

بررسی نقش مطبوعات در توسعه پایدار کشور

دکتر سید محمد دادگران^۱

مینو بدیعی دزفولی^۲

چکیده

هدف از انجام این پژوهش تبیین نقش مطبوعات در توسعه پایدار کشور است. روش تحقیق در این مقاله، تلفیقی از روش‌های کمی و کیفی با کارگیری ابزارهای مصاحبه و پرسشنامه است. در این مقاله پرسش‌های اساسی بدین شکل مطرح شد که آیا اساساً اهداف و برنامه‌های توسعه پایدار در ایران قابل پیاده شدن است؟ در این زمینه رسانه‌های سنتی و مکتوب با توجه به حضور گسترده رسانه‌های نوین چه نقش و رسالتی می‌توانند داشته باشند؟

به منظور پاسخگویی به پرسش‌های اساسی پژوهش و طراحی مدل مورد نظر، جامعه آماری هدفمند مرکب از دو گروه مشخص شد افراد جامعه آماری در جدول مورگان و براساس فرمول کوکران و با در نظر گرفتن ۵٪ خطا و حجم نمونه ۱۰۸ تن مشخص شد در گروه اول ۱۷ نفر از استادان علوم ارتباطات حضور داشتند و در گروه دوم ۹۳ تن از خبرنگاران و نویسندگان روزنامه‌های همشهری، کیهان، اطلاعات و قدس به سؤالات پرسشنامه پاسخ دادند.

تجزیه و تحلیل دیدگاه‌های منفی در مدیریت مصاحبه‌شوندگان با استفاده از روش استقرای تحلیلی انجام گرفت و براساس هر سؤال مصاحبه عمقی جداول کیفی تنظیم شد و سپس داده‌های کیفی به دست آمد، در یک پرسش‌نامه ۵ گونه لیکرتی مرکب از ۹ سؤال بسته و یک پرسش باز تهیه و تدوین شد.

نتیجه‌گیری کلی یافته‌های پژوهش نشان داد که خبرنگاران ۴ روزنامه کیهان، همشهری، قدس و اطلاعات بر این باورند که مفاهیم اساسی روزنامه‌نگاری توسعه که ابزار اصلی پیشبرد اهداف فرهنگی و اطلاع‌رسانی توسعه پایدار است در حد بسیار کم تا متوسط در این چهار روزنامه پیگیری می‌شود.

نتایج یافته‌ای تحلیلی هم بیانگر آن است که مدل مطبوعات توسعه یافته که بتواند اهداف توسعه پایدار را دنبال کنند شامل مدلی است که علاوه بر اینکه از حق آزادی بیان، حق آزادی تبادل اطلاعات برخوردار است کثرت‌گرا بوده و دارای استقلال حرفه‌ای است در مدل مورد نظر، مردم نقش بسیار فعالی دارند. در قالب تشکلهای مدنی و انجمن‌های منفی در مدیریت مشارکتی جامعه حضور دارند.

واژگان کلیدی: مطبوعات، توسعه پایدار، مدیریت فرهنگی، نوسازی

۱ - دانشیار و عضو هیات علمی رشته علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

۲ - دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی امور فرهنگی واحد علوم و تحقیقات دانشگاه خوارسگان اصفهان

مقدمه:

با آغاز عصر رنسانس صنعتی و ایجاد تغییر اساسی اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و... کشورهای غربی، رشد، توسعه، افزایش تولید و مصرف کالاها به عنوان مفاهیم بسیار مهم در زندگی بشر تلقی شد. در این میان مطبوعات به عنوان مادر رسانه‌های نوین امروز، همچون سایر پدیده‌های فراگیر اجتماعی- فرهنگی همگام با توسعه صنعتی حرکت کردند.

در عین حال شتاب در توسعه صنعتی و دستیابی به رشد و افزایش تولید و رسیدن به سطح رفاه بیشتر موجب شد که طبیعت و محیط زیست دستخوش مخاطرات جدی شود تأکید زیاد بر نظریه‌های توسعه ارتباطات و همچنین بهره‌گیری از طرح‌ها و برنامه‌های اقتصادی- اجتماعی گوناگون در تمامی دنیا نیز نتوانست گره از مشکلات تخریب محیط‌زیست و بحران‌های مختلف سیاسی اجتماعی را در سراسر دنیا بگشاید.

از دهه ۹۰ میلادی و با شروع قرن بیست و یکم با تغییرات و دگرگونی‌های اساسی که در مفاهیم توسعه روی داد نظریه‌های مربوط به توسعه پایدار به شکل گسترده‌ای به ویژه در جهان سوم مطرح شد.

در ایران نیز همراه با طرح‌ها و سیاست‌های جهانی توسعه موضوع توسعه پایدار به عنوان یکی از عوامل مهم در جلوگیری از تخریب محیط‌زیست و ایجاد فرهنگی بین سیاست‌های توسعه اقتصادی- اجتماعی و سایر طرح‌ها و برنامه‌های رشد مورد توجه قرار گرفت.

از آغاز دهه ۸۰ شمسی اجزای طرح توسعه پایدار به شکل مدون و زیربنایی در ایران دنبال شد. در همان حال برای ترویج، تبلیغ و اشاعه فرهنگ توسعه پایدار و اطلاع‌رسانی در مورد آن به نقش رسانه‌های مکتوب توجه ویژه‌ای شد. در حال حاضر با وجود پیشرفت فراوان علوم ارتباطی و اطلاع‌رسانی هنوز هم در بین رسانه‌های همگانی، جراید به ویژه روزنامه‌ها سودمندترین، فراوان‌ترین و سیله برای بالا بردن سطح آگاهی افراد جامعه و مبارزه با جهل و بی‌خبری به شمار می‌آید (یوسفدهی، ۱۳۹۰، ۵).

به کارگیری تفکر رسانه محوری رسانه اقتصاد، نقش رسانه را در تعاملات بین بازیگران اقتصادی مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد رسانه‌ها در حقیقت به عنوان بستر برخورد تولیدات و تقاضا در بازارهای غیرشخصی حمل می‌کنند. از حروف الفبای خط میخی «بابل‌ها» تا «بیت» اینترنت، رسانه‌ها قابلیت بستن قرارداد و تجارت را به شکل عمومی داشته‌اند. از این رو، رسانه‌ها به ویژه مطبوعات همیشه بخش مهم، و بدیهی اقتصاد مدرن بوده‌اند.

نظام رسانه‌های مبتنی بر بازار و توسعه پایدار، با گسترش روز افزون فن‌آوری جایگاه خود را مستحکم‌تر می‌کند و در نهایت به قسمت بازار پیچیده‌ای می‌رود که متکی بر حمایت مصرف‌کننده است.

رسانه‌ها در این نظام به مانند بخشی از فلسفه وجودی جامعه لیبرال که مبتنی بر بازار است عمل می‌کند در نهایت پارادایسی؟ متشکل از مفاهیمی همچون جهانی سازی اقتصادی، بازارهای تجارت آزاد جهانی (GATT)، موافقت‌نامه عمومی تعرفه و تجارت، صندوق بین‌المللی پول (IME) و ... شکل می‌گیرد که تأثیر خود را در اداره، نوع وظایف و در نهایت محتوای رسانه‌ای به شکل بارز و مشخصی محال می‌کند.

بدیهی است که هر جامعه‌ای برای دستیابی به پیشرفت و توسعه ضروری است که مفاهیم اساسی توسعه را در چارچوب نظام و سیستم بازار آزاد و «لیبرالیسم نو» بشناسد. مردم در مورد راه‌های مختلف ایجاد تغییرات متناسب با نظام جدید اقتصادی، باید اطلاعات لازم را داشته باشد. اهمیت رسانه‌های همگانی به ویژه مطبوعات در تحول و دگرگونی در حدی است که این مسائل، پشتوانه و زیربنای تغییرات اجتماعی در توسعه ملی به شمار می‌روند (رادش، ۲۰۰۵).

پیشینه تحقیق

- در ایران از سال‌های پیش از انقلاب ۲۲ بهمن ۱۳۵۷ بحث ارتباطات توسعه و نقش روزنامه‌نگاری در زمینه توسعه پایدار مورد توجه پژوهشگران در داخل و خارج از کشور بوده است.
۱. در قبل از انقلاب ۵۷، یکی از نخستین آثاری که از دریچه ارتباط به توسعه ایران نگاه کرد کتاب، گذر از جامعه سنتی، نوسازی خاورمیانه اثر انیل لوفر بود.
 ۲. لئوبانیدر، اثری با عنوان «ایران، توسعه سیاسی» را به رشته تحریر درآورد.
 ۳. علی محمدی با عنوان «ارتباطات پشتیبان توسعه و مراکز تعلیماتی برای نواحی روستایی در ایران، ر ساله آمریکایی را در سال ۱۹۷۷ میلادی در رشته تعلیم و تربیت به دانشگاه کلمبیا و نیویورک ارائه کرد.
 ۴. در سال ۱۳۴۸ کتاب «ارتباط جمعی و رشد ملی» به قلم ابراهیم رشیدپور نقش روزنامه، رادیو، فیلم و تلویزیون را بررسی کرد.
 ۵. آنابل سریرنی «در سال ۱۹۸۵ پایان‌نامه خود را در دانشگاه کلمبیا نیویورک با عنوان قدرت، سنت، ارتباطات و انقلاب، به رشته تحریر درآورد.
 ۶. پژوهش، لاکشما نارائو، محقق هندی تحت عنوان ارتباط و توسعه مطالعه‌ای درباره دو روستای هند در سال ۱۹۶۶ از سوی دانشگاه نیوسوتا منتشر شد.
 ۷. معصومه ابتکار دارای کتاب صلح طبیعی و اخلاقیات به زبان انگلیسی است که در زمینه زیست و توسعه پایدار در سال ۱۳۸۳ نوشته شده است.
 ۸. تحقیق آزادی مطبوعات و توسعه به وسیله گارنیا گوسوا^۴ و همکارانش در سال ۲۰۰۸ میلادی انجام شد.
 ۹. تحقیق دیگری از سوی «النوبرد»^۵ «ریچارد نوتز»^۶ و «کریستین واردیک»^۷ تحت عنوان رسانه به عنوان شریک و همراه برای آموزش توسعه پایدار با حمایت یونسکو به انجام رسید.
 ۱۰. در دسامبر ۲۰۰۹ مقاله‌ای به وسیله «تربیک بانری»^۸ نتشار یافت که عنوان آن «عوض شدن آب، هوا و توسعه پایدار بود.
 ۱۱. پیکارد^۹ به موضوع مداخله دولت در بازار سازمان‌های رسانه‌ای پرداخته است و اینکه چگونه دولت‌ها، جریان بازار رسانه‌ها را از طریق قوانین و مقررات و همچنین یارانه‌ها و امتیازهای ویژه را هدایت کرده و اهداف اجتماعی را ارتقاء می‌بخشد.
 ۱۲. گرشون به مسأله رشد و افزایش شرکت‌ها و سازمان‌های رسانه‌ای فرامیلتی با تأکید به موضوع کنکاش، تدوین راهبرد پرداخته است.

۴ Monina Gouseva

۵ Elegnon Brid

۶ Richard Lutz

۷ Chzistine wanwick

۸ Taniq Banun

۹ Picand, 1989

۱۳. لاورین و واکن^۹ برخی از عواملی را که سازمان‌های رسانه‌ای را از دیگر سازمان‌ها متمایز می‌کند مانند ماهیت محصول نوع کارکنان متغیرهای سازمانی ویژه و نقش منحصر به فرد سازمان‌های رسانه در جامعه را مشخص می‌کند. (فرهنگی، روشندل ۱۳۸۸:۱۰۳)

چارچوب نظری تحقیق

۱- توسعه پایدار

بنا بر پژوهش مالی بانک جهانی «توسعه پایدار: فراگرد اداره مجموعه‌ای از دارایی‌های مردم برای حفظ و فنی کردن فرصت‌هایی است که با آنها روبه‌رو می‌شوند. این دارایی‌ها تنها سرمایه‌های فیزیکی نیستند بلکه سرمایه‌های طبیعی و انسانی را نیز شامل می‌شوند. برای اینکه توسعه پایدار در جامعه‌ای به وجود آید باید بتواند به رشد یا حتی حفظ سرمایه‌های موجود (فیزیکی، طبیعی و انسانی)، کمک کند. غنای مادی و فضای زیست‌محیطی به مثابه دو نشانگر یا شاخص توسعه پایدار هستند که این شاخص نشان می‌دهند که کشورهای ثروتمند باید در نحوه تولید و مصرف صرف‌نظر از تغییرات ناشی از دوره مابعد صنعتی تجدیدنظر کنند. (سوبرتینا، ۱۳۹۰:۱۵۶)

معنای توسعه برای نخستین بار به عنوان یک مفهوم به وسیله ابن خلدون متفکر اجتماعی مسلمان در مقدمه کتاب «دیب‌چهای بر تاریخ» تشریح شد.

بررسی این معنا در فرایند توسعه اجتماعی به عنوان معنایی از پویایی اقتصادی در تاریخ بشر، ابتدا به وسیله آدام اسمیت^{۱۰} و سپس از سوی دیوید ریکاردو^{۱۱} و انبوهی از متفکران اقتصادی دیگر ادامه یافت. کارل مارکس اقتصاددان و جامعه‌شناس آلمانی در زمینه مفهوم توسعه، هم از اندیشمندان سوسیالیست آرمانگرا و هم از اقتصاددانان لیبرال پیشی گرفت و یک نظریه فراگیرانه توسعه اقتصادی را بر پایه ماتریالیسم دیاکتیک و تضاد طبقاتی به وجود آورد.^{۱۲}

به طور کلی می‌توان گفت توسعه هم به عنوان یک فرایند و اندیشه کلی، هم به معنای یک مفهوم که برای اشاره به چندین پدیده تکاملی یا انقلابی خاص نظیر تجددگرایی، ملی‌گرایی، بسط و گسترش تکنولوژی استفاده شده است.

روستو^{۱۳} نظریه‌پرداز توسعه، رشد را در قالب ۵ مرحله سنتی شرایط، نیاز، مرحله خیر، حرکت، صعود به سمت بلوغ و در حد بالایی از مصرف انبوه معرفی می‌کند.

۲- دیدگاه‌های مختلف در روزنامه‌نگاری توسعه

به طور کلی سه دیدگاه درباره روزنامه‌نگاری توسعه وجود دارد که شامل موارد زیر است:

الف- نظریه مسئولیت اجتماعی

ب- دیدگاه دموکراسی مشارکتی

ج- روزنامه‌نگاری اجتماعی گرا

^۹ Lavin & wacmon

^{۱۰} Adam smith

^{۱۱} David Ricardo

^{۱۲} Karl Marx, Hoamidmowlama Lavizej wilso

^{۱۳} Rostow

الف: نظریه مسئولیت اجتماعی

این نظریه بر این باور است که روزنامه‌نگاران در تولید اطلاعات کامل، صریح، مفید و متعهد هستند، با این همه مطبوعات تحت فشار و محدودیت قرار دارند که از سوی حکومت و منافع تجاری تحلیل شده است.

ب: مدل دموکراسی - مشارکتی

این مدل رسانه‌ای با ویژگی‌های مغناطیسی کم و بدون تمرکز ترسیم می‌کند که مالکیت و اجرای آن در دست کاربران است. فرضیه این مدل این است که رسانه‌های بزرگ، مرکزی و تجاری به اندازه کافی پاسخگوی نیازهای مخاطبان خاص نیستند و ارتباط‌گرایی حرفه‌ای نقش کوچکی در فرایند ارتباطات دارند.

مدل مزبور که از سوی مک کویل (۱۲۲-۱۹۸۷:۱۲۳) بیان شده بر این باور است که این مدل یک ترکیب التفاطی از عناصر نظریه‌ای آزادی‌گرایی، آرمان‌گرایی سوسیالیسم، مساوات‌طلبی، محیط‌گرایی و محلی‌گرایی است.

ج: روزنامه‌نگاری اجتماعی گرا

این مدلی است که چند عامل را نظیر متغیر مشغله فکری روزنامه‌نگاری به وسیله دوگانگی، علم‌گرایی و فردگرایی را به همراه روزنامه‌نگاری تو سعه ارائه می‌کند. این مدل روزنامه‌نگاران را وامی‌دارد که نقش محوری را در ساخت هویت‌های اجتماعی و نقد بر روابط قدرت نابرابر و توزیع منابع داشته باشند. چنین مدلی روزنامه‌نگاران را تشویق به ارتقای نقش مشاهده‌گر بی‌طرف در هنگام گزارش یک رفتار می‌کند که تغییر اجتماعی ترقی را به شکل عمومی بررسی و تحقیق کرده و به لحاظ تاریخی - فرهنگی برنامه‌ریزی کنند.

۳- مقایسه مدل‌های مختلف روزنامه‌نگاری (جدول یک)

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول یک- مقایسه ۳ مدل روزنامه‌نگاری توسعه

اصول زیربنایی	مدل مسئولیت اجتماعی	مدل دموکراسی مشارکتی	مدل روزنامه‌نگاری اجتماعی‌گرا
آزادی	تولید اطلاعات کامل، صریح تهیه و متعدد	دسترسی آزاد به شبکه‌های ارتباطات برای همه افراد در گروه‌ها	حضور روزنامه‌نگاران به عنوان مشاوره‌گران بی‌طرف
محدودیت‌ها	ایجاد محدودیت از سوی حکومتها و صاحبان منافع تجاری	کوچک بودن نقش کاربران در فرایند اطلاعات	مبالغه‌آمیز کردن درک ثابت از اجتماع
تکنیک‌ها و روش‌های ارائه اطلاعات	تأکید بر رویکرد تفسیری و تحلیلی از اخبار و اطلاعات	بیان اقتصاد و ارائه دیدگاه‌های مختلف و انتشار عقاید گوناگون	نقد روابط قدرت نابرابر تحقیق و پژوهش به شکل عمومی و کاربردی

۴- نظریات کاربردی ارتباطات توسعه

این نظریه‌ها شامل موارد زیر هستند:

الف- تئوری اقتدارگرا و خودکامه

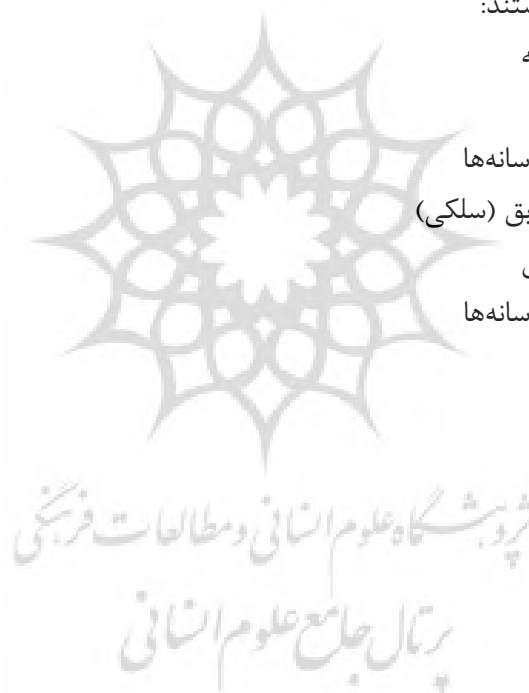
ب- تئوری آزادی رسانه‌ای

ج- تئوری مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها

د- تئوری رسانه‌های شوروی سابق (سلکی)

ه- تئوری رسانه‌های توسعه‌بخش

و- تئوری مشارکت دمکراتیک رسانه‌ها



۵- مقایسه تئوری‌های کاربردی ارتباطات توسعه در مطبوعات

جدول شماره ۲- مقایسه تئوری‌های کاربردی ارتباطات توسعه در مطبوعات

مبارکت دمکراتیک رسانه‌ها	رسانه‌های توسعه بخش	مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها	آزادی رسانه‌ای	اقتدارگرا و خودکامه	مبارکی تئوری
حق داشتن اطلاعات	تأکید بر حق ارتباط	آزادی رسانه‌ها	انتشار و نوع عقاید	نبود آزادی و کنترل مطبوعات	آزادی مطبوعات
نفی بی‌طرفی و کنترل دولتی	کمک به اهداف توسعه	توسعه در سیاست عمومی	حمایت از ایجاد سانسور	تدوین مسئله و نهادی کردن	جایگاه قدرت سیاسی
تخصص‌گرایی شدید	مسئولیت‌پذیری روزنامه‌نگاران	توجه به تخصص‌های حرفه‌ای	استقلال حرفه‌ای	نبود استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران	وضعیت روزنامه‌نگاران
نظارت بر کوچک بودن رسانه‌ها	اولویت برای زبان و فرهنگ ملی	پیام‌آفرینان در قبال جامعه مسئولند	افشای اطلاعات مربوط به امنیت ملی	کنترل کیفی رسانه‌ها، و اعمال مانور	نحوه نظارت بر مطبوعات
توجه به توسعه سیاسی و پاسخگویی به نیازهای خبری	توسعه اقتصادی و سازندگی ملی	توجه به مؤسسات عمومی و توسعه‌ای	تأکید بر تعدد توسعه و پیشرفت اجتماعی	بی‌تفاوتی یا کم اعتنایی به توسعه	جایگاه توسعه

۶- آزادی و توسعه پایدار

ادگار ادن،^۴ متفکر توسعه، آینده آزادی را در توسعه جهانی در گرو توسعه اقتصادی به مثابه اصلاح سیاسی می‌داند. او با مطالعه مسائل و مشکلات کره زمین بیان می‌کند که اگر روند موجود در توسعه اقتصادی- اجتماعی همچنان ادامه داشته باشد تا پایان هزاره سوم تعداد بشماری از مردم در کشورهای در حال توسعه که بالغ بر یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون تن می‌شوند دچار بدی تغذیه‌ای شده یک پنجم به وسعت بیابان‌ها افزوده شده و شکاف میان غنی و فقیر همچنان گسترش می‌یابد.

۷- آزادی جوهره توسعه پایدار

آمار تیا سن در کتاب «توسعه به مثابه آزادی: بر ارزش‌هایی تکیه می‌کند که در رویکردهای رایج توسعه‌ای مورد غفلت قرار گرفته‌اند» «سن» آزادی پایدار متکی بر مسئولیت را در مورد توسعه می‌داند و توسعه را از میان برداشتن و «ناآزادی»‌هایی تعریف می‌کند که فرصتی اندک و انتخابی ناچیز برای نقش‌آفرینی و مختار بودن مردم بر جای می‌گذارد. (محمودیان، ۱۳۹۰: ۱)

از نظر «سن» آزادی فردی شاکله توسعه بوده و برای دستیابی به توسعه لازم است بیشترین توجه به ظرفیت‌سازی شکوفایی «توانمندی‌های افراد» به منظور اداره زندگی مورد علاقه‌شان متمرکز شود. (همان ص: ۲)

«آمار تیا سن» در زمینه اهمیت در نوع آزادی ابزاری، «تضمین شفافیت و امنیت حمایتی» در بحران مالی جنوب شرق آسیا در دهه ۹۰ معتقد است اگر اعتقاد دمکراتیک از طریق رسانه‌ها به ویژه مطبوعات در این زمینه وجود داشت

۴Edgarden

۴antneedom

قطر سرمایه‌گذاری‌های مخرب و سیاست‌های نادرست می‌توانست مورد بررسی‌های بسیار شفاف قرار بگیرد و در نتیجه از لطمات بحران مالی که در جنوب شرق آسیا پیش آمد، کاسته می‌شد.

۸- شبکه اطلاعات ملی

شبکه اطلاعات جهانی با استفاده از روزنامه‌نگاری آن‌لاین و همچنین مطبوعات سنتی و بهره‌گیری از تکنولوژی زیربنایی می‌تواند به سرعت توسعه بیابد و امکانات جدی را برای جامعه فراهم آورد. (روایی، ۱۰:۱۳۹۱)

در ارتباط با توسعه پایدار بخش فرهنگی آن که بسیار مهم است آموزش مادام‌العمر است که از تولد تا مرگ فرد ادامه دارد.

در این زمینه رسانه مکتوب سنتی یا مطبوعات به دلیل نقش مهمی که از لحاظ آموزشی دارد مکان مادام‌العمر برای ترویج و اشاعه فرهنگ توسعه پایدار است.

۹- پارادایم‌های ارتباطات توسعه

در مقوله ارتباطات توسعه پارادایم‌های مختلفی وجود دارد (رضوی‌زاده، ۲:۱۳۸۸)

الف- پارادایم نوسازی

ب- پارادایم وابستگی

ج- پارادایم توسعه و ارتباطات

د- جامعه اطلاعاتی

۱۰- جامعه اطلاعاتی^{۱۶}

مناسب‌ترین تعریف «جامعه‌ی اطلاعاتی» که بر نوآوری تکنولوژیک بنا شده همگرایی و پیوند رایانه و مخابرات در تمامی ارکان زندگی مانند نظام مالیاتی، تأمین اجتماعی، کارت‌های اعتباری امنیتی داخلی و خارجی و انواع گوناگونی از اطلاعات است. (محسنی، ۴۲:۱۳۸۰)

از ویژگی‌های اصلی جامعه شبکه‌ای اقتصاد اطلاعاتی، اقتصاد جهانی فعالیت‌های اقتصادی شبکه‌ای، تحول در انجام کار و ساختار اشتغال، ظهور قطب‌های متقابل، فرهنگ واقعیت مجازی سیاست بر بال رسانه، زمان بی‌زمان و فضای جریان‌ها است (زارعیان، ۶۶، ۱۳۹۱)

مانوئل کاستلز معتقد است قدرت سیاسی از دولت-ملت‌ها و نظام‌های دموکراتیک به رسانه‌ها و سایر تولیدات فرهنگی انتقال یافته است. (زارعیان، ۶۸:۱۳۹۱)

توسعه جامعه اطلاعاتی و ایجاد جامعه شبکه‌ای نه تنها موجب توسعه ارتباطات و در مفهومی کلی‌تر توسعه اقتصادی-اجتماعی و توسعه پایدار در کشورهای عقب‌مانده شده است بلکه فضایی به وجود آورده که به گفته فیلیپ کند مدیر اسبق بخش جامعه اطلاعاتی یونسکو، این فقیران هستند که هزینه‌های ثروتمندان را در این ارتباط پرداخت می‌کنند.

۱۱- روش پژوهش

مبانی پژوهش در این مقاله، روش پیمایش با بهره‌گیری از تکنیک پرسشنامه دیگری روش کیفی براساس مصاحبه عمیق و چالشی بوده است. در شیوه پیمایشی، با استفاده از یک پرسشنامه؟ گویه میکروئی با ۹ سؤال باز و یک سؤال بسته بوده است.

پژوهشگر، براساس مطالبات کتابخانه‌ای، پرسشنامه‌ای برای انجام مصاحبه عمقی تدوین کرده است که در این زمینه مصاحبه عمیق با استادان دانشگاه‌ها و روزنامه‌نگاران انجام شد.

۱۲- جامعه آماری^{۱۷}

جامعه آماری در این مقاله شامل دو گروه، گروه اول شامل ۱۷ نفر با سابقه تدریس بالاتر از ۲۰ سال کار در روز به دانشگاه بوده‌اند که با این گروه مصاحبه عمقی انجام شد. گروه دوم: ۹۳ تن از خبرنگاران و گزارشگران روزنامه‌های قدس، همشهری، کیهان و اطلاعات بودند که پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها با استفاده از نرم‌افزار تحقیقاتی و پژوهشی SPSS فراوانی و در صد پاسخگویان در متغیرهای نسبت، تحصیلات سن و شغل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. داده‌های مصاحبه نیز در ۷ جدول کیفی ارائه شد.

روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری هدفمند قضاوتی بود در این نوع نمونه‌گیری به جای به دست آوردن اطلاعات از افراد قابل دسترس اطلاعاتی را از افراد و گروه‌های خاص.

۱۴- نمونه‌گیری با روش فرمول کارگران است

جامعه آماری در جدول مورگان و براساس فرمول کارگران^{۱۸} و با تکیه بر ۵٪ خطا^{۱۹} حجم نمونه تن^{۲۰} به دست آمد. روش آلفایی کرونباخ^{۲۱} در این مقاله برای تعیین پایان پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت. پایایی هر پرسشنامه از طریق معادله زیر محاسبه شد.

$$q = \frac{\square}{\square - 1} \left(1 - \frac{\sum_i^k = 1S^2}{S^2} \right)$$

محاسبه انجام شده نشان داد که ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه بیشتر از ۷,۷ بوده که نشان‌دهنده آن است که پرسشنامه از پایایی یعنی همبستگی درونی گزینه‌ها برخوردار بود.

۱۵- یافته‌های پژوهش

از پاسخگویان جواب این سؤال که روزنامه شما تا چه اندازه به مفاهیم روزنامه‌نگاری توسعه اهمیت می‌دهد ۱۶ تن آنها گزینه کم را انتخاب کرده‌اند ۱۵ تن گفته‌اند که روزنامه، زیاد به مفاهیم روزنامه‌نگاری توسعه اهمیت می‌دهد. ۵۱ نفر اشاره کرده‌اند که روزنامه آنها به شکل متوسط به مفاهیم روزنامه‌نگار، توسعه اهمیت می‌دهد و تنها یک نفر گزینه «بسیار زیاد» را انتخاب کرده است.

۱۷Statistical popuation

۱۸cokzon

۱۹Mangin of enno

۲۰Sample size

۲۱Alfa-e-kononbkn

۱۷,۲٪ درصد از پاسخگویان بر این باورند که کمتر از ۷ درصد از اخبار... و گزارش‌ها در ارتباط با توسعه در روزنامه‌شان بوده است.

۳۱,۲٪ می‌گویند که بین ۲۰ تا ۵۰ درصد اخبار و گزارش‌های روزنامه‌شان در مورد توسعه بوده است. ۱۵,۱ درصد نیز معتقدند بین ۵۰ تا ۷۰ درصد مطالب روزنامه به اخبار و گزارش‌های توسعه اختصاص یافته است و تنها ۱۰,۰٪ باور دارند که بیان ۷۰ تا ۱۰۰ درصد اخبار و گزارش‌های روزنامه به اخبار توسعه می‌پردازد.

۱۶- توزیع فراوانی و درصدی دیدگاه‌های پاسخگویان درصد نقش روزنامه در پیشبرد اهداف توسعه

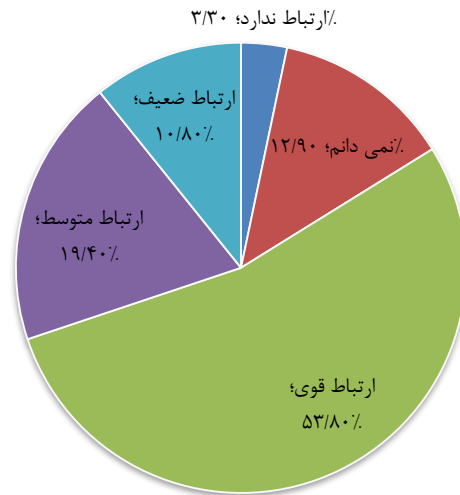
سؤال دیگری که با پاسخگویان چهار روزنامه قدس، همشهری اطلاعات و کیهان مطرح شد این بود که نقش روزنامه‌تان را در پیشبرد اهداف چگونه ارزیابی می‌کنید.

جدول شماره (۳) توزیع فراوانی دیدگاه‌های پاسخگویان در مورد نقش روزنامه و اهداف توسعه پایدار

از بسیار کم تا بسیار زیاد	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
بسیار کم	۷	۵۷,۵	۷,۵	۷,۵
کم	۱۷	۲۸,۲	۱۸,۳	۲۵,۸
متوسط	۵۲	۵۵,۹	۵۵,۹	۸۱,۷
زیاد	۱۳	۱۴	۱۴	۹۵,۷
بسیار زیاد	۴	۴,۲	۴,۳	
جمع	۹۳	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

۱۷- ارتباط روزنامه‌نگاری با سیاست‌ای توسعه

ارتباط روزنامه‌نگاری توسعه با سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه اقتصادی-اجتماعی چیست؟
 ۳ نفر از پاسخگویان یعنی ۳,۲٪ آنها گفته‌اند که ارتباط ندارد. ۱۰ نفر از پاسخگویان یعنی ۱,۸٪ گفته‌اند ارتباط ضعیفی دارند. ۱۸ نفر از پاسخگویان یعنی ۵۳,۸٪ گفته‌اند ارتباط قوی دارد. ۱۲ نفر یعنی ۱۲,۹ درصد از پاسخگویان جواب داده‌اند نمی‌دانم. (نمودار شماره یک)



نمودار شماره یک توزیع درصد ارتباط روزنامه‌نگاری با سیاست‌های توسعه

۱۸- یافته‌های تحلیلی

مصاحبه‌شوندگان این مقاله، ویژگی‌ها و شاخص‌های توسعه موزون پایدار را به سه گروه شاخص‌های کمی و کیفی، شاخص‌های مطبوعاتی، نقش دولت و نهادهای مدنی تقسیم می‌کنند. از جمله شاخص‌های کمی و کیفی، تغییر و تحول اجتماعی، رشد و رونق اجتماعی توجه به رفاه عمومی و عدالت است.

ایجاد هماهنگی بین شاخص‌های کمی و کیفی جزیره، مستقل نبودن توسعه پایدار از دیگر موارد است. به کارگیری همه عوامل فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و برقراری مناسبات مدرن با توجه به بافت سنتی از دیگر نظرهای مصاحبه‌شوندگان است.

حرکت به سمت توسعه کیفی در همه زمینه‌های اجتماعی و سرمایه‌گذاری در زمینه اطلاعات و ایجاد زیرساخت‌ها، توجه به ابعاد درونی و بیرونی توسعه تعمیق توسعه براساس زایش و خلاقیت نیز باید انجام گیرد. علاوه بر ایجاد انگیزه علاقه به کار برای همه به ویژه روزنامه‌نگاران در جهت توسعه، دیجیتالی کردن رسانه مکتوب، اطلاع‌رسانی نو سازی کران ابزارهای اطلاع‌رسانی توسعه و ضرورت نگاه تخصصی‌تر به توسعه از دیگر مواردی است که مصاحبه‌شوندگان عنوان کردند. مصاحبه‌شوندگان از دیگر شاخص‌ها را توسعه فرآیندی چند بعدی آموزشی، آگاه‌سازی، آماده‌سازی و بهره‌گیری از همه استعدادهای انسانی و مشارکت برانگیزاننده می‌دانند.

۵-۵- جدول شماره ۳ شاخص‌ها و عوامل توسعه پایدار از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان

شاخص‌های عمومی	شاخص‌های مطبوعاتی
فرهنگ، عوامل اجتماعی، سیاست اخلاقی نظم، پیچیدگی و نوآوری	ارتقای آموزش روزنامه‌نگاری، کیفیت کار در مطبوعات، داشتن استقلال حرفه‌ای
تقدم عوامل معنوی بر عوامل مادی تعمیق و تمایل نقش مدیریت فرهنگی	برخوردراری از حق پرسیدن، حق آزادی تبادل اطلاعاتی و پای‌بند بودن به آن

عدالت سنتی توسعه روستایی	گسترش سفر آگاهی بخشی مطبوعات ایجاد و توسعه اتحادیه‌های صنفی مطبوعاتی
ارتقای درجه عزت نفس، شاخص سطح سواد و نه درصد باسوادی	آموزش و تربیت نیروی انسانی تخصصی و کارآموده و عدم موضع‌گیری سیاسی
آزادی، کرامت انسانی خودمختاری شخصی، قدرت تصمیم‌گیری	توجه به مسائل مدیریتی کلان در مطبوعات شناخت مدیران مطبوعات از رسانه، ضرورت جذب خبرنگاران متخصص به مطبوعات
توجه به کیفیت زندگی، ارزشها و قوانین نانوشته فرهنگی در جامعه	ایجاد تغییرات لازم در صفحات وب اینترنت و صفحه‌آرایی روزنامه‌ها و گسترش روزنامه‌نگاری و ؟

۱۹- نقش مطبوعات و دولت در توسعه پایدار و فرصت‌ها و تهدیدها

مصاحبه‌شوندگان در ارتباط با نقش دولت و مطبوعات در توسعه پایدار فرصت‌ها و تهدیدهایی را مطرح می‌کنند در این باره دولت، مطبوعات و نهادهای مدنی نیز نقش‌هایی بر عهده دارند.

جدول شماره ۴- مقایسه نقش دولت و مطبوعات در توسعه پایدار و فرصت‌ها و تهدیدها

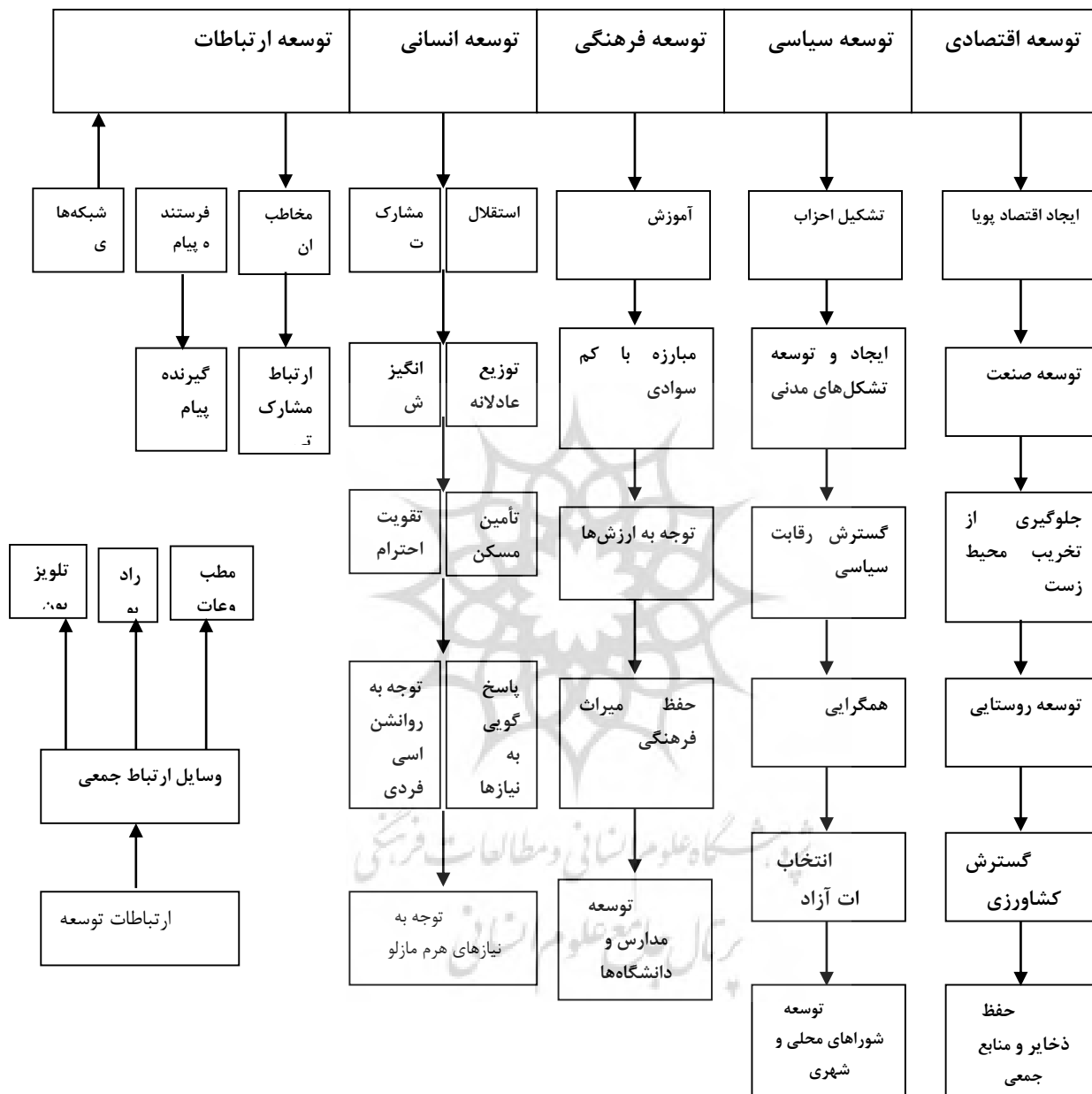
دولت	مطبوعات و نهادهای مدنی	فرصت‌ها	تهدیدها
کنترل موزون تغییر کمیت و کیفیت	نظارت اجتماعی به طرح‌های توسعه پایدار	پیامدها، اعتقادات طرفیت‌های دانش و خردورزی	فقر فرهنگی در همه نقاش کشور و مناطق جغرافیایی خاص
گسترش شرایط دمکراتیک و مردم سالاری	تعمیق آزادی بیان در سازمانها	محور قرار دادن خدا و انسان	نبود امتیت سیاسی، نداشتن روحی جمعی و فردگرایی
آموزش عمومی از سطوح ابتدایی تا دانشگاه	آموزش اصول توسعه پایدار	فرهنگ غنی مالی کشف و پرورش استعدادها	کم‌توجهی به مسأله چندبعدی بدون توسعه
سیاسی‌گری تکنیک ده	آگاهی دهی و هشیار سازی	برقراری دمکراسی، آزادی قلم و بیان با ؟ آزاد	وجود ابهام و ابهام در معنای توسعه و وجود بحران‌ها

۲۰- مطبوعات و جذب شهروندان در توسعه پایدار

مصاحبه‌شوندگان معتقدند با دیدگاه نوینی که در امر توسعه وجود دارد پایه توسعه، کنشگری و مشارکت آحاد شهروندان نهادها و شبکه‌های اجتماعی است.

به اعتقاد مصاحبه‌شوندگان در مورد نقش مطبوعات و قدرت ارتباط آنها با توسعه پایدار یک تقسیم‌بندی کلاسیک بیانگر نسبت بین قدرت و جامعه است. بدین معنی که تمرکزگرایی بر دولت قوی تکیه می‌کند که معنای واقعی آن این است که جامعه ناتوان است و منابع قدرت، ثروت جامعه فاقد قدرت واقعی هستند یک نظریه دیگر هم نظریه آرمانی مکتب لیبرالیسم است که در مورد نقش دولت در توسعه پایدار بر این باور است که دولت باید حذف شود که واقعیت‌ها نشان می‌دهد که هر دو رویکرد از واقعیت فاصله دارند. در این میان رویکرد سوی وجود دارد که نقش مطبوعات را در

توسعه پایدار به نحو مؤثری نشان می‌دهد. این رویکرد شامل جامعه قوی و دولت قوی است. دولت هم زمانی قوی می‌شود که شهروندان آن قوی باشند. این وظیفه رسانه است که شهروندانی قوی تربیت کند.





پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

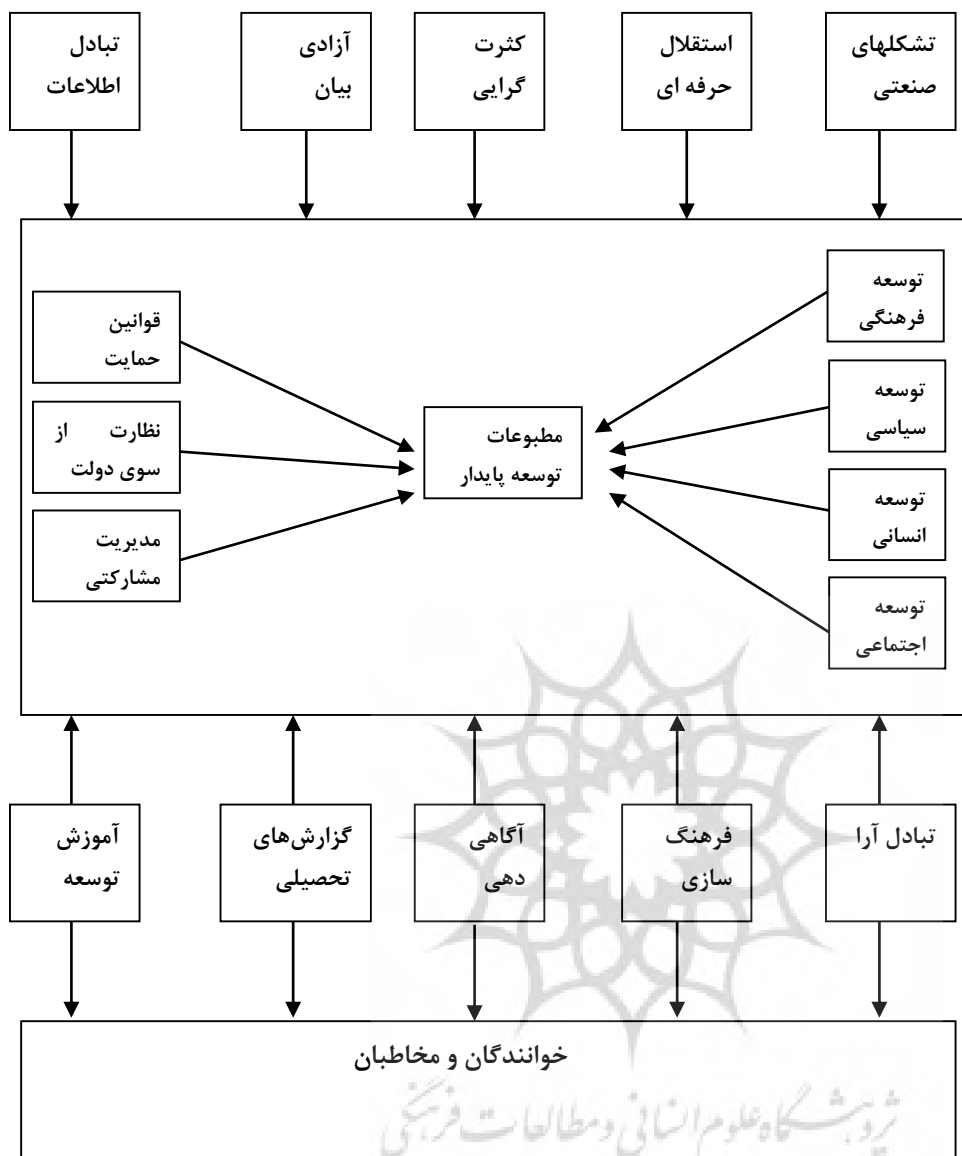
نمودار شماره ۲- بدل ساده دیالکتیکی فرآیند توسعه پایدار

۲۱- مدل مطبوعات توسعه پایدار

مؤلفه‌های این مدل این است که مطبوعات توسعه پایدار دارای زیربناهایی نظیر تشکل‌های منفی، استقلال حرفه‌ای، کثرت‌گرایی آزادی بیان و ... هستند.



پروپوزیشن گاہ علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



نمودار شماره (۳) مدل مطبوعات توسعه یافته در اهداف توسعه پایدار

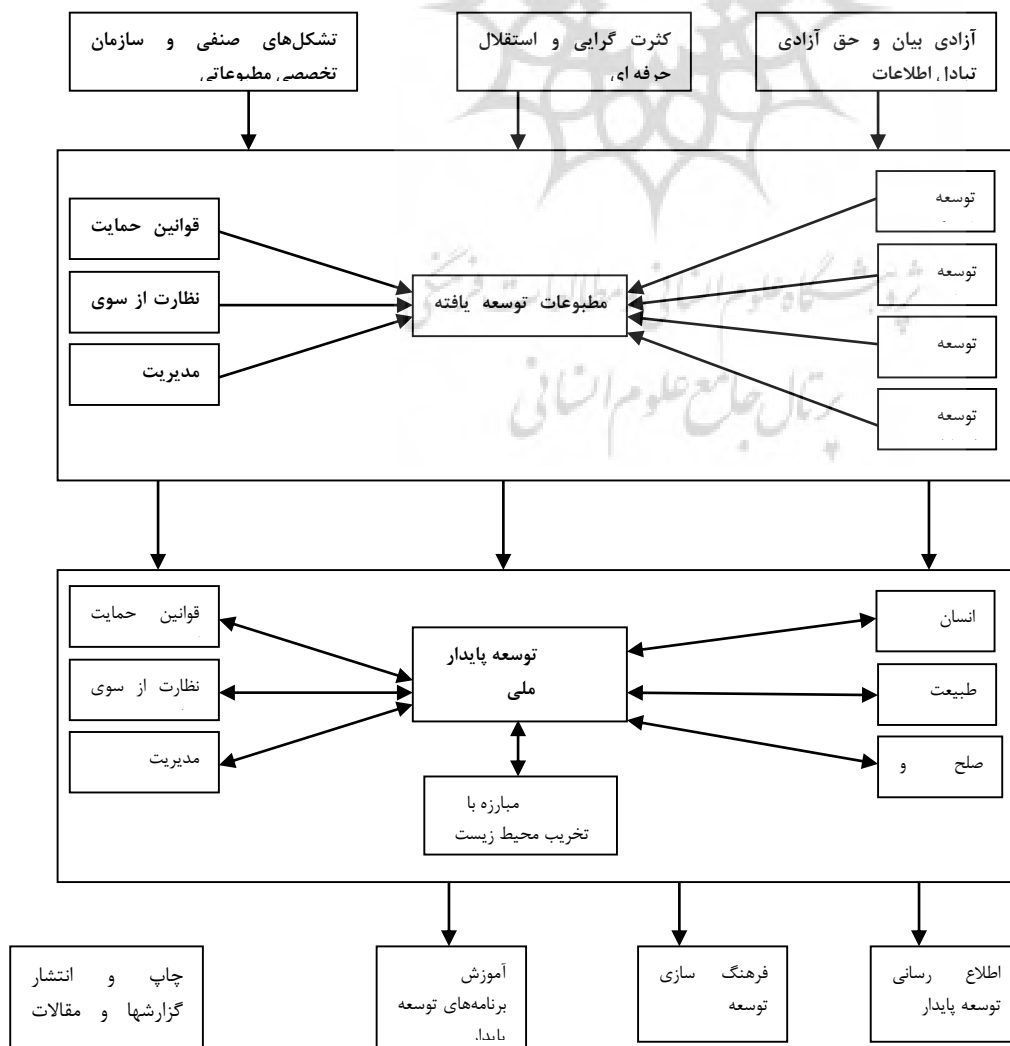
جمع بندی

در طراحی مدل ملی توسعه پایدار به تقدم فرهنگ بر اقتصاد، عدالت محوری توزیع عادلانه ثروت، مبارزه با تخریب محیط زیست صلح و همزیستی مورد توجه شود. موانع توسعه، فقر فرهنگی، فقر اقتصادی و مسائل اقلیمی است که در این ارتباط با پایداری در تداوم و ادامه کار مطبوعات از میان برداشته شود. با توجه به اینکه توسعه پایدار در کشور مبتنی بر ۶ چرخه اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، روانشناسی فرهنگی- ارتباطی است چرخه ارتباطی با ویژگی ها و شاخص های ارتباطات توسعه و مدل های مربوط به آن شناخته شود تأمین آزادی بیان و قلم، آزادی جست و جو و کسب و جمع آوری اطلاعات، به رسمیت شناختن حق دسترسی مردم به اطلاعات از جمله ضروری ترین مباحثی است که راهکار مطبوعات توسعه پایدار را مشخص می کند. تکثرگرایی و تنوع در مدیریت و مالکیت مطبوعات، استدلال مطبوعاتی به معنای فاصله

داشتن با ساختار قدرت سیاسی، نظارت اجتماعی، توسعه فرهنگی ... اصول زیربنایی مدل مورد نظر برای مطبوعات توسعه پایدار است.

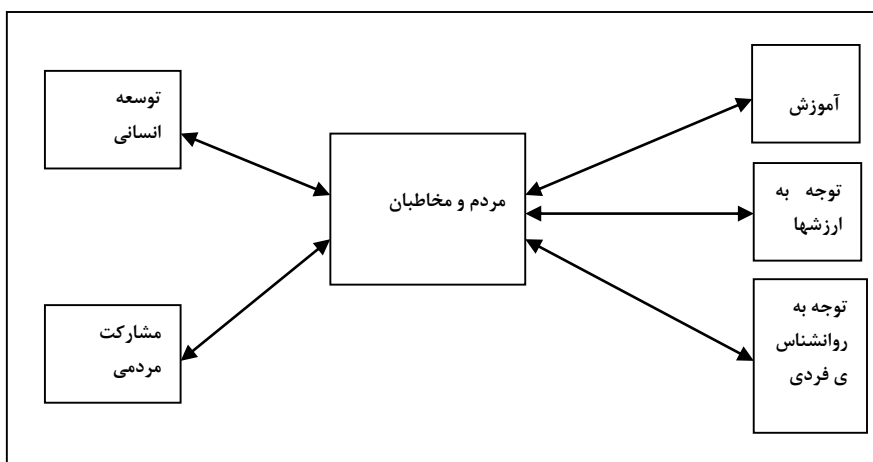
تدوین قوانین لازم و حمایت از حقوق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، تأمین استقلال حرفه‌ای استقلال اقتصادی آنها امضای پیمان کار دسته جمعی، تدوین منشور اصول اخلاق حرفه‌ای راهکارهایی برای ایجاد مطبوعات مستقلی است که در جهت توسعه پایدار قدم برمی‌دارند. براساس نتایج تحقیق پیمایشی، پاسخگویان ۴ روزنامه پرتیراژ بر این باور بودند که توسعه پایدار شروطی نظیر ثبات سیاسی، اقتصاد آزاد توأم با نظارت قوی دولت، تحکیم ارتباط بین دانشگاه و صنایع دانش بنیان را نیاز دارد.

مصاحبه‌شوندگان نیز با تکیه بر اعتبار فرهنگی، اجتماعی، توسعه سیاسی و تقدم توسعه فرهنگی بر توسعه اقتصادی بر کشف و شکوفایی عناصر مستعد در فرهنگ جامعه، بر وجوه ایدئولوژیک و فرهنگی راهبرد توسعه پایدار تکیه کردند. مصاحبه‌شوندگان که ۱۷ تن از چهره‌های شاخص فرهنگی و رسانه‌ای بودند توجه به انسانس محوری، طبیعت محوری، تکیه بر عوامل اجتماعی اقتصادی، فرهنگی و ارتباطی توسعه، مبارزه با فقر را به عنوان بنیان اصلی توسعه پایدار برای هشت هدف عمده هزاره شامل کاهش جمعیت گرسنه و زیر خط فقر عمق آموزش ابتدایی همگانی، نابرابری جنسیتی در همه سطح، آموزش کاهش دو سوم نرخ مرگ و میر کودکان زیر ۵ سال را زیربنای طرح ملی توسعه پایدار و شفافیت نقش رسانه مکتوب یا مطبوعات در این زمینه برشمردند. قضیه کلی این مقاله مبتنی بر این پایه است که برای مشخص شدن جایگاه مطبوعات در امر توسعه پایدار باید به طراحی مدل توسعه پایدار ملی اقدام کرد که مبتنی بر توجه به صلح امنیت، محیط زیست و حقوق بشر است.





پرويشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



نمودار شماره ۳- مدل نهایی تبیین نقش مطبوعات در توسعه پایدار کشور



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

فهرست منابع و مأخذ

- ۱- انتظامی، حسین، (۱۳۸۷)، روزنامه‌نگاری و روزنامه‌داری (مقدمه‌ای بر مدیریت مطبوعات و اقتصاد رسانه)، ناشر: دفتر مطالعه و توسعه رسانه‌ها.
- ۲- انتظامی، حسین، (۱۳۸۸)، مدیریت مطبوعاتی، تأملی در اقتصاد و سازمان مطبوعات، ناشر کتاب مرجع
- ۳- انتظامی، حسین (۱۳۹۰)، (مجموعه مقالات درباره روزنامه‌نگاری و مدیریت رسانه)، ناشر: خبر امروز،
- ۴- آل‌موند، گابریل و همکاران، مترجم طیب، علیرضا، ۱۳۸۱، چاره‌جویی نظری برای بررسی سیاست تطبیقی، ناشر: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- ۵- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۹)، نظریه‌پردازی در جامعه‌شناسی، ناشر: جهاد دانشگاهی واحد تربیت معلم.
- ۶- آلبر، پیر، ترو، فرناندو، مترجم: فرخجسته، هوشنگ، (۱۳۶۳)، تاریخ مطبوعات جهان، انتشارات پاسارگاد.
- ۷- احمدی، بابک (۱۳۹۱)، مدرنیته و اندیشه انتقادی، ناشر: چاپ سعدی.
- ۸- الوانی، سیدمهدی (۱۳۸۷)، تصمی‌گیری و تعیین خط‌مشی دولتی، ناشر: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها.
- ۹- باران، پل، داب، موریس، مگداف، هادی، ترجمه: قبادی، فرخ، (۱۳۵۸)، اقتصاد سیاسی توسعه، انتشارات پژوهاک.
- ۱۰- باقری محمدرضا- (۱۳۹۱)، تدوین الزامات طراحی سیستم خط‌مشی‌گذاری فرهنگی برای ساخت آگاهانه واقعیت آینده، ر ساله دوره دکتری رشته مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان
- ۱۱- پیشه‌ور، احمد، (۱۳۸۲)، روش‌های تحقیق در ارتباطات، ناشر: سیمای شرق.
- ۱۲- تافلر، الوین، مترجم خوارزمی، شهیدخت ۱۳۷۱، ناشر: مترجم.
- ۱۳- خاکی، غلامرضا، (۱۳۸۹)، روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه‌نویسی، ناشر: انتشارات بازتاب صفحات (۲۵۸، ۲۵۹)
- ۱۴- خاشعی، وحید، (۱۳۹۰)، مدیریت رسانه، ناشر: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

- ۱۵- جعفری، علی، (۱۳۸۸)، سیر نظور نظریت ارتباطات توسعه، تأکید بر پارادایم چندگانگی فرهنگی، نشریه رسانه، شماره پیاپی ۸۰.
- ۱۶- دلاور، علی، (۱۳۸۷)، مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی انتشارات رشد.
- ۱۷- دلاور، علی، (۱۳۸۶)، روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی، نشر ویرایش.
- ۱۸- دادگران، سیدمحمد، (۱۳۷۴)، مبانی ارتباطات جمعی، ناشر مروارید.
- ۱۹- رشکیانی، مهدی، (۱۳۸۶)، طراحی الگوی مطلوب نظام مدیریت رسانه ملی (صداوسیما) از دیدگاه متخصصان رسانه‌های کشور، نشریه رسانه، شماره پیاپی ۷۰.
- ۲۰- رضوی‌زاده، سیدنورالدین، (۱۳۸۸)، ارتباطات و توسعه، ناشر دانشگاه علامه طباطبایی.
- ۲۱- روشندل، اربطانی، طاهر، (۱۳۸۶)، چستی مدیریت رسانه، نشریه رسانه، شماره پیاپی ۷۰.
- ۲۲- زارعیان، داوود، (۱۳۹۱)، ارتباطات و توسعه، ناشر دانشگاه علامه طباطبایی.
- ۲۳- سویونیا، تاتیانا، مترجمان سرکار آرائی، محمدرضا، معدن آرائی، عباس، فراسوی رشد اقتصادی، پیش‌درآمدی بر توسعه پایدار، نشر نی.
- ۲۴- ساروخانی، باقر، (۱۳۸۶)، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، جلد سوم، (روش‌های کمی، آمار پیشرفته) نشر: دیدار.
- ۲۵- ساروخانی، باقر، (۱۳۸۸)، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی (جلد اول)، اصول و مبانی، ناشر: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ۲۶- ساروخانی، باقر، (۱۳۸۹)، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، جلد دوم، بینش‌ها و فنون، ناشر: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ۲۷- سلطانی، ایرج، (۱۳۸۶)، مدیریت عملکرد بسترساز پرورش منابع انسانی، انتشارات ارکان دانش.
- ۲۸- سیف‌زاده، سیدحسن، (۱۳۶۸)، نوسازی و دگرگونی سیاسی، ناشر: سازمان چاپ خواجه
- ۲۹- سی. فیزی، دینا، مترجم: میرسیاسی، ناصر، ۱۳۸۴، فرهنگ‌های سازمانی، انتشارات میر.
- ۳۰- علیرزاده، عبدالرحمان، (۱۳۸۴)، ارتباطات توسعه، نشریه رسانه، شماره ۶۴ پیاپی
- ۳۱- فرهنگی، علی‌اکبر، (۱۳۸۹)، ارتباطات انسانی (جلد دوم)، ناشر: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- ۳۲- کاستلز، مانوئل، مترجمان، علی قلیان، احد، خاکباز، افشین (۱۳۸۹)، عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ظهور جامعه شبکه‌ای (جلد یک) انتشارات طرح نو.
- ۳۳- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۹)، مترجم چاوشیان، حسین، عصر اطلاعات، قدرت هویت، جلد دوم، انتشارات: طرح نو.
- ۳۴- کاستلز، مانوئل، (۱۳۸۹)، مترجمان علی قلیان، احد، خاکباز، افشین، عصر اطلاعات، پایان هزاره (جلد سوم)، انتشارات: طرح نو.
- ۳۵- محمدی، علی، (۱۳۸۷)، جهانی شدن و استعمار دوباره، موردشناسی کشورهای اسلامی در قرن بیست و یکم، نشر نی.
- ۳۶- محسنیان راد، مهدی، (۱۳۸۶)، روش‌های مصاحبه خبری، ناشر: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی توسعه رسانه‌ها.
- ۳۷- مستقیمی، حسین، (۱۳۹۰)، نقش آفرینی رسانه‌ها در جامعه دانایی، ناشر: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- ۳۸- معتمدنژاد، کاظم، (۱۳۸۴)، سیر تحول مطالعات و تحقیقات ارتباطات و توسعه در ایران، نشریه رسانه، شماره پیاپی ۶۴.
- ۳۹- معتمدنژاد، کاظم، (۱۳۹۰)، ارتباطات بین‌المللی (جلد دوم)، ناشر: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- ۴۰- میرتبار، سیدمحمد، (۱۳۹۰)، رسانه‌ها و بازتولید جامعه منتظر، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی و رسانه‌ها.
- ۴۱- محمدزاده، محمدجعفر، (۱۳۹۰)، رسانه شناخت (مجموعه گفتارها در توسعه کیفی مطبوعات و خبرگزاریها، ناشر: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- ۴۲- مولانا، حمید، (۱۳۹۰)، پیشرفت و تعالی، گذر از نوگرایی، ناشر: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی توسعه رسانه‌ها.

- ۴۳- ملکات، سرینیواس آر، مترجم: شکرخواه، یونس، نظریه‌های ارتباطات توسعه، نشریه رسانه شماره پیاپی ۶۴
- ۴۴- ویستر، فرانک، مترجم: قدیمی، اسماعیل، (۱۳۸۹)، نظریه‌های جامعه اطلاعاتی ناشر: قصیده سرا.
- ۴۵- ویمر، راجردی، دومینیک، جوزف آر، ترجمه: سید امامی. کاووس (۱۳۸۹)، تحقیق در رسانه‌های جمعی، ناشر: انتشارات سروش.

منابع لاتین

- 1- Guseva Marina Pekkala, (2008), press freedom and development, unesco
- 2- Bird, Eleanor, Lutz, Richard, Warwick. Chrigtine, (2008) media as partners in education for sustainable development: anaining and resource kit, unesco
- 3- Banuri, tarig, (2009), climate change and sustainable development, wiley online library files.
- 4- Tharoor, shahis, (2010), media roie, responsibility in covering sustainable development addressed, press release

