

# نقش رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی

عباس زمانی

مدیر گروه علوم ارتباطات موسسه آموزش عالی دانش پژوهان پیشرو (نویسنده مسؤول)

zamani@daneshpajooan.ac.ir

مریم سهرابی رنایی

دکترای تخصصی مدیریت امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

## چکیده

در دنیای کنونی ما دستیابی به رفاه، آسایش و آرامش همه جانبه بدون در نظر گرفتن مفهوم توسعه پایدار امکان پذیر نخواهد بود و از آنجا که این مفهوم پیوند ناگسستنی با انسان ها دارد، لذا توجه به توسعه اجتماعی به عنوان یکی از ابعاد اصلی توسعه پایدار از اهمیت بیشتری برخوردار است. این مقاله با هدف تبیین نقش رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی جامعه به عنوان یکی از شاخه های اصلی توسعه پایدار اجتماعی انجام شد. در این پژوهش که به صورت کتابخانه ای و اسنادی با مطالعه و مرور بیش از ۵۰ منبع مکتوب و مقالات علمی- پژوهشی مرتبط انجام شد، در ابتدا ادبیات توسعه پایدار استخراج و ضمن تبیین ابعاد توسعه پایدار اجتماعی از نگاه اندیشمندان و پژوهشگران، توسعه فرهنگی به عنوان یکی از مهمترین زیربناهای توسعه پایدار اجتماعی مطرح گردید. همچنین با مرور نظریات مختلف رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی مشخص شد که اگرچه مردم با انگیزه های مختلفی از رسانه ها استفاده می کنند اما رسانه ها نیز می توانند با کارکردهای خود بر ابعاد کمی و کیفی توسعه فرهنگی اثرگذار باشند. جمع بندی نتایج نشان داد که بعد کمی توسعه فرهنگی شامل افزایش شمارگان کتاب، روزنامه ها و نشریات، تأسیس کتابخانه ها، تأسیس فضاهای فرهنگی و هنری، مصرف کالاها و خدمات فرهنگی و هنری، فعالیت های اقتصادی فرهنگی، پژوهش های فرهنگی، تأمین تجهیزات و تأمین بودجه های فرهنگی و هنری و... و بعد کیفی آن شامل عقل گرایی، تقویت و پاسداری از عناصر و مؤلفه های فرهنگی، تقویت صنایع فرهنگی و هنری و میراث فرهنگی، مشارکت فرهنگی و هنری، امکان دسترسی به منابع اطلاعاتی، باور به آزادی بیان و... بود. همچنین یافته ها نشان داد که تحقق اهداف توسعه پایدار به ویژه در حوزه فرهنگی بدون تقویت رسانه های محلی، دسترسی آزاد به منابع اطلاعاتی، باور به آزادی بیان، ارتقاء سرانه مطالعه، افزایش شمارگان کتاب و نشریات و... میسر نخواهد شد.

**کلمات کلیدی:** توسعه پایدار، توسعه اجتماعی، توسعه فرهنگی، رسانه

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۸/۲۷

صفحات: ۳۹-۶۴

۳۹

جامعه شناسی روابط عمومی / سال اول / شماره دوم / زمستان ۱۳۹۹

JSC, Winter 2020, Vol.1, No.2

## مقدمه

یکی از موضوعات بین‌المللی مورد توجه در دهه‌های پایانی قرن بیستم و آغاز هزاره سوم، گفتمان "توسعه<sup>۱</sup>" و "توسعه پایدار<sup>۲</sup>" و سیاست‌های اتخاذ شده جهانی و ملی برای تحقق آرمان‌ها، اهداف و شاخص‌های آن است.

در عصر نوین که با انقلاب صنعتی آغاز شد، استفاده از منابع طبیعی و توفیق بر طبیعت و مهار آن با استفاده از ابزارآلات پیشرفته از اصول اولیه توسعه و پیشرفت به ویژه در قاره اروپا و سایر کشورهای صنعتی شناخته شد که کاهش سطح جنگل‌ها و حجم ذخایر فسیلی و غیرفسیلی و همچنین آلودگی آب، زمین و هوا از عوارض آن به شمار می‌رود (رستمی، ۱۳۸۶).

بر همین اساس و با بروز مشکلات فراوان در کشورهای سراسر جهان پیرامون توسعه، نخستین بار موضوع توسعه پایدار به صورت رسمی در کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه سازمان ملل در سال ۱۹۸۷ مطرح گردید.

در واقع توسعه پایدار اشاره به فرایندی دارد که اساس بهبود وضعیت و از بین برنده کاستی‌های زیست محیطی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است به گونه‌ای که همه اقشار جامعه را به طور مساوی در برگیرد و درعین حال به محیط زیست آسیب نرساند (واعظ زاده و همکاران، ۱۳۹۴).

در این میان بیشتر صاحب‌نظران، توسعه همه‌جانبه را مهم‌ترین هدف توسعه در هر جامعه‌ای می‌دانند، و اعتقاد دارند که اگر جامعه در یک یا چند بعد خاص به توسعه دست یابد، به خاطر فقدان توسعه در زمینه‌ها و ابعاد دیگر ممکن است با مسائل مهمی درگیر شود. از نگاه دیگر، «بازیگران اصلی در فرایند توسعه انسان‌ها هستند که الگوهای سازمان اجتماعی آنها به منظور تعیین راه حل‌ها و تدابیر مناسب در جهت دستیابی به توسعه پایدار نقش عمده را ایفا می‌کنند. در واقع، تجربه نشان می‌دهد که بی‌توجهی به عوامل فرهنگی-اجتماعی در خلال فرایند توسعه، اثر بخشی برنامه‌ها و پروژه‌ها را با مخاطره جدی مواجه می‌سازد» (زال، ۱۳۸۶: ۱۶).

از این جهت با توجه به تعاریف، ابعاد و شاخص‌های مختلفی که برای توسعه اجتماعی در نظر گرفته شده است، اجرای برنامه‌های توسعه پایدار بدون در نظر گرفتن فرهنگ جوامع با مشکل مواجه خواهد شد و بدین منظور مفهوم توسعه فرهنگی به عنوان یکی از عوامل و

<sup>1</sup> Development

<sup>2</sup> Sustainable development

ابعاد کلیدی توسعه اجتماعی مطرح می شود، به ویژه آنکه در این فرآیند، توسعه فرهنگی به لحاظ وسعت و کارکردهای آن، نقش بنیادی در تحقق توسعه همه جانبه جوامع ایفا می کند (بابایی فرد، ۱۳۸۹).

بر همین اساس شناسایی سازمان ها، نهادها و عوامل موثر بر شاخص های توسعه فرهنگی در حوزه خرد و کلان و برنامه ریزی جهت استفاده هدفمند و موثر از این عوامل، در درجه اول ضمن تحقق توسعه پایدار فرهنگی می تواند امکان دستیابی به اهداف توسعه پایدار اجتماعی را فراهم کرده و به واسطه آن مسیر تحقق توسعه پایدار اقتصادی و زیست محیطی را هموارتر نماید.

در این راستا یکی از سازمان ها، نهادها یا عوامل تاثیر گذار بر تمامی ابعاد توسعه به ویژه توسعه فرهنگی، رسانه های گروهی و وسایل ارتباط جمعی هستند. «رسانه ها به واسطه کارکردهای سیاسی، اقتصادی و تجاری، اجتماعی و فرهنگی خود، ابزارهای مهمی برای توسعه به شمار می آیند و نقش مهمی را در این زمینه ایفا می نمایند» (نجف بیگی و عزیز آبادی فراهانی، ۱۳۸۷: ۴).

رسانه های گروهی با کارکردهای مختلف خود همواره به عنوان منشاء بسیاری از تحولات، نقش مهمی در جریان ها و تغییرات اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی ایفا کرده اند به طوریکه شناخت کاربردها و عملکرد آنها در جامعه می تواند به طرح برنامه های موثر برای استفاده مطلوب و عقلانی از آن منتج شده و با استفاده مثبت و سازنده از کارکردهای آن می توان روند تحولات تاریخی و فرایند های اجتماعی توسعه را در همه ابعاد سرعت و قوت بخشید.

از این رو لازم است با بررسی اثرات و پیامدها و شناسایی کارکردهای مثبت آن در جهت تحقق اهداف توسعه، از این ابزار که در دنیای امروز همگام با تغییرات و پیشرفت های فناورانه شکل مدرن و نوینی نیز به خود گرفته استفاده موثرتری به عمل آورد و زمینه توسعه همه جانبه و پایدار را در مرحله اول در حوزه فرهنگی - اجتماعی و در گام بعدی در تمامی ابعاد توسعه به نحو موثرتری پیگیری نمود.

بر همین اساس مقاله حاضر برآن است تا ضمن مرور ادبیات و مفاهیم این حوزه، نقش و کارکرد رسانه ها را از دیدگاه اندیشمندان و صاحب نظران در تحقق توسعه پایدار فرهنگی مورد بررسی قرار دهد.

## مفهوم توسعه و «توسعه پایدار اجتماعی»<sup>۱</sup>

واژه توسعه از نظر لغوی به معنی بسط یافتن، درک کردن، تکامل و پیشرفت است که گرچه از قرن هشتم هجری (۱۴ میلاد) برای توضیح برخی پدیده های اجتماعی به کار رفته است لیکن استفاده وسیع از این واژه به عنوان یک چارچوب تحلیلی برای درک پیشرفت جوامع انسانی، به بعد از جنگ جهانی دوم و در دهه های ۱۹۶۰-۱۹۵۰ مربوط می شود (عزیزی و هاشمی، ۱۳۹۵).

در اسناد یونسکو (۱۹۹۸) مفهوم پایداری اینگونه مطرح شده که هر نسل باید منابع آب، هوا و خاک را بدون آلودگی، همانند زمانی که این منابع بر روی کره زمین به وجود آمدند، برای نسل بعد باقی بگذارد (پرمن و همکاران، ۱۳۸۲).

اگرچه مفهوم توسعه اغلب با محوریت توسعه اقتصادی در نظر گرفته می شد اما توسعه پایدار برای اولین بار در سال ۱۹۷۰ در اعلامیه کوکویاک درباره محیط زیست و توسعه به کار رفت و پس از آن «در سال ۱۹۷۹ توسعه پایدار حول سه محور توسعه اقتصادی، توسعه اجتماعی و حفظ محیط زیست ارائه گردید» (خلیلیان، ۱۳۹۶: ۲۷).

در ادامه در سال ۱۹۸۷ به طور رسمی مجموعه ای از پیشنهادها و اصول قانونی جهت دستیابی به توسعه پایدار برای کشورهای در حال توسعه فراهم شد. ضمن آنکه سال های ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۷ توسط یونسکو دهه توسعه فرهنگی نامیده شد. پس از آن در سال ۱۹۹۸ مفهوم توسعه پایدار اجتماعی با موضوع مقابله با فقر و نابرابری های اجتماعی مطرح شد و این موضوع بارها در نشست ها و جلسات مختلف مورد بررسی و تاکید قرار گرفت. در سال ۲۰۰۱ در گزارش های "سازمان همکاری و توسعه اقتصادی"<sup>۲</sup> توسعه پایدار «تلفیق اهداف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی برای حداکثرسازی رفاه انسان فعلی بدون آسیب به توانایی نسل های آتی برای برآورده کردن نیازهایشان» تعریف شد (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۲۰۰۱: ۱۱).

پس از آن در سال ۲۰۰۳ "آرمان ها و اهداف توسعه هزاره سوم" توسط گروه توسعه سازمان ملل متحد منتشر شد. این سند در واقع منشوری برای "گذار توسعه" از هزاره دوم به هزاره سوم میلادی بود (پورملک، ۱۳۸۲).

<sup>1</sup> Sustainable social development

<sup>2</sup> UNESCO

<sup>3</sup> OECD: ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT

در سال ۲۰۱۲ کنفرانس سازمان ملل متحد در توسعه پایدار<sup>۱</sup> با موضوع اقتصاد سبز برای رسیدن به توسعه پایدار و نجات مردم از فقر برگزار شد و در ادامه برنامه های توسعه ای سازمان ملل متحد، روسای دولت ها، نمایندگان بلندپایه نهادهای تخصصی سازمان ملل و جامعه مدنی در سپتامبر ۲۰۱۵ گرد هم آمدند و در مجمع عمومی این سازمان، دستورکار توسعه پایدار ۲۰۳۰ را تصویب کردند. این دستورکار که جایگزین اهداف توسعه هزاره (قبله) شد، شامل ۱۷ هدف اصلی و ۱۶۹ هدف ویژه است که نقشه راه جامعه بین المللی را در زمینه توسعه پایدار برای پانزده سال آینده ترسیم می کند (سازمان ملل متحد، ۱۳۹۶).

اهمیت این دستورکار که با عنوان «دگرگون ساختن جهان ما: دستورکار ۲۰۳۰ برای توسعه پایدار» منتشر شد، طراحی یک چارچوب جامع و یکپارچه برای دستیابی به توسعه متوازن، هماهنگ و پایدار است که نه تنها شامل آموزش و حفاظت از محیط زیست می شود بلکه رشد اقتصادی، اشتغال پایدار و برابری فرصت های اجتماعی را برای دستیابی به جوامع صلح جو و پایدار ترسیم می کند. دستورکار ۲۰۳۰ توسعه پایدار، حقوق افراد را محترم می شمرد و از دیدگاهی انسانی در مورد توسعه بهره می گیرد. این دستورکار، بر اصول کرامت و حقوق بشر، عدالت اجتماعی، صلح، شمول اجتماعی و حفاظت و تنوع قومی، فرهنگی و زبانی و نیز بر مسؤلیت مشترک و پاسخگویی استوار است (سازمان ملل متحد، ۱۳۹۶: ۸).

در واقع دستور کار جدید ملل متحد با محور قرار دادن توسعه متوازن و همه جانبه انسانی، مؤلفه های توسعه اجتماعی و فرهنگی را مهم بر شمرده و بر آن تاکید کرده است که البته برخی شاخص ها و مفاهیم تعریف شده آن به ویژه در حوزه فرهنگی - اجتماعی با ارزش ها، هنجارها و فرهنگ کهن ایرانی - اسلامی ما در تضاد بوده یا به نوعی برای ما قابل درک و پذیرش نیست، و از این جهت نقدهایی از سوی اندیشمندان داخلی بر آن وارد شده است.

در این زمینه یکی از بخش های قابل اهمیت توسعه پایدار، توسعه اجتماعی به صورت پایدار است. توسعه اجتماعی در سال ۱۹۹۵ به معنی مبارزه با فقر مطرح شد که مسؤلیت اصلی مقابله با فقر به عهده دولت های ملی و نظارت آن بر عهده دولت های ملی و نظارت آن بر عهده مجامع بین المللی گذاشته شد و شاخص های آن نیز عبارت بود از: دسترسی به خدمات آموزشی، درصد جمعیت با سواد، طول عمر، میزان مرگ و میر نوزادان، سوء تغذیه و تغذیه مناسب، سطح بهداشت و کنترل بیماری ها، مسکن مناسب، برابری زن و مرد و ... مهمترین موضوع این نظر توسعه انسانی و آن هم در عمل به معنی مقابله با فقر و نابرابری بود (ازکیا، ۱۳۸۴).

<sup>۱</sup> UNCSO

آنچه از مجموع شاخص های فوق استنباط می شود توجه به سلامت، رفاه و آموزش انسان هاست و البته بازیگران اصلی در فرایند توسعه نیز انسان ها هستند که الگوهای سازمان اجتماعی آنها به منظور تعیین راه حل ها و تدابیر مناسب در جهت دستیابی به توسعه پایدار نقش عمده را ایفا می کند. در واقع، تجربه نشان می دهد که بی توجهی به عوامل اجتماعی در خلال فرایند توسعه، اثر بخشی برنامه ها و پروژه ها را با مخاطره جدی مواجه می سازد(زال، ۱۶: ۱۳۸۶).

در ادامه با پررنگ شدن ابعاد کیفی توسعه پایدار با تأکید بر عدالت، آزادی و کیفیت و ظهور پیامدهای اجتماعی مشکلات امروز مانند رشد جمعیت، کمبود منابع و مانند آن که تا چند دهه پیش به اندازه کافی مورد توجه قرار نگرفته بود، فرایند تغییر تعاملات و تعهد به فاکتورهای اجتماعی در فرایند توسعه پایدار یا اصطلاحاً پایداری اجتماعی از اهمیت بیشتری برخوردار شد(واعظ زاده و همکاران، ۱۳۹۴).

یاد آور می شود در تعریفی منسجم از پایداری اجتماعی بایستی این تعریف حاوی ارزش های مهم در خصوص برابری و دموکراسی باشد(ساجز، ۱۹۹۹). پایداری اجتماعی مسأله برابری در فرصت ها و استفاده از امکانات جهت تأمین عدالت اجتماعی است(صرافی، ۱۳۷۷). بنا به نظر بارون و گانتلت<sup>۲</sup> پایداری اجتماعی زمانی رخ می دهد که: فرآیندها، نظام ها، ساختارها و روابط به طور فعالانه ظرفیت های کنونی و نسل های آینده را به منظور ایجاد بهبودی و پیشرفت و قابل زیست بودن جامعه را حمایت کند(بارون و گانتلت، ۲۰۰۲: ۳). از نگاه دیگر مکنزی<sup>۳</sup> توسعه پایدار اجتماعی را توسعه ای می داند که نیازهای اساسی به غذا، سرپناه، آموزش، شغل، درآمد، شرایط زندگی و فعالیت را تأمین کرده، عدالت خواه باشد و این اطمینان را بدهد که منابع توسعه کاملاً در سراسر جهان به تساوی و منصفانه توزیع شده، رفاه فیزیکی، ذهنی، و اجتماعی جامعه را ارتقاء داده، آموزش، خلاقیت و توسعه توان انسانی را برای کل جامعه ترویج نموده، میراث فرهنگی و زیستی را حفظ کرده و احساس ارتباط با تاریخ و محیط زیست را تقویت کند. همچنین مردم سالارانه باشد و مشارکت و دخالت شهروندان را ترویج نماید(مکنزی، ۲۰۰۴).

در این راستا بر اساس اهداف اعلام شده توسط سازمان ملل، از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۳۰، کلیه کشورهای عضو سازمان ملل باید تلاش نمایند که به اهداف و شاخص های توسعه پایدار با

---

<sup>1</sup> Sachse

<sup>2</sup> Barron & Gauntlett

<sup>3</sup> Mckenzie

همکاری و تعامل یکدیگر در سه سطح ملی، منطقه ای و بین المللی دست یابند(سازمان ملل متحد، ۱۳۹۶).

بر اساس سند چشم انداز بیست ساله جمهوری اسلامی، ایران تا سال ۱۴۰۴ هجری شمسی باید کشوری توسعه یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه همچین برخوردار از سلامت، رفاه، تامین اجتماعی، فرصت های برابر، توزیع مناسب درآمد به دور از فقر، فساد و تبعیض و بهره مند از محیط زیست مطلوب باشد که البته به نظر می رسد علی رغم توجه به مؤلفه های توسعه اجتماعی در اسناد بالا دستی، کشور ایران هنوز در جایگاه مناسب بین المللی و منطقه ای قرار ندارد.

در پایان این بحث باید در نظر داشت که مردم، دولت ها، سازمان های بین المللی و سازمان های غیردولتی و خصوصی عاملان توسعه در ابعاد مختلف می باشند.

از این جهت مردم از یک سو با کسب آگاهی از آرمان های توسعه پایدار، در جهت تحقق این اهداف تلاش کرده و از سوی دیگر با ایجاد تحرک های اجتماعی مسیر دولت ها و سازمان ها را برای نیل به این منظور هموارتر می نمایند. همچنین دولت ها با رعایت مؤلفه های توسعه پایدار در تمامی سطوح برنامه ها و سیاست گذاری های وظایف گسترده ای بر عهده دارند به خصوص اینکه در کشورهای جهان سوم قادرند در عرصه پایداری، نقش پیشتازی را بر عهده بگیرند و با وضع قانونمندی های همسو با جریان توسعه، تحرک اجتماعی را در سطوح مختلف جوامع نظام ببخشیده و به صورت مستقیم و غیر مستقیم با ایجاد شرایط مطلوب، به تحرک بخش خصوصی در این عرصه کمک کنند. سازمان های بین المللی همچون سازمان ملل متحد و نهادهای بین المللی وابسته به این سازمان و سازمان خصوصی و غیر دولتی نیز در زمینه مأموریت های خود وظیفه یافته اند تا بر پایه مفروضات توسعه پایدار، تحرک دوباره ای را در جامعه در چارچوب وظایف و مأموریت خود ایجاد کنند(بهرامزاده، ۱۳۸۲).

### توسعه فرهنگی<sup>۱</sup>

همانطور که پیش از این عنوان شد، یکی از موضوعات مورد توجه در توسعه پایدار اجتماعی - که به نوعی زیربنای این توسعه نیز مطرح می شود- مقوله فرهنگ و توسعه فرهنگی است.

<sup>۱</sup> Cultural development

در این زمینه عمومی ترین تعریفی که از دیدگاه اندیشمندان مورد پذیرش قرار گرفته است از سوی تایلور<sup>۱</sup> است. وی فرهنگ را «مجموعه پیچیده ای شامل دانش ها، معتقدات، باورها، هنرها، صنایع، فنون، اخلاق، حقوق و قوانین و آداب و رسوم و بالاخره تمام قابلیت ها و عادات و رفتاری است که انسان به عنوان عضو جامعه خود فرا می گیرد و در برابر آن جامعه وظایف و تعهداتی در بر دارد» تعریف می کند (کوزر و روزنبرگ، ۱۳۸۷: ۴۴).

با اتکا به تعریف یونسکو در سال ۱۹۸۲ در کنفرانس مکزیکوسیتی می توان از نظر محتوایی گفت که: فرهنگ کلیتی است مرکب از خصوصیات مادی، معنوی فکری و احساسی که شاخصه یک جامعه یا یک گروه است. در واقع فرهنگ نه فقط هنرها و آثار مکتوب یک جامعه بلکه حالات زندگی، حقوق بنیادین افراد، نظام ارزشی، سنت ها و باورهای آن جامعه را در بر می گیرد (قلی زاده، ۱۳۹۲).

با روشن شدن مفهوم فرهنگ و تاثیر آن در زندگی اجتماعی انسان ها، پرداختن به موضوع توسعه فرهنگی اهمیتی دوچندان می یابد.

مفهوم توسعه فرهنگی از اوایل دهه ۱۹۸۰ به بعد از طرف یونسکو در مباحث توسعه مطرح شد و از مفاهیمی است که نسبت به سایر بخش های توسعه بار ارزشی بیشتری دارد.

سازمان جهانی یونسکو توسعه فرهنگی را چنین تعریف نموده است: «توسعه و پیشرفت زندگی فرهنگی یک جامعه با هدف تحقق ارزش های فرهنگی، به صورتی که با وضعیت کلی توسعه اقتصادی و اجتماعی هماهنگ شده باشد». «منظور از توسعه فرهنگی، تحول ساختارهای فرهنگی از شکلی کهن و سنتی به صورتی نو و جدید است. در توسعه فرهنگی، همه آداب و رسوم، قوانین و مقررات، اعتقادات و باورهای دینی و اخلاقی جامعه در قالبی جدید نمایانگر می شود. بخشی از این عناصر فرهنگی که با اهداف و شکل جامعه نوین، همخوانی دارد تقویت شده و بخشی دیگر که در تضاد با الگوهای توسعه قرار می گیرد، ضعیف یا حذف می شود» (قلی زاده، ۱۳۹۲: ۱۷۸).

توسعه فرهنگی به معنای ایجاد تحول و خلق ارزش ها، روابط اخلاقی و هنجارهای مناسب است که برای ارضای نیازهای آدمی، زمینه های لازم را در قالب اجتماع فراهم می کند (آشوری، ۱۳۵۷: ۴۱).

همانطور که از تعاریف فوق نیز استنباط می شود، توسعه فرهنگی زمینه ساز هرگونه تحول ساختاری و دگرگونی های مختلف اجتماعی است، بنابر این بدون توسعه فرهنگی تحقق اهداف بخش های مختلف توسعه با اشکال مواجه شده یا متوقف خواهد شد.

<sup>۱</sup> Edward Burnett Tylor



بسیاری از اندیشمندان معتقدند که در اواخر قرن گذشته در کشورهای پیشرفته صنعتی «چرخش فرهنگی» اتفاق افتاده است که ابعاد گوناگون زندگی انسان را تحت تأثیر قرار داده است، به طوری که بسیاری از فعالیت های انسان امروز را می توان ماهیتاً فرهنگی دانست. بر اساس این دیدگاه فقط هویت فردی، گروهی و اجتماعی انسان ها نیست که ماهیت فرهنگی دارد، بلکه انواع فعالیت های اجتماعی، فراغتی، سیاسی و حتی اقتصادی انسان ها نیز جنبه قوی فرهنگی پیدا کرده، به طوری که به جرات می توان گفت سبک زندگی انسان ها و انواع فعالیت های آن ها فرهنگی هستند (جامسون<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸).

از جمله چرخش های فرهنگی یا فرهنگی شدن ابعاد زندگی انسان در قرن بیستم می توان به چرخش زبانی، ورود جوامع مدرن به دوره پسامدرن، پیچیدگی روزافزون جوامع، پساساختارگرایی و... اشاره کرد. همه این وقایع از یک طرف سبب بسط حوزه فرهنگ به سایر عرصه های زندگی انسان شده، و از طرف دیگر سبب فرهنگی شدن بیشتر عرصه های فعالیت انسانی چون عرصه های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی گشته است (پناهی، ۱۳۹۴).

در کشور ما نیز در سال ۱۳۸۱ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با تشکیل کمیته های تخصصی مرکب از صاحب نظران و کارشناسان ارشد حوزه مسائل فرهنگی براساس ماده ۱۶۲ قانون برنامه ی سوم توسعه با مشخص نمودن تعاریف و مفاهیم بخش فرهنگ، تعیین ارزش های اساسی نظام جمهوری اسلامی منطبق بر اهداف و آرمان های نظام و سیاست های فرهنگی مصوب و نیز بهره مندی از تجارب و نتایج سه طرح ملی «ارزش های ایرانیان»، «رفتارهای فرهنگی ایرانیان» و طرح «ملی آمارگیری فرهنگی»، شاخص های فرهنگ را در سه حوزه: (۱) تغییرات فکری، بینشی و رفتاری، (۲) مصرف کالاها و خدمات فرهنگی و (۳) نیروی انسانی، فضاها و تجهیزات فرهنگی دولتی و غیردولتی تعیین نمود (نجف بیگی و عزیز آبادی فراهانی، ۱۳۸۷).

به عقیده برخی اندیشمندان، هسته مرکزی توسعه فرهنگی گسترش تفکر عقلانی در میان آحاد جامعه و امکان دسترسی به منابع اطلاعاتی موجود جامعه است که با ظهور و گسترش آموزش رسمی امکان پذیر می شود (چلیپی، ۱۳۷۵: ۲۴۸).

یاد آور می شود که از جمله مهمترین مسائلی که در مسیر توسعه پایدار گریبانگیر جوامع هستند می توان به عدم تعادل فضایی، نوسان شدید در قیمت زمین و مسکن، آلودگی های زیست محیطی، مصرف بیشتر انرژی، توسعه بدون برنامه ریزی، افزایش هزینه زیرساخت ها، به زیرساخت رفتن اراضی مرغوب کشاورزی، چند برابر شدن محدوده های شهری، شکل

<sup>۱</sup> Jameson

گیری بافت های کم تراکم در حاشیه های شهر، نابرابری های اجتماعی، کاهش رفاه اجتماعی و افزایش فقر، دشواری های خدمات رسانی و ... اشاره کرد و در تمامی این عوامل مؤلفه های فرهنگی به صورت مستقیم و غیر مستقیم نقشی اساسی بازی می کنند که البته این نقش و تاثیر در جوامع مختلف می تواند متفاوت باشد (سیف الدینی، ۱۳۸۸؛ رهنما و عباس زاده، ۱۳۸۷، بیکدلی و همکاران، ۱۳۹۶).

بر این اساس ویژگی های توسعه فرهنگی را می توان شامل موارد ذیل دانست:

۱. توسعه فرهنگی، خاصیت ملی دارد و در درون هر کشور و جامعه خاص انجام می شود. به عبارت دیگر توسعه فرهنگی در هر کشور با کشورهای دیگر متفاوت است و کشور و جامعه می تواند مبتنی بر سنت های تاریخی خود، توسعه فرهنگی خاص خود را داشته باشد. بنابراین توسعه فرهنگی با "جهانی شدن فرهنگ" متفاوت است.

۲. توسعه فرهنگی نیازمند برنامه ریزی و سیاست گذاری فرهنگی، پژوهش های ژرف و تطبیقی است بدون این پژوهش ها اقدام فرهنگی، فاقد درونگری و بی بهره از غنای لازم خواهد بود.

۳. توسعه فرهنگی مبتنی بر ارزش ها و اخلاق خاصی است. به عبارت دیگر در توسعه فرهنگی ارزش داورهای فرهنگی وجود دارد زیرا بر اساس تعاریف مورد توافق، جدا سازی فرهنگ از ارزش ها قابل تصور نخواهد بود. بنابراین در مفهوم توسعه پایدار- که فرهنگ رکن اساسی آن است- در واقع نوعی داوری ارزشی مبتنی بر فرهنگ، به رسمیت شناخته شد و توسعه در قالب آن مطرح شد.

### **ابعاد و شاخص های توسعه فرهنگی**

توسعه فرهنگی فرآیندی کیفی و ارزشی است که برای دستیابی به اهداف توسعه در برنامه ریزی های فرهنگی و ارزیابی آن، از نشانگرها و شاخص های کمی استفاده می شود. بعد کمی توسعه فرهنگی شامل: افزایش شمارگان کتاب، تأسیس کتابخانه ها، افزایش تیراژ روزنامه ها و نشریات، تأسیس موزه ها و فضاهای فرهنگی و هنری، سینما، تئاتر، تقویت رسانه های محلی و...؛ و بعد کیفی آن تقویت هویت های دینی و فرهنگی، پاسداری از آداب و رسوم، زبان، ارزش ها و میراث فرهنگی غیر مادی و... است که میان بعد کمی و کیفی فرهنگ ارتباطی دوسویه برقرار است (جوادی، ۱۳۸۴؛ بیک محمدی و همکاران، ۱۳۹۶).

از مجموع تعاریف و نظریه های که درباره توسعه فرهنگی بیان شده می توان مهم ترین شاخص های توسعه فرهنگی را شامل: (۱) عقل گرایی و اهمیت دادن به نقش عقل؛ (۲) نگاه

مثبت به دنیا و امور دنیوی؛ ۳) رویکرد تعاملی با دیگر فرهنگ ها و ۴) باور به آزادی بیان برشمرد (پهلوان، ۱۳۷۸).

در تحقیقی دیگر عوامل و شاخص های توسعه فرهنگی شامل: ۱) بهره وری امور فرهنگی و هنری؛ ۲) صنایع فرهنگی و هنری؛ ۳) نیروی انسانی فرهنگی و هنری؛ ۴) فعالیت های اقتصادی فرهنگی و هنری؛ ۵) خدمات فرهنگی و هنری؛ ۶) پژوهش های فرهنگی و هنری؛ ۷) بودجه فرهنگی و هنری و ۸) مشارکت فرهنگی و هنری در قالب یک مدل مفهومی شاخص های توسعه فرهنگی تدوین شده و به تایید رسیده که به نوعی نگاه مدیریتی به توسعه فرهنگی داشته است (حاج کاظمیان، ۱۳۸۷).

از دید سازمان یونسکو نیز شاخص های توسعه فرهنگی در سه بعد خرد ورزی، تبادل اطلاعات و فردیت (ارزش فرد در فرهنگ) عبارت است از: نرخ باسوادی، عنوان کتاب ترجمه شده، واردات کتاب، صادرات کتاب، تولید کتاب، مصرف سرانه کاغذ، تعداد کتابخانه ها، تعداد روزنامه ها بر حسب ۱۰۰۰ نفر، تعداد کامپیوتر شخصی، تعداد کامپیوتر های آموزشی، کاربران اینترنت، محافظه کاری، استقلال عاطفی فرد از جمع، استقلال فکری فرد از جمع، توجه به ابعاد فرهنگی توسعه، حفظ و تقویت هویت های فرهنگی، گسترش مشارکت در حیات فرهنگی، ترویج همکاری های بین المللی فرهنگی (یونسکو، ۱۳۷۹).

در جمع بندی این بخش باید گفت که توسعه پایدار «تلاش انسان برای برقراری آشتی بین پیشرفت و توسعه، به موازات حفظ محیط زیست و منابع موجود» است (الیوت<sup>۱</sup>، ۱۹۹۴: ۱۰۷) و در واقع حاصل فعالیت های عمدتاً بومی و همراه با آگاهی تک تک افراد از موقعیت و وضعیت محیط خواهد بود، بنابر این نقش و تاثیر مردم و نحوه تفکر و درک آنها از مسائل و موضوعات توسعه و محیط زیست است که در قالب مفاهیم فرهنگی باید اساس یک توسعه پایدار قرار گیرد (براتی، ۱۳۷۶).

این نوع توسعه به معنی ارائه راه حلی در مقابل الگوهای فانی کالبدی، اجتماعی و اقتصادی توسعه می باشد که بتواند از بروز مسائلی همچون نابودی طبیعی، تخریب سامانه های زیستی، افزایش بی رویه جمعیت، بی عدالتی و پایین آمدن کیفیت زندگی انسان ها در حال و آینده جلوگیری کند (بیکدلی و همکاران، ۱۳۹۶). در این راه بدون توجه به عناصر و مؤلفه های فرهنگی، دستیابی به این اهداف چندان میسر نخواهد بود.

<sup>1</sup> Elliott

در مجموع توسعه فرهنگی را می توان فرآیند ارتقاء ابعاد گوناگون فرهنگ شامل نگرش ها، ارزش ها، هنجارها، قوانین، سنت ها، آداب و رسوم و... در راستای اهداف مطلوب اجتماعی یک جامعه دانست که زمینه ساز رشد و تعالی انسان ها خواهد شد.

در پایان یادآور می شود که توسعه پایدار فرهنگی زمانی محقق خواهد شد که با بهره برداری از سرمایه های فرهنگی نهفته در بطن جامعه و تقویت صنعت گردشگری و صنایع خلاق و فرهنگی باعث توسعه اقتصادی شده و با تقلیل آسیب های اجتماعی و فقر، بخش های مختلف اقتصادی همچون اشتغال و تولید را نیز تحت تاثیر قرار داده و ترویج کارآفرینی و توسعه همه جانبه را برای جامعه به ارمغان آورد.

در اینجا بار دیگر تاکید می شود که هیچ توسعه ای بدون در نظر گرفتن رشد و تعالی انسان ها به اهداف نهایی خود دست نخواهد یافت.

در جدول (۱) خلاصه ای از ابعاد توسعه پایدار اجتماعی از دیدگاه پژوهشگران مطرح و شاخص ها، معیار ها و مؤلفه های توسعه فرهنگی بیان شده است.

جدول (۱): ابعاد، شاخص ها، معیار ها و مؤلفه های توسعه پایدار اجتماعی

| منبع   | معیار ها و مولفه ها   | شاخص ها                   | نوع توسعه            |
|--|---|---------------------------|----------------------|
| نسترن و دیگران، ۱۳۹۲<br>موسوی و دیگران، ۱۳۹۵<br>بیکدلی و دیگران، ۱۳۹۶<br>فلاحی و کفاشی، ۱۳۹۷ | پیوستگی اجتماعی:<br>حس تعلق<br>تعامل اجتماعی<br>مسؤولیت پذیری   | همبستگی و<br>وفاق اجتماعی | توسعه سرمایه اجتماعی |
|  | مشارکت:<br>مشارکت در فعالیت های فرهنگی و تفریحی<br>مشارکت در فعالیت های مذهبی<br>مشارکت در فعالیت های محلی<br>مشارکت سیاسی<br>مشارکت ذهنی |                           |                      |

|   |  |             |                     |
|---|--|-------------|---------------------|
|   | <p><b>اعتماد اجتماعی:</b><br/> اعتماد بین فردی<br/> اعتماد مدنی یا نهادی<br/> اعتماد بنیادی<br/> وحدت نمادی</p>  |             |                     |
|   | <p><b>امنیت اجتماعی:</b><br/> بعد عینی (کاهش یا فقدان جرم)<br/> امنیت جانی<br/> امنیت مالی<br/> امنیت شغلی<br/> امنیت اخلاقی<br/> امنیت انتظامی<br/> بعد ذهنی (ادراک و احساس عموم)</p>   | امنیت       |                     |
| <p>عزیزی و هاشمی، ۱۳۹۵<br/> یکدلی و دیگران، ۱۳۹۶<br/> واعظ زاده و دیگران، ۱۳۹۴<br/> فلاحی و کفاشی، ۱۳۹۷</p> | <p><b>بعد ذهنی کیفیت زندگی:</b><br/> رضایت از کیفیت دسترسی به خدمات<br/> نشاط در زندگی<br/> رضایت در زندگی<br/> رضایت از محیط زندگی<br/> <b>بعد عینی کیفیت زندگی:</b><br/> رضایت از میزان دسترسی به خدمات<br/> عدالت اجتماعی<br/> سلامت جسمانی<br/> سلامت روانی<br/> امید به زندگی</p> | کیفیت زندگی | توسعه سرمایه انسانی |

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| <p>نسترن و دیگران، ۱۳۹۲<br/> موسوی و دیگران، ۱۳۹۵<br/> عزیزی و هاشمی، ۱۳۹۵<br/> فلاحی و کفاشی، ۱۳۹۷<br/> تقی زاده و تقی زاده، ۱۳۹۱<br/> اسمعیل پونکی، ۱۳۹۵</p>  | <p>آموزش های پایه و سواد آموزی<br/> تحصیلات تکمیلی و دانشگاهی<br/> آموزش های فنی و مهارتی<br/> آموزش های ضمن خدمت کارکنان<br/> سواد دیداری و شنیداری<br/> سواد دیجیتالی<br/> سواد اطلاعاتی<br/> سواد رسانه ای</p>  | <p><b>علم گرایی و<br/>آموزش سرمایه<br/>انسانی</b></p> |  |
| <p>عزیزی و هاشمی، ۱۳۹۵</p>  | <p>امید به زندگی<br/> جلوگیری از مرگ کودکان و نوزادان<br/> کاهش ابتلا به ایدز و بیماری های<br/> همه گیر</p>  | <p><b>درمان و سلامت</b></p>                           | <p><b>توسعه بهداشت و<br/>سلامت</b></p> |
| <p>جوادی، ۱۳۸۴<br/> قلی زاده، ۱۳۹۲<br/> واعظ زاده و دیگران، ۱۳۹۴<br/> بیک محمدی و<br/> همکاران، ۱۳۹۶<br/> نجف بیگی و عزیز آبادی<br/> فراهانی، ۱۳۸۷<br/> پهلوان، ۱۳۷۸<br/> حاج کاظمیان، ۱۳۸۷<br/> چلپی، ۱۳۷۵</p> | <p><b>بعد کمی:</b><br/> افزایش شمارگان کتاب<br/> تاسیس کتابخانه ها<br/> افزایش تیراژ روزنامه ها و نشریات<br/> تاسیس فضاهای فرهنگی و هنری (موزه ها و سینما، تئاتر و...)<br/> مصرف کالاها و خدمات فرهنگی و هنری<br/> تقویت رسانه های محلی<br/> بهره وری امور فرهنگی و هنری<br/> نیروی انسانی فرهنگی و هنری<br/> فعالیت های اقتصادی فرهنگی و هنری<br/> پژوهش های فرهنگی و هنری<br/> تامین تجهیزات فرهنگی و هنری<br/> تامین بودجه فرهنگی و هنری</p> <p><b>بعد کیفی:</b><br/> عقل گرایی و اهمیت دادن به نقش عقل<br/> تغییرات فکری، بینشی و رفتاری<br/> تقویت هویت های دینی و فرهنگی</p> | <p><b>عقلانیت و تنوع<br/>فرهنگی</b></p>               | <p><b>توسعه فرهنگی</b></p>             |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  | <p>تقویت صنایع فرهنگی و هنری<br/> پاسداری از آداب و رسوم<br/> پاسداری از زبان<br/> پاسداری از ارزش ها<br/> پاسداری از میراث فرهنگی ملموس و ناملموس<br/> نگاه مثبت به دنیا و امور دنیوی<br/> مشارکت فرهنگی و هنری<br/> امکان دسترسی به منابع اطلاعاتی<br/> باور به آزادی بیان</p> |  |  |
|--|--|--|--|

منبع: (محقق ساخته)

### اهمیت و نقش رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی - اجتماعی

در نظام نوین جهانی، ما در عصر رسانه ها زندگی می کنیم؛ عصری که در آن رسانه های گروهی جزو جدایی ناپذیر زندگی ما هستند. رسانه ها با اتخاذ سیاست های متفاوت ارتباطی، توسعه فرهنگی کشور را تسهیل و تسریع می کنند. بی شک کارکردهای رسانه ها در عصر ارتباطات در همه ابعاد زندگی اجتماعی و فرهنگی جوامع بشری انکارناپذیر است (کازم زاده و کوهی، ۱۳۸۹: ۱۸۳).

در جهان معاصر رسانه ها از جمله نیروهای محرک در درون یک جامعه هستند که می توانند زیر ساخت های فکری فرهنگی آحاد جامعه را در زمینه های مناسب از قبیل مسؤلیت پذیری، ایجاد کار گروهی، فرهنگ تفکر، فرهنگ کار آفرینی، آینده نگری، فرهنگ نظم و حسابگری و غیره را تحت تأثیر خود قرار دهند (مرادی و همکاران، ۱۳۹۳).

پژوهشگران این حوزه معتقدند که در همه کشورهای دارای تکنولوژی ارتباطات جمعی، رسانه ها در سمت گیری های نیروهای اصلی و نیز افکار خاص بیشترین مردم نقش مستقیمی داشته و مناسب ترین روش برای جامعه پذیری هستند و عامل قاطع نوسازی به شمار می روند (عالم، ۱۳۷۸: ۱۲۲).

در واقع می توان گفت که هر آنچه که ما در باره جامعه و جهانی که در آن زندگی می کنیم، می دانیم از طریق رسانه هاست و یکی از ابزارهای مؤثر و مفید در زمینه آگاهی بخشی و شناساندن ارزش ها و هنجارهای حاکم بر جامعه رسانه های جمعی هستند، به گونه ای که دانشمندان علوم اجتماعی آنها را در ردیف عوامل شخصیت ساز قرار داده اند و بر این باورند

که رسانه های جمعی می توانند هنجارهای اجتماعی را تقویت یا تضعیف سازند(لوهان<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰؛ مرادی و همکاران، ۱۳۹۳).

امروزه جامعه ای توسعه یافته تلقی می شود که بتواند در کنار شاخص های اجتماعی، اقتصادی و... بر معیار آموزش و اطلاعات و در حقیقت دانایی اجتماعی تاکید کند. در چنین جامعه ای وسایل نوین ارتباط جمعی با تولید و توزیع مطلوب اطلاعات، نقش زیادی در بالابردن آگاهی های گوناگون و ضروری بر عهده می گیرند و جامعه را در نیل به تعالی و ترقی همه جانبه یاری می کنند. حال این رسانه ها هستند که با اتخاذ سیاست های پویای اجتماعی و ترکیب کردن آن با سیاست های فرهنگ گرا می توانند عامل آمیختگی، توازن و پیوند دادن باورهای اصیل اعتقادی و سنت های بارور جامعه باشند و با گسترش آفرینندگی و افزایش رشد فرهنگی به توسعه همه جانبه کشورمان کمک کرده و باعث پویایی افکار شوند(کاظم زاده و کوهی، ۱۳۸۹: ۱۸۳)

در زمینه نقش رسانه ها در دگرگونی، حفظ یا تغییر فرهنگ جوامع، پارادایم ها و دیدگاه های مختلفی وجود دارد که در اکثر آنها می توان رسانه ها را به عنوان موتور دگرگونی و تغییر ارزش های فردی و اجتماعی و یا عاملی برای ورود به یک جامعه مدرن دانست. یکی از این دیدگاه ها که به آثار درازمدت رسانه ها به ویژه تلویزیون می پردازد، "نظریه کاشت"<sup>۲</sup> است که نسبت به سایر نظریات حق تقدم دارد. جرج گربنر<sup>۳</sup> واضع نظریه کاشت، تلویزیون را ابزاری در دست نظم تثبیت شده صنعتی اجتماعی می داند که به جای تغییر، تهدید یا تضعیف نظام سنتی باورها، ارزش ها و رفتارها؛ در خدمت حفظ، تثبیت یا تقویت آنهاست(مهدی زاده، ۱۳۹۲).

گربنرمعتقد است رسانه هایی همچون رادیو و تلویزیون به لحاظ طبیعت ویژه خود که همانا پوشش فراگیر و سهولت استفاده است، از اهمیتی ویژه برخوردار بوده و از طرفی بازگو کننده وضعیت فرهنگی و اجتماعی یک جامعه هستند و برنامه های رادیویی و تلویزیونی نیز در عین حال که از ارزش ها و اعتقادات فرهنگی و اجتماعی جامعه تاثیر می پذیرند، می توانند شکل دهنده و تغییر دهنده این ارزش ها و اعتقادات نیز باشند(گربنر و همکاران، ۱۹۹۴). بر این اساس رسانه ها از یک سو می توانند در تحکیم ارزش ها، تقویت هنجارهای مثبت، بالندگی افکار عمومی، ارتقاء سطح فکری و فرهنگی جامعه و ترویج و تبدیل آن به فرهنگ

---

<sup>1</sup> Luhamnn

<sup>2</sup> Cultivation Theory

<sup>3</sup> Gerbner G



عمومی مؤثر واقع شوند و از سوی دیگر می توانند به ایستایی فرهنگی و انحطاط فکری جامعه دامن بزنند. بنابراین به خوبی روشن است که نقشی کلیدی در فرایند توسعه فرهنگی داشته و ابزاری قدرتمند در جهت زمینه سازی و پیشبرد برنامه های توسعه در جامعه هستند (نجف بیگی و عزیز آبادی فراهانی، ۱۳۸۷).

مارشال مک لوهان یکی از صاحب نظران ارتباطات در این زمینه اعتقاد دارد که رسانه ها مهم ترین عصر تجلی ارتباطات انسانی هستند که در هرگونه تعریفی که از آنها وجود دارد، یا خود فرهنگ هستند یا انتقال فرهنگ را برعهده دارند (محسنیان راد، ۱۳۸۲). این دیدگاه را می توان با نظر دنیل لرنر<sup>۱</sup> ادامه داد که با اشاره به نقش رسانه ها در تغییر ارزش های سنتی در جوامع و جایگزین شدن ارزش های مدرن معتقد است؛ رسانه می تواند به فروپاشی سنتی گرایبی - که معضلی برای نوسازی محسوب می شود - کمک کند. این کار با بالارفتن انتظارات و توقعات، باز شدن افق ها، توانا شدن مردم به تخیل ورزیدن و خواهان جایگزینی شرایط بهتر برای خود و خانواده عملی می شود (مک کوایل<sup>۲</sup>، ۱۳۸۲).

لرنر معتقد است که ورود به جامعه مدرن و جدید مستلزم مساعدت ملی یکپارچه، ارتباط با بازارهای ملی و بین المللی، ایجاد انگیزه برای تقاضای کالاها و خدمات مدرن، بحران کسب منابع توسعه و گسترش روش ها و ارزش های نوین در زمینه هایی چون تغذیه، تنظیم خانواده، بهداشت، تولید کشاورزی و صنعتی در زندگی شهری و روستایی است که برای تحقق این هدف، تحرک روانی در سطح فردی و اجتماعی ضروری است و رسانه ها مناسب ترین و موثرترین ابزار تغییر نگرش ها، ارزش ها و رفتارها عامل ایجاد تحرک فردی و اجتماعی محسوب می شوند (فرقانی، ۱۳۸۰).

بنابر اعتقاد مرتن و لازارسلفد وسایل ارتباط جمعی دارای نقش هایی از جمله «وظیفه اخلاقی (حمایت از هنجارهای اجتماعی)، امکان اعطاء پایگاه اجتماعی» می باشند (مرتن و لازارسلفد<sup>۳</sup>، ۱۹۴۸). بر این اساس هارولد لاسول<sup>۴</sup> وظایف دیگری چون مراقبت از محیط و ایجاد همبستگی بین اجزای گوناگون جامعه را در پاسخ به محیطی که از انتقال نسلی به نسل دیگر صورت می گیرد، به عنوان وظیفه اصلی ارتباطات جمعی و رسانه ها برشمرده و در جایی دیگر این وظایف را شامل: حراست از محیط و انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر می داند (لاسول، ۱۹۷۲). وی در مجموع «سه کارکرد «نظارت بر محیط»

<sup>1</sup> Lerner

<sup>2</sup> McQuail

<sup>3</sup> Lazarsfeld & Merton

<sup>4</sup> Lasswell

«همبستگی اجتماعی» و «انتقال میراث فرهنگی» را برای مطبوعات و رسانه‌ها بر می‌شمارد» (لاسول، ۱۳۸۳: ۵۹).

در این حوزه دنیس مک کوایل نیز با انجام مطالعات مختلف، رسانه‌های جمعی را اساس جامعه برای یکپارچگی و هماهنگی؛ نظم، کنترل و ثبات؛ انطباق با تغییر؛ بسیج؛ مدیریت تنش، و تداوم تفکر و ارزش دانسته و کارکردهای اجتماعی رسانه‌ها را به تفکیک شامل (۱) اطلاعات؛ (۲) همبستگی (ارتباط)؛ (۳) تداوم (استمرار)؛ (۴) سرگرمی و (۵) بسیج عنوان می‌کند (مک کوایل: ۲۰۰۶).

علاوه بر موارد یاد شده، البرت باندورا<sup>۱</sup> رسانه‌های جمعی به خصوص رسانه‌های تصویری را منبع اصلی یادگیری اجتماعی دانسته و در این زمینه می‌نویسد: «رسانه‌ها اگرچه تنها منبع یادگیری اجتماعی نیستند و نفوذ و تاثیرشان به دیگر منابع یادگیری یعنی والدین، دوستان و معلمان وابسته است، ولی روی مردم تأثیر مستقیم دارند» (باندورا، ۲۰۰۲: ۱۴۰).

«براساس این نظریه، انسان‌ها بیشتر آن‌چه را که برای راهنمایی و عمل در زندگی نیاز دارند، صرفاً از تجربه و مشاهده مستقیم یاد نمی‌گیرند، بلکه عمده آن‌ها به طور غیر مستقیم و به ویژه از طریق رسانه‌های جمعی آموخته می‌شود» (مک کوایل، ۲۰۰۶: ۴۹۳).

در اینجا یادآور می‌شود که برخی رسانه‌ها با برجسته‌سازی موضوعات و رویدادها، برآگاهی و اطلاعات مردم تأثیر گذاشته و می‌توانند در منحرف کردن ذهن مخاطبان از یک سو به سوی دیگر موثر واقع شوند. یا اینکه توجه عموم را به مجموعه‌ای از مسائل و موضوعات معین و محدود معطوف ساخته و از مسائل و موضوعات دیگر چشم‌پوشی کنند (خدایاری و اسدی، ۱۳۹۷).

دونالد شاو و مکسول مک کومبز<sup>۲</sup> واضعان نظریه برجسته‌سازی معتقدند که رسانه‌ها در قالب گزارش‌های خبری، به طور قابل ملاحظه‌ای اهمیت موضوع‌های مهم را تعیین می‌کنند. این تأثیر وسایل ارتباط جمعی - قابلیت اثرگذاری بر تغییر شناخت و ادراک مخاطبان و ساخت تفکر آنان - کارکرد برجسته‌سازی وسایل ارتباط جمعی نامیده می‌شود. مهم‌ترین تأثیر ارتباط جمعی در اعمال این کارکرد، ایجاد نظم فکری برای مخاطبان و نظم دادن به دنیای پیرامون ماست. رسانه‌ها ممکن است در این‌که به ما بگویند چگونه فکر کنیم، موفق نباشند؛ اما آن‌ها در گفتن این‌که درباره‌ی چه چیزی فکر کنیم، بسیار موفق هستند (شاو و مک کومبز: ۱۳۸۳).

<sup>1</sup> Bandura

<sup>2</sup> Donald Shaw & Maxwell. Mc.Combs

فرایند برجسته‌سازی از سه اولویت رسانه، اولویت عموم و اولویت سیاسی و رابطه بین این سه عامل برخوردار است و در فرایندهای فرهنگی اجتماعی می‌تواند تعیین‌کننده محورها و موضوعات کلیدی مورد توجه توسعه باشد (مهدی زاده، ۱۳۹۲).

پارادایم دیگری که در حوزه رسانه‌ها مورد توجه اندیشمندان علوم اجتماعی و ارتباطات بوده، عوامل و انگیزه‌های استفاده مخاطبان از رسانه هاست.

از جمله مهمترین نظریات این پارادایم، رویکرد استفاده و رضامندی (خشنودی) است که برای نخستین بار در مقاله‌ای از الیهوکاتز<sup>۱</sup> (۱۹۵۹) توصیف شد. رویکرد استفاده و خشنودی نکته بسیار مهم را به ما یادآوری می‌کند که افراد از رسانه‌ها برای مقاصد بسیار متفاوتی استفاده می‌کنند. فرض اصلی الگوی این نظریه این است که افراد مخاطب کم و بیش به صورت فعال به دنبال محتوایی هستند که بیشترین رضامندی را فراهم کند و درجه این رضامندی بستگی به نیازها فرد دارد. افراد هر قدر بیشتر احساس کنند که محتوای واقعی نیاز آنها را برآورده می‌کند، احتمال اینکه آن محتوا را انتخاب کنند بیشتر است (حامدی، ۱۳۹۱؛ سورین و تانکار، ۱۳۸۱).

در این راستا مجموع نیازها و انگیزه‌های مخاطب در استفاده از رسانه‌ها را می‌توان در چهار مقوله اصلی (۱) آگاهی و نظارت؛ (۲) روابط شخصی؛ (۳) هویت شخصی و (۴) سرگرمی و گریز از واقعیت جای داد (مهدی زاده، ۱۳۹۲: ۷۷).

این نظریه مهم‌ترین نقش رسانه‌ها را برآورده ساختن نیازها و انگیزه‌های فوق می‌داند، بنابراین به هر میزان که رسانه‌ها این نیازها و انگیزه‌ها را برآورده سازند، به همان میزان می‌توانند در جذب و ارضای نیازهای مخاطبان در جامعه موفق باشند.

تمامی موارد بیان شده تا کنون نشان می‌دهد که رسانه‌ها چه مخاطب را منفعل در نظر بگیرند و چه فعال می‌توانند بر اساس سلیق و نیازهای ایشان، بر باورها، ارزش‌ها و رفتارهای اجتماعی آنها تاثیر گذاشته و مؤلفه‌ها و عناصر فرهنگی آنها را تغییر داده یا تقویت نمایند. در یک جمع بندی می‌توان کارکردهای رسانه‌ها و انگیزه مخاطبان از استفاده از رسانه‌ها را در جدول (۲) مشاهده نمود.

---

<sup>1</sup> Katz

جدول (۲): کارکردها و نقش فرهنگی رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی

| عنوان              | شرح   | منبع  |
|--------------------|---|---|
| کارکردهای رسانه    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• اطلاعات</li> <li>• نظارت بر محیط</li> <li>• همبستگی و بسیج اجتماعی</li> <li>• تداوم (استمرار)</li> <li>• انتقال میراث فرهنگی</li> <li>• سرگرمی</li> </ul>  | <p>لاسول، ۱۳۸۳<br/>مک کوایل، ۲۰۰۶</p>   |
| نقش رسانه در فرهنگ | <ul style="list-style-type: none"> <li>• عامل آگاهی بخشی و شناساندن ارزش ها و هنجارهای حاکم بر جامعه</li> <li>• عامل تغییر ارزش های سنتی در جوامع و جایگزینی ارزش های مدرن</li> <li>• تقویت کننده نظام سنتی باورها، ارزش ها، هنجارها و رفتارها</li> <li>• تغییر دهنده نگرش ها، ارزش ها و رفتارها</li> <li>• عامل ایجاد تحرک روانی در سطح فردی و اجتماعی</li> <li>• عامل ارتقاء سطح فکری و فرهنگی جامعه</li> <li>• عامل بالندگی افکار عمومی</li> <li>• عامل ایجاد نظم فکری در جامعه</li> <li>• عامل اعطاء پایگاه اجتماعی</li> <li>• عامل شکل گیری فرهنگ عمومی</li> </ul> | <p>فرقانی، ۱۳۸۰<br/>مک کوایل، ۱۳۸۲<br/>شاو و مک<br/>کومبز، ۱۳۸۳<br/>نجف بیگی و عزیز<br/>آبادی فراهانی،<br/>۱۳۸۷<br/>مهدی زاده، ۱۳۹۲</p> |

منبع: (محقق ساخته)

### جمع بندی و نتیجه گیری

مقاله حاضر با هدف تبیین نقش رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی انجام شد. در این پژوهش که به صورت کتابخانه ای و اسنادی با مطالعه منابع مکتوب و مقالات علمی-پژوهشی مرتبط با توسعه و توسعه پایدار به انجام رسید ضمن تبیین ابعاد توسعه پایدار اجتماعی، توسعه فرهنگی به عنوان یکی از مهمترین زیربناهای توسعه پایدار اجتماعی توسعه برشمرده شد.

همچنین با مرور نظریات مختلف رسانه ها مشخص شد که اگرچه مردم با انگیزه های مختلفی همچون کسب آگاهی از اخبار و وقایع و نظارت بر پیرامون، توسعه روابط و تقویت هویت

شخصی و یافتن الگوهای مناسب رفتاری و یا سرگرمی، تفریح و گریز از واقعیات به سراغ رسانه ها می روند اما رسانه ها نیز می توانند با کارکردهای خود موجب تقویت یا تضعیف نظام ارزشی و هنجاری افراد جامعه و عناصر فرهنگی آن شوند.

بر این اساس رسانه های جمعی می توانند با ارائه اطلاعات و آمار از وضعیت کمی شاخص های فرهنگی همچون شمارگان کتاب، تعداد کتابخانه ها و مجلات، میزان استقبال و فروش بلیط سالن های سینما، تئاتر، موزه ها و فضاهای فرهنگی و تحلیل رویدادهای این حوزه، اطلاعاتی غنی در اختیار افکار عمومی و سیاستگذاران این حوزه قرار داده تا تصمیمات آتی بر مبنای اصول علمی و منطقی اتخاذ شود.

همچنین رسانه های می توانند با برجسته سازی موضوعات فرهنگی، نیاز های موجود در حوزه فضاهای فرهنگی و هنری، نیروی انسانی، پژوهش ها، تامین تجهیزات و... را یاد آور شده و توجه مدیران و مسؤولان مرتبط را به اختصاص بودجه فرهنگی و هنری برای پیشبرد اهداف توسعه فرهنگی معطوف ساخته و یا راهکار و پیشنهادهای در این زمینه ارائه نمایند. از طرف دیگر در این رویکرد توجه فعالیت های اقتصادی و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی و هنری و تحقق بهره وری امور فرهنگی نیز قابل توجه است که بر این اساس رسانه های جمعی با تمرکز بیشتر به حوزه های اشتغال و اقتصاد فرهنگی می توانند ضمن رونق بخشیدن به این فعالیت ها، زمینه افزایش تولید و مصرف کالاها و خدمات فرهنگی را فراهم نموده و بهره وری فرهنگی را در سراسر جامعه ارتقاء دهند که این امر به نوبه خود می تواند افزایش اشتغال مولد در تمامی حوزه های جامعه را نیز تحت پوشش و تاثیر خود قرار دهد.

رسانه ها با کارکرد سرگرمی خود نیز می توانند ضمن فراهم نمودن امکان تفریح سالم و سرگرم نمودن مخاطبان، زمینه آموزش ایشان را فراهم نموده و موجب ارتقاء عقلانیت و خردورزی در جامعه شوند و با تغییرات فکری، بینش و رفتاری افراد ضمن تقویت هویت های فرهنگی، با ایجاد همبستگی و بسیج اجتماعی در مقابل بحران های مختلف (اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، زیست محیطی، فرهنگی و...) به ویژه جنگ نرم و هجیمه های فرهنگی، جامعه را از آسیب های پیش روی مصون دارند.

در این زمینه کارکرد رسانه ها در حفظ میراث فرهنگی کمک می کند تا صنایع فرهنگی و هنری کشور رونق گرفته، میراث فرهنگی ملموس و ناملموس جامعه حفظ شده و زمینه افزایش مشارکت فرهنگی و هنری مردم و بسیج اجتماعی در حفظ و حراست از عناصر و اجزاء فرهنگی جامعه در برابر تغییرات نامطلوب فرهنگی (زبانی، ارزشی، هنجاری و...) فراهم شود.

در اینجا یادآور می شود که دوام و بقاء فرهنگ یک جامعه هرگز در خلاء اتفاق نخواهد افتاد و مطمئناً اشاعه فرهنگ کشورهای همسایه یا دارای تاثیر در عرصه جهان همواره بر ادامه حیات فرهنگ حاکم بر جامعه ما موثر خواهد بود. در این راستا رسانه ها می توانند با فراهم نمودن رویکرد تعاملی با دیگر فرهنگ ها و فراهم نمودن امکان تبادل فرهنگی، ضمن معرفی ویژگی های فرهنگی کشورمان به جوامع دیگر، زمینه آگاهی از سایر فرهنگ های ملل و اقوام مختلف دنیا را به صورت دو سویه فراهم نموده و در حالیکه فرهنگ بومی جامعه را در برابر ضربه های فرهنگی وارد شده در امان می دارند، می توانند در حفظ و استمرار فرهنگ کشورمان بیش از پیش بکوشند.

نکته قابل توجه در این حوزه این است که رسانه ها تنها زمانی می توانند نقش نظارتی خود در جامعه را ایفا نمایند که با دسترسی آزادانه به منابع اطلاعاتی بتوانند اقدامات مثبت انجام شده را تبیین، تقویت و تشویق نموده و کاستی ها، بی توجهی ها و نیازمندی های موجود را برای افکار عمومی شفاف سازی نمایند و بر همین اساس ترویج مفهوم آزادی های مشروع و آزادی بیان در جامعه مستلزم این مهم است که رسانه ها خود از این شاخصه برخوردار باشند.

ضمن آنکه افزایش عقلانیت و افزایش درک جمعی نسبت به مسائل جامعه نیازمند افزایش آموزش فردی و جمعی و مطالعه کتاب و نشریات است و بر همین اساس بایستی سیاستگذاران فرهنگی کشور در سطح کلان و خرد رویکردی اتخاذ نمایند تا ضمن ارتقاء آموزش و وضعیت سرانه مطالعه در کشور، تیراژ کتاب ها، روزنامه ها و نشریات به نحو موثری افزایش یافته و رسانه های محلی با به صورت پایدار تقویت شوند.

در مجموع می توان گفت که رسانه های جمعی عامل آگاهی بخشی و تغییر یا تقویت فرهنگی، زمینه ساز ایجاد تحرک روانی در سطح فردی و اجتماعی برای تحقق اهداف توسعه پایدار، عامل ترویج عقلانیت، خردورزی و ارتقاء سطح فکری و فرهنگی و عامل بالندگی افکار عمومی جامعه بوده و با ایجاد نظم فکری و تمرکز بر اهداف توسعه پایدار می توانند فرهنگ عمومی کشور را به گونه ای شکل دهند تا تحقق اهداف توسعه پایدار تسهیل شده و با سرعت و دقت بیشتری به انجام رسد.

## منابع

- ازکیا، مصطفی (۱۳۸۴). جامعه شناسی توسعه. تهران: نشر کیهان.
- اسمعیل پونکی، الهام؛ محمدرضا اسمعیلی گیوی و فاطمه فهیم نیا (۱۳۹۵). «سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی و تأثیر آن‌ها بر قابلیت‌های کارآفرینی». مجله تعامل انسان و ارتباطات. دوره ۲(۴): ۶۳-۷۸.
- آشوری، داریوش (۱۳۵۷). تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ. تهران انتشارات مرکز اسناد فرهنگی آسیا.
- بابایی فرد، اسداله (۱۳۸۹). «توسعه فرهنگی و توسعه اجتماعی در ایران». فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی. سال ۱۰، شماره ۳۷: ۵۶-۷.
- براتی، ناصر (۱۳۷۶). «توسعه فرهنگی پایدار». مجله برنامه و بودجه. شماره ۲۴: ۷۱-۸۶.
- بهرامزاده، حسینعلی (۱۳۸۲). توسعه پایدار. ماهنامه تدبیر. شماره ۱۳۴. تیرماه ۱۳۸۲: ۴۲-۳۵.
- بیک محمدی، حسن؛ فضل اله کریمی قطب آبادی و شاپور کوهی (۱۳۹۶). «تحلیل شاخص‌های توسعه فرهنگی؛ مطالعه موردی شهرستان‌های استان فارس». فصلنامه مطالعات برنامه ریزی سکونت‌گاه‌های انسانی. دوره ۱۲، شماره ۱ (پیاپی ۳۸)، بهار ۱۳۹۶: ۶۸-۵۳.
- بیکدلی، سونا؛ سیروس شفقی و فاطمه وثوقی (۱۳۹۶). «ارائه یک مدل راهبردی برای دستیابی به توسعه پایدار شهری در کلان شهر مشهد». فصلنامه تحقیقات جغرافیایی. سال ۳۲، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۶: ۲۹-۱۲.
- پرم، راجر؛ یو ما و جیمز مک گیلوری (۱۳۸۲). اقتصاد محیط زیست و منابع طبیعی، ترجمه حمیدرضا ارباب، تهران: نشر نی.
- پناهی، محمدحسین (۱۳۹۴). «توسعه فرهنگی ضرورت توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی». فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی. شماره ۲۲، بهار ۱: ۲۳-۱.
- پورملک، فرشاد (۱۳۸۲). اهداف توسعه در هزاره سوم: «پیمان ملل برای محو فقر». فصلنامه رفاه اجتماعی. دوره ۲، شماره ۸، تابستان ۱۳۸۲: ۴۵-۲۵.
- پهلوان، چنگیز (۱۳۷۸). فرهنگ شناسی، گفتاری فرهنگ و تمدن. تهران: نشر قطره.
- تقی زاده، عباس و محدثه تقی زاده (۱۳۹۱). «نقش سواد رسانه‌ای در کاهش آسیب‌های اجتماعی اینترنت محور». مجموعه مقالات همایش هجوم خاموش. جهاد دانشگاهی واحد استان لرستان: ۳۷-۵۲.
- جوادی، نسرين (۱۳۸۴). «توسعه فرهنگی استان‌ها، تنگناها و راهکارها». نشریه ایران. شماره ۱۴۱، تهران: ۱۱-۱۳.
- چلپی، مسعود (۱۳۷۵). جامعه شناسی نظم، تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی. تهران: نشر نی.
- حاج کاظمیان، محسن (۱۳۸۷). تعیین شاخص‌های توسعه فرهنگی. پایان نامه کارشناسی ارشد. رشته مدیریت امور فرهنگی، دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

حامدی، محمد(۱۳۹۱). «عوامل اجتماعی-فرهنگی مرتبط با سواد رسانه ای دانشجویان(مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران شرق)». فصلنامه مطالعات رسانه ای. سال ۷، شماره ۱۹: ۶۵-۷۸.

خدایاری، سامان و عباس اسدی(۱۳۹۷). «مطبوعات و توسعه اجتماعی». فصلنامه توسعه اجتماعی. دوره ۱۳، شماره ۱، پاییز ۱۳۹۷: ۱۶۸-۱۴۹.

خلیلیان، ابراهیم(۱۳۹۶). شهر پایدار هوشمند. سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری اصفهان، اصفهان: انتشارات جنگل جاودانه.

رستمی، فریدون(۱۳۸۶). «درآمدی بر توسعه پایدار». ماهنامه اتاق بازرگان. شماره ۱۰ و ۱۱، آذر ۱۳۸۶: ۸-۱۰.

رهنما، محمد رحیم و غلامرضا عباس زاده(۱۳۸۷). اصول مبانی و مدل های سنجش فرم کالبدی شهر. مشهد: انتشارات جهاد دانشگاهی.

زال، ابودر(۱۳۸۶). ارزیابی و سنجش پایداری اجتماعی و نقش عوامل جغرافیایی موثر بر آن در مناطق روستایی شهرستان خرم بید. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.

سازمان ملل متحد(۱۳۹۶). دگرگون ساختن جهان ما: دستورکار ۲۰۳۰ برای توسعه پایدار. ترجمه: مهرناز پیروزی. قابل دسترس در:

<https://www.un.org.ir/images/Documents/20170529sdg.pdf>

سورین، ورنر و جیمز تاناکارد (۱۳۸۱) نظریه های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: نشر دانشگاه تهران.

سیف الدینی، فرانک (۱۳۸۸). مبانی برنامه ریزی شهری. تهران: انتشارات آبیژ. شاو، دونالد و مکسول مک کوپز(۱۳۸۳). کارکرد برجسته سازی در مطبوعات. ترجمه امید مسعودی، تهران: انتشارات خجسته.

صرافی، مظفر(۱۳۷۷). «تمرکز دایمی کلانشهرهای کشورهای جنوب». مجله معماری و شهرسازی. شماره ۴۸: ۴۹؟

عالم، عبدالرحمن (۱۳۷۸). بنیاد های علم سیاست. تهران: نشر نی. عزیزی، ابوطالب و سارا سیدین هاشمی(۱۳۹۵). «بررسی عوامل موثر بر توسعه اجتماعی اقتصادی در شهر اصفهان». فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر. سال ۱۰، شماره ۱، پیاپی ۳۲، بهار ۱۳۹۵: ۵۰-۲۷.

فرقانی، محمدمهدی(۱۳۸۰). «ارتباطات و توسعه، چهار دهه نظریه پردازی... و امروز». فصلنامه رسانه. سال ۱۲، شماره ۲، مرکز مطالعات و توسعه رسانه های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ۴۶-۵۳. فلاحی، علی و مجید کفاشی(۱۳۹۷). «بررسی اثر توسعه اجتماعی بر سلامت اجتماعی در کلانشهر تهران». مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران. سال ۱۰، شماره ۲، بهار ۱۳۹۷: ۷۲-۵۹.



قلی زاده، آذر(۱۳۹۲). جامعه شناسی فرهنگی. چاپ دوم، اصفهان: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.

کاظم زاده، موسی و کمال کوهی(۱۳۸۹). «نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، موانع و راهکارها». دوره ۱۱، شماره ۱۲(پیاپی ۴۴)، زمستان ۱۳۸۹: ۱۸۳-۲۱۲.

کوزر، لوئیس و برنارد روزنبرگ(۱۳۸۷). نظریه های بنیادی جامعه شناختی. ترجمه فرهنگ و ارشاد. تهران: نشر نی.

لاسول، هارولد(۱۳۸۳). ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه. ترجمه غلامرضا آذری، تهران: انتشارات خجسته.

محسنیان راد، مهدی(۱۳۸۲). ارتباط شناسی. تهران: انتشارات سروش

مرادی، گلمراد؛ نجات محمدی فرد و جواد محلوچی(۱۳۹۳). «بررسی رابطه بین استفاده از رسانه های جمعی و مسؤولیت پذیری جوانان(مطالعه موردی: شهر کرمانشاه)». فصلنامه توسعه اجتماعی. دوره ۸، شماره ۸، بهار ۱۳۹۳: ۹۷-۱۱۸.

مک کویل، دنیس(۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه های ارتباط جمعی. ترجمه پرویز اجلاالی، چاپ اول، تهران: نشر مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.

موسوی، میرطاهر؛ محمد جواد زاهدی و فائزه جغتایی(۱۳۹۵). «ابعاد و مولفه های توسعه اجتماعی در برنامه های پنجگانه توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی جمهوری اسلامی ایران». فصلنامه رفاه اجتماعی. دوره ۱۶، شماره ۶۳: ۵۵-۸۸.

مهدی زاده، سیدمحمد(۱۳۸۹) نظریه های رسانه، اندیشه های رایج و دیدگاههای انتقادی. چاپ اول، تهران: نشرهمشهری.

نجف بیگی، رضا و فاطمه عزیز آبادی فراهانی(۱۳۸۷). «طراحی مدل اندازه گیری تأثیر رسانه ملی در توسعه فرهنگی». مجله مدیریت فرهنگی. سال ۲، شماره ۲، زمستان ۱۳۸۷: ۱-۲۲.

نسترن، مهین؛ وحید قاسمی و صادق هادیزاده زرگر(۱۳۹۲). «ارزیابی شاخص های پایداری اجتماعی با استفاده از فرایند تحلیل شبکه(ANP)». فصلنامه جامعه شناسی کاربردی. سال ۲۴، شماره ۳(۵۱)، پاییز ۱۳۹۲: ۱۷۳-۱۵۵.

واعظ زاده، ساجده؛ اسدالله نقدی و علی ایاسه(۱۳۹۴). «مولفه های پایداری اجتماعی در برنامه های توسعه ایران». مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران. سال ۷، شماره ۲، بهار ۱۳۹۴: ۴۵-۵۹.

یونسکو(۱۳۷۹). راهبردهای علمی توسعه فرهنگی. ترجمه محمد فاضلی. انتشارات تبیان.

Bandura, A. (2002). "Social cognitive theory in cultural context". *Journal of Applied psychology: AnInternational Review*. 51: 269-290.

Barron, L. & Gauntlett, E. (2002). Social sustainability, WACOSS.

Elliott, J.A. (1994). An introduction to substaionable Development, London: Routledge.

- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. & Signorielli, N. (1994). "Growing up with Television: The Cultivation Perspective" In J. Bryant and Dzillman (F.D.S), Media Effects in Theory and Research, New jersey: Erlbaum: 17-41.
- Jameson, F. (1998). The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983-1998. Brooklyn: Verso.
- Lasswell, H.D. (1972). The Structure and function of Communication in society. Newyork: university of Illinois press.
- Lazarsfeld, P.F & Merton, R.K. (1948). Mass Communication. Popular Taste and Organized socialaction, Indianapolis, Ind.: Bobbs-Merrill.
- Luhmann, N. (2000). The Reality of the Mass Media, Stanford University Press, Stanford, CA
- Mc Quail, D. (2006). Mass Communication Theory .Fifth edition .Sage .London.
- Mckenzie, S. (2004) social sustainability: toward some definition, Hawake Research Institute, University of South Australia, Magill, South Australia.
- OECD. (2001). The DAC guidelines, strategies for sustainable development. OECD Development Assistance Committee: DOI: 10.1787/9789264194762-en.
- UN. (2001). Guidance in preparing national sustainable development strategies; Revised Draft, New York, Oct 2001.