

بررسی نقش رسانه‌های جمعی در کاهش موانع توسعه فرهنگی با رویکرد مدیریتی

هاجر آصف^۱
مجتبی امیری^۲
علی اکبر فرهنگی^۳
محمد سلطانی فر^۴

چکیده

هدف: نظر به اهمیت مفهوم توسعه، به ویژه توسعه فرهنگی و نبود مطالعات جدی در این حوزه، پژوهش حاضر با هدف تعیین موانع توسعه فرهنگی و بررسی نقش رسانه‌های جمعی در کاهش این موانع صورت گرفت. **روش:** برای تحقق هدف، از روش تحلیل محتوای کیفی، با انجام مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساخت یافته با گروهی از خبرگان و تلفیق دیدگاه‌های آنان با ادبیات نظری پژوهش و انجام مطالعات اسنادی، برای طراحی الگوی مفهومی استفاده شد. **یافته‌ها:** توسعه فرهنگی با موانع مختلفی از قبیل ساختاری، قانونی، تکنولوژیکی، اقتصادی، تاریخی، رفتاری و محیطی مواجه است. **نتیجه‌گیری:** نتایج پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی، با توجه به کارکردهای تخصصی‌شان، از طریق تمرکز بیشتر بر موانع رفتاری، محیطی و تاریخی می‌توانند با اقداماتی از قبیل اندیشه‌پردازی، ارزشگذاری، هنجارسازی، نمادسازی، جامعه‌پذیری، هویت‌بخشی، فرهنگ‌سازی، الگوسازی، نوآوری رفتاری، خلاقیت، خودباوری و خودآموزی، روند توسعه فرهنگی را بهبود بخشند.

واژگان کلیدی: توسعه، توسعه فرهنگی، رسانه‌های جمعی، موانع، موانع توسعه فرهنگی.

دریافت مقاله: 95/12/19؛ تصویب نهایی: 96/08/19

1. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، پردیس البرز دانشگاه تهران.
2. دکتری مدیریت رفتار سازمانی و دانشیار گروه مدیریت دانشگاه تهران (نویسنده مسئول) / نشانی: تهران؛ بزرگراه جلال آل احمد، پل نصر، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران / نمایر: 88630535 / Email: mamiry@ut.ac.ir
3. دکتری مدیریت و ارتباطات و استاد گروه مدیریت و اقتصاد واحد علوم و تحقیقات.
4. دکتری روزنامه‌نگاری و دانشیار گروه ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

الف) مقدمه

ادبیات توسعه در دوران مختلف، اندیشه‌ها و تجارب فراوان و متفاوتی را کسب کرده است. در مفاهیم مربوط به توسعه، از انواع توسعه اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و انسانی سخن به میان می‌آید. در واقع؛ گذار توسعه در اعصار مختلف، به اندیشه‌های توسعه اجتماعی و در ادامه به توسعه فرهنگی رسیده است. توسعه فرهنگی در دهه‌های اخیر، به خاطر اهمیت فرهنگ در توسعه، جایگاه ویژه‌ای یافته است. توسعه فرهنگی، فرایندی است که در طی آن با ایجاد تغییراتی در حوزه‌های ادراکی، شناختی، ارزشی و گرایشی انسانها، قابلیتها و باورها، شخصیت ویژه‌ای را در آنان به وجود می‌آورد. (ازکیا و غفاری، 1384: 48)

یکی از نهادهای تأثیرگذار هر جامعه در حوزه فرهنگ، رسانه‌های جمعی‌اند که می‌توانند به عنوان ابزاری توانمند در تهییج افکار، احساسات و حتی تغییر رفتارهای فردی و جمعی، مثرتر واقع شوند.

نظر به اهمیت مفهوم فرهنگ در تحقق توسعه، در دهه‌های گذشته تلاش برای ایجاد دگرگونی‌های بنیادی در این حوزه در قالب نظامهای آموزش نوین و سیاستگذاری‌های کلان شکل گرفته است؛ اما متأسفانه هنوز مفهوم توسعه فرهنگی به دلایل متعدد به خوبی درک نشده و تلاشها برای دستیابی به توسعه به دلیل عدم توجه به همه ابعاد توسعه، با رشدی بسیار کند در حال پیشروی است. مسئله قابل توجه در این بین، این است که یکی از حوزه‌های پرکاربرد در کمک به تحقق توسعه در بُعد فرهنگ، مبحث رسانه‌های جمعی است که در این پژوهش به بررسی آن پرداخته، نقش رسانه‌ها را در کاهش موانع دستیابی به توسعه فرهنگی بررسی خواهیم کرد.

ب) بیان مسئله و پرسشهای پژوهش

توسعه فرهنگی با مفهوم پیشرفت در زندگی فرهنگی جامعه و با هدف ارتقای ارزشهای فرهنگی از طریق تمرکز بر افکار، سنتها و آداب و رسوم ملی و بومی تعریف می‌شود و مواردی نظیر میراث فرهنگی، مطالب و ادبیات موضوعی چاپ شده، موسیقی، هنرهای نمایشی مانند تئاتر و اپرا، هنرهای تجسمی، سینما و عکاسی، رادیو و تلویزیون، فعالیتهای اجتماعی و فرهنگی، ورزشها و بازیها و طبیعت و محیط زیست، از شاخصهای توسعه فرهنگی می‌باشند (بونسکو، 1379). امروزه جامعه‌های توسعه‌یافته تلقی می‌شود که بتوانند در کنار توسعه شاخصهای اقتصادی، بر معیار آموزش و فرهنگ تأکید کنند. در چنین جامعه‌ای، وسایل نوین ارتباط جمعی می‌توانند با ارتقای سطح آگاهی‌های مردم، جامعه را به سمت و سوی توسعه سوق دهند و با اتخاذ سیاستهای پویای اجتماعی و برقراری توازن بین سنت و مدرنیته، رشد فرهنگی در جامعه را تسهیل کنند.

427 ◆ بررسی نقش رسانه‌های جمعی در کاهش موانع ...

تحقیقات و بررسی‌ها در کشور ایران نشان می‌دهد که با وجود برنامه‌های متعدد برای توسعه ملی، صرفاً بر توسعه اقتصادی تمرکز شده و برنامه مشخصی برای فرهنگ و توسعه فرهنگی وجود نداشته است. وضعیت شاخصهای فرهنگی و به عبارتی وضعیت توسعه فرهنگی ایران، در شرایط مساعد و مطلوبی نیست و این امر در میزان زمان مصرف شده جامعه برای انجام فعالیتهای فرهنگی، میزان حفظ و نگهداری آداب و رسوم فرهنگی و میزان ارتباطات و مبادلات فرهنگی به وضوح دیده می‌شود (نقوی و همکاران، 1391: 81). در ایران امروز، به دلیل عدم تناسب در دگرگونی عناصر فرهنگی، نوعی ناهمگنی و ناهماهنگی بین عناصر فرهنگ جامعه به وجود آمده است که می‌تواند به دلایل متعدد تاریخی، رفتاری، محیطی و مواردی از این قبیل، مانعی بر سر راه توسعه فرهنگی باشند. در این بین می‌توان از نهادهای تأثیرگذار فرهنگی که نقش بسزایی در زندگی روزمره مردم دارند، بهره‌برداری کرد. در واقع؛ رسانه‌های جمعی می‌توانند به عنوان یکی از دستگاههای فراگیر در انتقال محتوای فرهنگی، ارزشها و هنجارها، هویت فرهنگی جامعه را احیا کرده، با تولید و توزیع سریع اطلاعات صحیح در جامعه، نقش بسزایی در رشد فرهنگی داشته و به توسعه همه‌جانبه کمک کنند. قطعاً نادیده انگاشتن نقش رسانه‌های جمعی، خلاقیت فرهنگ بومی را از رشد باز می‌دارد و ظرفیت جامعه را برای مقابله با فرهنگ و الگوهای ناخواسته خارجی و وارداتی سست می‌کند.

پژوهش حاضر درصدد است با ارائه الگویی مفهومی، نقش رسانه‌های جمعی را در کاهش موانع توسعه فرهنگی با رویکردی مدیریتی به نمایش بگذارد که لازمه این امر، با توجه به ماهیت اکتشافی پژوهش، یافتن پاسخی برای پرسشهای ذیل است:

1. تعریف توسعه فرهنگی چیست؟
2. موانع تحقق توسعه فرهنگی شامل چه ابعادی است؟
3. نقش رسانه‌های جمعی در کاهش موانع تحقق توسعه فرهنگی چگونه تبیین می‌شود؟

ج) پیشینه پژوهش

نظر به محدود بودن پژوهشها و مطالعات انجام گرفته در زمینه موضوع پژوهش، پژوهشگران تلاش کردند خلاصه‌ای از سابقه پژوهشهای انجام شده نزدیک به موضوع در حوزه توسعه فرهنگی و موانع تحقق آن و همچنین نقش رسانه‌های جمعی را در جدول ذیل ارائه کنند.

عنوان	پژوهشگر	مسئله اصلی	یافته‌ها
بررسی موانع فرهنگی مؤثر بر توسعه اقتصادی ایران	حصاری و همکاران، 1392	فرهنگ از جایگاه ویژه‌ای در توسعه برخوردار است و بی‌توجهی و کم‌توجهی به رابطه فرهنگ و توسعه، منجر به شکست برنامه‌های توسعه اقتصادی می‌شود.	عوامل فرهنگی نظیر عصبیت و قومیت‌گرایی، تقدیرگرایی، وجود اعتقادات خرافی و سنتی و وجود برخی از اعتقادات مذهبی بر عدم توسعه کشور ایران، به خصوص توسعه اقتصادی نقش بسیاری دارند.
موانع فرهنگی توسعه سیاسی در ایران و ارائه راهکارهای مدیریتی در این حوزه	رضایی و همکاران، 1390	شناسایی و بررسی برخی عوامل بازدارنده فرهنگی در مسیر دستیابی به توسعه، به خصوص توسعه سیاسی	نتایج پژوهش نشان داد که بین دو ویژگی فرهنگی خودمداری و فردگرایی و همچنین پنهانکاری، با توسعه سیاسی رابطه معناداری وجود دارد. از ضرورت‌های جامعه ما بازخوانی فرهنگ و آشتی سنت و مدرنیته است.
توسعه فرهنگی و توسعه اجتماعی در ایران	بابایی فرد، 1389	در این پژوهش رابطه بین توسعه فرهنگی و توسعه اجتماعی با استفاده از روش تحلیل ثانویه داده‌ها، بررسی شده است.	فرهنگ، متغیر بسیار مهمی در دگرگونی‌های اجتماعی است و در نتیجه، تحقق توسعه فرهنگی پیش‌شرط بنیادی توسعه اجتماعی است.
نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی	کاظم‌زاده و کوهی، 1389	بررسی نقش و کارکرد انکارناپذیر رسانه‌ها در عصر ارتباطات بر ارتقای آگاهی‌های عمومی و رشد فرهنگی	برای یکپارچگی توسعه فرهنگی جهت تقویت وحدت و هویت ملی، باید برنامه‌ریزی توسعه فرهنگی کشور را در دستور کار قرار داد و از رسانه‌های نوین برای تحقق این هدف بهره برد.
فرهنگ، توسعه و تئوری اجتماعی ¹	کلامر، 2013	تلاش برای مفهوم‌سازی فرهنگ در رابطه با توسعه و با پیوند دادن مطالعات توسعه به مطالعات فرهنگی، مطالعات جنبشهای اجتماعی، دین و مفهوم رنج اجتماعی	بحرانهای جهانی در حال حاضر نیاز به بهبود چشم‌انداز جامع‌تری از توسعه دارد که واژگانی را ایجاد می‌کند که جنبه‌های تکنیکی (و عمدتاً اقتصادی) توسعه را با اهداف انسانی و فرهنگی بیشتر مرتبط می‌سازد. مفهوم جامعه پاسا سرمایه‌داری نیاز به ابعاد فرهنگی و همچنین اقتصادی و سیاسی دارد.
بررسی موانع توسعه فرهنگی بازارهای سرمایه‌ای در ایران ²	نخعی و اسماعیل‌زاده، 2011	بازار سرمایه نقش مهمی در اقتصاد ملی کشورها دارد. برای تحقق یک استراتژی یکپارچه، مسائل فرهنگی نادیده گرفته شده‌اند و این مانع توسعه بازار می‌شود.	موانع فرهنگی توسعه بازار سرمایه در ایران عبارتند از عدم اطمینان، توهم دائمی توطئه، علاقه به پنهان کاری، فرصت طلبی، انتظارات بالای محیطی و نارضایتی دائمی
راهنمایی برای علم توسعه فرهنگی ³	مارک بورنستین، 2009	بررسی نقش ارتباطات و آموزش در توسعه فرهنگی و تمرکز بر موانع ساختاری و رفتاری در تحقق توسعه فرهنگی	مردم یک کشور در صورتی که در انزوا باشند، رشد نمی‌کنند. کودکان باید فرهنگ خود را آموزش ببینند و با آن منطبق شوند با بتوانند رشد کرده و بقا داشته باشند.

1. Culture, Development and Social Theory

2. The Study of Cultural Development Obstacles of Capital Market in Iran

3. Guidance for Science of Cultural Development

د) ادبیات پژوهش

1. فرهنگ

فرهنگ¹ یا به عبارتی؛ راه و روش زندگی جوامع انسانی، در بر گیرنده اقتصاد معیشت، نحوه زیست، طرز مصرف خوراک و پوشاک، مسکن، سیاست، آداب و رسوم، نظام ازدواج و خویشاوندی، تفکرات مذهبی و متافیزیکی و همه امور انسانی و غیر انسانی است. (نقوی و همکاران، 1391: 93)

مجموعه معارف و آثار مؤثر و ویژه مورث تاریخی هر ملت، مانند دانشها و واژگان، زبان و ادبیات، دین و عقاید، صنایع و سبک معماری و شهرسازی، ویژگی‌های بومی، آیینها و آداب و رسوم، طرز معاشرت، شیوه آموزش و پرورش و روش زندگی، نواهای موسیقی و موضوعات نقاشی و دیگر مظاهر زندگی ایشان فرهنگ جامعه را تشکیل می دهد. (سالار، 1384: 164). انسان راههای جدید بقا در محیط تازه را یاد گرفته و آنها را در قالب آداب اجتماعی تثبیت می کند. این آداب اجتماعی، تشکیل دهنده فرهنگی اند که به اعضای جدید گروه منتقل می شود. (لعل، 1382: 22)

در تعریف فرهنگ، دو بخش مادی و غیر مادی از یکدیگر متمایز شده اند. فرهنگ مادی در بر گیرنده اشیایی است که به دست اعضای پیشین جامعه ساخته شده و برای اعضای حاضر به ارث مانده است. فرهنگ غیر مادی یا مجرد و معنوی، شامل رسوم و آیین و اعتقادات و علوم و هنرهایی است که عمدتاً به وسیله سواد و خط فراگرفته می شود (اسلامی ندوشن، 1371: 17). دفت² معتقد است فرهنگ عبارت است از مجموعه‌ای از ارزشها، باورها، درک و استنباط و شیوه‌های تفکر یا اندیشیدن که اعضای جامعه در آنها وجوه مشترک دارند (دفت، 1378: 394). گیدنز³ فرهنگ را این گونه تعریف می کند: «فرهنگ عبارت است از ارزشهایی که اعضای یک گروه معین دارند؛ هنجارهایی که از آن پیروی می کنند و کالاهای مادی که تولید می کنند» (قادری، 1387: 37). فرهنگ، شیوه گویش و پوشش ما و غذایی است که می خوریم و نیز شیوه تهیه و مصرف آن؛ خدایانی که می سازیم و شیوه‌هایی که آنها را پرستش می کنیم؛ شیوه تقسیم زمان و فضا، شیوه دست‌افشانی و ارزشهایی است که با آنها فرزندانمان را اجتماعی می کنیم. (لال، 1379: 100)

زیمل⁵ میان فرهنگ عینی و ذهنی تمایز قائل می شود. فرهنگ عینی در بر گیرنده تمامی ساخته‌های انسانی، اعم از مادی و غیر مادی، شامل دست‌ساخته‌ها، اندیشه‌ها، نوشته‌ها، دین و غیره می شود. وی معتقد است که در جوامع مدرن امروزی، با افزایش تقسیم کار و رواج اقتصاد پولی، میان فرهنگ عینی و ذهنی

1. Culture
2. Daft
3. Giddens
4. James Lull
5. Georg Simmel

شکاف عمیقی به وجود آمده است (حاجیانی، 1391: 57-58). هرسکوویتز¹ فرهنگ را بخش انسان‌ساخته محیط می‌داند. تعریف وی این امکان را فراهم می‌آورد که درباره فرهنگ عینی (ابزارها، فناوری‌ها، روشها و...) و فرهنگ ذهنی (مقوله‌سازی، هنجارها، نقشها و ارزشها) صحبت کنیم (هرسکوویتز، 1985: 103). گفتنی است که جامعه دارای فرهنگ غنی، سخت بر مفهوم هدفمندی متمرکز است، سختکوشی از اصول اساسی است و سطح انتظارات از عملکرد در هر حوزه‌ای بالاست. (راجرز و میهان، 2007: 256)

بر اساس مطالعات کامرون و کوئین³ (2006)، فرهنگها روی حفظ و نگهداری ثبات و پایداری خود متمرکزند و از طریق تمرکز بر ارزشهای تسهیم‌شده، آداب و رسوم، کار گروهی، صداقت و وفاداری، اهداف کلی، تعهد و ایجاد حس مشارکت از طریق اعضای جامعه، سعی در تحقق این هدف دارند (لی⁴ و همکاران، 2016: 465). این در حالی است که فرهنگهای پویا، به طور سنتی، در سطح بالایی از قدرت استقلال در حوزه‌های جامعه‌شناختی و تاریخی قرار دارند. (هاستین و نیلسن، 2016: 174)

به عقیده شاین⁶ (1992)، فرهنگ پدیده‌ای است که همواره و در تمام زمانها ما را احاطه کرده است، دائماً وجود دارد و توسط تعاملات ما با دیگران شکل می‌گیرد. (یگانه و سو، 2007: 337)

هافستد⁸ (1991) در تحقیقات خود، علاوه بر تعیین ابعاد فرهنگی و رتبه‌بندی کشورها، روشی نوین برای ادراک و اندازه‌گیری فرهنگ جوامع مختلف ارائه داده که مشتمل بر ابعاد فردگرایی و جمع‌گرایی، فاصله قدرت، ابهام‌گریزی (اجتناب از عدم اطمینان)، مردسالاری و زن‌سالاری، گرایشهای بلندمدت و کوتاه‌مدت است. (پاگل⁹ و همکاران، 2005: 375-377)

نوع‌شناسی پژوهش هافستد به شکل پایداری در طول زمان و در مطالعات متعدد مربوط به فرهنگ اعتبار و ارزش داشته است (اکپارا، 2014: 176). چند سال بعد از پژوهش هافستد، مطالعه‌ای در داخل کشور انجام شد که نشان می‌دهد فرهنگ ایران به سمت انعطاف‌پذیری رفته است؛ زیرا فاصله قدرت، افزایش و شاخص فردگرایی که از شاخصهای جدی توسعه است، کاهش یافته است. (صادقی و خنیفر، 1395: 58)

-
1. Herskovits
 2. Rogers & Meehan
 3. Cameron & Queen
 4. Lee
 5. Haustein & Nielsen
 6. Edgar Shine
 7. Yegane & Su
 8. Hofstede
 9. Pagell
 10. Okpara

2. توسعه فرهنگی

توسعه¹ نشان‌دهنده جامعه در حال گذار از مناسبات سنتی، شیوه‌های تفکر سنتی، شیوه‌های سنتی برخورد با مسئله بهداشت، آموزش و پرورش و روشهای سنتی تولید، به سمت روشهای نوین تر است (حاجیان، 1391: 41). توسعه در دو بُعد قابل بررسی است. برخی از اندیشمندان جامعه‌شناس و انسان‌شناس از بُعد اجتماعی و فرهنگی تأکید بر این دارند که توسعه را ایجاد نوعی زندگی پرثمر برای فرهنگ و تکامل فرهنگ یک جامعه باید دانست. (فکرمی، 1379: 245)

سازمان ملل، توسعه را «فرایندی که کوششهای مردم و دولت را برای بهبود اوضاع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی هر منطقه متحد کرده و مردم این مناطق را در زندگی یک ملت ترکیب نموده و آنها را به طور کامل برای مشارکت در پیشرفت ملی توانا سازد» می‌داند (موسایی، 1388: 101). توسعه، فراگردی است که در آن سنتها و تجارب گذشته از نو بر اساس نیازها و شرایط تازه بازاندیشی و بازسازی می‌شوند و از این طریق خود را بارور می‌کنند (اسدی، 1378: 7). منظور از توسعه فرهنگی، دگرگونی‌ای است که از طریق تراکم برگشت‌ناپذیر عناصر فرهنگی در یک جامعه معین صورت می‌گیرد (نوسلی، 1373: 438). توسعه، مجموعه نظام اجتماعی است که از حالت نامطلوب زندگی خارج شده، به سوی وضع یا حالتی از زندگی که از نظر مادی و معنوی بهتر است، سوق یافته است. (لهسایی‌زاده، 1382: 9)

به طور کلی غفلت از عناصر بومی در الگوهای توسعه باعث شد تا برخی کشورها، در چندین دهه بعد از جنگهای جهانی دوم، فرصتهای گرانقدری را از دست بدهند (امینی فسخودی، 1389: 54). لذا توسعه فرهنگی² از مفاهیمی است که نسبت به سایر بخشهای توسعه، چون توسعه اقتصادی، اجتماعی و توسعه سیاسی، از ابعاد و بار ارزشی بیشتری برخوردار است و تأکید بیشتری بر نیازهای غیرمادی افراد جامعه دارد. (شیخ‌نیا، 1383: 7)

3. رسانه‌های جمعی

رسانه‌های جمعی³ و عمومی و به تعبیر دیگر وسایل ارتباط جمعی، اصطلاح فارسی‌شده واژه لاتین Medium است که جمع Media می‌باشد و منظور، آن دسته از وسایل اند که مورد توجه تعداد کثیری قرار دارند و از تمدنهای جدید به وجود آمده‌اند. (ساروخانی، 1380: 13)

فناوری‌های ارتباطی پیشرفته قرنهای نوزدهم و بیستم، پدیده ارتباطات جمعی⁴ را به همراه آورد. با اختراع تلگراف، تلفن، گرامافون، دوربین و سپس رادیو، تلویزیون و فیلم، بشر توانست ارتباطات میان‌فردی

1. Development
2. Cultural Development
3. Mass Medias
4. Mass Communications

را به صورت پخش عمومی و سریع پیامها در مقیاس نامحدود گسترش دهد. علاوه بر این، به دنبال شکل‌گیری رسانه‌های جدید نظیر رایانه‌ها و ماهواره‌ها و ارتباطات نوین، جوامع اطلاعاتی شکل گرفتند. این رسانه‌ها با امکاناتی از قبیل خدمات فوری و زنده، برنامه‌های سرگرم‌کننده، سرخط و خلاصه اخبار، گروههای گفتگو، آگهی‌های تجاری و مواردی از این قبیل، رسانه‌های قدیمی را از رونق می‌اندازند و وظایف آنها را خود بر عهده می‌گیرند. (دفلور و دنیس، 1387: 40-321)

به طور کلی و در یک تقسیم‌بندی ساده، رسانه‌ها دارای انواع ذیل‌اند: رسانه‌های چاپی،¹ رسانه‌های الکترونیک² و رسانه‌های دیجیتال³. (احمدزاده، 1390: 159)

هـ) روش تحقیق

از آنجا که موضوع تحقیق در حوزه جدیدی قرار دارد و تاکنون مطالعات اندکی در زمینه نقش رسانه‌ها در کاهش موانع توسعه فرهنگی صورت گرفته است، پژوهش حاضر به صورت مطالعه اکتشافی انجام می‌شود. در روش اکتشافی، اولویت با رویکرد کیفی است. روش تحلیل محتوا نیز از پژوهشهای کیفی است که از داده‌های متنی حاصل از پاسخهای شفاهی، پرسشهای پیمایشی باز یا بسته، مصاحبه‌ها، گروههای متمرکز، مشاهدات یا رسانه‌های چاپی مانند مقالات و کتابها بهره‌برداری می‌کند.

با توجه به ماهیت پژوهش، پژوهشگران در دو مرحله مطالعات خود را پیگیری کرده‌اند. در مرحله اول با استفاده از منابع کتابخانه‌ای، به جستجوی ادبیات موضوع پرداخته تا بتوانند از طریق تحلیل اسناد و مدارک، عناصر و مؤلفه‌های لازم برای شناسایی موضوع را بیابند. در مرحله دوم، با انجام مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساخت‌یافته با گروه خبرگان، نسبت به شناسایی ابعاد مختلف موضوع و تدوین مدل مفهومی پژوهش اقدام شد. گفتنی است که به منظور بررسی روایی پژوهش، یافته‌ها یک بار دیگر به گروه خبرگان ارائه شد تا نسبت به صحیح بودن یافته‌ها و افزایش سطح روایی پژوهش مطمئن شویم.

گروه خبرگان این پژوهش از 20 نفر تشکیل شده‌اند. در میان این گروه، 11 نفر از مدیران عالی و اجرایی سازمانهای متولی فرهنگ و رسانه، از قبیل اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، صدا و سیما، خانه مطبوعات، خبرگزاری‌ها، سازمان تبلیغات اسلامی، اداره کل ورزش و جوانان، اداره کل میراث فرهنگ و گردشگری، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان و مواردی از این قبیل بوده‌اند. 9 نفر از خبرگان نیز از اعضای هیئت علمی و دارای درجه استادی با تحصیلات مرتبط در زمینه مدیریت رسانه و مطالعات

1. Printed Media

2. Electronic Media

3. Digital Media

433 ◆ بررسی نقش رسانه‌های جمعی در کاهش موانع ...

فرهنگی یا تألیفاتی در زمینه‌ای نزدیک به موضوع پژوهش انتخاب شده‌اند. نظر به کیفی بودن روش تحقیق در این پژوهش، با به کارگیری تکنیک نمونه‌برداری گلوله‌برفی، یک گروه اولیه برای مصاحبه انتخاب شد و سپس گروه‌های بعدی برای مصاحبه توسط همین گروه معرفی شدند و نمونه‌گیری تا جایی تداوم یافت که با ادامه نمونه‌گیری هیچ اندیشه جدیدی به وجود نیامده و به اصطلاح، پژوهش به اشباع نظری و کفایت رسیده است.

در ادامه پس از انجام مصاحبه‌ها و تلفیق ادبیات موضوع با یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساخت یافته، نتیجه‌گیری شده تا ضمن پاسخگویی به پرسشهای پژوهش، با ارائه الگوی مفهومی نوین، مقدمات لازم را برای تحقیقات آتی فراهم سازیم.

و) یافته‌های پژوهش

1. تعریف توسعه فرهنگی

در نتیجه انجام مصاحبه‌ها و استخراج مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده توسعه فرهنگی از سوی هر یک از صاحب‌نظران و سپس اظهار نظر مجدد گروه خبرگان درباره تعریف حاصل، در نهایت این تعریف از توسعه فرهنگی به دست آمده است: «توسعه فرهنگی به عنوان مقدمه‌ای بر همه ابعاد توسعه، مفهومی است که از طریق ایجاد تغییراتی در باورها، توانایی‌ها، رفتارها، اخلاقیات، ارزشها، نگرشها و کنشهای مردم یک کشور با استناد به ریشه‌های فرهنگ ملی و با تفسیر ملی و درونی شکل می‌گیرد؛ به گونه‌ای که بتواند از طریق رشد خلاقیت و توانمندی افراد، آموزش صحیح و برنامه‌ریزی شده، خودباوری، اعتماد عمومی، تغییر و بهبود ارزشهای سنتی، اشاعه ارزشهای مدرن، ارج نهادن به افکار نوین، هویت‌بخشی، حفظ آداب و رسوم بومی و محلی و شناخت درونی از فرهنگ خودی، در جهت رشد میراث معنوی و فرهنگی خود در دنیا گام بردارد و با اشاعه رفتارهای فرهنگی بومی و ملی، فرهنگ خود را به جهانیان عرضه کند».

در این تعریف چند نکته اساسی و مهم وجود دارد. اول اینکه، توسعه فرهنگی لازمه و زیربنای شکل‌گیری سایر ابعاد توسعه است؛ به گونه‌ای که تا فرهنگ توسعه محقق نشود، توسعه اتفاق نمی‌افتد. دوم اینکه، توسعه فرهنگی مفهومی چند بعدی و تا حدودی کیفی است. علاوه بر این، در عین سادگی به واسطه شاخصهای مشخص از پیش تعیین شده، یک مفهوم نسبی و پیچیده است. یک نکته اساسی و غیر قابل انکار هم این است که توسعه فرهنگی نیازمند حفظ یکپارچگی فرهنگی و ارتقای سطح فرهنگ عمومی با محوریت حفظ ارزشهای بومی و آداب و رسوم سنتی و محلی است؛ که این امر جز از طریق الگوسازی و نوآوری رفتاری، هنجارسازی، اندیشه‌پردازی، ارزشگذاری و تقویت خودباوری جامعه و هویت اجتماعی مردم امکان‌پذیر نیست.

2. موانع توسعه فرهنگی

پس از ارائه تعریفی جامع از مفهوم توسعه فرهنگی، باید به شرح و بررسی موانع موجود در سر راه این حوزه پردازیم.

کشور ما در فرایند توسعه با وجود برنامه‌ها و سند چشم‌انداز 20 ساله، هیچ برنامه‌ای برای فرهنگ و توسعه فرهنگی نداشته است. اغلب آثاری که درباره فرهنگ مدرن در ایران نوشته شده است، خصلتی ایدئولوژیک دارند. در سیاستگذاری فرهنگی، نگرش سیاسی به فرهنگ بر نگرش علمی غلبه داشته است. (بشیریه، 1379: 142)

وجود دوره‌های استعمار و استعمارگری در ایران، پول‌پرستی، مصرف‌گرایی و علاقه به رفاه (که در فرهنگ ایرانی رسوخ پیدا کرده است)، وجود بافتهای فرهنگی متنوع داخلی در جامعه، نمونه‌برداری، گزینش و تقلید از غرب، تعارض بر سر استقرار ارزشهای جدید به جای ارزشهای سنتی حاکم در جامعه، شرایط و موقعیت خاص جغرافیایی و سیاسی کشور، وجود سه لایه تمدنی در ایران (فرهنگ و تمدن ایران باستان؛ فرهنگ و تمدن اسلامی؛ فرهنگ و تمدن غربی) و مواردی از این قبیل، نمونه‌هایی از موانع توسعه فرهنگی در ایران به شمار می‌آیند. (توحیدفام، 1386: 2)

کاتوزیان (1380) در بحث از شرایط سیاسی - اجتماعی جامعه ایرانی و رابطه آن با رشد و توسعه، معتقد است از آنجا که ایران به دلیل حاکمیت دولتهای استبدادی، فاقد امنیت سیاسی - اجتماعی بوده است، در نتیجه امکان انباشت انواع سرمایه اقتصادی، علمی، فرهنگی، انسانی و اجتماعی در این کشور وجود ندارد. به عبارت دیگر؛ یکی از شرایط مهم بروز رشد و توسعه در جامعه، وجود امنیت مالی و جانی است که جامعه ایرانی فاقد آن بوده است. (بابایی‌فرد، 1389: 27)

درباره نگرشهای رایج نسبت به فرهنگ در ایران باید گفت که این نگرشها همچنان محدود به دو نظریه گرایشهای فرهنگی معطوف به غرب و گرایش به فرهنگ اسلامی است. اغلب، این تقابل به عنوان تعارض میان سنت‌گرایی فرهنگی و نوگرایی فرهنگی تعبیر می‌شود. تحولات تاریخی و اجتماعی بسیاری، از قبیل نفوذ غرب در ایران، سرنوشت انقلاب مشروطه، ظهور دولت نوساز پهلوی، گسترش آموزش و پرورش غیر دینی و رشد جنبش ناسیونالیستی، موجب تشدید این تقابل شده است. (بشیریه، 1379: 145)

به طور کلی، عواملی همچون: بحرانهای هویتی و فرهنگی، تعارض میان سنت و مدرنیته، شکافهای اجتماعی، شکافهای نسلی، آسیبها و تعارضهای درونی در فرهنگ ایرانی همچون: از خودبیگانگی فرهنگی، ضعف حافظه تاریخی، نبود فردیت و فردگرایی و مصرف‌نمایی، نبود یا ضعف نهادهای مدنی، نبود یا ضعف سرمایه اجتماعی، نبود یا ضعف مطالعه و استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی، به عنوان عوامل دارای

435 ◆ بررسی نقش رسانه‌های جمعی در کاهش موانع ...

زمینه‌های فرهنگی که در ضعف توسعه فرهنگی مؤثرند، نقش مهمی در ضعف توسعه اجتماعی در جامعه ایران ایفا می‌کنند. (همان: 28)

درباره ویژگی‌های اخلاقی ایرانیان و به خصوص توانایی‌های آنان، تاکنون سخن بسیار رفته است. هر چند ممکن است بعضی از ویژگی‌ها فی‌نفسه قابل تمجید و تحسین باشند؛ اما با توجه به تبعات منفی آنها در روند توسعه، به عنوان موانع توسعه فرهنگی مطرح شده‌اند. از این منظر، مهم‌ترین مواردی که به عنوان مانع در طول تاریخ در بستر فرهنگ ایرانی شکل گرفته‌اند را می‌توان در موارد ذیل دسته‌بندی کرد:

نخست، ضعف انگیزه توفیق‌طلبی است. در واقع؛ این فرهنگ و انگیزه که کار و تلاش و کسب درآمد، فضیلت است، در ایران مطرح نبوده است. (فروند، 1362: 241)

دوم، پدیده اسطوره‌گرایی است؛ به این معنا که کاری را که آدمی در دوره‌های آگاهی بر عهده خود می‌بیند، در دوره‌های ناآگاهی بر عهده دیگران می‌نهد (مختاری، 1369: 33). به نظر هابرماس، در جامعه توسعه‌نیافته، هراسهای ناشی از رویدادهای طبیعی سهمگین، بر زندگی فردی و اجتماعی غلبه دارد (ستاری، 1364: 146). اما در جامعه توسعه‌یافته، تبیین و تفسیر رویدادها و کوشش در مقابله با آنها، به یاری دانش صورت می‌گیرد و اسطوره، نقش عمده‌ای در جهان‌بینی انسان مدرن ندارد. (عظیمی، 1371: 19-20)

سوم، تأکید بر مفهوم اصل و نسب است. در جامعه توسعه‌یافته، ذهن افراد به حال و آینده بیش از گذشته توجه دارد؛ در حالی که در جوامع توسعه‌نیافته، افراد بیشتر به گذشته علاقه‌مندند و بدان می‌بالند (ویتر، 1355: 212). کمترین حس این کار این است که افراد را از زحمت کسب افتخارات جدید بی‌نیاز می‌کند و احساس سرشکستگی از نداشتن افتخارات را از میان می‌برد. (ایزدی، 1362: 4)

علاوه بر این، تأکید بسیار بر احساسات، از دیگر ویژگی‌های رفتاری است که به شدت در وقوع توسعه فرهنگی دخیل است (حافظیه، 1990: 180). نتیجه منفی این نگرش، عدم شکل‌گیری دیدگاه انتقادی است که نبود آن به پویایی فرهنگ جامعه لطمه می‌زند. (جمالزاده، 1380: 11)

در موردی دیگر می‌توان به روحیه تقلید اشاره کرد. اجتماعات در کشورهای خاورمیانه، در واکنشهای رفتاری خود، روحیه بالایی در پیروی دارند. (همان: 91)

همچنین، ذهن‌گرایی و فرهنگ ارتباط شفاهی در جهان سوم و کشورهای دارای فرهنگ سیاسی محدود، بسیار مرسوم است. مردم این کشورها، اخبار رسانه‌های گروهی را باور نداشته، تنها از طریق شبکه‌های غیر رسمی و ارتباطات شفاهی، درباره حوادث به قضاوت می‌نشینند. (حافظیه، 1990: 253)

خصلت بعدی، واقعیت‌گریزی است. یکی از شناسه‌های مهم فرهنگ سیاسی ایرانیان، بی‌اعتنایی به واقعیت است. عناصر گوناگون همواره به گونه‌ای ناهمگون و به شکلهای مکانیکی و درهم و برهم در کنار یکدیگر چیده می‌شوند.

ویژگی بعدی، عمل‌زدگی است. طرح مسائل واقعی، زندانی راه‌حلهایی است که یا از دل ذهنیت محض بیرون می‌آید یا از روی مسائل مشابه در دیگر کشورها الگوبرداری شده است. (سرمدی، 1369: 20)

محافظه‌کاری نیز در میان ایرانیان، به واسطه وجود حکومت‌های ظالم و زورگو و همچنین بر اثر تربیت اجتماعی و خانوادگی پدید آمده است. (طباطبایی، 1372: 32)

در همین راستا، بی‌توجهی به تنوع فرهنگی قومی در ایران، موجب ظهور دو پدیده ناخوشایند جماعت‌گرایی افراطی یا نابودی فرهنگ قومی می‌شود. منظور از جماعت‌گرایی افراطی، قطع رابطه با دیگران و در حقیقت؛ نوعی فرو رفتن در پیله فرهنگی خود است. (فکوهی و نصرتی، 1390: 108-107)

از جمله مشکلات دیگری که می‌توان در حوزه فرهنگ برشمرد، ضعف سرمایه فرهنگی است. بُعد عینی سرمایه فرهنگی عبارت است از میزان تحصیلات؛ اما بُعد ذهنی آن عبارت است از استفاده عملی از مدارج علمی برای بالابردن میزان دانش، آگاهی، تحول فکری و ارتقای کیفیت زندگی. (بابایی‌فرد، 1388: 29)

با توجه به یافته‌های مذکور که توسط خبرگان نیز تأیید شدند، مواردی هم در تکمیل آنها توسط مصاحبه‌شوندگان مطرح شد. نظر به اینکه هدف پژوهش صرفاً بررسی توسعه از دید فرهنگی بود، سایر ابعاد در نظر گرفته نشده است. به عقیده خبرگان پژوهش، اساسی‌ترین چالش در تحقق توسعه فرهنگی، عدم توجه به بافتهای اجتماعی و ساختار طبقات اجتماعی جامعه است. علاوه بر این، تأمین زیرساختهای لازم برای تحقق توسعه فرهنگی، نیازمند قوانین و مقررات مشخص، امکانات مالی و اقتصادی قوی، نیروی انسانی متخصص و آموزش‌دیده، تجهیز نهادهای فرهنگی کشور، کاربردی کردن پژوهشهای دانشگاهی و برقراری پیوند قوی بین دانشگاه و کسب و کار، تأمین اعتبار برای انجام فعالیتهای فرهنگی، ترویج میراث و رسوم فرهنگی و مبادلات فرهنگی است.

در این بخش، پژوهشگران پس از بررسی مطالعات نظری و جمع‌بندی نظرات خبرگان، موانع توسعه فرهنگی را در هفت بخش موانع ساختاری، قانونی، تکنولوژیکی، اقتصادی، تاریخی، رفتاری و محیطی طبقه‌بندی کردند.

3. نقش رسانه‌های جمعی در کاهش موانع توسعه فرهنگی

در حال حاضر، رسانه‌های جمعی و وسائل ارتباطی نقش مهمی در تمامی کشورها بر عهده دارند. درک دنیای پیرامون و اطلاع از حوادث و رویدادها، به خوبی تأثیرات وسایل ارتباط جمعی را برای ما روشن

437 ♦ بررسی نقش رسانه‌های جمعی در کاهش موانع ...

می‌سازد. تعریف و طبقه‌بندی دقیق نقشهای اجتماعی ارتباطات، برای نخستین بار از سوی هارولد لاسول در سال 1984 صورت گرفت. وی سه نقش اساسی نظارت بر محیط، ایجاد همبستگی اجتماعی در واکنش به محیط و انتقال میراث فرهنگی را برای وسایل ارتباط جمعی در نظر گرفت. در این بین، یکی از اصلی‌ترین رسالتهای رسانه، فرهنگ‌سازی است. وقتی از فرهنگ صحبت می‌کنیم نمی‌توان از نقش رسانه‌های همگانی یا وسایل ارتباط جمعی غفلت کرد؛ زیرا این وسایل نقش و تأثیر بسزایی در فرهنگ‌سازی دارند. (سورین و تانکاره، 1388: 452)

صاحب‌نظران، نقشها و کارکردهای متعددی را برای رسانه‌های جمعی برشمرده‌اند که این موضوع دلالت بر حضور همه‌جانبه و فراگیر وسایل ارتباط جمعی در تمامی ابعاد و حوزه‌های حیات اجتماعی دارد. امروزه عمده‌ترین نقشی که وسایل ارتباط جمعی برعهده دارند، عبارت است از: فرهنگ‌سازی، آموزش، اطلاع‌رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی. (دادگران، 1390: 112)

آنچه باید در کشورهای در حال توسعه نظیر کشور ما به آن توجه شود، این است که به واسطه بحرانهای هویتی و فرهنگی، تعارض میان سنت و مدرنیته، شکافهای اجتماعی، شکافهای نسلی، آسیبها و تعارضهای درونی در فرهنگ ایرانی همچون: از خودبیگانگی فرهنگی، ضعف حافظه تاریخی، نبود فردیت و فردگرایی و مصرف‌نمایی، نبود یا ضعف نهادهای مدنی، نبود یا ضعف سرمایه اجتماعی، نبود یا ضعف مطالعه و استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و مواردی از این قبیل، در حوزه توسعه فرهنگی بسیار ضعیف عمل شده است.

یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های عمیق با خبرگان، نقش اثرگذاری برای رسانه‌های جمعی در شناخت نیازهای عصر نوین و تلاش برای پوشش درست این نیازها و همچنین بازسازی و برقراری نظم در جامعه متصور شده است. علاوه بر این، اذعان داشتند که محوریت تولیدات رسانه‌ای باید مبتنی بر ترویج فرهنگ و اخلاق کار، ایجاد تنوع اجتماعی، توجه به دگرگونی‌های بنیادین در هویت جمعی، تقویت روحیه وحدت ملی، توزیع اطلاعات صحیح و تقویت حافظه تاریخی مردم، برنامه‌های آموزشی و سرگرم‌کننده، شناساندن میراث فرهنگی و تقویت آداب و رسوم سنتی و محلی، نوآوری و خلاقیت در زمینه‌های هنری و فرهنگی، تقویت یکپارچگی فرهنگی و هماهنگی ارزشهای اجتماعی متنوع جامعه و پر کردن شکاف بین فرهنگ عامه و فرهنگ نخبگان باشد. در این بین، تنها رسانه‌هایی می‌توانند ایفاگر رسالت خویش باشند که خود در مسیر توسعه قرار گرفته باشند؛ که خبرگان، از آنها به عنوان رسانه‌های توسعه‌مدار نام برده‌اند. به روز بودن، مستقل بودن، خلاق و کارآفرین بودن، از ویژگی‌های رسانه‌های توسعه‌مدار است.

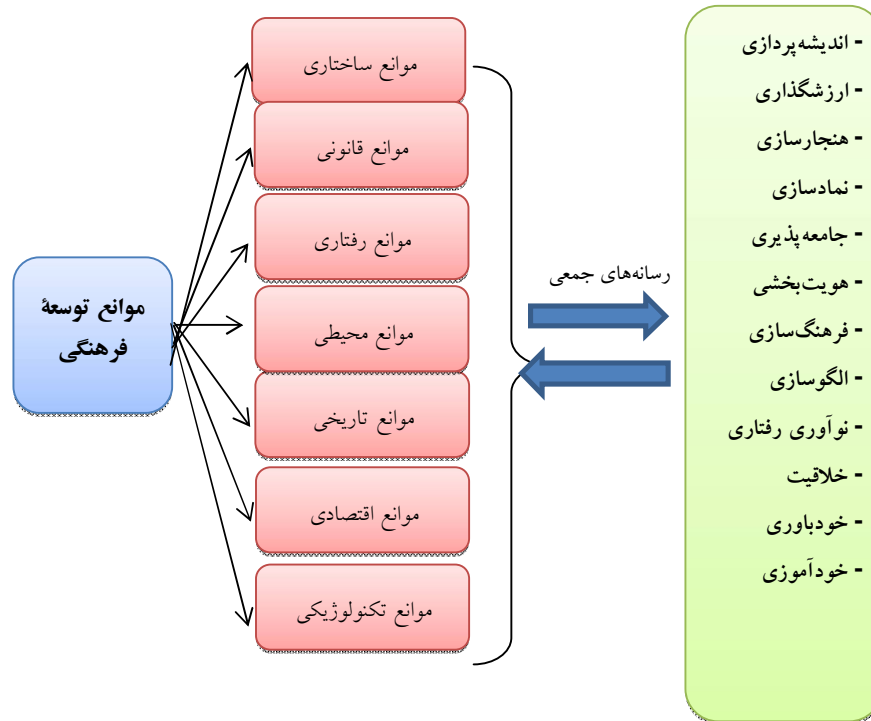
در مجموع می‌توان گفت که رسانه‌های جمعی از طریق تمرکز بر زمینه‌هایی از قبیل اندیشه‌پردازی، ارزشگذاری، هنجارسازی، نمادسازی، جامعه‌پذیری، هویت‌بخشی، فرهنگ‌سازی، الگوسازی، نوآوری رفتاری و خلاقیت، خودباوری و خودآموزی می‌توانند در پیشبرد توسعه فرهنگی مثرتر باشند.

(ز) محدودیتها و راهکارها

در حوزه موانع توسعه فرهنگی در ایران، با توجه به اینکه از جمله کشورهای چند فرهنگی با بیش از 11 قوم متفاوت، چهار زبان مختلف، گویشها و لهجه‌های گوناگون و سنتها و رسوم محلی با تعصبات دینی، مذهبی و قبیله‌ای خاص هر منطقه است، پیاده‌سازی برنامه‌های توسعه فرهنگی و ایجاد یک فهم و تعریف مشترک، کاری بس دشوار است. علاوه بر این، اقتضائات سیاسی و مدیریتی حاکم بر کشور، تدوین برنامه‌های راهبردی در حوزه فرهنگ را با مشکل مواجه می‌کند. از سویی، به دلیل وجود فرهنگهای ایرانی، اسلامی و جهانی در کشور و گاه تقابل آنها با هم، مطالعات اندکی در زمینه فهم نقاط مشترک این فرهنگها صورت گرفته که منجر به شکل‌گیری تفاوت‌های فکری و سلیقه‌ای فراوان و از بین رفتن انسجام لازم در جامعه شده است. در چنین شرایطی، رسانه‌های نوین ارتباط جمعی با قابلیت انتقال الگوها و معانی فرهنگی، می‌توانند در کنار آموزش و پرورش، اقدامات مؤثری در ایجاد توسعه و تغییرات فرهنگی انجام دهند. رسانه‌های گروهی می‌توانند با تغذیه حافظه فرهنگی و اجتماعی و انتقال صحیح اطلاعات و اخبار، به شیوه‌های نوین پیامهای فرهنگی را منتقل کرده، به بازسازی فرهنگ، افکار و عقاید جامعه بپردازند. تولید محتوای فرهنگی مبتنی بر هنجارها و سنتهای کهن به شیوه خلاقانه و نوآورانه نیز علاوه بر تقویت هویت جمعی، منجر به تقویت حس خودباوری در جامعه می‌شود.

(ح) بحث و نتیجه‌گیری

به مفهوم توسعه فرهنگی و موانع پیش روی تحقق آن، کمتر به عنوان موضوعی دانشگاهی توجه شده است. لذا در حوزه برنامه‌ریزی و سیاستگذاری فرهنگی که به نوعی منجر به توسعه فرهنگی کشور می‌شود، از نظر دانش نظری و تجربی کوتاهی کرده‌ایم. بنابر این، به منظور گام نهادن در مسیر توسعه، توجه به آفرینش و نوآوری در کار فرهنگی، امری اجتناب‌ناپذیر است. از سوی دیگر، وجود ناهنجاری‌ها و ضعفهای فرهنگی نظیر رواج فرهنگ فردگرایی یا منفعت‌مداری شخصی، ضعف تعلق به هویت ملی، رواج فرهنگ قانون‌گریزی، نبود پویایی و نشاط فرهنگی، پرهزینه بودن فعالیتهای فرهنگی در جامعه، تعارض هنجارها و ارزشهای فرهنگی، تهدیدهای فرهنگی ناشی از پدیده جهانی‌سازی، مصرف‌گرایی مفرط، ابهامات هویتی نسل جوان، کاهش اعتبارات فرهنگی گروههای مرجع فرهنگی - ارزشی جامعه و مواردی از این قبیل، به عنوان مهم‌ترین مشکلات فرهنگی در امر توسعه فرهنگی به حساب می‌آیند. الگوی مفهومی پیشنهادی پژوهشگران در این پژوهش با عنایت به هدف در نظر گرفته شده مبنی بر بررسی نقش رسانه‌های جمعی در کاهش موانع توسعه فرهنگی، به شکل ذیل است:



الگوی مفهومی پژوهش: بررسی نقش رسانه‌های جمعی در کاهش موانع توسعه فرهنگی

در پژوهش حاضر برای کشف زوایای مبهم توسعه فرهنگی، الگویی با استفاده از نظرات خبرگان به دست آمد و سپس با مرور گفته‌های سایر اعضای گروه خبرگان، تعریفی متجانس‌تر و جامع‌تر از توسعه فرهنگی ارائه شد. همچنین بهره‌مندی از نظریات خبرگان در دو گروه مدیران اجرایی و عالی و اعضای محترم هیئت علمی، ترکیب نوینی از تجربه و دانش علمی و آکادمیک را شکل داده است که پیش‌تر برای مطالعه این مقوله استفاده نشده بود.

برای مشخص ساختن موانع تحقق توسعه فرهنگی، نظرات متنوع خبرگان با نگاه و زاویه دید متفاوت آنها بررسی شد. برخی، موانع تحقق توسعه فرهنگی را مفاهیم زیرساختی، اقتصادی و قانونی برشمرده‌اند و برخی دیگر به مفاهیم رفتاری، تاریخی و محیطی اشاره کرده‌اند. طبقه‌بندی این موانع به گونه‌ای که در مدل مشاهده می‌شود، به منظور جلوگیری از پراکندگی و سردرگمی در ابعاد این مسئله، به سازماندهی بهتر تحقیقات آتی یاری خواهد رساند.

دستاورد نهایی این پژوهش نیز شناسایی نقش رسانه‌های جمعی در کاهش موانع مذکور است. به هر حال، رسانه‌های جمعی به مثابه یکی از ابزارهای مهم تأثیرگذار بر فرهنگ عمومی، وقتی مؤثرند که با

مخاطبان خود منطبق با نیازهای آنها و با روشهای درست و مورد قبول ارتباط برقرار کنند. تخصصهای متنوع گروه خبرگان سبب شد تا با نگاهی میان‌رشته‌ای و با تمرکز بر موانع رفتاری، محیطی و تاریخی توسعه فرهنگی، نقشهای اندیشه‌پردازی، ارزشگذاری، هنجارسازی، نمادسازی، جامعه‌پذیری، هویت‌بخشی و مواردی از این قبیل را برای رسانه‌های جمعی مورد توجه قرار دهیم.

به این ترتیب، با توجه به فراملی شدن رسانه‌های جمعی و دسترسی به فرهنگهای مختلف محلی و جهانی، به ویژه اطلاع از جدیدترین الگوها و شیوه‌های رفتاری و ترویج گسترده نهادهای فرهنگی بیگانه، فرهنگ و ارزشهای سنتی جوامعی مانند ایران دچار دگرگونی‌های فراوانی شده که نمود آن در جامعه و خانواده قابل مشاهده است. در این بین نباید با دید منفی به رسانه‌های جمعی نگاه کرد و نباید کارکردهای مثبت آنها را در عرصه آموزش و اطلاع‌رسانی 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 صحیح از آنها پرداخت و در جهت تقویت فرهنگی و پالایش عناصر فرهنگی برای ارتقای فرهنگی جامعه و انتقال میراث فرهنگی به نسل آینده و پیشبرد مفاهیم توسعه‌ای کشور کوشش کرد.

پیشنهادها

با توجه به نتایج تحقیق، برای کاهش موانع توسعه فرهنگی با کمک رسانه‌های جمعی، پیشنهاد می‌شود:

1. ارائه تعریفی مشخص از مفهوم توسعه فرهنگی، درک موانع و نقش نهادهای تأثیرگذار بر پیشبرد این مهم با توجه به چند فرهنگی بودن کشور؛
2. جمع‌آوری نظرات اصلاحی با رویکرد انتقادی نسبت به وضع موجود بنابر مسائل مصلحتی؛
3. بررسی نقش سایر نهادهای اثرگذار بر توسعه فرهنگی نظیر خانواده، آموزش و پرورش، نهادهای مذهبی و دانشگاهها؛
4. عدم الگوبرداری از فرایند توسعه فرهنگی سایر کشورها به منظور حفظ استقلال فرهنگی و تلاش برای تولید توسعه فرهنگی از درون جامعه، متناسب با ارزشها و هنجارهای بومی و محلی؛
5. ارتقای آگاهی و هوشمندی در کاربرد ابزار نوین ارتباطی و روشهای جدید در بستری از نیازهای واقعی، ارزشها و باورهای مردم یک جامعه؛
6. برنامه‌ریزی و مدیریت هوشمندانه در زمینه تولید محتوای رسانه‌های جمعی؛
7. نوآوری در انجام فعالیتهای و اقدامات فرهنگی و تقویت حافظه تاریخی مردم به کمک ابزارهای رسانه‌ای نوین؛
8. تقویت روح جمعی و افزایش آگاهی و رشد اجتماعی به کمک رسانه‌های نوین؛

441 ◆ بررسی نقش رسانه‌های جمعی در کاهش موانع ...

9. تغییر نگرش نسبت به رسانه‌های جمعی به عنوان فرصت و نه تهدید برای توسعه فرهنگی؛
10. تمرکز بر جنبه تربیتی نقش رسانه‌های جمعی؛ نظیر رشد شخصیت افراد در ابعاد مختلف، ایجاد ارتباط بین افراد و جامعه، کمک به افراد در فرایند سازگاری با جهان متغیر پیرامون و مواردی از این قبیل؛
11. فراهم کردن اطلاعات فنی درباره مشکلات توسعه در پاسخ به درخواستهای محلی به کمک رسانه‌های جمعی؛
12. تقویت توجه به آداب و رسوم و سنتها و تلاش برای سازگار کردن ارزشها و هنجارهای جامعه سنتی با ارزشهای جامعه مدرن.



منابع

- ازکیا، مصطفی و غلامرضا غفاری (1384). جامعه‌شناسی توسعه. تهران: کیهان، چ دوم.
- اسدی، علی (1378). «جامعه‌شناسی توسعه». مجموعه مقالات مدیریت توسعه. ش 9. مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- اسلامی ندوشن، محمدعلی (1371). فرهنگ و شبه‌فرهنگ. تهران: یزدان.
- احمدزاده کرمانی، روح‌الله (1390). بازاندیشی در فرهنگ و رسانه. تهران: چاپار. چ اول.
- امینی فسخودی، عباس (1389). «تحلیلی بر وضعیت رفتارهای فرهنگی در نواحی روستایی کشور». پژوهشهای روستایی، دوره اول، ش 3: 53-82.
- ایزدی، محمدعلی (1362). نجات از ظلم، نجات از جهل، نجات از فقر. تهران: بیتا.
- بابایی فرد، اسدالله (1389). «توسعه فرهنگی و توسعه اجتماعی در ایران». رفاه اجتماعی، سال دهم، ش 37.
- بشیریه، حسین (1379). نظریه‌های فرهنگ در قرن بیستم. تهران: مؤسسه فرهنگی آینده پویان.
- توحیدفام، محمد (1386). موانع توسعه فرهنگی. تهران: روحبخش.
- توسلی، غلامعباس (1373). «جامعیت مفهوم توسعه و رابطه آن با فرهنگ». فرهنگ و توسعه، ش 15.
- جمالزاده، سید محمدعلی (1380). «خلفیات ما ایرانیان». مسائل ایران، 4: 2-81.
- حاجیانی، ابراهیم (1391). برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک فرهنگی شهر (ماتریس فرهنگی شهر تهران). تهران: تیسرا. به سفارش اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران.
- حافظیه، علی (1990). علل سقوط شاه. لس‌آنجلس: مؤسسه مطالعات و تحقیقات خاورمیانه.
- حصاری، فرهاد؛ فاطمه رستمی، سید احمد خسروی و روح‌الله جلیلیان (1392). «بررسی موانع فرهنگی مؤثر بر توسعه اقتصادی ایران». دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی.
- دادگران، سید محمد (1390). مبانی ارتباطات جمعی. تهران: مروارید. چاپ چهاردهم.
- دفت، ریچارد ال. (1378). مبانی تئوری و طراحی سازمان. ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- دفلور، ملوین و اورت ای. دنیس (1387). شناخت ارتباطات جمعی. ترجمه سیروس مرادی و ناصر باهنر. تهران: صدا و سیما، چ دوم.
- رضایی، علی‌اکبر؛ سید رضا صالحی امیری و علی‌اصغر رفیعی‌نژاد (1390). «موانع فرهنگی توسعه سیاسی در ایران و ارائه راهکارهای مدیریتی در این حوزه». نشریه مدیریت فرهنگی، دوره 5 شماره 11. صص 15-31.
- ساروخانی، باقر (1380). جامعه‌شناسی ارتباطات. تهران: سروش. چ اول.
- ساروخانی، باقر (1392). روشهای تحقیق در علوم اجتماعی، جلد اول (اصول و مبانی). تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، چ هفدهم.
- سالار، محمد (1384). «چشم‌انداز توسعه فرهنگی ایران در افق بیست ساله». علوم سیاسی و اندیشه انقلاب اسلامی، ش 14-13: 162-177.

بررسی نقش رسانه‌های جمعی در کاهش موانع ... ♦ 443

- سرمدی، عباس (1369). داستان سیاوش از شاهنامه فردوسی. تهران: ققنوس. چ دوم.
- ستاری، جلال (1364). زبان افسری افسانه‌ها. تهران: قاموس. چ اول.
- سورین، ورنر. جی و تانکارد، جیمز دبلیو (1388). نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: دانشگاه تهران. چ چهارم.
- شیخ‌نیا، محمدرضا (1383). مدیریت فرهنگی صلح. تهران: نگاه دانش.
- صادقی، یوسف و حسین خنیفر (1395). «بررسی نقش فرهنگ در اعتقاد و تعهد مدیران سازمانهای دولتی به مدیریت راهبردی (مطالعه بخش توزیع صنعت برق مدیران شرکت توزیع نیروی برق استانهای قم، زنجان، یزد و کهگیلویه و بویر احمد)». مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره چهاردهم، ش 1: 47-72.
- طباطبایی، سید جواد (1372). «تاملاتی در رویارویی فرهنگ ایران و غرب». مجموعه مقالات کنفرانس تهاجم فرهنگی. تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.
- عظیمی، فخرالدین (1371). «عالی و آدمی از نو: زمینه‌های فکری و تحقق تاریخی فرهنگ و جامعه مدرن». نگاه نو، ش 9: 18-29.
- فروند، ژولین (1362). جامعه‌شناسی ماکس وبر. ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر. تهران: نیکان.
- فکوهی، ناصر (1379). از فرهنگ تا توسعه. تهران: فردوسی.
- فکوهی، ناصر و روح‌الله نصرتی (1390). «مطالعه جامعه‌شناختی - انسان‌شناختی فرهنگ قومی - جماعتی برخی از مناطق آذری‌نشین ایران و نقش آن در توسعه اقتصادی - فرهنگی». مطالعات جامعه‌شناختی، ش 18: 105-128.
- قادری، امیر (1387). عوامل کم‌رنگ شدن مرزهای فرهنگی و تأثیر آنها بر فرهنگ شهری در شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت شهری. دانشگاه تهران.
- کاظم‌زاده، موسی و کمال کوهی (1389). «نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی». نشریه نامه پژوهش فرهنگی. شماره 44. صص 183-212.
- لال، جیمز (1379). رسانه‌ها، ارتباطات، فرهنگ با رهیافتی جهانی. ترجمه مجید نکودست. تهران: مؤسسه ایران.
- لعل، دیپاک (1382). «اقتصاد توسعه و مالیه: فرهنگ، دموکراسی و توسعه، تأثیر نهادهای رسمی و غیر رسمی بر توسعه». ترجمه وحیده هادی و اصلان قودجانی. مجله اقتصادی، ش 24-23: 22-32.
- لهسایی‌زاده، عبدالعلی (1382). جامعه‌شناسی توسعه. تهران: دانشگاه پیام نور.
- مختاری، محمد (1369). اسطوره زال. تهران: آگه.
- موسایی، میثم (1388). «رابطه توسعه اجتماعی و توسعه اقتصادی». راهبرد توسعه، ش 20: 96-117.
- نقوی، محمدرضا؛ ابوذر پایدار و یاسر قاسمی (1391). «بررسی و تحلیل نقش فرهنگ در توسعه روستایی با رویکرد توسعه پایدار». علوم اجتماعی: مهندسی فرهنگی، ش 68-67: 107-93.
- وینر، مایرون (1355). نوسازی جامعه. ترجمه رحمت‌الله مراغه‌ای. تهران: شرکت سهامی کتابهای جیبی.
- یونسکو (1379). فرهنگ، خلاقیت و بازار: گزارش جهانی فرهنگ. تهران: کمیسیون ملی یونسکو در ایران.
- Ahmadzadeh kermani, rohollah (2011). **Revision in culture and media.** Tehran: chapar.

- Amini faskhoodi, abbas (2010). **An analysis of cultural behaviors in rural areas of Iran**. Village researches: N:3; 53-82.
- Asadi, Ali (1999). **Sociology of Development. Development management articles .N.9** ; state management education center .
- Azimi, fakhr-oddin (1992) **the universe and man again; intellectual bases and historical realization of modern culture and community**, neghahe no, N: 9. P: 18-29.
- Azkia, mostafa and ghaffari ,gholamreza (2005). **Sociology of Development**. Tehran: keyhan.
- Babaee fard, Asadollah (2010). **Cultural and social development in Iran**. Refahe ejtemaee : n:37.
- Bashirieh, hossein (2000). **Cultural theories in 20 Th. Century**. Tehran: ayandeh pazhoohan cultural institute.
- Bornstein, Marc H. (2009). **Handbook of Cultural Development Science**. Published in Psychology Press. Taylor & Francis Group. New York, London.
- Clammer, John. (2013). **Culture, Development and Social Theory**. Published in United Nations University: Zed Book Publisher.
- Dadgaran, seyed Mohammad (2011) **essentials of mass communication**, Tehran: morvarid. Fifth Ed.
- Daft, L. Richard (1999) **Essentials of organizational theory and Design**, Translated into Persian by Ali parsaian and Mohammad arabi, Tehran: cultural reseaches office.
- Eslami Nodooshan, Mohammad Ali (1992). **Culture and Sub-culture**. Tehran: yazdan.
- Fakohi, Naser (2000) **from culture to development**, Tehran: ferdousi
- Fakohi, Naser and roholah Nosrati (2011) **a socio-Anthropological study of Ethnic-Community culture in some Azari provinces and it, s role in cultural-economic development**, sociological studies: N: 18. P: 105-128.
- Freund, julien (1983) **sociologie de max weber**, translated into Persian by abdolhossein nik gohar, Tehran: nikan.
- Ghaderi, amir (2008) **the factors of cultural rigions decay and it, s role on urban culture in Tehran** , M.A. thesis; urban management; Tehran university.
- Hafezieh, Ali (1990). **The reasons for the fall of shah** . Los Angeles: Middleast research and studies institute.
- Hajiani, ebrahim (2011). **Planning and cultural strategic management of the city (cultural matrix of Tehran)** . Tehran: Tisa.
- Haustein, Sonja; Thomas A. Sick Nielsen (2016). **“European Mobility Cultures: A Survey-Based Cluster Analysis across 28 European Countries”**. *Journal of Transport Geography*, No. 54: 173-180. Contents List available at Science Direct.
- Herskovits. M.Y. (1985). **Cultural Anthropology**. New York: Knopf.

- Hesari, farhad and others (2013). **The effective cultural abstacles of Iran economic development**. Second management international conference: entrepreneurialship and economic development
- Hofstede, G. (1991). **Cultures Consequences: International Differences in Work-Related Values**. Beverly Hills: C.A. SAGE Publication.
- Izadi, Mohammad Ali (1983). **To be rescued from tyranny, ignorance and poverty**. Tehran: keyhan.
- Jamal zadeh, Mohammad Ali (2006). **Humor of us- Iranian**. Iran affaires: 4; 2-81.
- Kazem zadeh, moosa and kamal koochi (2010) **the role of modern mass communication media in cultural development**, cultural research journal, N: 44. P: 183-212.
- Lahsae, abdolali (2003) **the sociology of development**, Tehran: payame noor university.
- Lal, deepak (2003) **the economy of development and finance: democracy and development, the effect of official and none official organizations on development**, translated by vahideh hadi and aslant ghood jani; economic magazine, N: 23-24. P: 22-32.
- Lee, Jung-Chieh; Yih-Chearng Shiue & Chung-Yang Chen (2016). **“Examining the Impacts of Organizational Culture and Top Management Support of Knowledge Sharing on the Success of Software Process Improvement”**. *Computer in Human Behavior*, No. 54: 462-474. Available online at www.sciencedirect.com.
- Lull, James (2000) **media, communication, culture**, translated into Persian by majid nekoodast, Tehran: Iran institute.
- Melvin, L. Deflew, Everette E. Dennis (2008) **Understanding mass communication**, Translated into Persian by siroos moradi and naser bahonar, Tehran: broadcasting organization Pub.
- Mokhtari, Mohammad (1990) **myth of zal**, Tehran: aghah.
- Moosae, meysam (2009) **the relation between social and economic development** , development strategy journal, N: 20. P: 96-117.
- Naghavi, Mohammad reza and others (2012) **the role of culture in rustic development** , social sciences: cultural engineering, N: 67-68. P: 93-107.
- Nakhaei, Hamid & Asma Esmailzade (2011). **“The Study of Cultural Development Obstacles of Capital Market in Iran”**. *International Conference on Financial Management and Economics*. Vol. 11, Lacsit Press, Singapore.
- Okpara, John O. (2014). **“The Effects of National Culture on Managers' Attitudes toward Business Ethics”**. *Journal of Accounting & Organizational Change, Emerald Insight*, Vol. 10, Iss. 2: 174-189.
- Pagell, Mark; Jeffrey P. Katz & Chwen Sheu (2005). **“The Importance of National Culture in Operations Management Research”**. *International*

Journal of Operations & Production Management Emerald Insight, Vol. 25, Iss 4: 371-394.

- Rezaee, Ali Akbar and others (2011) **the cultural abstacles of political development in Iran and management solutions**, cultural management journal, N: 11. P: 15-31.
- Rogers, Paul & Paul Meehan (2007). **“Building a Winning Culture”**. *Business Strategy Series. Emerald Insight*. Vol. 8. Iss 4: 254-261.
- Sadeghi, yoosof and hossein khanifar (2016) **the role of culture in beliefs and promises of governmental organizations managers in strategic management**, organizational culture management, N: 1. P: 47-72.
- Salar, Mohammad (2005) **cultural development of Iran in 20 –year perspective**, political sciences and Islamic revolusion thought, N: 13-14. P: 162-177.
- Sarmadi, abbas (1990) **Siavoush story from ferdousi, s shahnameh**, Tehran: ghoghnoos
- Sarookhani, bagher (2001) **sociology of communication**, Tehran: souroosh
- Sarookhani, bagher (2013) **Research methods in social sciences**, vol: 1; Tehran: cultural studies and human sciences research school.
- Sattari, jalal (2013) **the majestic language of mythes**, Tehran: ghamoos.
- Severin Werner and J.tankard (2009) **communication theories**, translated by A.Dehghan.Tehran; university of Tehran press, 4 th edition.
- Sheikh Nia, Mohammad reza (2004) **peace cultural management**, Tehran: neghahe danesh
- Tabatabaee, seyed javad (1993) **meditations in clash between Iran and western culture**, cultural invasion conference (collection of articles), Tehran; social sciences faculty of allameh Tabatabaee University
- Tavassoli, gholam abbas (1994). **The comprehensiveness of Development and it, s relation with culture**. Culture and development: N15.
- Toohid fam, Mohammad (2006). **The abstacles of cultural Development**. Tehran: rooohbakhsh.
- UNESCO (2000) **culture, Creativity and market: world cultural report**, Tehran: UNESCO national commission in Iran.
- Weiner, Myron (1976) **modernization of community**, translated into Persian by rahmatollah maraghehee, Tehran: Pocket Books Corporation.
- Yeganeh, Hamid & Zhan Su (2007). **“Comprehending Core Cultural Orientations of Iranian Managers”**. *Cross Cultural Management: An International Journal. Emerald Insight*. Vol. 14. Iss 4.

