

مطبوعات و توسعه اجتماعی

سامان خدایاری^۱ و دکتر عباس اسدی^۲

تاریخ وصول: ۹۶/۶/۲۱

تاریخ پذیرش: ۹۷/۳/۲۱

چکیده:

نگرانی‌های ما درباره‌ی جهان چندان به آن چیزی که اتفاق می‌افتد، ارتباطی ندارد، بلکه بیشتر به آنچه روزنامه‌نگاران و رسانه‌ها به ما می‌گویند که اتفاق افتاده است، مربوط می‌شود. این تأثیر قدرتمند با پیامدهای عظیم برای فرآیندهای اجتماعی، بزرگتر است. لذا هدف اصلی پژوهش حاضر شناخت عملکرد مطبوعات ایران در راستای نقش توسعه‌بخشی خود، خصوصاً توسعه‌ی اجتماعی می‌باشد. روش پژوهش، تحلیل محتوا می‌باشد و برای این کار دو روزنامه دارای دو خط مشی سیاسی متفاوت، انتخاب شده است. طبق روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده، ۴۸ شماره از دو روزنامه انتخاب و بر اساس دستورالعمل کدگذاری، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر اساس یافته‌های پژوهش، طبق آزمون کای‌اسکوئر محاسبه شده، بین دو متغیر روزنامه‌های مورد بررسی و محتواهای آنها رابطه‌ی معنی‌داری وجود ندارد؛ همچنین بین دو متغیر روزنامه‌های مورد بررسی و ارائه‌ی پیشنهاد سازنده و وجود نقد مفید در آنها نیز رابطه‌ی معنی‌داری وجود ندارد. بر اساس نتایج پژوهش بیشترین مطلب در بحث توسعه‌ی اجتماعی در این دو روزنامه بحث سوادآموزی بوده است و امر مهاجرت کمترین میزان را به خود اختصاص داده است. همچنین مشخص شد که فراوانی مطالبی که در آنها نقد سازنده و پیشنهادات مفید وجود دارد، کمتر از مطالبی است که در آنها نقد وجود دارد و در نهایت مشخص شد که در این دو روزنامه پیگیری وعده‌های مسئولین و سرانجام طرح‌های تصویب شده‌ی اجتماعی برای رفع آسیب‌های اجتماعی موجود، کمتر اتفاق افتاده است.

مفاهیم کلیدی: توسعه‌ی اجتماعی، آسیب‌های اجتماعی، رسانه، مطبوعات

^۱ کارشناس ارشد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده‌ی مسئول)

saman_4798@yahoo.com

^۲ دانشیار گروه علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی aliabbas1356@yahoo.com

مقدمه و بیان مسأله

رسانه‌های جمعی یک صنعت رو به رشد و در حال تحولند که تأمین‌کننده‌ی اشتغال، تولیدکننده‌ی کالا و خدمات و تغذیه‌کننده‌ی سایر صنایع مرتبط هستند. این رسانه‌ها در عین حال، خود به نهادی تبدیل شده‌اند با قواعد و هنجارهای خاص خود که این نهاد را به جامعه و سایر نهادهای اجتماعی پیوند می‌دهند. از سوی دیگر رسانه‌های جمعی یکی از منابع قدرت‌اند؛ یعنی ابزاری هستند برای کنترل، مدیریت و نوآوری در جامعه، که می‌توانند جانشینی برای زور یا سایر منابع باشند و موقعیت یا عرصه‌ای را فراهم آورند که روز به روز بیشتر مسائل زندگی عموم در آن عرصه متجلی می‌شود و در نهایت اینکه رسانه‌ها به منبع غالب تعاریف و تصاویر واقعیت اجتماعی در نزد افراد و همچنین گروه‌ها و جوامع به صورت دسته‌جمعی تبدیل شده‌اند. آنها داورهای ارزشی خود را به صورت غیر قابل تفکیک و مخلوط با اخبار و برنامه‌های سرگرم‌کننده، بیان می‌کنند (مک‌کوابل، ۲۱:۱۳۸۵). در میان وسایل ارتباط جمعی سمعی و بصری و مکتوب، مطبوعات موقعیت ممتازی دارند. یکی از این مقوله‌ها که کمتر به آن توجه می‌شود و معمولاً در مقابل اخبار سیاسی، ورزشی، حوادث و سایر اخبار بی‌محتوا از اولویت کمتری برخوردار است، اخبار توسعه‌ی اجتماعی و آسیب‌های اجتماعی است. پیدایش نظریه‌های ارتباطات و توسعه که به پس از جنگ جهانی دوم و بویژه زمان ارائه‌ی برنامه‌ها و طرح‌هایی برای بازسازی ویرانی‌های ناشی از جنگ و کمک به کشورهای تازه استقلال یافته جهان سوم بر می‌گردد، حاکی از جایگاه و اهمیت تعیین‌کننده و سهم این وسایل در زمینه‌سازی برای نیل به توسعه است. هدف اصلی پژوهش حاضر شناخت عملکرد مطبوعات ایران در راستای نقش توسعه‌بخشی خود خصوصاً توسعه‌ی اجتماعی می‌باشد. این اهمیت به حدی است که امروزه از آن به بازوی محرکه‌ی برنامه‌ی توسعه نام برده می‌شود. هدف اصلی پژوهش حاضر نیز شناخت عملکرد مطبوعات ایران در راستای نقش توسعه‌بخشی خود خصوصاً توسعه‌ی اجتماعی می‌باشد. کاربرد روزنامه‌نگاری توسعه برای پیشبرد طرح‌های توسعه‌ی ملی بویژه بخش اجتماعی حیاتی است. بدیهی است که رسانه‌های ارتباطی در مجرای صحیح ارتباطات توسعه و اطلاع‌رسانی در هماهنگ‌سازی، سازندگی طرح‌های توسعه‌بخش و جلب همکاری‌ها و مشارکت‌های عمومی برای تأمین نتایج مطلوب برنامه‌ای آن تأثیری تعیین‌کننده داشته باشد.

اهمیت کاربرد وسایل و تکنولوژی‌های ارتباطی به منظور دست یافتن به هدف‌های توسعه‌ی ملی در زمینه‌های مهمی چون کشاورزی و صنعت، سوادآموزی و آموزش،

بهداشت و تنظیم خانواده و مقابله با آلودگی محیط‌زیست و آسیب‌های اجتماعی در دو دهه‌ی اخیر برای ارتباطات در برنامه‌ریزی‌های توسعه‌ی ملی جایگاه ممتازی پدید آورده است. مسئله‌ی اصلی پژوهش حاضر این است که جایگاه روزنامه‌نگاری توسعه در مطبوعات ایران کجاست؟ در مطبوعات ما اخبار توسعه، خصوصاً توسعه‌ی اجتماعی که در این پژوهش بیشتر مدنظر می‌باشد، چه جایگاهی دارد؟ آیا منابع اخبار و مطالب مربوط به توسعه در مطبوعات کشورمان بیشتر دولتی هستند و روزنامه‌ها مانند بولتن‌های روابط عمومی‌ها عمل می‌کنند یا خیر، نقد و انتقاد و پگیری طرح‌ها و پروژه‌ها از ویژگی‌های اصلی آنهاست؟ آیا اصلاً در مطبوعات کشور آسیب‌های اجتماعی و راه‌حلی برای رفع آنها ارائه می‌شود؟ و اگر چنین است کدام آسیب‌ها از نظر رسانه‌ها بیشتر برجسته می‌شوند و بدان می‌پردازند؟ با توجه به آنچه که گفته شد موضوع اصلی پژوهش حاضر این است که عملکرد مطبوعات ایران تا چه حد در راستای نقش توسعه‌بخشی مطبوعات بوده است؟ مطبوعات ما تا چه حد برای توسعه‌ی اجتماعی کشور اهمیت قائل هستند و اصولاً اینکه روزنامه‌نگاری توسعه باید بیش از منافع فردی یا گروهی باید بر منافع و مصالح عمومی و امنیت ملی و توسعه‌ی اجتماعی تأکید کند، آیا در مطبوعات کشور ما وضع چنین است؟ آیا فقط به پیشرفت‌ها توجه می‌شود یا خیر در مطبوعات و گزارش‌های آنها پسرقت‌ها نیز مورد توجه است؟

روزنامه‌نگاری توسعه یکی از شیوه‌های مهم «ارتباطات توسعه» است که در جایگاه خود عاملی مهم برای ترویج و پیشبرد برنامه‌های توسعه‌ی کشورها به حساب می‌آید. این نوع از روزنامه‌نگاری دیدگاهی نظارتی، انتقادی و سازنده به بحث توسعه‌ی کشورها دارد و در راه هدایت صحیح آن بر مبنای برنامه‌های تدوین شده از طریق اطلاع‌رسانی، گزارش‌دهی، تشریح رویدادها به بررسی عامل ناکامی‌ها و انعکاس کاستی‌ها می‌پردازد. بحث ارتباطات و توسعه خصوصاً رابطه‌ی میان مطبوعات با توسعه به ویژه توسعه‌ی اجتماعی و راهکارهای مربوط به حل آسیب‌های اجتماعی از جمله مباحثی است که تاکنون در کشور ما بسیار کم به آن پرداخته شده است. اصطلاح توسعه در واژگان سیاسی کشورهای در حال توسعه مهم‌ترین واژه می‌باشد. تمامی فعالیت‌های دولت به نحوی در ارتباط با توسعه است. در نتیجه از تمام مجاری ارتباطات، به ویژه رسانه‌های مکتوب انتظار می‌رود تا در فرآیند توسعه مشارکت داشته باشند. آیا مطبوعات کشور ما اصلاً در این راستا حرکت می‌کنند و تاکنون عملکرد آنها چگونه بوده است؟ انتشار مطالبی درباره‌ی نرخ بی‌سوادی یا باسوادی در کشور، خبر توسعه نیست؛ ولی تأسیس یک مرکز آموزشی برای

مبارزه با بی‌سوادی، خبر توسعه است؛ یا مطلبی در مورد یک کشف علمی در صورتی به عنوان خبر توسعه شناخته می‌شود که به صورت بالقوه، به بهبود وضع اجتماعی مردم کمک کند. پس آنچه که در پژوهش حاضر اهمیت دارد، بررسی عملکرد مطبوعات کشور نسبت به اخبار توسعه و چگونگی بازتاب آنها می‌باشد.

توسعه‌ی اجتماعی افزایش ظرفیت‌ها و توانایی‌های مردم برای فعالیت دائم به منظور تأمین رفاه خود و جامعه و تحول نظام‌های اجتماعی در جهت برقراری عدالت اجتماعی، ارتقای فرهنگی، بهبود کیفیت زندگی و برآوردن احتیاجات مختلف مردم یکپارچگی و وحدت و انسجام اجتماعی است (آقابخشی و افشاری، ۱۳۷۹: ۱۵۷)؛ حال با این تعریف مطبوعات کشور، تاکنون در این راستا چه اقداماتی را انجام داده‌اند و تا چه حد در این زمینه حرکت کرده‌اند؟ با توجه به اینکه رسانه‌ها بالاخص مطبوعات از اهرم‌های قدرت در جوامع مختلف هستند و با توجه به قدرتی که این نهادها دارند، سنجش میزان و نحوه‌ی عملکرد آنها در راستای نقش توسعه‌بخشی خود، امری مهم و ضروری به نظر می‌رسد. امید است با گسترش نقش توسعه‌بخشی مطبوعات، امر توسعه مخصوصاً مقوله‌ی توسعه‌ی اجتماعی که جامعه‌ی ما شدیداً به آن نیاز دارد بسیاری از مشکلات افراد جامعه در زمینه‌های مختلف اجتماعی و همچنین آسیب‌های اجتماعی بسیاری که وجود دارد، رفع گردد. با توجه به مطالب ذکر شده، انجام پژوهش‌های گوناگون در چنین زمینه‌هایی ضروری و مهم به نظر می‌رسد.

پیشینه پژوهش

از آنجایی که تأکید پژوهش حاضر بر توسعه‌ی اجتماعی و نقش آن در برطرف کردن آسیب‌های اجتماعی است، با توجه به جستجوی محقق در منابع و پایگاه‌های معتبر علمی، پژوهشی با عنوان حاضر یافت نشد و این تحقیق با روش تحلیل محتوا جنبه‌ی نوآورانه در زمینه‌ی توسعه‌ی اجتماعی و آسیب‌های اجتماعی دارد. در زمینه‌ی پژوهش‌های مرتبط در این حوزه در داخل کشور تحقیقاتی صورت گرفته است که در ادامه خلاصه‌ای از نتایج آنها ذکر می‌شود.

الف) تحقیقات داخلی

در پژوهشی که در سال ۹۶ با عنوان «رسانه‌های جمعی و سیاست‌گذاری توسعه‌ی ملی» توسط شمسایی‌نیا انجام شده است، به بررسی نقش رسانه‌ها در توسعه‌ی ملی

پرداخته شده است. در این پژوهش آمده است که رسانه‌ها پیرامون فرآیند سیاست‌پژوهی، سیاست‌گذاری و ارزیابی سیاست‌ها برای توسعه‌ی ملی کارکردهای انتقادی و اثباتی از سطح ایده تا اجرا برای فعال‌سازی کنشگران، ترغیب سیاست‌گذاران و چارچوب‌سازی چستی، چرایی و چگونگی «وضعیت مطلوب» برای اقناع افکار عمومی دارند، به‌ویژه رسانه‌های جمعی که مدیریت پذیرتر از رسانه‌های اجتماعی بوده و بازتاب‌دهنده‌ی سیاست‌های رسانه‌ای گفتمان‌های مسلط هستند (شمسایی‌نیا، ۱۳۹۶).

در پژوهش دیگری که در سال ۹۷ توسط کروی انجام شده است، گردشگری کودکان به‌عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار توسعه‌ی اجتماعی در جوامع مختلف معرفی شده است. محقق بر این باور است که گردشگری بستر ساز مرادوات اجتماعی است در حالی که نقش این پدیده در شکل‌گیری هویت اجتماعی کودکان نادیده انگاشته شده است (کروی، ۱۳۹۷: ۴۵-۶۶).

در پژوهش دیگری گندمی و مطلق به بررسی میزان توسعه‌ی اجتماعی در سطح شهر خمین در سال ۹۶ پرداخته‌اند. با توجه به چارچوب نظری ارائه شده در این تحقیق، توسعه‌ی اجتماعی در پنج بعد مشارکت اجتماعی، عدالت اجتماعی، کیفیت زندگی، امنیت اجتماعی و اخلاق توسعه‌ی اجتماعی مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که وضعیت توسعه‌ی اجتماعی در شهر خمین در ابعاد مشارکت اجتماعی، امنیت اجتماعی و اخلاق توسعه‌ی اجتماعی مناسب بوده است اما در مورد ابعاد عدالت اجتماعی و کیفیت زندگی، توسعه در سطح مطلوبی ارزیابی نشد (گندمی و مطلق، ۱۳۹۶: ۸۹-۱۰۰).

بدیعی در سال (۱۳۷۱)، در کنفرانس «کاربرد تحقیقات اجتماعی، اقتصادی در برنامه‌های توسعه» که در دانشگاه علامه طباطبائی برگزار شد، در مقاله‌ای با عنوان «اخبار توسعه در مطبوعات ایران» نحوه‌ی انتخاب، ارزش‌گذاری و ارائه‌ی اخبار توسعه را در شش روزنامه‌ی تهران مورد بررسی قرار داده است (بدیعی، ۱۳۷۱).

پایان‌نامه‌ای هم با عنوان «اهمیت و ضرورت روزنامه‌نگاری توسعه در ایران» توسط اسکندری (۱۳۸۰)، صورت گرفته است. نتیجه‌ی پژوهش مذکور این است که باید بخشی با عنوان «نقش ارتباطات و وسایل ارتباط‌جمعی در توسعه» از طریق بهره‌گیری نظرات و دیدگاه‌های اساتید ارتباطات کشور گنجانده شود (اسکندری، ۱۳۸۰).

ب) تحقیقات خارجی

کریستین دوران^۱ در سال (۲۰۱۷)، در مقاله‌ای با عنوان «اهداف توسعه‌ی پایدار» به این نتیجه رسیده است که توسعه‌ی پایدار بواسطه‌ی رشد اقتصادی هم‌راستا با نیازهای کلی توسعه‌ی انسانی و توازن اکولوژیکی پشتیبانی می‌شود. چندین نتیجه‌گیری مرتبط در خصوص توسعه‌ی پایدار وجود دارند؛ که عبارتند از: توسعه‌ی پایدار یک هدف جهانی است و توسعه‌ی پایدار در زمینه‌ی افزایش جمعیت و مصرف منابع طبیعی یک مدل توسعه‌ای با هدف توازن بین رشدهای اقتصادی، کیفیت زندگی و حفاظت میان مدت و طولانی مدت محیط زیست بدون افزایش مصرف منابع طبیعی فراتر از ظرفیت زمین است (دوران، ۲۰۱۷).

آنتونی پکوتیچ^۲ در مقاله‌ی «غالب توسعه‌ی اجتماعی و اقتصادی سیستمیک و خدمات» در سال ۲۰۱۶ به بررسی توسعه‌ی اجتماعی و اقتصادی در جوامع مختلف پرداخته است. او توسعه‌ی اجتماعی در کشور بنگلادش را مورد بررسی قرار داده است (پکوتیچ، ۲۰۱۶).

همچنین مقاله‌ای با عنوان «رابطه‌ی بین کیفیت زندگی و توسعه‌ی محلی» از سوی سسیلیا ونگ^۳ در سال ۲۰۱۷ به رشته‌ی تحریر در آمده است که در آن محقق معتقد است که کیفیت بالای زیست‌محیطی، شرایط کار و زندگی مطلوب فرهنگی و امکانات محلی مناسب برای رشد اقتصادی و ایجاد شغل با حمایت از کسب و کارهای محلی و جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی حیاتی هستند (ونگ، ۲۰۱۷).

کریستین اوگان^۴ و جوال فر^۵ (۱۹۹۱)، در تحقیقی «چگونگی گزینش اخبار توسعه در روزنامه‌های جهان سوم» را مورد بررسی قرار داده‌اند. طبق یافته‌های این پژوهش، بیشترین پاسخ‌های مرتبط با تحلیل محتوای اخبار توسعه، بحث بر روی آینده‌ی توسعه و کمترین هم میزان موفقیت در برنامه‌های توسعه با اهداف دولت بوده است (اوگان و فر، ۱۹۹۱: ۴۸).

¹ Cristian Duran

² Anthony Pecotich

³ Cecilia Wong

⁴ Christinel Ogon

⁵ Joval Fair

در پژوهش دیگری سودش استوارت^۱ و د. فلورنی^۲ (۱۹۸۷)، اخبار توسعه را در گزارش‌های جهانی «سی. ان. ان»^۳ مورد بررسی قرار داده‌اند. در این تحقیق با استفاده از روش تجزیه و تحلیل محتوا و کدگذاری اخبار توسعه در گزارش‌های جهانی تلویزیون «سی. ان. ان» در مجموع ۱۰ برنامه و ۳۰۸ مطلب مورد ارزیابی قرار گرفته است (استوارت، فلورنی، ۱۹۸۷: ۱۲۱).

به‌طور کلی در پژوهش‌های مورد اشاره کار به صورت کیفی صورت گرفته است و اگر در مواردی هم کمی بوده باشد به صورت خلاصه بیان شده است. همچنین در این پژوهش‌ها به مهم‌ترین ابعاد روزنامه‌نگاری توسعه که پیگیری قول‌ها و وعده‌های مسئولین در زمینه توسعه و پیشنهادهای سازنده‌ای که منجر به توسعه‌ی کشور شود، بررسی نشده است. در نهایت در پژوهش حاضر، دو روزنامه‌ای که نماینده‌ی دو طیف سیاسی مختلف در کشور هستند مورد بررسی قرار گرفته است که در آن می‌توان به این امر دست یافت که دو دولت مختلف هر کدام تا چه میزان در راستای نقش توسعه‌بخشی خود خصوصاً در زمینه‌ی توسعه‌ی اجتماعی کشور فعالیت داشته است.

چارچوب نظری پژوهش

نظریه برجسته‌سازی

نظریه‌ی برجسته‌سازی^۴ مدعی تأثیر رسانه‌ها بر شناخت و نگرش مردم و تعیین اولویت‌های ذهنی آنان از طریق انتخاب و برجسته‌سازی بعضی از موضوعات و رویدادها در قالب خبر و گزارش خبری است. به این معنا که رسانه‌ها با برجسته ساختن بعضی از موضوع‌ها و رویدادها، بر آگاهی و اطلاعات مردم تأثیر می‌گذارند. گر چه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم «چگونه» بیندیشند، اما می‌توانند تعیین کنند که «درباره‌ی چه» بیندیشند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۵۸).

منظور از برجسته‌سازی رسانه‌ها این است که رسانه‌ها، بویژه در اخبار و گزارش‌های خبری و برنامه‌های مستند، این قدرت را دارند که توجه عموم را به مجموعه‌ای از مسائل و موضوعات معین و محدود معطوف سازند و از مسائل و موضوعات دیگر چشم‌پوشی کنند. حاصل کار این می‌شود که بعضی از مسائل خاص توسط بسیاری از مردم در سپهر عمومی

^۱ Soudesh Steward

^۲ D. Flournoy

^۳ Cable Network News

^۴ agenda-setting theory

و خارج از قلمرو رسانه‌ها به بحث گذاشته می‌شود، در حالی که به مسائل و موضوعات دیگر توجه نمی‌شود (سولیوان و همکاران، ۲۰۱۳:۲۶؛ به نقل از مهدی‌زاده).

توسعه اجتماعی

توسعه از جمله مفاهیمی است که به تعاریف اسمی یا مصداقی نیاز دارند. در این نوع اصطلاحات، بنیان تعریف مبتنی بر معرفه‌ها یا مشخصه‌هایی است که به مفهوم و عناصر متشکله آن نسبت داده می‌شود. بر این اساس برای تعریف توسعه باید دید که این اصطلاح به چه معرفه‌ها و مشخصه‌هایی دلالت می‌کند و طبیعی است که این معرفه‌ها و مشخصه‌ها بر حسب اینکه از چه منظری - مثلاً اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی - به توسعه نگریسته شود، متفاوت خواهند بود.

در سطح عمومی و مشترک اغلب مشخصه‌هایی که ذیل مفهوم توسعه می‌توان برشمرد با آنچه ذیل سه مفهوم پیشرفت، تکامل و نوسازی آورده می‌شود کم و بیش یکسان است. هر چهار واژه‌ی یاد شده فرآیندی را توصیف می‌کنند که بر گذار از مراحل فرودین به مراحل فرازین دلالت دارد. در عرصه‌ی علوم اجتماعی و خاصه در جامعه‌شناسی این فرآیند گذار بر مفهوم «دگرگونی اجتماعی» جوامع منطبق است. دگرگونی اجتماعی از لحاظ لغوی به معنای تغییرات حادث شده در ساخت اجتماعی یا فرهنگی در طی زمان است (زاهدی، ۱۳۹۱:۱۸).

گروه توسعه‌ی اجتماعی بانک جهانی، توسعه‌ی اجتماعی را به مثابه ترکیب سه مفهوم «توانمندسازی» (یعنی برخورداری از حق انتخاب فردی)، «پوشش» (تأکید نهادها و سیاست‌ها بر نیازهای افراد فقیر جامعه و توجه به آنها) و امنیت (یعنی ارتقا و ثبات اجتماعی و امنیت انسانی) تعریف کرده است. استراتژی‌های توسعه‌ی اجتماعی در جهت بهبود کیفیت زندگی انسانی بوده و پاسخگویی به نیازهای اساسی انسان را مد نظر دارد. از این‌رو استراتژی‌های توسعه‌ی اجتماعی، شامل نیازهای رفاهی، نیازهای فرهنگی، نیازهای روانی، نیاز در تطبیق‌پذیری و نیاز به رشد و ترقی که در مجموع از عمده‌ترین نیازهای انسان در جامعه‌ی جدید است، می‌باشد (ازکیا، ۱۳۷۹:۳۵).

توسعه‌ی اجتماعی به‌طور همزمان شامل چند امر هماهنگ می‌شود. از نظر نگارنده پژوهش حاضر این نوع از توسعه متضمن بهبود در شاخص‌هایی از قبیل سوادآموزی، شهرنشینی، اقلیت‌های قومی، جامعه‌ی مدنی و حقوق شهروندی، بهداشت و درمان،

اشتغال، امکانات ورزشی و تفریحی، حمل و نقل، وسایل ارتباط جمعی، مهاجرت، محیط زیست، زنان و کودکان، تنظیم خانواده، فقر، اعتیاد و ... است.

سؤالات پژوهش

سؤال اصلی پژوهش

عملکرد مطبوعات کشور در راستای نقش توسعه‌بخشی خود، خصوصاً در زمینه‌ی توسعه‌ی اجتماعی و ارائه‌ی راهکار برای رفع آسیب‌های اجتماعی موجود چگونه بوده است؟

سؤالات توصیفی پژوهش

- ۱- فراوانی مطالب مربوط به توسعه‌ی اجتماعی در روزنامه‌های مورد بررسی به چه میزان بوده است؟
- ۲- فراوانی ارائه‌ی پیشنهادهای سازنده جهت بهبود امور در امر توسعه‌ی اجتماعی و برطرف کردن آسیب‌های اجتماعی موجود چگونه است؟
- ۳- فراوانی مطالب مربوط به سوابق قبلی و پیگیری وعده‌ها نسبت به آنچه که طرح‌ریزی شده و آنچه که اجرا شده است، در روزنامه‌های مورد بررسی چگونه است؟

سؤالات تحلیلی پژوهش

- ۱- آیا بین روزنامه‌های مورد بررسی و مطالب مربوط به توسعه‌ی اجتماعی رابطه‌ی معناداری وجود دارد؟
- ۲- آیا بین روزنامه‌های مورد بررسی و میزان ارائه‌ی پیشنهادهای سازنده جهت بهبود امور در امر توسعه‌ی اجتماعی و برطرف کردن آسیب‌های اجتماعی موجود، رابطه‌ی معناداری وجود دارد؟

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر تحلیل محتوای کمی می‌باشد. روش تحلیل محتوا اغلب در مورد آن دسته از مسائل پژوهشی به کار می‌رود که می‌توان مستقیماً با توصیف ویژگی‌های محتوا به سؤال‌های پاسخ داد. در چنین بررسی‌هایی، پژوهشگر تا حد بسیاری از مشکلات مربوط به روایی فارغ است، به جز حوزه‌ای که روایی با نمونه‌گیری و پایایی ارتباط می‌یابد.

از این رو اطلاعات محتوا، بیشتر به عنوان پاسخی مستقیم به سؤال‌های پژوهش به کار می‌رود تا معرف‌هایی که ویژگی‌های منابع یا مخاطبان از آن استنباط می‌شود (هالستی، ۱۳۹۱: ۷۲). کریپندورف، تحلیل محتوا را این‌گونه تعریف می‌کند: «تکنیکی پژوهشی است برای استنباط^۱، تکرارپذیر^۲ و معتبر^۳ از داده‌ها در مورد متن آنها» (کریپندورف، ۱۳۹۰: ۲۵). (۲۵:۱۳۹۰).

دانیل رایف و همکاران وی نیز تعریفی از تحلیل محتوا ارائه داده‌اند: «تحلیل محتوای کمی، آزمون نظام‌مند (سیستماتیک) و تکرارپذیر نمادهای ارتباطی است که طی آن ارزش‌های عددی بر اساس قوانین معتبر اندازه‌گیری، به متن نسبت داده می‌شود و سپس با استفاده از روش‌های آماری، روابط بین آن ارزش‌ها تحلیل می‌شود. این عمل به منظور توصیف محتوای ارتباطات، استخراج نتیجه درباره‌ی معنی آن یا پی بردن به بافت و زمینه‌ی ارتباط، هم در مرحله‌ی تولید و هم در مرحله‌ی مصرف صورت می‌گیرد (رایف و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۴).

تکنیک پژوهش

تکنیک استفاده شده در پژوهش حاضر از نوع مقوله‌ای، ارزیابی می‌باشد. تکنیک مقوله‌ای مبتنی بر مقوله‌های ساخته شده از محتوا صورت می‌گیرد و تحلیل انجام شده‌ی پیام، شرحی از محتوا بر اساس مقوله‌هاست.

مقوله‌ها، واحدهای بررسی هستند که با توجه به هدف تحقیق برگزیده می‌شوند؛ تکنیک ارزیابی نیز برقراری ارتباط بین ساختار توصیف شده از محتوا (مبتنی بر تکنیک مقوله‌ای) با مشخصه‌هایی بیرونی و یا در خصوص یک وضعیت اجتماعی است. به عبارت دیگر پژوهشگر پیوندهای پیام توصیف شده از طریق تکنیک مقوله‌ای را با مشخصه‌های آشکار از پدیده‌های اجتماعی برقرار می‌کند و به نتیجه‌گیری از پیام تولید شده در مورد ابعاد واقعیت اجتماعی می‌پردازد.

¹ inferences

² replicable

³ valid

جامعه آماری و نمونه‌گیری

جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر تمام شماره‌های منتشر شده‌ی دو روزنامه در سال ۱۳۹۱ می‌باشد. به منظور بررسی چگونگی بازتاب و انعکاس اخبار و مطالب مربوط به توسعه‌ی اجتماعی، آسیب‌ها و راهکارهای رفع آنها در مطبوعات کشور، تمام مطالب مربوط به این موضوع در روزنامه‌های کیهان و شرق در سال ۱۳۹۱ بررسی و تحلیل شده است. روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر، نمونه‌گیری احتمالی طبقه‌بندی شده می‌باشد.

برای بررسی یک ساله‌ی هر روزنامه، یک ماه آماری و برای هر ماه آماری نیز، چهار هفته‌ی آماری^۱ در نظر گرفته می‌شود که چون در هر هفته یک روز تعطیل است، بنابراین از هر هفته ۶ شماره روزنامه و در نتیجه از ۴ هفته‌ی آماری ۲۴ شماره از روزنامه در نظر گرفته می‌شود. در ادامه برای هر فصل از سال ۶ شماره در نظر گرفته می‌شود و به این ترتیب عمل می‌کنیم: از شنبه‌های فروردین یک شماره به تصادف، از یکشنبه‌های اردیبهشت یک شماره به تصادف، از دوشنبه‌های خرداد یک شماره به تصادف، از سه‌شنبه‌های فروردین یک شماره به تصادف، از چهارشنبه‌های اردیبهشت یک شماره به تصادف و در نهایت از پنجشنبه‌های خرداد یک شماره به تصادف انتخاب می‌شود و همین کار را برای فصل‌های دیگر به همین روال ادامه می‌دهیم. با توجه به نحوه‌ی نمونه‌گیری از هر روزنامه در هر سال ۲۴ شماره انتخاب می‌شود. واحد تحلیل در پژوهش حاضر شامل هر «مطلب» مربوط به توسعه‌ی اجتماعی و آسیب‌های اجتماعی در روزنامه‌های مورد بررسی است که از تیتراژ هر مطلب تا آخرین پاراگراف را شامل می‌شود. در این واحد متن، تیتراژ، عکس و طرح نیز جای دارد.

رویه جمع‌آوری اطلاعات^۲

از آنجا که ابزار گردآوری اطلاعات در روش تحلیل محتوا، دستورالعمل‌کدگذاری است و شامل مقولات و زیر مقولات تعیین شده برای رجوع به پیام‌های ارتباطی برای ثبت آنهاست، به این دستورالعمل، پرسشنامه‌ی وارونه نیز می‌گویند. اطلاعات و داده‌های تحقیق

^۱ statistical week

^۲ data gathering procedure

بر اساس دستورالعمل تعیین شده، کدگذاری می‌شوند، سپس داده‌های کدگذاری شده در کدبرگه‌ها^۱ وارد می‌شوند.

این اطلاعات با استفاده از نرم‌افزار SPSS، مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد و سپس اطلاعات جمع‌آوری شده، بر اساس سؤال‌های تحقیق و بر اساس تکنیک‌های آماری به صورت توصیفی و استنباطی بیان می‌شوند.

در پژوهش حاضر، از فراوانی مطلق و محاسبات درصدی در قالب جداول توزیع فراوانی استفاده می‌شود و در جداول تحلیلی برای نشان دادن معناداری و نشان دادن روابط بین متغیرها از آزمون کای اسکوئر استفاده شده است.

ضریب قابلیت اعتماد و اعتبار پژوهش

برای سنجش ضریب قابلیت اعتماد پژوهش ۲۰ درصد کل محتوا، توسط پژوهشگر پس از کدگذاری اول به فاصله‌ی زمانی یک ماه مجدداً کدگذاری شد. پس از این، ضریب پایایی اسکات محاسبه شد. طبق این فرمول برای سنجش پایایی سه مقوله‌ی «شاخص‌های توسعه‌ی اجتماعی»، «پیشنهاد‌های سازنده جهت بهبود امور در امر توسعه‌ی اجتماعی» که دارای قضاوت ارزشی هستند، مورد بررسی قرار گرفت. پس از محاسبه‌ی ضریب قابلیت اعتماد، مقوله‌ی شاخص‌های توسعه‌ی اجتماعی ۹۱ درصد و مقوله‌ی پیشنهاد‌های سازنده جهت بهبود امور در امر توسعه‌ی اجتماعی ۸۵ درصد به دست آمد. از آنجایی که ضریب پایایی قابل قبول، بالاتر از ۷۰ درصد است، پس این پژوهش از قابلیت اعتماد لازم برخوردار است.

پژوهش حاضر دارای اعتبار صوری است در پژوهش حاضر دستورالعمل کدگذاری، مورد تأیید اساتید راهنما، مشاور پژوهش و همچنین سایر اساتیدی که سابقه‌ی پژوهش در این زمینه را داشته‌اند، قرار گرفته است.

نتایج پژوهش

الف) نتایج توصیفی پژوهش

۱- فراوانی مطالب مربوط به توسعه‌ی اجتماعی در روزنامه‌های مورد بررسی

^۱ coding sheets

جدول ۱: مطالب مربوط به توسعه‌ی اجتماعی

		روزنامه		جمع
		شرق	کیهان	
محتوای مطلب	سوادآموزی	۳۰	۴۰	۷۰
		۹/۸٪	۱۳٪	۲۲/۸٪
	شهرنشینی	۱۶	۱۲	۲۸
		۵/۲٪	۳/۹٪	۹/۱٪
	بهداشت و درمان	۲۱	۱۸	۳۹
		۶/۸٪	۵/۹٪	۱۲/۷٪
	اشتغال	۹	۱۹	۲۸
		۲/۹٪	۶/۳٪	۹/۱٪
	وسایل ارتباط جمعی	۱۰	۱۹	۲۹
		۳/۳٪	۶/۳٪	۹/۴٪
	مهاجرت	۶	۴	۱۰
		۲٪	۱/۳٪	۳/۳٪
	محیط زیست	۱۲	۱۳	۲۵
		۳/۹٪	۴/۳٪	۸/۱٪
	فقر	۱۶	۸	۲۴
		۵/۲٪	۲/۶٪	۷/۸٪
	اعتیاد	۲۴	۱۵	۳۹
		۷/۸٪	۴/۹٪	۱۲/۷٪
	سایر	۶	۹	۱۵
		۲٪	۲/۹٪	۴/۹٪
جمع		۱۵۰	۱۵۷	۳۰۷
		۴۸/۹٪	۵۱/۱٪	۱۰۰٪

با توجه به جدول ۱ از مجموع ۳۰۷ مطلب بررسی شده در دو روزنامه، ۱۵۰ مطلب مربوط به روزنامه‌ی شرق و ۱۵۷ مطلب هم مربوط به روزنامه‌ی کیهان می‌باشد. با توجه به مطالب روزنامه‌ی شرق بحث سوادآموزی با ۳۰ مورد یعنی ۹/۸ درصد بیشترین و بحث مهاجرت و سایر موارد نیز کمترین انعکاس را داشته است. در روزنامه‌ی کیهان نیز بحث

سوادآموزی با ۴۰ مورد یعنی ۱۳ درصد بیشترین و بحث مهاجرت با ۴ مورد یعنی ۱/۳ درصد کمترین بازتاب را داشته است.

باید اظهار داشت که دغدغه‌ی اصلی مسئولین این رسانه‌ها و تأکید بیشتر آنان بر مبارزه با بی‌سوادی و افزایش تحصیلات افراد در جامعه بوده است. مهاجرت نیز از مسائلی است که کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

۲- فراوانی ارائه‌ی پیشنهادهای سازنده جهت بهبود امور در امر توسعه‌ی اجتماعی و برطرف کردن آسیب‌های اجتماعی موجود

جدول ۲: فراوانی پیشنهادهای سازنده

		روزنامه		جمع
		شرق	کیهان	
ارائه‌ی پیشنهاد و نقد سازنده	دارد	۵۴	۷۸	۱۳۲
		۱۷/۶٪	۲۵/۴٪	۴۳٪
سازنده	ندارد	۹۶	۷۹	۱۷۵
		۳۱/۳٪	۲۵/۷٪	۵۷٪
جمع		۱۵۰	۱۵۷	۳۰۷
		۴۸/۹٪	۵۱/۱٪	۱۰۰٪

با توجه به جدول ۲ از مجموع ۳۰۷ مطلب بررسی شده در دو روزنامه، ۵۴ مطلب یعنی ۱۷/۶ درصد در روزنامه‌ی شرق دارای نقد سازنده بوده و پیشنهادهای کارسازی برای امر بهبود توسعه‌ی اجتماعی داشته است. ۹۶ مطلب یعنی ۳۱/۳ درصد از مطالب نیز فاقد پیشنهاد بوده است. در طرف دیگر ۷۸ مطلب یعنی ۲۵/۴ درصد از مطالب روزنامه‌ی کیهان دارای پیشنهادات سازنده و نقد مفید بوده و ۷۹ مطلب یعنی ۲۵/۷ درصد از مطالب فاقد پیشنهاد و نقد امور بوده است.

نکته‌ی قابل توجه این است که در مجموع دو رسانه ۵۷ درصد از مطالب فاقد نقد سازنده و پیشنهاد مفید برای طرح‌ها و مسائل و آسیب‌های اجتماعی بوده‌اند و تنها ۴۳ درصد از مطالب دارای نقد و پیشنهاد بوده است. بدیهی است که وجود انتقاد سازنده در

مطالب رسانه‌ها به بهبود امور و حل بهتر و روشن‌تر مسائل و آسیب‌ها کمک شایانی می‌کند.

۳- فراوانی مطالب مربوط به سوابق قبلی و پیگیری وعده‌ها نسبت به آنچه که طرح‌ریزی شده و آنچه که اجرا شده

جدول ۳: پیگیری وعده‌ها و سوابق قبلی

		روزنامه		جمع
		شرق	کیهان	
پیگیری وعده‌ها و سوابق قبلی	دارد	۶۴	۶۱	۱۲۵
		۲۰/۸٪	۱۹/۹٪	۴۰/۷٪
	ندارد	۸۶	۹۶	۱۸۲
		۲۸٪	۳۱/۳٪	۵۹/۳٪
جمع		۱۵۰	۱۵۷	۳۰۷
		۴۸/۹٪	۵۱/۱٪	۱۰۰٪

با توجه به جدول ۳ از مجموع ۱۵۰ مطلب بررسی شده در روزنامه‌ی شرق، ۶۴ مورد یعنی ۲۰/۸ درصد از مطالب دارای سابقه‌ی تاریخی بوده‌اند. یعنی چنانچه طرحی در گذشته ارائه و یا افتتاح شده است این طرح در آینده نیز همچنان مورد توجه و تحلیل و بررسی بوده است.

چنانچه مسئولی وعده‌ای داده، فرد خبرنگار سرانجام و نتیجه‌ی آن طرح را پیگیری کرده است. در روزنامه‌ی کیهان ۶۱ مورد یعنی ۱۹/۹ درصد از مطالب دارای سابقه‌ی پیگیری بوده است. نکته‌ی قابل توجه این است که در مجموع دو رسانه از ۳۰۷ مورد، تنها ۱۲۵ مطلب دارای سوابق قبلی و پیگیرانه بوده است و ۱۸۲ مورد یعنی ۵۹/۳ درصد فاقد هر گونه پیگیری و ارائه‌ی سابقه‌ی قبلی طرح بوده است.

ب) نتایج تحلیلی پژوهش

۱- رابطه‌ی بین روزنامه‌های مورد بررسی و مطالب مربوط به توسعه‌ی اجتماعی

با توجه به آزمون کای اسکوئر محاسبه شده به میزان ۱۴/۲۲۷ و درجه‌ی آزادی ۹ با ۱ درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان رابطه‌ی بین دو متغیر معنی‌دار نمی‌باشد. به عبارت دیگر بین دو متغیر روزنامه‌های مورد بررسی و محتواهای آنها رابطه‌ی معنی‌داری وجود ندارد. در توصیف جدول نیز باید گفت که بیشترین امر توسعه‌ی اجتماعی مهم از نظر این دو رسانه، امر سوادآموزی می‌باشد. اعتیاد نیز بحث دیگری است که این دو رسانه در مرتبه‌ی بعدی زیاد به آن پرداخته‌اند. اعتیاد در زمان کنونی از آسیب‌های بسیار مهم می‌باشد که هر روزه دامن‌گیر جوانان بسیاری می‌شود و توجه رسانه‌های جمعی در این زمینه بسیار مهم و حیاتی است.

$$Value = 14/227 \quad Df = 9 \quad Sig = 0/114$$

۲- رابطه‌ی بین روزنامه‌های مورد بررسی و میزان ارائه‌ی پیشنهادها سازنده جهت بهبود امور در امر توسعه‌ی اجتماعی و برطرف کردن آسیب‌های اجتماعی موجود با توجه به آزمون کای اسکوئر محاسبه شده به میزان ۵/۸۵۹ و درجه‌ی آزادی ۱ با ۱ درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که رابطه‌ی بین دو متغیر معنی‌دار نمی‌باشد.

به عبارتی بین دو متغیر روزنامه‌های مورد بررسی و ارائه‌ی پیشنهاد سازنده و وجود نقد سازنده در آنها رابطه‌ی معنی‌داری وجود ندارد. در توصیف جدول نیز باید اظهار داشت که ۵۷ درصد از مطالب این دو روزنامه فاقد هر گونه پیشنهاد سازنده و نقد مفید بوده‌اند در حالی که وجود نقد در امر توسعه خصوصاً در طرح‌های اجتماعی و ارائه‌ی راه حل برای برطرف کردن آسیب‌های اجتماعی ضروری به نظر می‌رسد.

$$Value = 5/859 \quad Df = 1 \quad Sig = 0/016$$

بحث و نتیجه‌گیری

روزنامه‌ها، عناصر کلیدی در شکل‌دهی به محیط شناختی هستند که ما در چارچوب آن زندگی می‌کنیم. به عبارت ساده، ما بر مبنای آنچه آن را «راست» و صادق می‌پنداریم

فکر و عمل می‌کنیم و روزنامه‌ها منبعی مهم برای آن چیزی هستند که فکر می‌کنیم درباره‌ی جهان می‌دانیم.

روزنامه‌ها به رویدادها و جبهه‌ای اجتماعی می‌بخشند و از این‌رو آنها را برای جامعه به‌عنوان یک کل، واقعی می‌سازند، چیزی که معمولاً لازمی کنش اجتماعی سازمان‌یافته است.

روزنامه‌ها دارای این قدرت هستند که موضوعات و رویدادها را در معرض دید عموم قرار و در نتیجه آنها را مهم جلوه دهند. نکته‌ای که در زمینه‌ی رابطه‌ی مطبوعات با امر توسعه، خصوصاً توسعه‌ی اجتماعی نهفته است نقش آنها در ایجاد انگیزه برای توسعه است. قبل از هر چیز، مردم باید توسعه را بشناسند و اطلاعات و اندیشه‌های جدید را به دست آورند. آنان باید لزوم تغییرات را دریابند و باید بدانند که در یک جامعه‌ی عقب‌مانده هیچ کس سعادتمند نیست، پس فرصت‌ها و امکانات مناسب در اختیارشان قرار نمی‌گیرد. برای اینکه مردم چنین رفتاری داشته باشند، آموزش مهارت‌ها و ارزش‌های مطلوب ضروری است.

با توجه به اهمیت روزنامه‌ها در پژوهش حاضر دو نشریه از نشریات پرتیراژ کشور که دارای خط‌مشی فکری متفاوت هستند را در مورد بحث توسعه‌ی اجتماعی و آسیب‌های اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت.

طبق یافته‌های پژوهش بیشترین مطلب در بحث توسعه‌ی اجتماعی در این دو روزنامه بحث سوادآموزی بوده است و امر مهاجرت کمتر به آن پرداخته شده است؛ همچنین مشخص شد که فراوانی مطالبی که در آنها نقد سازنده و پیشنهادات مفید وجود دارد کمتر از مطالبی است که در آنها نقد وجود دارد. پیگیری وعده‌های مسئولین و سرانجام طرح‌ها از جمله وظایف مهم روزنامه‌نگاران توسعه می‌باشد که در این دو نشریه کمتر به آنها پرداخته شده است.

در مورد نتایج تحلیلی پژوهش هم می‌توان گفت که مشخص گردید بین دو متغیر روزنامه‌های مورد بررسی و محتواهای آنها رابطه‌ی معنی‌داری وجود ندارد. همچنین باید گفت که بین دو متغیر روزنامه‌های مورد بررسی و ارائه‌ی پیشنهاد سازنده و وجود نقد سازنده در آنها هم نیز رابطه‌ی معنی‌داری وجود ندارد.

با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان به این نتیجه رسید که بحث نهضت سوادآموزی و تربیت و آموزش در هر دو روزنامه دو طیف مختلف سیاسی مورد توجه بوده است. با

توجه به اینکه یکی از معیارهای توسعه‌یافتگی در کشورهای جهان سوم همین امر می‌باشد، می‌توان اذعان کرد که روزنامه‌ها علاوه بر جهت سیاسی‌ای که دارند در مباحث توسعه‌ای تا حدودی موفق عمل کرده‌اند.

فهرست منابع:

- آقابخشی، علی و افشاری، مینو (۱۳۷۹). فرهنگ علوم سیاسی، تهران: نشر پایا.
- ازکیا، مصطفی (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی توسعه و توسعه‌نیافتگی روستایی ایران، چاپ دوم، تهران: انتشارات اطلاعات.
- اسکندری، امید (۱۳۸۰). اهمیت و ضرورت روزنامه‌نگاری توسعه در ایران، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی.
- بدیعی، نعیم (۱۳۷۱). اخبار توسعه در مطبوعات ایران، کنفرانس کاربرد تحقیقات اجتماعی، اقتصادی در برنامه‌های توسعه، دانشگاه علامه طباطبایی.
- رایف، دانیل؛ استفن، لیزی و فیگو، جی فریدریک (۱۳۸۸). تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، ترجمه‌ی مهدخت بروجردی علوی، چاپ سوم، تهران: سروش.
- زاهدی، محمدجواد (۱۳۹۱). توسعه و نابرابری، چاپ هفتم، تهران: نشر مازیار.
- سولیوان، تام؛ جان، هارتلی؛ دانی، ساندرز و جان، فیسک (۱۳۸۵). مفاهیم کلیدی ارتباطات، ترجمه‌ی میر حسن رئیس‌زاده، تهران: نشر فصل نو.
- شمسایی‌نیا، رامین (۱۳۹۶). رسانه‌های جمعی و سیاست‌گذاری توسعه‌ی ملی، رساله‌ی دکتری علوم ارتباطات، دانشکده‌ی علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی.
- کروبی، مهدی (۱۳۹۷). "طراحی یک مدل تحلیلی نگرش گردشگری کودکان در جهت توسعه‌ی اجتماعی از طریق سرمایه‌های ناملموس"، فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی ایران، سال دهم، شماره‌ی سوم، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی.
- کریندورف، کلوس (۱۳۹۰). تحلیل محتوا، مبانی روش‌شناسی، ترجمه‌ی هوشنگ نایی، چاپ پنجم، تهران: نشر نی.
- گندمی، محمد و مطلق، فاطمه (۱۳۹۶). "بررسی میزان توسعه‌ی اجتماعی در سطح شهر خمین"، فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی ایران، سال نهم، شماره‌ی دوم، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی.
- مک کوئیل، دنیس (۱۳۸۵). درآمدی بر نظریه‌ی ارتباطات جمعی، ترجمه‌ی پرویز اجلالی، تهران: دفتر مطالعات و توسعه‌ی رسانه.
- مهدی‌زاده، محمد (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: همشهری.
- هالستی، آل-آر (۱۳۹۱). تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی، ترجمه‌ی نادر سالارزاده‌ی امیری، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.

Duran C. (2017). “The Objectives of Sustainable Development”, *Procedia Economics and Finance*, 26: 812–817.

Ogan, C. and Fair E. (1991). “A little good news: the Treatment of Development News in selected third world newspapers”, *Gazette*, 33:1-12.

Stewart R and flournoy D (1987). “Development News on "CNN" word report”, *Gazette*, 47: 25-36

Pecotich A. (2016). “Systemic and service dominant”, *Australasian Marketing Journal*, 18:248–255

Wong C. (2017). “The Relationship between Quality of Life and Local”, *Economic Development Cities*, 18:25–32.