

دوفصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، سال هفتم، شماره اول، بهار و تابستان ۱۳۹۷، صفحات ۹۶-۵۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۲/۰۲

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۰۵/۲۱

## بررسی رابطه رسانه‌های ارتباط جمعی بر توسعه اجتماعی (مطالعه موردی: جوانان شهر اسلام‌آبادغرب)

حسین دانش‌مهر<sup>۱</sup>

امید قادرزاده<sup>۲</sup>

فاطمه شریفی<sup>۳</sup>

### چکیده

توسعه اجتماعی یکی از مؤلفه‌های اصلی توسعه به‌شمار می‌رود که دست یافتن به فضای مفهومی آن از طریق شاخص‌های آن امکان‌پذیر است دست‌یابی به این شاخص‌ها زمانی محقق می‌شود که تمامی دانش و فن‌آوری‌های بالقوه جامعه به‌طور مؤثری در میان آحاد جامعه اشاعه یابد رسانه‌های ارتباط جمعی نقش مهمی در عرصه تغییر و تحولات اجتماعی، تقویت سرمایه اجتماعی، افزایش کیفیت زندگی و توسعه اجتماعی در مناطق شهری و روستایی ایفا می‌کند. هدف تحقیق حاضر نیز، بررسی تأثیر رسانه‌های ارتباط جمعی بر توسعه اجتماعی شهر اسلام‌آبادغرب است به‌همین جهت با بهره‌گیری از نظریه‌های لرنر، دی‌کراکر و جان تامپسون به بررسی تجربی فرضیه‌های پژوهش پرداخته شده است. روش پژوهش کمی و با استفاده از روش پیمایش صورت گرفته است و از تکنیک پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. جامعه آماری جوانان ۱۸ تا ۳۵ ساله شهر اسلام‌آبادغرب هستند که روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و تصادفی ساده نمونه‌گیری شده‌اند. بر مبنای نتایج تحقیق عامل مصرف رسانه‌های ارتباط جمعی با توسعه اجتماعی در دو بعد آن یعنی؛ کیفیت زندگی، اخلاقیات توسعه اجتماعی همبستگی مثبت وجود دارد. در بخش پایانی مقاله، با نظر به تأثیر رسانه‌های ارتباط جمعی بر توسعه اجتماعی، راهکارهای عملیاتی در جهت ارتقای توسعه اجتماعی ارائه شده است.

**واژگان کلیدی:** رسانه‌های ارتباط جمعی، توسعه اجتماعی، انسجام اجتماعی، کیفیت زندگی، اخلاق.

Email:hdaneshmehr@yahoo.com

Email:ogh1355@gmail.com

Email:fsharifi141@gmail.com

۱- استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه کردستان (نویسنده مسئول).

۲- دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه کردستان.

۳- کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه کردستان.

### مقدمه و طرح مسأله

امروزه توسعه<sup>۱</sup> یکی از مهم‌ترین موضوعات مورد بحث در کشور ما و دیگر کشورهای در حال توسعه می‌باشد. بی‌شک در جهان امروز، کشورهایی که از قافله پیشرفت و توسعه باز بمانند و هماهنگ با حرکت رو به جلوی جهانی در این مسیر گام ننهند، توان ادامه حیات در عرصه جهانی را نخواهند داشت. توسعه که از منظر بسیاری از اندیشمندان در جهانی شدن خلاصه می‌شود، فرآیندی تناقض‌آمیز است در حالی که یکپارچه می‌کند، شکاف‌هایی را هم پدید می‌آورد و ضمن ایجاد فرصت‌ها، خطرهایی را هم به وجود می‌آورد. چنان که سمیرامین<sup>۲</sup> می‌گوید؛ ویژگی جهانی شدن، تقویت توزیع نابرابر ثروت میان بخش‌های مختلف جهان و افزایش فاصله میان بخش‌های توسعه‌یافته و توسعه‌نیافته است. جهانی شدن امور که خود زاینده افزایش میزان جابه‌جایی و تحرک افراد، افزایش میزان ارتباطات می‌باشد فرصت‌های جدیدی را در راه توسعه به ویژه در کشورهای در حال توسعه پدیدار می‌سازد (لطیفی و داودوندی، ۱۳۸۹: ۱۸۰). موضوع توسعه، انسان است و چون توسعه، مسئله‌ای برای هر ملت است، نیازمند اتخاذ فرایندهای متفاوت برای حل مسئله نیز خواهد بود. بنابراین توسعه فرآیندی پیچیده و چند بعدی است که ابعاد مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اخیراً زیست محیطی را در برمی‌گیرد. هر کدام از این ابعاد توسعه دارای گستردگی و رویکردهای مختص به خود است. که در این پژوهش ما، به بحث توسعه اجتماعی<sup>۳</sup> به‌عنوان بخشی از این فرآیند پرداخته‌ایم. تعاریف بسیاری از توسعه اجتماعی مطرح شده، از جمله؛ مک‌فارلند و دیگران<sup>۴</sup> نیز با معادل قرار دادن مفهوم توسعه و توسعه اجتماعی آن را عزیمت همه‌جانبه (نظری - عملی) و رو به کمال جامعه از سطوح پایین به سطوح بالای توانایی، کارآمدی، کیفیت، بهره‌وری، پیچیدگی، درک، خلاقیت، مهارت، لذت و فضیلت دانسته‌اند (مک‌فارلند و دیگران، ۱۳۸۷: ۷۷). امروزه بحث درباره توسعه اجتماعی مربوط به بهبود در وضعیت اجتماعی افراد یک جامعه است که برای تحقق چنین بهبودی در

1- Development

2- Samir Amin.

3- social development

4- McFarland and etal

پی تغییر در الگوهای دست و پا گیر و زائد رفتاری، شناختن و روی آوردن به یک نگرش، آرمان و اعتقاد مطلوب‌تر است که بتواند پاسخگوی مشکلات اجتماعی باشد (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۷: ۴۷). دست یافتن به فضای مفهومی توسعه اجتماعی از طریق شاخص‌های آن امکان‌پذیر است چرا که توسعه اجتماعی از جمله مفاهیمی در ادبیات توسعه است که با پرداختن به ابعاد و شاخص‌های آن تصویر درستی از آن به دست می‌آید و از طرف دیگر تاکنون تعریف دقیقی از این مفهوم که مورد توافق همگان باشد ارائه نشده است. بر اساس مطالعات صورت گرفته، بدون در نظر گرفتن میزان اعتبار علمی و اجماع بر سر معرف‌ها، از معرف‌های پراکنده و فاقد انسجام درونی و بیرونی، همچون میزان شهرنشینی، سطح اشتغال زنان از کل اشتغال، میزان باسوادی، شمار دانش‌آموختگان در مراکز آموزش عالی نسبت به کل جمعیت، سرمایه اجتماعی، دسترسی به منابع و امکانات بهداشتی و درمانی، محیط زیست، حمایت اجتماعی و بیمه‌ها، جرایم و امنیت عمومی، توزیع درآمد و رفاه اقتصادی، برابری در برابر قانون، رعایت عملی حقوق اقلیت‌ها، میزان توسعه تشکل‌های اجتماعی و ... به عنوان شاخص‌های سنجش توسعه اجتماعی استفاده شده است (آزادارمکی، ۱۳۹۰: ۹).

دستیابی به این شاخص‌ها و مفهوم توسعه اجتماعی زمانی محقق می‌شود که تمامی دانش و فن‌آوری‌های بالقوه جامعه به طور مؤثری در میان آحاد جامعه اشاعه یابد که ارتباطات در این مرحله نقش محوری بازی می‌کند. رسانه‌های جمعی و فناوری اطلاعاتی و ارتباطی بر عرصه توسعه سلطه دارد و نقش آن‌ها، ایجاد تغییر اجتماعی و رفتاری مطلوب در میان ساکنان نواحی شهری و روستایی بوده است (اگرآوال، ۲۰۰۶: ۱۲۰-۱۴). از این رو دسترسی به انواع رسانه‌ها و مصرف آن‌ها خواه به شکل برنامه‌ریزی شده و با اهداف از پیش تعیین شده و خواه به روال طبیعی و بر اساس سیاست‌های کلی ارتباطی در هر جامعه‌ای، یکی از الزام‌های توسعه‌یافتگی محسوب می‌شود. این امر به‌ویژه در مورد نواحی کمتر توسعه‌یافته مانند؛ شهرهای کوچک و نواحی روستایی مصداق دارد که دسترسی به اطلاعات سبب بهبود و نیز کیفیت آموزش و خدمات اجتماعی می‌شود اگر توجه کنیم که در شرایط کنونی، توسعه اقتصادی پیش از پیش به توسعه بخش اطلاعات وابسته می‌شود، این موضوع

اهمیت بیشتری می‌یابد ( هادسون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶ به نقل از کلاتری، ۱۳۹۱: ۱۲۲). گسترش رسانه‌های نوین هم‌چون ماهواره، اینترنت و ... امروزه مرزهای فرهنگی و جغرافیایی را در نوردیده و در اغلب نقاط جهان شاهد استفاده از این وسایل‌ها هستیم. در این پژوهش از بین رسانه‌های ارتباط جمعی، ما تلویزیون، ماهواره روزنامه، مجله و شبکه‌های اجتماعی را انتخاب کرده چرا که از یک سو بر اساس مشاهدات اولیه بیشتر مردم منطقه به این رسانه‌ها دسترسی دارند و از سوی دیگر این رسانه‌ها، زندگی مردم بخصوص جوانان را تحت تأثیر قرار داده است که نه تنها از آن‌ها به‌عنوان ارائه و مدیریت هویت افراد یاد می‌شود (مقالوپولوس، ۲۰۰۸: ۲۱). بلکه سبک‌ها و روش‌های زندگی جدیدی را در سطح دنیا گسترش داده است. پورمحمدی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان تحلیل توسعه یافتگی شهرستان‌های استان کرمانشاه از ۱۷ شاخص برای ارزیابی سطح توسعه‌یافتگی شهرستان‌های استان کرمانشاه استفاده کرده است که این شاخص‌ها ابزاری ضروری برای بازبینی اثرات محیطی، اقتصادی-اجتماعی، توسعه گردشگری، سنجش سطح موفقیت حصول به اهداف توسعه و تشکیل فرآیند برنامه‌ریزی یکپارچه در تمامی مراحل است شاخص‌های مورد مطالعه عبارتند از: شاخص بهداشتی-درمانی، فرهنگی، اجتماعی، شاخص گردشگری، شاخص‌های زیرساختی و ... بوده نتایج پژوهش از طریق SPSS و با استفاده از تحلیل خوشه‌ای به‌دست آمده است و حاکی از آن است که شهر اسلام‌آبادغرب در سطح شهرستان‌های محروم و توسعه‌نیافته قرار می‌گیرد. از آنجایی که پایداری اجتماعی یکی از سه رکن اساسی و هدف غایی توسعه پایدار بوده است که بیشتر با ابعاد کیفی زندگی انسان همراه است و با مفاهیمی چون، انسجام، عدالت، مشارکت، کیفیت زندگی و ... همراه بوده و بر آن تأکید دارد. به همین جهت ما در این پژوهش انسجام اجتماعی (وحدت اجتماعی)، کیفیت زندگی<sup>۲</sup> شامل؛ (رضایت مادی، رشد و توسعه فردی، شادکامی) و اخلاقیات توسعه اجتماعی را بعنوان سه شاخص مهم توسعه اجتماعی انتخاب و مورد بررسی قرار می‌دهیم. بر همین اساس این سوال مطرح می‌شود که توسعه اجتماعی در شهر اسلام‌آبادغرب بر اساس شاخص‌های آن در چه سطحی قرار دارد؟ بهره‌مندی جوانان شهر اسلام‌آبادغرب از

1- Hadson

2- Quality of life

رسانه‌های ارتباط جمعی به چه میزان است؟ و رسانه‌های ارتباط جمعی به‌عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار تا چه میزان بر هر یک از ابعاد سه‌گانه توسعه اجتماعی شهر اسلام‌آباد غرب اثر گذاشته است.

### اهمیت و ضرورت تحقیق

امروزه تأثیر رسانه‌های ارتباط جمعی در تمام شئون زندگی، به موضوعی پیچیده در جهان مدرن تبدیل شده است؛ این امر هم ناشی از نقش رسانه‌ها در جهان مدرن و هم ناشی از تأثیر جهان مدرن بر رسانه‌های جمعی است. بنابراین رابطه دو سویه میان اشکال اجتماعی و رسانه‌ها دیده می‌شود که این رابطه دیالکتیکی بنا بر ویژگی‌های متمایزکننده رسانه‌های جمعی، امری بدیهی است. رسانه‌ها نقش تسریع‌کننده نهادی<sup>۱</sup> را دارند. مطابق نظر «هورنیک»<sup>۲</sup>، برنامه‌هایی که مبتنی بر رسانه‌ها هستند «خصلتی ستاره‌وار» دارند (ویندال و همکاران<sup>۳</sup>، ۱۳۷۶: ۷۱). مطالعات و تحقیقات علمی برای آینده‌نگری ارتباطی و اطلاعاتی، به منظور شناخت نقش توسعه‌ای وسایل و تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاعات و کمک به سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت مملکتی و تحقق هدف‌های توسعه ملی، در دهه‌های اخیر در کشورهای پیشرفته جهان و بسیاری از ممالک در حال توسعه اهمیت و ضرورت ویژه‌ای پیدا کرده‌اند. با ارزیابی و بازنگری نظریه‌های توسعه‌بخشی ارتباطات، برای بررسی و پژوهش درباره کاربرد وسایل ارتباطی در جهت اجرای برنامه‌های توسعه ملی و نیز ایجاد شرایط بهبود این کاربرد، از طریق پیشرفت و گسترش کمی و کیفی ارتباطات، آمادگی بیشتری فراهم می‌شود. به این منظور، می‌توان از یک طرف، امکانات بهره‌برداری از انواع ارتباطات و وسایل ارتباطی در راه پیشبرد برنامه‌های گوناگون توسعه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی هم‌چون صنعتی‌سازی، پیشرفت کشاورزی، بهبود بهداشت همگانی، تنظیم خانواده، کنترل جمعیت و مقابله با آلودگی را مورد توجه قرار داد و از طرف دیگر، ضرورت‌های توسعه وسایل و تکنولوژی‌های مختلف ارتباطی و بهبود عملکردهای آن‌ها در

1- institutional catalyst

2- Hvrnyk

3- Vyndal and etal

مسیر تأمین منافع و مصالح همگانی جامعه را بررسی کرد. ارتباطات و وسایل ارتباطی نوین، که خود از شاخص‌های مهم توسعه ملی به شمار می‌روند، از عوامل مؤثر در موفقیت برنامه‌های توسعه نیز شناخته می‌شوند (متمدن‌زاد، ۱۳۸۳: ۵). به همین لحاظ، در چند دهه گذشته، نه تنها تحت تأثیر شرایط بین‌المللی و جاذبه‌های جهانی نظریه‌ها و الگوهای توسعه‌بخشی ارتباطات، بلکه به سبب اوضاع و احوال خاص کشورهای جهان سوم و احساس نیاز مبرم آن‌ها به بهره‌برداری از امکانات ارتباطی در پیشبرد برنامه‌های عمرانی و تحکیم استقلال و وحدت ملی، به نقش مثبت ارتباطات در ایجاد زمینه‌های مناسب برای اجرای برنامه‌های توسعه، توجه فراوان مبذول گردیده است. به عبارتی روشن‌تر، در بسیاری از کشورهای از ارتباطات به‌منزله بازویی توانا و اهرمی نیرومند در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های توسعه ملی کمک گرفته شده است. بگونه‌ای که علاوه بر توجه ویژه به ضرورت توسعه امکانات و وسایل و تکنولوژی‌های ارتباطی در این سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها، ارتباطات به‌مثابه یکی از ارکان اساسی و عناصر ضروری تحقق هدف‌های گوناگون توسعه در قالب برنامه‌های مملکتی، جای خاص خود را کسب کرده‌اند. بنابراین با توجه به اهمیت و نقش برجسته ارتباطات در توسعه بررسی و تحقیق درباره کارایی هر چه بیشتر آن‌ها در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی بسیار ضروری است (متمدن‌زاد، ۱۳۸۳: ۵). رسانه‌ها تنها شاخصی برای سنجش میزان توسعه در یک جامعه نیستند، بلکه به‌عنوان وسیله‌ای در جهت امکان‌پذیر ساختن توسعه اجتماعی مطرح هستند بنابراین پژوهش حاضر می‌تواند برای پژوهشگران و محققان حوزه علوم اجتماعی، رسانه‌ها حائز اهمیت باشد هم‌چنین در سطح سیاست‌گذاری، فقدان شناخت و درک جامع از ماهیت و کارکردهای برخی رسانه‌های جدید و نوپا و کمرنگ بودن ادبیات مرتبط با سواد رسانه‌ای در اتخاذ رویکرد تدافعی نسبت به رسانه‌های ارتباط جمعی بی‌تأثیر نباشد به‌طوری که رسانه‌ها بیشتر با کارکرد سیاسی در جامعه معرفی شده‌اند در این وضعیت نمی‌توان با داشتن تصویری مبهم و غیرشفاف از این فضا به سیاست‌گذاری برای آن پرداخت. با توجه به جوان بودن جمعیت کشور و استقبال گسترده افراد خصوصاً جوانان از رسانه‌های ارتباط جمعی، بررسی مسائل مربوط به رسانه‌ها جهت اتخاذ تصمیمات صحیح و برنامه‌ریزی دقیق توسط مسئولان فرهنگی و اجتماعی ضروری است. با توجه به مختصات میدان مطالعه به‌عنوان یک شهر و

به دلیل تغییراتی که در حوزه معیشتی مردم حادث شده است و امکان دسترسی به تکنولوژی ارتباطی جدید مهیا شده است و به تبع آن میدان تعاملاتی جوانان نیز دستخوش تغییر گشته است. بر این اساس ضروری به نظر می‌رسد که با انجام پژوهشی دقیق و علمی تأثیر رسانه‌ها را بر توسعه اجتماعی جوانان مورد کنکاش قرار دهیم.

### مبانی نظری

توسعه اجتماعی از زوایای گوناگون و با دیدگاه‌ها و نظریات متفاوت مورد بررسی قرار گرفته، از آن جا که این نظریات به تنهایی قادر به بررسی و تحلیل جامع پدیده‌های مورد بررسی در تحقیق حاضر نیستند. بنابراین با تلفیق این نظریات این امکان فراهم می‌شود که موضوع را از زوایای گوناگون جامعه‌شناسی بررسی نماییم و به یک تحلیل جامع دست یابیم که در این تحقیق از رویکردهای ترکیبی بعنوان چارچوب نظری تحقیق استفاده شده است. به این صورت که با توجه به اهداف و سوالات تحقیق، نظریات؛ دانیل لرنر<sup>۱</sup>، دی‌کراکر<sup>۲</sup> و جان تامپسون<sup>۳</sup> مدنظر قرار گرفته است.

### دانیل لرنر

یکی از معروف‌ترین مطالعات اولیه در مورد نوسازی توسط لرنر در سال ۱۹۵۸ صورت پذیرفت. از دیدگاه او، نوسازی اروپا یک روند خطی را بصورت گذار از مراحل مشخص، پشت سر گذاشته است که عبارتند از؛ عصر اکتشاف، رنسانس، اصلاح مذهبی، جنبش ضداصلاح و انقلاب صنعتی. غرب برای رسیدن به توسعه، مراحل گسترش شهرنشینی، گسترش آموزش، کاربرد رسانه‌های جمعی و مشارکت همگانی را طی کرده است. لرنر جامعه غرب را اساساً جامعه مدرن، دارای ویژگی مشارکت‌جویی و همدلی می‌داند که قابل تعمیم به سراسر جهان است. از این‌رو، الگوی غربی نوسازی می‌تواند برای همه جوامع جهان، قابل اعمال و اجرا باشد. لرنر در تحقیق خود دریافت که طی چهار سالی که از تحقیق اولیه در مورد مردم این روستا می‌گذشت، روستای مذکور در معرض خدماتی هم‌چون

1- Daniel Ler ner

2- D. Crocker

3- Johan Tampson

اتوبوس‌رانی، جاده‌سازی، تحول شغلی از رعیتی به کارگری روزمزدی، آب لوله‌کشی، ساختمان‌های جدید، مدارس، پاسگاه پلیس و ایجاد چند کارخانه قرار گرفته بود. این تغییرات موجب شد که لرنر به این نتیجه برسد که انسان‌ها بر مبنای گرایش خود، به سه دسته سنتی، درحال‌گذار و نوگرا تقسیم می‌شوند. انسان‌های نوگرا به نظر لرنر دارای مشخصاتی هم‌چون طرز فکر فرامحلی، شهرنشین، باسواد، دارای قدرت انتقال فکر، مشارکت‌جو و بینش غیر زاهدانه هستند. در مرحله قبل از نوگرایی، مرحله گذار وجود دارد. به نظر لرنر، انسان در حال‌گذار (تحول)، فردی است که تمایل به حرکت به سوی آینده‌ی نامعلوم دارد، در این راه قبول هیچ گونه تخطی نمی‌هراسد، اما فاقد سواد و قدرت برای جهت دادن به تمایلات خود است. در مرحله قبل از گذار نیز، فرد سنتی قرار دارد که دارای مشخصاتی کاملاً متضاد با فرد نوگراست. به عقیده لرنر، برای تبدیل انسان سنتی به مدرن باید به بر پا داشتن سوادآموزی، شهرنشینی و گسترش وسایل ارتباط جمعی مبادرت ورزید. لرنر در تحقیقات خود به این نتیجه رسید که همدلی یک ویژگی مهم در توانا کردن فرد پویا و متحرک به سوی مطابقت مؤثر با شرایط متحول جامعه نوین به شمار می‌رود. از دیدگاه او، همدلی یعنی توانایی قرار دادن فرضی خود در نقش دیگران و تصور کردن این‌که زندگی افراد در خارج از محیط شخصی خود، چگونه است. به عقیده لرنر نوسازی دقیقاً از طریق حذف سنت و از طریق روح آن نوع از بسیج اجتماعی صورت می‌گیرد که ابتدا در اذهان اثباتی و عقلانی دمیده شود و آن‌گاه افراد به رفتاری فراگیر و فارغ از انگیزه تعلقات گروهی و بر عکس، مرتبط با منافع عمومی و هویت جمعی سوق یابند. چنین بسیجی زیربنای روند توسعه است و می‌تواند به تحقق دموکراسی مبتنی بر رأی همگانی و میزان بالای مشارکت در انتخابات بینجامد (شیرزادی، ۱۳۹۱: ۷۳).

### دی کراکر

به اعتقاد کراکر، ارائه مصداق پربنیه برای اخلاق توسعه‌هنگامی میسر است که حوزه توسعه را به وسیله آن‌چه وی آن را نظریه کاربست می‌نامد بشناسیم (کراکر: ۱۹۸۷) با این مفهوم می‌توان نظریه تجربی و هنجاری توسعه را با خطمشی توسعه، سیاست و کاربست آن پیوند داد. وی با بکارگیری و اعتلای تغییری که اخیراً در تاریخ و فلسفه علم روی داده است مبنی



بر این که تصور ما از علم باید از تمایز سنتی نظریه از کاربست و همین‌طور تمایز علم محض از علم کاربردی و از فناوری فراتر رود. رویکرد بانج<sup>۱</sup> را که حوزه کاربست را با علم کاربردی یا عملی مبتنی بر علم محض تعریف می‌کند، اعتلاء بخشیده و معتقد است که غالباً مطلوب آن است که نظریه کاربستی داشته باشیم که در آن، تفکر کمابیش انتزاعی، تجربه خاص موردی و رفتار عملی به‌طور دیالکتیک به هم پیوسته باشند. آنچه هنگام مراجعه به دنیای واقعی در می‌یابیم کثرت نظریه کاربست است. وی نظریه کاربست را فعالیت انسانی پیچیده و مشارکتی در نظر می‌گیرد که جنبه‌های نظری (هنجاری و غیرهنجاری) و عملی دارد و با تلاش در جهت تحقق هنجارهای خاص این فعالیت، به بعضی کالاها دست می‌یابد. به عقیده وی، کاری که نظریه‌پردازان می‌توانند انجام دهند، ایجاد توسعه اصیل به عنوان توسعه‌نیافتگی است که مستلزم شناخت آن دسته از عواملی است که باعث توسعه‌نیافتگی و همین‌طور باعث محدودیت و ایجاد توسعه می‌شوند. این تبیین علمی، بعد عملی نظریه کاربست توسعه است. اما اندیشه نیز باید اخلاقی باشد. اگر بر توسعه به مثابه نظریه کاربست تأکید کنیم، باید در مورد ابعاد اخلاقی راهبرد و تاکتیک توسعه عملی نیز بیندیشیم. به عقیده گولت<sup>۲</sup>، ما هم در زمینه ابراز و هم در زمینه اهداف و محدودیت‌ها به اخلاق نیاز داریم. کراکر هم تأکید دارد که درست همان‌طوری که فمینیسم یکی از منبع ایده نظریه کاربست است، اقدامات جدید در راستای زنانه کردن توسعه بین المللی نیز بخش رویکرد جدید و اخلاقاً موجه در نظریه- کربست توسعه است.

### جان تامپسون

جان تامپسون، تحت تأثیر اندیشه‌های گیدنز درباره‌ی مدرنیته و پیامدهای آن و از جمله مفهوم فاصله زمانی- مکان بعنوان یکی از مشخصه‌های جهان مدرن، معتقد است که هر فرآیند مبادله نمادین، مستلزم فاصله شکل نمادین از زمینه‌ی تولید خود است. شکل نمادین هم به لحاظ مکانی و هم به لحاظ زمانی، از زمینه (تولید) دور، و در زمینه‌های جدید که ممکن است در زمان‌ها و مکان‌های متفاوتی قرار داشته باشند، مجدداً جاگیری می‌شود. از

1- Banj approach

2- Goulet

نظر تامپسون پیش از ظهور رسانه‌ها، احساس بیشتر مردم از گذشته و دنیای فراتر از محیط زندگی بی‌واسطه‌شان، بیشتر با محتوای نمادین مبادله شده در تعامل رو در رو شکل می‌گرفت. برای بیشتر مردم احساس‌شان از گذشته، از دنیای ماورای محل‌های بی‌واسطه‌شان و از جوامع از نظر اجتماعی محدود شده‌شان که خود به آن‌ها تعلق داشتند، بیشتر توسط سنت‌های شفاهی ایجاد می‌شد که در گستره‌های اجتماعی روزمره، تولید و تکثیر می‌شد. اما با ظهور و تکامل رسانه‌ها، افراد امکان یافتند رویدادها و دیگران دور را تجربه و مشاهده کنند و بطور کلی با دنیاهای دیگر-واقعی و تخیلی که کاملاً در ورای گستره‌ی برخورداردهای روزمره‌شان بود، آشنا و از آن‌ها آگاه شوند. آن‌ها به میزان روزافزونی به درون شبکه‌های ارتباطات که ماهیتاً رو در رو نبودند، وارد شدند. از این گذشته، بتدریج که افراد به محصولات رسانه‌ای دسترسی پیدا کردند، توانستند تا حدی از محتوای نمادین تعامل رو در رو و از اشکال اقتدار که در محل‌های زندگی روزمره رایج بود، فاصله بگیرند و به منظور فهمی از خود و از امکانات موجودشان، بتدریج کمتر و کمتر به مطالب نمادین انتقال یافته از طریق تعامل رو در رو و اشکال محلی شده اتکاء نمایند. فرایند ساختن خود از این جهت که افراد به نحو روز افزونی از منابع خود و مطالب نمادین انتقال یافته توسط رسانه‌ها به‌منظور ساختن هویت‌های منسجم برای خودشان استفاده می‌کنند، بازاندیشانه‌تر و نامحدودتر شده است هم‌چنین معتقد است که با پیدایش رسانه‌ها در عصر مدرن، ابعاد تازه‌ای برای تعاملات انسانی قابل تصور می‌گردد. تحول رسانه‌های ارتباطی نه تنها اشکال جدید تعامل را به وجود می‌آورند بلکه به انواع جدید کنش که ویژگی‌ها و پیامدهای مشخصی دارند، نیز فرصت ظهور می‌دهند و منجر به تغییراتی در روابط فردی، میان فردی و اجتماعی، تأثیر بر فرهنگ و جامعه و سیاست و ... می‌شود (تامپسون، ۱۳۸۰: ۱۲۲).

### کیفیت زندگی

کیفیت زندگی مفهومی، چند وجهی، نسبی و متأثر از زمان و مکان و ارزش‌های فردی و اجتماعی است که در علوم مختلف، بنابه ابعاد و ماهیت متفاوتی که دارد تعبیر متفاوتی برای آن به‌کار می‌رود. برخی آن را به‌عنوان قابلیت زیست‌پذیری یک ناحیه، برخی به‌عنوان سنج‌های برای سنجش میزان رضایت و برخی آن را بعنوان رفاه عمومی، بهزیستی اجتماعی

و شادکامی تفسیر کرده‌اند (غفاری و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۳۶). علاوه بر این کیفیت زندگی، از یک‌سو، ابعاد عینی و بیرونی و از سوی دیگر، ابعاد ذهنی و درونی دارد؛ از این‌رو ارائه تعریف جامع برای آن آسان نیست. در دهه‌های پایانی قرن بیستم در پی پیامدهای منفی حاصل از رویکردهای توسعه‌ای متمرکز بر رشد اقتصادی و همچنین برجسته شدن جنبه‌های اجتماعی توسعه در قالب توسعه و سیاست اجتماعی، سازه کیفیت زندگی به‌عنوان شاخصی برای ارزیابی و جهت دادن به برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه در سطوح مختلف و همچنین اصلاح و تقویت رویکردهای توسعه با محوریت توسعه اجتماعی مورد توجه قرار گرفت (غفاری و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۲۶). کیفیت زندگی در بسیاری از کشورها در سطوح مختلف محلی، روستا، شهر، استان، ملی و بین‌المللی دنبال می‌شود؛ امری که به جرأت می‌توان گفت که در کشور ما در تمامی سطوح مورد غفلت واقع شده است. به زعم کمپ تاکنون چارچوب جامعی برای مطالعات کیفیت زندگی به‌صورت یکپارچه و کل‌نگرایانه، به‌طوری که بتواند شاخص‌های اجتماعی، اقتصادی، فیزیکی و مکانی را پوشش دهد ارائه نشده است (غفاری و همکاران: ۲۳۶).

### پیشینه پژوهش

#### تحقیقات خارجی انجام شده

تریپاتی، کومارسینگ و کومار<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) پژوهشی تحت عنوان «فناوری اطلاعات و ارتباطات برای توسعه روستایی هند» با استفاده از روش کمی (نظرسنجی) و کیفی در عمق (مطالعه جامع انسان‌شناسی)، پرسشنامه و مصاحبه ابزار جمع‌آوری اطلاعات بوده انجام داده است. این پژوهش یک آزمایش یک ساله در ۵ منطقه ماهارا شترا در ۲۴۰۰ روستا در کشورهای؛ آندرا، پرادش، کارناتا، مادیاپراش، بیهار، اوریسا و راجستان انجام دادند آن‌ها در تحقیق خود نشان دادند که به دلیل عدم‌آگاهی و استفاده از رسانه‌ها در مناطق روستایی، نرخ توسعه بسیار کم است و برخی از پیشرفت‌های فن‌آوری توسط دولت ارائه شده است. همچنین توسعه روز به روز فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، در مناطق روستایی کمتر قابل اجرا هستند

1- Tripathi, Kumar Singh & Kumar

عدم ارتباط و منابع علت توسعه نیافتگی است. مشکل اصلی در مناطق روستایی؛ برق، ارتباطات، حمل و نقل و عدم آگاهی در مورد فن‌آوری‌های جدید است. فناوری اطلاعات و ارتباطات به‌طور کامل توسط سازمان‌های دولتی و غیردولتی برای مناطق شهری و روستایی اجرا نمی‌شود. و مانع اصلی در توسعه، برق است. راه‌حل‌های مختلف برای حل مشکل برق با استفاده از انرژی خورشیدی، سوخت‌های زیستی، انرژی باد و غیره وجود دارد. حکومت و سازمان غیردولتی می‌توانند مناطق روستایی را با کمک، فن‌آوری توسعه دهند.

ادموند اوکلاهما<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) پژوهشی تحت عنوان «تأثیر کاربردی فیسبوک؛ نیازهای اجتماعی و روانشناختی» انجام داده‌اند آن پژوهش با استفاده از روش پیمایش انجام گرفته، و از پرسشنامه ساخت‌مند جهت گردآوری اطلاعات استفاده کرده‌اند. او مهم‌ترین هدف این پژوهش را بررسی انگیزه‌های روان‌شناختی و اجتماعی کاربران در استفاده از فیسبوک بیان کرده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در میان نیازهای روحی-روانی، نیاز به رقابت و استقلال با میزان استفاده از فیسبوک همبستگی مثبت داشته هم‌چنین فیسبوک توانسته است تعادلی میان نیازهای اجتماعی و روانی کاربران ایجاد کند (علیپورملاباشی، ۱۳۹۵: ۱۸).

آگراوال<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) پژوهشی تحت عنوان «فناوری اطلاعات و توسعه روستایی در هند» با روش پیمایش و اسنادی انجام داد. و از ابزار پرسشنامه و مصاحبه جهت جمع‌آوری داده‌ها استفاده کرده است. هدف مقاله این است که فناوری ارتباطات تا چه حد به توسعه روستایی هند کمک کرده و هدف دیگر این است که تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد که مسائل توسعه فقرا هستند. که آن را به نفع آینده شهر کنار می‌زنند. رسانه‌ها به سمت گسترش کانال‌های خصوصی و دولتی و فناوری اطلاعات و ارتباطات در حمایت از مصرف‌گرایی و سرگرمی رانده شده‌اند. سیاست ارتباطات فعلی کشور که در مواجهه با آن برای توسعه روستایی فعال است اما شهر به نفع ثروتمندان در اثر باقی مانده است. علاوه بر این، نیروهای اقتصاد بازار، به سمت سود و شروع به برنامه‌نویسی رادیو و تلویزیون و ... متمرکز شده‌اند.

1- Edmond Oklahoma

2- Agrawal

## تحقیقات داخلی انجام شده

حیدری‌ساربان (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان «نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه اجتماعی مناطق روستایی شهرستان مشکین شهر» که با هدف، توسعه‌ای و از لحاظ ماهیت، توصیفی و پیمایشی و نیز از نوع تحلیلی انجام داده است. جامعه آماری این پژوهش همه روستاهای دارای دفاتر فناوری اطلاعات و ارتباطات روستایی شهرستان مشکین شهر است. برآورد حجم نمونه از روش نمونه‌گیری کوکران استفاده شده و روش گردآوری داده‌ها برای پاسخ‌گویی به سوالات تحقیق به دو صورت اسنادی و پیمایشی و ابزار مورد استفاده در روش پیمایش پرسشنامه و مصاحبه بوده است. روایی از روش پانل متخصصان مورد تأیید قرار گرفت و در نهایت از طریق نرم‌افزار SPSS داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان می‌دهد به‌جز متغیرهای عدالت اجتماعی و درگیری و اختلاف تعاون اجتماعی، میان همه متغیرهای تحقیق و بهره‌گیری از خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات رابطه معنی‌داری وجود دارد.

ازکیا و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی سطح توسعه اجتماعی در شهر تهران» که با هدف بررسی توسعه اجتماعی در شهر تهران و با سنجش دو متغیر اصلی توسعه اجتماعی (سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی) در این شهر انجام شده است. نوع مطالعه از نظر مسیر توصیفی-تبیینی، از نظر هدف کاربردی، از نظر میزان ژرفایی پهنانگر و از نظر زمانی مقطعی بوده که با استفاده از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه به گردآوری داده‌ها اقدام شده است. جامعه آماری پژوهش کلیه ساکنان شهر تهران و حجم نمونه را ۴۰۰ نفر از ساکنان این شهر تشکیل داده‌اند که نمونه با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با حجم، انتخاب و با استفاده از ابزار پرسشنامه، که اعتبار آن با استفاده از اعتبار صوری و ارزیاب‌ها و پایایی آن با استفاده از پایایی همسانی درونی سنجیده شده است، گردآوری شده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که متغیر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی هر یک در سطح معناداری ۰/۰۱ رابطه مستقیم و مثبت با توسعه اجتماعی داشته و افزایش هر یک از این دو متغیر باعث افزایش سطح توسعه اجتماعی شهر تهران و کاهش هر یک از آن خواهد شد هر چند که نتایج این پژوهش از تأثیر بیشتر کیفیت زندگی نسبت به سرمایه اجتماعی در

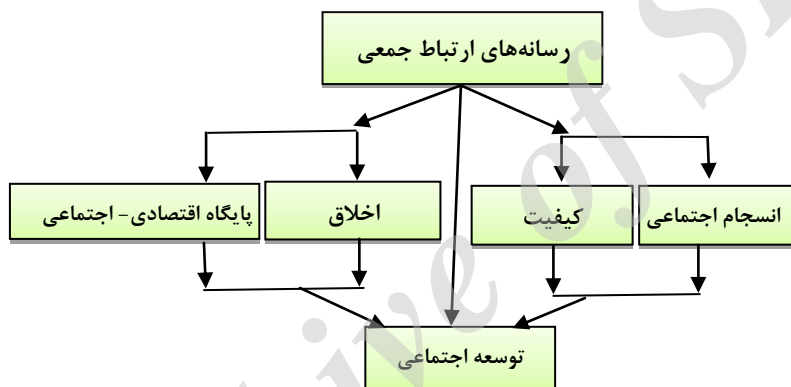
افزایش یا کاهش میزان توسعه اجتماعی این شهر تأکید دارد. اما توأمان بودن تأثیر این دو متغیر بر توسعه اجتماعی شهر تهران را نمی‌توان نادیده گرفت و افزایش سطح توسعه اجتماعی شهر تهران نیازمند ارتقاء همزمان سطح این دو متغیر است.

کلانتری و همکاران (۱۳۹۱) پژوهشی با عنوان «تحلیل مقایسه‌ای استفاده از رسانه‌ها در مناطق شهری و روستایی ایران» با هدف نقش رسانه‌ها در توسعه به‌ویژه توسعه روستایی، وضعیت مصرف رسانه‌ای در مناطق روستایی و با نمونه‌ای ۱۷۰۰۰ نفری و از نمونه‌گیری خوشه‌ای در مقیاس ملی که همه شهرها و روستاها و قومیت‌ها را تحت پوشش قرار داده است، استفاده کرده است. با اتکاء به روش تحلیل ثانوی داده‌های ملی استخراج شده از طرح بررسی و سنجش شاخص‌های فرهنگ عمومی کشور به تجزیه تحلیل پرداخته این طرح از طرف شورای فرهنگ عمومی اجرا شده و یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که میزان مصرف رسانه‌ای در مناطق روستایی، نسبت به مناطق شهری کم است. در ضمن، فاصله و شکاف مصرف رسانه‌ای در هر سه نوع وسایل ارتباط جمعی، نوشتاری یا سنتی، جمعی و نوین مشاهده‌پذیر است.

#### مدل تحلیلی تحقیق

هدف از چارچوب نظری، ساختن مدلی است که بتوان فرضیات، مفاهیم و متغیرها را از آن استخراج نمود و در جامعه مورد مطالعه فرضیات را مورد آزمون قرار داد. تنها پس از تأیید نهایی برخی از فرضیات و رسیدن به مرحله قانونمندی است که مدل نظری اصلاح و چارچوب نظری همراه با اصول مکتبی تبدیل به تئوری می‌شود. و همان‌گونه که در بالا عنوان شد در بررسی‌های نظری که از توسعه اجتماعی به‌عمل آمده، بر جنبه‌های مختلفی تأکید شده است. از این‌رو نمی‌توان بر اساس یک نظریه به تحلیل دقیق توسعه اجتماعی پرداخت. با این حال، با استفاده از نظریه لرنر (توسعه، انسجام اجتماعی، وضعیت شغلی، وضعیت تحصیلی)، از نظریه دی‌کراکر (اخلاقیات توسعه اجتماعی) و از نظریه جان تامپسون (رسانه‌های ارتباط جمعی) در پی تحلیل تأثیر رسانه‌های ارتباط جمعی بر توسعه اجتماعی جوانان شهر اسلام آباد غرب می‌باشیم. مدارک و شواهد فراوانی برای موافقت با این نظر

جاکیز و کلوند<sup>۱</sup> (۱۳۸۷: ۱۳۵) وجود دارد که توسعه اجتماعی، تحت تأثیر عوامل متعددی شامل؛ جامعه، تکنولوژی، سرمایه، زیرساخت، سیاست‌های اجتماعی نهادها و... است. بر اساس مدل تحقیق رسانه‌های ارتباط جمعی بر توسعه اجتماعی جوانان تأثیر می‌گذارد و سپس بر متغیر انسجام اجتماعی، کیفیت زندگی، اخلاقیات توسعه اجتماعی بعنوان شاخص توسعه اجتماعی و وضعیت تحصیلی و سن تأثیر می‌گذارد و آن‌ها هم بر توسعه اجتماعی اثرگذار هستند. از این‌رو براساس نظریه‌های مطرح شده مدل زیر ارائه می‌گردد ممکن است داده‌های تجربی حاصل از تحقیق آن را تأیید یا رد نماید.



نمودار شماره ۱: مدل تحلیلی تحقیق تأثیر رسانه‌های ارتباط جمعی بر توسعه اجتماعی جوانان

### فرضیات تحقیق

- به نظر می‌رسد که بین رسانه‌های ارتباط جمعی و توسعه اجتماعی رابطه وجود دارد.
- به نظر می‌رسد که بین رسانه‌های ارتباط جمعی و انسجام اجتماعی رابطه وجود دارد.
- به نظر می‌رسد که بین رسانه‌های ارتباط جمعی و کیفیت زندگی رابطه وجود دارد.
- به نظر می‌رسد که بین رسانه‌های ارتباط جمعی و اخلاقیات توسعه اجتماعی رابطه وجود دارد.

1- Jacobs and Cleveland

- به نظر می‌رسد که بین رسانه‌های ارتباط جمعی و پایگاه اقتصادی- اجتماعی (سن، تحصیلات) رابطه وجود دارد.

### روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش در چارچوب، روش‌شناسی کمی قرار گرفته و با استفاده از روش پیمایش داده‌ها گردآوری شده است. از نظر زمانی، مقطعی و از نظر هدف، کاربردی است. برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه استفاده و داده‌های مورد نیاز از طریق آمارهای t-test دو گروه مستقل، تحلیل واریانس و پیرسون مورد تحلیل قرار گرفته است.

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل؛ کلیه جوانان ۱۸ سال تا ۳۵ سال شهر اسلام‌آبادغرب که براساس آخرین آمار سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ از جمعیت ۱۴۰/۸۷۶ نفری شهر اسلام‌آبادغرب ۴۷/۴۵۳ نفر در رده سنی ۱۸ تا ۳۵ سال قرار داشتند.

با توجه به این که در این پیمایش هدف، بررسی تأثیر رسانه‌های ارتباط جمعی بر توسعه اجتماعی جوانان است و جامعه آماری جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال شهر اسلام‌آبادغرب است لذا واحد تحلیل در این تحقیق، جوانان و سطح تحلیل خرد است. برای محاسبه تعداد نمونه از نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و تصادفی سیستماتیک استفاده شده است. به این صورت که شهر اسلام‌آبادغرب به ۱۰ منطقه؛ شهرداری، شهریارشهر، بیمارستان، کارخانه، شهرک جهاد، شهرک مسکن، شهرستانی، فرمانداری، ولیعصر و بدره‌ای، تقسیم و از این مناطق خیابان‌ها و سپس کوچه‌های مختلف بصورت تصادفی ساده انتخاب و پرسشنامه بین جامعه آماری توزیع و داده‌ها گردآوری شد.

اخذ تصمیم درباره حجم نمونه از لحاظ تأمین میزان دقت، نتایج نمونه‌گیری و صرفه‌جویی در مقدار وقت و هزینه، از اهمیتی خاص برخوردار است بدیهی است که بزرگ بودن حجم نمونه موجب صرف هزینه و وقت زیاد و کوچک بودن حجم نمونه موجب عدم دقت کافی برآوردها می‌شود به همین جهت سعی ما بر این است که مناسب‌ترین نمونه را انتخاب کنیم. به همین جهت برای تعیین حجم نمونه این تحقیق از طریق فرمول زیر (کوکران<sup>۱</sup>) استفاده

1- Cochran



می‌کنیم و از آن جایی که مطالعه تمامی شهروندان مقرون به صرفه نبوده و امکان دست‌یابی به همه افراد جامعه برای انجام پژوهش میسر نیست برای مطالعه آن نمونه‌ای از این حجم انتخاب گردید تا بتوانیم نتایج به دست آمده از آن را با ضریب اطمینان قابل قبول به کل جامعه آماری تعمیم دهیم. بنابراین، از جامعه آماری یاد شده، نمونه‌ای برابر با ۳۸۰ نفر به عنوان نمونه جامعه آماری انتخاب کردیم. اما برای جلوگیری از ریزش نمونه، این حجم را به ۴۰۰ نفر افزایش دادیم.

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \left[ \frac{1}{N} \left( \frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right) \right]} =$$

معرفی محدوده مورد مطالعه

شهر اسلام‌آبادغرب، دومین شهر استان کرمانشاه است دارای وسعتی بالای ۲۰۰۰ کیلومتر مربع و ۸/۵ درصد از وسعت استان را به‌خود اختصاص داده است. این شهر در طول جغرافیایی ۴۶ درجه و ۳۱ دقیقه و در عرض جغرافیایی ۳۴ درجه و ۶ دقیقه و در بلندی ۱۳۳۵ متری از سطح دریا قرار دارد و در ۶۵ کیلومتری جنوب باختری کرمانشاه و در مسیر راه کرمانشاه- خسروی قرار دارد. دارای ۲ بخش، ۷ دهستان و ۱۷۳ روستا است (General Population and Housing Census, 2011).



شکل شماره ۱: نقشه جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

سنجش اعتبار (روایی)<sup>۱</sup> و قابلیت اعتماد (پایایی)<sup>۲</sup>

در کاربرد متعارف، سنجه معتبر سنجه‌ای است که همان چیزی را بسنجد که مورد نظر ماست. در واقع اعتبار یا فقدان اعتبار به خود سنجه مربوط نمی‌گردد بلکه به کاربرد آن برای سنجش موضوع مورد بررسی می‌گردد (دواس، ۱۳۸۶: ۲۶۳). در این پژوهش با توجه به شرایط تحقیق از روایی محتوایی استفاده شده بدین صورت که پس از تنظیم گویه‌ها برای متغیرهای پژوهش آن را به اساتید نشان دادیم او نیز پس از بررسی و مطابقت گویه‌ها با متغیرهای اندازه‌گیری شده و شرایط محیط پژوهش نظرات خود را بیان و محقق نیز پس از اعمال نظر بر روی آن‌ها و با توجه به وضعیت اجتماعی و فرهنگی منطقه مورد مطالعه، برای بالا بردن روایی گویه‌هایی برای سنجش متغیرها انتخاب و اقدام به تنظیم نهایی پرسشنامه شد. در این تحقیق برای اندازه‌گیری پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده شده و گویه‌هایی که موجب کاهش ضریب آلفا شدند حذف گردید. همانگونه که در جدول ۱ نیز مشاهده می‌شود میزان آلفای کرونباخ اکثر مقیاس‌ها بزرگتر از ۰/۷ بود و نشان‌گر آن است که آزمون از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

جدول شماره ۱: روایی پرسشنامه

ابعاد	ضریب آلفای کرونباخ	تعداد	تعداد گویه‌ها
توسعه اجتماعی	۰/۷۳۱	۳۸۰	۹۵
انسجام اجتماعی	۰/۸۹۱	۳۸۰	۳۱
کیفیت زندگی	۰/۷۳۹	۳۸۰	۴۴
اخلاقیات توسعه اجتماعی	۰/۸۱۱	۳۸۰	۲۰
رسانه‌های ارتباط جمعی	۰/۸۰۸	۳۸۰	۵

## تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق

توسعه اجتماعی (متغیر وابسته): توسعه اجتماعی تلفیقی از سازماندهی اجتماعی و برنامه‌ریزی و طراحی اجتماعی است. اما چیزی بیش از تجمیع ساده این دو حوزه است. توسعه اجتماعی،

1- Validity

2- Reliability

استراتژی سیاسی، توسعه اقتصادی، حمایت اجتماعی، تحلیل برنامه‌ریزی، دولت و پژوهش ارزش‌یابی را شامل می‌شود و آن را کنار هم می‌خواهد (جونز و پند<sup>۱</sup>، ۱۳۸۷: ۲۰۵). توسعه اجتماعی فرایند ادغام اجتماعی، انسجام اجتماعی و اعتماد اجتماعی را در درون خود دارد که این‌ها به‌نوعی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی هستند. در این پژوهش با توجه به متغیر وابسته بودن توسعه اجتماعی، از طریق سه شاخص عمده؛ انسجام اجتماعی، کیفیت زندگی و اخلاقیات توسعه اجتماعی سنجیده شده است.

#### انسجام اجتماعی

انسجام اجتماعی دلالت بر توافق جمعی میان اعضای یک جامعه اطلاق می‌شود که حاصل پذیرش و درونی کردن نظام ارزشی و هنجاری یک جامعه و تعلق جمعی و تراکمی تعامل افراد آن جامعه است (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳: ۲۸۶). این مفهوم بر اساس مطالعات تجربی فرهمند و همکاران (۱۳۹۴) در دو بعد مشارکت اجتماعی (۸ گویه) و اعتماد اجتماعی در مجموع در قالب (۳۱ گویه) سنجیده شده است.

مشارکت اجتماعی به آن دسته از فعالیت‌های ارادی دلالت دارد که از طریق آن‌ها اعضای یک جامعه در امور محله، شهر و روستا شرکت می‌کنند و به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم در شکل دادن به حیات اجتماعی مشارکت دارند (شیخ‌حسینی و مهمان‌دوست، ۱۳۸۹: ۱۱۰) برای عملیاتی کردن این مفهوم از ۸ گویه استفاده و در سطح ترتیبی سنجیده شده است.

اعتماد اجتماعی عبارتند از ابراز اطمینان نسبت به اشخاص با نظام‌های مجرد، بر اساس نوعی (جهش به ایمان) که معمولاً مشکل بی‌طرفی را برطرف می‌سازد (افه<sup>۲</sup>: ۱۳۸۴). این متغیر با تأسی از مطالعات تجربی امام جمعه‌زاده و همکاران (۱۳۹۱) و شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۴) در سه سطح اعتماد شخصی که خود را در روابط چهره به چهره نشان می‌دهد (اعتماد به وابستگان و فامیل، اعضای خانواده، دوستان و آشنایان، همسایگان، همکاران و باور به وفاداری، رازداری و حقیقت‌گویی آنان)، اعتماد تعمیم یافته را می‌توان داشتن حسن‌ظن

1- jones and pend

2- effe

به افراد جامعه جدایی از تعلق آن‌ها به گروه‌های قومی و قبیله‌ای تعریف کرد (اعتماد به عامه مردم، غریبه‌ها، مردم کوچه و بازار و افراد سایر اقوام و باور به صداقت، امانت‌داری و راست‌گویی آنان و تمایل به همکاری با آنان) و اعتماد نهادی که نگرشی است نسبت به خود و دنیای پیرامون که رفتار و اعمال ما را متأثر می‌سازد و موجب تقویت این فکر می‌گردد که افراد و امور جهان قابل اعتمادند (اعتماد به نهادها و سازمان‌هایی مانند: آموزش و پرورش، نیروی انتظامی، پلیس، راهنمایی و رانندگی، کارمندان بانک‌ها، دادگاه و محاکم قضایی، صدا و سیما و مدیران سازمان‌های دولتی و ...) مفهوم‌سازی و در قالب ۲۳ گویه و در سطح ترتیبی عملیاتی شده است.

### کیفیت زندگی

پژوهش حاضر کیفیت زندگی را به مثابه کنش متقابل بین نیازهای انسانی و احساس ذهنی نسبت به تأمین این نیازها در نظر می‌گیرد. نیازهای انسانی در برگیرنده نیازهایی مانند امرار معاش، تولیدمثل، رشد و پیشرفت است و شاخص‌های ذهنی نیز از رهگذر وامنش افراد و گروه‌ها به پرسش‌های مربوط به شادکامی و رضایت از زندگی تشخیص داده می‌شود. ارتباط بین تأمین نیازها و رضایت از تأمین هر کدام از نیازها از ظرفیت روحی، زمینه تأمین هر نیاز در مقایسته با دیگر نیازهای انسانی می‌دهند. بنابراین تدوین و طراحی شاخص‌های کیفیت زندگی یکی از راه‌های عملیاتی کردن مفهوم کیفیت زندگی است که در این پژوهش کیفیت زندگی بنابر اهداف پژوهش در سه شاخص (رضایت مادی، رشد و توسعه فردی و شادکامی) سنجیده شده است.

کارلسون<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) خاطر نشان می‌کند که کیفیت زندگی و رفاه مترادف بوده و فردی از کیفیت زندگی بالا (رفاه) لذت می‌برد که؛ ۱- فعال باشد ۲- برای دیگران خوب باشد ۳- خودباوری داشته باشد ۴- یک خلق پایه‌ای شاد داشته باشد. در این تحقیق رضایت مادی بر اساس مطالعات تجربی اکبریان رونیزی و همکاران (۱۳۹۴)، شیخ‌الاسلامی و همکاران (۱۳۹۱) در مجموع در قالب ۱۹ گویه و در ابعاد رضایت‌مندی از معیارهای کالبدی محیطی (۶

1- Carlson

گویه)، رضایت‌مندی از معیارهای اقتصادی (۸ گویه) و رضایت‌مندی از معیارهای اجتماعی و فرهنگی (۵ گویه) سنجیده می‌شود.

منظور از توسعه فردی کلیه فعالیت‌هایی است که منجر به بهبود عملکرد افراد می‌شود. توسعه فردی به ما کمک می‌کند که ضمن لذت بردن از تمامی لحظات زندگی، کنترل امور را به دست گرفته و در هر شرایطی با انگیزه و نشاط به فعالیت‌هایمان ادامه دهیم. زیربنای توسعه فردی چرخه یادگیری می‌باشد یعنی شیوه‌ای که افراد جهت پند گرفتن از تجربیات خود و جلوگیری از ارتکاب اشتباه در موقعیت‌های مشابه از آن استفاده می‌کنند. این متغیر براساس مطالعات تجربی عسکری (۱۳۹۰) و در قالب ۱۰ گویه سنجیده شده است.

زمانی که از شادی به عنوان یک احساس عریض و پهن<sup>۱</sup> یاد می‌شود اغلب مترادف با واژه کیفیت زندگی و یا بهزیستی یا سعادت (رفاه) است. برای اندازه‌گیری شادی شیوه‌های گوناگونی به کار برده شده است. دانیل نیتل<sup>۲</sup> و هم‌چنین گنجی به منظور سنجش شادکامی سه سطح مجزا قائل شده‌اند، و در ارزیابی و بازبینی مجدد پرسش‌نامه آکسفورد، شادکامی را به سه بعد احساسی، شناختی و اجتماعی تقسیم کرده است. در این پژوهش در مجموع، از ۱۵ گویه برای سنجش شادکامی استفاده شده است که ۴ گویه آن بعد احساسی و ۴ گویه بعد شناختی و ۷ گویه بعد اجتماعی شادکامی را می‌سنجد. از جمع زدن نمرات خام سه بعد احساسی، شناختی و اجتماعی، نمره کلی شادکامی به دست می‌آید.

#### اخلاقیات توسعه اجتماعی

اخلاق اجتماعی مجموعه‌ای از عقاید، ارزش‌ها و هنجارهایی هستند که نسبت به فرد، اموری بیرونی و مستقل تلقی می‌شوند. در جریان جامعه‌پذیری برای او درونی می‌گردند و به صورت جزئی از شخصیت او در می‌آیند و به عنوان اخلاق اجتماعی محسوب می‌شوند (لوئیس و همکاران، ۲۰۱۵، رجب زاده، ۱۳۷۶: ۶۴). بر اساس این تعریف، اخلاق مجموعه‌ای از اصول و عقاید رفتاری است که به گونه‌ای داوطلبانه از سوی فرد پذیرفته می‌شوند و با

1- Broad sense

2- Nettle

درونی شدن در وجود او، نوع نگرش فرد به جامعه و دیگر انسان‌ها را تعیین می‌کنند و باعث بروز رفتارهای اخلاقی می‌گردند و در صورت سرپیچی از این اصول و قواعد احساس شرمساری در وجدان فرد پدیدار می‌شود (Amini, 2011: 49). در این پژوهش جهت سنجش اخلاقیات در مجموع از ۲۰ گویه بر اساس پرسشنامه کلاریک‌من و هنینگ<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۰) در قالب چهار عنصر تعهدات حرفه‌ای (۵ گویه) منافع شخصی (۴ گویه)، تعهدات سازمانی (۶ گویه) و تعهدات اجتماعی (۵ گویه) که به شرح زیر می‌باشد استفاده شده است.

**تعهدات حرفه‌ای:** عبارت است از پایبندی به اصول و ارزش‌های اخلاقی که بر اساس پرسشنامه کلاریک‌من و هنینگ (۲۰۰۰) سنجیده می‌شود.

**منافع شخصی:** عبارت است از نیازها، انگیزه‌ها و نگرش‌های فردی که در درون هر فرد به عنوان ارزش شخصی شناخته می‌شود که بر اساس پرسشنامه کلاریک‌من و هنینگ (۲۰۰۰) سنجیده شده است.

**تعهدات اجتماعی:** تعهد اجتماعی یک انگیزش درونی برای هویت افراد در موقعیت‌های اجتماعی گوناگون است و نشانه وفاداری آن‌ها به رفتاری ثابت است که با انتظارات دیگران از آن موقعیت مطابق و سبب سازگاری فرد با موقعیت می‌شود و این انگیزش از یک سو به اعمال قبلی افراد و از سوی دیگر به ارزیابی آنان از نتایج آن و نوع رفتار می‌شود (نوروزی، ۱۳۸۷: ۱۲۰) که برای سنجش آن از مطالعات تجربی (Singhapakdi, 1996) استفاده شده است.

**تعهدات سازمانی:** عبارت است از مجموعه چارچوب‌ها، انگیزه‌ها و نگرش‌های سازمانی که در هر سازمان به عنوان ارزش سازمانی شناخته می‌شود. که بر اساس پرسشنامه استاندارد آلن و مایر<sup>۲</sup> (۱۹۹۰) در قالب ۵ گویه سنجیده شده است.

**رسانه‌های ارتباط جمعی (متغیر مستقل):** تامپسون و همکاران (۱۹۹۹) معتقدند که رسانه‌های جمعی اشکالی از ارتباط هستند که پیام‌هایی را برای مخاطبان وسیعی طراحی

1- Clikeman and Hening

2- Allen and Meyer

می‌کنند. رسانه‌های جمعی برای حامیان خودشان فرصتی ایجاد می‌کند تا مخاطبان خود را آموزش دهند و جامعه‌پذیر کنند. هم‌چنین رسانه‌های ارتباط جمعی ابزاری هستند که از آن برای ابلاغ پیام‌ها، بیان افکار و انتقال مفاهیم به دیگران استفاده می‌شود (ستوده، ۱۳۸۴: ۵۸). در واقع، رسانه‌های ارتباط جمعی به تمام ابزارهای غیرشخصی ارتباط گفته می‌شود که به وسیله آن، پیام‌های دیداری و شنیداری به طور مستقیم به مخاطبان انتقال می‌یابند. در این تحقیق، برای سنجش این متغیر با تأسی از مطالعات قادری و همکاران (۱۳۹۳) میزان استفاده از انواع رسانه‌های ارتباط جمعی؛ تلویزیون، ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مد نظر قرار گرفته است.

#### یافته‌های پژوهش

یکی از متغیرهایی که در پژوهش حاضر مورد توجه بوده و گمان بر آن است که افراد مورد بررسی بر مبنای آن دارای تفاوت معناداری هستند، متغیر سن است که در جدول شماره ۲ توزیع سنی افراد را بر اساس آن می‌توانیم شاهد باشیم. بر اساس داده‌های جدول فوق، بیشترین رده سنی را افراد سنین ۲۷-۲۹ سال که تقریباً ۲۳/۴ درصد پاسخگویان را شامل می‌شود. کمترین رده سنی را افراد ۱۸-۲۰ سال به خود اختصاص داده‌اند. در این توزیع، نما برابر با ۲۵ سال است و میانگین سن افراد برابر ۲۷/۱۴ سال است.

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی سن پاسخگویان

سن	۱۸-۲۰	۲۱-۲۳	۲۴-۲۶	۲۷-۲۹	۳۰-۳۲	۳۳-۳۵	بی جواب	جمع
فراوانی	۳۲	۵۲	۸۲	۸۹	۵۷	۶۱	۷	۳۷۳
درصد فراوانی	۸/۴	۱۳/۷	۲۱/۶	۲۳/۴	۱۵	۱۶	۱/۸	۱۰۰
فراوانی تجمعی	۸/۴	۲۲/۱	۴۳/۶	۶۷	۸۲/۰۶	۹۸/۰۶	۱۰۰	
آمار گرایش مرکزی	میانگین = ۲۷/۱۴		میان = ۲۷		نما = ۲۵			

اطلاعات جدول شماره ۳ در خصوص تحصیلات پاسخگویان نشان می‌دهد که بیش از نیمی از پاسخگویان دارای تحصیلات لیسانس با ۳۸/۴ هستند که نسبت به دسته‌های دیگر بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی تحصیلات پاسخگویان

سطح تحصیلات	بیسواد ابتدایی راهنمایی دیپلم	فوق دیپلم لیسانس	فوق لیسانس و بالاتر	بی جواب	جمع
فراوانی	۹	۲۸	۱۰۶	۵۶	۱۴۵
درصد فراوانی	۰	۲/۴	۷/۴	۲۸	۱۴/۷
فراوانی تجمعی	۰	۲/۴	۹/۸	۳۷/۸	۵۲/۵
آمار گرایش مرکزی		نما = لیسانس	میانه = فوق دیپلم		

#### توصیف آماری متغیر مستقل

رسانه‌های ارتباط جمعی تنها متغیر مستقل تحقیق حاضر به شمار می‌رود که توزیع فراوانی آن در قالب جداول شماره ۴ و ۵ آمده است. نتایج نشان می‌دهد ۳/۴ درصد از پاسخگویان کمتر از ۱ ساعت در روز، ۰/۵ درصد بین ۱ ساعت در روز تا ۱،۵۹، ۳/۴ درصد بین ۲ ساعت در روز تا ۲،۵۹، ۳/۴ بین ۳ ساعت در روز تا ۳،۵۹، ۵/۸ درصد بین ۴ ساعت در روز تا ۴،۵۹ و ۶۲/۲ درصد از ۵ ساعت در روز و بیشتر از آن، از رسانه‌های ارتباط جمعی استفاده می‌کنند. هم‌چنین بر اساس جواب‌های پاسخگویان میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی ۲۱/۳ درصد را نمی‌توان مشخص نمود. جدول شماره ۵ میزان استفاده از انواع رسانه را به تفکیک نشان می‌دهد. براین اساس بیشترین درصد استفاده از تلویزیون ۵۲/۴ درصد مربوط به استفاده کمتر از یک ساعت در روز است. در حالی که ۴۲/۶ درصد استفاده‌کنندگان از اینترنت از ۲ تا ۳ ساعت، ۶۳/۴ درصد استفاده‌کنندگان ماهواره کمتر از یک ساعت در روز، ۵۵/۸ درصد از کاربران شبکه‌های مجازی بین ۲ تا ۳ ساعت و ۸۳/۹ درصد خوانندگان روزنامه و مجله کمتر از یک ساعت در روز از رسانه‌های ارتباط جمعی استفاده می‌کنند.



جدول شماره ۴: توزیع فراوانی میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی

میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی	کمتر از ۱ ساعت در روز	از ۱ تا ۱,۵۹ ساعت	از ۲ تا ۲,۵۹ ساعت	از ۳ تا ۳,۵۹ ساعت	از ۴ تا ۴,۵۹ ساعت	بیشتر از آن	بی‌جواب	جمع
فراوانی	۱۳	۲	۱۳	۱۳	۲۲	۲۳۶	۸۱	۳۸۰
درصد فراوانی	۳/۴	۰/۵	۳/۴	۳/۴	۵/۸	۶۲/۲	۲۱/۳	۱۰۰
فراوانی تجمعی	۳/۴	۳/۹	۷/۳	۱۰/۷	۱۶/۴	۷۸/۶	۱۰۰	
آمارگرایش مرکزی	انحراف معیار = ۴/۵۶			میانگین = ۸/۳۴				

جدول شماره ۵: توزیع فراوانی میزان استفاده از ابعاد رسانه‌های ارتباط جمعی

ابعاد رسانه‌های ارتباط جمعی	میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی	فراوانی	درصد فراوانی	ابعاد رسانه‌های ارتباط جمعی	میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی	فراوانی	درصد فراوانی
تلویزیون	کمتر از ۱ ساعت در روز	۱۹۹	۵۲/۴	کمتر از ۱ ساعت در روز	۱۵۲	۴۰	
	از ۱ تا ۱,۵۹ ساعت در روز	۱۳	۳/۴	از ۱ تا ۱,۵۹ ساعت در روز	۹	۲/۴	
	از ۲ تا ۲,۵۹ ساعت در روز	۷۷	۲۰/۳	از ۲ تا ۲,۵۹ ساعت در روز	۵۷	۱۵	
	بیشتر از ۳ ساعت در روز	۹۱	۲۳/۹	بیشتر از ۳ ساعت در روز	۱۶۲	۴۲/۶	
ماهواره	کمتر از ۱ ساعت در روز	۲۴۱	۶۳/۴	کمتر از ۱ ساعت در روز	۸۰	۲۱/۱	
	از ۱ تا ۱,۵۹ ساعت در روز	۱۶	۴/۲	از ۱ تا ۱,۵۹ ساعت در روز	۱۸	۴/۷	
	از ۲ تا ۲,۵۹ ساعت در روز	۷۲	۱۹	از ۲ تا ۲,۵۹ ساعت در روز	۷۰	۱۸/۴	
	بیشتر از ۳ ساعت در روز	۵۱	۱۳/۴	بیشتر از ۳ ساعت در روز	۲۱۲	۵۵/۸	
روزنامه، مجله	کمتر از ۱ ساعت در روز	۳۱۹	۸۳/۹	کمتر از ۱ ساعت در روز	۹	۲/۴	
	از ۱ تا ۱,۵۹ ساعت در روز	۹	۲/۴	از ۱ تا ۱,۵۹ ساعت در روز	۹	۲/۴	
	از ۲ تا ۲,۵۹ ساعت در روز	۳۰	۷/۹	از ۲ تا ۲,۵۹ ساعت در روز	۷۰	۱۸/۴	
	بیشتر از ۳ ساعت در روز	۲۲	۵/۸	بیشتر از ۳ ساعت در روز	۲۱۲	۵۵/۸	

#### توصیف آماری ابعاد توسعه اجتماعی

متغیر وابسته در تحقیق حاضر، توسعه اجتماعی است که با معرف‌هایی چون انسجام اجتماعی، کیفیت زندگی و اخلاقیات توسعه اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول شماره ۶ نشان‌دهنده میزان توسعه اجتماعی در میان پاسخگویان است. بر اساس داده‌های جدول فوق میانگین برابر با ۳/۶۵ و انحراف معیار ۰/۶۸۴ می‌باشد، ۶۸/۴ درصد از

پاسخگویان دارای توسعه اجتماعی در حد پایین، ۹/۲ درصد در حد متوسط و ۷/۹ درصد دارای توسعه اجتماعی در حد بالا هستند.

جدول شماره ۶: توزیع فراوانی میزان توسعه اجتماعی

توسعه اجتماعی	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی تجمعی
پایین	۲۶۰	۶۸/۴	۶۸/۴
متوسط	۳۵	۹/۲	۷۷/۶
بالا	۳۰	۷/۹	۸۵/۵
بی‌جواب	۵۵	۱۴/۵	۱۰۰
جمع	۳۸۰	۱۰۰	

اطلاعات جدول نشان می‌دهد که میانگین انسجام اجتماعی برابر با ۳/۱۲ و ۳۸/۹ درصد از پاسخگویان دارای انسجام اجتماعی در حد متوسط، ۵۸/۷ درصد دارای انسجام اجتماعی در حد پایین و ۲/۴ درصد دارای مشارکت اجتماعی در حد بالا هستند. همچنین ۲۱/۶ درصد از پاسخگویان دارای مشارکت اجتماعی در حد بالا، ۶۱/۶ درصد دارای مشارکت اجتماعی در حد متوسط و ۱۵/۳ درصد دارای مشارکت اجتماعی در حد پایین هستند. همچنین با توجه به جواب پاسخگویان میزان مشارکت اجتماعی ۱/۶ درصد از پاسخگویان را نمی‌توان مشخص نمود. ۱۴/۳ درصد از پاسخگویان دارای اعتماد اجتماعی پایین، ۷۶/۴ درصد دارای اعتماد اجتماعی در حد متوسط و ۹/۳ درصد دارای اعتماد اجتماعی در حد بالا هستند و براساس جواب پاسخگویان میزان اعتماد اجتماعی ۰/۸ درصد را نمی‌توان مشخص نمود.

نتایج نشان می‌دهد ۲۷/۹ درصد از پاسخگویان دارای کیفیت زندگی پایین، ۶۰/۵ درصد دارای اعتماد در حد متوسط و ۱۱/۶ درصد دارای کیفیت زندگی در حد بالا هستند و میانگین آن برابر با ۳/۳۲۱ است. و همانگونه که مشاهده می‌شود، ۲۹/۷ درصد دارای رضایت مادی پایین، ۶۰/۸ درصد دارای رضایت مادی در حد متوسط و ۹/۵ درصد دارای رضایت مادی در حد بالا هستند. ۵ درصد از پاسخگویان دارای رشد و توسعه فردی پایین، ۵۹/۹ درصد دارای رشد فردی در حد متوسط و ۳۵/۱ درصد دارای رشد فردی در حد بالا هستند. همچنین بر اساس جواب پاسخگویان میزان رشد و توسعه فردی ۰/۵ درصد را نمی‌توان مشخص نمود.

همانگونه که مشاهده می‌شود ۳/۹ درصد از پاسخگویان احساس شادکامی پایین، ۷۳/۷ درصد دارای شادی در حد متوسط و ۲۲/۴ درصد دارای شادی در حد بالا هستند. درخصوص مؤلفه شادکامی ۱/۶ درصد از پاسخگویان دارای اخلاق اجتماعی پایین، ۷۸/۲ درصد دارای اخلاق اجتماعی در حد متوسط و ۲۰/۳ درصد دارای اخلاق اجتماعی در حد بالا هستند و میانگین برابر با ۲/۹۶ است. نتایج مربوط به بُعد اجتماعی نیز نشان می‌دهد ۲۲/۹ درصد دارای تعهد اجتماعی پایین، ۵۵/۸ درصد دارای تعهد اجتماعی در حد متوسط و ۲۱/۳ درصد دارای تعهد اجتماعی در حد بالا هستند. همانگونه که مشاهده می‌شود، ۲۶/۵ درصد تعهد سازمانی پایین، ۳۹/۳ درصد دارای تعهد سازمانی در حد متوسط و ۳۴/۲ درصد دارای تعهد سازمانی در حد بالا هستند. همچنین با توجه به جواب پاسخگویان میزان تعهد سازمانی ۰/۸ درصد از پاسخگویان را نمی‌توان مشخص نمود. همانگونه که مشاهده می‌شود، ۲۴/۹ درصد دارای تعهد حرفه‌ای پایین، ۴۹/۷ درصد دارای تعهد حرفه‌ای در حد متوسط و ۲۵ درصد دارای تعهد حرفه‌ای در حد بالا هستند. ۲۰ درصد از پاسخگویان دارای منافع شخصی پایین، ۷۹/۲ درصد دارای منافع شخصی در حد متوسط و ۰/۳ درصد دارای منافع شخصی در حد بالا هستند.

#### آزمون فرضیه‌های تحقیق

«به‌نظر می‌رسد که بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و توسعه اجتماعی، رابطه معناداری وجود داشته باشد».

برای بررسی فرضیه فوق بنابر سطوح سنجش (فاصله‌ای - ترتیبی) از آزمون همبستگی اسپرمن استفاده می‌کنیم که نتایج آن به شرح زیر می‌باشد.

با توجه به این که شرط معنی‌داری برقرار است همبستگی معنادار می‌باشد و این بدین معناست که بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و توسعه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. طبق نتیجه تحقیق، توسعه همه‌جانبه و پایدار عمدتاً مبتنی بر توسعه رسانه‌های ارتباط جمعی است و توسعه آن نیز بر پایه خلاقیت و نوآوری و توسعه علمی پیش می‌رود و دست‌یابی به توسعه علمی نیز از طریق مطالعه و پژوهش میسر است.

جدول شماره ۷: توزیع فراوانی ابعاد توسعه اجتماعی

ابعاد توسعه اجتماعی										
پایین متوسط بالا بی‌جواب جمع										
۳۸۰	۶	۸۲	۲۳۴	۵۸	درصد فراوانی	مشارکت	درصد فراوانی	درصد	گزینه‌ها	انسجام اجتماعی
۱۰۰	۱/۵	۲۱/۶	۶۱/۶	۱۵/۳	درصد فراوانی	اجتماعی	۲۸/۹	۱۴۸	پایین	
							۵۸/۷	۲۲۳	متوسط	
۳۸۰	۳	۳۵	۲۸۸	۵۴	درصد	اعتماد اجتماعی	۲/۴	۹	بالا	اجتماعی
۱۰۰	۰/۸	۹/۳	۷۶/۴	۱۴/۳	درصد فراوانی		۱۰۰	۳۸۰	جمع	
۳۸۰	۰	۳۶	۲۳۱	۱۱۳	درصد	رضایت مادی	۲۷/۹	۱۰۶	پایین	توسعه اجتماعی
۱۰۰	۰	۹/۵	۶۰/۸	۲۹/۷	درصد فراوانی		۶۰/۵	۲۳۰	متوسط	
۳۸۰	۱	۱۳۳	۲۲۷	۱۹	درصد	رشد و توسعه	۱۱/۶	۴۴	بالا	کیفیت زندگی
۱۰۰	۰/۳	۳۵/۱	۵۹/۹	۵	درصد فراوانی	فردی	۱۰۰	۳۸۰	جمع	
۳۸۰	۰	۸۵	۲۸۰	۱۵	درصد	شادکامی				اخلاقیات توسعه اجتماعی
۱۰۰	۰	۲۲/۴	۷۳/۷	۳/۹	درصد فراوانی					
۳۸۰	۰	۸۱	۲۱۲	۸۷	درصد	تعهد اجتماعی	۱۱/۶	۴۲	پایین	توسعه اجتماعی
۱۰۰	۰	۲۱/۳	۵۵/۸	۲۲/۹	درصد فراوانی		۷۸	۲۹۷	متوسط	
۳۸۰	۲	۹۵	۱۸۹	۹۴	درصد	تعهد	۲۰/۲	۷۷	بالا	توسعه اجتماعی
۱۰۰	۰/۵	۲۵	۴۹/۷	۲۴/۹	درصد فراوانی	حرفه‌ای	۱۰۰	۳۸۰	جمع	
۳۸۰	۳	۱۲۹	۱۴۸	۱۰۰	درصد	تعهد سازمانی				توسعه اجتماعی
۱۰۰	۰/۸	۳۴/۲	۳۹/۳	۲۶/۵	درصد فراوانی					
۳۸۰	۲	۱	۳۰۱	۷۶	درصد	منافع شخصی				توسعه اجتماعی
۱۰۰	۰/۵	۰/۳	۷۹/۲	۲۰	درصد فراوانی					

جدول شماره ۸: آزمون رابطه بین رسانه‌های ارتباط جمعی و توسعه اجتماعی

متغیرها		میزان همبستگی		معنی‌داری	
رسانه‌های ارتباط جمعی و توسعه اجتماعی		۰/۱۱۹		۰/۰۴۰	
توسعه اجتماعی		رسانه‌های ارتباط جمعی			
۱۱۹.	۰۰۰.۱	ضریب همبستگی	رسانه‌های ارتباط جمعی	ضریب اسپیرمن	
۰.۴۰.	.	معنی‌داری	تعداد		
۳۸۰.	۳۸۰.	تعداد			
۰۰۰.۱	۱۱۹.	ضریب همبستگی	توسعه اجتماعی		
.	۰.۴۰.	معنی‌داری			
۳۸۰.	۳۸۰.	تعداد			

«به نظر می‌رسد که بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و انسجام اجتماعی رابطه معناداری وجود داشته باشد».

برای بررسی فرضیه فوق بنابر سطوح سنجش (فاصله‌ای- ترتیبی) از آزمون همبستگی اسپرمن استفاده می‌کنیم که نتایج آن به شرح زیر می‌باشد.

با توجه به این که شرط معنی‌داری برقرار نیست همبستگی معنادار نیست این بدین معناست که بین رسانه‌های ارتباط جمعی و انسجام اجتماعی رابطه معناداری وجود ندارد. نتیجه تحقیق نشان می‌دهد افرادی که از وسایل ارتباط جمعی به میزان بالاتری استفاده می‌کنند، دارای گرایش کمتری نسبت به ارزش‌های اجتماعی بوده و کمتر از دیگران در فعالیت‌های اجتماعی جامعه مشارکت کرده و احساس تعلق کمتری دارند.

جدول شماره ۹: آزمون رابطه بین رسانه‌های ارتباط جمعی و انسجام اجتماعی

متغیرها	میزان همبستگی	معنی‌داری		
رسانه‌های ارتباط جمعی و انسجام اجتماعی	۰/۱۰۰	۰/۰۸۵		
انسجام اجتماعی رسانه‌های ارتباط جمعی				
Spearman's rho	رسانه‌های ارتباط جمعی	Correlation Coefficient	۰۰۰.۱	۱۰۰.
		Sig. (2-tailed)	.	۰۸۵.
		N	۳۸۰	۳۸۰
انسجام اجتماعی		Correlation Coefficient	۱۰۰.	۰۰۰.۱
		Sig. (2-tailed)	۰۸۵.	.
		N	۳۸۰	۳۸۰

«به نظر می‌رسد که بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و کیفیت زندگی رابطه معناداری وجود داشته باشد».

برای بررسی فرضیه فوق بنابر سطوح سنجش (فاصله‌ای- ترتیبی) از آزمون همبستگی اسپرمن استفاده می‌کنیم که نتایج آن به شرح زیر است. با توجه به این که شرط معنی‌داری برقرار است همبستگی معنادار است و این بدین معناست که بین رسانه‌های ارتباط جمعی و کیفیت زندگی رابطه معناداری وجود دارد. نتیجه این آزمون از یک طرف به این معنی است

که کسانی که کیفیت زندگی بهتری دارند، امکان استفاده بیشتری از رسانه‌ها برایشان فراهم بوده است و از طرف دیگر می‌توان اظهار کرد که استفاده از رسانه‌ها بخصوص رسانه‌های جدید، کیفیت زندگی را بویژه در ابعاد آن افزایش داده و توانایی افراد را برای ارتباطات اجتماعی بیشتر فراهم کرده است.

جدول شماره ۱۰: آزمون رابطه بین رسانه‌های ارتباط جمعی و انسجام اجتماعی

متغیرها	میزان همبستگی	معنی‌داری
رسانه‌های ارتباط جمعی و کیفیت زندگی	۰/۱۸۹	۰/۰۰۱
کیفیت زندگی	رسانه‌های ارتباط جمعی	
۱۸۹.***	ضریب همبستگی	ضریب اسپرمن
۰۰۱.	معنی‌داری	ارتباط جمعی
۳۸۰	تعداد	
۳۸۰	۳۸۰	
۰۰۰.۱	ضریب همبستگی	
۰۰۱.	معنی‌داری	کیفیت زندگی
۳۸۰	تعداد	

\* همبستگی در سطح احتمال ۹۹ درصد معنی‌داری است.

«به نظر می‌رسد که بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و اخلاقیات توسعه اجتماعی رابطه معناداری وجود داشته باشد».

برای بررسی فرضیه فوق بنابر سطوح سنجش (فاصله‌ای - ترتیبی) از آزمون همبستگی اسپرمن استفاده می‌کنیم که نتایج آن به شرح زیر است.

با توجه به این که شرط معنی‌داری برقرار است همبستگی معنادار است و بدین معناست که بین رسانه‌های ارتباط جمعی و اخلاقیات توسعه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۱۱: آزمون رابطه بین رسانه‌های ارتباط جمعی و اخلاقیات توسعه اجتماعی

متغیرها	میزان همبستگی	معنی‌داری
رسانه‌های ارتباط جمعی و اخلاقیات توسعه اجتماعی	۰/۱۴۹	۰/۰۱۰

همبستگی			
		اخلاق توسعه اجتماعی رسانه‌های ارتباط جمعی	
ضریب اسپیرمن	ضریب همبستگی رسانه‌های ارتباط جمعی	۰۰۰.۱	۱۴۹.***
	معنی‌داری	.	۰۱۰.
	تعداد	۳۸۰	۳۸۰
	ضریب همبستگی	۱۴۹.***	۰۰۰.۱
اخلاق توسعه اجتماعی	معنی‌داری	۰۱۰.	.
	تعداد	۳۸۰	۳۸۰

\* همبستگی در سطح احتمال ۹۹ درصد معنی‌داری است.

«به نظر می‌رسد که بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و سن، رابطه معناداری وجود داشته باشد».

برای بررسی فرضیه فوق بنابر سطوح سنجش (فاصله‌ای - فاصله‌ای) از آماره پیرسون استفاده می‌کنیم که نتایج آن به شرح زیر می‌باشد.

با توجه به این که شرط معنی‌داری برقرار است یعنی همبستگی معنادار است و بدین معناست که بین رسانه‌های ارتباط جمعی و سن، رابطه معناداری وجود دارد. نتایج نشان می‌دهد که رابطه معنادار و غیرمستقیم است یعنی با افزایش (یا کاهش) سن میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی نیز کاهش می‌یابد و بالعکس.

جدول شماره ۱۲: آزمون رابطه بین رسانه‌های ارتباط جمعی و سن پاسخگویان

متغیرها	میزان همبستگی	معنی‌داری
رسانه‌های ارتباط جمعی و سن	-۰/۱۲۴	۰/۰۳۴

سن	رسانه‌های ارتباط جمعی	ضریب همبستگی پیرسون	معنی‌داری
۱۲۴-*	۱	ضریب همبستگی پیرسون	رسانه‌های ارتباط جمعی
۰۳۴.	۳۸۰	معنی‌داری	
۳۸۰	۱۲۴-*	تعداد	سن
۱	۰۳۴.	ضریب همبستگی پیرسون معنی‌داری	
۳۸۰	۳۸۰	تعداد	

\* همبستگی در سطح احتمال ۹۵٪ است.

«به نظر می‌رسد که بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و تحصیلات، رابطه معناداری وجود داشته باشد»

به منظور بررسی بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و تحصیلات از آزمون آنالیز واریانس استفاده می‌گردد. آزمون Levene گویای همگنی واریانس است چرا که عدد  $0/129$  را نشان داده است.

جدول فوق آزمون تحلیل واریانس یک طرفه، آزمون تفاوت میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی به تفکیک میزان تحصیلات را نشان می‌دهد. مقدار آماره آزمون برابر با  $3/435$  و سطح معناداری SIG برابر با  $0/005$  محاسبه شده که از  $0/05$  کوچکتر است و فرضیه تأیید می‌گردد، یعنی بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و تحصیلات، رابطه معناداری وجود دارد و تفاوت معناداری بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی در بین گروه‌های تحصیلی وجود دارد.

جدول شماره ۱۳: آزمون رابطه بین رسانه‌های ارتباط جمعی و تحصیلات پاسخگویان

	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد	میانگین سطوح احتمال معنی‌داری		کمینه	بیشینه
					Lower Bound	Upper Bound		
ابتدایی	۹	۲,۸۷۵	۵۸۰۶۸.۴	۶۱۹.۱	۹۵۴۵-	۷۰۴۵.۶	...	۰۰.۱۳
راهنمایی	۲۸	۹,۰۰۲	۰۲۷۵۹.۴	۸۷۸۸.	۱۶۹۵.۷	۸۳۶۲.۱۰	۰۰.۳	۰۰.۱۶
دیپلم	۱۰	۸,۲۸۰	۶۷۹۹۳.۴	۵۲۶۵.	۲۳۴۵.۷	۳۲۹۰.۹	...	۰۰.۱۸
فوق دیپلم	۵۶	۷,۴۶۴	۴۴۰۰۱.۴	۷۰۲۰.	۰۴۴۵.۶	۸۸۴۵.۸	...	۰۰.۲۱
لیسانس	۱۴	۹,۰۶۴	۶۹۱۰۵.۴	۴۳۱۸.	۲۰۹۶.۸	۹۲۰۱.۹	۰۰.۱	۳۰.۳۱
فوق لیسانس و بالاتر	۳۴	۸,۱۳۷	۰۱۵۴۳.۳	۵۴۱۵.	۰۳۱۴.۷	۲۴۳۵.۹	۰۰.۲	۶۸.۱۳
مجموع	۳۷	۸,۳۷۲	۵۵۳۷۳.۴	۲۶۴۲.	۸۵۲۸.۷	۸۹۲۸.۸	...	۳۰.۳۱

رسانه‌های جمعی			
	مجموع مربعات	مربع میانگین	F
بین گروه‌ها	۳۴۲/۰۴۱	۶۸/۴۰۸	۳/۴۳۵
داخل گروه‌ها	۵۷۹۵/۹۵۵	۱۹/۹۱۷	
مجموع	۶۱۳۷/۹۹۶		



### بحث و نتیجه‌گیری

هدف تحقیق حاضر بررسی تأثیر رسانه‌های ارتباط جمعی بر توسعه اجتماعی جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال شهرستان اسلام‌آبادغرب است. رسانه‌های ارتباط جمعی علاوه بر این که فرصت‌های جدیدی را برای جوامع ایجاد کرده است نقش مهمی را در دگرگونی اجتماعی بر عهده دارند. به طوری که می‌توان اذعان داشت امروزه هر حرکتی برای دستیابی به توسعه بدون توجه به رسانه‌های ارتباط جمعی امری شکست خورده محسوب می‌شود و با وجود تأثیرات گسترده‌ای که رسانه‌های ارتباط جمعی بر حوزه‌های گوناگون جوامع داشته‌اند، اغلب مطالعات انجام گرفته در این زمینه بر موضوعات اقتصادی و تأثیرات رسانه بر توسعه اقتصادی تمرکز داشته و مطالعات اندکی به ابعاد اجتماعی این تأثیرات پرداخته‌اند. این درحالی است که امروزه به نحوی بارز، شاهد این تغییرات و تحولات هستیم. در این مطالعه، بر مبنای آثار نظری و تجربی مرتبط تأثیر رسانه‌های ارتباط جمعی بر توسعه اجتماعی، ۶ فرضیه مطرح و مورد آزمون قرار گرفت. ۶ فرضیه تحقیق در مرحله اول بررسی مورد تأیید و در مرحله دوم تبیین، رابطه متغیر مستقل با توسعه اجتماعی به وسیله آزمون‌های متناسب بررسی گردید. بر مبنای یافته‌ها، میانگین توسعه اجتماعی در میان جوانان به عنوان یکی از گروه‌های اثرگذار در پویای اجتماعی شدت چندانی ندارد و در حد پایین قرار دارد. نتایج به دست آمده از فرضیه‌های تحقیق حاکی از آن است که بین رسانه‌های ارتباط جمعی و توسعه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. که مطالعات نظری لرنر، تامپسون و مطالعات تجربی حیدری ساربان (۱۳۹۴)، صمدی و مدبری (۱۳۹۳) موید تأیید این فرضیه است. باید توجه داشت که افزایش توسعه اجتماعی از طریق بالا رفتن هر یک از ابعاد آن صورت می‌گیرد که یکی از ابعاد آن، انسجام اجتماعی که با متغیرهایی چون، مشارکت اجتماعی و اعتماد اجتماعی سنجیده شده و تقریباً دو سوم جوانان میزان انسجام اجتماعی خود را در حد متوسط ابراز داشتند. نتایج به دست آمده از فرضیه تحقیق حاکی از آن است که بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی با انسجام اجتماعی رابطه معناداری وجود ندارد که این نتیجه مغایر با نظریه چان و همکاران (۲۰۰۳) و مطالعات تجربی امام‌جمعه‌زاده و همکاران (۱۳۹۱)،

اصفهان‌ی و همکاران (۱۳۸۸) می‌باشد اما با نظریات میرویتس و مگور<sup>۱</sup> همسو می‌باشد (امام‌جمعه‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۸). میزان همبستگی برابر با ۰/۱۰۰ می‌باشد. به همین جهت سازمان‌های ذیربط باید نسبت به تقویت شاخص‌های اعتماد به‌عنوان مؤلفه تأثیرگذار در انسجام اجتماعی اقدام لازم را به عمل آورند. از جمله راه‌های تقویت اعتماد ایجاد زمینه برای همکاری بیشتر افراد به یکدیگر و تعامل افراد جامعه با همدیگر است. هویت‌بخشی به محلات و تشکیل انجمن‌های محلی با مسئولیت افراد محله، می‌تواند زمینه‌بخش همکاری بیشتر افراد با یکدیگر باشد.

از دیگر فرضیات تحقیق رابطه بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و کیفیت زندگی که مطالعه تجربی شمس‌زاده و شیرازی‌نژاد (۱۳۸۸) مؤید تأیید این فرضیه است. میزان همبستگی برابر با ۰/۱۸۹ می‌باشد. لذا آن‌چه مسلم است، دولت‌ها می‌بایستی پاسخگوی نیازهای توسعه‌ای مردم باشند و موانع موجود را برطرف کنند و ظرفیت لازم را پدید آورند، با دیجیتالی شدن خدمات و فرآیندها مجبور خواهند شد بحث کیفیت زندگی را به‌طور جدی و در بهترین وضعیت به‌عنوان راهنمای این حرکت توسعه‌ای دنبال کنند و تأمین دسترسی آسان و ارزان به آخرین دستاوردهای فناوری و فراهم آوردن امکانات برای یادگیری مستمر دانش و مهارت‌های مورد نیاز برای استفاده درست از آن را جهت افزایش کیفیت زندگی خانواده‌ها مهیا کنند (شمس‌زاده و شیرازی‌نژاد، ۱۳۸۸: ۹).

فرضیه بعدی این است که بین رسانه‌های ارتباط جمعی و اخلاقیات توسعه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. که نظریه دی‌کراکر و مطالعه تجربی خوش‌فر (۱۳۷۸) مؤید تأیید این فرضیه است. میزان همبستگی برابر با ۰/۱۴۹ می‌باشد. بنابراین نهادهای جامعه‌پذیری از جمله وسایل ارتباط جمعی علاوه بر هماهنگی با یکدیگر، بایستی در جهت تقویت و تحکیم ارزش‌های اخلاقی اجتماعی به فرهنگ عمومی سازماندهی شوند و در این راه برنامه‌ریزان این وسایل می‌توانند به نحو احسن در جهت غنای محتوای فرهنگی آن‌ها اقدام مؤثر نمایند. ارتباطات و فرهنگ محکوم به همزیستی هستند. ارتباطات محصول فرهنگ و فرهنگ مشخص‌کننده ساختار، معنا و زمینه ارتباطی است که صورت می‌گیرد. لذا رسانه‌های ارتباط

1- Myrvyts and Mgvr

جمعی تأثیر بسزایی در فرهنگ‌سازی دارند. بنابراین وسایل ارتباط جمعی می‌تواند در تقویت هنجارهای مثبت، بالندگی افکار عمومی، ارتقای سطح فکری و فرهنگی جامعه و ترویج و تحکیم و تقویت اخلاق اجتماعی و تبدیل آن به فرهنگ عمومی مؤثر باشد. از دیگر فرضیه‌های تحقیق رابطه بین متغیر مستقل با متغیرهای سن و تحصیلات است به این صورت که بین میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی با سن افراد رابطه معناداری وجود دارد که مطالعه تجربی فتحی و مختاریپور (۱۳۹۳) مؤید تأیید این فرضیه است. نتایج نشان می‌دهد که رابطه معنادار (۰/۰۳۴) و غیرمستقیم (۰/۱۲۴-) است یعنی با افزایش سن میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی نیز کاهش می‌یابد و بالعکس. متغیرهای دیگری که مورد آزمون قرار گرفت میزان استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و تحصیلات رابطه معناداری وجود دارد که مطالعه تجربی خراسانی و همکاران (۱۳۹۵) مؤید تأیید این فرضیه است.

بنابراین رسانه‌های ارتباط جمعی نه تنها ابزار و عامل توسعه محسوب می‌شوند بلکه خود هدف و شاخص توسعه نیز به‌شمار می‌روند. در واقع رسانه‌های ارتباط جمعی علاوه بر این که فرصت‌های جدیدی را برای جوامع ایجاد کرده است نقش مهمی را در دگرگونی اجتماعی بر عهده دارد. یافته‌های تحقیق نشان از آن دارد که جامعه مورد مطالعه از پس افتادگی توسعه از نظر اجتماعی و ساختاری در رنج است. و از آنجایی که توسعه در هیچ جامعه‌ای محقق نمی‌شود مگر آن که اعتماد متقابل، همبستگی اجتماعی، احساس امنیت، برابری جنسیتی در جامعه وجود داشته باشد. به همین جهت ما در جامعه نیازمند همبستگی، اخلاق عمومی، جامعه مدنی و ارتباطات علمی هستیم و اگر در این راه نکوشیم آسیب‌ها و نابه‌سامانی‌های اجتماعی بوجود خواهد آمد. از آنجایی که اسلام‌آبادغرب یک جامعه ایلی است و ساختار عشیره‌ای چارچوب‌های اجتماعی آن را شکل داده است. علی‌رغم ورود نمادهای مدرنیته و نو شدن سبک زندگی مردم، ساختار ایلی و سنتی جامعه همچنان پا بر جا باقی مانده و در مقابل موج مدرنیسم کماکان مقاومت می‌کند. بعبارتی اسلام‌آبادغرب علی‌رغم گذر از جامعه سنتی و پوست‌اندازی از زندگی عشیره‌ای، در بخش ماهوی آن همچنان در جا می‌زند و عمده مشکلات این شهر برای توسعه نیز در حقیقت از همین جا ریشه می‌گیرد. برون‌رفت از این وضعیت نیز به سادگی امکان‌پذیر نیست. تدوین برنامه‌های توسعه شهر در بخش

فرهنگی و اجتماعی به‌عنوان زیربنای توسعه با احصاء روش‌های عملی و کاربردی به دور از کلی‌گویی و متناسب با نیازهای واقعی جامعه می‌تواند یکی از موانع توسعه شهر اسلام‌آبادغرب را مرتفع و ما را به افق روشنی از پیشرفت امیدوار سازد. در این میان نقش مدیران شهر در اجرایی کردن این برنامه‌ها نباید نادیده گرفته شود. مدیران اسلام‌آبادغرب باید به‌صورت رسمی و جدی موانع توسعه را رصد کرده و با صرف وقت و انرژی بیشتر، با بهره‌گیری از پتانسیل‌های علمی و ظرفیت قابل‌اعتنای نخبگان برای این موانع چاره‌اندیشی نمایند.

Archive of SID

## منابع

- ازکیا، مصطفی و غلامرضا غفاری (۱۳۸۳) توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران، تهران: نشرنی.
- ازکیا، مصطفی و غلامرضا غفاری (۱۳۸۷) جامعه‌شناسی توسعه، تهران: انتشارات کیهان، چاپ هفتم.
- ازکیا، مصطفی؛ زنجانی، حبیب‌الله؛ سیدمیرزایی، سیدمحمد و هادی یرغمدی (۱۳۹۳) بررسی سطح توسعه اجتماعی در شهر تهران، *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۶(۴).
- اصفهانی، زهرا؛ خادمی، حسین و رضا مهدی‌تازه (۱۳۸۸) تأثیر انسجام اجتماعی بر میزان مشارکت روستائیان، مطالعه موردی: شهر بروجن، *فصلنامه روستا و توسعه*، ۱۲(۱).
- افه، کلاس (۱۳۸۴) چگونه می‌توان به شهروندان اعتماد داشت، مجموعه مقالات سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی، نشر شیرازه.
- اکبریان رونیزی، سعیدرضا؛ رجایی، سیدعباس و مهدی رمضان‌زاده‌لیسویی (۱۳۹۴) ارزیابی رفاه اجتماعی در مناطق روستایی با تأکید بر دیدگاه ساکنان محلی (مطالعه موردی دهستان خیر)، *فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی*، شماره دوم.
- امام‌جمعه‌زاده، سیدجواد؛ صادقی، نقدعلی؛ رهبرقاسی، زهرا و سیدمرتضی نوعی‌باغبان (۱۳۹۱) بررسی رابطه مصرف رسانه‌ای و انسجام اجتماعی (مطالعه جوانان شهر تبریز)، *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی*، ۱(۴).
- آزادارمکی، تقی و همکاران (۱۳۹۰) بررسی و شناسایی شاخص‌های کاربردی توسعه اجتماعی، *فصلنامه مطالعات اجتماعی-فرهنگی*، ۱(۱).
- پورمحمدی و همکاران (۱۳۹۱) تحلیل توسعه‌یافتگی شهرستان‌های استان کرمانشاه، *مجله تخصصی برنامه‌ریزی فضایی*، ۲(۱).
- جاکبز و کلوند (۱۳۸۷) *نظریه جامع توسعه اجتماعی*، جمعی از مترجمان، نشر پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- جان.ب. تامپسون (۱۳۸۰) *رسانه و مدرنیته*، ترجمه مسعود اوحدی، تهران، انتشارات سروش.
- جونز و پند (۱۳۸۷) *نظریه جامع توسعه اجتماعی*، جمعی از مترجمان، نشر پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

- حیدری‌ساریان، وکیل (۱۳۹۴) نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه اجتماعی مناطق روستایی (مطالعه شهرستان مشکین شهر)، *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی*، ۴(۲).
- خراسانی، محمدامین، راستی، هادی و اسماعیل رحمانی (۱۳۹۵) تحلیلی بر اثرگذاری رسانه‌های جمعی و مطبوعات از دیدگاه ساکنان نواحی روستایی، مطالعه موردی: دهستان زرآباد غربی، *فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، سال ۶، شماره پیاپی ۲۲.
- خوش‌فر، غلامرضا (۱۳۷۸) *تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر اخلاق اجتماعی جوانان*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره ۲۰ و ۱۹.
- دواس، دی. ای. (۱۳۸۶) *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*، ترجمه هوشنگ نائی، تهران: نشرنی.
- رجب‌زاده، احمد (۱۳۷۶) ارزش‌ها و ضعف وجدان کاری در ایران، *نامه پژوهش*، ۲(۵): ۷۳-۵۴.
- ستوده، هدایت‌الله (۱۳۸۴) *آسیب‌شناسی اجتماعی*، تهران: انتشارات آوای نور.
- شریف‌زاده، حکیمه‌السادات، سهرابی، مریم و سیداحمد میرمحمدتبار (۱۳۹۴) *بررسی رابطه بین استفاده از رسانه‌های جمعی و اعتماد اجتماعی در دانشجویان*، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۱۵(۲): ۵.
- شمس‌زاده، پروین و آزاده شیرازی‌نژاد (۱۳۸۸) نقش فناوری اطلاعات بر کیفیت زندگی خانواده، بر گرفته از دکتر خوارزمی، شهیندخت، عضو هیأت علمی سازمان مدیریت صنعتی، *فصلنامه پژوهش‌های قرآنی*، ترجمه سیدموسی حسینی، چاپ سال ۱۹۹۸.
- شیخ‌الاسلامی، علیرضا و نجمه خوشبین (۱۳۹۱) *سنجش کیفیت زندگی*، مطالعه ناحیه یک شهر بهشهر، *فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری چشم‌انداز زاگرس*، شماره چهارم.
- شیخ‌حسینی، غلامحسین و فهیمه مهماندوست (۱۳۸۹) نقش مشارکت اجتماعی و اقتصادی روستائیان در طرح‌های عمران روستایی، مطالعه موردی دهستان نساء، *فصلنامه جغرافیای سرزمین علمی-پژوهشی*، ۷(۲۸).
- شیرزادی، رضا (۱۳۹۱) *نوسازی، توسعه، جهانی شدن*، تهران: نشر آگه.
- صمدیان، ابوالفضل و رحیم مدبری، (۱۳۹۳) بررسی قابلیت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات برای توسعه اجتماعی - فرهنگی در روستاها، مطالعه موردی: آذربایجان شرقی، *مجله مدیریت فرهنگی*، ۸، شماره ۲۳.
- عسکری، فیروزه (۱۳۹۰) *توسعه ارتباطات*، پژوهشگاه علوم انسانی، مطالعات فرهنگی، شماره ۸۱.

- علیپور ملاباشی، یاور (۱۳۹۵) *بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی، مطالعه: دانش‌آموزان دختر متوسطه دوره دوم شهر اردبیل*، همایش ملی آسیب‌های اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی.
- غفاری، غلامرضا، فیروزآبادی، سیداحمد و حسین دانشمهر (۱۳۹۲) *کیفیت زندگی و درک معنایی آن در منطقه اورامان لیهون، مطالعات جامعه‌شناختی علمی- پژوهشی*، ۲۰(۲).
- فتیحی، سروش، مختارپور، مهدی (۱۳۹۳) *بررسی نقش و تأثیر رسانه‌های نوین در تغییر سبک زندگی، مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه تهران، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۶(۲).
- فرهمند، مهناز، سعیدی‌مدنی، سیدمحسن و مهناز سهندی‌خلیفه‌کندی (۱۳۹۴) *مطالعه تطبیقی انسجام اجتماعی در بین دو قوم آذر و کرد: مطالعه موردی شهر سنندج و تبریز، بررسی مسائل اجتماعی ایران*، ۶(۱).
- قادری، اسماعیل؛ دلاور، علی و نیما مجددی (۱۳۹۳) *جایگاه رسانه‌های اجتماعی در توسعه بازاریابی گردشگری الکترونیکی ایران، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری*، ۹(۲).
- کراکر، دی (۱۹۸۷) *به سوی اخلاق توسعه*، ترجمه اسماعیل رحمان‌پور و مهدی صفار دستگردی، راهبرد یاس، ۱(۲).
- کلانتری، صمد (۱۳۹۱) *تحلیل مقایسه‌ای استفاده از رسانه‌ها در مناطق شهری و روستایی ایران، توسعه روستایی*، ۴(۲).
- لطیفی، غلامرضا و طاهره داودوندی (۱۳۸۹) *تأثیر جهانی شدن بر توسعه اجتماعی با تأکید بر شرایط اجتماعی ایران، فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، شماره سوم.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۵) *سرشماری عمومی نفوس و مسکن*، قابل دسترس در سایت [www.amar.org.ir](http://www.amar.org.ir)
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۳) *وسایل ارتباط جمعی*، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- مک‌فارلند، رابرت و دیگران (۱۳۸۷) *نظریه جامع توسعه اجتماعی*، جمعی از مترجمان، نشر پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- نوروزی، فیض‌الله (۱۳۸۷) *تعهد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن*، رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد، واحد علوم تحقیقات تهران.

- ویندال، سون، اولسون، جین، سیگنایزر، بنو (۱۳۷۶) کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- Agrawal, Binod C. (2006) Communication Technology and Rural Development in India: promises and per formances, *Indian media studies Journal*, 1(1).
- Xie, Yungeng (2017) *New Media and China's Social Development*, Research Series on the Chinese Dream and China's Development Path, springer.
- Amini, S. (2011) The study of effective factors on non-friendly action among Tehran citize, *Ethic Research Bulletin* (the bulletin of Strategic Research Center), 1:75. (In Persian).
- Mefalopulos, Paol (2008) *Development Communication Sourcebook: Broadening the Boundaries of Communication*, Washington, D.C. World Bank.
- Thompson, J. (1999) *Community identity and world citizenship*, In Archibugi, Held and Kohler (eds), Culture and global Change, London: Routledge.
- Tripathi, Ankur Mani, Kumar Singh, Abhishek & Kumea Arvind (2012) Information a Communication Technology for Rural Development, *International Journal on Computer Science and(5)4 Engineering*.