

بررسی نقش ارتباطات نوین در توسعه ی ایران

شهناز بازدار^۱

^۱ دبیر آموزش و پرورش شهر تهران

چکیده

ارتباطات که تا آغاز قرن بیستم، بارزترین جلوه خود را در صنعت مطبوعات متجلی ساخته بود، امروزه با انقلاب دیجیتال، ماهواره‌های مخابراتی، ارتباطات کامپیوتری، محیط‌های مجازی و به‌ویژه پیدایش شبکه‌های اجتماعی مانند «فیس‌بوک»، «توییتر» و «فرند فید» که از آن با عنوان دومین انقلاب عرصه دیجیتال نام می‌برند، تمامی محاسبات و معادلات جهان را دستخوش تحول و دگرگونی عمیقی ساخته است. توسعه ارتباطات از حوزه روابط بین‌فردی گرفته تا روابط بین‌الملل، اقتصاد، سیاست، فرهنگ، امنیت، اقتدار ملی، عرصه‌های نظامی و سایر عرصه‌های زندگی را رنگی نو بخشیده است. این مقاله با روش توصیفی به تبیین موضوع توسعه و ارتباطات و نقش این دو بر برنامه ریزی های کلان در ایران می پردازد.

واژه‌های کلیدی: ارتباطات، توسعه، انقلاب دیجیتال، جهان، ایران

مقدمه:

وقوع انقلاب اطلاعات و ارتباطات در این دهه ها باعث شده است که عصر حاضر نیز به نام عصر اطلاعات و ارتباطات نامیده شود. عاملی که باعث به وجود آمدن چنین عصری شده است، «فناوری اطلاعات و ارتباطات» است. این فناوری با فناوریهای عصر انقلاب صنعتی تفاوت اساسی دارد، راه آهن جدیدترین فناوری در اواسط قرن ۱۹ بود. راه آهن با اتصال طولانی ترین واگن ها و سریعترین لکوموتیوها باعث تغییر بازارها شد و از این طریق موجب تغییر روش کسب و کار در آن زمان گردید. مزیت های رقابتی فراوانی برای شرکت هایی که در کنار راه آهن قرار داشتند به وجود آورد. با این حال فناوریهای جدید با فناوریهایی مثل راه آهن تفاوت عمده دارد و عامل تفاوت این است که فناوری اطلاعات و ارتباطات تمام حوزه های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، دولت، امنیت، بهداشت، اشتغال و... را تحت تاثیر قرار داده است.

بررسیها نشان می دهد که در سال ۱۹۶۵ فناوری اطلاعات و ارتباطات حدود پنج درصد از هزینه های سرمایه گذاری شرکتها را به خود اختصاص داده است، این رقم در دهه ۱۹۸۰ به ۱۵ درصد افزایش یافت و در ابتدای دهه ۱۹۹۰ هزینه های سرمایه گذاری فناوری اطلاعات شرکتها به ۲۰ درصد و در انتهای دهه ۱۹۹۰ به ۵۰ درصد کل هزینه های سرمایه گذاری شرکتها افزایش می یابد.

این روند حاکی از اهمیت فناوری اطلاعات و ارتباطات در کسب و کار شرکتهاست، به طوری که این فناوری بنیان کسب و کار را تغییر داده است و می تواند به مزیت های استراتژیک برای شرکتها تبدیل شود. گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشورهای توسعه یافته باعث افزایش کارایی اقتصاد این کشورها شده است و بهبود عملکرد سازمانها، ظهور بازارهای جدید، بهبود متغیرهای خرد و کلان اقتصادی کشورهای توسعه یافته از دهه ۱۹۹۰، حاصل سیاستهای اشاعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در این کشورهاست.

مبانی نظری

توسعه

اصطلاح توسعه بصورت فراگیر پس از جنگ جهانی دوم مطرح شده است. واژه توسعه در لغت به معنای خروج از «لفاف» است. در قالب نظریه نوسازی، لفاف همان جامعه سنتی و فرهنگ و ارزشهای مربوط به آن است که جوامع برای متجدد شدن باید از این مرحله سنتی خارج شوند. در تعریف توسعه نکاتی را باید مد نظر داشت که مهمترین آنها عبارتند از اینکه اولاً توسعه را مقوله ارزشی تلقی کنیم، ثانیاً آن را جریانی چند بعدی و پیچیده بدانیم، ثالثاً به ارتباط و نزدیکی آن با مفهوم بهبود (Improvement) توجه داشته باشیم.

واژه "توسعه" (development) از نظر لغوی در زبان انگلیسی، به معنی بسط یافتن، درک کردن، تکامل و پیشرفت است. گرچه این واژه از قرن هشتم هجری (۱۴ میلادی) برای توضیح برخی پدیده های اجتماعی بکار رفته است، لیکن استفاده وسیع از این واژه به عنوان یک چارچوب تحلیلی برای درک پیشرفت جوامع انسانی، به بعد از جنگ جهانی دوم و در دهه های ۱۹۶۰-۱۹۵۰ مربوط می شود. در آن موقع، این واژه مترادف با نوسازی، رشد، صنعتی شدن و برای تعبیرات و اصطلاحات مشابه به کار می رفت.

توسعه در یک تعریف دیگر به معنی "خروج از لفافه" است. "لفافه" از دیدگاه صاحب نظران نسل اول توسعه، به معنی خروج از جامعه سنتی و ارزش های مربوط به آن است. به اعتقاد آنها برای دستیابی به توسعه باید از مرحله سنتی خارج شد و به تجدد رسید. الگویی که مورد توجه افرادی چون "لرنر"، "شرام" و "راجرز" بود. اما امروزه مفهوم

توسعه از دیدگاه بیشتر صاحب نظران، همه ابعاد زندگی بشر را در برمی گیرد. توسعه از نیازهای انسانی آغاز می شود تا به مسائل مربوط به زندگی معنوی انسان نیز برسد.

توسعه مفهومی است که از آغاز دوران مدرنیته از سوی نظریه پردازان برای کشورهایی که از سطح پائین رشد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی برخوردار بودند مطرح شد. هدف اولیه نظریه پردازان از مفهوم توسعه ارائه الگو و مدلی برای حرکت جوامع مختلف به ویژه به سبک کشورهای غربی بود. با این حال کم کم مفهوم توسعه دچار پیچیدگی و تعریف های متعدد و مبهمی شد؛ به طوری که ارائه یک تعریف جامع برای آن مشکل شد.

در یک تعریف توسعه به بهبود، رشد و گسترش همه شرایط و ابعاد مادی و معنوی حیات اجتماعی را گویند که در رابطه بین دولت و ملت بوجود می آید و شرایط مناسبی را از امنیت، آزادی فردی، مشارکت سیاسی، رشد اقتصادی و رفاه مالی و غیره را مهیا می کند.

با توجه به گستردگی مفهوم توسعه، این مفهوم در شاخه های متعددی تقسیم بندی می شود که شامل توسعه اقتصادی، توسعه سیاسی، توسعه اجتماعی، توسعه فرهنگی و غیره است که مجموع اینها شاخص های یک جامعه توسعه یافته را تشکیل می دهد.

ارتباطات:

تعاریف ارتباط

تاریخ اندیشه های ارتباطاتی تعاریف متعدد و مختلفی را از سوی صاحب نظران، پژوهشگران و نویسندگان ارتباطات در خود جای داده است. هر یک از اندیشمندان با توجه به زاویه دید و اهمیتی که برای عناصر ارتباطات قائل هستند آن را تعریف کرده اند. در این میان دو تعریف از مقبولیت خاصی برخوردار است. تعریف اول؛ ارتباط را فرایندی می داند که به واسطه ی آن ارتباط گر یا فرستنده از طریق یک رسانه یا مجرا پیامی را با تأثیراتی معین به گیرنده می رساند. تعریف دوم؛ ارتباط را کنشی اجتماعی می داند که افرادی از یک فرهنگ مشخص در واکنش به تجربه خود از واقعیت به مبادله معانی می پردازد. با این وجود نمی توان تعریف واحدی از ارتباط که همه افراد را قانع کند، ارائه داد. شاید هم اصلاً چنین تعریفی وجود نداشته باشد. بنابراین سعی بر این است، اندیشه و نظریات گوناگون را تا حد امکان جمع آوری تا بتوان آنها را به یک مرز مشترک نزدیک ساخت. "ارتباطات" از دیدگاه عده ای بر مفاهیم متفاوت و گاهی متضاد گفته می شود. از طرفی هم ارتباط را تبادل متفکرانه دیدگاه ها از طریق یک مکالمه معنادار بین دو انسان که به نوعی ارسال پیام ساده و بدون تفکر است، می دانند. با این تعریف می توان گفت، ماشین ها و جانوران نیز ارتباط برقرار می کنند. از طرف دیگر می توان ارتباطات را یک فرایند سازمان یافته برای تبادل اطلاعات بین بخش ها که معمولاً بواسطه یک رشته علائم انجام می گیرد، تعریف کرد. گروهی در تعریف خود بر ترغیب و اقناع یا همانندی و اشتراک اندیشه با ابعاد گسترده تر و تأثیرگذار قلمداد کرده اند. عده ای بر پاسخ و بازتاب تأکید بیشتری کرده اند. و برخی دیگر از اندیشمندان بر عنصر پیام تأکید دارند. حتی لسول در سال ۱۹۴۸ یک مدل ارتباط کلامی ارائه می دهد. این مدل یکی از اولین نمونه های مدل ارتباط به مانند یک فرایند است: "چه کسی چه چیزی را از چه مجرای به چه کسی و با چه تأثیری می گوید". او بر مفهوم "تأثیر" ارتباط تأکید داشت. از نظر متفکران دیگر مفاهیم "قصد" و "بافت" ارتباط اهمیت اساسی دارند. زیرا بیشتر ارتباطگران از ایجاد ارتباط هدفی دارند و نیز شرایط اجتماعی ارتباط لزوماً بر نحوه ی بیان و فهم پیام ها تأثیر می گذارد.

عناصر ارتباطات:

عناصر ارتباطات را می توان به شرح زیر بیان کرد:
 کانال، زمینه، محیط، پس خورد، تداخل امواج، پیغام، دریافت کننده، پردازش و منبع.
 فرایند "ارتباطات" به انسان ها اجازه می دهد تا تجارب و دانش خود را در زمینه های مختلف به اشتراک بگذارند.

روش های ارتباطات انسانی:

روش های ارتباطی انسان را می توان؛ زبان علائم، مکالمه، نوشتن، اشاره، حالت و حرکات بدنی، پخش رادیو و تلویزیونی و سینما بیان کرد.
 ارتباط می تواند به یکی از روش های رو در رو، یک طرفه، ارادی یا غیر ارادی و شفاهی یا غیر شفاهی انجام گیرد. علاوه بر آن ارتباط می تواند درون فردی و میان فردی هم باشد. (hamshahrionline.ir)

یافته های تحقیق:

حوزه ارتباطات توسعه «پس از جنگ جهانی دوم مورد توجه صاحب نظران و اندیشمندان و کشورهای تازه قرار گرفت». در مورد نقش ارتباطات در توسعه و رابطه بین این دو مفهوم تاکنون نظریات و دیدگاه های مختلف و گاه متضادی ارایه شده است و مکاتب و پژوهشگران بسته به نگرش های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی خود رویکردهای مختلفی را نسبت به موضوع یادشده اتخاذ کرده اند.

این رویکردها و نظریات، از خوشبینی مطلق تا بدبینی تمام، در نوسان است. نظریه های مربوط به توسعه و ارتباطات را حداقل می توان به سه نسل تقسیم کرد. (خانیک، ۱۳۸۶ - ۱۳۸۵)

نسل نخست: رویکرد خوشبینانه نسبت به نقش و تأثیر فرآیندهای ارتباطی در تغییرات اجتماعی را در بر می گیرد که به «معجزه ارتباطات» اعتقاد دارد. در این رویکرد بر انتشار عمودی و یکسویه پیام های وسایل ارتباط جمعی تأکید می شود. (همان: ۳۳)

پیشگامان رویکرد خوشبینانه (افرادی چون دانیل لرنر، ویلبر شرام، لوسین پای و اورت راجر) رسانه ها را «موتورهای توزیع فرهنگ و توسعه اقتصادی دانستند». به نسل نخست نظریات ارتباطات و توسعه «نوسازی» نیز گفته می شود که دانیل لرنر شاخص ترین نظریه پرداز این حوزه است. تمامی شاخص هایی که وی برای تبیین مفهوم توسعه ارایه می دهد کمی هستند: شهرنشینی، سواد، رسانه، مشارکت (خانیک، همان).

نسل دوم نظریات: مربوط به تأثیر ارتباطات در فرآیند توسعه را نظریات انتقادی و بدبینانه تشکیل می دهند (همان). این دسته از نظریات در پی تحقیقاتی شکل گرفتند که «اثرهای منفی کاربرد رسانه ها را در گسترش هنجارها و ارزش های جامعه مصرف گرایی غربی، تضعیف ارزش های بومی و تشدید بی هویتی و از خودبیگانگی و در نتیجه اختلال در روند توسعه درون زا ... نشان دادند». دیدگاه های انتقادی تحت تأثیر اندیشه های سوسیالیستی و مارکسیستی و نظریه وابستگی قرار دارند و معتقدند رسانه ها در جهت سلطه فعالیت می کنند و هژمونی را گسترش می دهند. پژوهشگران چون برت شیرلر، راجرز و بسیاری از نظریه پردازانی که در حوزه جهان سوم فعالیت می کنند پیرو دیدگاه انتقادی بودند.

نسل سوم رویکردهای مطروحه در حوزه ارتباطات و توسعه را نظریات مبتنی بر تحول فناوری اطلاعات در بر می گیرد که به مباحثی چون نقش تکنولوژی به ویژه IT در تغییرات اجتماعی توجه می کند (خانیک، همان). در این رابطه مفاهیمی چون جامعه اطلاعاتی، جامعه دانایی محور و اقتصاد رسانه مطرح شده و مورد بحث و بررسی قرار گرفته است (همان). نسل سوم نظریات ارتباط و توسعه به نظم نوین ارتباطی نیز توجه می کند. ضمن آنکه

معتقد است تأثیر رسانه‌ها خطی نیست. از منظری دیگر مجید تهرانیان مراحل و شاخص‌های ارتباطات و توسعه را به سه دسته تقسیم می‌کند:

۱- توسعه ارتباطات (شاخص‌های کمی)

۲- توسعه به وسیله ارتباطات (شاخص‌های کیفی): در این مرحله بسیج اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی شکل می‌گیرد.

۳- توسعه برای ارتباطات: در مرحله سوم در هر چهار حوزه فوق یکپارچگی رخ می‌دهد.

به عبارت دیگر در مرحله نخست شبکه‌ها و ابزارهای ارتباطی توسعه می‌یابند. در مرحله دوم وسایل ارتباط جمعی در خدمت توسعه قرار می‌گیرند و در مرحله پایانی ارتباطات به همگرایی و گسترش تبادل معانی در جامعه می‌انجامد.

نوشته حاضر در صدد است نوع نگاه برنامه‌ریزان و مجریان ایران به مقوله نقش ارتباطات در توسعه به‌ویژه در مورد برنامه چهارم توسعه (۱۳۸۸ - ۱۳۸۴) را به صورت اجمالی مورد بررسی قرار دهد.

۱- مطالعات و تحقیقات ارتباطات و توسعه در ایران

به طور کلی به رابطه بین توسعه و ارتباطات می‌توان از دو منظر نگاه کرد:

الف - توجه به امکانات بهره‌برداری از انواع ارتباطات و وسایل ارتباطی در راه پیشبرد برنامه‌های گوناگون توسعه اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی (ارتباطات توسعه)

ب - ضرورت توسعه وسایل و تکنولوژی‌های مختلف ارتباطی و بهبود عملکردهای آنها در مسیر تأمین منافع و مصالح همگانی جامعه. (معمدینژاد، ۱۳۸۴: ۷)

به هر روی، ارتباطات و وسایل ارتباطی، نوین، که خود از شاخص‌های مهم توسعه ملی به شمار می‌روند از عوامل مؤثر در موفقیت برنامه‌های توسعه نیز شناخته شده‌اند. (همان: ۸)

در ایران از سال‌های پیش از انقلاب تاکنون بحث ارتباطات توسعه مورد توجه پژوهشگران و مدیران قرار داشته است. از سوی دیگر پژوهشگران خارجی به‌ویژه پیش از انقلاب اسلامی در پژوهش‌ها و تألیفات خود در حوزه توسعه خاورمیانه و جهان سوم، ایران را نیز مورد مطالعه قرار داده‌اند که به برخی از آنها اشاره می‌شود.

* یکی از نخستین آثاری که از دریچه ارتباط به توسعه ایران نگریست، کتاب «گذار از جامعه سنتی: نوسازی خاورمیانه» اثر دانیل لرنر بود.

* محقق آمریکایی «لئونارد بایندر» نیز کتابی به نام «ایران: توسعه سیاسی در یک جامعه در حال دگرگونی» را به رشته تحریر درآورد.

* همچنین «امین بنایی» پژوهشگر ایرانی مقیم آمریکا، در کتابی تحت عنوان «نوسازی ایران» موضوع توسعه در ایران را مورد توجه قرار داد.

محققان ایرانی و خارجی در مقالاتی که در مجلات تخصصی به چاپ می‌رسیدند به مسئله توسعه ایران پرداختند. پژوهشگرانی چون «دیوید مک کلاند»، «امین بنایی» و «حمید مولانا» مقالاتی را با موضوعاتی چون «خصلت ملی و نقش آن در توسعه» و «نقش وسایل ارتباطی جمعی» از جمله موضوعات مطبوعات در ایران در مجلات گوناگون به چاپ رساندند.

تأسیس دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی در سال ۱۳۵۰ و در پی آن تشکیل پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران در سال ۱۳۵۵ به کوشش مجید تهرانیان به گسترش پژوهش‌های ارتباطی انجامید. پژوهشکده مورد اشاره طرح‌های متعددی را در زمینه توسعه اجرا کرد و نتیجه برخی از آنها را به چاپ رساند. از جمله این طرح‌ها و آثار می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- نقش رسانه‌ها در پشتیبانی توسعه ملی

۲- نقش رسانه‌ها در پشتیبانی توسعه اقتصادی

۳- نقش رسانه‌ها در پشتیبانی توسعه سیاسی

۴- نقش رسانه‌ها در پشتیبانی توسعه فرهنگی

۵- استفاده از خبر به عنوان یک وسیله ارتباط جمعی

۶- ترجمه کتاب «به سوی سیاست‌های ارتباطی واقع‌بینانه» که از سوی سازمان یونسکو چاپ شده بود.

۷- برگزاری سمینارهای تخصصی راجع به مسائل پژوهشی ارتباطات و توسعه با همکاری محققان ایرانی و آمریکایی از جمله دانیل لرنیکی دیگر از سازمان‌های فعال در حوزه مطالعات ارتباطات توسعه، سازمان رادیو و تلویزیون ملی ایران بود. این سازمان در قالب «طرح آینده‌نگری» دو برنامه را به مرحله اجرا درآورد. نخستین برنامه، سمیناری بود تحت عنوان «نقش رسانه‌های همگانی در توسعه ملی ایران» که در اردیبهشت ۱۳۵۴ در شیراز برگزار شد. در این سمینار چهارچوب نظری طرح آینده‌نگری و ساخت موجود و آینده تکنولوژی و مدیریت رسانه‌ها از جمله تلویزیون در ایران، مورد بحث قرار گرفت. نظرسنجی از سرشناسان فرهنگی و سیاسی ایران از دیگر موضوعاتی بودند که در سمینار شیراز طرح شد.

دومین برنامه‌ای که از سوی سازمان رادیو و تلویزیون ملی ایران تحقق یافت «سمپوزیوم بین‌المللی درباره سیاست‌های ارتباط جمعی در جوامع در حال توسعه شتابان» نام داشت که در تابستان ۱۳۵۴ در مشهد برگزار شد. در این سمپوزیوم پژوهشگران سرشناسی از داخل و خارج کشور به ارائه سخنرانی و مقاله درباره موضوعات مختلف پرداخته‌اند که برخی از آنها عبارتند از: «نظریه‌ها و سیاست‌های مربوط به ارتباطات توسعه‌بخش»، «نقش‌های جدید ارتباط جمعی در توسعه ملی» و «تجربه‌های ملی در سیاست‌های ارتباطی» پس از انقلاب اسلامی نیز پژوهش‌های ارتباطات توسعه با فراز و نشیب‌هایی ادامه یافت. در این دوره مهم‌ترین و بیشترین پژوهش‌های نظری مربوط به ارتباطات و توسعه در مورد ایران که در خارج از کشور انجام شدند، متعلق به «مجید تهرانیان»، «حمید مولانا» بودند. در این پژوهش‌ها بیشتر به علل شکست برنامه‌های نوسازی ایران، کاربردهای نادرست وسایل ارتباط جمعی برای حفظ قدرت خودکامه سیاسی و گسترش وابستگی‌های فرهنگی خارجی پرداخته شده است.

تهرانیان در این سال‌ها تلاش‌های خود را به نظریه‌پردازی در مورد الگوی ارتباطی حاکم بر ایران از یک سو و بررسی دیدگاه‌هایی در مورد ارتباطات به‌ویژه در رابطه با نقش آن در صلح، دیپلماسی و توسعه جهانی از سوی دیگر، معطوف کرده است. البته در مورد اخیر نیز وی با ذکر مثال‌هایی چند در مورد ایران از کشور خود غافل نشده است. مولانا نیز در پژوهش‌های پس از انقلاب خود به موضوعاتی چون «نقش ارتباطات در شرایط فعلی جامعه ایران»، «اهمیت ارتباطات سنتی در شکل‌گیری و پیروزی انقلاب اسلامی» و «کاربردهای ارتباطی در دوران حکومت جمهوری اسلامی» توجه کرده است. وی همچنین مسائلی را مانند نقش تکنولوژی اطلاعاتی در کشورهای در حال توسعه، ارتباط جمعی در خاورمیانه، ارتباطات، اصول اخلاقی، سنت اسلامی و هدف‌های تبلیغ از نظر اسلام و ارتباط بین جامعه مدنی، جامعه اطلاعاتی و جامعه اسلامی مورد بررسی قرار داده است. از جمله دیگر محققانی که پس از انقلاب به تحقیق در مورد ایران پرداخته‌اند می‌توان به «آنابل سربرنی» و «علی محمدی» را نام برد که مطالعات و تحقیقاتی را ارجع به نقش ارتباطات در نوسازی ایران، همبستگی وسایل ارتباطی در جهان سوم (با نگاه ویژه به ایران) و امپریالیسم و هویت فرهنگی، انجام داده‌اند.

اما پس از پایان یافتن جنگ تحمیلی، بار دیگر مؤسسات دولتی و سازمان‌های آموزشی و پژوهشی به ضرورت انجام مطالعات و تحقیقات درباره توسعه بخشی ارتباطات، توجه کردند. از سوی دیگر احیای رشته علوم ارتباطات به صورت یک رشته مستقل دانشگاهی با شاخه‌های مختلف و تأسیس تقاطع بالاتر تحصیل این رشته در چندین

دانشگاه، به ترتیب نیروی انسانی متخصص برای انجام پژوهش‌هایی در حوزه‌های گوناگون ارتباطی از جمله ارتباطات توسعه، کمک کرده است.

همچنین معاونت مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در جهت استفاده از وسایل ارتباطی جمعی در تحقق هدف‌های توسعه و پیشرفت ملی، کوشش‌هایی را به عمل آورده است از جمله انتشار فصلنامه رسانه (توسط مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها)، برگزاری سمینارهای مختلف و انتشار کتاب‌های تخصصی درباره ارتباطات.

۲- ارتباطات در برنامه‌های توسعه ایران

برنامه‌ریزی توسعه از سه بخش اساسی یعنی شناخت سیستم‌ها، روابط بین آنها و تعیین اهداف مطلوب تعریف شده است، با این مفهوم، سابقه ظهور برنامه‌ریزی در متون رسمی ایران به سال ۱۳۱۶ باز می‌گردد، در این سال هیأت دولت با تأسیس شورای اقتصاد وظایفی را به آن سپرد که یکی از آنها طراحی نقشه‌های اقتصادی به همراه راه‌های اجرایی آن بود.

۳- نقش ارتباطات در برنامه‌های توسعه ملی پیش از انقلاب

در مجموع شش برنامه توسعه ملی در سال‌های پیش از انقلاب تدوین شد که پنج برنامه به مرحله اجرا رسید و ششمین برنامه همزمان با انقلاب تنظیم شد. این برنامه‌ها براساس الگوی نوسازی دانیل لرنر تنظیم شدند و چندان تأثیرگذار نبودند. در همگی آنها کم‌توجهی به نقش ارتباطات در کمک به تحقق هدف‌های توسعه به چشم می‌خورد.

در برنامه اول تا سوم عمرانی بر اصلاح و تکمیل وسایل ارتباطی و اصلاح سیستم مخابراتی کشور تأکید شد. در برنامه عمران پنجم، توسعه خبرگزاری پارس و شبکه تلویزیونی رنگی مورد توجه قرار گرفتند. (مسعودی، ۱۳۸۳) تنها در برنامه ششم عمرانی بود که حضور جمعی از کارشناسان و متخصصان ارتباطات در کمیته مشترک اطلاعات و وسایل ارتباط جمعی، باعث شد سازمان برنامه و بودجه شناخت بهتری از اوضاع منطقه‌ای و ملی و جهانی به دست آورد و به «نقش ارتباطات در برنامه‌ریزی برای توسعه کشور» واقف شود. البته در برنامه ششم نیز بیش از اینکه به ارتباطات توسعه توجه شود، توسعه ارتباطات مدنظر قرار گرفته است. به طور کلی می‌توان نتیجه‌گیری کرد بینش‌های برنامه‌ریزی در دوران پیش از انقلاب بخشی‌نگر و در جهت سازگاری با اوضاع و احوال جامعه سیاسی بود.

۴- نقش ارتباطات در برنامه‌های توسعه بعد از انقلاب

از زمان پیروزی انقلاب اسلامی تاکنون چهار برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به تصویب رسیده است. در این چهار برنامه نیز ارتباطات و نقش بالقوه آن در توسعه چندان مورد توجه واقع نشده است. به عبارت دیگر در برنامه‌های توسعه ایران بیش از آنکه به ارتباطات توسعه به عنوان نقش وسایل ارتباط جمعی در برقراری ارتباط بیش عوامل توسعه، مواردی چون توانمندسازی، مشارکت و آموزش جامعه و میزان دسترسی پرداخته شده باشد به توسعه ارتباطات با رویکرد افزایش زیرساخت‌های ارتباطی و مخابراتی نگاه شده است.

در برنامه دوم توسعه نیز به کاربرد امکانات ارتباطی در دستیابی به هدف‌های مختلف توسعه اعتنای چندانی نشد و تنها در زمینه کنترل بهداشت، جمعیت و آموزش اشاره صریح به ارتباطات توسعه صورت گرفت (خدابخشی، همان). برنامه سوم توسعه از نظر توجه به ارتباطات توسعه و برگزیدن نگاه دوم در برنامه‌ریزی [ارتباطات توسعه]، نسبت به دو برنامه پیش، پیشروتر ارزیابی شده است. در این برنامه به موضوعاتی همچون عمران شهری، بازرگانی

خارجی، امور قضایی و بهداشت و نقش وسایل ارتباط جمعی بویژه صداوسیما در جهت ارتقای فرهنگ عمومی و آموزش های همگانی توجه شده است.

با وجود این برنامه سوم نیز خالی از اشکال نیست، از نظر مسعودی مهم ترین انتقادات وارد بر برنامه سوم توسعه عبارتند از: «عدم اختصاص یک فصل مستقل در برنامه برای ارتباطات و نگاه معطوف به توسعه ارتباطات در فصل پنجم» (پست و مخابرات)

۵- برنامه ریزی ارتباطات؛ تفاوت دیدگاه ها

نتایج پژوهشی که در سال ۱۳۸۵ در زمینه دیدگاه مدیران و مجریان برنامه های سوم و چهارم توسعه انجام شده نشان می دهد دیدگاه آنان به الگوهای توسعه به وسیله ارتباطات نزدیک تر شده است. ضمن آنکه براساس همین تحقیق، همچنان اکثر پاسخگویان به نقش اقتصادی توسعه، نقش سخت افزاری ارتباطات و افزایش زیرساخت های ارتباطی به عنوان عناصری مهمتر از نقش های فرهنگی، اجتماعی، مشارکتی و انتقادی رسانه های جمعی توجه می کنند.

در پژوهش یادشده همچنین اکثریت پاسخگویان بیشتر از آنکه نقش مشارکتی و انتقادی برای رسانه ها در فرایند توسعه قائل شوند بر اهمیت نقش آگاهی بخش ارتباطات در توسعه و کمک به تحقیق از پیش تعیین شده حکومتی تأکید کرده اند.

۶- سند چشم انداز ۲۰ ساله

در بند سوم چشم انداز جامعه ایرانی در سال ۱۴۰۴ هـ. ش جامعه ای «برخوردار از دانش پیشرفته»، «توانا در تولید علم و فناوری»، «متکی بر سهم برتر منابع انسانی و سرمایه اجتماعی در تولید ملی» توصیف شده است در بند ۷ سیاست های کلی برنامه چهارم به اطلاع رسانی مناسب برای تحقق ویژگی های مورد نظر در افق چشم انداز اشاره شده است.

۷- نگاهی کلی به برنامه چهارم توسعه

تنها ماده ۱۰۵ لایحه، به توسعه مبتنی بر دانایی ارتباطات و فناوری اطلاعات اختصاص یافته و دولت را در شش تبصره موظف می کند تا به «رفع انحصار و ایجاد رقابت در بخش مخابرات و پست» بپردازد. به نظر می رسد لازم بود برای دستیابی به افق های سند چشم انداز و سیاست های کلی برنامه چهارم؛ در لایحه دولت، فصلی جداگانه برای ارتباطات و توسعه مبتنی بر دانش، اختصاص می یافت.

از دیدگاهی دیگر، برخی از صاحب نظران معتقدند الگوی توسعه ای مورد نظر در برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با الگوی نوسازی دانیل لرنر قابل انطباق است با این تفاوت که در الگوی نوسازی، وسایل ارتباط جمعی عامل توسعه تلقی می شوند و در برنامه چهارم این وسایل جای خود را به جامعه اطلاعاتی داده اند.

نتیجه گیری:

امروزه توسعه رسانه ها و توسعه جوامع، رابطه مستقیم و تنگاتنگی با یکدیگر پیدا کرده اند چراکه در حال حاضر در دنیای صنعتی درصد بسیار بالایی از نیروی کار فعال در بخش ارتباطات مشغول فعالیت هستند و مردم کشورهای توسعه یافته بیش از ۶ تا ۷ ساعت از وقت خود را صرف ارتباطات می کنند. اغلب این کشورها در عرصه رسانه های ارتباطی، خود تولیدکننده اطلاعات هستند و از پیشرفت های رسانه ای نیز برای تولیدات خود بهره می برند. به همین دلیل مفاهیمی چون «روزنامه نگاری توسعه» و «اخبار توسعه» بیش از هر زمان دیگری توجه برنامه ریزان

فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشورها را به خود معطوف ساخته است. «آگارولا» روزنامه نگار هندی و مسئول پیشین ارتباطات در توسعه ملل متحد در آسیا و اقیانوسیه معتقد است روزنامه نگاری که در بخش توسعه فعالیت می کند، باید به صورت انتقادی، مناسبت برنامه های توسعه را از جنبه نیازهای محلی و ملی، مورد ارزیابی قرار دهند. سینگ هال نیز می گوید: هرگاه از وسایل ارتباط جمعی برای حمایت از یک طرح یا برنامه ویژه توسعه استفاده شود، آن را ارتباطات توسعه و یا ارتباطات پشتیبان توسعه می گویند. بدین ترتیب، دو تعریف فوق را می توان «ارتباطات توسعه» یا «ارتباطات توسعه بخش» نامید که در آن ارتباطات در خدمت توسعه است. ارتباطات توسعه و توسعه ارتباطات در برنامه ریزی های توسعه ملی لازم و ملزوم یکدیگرند. در این میان نقش وسایل ارتباط جمعی، آگاهی دهی، نظارت، راهنمایی و آموزش است. برنامه ریزی در مورد ارتباطات، به عنوان یکی از ارکان مهم برنامه های توسعه، اکنون در برنامه های توسعه مورد توجه کشورهای مختلف است. رسانه می تواند در فرایند گذار به سوی توسعه سیاسی در کشورها نیز نقش مؤثری داشته باشد. به طور مثال در کشور افغانستان در سال های اخیر با ایجاد فضای به نسبت باز اطلاعاتی و رسانه ای، آگاهی مردم از امور سیاسی و مشارکت در فرایند توسعه سیاسی افزایش یافته است. همچنین با رشد و توسعه رسانه های نوین در جهان امروز، باور همگان بر این است که رسانه به عنوان مؤثرترین ابزار برای ایجاد تغییرات اجتماعی و توسعه فرهنگی در سطح کلان جامعه مطرح است. فن آوری های نوین ارتباطی عملاً در توسعه پایدار جوامع نقش بسزایی بر عهده دارند و به عنوان نیروی محرکه در رشد و توسعه فرهنگی جوامع عامل مهمی به شمار می آیند. در جوامع در حال توسعه امکان دسترسی عموم مردم به رسانه های نوشتاری کمتر از کشورهای توسعه یافته است و عامه مردم چندان رغبتی به مطالعه نشان نمی دهند و فرهنگ کتابخوانی و خرید روزنامه و نشریه نیز هنوز همه گیر و جزء عادات روزنامه مردم نشده است. از این رو پرداختن به جایگاه و کارکرد رسانه های گروهی و به خصوص بررسی نقش و مسئولیت رسانه های فراگیری چون رادیو و تلویزیون که اغلب در این جوامع دولتی یا در اختیار نهادهای وابسته به دولت هستند، از اهمیت بسیاری برخوردار است.

منابع:

- ۱- خانیکی، هادی، **جزوه درس ارتباطات و توسعه**، مقطع کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، سال تحصیلی ۸۶ - ۱۳۸۵
- ۲- معتمدنژاد، کاظم، **سیر تحول مطالعات و تحقیقات ارتباطات و توسعه در ایران**، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقات وسایل ارتباطات جمعی (رسانه)، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، سال شانزدهم، شماره ۴، تهران، زمستان ۱۳۸۴
- ۳- ذاکر، عبدالله، **جایگاه ارتباطات در برنامه های توسعه ایران** (نظرسنجی از کارشناسان ارتباطات و روزنامه نگاران درباره ۴ برنامه ریزی ارتباطات کشور)، پایان نامه دوره کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران ۷۷ - ۷۶
- ۵- مسعودی، امید، **ارتباطات در برنامه چهارم توسعه ایران**، روزنامه شرق، ۳ تیر ۱۳۸۳