فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی، دوره‌ی چهارم، شماره‌ی ۳، زمستان ۹۴، صفحات ۸۳-۱۱۰

تحوّل مفهومی «ارتباطات» و «توسعه» در برنامه‌های توسعه‌ی ایران (مطالعه‌ی موردی: آخرین برنامه‌ی توسعه‌ی نظام گذشته [۱۳۵۵] و نخستین برنامه‌ی توسعه‌ی سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران [۱۳۸۳])

هادی خانیکی[۱]، زهره شاه‌قاسمی[۲]

تاریخ دریافت: ۱۳۹٤/۰۱/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹٤/۰۸/۲۱

چکیده

تحوّل گفتمانی مبانی، متغیّرها و عوامل اثرگذار بر توسعه، تحوّل مفهومی در نسبت میان ارتباطات و توسعه را به دنبال داشته است؛ به‌گونه‌ای که اثرات آن در اسناد برنامه‌ریزی‌های توسعه نیز به چشم می‌خورد. مطالعه‌ی تاریخی این سیر تحوّل از سویی و شناخت وجوه اشتراک و تمایز برنامه‌های مهمّ توسعه از سوی دیگر، فرایند برجسته شدن نقش ارتباطات را در این زمینه نشان می‌دهد. مطالعه‌ی تطبیقی ارتباطات در برنامه‌ی ششم توسعه (۱۳۵۵) که آخرین برنامه‌ی توسعه‌ی نظام گذشته به‌شمار می‌آید و برنامه‌ی چهارم توسعه (۱۳۸۳) که نخستین برنامه بر اساس سند چشم‌انداز بیست‌ساله‌ی توسعه‌ی جمهوری اسلامی ایران است، مشابهت‌ها و تفاوت‌های تاریخی را در برداشت از دو مفهوم توسعه و ارتباطات نشان می‌دهد. در برنامه‌ی ششم پیشین، کمیته‌ی مشترک برنامه‌ریزی اطّلاعات و ارتباط جمعی در سال ۱۳۵۵ به «ابعاد اطّلاعاتی و ارتباطی برنامه‌ریزی توسعه‌ی ملّی» بر پایه‌ی «گذار از جامعه‌ی سنّتی به جامعه‌ی اطّلاعاتی» پرداخته و مأموریّت برنامه‌ی چهارم جدید نیز «رشد پایدار اقتصادی دانایی‌محور» بر پایه‌ی اهداف چشم‌انداز بیست ساله‌ی کشور تعریف شده است.

مقاله‌ی حاضر با تحلیل محتوای مستندات نظری دو برنامه یعنی گزارش کمیته‌ی مشترک برنامه‌ریزی اطّلاعات و ارتباطات جمعی برنامه‌ی ششم (۱۳۵۵) و مبانی نظری و مستندات برنامه‌ی چهارم توسعه (۱۳۸۳) به توصیف و تحلیل مفهوم «ارتباطات» و «توسعه» در آن‌ها می‌پردازد. بر اساس این پژوهش در برنامه‌ی ششم (۱۳۵۵)، «توسعه‌ی ملّی»، هدف توسعه‌ای و « گذار از جامعه سنّتی به جامعه‌ی اطّلاعاتی» مسأله‌ی ارتباطات کشور است. این دو مضمون در برنامه‌ی چهارم (۱۳۸۳) با هدف «رشد پایدار اقتصادی» در توسعه و «جامعه‌ی دانایی‌محور» در ارتباطات دنبال شده‌اند.

واژه‌های کلیدی: ارتباطات، توسعه، برنامه‌ی ششم توسعه، برنامه‌ی چهارم توسعه، جامعه‌ی اطّلاعاتی، جامعه‌ی دانایی‌محور.

[۱] دانشیار گروه علوم ارتباطات دانشگاه علّامه طباطبایی hadi.khaniki@gmail.com

[۲] دکترای علوم ارتباطات دانشگاه علّامه طباطبایی (نویسنده‌ی مسؤول) shahghasemi@gmail.com

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

مقدّمه

گفتمان‌ها و الگوهای غالب توسعه و ارتباطات از سه دهه‌ی پایانی قرن بیستم تاکنون تحت‌تأثیر تحوّلات مختلف عینی و ذهنی، دگرگونی‌های فراوانی یافته و وضعیّت کشورهای در حال توسعه نیز لزوم توجّه به نقش ارتباطات را در توسعه بیش‌تر کرده است. به همین سبب دو مفهوم توسعه و ارتباطات در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های توسعه‌ای، اَشکال و ابعاد عملی متفاوتی یافته است. در این فرایند، عمدتاً ارتباطات به‌مثابه اهرمی توانا در برنامه‌ریزی‌های «توسعه‌ی ملّی» به‌شمار می‌آید؛ به‌گونه‌ای که موجب شده «ارتباطات توسعه» یعنی نقش نرم‌افزارانه‌ی رسانه‌ها، در کنار ضرورت «توسعه‌ی ارتباطات» یعنی نقش سخت‌افزارانه‌ی رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی در برنامه‌ریزی‌های توسعه، به‌عنوان یکی از ارکان اساسی تحقّق برنامه‌های توسعه موضوعیّت یابد.

در چهار دهه‌ی گذشته، برنامه‌های عمرانی و توسعه‌ی ایران از این تحوّلات تأثیر پذیرفته و با رویکردهای مختلف به «ارتباطات» و «توسعه» پرداخته‌اند. در این مقاله نویسندگان برآنند تا به بررسی تحوّل گفتمانی «ارتباطات» و «توسعه» در برنامه‌ی عمرانی ششم (۱۳۵۵) که آخرین برنامه‌ی توسعه‌ی پیش از انقلاب اسلامی به‌شمار می‌آید و برنامه‌ی چهارم توسعه‌ی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۳) که نخستین برنامه‌ی پنج‌ساله در فرایند تحقّق سند چشم‌انداز بیست‌ساله‌ی جمهوری اسلامی ایران است، بپردازند.

الف) سیر تحوّل مفاهیم توسعه

توسعه، مفهومی پیچیده و چندوجهی است؛ زیرا با وجوه تاریخی و فرهنگی بسیار درآمیخته است. مفهوم توسعه، ابتدا در علوم طبیعی و در زمینه‌ی فرایندهای تغییر در جوامع بشری به‌کار گرفته شده است. این واژه به‌تدریج جایگزین مفاهیم دیگری نظیر «ترقّی»، «تکامل» و «رشد» گردیده است. واژه‌ی توسعه نخستین بار به زبان فرانسه و انگلیسی در سال ۱۷۵۲ میلادی به معنای رسیدن به اهداف یا ایده‌هایی طبق یک طرح یا برنامه استعمال شده و سپس به‌عنوان مراحل مشخّصی در برنامه و بعد به‌مثابه توالی بیولوژیکی تغییر از یک دانه و تخم گیاه به یک گل به‌کار رفته است (هاس، ۱۹۹۲: ۱۵). در مفهوم لغوی توسعه نیز که به معنای «خارج شدن از پوشش و لفاف» است، همین کاربرد مستتر است؛ در واقع یعنی، بروز و ظهور هر آن‌چه که به‌طور بالقوّه در چیزی وجود دارد، یا رشد و تکامل یک ارگانیسم از نوع و حالتی ساده‌تر به نوع و حالتی کامل‌تر، بالاتر و پیچیده‌تر در حدّ بلوغ و کمال. از آن پس تحت‌تأثیر قالب فکری داروینیسم، توسعه برای

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

توصیف تغییرات بیولوژیکی به‌کار گرفته شد و با واژه‌ی «رشد» مترادف گردید (موثقی، ۱۳۸۳: ۲۲۵).

بدین ترتیب توسعه به معنای فرایندی شد که از طریق آن، استعدادهای نهفته و توانایی‌های بالقوّه‌ی یک شی یا ارگانیسم شکوفا می‌شود تا جایی‌که به شکل طبیعی و کامل و بلوغ نهایی خود برسد. از دوره‌ی ولف (۱۷۵۹) تا چارلز داورین[1] (۱۸۵۹) توسعه از مفهوم دگرگونی به سوی شکلی مناسب از وجود، به مفهوم دگرگونی به سمت شکلی همیشه‌کامل تحوّل یافت و با واژه‌ی «تکامل» هم‌خوانی پیدا کرد (استو، ۱۹۹۲: ۸).

پس از آن‌که در آثار کارل مارکس (۱۸۱۸–۱۸۸۳)، مفهوم هگلی تاریخ و مفهوم داروینی تکامل در توسعه به یکدیگر گره خوردند، توسعه به‌عنوان مقوله‌ای محوری مطرح شد که نشانه‌ی شکل‌گیری فرایندی تاریخی است که با همان ضرورت قوانین طبیعی نمودار شده است (ریست، ۲۰۰۲: ٤١–٤٢). البتّه مارکس توسعه را در تغییرات اقتصادی که بیش‌تر کیفی هستند تا کمّی، مدّنظر داشت. اقتصاددانان کلاسیک به توسعه به‌عنوان تحوّل فیزیکی زمین، کار و سرمایه به اَشکالی با قابلیّت تولید و بهره‌وری بیش‌تر توجّه داشتند و از توسعه‌ی اقتصادی سخن می‌گفتند. بدین ترتیب توسعه مفهومی شد که بر تکامل نظام‌های اجتماعی بشری از اشکالی ساده‌تر به اشکالی پیچیده‌تر، بالاتر و در حدّ بلوغ و کمال دلالت داشت (ریگز، ۱۹۸٤: ۱۲٦).

در برابر توسعه، علاوه بر «ترقّی» و «تکامل»، مفاهیمی چون «مدرنیته»، «نوسازی» و حتّی «غربی‌سازی» نیز مطرح شده‌اند. اصطلاح توسعه به صورت فراگیر آن پس از جنگ جهانی دوم بیش‌تر با تأکید بر مفهوم «لفاف» موضوعیّت یافت. در قالب نظریّه‌ی نوسازی، لفاف همان جامعه‌ی سنّتی و ارزش‌های مربوط به آن است که جوامع برای متجدّد شدن باید از این مرحله‌ی سنّتی خارج شوند. مایکل تودار[2] معتقد است که توسعه را باید فرایندی چندبعدی دانست که مستلزم تغییرات اساسی در ساخت اجتماعی، طرز تلقّی مردم و نهادهای ملّی و نیز تسریع رشد اقتصادی، کاهش نابرابری و ریشه‌کن کردن فقر مطلق است (ازکیا و غفّاری، ۱۳۷۷: ۷).

امّا نگرش به مفهوم توسعه از آغاز چنین نبوده است. پس از جنگ جهانی دوم، توسعه در مفهوم رشد سریع ابعاد کمّی و مادی معرّفی می‌شد؛ به‌عنوان نمونه، والت روستو، اقتصاددان آمریکایی، تولید ناخالص ملّی را به‌عنوان معیاری برای سنجش رشد و توسعه‌ی کشورها مطرح و

[1] Charles Darwin
[2] Michael P. Todaro

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

ادّعا کرد که اگر ملل جهان سوم، خواسته‌های خود را برای کالاهای مصرفی افزایش دهند و به‌طور کلّی برای کسب درآمد بیش‌تر برانگیخته شوند، به توسعه دست خواهند یافت. در این میان، وسایل ارتباط جمعی به‌ویژه تبلیغات، می‌توانند در بالا بردن تقاضاهای مصرف مؤثّر باشند (موسوی جهرمی، ۱۳۸۵: ۸۸).

اکنون مفهوم توسعه در نظر بیش‌تر محقّقان، همه‌ی جنبه‌های زندگی بشری را دربرمی‌گیرد. تهرانیان معتقد است تعریف توسعه باید از نیازهای انسانی آغاز شود که صرف‌نظر از خوراک و پوشاک و مسکن، به مسائل زندگی معنوی انسان نیز می‌پردازد (تهرانیان، بی‌تا: ۱۳). آمارتیا سن، اقتصاددان هندی، توسعه را به‌مثابه آزادی می‌داند. توسعه در دیدگاه وی، فرایند گسترش آزادی‌های انسانی است. در این رویکرد، گسترش آزادی هم به‌عنوان «هدف اوّلیّه» و هم به‌عنوان «ابزار اصلی» توسعه در نظر گرفته می‌شود (سن، ۱۳۸۱: ۵۷). تعریف دنیس گولت از توسعه، نه تنها اهداف اقتصادی را دربرمی‌گیرد، شامل جنبه‌های اجتماعی و روانی جامعه نیز می‌شود. گولت سه جزء اساسی یا سه ارزش محوری معیشت، اعتماد به نفس و آزادی را به‌عنوان معیار فرایند توسعه بیان کرده است. این سه ارزش محوری به‌عنوان اهداف اساسی به‌وسیله‌ی هر فرد یا جامعه‌ای دنبال می‌شوند (گولت، ۱۳۷۷: ۷۰). حسین عظیمی نیز توسعه را فرایندی می‌داند که طی آن باورهای فرهنگی و نهادهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی به صورت بنیادین متحوّل می‌شوند تا متناسب با ظرفیّت‌های شناخته‌شده پیش روند؛ طی این فرایند سطح رفاه جامعه نیز ارتقا می‌یابد (عظیمی، ۱۳۷۸: ٤۱).

سازمان ملل نیز در سال ۱۹۹۰ برای نخستین بار به توسعه‌ی انسانی پرداخته و آورده است: «توسعه‌ی انسانی روندی است که طی آن، امکانات افراد بشر افزایش می‌یابد. هرچند این امکانات به مرور زمان می‌توانند اساساً دچار تغییر در تعریف شوند، امّا در کلیّه‌ی سطوح توسعه، مسأله‌ی بنیادین برای مردم عبارت است از: برخورداری از زندگی طولانی همراه با تندرستی، دست‌یابی به دانش و توانایی دست‌یابی به منابعی که برای پدید آوردن سطح مناسب زندگی لازم است. چنان‌چه این سه امکان غیرقابل حصول بماند، بسیاری از موقعیّت‌های دیگر زندگی دست‌نیافتنی خواهد بود» (یونسکو، ۱۹۹۰).

توسعه‌ی پایدار نیز که در دهه‌ی ۱۹۹۰ بر آن تأکید شده، جنبه‌ای از توسعه‌ی انسانی و در ارتباط با محیط زیست و نسل‌های آینده است. هدف توسعه‌ی انسانی پرورش قابلیّت‌های انسان است؛ بنابراین توسعه‌ی پایدار نیز توسعه‌ی دائمی قابلیّت‌های انسانی به‌شمار می‌آید. به گفته‌ی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

محبوب‌الحق، هدف اصلی توسعه، بهره‌مند ساختن واقعی انسان‌ها و بهبود کیفیّت زندگی افراد از طریق افزایش درآمد و گسترش اشتغال است و مقصود نهایی از آن، «پرورش قابلیّت‌های انسان و گسترش امکانات او» و نیز بهره‌وری انسان از زندگی طولانی، سالم و خلّاق در محیط زیستی غنی و در جامعه‌ای مدنی و دموکراتیک است (گریفین و مک کنلی، ۱۹۹٤).

پایدار بودن توسعه مستلزم جبران کاهش بخشی از کلّ منابع سرمایه (مثلاً منابع طبیعی) با سرمایه‌گذاری بیش‌تر در بخش‌های دیگر سرمایه (مادی و انسانی) است؛ در غیر این صورت، با کاهش ارزش کلّ منابع سرمایه‌ای (طبیعی، مادی و انسانی)، امید به توسعه نیز کاهش می‌یابد. در توسعه‌ی انسانی بر نقش کلیدی سرمایه‌ی انسانی و ضرورت تشکیل آن، بیش‌تر تأکید می‌شود و حتّی فراتر از نگاه ابزاری به انسان و سرمایه‌ی انسانی، ایجاد فرصت‌های برابر برای همه‌ی افراد جامعه، رفاه مردم، حمایت از زنان و توزیع عادلانه‌تر دستاوردهای توسعه به کمک دولت، در اولویّت قرار می‌گیرد (همان).

ب) «ارتباطات» و «توسعه» و سیر دگرگونی‌های مفهومی آن‌ها

مطالعاتی که بر نسبت میان ارتباطات و توسعه تأکید می‌کنند، به لحاظ تبارشناسی به نسل سومی از نظریّه‌ها تعلّق دارند که همانند بسیاری از حوزه‌های علوم اجتماعی از گفتمان‌های ایدئولوژیک فاصله گرفته‌اند. نسل نخست نظریّه‌های ارتباطات و توسعه که در دوران پس از جنگ جهانی دوم سربرآورد، مبتنی بر نقش «خوش‌بینانه‌ی رسانه‌ها در نوسازی» است و انتظار آن از وسایل ارتباط‌جمعی، تسریع و تسهیل فرایند «مدرنیزاسیون» در جوامع در حال گذار است. نسل دوم نظریّه‌ها به «نقش انتقادی رسانه‌ها در توسعه» اولویّت می‌دهد و در پی اثرگذاری ارتباطات بر روند هوشیارسازی جوامع است تا سرمشق‌های توسعه در خارج از مسیر رشد سرمایه‌داری شکل گیرد. اکنون تحت‌تأثیر پیشرفت‌های پرشتابی که در حوزه‌ی فناوری‌های اطّلاعات و ارتباطات روی داده است، جهان با نسل سومی از نظریّه‌های ارتباطات و توسعه روبروست که اوّلاً چون دو نسل پیش، از این «گفتمان غالب و یک‌سو» کم‌تر برخوردار است و ثانیاً با تنوّع، تکثّر و حتّی تعارض بیش‌تری در درون خود در قیاس با دو گفتمان خوش‌بینانه و انتقادی توسعه‌ای مواجه است.

تهرانیان این نسل از نظریّه‌ها را در سه گرایش طبقه‌بندی می‌کند: نخست، نظریّه‌هایی نظیر «جامعه‌ی اطّلاعاتی» و «اقتصاد اطّلاعاتی» که بر ورود جهان به دوران «فراصنعتی» تکیه دارند. دوم، نظریّه‌هایی که با تأکید دوگانه بر مقوله‌های آزادی و برابری در جریان اطّلاعات، خواستار وضع

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

نظم نوین ارتباطی در جهان هستند و سوم، نظریّه‌های «پسامدرن» و «فراساختارگرایی» که به توصیف و تبیین جهان اشباع‌شده از رسانه‌ها می‌پردازند (تهرانیان، ۱۹۹٤: ۲۷٤-۲۷۵).

در نسل سوم، ارتباطات و توسعه به دلیل فراگیری تا حدود زیادی به مفاهیم کلّی و بدون مرزهای دقیق و مشخّص، تبدیل شده‌اند. از این رو ضروری است تعاریف کاربردی و عملی‌ای برای آن‌ها ارائه شود. شاید این تعریف تهرانیان که ارتباطات را به‌عنوان روند تبادل مفاهیم از طریق علائم گفتاری و غیرگفتاری در نظر گرفته است که از طریق جهان‌بینی‌ها، فرهنگ‌ها، محتواها و مجاری ارتباطی عمل می‌کند، تا حدّی راه‌گشا باشد. توسعه در این رویکرد، به‌عنوان «فرایند ارتقای یک نظام اجتماعی برای برآوردن نیازهای فزاینده‌ی عمومی در مسیر رسیدن به سطوح بالاتری از بهبود و رفاه مادی و معنوی» تعریف شده است (همان: ۲۷٦).

بر اساس این تعاریف، «شاخص‌های توسعه‌ی ارتباطات، مجموعه‌هایی هنجاری از داده‌های کمّی و کیفی هستند که نظریّه‌ی توسعه‌ی ارتباطات و سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌ها را به هم پیوند می‌دهند تا مفاهیم ارتباطات جمعی را به ارزش‌ها و ویژگی‌های قابل اندازه‌گیری تبدیل کنند. به این ترتیب شاخص‌های توسعه ارتباطات می‌توانند پیشرفت‌های به‌دست آمده یا موانع موجود در راه واقعیّت‌ها و هدف‌های قطعی اجتماعی را در زمینه‌های ارتباطات تکنولوژیک نهادی‌شده و خودانگیخته، بازنگری نمایند» (تهرانیان، ۱۹۸۵: ٤۱٤).

با این تعریف می‌توان شاخص‌های توسعه‌ی ارتباطات را بر مبنای فرایند کلّی توسعه مشخّص کرد. همان گونه که فرایند توسعه از سه مرحله‌ی متفاوت انباشت، بسیج و یکپارچگی می‌گذرد، به‌طور طبیعی شاخص‌های توسعه‌ی ارتباطات هم دارای سطوح مختلفی خواهند بود.

«انباشت» فرایندی است کمّی و از بالا به پایین که بر ثروت، قدرت و اطّلاعات تکیه دارد، امّا در مقابل، «بسیج» فرایندی معکوس و موازی و از پایین به بالاست که بر تحرّک اجتماعی و روحی، مشارکت سیاسی، آگاهی‌های ملّی و خلّاقیّت‌های فرهنگی استوار است. فرایند «یکپارچگی» نیز عامل انسجام‌دهنده و وحدت‌بخش در توسعه است؛ به این معنا که گسستگی‌ها و ناپیوندی‌های برآمده از فرایند دوم را در مدارهای بالاتری به پیوستگی و یگانگی می‌کشاند (خانیکی، ۱۳۸۱: ۱۳۲).

تهرانیان (۱۹۸۵) شاخص‌های ارتباطی را با تمایزهایی به موازات همین سه فرایند تعریف می‌کند. در تعریفی که بر اساس پژوهشی برای یونسکو به‌دست آمده است، سه نوع شاخص ارتباطی ارائه داده می‌شود. اوّل فرایند «توسعه‌ی ارتباطات» یا شاخص‌های کمّی است که با فرایند

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

«انباشت» در توسعه‌ی عمومی شباهت دارد و به ابزارها و زیرساخت‌های ارتباطی می‌پردازد؛ همان گونه که بیش‌تر نظریّه‌ها و پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه‌ی توسعه‌ی ارتباطات معطوف به گستره‌ی کاربرد رسانه‌هاست. این دسته از شاخص‌ها بیش‌ترین توجّه خود را بر میزان گسترش وسایل انتقال پیام متمرکز کرده‌اند. در زمینه‌ی مطبوعات شاخص‌هایی مانند تیراژ و سطح پوشش آن‌ها در این گروه ارزیابی می‌شود (تهرانیان، ۱۹۸۵: ٤١٣-٤٤٤).

جنبه‌ی دوم در نظام توسعه‌ی ارتباطات را می‌توان فرایند «توسعه به وسیله‌ی ارتباطات» یا شاخص‌های کیفی دانست که با فرایند بسیج اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی کاملاً هماهنگ است. این جنبه از توسعه‌ی ارتباطات با ارتقای سطوح آگاهی و انتظارات و اصرار برای افزایش رقابت‌ها و مشارکت‌های اجتماعی همراه است. دولت‌ها یا گروه‌های مخالف از طریق وسایل ارتباط جمعی می‌کوشند به بخش‌های مختلف جامعه جهت دهند. از این رو در این دسته از شاخص‌های توسعه، بیش‌تر محتوا و مضمون پیام‌ها یا نرم‌افزارهای ارتباطی مورد نظر است تا نحوه‌ی پوشش، تیراژ و سخت‌افزارهای رسانه‌ای. در عرصه‌ی مطبوعات شاخص‌های کیفی با نسبت موضوعات و گرایش‌های سیاسی، خبری، فرهنگی و...، میزان آگاهی‌بخشی و هوشیارسازی و شیوه‌ی جلب مشارکت و رقابت خوانندگان سنجیده می‌شود (خانیکی، ۱۳۸۱: ۱۳۳).

سومین و مهم‌ترین این فرایندها که شاخص‌های بازنگری یا فرایند «توسعه برای ارتباطات» است، به نوعی با مرحله‌ی یکپارچگی اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی نسبت دارد. این وجه از توسعه، سیاستی را پیشنهاد می‌کند که بر اساس یک عنصر فراگیر و درون‌زا (مانند ایدئولوژی یا فرهنگ) بتواند ساختارها، هویّت‌ها و علایق متفاوت و پراکنده را متّحد و یگانه سازد؛ به عبارت دیگر، میزان «انسانی شدن» تحریک و مشارکت مرحله‌ی دوم را تأمین و تعیین می‌کند. به این لحاظ، سنجش جهت و نوع نظارت محتوای پیام‌ها در روند توسعه با این قبیل شاخص‌های ارتباطی است؛ به‌عنوان نمونه در زمینه‌ی مطبوعات، جهت انتقادی و نوع نگرش آن‌ها به مقوله را نیز ارزیابی می‌کنند. در این فرایند بالا بردن رواداری و رشد فرهنگی از طریق بیان علایق و اندیشه‌های مختلف، گفتگو و اقناع و در نهایت، ساخت فرهنگ نقّاد و ایجاد تعاون مبتنی بر تنوّع، مورد نظر است. البتّه چون فرایندهای تاریخی توسعه، از لحاظ ماهیّت، کیفی هستند، ممکن است سطوح یکپارچگی یا عدم یکپارچگی اجتماعی از طریق روش‌های کمّی و با آزمون‌های مناسب، به‌خوبی سنجیده نشوند (همان: ۱۳۳).

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

روش پژوهش

هدف پژوهش حاضر، مطالعه‌ی تحوّل مفهومی ارتباطات و توسعه در برنامه‌های توسعه‌ی ایران است بر این اساس به مقایسه‌ی تطبیقی برنامه‌ی عمرانی ششم (۱۳۵۵) که آخرین برنامه‌ی توسعه پیش از انقلاب اسلامی به‌شمار می‌آید و برنامه‌ی چهارم توسعه‌ی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۳) که نخستین برنامه‌ی پنج‌ساله در فرایند تحقّق سند چشم‌انداز بیست‌ساله‌ی جمهوری اسلامی ایران است، با روش تحلیل محتوای کیفی می‌پردازد. تحلیل محتوای کیفی را می‌توان روش تحقیقی برای تفسیر ذهنی داده‌های متن از طریق فرایندهای طبقه‌بندی منظّم، کدگذاری و تم‌سازی یا طرّاحی الگوهای شناخته‌شده دانست (هسیه و شانون، ۲۰۰۵: ۱۲۷۵). به اذعان ژانک و ویلموت مضامین یا الگوها در یک متن خاص، ممکن است آشکار یا نهفته باشد و این امکان را به پژوهشگران می‌دهد که واقعیّت اجتماعی را در روشی ذهنی، امّا علمی بفهمند (ژانگ و ویلدموث، ۲۰۱۱: ۳۱۰). با تحلیل کیفی می‌توان یک رویکرد تجربی، روش‌شناسانه و کنترل‌شده‌ی متون در درون زمینه‌ی ارتباطی را، بر طبق قواعد تحلیل محتوا و روشِ مرحله به مرحله با رعایت عناصر مورد مطالعه، در نظر گرفت. تحلیل محتوای کیفی به فراسویی از کلمات یا محتوای عینی متون می‌رود و تم‌ها یا الگوهایی را که آشکار یا پنهان هستند، به صورت محتوای آشکار می‌آزماید (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰: ۳٦).

بر اساس نظریّه‌ی هسیه و شانون، رهیافت‌های موجود در زمینه‌ی تحلیل محتوا را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد. این سه دسته عبارتند از: ۱. تحلیل محتوای عرفی و قراردادی؛ ۲. تحلیل محتوای جهت‌دار؛ ۳. تحلیل محتوای تلخیصی یا تجمّعی.

در این پژوهش از رویکرد تحلیل محتوای جهت‌دار استفاده شده است. در این نوع از تحلیل محتوا، پژوهشگران با به‌کار بردن نظریّه‌های موجود یا پژوهش‌های پیشین، کار خود را با شناسایی متغیّرها یا مفاهیم اصلی برای طبقه‌بندی رمزهای اوّلیّه آغاز می‌کنند. در مرحله‌ی بعد، تعریف‌های عملیّاتی برای هر مقوله با استفاده از نظریّه مشخّص می‌شود. تحلیل محتوا با رویکرد جهت‌دار نسبت به دیگر روش‌های تحلیل محتوا از فرایند ساختارمندتری برخوردار است (همان: ۲٤-۲۵). در این پژوهش، شاخص‌های «توسعه‌ی ارتباطات» دکتر تهرانیان (۱۹۸۵) برای تحلیل محتوای کیفی برنامه‌ی عمرانی ششم (۱۳۵۵) و برنامه‌ی چهارم توسعه‌ی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۳) و مستندات آن‌ها مورد استفاده قرار گرفته است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

ج) ارتباطات در برنامه‌های توسعه‌ی‌ایران

۱. ارتباطات در برنامه‌های توسعه‌ی قبل از انقلاب

در ایران پیش از انقلاب، شش برنامه‌ی توسعه تحت‌عنوان برنامه‌های عمرانی شکل گرفته است. در برنامه‌ی عمرانی اوّل (۱۳۲۷-۱۳۳٤)، تنها ٤/٥ درصد از کلّ اعتبارات این برنامه، یعنی ۸٥۰ میلیون ریال به بخش ارتباطات اختصاص یافته بود، امّا این برنامه عملاً هیچ موفّقیّتی در پی نداشت و نهایتاً در سال ۱۳۳٤ با اتمام دوره‌ی آن، مختومه اعلام شد (سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۲۹).

در برنامه‌ی عمرانی دوم (۱۳۳٤-۱۳٤۱)، برخلاف برنامه‌ی عمرانی اوّل، بیش‌ترین بودجه یعنی ۳۲/٤ درصد، معادل ۳۲/٥ میلیارد ریال به بخش ارتباطات اختصاص یافت. در این برنامه، اصلاح و تکمیل وسایل ارتباط جمعی و اجرای پیمان مشترک سنتو برای ایجاد ارتباط مستقیم بین آنکارا-تهران و کراچی از طریق سیستم موج کوتاه، از جمله مهم‌ترین اهداف بوده است (سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۳٤).

در برنامه‌ی عمرانی سوم (۱۳٤۱-۱۳٤٦) که ۲٥ درصد از کلّ اعتبارات آن، یعنی ٤٦/۰۹ میلیارد ریال به بخش ارتباطات اختصاص یافته بود، برای نخستین بار یک سیستم مخابراتی صحیح و منظّم و مدرن ایجاد شد که توانست تا حدودی احتیاجات مخابراتی و ارتباطی کشور را برآورده سازد. علاوه بر آن، توسعه و گسترش طرح‌های ارتباط تلفنی و تلگرافی، گسترش خدمات پستی و تقویت شبکه‌ی رادیویی کشور، از جمله عملکردهای برنامه‌ی سوم عمرانی بوده است (سازمان برنامه و بودجه، ۱۳٤۱).

در برنامه‌ی عمرانی چهارم (۱۳٤٦-۱۳٥۱)، حدود ۱٥ درصد از کلّ اعتبارات برنامه یعنی معادل ۸۰ میلیارد ریال به بخش ارتباطات اختصاص یافت. در این برنامه به‌طور کلّی ۳۰۰ هزار شماره تلفنِ نصب‌شده، مورد بهره‌برداری قرار گرفت. علاوه بر آن، خودکار کردن تلفن و مبادله‌ی تلگراف، از جمله اقدامات بخش مخابرات در این برنامه بوده است (سازمان برنامه و بودجه، ۱۳٤٦).

در برنامه‌ی عمرانی پنجم (۱۳٥۱-۱۳٥٦) که در سال ۱۳٥۱ تصویب شد و در سال ۱۳٥۳ نیز مورد تجدید نظر قرار گرفت، پیشنهاد شده بود که با تنظیم یک سیاست جامع ارتباطات اجتماعی، از همه‌ی وسایل ارتباط جمعی شامل فعّالیّت‌های اطّلاعاتی، آموزشی، مطبوعاتی، رادیو و تلویزیون و ... به نحوی هماهنگ در زمینه‌ی اهداف برنامه استفاده شود. علاوه بر آن، شبکه‌ی ارتباطی کشور

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

که اساس و زیربنای سیاست‌های اجتماعی و صنعتی کشور است، تکمیل گردید. هم‌چنین در این برنامه، شبکه‌ی تلویزیون رنگی و خبرگزاری پارس تأسیس شد (سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۵۱).

در برنامه‌ی عمرانی ششم که به سبب وقوع انقلاب اسلامی امکان اجرا نیافت، بیش از سایر برنامه‌ها به موضوع اطّلاعات و ارتباطات پرداخته شده بود که در ادامه‌ی مقاله به صورت مشروح به آن خواهیم پرداخت.

۲. ارتباطات در برنامه‌های توسعه‌ی بعد از انقلاب

پس از انقلاب اسلامی و پایان جنگ، برنامه‌ی اوّل توسعه‌ی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در ۱۱ بهمن ۱۳٦۸ به تصویب رسید. در این برنامه بیش‌تر به مسائل کمّی (افزایش تیراژ مطبوعات، افزایش شبکه‌های پستی و مخابراتی، افزایش برنامه‌های شبکه‌های سیما و ...) توجّه شد و کیفیّت کم‌تر مورد توجّه قرار گرفت (سازمان برنامه و بودجه، ۱۳٦۹).

در برنامه‌ی دوم توسعه (۱۳۷٤-۱۳۷۸)، توجّه ویژه به روستاها از نظر مخابرات، استانداردسازیِ ۵۰۰ مورد از تجهیزات و شبکه‌ها، خصوصی‌سازی و واگذاری خدمات مخابرات شهری به بخش غیردولتی و واگذاری امور پست به شرکت‌های خصوصی، عملی شد. راه‌اندازی و تقویت سیمای استانی و شبکه‌ی بین‌المللی جام جم، افزایش تولید برنامه‌ها و افزایش پوشش شبکه‌های اوّل، دوم، سوم، چهارم و پنجم سیما و شبکه‌ی رادیویی صدا نیز در این برنامه به مرحله‌ی عمل درآمد. (سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۳).

در برنامه‌ی سوم توسعه (۱۳۷۹-۱۳۸۳) در زمینه‌ی ارتباطات، ایجاد و حفظ شبکه‌های مادر مخابراتی و تنظیم استمرار ارائه‌ی خدمات پستی و مخابراتی، بر طبق ماده‌ی ۱۲٤ قانون این برنامه، برعهده‌ی دولت بوده است. افزایش شمار و عناوین مطبوعات، افزایش عناوین کتب منتشرشده، افزایش تولید برنامه‌های صدا و سیما و افزایش فعّالیّت خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران در داخل و خارج از کشور، در این برنامه محقّق شد. تأکید برنامه‌ی سوم عمدتاً بر کاهش تصدّی‌های دولتی، جلب مشارکت بخش‌های خصوصی و غیردولتی، قانون‌مندشدن فعّالیّت‌ها، حذف ممیّزی‌ها، ضابطه‌مند شدن پرداخت یارانه‌ها و ... بوده است (سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۹).

۳. برنامه‌ی عمرانی ششم

مطالعات تهیّه‌ی برنامه‌ی ششم از سال ۱۳۵۵ شروع شد. این برنامه برای اجرا در فاصله‌ی سال‌های ۱۳۵۷-۱۳٦۱ در نظر گرفته شده بود. در تهیّه‌ی برنامه‌ی ششم، نوآوری‌هایی در برنامه‌ریزی اِعمال شد. از جمله در این برنامه، نخست وضع گذشته‌ی بخش‌ها با مشارکت

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

دستگاه‌های اجرایی مربوط، مورد ارزیابی قرار گرفت. افزون بر این، در برنامه‌ی ششم مقدّم بر تهیّه‌ی برنامه‌ی میان‌مدّت، دو کار دیگر نیز انجام گرفت:

الف) آینده‌نگری ده‌ساله برای یافتن چشم‌انداز بلندمدّت توسعه‌ی ایران، استفاده از همه‌ی امکانات منابع طبیعی، انسانی و مالی برای رسیدن به جامعه‌ای صنعتی و با اقتصاد پیشرفته‌ی کشاورزی و دست‌یابی همه‌ی مردم شهرها و روستاها به رفاه نسبی.

ب) برنامه‌ریزی آمایش سرزمین برای ایجاد توازن و تعادل در توزیع فعّالیّت‌ها میان مناطق گوناگون کشور و ایجاد محورهای جدید توسعه.

برنامه‌ی ششم عمرانی (۱۳۵۷-۱۳٦۱) با اعتباری معادل ۷۱٤۳۰ میلیارد ریال تدوین شد که با پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷، تصویب و اجرای برنامه متوقّف گردید. بر مبنای این برنامه، تصویر ایران در بلندمدّت به صورت زیر ترسیم شده بود:

استراتژی توسعه‌ی ملّی ایران، استفاده از همه‌ی امکانات منابع طبیعی، انسانی و مالی بر اساس تجربیّات گذشته برای رسیدن به دوران تمدّن بزرگ و ایجاد جامعه‌ای صنعتی با اقتصاد پیشرفته‌ی کشاورزی است که در آن کیفیّت مطلوب زندگی برای همه‌ی طبقات و گروه‌های اجتماعی تأمین باشد و شهرها و روستاها از رفاه متقابل نسبی برخوردار باشند.

خطوط کلّی و جهت‌گیری اساسی برنامه‌ی ششم عمرانی عبارت بود از:

۱. حلّ مسائل ناشی از رشد فوق‌العاده سریع اقتصادی گذشته.

۲. آماده کردن زیربنای لازم برای رسیدن به هدف‌های بلندمدّت.

۳. فراهم آوردن فرصت‌های اشتغال مولّد، ارتقای سطح مهارت‌ها و افزایش بهره‌وری.

٤. بهبود کیفیّت زندگی و محیط زیست اکثریّت مردم.

۵. تأکید بر اقدامات مشخّص برای تحکیم یکپارچگی، وحدت، هویّت و فرهنگ ملّی.

۱.۳. گزارش کمیته‌ی مشترک برنامه‌ریزی اطّلاعات و ارتباط جمعی

در ایران برای نخستین بار در تدارک برنامه‌ی عمرانی ششم کشور، کمیته‌ای در میان کمیته‌های مشترک برنامه‌ریزی سی‌وشش‌گانه‌ی کشور به نام «کمیته‌ی اطّلاعات و ارتباطات جمعی» زیر نظر مجید تهرانیان، رئیس پژوهشکده‌ی علوم ارتباطی و توسعه‌ی ایران، تشکیل شد که وظیفه‌ی آن پرداختن به سیاست‌های ارتباطی در کشور بود. در گزارش کمیته‌ی مذکور آمده است که در برنامه‌های گذشته، مسأله‌ی نقش اطّلاعات و ارتباطات جمعی در توسعه و برنامه‌ریزی ملّی چندان مورد توجّه برنامه‌ریزان کشور نبوده است. از این رو، مسائل مربوط به رسانه‌های همگانی در

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

بخش‌های مختلف برنامه مانند ارتباطات و مخابرات، فرهنگ و هنر و سایر بخش‌ها قرار می‌گرفته است. صرف‌نظر از گسترش کالبدی شبکه‌های رادیو و تلویزیون که با هدف پوشش سراسری کشور دنبال گردیده، از ابعاد فرهنگی و اجتماعی نقش رسانه‌ها غفلت شده است. یکی از نتایج این کمبود توجّه در برنامه‌های عمرانی گذشته، آن است که تحوّل اساسی در این زمینه پدیدار نگردیده است و برخی از رسانه‌ها نیز مانند کتاب و مطبوعات دچار رکود و سستی هستند (تهرانیان، ۱۳۵۵: ۳-٤).

در این گزارش اصول کلّی سیاست‌های بلندمدّت در زمینه‌ی اطّلاعات و ارتباط جمعی پیشنهاد شده که این پیشنهادها مبتنی بر این پیش‌فرض است که سیر گذار به جامعه‌ی صنعتی و اطّلاعاتی در ایران مستلزم ایجاد سه شرط لازم است؛ نخست آن که هویّت فرهنگی و ملّی ایران در سیر این تحوّلات، اصالت خود را حفظ کند. دوم آن که، زیربنای اقتصادی لازم که در انقلاب صنعتی اوّل و دوم در کشورهای پیشرفته‌ی جهان فراهم آمده است، در ایران نیز فراهم آید. سوم آن که، فرهنگ یک جامعه‌ی گشوده‌ی اطّلاعاتی که مبتنی بر دادوستد آزاد و گسترده‌ی اطّلاعات با استفاده از تمام رسانه‌هاست، جایگزین فرهنگ محدود و بسته‌ی سنّتی شفاهی شود (همان: ۷).

- هدف‌های کلّی اطّلاعات و ارتباطات در برنامه‌ی ششم

هدف اساسی دولت در زمینه‌ی اطّلاعات و ارتباط جمعی، فراهم کردن گسترده‌ترین شرایط ایجاد یک جامعه‌ی گشوده‌ی اطّلاعاتی خواهد بود که در آن دادوستد اطّلاعات ضمن رعایت شرایط ایجاد یکپارچگی و یگانگی ملّی، آزادانه و با مشارکت فعّالانه‌ی مردم انجام پذیرد.

- خطّ مشی و سیاست‌های کلّی اطّلاعاتی و ارتباطی در برنامه‌ی ششم

سیاست‌های کلّی (ماکرو) بخش‌های اطّلاعاتی و ارتباطی برنامه‌ی ششم شامل موارد زیر است:

۱. نقش بخش‌های اطّلاعاتی و ارتباطی در پشتیبانی از توسعه‌ی ملّی

چون در شرایط کنونی ایران، یک نظام مختلط اقتصادی با هدف مشترک ارتباط در خدمت توسعه‌ی ملّی حاکم بر رسانه‌هاست، باید ترکیبی از سیاست‌های دستوری، راهبری، بازتابی، پاسخ‌گویی و مجاز را که با ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی ایران سازگار باشد، انتخاب کرد. نقش‌های گوناگون رسانه‌ها را در پشتیبانی از توسعه‌ی ملّی می‌توان به پنج دسته تقسیم کرد:

- پشتیبانی رشد مشارکت سیاسی
- پشتیبانی رشد فرهنگی و هنری
- پشتیبانی گسترش و رشد آموزش و پژوهش

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

- پشتیبانی رشد اقتصادی- اجتماعی
- پشتیبانی رشد روابط دوستانه‌ی بین‌المللی

رسانه‌ها هریک از این نقش‌ها را در ارتباط و همکاری با نهادهای ویژه‌ی آن‌ها در جامعه به انجام می‌رسانند. از این رو رسانه‌ها برای انجام وظایف خود به‌شدّت به عملکرد نهادهای اجتماعی دیگر متّکی هستند.

۲. نقش و مسؤولیّت‌های دولت

نظام ارتباطی هر جامعه، نظام بسیار پیچیده و حسّاسی است که اگر در انحصار هر دسته یا گروهی از جامعه (از جمله دیوان‌سالاری دولتی) قرار گیرد، کم‌اعتبار و راکد و سترون خواهد شد. از این رو نقش دولت در این زمینه نیز مانند بسیاری دیگر از زمینه‌های توسعه‌ی ملّی باید نقشی ارشادی و زیربنایی باشد، نه نقش انحصاری و محدودکننده. بر این اساس نقش دولت نمی‌تواند و نباید نقشی انحصاری باشد؛ زیرا انحصار دولتی خواه‌ناخواه به یکنواختی و یکسانی پیام‌ها و در مواردی به نخبه‌گرایی برنامه‌ها و در موارد دیگر به دست‌آموزی پیام‌گیران می‌انجامد. البتّه نقش ارشادی و زیربنایی دولت باید با حمایت از گروه‌های حسّاس اجتماعی مانند کودکان، جوانان، زنان، روستاییان، کارگران و اقلیّت‌های فرهنگی همراه باشد.

۳. نقش و مسؤولیّت‌های بخش خصوصی

از آن جا که حقّ ارتباطی، از حقوق اساسی بشری است که همیشه از جانب انحصارطلبان در خطر تهدید است، فعّالیّت‌های سازمان‌های ملّی و خصوصی باید با پذیرش مسؤولیّت‌های اجتماعی و ملّی آنان نیز همراه باشد. از این رو لازم است که بخش خصوصی، اولویّت‌های زیر را در پذیرش مسؤولیّت‌های خود رعایت کند:

- منافع عمومی و ملّی
- قوانین و مقرّرات دولتی
- منافع سهام‌داران، مصرف‌کنندگان و آگهی‌دهندگان (همان: ٤٣٨).

۲.۳. تحلیل اطّلاعات و ارتباطات در برنامه‌ی عمرانی ششم

برنامه‌ی عمرانی ششم بیش از سایر برنامه‌ها به موضوع ارتباطات و اطّلاعات پرداخته است. در این برنامه برای نخستین بار موضوع دسترسی به جامعه‌ی اطّلاعاتی مطرح می‌شود و سپس ساختار جدیدی برای نظام ارتباطی کشور پیشنهاد می‌گردد.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

بر اساس مستندات برنامه‌ی ششم عمرانی، جامعه‌ی اطّلاعاتی، جامعه‌ای خواهد بود که در آن دادوستد اطّلاعات ضمن رعایت شرایط ایجاد یکپارچگی و یگانگی ملّی، آزادانه و با مشارکت فعّالانه‌ی مردم انجام پذیرد. فرهنگ جامعه‌ی گشوده‌ی اطّلاعاتی، مبتنی بر دادوستد آزاد و گسترده‌ی اطّلاعات با استفاده از تمام رسانه‌هاست که جایگزین فرهنگ محدود و بسته‌ی سنّتی شفاهی می‌شود. بدون وجود یک نظام اطّلاعاتی و ارتباطی گشوده، نقش پشتیبانی اطّلاعات و ارتباطات در توسعه‌ی ملّی دچار سستی و رکود و چه بسا سوءاستفاده‌های جبران‌ناپذیر خواهد شد. بر اساس مستندات این برنامه هدف دولت در زمینه‌ی اطّلاعات و ارتباط جمعی، فراهم کردن گسترده‌ترین شرایط ایجاد یک جامعه‌ی گشوده‌ی اطّلاعاتی است.

بر مبنای گزارش کمیته‌ی مشترک، ایجاد ساخت‌های جدید سازمانی که در آن آفرینش، بسته‌بندی و پخش پیام بتواند فارغ از دلهره‌های سانسور اجتماعی صورت گیرد، به ایجاد یک جامعه‌ی گشوده‌ی اطّلاعاتی که از ضرورت‌های پیشرفت اجتماعی است، کمک خواهد کرد. بدیهی است که مقدّسات سیاسی و اجتماعی باید از گزند نیّت بدخواهان مصون باشد، ولی لحظه‌ای که سانسور اطّلاعات و ارتباطات از حوزه‌ی «نبایدها» به حوزه‌ی «بایدها» در کنترل پیام‌ها گرایش یابد، سرچشمه‌های آفرینش‌های فرهنگی و هنری که تنها ضامن پایداری و بلندپایگی یک ملّت است، خواهد خشکید (همان: ۲-٤).

به گفته‌ی تهرانیان اوّلین مرحله از ارتباطات توسعه، «توسعه‌ی ارتباطات» است که در برنامه‌ی عمرانی ششم به صورت زیر ذکر شده است. ضمن این که در گزارش کمیته‌ی مشترک، بر گسترش شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی، گسترش صنعت سینما، توسعه‌ی صنعت چاپ، توسعه‌ی مؤسّسات مطبوعاتی، ایجاد خبرگزاری و تجهیز کتابخانه‌های اختصاصی برای جمع‌آوری اسناد و مدارک تأکید شده بود که در مفاد برنامه‌ی عمرانی ششم به صورت زیر ذکر شده است:

- تأکید بر ایجاد تسهیلات زیربنایی.
- ایجاد یک سیستم به‌هم‌پیوسته‌ی ارتباطات و اجتناب از ایجاد تسهیلات ارتباطی مجزّا از یکدیگر.
- دادن اولویّت به ایجاد تسهیلات مخابراتی بین‌شهری و شهری.

دومین مرحله از ارتباطات توسعه، «توسعه به‌وسیله‌ی ارتباطات» است که در مفاد زیر از برنامه‌ی ششم آمده است:

- استفاده از کلیّه‌ی وسایل ارتباط جمعی و آموزشی در سطوح مختلف تحصیلی.
- گسترش کیفی وسایل ارتباطات جمعی در مقابل گسترش فیزیکی.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

– استفاده‌ی هرچه بیش‌تر از وسایل ارتباط جمعی برای تشویق شرکت‌های سرمایه‌گذاری و آشنا کردن مردم با خریدوفروش سهام.
– استفاده از رسانه‌های گروهی در شناساندن اهمّیّت مقام زن.

در این برنامه برای نخستین بار به ابعاد ارتباطی توسعه یا همان مرحله‌ی سوم ارتباطات توسعه توجّه شده است. در برنامه‌ریزی بیش‌تر کشورهای رو به توسعه، در مراحل نخستین به ابعاد اقتصادی توسعه (زیربنای اقتصادی، اصلاحات ارضی و توسعه‌ی صنایع سبک و سنگین) پرداخته‌اند و سپس به‌تدریج به ابعاد اجتماعی توسعه (مانند بهداشت، آموزش، توزیع عادلانه‌ی درآمد، توسعه‌ی منطقه‌ای سرزمین، ساخت سکونت‌گاه، رفاه اجتماعی و مسائل ناشی از مهاجرت جمعیّت و فرسایش و آلودگی طبیعت) آگاهی یافته‌اند. ابعاد ارتباطی توسعه نیز به‌تازگی مورد توجّه قرار گرفته است. این ابعاد از جهت برنامه‌ریزی ارتباط پایین به بالا، شامل مسائلی مانند دریافت، بیان و شکل‌گیری نیازها، ایجاد خودیاری و مشارکت و نهادی شدن ارتباط و مشارکت است و در جهت برنامه‌ریزی ارتباط بالا به پایین، مسائلی چون بیان و توجیه هدف‌های توسعه‌ی ملّی، منطقه‌ای و محلّی و به‌طور کلّی ایجاد شبکه‌ی ارتباطی و بازخوردهای لازم در همه‌ی فعّالیّت‌های عمرانی را دربرمی‌گیرد (همان: ۲۱).

توجّه به ابعاد ارتباطی توسعه در خطوط کلّی سیمای جامعه‌ی ایران در برنامه‌ی عمرانی ششم آمده است:

– گسترش تشکّل اجتماعی به معنای ایجاد ساخت‌های ارتباطی و تقویت آن‌ها.
– تقویت انجمن‌های دموکراتیک.

هم‌چنین همان گونه که پیش‌تر اشاره شد، یکی از خطوط کلّی و اساسی برنامه‌ی ششم، «تأکید بر اقدامات مشخّص برای تحکیم یکپارچگی، وحدت، هویّت و فرهنگ ملّی» است. در این زمینه، در برنامه‌ی پیشنهادی ششم اقدامات زیر که می‌توان آن‌ها را از موارد توجّه به ابعاد ارتباطی توسعه دانست، پیشنهاد شده است.

– مشارکت بیش‌تر زنان در فعّالیّت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی.
– مشارکت کلیّه‌ی افراد ملّت ایران در فعّالیّت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی.

هم‌چنین در مستندات برنامه‌ی ششم عمرانی پیش از انقلاب، ارتباط یکی از نخستین حقوق بشری دانسته شده که از ضرورت‌های روزافزون پیشرفت اقتصادی و اجتماعی کشور است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

٤. برنامه‌ی چهارم توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

برنامه‌ی چهارم توسعه، نخستین گام در رسیدن به اهداف تعیین‌شده‌ی چشم‌انداز بیست‌ساله‌ی نظام و مهم‌ترین مرحله‌ی تحقّق جامعه‌ی آرمانی کشور محسوب می‌شود. مهم‌ترین ویژگی این برنامه، نظم منطقی و پیوستگی آن است که آن را از سه برنامه‌ی دیگر، متمایز می‌سازد. این برنامه متّکی به چشم‌انداز بلندمدّت کشور و سیاست‌های کلّی مصوّب مقام معظّم رهبری است که در چارچوب الزامات کلّی چشم‌انداز، تهیّه و تدوین شده است.

سند برنامه‌ی چهارم توسعه با چهار هدف کلّیِ توسعه‌ی دانش پایه، عدالت‌محور و در تعامل با جهان؛ تأمین مطمئن امنیّت ملّی و بازدارندگی همه‌جانبه؛ صیانت از هویّت و فرهنگ اسلامی- ایرانی و نیز حاکمیّت مؤثّر و استقرار دولت شایسته، در سه سطح زیر تهیه و تدوین و ارائه گردیده است:

- سطح اوّل: لایحه‌ی برنامه‌ی چهارم توسعه (هفت بخش و پانزده فصل و ۲٤۷ ماده).
- سطح دوم: سندهای توسعه‌بخشی، ویژه (فرابخشی) و استانی.
- سطح سوم: آیین‌نامه‌های اجرایی و مدیریّت اجرای سندهای توسعه.

۱.٤. بررسی مبانی نظری و مستندات برنامه‌ی چهارم توسعه

نظام برنامه‌ریزی برنامه‌ی چهارم، با توجّه به تغییرات ماهوی مرتبط با آن نسبت به برنامه‌ریزی‌های گذشته (برنامه‌ریزی جامع) و تحوّل آن به صورت «برنامه‌ریزی هسته‌های خط‌دهنده» که متّکی به پروگرام‌های اجرایی است، تنظیم شده است. در این شکل از برنامه‌ریزی، پروگرام‌های اجرایی، مجموعه‌ای متشکّل از هدف، پروژه‌های مشخّص، سازمان‌دهی و تشکیلات اجرایی برای حذف یک مانع توسعه و یا برای ایجاد یک قطب توسعه است.

با توجّه به الزامات حاکم بر تحقّق چشم‌انداز بلندمدّت ایران و ویژگی‌های رشد و توسعه‌ی کشور، مأموریّت برنامه‌ی پنج‌ساله‌ی چهارم، «رشد پایدار اقتصادی دانایی‌محور» است.

- توسعه‌ی مبتنی بر دانایی

به‌کارگیری دانایی برای توسعه، یکی از چالش‌های اساسی کشورهای در حال توسعه یا تازه صنعتی‌شده در جهان معاصر است. دانایی و مؤلّفه‌های آن به‌منظور افزایش رقابت‌پذیری در سطح جهانی، تولید محصولات و خدمات جدید، امکان تداوم رشد پایدار در عرصه‌ی بین‌المللی، فراهم کردن منابع جدید برای رشد و نیز افزایش بهره‌وری کل، مورد توجّه قرار می‌گیرند. مؤلّفه‌های اصلی دانایی عبارتند از:

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

۱. نظام انگیزشی اقتصادی و نهادی
۲. سرمایه‌ی انسانی
۳. فناوری اطّلاعات و ارتباطات
٤. نوآوری و ایجاد جریان دانایی (سازمان مدیریّت و برنامه‌ریزی کشور، ۱۳۸۳: ٦۰۸-٦۰۹).

- فناوری اطّلاعات و ارتباطات

فناوری اطّلاعات و ارتباطات (فاوا)، یکی از عوامل مهم در توسعه‌ی مبتنی بر دانایی است. فاوا چنان‌چه در شبکه‌های اقتصادی و اجتماعی به‌طور مؤثّر مورد استفاده قرار گیرد، محرّکی برای اقتصاد و مایه‌ی بهبود ارتباطات و تبادل اطّلاعات است. هم‌چنین فناوری مذکور موجب دسترسی به فرصت‌ها و موقعیّت‌های جدید به‌ویژه ارتباط با تجارت الکترونیکی و خدمات الکترونیکی، از جمله دولت الکترونیکی می‌شود (همان: ٦۱۰).

یکی از شاخص‌های بیان‌کننده‌ی وضعیّت دانایی و مقدار کمّی آن در ایران، «نسبت بهره‌گیران از اینترنت در هزار نفر جمعیّت» است. ضریب نفوذ اینترنت، از جمله شاخص‌های نشان‌دهنده‌ی وضعیّت انتشار فناوری‌های نوین در کشور است.

۲.٤. تحلیل اطّلاعات و ارتباطات در برنامه‌ی چهارم توسعه

برنامه‌ی چهارم در قالب ترسیم چشم‌انداز آینده در افق بلندمدّت و با سرمشق رشد پایدار اقتصادی مبتنی بر محور دانایی و رویکرد جهانی به‌منظور اصلاح ساختارها و فرایندهای جامعه برای دوره‌ی ۱۳۸٤-۱۳۸۸ تهیّه و تدوین گردید. این برنامه، برخلاف برنامه‌ی سوم که اصلاح ساختار کشور را با رویکرد داخلی مدّنظر قرار داده بود، با رویکرد جهانی برای اصلاح ساختار کشور، تدوین شده است.

با توجّه به مأموریّت اصلی برنامه‌ی چهارم یعنی «رشد پایدار اقتصادی دانایی‌محور»، فصل چهارم برنامه‌ی چهارمِ توسعه به «توسعه‌ی مبتنی بر دانایی» اختصاص دارد که ماده‌ی ٤۵ به «گسترش بازار محصولات دانایی‌محور دانش‌بنیان»، ماده‌ی ٤۷ به «ایجاد و توسعه‌ی شرکت‌های دانش‌بنیان» و ماده‌ی ۵۷ نیز به «تحقّق اقتصاد مبتنی بر دانایی» پرداخته است.

یکی از مؤلّفه‌های توسعه‌ی مبتنی بر دانایی، فناوری اطّلاعات و ارتباطات است. در مستندات برنامه‌ی چهارم، بر گسترش و ظرفیّت‌سازی فناوری اطّلاعات و ارتباطات در زمینه‌های مختلف تأکید شده است که به صورت مستقیم در ماده‌ی ۱۰۵ و ۱۲٤ ذکر گردیده و توسعه‌ی زیرساخت‌های ارتباطی برای سایر اهداف توسعه‌ای نیز در مواد ۸٦، ۸۷، ۸۸ و ۸۹ بیان شده است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

ماده‌ی ۱۰۵: دولت موظّف است برای توسعه‌ی ارتباطات و فناوری اطّلاعات، تحقّق اقتصاد مبتنی بر دانایی و کسب جایگاه برتر منطقه، اقدامات ذیل را انجام دهد:

الف) ایجاد شبکه‌ها و ارائه‌ی خدمات ارتباطی و فناوری اطّلاعات.

ب) ارتقای ضریب نفوذ ارتباطات ثابت، سیّار و اینترنت کشور و ایجاد ارتباط پرظرفیّت و چندرسانه‌ای.

ج) تأمین و تضمین ارائه‌ی خدمات پایه‌ی ارتباطی و فناوری اطّلاعات در سراسر کشور.

د) تهیّه‌ی لایحه‌ی «قانون جامع ارتباطات» در سال اوّل برنامه‌ی چهارم.

هـ) تأمین هزینه و تضمین ارائه‌ی خدمات پایه‌ی ارتباطی و فناوری اطّلاعات در نقاط محروم و نقاط روستایی.

مرحله‌ی دوم از ارتباطات توسعه، «توسعه به‌وسیله‌ی ارتباطات» است که به معنای به‌کارگیری ظرفیّت‌های مجاری ارتباطی برای سایر اهداف توسعه است و در مواد زیر از برنامه‌ی چهارم آمده است:

ماده‌ی ۳۳: به منظور نوسازی و روان‌سازی تجارت، افزایش سهم کشور در تجارت بین‌الملل، توسعه‌ی صادرات کالاهای غیرنفتی و خدمات، تقویت توان رقابتی محصولات صادراتی کشور در بازارهای بین‌المللی و برای گسترش کاربرد فناوری ارتباطات و اطّلاعات در اقتصاد، بازرگانی و تجارت در قالب سند ملّی بازرگانی کشور، دولت مکلّف است به:

- به‌روز نمودن پایگاه‌ها و مراکز اطّلاع‌رسانی و ارائه‌ی خدمات دستگاه مربوط در محیط رایانه‌ای و شبکه‌ای.

- انجام مناقصه‌ها، مزایده‌ها و مسابقه‌های خرید و فروش کالا و خدمات و عملیّات مالی- اعتباری در محیط رایانه‌ای و شبکه‌های اطلاع‌رسانی.

- ایجاد بازارهای مجازی.

- انجام فعّالیّت‌های تدارکاتی و معاملاتی در قالب تجارت الکترونیکی.

بند «ک» ماده‌ی ۵۲: «بهره‌گیری از فناوری اطّلاعات در تدوین و اجرای برنامه‌های آموزشی و درسی کلیّه‌ی سطوح و تجهیز مدارس کشور به امکانات رایانه‌ای و شبکه‌ی اطّلاع‌رسانی».

ماده‌ی ٦٤: الف) در راستای ارتقای آگاهی‌های عمومی و دست‌یابی به توسعه‌ی پایدار برای محیط زیست، کلیّه‌ی دستگاه‌های ذی‌ربط، رسانه‌های دولتی و صدا و سیما، ملزم به اجرای برنامه‌های آموزشی بدون دریافت وجه موضوع این ماده هستند.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

ماده‌ی ۸٤: ب) تهیّه و اجرای برنامه‌های آموزشی لازم برای ارتقای فرهنگ و سواد تغذیه‌ای جامعه.

ماده‌ی ۱۰٤: دولت مکلّف است به‌منظور رونق اقتصاد فرهنگ، افزایش اشتغال، بهبود کیفیّت کالا و خدمات، رقابت‌پذیری، خلق منابع جدید، توزیع عادلانه‌ی محصولات و خدمات فرهنگی، ایجاد بستر مناسب برای ورود به بازارهای جهانی فرهنگ و هنر و تأمین فضاهای کافی برای عرضه‌ی محصولات فرهنگی، اقدامات متعدّدی به‌عمل آورد.

ماده‌ی ۱۰٦: ب) گسترش فعّالیّت‌های رسانه‌های ملّی و ارتباط جمعی برای مقابله با تهاجم فرهنگی، سالم‌سازی فضای عمومی، اطّلاع‌رسانی صحیح و تحقّق سیاست‌های عالی برنامه‌ی چهارم.

ل) ساماندهی تبلیغات رسانه‌ای، بهبود محتوای کتب درسی، استقرار محیط و ساختارهای حقوقی برای حفظ و ارتقای هویّت اسلامی- ایرانی و تقویت نهاد خانواده بر اساس تعالیم میراث معنوی جامعه‌ی ایرانی.

ماده‌ی ۱۰۹: هـ) تقویت تعامل فرهنگ‌ها و زبان‌های بومی با فرهنگ و میراث معنوی ملّی و معرّفی وجوه گوناگون فرهنگ بومی در سطح ملّی.

ج) حمایت از گسترش منابع و اطّلاعات به خط و زبان فارسی.

ماده‌ی ۱۳۰: طرّاحی و استقرار نظام جامع اطّلاعات برای انجام امور قضایی.

ماده‌ی ۱٤۲: استفاده از فناوری‌های نوین اداریی.

تحقّق جامعه‌ی اطّلاعاتی یکپارچه در کشور، برای دست‌یابی به چشم‌انداز «ایران مقتدر در قرن بیست‌ویکم؛ اقتصاد دانایی‌محور با فناوری اطّلاعات و ارتباطات» امری اجتناب‌ناپذیر و ضروری است که مستلزم برنامه‌ریزی استراتژیک و اجرای آن در سطح ملّی است. در این راستا برنامه‌ی چهارم توسعه در ماده‌ی ٤٤ دولت را موظّف به فراهم نمودن زیرساخت‌های لازم برای تحقّق جامعه‌ی اطّلاعاتی کرده است:

ماده‌ی ٤٤: دولت موظّف است برای استقرار جامعه‌ی اطّلاعاتی و تضمین دسترسی گسترده، امن و ارزان شهروندان به اطّلاعات مورد نیاز، اقدامات ذیل را به‌عمل آورد:

الف) حمایت از سرمایه‌گذاری در تولید و عرضه‌ی انواع محتوا و اطّلاعات به زبان فارسی.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

ب) اتّخاذ تدابیر لازم برای کسب سهم مناسب از بازار اطّلاعات و ارتباطات بین‌المللی، استفاده از فرصت منطقه‌ای ارتباطی ایران از طریق توسعه‌ی مراکز اطّلاعاتی اینترنتی ملّی و توسعه‌ی زیرساخت‌های ارتباطی.

ج) تهیّه و تصویب سند راهبردی برقراری امنیّت در فضای تولید و تبادل اطّلاعات کشور.

همان‌گونه که پیش‌تر اشاره شد، مرحله‌ی سوم ارتباطات توسعه، «توسعه برای ارتباطات» یا به عبارتی همان ابعاد ارتباطی توسعه است. ابتدا به بررسی ابعاد ارتباطی توسعه در سند چشم‌انداز می‌پردازیم که در سیاست‌های کلّی نظام به صورت زیر ترسیم شده است:

- پیشبرد راهبرد گفتگوی تمدّن‌ها و فرهنگ‌ها در سطوح ملّی، منطقه‌ای و بین‌المللی.
- تقویت مبانی جامعه‌ی مدنی، مشارکت همگانی، اخلاق و روحیّه‌ی کار گروهی و سازگاری رقابت‌پذیری در کلیّه‌ی روابط اجتماعی و سیاسی.

این سیاست‌ها به صورت الزام‌ها و راهبردهای زیر در افق دورنمای ۱٤۰٤، مشخّص شده‌اند:

- پی‌ریزی ارتباط مبتنی بر هم‌دلی و تفاهم بین آحاد مردم.
- ترویج و تضمین فرهنگ علمی برای برپایی انسان متّکی به خود و جامعه‌ی خودراهبر.

امّا این ابعاد ارتباطی در مواد برنامه‌ی چهارم به صورت‌های زیر تعیین شده است:

در بند «ج» ماده‌ی ۳۷، دولت موظّف شده است «زمینه‌ی مشارکت تشکّل‌های قانونی غیردولتی صنفی- تخصّصی بخش‌های مختلف را در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های مربوط ایجاد نماید».

در ماده‌ی ۷۱، شورای برنامه‌ریزی و توسعه‌ی استان ملزم شده که برنامه‌های توسعه و مشارکت زنان و جوانان به‌ویژه بسیجیان در فعّالیّت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی استان را ارائه کند.

در ماده‌ی ۹۵، توجّه به نهادی‌شدن ارتباط و توسعه بر مبنای نیازهای محلّی به صورت زیر تأکید شده است:

هـ) ارتقای مشارکت نهادهای غیردولتی و مؤسّسات خیریّه.

ح) اتّخاذ رویکرد توانمندسازی و مشارکت محلّی.

لازمه‌ی هر ارتباط، وجود اعتماد است که از مهم‌ترین اجزای سرمایه‌ی اجتماعی به‌شمار می‌آید. یکی از مهم‌ترین مفاد برنامه‌ی چهارم در راستای ابعاد ارتباطی توسعه، ماده واحده‌ی ۹۸ است که علاوه بر تأکید بر ارتقای سرمایه‌ی اجتماعی و گسترش نهادهای مدنی، به نظارت مردم در توسعه‌ی پایدار کشور نیز توجّه کرده است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

در ماده واحده‌ی۱۰۰ نیز دولت مکلّف شده «منشور حقوق شهروندی» را که یکی از پیش‌نیازهای مهمّ مشارکت مردم در توسعه‌ی جامعه است، تدوین کند.

یکی دیگر از مواردی که در برنامه‌ی چهارم توسعه و در ماده واحده‌ی ۱۰۱ بر آن تأکید شده است، «گفتگوی اجتماعی دولت و نهادهای مدنی» است.

هم‌چنین یکی از اقدامات عملیّاتی برای تحقّق ابعاد ارتباطی ذکرشده در سیاست‌های کلّی سند چشم‌انداز، ماده واحده‌ی ۱۱۰ است که در این ماده سیاست‌هایی در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی نیز پیش‌بینی شده است.

«... الف) برنامه‌ریزی در زمینه‌ی مشارکت و حضور فعّال در فرایندها، نهادها و مجامع منطقه‌ای و بین‌المللی در باب گفتگوی تمدّن‌ها.

هـ) بهبود ساختارهای اجرایی و حمایت از تأسیس نهادهای غیردولتی برای تحقّق عملی گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدّن‌ها».

در ماده‌ی ۱۱۹ نیز اقدامات دیگری در همین راستا معیّن شده است:

«...ج) توسعه‌ی مشارکت همه‌جانبه‌ی ایرانیان بر اساس حقّ برابر شهروندی در نظام تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری و مدیریّت اجرایی کشور.

ی) تهیّه‌ی سازوکارهای لازم جهت تقویت نهادهای مدنی و احزاب.

ط) تهیّه‌ی سازوکارهای لازم جهت توسعه‌ی مشارکت مردمی».

سیر تحوّل مفاهیم ارتباطات و توسعه در برنامه‌ی ششم عمرانی و برنامه‌ی چهارم توسعه، در جدول زیر مشاهده می‌شود:

	برنامه‌ی عمرانی ششم	برنامه‌ی چهارم توسعه
سال اجرای برنامه	۱۳۵٦-۱۳٦۱	۱۳۸٤-۱۳۸۸
نوع برنامه	جامع	جامع
نوع حاکمیّت برنامه	ارشادی- اجباری	ارشادی-اجباری
مستندات	گزارش کمیته‌ی برنامه‌ریزی اطّلاعات و ارتباط جمعی	مبانی نظری و مستندات برنامه‌ی چهارم توسعه
وجه غالب توسعه	توسعه‌ی صنعتی و اطّلاعاتی	توسعه‌ی پایدار مبتنی بر دانایی (مواد ٤٥،٤٧،٥٧)

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

	برنامه‌ی عمرانی ششم	برنامه‌ی چهارم توسعه
ابزارهای فنّی ارتباطات و اطّلاعات	صنایع و خدمات اطّلاعاتی و ارتباطی شامل آموزش و پرورش، پژوهش و گسترش، رادیو و تلویزیون، مطبوعات، کتاب و کتابخانه، سینما، صفحه و کاست، بانکداری، بیمه، پست و تلگراف و تلفن و تلکس، تبلیغات، مشاوره، خدمات کامپیوتری و ...	فنّاوری اطّلاعات و ارتباطات
مؤلّفه‌ی ارتباطی جامعه	جامعه‌ی گشوده‌ی اطّلاعاتی مبتنی بر دادوستد آزاد و گسترده‌ی اطّلاعات با استفاده از تمام رسانه‌ها	جامعه‌ی اطّلاعاتی مبتنی بر فناوری اطّلاعات
چگونگی توسعه‌ی ارتباطات	- ایجاد تسهیلات زیربنایی اعمّ از ارتباطات و مخابرات - ایجاد تسهیلات مخابراتی بین‌شهری و شهری	ایجاد شبکه‌ها و ارائه‌ی خدمات ارتباطی (پستی و مخابراتی) و فنّاوری اطّلاعات
چگونگی توسعه به‌وسیله‌ی ارتباطات	- بیدار کردن حسّ مسؤولیّت افراد در قبال خود و رفاه خانواده و مشکلات و دشواری‌های مملکتی - گسترش کیفی وسایل ارتباطات جمعی در مقابل گسترش فیزیکی این تسهیلات و هماهنگی آن با سایر جنبه‌های توسعه - تشویق شرکت‌های سرمایه‌گذاری و آشنا ساختن مردم با خریدوفروش سهام برای توسعه‌ی بازار سرمایه - استفاده از رسانه‌های گروهی و کتب درسی و غیردرسی برای شناساندن اهمّیّت مقام زن در عصر رستاخیز و آگاه نمودن جامعه‌ی زنان به اهمّیّت برخورداری از حقوق و امکانات مساوی در جامعه	- تجارت الکترونیکی - بازارهای مجازی - توسعه‌ی پایدار برای حفظ محیط زیست - ارتقای فرهنگ و سواد تغذیه‌ای جامعه - پیشگیری اوّلیّه از بروز آسیب‌های اجتماعی - حفظ و ارتقای هویّت اسلامی- ایرانی، تقویت نهاد خانواده بر اساس تعالیم میراث معنوی جامعه‌ی **ایرانی**. **- تقویت تعامل فرهنگ‌ها و زبان‌های بومی با فرهنگ و میراث معنوی ملّی** **- طرّاحی و استقرار نظام جامع اطلاعات برای انجام امور قضایی** **- مشتری‌مداری و آموزش اداری مردم و توسعه فرهنگ** **- مدیریّت و ارزیابی عملکرد و راهکارهای لازم برای جلوگیری از مفاسد اداری** **-گسترش منابع و اطّلاعات به خط و زبان فارسی**

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

	برنامه‌ی عمرانی ششم	برنامه‌ی چهارم توسعه
چگونگی توسعه برای ارتباطات	• گسترش تشکّل اجتماعی به معنای ایجاد ساخت‌های ارتباطی و تقویت آنان از طریق تجهیز سیاسی و اجتماعی زیر لوای حزب رستاخیز ملّت ایران • تقویت انجمن‌های دموکراتیک از طریق برخوردار ساختن آنان از قدرت و اختیار کافی برای جهت دادن به فعّالیّت‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در چارچوب سیاست‌ها و برنامه‌های ملّی – مشارکت بیش‌تر زنان در فعّالیّت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی – مشارکت کلیّه‌ی افراد ملّت ایران در فعّالیّت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی زیر لوای حزب رستاخیز ملّت ایران در این زمینه حزب رستاخیز ملّت ایران امکانات زیر را فراهم خواهد کرد: ✓ایجاد امکانات تصمیم‌گیری در ارتباط و با همکاری با نزدیک‌ترین انجمن‌های دموکراتیک ✓فراهم آوردن امکان نظارت مردم بر ارائه‌ی خدمات و اجرای مصوّبات از طریق همکاری با مراجع قانونی ✓ایجاد آگاهی سیاسی در کلیّه‌ی افراد با توجّه به اصول فرماندهی شاهنشاهی ایران، قانون اساسی و انقلاب شاه و ملّت	– پیشبرد راهبرد گفتگوی تمدّن‌ها و فرهنگ‌ها در سطوح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی – تقویت مبانی جامعه‌ی مدنی، مشارکت همگانی، اخلاق و روحیّه‌ی کار گروهی و سازگاری رقابت‌پذیری در کلیه روابط اجتماعی و سیاسی – پی‌ریزی ارتباط مبتنی بر هم‌دلی و تفاهم بین آحاد مردم – ترویج و تضمین فرهنگ علمی جهت برپایی انسان متّکی‌به‌خود و جامعه‌ی خودراهبر – مشارکت تشکّل‌های قانونی غیردولتی صنفی ـ تخصصی (ماده ۳۷) – توسعه و مشارکت زنان و جوانان (مواد۷۱، ۱۱۱،۱۱۲) – مشارکت نهادهای غیردولتی، توانمندسازی و مشارکت محلی، بر اساس الگوی نیازهای اساسی توسعه(ماده ۹۵) – منشور حقوق شهروندی (ماده‌ی ۱۰۰) – ترویج گفتگوی اجتماعی و تقویت تشکل‌های مدنی روابط کار (ماده‌ی ۱۰۱) – حمایت از تأسیس نهادهای غیردولتی برای تحقق عملی گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدّن‌ها (ماده‌ی ۱۱۰) – توسعه‌ی مشارکت همه‌جانبه‌ی ایرانیان ،تقویت نهادهای مدنی و احزاب در کشور (ماده‌ی ۱۱۹)

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

حرکت به سمت اهداف «سند چشم‌انداز ۱٤۰٤ جمهوری اسلامی ایران» نیازمند درک تجارب تاریخی و الزامات برنامه‌های جدید متناسب برای دست‌یابی به اهداف مطلوب است. با آغاز عصر اطّلاعات، قواعد بازی برای توسعه به‌شدّت در جهان تغییر کرده و فرصت‌های بی‌بدیلی برای

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

جهش کشورهایی که در مراحل آغازین توسعه بوده‌اند، فراهم شده است. توجّه به بعد ارتباطات در سطح کلان و در برنامه‌های توسعه‌ی ملّی کشورها یکی از عوامل این تغییر پارادایمی بوده است.

تحوّل پارادایم‌های توسعه، متغیّرها و عوامل اثرگذار بر توسعه را نیز دربرگرفته است؛ به‌گونه‌ای که اثرات آن را در اسناد برنامه‌ریزی‌های توسعه هم می‌توان مشاهده کرد. مطالعه‌ی سیر تحوّل مفهوم ارتباطات و متغیّرهای منتج از آن به سبب تأثیراتی که بر ابعاد دیگر توسعه دارند، از جمله زمینه‌هایی است که این مسأله‌ی مهم را با وضوح بیش‌تری نشان می‌دهد. این امر با مروری بر تجربیّات برنامه‌ریزی و الگوهای توسعه در کشور، نمایان می‌شود.

مطالعه‌ی تطبیقی ارتباطات در برنامه‌ی ششم عمرانی (۱۳۵۵) و برنامه‌ی چهارم توسعه (۱۳۸۳) نشان می‌دهد که هر دو برنامه به صورت برنامه‌های جامع و بر اساس مطالعات، پژوهش‌های مستند و بررسی وضع موجود، به ترسیم افق مطلوب جامعه پرداخته‌اند.

در برنامه‌ی ششم عمرانی، کمیته‌ی مشترک برنامه‌ریزی اطّلاعات و ارتباط جمعی در سال ۱۳۵۵ به «ابعاد اطّلاعاتی و ارتباطی برنامه‌ریزی توسعه‌ی ملّی» بر پایه‌ی «گذار از جامعه‌ی سنّتی به جامعه‌ی صنعتی و اطّلاعاتی» پرداخته است. تهرانیان در گزارش این کمیته با توجّه به ویژگی‌های فرهنگی جامعه‌ی ایرانی و تنگناها و توانایی‌های توسعه‌ی آن، اصول کلّی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه در زمینه‌ی اطّلاعات و ارتباطات جمعی را بر پایه‌ی گذار به جامعه‌ی صنعتی و اطّلاعاتی پیشنهاد می‌کند. او برای تحقّق این فرایند، سه شرط را ضروری می‌داند؛ نخست آن که هویّت فرهنگی و ملّی ایران در سیر این تحوّلات، اصالت خود را حفظ کند؛ دوم آن که زیربنای اقتصادی لازم که در انقلاب صنعتی اوّل و دوم در کشورهای پیشرفته‌ی جهان فراهم آمده است، در ایران نیز به‌وجود آید؛ و سوم آن که فرهنگ یک جامعه‌ی گشوده‌ی اطّلاعاتی که مبتنی بر دادوستد آزاد و گسترده‌ی اطّلاعات با استفاده از تمام رسانه‌هاست، جایگزین فرهنگ محدود و بسته‌ی نظام سنّتی شفاهی شود (تهرانیان، ۱۳۵۵: ۹). به نظر تهرانیان تداخل ضروریّات دو انقلاب صنعتی و اطّلاعاتی در ایران، از یک‌سو جامعه‌ی ایران را به پای پیشرفته‌ترین صنایع جهانی رسانده است و از سوی دیگر، جریان این دو انقلاب پیاپی به فاصله میان بخش‌های مدرن و سنّتی اقتصاد و جامعه افزوده است که بروز آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی از نتایج این تعارض‌هاست. از این رو، سیاست اطّلاعاتی و ارتباطی در وهله‌ی اوّل باید به شناخت مسائل ناشی از این دوگانگی‌های اجتماعی و اقتصادی بپردازد. «حفظ اصالت ملّی و فرهنگی» در ایجاد «توازن میان گسترش

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

تکنولوژی اطّلاعاتی و ارتباطی و رشد نهادهای اجتماعی و ارتباطی» و «گسترش و تحکیم نظام اطّلاعاتی و ارتباطی میان دولت و رسانه‌ها و پیام‌گیران»، در زمره‌ی مهم‌ترین تمهیدات و وظایفی است که باید لحاظ شود (همان: ۱۱-۱۲).

در برنامه‌ی ششم برای نخستین بار موضوع دسترسی به «جامعه‌ی اطّلاعاتی» مطرح می‌شود؛ جامعه‌ای که در آن دادوستد آزاد و گسترده‌ی اطّلاعات با استفاده از تمام رسانه‌ها ضمن رعایت شرایط ایجاد یکپارچگی و یگانگی ملّی، با مشارکت فعّالانه‌ی مردم انجام پذیرد. بر اساس مستندات این برنامه، هدف دولت در زمینه‌ی اطّلاعات و ارتباط جمعی، فراهم کردن گسترده‌ترین شرایط ایجاد یک جامعه‌ی گشوده‌ی اطّلاعاتی است.

مأموریّت برنامه‌ی چهارم توسعه بعد از انقلاب «رشد پایدار اقتصادی دانایی‌محور» بر پایه‌ی اهداف چشم‌انداز بیست‌ساله‌ی کشور تعریف شده است. بر اساس این سند، توسعه باید با عنایت به الزام‌های دانش و دانایی تحقّق یابد.

در برنامه‌ی چهارم توسعه نیز دولت مکلّف به فراهم کردن زیرساخت‌های لازم به منظور تحقّق جامعه‌ی اطّلاعاتی برای دست‌یابی به چشم‌انداز «ایران مقتدر در قرن بیست‌ویکم؛ اقتصاد دانایی‌محور با فناوری اطّلاعات و ارتباطات» است. این جامعه‌ی اطّلاعاتی مبتنی بر ارتباطات و فناوری اطّلاعات است و در آن همه‌ی امور جامعه باید به‌وسیله‌ی فناوری اطّلاعات صورت پذیرد. در برنامه‌ی چهارم دولت موظّف شده است که علاوه بر استقرار جامعه‌ی اطّلاعاتی، دسترسی گسترده، امن و ارزان شهروندان به اطّلاعات را نیز تضمین نماید.

در هر دو برنامه به ابعاد مختلف ارتباطات توسعه پرداخته شده است. در برنامه‌ی ششم عمرانی برای نخستین بار به ابعاد ارتباطی توسعه توجّه شده و این موضوع هم در سیاست‌ها و اهداف کلّی برنامه و هم در مفاد آن آمده است. در برنامه‌ی چهارم توسعه هم علاوه بر توسعه‌ی ارتباطات و توسعه به‌وسیله‌ی ارتباطات، به توسعه برای ارتباطات نیز به صورت حمایت از تشکّل‌های غیردولتی، توجّه به مشارکت همه‌ی ایرانیان به‌ویژه زنان و جوانان، مشارکت نهادهای مردمی و توجّه به حقوق شهروندی و گفتگوی تمدّن‌ها پرداخته شده است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

منابع

۱. ازکیا، مصطفی و غفّاری، غلامرضا (۱۳۷۷) **جامعه‌شناسی توسعه**، تهران: کلمه.

۲. ایمان، محمّدتقی و نوشادی، محمودرضا (۱۳۹۰) «تحلیل محتوای کیفی»، **پژوهش**، سال سوم، شماره‌ی ۲، صص ۱۵-٤٤.

۳. تهرانیان، مجید (۱۳۵۵) **گزارش کمیته‌ی اطّلاعات و ارتباط جمعی**، برنامه‌ی ششم، پیش‌نویس ۲.

٤. ـــــــــــ (بی‌تا) **ابعاد انسانی توسعه**، تهران: پژوهشکده‌ی علوم ارتباطی و توسعه‌ی ایران.

۵. خانیکی، هادی (۱۳۸٤) «بنیان‌های مطالعات ارتباطات و توسعه‌ی ملّی در ایران»، **فصلنامه‌ی علوم اجتماعی**، شماره‌ی ۲۸ و ۲۹.

٦. ـــــــــــ (۱۳۸۱) **قدرت، جامعه‌ی مدنی و مطبوعات**، تهران: طرح نو.

۷. رضوی‌زاده، سیّد نورالدین (۱۳۷۹) «ارتباطات و توسعه با نگاهی به نقش ارتباطات در توسعه‌ی روستایی»، **فصلنامه‌ی رسانه**، سال یازدهم، شماره‌ی ۲.

۸. سازمان برنامه و بودجه (۱۳۸۳) **قانون برنامه‌ی چهارم توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸٤-۱۳۸۸)**.

۹. ـــــــــــ (۱۳۷۹) **قانون برنامه‌ی سوم توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۹-۱۳۸۳)**.

۱۰. ـــــــــــ (۱۳۷۳) **قانون برنامه‌ی دوم توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷٤-۱۳۷۸)**.

۱۱. ـــــــــــ (۱۳٦۹) **قانون برنامه‌ی اوّل توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۰-۱۳۷٤)**.

۱۲. ـــــــــــ (۱۳۵٦) **برنامه‌ی عمرانی ششم (۱۳۵۷-۱۳٦۱)**.

۱۳. ـــــــــــ (۱۳۵٦) **خطوط کلّی، هدف‌ها و سیاست‌های برنامه‌ی ششم عمرانی (۱۳۵۷-۱۳٦۱)**، تهران: انتشارات سازمان برنامه.

۱٤. ـــــــــــ (بی‌تا) **سابقه‌ی برنامه‌ریزی در ایران**، معاونت امور اقتصادی و هماهنگی دفتر اقتصاد کلان.

۱۵. سرواس، جان (۱۳۸٤) «دگرگونی در نظریّه‌های ارتباطات و توسعه و پیامدهای آن در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی ارتباطی»، ترجمه‌ی علیرضا حسینی پاکدهی، **رسانه**، سال شانزدهم، شماره‌ی ۳.

۱٦. سن، آمارتیا (۱۳۸۱) **توسعه به‌مثابه آزادی**، ترجمه‌ی حسین راغفر، تهران: کویر.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

۱۷. عظیمی، حسین (۱۳۷۸) **ایران امروز در آیینه‌ی مباحث توسعه**، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.

۱۸. علیزاده، عبدالرحمان (۱۳۸٤) «ارتباطات توسعه و توسعه‌ی پایدار»، **رسانه**، سال شانزدهم، شماره‌ی ۳.

۱۹. قنبری، عباس (۱۳۸۳) «جایگاه ارتباطات در برنامه‌های توسعه‌ی ایران»، **رسانه**، سال چهاردهم، شماره‌ی ٤.

۲۰. گولت، دنیس (۱۳۷۷) «توسعه، آفریننده و مخرّب ارزش‌ها»، **برنامه و توسعه**، شماره‌ی ۱۰، صص ۷۰ – ۷۱.

۲۱. محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۷٤) **ارتباط جمعی و توسعه‌ی روستایی**، تهران: معاونت ترویج و مشارکت مردمی وزارت جهاد سازندگی.

۲۲. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۰) «سیری در تحوّل مطالعات ارتباطاتی»، **ارتباط‌شناسی**، مهدی محسنیان‌راد، تهران: سروش.

۲۳. ــــــــــــ (۱۳۷۱) **ارتباطات توسعه و توسعه‌ی ارتباطات در ایران: نقش ارتباطات در پیشبرد برنامه‌های توسعه‌ی ملّی و اهمّیّت برنامه‌ریزی برای توسعه‌ی ارتباطی**، تهران: دانشگاه علّامه طباطبایی.

۲٤. موثقی، سیّد احمد (۱۳۸۳) «توسعه؛ سیر تحوّل مفهومی و نظری»، **مجلّه‌ی دانشکده‌ی حقوق و علوم سیاسی**، شماره‌ی ٦۳.

۲۵. مولانا، حمید و ویلسون، لاری (۱۳٦۹) «سه نگرش به ارتباطات و توسعه»، ترجمه‌ی یونس شکرخواه، **رسانه**، سال اوّل، شماره‌ی ۳.

26. Esteva, Gustavo, (1992) “Development”, in Sachs, Wolfgang (ed), **The Develop Dictionary**, London.

27. Griffin, Keith and Mckinely, Terry, (1994) **Implementing Human Development Strategy**, London: Macmilan Press Ltd.

28. Haas, Michael, (1991) **Polity and Society: Philosophical Underpinnings of Social Science Paradigms**. New York & London: Praeger.

29. Hsieh; Hsiu- Fang & Shanon; Sara E. (2005) "Three Approaches to Content Analysis", **Qualitative Health Research**, Vol.15, No.9.

30. Riggs Fred W., (1984) “Development”, in Sartori, Giovanni (ed.), **Social Sciences Concepts**, London.

31. Rist, Gilbert (2002) **the history of development: From Western Origins to Global Faith**. London & New York.

32. Servaes, Jan, (1989) "shifts in development and communication theory: with a brief discussion of its communication policy and planning consequences". **Progress in communication sciences**, Vol.Ix, edited by Brenda Dervin and Melvin J.Voigt.Norwood.N.J: Alex.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]

33. Tehranian, Majid (1985) "Communication development indicators" in Middleton, John and Wedemeyer, Dan.J.(eds): **Methods of communications Planning**. UNESCO.Paris.
34. Tehranian, Majid (1994) "Communication and Development" in **communication Theory Today**, David Crawley and David Mitchel, Stanford, University.U.S.A.
35. UN, (1990) **Human Development Report**.
36. 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** (pp.308-319). Westport, CT: Libraries Unlimited. PDF.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-19]