

تقدیر برکت

# رسانه، توسعه و سیاست‌گذاری رسانه‌ای



- عنوان: رسانه، توسعه و سیاست‌گذاری رسانه‌ای
- نویسندگان: عبدالحسن کلانتری و پیام روشنفر
- تهران؛ ۱۳۸۶
- ناشر: طرح آینده، ۲۲۷ صفحه
- اعظم ده‌صوفیانی

این کتاب دارای دو بخش اصلی است. بخش اول که مروری بر ادبیات توسعه و توسعه‌ی روستایی نام دارد شامل دو فصل است: فصل اول: توسعه و فصل دوم: توسعه‌ی روستایی.

بخش دوم کتاب تحت عنوان رسانه و توسعه، سه فصل دارد که به قرار زیر است: فصل سوم: رسانه، توسعه و سیاست‌گذاری رسانه‌ای، فصل چهارم: رادیو توسعه‌ی روستایی و فصل پنجم: مروری بر سیاست‌های رسانه‌ای در برنامه‌های عمرانی. در انتهای کتاب نیز منابع و مأخذ ذکر شده است.

نویسندگان در فصل اول کتاب، ابتدا به پیدایش اندیشه‌ی توسعه پرداخته و سپس مکاتب و نظریه‌های توسعه، شامل: مکتب نوسازی، مکتب وابستگی و نظام جهانی، نهاد گرایی، ساختارگرایی، نیازهای پایه، نئولیبرالیسم، توسعه‌ی قابلیت‌های انسانی و توسعه‌ی پایدار. اندیشمندان این مکاتب، حوزه‌ی عملکرد آنها و نقش دولت در هر کدام از این مکاتب نیز از دیگر موارد مطرح شده در این فصل است.

کتاب  
ولید محمدی

شماره ۸  
آبان ۱۳۸۷

روستایی، به نظر می‌رسد علاوه بر اینکه رسانه‌ها در فرایند توسعه و بومی سازی آن مفیدند، رادیو با توجه به ویژگی‌های خاص آن، می‌تواند نقش بی‌بدیلی در مسیر توسعه داشته باشد.

فصل پنجم؛ مروری است بر سیاست‌های رسانه‌ای رادیو تلویزیون در پنج برنامه‌ی عمرانی پیش از انقلاب اسلامی و چهار برنامه‌ی توسعه‌ی جمهوری اسلامی ایران. در این فصل، نویسندگان پس از بیان نقشی که رسانه‌ها و بخصوص رادیو و تلویزیون در برنامه‌های عمرانی و توسعه‌ی آن داشته و دارند و نیز ذکر آمار و ارقام در خصوص توسعه‌ی کمی و کیفی این رسانه‌ها، به نقد این برنامه‌ها و ذکر کم و کاست آن، پرداخته‌اند.

در نهایت نیز فهرستی از منابع فارسی و لاتین در ۱۷ صفحه آمده است که بیانگر صداقت نویسندگان در ذکر مطالب کتاب است.

نقد صوری: اندازه‌ی حروف، کوچک و فاصله‌ی بین سطرها نیز کم است. به طوری که خواندن را مشکل می‌کند.

نقد محتوایی:

۱- در هر فصل، آیتام مطالب آن در جدول‌هایی خلاصه شده است. ارائه‌ی شماتیک مطالب به این صورتن درک و فهم آن را آسانتر و سریعتر می‌کند و این یکی از نکات مثبت این کتاب است.

۲- هرچند که مطالب بعضی از فصل‌های کتاب چندان جدید نیست و مطالبی است که در کتاب‌های ارتباطات به کرات یده می‌شود، اما نویسندگان توانسته‌اند مطالب مروط به توسعه و سیاستگذارهای رسانه‌ای را به خوبی گردآوری و جمع‌بندی کنند. از این رو، این کتاب می‌تواند یک منبع تکمیلی برای دروس ارتباطات و توسعه و سیاست‌گذاری‌های ارتباطی باشد.

فصل دوم، مروری اجمالی بر ادبیات توسعه‌ی روستایی دارد و مدل‌ها و راهبردهای توسعه‌ی روستایی را بررسی می‌کند. این فصل پس از تفکیک نظریات و مکاتب توسعه، به سه دسته‌ی برون‌زا، درون‌زا و تلفیقی، ه اهداف و کانون توجه این مکاتب می‌پردازد. همچنین اشاره می‌کند بر اینکه فرایند توسعه در هریک از این مکاتب، خودانگیخته و غرب‌محور یا برانگیخته و متکثر است و نیز دیدگاه‌ها نسبت به توسعه‌ی روستایی، در این مکاتب فرعی و تبعی است و یا بر مبنای اصلاحات ارضیو فقر زدایی روستایی.

در این فصل همچنین به سه راهبرد توسعه‌ی روستایی اشاره می‌شود:

۱- راهبردهای توسعه‌ی روستایی در نگاه لی و چودری، شامل تکنوکراتیک، اصلاح‌طلبانه و رادیکال.

۲- راهبردهای توسعه‌ی روستایی بر اساس کارگزار توسعه از نظر اسمان و آپهوف، شامل دولتی، خصوصی و تعاونی.

۳- راهبردهای توسعه‌ی روستایی براساس برنامه‌های توسعه‌ی توسعه‌ی عمرانی شامل نیازهای اساسی، روستا-شهر، طرح اوجامای ناپیره، الگوی عبیداء... خوان و توسعه‌ی همه‌جانبه.

فصل سوم کتاب به این سؤال می‌پردازد که رسانه، چه تأثیری بر تغییرات اجتماعی دارد و متقابلاً تغییرات اجتماعی، چه تأثیری بر رسانه خواهد گذاشت؟ برای پاسخ به این سؤال، به طبقه‌بندی مک‌کوایل که بر اساس مدل روزنگرن انجام شده است، اشاره می‌کند. در ادامه نیز به بررسی سه دسته نظریه‌ی ارتباطات و نوسازی، ارتباطات و وابستگی و دیدگاه‌های آلترناتیو به ارتباطات و توسعه، می‌پردازد.

در آخر، بحث ارتباطات و سیاستگذاری را مطرح کرده و در آن به توسعه‌ی فرهنگین مدل‌های سیاستگذاری فرهنگی، سیاستگذاری‌های رسانه‌ای و پارادایم‌های توسعه و نسبت دولت و رسانه‌ها، اشاره می‌کند.

فصل چهارم به بررسی رابطه‌ی رادیو با توسعه می‌پردازد. در این فصل آمده است: "استفاده از وسایل ارتباط جمعی برای توسعه، به‌ویژه توسعه‌ی روستاها، ابتدا در کشورهای غربی و به‌وسیله‌ی رادیو آغاز شد... و هنوز هم با توجه به ارزانی تولید و پخش و نیز با توجه به گستردگی پوش رادیویی و ارزانی گیرنده‌های رادیویی، این رسانه یکی از مهمترین ابزارهای ارتباطی، آموزشی و توسعه‌ای در کشورهای توسعه نیافته است." در ادامه به تجربیات کشورهای فیلیپین، اکوادور، هند، گوآتمالا، سیرالئون، السالوادور، بورکینافاسو، بولیویون نیجریه و کامبوج در زمینه‌ی استفاده از رادیو در جهت اهداف ملی و توسعه‌ای، بالاخص توسعه‌ی روستایی اشاره می‌کند. در نهایت، در این فصل، نویسندگان معتقدند: رادیوهای محلی در انتقال ارزش‌های توسعه‌ای، بالاخص در روستاها موفق بوده‌اند. در ادامه بیان می‌کنند که با توجه به کاربست‌های مختلف رادیو در مباحث توسعه‌ای، به‌ویژه توسعه‌ی