وجود می‌آورد. برخی صاحب‌نظران، رسانه‌ها را در این بحران سرچشمه درد می‌دانند و برخی آغازگر درمان. اما اگر از این افراط و تفریط بگذریم، به هر رو، وسایل ارتباط جمعی را جزئی از صورت مسأله فرهنگی انسان و جامعه کنونی خواهیم دانست. (خانیک، ۱۳۸۶)

در این میان رسانه‌های ارتباط جمعی در عصر امروز نقش کلیدی در تعیین سرنوشت توسعه کشورها دارند، این وسایل، منشأ بسیاری از تحولات معاصر، راهنما و کنترل‌کننده جریانها و تحولات در جهان به حساب می‌آیند.

ما در عصری زندگی می‌کنیم که، تغییر و تحول به صورت یک امر عادی تلقی می‌شود و مشاهده می‌کنیم که دنیا به سمت و سوی «دهکده جهانی مک لوهان» و درهم ریختن نظام‌ها و سازمان‌های ملی و در عین حال جوانه زدن چالش‌ها و بحران‌های جدید در عرصه‌های سیاست، فرهنگ، اقتصاد، امنیت و... است.

به عقیده مک لوهان رسانه‌های گروهی فاصله‌های مکانی را از بین می‌برد و مانند یک روستا همه مردم از واقعه‌ای که در گوشه‌ای از جهان رخ می‌دهد، مطلع می‌شوند. این پیشگویی که امروزه جامه عمل پوشیده، همان عاملی است که تمام مردم جهان را همزمان درگیر مسایلی چون ۱۱ سپتامبر می‌کند و یا از اتفاقات لحظه‌به‌لحظه حمله به عراق، افغانستان، غزه و... آنها را باخبر می‌سازد و یک حس مشترک جهانی را پدید می‌آورد.

از این رو، شناخت رابطه، میزان و حدود ارتباط وسایل ارتباط جمعی با حوادث و تحولات

نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، ... ❖ ۱۸۵

❖ سال دوازدهم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۸۹

جهانی، امر لازم و ضروری پنداشته می‌شود و به این خاطر دانشمندان بسیاری در این رابطه تحقیقات و بررسی‌های قابل توجهی را انجام داده‌اند، ولی با این حال، به دلیل گستردگی حوزه تسلط رسانه‌های جمعی در جوامع امروزی و نیز برخورداری این پدیده از ویژگی سیال بودن و حرکت پویا، لازم است که همگام با رشد و تکامل تکنولوژیکی و محتوای رسانه‌های ارتباط جمعی در ابعاد مختلف، درباره کارکرد آنها، به ویژه نقش آن در تحولات توسعه فرهنگی، مطالعات بیشتری صورت بگیرد.

شناخت کاربرد و عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی در جامعه و نقشی که آنها در جوامع بشری به عهده دارند، امری بسیار مهم است و از طریق شناخت تأثیرات و کارکردهای خواسته و ناخواسته رسانه‌های جمعی، می‌توان به طرح برنامه‌های مؤثری برای استفاده مطلوب و عقلانی از این تکنولوژی پرداخت و در عین حال از اشتباهات و انحرافات که در جریان ارائه کارکرد رسانه‌ها به خورد شهروندان و جامعه داده می‌شود، پرهیز کرد. ارائه راهکار و طرح‌های مناسب جهت سالم ساختن و افزایش نقش‌های مثبت و سازنده رسانه‌های جمعی در حرکت مطلوب جامعه، نیازمند شناخت عمیق وسایل ارتباط جمعی و حوزه کارکرد آنها در تحولات و فرایند تاریخی و زمانی است. رسانه‌های ارتباط جمعی اعم از مطبوعات، رادیو و تلویزیون، تئاتر، سینما، اینترنت، شبکه‌های ماهواره‌ای، تلفن، مجلات و نشریات و... در دنیا، مشغول فعالیت و جلب مخاطب می‌باشند.

بر همین اساس با توجه به نقش تأثیرگذار رسانه بر تمامی اعضای جامعه و به ویژه نسل‌های کنونی، هدف اصلی این مقاله بررسی و تبیین نقش رسانه‌ها به عنوان یکی از دستگاه‌های فراگیر و گسترده در انتقال محتوای فرهنگی و انتقال ارزش‌ها و هنجارها و تأثیر آنها در شکل‌گیری و یا عدم شکل‌گیری این پدیده‌ها است، از این رو هدف این پژوهش، شناخت نقش و حیطة کاربرد و کارکرد این وسایل در توسعه فرهنگی جامعه عصر خویش است.

ابتدا این مقاله به تعریف فرهنگ و توسعه فرهنگی و با بررسی روند توسعه فرهنگ در کشورمان و به‌خصوص با پرداختن به این مسأله در استان‌ها و نقشی که وسایل ارتباط جمعی

در توسعه فرهنگی ما انسانها برعهده دارند، می‌پردازد در پایان نیز راهکارهایی هر چند جزئی و کوچک به تقویت فرهنگ و هویت ملی و اسلامی کمک نماید، ارائه می‌شود.

توسعه فرهنگ در جامعه ایران

کلمه فرهنگ مرکب از دو جزء «فر» و «هنگ»، به معنی «کشیدن» و نیز «تعلیم و تربیت» است. در زبان انگلیسی و فرانسوی به معنای کشت و کار یا پرورش بوده است و در زبانهای رومانیایی و انگلیسی از آن معنای پرورش، بهسازی، تذهیب یا پیشرفت اجتماعی را استنباط می‌کردند، اما امروزه فرهنگ از نظر تنوع و وسعت معنایی و سیر تاریخی و برداشت ادبی چنان ابعاد گسترده‌ای یافته است که دیگر نمی‌توان آن را محدود به مفهوم «دانش و تربیت» دانست. (روح الامینی، ۱۳۳۸، به نقل از واعظی و همکاران، ۱۳۸۷: ۴۰)

عبارت فرهنگ در بُعد عمومی نشأت گرفته از همان اندیشه «تایلر» است که «فرهنگ را مجموعه‌ای از توانایی‌ها، شناخت، باورها، اشیاء، فنون، هنرها و قوانین می‌داند که هر انسانی از جامعه‌ای که در آن عضو است، دریافت می‌کند.» (فکوهی، ۱۳۷۹: ۲۴۵)

مهم‌ترین ویژگی تمایزبخش حیات انسانی از حیات غیرانسانی فرهنگ است، که دارای عناصری همچون: هنجارها، باورها و ارزش‌ها می‌باشد. واژه فرهنگ در زبان فارسی از واژه‌های بسیار کهن است که نه تنها در نخستین متن‌های نثر فارسی دری؛ بلکه در نوشته‌های بازمانده از زبان پهلوی نیز به چشم می‌خورد. از نظر لغوی، اغلب، فرهنگ را به معنی عقل و دانش به کار برده‌اند؛ اما به معانی مختلف دیگری نیز آمده است که از آن جمله می‌توان به نیکویی تربیت و پرورش، بزرگی و عظمت، فضیلت و کار، شکوه‌مندی، حکمت، هنر، معرفت و علم فقه اشاره کرد. (کاشانی، ۱۳۸۷)

توسعه فرهنگی همان ارج نهادن به افکار، آداب و رسوم ملی و بومی هر جامعه‌ای است. توسعه فرهنگی منجر به خودباوری جامعه شده است و توانایی‌های بالقوه و خلاق انسان را در زمینه فرهنگی شکوفا می‌کند. این مسأله خود در شکل‌گیری و هویت فرهنگی جامعه

نقش مهمی را ایفا می‌نماید. در واقع ترکیب توسعه و فرهنگ در جامعه و در بخشی از اندیشه‌های علوم انسانی، به دنبال این است که با توجه به فرایند مدرنیته و مدرنیزاسیون با یک رویکرد درونی و بومی و بهره‌مندی از پیامدهای مؤثر بیرونی توسعه، به شناخت عمیق باورها و ارزش‌های ملی و محلی جامعه خود بپردازد. توسعه فرهنگی در قالب اهمیت دادن به ارزش‌های محلی و ملی، باید بتواند از طریق برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و اجتماعی به نیازهای معنوی و مادی افراد جامعه خود پاسخ دهد، تا از این طریق ایده‌ها، افکار و آداب و رسوم ملی و بومی جامعه خود را در قالب ارتباطات نمادین فرهنگی و نشانه‌های ملی و بومی در عصر حاضر را همپای سایر فرهنگ جوامع مؤثر در جهان اشاعه دهد. (شربتیان، ۱۳۸۸)

با توجه به این مقوله می‌توان توسعه فرهنگ در جامعه ایران را با توجه به پتانسیل‌های هر منطقه این‌گونه توصیف کرد که در ایران توسعه‌یافتگی استان‌ها یکسان نیست، برخی از استان‌ها با توجه به شرایط و موقعیت‌های خاصی که در کشور دارند، همانند سایر ابعاد توسعه نظام‌مند، این بخش از توسعه (توسعه فرهنگی) نسبت به استان‌های دیگر بیشتر در حال رشد و بهره‌مندی بوده است. استان تهران به لحاظ ساختار و زیرساخت‌های خاص سیاسی، اقتصادی و کالبدی در مقایسه با بقیه استان‌ها ناهمگن‌تر است و از نظر توسعه‌یافتگی فرهنگی در جایگاه نخست قرار دارد. در میان سایر استان‌ها، سمنان و یزد نسبت به بقیه استان‌ها سطح بالاتری از امکانات فرهنگی را دارند و استان‌هایی چون ایلام، کهگیلویه و بویر احمد، خوزستان، کردستان، کرمانشاه، بوشهر، هرمزگان، خراسان جنوبی، سیستان و بلوچستان و... به دلیل اینکه عمدتاً با مرکز سیاسی کشور فاصله دارند و به اصطلاح منزوی هستند، سطح پایین‌تری دارند، که این مسأله ناشی از وجود ساختار خاص نظام برنامه‌ریزی و به‌کارگیری الگوهای عاریتی، به‌خصوص الگوی توسعه «مرکز - پیرامون» است، بدیهی است که اکثر سرمایه‌گذاری‌ها در استان‌ها در بخش مرکزی است و به حاشیه کمتر توجه شده است، پس «به نظر می‌رسد بهتر است الگوهای توسعه با توجه به شرایط طبیعی، اجتماعی و فرهنگی کشور انتخاب شوند و در نظام برنامه‌ریزی فضایی و منطقه‌ای و دوری از برنامه‌ریزی

بخشی بیشتر توجه شود. برای بهبود شاخص‌های توسعه فرهنگی استان‌ها، کاهش پراکندگی توسعه فرهنگی، با تغییر دادن اولویت‌های تخصیص منابع فرهنگی و امکانات و زیرساخت‌ها به نفع استان‌های با توسعه فرهنگی پایین‌تر، افزایش نرخ باسوادی، گسترش آموزش عالی و تمرکززدایی از شهر مسلط تهران، توجه به زیرساخت‌های فرهنگی همچون کتابخانه‌ها، تأسیسات و تجهیزات آموزشی، توجه به انتشار روزنامه‌های محلی، نشریات ادواری، افزایش مرکز نشر، توسعه تولید برنامه‌های صداوسیما و رفع نابرابری‌ها از شاخص‌ها توصیه می‌شود. همچنین لازمه کاهش تفاوت‌های استانی، از لحاظ توسعه‌یافتگی فرهنگی، توجه به برنامه‌ریزی منطقه‌ای و اصلاح نظام برنامه‌ریزی کشور و دوری از برنامه‌ریزی بخشی و پیروی از سیاست‌های متعادل و متوازن در ایجاد فرصت برابر برای منابع در تمام استان‌هاست. بدیهی است در برنامه‌ریزی منطقه‌ای (منطقه منطبق بر مرز یک استان) باید به استان‌های کمتر توسعه یافته (محروم) فرهنگی، با کاربرد بهینه منابع در برنامه‌ریزی متوازن بیشتر توجه شود. بنابراین در برنامه‌ریزی‌ها، استان‌های محروم (سیستان و بلوچستان، ایلام، لرستان، کرمانشاه، کردستان، هرمزگان، بوشهر، خوزستان، کهگیلویه و بویراحمد و خراسان جنوبی) حق تقدم دارند. (زیاری، ۱۳۷۹: ۱۰۱ - ۱۰۰)

تأثیرات گوناگون رسانه‌های ارتباط جمعی بر فرهنگ، موضوع مباحث گسترده‌ای است که در حال حاضر در اغلب کشورهای صنعتی جهان جریان دارد. با این همه، نقش و جایگاه رسانه‌های فرهنگی، آن‌چنان که باید و شاید مورد توجه قرار نمی‌گیرد. البته بی‌اعتنایی به رسانه‌های فرهنگی و نادیده گرفتن جایگاه مهم آنها نه تازگی دارد و نه مختص به دنیای رسانه‌ها در ایران است. امروزه در عصر انفجار اطلاعات دیگر این حقیقت به خوبی اثبات شده است که از نظر کارکردهای آموزشی، رسانه‌ها سهم و نقش قابل ملاحظه‌ای در انتقال میراث فرهنگی و فکری بشری در میان ملل و انسانها دارند. (نایی ۱۳۸۸ و آغاز، ۱۳۸۸)

بنابراین، می‌توان گفت وسایل نوین ارتباط جمعی، با توجه به تولید، توزیع سریع و مطلوب اطلاعات در جامعه، نقش تعیین‌کننده‌ای را در توسعه فرهنگی کشورها داشته باشند.

نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، ... ❖ ۱۸۹

❖ سال دوازدهم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۸۹

رسانه‌ها با اتخاذ سیاست‌های پویای اجتماعی و ترکیب آن با سیاست‌های فرهنگی بومی، محلی و عامه مردم نقش بسزایی در افزایش رشد فرهنگ داشته و به توسعه همه جانبه جوامع بشری کمک نموده است.

نقش رسانه‌های گروهی در توسعه فرهنگی

ارتباط، واژه‌ای است عربی به معنی پیوند دادن، پیوستگی و رابطه همان فن انتقال اطلاعات، افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر. انجمن بین‌المللی تحقیقات ارتباط جمعی، منظور از ارتباط را روزنامه، نشریات، مجلات، کتاب، رادیو، تلویزیون و سایر وسایل ارتباطی همانند تلگراف و کابل‌های زیردریایی می‌داند.

امروزه کارکردهای سه‌گانه وسایل ارتباط جمعی (خبری، آموزشی، تبلیغ و سرگرمی) نزد متخصصان امر، کارکردهای مختلف آن شناخته شده است و قابلیت‌های وسایل ارتباط جمعی در حوزه‌هایی فراتر از تبلیغ و سرگرمی، نزد بسیاری از برنامه‌ریزان اجتماعی همچنان به صورت یک رازواره در پرده‌ای از ابهام قرار دارد.

در این زمینه باید به این نکته اشاره کرد که یکی از راه‌های گسترش توسعه فرهنگی در جوامع، شناخت میراث فرهنگی و ارزش‌های بومی و محلی آن جامعه است، رسانه‌های گروهی از جمله لوازم این شناخت می‌باشند. به طوری که می‌توان گفت رسانه‌ها با ایجاد ارتباط و انتقال اطلاعات نقش تعیین‌کننده‌ای در سرنوشت توسعه همه جانبه کشورها بر عهده دارند.

نگاهی به تحولات تاریخی رسانه‌ها در آستانه قرن ۲۱، نشانگر آن است که تفکر انسان تا چه حد به ابزارهای ارتباطی، از زبان به عنوان نخستین وسیله ارتباطی گرفته تا ابزارهای پیچیده انتقال اطلاعات، همچون مطبوعات چاپی و الکترونیک، رادیو و تلویزیون، رسانه‌های جدید الکترونیکی (تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید ماهواره‌ها، اینترنت، چندرسانه‌ای‌ها، بزرگراه‌های اطلاعاتی و شبکه‌های تعاملی) مدیون است. اگر این ابزارهای ارتباطی وجود

۱۹۰ ❖ نامه پژوهش فرهنگی

نداشت، تفکر هم وجود نداشت. ارتباط نشانگر فرایندی است که در آن، اطلاعات، عقاید و افکار مردم هم از طریق تماس مستقیم و هم از طریق مجراهای مختلف صورت می‌گیرد. به عبارتی اطلاعات از طریق ارتباط انتقال می‌یابند. در برقراری ارتباط پیوسته هدفی وجود دارد و فرد برای دریافت آگاهی بیشتر، با دیگران ارتباط برقرار می‌کند. در پرتو ارتباطات است که فرد به مهارت‌های تازه و طرز فکر و رفتارهای جدید دست می‌یابد.

شناخت عوامل مؤثر در تغییرات ارتباطی و ویژگی‌های وسایل ارتباط جمعی می‌تواند به درک ما از انقلاب جهانی ارتباطی کمک کند. پنج عامل تکنولوژیک در تغییرات ارتباطی نقش مهمی ایفا کرده‌اند، این پنج مؤلفه در چهار مرحله، نوشتار، چاپ، ارتباطات دوربرد و ارتباطات تعاملی^۱ بروز کرده‌اند. (شکرخواه، ۱۳۸۸)

رسانه‌ها به وسایل انتقال پیام‌ها از فرستنده یا فرستندگان به مخاطب یا مخاطبان گفته می‌شود که شامل روزنامه، کتاب، رادیو، تلویزیون، ماهواره، تکنولوژی‌های نوین ارتباطات و اطلاعات و اینترنت و... است. این وسایل دارای ویژگی‌هایی مانند پیام‌گیران ناآشنا، سرعت عمل زیاد و تکثیر پیام هستند. (دادگران، ۱۳۸۴: ۶)

در زمینه نقش رسانه‌ها در دگرگونی ارزش‌های فردی و اجتماعی جوامع، می‌توان به یکی از پارادایم‌های مسلط در حوزه ارتباطات و توسعه در دهه‌های ۶۰ تا ۷۰ میلادی اشاره کرد که به رسانه‌ها به عنوان موتور دگرگونی و تغییر ارزش‌های جوامع سنتی و ورود به جامعه مدرن تأکید می‌شود. براساس این نظریه، رسانه به انتشار یا اشاعه نظام ارزشی کمک می‌کند که خواهان نوآوری، تحرک، موفقیت و مصرف است. «دانیل لرنر»^۲ جامعه‌شناس امریکایی و از پیروان این رویکرد به نقش رسانه‌ها در تغییر ارزش‌های سنتی در جوامع و جایگزین شدن ارزش‌های مدرن اشاره کرده است. وی در کتاب «گذر از جامعه سنتی؛ نوسازی خاورمیانه»، معتقد است که رسانه می‌تواند به فروپاشی سنت‌گرایی - که معضلی

1. interactive

2. Lerner

نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، ... ❖ ۱۹۱

برای نوسازی محسوب می‌شود - کمک کند. این کار با بالا رفتن انتظارات و توقعات، باز شدن افق‌ها، توانا شدن مردم به تخیل ورزیدن و خواهان جایگزینی شرایط زندگی بهتر برای خود و خانواده عملی می‌شود. (مک کوئیل، ۱۳۸۲: ۱۴۴)

لرنر بر این باور است که ورود به جامعه مدرن و جدید مستلزم مساعدت ملی یکپارچه، ارتباط با بازارهای ملی و بین‌المللی، ایجاد انگیزه برای تقاضای کالاها و خدمات مدرن، بحران کسب منابع توسعه و گسترش روش‌ها و ارزش‌های نوین در زمینه‌هایی چون تغذیه، تنظیم خانواده، بهداشت، تولید کشاورزی و صنعتی در زندگی شهری و روستایی است. برای تحقق این هدف، تحرک روانی در سطح فردی و اجتماعی ضروری است و رسانه‌ها مناسب‌ترین و مؤثرترین ابزار تغییر نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارها و به بیان دیگر ایجاد تحرک فردی و اجتماعی هستند. (فرقانی، ۱۳۸۰: ۴۹)

«لاسلو» وظایفی چند، نظیر مراقبت از محیط و ایجاد همبستگی بین اجزای گوناگون جامعه را، در پاسخ به محیطی که در آن انتقال میراث فرهنگی از نسلی به نسل دیگر صورت می‌گیرد، به عنوان وظیفه‌های اصلی ارتباطات جمعی تلقی می‌کند. در مقاله دیگر، با نام «ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه»، وظایف دیگری برای وسایل ارتباطی برمی‌شمارد: به نظر او «این وسایل باید به ۱. حراست از محیط، ۲. همبستگی بین اجزاء جامعه در پاسخ به نیازهای محیطی، ۳. انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر، کمک کنند.» (Lasswell: 118)

«مرتین و لازارسفلد» به عنوان پیشگامان تحقیق در وسایل ارتباط جمعی و آثار و کارکردهای آنان، بر این اعتقادند که وسایل ارتباط جمعی دارای نقش‌هایی چند به این قرار هستند: «وظیفه اخلاقی (حمایت از هنجارهای اجتماعی)، امکان اعطاء پایگاه اجتماعی (این وسایل با دادن معروفیت به اشخاص و گروه‌ها به آشکار کردن یا ارتقاء پایگاه‌های آنان می‌پردازند) و همچنین برخی وظایف نامطلوب (نظیر تخدیر اجتماع با ایجاد نوعی مشارکت خیالی در واقعیت و در عین حال با جانشینی بر عمل و فعالیت اجتماعی).» (Lazarsfeld, Merton: 116)

«جان لنت»^۱ پژوهشگر و استاد برجسته آمریکایی که با دید انتقادی به تکنولوژی‌های جدید ارتباطی می‌نگرد، با طرح این سوال که «آیا تکنولوژی‌های جدید ارتباطی منجر به استقلال بیشتر می‌شوند و به روند دموکراتیزه شدن کشورها کمک می‌کنند؟» می‌گوید: «بدیهی است آنهایی که این تکنولوژی‌ها را ندارند، به آن چند کشوری که دارند، وابسته‌تر و دولت‌ها قادر به افزایش اعمال قدرت روی مردم خواهند شد.»

به عقیده کارشناسان حوزه مسایل رسانه، بحث ارتباطات در جوامع انسانی دارای پیامدهای مختلفی است که از چند منظر می‌توان آن را مورد کنکاش قرار داد. رشد و گسترش آگاهی‌های سیاسی، ایجاد تحولات سیاسی در سطح گسترده، رشد افکار عمومی، توسعه سیاسی، کمک به ایجاد تشکل‌های مردمی، کمک به ایجاد یکپارچگی سیاسی و حرکت به سوی قانونمند شدن جوامع را از جمله پیامدهای سیاسی ارتباطات اعلام می‌کنند. همچنین حرکت به سوی جهانی واحد و یکپارچگی فرهنگی اجتماعی، کمک به تشکیل نهادهای مختلف اجتماعی و ایفای نقش در تغییرات فرهنگی جامعه، ایجاد تغییر در مفاهیم و خرده فرهنگ‌های جامعه و جوامع به نفع فرهنگ قدرتمندتر، گسترش شهرنشینی و رشد جامعه مدنی، کانالیزه کردن سلايق افراد در مسیر مورد نظر در جهت اهداف اقتصادی و تبلیغات اقتصادی خاص در جهت انتخاب کالاهای مورد نظر، تبدیل اقتصاد معیشتی به اقتصاد بازار در واحد جامعه یعنی خانوار، شکل دادن به افکار عمومی متناسب با مقتضیات امنیتی، سیاسی و اقتصادی و ایجاد یک هویت عمیق و ریشه دار جمعی، ایجاد حس مسئولیت و حساسیت در قبال مصالح عمومی را از دیگر پیامدهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و امنیت جامعه که به مراتب مهم‌تر از پیامدهای سیاسی ارتباطات می‌باشند، از دیگر پیامدهای آن است.

در عصر حاضر وسایل نوین ارتباط جمعی سهم بسزایی در توسعه اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جامعه داشته و نقش مهمی در حفظ و پیشرفت فرهنگ، آموزش رسمی و خودآموزی و غنی کردن اوقات فراغت ایفا کرده است.

1. John lent

نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، ... ❖ ۱۹۳

❖ سال دوازدهم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۸۹

ارتباطات جمعی به عنوان یک نهاد اجتماعی، با دیگر نهادهای موجود در جامعه روابط مبادلاتی متقابل دارد، بدون شک این نهاد اجتماعی در روند تغییرات اجتماعی و رشد اقتصادی، عامل مهمی تلقی می‌شود. ارتباطات به معنای عام، نشانگر ساختارهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در یک جامعه مشخص است. در چارچوب‌های چنین ساختارهایی است که تعامل اجتماعی میان افراد و در نهایت مشارکت رخ می‌دهد، در واقع می‌توان گفت فرایند توسعه، رابطه پایداری با تعامل میان مردم و مشارکت فعال گروه‌های مختلف اجتماعی دارد، این امر صورت نمی‌گیرد، مگر در پرتو نظام جامع ارتباطی - اطلاعاتی که می‌تواند تا حد زیادی در رفع اختلافات و تضادهای موجود در ارزش‌ها و رفتارهای مردم و فراهم آوردن محیط مساعد برای توسعه ملی مؤثر باشد، این پدیده در جوامع در حال توسعه یا کم‌رشد، به دلیل بومی نبودن و نهادی نشدن وسایل ارتباطی مدرن و برخورد آن با وسایل ارتباط سنتی، به عنوان نیروی اجتماعی فعال، مسائل و مشکلات کم و بیش مشابهی را پدید آورده است. شناخت ابعاد این پدیده برای پژوهشگران ارتباطات در دهه‌های اخیر مرزهای نوینی را گشوده است. پیوند میان ارتباطات و توسعه و پیامدهای آن مورد بحث نظریه‌پردازان قرار گرفته است. آنان آگاهی مردم از توانایی‌های خود و نیز روابط حاکم بر خویش برای فراگرد توسعه را امری اساسی می‌دانند و معتقدند که این مهم از طریق رسانه‌ها و دانش ارتباطات امکان‌پذیر است. (ریاحی، ۱۳۸۵)

شواهد زیادی برای این مدعا وجود دارد که رسانه‌ها کارکردهای متفاوتی همانند انتقال ارزش‌ها و میراث فرهنگی را برعهده دارند اما از نظر صاحب‌نظران، این ابزارها تنها بخشی از میراث گرانبهای نسل پیش را منتقل می‌کند و بیشتر خواهان و مروج نوآوری هستند. از آنجا که رسانه در جامعه در دست عده‌ای خاص قرار دارد که سعی می‌کنند ارزش‌ها و هنجار موردپسند خود را ترویج کنند که ممکن است با فرهنگ سنتی، نگرش‌ها و باورهای عموم مردم در تضاد باشد و نوعی شکاف نسلی به وجود آورد، در هر حال به نظر می‌رسد، رسانه‌ها موجب تغییر در الگوهای سنتی جوامع هستند و با تشویق ارزش‌ها و هنجارهای

جدید، الگوهای نسل پیش را به چالش می‌کشند.

بر اثر مسأله فراملی شدن رسانه‌ها و دسترسی به فرهنگ‌های مختلف محلی و جهانی از طریق رسانه‌ها و به‌ویژه اطلاع از جدیدترین الگوها و شیوه‌های رفتاری و ظاهر و ترویج گسترده نمادهای فرهنگی بیگانه، (به ویژه فرهنگ غربی) فرهنگ و ارزش‌های سنتی جوامعی مانند ایران دچار دگرگونی‌های فراوانی شده است که نمود آن در جامعه و خانواده قابل مشاهده است. همین امر مسأله شکاف نسلی را دچار مشکل کرده است. رسانه‌ها با وابسته کردن نسل جدید از نظر اطلاعات و دانش و سرگرمی، سعی در دیکته کردن ارزش‌ها و هنجارهای متضاد و مغایر با فرهنگ غالب دارند؛ به‌طوری‌که به جرأت می‌توان گفت که نسل فعلی بیشتر برداشت‌های فکری و ظاهری خود را از رسانه‌ها می‌گیرد. البته نباید به رسانه‌ها با دید منفی نگاه کرد و نباید کارکردهای مثبت آنها را در عرصه آموزش، اطلاع رسانی و ترویج دانش‌های نوین و نقش آنها را در توسعه جوامع نادیده گرفت. باید با شناخت جایگاه رسانه‌ها در جامعه‌پذیری و ارائه و انتقال محتوای فرهنگی به جامعه، به تدوین و سیاستگذاری مناسب در جهت استفاده مناسب از آنها پرداخت و در جهت تقویت فرهنگ و پالایش عناصر فرهنگی برای ارتقای فرهنگی جامعه و انتقال میراث فرهنگی به نسل آینده کوشش کرد، تا شکاف نسلی - که حاصل متغیرهای بسیاری از جمله نفوذ و رخنه رسانه‌ها در فرهنگ و جامعه است - کاهش پیدا کند و یا اصلاً به وجود نیاید. (ساعی، ۱۳۸۷)

ویژگی‌های کارکرد رسانه‌های نوین در مدیریت فرهنگ

مطالعات ارتباطی، یکی از شاخه‌های جوان علوم اجتماعی معاصر جهان به شمار می‌رود. این مطالعات پس از پایان جنگ جهانی دوم رو به رشد گذاشته و هنوز شالوده‌های نظری و ابزارهای روش‌شناسی خاص خود را نیافته است. تعریف و طبقه‌بندی دقیق نقش‌های اجتماعی ارتباطات، برای نخستین بار از سوی هارولد لاسول، محقق معروف آمریکایی در مقاله‌ای که در سال ۱۹۴۸ در این باره نوشت، صورت گرفت. او در این مقاله، سه نقش

نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، ... ❖ ۱۹۵

❖ سال دوازدهم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۸۹

اساسی نظارت بر محیط (نقش خبری)، ایجاد و توسعه همبستگی‌های اجتماعی (نقش تشریحی) و انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی)، برای وسایل ارتباط جمعی در نظر گرفت. چند سال بعد، «چارلز رایت»، محقق آمریکایی، نقش اجتماعی دیگری به عنوان ایجاد سرگرمی (نقش تفریحی)، به نقش‌های قبل اضافه کرد. در دهه‌های اخیر متفکران، نقش و قدرت اطلاعات و فناوری ارتباطات نوین را تبیین و بررسی کرده‌اند. (محسنیان‌راد، ۱۳۸۲)

مارشال مک لوهان یکی از صاحب‌نظران مطرح ارتباطات معتقد است، رسانه‌ها مهم‌ترین عنصر تجلی ارتباطات انسانی هستند، در هرگونه تعریفی که از آنها وجود دارد، یا خود فرهنگ هستند یا انتقال فرهنگ را بر عهده دارند. تمام رسانه‌ها بنابر ویژگی برخوردار از مخاطبان انبوه و امکان گسترش شبکه ارتباطی، استعداد جهانی شدن دارند. در فراروی بشر چهار کهکشان وجود دارد که براساس ویژگی رسانه‌ها قابل تقسیم‌بندی است. این چهار کهکشان را؛ کهکشان شفاهی (ارتباط و رسانه‌های شفاهی)، کهکشان گوتنبرگ (ارتباط کتبی)، کهکشان رسانه‌های کابلی (صوتی و تصویری) و کهکشان ارتباطات دیجیتالی و تلویزیون ماهواره‌ای معرفی می‌کند. او معتقد است که ویژگی انسان در هر دوره تحت تأثیر ویژگی‌های نظام ارتباطی و رسانه‌هاست. برای مثال انسان کهکشان شفاهی، قضایا و رویدادها را با حد و حدود شنوایی خود می‌سازد و دنیایی کوچک با مرز کاملاً هم‌افق دید خود دارد. ولی رسانه‌های جدید ارتباطی توانایی به وجود آوردن دهکده جهانی دارند. (همان: ۲۳)

در جمع‌بندی، مهم‌ترین دیدگاه‌هایی که نسبت به کارکردهای فناوری نوین ارتباطات و رسانه‌های جدید، مطرح می‌باشد عبارت است از:

- خبری، تشریحی و انتقال میراث فرهنگی (هارولد لاسول)،

- خبری، تشریحی و انتقال میراث فرهنگی و تفریحی (چارلز رایت)،

- نوسازی و گذر از جامعه سنتی (دانیل لرنر)،

- تبدیل جامعه سنتی به جامعه مدرنیته (تامپسون)،

- رسانه یا خود فرهنگ است یا انتقال دهنده (مک لوهان)،

۱۹۶ ❖ نامه پژوهش فرهنگی

- ارتباطات جدید و رسانه‌ها به عنوان شکل‌دهنده و هویت بخش جوامع انسانی (کارل دویچ)،
- رسانه‌های جدید به عنوان عامل پیدایش جامعه سیاسی جهانی (کارل دویچ)،
- اجتناب‌ناپذیر بودن توانایی رسانه‌های جدید در ایجاد دهکده جهانی (مک لوهان)،
- تحول و توسعه رسانه‌های ارتباطی، عامل ترکیب و سرنوشت زندگی جدید اجتماعی (تامپسون)،
- دگرگونی مفهوم قدرت بر اثر تحول در رسانه‌ها و فناوری ارتباطات (تامپسون)،
- فناوری ارتباطات به عنوان؛ نماد امپریالیسم خبری و سرمایه‌داری پیشرفته و نوعی سلطه مدرن (هربرت شیلر)،
- جامعه شبکه‌ای و جهانی شده محصول فناوری ارتباطات (مانوئل کاستلز)،
- رسانه‌ها کارپردازی قوی، سریع، گسترده و مؤثر در قدرت (آلین تافلر).
- در مجموع با توجه به آنچه در سطور بالا اشاره شد، دو رویکرد عمده نسبت به قدرت رسانه‌ها وجود دارد. این رویکردها عبارت‌اند از:
۱. رویکرد قدرت بلامنازع رسانه و منفعل بودن مخاطب،
 ۲. رویکرد قدرت محدود رسانه و فعال بودن مخاطب. (عواجی، ۱۳۹۰)
- همانگونه که در بخش اول این مقاله بیان شد، از این رو با توجه به رویکرد مهم رسانه‌ها می‌توان ضمن شناسایی آسیب‌ها و خطراتی که فرهنگ را تهدید می‌کنند، در راستای توسعه فرهنگی با توجه به سند چشم‌انداز، گام‌های مؤثری برداشت. آنچه که در بحث نقش ویژگی‌های کارکرد رسانه‌های نوین در مدیریت فرهنگ قابل تأکید است، اینکه وسایل ارتباط جمعی به دلیل گستردگی، کارکرد متنوع و تأثیرگذاری عمیق بر افکار عمومی با مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، یکی از عوامل مهم در تداوم حیات فرهنگی هر جامعه‌ای به شمار می‌روند که در این میان سیاست‌های رسانه‌ای نقش تعیین‌کننده‌ای در حفظ استقلال و توسعه فرهنگی کشورها دارند.

نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، ... ❖ ۱۹۷

❖ سال دوازدهم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۸۹

در سند چشم‌انداز در زمینه فرهنگی بر مواردی چون برنامه‌ریزی برای اصلاح رفتارهای فردی و اجتماعی، تقویت وجدان کاری، انضباط اجتماعی، روحیه کار و ابتکار، کارآفرینی، درستکاری و قناعت، تقویت وحدت و هویت ملی، آگاهی کافی درباره تاریخ ایران، فرهنگ، تمدن و هنر ایرانی - اسلامی، سالم سازی فضای فرهنگی، اطلاع‌رسانی مناسب، سازماندهی، بسیج امکانات و ظرفیت‌های کشور در جهت افزایش سهم کشور در تولیدات علمی و جهان تأکید شده است. (جلوداری ممقانی، ۱۳۸۶: ۳)

در این میان فرهنگ به عنوان زیر بنای تمام فعالیت‌ها و برنامه‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی کشور از اهمیت خاصی برخوردار است. برای دستیابی به اهداف تعیین‌شده در چشم‌انداز توسعه کشور، شناخت آسیب‌ها و چالش‌های مدیریت فرهنگ به عنوان کارآمدی سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی و ارائه راه‌حلی برای مقابله با این آسیب‌ها و تحقق توسعه فرهنگی کشور ضروری است.

می‌توان آسیب‌ها و خطراتی که فرهنگ را تهدید می‌کنند را مواردی چون: مشخص نبودن اهداف و فقدان استراتژی فرهنگی، فقدان الگوها و مدل‌های مطلوب فرهنگی، فعالیت‌ها و اقدامات موازی نهادهای فرهنگی و دخالت غیرضروری دولت در تصدی‌گری امور فرهنگی، فقدان تولید و بازتولید فرهنگی (صالحی امیری و کاوسی، ۱۳۸۷: ۹۱ - ۷۸)، حاکمیت فرهنگ قانون‌گریزی - ستیزی و مسئولیت‌گریزی، تکثر فرهنگی، واگرایی خرده‌فرهنگ‌ها، اختلاف دیدگاه‌ها و تنوع تقاضای فرهنگی، ضعف تعلق به هویت ملی، بحران هویت و هویت فرهنگی پیوندی یا تخیلی (ترکیبی از هویت ایرانی، اسلامی و غربی)، فقدان قوانین مورد نیاز و ناکارآمدی نظارتی و عدم جامعیت اصول سیاست‌های فرهنگی، تعارض هنجارها و ارزش‌های فرهنگی، رواج فرهنگ فردگرایی، مصرف‌گرایی مفرط فرهنگی، انسداد فرهنگی (فقدان پویایی و نشاط فرهنگی)، انعطاف ناپذیری فضای فرهنگی، فقدان استعداد مقابله با تهدیدات فرهنگی، ناکارآمد بودن صنعت فرهنگی کشور، پرهزینه بودن فعالیت‌های فرهنگی، مبهم بودن مبانی نظری، فقهی و ارزشی انواع آثار تولیدی در بخش فرهنگی (وحید، ۱۳۸۲: ۱۱۲)، تأثیرپذیری

۱۹۸ ❖ نامه پژوهش فرهنگی

شدید حوزه فرهنگ از نظام سیاسی (رضایی، ۱۳۸۷: ۷۹) و فقدان مدیریت فرهنگی متمرکز، حرفه‌ای و کارآمد دانست. (رشیدپور، مرادی، ۱۳۸۹: ۶۸ و ۷۰)

در جهان رقابتی امروز، کشورهایی که برای فرهنگ خود هدف و برنامه‌ای نداشته باشند، به وسیله دیگر فرهنگ‌ها کنار گذاشته خواهند شد. حتی اگر معتقد باشیم فرهنگ‌های غالب در تعامل با دیگر فرهنگ‌ها به صورت خودجوش سیطره خود را بر دیگر فرهنگ‌ها به دست می‌آورند، باز هم برای تداوم فرهنگی جامعه خود نیاز به حمایت و پشتیبانی از فرهنگ دارند و این امر مسیر نمی‌شود، مگر از طریق مدیریت فرهنگی صحیح و کارآمد. (چاوش باشی، ۱۳۸۸: ۱۳۲)

همان‌گونه که در بخش‌های دیگر این مقاله بیان شد، رسانه‌ها که در ابتدا به عنوان ابزاری ساده برای انتقال معانی مطرح بودند، بدانجا رسیدند که در عصر حاضر با تأسیس شاهراه‌های اطلاعاتی، کل حیات انسان را متحول ساخته‌اند و معانی تازه‌ای را از زندگی پدید آورده‌اند. این تحول ارتباطات و توسعه فناوری اطلاعات، منشأ تحولات عظیمی در عرصه قدرت سیاسی، اقتصادی، نظامی و فرهنگی در جهان گردید. (عواجی، ۱۳۹۰)

اهمیت و ضرورت توجه رسانه‌ها به مسایل فرهنگی

استفاده و به‌کارگیری تکنولوژی‌های نوین ارتباطی را که از جاذبه و فراگیری خاصی برخوردارند، نمی‌توان به عنوان یک نحله فکری مستقل مورد ارزیابی قرار داد. در همه مکاتب فکری و نظری ارتباطات و توسعه، بحث چگونگی انتخاب و استفاده از تکنولوژی‌ها نیز خود به خود مطرح می‌شود، ولی با توجه به تأثیر، گیرایی و پوشش جهانی این تکنولوژی‌ها، ابعاد و دیدگاه‌های تازه‌ای در این زمینه مطرح است. برخی، استفاده از این تکنولوژی‌ها را ضروری، اجتناب‌ناپذیر و عامل توسعه و بسط دموکراسی می‌دانند، عده‌ای دیگر که شمار آنها در کشورهای درحال توسعه رو به فزونی است، تکنولوژی‌های جدید ارتباطی را از مؤثرترین ابزارهای نفوذ و سلطه غرب در کشورهای پیرامون می‌دانند و به طور کلی، هرگونه

نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، ... ❖ ۱۹۹

❖ سال دوازدهم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۸۹

تأثیر آنها در فرایند دموکراتیزه کردن جوامع، توسعه و توزیع عادلانه‌تر اطلاعات را انکار می‌کنند. در کنار این دو دیدگاه که یکی از موضع شیفتگی و دیگری از زاویه نفی با تکنولوژی‌های ارتباطی برخوردار می‌کند، دیدگاه سوم معتقد به برخورد فعال و انتخاب خلاق با این پدیده شگرف اواخر قرن بیستم است. (فرقانی، ۱۳۸۰)

جهان امروز در معرض دگرگونی، تغییر و تحولات فزاینده‌ای قرار دارد. به‌خصوص حرکت به سمت و سوی «دهکده واحد» در حال تحول است و در این میان رسانه‌ها بر روند این تحولات، شتاب بیشتری بخشیده‌اند. یونسکو از اول دهه ۷۰ به بعد در قالب برنامه‌های مطلوب پنج ساله یک سری از مفاهیم اساسی و وسایل و روش‌هایی که به لحاظ تشخیص نیازهای فرهنگی به کار می‌آیند و زمینه را برای آفرینش هنری و تأمین مشارکت گسترده‌تر مردم در زندگی فرهنگی آماده می‌کنند، بیان کرده است، مثل: «تبادل اطلاعات و تجارب، بررسی‌هایی در باب اقتصاد و فرهنگ، آمارهای فرهنگی، مدرسه، اشکال جدید هنری، اثرات فرهنگی وسایل ارتباط جمعی (تلویزیون)، مراکز فرهنگی، تربیت کارگزاران فرهنگی و...» (اردلان، ۱۳۸۱: ۳۳)

در سنجش توسعه‌یافتگی استان‌های جامعه با توجه به شرایط «طبیعی، اجتماعی و فرهنگی» نوعی نظام برنامه‌ریزی فضایی، منطقه‌ای صورت می‌گیرد. برای بهبود شاخص‌های توسعه فرهنگی استان‌ها، کاهش پراکندگی با تغییر دادن اولویت‌های تخصیص منابع فرهنگی، امکانات و زیرساخت‌ها به نفع استان‌های محروم‌تر، افزایش نرخ باسوادی، گسترش آموزش عالی و تمرکززدایی از شهر مسلط تهران، توجه به زیرساخت‌های فرهنگی همچون کتابخانه‌ها، تأسیسات و تجهیزات آموزشی، توجه به انتشار روزنامه‌های محلی، نشریات ادواری، افزایش مرکز نشر، توسعه تولید برنامه‌های صداوسیما و رفع نابرابری‌ها توصیه می‌شود.

رسانه‌ها سهم بسیار مهمی در توسعه فرهنگی هر جامعه بر عهده دارند که می‌توان به راهبردهای (کوتاه مدت و دراز مدت) آنان اشاره کرد. در کوتاه مدت می‌توان به افزایش سطح فرهنگ عمومی (از طریق برنامه‌های آموزشی و سرگرم‌کننده مانند مسابقات رادیو و

۲۰۰ ❖ نامه پژوهش فرهنگی

تلویزیونی)، جلوگیری از نمایش فیلم‌های بدآموز سینمایی (خشونت، قتل، جنایت و سرقت)، افزایش برنامه‌های هنری و فرهنگی با توجه به جنبه‌های آموزشی آنها (آموزش غیررسمی)، افزایش داخلی تولیدات هنری، جلوگیری از پخش آگهی‌های بازرگانی و فیلم‌های تبلیغاتی که از نظر فرهنگی مضر هستند، خودداری از به‌کار بردن اصطلاحات و واژه‌های بیگانه در رادیو تلویزیون، آموزش مردم به پیروی از اصول و موازین صحیح اجتماعی، گسترش تلویزیون آموزشی به شهرهای کوچک و روستاها، اتکاء بیشتر به آموزش غیررسمی و تشویق کودکان، نوجوانان و جوانان به مطالعه، از طریق رسانه ملی تأکید کرد. تقویت یکپارچگی فرهنگی، هماهنگ کردن ارزش‌های فرهنگی شهر و روستا، بازسازی و حفظ خرده فرهنگ‌ها، پر کردن شکاف موجود بین فرهنگ عامه و فرهنگ نخبگان، توجه به فرهنگ سنتی ایران (در زمینه‌های مختلف هنری و فرهنگی)، ارجحیت اهداف فرهنگی و آموزشی بر ارزش‌های مادی و اقتصادی در توسعه فرهنگی، فراهم ساختن امکانات و تسهیلات مادی و معنوی به منظور پرورش استعدادها، هنری و فرهنگی در سطوح مختلف کشور (به ویژه در شهرهای کوچک و روستاها)، تشویق نوآوری‌ها و خلاقیت در زمینه‌های مختلف فرهنگی و هنری، معرفی جنبه‌های مختلف فرهنگ‌ها و ارزش‌های هنری بیگانه و تقویت و اشاعه جنبه‌های مثبت و مفید آنها که به باروری فرهنگی کشور در جهت توسعه کمک نماید، گسترش هر چه بیشتر فعالیت‌های جنبی رسانه ملی مانند: برگزاری جشنواره‌ها، انتشارات، تأسیس واحدهای تئاتری، موسیقی و سینمایی در شهرها و گسترش آنها به روستاها و تجهیز واحدهای رادیو و تلویزیونی به کادر متخصص و کارشناس در موارد مختلف تهیه‌کنندگی، کارگردانی، فرهنگ ملی و بومی و غیره، با توجه به نقش دراز مدت رسانه‌های گروهی، بیش از دیگر مسایل خودنمایی می‌کند. (نایی و آغاز، ۱۳۸۸)

اطلاعات و ارتباطات همواره در بین قدرت‌های حاکم و گروه‌های فشار نقش تعیین‌کننده‌ای در تغییرات اجتماعی و تسلط بر افکار عمومی داشته‌اند. با پیشرفت روزافزون و حیرت‌آور وسایل ارتباط جمعی در جهان و امکان دستیابی به تازه‌ترین خبرها و گزارش‌های نوشتاری،

نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، ... ❖ ۲۰۱

❖ سال دوازدهم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۸۹

شنیداری و تصویری از دورترین مناطق جهان و استفاده بهینه از رسانه‌ها و ابررسانه‌ها، برخی از متفکران و صاحب‌نظران غربی وسایل ارتباطی نوین جهانی را به عنوان بستر ساز تحقق شتابان و بی‌وقفه پروسه جهانی شدن دانسته‌اند.

انتظار می‌رود تکنولوژی‌های جدید ارتباطی، به‌خصوص بزرگراه‌های اطلاعاتی، تغییرات قابل توجهی در سطوح مختلف زندگی و همچنین در روح و روان افراد به وجود آورند. متفکران، صاحبان سرمایه و حکومت‌ها، هرکدام به نحوی، با انقلاب ارتباطات برخورد کرده‌اند و خود را برای عصر جدید آماده می‌سازند. برخی از چپ‌گرایان هشدار می‌دهند که اختلاف طبقاتی بیشتر خواهد شد، زیرا دستیابی به خدمات بزرگراه‌های اطلاعاتی، مستلزم دانش مناسب و امکانات اقتصادی قابل توجهی است که تنها، قشرهای مرفه قادر به تأمین آن هستند و در نتیجه محرومان، محروم‌تر می‌شوند و به این ترتیب، این خطر، در سطوح ملی و بین‌المللی، جوامع را تهدید می‌کند. آنها عقیده دارند که رسانه‌های نوین، تأثیر دیگر وسایل ارتباط جمعی را شدت می‌بخشند و باعث می‌شوند فرهنگ حاکم، سایر فرهنگ‌ها را مورد تهاجم قرار داده و نابود سازد. در مقابل، دست‌اندرکاران تولید و فروش رسانه‌های جدید و کسانی که در توسعه بزرگراه‌های اطلاعات مهم هستند، نوید می‌دهند که استفاده از این بزرگراه‌ها، به زودی برای بیشتر جهانیان امکان‌پذیر خواهد شد و پیشرفت‌هایی که در زمینه سواد، فرهنگ، اطلاعات، جوانان و... حاصل شود، برقراری تساوی را در میان ساکنان جوامع تسهیل می‌کند. (خلجی، ۲۰۰۹)

موانع و راهکارها توسعه فرهنگی

توسعه عبارتست از فرایند بسیار پیچیده‌ای که طی آن جامعه از یک دوران تاریخی به دوران جدیدی منتقل می‌شود. این فرایند در هر مرحله از جریان انتقالی خویش ابعاد مختلف زندگی را متحول می‌سازد. این مجموعه ارتباطات متقابل و چند سویه، در نهایت جامعه‌ای نو به وجود می‌آورد که در آن تمامی ابعاد زندگی بشری به صورت بنیادین نسبت به وضعیت

۲۰۲ ❖ نامه پژوهش فرهنگی

گذشته خویش متحول می‌شود.

امروزه عمده‌ترین نقشی که وسایل ارتباط جمعی بر عهده دارند، عبارت از فرهنگ‌سازی، آموزش، اطلاع‌رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی است، افزون بر نقش‌های یادشده، برقراری ارتباط پویا و زنده با پیام‌گیران، حفظ تنوع و تازگی در تولیدات فرهنگی، فکری، سیاسی و عرضه اندیشه‌های نوین، از مهم‌ترین نقش‌ها و کارکردهای وسایل ارتباط جمعی است که در صورت عدم رعایت آنها، جامعه باید بهای گزافی را بپردازد و این در شرایطی است که جهان خواسته یا ناخواسته در گیرودار شگفت‌انگیزترین دگرگونی‌ها قرار گرفته است و در این دگرگونی، وسایل ارتباط جمعی سهم بسزایی ایفا می‌کنند. آنچه در این رهگذر می‌تواند مفید افتد، آگاهی و هوشمندی در کاربرد ابزار نوین ارتباطی و روش‌های جدید در بستری از نیازهای واقعی، ارزش‌ها و باورهای مردم یک جامعه است. نقش ظاهری وسایل ارتباط جمعی در صورتی می‌تواند به نقشی پایا و پویا در گسترش آموزش‌های لازم و هضم اطلاعات مفید، ضروری به حساب آید که با شناخت نقش‌ها و کارکردهای واقعی آنها و با برنامه‌ریزی و مدیریتی هوشمندانه، در خدمت نظام اجتماعی درآید. (عبادی فرد، ۱۳۸۶)

حضرت امام خمینی (ره) با استناد به تعالیم عالیه اسلام و براساس اندیشه دینی، اساس جامعه را در فرهنگ آن می‌داند و ضمن پذیرش نیازهای مادی و اقتصادی به عنوان یکی از ابعاد وجودی انسان، نقش فرهنگ را تعیین‌کننده و امور دیگر را تابعی از آن می‌شناسد. برای تبیین دیدگاه‌های امام خمینی (ره) درباره محور بودن فرهنگ، هیچ بیانی رساتر از کلمات خود ایشان نیست: «بی‌شک بالاترین و والاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد، فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه، هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می‌دهد و با انحراف فرهنگ، هر چند جامعه از بعدهای اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدرتمند و قوی باشد ولی پوچ، پوک و میان‌تهی است. اگر فرهنگ جامعه‌ای وابسته و مرتزق از فرهنگ غرب باشد، ناچار دیگر ابعاد آن جامعه به جانب مخالف گرایش پیدا می‌کند و بالاخره در آن مستهلک می‌شود و موجودیت خود را در تمام ابعاد از دست

نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، ... ❖ ۲۰۳

می‌دهد.» (صحیفه نور، ج ۱۵: ۱۶) ایشان در جایی دیگر اساس سعادت را در فرهنگ جامعه می‌دانند و می‌فرمایند: «فرهنگ، مبدأ همه خوشبختی‌ها و بدبختی‌های ملت است، اگر فرهنگ ناصالح شد این جوان‌هایی که تربیت می‌شوند به این تربیت‌های ناصالح، اینها در آتیه فساد ایجاد می‌کنند...» (صحیفه نور، ج ۱: ۲۷۳)

حضرت امام خمینی (ره) که ریشه تمامی معضلات جامعه را در بیماری‌های فرهنگی می‌دانستند، کراراً گوشزد می‌کردند که آفات فرهنگی، سموم کشنده‌ای هستند که سیاست و اقتصاد جامعه را هلاک می‌کنند. چنین بینشی ایشان را بیش از هر چیز، به آسیب‌شناسی فرهنگی در جامعه اسلامی سوق می‌داد، به همین دلیل در تمامی سخنرانی‌ها و آثارشان نوعی جهت‌گیری آگاهانه در راستای تبیین و توضیح مسائل فرهنگی، مشهود است. ایشان غرب‌زدگی، استعمار فرهنگی، جهل فرهنگی، ... و بسیاری از آفات فرهنگی دیگر را از موانع اصلی دستیابی به الگوی جامع توسعه می‌شناخته‌اند: «... فرهنگ مسموم استعمار، تا اعماق قصبات و دهات ممالک اسلامی رخنه کرده و فرهنگ قرآن را عقب زده و نوباوگان ما را فوج فوج در خدمت بیگانگان و مستعمرین در می‌آورد و هر روز با نغمه تازه، با اسامی فریبنده، جوانان ما را منحرف می‌کند.» (صحیفه نور، ج ۱: ۱۵۶)

در حوزه موانع توسعه فرهنگی در ایران باید اشاره کرد به اینکه ۱. ایران جزء کشورهای چندفرهنگی است. وجود بیش از ۱۱ قوم اصلی، بیش از چهار زبان، تکلم به بیش از ۱۰ گویش و لهجه و حضور پررنگ سنت‌ها و رسوم محلی در میان تعصبات دینی، قومی و قبیله‌ای خاص در اکثر مناطق کشور، در مجموع شرایط را برای پیاده نمودن برنامه‌های توسعه فرهنگی و ایجاد فهم مشترکی از یک دغدغه ملی مانند: «ضرورت ارتقاء سطح توسعه‌یافتگی» سخت می‌کند. جدا از اینکه تکثر فرهنگی، اقتضانات سیاسی و پیچیدگی مدیریت و کشورداری خاصی را به دولت‌های دارای چنین شرایطی تحمیل می‌کند، دفتر توسعه انسانی سازمان ملل راهکارها و تجربه‌های تدوین شده‌ای را برای آسان‌تر طی شدن فرایند توسعه در اختیار جوامع قرار می‌دهد. ۲. فاصله فرهنگی از حد متعارف خود بیشتر

❖ ۲۰۴ نامه پژوهش فرهنگی

است، در هر جامعه تعدد سلیقه، گوناگونی فکر و نظر و تفاوت‌های بینشی و نگرشی وجود دارد و اینک یک روند بسیار طبیعی است، اما آنچه در جامعه ما وضع را به یک مسأله تبدیل ساخته، فاصله و تفاوت‌های بیش از حد و بسیاری موارد رودرروی هم است. بالاخره در هر جامعه در اوج تفاوت‌های فکری و سلیقه‌ای هم که باشیم، می‌توان نقاط مشترکی را یافت که افراد را بتوان به دور آن منسجم نمود. در غیر این صورت، انسجام لازمی که باید از درون جامعه پیرامون یک هدف یا برنامه ملی نظیر عمل و احترام به قواعد و ضوابط پیشرفت و توسعه بجوشد، هیچ‌گاه قابل تصور هم نخواهد بود. به وجود آوردن این انسجام نیز در خود ظرافت‌های خاصی دارد. از جمله اینکه به بهانه دستیابی به انسجام نباید اندیشه‌های متفاوت و تفاوت‌های اندیشگی را محدود ساخت. ۳. ناهمزمانی ذهنی و فکری ما ایرانیان در شرایطی که تصورات عمومی در مختصات تاریخی به وقوع می‌پیوندد. دستیابی به توسعه و متفق نمودن مردم بر روی یک طرح یا برنامه ملی که به عزم همه نیاز دارد، سخت و دشوار است. ۴. بخشی از ما ایرانیان در فرهنگ گذشته به سر می‌بریم، بخشی در زمان حال و بخشی هم در آینده‌های دور سیر می‌کنیم. جالب این است که عموماً نه آنان که در گذشته‌های دور به سر می‌برند، واقعاً به شناخت در خوری از آن دست یافته‌اند؛ نه آنان که در زمان حال هستند، تلاشی برای تحوّل در وضعیت خود می‌کنند و نه آنها که خود را در آینده‌های دور و دراز می‌بینند، واقعاً آینده‌نگرند، یا به خیال‌پردازی افتاده‌اند و یا به توهم دچارند. (نظری، ۱۳۸۷: ۲) با توجه به این موانع که در راه توسعه فرهنگی کشورمان وجود دارد، می‌توان گفت که یکی از عناصر و ارکان اثرگذار بر روند و ماهیت توسعه جامعه ما ساختار فرهنگی جامعه است. ساختاری که تعادل دو بخش آن با عناصر متشکله‌اش کاملاً به هم خورده است و در نتیجه تنش‌ها، اضطراب‌ها و دل‌نگرانی‌هایی را برای انقلاب اسلامی، مدیران، برنامه‌ریزان و گروه‌های متعهد جامعه به‌وجود آورده است. کما اینکه در چند دهه اخیر، بیشترین مباحث مربوط به رویه‌ها و سیاست‌های توسعه‌ای کشور بر بنیان فرهنگی صورت گرفته و می‌گیرد. بنیانی که خود برای بسیاری ناشناخته است. به عبارت دیگر،

نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، ... ❖ ۲۰۵

گرچه صاحب‌نظران و مدیران ما (به طور انتزاعی، آرمانی و تحکیم‌های ارزشی) بر دلواپسی‌های تهاجم فرهنگی و نقش پراهمیت فرهنگ در امر توسعه تأکید دارند، ولی آگاهی و شناخت واقع‌بینانه و متقن مبتنی بر تحقیقات راهبردی، کاربردی و توسعه‌ای (از اینکه فرهنگ چیست و ساختار و عملکرد فرهنگ در جامعه انسانی و به ویژه در ایران اسلامی چگونه است)، ندارند. (شربتیان، ۱۳۸۸)

ناهماهنگی در توسعه و پیشرفت مراکز اشاعه فرهنگ، ناهماهنگی در خصوصیات جامعه متحول کنونی ما و محتوای تولیدی مراکز اشاعه فرهنگ، دوگانگی در نظام‌های ارزشی و فرهنگی (بحران رفتاری)، دوگانگی فرهنگی در شهر و روستا، کم‌توجهی به برنامه‌ریزی در زمینه‌های فرهنگی، فقدان یک سیاست مشخص فرهنگی در سطح ملی و تمرکز مراکز اشاعه فرهنگ در تهران و شهرهای بزرگ را می‌توان بخشی از تنگناهای عمده توسعه فرهنگی کشور برشمرد. (ناییبی و آغاز، ۱۳۸۸)

واقعیت این است که در مقطع زمانی خاصی، تحول و دگرگونی فرهنگی اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد. شرایط و موقعیت خاص جغرافیایی و سیاسی هر کشور بر شدت و ضعف این جریان اثر می‌نهد و دولتمردان را وامی‌دارد تا بسته به وضع ویژه واحد سیاسی خود به تصمیم‌گیری دست زنند. زیرا که تعارض‌های پیشین بر سر استقرار ارزش‌های نو به جای ارزش‌های سنتی و حاکم شکل گرفته است.

فرهنگ نه تنها دربردارنده هنر و ادبیات است، بلکه شیوه‌های زندگی، حقوق اساسی نوع بشر، نظام‌های ارزشی، سنت‌ها و باورها را نیز شامل می‌شود. به تعبیر دیگر، فرهنگ به فعلیت رساندن کلیه خلاقیت‌های بالقوه اجتماع یا جامعه است و رسانه جمعی، ابزاری است که می‌تواند استعدادهای بالقوه را شکل دهد و آن را در جهتی رهبری کند تا جامعه را به مطلوب‌هایش برساند. رسانه‌های نوین ارتباط جمعی از یک طرف منبعث از فرهنگ و از طرف دیگر، انتقال‌دهنده الگوها و معانی فرهنگی هستند. بنابراین، آموزش و پرورش سازوکار اصلی و طبیعی برای انتقال فرهنگ و ایجاد توسعه و تغییرات فرهنگی به حساب می‌آید.

❖ ۲۰۶ نامه پژوهش فرهنگی

«کلود لوی اشتراوس»، مردم شناس فرانسوی، می‌گوید: تمامی فرهنگ‌ها آمیزه‌ای از مبادلات و دادوستدها هستند، یکی از عواملی که به نظر می‌رسد در پیشرفت موفق نقش داشته باشد، گشودگی فرهنگی در مقابل ایده‌های دیگر به همراه تمایل و قابلیت جذب و همسان‌سازی آنها در قالب فرهنگ خودی بوده است.

در چنین شرایطی مسلماً نقش رسانه‌های ارتباطاتی نمایان‌تر می‌گردد. زیرا امروزه رویارویی‌های اجتماعی، بسیار گسترده و انبوه گشته و رسانه‌ها واسطه پر قدرت و مؤثر این رویارویی‌ها شده‌اند. به طوری که هم می‌توانند در برانگیختن و هم در گسترش تعامل افراد دخیل باشند. رسانه‌ها می‌توانند از ترویج ارزش‌ها و کنترل رفتارهای افراد تا انحراف و درگیری میان افراد، در جوامع کارکرد داشته باشند. رسانه‌های گروهی (کتاب و مطبوعات، سینما، تئاتر، رادیو و تلویزیون) با تغذیه از حافظه فرهنگی، اجتماعی و اطلاعات و اخبار رویدادهای اجتماعی و هماهنگ با مدیریت و تصمیم‌گیری حاکم بر جامعه فعالیت می‌کنند. آنها آنچه را که از حافظه فرهنگی، اجتماعی جامعه دریافت می‌کنند، ساده و قابل فهم می‌سازند و با شیوه‌های مختلف به پیام‌های فرهنگی مبدل کرده و پخش می‌کنند. به عبارت دیگر رسانه‌ها به بازسازی فرهنگ، افکار و عقاید موجود در جامعه می‌پردازند و به آنها استحکام می‌بخشند. مخاطبان معمولاً از دریافت، ادراک و به خاطر سپردن پیام‌هایی که با گرایش‌ها، هنجارها و عقاید آنها در تناقض است خودداری می‌کنند.

بدین ترتیب می‌توان گفت، در طول تاریخ، انسان همیشه تلاش کرده تا وسیله‌ای برای برقراری ارتباط در اختیار داشته باشد؛ هر چند که در دوره‌های اولیه این وسایل، قدرت زیادی برای حمل پیام و اطلاعات نداشته‌اند؛ ولی برای انسان آن روز مطلوب بوده است. این تکنولوژی‌های ابتدایی به تدریج گسترش یافتند تا جایی که در زمان حال، با تکنولوژی‌های اطلاعاتی روبه‌رو هستیم که در حال متحول کردن نحوه زندگی و تفکر انسان معاصر هستند.

نتیجه‌گیری

عصر حاضر را عصر ارتباطات نامیده‌اند. زیرا ارتباطات و اطلاعات انتقالی از آن، ابزاری مهم برای تصمیم‌گیری، تعامل بین انسانی، هویت بخشی و هویت ستاندن، جهت‌دهی به افکار و اندیشه‌ها و ابزاری بر سلطه است. (طرح تحقیقاتی شهر اسوه، ۱۳۸۸)

به هر حال مهم این است که تکنولوژی‌های جدید بیش از آنکه ویران‌کننده باشند، آفریننده‌اند و در موارد استثنایی (که می‌تواند پیامد طبیعی هرگونه تازگی باشد) ممکن است ویرانی هم به دنبال داشته باشند. آنها ممکن است، ساختارهای قبلی را از میان بردارند و در صورتی که ما ساختارها را برای خود ابدی فرض کنیم، بنابراین چنین تصور می‌شود که تکنولوژی امری ویرانگر است، اما در صورت توجه به جنبه‌های مؤثر، مفید و کاربرد اصولی و منطقی آن، می‌تواند در عرصه‌های گوناگون، ما را در رده برندگان و کاربران عصر اطلاعات قرار دهد. در جامعه اسلامی باید با تأکید بر اندیشه‌ورزی، تلاش کنیم تا به تقویت جنبه‌های مثبت و تضعیف جنبه‌های منفی این پدیده نوظهور بپردازیم تا اشکالات آن را شناسایی و برطرف کرده و از آن در راستای تحقق اهداف عالی که تقویت بنیانهای فرهنگی اسلامی است، بهره بگیریم. (شرفی، ۱۳۸۸ و خشکاب، ۱۳۸۸)

قرن بیستم، قرن ارتباطات بوده و قرن بیست‌ویکم عصر اطلاعات است. پس ما در پایان قرن ارتباطات و آستانه عصر اطلاعات قرار گرفته‌ایم و شناخت شبکه‌های اطلاعاتی، ایجاد بانک‌های اطلاعاتی و جمع‌آوری اطلاعات ضروری است. به همین دلیل، هرچه دهکده جهانی پرجمعیت‌تر شود، دست‌اندرکاران ارتباطات ملی و منطقه‌ای بیشتر باید درصدد آن باشند که جهانی فکر کنند و محلی به اجرا بگذارند. در خاتمه باید متذکر شد که اساس توسعه ملی و محلی هر کشوری براساس فرهنگ آن جامعه شکل می‌گیرد، چراکه اگر فرهنگ جوهر برنامه توسعه ملی نباشد، نه می‌توان، سخنی از توسعه ملی به میان آورد و نه اصولاً به توسعه‌ای درونی دست یافت. حال در عصر حاضر با کمک رسانه‌ها می‌توان این روند را تسریع و به آن سرعت بخشید.

منابع و ماخذ

- اردلان، فریدون، (۱۳۸۱)، «مجموعه مقالات توسعه فرهنگی»: ترجمه احمد صبوری، شهر آشوب امیر شاهی، تهران، سازمان چاپ و انتشارات وزارت ارشاد اسلامی.
- پایگاه حوزه (۱۳۷۷)، «توسعه فرهنگی از دیدگاه امام خمینی»: <http://www.hawzah.net>
- جلوداری ممقانی، بهرام، (۱۳۸۶)، «مدیریت کیفیت و بهره‌وری»: تهران، مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، چاپ اول.
- خانیک، هادی، (۱۳۸۶)، «فرهنگ جمعی و رسانه‌های نو»: قابل دسترسی در: <http://www.nasour.net>
- خلجی، محمد، «رسانه‌های نوین و توسعه»: مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ای همشهری، www.hccmr.com
- دادگران، سید محمد، (۱۳۸۴)، «مبانی ارتباط جمعی»: تهران، نشر مروارید و فیروزه، چاپ هشتم.
- رشید پور، علی، مرادی، علی رضا، (۱۳۸۹)، «چالش‌ها و آسیب‌های فراروی فرهنگ و

❖ ۲۱۰ نامه پژوهش فرهنگی

- مدیریت فرهنگی؛ ماهنامه علمی، تخصصی شورای عالی انقلاب مهندسی فرهنگی، تهران، سال پنجم، شماره ۴۷ و ۴۸، آذر و دی.
- رضایی، علیرضا، (۱۳۸۷)، «آسیب شناسی فرهنگی، تبیین مفهومی، نظری و راهبردی»؛ ماهنامه علمی، تخصصی مهندسی فرهنگی، تهران، سال دوم، شماره ۱۷ و ۱۸.
- ریاحی، عبدالحمید، (۱۳۸۵)، «نقش وسایل ارتباط جمعی در کشورهای توسعه یافته»؛ روزنامه رسالت، شماره ۶۰۸۵، صفحه فرهنگی.
- زیاری، کرامت الله، (۱۳۷۹)، «درجه توسعه یافتگی فرهنگی استان‌های ایران»؛ تهران، نامه علوم اجتماعی، شماره ۱۶، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- ساعی، منصور، (۱۳۸۷)، «نقش رسانه‌ها در انتقال ارزش‌ها و پدیده شکاف هنجاری و ارزشی نسل‌ها»؛ <http://www.bpdanesh.com>.
- شربتیان، محمد حسین، (۱۳۸۸)، «تأملی بر ضرورت مبانی توسعه فرهنگی و اهمیت آن در جامعه ایران»؛ قابل دسترسی در: <http://anthropology.ir>.
- شرفی، محمدرضا و خشکاب، شهربانو، (۱۳۸۸)، «بررسی تقابل فرهنگ و تکنولوژی، ظهور تکنوپولی»؛ نشریه علمی، تخصصی شورای عالی انقلاب فرهنگی، سال چهارم، شماره ۳۳ و ۳۴.
- شکرخواه، یونس، (۱۳۸۸)، «ریشه‌های انقلاب جهانی ارتباطات و جامعه اطلاعاتی»؛ قابل دسترسی در <http://www.atcce.com>
- صالحی امیری، سید رضا، کاوسی، اسماعیل، (۱۳۸۷)، «فرهنگ و مدیریت سازمان‌های فرهنگی»؛ تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، چاپ اول.
- صحیفه نور؛ ج ۱: ۱۵۶، تاریخ ۱۳۴۹/۱۱/۱۹.
- صحیفه نور؛ ج ۱: ۲۷۳.
- صحیفه نور؛ ج ۱۵: ۱۶. مرکز نشر آثار امام خمینی (ره)، تهران.
- عبادی فرد، اسماعیل، (۱۳۸۶)، «جایگاه رسانه‌های جمعی در تبلیغات اسلامی»؛ <http://www.ido.ir>

نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، ... ❖ ۲۱۱

❖ سال دوازدهم، شماره دوازدهم، زمستان ۱۳۸۹

- عواجی، مصطفی، (۱۷ اردیبهشت ۱۳۹۰)، «ژئوپلیتیک ارتباطات و رسانه‌های نوین و نقش آن در شکل‌گیری قدرت»؛ بانک مقالات و مطالب نظامی به زبان فارسی، قابل دسترسی در <http://www.arteshi.com>
- فرقانی، محمد مهدی، (۱۳۸۰)، «ارتباطات و توسعه، چهاردهم نظریه پردازی ... و امروز؟»؛ رسانه، سال دوازدهم، شماره دوم. نشر مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- فکوهی، ناصر، (۱۳۷۹)، «درآمدی بر انسان‌شناسی»؛ نشر نی، تهران.
- کتاب طرح تحقیقاتی شهر اسوه، (۱۳۸۸)، «نقش ارتباطات و وسایل ارتباط جمعی در زندگی اجتماعی»؛ <http://www.rasekhoon.net>.
- کاشانی، علیرضا، (۱۳۸۷)، «توسعه فرهنگی»، روزنامه رسالت، صفحه ۶ (انقلاب اسلامی)، شماره ۶۵۵۹.
- محسنیان راد، مهدی، (۱۳۸۲)، «ارتباط شناسی»؛ تهران، انتشارات سروش.
- مک کوئیل، دنیس، (۱۳۸۲)، «درآمدی بر نظریه‌های ارتباطات جمعی»؛ ترجمه پرویز اجلالی، تهران، نشر مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، چاپ اول.
- نایی، هوشنگ. آغاز، محمد حسن، (۱۳۸۸)، «فرهنگ، رسانه و نقش سیاست‌های رسانه‌ای در توسعه فرهنگی کشور»؛ ماهنامه مهندسی فرهنگی، سال سوم، شماره ۳۱ و ۳۲، مرداد و شهریور.
- نظری، مرتضی، (۱۳۸۷)، «توسعه فرهنگی در ایران موانع و دشواری‌ها»؛ www.aftab.ir/Article1. تهران.
- وحید، مجید، (۱۳۸۲)، «سیاست‌گذاری و فرهنگ در ایران امروز»؛ تهران، انتشارات باز، چاپ اول.

منبع لاتین

- Lasswell (H.D): the structure and function of communication in society: 11
- Lazarsfeld, Merton: Mass Communication. Popular Taste and Organized social action: 116

پایگاه‌های اینترنتی

- <http://www.nasour.net>
- <http://www.aftab.ir/Articel>
- <http://anthropology.ir>
- <http://www.atcce.com>
- <http://www.bpdanesh.com>
- <http://www.arteshi.com>
- <http://www.hawzah.net>
- <http://www.rasekhoon.net>