

مطالعه رویکرد برنامه‌های توسعه در ایران به ارتباطات

زهره شاه‌قاسمی^۱

محمد مهدی فرقانی^۲

هادی خانیکی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۲/۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۹/۵

چکیده

حرکت به سمت اهداف «سند چشم‌انداز ۱۴۰۴» نیازمند درک الزامات برای تدوین برنامه‌های مناسب جهت دستیابی به اهداف مطلوب در توسعه است. با آغاز عصر اطلاعات، قواعد سیاست‌گذاری توسعه نیز به شدت در جهان تغییر کرده و تحت تأثیر متغیرهای ارتباطات، فرصت‌های بی‌بدیلی برای جهش‌های کشورهایی که در مراحل آغازین توسعه بوده‌اند، فراهم شده است. بر این اساس، توجه به بعد ارتباطات در سطح کلان و در برنامه‌های توسعه سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی کشور، بسیار مهم و ضروری است. این امر نیازمند بازنگری برنامه‌های پیشین و آسیب‌شناسی آنها و ارزیابی نقاط قوت و ضعف برنامه‌ها برای تدوین برنامه‌های جامع‌تر آینده است. سؤال اصلی این تحقیق این است که بعد از انقلاب، رویکرد برنامه‌های توسعه به بخش ارتباطات چگونه بوده است؟ کدام‌یک از ابعاد ارتباطات مورد توجه و چه جنبه‌هایی مورد غفلت قرار گرفته است؟

در این پژوهش، تحلیل پنج برنامه توسعه پس از انقلاب، با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی انجام گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهند که در همه برنامه‌های پنج‌ساله توسعه به ابعاد سخت‌افزارانه و کمی توسعه ارتباطات و رسانه‌ها بیشتر پرداخته شده و جنبه‌های کیفی و محتوایی، نظیر حق دسترسی همگانی به اطلاعات، آزادی کسب و انتشار اطلاعات در چارچوب قانون اساسی، آزادی بیان و قلم و نیز حرکت به سوی جامعه اطلاعاتی و دانایی‌محور و همچنین سایر ابعاد ارتباطات، از جمله ارتباطات انسانی، سنتی و اجتماعی کمتر مورد توجه بوده است. در عین حال، در برنامه چهارم توسعه با محوریت «دانایی»، نسبت به سایر برنامه‌ها به صورت جامع‌تر به ابعاد و زمینه‌های جدید ارتباطات پرداخته شده است. این پژوهش، با توجه به همین رویکردها و نیز رهیافت‌های جدید علمی و تجربی، ضرورت دخیل کردن بیشتر ارتباطات را در سیاست‌گذاری توسعه، پیشنهاد می‌کند.

واژگان کلیدی: برنامه‌های توسعه، سیاست‌گذاری ارتباطات، برنامه‌ریزی ارتباطات،

ارتباطات، رسانه

۱. دکترای علوم ارتباطات اجتماعی، عضو گروه پژوهشی فرهنگ و ارتباطات، جهاد دانشگاهی، واحد علامه

shahghasemi@gmail.com

طباطبایی (نویسنده مسئول)

forghani@atu.ac.ir

۲. دانشیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی

khaniki@atu.ac.ir

۳. دانشیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی

در طول تاریخ، نیل به پیشرفت و سعادت، یکی از آرزوهای دیرینه همه جوامع و انسان‌ها بوده است. مفهوم «توسعه» در کنار مفاهیمی چون «ترقی»، «تکامل»، «تعالی»، «رشد»، «پیشرفت» و... انعکاس‌های مختلفی از همین آرزوی دیرین بشری جامعه است. در ایران نیز مفهوم جدید «توسعه» همراه با تلاش‌هایی که به صورت‌های مختلف برای ورود جامعه ایرانی به دوره مدرن صورت گرفته، در حوزه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی رسمی مطرح شده است. با وجود اینکه برنامه‌ریزی توسعه در کشور ما سابقه‌ای نسبتاً طولانی دارد و ایران از جمله پیشگامان تدوین برنامه‌های توسعه در خاورمیانه به‌شمار می‌رود، اما به لحاظ معیارهای توسعه‌یافتگی در جایگاه شایسته‌ای قرار ندارد.

یکی از حوزه‌های مهم و استراتژیک برنامه‌های توسعه، حوزه ارتباطات است. در دهه‌های گذشته نه تنها تحت تأثیر شرایط بین‌المللی و جاذبه‌های جهانی، نظریه‌ها و الگوهای توسعه‌بخشی ارتباطات رشد کرده بلکه در اوضاع و احوال خاص کشورهای در حال توسعه، نسبت به زمینه‌های مطلوب اجرای برنامه‌های توسعه توجه زیادی نیز نشان داده شده است و بر بهره‌جویی از امکانات ارتباطی در تحکیم استقلال و وحدت ملی، جبران عقب‌ماندگی‌های اقتصادی و اجتماعی و پیشبرد برنامه‌های توسعه و عمرانی تأکید زیادی شده است. در بسیاری از کشورها از ارتباطات به‌مثابه اهرمی نیرومند در برنامه‌ریزی‌های توسعه ملی کمک گرفته شده، تا آنجا که علاوه بر نگاه ویژه به ضرورت توسعه وسایل و فناوری‌های ارتباطی، ارتباطات به‌عنوان یکی از ارکان اساسی و ضروری تحقق برنامه‌های مختلف توسعه، در تدوین برنامه‌های مملکتی جایگاه خاصی یافته است.

به عبارت دیگر، جایگاه ارتباطات در برنامه‌ریزی‌های توسعه، از دو جهت شایان توجه است؛ وسایل و امکانات گوناگون ارتباطی، از یک سو جزو عوامل آگاهی‌دهی و هماهنگ‌سازی و سازمان‌دهی مورد نظر در ارائه و اجرای طرح‌های مختلف توسعه به‌شمار می‌روند و در جلب همکاری‌ها و مشارکت‌های عمومی برای تأمین نتایج مطلوب آنها نیز تأثیر تعیین‌کننده دارند و از سوی دیگر خود به‌عنوان شاخص‌های توسعه، مانند درآمد سرانه و سطح سواد و همچنین به‌عنوان زمینه‌های اصلی توسعه، مثل کشاورزی، صنعت، آموزش و بهداشت، در برنامه‌های توسعه ملی جایگاه ممتازی دارند. به همین دلیل، برای



پیشرفت و گسترش آنها، در کنار زمینه‌های مهم دیگر توسعه، برنامه‌ریزی‌های ویژه‌ای در نظر گرفته می‌شود (معمدزاد، ۱۳۷۱: ۲-۱؛ به نقل از خانیکی، ۱۳۸۴: ۳۵). بنابراین از این بخش می‌توان هم به‌عنوان شاخص توسعه و هم به‌عنوان زمینه و بستر توسعه یاد نمود.

به این ترتیب می‌توان گفت دیدگاه و رویکرد حاکم بر این حوزه نه تنها به‌لحاظ تعیین سرنوشت این حوزه، بلکه از نظر تأثیر بر تمامی عرصه‌های جامعه قابل مطالعه است. امروزه با توجه به گسترش کاربرد ارتباطات، می‌توان گفت در حال حاضر توسعه ارتباطات، زمینه‌ساز توسعه در همه ابعاد زندگی است، لذا در حال حاضر عدم توسعه یافتگی در این بعد خودبه‌خود مانع توسعه یافتگی در سایر ابعاد می‌شود و پیامدهای جبران‌ناپذیری در روند توسعه پایدار کشور، از جمله در امر توسعه انسانی، برابری فرصت‌ها، دسترسی همگان به اطلاعات و دانش، توانمندسازی تمامی اقشار جامعه و... خواهد داشت. از این رو، جایگاه ارتباطات در اکثر برنامه‌های توسعه، جایگاهی والا و مهم تلقی می‌گردد که باید در تمامی ابعاد و در سطوح خرد و کلان مورد توجه قرار گیرد.

دورنمای مطلوب جامعه ایرانی در سند «چشم‌انداز ۱۴۰۴» ترسیم شده که در آن با نگاهی بلندمدت، ویژگی‌ها و مختصات کشور در ابعاد و حوزه‌های مختلف تعیین و تحقق و دستیابی به این اهداف، در قالب برنامه‌های توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی پیش‌بینی شده است. بنابراین، بعد از گذشت بیش از ۳۸ سال از انقلاب اسلامی و تدوین پنج برنامه، ضروری است با بازنگری برنامه‌های پیشین، آسیب‌شناسی آنها و ارزیابی نقاط قوت و ضعف برنامه‌ها در جهت تدوین برنامه‌های جامع‌تر برای تحقق «ایران ۱۴۰۴» گام‌های اساسی و مهمی برداشته شود و ارتباطات در تمام جنبه‌های کمی و کیفی، سخت‌افزارانه و نرم‌افزارانه، سنتی و نوین، فردی و اجتماعی، مورد توجه قرار گیرد.

بنابراین، پرسش اصلی تحقیق حاضر این است که رویکرد برنامه‌های توسعه بعد از انقلاب به حوزه ارتباطات چگونه بوده است؟ آیا به توسعه سخت‌افزاری و مادی ارتباطات توجه شده یا به توسعه فرامادی، کیفی و محتوایی آن نیز پرداخته شده است؟ توسعه کدام یک از بخش‌های جامعه (آموزش، اقتصاد، سیاست، فرهنگ، محیط‌زیست، بهداشت و...) به وسیله ارتباطات در برنامه‌های توسعه در نظر گرفته شده است؟ رویکرد برنامه‌های توسعه به ارتباطات میان‌فردی و انسانی چگونه بوده است؟ کدام یک از ابعاد و زمینه‌های



ارتباطات مورد توجه قرار گرفته و چه جنبه‌هایی مورد غفلت واقع شده است؟

تاریخچه برنامه‌ریزی ارتباطات و توسعه

توجه به آثار ارتباطات پس از جنگ جهانی دوم، به‌ویژه از دهه ۱۹۵۰، به‌سبب اهمیت یافتن توسعه اقتصادی کشورهای جهان سوم افزایش یافت. از آن پس، چون از نظر کارشناسان غربی اساس توسعه اقتصادی رشد سریع تولید شناخته می‌شد و به‌عقیده آنان چنین رشدی ایجاب می‌کرد که در رفتار انسانی تغییراتی پدید آید و ارتباطات به‌عنوان یک عامل دگرگونی رفتارها به کار گرفته شود، وسایل ارتباط جمعی نیز به‌مثابه ابزارهای کلیدی توسعه شناخته شدند.

اما کوشش در راه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی ملی ارتباطات در کشورهای در حال توسعه، با هدف ایجاد شرایط مناسب برای استفاده از امکانات ارتباطی در جهت مقابله با عقب‌ماندگی‌های اقتصادی و اجتماعی داخلی و رویارویی با شیوه‌های جدید سلطه جهانی، از اواخر دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰ آغاز شده است (مولانا، ۱۳۸۷: ۹۶).

در این زمینه در سطح جهانی، «سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد» (یونسکو)، نقش پیش‌گام ایفا کرده است. کوشش‌های یونسکو برای تشویق و ترویج سیاست‌های ارتباطی ملی، از مباحثات شانزدهمین اجلاس کنفرانس عمومی این سازمان که در پاییز ۱۹۷۰ در پاریس برگزار شد، سرچشمه گرفته‌اند. اجلاس کنفرانس عمومی یونسکو، برای مقابله با نابرابری ارتباطات جهانی و کاربرد مطلوب‌تر وسایل و فناوری‌های ارتباطی در ممالک در حال توسعه، بر ضرورت ترویج سیاست‌گذاری ملی ارتباطات در کشورهای عضو این سازمان، تأکید کرد (لی، ۲۵۳۶: ۱۲۷).

در گردهمایی «کارشناسان سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی ارتباطات»، وابسته به یونسکو، در سال ۱۹۷۲ ضمن تأکید بر نقش روزافزون ارتباطات در توسعه جوامع معاصر و عدم کارآیی یک‌الگوی واحد جهانی برای کاربرد وسایل و فناوری‌های ارتباطی در برنامه‌های توسعه ملی کشورهای مختلف جهان، استفاده از سیاست‌های ملی ارتباطی را بر اساس شرایط خاص تاریخی و هویت ملی و امکانات توسعه درون‌زا در هر کشور خاطر نشان شد. در گردهمایی مذکور، علاوه بر سیاست‌های ملی ارتباطی، مسائل برنامه‌ریزی ملی



فصلنامه علمی - پژوهشی

۱۵۰

دوره نهم
شماره ۳
پاییز ۱۳۹۵

ارتباطات و نیز انواع، ابعاد و مشخصات آنها، بررسی شدند و همبستگی سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های ارتباطی و مقتضیات و ضرورت‌های آنها، از قبیل عوامل جمعیتی، ملاحظات جغرافیایی، معیارهای ارزشی، امکانات مدیریتی و تجهیزات فناورانه و همچنین دست‌یابی به اطلاعات و استفاده از تحقیقات مورد تأکید قرار گرفتند (معمدنژاد، ۱۳۸۳: ۸-۷).

در گردهمایی کارشناسان، سیاست‌های ارتباطی چنین تعریف شده است: «سیاست‌های ارتباطی، مجموعه اصول و هنجارهایی را تشکیل می‌دهند که به‌منظور راهنمایی عملکرد نظام‌های اطلاعاتی یا به‌گونه‌ی وسیع‌تر، نظام‌های ارتباطی، مورد نظر قرار می‌گیرند. این سیاست‌ها در طول سال‌های دراز، تحت تأثیر نگرش عمومی جامعه درباره‌ی اطلاعات و ارتباطات و تکیه‌گاه‌های آنها، ایجاد می‌شوند. سیاست‌های مذکور، از ایدئولوژی‌های سیاسی، اوضاع اقتصادی و اجتماعی هر کشور و ارزش‌های شالوده‌ای تشکیل‌دهنده‌ی آنها سرچشمه می‌گیرند و در جهت انطباق دادن این عناصر گوناگون با نیازهای واقعی و امکانات موجود در زمینه‌ی ارتباطات، پیش می‌روند» (یونسکو، ۱۹۷۲: ۹-۸).

اگرچه لزوم سیاست‌های ملی ارتباطی، اکنون کم و بیش جنبه‌ی جهانی پیدا کرده است، اما باید خاطر نشان ساخت که شیوه‌ی طرح‌ریزی و تعیین محتوای این سیاست‌ها، نمایانگر تفاوت‌های بسیار مهم آنها در کشورهای مختلف است. سیاست‌های ارتباطی، الزاماً یک مدیریت برنامه‌ریزی‌شده و تمرکز یافته‌ی انعطاف‌ناپذیر را ایجاب نمی‌کنند. برعکس، آنچه بیشتر در این سیاست‌ها ضرورت می‌یابد، معرفی اولویت‌هاست که در هر کشور نسبت به کشورهای دیگر، متفاوت است (معمدنژاد؛ ۱۳۸۳: ۲۲).

ایران با ۶۰ سال سابقه‌ی برنامه‌ریزی، از پیشگامان برنامه‌ریزی توسعه در جهان است. نخستین گام‌های برنامه‌ریزی در ایران به سال ۱۳۱۶ و تشکیل شورای اقتصاد به ریاست ابوالحسن ابتهاج برمی‌گردد (بوستاک و جونز، ۱۳۹۵: ۹). در تاریخ ۱۱ فروردین ۱۳۱۶، شورای اقتصاد برای طرح نقشه‌های اقتصادی بر اساس دو اصل بالا بردن سطح زندگی و تعدیل در توزیع ثروت شکل گرفت. پس از آن، در مرداد ۱۳۲۵ هیئت عالی برنامه‌ریزی برای تدوین پیش‌نویس برنامه‌ی اول، ضمن عقد قرارداد با شرکت مشاوره‌ای آمریکایی، تشکیل شد و حاصل آن برنامه‌ی اول عمرانی کشور بود که از سال ۱۳۲۸ تا ۱۳۳۳ محور توسعه‌ی ایران قرار گرفت. در آن زمان، تنها کشور آلمان در سال ۱۹۳۳ و کشورهای فرانسه





و ژاپن قبل از ایران، برنامه‌ریزی اقتصادی داشته‌اند.

برنامه دوم عمرانی کشور که ۷ ساله بود، طی سال‌های ۱۳۳۴ تا ۱۳۴۰، برنامه سوم طی سال‌های ۱۳۴۱ تا ۱۳۴۶، برنامه چهارم در سال‌های ۱۳۴۷ تا ۱۳۵۲ و برنامه پنجم طی سال‌های ۱۳۵۳ تا ۱۳۵۷ به اجرا درآمدند. لازم به ذکر است برنامه ششم عمرانی کشور که مقرر بود برای سال‌های ۱۳۵۹ تا ۱۳۶۴ به اجرا درآید با توجه به پیروزی انقلاب اسلامی ایران اجرا نشد. پس از انقلاب، نخستین برنامه توسعه اقتصادی-اجتماعی-فرهنگی که محور اصلی آن بازسازی اقتصادی کشور بود، طی سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۲ اجرا شد. پس از آن، برنامه دوم توسعه با مأموریت اصلی ثبات اقتصادی و سازمان‌دهی بازارهای مختلف از سال ۱۳۷۴ تا ۱۳۷۸ به اجرا درآمد. طی سال‌های ۱۳۸۳-۱۳۷۹ برنامه سوم بر مبنای اصلاح ساختارها و ایجاد زیربنای لازم برای توسعه، اجرایی شد. پس از برنامه سوم توسعه، بحث آینده‌نگری و چشم‌انداز درازمدت کشور مطرح شد که منجر به تهیه سند چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی شد که مقرر شد به‌عنوان مبنای سیاست‌های کلی چهار برنامه پنج‌ساله آینده قرار گیرد.

برنامه چهارم توسعه اقتصادی-اجتماعی-فرهنگی در چارچوب سند چشم‌انداز و با هدف رشد پایدار اقتصادی دانایی‌محور برای اجرا در سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۸ تدوین شد. پس از آن، لایحه برنامه پنجم توسعه نیز با مأموریت اصلی پیشرفت عدالت‌محور تدوین و به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید.

مؤلفه‌های ارتباطات و توسعه

رویکردها و مؤلفه‌های ناظر به ارتباطات و توسعه را می‌توان به چهار دسته «الگوی حاکم»، «وابستگی و توسعه‌نیافتگی»، «توسعه‌ای دیگر» و «ارتباطات از نوعی دیگر» تقسیم‌بندی نمود. این مؤلفه‌ها به ترتیب زیر مطرح شده‌اند.

الف) الگوی حاکم

دیدگاه‌های معتقد به آثار پر قدرت رسانه‌ها، در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ و در دوران پس از جنگ جهانی دوم به حوزه نظریه‌های توسعه ارتباطات وارد شدند. این نظریه‌ها بر «نقش

خوش‌بینانه رسانه‌ها در نوسازی» مبتنی هستند و انتظاری که از وسایل ارتباط جمعی دارند، تسریع و تسهیل فرآیند «مدرنیزاسیون» در جوامع در حال گذار است. دانیل لرنر^۱ از نخستین کسانی است که پس از جنگ جهانی دوم به تدوین استراتژی و الگوی توسعه برای جهان سوم پرداخت و طی آن کوشید نقش رسانه‌های جمعی را در تسهیل و تسریع فرایند توسعه کشورهای عقب‌مانده به سبک غربی‌ترین کند. به دنبال او، نظریه‌پردازان دیگری، از جمله ویلبر شرآم^۲، اورت راجرز^۳ و مک کلند^۴ آمریکایی، ابعاد دیگری از نظریه توسعه‌بخشی ارتباطات را مطرح کردند. الگوی لرنر در ادبیات ارتباطات و توسعه، به‌عنوان «الگوی حاکم» یا «الگوی قدیمی» به ثبت رسیده و هنوز نیز طرفداران و معتقدانی دارد، اما در ۲۵ سال اخیر به‌شدت به چالش کشیده شده است (فرقانی، ۱۳۹۳: ۲۷۰-۲۶۹).

نظریه نوسازی معتقد است ورود به جامعه نوین مستلزم مساعدت ملی یکپارچه، ارتباط با بازارهای ملی و بین‌المللی، ایجاد انگیزه برای تقاضای کالاها و خدمات مدرن، به حرکت درآوردن منابع توسعه و گسترش روش‌ها و ارزش‌های نوین در زمینه‌هایی چون تغذیه، تنظیم خانواده، بهداشت، تولید کشاورزی و صنعتی در زندگی شهری و روستایی است. برای تحقق این هدف، تحریک روانی در سطح فردی و اجتماعی ضروری است و رسانه‌ها مناسب‌ترین و مؤثرترین ابزار تغییر نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارها و به بیان دیگر، ایجاد تحریک فردی و اجتماعی هستند.

دیری نپایید که الگوی حاکم با مخالفت‌ها و مقاومت‌های غیرمنتظره از درون و بیرون ایالات متحده روبرو شد. چودری عنایت‌الله از نخستین محققان جهان سومی و اورت راجرز از اولین نظریه‌پردازان غربی بودند که با الگوی خطی توسعه به معارضة برخاستند. مدل غربی توسعه، یک ترفند استعماری تلقی می‌شد که در آن سازمان‌های ارتباطی و رسانه‌ای چندملیتی زیر نقاب شعار آزادگرایی تنها در پی تأمین منافع سیاسی-اقتصادی خود و گسترش کنترل و سلطه بر جهان سوم بودند. به تدریج، محکومیت این جریان که به «امپریالیسم فرهنگی و ارتباطی» نیز تعبیر می‌شد، در تمامی محافل بین‌المللی و از جمله

1. Daniel Lerner
2. Wilbur Sherramm
3. Overt Rogers
4. McClelland



اجلاس‌های یونسکو در دهه ۱۹۷۰ قوت گرفت. منتقدان معتقد بودند الگوی نوسازی که وعده توسعه صنعتی، اقتصادی و حتی سیاسی را از راه دموکراتیک کردن حکومت‌های جهان سوم داده بود، هماهنگ با ویژگی‌های جهان سوم نبوده و تقریباً هیچ کشوری را به توسعه نرسانده است (معتد نژاد، ۱۳۸۰: ۵۰).

ب) نظریه وابستگی

در مخالفت با پارادایم نوسازی، «پارادایم وابستگی» نه در غرب بلکه در آمریکای لاتین متولد شد. پدر نظریه وابستگی پل باران^۱ آمریکایی (۱۹۷۵) شناخته شده که اعتقاد داشت توسعه و توسعه نیافتگی فرایندهایی وابسته به یکدیگر و دارای روابط متقابل هستند؛ به عبارتی دیگر، آنها دو روی یک سکه‌اند.

بر اساس نظریه وابستگی، مهم‌ترین علل بازدارنده توسعه، کمبود سرمایه یا مدیریت - چنانکه نظریه پردازان نوسازی مطرح می‌کردند - نبود بلکه بیشتر نظام بین‌المللی در این میان نقش داشت. بنابراین، موانع، نه داخلی بلکه خارجی بودند. این نکته به این معنی نیز بود که این نظام موجب توسعه مرکز و عامل تداوم توسعه نیافتگی در پیرامون بوده است. این دو قطب به‌طور ساختاری به یکدیگر پیوسته‌اند (سرواس^۲، ۱۹۸۹: ۲۱۵-۲۰۹).

نظریه وابستگی، عامل سلطه را ترغیب افکار عمومی می‌داند، نه ارتش. در نتیجه معتقد است رسانه‌های جمعی و شرکت‌های رسانه‌ای فراملی، نقش عمده‌ای در ترغیب مردم و تغییر افکار عمومی دارند. به عبارت دیگر، طبق این نظریه، وسایل ارتباط جمعی در کشورهای آمریکای لاتین نه تنها نقشی در توسعه بخشی نداشته‌اند بلکه عامل تقویت و تحکیم سلطه و حفظ اقتدار غرب در کشورهای پیرامون بوده‌اند. آندره گوندر فرانک^۳، پل سوئیزی^۴، برنارد بلتران^۵ و آرماند ماتلار^۶ را می‌توان از سردمداران نظریه وابستگی دانست (از کیا، ۱۳۸۱: ۱۴۲).



1. Paul Baran
2. Servaes
3. Frank.
4. Paul Sweezy
5. Belteran
6. Matlar

نظریه وابستگی با عنوانی دیگر از طرف هربرت شیلر^۱، استاد دانشگاه کالیفرنیا، مورد بحث قرار گرفت. شیلر که از سردمداران مکتب اقتصاد سیاسی رسانه‌هاست، با طرح «امپریالیسم و سلطه فرهنگی-اطلاعاتی» نقش شرکت‌های فراملیتی و رسانه‌های بین‌المللی را در تحکیم سلطه آمریکا، اشاعه اقتصاد بازار و استعمار جهان سوم تشریح می‌کند (فرقانی، ۱۳۸۰: ۵۱).

ج) توسعه‌ای دیگر؛ نگاه به درون

پس از انتقادهایی که به دو مؤلفه بالا، به ویژه به رویکرد نوسازی وارد شد، یک دیدگاه جدید درباره توسعه پدیدار شد. نقطه مشترک آغاز این دیدگاه، آزمون و بررسی تغییرات از «پایین به بالا» از طریق «خود توسعه بخشی» جوامع محلی است. پندار اساسی این دیدگاه آن است که هیچ کشوری نمی‌تواند عملکرد کاملاً مستقلی داشته و کاملاً خودبسنده باشند و هیچ ملتی (کشوری) وجود ندارد که توسعه آن فقط به وسیله عوامل خارجی تحقق یافته باشد. بنابراین، چارچوب مطرح شده در این زمینه آن است که هم مرکز و هم پیرامون به‌طور جداگانه و در رابطه و وابستگی دوسویه با یکدیگر مورد مطالعه قرار گیرند.

ایده اصلی این دیدگاه با جهت‌گیری‌های بیشتر اقتصادی و سیاسی و در تضاد با پارادایم‌های نوسازی و وابستگی این است که مدل توسعه جهانی وجود ندارد بلکه توسعه یک فرایند یکپارچه، چندبعدی و دیالکتیکی است که از جامعه‌ای به جامعه دیگر متفاوت است. به عبارت دیگر، هر جامعه‌ای باید بکوشد تا مسیر توسعه متناسب خود را ترسیم کند؛ به این معنا که مسئله توسعه یک مسئله نسبی است و هیچ کشوری (ملتی) نمی‌تواند با آن در هر جنبه‌ای که «توسعه یافته» است، به ستیزه پردازد (سرواس، ۱۹۸۹: ۲۲۳-۲۰۸).

چنین توسعه‌ای باید بر اصول زیر بنیاد شود: نیازهای اساسی و درون‌زاد، اعتماد به نفس، محیط‌شناسی، دموکراسی مشارکتی و تغییرات ساختاری. این اصول باید به‌طور ارگانیکی با یکدیگر مرتبط شوند، زیرا توسعه در این دیدگاه به‌مثابه یک فرآیند یگانه تلقی شده است. ملاک آخر، یک موقعیت بنیادی برای پنج ملاک نخستین است. با فراهم شدن دیگر معیارها، عدم تقاضا برای تغییرات اجتماعی می‌تواند به شیوه‌های متفاوتی تفسیر شود (سرواس، ۱۹۹۱: ۹۵).

1. Herbert I. Schiller





در پارادایم سوم، «حق ارتباط» به مثابه تعبیری از یک سیاست ارتباطی عرضه شده است. این حق به عنوان یک اصل، حق اساسی انسان، صریحاً مشخص می‌کند که مدل ارتباطی «دیگر»، دموکراتیک‌سازی و بنابراین توزیع مجدد قدرت را در تمام سطوح ضروری می‌داند. نقطه عزیمت این دیدگاه، یک وضعیت نخبه‌گرایانه نیست بلکه توسعه از منشأ یا اجتماعات محلی است. در دیدگاه توسعه دیگر، نقش مراجع اقتدار در فرایندهای تغییر اجتماعی بنیادی است. بر خلاف اعتماد و اطمینان به نقش دولت و رجوع به آن که ویژگی پارادایم اول و دوم است، پارادایم سوم ترجیحاً به سوی مراجع اقتدار گرایش دارد (سرواس، ۱۹۸۹: ۲۳۸-۲۴۵).

مجید تهرانیان نیز در بررسی اوضاع و مسائل کشورهای توسعه‌نیافته در دوران گذار تاریخی آنان از جامعه سنتی به جامعه صنعتی، کوشیده است فارغ از پیش‌فرض‌های معمول در زمینه توسعه، به برداشت‌هایی نو و متناسب با وضعیت فرهنگی آنها دست یابد. او معتقد است کشورهای توسعه‌نیافته مایه‌های اصلی یک تحول اساسی را در درون فرهنگ‌های کهن خویش دارند. تهرانیان با نقد جامعه جدید صنعتی می‌کوشد مفهوم نو توسعه را در درون فرهنگ‌های سنتی جستجو کند. وی با این پیش‌زمینه می‌کوشد واژه توسعه ملی را خارج از چارچوب «مفاهیم مادی‌گرای وارداتی» تعریف کند. با این مقدمه، او توسعه ملی را مفهومی می‌داند که به «بالا رفتن ظرفیت مادی و معنوی نظام ملی و رسیدن به سطوحی جدید از پیچیدگی، نظم و نوآوری» منجر شود (تهرانیان، ۱۳۵۵: ۱۹-۱۲).

تهرانیان معتقد است درس‌های تاریخی سه دهه گذشته توسعه، بر نظریه‌های ارتباطات و توسعه تأثیر گذاشته است تا از تأکید بر توسعه مادی به توسعه انسانی، از مفاهیم پندارگرایانه یا مادی‌گرایانه توسعه به وابستگی متقابل، از تمرکز داخلی یا خارجی به تأثیر متقابل بین عوامل داخلی و خارجی در روند توسعه، از نیاز برای انتقال فن‌آوری به نیاز برای جهش‌های فن‌آوری و بالأخره از مرکزیت رسانه‌های جمعی به اهمیت شبکه‌های ارتباطی میان فردی و جایگزین برسد (خانیک، ۱۳۸۴: ۳۳).

به نظر تهرانیان، برای رسیدن به ارتباطات توسعه باید سه مرحله را طی کرد:

- مرحله اول، «توسعه ارتباطات»: که می‌تواند به عنوان گسترش ظرفیت مجاری نظام ارتباطی تعریف شود.

- مرحله دومه «توسعه به وسیله ارتباطات»: به معنای به کارگیری ظرفیت‌های مجاری ارتباطی در جهت ارائه خدمات اجتماعی، مانند آموزش از راه دور، کتابخانه از راه دور و... به همراه خدمات معمول و سنتی.

- مرحله سوم، «توسعه برای ارتباطات»: که بر ارتباط مستقل از قدرت و متکی بر گفتگو میان دولت و جامعه مدنی مبتنی است؛ به طوری که مبنای تصمیم‌گیری‌های عمومی، «عقلانیت ارتباطی» باشد نه عقلانیت ابزاری» (تهرانیان، ۱۹۹۴: ۲۷۸-۲۷۶).

د) ارتباطات دوسویه، تعاملی و مشارکتی

مدل‌های ارتباطاتی اولیه در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰، فرآیند ارتباطات را صرفاً پیامی تصور می‌کردند که از فرستنده به گیرنده ارسال می‌شود (لاسول)^۱. با این حال، از دهه ۱۹۷۰ بدین سو، ارتباطات بیشتر پیام‌محور و گیرنده‌محور شد. در اینجا بیشتر بر فرآیند ارتباطات (تبادل معنا) و اهمیت این فرآیند (روابط ایجاد شده توسط ارتباطات و نهادهای اجتماعی حاصل از این روابط) تأکید می‌شود. از این رو، بر خلاف مدل «الیگارشیک» غربی، دیدگاه کنونی درباره ارتباطات، اساساً در تمامی سطوح، دوسویه، تعاملی و مشارکتی است. از دهه ۱۹۷۰ مفهوم «ارتباطات از نوعی دیگر» مطرح شد.

ارتباطات از نوع دیگر ضرورت وجود رسانه‌های متحدالشکل، متمرکز، پرهزینه، بسیار حرفه‌ای و تحت کنترل دولت را رد می‌کند؛ ارتباطات از نوع دیگر طرفدار تکرار، کوچکی مقیاس، محلی بودن، نهادزدایی، تعویض نقش‌های فرستنده-گیرنده، افقی بودن پیوندهای ارتباطات در همه سطوح جامعه و تعامل است (مک‌کوئیل^۲، ۱۹۸۳: ۹۷).

این ایده به یک مدل ارتباطی عمومی محور و همچنین به یک مشارکت فعال و بیشتر دیالکتیکی و همگانی نظر دارد. چشم‌اندازهای ارتباطات از نوعی دیگر توسط بریگان^۳ (۱۹۷۹)، بوردنیو^۴ (۱۹۷۷)، اورینگ^۵ (۱۹۸۰)، هملینک^۶ (۱۹۸۳)، مک‌آنانی^۷ (۱۹۸۰)، ماتا^۸

1. Lasswell
2. MacQuel
3. Brigan
4. Bordeneyo
5. Orikn
6. Hemeling
7. MacAnany
8. Mata





(۱۹۸۱)، مور^۱ (۱۹۸۶)، اسولیان^۲ و کاپلان^۳ (۱۹۷۹)، سوموویا^۴ (۱۹۸۱) و وایت^۵ (۱۹۸۲) ارائه شده است. این نویسندگان برای ایجاد یک مدل ارتباطاتی کاربرمحور بر نیاز به افقی سازی، حرفه‌ای‌زدایی، تمرکززدایی، دسترسی، مبادله متقارن، مشارکت اجتماعی فعال و رسانه‌ها و فناوری‌های یکپارچه تأکید می‌کنند (سرواس و ملیخوئا، ۲۰۰۵: ۹۹).

بر اساس این پارادایم، یک رهیافت منطقی برای جوامع و فرهنگ‌هایی که نگران هژمونی رسانه‌های غربی مروج امپریالیسم فرهنگی هستند، می‌تواند ایجاد مجموعه‌ای از رسانه‌های یکپارچه «بدیل»، «به‌لحاظ فرهنگی مقابله‌جو» یا «افسون‌زدا» باشد که از تکنولوژی‌ها و محصولات رسانه‌ای خارجی برای مقاصد کاملاً متفاوت بهره می‌گیرند.

شبکه‌های جایگزین و موازی، به شدت مشارکتی هستند و از درجه اعتبار بالایی برخوردارند و با سایر نهادهایی که ریشه عمیقی در جامعه دارند، ارتباط ارگانیک قدرتمندی دارند. بر عکس، رسانه‌های گروهی مدرن که به‌طور مکانیکی از خارج به جوامع جهان سوم وارد شده‌اند، از درجات گوناگون و محدودی برای نفوذ برخوردارند. آنها به‌ندرت در ساختارهای نهادی به‌طور واقعی ادغام می‌شوند؛ آن‌گونه که در جوامع غربی اتفاق می‌افتد (سرواس، ۱۹۹۱: ۱۸۰).

سرانجام اینکه رسانه‌های گروهی مدرن و شبکه‌های جایگزین یا موازی بنا بر تعریف، مانع‌الجمع نیستند بلکه می‌توان آنها را به‌نحو مؤثری با هم ترکیب کرد، به شرطی که تقسیم کارکردی بین آنها به‌وجود آید و محدوده‌های رسانه‌های گروهی شناسایی شوند (همان: ۱۸۱).

روش پژوهش

سیاست‌گذاری‌های مربوط به حوزه عمومی از سه منظر قابل تحلیلند: تحلیل فرایند سیاست‌گذاری و نحوه تعیین و تدوین سیاست‌ها، تحلیل محتوای سیاست‌ها و تحلیل پیامدهای اجرای سیاست‌ها.

1. Moor
2. Osoulivan
3. Kaplan
4. Somavya
5. Whight
6. Malikhao

در تحقیقاتی که درباره اسناد مکتوب، از جمله قوانین و لوایح صورت می‌گیرد، تحلیل محتوا می‌تواند روش مناسبی باشد (دهقان‌پیشه و اسماعیلی، ۱۳۹۱). در این مطالعه به تحلیل محتوای سیاست‌ها پرداخته می‌شود و با توجه به ماهیت موضوع و مواد در اختیار که شامل مجموعه اسناد مربوط به قوانین برنامه‌های توسعه است، از روش تطبیقی و تکنیک تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است.

تحلیل محتوای کیفی را می‌توان روش تحقیقی برای تفسیر ذهنی داده‌های متن از طریق فرایندهای طبقه‌بندی منظم، کدگذاری و تم‌سازی یا طراحی الگوهای شناخته‌شده دانست (سیه^۱ و شنون^۲، ۲۰۰۵: ۱۲۷۸). ژانگ و ویلموت اذعان می‌کنند که مضامین یا الگوها در یک متن خاص، ممکن است آشکار یا نهفته باشند و به پژوهشگران این امکان را می‌دهد که واقعیت اجتماعی را در یک روش ذهنی، اما علمی بفهمند (ژانگ^۳ و ویلموت^۴، ۲۰۰۹: ۳۱۰).

تحلیل محتوا در این پژوهش از نوع مضمونی و در واقع واحد تحلیل، مضمون‌های موجود در متن است و معرف‌های مورد نظر در قالب این مضمون‌ها جستجو و در جهت تطبیق و تحلیل برنامه‌ها به کار گرفته شده‌اند. برنامه‌های توسعه در ایران به‌طور معمول شامل مواد قانونی برنامه، اهداف کلی، خط‌مشی‌ها، تصویر کلان برنامه (پیش‌بینی‌های مربوط به شاخص‌های کلان اقتصادی)، اهداف کمی، سیاست‌های کلان و جداول پیوست است. در نوشتار حاضر مواد قانونی برنامه، اهداف کلان و خط‌مشی‌ها در تحلیل برنامه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند.

ابتدا متون برنامه‌های اول تا پنجم توسعه توسط محقق مطالعه و کدگذاری باز و اولیه صورت گرفته است. طی این کدگذاری، مفاهیم مورد نظر استخراج شده‌اند و سپس این مفاهیم با توجه به خصوصیات و ابعاد آنها و همچنین با در نظر گرفتن چارچوب تئوریک و طبقه‌های تحلیل، تحت چند مقوله دسته‌بندی و نام‌گذاری شده و از میان آنها، مقوله‌های اصلی انتخاب شده‌اند. جامعه آماری این پژوهش، متون برنامه‌های پنج‌گانه توسعه بعد از انقلاب اسلامی است

1. Hsieh
2. Shannon
3. Zhang
4. Wildemuth



و با توجه به اینکه کل جامعه آماری بررسی شده، نمونه‌گیری صورت نگرفته است.

تحلیل مفاد ارتباطی برنامه‌های توسعه

تاکنون در ایران پنج برنامه عمرانی قبل از انقلاب و پنج برنامه توسعه بعد از انقلاب تدوین و اجرا شده است. در این پژوهش، مفاد ارتباطی برنامه‌های توسعه بعد از انقلاب با توجه به دیدگاه‌های مجید تهرانیان درباره نسبت ارتباطات و توسعه، توصیف و تحلیل شده است. بهترین نوع سیاستگذاری و برنامه‌ریزی آن است که از دل تجربیات و فرهنگ یک ملت نشئت گرفته باشد. لذا در این تحقیق، تحلیل با استفاده از دیدگاه تهرانیان انجام شده است، زیرا رویکرد پیشنهادی وی، از یک سو مبتنی بر فرهنگ و تجربیات عینی و ضمنی برنامه‌ریزی در ایران بوده و از سوی دیگر، نسبت به سایر دیدگاه‌ها، تقریباً تمامی جوانب و مسائل مرتبط با ارتباطات و توسعه، هم از نظر مادی و هم فرامادی، را لحاظ کرده است.

بدین منظور ابتدا تمام مفاد ارتباطی از متن قانون برنامه‌های توسعه استخراج شده است. مطالعه اکتشافی و اولیه محتوای مفاد ارتباطی پنج برنامه نشان می‌دهد که یکی از حوزه‌های اصلی مورد توجه در تمامی برنامه‌ها، توسعه انواع ارتباطات و زیرساخت‌های فناوری بوده است. همچنین به ارتباطات برای توسعه سایر حوزه‌ها از جمله آموزش، فرهنگ، اقتصاد، بهداشت، سیاست و محیط‌زیست نیز توجه شده و به اشکال مختلف در برنامه‌های پنج‌گانه توسعه به آن پرداخته شده است. یکی دیگر از مباحث مهم سیاست‌گذاری در حوزه ارتباطات، الزامات قانونی و حقوقی ارتباطات است که چارچوب کلی آن معمولاً در برنامه‌های توسعه مشخص می‌شود؛ در پژوهش حاضر این مفاد نیز بررسی خواهد شد. در ادامه، به تفکیک به تشریح هر کدام از این مقوله‌ها می‌پردازیم.

الف) توسعه ارتباطات

«توسعه ارتباطات» به معنای گسترش ظرفیت مجاری نظام ارتباطی است (تهرانیان، ۱۹۹۴: ۲۷۶). مطالعه و تقویت چهار زمینه ارتباطات - یعنی ارتباطات سنتی، ارتباطات دوربرد، ارتباطات جمعی و ارتباطات رایانه‌ای - به منظور استفاده و بهره‌برداری از ظرفیت‌ها و توانایی‌های هر یک از این زمینه‌ها در پیشبرد برنامه‌های توسعه و پیشرفت هر کشور



ضروری است (لی، ۲۵۳۶: ۹۷-۹۱). از طرف دیگر، فناوری و زیرساخت‌های ارتباطی، یکی از عناصر اصلی برنامه‌ریزی ارتباطی به‌شمار می‌رود (هانکوک^۱، ۱۹۸۱: ۱۵-۱۴). فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات برخلاف دیگر فناوری‌ها با سپهر معنا، چستی انسان و ماهیت بخشی به او در ارتباط است (ابراهیم‌آبادی، ۱۳۹۲: ۸۸) به همین دلیل، در حال حاضر فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات به‌عنوان یکی از زمینه‌های اصلی ارتباطات در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های توسعه مطرح است.

در مهم‌ترین سند توسعه ملی کشور، یعنی سند چشم‌انداز، ضرورت برخورداری از زیرساخت به‌ویژه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات به‌وضوح تأکید شده است (کریمیان و احمدوند، ۱۳۹۱: ۷۶). برنامه اول توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران با هدف کلی رفع موانع و مشکلات، مشتمل بر ماده واحده، ۵۲ تبصره، ۱۰۴ حکم، ۱۱ جدول کلان و یک پیوست (اهداف کمی برنامه‌های بخشی) در بهمن‌ماه ۱۳۶۸ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. این برنامه به‌لحاظ شکلی جامع‌ترین برنامه توسعه ایران از ابتدا تا کنون به‌شمار می‌آید. لایحه برنامه به‌صورت سند اصلی و دو پیوست مربوط به اهداف و برنامه‌های بخشی و پیوست طرح‌های عمرانی به مجلس ارائه شده بود که سند اصلی و اهداف کمی برنامه‌های بخشی به تصویب رسیدند. بنابراین، برنامه اول توسعه تنها برنامه بعد از انقلاب اسلامی بود که دارای پیوست برنامه‌های بخشی مصوب است.

به‌طور کلی در قانون برنامه پنج‌ساله اول توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۶۸-۱۳۷۲) توجه چندانی به ارتباطات و ابعاد مختلف آن نشده است. در این قانون، ذیل بند ۳ قسمت «ب» از «هدف‌های کلی، خط‌مشی‌ها، تصویر کلان برنامه، هدف‌های کمی کلان و سیاست‌های کلی»، به‌عنوان یکی از اهداف برنامه اول توسعه، به «افزایش کمی و کیفی تولید و پخش برنامه‌ها و افزایش پوشش جمعیتی و جغرافیایی صدا و سیما» اشاره شده است. همچنین ذیل بند «۴» به‌عنوان یکی از خط‌مشی‌های برنامه، «توسعه و بهبود ارتباطات پستی و مخابراتی روستایی، شهری، بین شهری و بین‌المللی» لحاظ شده است. در این برنامه، ارتباطات سنتی و رایانه‌ای مغفول مانده و در مورد ارتباطات جمعی نیز فقط به صدا و سیما پرداخته شده و به مطبوعات، خبرگزاری‌ها، سینما و... در متن برنامه توجه نشده است.





برنامه دوم توسعه، دارای دو فصل و مشتمل بر ماده واحده، ۱۰۱ تبصره و ۲۷۸ حکم، در ۲۰ آذرماه ۱۳۷۳ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. این برنامه مفصل تر از برنامه اول به توسعه ارتباطات پرداخته و در زمینه توسعه ارتباطات جمعی، علاوه بر توجه به افزایش کمی و کیفی برنامه‌های رادیو و تلویزیون، به گسترش و بهبود پوشش شبکه‌های برون مرزی صدا و سیما، ایجاد شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی بین‌المللی و توسعه وسایل ارتباط جمعی مکتوب و نیز توسعه ارتباطات دور به صورت توسعه صنایع مخابرات و مراکز تلفن توجه شده است؛ هر چند این برنامه نیز ارتباطات سنتی و ارتباطات رایانه‌ای را نادیده انگاشته است.

قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در تاریخ ۱۳۷۹/۱/۱۷ مشتمل بر ۱۹۹ ماده و ۵۷ تبصره به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. در برنامه سوم توسعه، برای اولین بار به توسعه ارتباطات رایانه‌ای در قالب ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی و اطلاعاتی و پهنای باند گسترده و کافی توجه شده و همچنین بازسازی سینماها و تالارهای نمایش در دستور کار دولت قرار گرفته است. در حوزه صدا و سیما نیز به ایجاد شبکه‌های آموزشی پرداخته است. علاوه بر آن، توسعه پست، تلگراف و تلفن نیز در این برنامه همانند دو برنامه گذشته مورد توجه بوده اما ارتباطات سنتی و رسانه‌های مکتوب و خبرگزاری‌ها همچنان مغفول مانده است.

مهم‌ترین ویژگی برنامه چهارم توسعه (۱۳۸۴-۱۳۸۸)، تهیه و تصویب آن در چارچوب سند چشم‌انداز بیست ساله و پس از ابلاغ سیاست‌های کلی برنامه توسط مقام معظم رهبری است. این قانون، مشتمل بر پانزده فصل در قالب ۱۶۱ ماده تهیه شده که به طور مفصل و جامع به توسعه ارتباطات رایانه‌ای می‌پردازد. در این برنامه، دولت موظف به استقرار جامعه اطلاعاتی شده و در این زمینه، برنامه‌هایی همچون ارتقای ضریب نفوذ اینترنت و افزایش ظرفیت آن، توسعه مراکز اطلاعاتی اینترنتی ملی و ارائه خدمات پایه ارتباطی و فناوری اطلاعات در سراسر کشور پیش‌بینی شده است. این برنامه نیز همانند برنامه قبل، ایجاد بازسازی سینماها و تالارهای نمایش و افزایش ظرفیت خدمات پستی را محور قرار می‌دهد و نیز بر ایجاد شبکه‌های کابلی و ماهواره‌ای برای دریافت برنامه‌های صدا و سیما تأکید می‌کند. هر چند برنامه اخیر سعی داشته با نگاهی جامع‌تر به ارتباطات نوین در قالب «استقرار جامعه اطلاعاتی» بنگرد، اما به ارتباطات سنتی و مکتوب توجه چندانی نشان نمی‌دهد.

برنامه پنجم توسعه، به عنوان دومین گام برنامه پنج ساله برای تحقق سند چشم انداز بیست ساله کشور، مشتمل بر ۲۳۵ ماده و ۱۹۲ تبصره، در تاریخ ۱۳۸۹/۱۰/۱۵ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. در این برنامه، در زمینه توسعه ارتباطات جمعی، بر تأسیس شهرک‌های سینمایی، تلویزیونی و رسانه‌ای و در حوزه توسعه ارتباطات دور، بر ایجاد زیرساخت‌ها و اجرای پروژه‌های ماهواره‌ای ملی تأکید شده است. توسعه ارتباطات رایانه‌ای نیز به صورت توسعه تولیدات رسانه‌ای در فضای مجازی، ایجاد و توسعه شبکه ملی اطلاعات، ایجاد زیرساخت ملی داده‌های مکانی در سطح ملی تا محلی و توسعه شبکه علمی کشور ترسیم شده است. زمینه‌های ارتباطات در برنامه‌های توسعه اول تا پنجم به صورت خلاصه در جدول شماره ۱ قابل مشاهده است.

جدول ۱. توسعه ارتباطات در برنامه‌های توسعه

ارتباطات رایانه‌ای	ارتباطات دور	ارتباطات جمعی	ارتباطات سنتی	زمینه‌های ارتباطات برنامه‌های توسعه
-	توسعه پست و مخابرات	توسعه کمی و کیفی صدا و سیما	-	برنامه اول
-	توسعه صنایع مخابراتی، توسعه مراکز تلفن	توسعه کمی و کیفی رادیو و تلویزیون، گسترش شبکه‌های برون مرزی، ایجاد شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی بین‌المللی، توسعه وسایل ارتباط جمعی مکتوب، خبرگزاری‌ها	-	برنامه دوم
ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی و شاهراه‌های اطلاعاتی	توسعه پست و تلگراف و تلفن	بازسازی سینماها و تالارهای نمایش، ایجاد شبکه‌های آموزشی	-	برنامه سوم





ارتباطات رایانه‌ای	ارتباطات دور	ارتباطات جمعی	ارتباطات سنتی	زمینه‌های ارتباطات / برنامه‌های توسعه
استقرار جامعه اطلاعاتی، توسعه مراکز اطلاعاتی اینترنتی ملی و توسعه زیرساخت‌های ارتباطی، ارتقای ضریب نفوذ اینترنت کشور و ایجاد ارتباط پر ظرفیت و چند رسانه‌ای، حمایت از توسعه فضاهای مجازی	افزایش ظرفیت خدمات پستی ارتقای ضریب نفوذ ارتباطات ثابت و سیار	ایجاد پردیس‌های سینمایی، بازسازی سینماها و تالارهای نمایش، ایجاد شبکه‌های کابلی و ماهواره‌ای	-	برنامه چهارم
توسعه تولیدات رسانه‌ای در فضای مجازی، ایجاد شبکه ملی اطلاعات، ایجاد زیرساخت ملی داده‌های مکانی در سطح ملی تا محلی توسعه شبکه علمی کشور	ایجاد زیرساختها و اجرای پروژه‌های ماهواره‌ای ملی	تأسیس شهرک‌های سینمایی، تلویزیونی و رسانه‌ای	-	برنامه پنجم

ب) توسعه به وسیله ارتباطات

«توسعه به وسیله ارتباطات» به معنای به کارگیری ظرفیت‌های مجاری ارتباطی در جهت ارائه خدمات اجتماعی است. به عبارت دیگر، برای توسعه و پیشبرد برنامه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و آموزشی، ارتباطات به کار گرفته شود. استفاده از ارتباطات برای توسعه سایر بخش‌های جامعه، به پژوهش لرنر^۱ در خاورمیانه در دهه ۱۹۵۰ برمی‌گردد. در آن زمان، توجه به وسایل ارتباط جمعی برای توسعه اقتصادی کشورهای توسعه‌نیافته مورد توجه قرار گرفت و در برنامه‌های توسعه ملی کشورها بر آن تأکید شد.

1. Daniel Lerner

به مرور زمان، در برنامه‌های توسعه ملی، کاربرد ارتباطات در سایر بخش‌ها از جمله آموزش، بهداشت، محیط زیست و .. اهمیت یافت.

تحلیل برنامه‌های توسعه ایران نشان می‌دهد که برای توسعه بخش‌های آموزش، فرهنگ، اقتصاد، بهداشت، سیاست و محیط زیست به ارتباطات توجه شده که هر یک از این بخش‌ها در برنامه‌های اول تا پنجم توسعه در ادامه تشریح شده و به صورت خلاصه در جدول شماره ۲ آمده است.

۱. آموزش

توسعه آموزش به وسیله ارتباطات در برنامه اول توسعه، ذیل بند ۳ قسمت «ب»، به عنوان یکی از اهداف برنامه، در قالب «آموزش‌های مستقیم و توجه بیشتر به جمعیت در سن تحصیل و نیازهای محلی و منطقه‌ای» آمده است.

در برنامه دوم توسعه، علاوه بر استفاده از رسانه‌های گروهی برای تقویت برنامه‌های آموزشی و پرورشی، به گسترش برنامه‌های آموزش زبان و ادبیات فارسی نیز پرداخته شده و بر ارتقای سطح علمی و کارایی دست‌اندرکاران چاپ و نشر و سینما تأکید شده است.

توسعه آموزش در برنامه سوم توسعه، به صورت «آموزش اندیشه‌های والای امام خمینی^(ره) و رهنمودهای مقام معظم رهبری، آموزش‌های عمومی و فنی و حرفه‌ای و ترویجی و آموزش‌های عالی» ترسیم شده و این برنامه برای اولین بار به ایجاد شبکه‌های آموزشی اهمیت داده است.

توسعه آموزش با استفاده از ارتباطات نوین و رایانه‌ای در برنامه چهارم توسعه، مطرح شد. مسئله بهره‌گیری از فناوری اطلاعات در تدوین و اجرای برنامه‌های آموزشی درسی و ایجاد و توسعه آموزش‌های مجازی در این برنامه عنوان شد. همچنین به استفاده از صدا و سیمای جمهوری اسلامی در آموزش به مردم برای مقاوم‌سازی در مقابل زلزله و خطرات ناشی از آن اشاره شده است.

برنامه پنجم توسعه، علاوه بر توجه به نقش صدا و سیما در تولید برنامه‌های آموزشی، به گسترش آموزش‌های از راه دور نیز پرداخته و بر آموزش همگانی برنامه مصوب قوه قضائیه و آموزش همگانی حقوق شهروندی از طریق صدا و سیما تأکید کرده است.



۲. اقتصاد

هدف اصلی برنامه اول توسعه این بود که با سرمایه‌گذاری دولت در زمینه بازسازی خسارت‌های جنگ تحمیلی و بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت‌های موجود، روندهای منفی اقتصادی حاکم را به نفع ایجاد رشد اقتصادی در کشور تغییر دهد و بستر تداوم رشد در آینده را فراهم کند. برنامه اول توسعه به «برنامه سازندگی» شهرت یافت. به همین دلیل ذیل بند «۴» به عنوان یکی از خط‌مشی‌های برنامه، از «توسعه و بهبود ارتباطات پستی و مخابراتی روستایی، شهری، بین شهری و بین‌المللی»، به عنوان یکی از «روش‌های ایجاد رشد اقتصادی در جهت افزایش تولید سرانه، اشتغال مولد و کاهش وابستگی اقتصادی با تأکید بر تولید محصولات استراتژیک و مهار تورم» نام برده شده است.

استراتژی اصلی برنامه دوم توسعه تثبیت دستاوردهای برنامه اول توسعه، ایجاد ثبات در روندهای اقتصادی کشور و کاهش بار سنگین تحولات اقتصادی بر جامعه بود. این برنامه از جهت ساختار و ماهیت، تفاوتی با برنامه اول نداشت و مبتنی بر آزادسازی اقتصادی و خصوصی‌سازی بود. برنامه دوم نیز رشد و توسعه اقتصادی را از اصلی‌ترین اهداف خود می‌دانست و تأکید خاصی بر پایداری آن داشت. «برنامه ثبات اقتصادی» عنوان دیگر برنامه دوم توسعه بوده است. در قانون برنامه دوم، در راستای «کاهش وابستگی اقتصاد کشور به درآمدهای حاصل از نفت و توسعه بیش از پیش صادرات غیر نفتی» به عنوان یکی دیگر از خط‌مشی‌های برنامه، به نقش وسایل ارتباط جمعی به صورت زیر توجه شده است: «استفاده از وسایل ارتباط جمعی کشورهای خارجی برای بازاریابی و تبلیغات» و «جلوگیری از تبلیغات گمراه‌کننده در مورد کالاهای وارداتی».

همچنین در بخش سوم، ذیل سیاست‌های کلی در حوزه تجارت خارجی، به یکی از ابعاد ارتباطات پرداخته شده است: «ایجاد زمینه‌های لازم برای گسترش روزافزون تبادل الکترونیکی اطلاعات بر اساس پیشرفت‌های حاصل شده در جهان». همچنین در این برنامه، اولین نشانه‌های توجه به فناوری اطلاعات و ارتباطات رایانه‌ای مشاهده می‌شود که در زمینه توسعه اقتصادی بوده و «شبکه متمرکز اطلاع‌رسانی تجاری بین‌المللی و داخلی کشور» پیش‌بینی شده است.

در برنامه سوم نیز به توسعه اقتصادی به وسیله ارتباطات رایانه‌ای توجه شده و در ماده



۹۴، «ایجاد شبکه رایانه‌ای بازار سرمایه ایران» و در ماده ۱۱۶، «ایجاد شبکه جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی کشور» پیش‌بینی شده است. همچنین در این برنامه بر توانمندسازی مردم از طریق آموزش مشاغل کوچک از طریق صدا و سیما تأکید شده است.

مأموریت برنامه چهارم توسعه، «رشد پایدار اقتصادی دانایی محور» بر پایه اهداف چشم‌انداز بیست‌ساله کشور تعریف شده است. به همین دلیل و با توجه به ضرورت انجام فعالیت‌های اقتصادی بر پایه فناوری اطلاعات و ارتباطات، در این برنامه به توسعه اقتصادی به وسیله ارتباطات رایانه‌ای توجه زیادی شده و مواردی همچون «برقراری نظام بانکداری الکترونیکی» و «شبکه ملی داد و ستد الکترونیکی اوراق بهادار»، «توسعه تجارت الکترونیک در قالب ایجاد مراکز اطلاع‌رسانی رایانه‌ای و شبکه‌ای و بازارهای مجازی»، «اتخاذ تدابیر لازم به منظور کسب سهم مناسب از بازار اطلاعات و ارتباطات بین‌المللی» و «گسترش بازار محصولات دانایی محور و دانش‌بنیان» پیش‌بینی شده است.

یکی از فصول برنامه پنجم توسعه به اقتصاد اختصاص یافته است. این برنامه نیز به اهمیت توسعه اقتصادی در قالب مواد ۴۸، ۴۹، ۵۴، ۸۰، ۹۰، ۱۲۰، ۲۰۹ و به صورت «توسعه مراکز صدور گواهی الکترونیکی و کاربرد امضاء الکترونیکی»، «ایجاد پایگاه اطلاعات آماری کشور»، «توسعه تجارت الکترونیک»، «بانکداری الکترونیک» و «تهیه طرح بانک جامع اطلاعاتی کشور» توجه کرده است.

۳. فرهنگ

سیاست‌گذاری ارتباطی، بخشی از سیاست‌گذاری فرهنگی است که می‌تواند موجب ارتقای سطح فرهنگی و پایگاه اجتماعی گروه‌های کم‌امتیاز مردم (در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی)، حمایت از تولیدات یا محصولات فرهنگی سنتی و ترویج آگاهی‌های بیشتر درباره فرهنگ ملی شود (سرواس، ۱۳۸۴ الف؛ ۱۰۰).

توسعه فرهنگ به وسیله ارتباطات، در برنامه اول توسعه نقشی چندان محوری نداشت. در برنامه دوم توسعه، به صورت مختلف، از جمله ارتقای فرهنگ عمومی جامعه، رشد فضایل اخلاق اسلامی، رشد برنامه‌های فرهنگی، مقابله با تهاجم فرهنگی، تسهیلات لازم برای فعالیت‌های فرهنگی و هنری بخش غیر دولتی و مخاطبین خارج از کشور توجه شده است. در این برنامه، به جوانان از طریق «غنی‌سازی اوقات فراغت و افزایش کمی و بهبود کیفی



برنامه‌های تلویزیون به منظور جلوگیری از جذب جوانان به فرهنگ بیگانه» توجه خاص شده و همچنین مسئله فرهنگ صرفه‌جویی در زمینه منابع انرژی از این برنامه شروع شده است.

در برنامه سوم نیز بر نقش صدا و سیما و رسانه‌های گروهی در آمادگی مردم برای مقابله با بلاهای طبیعی، اعتلای معرفت دینی و قرآنی، بهره‌گیری از اندیشه‌های والای امام خمینی^(ره) و رهنمودهای مقام معظم رهبری، تحکیم مبانی فکری ارزش‌های انقلاب اسلامی، فرهنگ جهاد و شهادت در جامعه به‌ویژه در جوانان و نوجوانان، جهت‌دهی رسانه‌ها به سمت سالم‌سازی فضای عمومی در جهت رشد آگاهی‌ها و فضائل اخلاقی و اطلاع‌رسانی صحیح اشاره شده است. در این برنامه، پیش‌بینی شده تحولات فرهنگی و اثر بخشی مجموعه فعالیت‌های فرهنگی رسانه‌ها و سایر نهادها ارزیابی گردد.

هدف برنامه چهارم، «توسعه مبتنی بر دانائی» است. لذا در این برنامه سعی شده از تمامی اشکال ارتباطی، به‌ویژه ارتباطات رایانه‌ای و فناوری‌های نوین برای توسعه و اعتلای فرهنگ استفاده شود. این امر به صورت «حمایت از سرمایه‌گذاری در تولید و عرضه انواع محتوا و اطلاعات به زبان فارسی در محیط رایانه‌ای، تولید برنامه‌هایی در بزرگداشت امام خمینی^(ره) و حفظ و شناساندن هویت ملی و دینی و مقابله با تهاجم فرهنگی و رسانه‌ای در محیط‌های رایانه‌ای و رسانه‌ها، حمایت از تولید، توزیع و صادرات کالاها و خدمات فرهنگی و هنری، سینمایی، مطبوعاتی و ورزشی در سطح ملی و بین‌المللی، توسعه فضاهای مجازی فرهنگی، هنری و مطبوعاتی در محیط‌های رایانه‌ای و اینترنتی، برپایی پایگاه‌های رایانه‌ای و اطلاع‌رسانی حاوی اطلاعات فرهنگی، دینی، تاریخی و علمی به زبان و خط فارسی، ترویج فضایل اخلاقی و معارف اسلامی کارکنان از طریق امور مطبوعاتی و سینمایی»، پیش‌بینی شده است.

در برنامه پنجم توسعه، مقابله با فرهنگ بیگانه محور اصلی سیاست‌ها بوده و در قالب «مقابله با رسانه‌های معارض خارجی، مقابله با جنگ نرم با حضور در فضای مجازی و رایانه‌ای با رویکرد بومی، بهره‌گیری و هماهنگ‌سازی اقدامات تبلیغی و رسانه‌ای برای مقابله با ناهنجاری‌های فرهنگی و اجتماعی و تقویت رسانه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی همسو» تأکید شده است.



۴. بهداشت

از برنامه دوم توسعه با توجه به افزایش رشد جمعیت، توجه به ارتباطات برای کاهش جمعیت مد نظر قرار گرفت و در این برنامه رسانه‌های عمومی به‌ویژه صدا و سیما موظف به افزایش آگاهی عمومی افراد جامعه در زمینه زیان‌ها و مشکلات ناشی از رشد بی‌رویه جمعیت شدند.

در برنامه سوم توسعه، به بالا بردن فرهنگ و آگاهی‌های تغذیه‌ای توسط رسانه‌ها اشاره شده و برنامه چهارم نیز به همین مورد اکتفا نموده است. برنامه پنجم توسعه فقط به بحث کاربرد ارتباطات رایانه‌ای در سلامت و پیش‌بینی «ارائه خدمات الکترونیکی سلامت» و «ایجاد سامانه پرونده الکترونیکی سلامت ایرانیان» پرداخته است.

۵. سیاست

توجه به ارتباطات در توسعه امور سیاسی در مفاد برنامه‌های اول تا چهارم نقش چندانی نداشته است. در برنامه پنجم، با علم به ضرورت کاربرد فناوری اطلاعات در توسعه امور جامعه، به فناوری‌های جدید و کاربرد آنها در توسعه امور مرتبط با سیاست نیز توجه شده است. در این برنامه اقداماتی همچون «تهیه نقشه جامع دولت الکترونیک، صدور کارت هوشمند ملی چند منظوره، تکمیل و اصلاح پایگاه اطلاعات هویتی، ارائه خدمات عمومی دولتی به شهروندان از طریق حضوری و مجازی، استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ای برای کاهش حضور بیگانگان در منطقه، ایجاد پایگاه اطلاعات آماری کشور و...» پیش‌بینی شده است.

۶. محیط‌زیست

توجه به محیط‌زیست از برنامه چهارم توسعه شروع شد. این برنامه نقش رسانه‌ها را در حفاظت از محیط‌زیست مطرح و برنامه پنجم بر تولید برنامه‌های آموزشی برای توسعه آگاهی عمومی به منظور حفاظت از محیط‌زیست تأکید کرد. همچنین در این برنامه «تهیه نظام اطلاعات زیست محیطی کشور در سطح منطقه‌ای، ملی و استانی» پیش‌بینی شده است.



جدول ۲. توسعه به وسیله ارتباطات در برنامه‌های توسعه

فرهنگ	اقتصاد	آموزش	
استفاده از امکانات مختلف فرهنگی، تبلیغی کشور در جهت اصلاح الگوی مصرف موجود	توسعه ارتباطات پستی و مخابراتی در جهت افزایش تولید سرانه، اشتغال مولد و کاهش وابستگی اقتصادی	آموزش‌های مستقیم با توجه به جمعیت در سن تحصیل و نیازهای محلی و منطقه‌ای	برنامه اول
ارتقای فرهنگ عمومی جامعه، رشد فضایل اخلاق اسلامی، رشد برنامه‌های فرهنگی، مقابله با تهاجم فرهنگی، تسهیلات لازم برای فعالیت‌های فرهنگی و هنری بخش غیر دولتی و مخاطبین خارج از کشور؛ غنی‌سازی اوقات فراغت، جلوگیری از جذب جوانان به فرهنگ بیگانه؛ توجه به فرهنگ صرفه‌جویی در زمینه منابع انرژی	- استفاده از وسایل ارتباط جمعی کشورهای خارجی برای بازاریابی و تبلیغات - جلوگیری از تبلیغات گمراه‌کننده در مورد کالاهای وارداتی - گسترش تبادل الکترونیکی اطلاعات - ایجاد شبکه متمرکز اطلاع رسانی تجاری بین‌المللی و داخلی کشور	- تقویت برنامه‌های آموزشی و پرورشی - گسترش برنامه‌های آموزشی زبان و ادبیات فارسی - ارتقای سطح علمی و کارایی دست‌اندرکاران چاپ و نشر و سینما	برنامه دوم
اعتلای معرفت دینی و قرآنی، بهره‌گیری از اندیشه‌های والای امام خمینی (ره) و آیت‌الله خامنه‌ای، تحکیم مبانی فکری ارزش‌های انقلاب اسلامی فرهنگ جهاد و شهادت در جامعه به‌ویژه در جوانان و نوجوانان، جهت‌دهی رسانه‌ها به سمت سالم‌سازی فضای عمومی، ارزیابی تحولات فرهنگی و میزان اثربخشی مجموعه فعالیت‌های فرهنگی رسانه‌ها و سایر نهادها، نقش رسانه‌ها در آمادگی مردم برای مقابله با بلایای طبیعی	- ایجاد شبکه رایانه‌ای بازار سرمایه ایران - ایجاد شبکه جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی کشور - توانمندسازی مردم از طریق آموزش مشاغل کوچک به مردم	- آموزش اندیشه‌های والای امام خمینی (ره) و رهنمودهای مقام معظم رهبری - آموزش‌های عمومی و فنی و حرفه‌ای و ترویجی و آموزش‌های عالی - ایجاد شبکه‌های آموزشی	برنامه سوم
حمایت از سرمایه‌گذاری در تولید و عرضه انواع محتوا و اطلاعات به زبان فارسی در محیط رایانه‌ای، تولید برنامه‌هایی در بزرگداشت امام خمینی (ره) و حفظ و شناساندن هویت ملی و دینی و مقابله با تهاجم فرهنگی و رسانه‌ای در محیط‌های رایانه‌ای و رسانه‌ها، حمایت از تولید، توزیع و صادرات کالاها و خدمات فرهنگی و هنری، سینمایی، مطبوعاتی در سطح ملی و بین‌المللی، توسعه فضاهای مجازی فرهنگی هنری و مطبوعاتی در محیط‌های رایانه‌ای و اینترنتی، برپایی پایگاه‌های رایانه‌ای و اطلاع‌رسانی حاوی اطلاعات فرهنگی، دینی، تاریخی و علمی به زبان و خط فارسی، ترویج فضایل اخلاقی و معارف اسلامی کارکنان از طریق امور مطبوعاتی و سینمایی، تقویت تعامل فرهنگ‌ها و زبان‌های بومی با فرهنگ و میراث معنوی ملی	- برقراری نظام بانکداری الکترونیکی - ایجاد شبکه ملی دادوستد الکترونیک اوراق بهادار - توسعه تجارت الکترونیک در قالب ایجاد مراکز اطلاع‌رسانی رایانه‌ای و شبکه‌ای و بازارهای مجازی - اتخاذ تدابیر لازم به منظور کسب سهم مناسب از بازار اطلاعات و ارتباطات بین‌المللی - گسترش بازار محصولات دانایی محور و دانش‌بنیان	- بهره‌گیری از فناوری اطلاعات در تدوین و اجرای برنامه‌های آموزشی درسی - ایجاد و توسعه آموزش‌های مجازی - آموزش به مردم برای مقاومت‌سازی در مقابل زلزله	برنامه چهارم
مقابله با رسانه‌های معارض خارجی، مقابله با جنگ نرم با حضور در فضای مجازی و رایانه‌ای با رویکرد بومی، بهره‌گیری و هماهنگ‌سازی اقدامات تبلیغی و رسانه‌ای برای مقابله با ناهنجاری‌های فرهنگی و اجتماعی، تقویت رسانه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی همسو	- توسعه مراکز صدور گواهی الکترونیکی - ایجاد پایگاه اطلاعات آماری کشور - توسعه تجارت الکترونیکی - توسعه بانکداری الکترونیکی - تهیه طرح بانک جامع اطلاعاتی کشور	- تولید برنامه‌های آموزشی - گسترش آموزش‌های از راه دور - آموزش همگانی برنامه مصوب - قوه قضائیه - آموزش همگانی حقوق شهروندی	برنامه پنجم



فصلنامه علمی - پژوهشی

۱۷۰

دوره نهم
شماره ۳
پاییز ۱۳۹۵

ادامه جدول ۲. توسعه به وسیله ارتباطات در برنامه‌های توسعه

	بهداشت	سیاست	محیط زیست
برنامه اول	-	-	-
برنامه دوم	افزایش آگاهی عمومی افراد جامعه در زمینه زبان‌ها و مشکلات ناشی از رشد بی‌رویه جمعیت	-	-
برنامه سوم	بالا بردن فرهنگ و آگاهی‌های تغذیه‌ای	-	-
برنامه چهارم	- ارتقاء فرهنگ و سواد تغذیه‌ای - طراحی و استقرار نظام جامع اطلاعات سلامت شهروندان ایرانی	- بهره‌گیری همه‌جانبه از فناوری‌های نوین در دستگاه‌های اجرایی و وزارتخانه‌ها - طراحی و استقرار نظام جامع اطلاعات (M.I.S)، عملیات و مدیریت قضائی	نقش رسانه‌ها در حفاظت از محیط زیست
برنامه پنجم	ارائه خدمات الکترونیکی سلامت و ایجاد سامانه پرونده الکترونیکی سلامت ایرانیان	تهیه نقشه جامع دولت الکترونیک، صدور کارت هوشمند ملی چند منظوره، تکمیل پایگاه اطلاعات هویتی، ارائه خدمات به شهروندان از طریق حضوری و مجازی، ایجاد پایگاه اطلاعات آماری کشور؛ راه اندازی مرکز ملی داده‌های قوه قضائیه، عرضه خدمات حقوقی الکترونیک به مردم	- تولید برنامه‌های آموزشی برای توسعه آگاهی عمومی به منظور حفاظت از محیط زیست - تهیه نظام اطلاعات زیست‌محیطی کشور در سطح منطقه‌ای، ملی و استانی



فصلنامه علمی - پژوهشی

۱۷۱

مطالعه رویکرد
برنامه‌های توسعه ...

ج) توسعه برای ارتباطات

در برنامه‌ریزی بیشتر کشورهای رو به توسعه، در مراحل نخستین به ابعاد اقتصادی توسعه (زیربنای اقتصادی، اصلاحات ارضی و توسعه صنایع سبک و سنگین) پرداخته‌اند و سپس رفته‌رفته به ابعاد اجتماعی توسعه (مانند بهداشت، آموزش، توزیع عادلانه درآمد، توسعه منطقه‌ای سرزمین، ساخت سکونت، رفاه اجتماعی و مسائل ناشی از مهاجرت جمعیت و فرسایش و آلودگی طبیعت) آگاهی یافته‌اند و ابعاد ارتباطی توسعه در مراحل بعدی مورد توجه قرار گرفته است. این ابعاد از جهت برنامه‌ریزی ارتباط پایین به بالا، شامل موضوعاتی مانند دریافت، بیان و شکل‌گیری نیازها، ایجاد خودیاری و مشارکت، نهادی شدن ارتباط و مشارکت و در جهت برنامه‌ریزی ارتباط بالا به پایین، بیان و توجیه هدف‌های توسعه ملی، منطقه‌ای و محلی و به‌طور کلی ایجاد شبکه ارتباطی و بازخوردهای لازم در همه فعالیت‌های عمرانی می‌شود (تهرانیان، ۱۳۵۵: ۲۱).



برنامه اول

در برنامه اول، در بخش خط‌مشی‌های برنامه، بر ایجاد زمینه‌های مناسب برای مشارکت مؤثر و همه‌جانبه مردم در امور سیاسی و اجتماعی، تأمین قسمتی از هزینه ارائه خدمات عمومی کشور و همچنین مشارکت بیشتر زنان در امور اجتماعی، فرهنگی، آموزشی و اقتصادی در راستای تحدید موالید مورد توجه قرار گرفته است.

برنامه دوم

در برنامه دوم، در خط‌مشی‌های اساسی و سیاست‌های کلی برنامه دوم توسعه، بر اهدافی همچون همکاری همه‌جانبه دولت و ملت در گسترش روح تفاهم اجتماعی، هدایت جوانان و نوجوانان، مشارکت در صحنه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، تقویت مشارکت عامه مردم و اتخاذ تدابیر لازم برای نظارت شایسته و پیوسته بر اجرای برنامه، گسترش فرهنگ و ارزش کار و شایستگی‌های فردی و اجتماعی بر مبنای مشارکت عمومی، پرورش روحیه مسئولیت‌پذیری، نظم و انضباط و تعاون عمومی و همبستگی اجتماعی، واگذاری فعالیت‌های اجرایی، فرهنگی، هنری، ورزشی به مردم و تقویت مشارکت عمومی با توجه به سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری و نظارت دولت، مشارکت

بیشتر زنان در امور اجتماعی، فرهنگی، آموزشی و اقتصادی، تقویت حس خوداتکایی و اعتماد به نفس، تأکید بر مشارکت و همکاری هر چه بیشتر مردم در امور آموزشی فنی، حفاظت، احیاء و بهره‌برداری از جنگل‌ها و مراتع و منابع دریایی و آبریزان داخلی کشور با مشارکت مردمی تأکید شده است.

از آنجایی که یکی از اهداف این برنامه، «تقویت مشارکت عامه مردم و اتخاذ تدابیر لازم برای نظارت شایسته و پیوسته بر اجرای برنامه» است. اقدامات زیر برای آن پیش‌بینی شده است:

۱. تشویق و حمایت از ایجاد تشکل‌های تخصصی در زمینه‌های مختلف
۲. توسعه نقش مردم در امور فرهنگی از طریق اصلاح قوانین و مقررات و روش‌ها و حمایت‌های مالی و اعتباری از فعالیت‌های فرهنگی
۳. گسترش فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر
۴. ایجاد شوراهای اسلامی استان، شهرستان، شهر، دهستان و روستا و نظارت این شوراهای بر تمامی امور عمرانی، فرهنگی، اجرایی و اقتصادی محدوده این شوراهای
۵. گسترش روح انتقادپذیری، سازندگی و خیرخواهی، تعاون و تفاهم و همبستگی در پیشرفت تمامی امور
۶. ایجاد زمینه‌های لازم برای فعالیت‌های سالم و سازنده فرهنگی، علمی، اجتماعی، همکاری همه‌جانبه ملی
۷. نظارت مستمر و پیگیر در جهت حسن اجرای برنامه‌ها و تقویت حسن نظارت عمومی در تمامی امور کشور

برنامه سوم

در برنامه سوم توسعه، در ماده ۷۱ دولت موظف شده برنامه‌هایی را برای توسعه و مشارکت زنان و جوانان به‌ویژه بسیجیان در فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیشنهاد دهد؛ ماده ۱۰۰: به‌منظور ایجاد زمینه‌های مشارکت و سرمایه‌گذاری بخش غیر دولتی و حمایت کمی و کیفی از فعالیت‌های پژوهشی و فن‌آوری، بالأخص پژوهش‌ها و فن‌آوری‌های کاربردی توسعه‌ای، دولت مجاز است در تأسیس صندوق‌های غیر دولتی مشارکت کند؛ ماده ۱۰۴: به‌منظور حفاظت از محیط‌زیست و بهره‌گیری پایدار از منابع طبیعی کشور، بر



نهادینه کردن مشارکت مردم در برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری و اجرا تأکید شده است؛ ماده ۱۶۲: دولت موظف است مشارکت مردم در امور فرهنگی را در قالب طرح ساماندهی امور فرهنگی تهیه نماید؛ ماده ۱۶۳: بر گسترش فضاهای مذهبی و مساجد از طریق مشارکت‌های مردمی تأکید شده است؛ ماده ۱۸۹: به منظور توسعه مشارکت‌های مردمی، رفع اختلافات محلی به شوراهای حل اختلاف واگذار می‌گردد؛ ماده ۱۹۳: تساوی فرصت‌ها و مشارکت معلولین در جامعه مورد توجه قرار گرفته است.

برنامه چهارم

ابعاد ارتباطی در مواد برنامه چهارم به صورت‌های زیر تعیین شده است: در بند «ج» ماده ۳۷، دولت موظف شده است در جهت ایجاد فضا و بسترهای مناسب برای تقویت و تحکیم رقابت‌پذیری و افزایش بهره‌وری نیروی کار «زمینه مشارکت تشکلی‌های قانونی غیر دولتی صنفی-تخصصی بخش‌های مختلف را در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های مربوطه ایجاد نماید»؛ ماده ۷۱: شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان ملزم شده «برنامه‌های توسعه و مشارکت زنان و جوانان به‌ویژه بسیجیان در فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی استان را تنظیم و ارائه نماید»؛ ماده ۱۱۱: بار دیگر دولت را مکلف نموده که در راستای توسعه مشارکت زنان حمایت‌های لازم را از نهادهای مدنی زنان انجام دهد.

در ماده واحده ۱۱۲: بر «توانمندسازی و ارتقاء سطح مشارکت همه‌جانبه جوانان در فرآیند توسعه پایدار کشور» بار دیگر تأکید نموده است؛ ماده ۹۵: توجه به نهادی‌شدن ارتباط و توسعه بر مبنای نیازهای محلی در راستای اهداف استقرار عدالت و ثبات اجتماعی، کاهش نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی و توانمندسازی فقرا محور قرار گرفته است:

ه) ارتقاء مشارکت نهادهای غیر دولتی و مؤسسات خیریه، در برنامه‌های فقرزدایی و شناسایی کودکان یتیم و خانواده‌های زیر خط فقر، در کلیه مناطق کشور
ح) اتخاذ رویکرد توانمندسازی و مشارکت محلی، بر اساس الگوی نیازهای اساسی توسعه و تشخیص نیاز توسط جوامع محلی برای ارائه خدمات اجتماعی، از طریق نظام انگیزشی برای پروژه‌های عمرانی کوچک، متناسب با ظرفیت‌های محلی، از طریق اعمال موارد فوق در سطوح محلی و با جلب مشارکت‌های عمومی



لازمه هر ارتباطی وجود اعتماد است که یکی از مهم‌ترین اجزای سرمایه اجتماعی است. یکی از مهم‌ترین مفاد برنامه چهارم در راستای ابعاد ارتباطی توسعه، ماده واحده ۹۸ است که علاوه بر تأکید بر ارتقای سرمایه اجتماعی و گسترش نهادهای مدنی، نظارت مردم در توسعه پایدار کشور را ضروری دانسته است؛ در ماده واحده ۱۰۰، دولت مکلف شده «منشور حقوق شهروندی» را تدوین نماید که یکی از پیش‌نیازهای مهم مشارکت مردم در توسعه جامعه است.

یکی دیگر از موارد مطرح شده در برنامه چهارم توسعه، تأکید بر «گفتگوی اجتماعی دولت و نهادهای مدنی» است که در ماده واحده ۱۰۱ به شرح زیر آمده است: «...ب- گفتگوی اجتماعی دولت و شرکای اجتماعی (نهادهای مدنی روابط کار) ارتقای سرمایه انسانی و اجتماعی، ارتقای روابط صنعتی و روابط کار، نقش شرکای اجتماعی، مذاکرات چانه‌زنی جمعی، انعقاد پیمان‌های دسته‌جمعی، تشکیل شورای سه‌جانبه مشاوره ملی، گسترش مکانیزم‌های سه‌جانبه در روابط کار، اصلاحات ساختاری، ترویج گفتگوی اجتماعی و تقویت تشکلهای مدنی روابط کار».

یکی از اقدامات عملیاتی برای تحقق ابعاد ارتباطی ذکر شده در سیاست‌های کلی سند چشم‌انداز، ماده واحده ۱۱۰ است؛ این ماده سیاست‌هایی را در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی نیز پیش‌بینی نموده است: «...الف- برنامه‌ریزی در زمینه مشارکت و حضور فعال در فرآیندها، نهادها و مجامع منطقه‌ای و بین‌المللی در باب گفتگوی تمدن‌ها؛... ه- بهبود ساختارهای اجرایی و حمایت از تأسیس نهادهای غیر دولتی برای تحقق عملی گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها با رویکرد کاهش تصدی دولت و غیر دولتی شدن این فعالیت».

ماده ۱۱۹ نیز اقدام‌های دیگری را در همین راستا معین نموده است: «...ج- توسعه مشارکت همه‌جانبه همه ایرانیان بر اساس حق برابر شهروندی، در نظام تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری و مدیریت اجرایی کشور؛... و- تهیه طرح راهبردی توسعه نظم و امنیت کشور با رویکرد جامعه‌محوری، مشارکت همگانی و جایگزینی ارزش‌ها و کنترل‌های درونی به جای رویکرد امنیتی و ارتقاء احساس امنیت در جامعه؛... ی- تهیه سازوکارهای لازم جهت تقویت نهادهای مدنی و احزاب در کشور؛ ط- تهیه سازوکارهای لازم جهت توسعه مشارکت مردمی، برای تأمین نظم و امنیت عمومی».



برنامه پنجم

در برنامه پنجم توسعه، در ماده ۳، به منظور تقویت روحیه کار جمعی، دولت مکلف شده از توسعه و ایجاد مؤسسات، هیئت‌ها و تشکل‌های فرهنگی، هنری، رسانه‌ای، دینی و قرآنی حمایت کند. همچنین در این برنامه بر ایجاد سازوکارهای مناسب برای افزایش سهم مشارکت انجمن‌های علمی، نخبگان و استعدادها برتر در تصمیم‌سازی‌ها و مدیریت کشور تأکید شده است. در ماده ۲۴ نیز دولت مکلف به تهیه سند راهبردی «ارتقاء سطح شاخص توسعه انسانی» شده است. همچنین بر ایجاد و گسترش زیرساخت‌ها و سازوکارهای لازم برای مشارکت هرچه بیشتر مردم در راستای تقویت و تحکیم امنیت پایدار کشور تأکید شده است.

الزامات قانونی و حقوقی

تعیین چارچوب قانونی و سازمانی نظام‌های ارتباطی یکی از مؤلفه‌های اصلی برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری ارتباطی است (لی، ۲۵۳۶: ۹۲). از سوی دیگر، تأثیر دوسویه و فزاینده رسانه و توسعه موجب شده حقوق رسانه‌ها در برنامه توسعه کشورها از جایگاه رفیعی برخوردار شود. مقصود از حقوق رسانه‌ها، مجموعه قواعد و مقرراتی است که بر کار رسانه‌ها و افراد فعال در این عرصه حکومت می‌کند.

توجه به حقوق و مقررات رسانه در برنامه‌های توسعه ایران، از برنامه سوم توسعه آغاز شد. از آنجایی که راهبرد این برنامه آزادسازی و خصوصی‌سازی بود، در این برنامه مقرر شد که امور خدماتی و غیر حاکمیتی پست و مخابرات به بخش غیر دولتی واگذار شود. همچنین ماده ۱۶۰ این برنامه مربوط به حمایت از ثبت نرم‌افزارهای رایانه‌ای و چندرسانه‌ای می‌شود. همچنین در این برنامه دولت موظف به «تفکیک وظایف مجموعه‌های تأمین‌کننده اطلاعات، تأمین‌کننده خدمات و تأمین‌کننده ارتباطات» شده است.

در برنامه چهارم نیز مقرراتی به کاهش حجم تصدی‌ها و کوچک کردن بخش دولتی و توسعه بخش غیر دولتی اختصاص یافته است. اما در این برنامه به صورت جامع‌تر به حقوق ارتباطات پرداخته و ضمن تأکید بر بازنگری و اصلاح قوانین مطبوعات و تبلیغات، دولت مکلف به تهیه «لایحه قانون جامع ارتباطات» شده است. همچنین این برنامه، استقرار نظام صنفی بخش فرهنگ و تهیه لایحه امنیت شغلی اصحاب فرهنگ و هنر را نیز در دستور کار



خود قرار داد.

در برنامه پنجم نیز دولت موظف به «تهیه و تدوین نظام جامع رسانه‌ها» و نیز «پیشنهاد، وضع و اجرای سیاست‌ها و مقررات مورد نیاز و ایجاد و تقویت سازوکارهای لازم برای سامان‌دهی، نظارت و پالایش محتوای دیداری، شنیداری و نوشتاری در فضای رسانه‌ای کشور اعم از رسانه‌های مکتوب، دیداری، شنیداری، رقومی (دیجیتال)، مجازی و شبکه‌های ارتباطی غیر مکالماتی، شبکه‌های داده و ماهواره‌ای و سامانه‌های مخابراتی به شورای عالی انقلاب فرهنگی» شده است.

نتیجه‌گیری

گسترش دامنه اثر گذاری مطبوعات، رادیو، تلویزیون و سینما در جامعه، از سویی، و بروز آثار ارتباطات سنتی و رسانه‌های فردی از سوی دیگر، از دههٔ چهل به بعد مسئلهٔ ارتباطات را در ایران به موضوع مطالعاتی از جانب نظریه‌پردازان و محققان تبدیل کرده است. در سطح سیاست‌گذاری کلان نیز توجه به این امر در قالب برنامه‌های توسعه بوده است. بنابراین، با توجه به اهمیت این موضوع هم از جنبهٔ نظری و هم عملی، این ضرورت احساس می‌شود که بعد از تدوین پنج برنامهٔ توسعه، به ارزیابی سیاست‌های گذشته بپردازیم. یکی از لوازم و اقدامات اولیه برنامه‌ریزی مطلوب، شناخت و آگاهی کافی نسبت به وضع موجود و گذشته است.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، توجه به ارتباطات در برنامه‌های توسعهٔ ملی فرایندی رو به رشد داشته است. برنامهٔ اول بعد از انقلاب بیشتر یک برنامهٔ کلان اقتصادی با رویکرد بخشی است و سیاست‌های حاکم بر سایر بخش‌ها به‌طور عمده بر زمینه‌های اقتصادی فعالیت‌ها تأکید دارد. در بخش ارتباطات نیز توجه به ارتباطات دور در برنامهٔ اول، با هدف ایجاد رشد اقتصادی و کاهش وابستگی بوده است. در این برنامه فقط در اهداف کلی و خط‌مشی برنامه به ارتباطات توجه شد، اما در تبصره‌های برنامه، لحاظ نگردید. از سوی دیگر، در این برنامه فقط بر توسعه کمی صدا و سیما و پست و مخابرات تأکید و سایر ابعاد آن نادیده گرفته شد. در زمینه توسعه به وسیله ارتباطات نیز به توسعهٔ آموزش و توسعهٔ اقتصادی توجه شده است.

ارتباطات در برنامهٔ دوم توسعه، پررنگ‌تر از برنامهٔ اول بوده و بر توسعهٔ ارتباطات



جمعی و ارتباطات دور تاکید شده، هر چند ارتباطات رایانه‌ای و ارتباطات سنتی همچنان مورد غفلت واقع شده است. همچنین در این برنامه به توسعه اقتصادی، آموزشی، فرهنگی و بهداشت به وسیله ارتباطات توجه شده است.

در برنامه سوم توسعه، به توسعه سینماها و تالارهای نمایش توجه شده و برای اولین بار توسعه ارتباطات رایانه‌ای در دستور کار دولت قرار گرفت. همچنین با توجه به راهبرد آزادسازی و خصوصی‌سازی در این برنامه، واگذاری بخش‌های غیر حاکمیتی به بخش غیر دولتی به تصویب رسید و به این ترتیب با افزایش مشارکت بخش غیر دولتی و حفظ رقابت‌پذیری و تفکیک وظایف حاکمیتی از تصدی‌گری، پایه‌گذار بنای مطمئنی برای توسعه این بخش شد.

رویکرد برنامه چهارم با توجه به اهداف چشم‌انداز-دستیابی به اقتصاد دانش‌بنیان از طریق استقرار زیرساخت‌های غیر فیزیکی و توجه به برنامه‌های بخشی بود. برنامه چهارم که اولین برنامه در راستای چشم‌انداز بیست‌ساله نظام است، نگاه جامع‌تری به بخش ارتباطات و مسائل حقوقی و قانونی آن دارد. در این برنامه با توجه به تحولات جهانی و دستور توسعه قرن بیست‌ویکم که همان «توسعه جامعه اطلاعاتی» است، استقرار جامعه اطلاعاتی در دستور کار دولت قرار گرفت و مفادی به این امر اختصاص یافت. از سوی دیگر، در این برنامه سعی شد مقدمات بازننگری و اصلاح قوانین حوزه ارتباطات فراهم شود و بدین منظور دولت مکلف به تهیه «قانون جامع ارتباطات» شد. توجه به ارتباطات در چارچوب اهداف جامعه اطلاعاتی، مهم‌ترین گرایش اخیر در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های توسعه است که این مهم در برنامه چهارم توسعه تا حدودی تحقق یافته است.

برنامه پنجم توسعه که دومین گام برنامه چشم‌انداز بیست‌ساله نظام است، به توسعه ارتباطات رایانه‌ای توجه مبسوطی داشته اما متأسفانه رویکرد این برنامه افزایش خدمات‌رسانی دولتی با تعریف برخی طرح‌های اجرایی است. در زمینه توسعه به وسیله ارتباطات، توسعه فرهنگ در رأس مفاد تصویب شده قرار دارد. اکثر مفاد این برنامه عموماً ناظر به مدیریت محتوا با استفاده از فناوری اطلاعات بوده و برنامه‌هایی اجرایی، در مورد سامان‌دهی اطلاعات ارائه می‌دهند. اما به نظر می‌رسد جایگاه برنامه پنج‌ساله فراتر از تعریف پروژه‌های اجرایی است و باید اهداف گسترده‌تری همچون توسعه مبتنی بر دانایی یا توسعه جامعه معرفتی را مد نظر قرار دهد.



در مجموع، با اندکی تسامح می‌توان گفت در همه برنامه‌های پنج‌ساله توسعه، بیشتر به ابعاد مادی، سخت‌افزارانه و کمی توسعه رسانه‌ها پرداخته شده و جنبه‌های فرامادی، کیفی و محتوایی نظیر حق دسترسی همگانی به اطلاعات، آزادی کسب و انتشار اطلاعات در چارچوب قانون اساسی، امنیت و حریم خصوصی، آزادی بیان و قلم و نیز حرکت به سوی جامعه اطلاعاتی و دانایی محور- و همچنین سایر ابعاد ارتباطات از جمله ارتباطات انسانی، سنتی و اجتماعی کمتر مورد توجه بوده است (جدول شماره ۳). اما در کل، برنامه چهارم توسعه نسبت به سایر برنامه‌ها به صورت جامع‌تر با محوریت «دانایی» به ابعاد و زمینه‌های جدید ارتباطات پرداخته است.

همچنین توجه به ارتباطات انسانی و میان فردی در برنامه‌های پنج‌ساله گذشته جایگاه چندانی نداشته است. این در حالی است که هدف اصلی توسعه، انسان است و توسعه‌ای مفید و ثمربخش است که مبتنی بر نیازهای انسان و با توجه به فرهنگ مردمان آن جامعه باشد. از سوی دیگر، توجه به حوزه ارتباطات در برنامه‌های گذشته به صورت بخشی و مجزا از یکدیگر بوده و ارتباط آنها با یکدیگر و سایر بخش‌های جامعه لحاظ نشده است. بنابراین، ابعاد توسعه ارتباطات، توسعه به وسیله ارتباطات و توسعه برای ارتباطات باید به صورت همزمان و در ارتباط با هم در برنامه‌های توسعه لحاظ شود.

همچنین با توجه به توسعه جامعه اطلاعاتی و گسترش فناوری‌های نوین، سیاست‌های مرتبط با حوزه ارتباطات باید در چارچوب اهداف جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای، ضمن تمرکز بر اصل مردم‌محور بودن، با سایر سیاست‌ها ادغام شود تا تلاش‌ها به سمت توسعه پایدار، هماهنگ و منسجم در حرکت باشد.

سیاست‌گذاری ارتباطی، از یک سو بر استفاده مفید از تجربه‌ها و وضعیت موجود و از سوی دیگر، مستلزم اتخاذ رویکردی معطوف به آینده است. یکی از بهترین تجربه‌های برنامه‌ریزی توسعه تا کنون، برنامه ششم عمرانی بوده است. در این برنامه، برای اولین بار، وضعیت گذشته بخش‌ها با مشارکت دستگاه‌های اجرایی مربوطه مورد ارزیابی قرار گرفت. همچنین در این برنامه، علاوه بر تهیه برنامه میان‌مدت، برای یافتن چشم‌انداز بلندمدت توسعه ایران، آینده‌نگری ده‌ساله صورت گرفت.

برای نخستین بار در تدارک برنامه عمرانی ششم، کمیته‌ای در میان کمیته‌های مشترک برنامه‌ریزی سی و شش‌گانه کشور به نام «کمیته اطلاعات و ارتباطات جمعی» تشکیل شد



منابع

- ابراهیم آبادی، حسین (۱۳۹۲). تاملی بر نسبت میان فناوری‌های اطلاعاتی با تغییرات در فرهنگ و مناسبات اجتماعی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. ۶ (۴)، ۸۳-۱۰۶.
- ازکیاء، مصطفی؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۸۱). جامعه‌شناسی توسعه. تهران: نشر کلمه.
- بوستاک، فرانسیس و جونر، جفری (۱۳۹۵). برنامه‌ریزی و قدرت در ایران (ابوالحسن ابتهاج و توسعه اقتصادی زیر سلطه شاه). تهران: کویر.
- تهرانیان، مجید (۱۳۵۵). گزارش کمیته اطلاعات و ارتباطات جمعی. برنامه ششم. پیش‌نویس (۲). تهران.
- تهرانیان، مجید (بی‌تا). ابعاد انسانی توسعه. تهران: پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران.
- خانیکی، هادی (۱۳۸۱). قدرت، جامعه مدنی و مطبوعات. تهران: طرح نو.
- خانیکی، هادی (۱۳۸۴). بنیان‌های مطالعات ارتباطات و توسعه ملی در ایران. علوم اجتماعی، ۲۸ و ۲۹، ۵۶-۷.
- دهقان‌پیشه، الهه؛ اسماعیلی، رضا (۱۳۹۱). ارزیابی مصوبات دولت درباره سینما (۱۳۶۸-۱۳۸۸ شمسی). تحقیقات فرهنگی ایران، ۵ (۱)، ۱۱۵-۱۳۲.
- سازمان برنامه و بودجه (۱۳۶۹). قانون برنامه اول توسعه اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۴-۱۳۷۰).
- سازمان برنامه و بودجه (۱۳۷۳). قانون برنامه دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۴-۷۸).
- سازمان برنامه و بودجه (۱۳۷۹). قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۹-۸۳).
- سازمان برنامه و بودجه (۱۳۸۳). قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۴-۱۳۸۸).
- سازمان برنامه و بودجه (۱۳۸۹). قانون برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۴-۱۳۹۰).
- سرواس، جان. (۱۹۹۱). به سوی رویکرد جدید ارتباطات و توسعه. (مترجم: پیروز ایزدی). (۱۳۸۴ ب). رسانه. ۶۴، ۱۴۹-۱۲۱.
- سرواس، جان. (۱۹۹۱). دگرگونی در نظریه‌های ارتباطات و توسعه و پیامدهای آن در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی ارتباطی. (مترجم: علیرضا حسینی پاکدهی). (۱۳۸۴ الف). رسانه. ۶۴، ۱۰۵-۶۴.
- فرقانی، محمدمهدی (۱۳۸۰). ارتباطات و توسعه؛ چهار دهه نظریه‌پردازی. رسانه، ۱۲ (۲)، ۴۷-۵۳.
- فرقانی، محمدمهدی (۱۳۹۳). مجموعه مقالات روزنامه نگاری، ارتباطات و جامعه. تهران: اطلاعات.



کریمیان، زهرا؛ احمدوند، علی محمد (۱۳۹۱). جامعه اطلاعاتی، هویت فرهنگی و رسالت دانشگاه‌ها. تحقیقات فرهنگی ایران، ۵(۳)، ۴۷-۷۶.

لی، جان. آر. (۲۵۳۶). به سوی سیاست‌های ارتباطی واقع‌بینانه، (مترجم: خسرو جهانداری). بی‌نا. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۱). ارتباطات توسعه و توسعه ارتباطات در ایران: نقش ارتباطات در پیشبرد برنامه‌های توسعه ملی و اهمیت برنامه‌ریزی برای توسعه ارتباطی. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۳). یونسکو و سیاست‌گذاری ملی ارتباطات در کشورهای در حال توسعه. رسانه. ۱۵(۲)، ۵۳۸.

معتمدنژاد، کاظم. (۱۳۸۰). سیری در تحول مطالعات ارتباطی. در مهدی محسین‌راد. ارتباط شناسی. تهران: سروش.

معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۱). وسائل ارتباط جمعی. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی. مولانا، حمید (۱۳۸۷). گذر از نوگرایی، (مترجم: یونس شکرخواه). تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

Hancock, A. (1981). *Communication Planning for Development: an Operational Framework*, UNESCO.

Hsieh, H.F; Shannon, S.E. (2005). Three Approaches to Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.

McQuail, Denis (1983). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publication.

Servaes, J. (1989). Shifts in Development and Communication Theory with a Brief Discussion of its Communication Policy and Planning Consequences. *Progress in Communication Sciences*. 209(59), 51-58.

Servaes, J. (1991). Toward a New Perspective for Communication and Development. *Communication in Development*. 52(1).

Servaes, J.; Malikhao, P. (2005). Participatory Communication: the New Paradigm? In O. Hemer and T. Tuft (eds.), *Media and Global Change: Rethinking Communication for Development*. Goteborg: Nordicom and Buenos Aires: Clacso. Pp.91-103.

Tehrani, M. (1994). *Communication and Development*. In *Communication Theory Today*, David Crawley and David Mitchell (Ed.). Stanford, CA: Stanford University Press.

UNESCO (1972) *Report of the Meeting of Experts on Communication Policies and Planning*. Paris. 17-18 July 1972. Paris: UNESCO.

Zhang, Y.; Wildemuth, B. M. (2009). *Qualitative Analysis of Content*. In B. Wildemuth (Ed.). *Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science*. Westport, CT: Libraries Unlimited. 308-319.



Analysis of Development Plans from Communications Perspective

Received Date: Feb. 9, 2016

Accepted Date: Nov. 25, 2016

Zohreh Shahghasemi¹

Mohammad Mahdi Forghani²

Hadi Khaniki³

Abstract

The movement towards the goals of "Vision plan 1404" needs the perception of the requirements to prepare plans for achieving the favorite objectives of development. With the advent of the information age, the rules of development policy-making strongly have changed in the world and also unique opportunities are provided by variables of communications for countries that have been in early stages of development. Based on this, considering the communications in macro-level and in the political, social, economic and cultural development plans is important and necessary. This requires a review and pathology of previous plans and evaluation of their strengths and weaknesses for preparing of more comprehensive future plans. The main question of this study is: what is the approach of development plans to communications section after Islamic revolution? Which aspects of communications are considered, and what aspects are ignored?

This study analyzes five development plans after the revolution, by using of qualitative content analysis. Results show that in all five-year plans the focus was on hardware and quantitative dimensions of communication development and media, but qualitative and content aspects, such as the right to universal access to information, freedom to obtain and disseminate information within the constitution, freedom of speech and press, a move towards the information society and knowledge-based, also other dimensions of communications such as human, traditional and social communication has been less considered. In the fourth development plan that is "knowledge" centered, new fields of communications has been studied comprehensively in comparison to other plans. According to these approaches and new scientific and experimental perspectives, this paper suggests further engagement in communications necessity for development policy-making.

Keywords: Development Plans, Communications Policy-Making, Communications Planning, Communications, Media.

1. Ph.D of Social Communication Sciences, Faculty Member of Department of Culture and Communication, Academic Center for Education, Culture and Research in Allameh Tabataba'i University; shahghasemi@gmail.com

2. Associate Professor, Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University; forghani@atu.ac.ir

3. Associate Professor, Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University; khaniki@atu.ac.ir



IJCR

23

Abstract

Bibliography

- Azki M., & Ghafir Gh. R. (1377 [1998 A.D]). *Jāme'eh šenāsi-e tuse'eh*. Tehr n Kalameh.
- Bostock, F., & Jones, G. (1395 [2016 A.D]). *Barnāmeḥ rizi va qodrat dar Irān (Abol-Hassan Ebtehāj va tuse'eh-ye eqtesādi-e taht-e solteh-ye šāh)*. Tehran: Kavir.
- Dehqān Pi eh, E., & Esm'ili, R. (1391 [2012 A.D]). Arzy be mosavab e dulat darb e h-ye sinam (1368- 1388). *Tahqiqāt-e Farhangi-e Irān*, 5(1), 115-132.
- Ebr him b ij H. (1392 [2013 A.D]). Ta'amoli bar nesbat-e mi e fan vari h -ye etel ' itb taghyir t dar farhang va mon seb t-e ejtem 'i. *Tahqiqāt-e Farhangi-e Irān*. 6 (4), 83-106.
- Forq ij M. M. (1380 [2001 A.D]). Erteb t va tuse'eh; k rdaheh nazarieh pard iz *Resāneh*, 12(2), 47-53.
- Forq ij M. M. (1393 [2014 A.D]). *Majmu'eh maqālāt-e Ruznāmeḥ negāri, ertebātāt va jāme'eh*. Tehr n Etel ' t.
- Hancock, A. (1981). *Communication Planning for Development: an Operational Framework*, UNESCO.
- Hsieh, H.F; Shannon, S.E. (2005). Three Approaches to Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.
- Im n M. T., & Nu ij M. R. (1390 [2011 A.D]). Tahlil-e mohtav -ye keyfi. *Pažuheš*, 3(2), 15-44.
- Karimi n, Z., & Ahmadvand, 'A. M. (1391 [2012 A.D]). J e h-ye etel ' tihuviat-e farhangi va res la d ng h h *Tahqiqāt-e Farhangi-e Irān*, 5(3), 47-76.
- Lee john A. R. (1356 [1977 A.D]). *Beh su-ye siāsat hā-ye ertebāti-e vāqe' bināneh. (Persian translation of Towards Realisti Communication)*. translated by: Jah d ir X. S. N
- McQuail, Denis (1983). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publication.
- Mo'tamed Ne d K. (1371 [1992 A.D]). *Ertebātāt-e tuse'eh va tuse'eh-ye ertebātāt dar Irān: naqš-e ertebātāt dar pišbord-e barnāmeḥ hā-ye tuse'eh-ye meli va ahamiat-e barnāmeḥ rizi barāye tuse'eh-ye ertebāti*. Tehr n D ne g h-e 'Al meh Tab tabi.'
- Mo'tamed Ne d, K. (1371 [1992 A.D]). *Vasāel-e ertebāt-e Jam'i*. Tehr n: D a g e 'Al meh Tab tabi.'
- Mo'tamed Ne d K. (1380 [2001 A.D]). *Seyri dar tahavol-e motāle'āt-e ertebātāti (in Mahdi Moseni n R il (4th ed.)*. Tehr n Soru .
- Mo'tamed Ne d K. (1383 [2004 A.D]). Yunesko (UNESCO) va si sa goz ri-e meli-e erteb t dar ke ar h -ye dar h e tuse'eh. *Resāneh*, 15(2), 5-38.
- Mowlana, H. (1387 [2008 A.D]). *Gozar az nugerāyi. (Persian translation of The passing of modernity: communication and the transformation of society)*. Translated by: arx h Y. Tehr n Daftar-e Mot le tva Barn meh rizi-e Res neh h .
- S n n-e Barn meh va Budjeh. (1369 [1990 A.D]). Q un-e barn meh-ye aval-e tuse'eh-ye eqtes ij ejtem 'i va farhangi-e Jomhuri-e Esl mi-e Ir (1370- 1374).



- S **ẓ** n-e Barn meh va Budjeh. (1373 [1994 A.D]). Q **un**-e barn meh-ye duom-e tuse'eh-ye eqtes **ī** ejtem 'i va farhangi-e Jomhuri-e Esl mi-e Ir **n** (1374- 1378).
- S **ẓ** n-e Barn meh va Budjeh. (1379 [2000 A.D]). Q **un**-e barn meh-ye sevom-e tuse'eh-ye eqtes **ī** ejtem 'i va farhangi-e Jomhuri-e Esl mi-e Ir **n** (1379- 1383).
- S **ẓ** n-e Barn meh va Budjeh. (1383 [2004 A.D]). Q **un**-e barn meh-ye **ī** om-e tuse'eh-ye eqtes **ī** ejtem 'i va farhangi-e Jomhuri-e Esl mi-e Ir **n** (1384- 1388).
- S **ẓ** n-e Barn meh va Budjeh. (1389 [2010 A.D]). Q **un**-e barn meh-ye panjom-e tuse'eh-ye eqtes **ī** ejtem 'i va farhangi-e Jomhuri-e Esl mi-e Ir **n** (1390- 1394).
- Servaes, J. (1989). Shifts in Development and Communication Theory with a Brief Discussion of its Communication Policy and Planning Consequences. *Progress in Communication Vciences*. 209(59), 51-58.
- Servaes, J. (1991). Toward a New Perspective for Communication and Development. *Communication in Development*. 52(1).
- Servaes, J.; Malikhao, P. (2005). Participatory Communication: the New Paradigm? In O. Hemer and T. Tuft (eds.), *Media and Glocal Change: Rethinking Communication for Development*. Goteborg: Nordicom and Buenos Aires: Clasco. Pp.91-103.
- Servas, J. (1384 [2005 A.D]). Beh su-ye ruykard-e jadid-e erteb t va tuse'eh, (Persian translation of Shifts in development and communication Theory with a Brief Discussion commanication policy and planning cosequences progress in communication siences). Translated by: Izadi, P. *Resāneh*, 16 (4), 121-149.
- Servas, J. (1991). Degargooni dar Nazariyeh -ye va tuse'eh. Translated by: Hoseyni P **ā**ehi, 'A. R. *Resāneh*, 16(4), 64-105.
- Tehr **n** n, M. (1355 [1976 A.D]). Goz re -e komiteh-ye etel ' t va erteb -e jam'i. Barn meh-ye e om (pi nevis-e duom). Tehr **n**.
- Tehranean, M. (1994). *Communication and Development*. In *Communication Theory Today*, David Crawley and David Mitchell (Ed.). Stanford, CA: Stanford University Press.
- Tehr **m**, M. (N. D). *Ab'ād-e ensāni-e tuse'eh*. Tehr **n** Pa uhe kadeh-ye 'Olum-e Erteb t va Tuse'eh-ye Ir **n**
- UNESCO (1972) *Report of the Meeting of Experts on Communication Policies and Planning*. Paris. 17-18 July 1972. Paris: UNESCO.
- X **ī**ki, H. (1381 [2002 A.D]). *Qodrat, jāme'eh-ye madani va matbu'āt*. Tehr **n** Tarh-e Nu.
- X **ī**ki, H. (1384 [2005 A.D]). *Bony **h** -ye mot le -e erteb t va tuse'eh-ye meli dar Ir **n**'Olum-e ejtemā'i*, 28-29, 7-56.
- Zhang, Y.; Wildemuth, B. M. (2009). *Qualitative Analysis of Content*. In B. Wildemuth (Ed.). *Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science*. Westport, CT: Libraries Unlimited. 308-319.

