

بسمه تعالی

دانشگاه علامه طباطبائی

گروه علوم ارتباطات اجتماعی
پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی

بررسی نحوه بازتاب مطالب توسعه علمی در مطبوعات کشور

با تأکید بر روزنامه‌های (ایران، همشهری، اطلاعات، کیهان) در ۶ ماهه دوم سال ۱۳۸۹

مقطع تحصیلی: کارشناسی ارشد

استاد راهنما: دکتر علی اصغر کیا

استاد مشاور: دکتر هادی خانیکی

پژوهشگر: جواد آزادی

سال تحصیلی ۱۳۹۰

چکیده

ارتباطات و وسایل ارتباطی از شاخص های مهم توسعه ملی به شمار می روند و از آنجا که توسعه علمی از ملزومات توسعه ملی است؛ غفلت از مباحث و تحقیقات مربوط به توسعه علمی باعث عقب ماندن کشور از چرخه توسعه جهانی می شود و تاکید بر آن در مطبوعات کشور باعث توجه درخورتر به این مقوله خواهد شد. در این تحقیق ما می خواستیم بدانیم مطبوعات کشور چگونه و تا چه اندازه مطالب مربوط به توسعه علمی را منعکس می کنند و به آن بها می دهند. در این تحقیق ۱۰۰ شماره روزنامه (ایران، همشهری، کیهان، اطلاعات) در طول ۶ ماه مورد بررسی قرار گرفت به خاطر تازه تر بودن و به روز بودن اطلاعات بدست آمده، ۶ ماهه دوم سال ۸۹ را برای تحقیق برگزیدیم بعد بررسی و مطالعه تمام مطالب صفحات روزنامه ها و کدگذاری مطالب مربوط به بحث، به این نتیجه رسیدیم که در بین روزنامه های مورد بررسی از ۴۲۳ مطلب مربوط به توسعه علمی روزنامه ایران حدود ۳۶ درصد، بیشترین مطالب مربوط به توسعه علمی را نگارش کرده و روزنامه همشهری با حدود ۱۶ درصد کمترین مطالب مربوط به توسعه علمی را نسبت به روزنامه های دیگر نوشته بود. نتایج این تحقیق نیز حاکی از آن است که روزنامه های مهم کشور ما، هر کدام به صورت متفاوت به انعکاس مطالب مربوط به توسعه علمی پرداخته اند. از چهار روزنامه ای که در این تحقیق، تحلیل شده اند، این چنین برآمده است که این رسانه ها، در طول شش ماهه دوم سال ۱۳۸۹، بیشتر از همه به مسائل پژوهشی توسعه علمی پرداخته اند و اغلب مطالب دارای حجم پایین و بدون عکس هستند که این مطلب نشان می دهد که مطبوعات، مطالب توسعه علمی را در اولویت های رسانه ای خود قرار نداده و برجسته نکرده اند. کمترین مطالب اختصاص به روزنامه همشهری دارد. ولی روزنامه همشهری مطالب توسعه علمی را با بکارگیری عکس های بیشتر و بالا بردن سطح زیر چاپ، در مقایسه با روزنامه های دیگر، برجسته تر کرده است، در این میان روزنامه اطلاعات از عکس و طرح و همچنین بالا بردن سطح زیر چاپ، کمتر از دیگر روزنامه ها برای برجسته سازی مطالب مربوط به توسعه علمی استفاده کرده است. روزنامه های مورد بررسی در رابطه با مطالب توسعه علمی، بیشتر کارکرد آموزشی و پژوهشی دارند که در این میان روزنامه ایران در مقایسه با دیگر روزنامه ها، بر مطالب آموزشی و پژوهشی تاکید بیشتری دارد.

بطور کلی نتیجه می‌گیریم با توجه به اینکه لازمه توسعه کشور توسعه علمی است، و توسعه علمی نیز بیشتر بوسیله مطبوعات و رسانه‌ها گسترش می‌یابد اما متأسفانه در عمل می‌بینیم که مطبوعات (مورد بررسی) بصورت جزئی به مباحث توسعه علمی و تحولات مرتبط با آن پرداخته‌اند و مطبوعات کشور نیاز به تحول و تغییر نگرشی جدی در این زمینه دارند.

کلیدواژگان: توسعه، علم، توسعه علمی، ارتباطات، مطبوعات، بازتاب

تقدیر و تشکر

برخود بایسته می دانم که نهایت سپاس و قدردانی خویش را خدمت استاد گرانقدر جناب آقای دکتر علی اصغر کیا استاد راهنمای این رساله تقدیم دارم که صبورانه وقت با ارزش خود را در اختیارم گذاشتند و همچنین از استاد مشاور ارجمندم جناب آقای دکترهای خانیکی که مزاحمت های گاه و بیگاه مرا در طول این مدت دلسوزانه تحمل کردند و با رهنمودهای عالمانه خود روشنگر راهم بودند، به نیکی یاد می کنم . بویژه از مساعدت های خالصانه جناب آقای دکتر عباس اسدی که داوری این رساله را به عهده داشتند سپاسگذاری می نمایم.

و برای این سه استاد بزرگوار که قلم از بیان لطف و دلسوزی های بی شائبه ایشان قاصر است ، از خداوند متعال سلامت و توفیق روزافزون خواستارم.

درانتها این رساله را تقدیم می کنم به پویندگان علم و مرفت و مولوی دوستان گرامی ، پدر و مادر عزیزم که در راه تحصیلم از هیچ تلاشی دریغ نورزیده اند و به همسر فداکارم که تشویق و دلگرمی هایش گامم را استوارتر ساخت و پیشبرد این پژوهش را مدیون بردباری ایشان می دانم.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان مطلب
خ	چکیده
۱۴	فصل ۱: کلیات تحقیق
۱۵	مقدمه
۱۹	۱-۱ بیان مسئله
۲۲	۲-۱ اهمیت و ضرورت تحقیق
۲۴	۳-۱ اهداف تحقیق
۲۴	۴-۱ سؤالات تحقیق
۲۶	۵-۱ فرضیه ها
۲۶	۶-۱ تعریف مفاهیم اصلی تحقیق
۳۲	فصل ۲: مبانی نظری و ادبیات تحقیق
۳۳	مقدمه
۳۵	۱-۲ بخش اول: پیشینه تحقیق

- ۲-۲ بخش دوم: مفاهیم توسعه و توسعه علمی ۳۸
- ۲-۲-۱ تفاوت توسعه و پیشرفت ۴۰
- ۲-۲-۲ ابعاد توسعه ۴۰
- ۲-۲-۱ توسعه اقتصادی ۴۰
- ۲-۲-۲ توسعه اجتماعی ۴۱
- ۲-۲-۳ توسعه فرهنگی ۴۲
- ۲-۲-۴ توسعه سیاسی ۴۲
- ۲-۲-۵ توسعه انسانی ۴۴
- ۲-۲-۳ تعاریف توسعه علمی ۴۵
- ۲-۲-۴ ارتباط توسعه علمی با دیگر ابعاد توسعه ۴۷
- ۲-۲-۵ جایگاه توسعه علمی در اسلام ۴۸
- ۲-۳ بخش سوم: پژوهش ها، الگوها و نظریه های ارتباطات و توسعه ۴۹
- ۲-۳-۲ الگوهای ارتباطات و توسعه ۵۲
- ۲-۳-۳ نظریه ها و نگرش ها در زمینه ارتباطات و توسعه ۵۳

- ۳-۳-۳-۳ نگرش ساختارگرا به ارتباطات و توسعه ۵۵
- ۴-۲ فرآیند نوآوری و توسعه علمی ۵۶
- ۶-۲ بررسی موانع توسعه علمی ایران ۵۹
- ۷-۲ وظایف ارتباطات (مطبوعات) در زمینه توسعه ۶۲
- ۸-۲ وضعیت توسعه علمی و فناوری در ایران ۶۳
- ۹-۲ کارکرد وسایل ارتباط جمعی ۶۶
- ۱۰-۲ نظریه های مربوط به نقشها و کارکردهای اجتماعی ارتباطات جمعی ۶۷
- ۱-۱۰-۲ نظریه های متفکران آزادی گرای غربی ۶۷
- ۲-۱۰-۲ نظریه های متفکران جوامع سوسیالیستی ۶۷
- ۱۱-۲ نقش مطبوعات در ترویج و توسعه علم ۶۸
- ۱۲-۲ چارچوب نظری ۷۰
- ۱-۱۲-۲ مدل دروازه بانی خبر گزینشگری ۷۱
- ۲-۱۲-۲ نظریه برجسته سازی ۷۲
- ۳-۱۲-۲ نظریه کارکرد رسانه ها ۷۷

۷۹	فصل ۳: روش‌شناسی تحقیق
۸۰	مقدمه
۸۱	۱-۳ روش و روش‌شناسی
۸۱	۲-۳ روش تحقیق
۸۲	۳-۳ تعریف تحلیل محتوا
۸۴	۴-۳ تحلیل محتوای مطبوعات
۸۵	۵-۳ اهمیت تحلیل محتوا در رسانه‌ها
۸۶	۶-۳ جامعه آماری و روش نمونه‌گیری حجم نمونه:
۸۸	۷-۳ واحد تحقیق
۹۰	۸-۳ متغیرها و تعریف عملیاتی آنها
۹۵	۹-۳ نحوه جمع‌آوری داده‌ها
۹۶	۱۰-۳ تکنیک تحقیق
۹۶	۱۱-۳ آزمونهای آماری برای توصیف و تحلیل داده‌ها
۹۷	۱۲-۳ روایی یا اعتبار تحقیق
۹۷	۱۳-۳ قابلیت اعتماد (پایایی) تحقیق

فصل ۴: یافته های تحقیق ۹۹

۴-۱ توصیف یافته ها ۱۰۰

۴-۲ تحلیل یافته ها ۱۱۰

فصل ۵: جمع بندی و نتیجه گیری تحقیق ۱۴۰

۵-۱ جمع بندی ۱۴۱

۵-۲ نتیجه گیری ۱۴۹

۵-۳ تنگناها و مشکلات تحقیق ۱۵۲

۵-۴ پیشنهاد های تحقیق ۱۵۳

۵-۴-۱ پیشنهادهای برگرفته از تحقیق ۱۵۳

۵-۴-۲ پیشنهاد به محققان آتی ۱۵۴

منابع و مأخذ ۱۵۵

ضمائم و پیوستها ۱۶۲

- ۹۰ جدول شماره ۴-۱-۱: توزیع فراوانی مطالب توسعه علمی بر حسب سبک مطلب
- ۹۱ نمودار شماره ۴-۱-۱: توزیع فراوانی بر حسب سبک مطلب
- ۹۲ جدول شماره ۴-۱-۲: توزیع فراوانی مطالب توسعه علمی بر حسب ارزش خبری
- ۹۲ نمودار شماره ۴-۱-۲: توزیع فراوانی بر حسب ارزش خبری
- ۹۳ جدول شماره ۴-۱-۳: توزیع فراوانی مطالب توسعه علمی بر حسب موضوع مطلب
- ۹۳ نمودار شماره ۴-۱-۳: توزیع فراوانی بر حسب موضوع مطلب
- ۹۴ جدول شماره ۴-۱-۴: توزیع فراوانی مطالب توسعه علمی بر حسب محل رویداد
- ۹۴ نمودار شماره ۴-۱-۴: توزیع فراوانی مطالب توسعه علمی بر حسب محل رویداد
- ۹۵ جدول شماره ۴-۱-۵: توزیع فراوانی مطالب توسعه علمی بر حسب منبع خبر
- ۹۵ نمودار شماره ۴-۱-۵: توزیع فراوانی بر حسب منبع خبر
- ۹۶ جدول شماره ۴-۱-۶: توزیع فراوانی مطالب توسعه علمی بر حسب سطح زیر چاپ
- ۹۶ نمودار شماره ۴-۱-۶: توزیع فراوانی بر حسب سطح زیر چاپ
- ۹۷ جدول شماره ۴-۱-۷: توزیع فراوانی مطالب توسعه علمی بر حسب عنصر خبری در لید
- ۹۷ نمودار شماره ۴-۱-۷: توزیع فراوانی بر حسب عنصر خبری در لید
- ۹۸ جدول شماره ۴-۱-۸: توزیع فراوانی مطالب توسعه علمی بر حسب استفاده از طرح و عکس
- ۹۸ نمودار شماره ۴-۱-۸: توزیع فراوانی بر حسب استفاده از طرح و عکس
- ۹۹ جدول شماره ۴-۱-۹: توزیع فراوانی بر حسب نام روزنامه
- ۹۹ نمودار شماره ۴-۱-۹: توزیع فراوانی بر حسب نام روزنامه
- ۱۰۰ جدول شماره ۴-۲-۱: توزیع فراوانی روزنامه ها بر حسب سبک خبر

- ۱۰۲ جدول شماره ۴-۲-۳: توزیع فراوانی روزنامه ها بر حسب ارزش خبری
- ۱۰۴ جدول شماره ۴-۲-۵: توزیع فراوانی روزنامه ها بر حسب موضوع مطلب
- ۱۰۶ جدول شماره ۴-۲-۷: توزیع فراوانی روزنامه ها بر حسب محل رویداد
- ۱۰۸ جدول شماره ۴-۲-۹: توزیع فراوانی روزنامه ها بر حسب سطح زیر چاپ
- ۱۱۰ جدول شماره ۴-۲-۱۱: توزیع فراوانی روزنامه ها بر حسب عنصر خبری
- ۱۱۲ جدول شماره ۴-۲-۱۳: توزیع فراوانی روزنامه ها بر حسب استفاده از طرح و عکس
- ۱۱۴ جدول شماره ۴-۲-۱۵: توزیع فراوانی استفاده از طرح عکس بر حسب سبک مطلب
- ۱۱۶ جدول شماره ۴-۲-۱۷: توزیع فراوانی استفاده از طرح عکس بر حسب ارزش خبری
- ۱۱۸ جدول شماره ۴-۲-۱۹: توزیع فراوانی استفاده از طرح عکس بر حسب موضوع مطلب
- ۱۲۰ جدول شماره ۴-۲-۲۱: توزیع فراوانی استفاده از طرح عکس بر حسب محل رویداد
- ۱۲۲ جدول شماره ۴-۲-۲۳: توزیع فراوانی استفاده از طرح عکس بر حسب منبع خبری
- ۱۲۴ جدول شماره ۴-۲-۲۵: توزیع رتبه سطح زیر چاپ بر حسب سبک مطلب
- ۱۲۵ جدول شماره ۴-۲-۲۷: توزیع رتبه سطح زیر چاپ بر حسب ارزش خبری
- ۱۲۶ جدول شماره ۴-۲-۲۹: توزیع رتبه سطح زیر چاپ بر حسب موضوع مطلب
- ۱۲۷ جدول شماره ۴-۲-۳۱: توزیع رتبه سطح زیر چاپ بر حسب محل رویداد
- ۱۲۸ جدول شماره ۴-۲-۳۳: توزیع رتبه سطح زیر چاپ بر حسب منبع خبر
- ۱۲۹ جدول شماره ۴-۲-۳۵: توزیع رتبه سطح زیر چاپ بر حسب عنصر خبری

فصل ۱: کلیات

تحقیق

مقدمه

امروزه مهمترین دغدغه کشورهای در حال توسعه نیل به توسعه است. این کشورها تلاش دارند از محرومیت هایی که گریبانگیر آنهاست و باعث توسعه نیافتگی و عقب ماندگی آنان نسبت به کشورهای توسعه یافته شده است، نجات یابند و با آگاهی از شاخص های توسعه یافتگی و تحقیق و پژوهش برای دستیابی به امکانات توسعه یافتگی از ابزارهایی مانند ارتباطات مدد گیرند. کشور ایران نیز گام در این راه نهاده و تمامی تلاش خود را در مسیر توسعه به کار گرفته است. به این منظور برنامه هایی تدوین کرده است و در حال اجرای آنهاست. برنامه های اول، دوم، سوم، چهارم و پنجم توسعه کشور گواهی بر این تلاش است. برنامه پنجم توسعه در سال ۸۹ (سال آماری این تحقیق) تصویب شد. ماده ۱۹ این برنامه به موضوع تثبیت جایگاه دوم و دستیابی کشور به آستانه جایگاه اول علمی و فناوری در منطقه و همچنین تثبیت آن تا پایان برنامه پرداخته است. همچنین در سند نقشه جامع علمی کشور که توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی بعد از طی ۱۶ جلسه در ۱۴ دی ماه سال ۱۳۸۹ به تصویب رسید، به لزوم توسعه ای همه جانبه علمی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی پرداخته است. در این سند بر مبانی، اهداف، سیاست ها و راهبردها، ساختار و الزامات تحول راهبردی علم و فناوری مبتنی بر ارزشهای اسلامی برای دستیابی به "اهداف چشم انداز ۲۰ ساله کشور" تاکید شده است. سند چشم انداز ۲۰ساله کشور، (۱۴۰۴-۱۳۸۴) به عنوان مهمترین سند راهبردی کلان کشور افق ایران ۱۴۰۴ را ترسیم کرده است و بر اساس این سند راهبردی، ایران در سال ۱۴۰۴ کشوری توسعه یافته با جایگاه اول علمی و فناوری و اقتصادی در سطح منطقه خواهد بود اصل مهم این سند دست یافتن به جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه آسیای جنوب غربی با تأکید بر جنبش نرم‌افزاری و تولید علم، رشد پرشتاب و مستمر اقتصادی، ارتقاء نسبی سطح درآمد سرانه و رسیدن به اشتغال کامل است. برای کسب این جایگاه در منطقه باید زیر ساخت های لازم آن را مهیا کرد. نتایج تحقیقات نشان داده است که کشورهایی که از نظر علمی وضعیت مطلوبی دارند دارای زیر ساخت های ارتباطاتی و اطلاعاتی مناسب هستند و بدون توسعه آن زیر ساخت ها راهی به سوی توسعه قابل تصور نیست.

برنامه پنجم توسعه در قالب الزام های سند چشم انداز و اهداف مورد نظر آن تهیه شده است. این برنامه با رعایت چند اصل مهم تهیه و تدوین شده است که اولین و مهمترین آنها دستیابی به جایگاه ترسیم شده برای کشور در سند چشم انداز ۲۰ ساله در منطقه است. بدین ترتیب با کمی دقت می توان دریافت رسیدن به جایگاه والای علمی و توسعه علمی یکی از اهداف بزرگ و کلیدی در کشور می باشد. حتی تدوین بیانیه ۸۰ منشور

توسعه علمی کشور و تأسیس "جمعیت توسعه علمی کشور"^۱ نشان از مهم و حیاتی بودن موضوع توسعه علمی در کشور است.

در این تحقیق می‌خواهیم به مباحث مربوط به ارتباطات (بویژه مطبوعات) و توسعه (بویژه توسعه علمی) پردازیم برای ارتباط این دو در فصل دوم از نظریه های ارتباطات و توسعه بهره گرفته ایم و به وظایف مطبوعات در قبال توسعه پرداخته ایم. اما در این مقدمه ابتدا از رسانه ها و مطبوعات سخن گفته می‌شود و به دنبال آن به ضرورت بازنمایی توسعه علمی در مطبوعات پرداخته می‌شود که امیدواریم این تحقیق باعث غنی تر شدن مباحث نظری در این زمینه شده و با روش هایی کاربردی تر جهت رسیدن به اهداف مربوط ما را یاری کند.

سیطره رسانه ها بر زندگی امروز بشر، در بعد ملی و بین المللی، امری بدیهی است و پیام های رسانه ای چنان در تار و پود حیات فردی و اجتماعی انسان ها رخنه کرده است که تولید و مصرف آنها، همچون دیگر کالاها و خدمات مورد نیاز بشر، به پیروی از قوانین عام فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی صورت می‌گیرد و صنعت رسانه ها بخشی مهم از فعالیت فرهنگی، هنری جوامع، به خصوص توسعه یافته را به خود اختصاص داده است. تجزیه و تحلیل نقش رسانه‌ها در افکار عمومی گامی مهم در شناخت این موضوع است. رسانه ها در کشورهای در حال توسعه و از جمله در کشور ما وضع کاملاً متفاوتی با نقش رسانه ها در کشورهای توسعه یافته دارد و طبعاً باید با توجه به ویژگی ها و مسائل خودش مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد. فرهنگ سازی در عرصه فرهنگ علم و توسعه از ضروریات جامعه است که متأسفانه کمتر مورد توجه واقع شده است. نقش رسانه های صوتی و تصویری و مطبوعات در جامعه امروزی بر هیچ کس پوشیده نیست.

در دنیای کنونی که عمده ترین بخش انتقال اخبار را رسانه‌ها بر عهده گرفته‌اند، به هیچ وجه نمی‌توان از تأثیرات شگرف رسانه به جهت دادن به اخبار و وقایع موجود و تأثیر آنها بر افکار عمومی چشم‌پوشی کرد. هم اکنون به هیچ عنوان نمی‌توان قدرت و نقش رسانه را در شکل‌دهی به افکار

^۱ - جمعیت توسعه علمی ایران به همت چند تن از استادان و پژوهشگران تأسیس شده و از سال (۸۷) فعالیت خود را آغاز نموده است. هدف این جمعیت توسعه و ارتقای علمی کشور و توسعه کیفی نیروهای متخصص و بهبود بخشیدن به امور آموزشی و پژوهشی در زمینه های مربوط است. این جمعیت در جهت نیل به اهداف خود انجام وظایفی چون تحقیقات علمی و فرهنگی در سطح ملی و بین المللی، همکاری با نهادهای اجرایی و پژوهشی و فناوری در زمینه تدوین اهداف و راهبردهای توسعه علوم و فناوری و ارائه خدمات آموزشی و پژوهشی را در دستور کار خود دارد، که در نظر دارد ضمن تعامل و ارتباط با دیگر مراکز و جمعیت های علمی و فرهنگستان های علوم به جمع آوری نظرات کارشناسی دانشمندان و فعالان توسعه علمی کشور و سازماندهی آنها در قالب متون منسجم بپردازد.

عمومی انکار نمود و در واقع باید پذیرفت که «وسایل ارتباط جمعی، ابزاری اجتماعی- فرهنگی به معنای عالی آن هستند. امروزه جامعه ای توسعه یافته تلقی می شود که بتواند در کنار شاخص های اقتصادی مانند درآمد سرانه، توزیع ناخالص ملی و نرخ مرگ و میر بر معیار آموزش و اطلاعات و در حقیقت عنصر دانایی تاکید کند. در چنین جامعه ای، مطبوعات با تولید و توزیع مطلوب اطلاعات، نقش زیادی در بالا بردن آگاهی های گوناگون و ضروری به عهده می گیرند و جامعه را در نیل به تعالی و ترقی همه جانبه یاری می کنند. کارکرد رسانه ها در عصر ارتباطات، بی شک در همه عرصه ها انکارناپذیر است. جراید بخصوص روزنامه ها سودمندترین، فراوان ترین و ارزان ترین وسیله برای بالا بردن سطح آگاهی افراد جامعه و مبارزه با جهل و بی خبری به شمار می آیند. واقعیت این است که توسعه علمی و فرهنگی به آموزش و آگاه سازی و آماده کردن افکار عمومی برای بهره برداری از امکانات مادی و معنوی نیاز دارد. در این میان نقش مطبوعات به عنوان یکی از پارامترهای مهم توسعه علمی فرهنگی آشکار می شود. مطبوعات به عنوان رکن چهارم دموکراسی در یک جامعه دموکراتیک با کارکردهای خود (اطلاع رسانی، تفسیری راهنمایی، آموزشی) به توسعه همه جانبه کمک می کند و توسعه کشور در یک رابطه دیالکتیکی به رشد و توسعه مطبوعات یاری می رساند. زمانی که نشریات به عنوان اولین رسانه ارتباط جمعی متولد شد، خبری از اینترنت، ماهواره و دیگر رسانه های ارتباط جمعی نبود؛ اما امروز با وجود تمامی ابزارهای پیشرفته رسانه ای و ارتباط جمعی، نشریات و روزنامه ها همچنان جایگاه خود را به عنوان یک رسانه تعیین کننده در جوامع امروزی حفظ کرده اند. شاید کمتر کسی فکر می کرد با وجود رسانه های مدرن امروزی با سرعت بالای اطلاع رسانی، دیگر جایی برای نشریات باقی بماند، اما رسانه های مکتوب هیچ گاه جایگاه خود را از دست نداده اند. امروزه با موضعگیری، نوع انعکاس خبر و نیز گزارش های نشریات با سابقه، گاه به خبر اول رسانه های گروهی تبدیل شده و تاثیر به مراتب بیشتری را در مقایسه با دیگر رسانه های گروهی می گذارند. یکی از مسائلی که ذهن محقق را به خود مشغول کرده است این سؤال است که چگونه است ما بزرگان ورزشی و هنری دنیا و کشور را در برنامه های مختلف تلویزیونی و صفحه های کامل روزنامه ها به خوانندگان و بینندگان معرفی می کنیم، از رنگ مدال ها و موفقیت ها و زندگی آنها سوال می کنیم و عکس های آنها را به صورت پوستر در لای مجلات چاپ می کنیم، اما به بزرگان علمی کشورمان توجه نمی کنیم. آیا تا این اندازه و حتی خیلی کمتر در مطبوعات دیده ایم که راجع به جزئیات سند چشم انداز ۲۰ ساله کشور در افق ۱۴۰۴، راهبردهای رسیدن به مقام نخست علمی در منطقه، معرفی و شفاف سازی نقشه جامع علمی کشور برای عموم مردم و...

مطلبی چاپ شده باشد؟ آیا مسوولان برنامه ساز رسانه ها از مصاحبه با قهرمانان ورزشی بیشتر بهره مند می شوند یا از مصاحبه با فرهیختگان علمی. لازم است رسانه ها، مدال آوران المپیادی، نفرات اول کنکور، استادان نمونه، صاحبان کتاب های سال، مجریان طرح های پژوهشی برتر، برگزیدگان جشنواره های خوارزمی و رازی را با تأمل بیشتری معرفی کنند. در تالیف کتاب های درسی باید به مقوله پژوهش و پژوهش محوری با دقت بیشتری توجه کرد. ما به توسعه تحقیق و دانش دست پیدا نمی کنیم مگر اینکه انسان توسعه یافته و توسعه خواه داشته باشیم. توسعه طلبی هم فرهنگ خاص خود را نیاز دارد که در ترویج آن باید تلاش کرد.

وسایل ارتباط جمعی در انجام فعالیت های خود نقش های مهمی را در حوزه های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، علمی، فرهنگی، و... جوامع برعهده دارند. یکی از کاربردهای بسیار مهمی که وسایل ارتباط جمعی در دوره معاصر به ویژه در کشورهای در حال توسعه پیدا کرده اند، کمک به این جوامع در راه رسیدن به توسعه همه جانبه است. توسعه ای که در برگیرنده ارتقاء سطح کیفی و کمی رفاه اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و افزایش سطح توسعه ای علمی و همه جانبه باشد. مطبوعات توسعه ای با رویکرد خاص به بحث توسعه، اولویت اساسی و اصلی خود را به تهیه و انعکاس اخبار، رویدادها، گزارش ها، مقالات و مطالب مربوط به اقدامات کشورها در زمینه توسعه و اجرای برنامه های مربوط به آن می پردازند. از آنجا که کشور ما در مسیر توسعه به تدوین برنامه های توسعه ای پرداخته است، لذا ضرورت پرداختن به موضوع نقش وسایل ارتباط جمعی در توسعه بیش از پیش روشن تر می گردد و به همین علت مهم است که بدانیم مطبوعات مباحث مربوط به توسعه را چگونه بازتاب می دهند. در این میان ما به دنبال بازتاب مطالب توسعه علمی در مطبوعات هستیم.

۱-۱ بیان مسئله

یکی از مباحث مهم در کشورهای جهان سوم موضوع توسعه است. هرچند ابتدا ابن خلدون متفکر مسلمان مسائل اجتماعی از مفهوم توسعه در قرن هشتم هجری (۱۴ میلادی) برای بررسی علل تکامل تاریخی و برخی پدیده های اجتماعی استفاده می کرد، لیکن استفاده وسیع از این واژه به عنوان یک چارچوب تحلیلی برای درک پیشرفت جوامع انسانی، به بعد از جنگ جهانی دوم مربوط می شود. در آن زمان، این واژه مترادف با نوسازی، رشد، صنعتی شدن و تکامل و پیشرفت و اصطلاحات مشابه به کار می رفت اما امروزه مفهوم توسعه از دیدگاه بیشتر صاحب نظران، همه جنبه های زندگی بشر را در بر می گیرد. توسعه از نیازهای انسانی آغاز می شود تا به مسائل مربوط به زندگی معنوی انسان نیز برسد. توسعه را باید جریانی چند بعدی دانست که مستلزم تغییرات اساسی در ساخت اجتماعی، طرز تلقی عامه مردم و نهادهای ملی و نیز تسریع رشد اقتصادی، کاهش نابرابری و ریشه کن کردن فقر مطلق مردم است. توسعه در اصل باید نشان دهد که مجموعه نظام اجتماعی، هماهنگ با نیازهای متنوع اساسی و خواسته های افراد و گروه های اجتماعی در داخل نظام، از حالت نامطلوب زندگی گذشته خارج شده و به سوی وضع یا حالتی که از نظر مادی و معنوی بهتر است، سوق یابد (تودارو، ۱۳۶۴: ۶۶). پژوهش در زمینه ارتباطات و توسعه، بخشی از مطالعات و تحقیقات ارتباطی چند دهه اخیر را تشکیل می دهد. پایه و اساس این مطالعات، نظریاتی است که از دهه ۱۹۵۰ به بعد عمدتاً توسط نظریه پردازان غربی بویژه امریکایی ها مطرح شده است. "ارتباطات نقش ویژه ای در رشد و ارتقای صنعت و اقتصاد دارد و در حقیقت سیستم اقتصادی جهان بدون وسایل ارتباطی نمی تواند کارایی لازم را داشته باشد و می توان گفت که بقای اقتصاد جهانی، به بقای وسایل ارتباطی وابسته است" (ذاکر، ۱۳۷۶: ۳۰). در دهه های اخیر بحث ارتباطات و توسعه گوی سبقت را از مقوله های دیگر توسعه ربوده است یعنی برای رسیدن به توسعه باید از ارتباطات مدد جست.

نظریه های ارتباطات و توسعه پس از جنگ جهانی دوم وهم زمان با جنگ سرد آغاز شد. در مرحله اول این نظریه ها به وسیله دانشمندان آمریکایی مانند "دانیل لرنر^۱، ویلبر شرام^۲ و اورت راجرز^۳" عرضه شد، در مرحله بعدی مورد انتقاد "هربرت شیلر^۴ و دالاس اسمایز^۵" که از دانشمندان مارکسیست بودند، قرار گرفت و در مرحله سوم، دانشمندان جهان سوم یعنی فریر و اتال نظریه های خود را ارائه کردند.

۱- Daniel lerner

۲- Wilbur schramm

۳- Euerett Rogers

۴- Herbert Schiller

نظریه‌های جدید ارتباطات و توسعه حاوی مؤلفه‌های غیراقتصادی است و نقش ارتباطات در آنها برجسته‌تر از گذشته است. توسعه چیزی فراتر از نوسازی و رشد اقتصادی است و گذشته از بهبود سطح مادی زندگی، عدالت اجتماعی، آزادی‌های سیاسی و حفظ و بزرگداشت ارزش‌ها و سنت‌های بومی و گذشته را نیز در بر می‌گیرد.

رسانه‌ها (مطبوعات) از یک سو جزو عوامل آگاهی‌دهی در ارائه و اجرای طرح‌های مختلف توسعه به شمار می‌روند و در جلب مشارکت‌های عمومی برای تأمین نتایج مطلوب آنها تأثیری تعیین‌کننده دارند و از سوی دیگر، خود به عنوان شاخصهای توسعه مانند درآمد سرانه و سطح سواد در برنامه‌های توسعه ملی از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند. (زارعیان، ۱۳۷۴: ۱۵). برای ایجاد انگیزه در توسعه قبل از هرچیز باید مردم توسعه را بشناسند و اطلاعات و اندیشه‌های جدید را بدست آورند. آنان باید لزوم تغییرات را دریابند. در یک جامعه در حال توسعه، دریافت اطلاعات توسعه‌ای مطبوعاتی می‌تواند ما را به سمت توسعه سوق دهد و باید هدف کارگزاران رسانه‌ها و مسئولان روزنامه‌ها گسترش اندیشه‌های عقلایی و منطقی، بیداری افکار عمومی، ایجاد فرهنگ علمی و توسعه، ایجاد روحیه تعاون، بالا بردن سطح آگاهی و آموزش فنون، با تکیه بر فرهنگ خودی باشد. رسانه‌ها این قدرت را دارند با برنامه‌های مختلف در افراد انگیزه ایجاد کنند، یکی از این انگیزه‌ها می‌تواند میل به پیشرفت باشد و این پیشرفت می‌تواند از طرق مختلف از جمله آموزش، تحصیل در دانشگاه، پژوهش و فناوری و ... حاصل شود. به این ترتیب ارتباطات در خدمت توسعه قرار می‌گیرد و با استفاده صحیح از مطبوعات می‌توان اهمیت آموزش، پژوهش و فناوری که همان مؤلفه‌های توسعه علمی هستند را به مردم نشان داد و فرهنگ علمی و ذهنیت مناسب را در این مورد بوجود آورد. (معین، ۱۳۸۱: ۶۴)

با عنایت به وضعیت کشور و تصویب برنامه‌های توسعه‌ای کشور و همچنین سند چشم‌انداز ۲۰ ساله و سند جامع علمی کشور، مسئولان و دولتمردان کشور در پی آن هستند از ابزار و لوازم ضروری برای تسهیل رسیدن به توسعه و توسعه علمی استفاده نمایند. در شرایط کنونی که کشور در مرحله اجرای برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی قرار دارد، بهره‌گیری از وسایل ارتباط جمعی و اطلاع‌رسانی به منظور آگاهی بخشی، ایجاد مشارکت و پشتیبانی افراد جامعه یکی از اهداف و ابزارهای پیشبرد توسعه به شمار می‌رود. لذا تبیین و تشریح نقش و جایگاه مطبوعات در زمینه توسعه و توسعه علمی از جمله نیازهای اساسی جامعه نوین به شمار می‌رود.

وسایل ارتباط جمعی در انجام فعالیت‌های خود نقش‌های مهمی را در حوزه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، علمی، فرهنگی، و ... جوامع برعهده دارند. یکی از کاربردهای بسیار مهمی که وسایل ارتباط جمعی در دوره معاصر