

Mass Media and Public Interest: Media Mechanisms in Reducing Human Development Inequalities (Case Study: IRIB¹)

Reza Vaezi

Professor, Department of Public Administration,
Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Hossein Adhami *

PhD in Public Administration, Allameh Tabataba'i
University, Tehran, Iran

Abstract

Human development inequalities are one of the main obstacles in today's societies on the path to providing public benefits and achieving social justice. These inequalities are mainly the result of the lack of equal opportunities in acquiring basic capabilities in the fields of education, health, and income for all members of society. In the meantime, despite the extensive developments in the media field, mass media, especially radio and television, still have a great capacity to provide public benefits by providing appropriate content to create basic capabilities and reduce human inequalities. The present study aimed to identify the media mechanisms of the IRIB to reduce human development inequalities in Iran. The approach of this research was qualitative and was conducted using the method of Constructivist grounded theory. The research community consisted of academic and executive experts in the fields of media and public administration who also had sufficient knowledge of development issues. The findings of this study identified five mechanisms of trust-building, message production management, message distribution management, organizational resource management, and strengthening institutional cooperation as the main mechanisms of the IRIB to reduce human development inequalities.

Keywords: mass media, public interest, Inequality, constructivist grounded theory.

1. Islamic Republic of Iran Broadcasting

* Corresponding Author: h.adhami@yahoo.com

How to Cite:

Original Research

Accepted:

Review

Received:

1. Introduction

Human development theory is one of the important theories in providing public benefits due to its emphasis on meeting people's basic needs through the creation of basic capabilities. However, a very important issue related to human development is inequality in the dimensions of human development, which has become a major development challenge at the international level (Ferreira et al., 2022). One of the effective tools at the disposal of governments to address these inequalities is the mass media. Mass media, as a key part of public opinion formation, can play multiple roles in this field (Kotsalas et al., 2018). With these explanations, the IRIB, as a public mass media, has great capacity to provide public benefits by reducing human development inequalities in Iran. Accordingly, the aim of this research is to identify the media mechanisms of the aforementioned organization in reducing human development inequalities in Iran.

2. Literature Review

2.1. Human development and its inequalities

Human development theory has its roots in two academic developments in the 1970s. One of them was the emergence of the field of development ethics by Denis Goulet (1971) and the other was Amartya Sen's capability approach (1979). Proponents of the capability approach argue that development should seek to expand the capabilities and functions of individuals rather than simply providing a set of resources or conditions necessary for their survival (Byskov, 2018). The ideas of Goulet, Sen, and others led to the development of alternative measures of economic and social development, one of the most important of which was the Human Development Index (HDI). HDI is a composite index that refers to three dimensions: a long and healthy life, education and knowledge, and a decent standard of living (Willis, 2020). But, the main idea of the composite indicators that have been developed in this field over the past three decades points to the important issue that we should consider development and inequalities as multidimensional processes, rather than focusing solely on the economic dimension (Carmo, 2021). Therefore, when it comes to human development inequalities, all dimensions of human development, including income, education, and health, are considered.

2.2. Mass media and development

Among the mass media, radio and television have long been powerful tools for development due to their wide reach and ease of use. For example, Nworgu (2016) believes that these media play the same roles as schools as educators, except that schools are formal places for education (Chima & Obayi, 2019). Also, in the area of health, radio and television programs have

the ability to encourage large numbers of people to adopt new health behaviors (Saraf & Balamurugan, 2018). In fact, radio and television media, by playing their leadership and awareness-raising roles, help reduce human and social inequalities by directing people's attitudes and behaviors towards the best options and providing positive values for society.

3. Methodology

The present study is a qualitative study that used a Constructivist grounded theory strategy. A semi-structured interview tool was used to collect data. The participants in the study included academic and executive experts in the fields of media and public administration who had sufficient knowledge of human development theory and its concepts. In the first stage of the sampling process, purposive sampling was used to select the first samples, and in the second stage, theoretical sampling was used. After completing the data analysis of the eleventh interview, theoretical saturation was achieved, but in order to ensure data adequacy, the interview process and data analysis continued until the sixteenth interviewee. Finally, the analysis of the collected data was carried out simultaneously with their collection and through four stages of initial, focused, axial, and theoretical coding to reveal the concepts and categories of the research and explain the relationships between them.

4. Discussion and Results

Analysis of data collected led to the identification of 23 subcategories and 5 main categories. These main categories include: trust-building, message production management, message distribution management, organizational resource management, and strengthening institutional cooperation. Trust-building is the most important factor in the effectiveness of a media outlet. Because, without persuading the audience, the planned goals cannot be achieved through the media. The second mechanism is message production management. After building media trust, the next step is to produce appropriate content that can help reduce existing inequalities in education, health, and income in different regions of the country. The next mechanism is message distribution management. Distributing the right content at the wrong time results in a loss of opportunity to influence the audience and effectively causes the message transmission process to fail. Strengthening institutional cooperation is the fourth mechanism identified. To improve the knowledge and skills of society in the three areas of human development, it is necessary to gain a correct understanding of the issues of different groups of people and the capacities of different regions. This is possible through continuous communication with the responsible agencies. Ultimately, what can guarantee the success of the IRIB in effectively using the mechanisms mentioned to


reduce human development inequalities is the proper management of various organizational resources.

5. Conclusion


The three indicators of human development (health, education, and income) are directly and indirectly related to public interests, because their improvement leads to the improvement of the quality of life of society, which ensures the benefit of all members of society. However, inequality in these indicators has now become a major challenge for all societies, because it has jeopardized social justice and sustainable development in societies. In the meantime, mass media, as a powerful tool in shaping public opinion and creating core capabilities in the three areas of education, health, and income, can play an important role in reducing human development inequalities. The findings of this study identified five main mechanisms for the IRIB, including: trust-building, message production management, message distribution management, strengthening institutional cooperation, and organizational resource management. These mechanisms demonstrate the unparalleled capacity of the aforementioned organization to reduce human development inequalities and provide public benefits in the three areas of education, health, and income.

رسانه‌های جمعی و منفعت عمومی: سازوکارهای رسانه‌ای در کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی (مورد مطالعه: سازمان صدا و سیما)

استاد گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه
طباطبائی، تهران، ایران

رضا واعظی 

دکتری مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی،
تهران، ایران

حسین ادھمی* 

چکیده

نابرابری‌های توسعه انسانی یکی از موانع اصلی جوامع کنونی در مسیر تأمین منافع عمومی و تحقق عدالت اجتماعی است. این نابرابری‌ها عمدتاً ماحصل نبود فرصت‌های برابر در کسب قابلیت‌های اساسی در زمینه‌های آموزش، سلامت و درآمد برای همه افراد جامعه است. اهمیت این نابرابری‌ها از آن جهت است که گسترش آن موجب افزایش فقر، تضعیف انسجام داخلی و در نهایت شکل‌گیری ناراضی‌تی و تنش‌های اجتماعی خواهد شد. در این میان، با وجود تغییر و تحولات گسترده حوزه رسانه، رسانه‌های جمعی و به‌ویژه رادیو و تلویزیون همچنان ظرفیت زیادی برای تأمین منافع عمومی از طریق ارائه محتوای مناسب برای ایجاد قابلیت‌های اساسی و کاهش نابرابری‌های انسانی دارند. لذا، پژوهش حاضر به عنوان یک پژوهش کیفی با هدف شناسایی ساز و کارهای رسانه‌ای صدا و سیما برای کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی در ایران صورت گرفته است. استراتژی پژوهش، داده‌بنیاد بوده و جامعه پژوهشی آن شامل خبرگان دانشگاهی و اجرایی حوزه‌های رسانه و مدیریت دولتی بودند که احاطه لازم به موضوعات توسعه را نیز داشتند. شیوه نمونه‌گیری در این تحقیق، نمونه‌گیری نظری بوده و از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. یافته‌های این پژوهش، پنج ساز و کار اعتمادسازی، مدیریت تولید پیام، مدیریت پخش پیام، مدیریت منابع سازمانی و تقویت همکاری‌های نهادی را به عنوان ساز و کارهای اصلی رسانه جمعی صدا و سیما برای کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی در ایران شناسایی نمود.

کلیدواژه‌ها: رسانه‌های جمعی، منفعت عمومی، نابرابری، داده‌بنیاد ساخت‌گرا.

مقدمه

آرمان توسعه انسانی، ریشه در نارضایتی از این واقعیت دارد که پارادایم‌های توسعه موجود مانند رشد اقتصادی و توسعه منابع انسانی، اغلب باعث بی‌عدالتی‌های اجتماعی می‌شوند یا در ارتقای رفاه واقعی مردم ناکام هستند. به عبارت بهتر، در حالی که هر دوی این پارادایم‌ها فقط انسان را به عنوان وسیله‌ای برای رشد اقتصادی در نظر می‌گیرند، ایده توسعه انسانی معتقد است که هدف اولیه توسعه باید مردم باشند (Byskov, 2018). در واقع، نظریه توسعه انسانی به دلیل تأکید بر تأمین نیازمندی‌های اصلی افراد از طریق ایجاد قابلیت‌های اساسی، یکی از نظریه‌های مهم در تأمین منافع عمومی است. بر همین اساس، برنامه توسعه سازمان ملل متحد (UNDP) در اولین گزارش توسعه انسانی خود در سال ۱۹۹۰، این تعریف رسمی از توسعه انسانی را ارائه داد: "توسعه انسانی، فرآیندی است که دامنه انتخاب‌های مردم را افزایش می‌دهد. اصلی‌ترین این انتخاب‌ها، داشتن زندگی طولانی و سالم، تحصیل و برخورداری از استانداردهای زندگی مناسب است" (Vaggi, 2018). این بدان معناست که برنامه توسعه ملل متحد نیز به این نتیجه رسید که رشد اقتصادی به خودی خود توسعه انسانی را تضمین نمی‌کند و بهترین راه برای ارتقای توسعه انسانی، اطمینان از ارتباط نزدیک بین رشد اقتصادی و رفاه انسان است (Telleria, 2021).

اما موضوع بسیار مهم در ارتباط با توسعه انسانی، موضوع نابرابری در ابعاد توسعه انسانی است که می‌تواند انسجام اجتماعی را تضعیف کرده (گاهی اوقات منجر به درگیری خشونت-آمیز شود)، روند کاهش فقر را کند نموده و پایداری رشد اقتصادی را تضعیف نماید (UNDP, 2019). در واقع، نابرابری، یک چالش بزرگ توسعه در سطح بین‌المللی است که افزایش آن پیامدهای منفی مهمی در زمینه‌های اجتماعی و اقتصادی خواهد داشت (Ferreira et al., 2022). محبوب الحق^۲ به عنوان یکی از نظریه‌پردازان اصلی توسعه انسانی، برابری را یکی از ارکان اصلی توسعه انسانی می‌داند و تأکید دارد که فرصت‌های برابر و عادلانه باید هم برای نسل‌های کنونی و هم برای نسل‌های آینده در دسترس باشد (Cosgrove & Curtis, 2022).

طبق آخرین گزارش برنامه توسعه سازمان ملل متحد که به بررسی وضعیت شاخص توسعه انسانی کشورها در سال ۲۰۲۳ می‌پردازد، زمانی که متغیر نابرابری در محاسبات

1. United Nations Development Programme
2. Mahbub ul Haq

شاخص توسعه انسانی ایران وارد می‌شود، عدد این شاخص به میزان ۱۹/۵ درصد کاهش می‌یابد که نشان از وجود نابرابری توسعه انسانی در کشور است (UNDP, 2025). نتایج پژوهش‌های صورت گرفته در ایران نیز وجود این نابرابری را تأیید می‌کنند. به عنوان نمونه، پژوهش افقه و همکاران (۱۳۹۹) نشان می‌دهد که در سالهای ۱۳۸۵، ۱۳۹۰ و ۱۳۹۵ استان تهران به ترتیب با مقادیر ۰/۷۳۳، ۰/۷۵۱ و ۰/۷۶۹ بالاترین شاخص توسعه انسانی و استان سیستان و بلوچستان با مقادیر ۰/۵۹۵، ۰/۵۳۹ و ۰/۶۳۱ کمترین میزان شاخص مذکور را در میان استان‌های کشور داشته‌اند. اما نکته قابل توجه در نتایج این پژوهش آن است که در حالی که شاخص توسعه انسانی در استان‌های کشور طی فاصله سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۰ به طور متوسط ۳ درصد بهبود یافته، اما این شاخص در سال ۱۳۹۵ نسبت به ۱۳۹۰ از رشد اندک ۰/۵ درصدی برخوردار بوده است. این موضوع، نشان از این واقعیت مهم دارد که در فاصله سال‌هایی که اتفاقاً روند شاخص توسعه انسانی ایران صعودی بوده، نابرابری توسعه انسانی در داخل کشور شدت یافته و تأمین منافع عمومی به مخاطره افتاده است.

از آنجائیکه نابرابری‌ها در حوزه‌های کلیدی توسعه انسانی به هم مرتبط‌اند و می‌توانند از نسلی به نسل دیگر منتقل شوند (UNDP, 2019)، بنابراین دولت به عنوان متولی توسعه، وظیفه دارد با دخالت موثر و به موقع مانع از شکل‌گیری این چرخه معیوب شود. یکی از ابزارهای موثر در اختیار دولت‌ها برای رفع این نابرابری‌ها، رسانه‌های جمعی هستند. رسانه‌های جمعی، به سبب آنکه جزء بخش‌های کلیدی تدوین‌کننده افکار عمومی هستند، لذا می‌توانند نقش‌های متعددی در این زمینه برعهده گیرند (Kotsalas et al., 2018). در واقع، رسانه‌های جمعی به دلیل تأثیر زیادی که بر آگاهی عمومی دارند به یک پدیده اجتماعی- فرهنگی تبدیل شده‌اند. به عنوان نمونه، تلویزیون، آموزش داده و روشنگری می‌کند، دیدگاه‌ها، نظام ارزش‌ها و رفتارها را شکل می‌دهد و تا حد زیادی تعیین‌کننده استراتژی‌های رفتاری افراد است (Yessenbekova & Kutym, 2020). به همین دلیل است که دولت‌ها از رسانه‌ها به عنوان کانالی برای بسیج مردم به منظور توسعه اقتصادی، سیاسی و اجتماعی جوامع استفاده می‌کنند (Abuku & Iorngurum, 2017).

با این توضیحات، واضح است که سازمان صدا و سیما به عنوان یک رسانه جمعی عمومی، ظرفیت قابل توجهی برای تأمین منافع عمومی از طریق کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی در جامعه دارد. در واقع، با توجه به اینکه متولی تأمین منفعت عامه در جوامع مختلف،

دولت‌ها هستند لذا دست‌یابی به این مهم، منوط به تمرکز دستگاه‌های دولتی بر کارکردهای گردشی خود که مرتبط با مأموریت‌ها و نقش‌های اصلی آنها در ارتباط با منافع عمومی است می‌باشد (واعظی، ۱۴۰۰). بر این اساس و با توجه به اینکه سازمان صدا و سیما یک رسانه جمعی دولتی است، هدف این پژوهش آن است تا به این سوال اصلی پاسخ دهد که سازوکارهای رسانه‌ای سازمان مذکور در کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی در ایران کدام است؟

مبانی نظری

رسانه‌های جمعی و توسعه

امروزه تقریباً همه کسانی که در زمینه تجزیه و تحلیل و کاربرد ارتباطات برای توسعه و تغییر اجتماعی یا آنچه که به طور کلی ارتباطات توسعه نامیده می‌شود کار می‌کنند، موافق هستند که اساساً ارتباطات برای توسعه و تغییر اجتماعی، به معنای به اشتراک گذاری دانش با هدف دستیابی به اجماع برای اقدامی است که منافع، نیازها و همه ظرفیت‌های مربوطه را در نظر می‌گیرد (Malikhaio & Servaes, 2020). بر همین اساس، رسانه‌های جمعی نقش برجسته‌ای در کارزار توسعه از طریق ارتباطات برعهده دارند (Servaes, 2020). این رسانه‌ها، همواره با زندگی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی مردم همراه بوده و به جمع‌آوری، تفسیر و ارائه اطلاعات در جهت گسترش دانش و آگاهی افراد به منظور مشارکت آنها در توسعه جامعه می‌پردازند. مطالعات انجام شده نیز نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی به عنوان یک منبع توانمندسازی، بر جوامع محلی به ویژه گروه‌های حاشیه‌نشین و مردم فقیر تأثیر می‌گذارند (Shaban, 2020). در واقع، رسانه‌های جمعی جزء بخش‌های اصلی تدوین‌کننده افکار جامعه بوده که نقش‌های متعددی از سیاست‌گذاری، ترویج کالاها و تشویق سبک‌های خاص زندگی تا افزایش آگاهی و آموزش غیررسمی را ایفاء می‌کنند (Kotsalas et al., 2018).

دانیل لرنر^۱، جامعه‌شناس مؤسسه ماساچوست (MIT)، بر مبنای مطالعات میدانی خود در ترکیه، ایران و چهار کشور عربی لبنان، اردن، مصر و سوریه به این نتیجه رسید که رسانه‌های جمعی می‌توانند تأثیر تعیین‌کننده‌ای بر سبک زندگی مردم در کشورهای جهان سوم داشته

1. Daniel Lerner

باشند. او، رسانه‌ها را ضریب تحرک^۱ می‌داند. به اعتقاد لرنر، رسانه‌ها می‌توانند بر مبنای یک الگوی چندمرحله‌ای، جوامع سنتی را از توسعه‌نیافتگی که ویژگی بارز آنهاست خارج کنند. ویلبر شرام^۲، مؤلف کتاب "رسانه‌های جمعی و توسعه ملی" نیز اعتقاد دارد که پیشرفت اقتصادی و اجتماعی می‌تواند از طریق رسانه‌ها محقق شود. او مانند لرنر معتقد است که رسانه‌های جمعی می‌توانند مردم کشورهای جهان سوم را قادر سازند تا خود را از مانع سنت که ترمزی برای پیشرفت اجتماعی تلقی می‌شود رها کنند (Guaaybess, 2019).

در میان رسانه‌های جمعی، رادیو و تلویزیون به دلیل دسترسی گسترده و سهولت استفاده، از گذشته به عنوان ابزاری توانمند برای توسعه جوامع مورد توجه بوده است. به عنوان مثال، نورگو^۳ معتقد است که رسانه‌های پرودکست همان نقش‌هایی را ایفا می‌کنند که مدرسه به عنوان مسئول آموزش برعهده دارد، با این تفاوت که مدارس، مکان‌های رسمی برای آموزش هستند (Chima & Obayi, 2019). همچنین در حوزه سلامت، برنامه‌های رادیو و تلویزیون، این قابلیت را دارند که تعداد زیادی از مردم را به اتخاذ رفتارهای جدید در حوزه سلامت ترغیب کرده و نگرشی مثبت نسبت به مراقبت‌های بهداشتی و راه‌حل مسائل و مشکلات سلامت در آنها ایجاد کنند (Saraf & Balamurugan, 2018). به همین دلیل بوده است که بانک جهانی از گذشته، پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی را راهکاری مفید برای کمک به توسعه جوامع معرفی نموده و غفلت از این بخش را موجب از بین رفتن فرصت‌ها برای تحقق اهداف توسعه پایدار کشورها دانسته است (Guaaybess, 2019). در واقع، رسانه‌های رادیو و تلویزیون با ایفای نقش راهبری و آگاهی‌بخشی خود از طریق جهت‌دهی نگرش و رفتار افراد به سمت بهترین گزینه‌ها و ارائه ارزش‌های مثبت برای جامعه به کاهش نابرابری‌های انسانی و اجتماعی کمک می‌کنند. در نهایت، توجه به این نکته مهم ضروری است که برای استفاده حداکثری از ابزار ارتباطات برای برنامه‌های توسعه، لازم است تا همه کانال‌های رسانه‌ای موجود، چه مدرن و چه سنتی به صورت یکپارچه مورد استفاده قرار گیرند (Balit & Acunzo, 2020).

نظریه توسعه انسانی

1. Mobility multiplier
2. Wilbur Schramm
3. Nworgu

ادبیات توسعه انسانی اهداف سطح کلان اقدامات توسعه را بیان می‌کند که بیشتر با توزیع مجدد و جنبه فرآیندی توسعه مرتبط است تا صرفاً رشد تولید ناخالص داخلی (Clark et al., 2019). این نظریه، نتیجه دو تحول آکادمیک شامل: ظهور حوزه اخلاق توسعه توسط دنیس گولت^۱ و رویکرد قابلیت آمارتیا سن^۲ بود. دغدغه هر دوی آنها، مسائل انسانی مرتبط با توسعه (اقتصادی) بود. مسأله اصلی آنها این بود که چگونه می‌توان به توسعه‌ای دست یافت که از نظر اخلاقی صحیح و موجه باشد (Byskov, 2018)؟ در مقایسه با پارادایم‌های قدیمی توسعه، رویکرد قابلیت در یک دوره زمانی نسبتاً کوتاه به عنوان یک رقیب جدی در تحقیقات دانشگاهی ظاهر شد و دو پارادایم توسعه بسیار تأثیرگذار مرتبط با جهان شمال (نظریه مدرنیزاسیون) و جهان جنوب (نظریه وابستگی) را تحت الشعاع قرار داد (Joshi, 2021). طرفداران این رویکرد معتقدند که توسعه، به جای آنکه صرفاً مجموعه‌ای از منابع یا شرایط ضروری برای بقای افراد را فراهم نماید، باید به دنبال گسترش قابلیت‌ها و کارکردهای آنها باشد (Byskov, 2018). در نهایت، تفکر گولت، سن و دیگران منجر به ساخت معیارهای جایگزین توسعه اقتصادی و اجتماعی گردید که یکی از مهمترین این معیارها، شاخص توسعه انسانی (HDI)^۳ بود. شاخص توسعه انسانی، یک شاخص ترکیبی است که سه بُعد توسعه مرتبط با رفاه انسان شامل: زندگی طولانی و سالم، آموزش و دانش و استاندارد زندگی مناسب را نشان می‌دهد (Wilhs, 2020). بُعد زندگی سالم و طولانی با معیار امید به زندگی در بدو تولد، دسترسی به دانش، با سال‌های تحصیل، و کنترل بر منابع مورد نیاز برای برخورداری از استاندارد زندگی مناسب نیز با تغییر لگاریتمی درآمد سرانه تعیین شد (Prados, 2021). شاخص توسعه انسانی در سال ۱۹۹۰ توسط برنامه توسعه ملل متحد معرفی و اولین گزارش سالانه توسعه انسانی در آن سال منتشر شد (Desai & Potter, 2014).

مفهوم نابرابری و اهمیت آن

گوران تربرون^۴ در کتاب خود با عنوان "نابرابری‌های دنیا: چارچوب‌های نظری جدید" که در سال ۲۰۰۶ منتشر شد، نابرابری را این گونه تعریف می‌کند: "نابرابری‌ها تفاوت‌هایی هستند که ما آنها را ناعادلانه می‌دانیم. نابرابری، نفی برابری است. به عبارت بهتر، در پس ادراک

1. Denis Goulet

2. Amartya Sen

3. Human Development Index

4. Göran Therborn

نابرابری، مفهوم بی‌عدالتی وجود دارد که همان نقض برخی از برابری-هاست" (Carmo, 2021). اهداف توسعه، متفاوت است. بعضی کشورها، توسعه را وسیله‌ای برای بهبود و رشد اقتصادی می‌دانند، در حالیکه برخی معتقدند که اهداف توسعه باید تضمین‌کننده فرصت‌های اجتماعی-اقتصادی و یا برابری باشد (Byskov, 2018). مطالعه نابرابری از حیث تأثیرگذاری بر بسیاری از متغیرهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی حائز اهمیت است. نابرابری نه تنها زندگی طبقات پایین جامعه، بلکه زندگی طبقات بالا و در نتیجه تمامی افراد جامعه را متأثر خواهد ساخت. شکل‌گیری تنش‌های سیاسی و اقتصادی، تضعیف امنیت و ثبات اجتماعی، عدم شکل‌گیری قابلیت‌ها و انباشت سرمایه انسانی از طریق شکل‌گیری قدرت‌های غیررسمی، بروز فشارهایی جهت توزیع مجدد و بنابراین دخالت در بازار و انحرافات اقتصادی، پدید آمدن معضلات اجتماعی-روانی و ایجاد رانت و موضوعاتی از این قبیل تنها بخشی از مواردی است که نابرابری به همراه خواهد داشت (حنیفی و همکاران، ۱۴۰۰). همچنین، وجود نابرابری‌ها با اثرات سوئی که بر تحرک اجتماعی و پیشرفت اجتماعی در بلندمدت دارد دسترسی به ثمره‌های پیشرفت را محدود کرده و کرامت انسانی و احترام اجتماعی افراد را از بین می‌برد که این امر می‌تواند عاملیت آنها را کاهش دهد (UNDP, 2019).

نابرابری در ابعاد توسعه انسانی

در اواخر دهه ۱۹۷۰، آمارتیا سن یک سخنرانی با عنوان "برابری در چه چیزی؟" ایراد کرد که در آن از لزوم تغییر رویکردهای معاصر به فرآیندهای تولید نابرابری‌ها صحبت و مفهوم قابلیت در چشم انداز توسعه انسانی را مطرح کرد (Carmo, 2021). تأکید رویکرد قابلیت به عنوان زیربنای نظریه توسعه انسانی بر اهمیت نابرابری در برخی از اولین نوشته‌های آمارتیا سن در مورد قابلیت‌ها، از جمله در موضوع نابرابری در قابلیت‌های زنان برای بقاء، تغذیه خوب و سالم بودن کاملاً نمایان است (Chiappero et al., 2021). ایده اصلی گزارش‌ها و شاخص‌های ترکیبی مختلفی که در سه دهه گذشته در این زمینه ساخته شده است نیز اشاره به این مهم دارد که توسعه و نابرابری‌ها را باید به عنوان فرآیندهای چندبعدی در نظر بگیریم، جایی که از نظر تحلیلی، تمرکز صرف بر بُعد اقتصادی رضایت‌بخش نیست (Carmo, 2021). بنابراین، وقتی صحبت از نابرابری به میان می‌آید، همه ابعاد توسعه انسانی شامل: درآمد، آموزش و سلامت مورد توجه است. در واقع، هر چند درآمد به افراد، توانایی و اجازه خرید

کالاها و خدمات در بازار جهت تأمین نیازهای آنها را می‌دهد و این امر، درآمد را به عنوان جانشین معناداری برای کیفیت زندگی افراد معرفی می‌کند، اما مطالعه نیازهای انسانی مشخص نموده است که شاخص‌های تک بُعدی نابرابری ابزار مناسبی برای تشخیص و درک واقعی نابرابری نیستند. به عبارت بهتر، درآمد سرانه مناسب و یا حتی برابری بیشتر درآمدی لزوماً به معنای وجود برابری بیشتر در حوزه‌های آموزش و سلامت نیست. آموزش و سلامت بر مبنای نظریه قابلیت سن از مهمترین معیارهای قابلیت‌های شخصی به شمار می‌روند که بدلیل فراهم نمودن زمینه افزایش درآمد فرد در آینده، سطح درآمد یک شخص در طول دوره زندگی را ارتقاء خواهند داد. از طرفی، آموزش و سلامت در جامعه موجب انباشت منابع مادی و سرمایه در یک کشور خواهند شد که این نیز به نوبه خود رشد و توسعه کشور را در کنار رشد فردی بدنبال خواهد داشت. همچنین، باید توجه داشت که آموزش از مهمترین عوامل تحرک اجتماعی بین طبقات مختلف جامعه است. بنابراین، نابرابری در ابعاد آموزش و سلامت نه تنها به نابرابری در سطح رفاهی و کیفیت زندگی منجر خواهد شد بلکه نابرابری درآمدی را نیز تشدید خواهد کرد (حنیفی و همکاران، ۱۴۰۰).

بررسی‌ها نشان می‌دهد که به‌رغم شرایط مختلف اجتماعی-اقتصادی و سیاسی و استراتژی‌های متمایز کشورهای مختلف برای دستیابی به توسعه انسانی، این کشورها در نهایت با چالش‌های مشابهی در این زمینه مواجه بوده‌اند که یکی از مهمترین آنها افزایش نابرابری است (Telch & Appe, 2022). به عبارت دیگر، با وجود گام‌های بزرگی که در جهت پیشبرد توسعه انسانی و افزایش قابلیت‌ها طی سه دهه گذشته برداشته شده، اما پیشرفت‌های حاصله نابرابر بوده است. از این منظر که مردم چقدر می‌توانند انتظار زندگی سالم داشته باشند، چقدر می‌توانند بیاموزند و استاندارد کلی زندگی‌شان چقدر می‌تواند بالا باشد، تفاوت‌های زیادی بین کشورها و نیز در داخل کشورها وجود دارد. هرچند برخی از اختلاف‌ها به ویژه در قابلیت‌های اساسی مانند امید به زندگی در بدو تولد، دسترسی به آموزش ابتدایی و دسترسی به فناوری‌های اولیه مانند تلفن همراه در حال کاهش است، اما سرعت این کاهش رضایت‌بخش نیست. لذا می‌توان نتیجه گرفت که جهان در مسیر ریشه-کنی محرومیت‌های اساسی تا سال ۲۰۳۰ قرار ندارد (UNDP, 2019) و این بدان معناست که

با وجود نابرابری‌های موجود و ادامه این روند، نمی‌توان چشم‌انداز روشن و امیدبخشی نسبت به تأمین منافع عمومی در جوامع مختلف متصور شد.

پیشینه پژوهش

جدای از پژوهش‌هایی که در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ توسط محققان آمریکایی در مورد کاربرد ارتباطات برای "نوسازی" جوامع در حال توسعه انجام شده، اکثر تحقیقاتی که پژوهشگران کشورهای جهان سوم درباره کاربرد ارتباطات در توسعه انجام داده‌اند، عمدتاً در زمینه توسعه روستایی، گسترش سوادآموزی، آموزش عمومی، کنترل جمعیت و تنظیم خانواده بوده است. به عنوان نمونه، پژوهش‌هایی که در مورد استفاده روستائیان از برنامه‌های رادیو سراسری هند در ۱۹۵۰ با کمک "یونسکو" و با هدف توسعه روستاهای این کشور انجام شد از اولین تحقیقات کشورهای جهان سوم در این زمینه به حساب می‌آید. در میان اندیشمندان ایرانی نیز، مطالعات حمید مولانا و مجید تهرانیان از اهمیت زیادی برخوردار است. مولانا، از اوایل دهه ۱۹۶۰ تا کنون، در مقاله‌های خود اهمیت وسایل ارتباطی در توسعه را مورد توجه قرار داده است که به عنوان نمونه می‌توان به مقاله "به سوی نظریه‌ای درباره نظام‌های ارتباطی: یک برداشت توسعه‌ای" که در سال ۱۹۶۷ منتشر شد اشاره کرد. همچنین، کتاب "گذر از نوگرایی: ارتباطات و دگرگونی جامعه" یکی از مهمترین مطالعات مولانا در این زمینه است (معتدناژاد، ۱۳۸۴). اما گام‌های نخست مطالعات توسعه و ارتباطات در ایران در دهه ۵۰ توسط تهرانیان برداشته شد. او که به دنبال دستیابی به یک الگوی مستقل توسعه ملی با تأکید بر نقش ارتباطات بود، عقیده داشت که رسانه‌های جمعی در مسیر توسعه ملی می‌توانند نقشی سازنده یا ویرانگر را ایفا نمایند (خانیک، ۱۳۸۴).

گذشته از مطالعات و پژوهش‌های اولیه انجام شده در این زمینه، نتیجه بررسی پایگاه‌های اطلاعاتی خارجی همچون: Scopus، Google Scholar، ScienceDirect، SAGE Journals، SpringerLink و نظایر آن و نیز پایگاه‌های اطلاعاتی داخلی مانند: مگیران، نور مگز، مگاپیر و ایرانداک نشان داد که برخی تحقیقات نزدیک به موضوع این پژوهش در سال‌های اخیر انجام شده است. به عنوان نمونه، (Vaughan et al., 2025) در بررسی موضوع "ارتباطات و نابرابری اقتصادی" نشان دادند که جهت‌گیری سیاسی صاحبان رسانه‌ها و منافع سیاسی آنها نقش مهمی در شکل‌دهی به پوشش رسانه‌ای نابرابری‌های

اقتصادی بازی می کنند. نتایج پژوهش (Jafar et al., 2024) نیز نشان داد که کاهش نابرابری سلامت از طریق حذف شکاف دیجیتال مستلزم چهار اقدام است: (۱) ایجاد یک سیاست دولتی توانمندساز و محیط نظارتی که دسترسی به سلامت دیجیتال را یک عامل اجتماعی تعیین کننده سلامت می بیند؛ (۲) سرمایه گذاری های عمومی و خصوصی برای گسترش دسترسی دیجیتال برای مناطق محروم؛ (۳) مقرون به صرفه کردن استفاده از ابزارهای دیجیتال برای افراد کم درآمد؛ و (۴) بهبود شایستگی دیجیتال در بین این گروه ها از طریق برنامه های سوادآموزی دیجیتال است. مطالعات (Yoo et al., 2023) به این نتیجه رسید که تفاوت در تحصیلات و درآمد، از طریق محدود کردن ارتباطات سلامت در بین افراد با سطوح پایین تحصیلات و درآمد، با تمایل به انجام رفتارهای پیشگیرانه مرتبط است. همچنین، نتایج پژوهش (Nwokedi et al., 2023) نشان داد که هر چند استفاده از رادیو و تلویزیون تعاملی هر دو باعث افزایش قابل توجه مهارت های زندگی در کودکان محروم از مدرسه شدند اما تأثیر تلویزیون تعاملی بیش از رادیو بود. تحقیق (Yu & Meng, 2022) درباره تأثیرات اینترنت بر نابرابری سلامت، حاکی از آن بود که دسترسی به اینترنت به طور قابل توجهی دسترسی به مراقبت های بهداشتی را تسهیل می کند و تأثیر منفی نابرابری درآمدی بر دسترسی به مراقبت های بهداشتی را کاهش می دهد. تحقیقات (Shaban, 2020) به نقش مثبت رسانه ها در حمایت و اجرای اهداف توسعه پایدار از طریق کارکردهای آموزش، آگاهی، راهنمایی، انسجام جامعه، کنترل، شکل دهی به نظرات و گرایش ها، سرگرمی و تبلیغات اشاره دارد. مطالعات (Timalsina & Pradhan, 2019) درباره نقش رادیوهای محلی بر توسعه روستایی نیز نشان داد که رادیوهای محلی تأثیرات مثبتی به ویژه در توانمندسازی مردم محروم روستایی، ایجاد بستری برای گفت و گو در مورد مسائل محلی و مشارکت در حکمرانی خوب داشته است. بررسی های (Bolanle Eunice, 2018) در خصوص نقش برنامه های تلویزیون در توسعه اجتماعی نشان داد که این رسانه، به وجود آورنده هنجارها و الگوهای رفتاری برای مردم بوده و از طریق اطلاع رسانی، آموزش و روشنگری می تواند به عنوان ابزاری موثر در تغییر و توسعه عمل کند. همچنین، نتایج تحقیق (Ishikawa et al., 2016) در ارتباط با تأثیر رسانه ها در رفتارهای بهداشتی حاکی از آن است که نابرابری های اجتماعی - اقتصادی در رفتارهای بهداشتی تا حدی متأثر از نابرابری ها در استفاده از رسانه های سلامت و نابرابری ها در مشارکت اجتماعی که منجر به استفاده متفاوت از رسانه ها می شود می باشد.

در نهایت، (Hatakka et al., 2014) در مطالعه کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش نشان دادند که فناوری اطلاعات و ارتباطات موجب دسترسی بیشتر به آموزش و افزایش کیفیت آن شده و فرصت‌های زیادی نظیر: افزایش قابلیت در آموذائی، یادگیری، توسعه جامعه و توسعه انسانی مقدماتی (مانند سواد و اعتماد به نفس) را فراهم می‌کند.

از جمله پژوهش‌های داخلی در این زمینه نیز می‌توان به تحقیق فاطمه دارابی و همکاران (۱۴۰۴) در ارتباط با سطح سواد سلامت دیجیتال در بین دانشجویان دانشگاه‌های ایران اشاره کرد که نشان داد سواد سلامت آنها در سطح متوسط بوده و دانشجویان دختر نسبت به هم‌تایان پسر خود از سطح سواد سلامت دیجیتال بالاتری برخوردارند. همچنین، ارتباط قابل توجهی بین وضعیت اجتماعی - جمعیتی و سواد سلامت دیجیتال آنها مشاهده شد. نتایج تحقیق زمان فشمی و همکاران (۱۴۰۳)، نشان داد که عوامل اجتماعی مانند سبک زندگی، نابرابری اجتماعی، تحصیلات و دسترسی به خدمات بهداشتی نقش مهمی در نابرابری‌های سلامت اجتماعی دارند. در این میان، رسانه‌ها به‌عنوان یک عامل فرهنگی می‌توانند نقش واسطه‌ای داشته باشند. قائم ذبیحی و همکاران (۱۴۰۰) نیز، در مطالعه ۱۶ کشور از مجموع کشورهای عضو منطقه منا در بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۹ نشان دادند که فناوری اطلاعات و ارتباطات بر رشد اقتصادی و شاخص توسعه انسانی کشورهای مذکور تأثیر مثبت و معناداری داشته است. تلاش دلدار و همکاران (۱۴۰۲) برای ارائه الگوی بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌ها در توسعه نوآوری‌های آموزشی نشان داد که رسانه‌ها می‌توانند نقش آموزشی، انگیزشی، سرگرمی و فرهنگ‌سازی در نوآوری‌های آموزشی ایفا نموده و به بهبود برنامه‌های آموزشی کمک نمایند. همچنین، نتایج تحقیقات معمارنژاد و تقوی (۱۳۹۳) در ۳۱ کشور منتخب در حال توسعه نشان داد که سرمایه‌گذاری در مؤلفه‌های شاخص توسعه انسانی (HDI) و اختصاص دادن سهم بیشتر در سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های ارتباطی و اطلاعاتی (ICT) می‌تواند در بهبود کاهش فقر در کشورهای مذکور اثرگذار باشند.

مرور ادبیات و بررسی پیشینه داخلی و خارجی بیانگر آن است که رسانه‌ها می‌توانند از طریق افزایش آگاهی عمومی، تغییر نگرش‌ها، شکل‌دهی رفتارهای اجتماعی و ارتقای پاسخگویی نهادی، بر شاخص‌های توسعه انسانی و کاهش نابرابری‌های آن اثرگذار باشند. با این حال، بررسی پژوهش‌های موجود نشان داد که این مطالعات از سه جهت دارای خلاء

می‌باشند. اول اینکه، در بسیاری از آنها رویکرد توسعه انسانی مشهود نیست. دوم، عمده تحقیقات انجام شده به صورت بخشی، پراکنده و تک بُعدی به این موضوع پرداخته‌اند و مدل یکپارچه‌ای که بر هر سه شاخص توسعه انسانی تمرکز داشته باشد ارائه نشده است. سومین و مهم‌ترین خلاء تحقیقات پیشین نیز آن است که از منظر قابلیت‌سازی به موضوع ورود نکرده و از این مهم غفلت نموده‌اند.

چارچوب نظری

در پژوهش‌های داده‌بنیاد، مرور ادبیات نه با هدف ارائه مدل از پیش تعیین شده، بلکه برای افزایش حساسیت نظری پژوهشگر در مواجهه با داده‌ها انجام می‌شود. بنابراین، مفاهیم استخراج شده از پیشینه تحقیق صرفاً به عنوان لتری مفهومی عمل می‌کنند تا حدود نظری موضوع تعریف شده و بتوان از داده‌ها برای رسیدن به یک نظریه یا شبه نظریه بهره جست. بررسی مطالعات داخلی و خارجی نشان می‌دهد که رسانه‌ها در ادبیات توسعه انسانی عمدتاً در سه حوزه کلیدی مورد توجه قرار گرفته‌اند که عبارتند از: (۱) آموزش، (۲) بهداشت و سلامت و (۳) درآمد. بر همین اساس، موارد مذکور به عنوان ابعاد اصلی نظریه توسعه انسانی، نقاط شروعی برای هدایت فرایند گردآوری و تحلیل داده‌ها مدنظر قرار گرفتند.

روش

پژوهش حاضر، پژوهشی کیفی است که مبتنی بر پارادایم تفسیری انجام شده است. از میان استراتژی‌های مختلف پژوهش کیفی نیز، استراتژی داده‌بنیاد برای انجام این پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. از آنجائیکه موضوع این پژوهش، ماهیتی پیچیده و چندبُعدی داشته و فاقد یک چارچوب نظری یکپارچه در ادبیات و پیشینه موجود بود، لذا نظریه داده‌بنیاد به عنوان بهترین استراتژی برای دستیابی به یک مدل مفهومی برآمده از داده‌های میدانی انتخاب شد. مضافاً بر اینکه استراتژی مذکور با تأکید بر همزمانی فرآیند جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها، مقایسه مستمر، نمونه‌گیری نظری و حرکت رفت و برگشتی میان داده‌ها و مفاهیم، امکان ارائه تحلیل‌های دقیق‌تر برای صورت‌بندی تدریجی یک مدل مفهومی تبیینی را فراهم می‌نماید. از میان رویکردهای مختلف در استراتژی داده‌بنیاد نیز، رویکرد ساخت‌گرایانه چارمز^۱ مبنای پژوهش قرار گرفت. ویژگی نظریه داده‌بنیاد ساخت‌گرا این است که به پدیده مورد مطالعه اولویت می‌دهد، داده‌ها و تحلیل‌ها را از تجربیات و روابط مشترک با مشارکت‌کنندگان

ایجاد می‌کند و از همه مهم‌تر، بر انعطاف‌پذیری روش تأکید نموده و از تحمیل الگوی پارادایمی معین به داده‌ها اجتناب می‌ورزد (Charmaz, 2014).

با توجه به اینکه در این تحقیق، داده‌های کیفی مدنظر بود، بنابراین از ابزار مصاحبه نیمه-ساختاریافته به عنوان معمول‌ترین شیوه گردآوری داده‌ها در پژوهش‌های کیفی استفاده شد. همچنین، از آنجائیکه موضوع این پژوهش، موضوعی میان‌رشته‌ای بوده و دربرگیرنده مباحث مرتبط با حوزه‌های مدیریت دولتی، رسانه و توسعه می‌باشد، لذا جامعه آماری تحقیق، خبرگان دانشگاهی و اجرایی در حوزه‌های مدیریت دولتی و رسانه بود که اطلاعات لازم در ارتباط با نظریه توسعه انسانی و مفاهیم مرتبط با آن را نیز داشتند. نمونه این پژوهش، شامل ۱۶ نفر خبره بود که طی یک فرایند نمونه‌گیری دو مرحله‌ای انتخاب شدند. در مرحله اول و برای انتخاب نمونه‌های نخست، نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام شد. بدین معنا که بر اساس هدف و سؤال پژوهش، فهرستی از خبرگان دانشگاهی و اجرایی که از دانش، تجربه و انگیزه لازم برای مشارکت در پژوهش برخوردار بودند تهیه و برای انجام مصاحبه با تعدادی از آنها هماهنگی‌های لازم صورت گرفت. در مرحله دوم فرایند نمونه‌گیری، شیوه نمونه‌گیری نظری مورد استفاده قرار گرفت. در واقع، پس از آنکه نمونه‌های نخستین به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب و مورد مصاحبه قرار گرفتند، بر مبنای نتایج تحلیل داده‌های گردآوری شده از آنها و مقولات در حال ظهور، مشارکت‌کنندگان جدید انتخاب و هماهنگی‌های لازم برای مصاحبه با آنها انجام شد. این فرایند انتخاب، تا رسیدن به کفایت داده‌ها در خصوص تمامی مقولات و تحقق اشباع نظری تکرار شد. در این تحقیق، با پایان یافتن تحلیل داده‌های مصاحبه یازدهم، اشباع نظری به دست آمد ولی به سبب اطمینان از کفایت داده‌ها، فرایند مصاحبه و تحلیل داده‌های آن تا شانزدهمین نفر ادامه پیدا کرد.

لازم به توضیح است، تحلیل داده‌ها همزمان با گردآوری آنها و در چهار مرحله کدگذاری اولیه، متمرکز، محوری و نظری انجام شد. هر یک از این مراحل چهارگانه، بر مبنای اطلاعات گردآوری شده در مرحله قبل شکل می‌گیرد. در هر مرحله، تحلیل داده‌ها عمیق‌تر شده و روابط پیچیده‌تری میان مفاهیم و مقولات مختلف ایجاد می‌شود. همچنین، هر چه از مرحله کدگذاری اولیه به سمت کدگذاری نظری پیش می‌رویم، ساختار منسجم‌تر، منطقی‌تر و انتزاعی‌تری برای تحلیل داده‌ها و پاسخ به سؤال پژوهش شکل می‌گیرد.

یافته‌ها

یافته‌های این پژوهش، نتیجه کدگذاری داده‌هائی است که از مصاحبه با ۱۶ مشارکت‌کننده در این تحقیق به دست آمده است. با توجه به این که موضوع این پژوهش، بین‌رشته‌ای بود لذا تلاش شد افرادی انتخاب شوند که دانش و تجربه آنها بیشترین ارتباط را با موضوع پژوهش داشته باشند. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان که در جدول شماره ۱ آمده است نیز نشان می‌دهد که تأکید بر انتخاب افرادی از هر سه حوزه آموزش، بهداشت و درمان و اشتغال‌زائی و کارآفرینی بود تا ابعاد سه‌گانه توسعه انسانی را به خوبی پوشش دهند.

جدول ۱: مشخصات مصاحبه‌شوندگان

سابقه	سمت	تحصیلات
۱۰ سال	استادیار دانشگاه آزاد	دکترای ارتباطات
۱۲ سال	از مدیران وزارت بهداشت و مدرس دانشگاه علامه طباطبائی	دکترای مدیریت دولتی
۲۰ سال	از مدیران مرکز تحقیقات صدا و سیما و استادیار دانشگاه دفاع ملی	کارشناسی ارشد ارتباطات
۲۲ سال	از مدیران حوزه بهداشت و درمان	کارشناسی ارشد مدیریت دولتی
۱۷ سال	دبیر آموزش و پرورش و مدرس دانشگاه علمی کاربردی	کارشناسی ارشد کارگردانی
۲۲ سال	مسئول اسبق مرکز بهداشت یکی از شهرستان‌ها	دکترای پزشکی عمومی
۱۹ سال	از فعالین بخش خصوصی در تولید برنامه‌های سلامت	کارشناسی مدیریت
۱۸ سال	عضو سابق شورای سیاست‌گذاری سلامت	دکترای پزشکی عمومی
۲۳ سال	عضو هیأت علمی دانشگاه صدا و سیما	دکترای ارتباطات
۲۲ سال	از مدیران کل صدا و سیما مراکز	کارشناسی ارشد مدیریت دولتی
۸ سال	پژوهشگر رسانه و کارشناس معاونت اشتغال‌زائی بنیاد پرکت	دکترای مدیریت رسانه
۲۴ سال	معاون اسبق صدا و سیما	دکترای ارتباطات
۱۵ سال	از فعالین بخش خصوصی در تولید برنامه‌های آموزشی	کارشناسی ارشد عمران
۲۱ سال	عضو هیأت علمی دانشگاه صدا و سیما	دکترای ارتباطات
۱۷ سال	از مدیران طرح و برنامه‌ریزی صدا و سیما و مدرس دانشگاه	دکترای مدیریت رسانه
۱۸ سال	از فعالین بخش خصوصی در تولید برنامه‌های اقتصادی و کارآفرینی	دکترای جامعه‌شناسی

کدگذاری اولیه^۱

عبارت است از نسبت دادن کدهای مفهومی و مقوله‌ای به هر کوچک‌ترین واحد معنادار از محتوای متنی هدف (فراستخواه، ۱۳۹۵). در مرحله کدگذاری اولیه، ابتدا متن پیاده شده مصاحبه‌های انجام شده با هر یک از مشارکت‌کنندگان به شکل دقیق مطالعه شد. سپس،

1. Initial Coding

عبارات کلیدی موجود در هر یک از مصاحبه‌ها شناسائی و یک کد مناسب که بتواند به بهترین نحو، نشان‌دهنده عبارت کلیدی مورد نظر باشد انتخاب گردید. جدول شماره ۲، برخی عبارات کلیدی مصاحبه‌ها و نیز کدهای اولیه اختصاص داده شده به آنها را نشان می‌دهد.

جدول ۲: نمونه عبارات کلیدی و کدهای اولیه آنها

کد اولیه	عبارات کلیدی
الزام مرکز تحقیقات سازمان به حمایت محتوایی از برنامه‌ها	مرکز تحقیقات سازمان هیچ پشتیبانی محتوایی از برنامه‌ها نمی‌کند در صورتی که فلسفه ایجاد این مرکز برای همین کار بوده است.
تولید برنامه‌های استانی مبتنی بر نیاز مردم	برنامه‌هایی که در استانهای مختلف تولید می‌شود بسیار شبیه به یکدیگر شده است. یک موضوعی که هزار بار تکرار شده دوباره همان را تکرار می‌کنند و اصلاً توجهی به مشکلات بومی شهرها ندارند.
ضرورت انتصاب مدیران بر اساس صلاحیت	متأسفانه عزل و نصب‌ها مبتنی بر معیار کارآمدی و شایستگی نیست. ما کشور و منابع آن را فدای انتصابات رفاقتی می‌کنیم.
ایجاد بستر لازم برای انتقال دانش تولید شده در سطح سازمان	یکی از مهم‌ترین ضعف‌های سازمان این است که زمینه انتقال دانش به طور واقعی در آن فراهم نیست. چون در خود سازمان انتقال دانش اتفاق نمی‌افتد بنابراین سازمان هم نمی‌تواند خودش یک حلقه از انتقال دانش در کشور باشد.
تدوین کداکتور غیرمتداخل با برنامه‌های پربیننده	باید کداکتور برنامه‌ها را طوری تنظیم کرد که مخاطب هدف بتواند به راحتی و بدون ممانعت سایر اعضای خانواده از برنامه تولید شده استفاده کند. مثلاً در تایم پخش یک فوتبال یا سریال پرطرفدار نباشد.
ایجاد هم‌افزایی بین تولیدات رادیو و تلویزیون و فضای مجازی	ما می‌توانیم از محتوایی که در رادیو و تلویزیون تولید و پخش می‌کنیم برای سایت و فضای مجازی استفاده کنیم و یک هم‌افزایی ایجاد کنیم.
توجه به نیاز و خواست مخاطب	یکی از دلایل اینکه مردم ما بیشتر به سمت فضای مجازی رفتند چون ما فضایی برای آنها ایجاد نکردیم که باب میل آنها باشد و آنها را جذب کند.

ادامه جدول ۲.

کد اولیه	عبارات کلیدی
انعکاس صحیح و بدون جهت-گیری عملکرد دستگاه‌ها و نهادها	شفافیت موضوع بسیار مهمی است. صدا و سیما باید اقدامات نهادی مسئول را به صورت شفاف و واقع‌بینانه بیان کند. باید خیلی مراقب باشد که در این مورد گرفتار رفتارهای متناقض و دوگانه نشود که اعتماد مردم از بین نرود.

جدای نمودن حوزه سرگرمی از مسائل سیاسی	مهمترین حوزه علاقه مردم به رسانه حوزه سرگرمی است. هر چقدر این حوزه را از موضوعات سیاسی جدا کنیم مردم بیشتر رغبت به دیدن و شنیدن برنامه‌ها می‌کنند.
بیان مشکلات گروه‌های محروم و پیگیری از نهادهای مربوطه	یکی از مهمترین وظایف رادیو و تلویزیون این است که اخبار مربوط به کمبودهای مناطق ضعیف را به خوبی پوشش داده و مطالبات مردم آن مناطق را از دستگاه‌های مربوطه پیگیری کند.
تعامل مستمر با دستگاه‌های استانی مربوطه	باید با دستگاه‌ها و نهادهائی استانی که متولی موضوعات مرتبط با توسعه انسانی هستند جلسات و هماهنگی مستمر داشت تا در مورد اولویت‌های مناطق برنامه‌ریزی شود.
تنظیم جدول زمانی منظم برای پخش برنامه‌ها	باید جدول زمانی پخش برنامه‌ها از یک نظم و یکپارچگی برخوردار باشند تا مخاطب تکلیف خود را بداند و بتواند زمان خود را با زمان پخش برنامه مورد علاقه خود مدیریت کند.
اهمیت دادن به مستندسازی تجارب مدیران	سازمان برای مستندسازی تجارب مدیران ارزشی قائل نیست و به محدود اقداماتی هم که در این زمینه انجام شده بهائی نداده است.
نظارت بر برنامه‌ها به منظور هماهنگی محتوایی در پیام‌ها	باید حواسمان باشد که در برنامه‌های خودمان دچار تناقض نشویم. به خصوص در تبلیغاتی که پخش می‌کنیم. این مسأله بسیار مهم است. اینکه در برنامه‌ها یک مطلب یا نکته سلامت گفته شود اما در تیزرهای تبلیغاتی که پخش می‌کنیم عکس آن نشان داده شود کار غلطی است.

کدگذاری متمرکز^۱

در مرحله کدگذاری متمرکز، کدهای به‌دست آمده در مرحله قبل مجدداً بررسی و با یکدیگر مقایسه شد تا موارد مشابه در یک مقوله قرار داده شوند. این امر موجب گردید تا با سازماندهی داده‌ها و کاهش تعداد آنها، روابط میان مقوله‌های مختلف شفاف‌تر شده و در نتیجه آن، الگوهای مشترک میان کدهای اولیه کشف شوند. جدول شماره ۳، نمونه‌هایی از کدهای متمرکز در این تحقیق می‌باشند.

جدول ۳. نمونه‌هایی از کدهای متمرکز به همراه کدهای اولیه آنها

کد متمرکز	کدهای اولیه
اهتمام ویژه به پژوهش برای درک نیاز واقعی مخاطب	الزام مرکز تحقیقات سازمان به حمایت محتوایی از برنامه‌ها
	منوط کردن تولید به تحقیق و پژوهش در موضوع
	بی‌توجهی مدیران صف به کار پژوهشی و اهمیت آن در تولید برنامه

1. Focused Coding

تأکید بر شایسته‌سالاری	استفاده از تیم‌های متخصص و باتجربه در برنامه‌سازی
	ضرورت انتصاب مدیران بر اساس صلاحیت
	حمایت از مدیران جسور و نیروی انسانی خلاق
ایجاد زنجیره انتقال دانش	اهمیت دادن به مستندسازی تجارب مدیران
	ایجاد بستر لازم برای انتقال دانش تولید شده در سطح سازمان
	به خدمت گرفتن تجارب پروژه‌های گذشته
تنظیم کنداکتور مخاطب-محور	تدوین کنداکتور غیرمتداخل با برنامه‌های پریننده
	تنظیم کنداکتور متناسب با ویژگی‌های جامعه هدف
معرفی ظرفیت‌های گوناگون مناطق مختلف کشور	معرفی مزیت‌های نسبی تولیدی و اقتصادی مناطق مختلف
	شناسایی و معرفی ظرفیت‌های درآمذزائی هر منطقه به مردم بومی
پرورش مهارت‌های فردی	آموزش مهارت‌های کاربردی برای گروه‌های مختلف مخاطبان
	آموزش کسب و کارهای خانگی به خانواده‌های مناطق محروم
	آموزش مهارت‌های ضروری زندگی
استفاده حداکثری از ظرفیت فضای مجازی	ایجاد هم‌افزائی بین تولیدات رادیو و تلویزیون و فضای مجازی
	استفاده از ظرفیت فضای مجازی برای دسترسی مخاطبان به برنامه‌ها در هر زمان
	عدم شناخت مقتضیات فضای مجازی و انفعال در این بخش
فراهم نمودن زمینه پاسخ-گوئی نهادهای دولتی و عمومی به مردم	استفاده از ظرفیت پلتفرم تلویزیون
	پیگیری تکالیف دستگاه‌های دولتی
	رصد نمودن مأموریت‌های نهادهای عمومی
	انعکاس صحیح و بدون جهت‌گیری عملکرد دستگاه‌ها و نهادها
در اولویت قرار دادن منافع مخاطبان	رسانه‌ای نمودن مشکلات گروه‌های محروم جامعه
	اتخاذ رویکرد غیرانتفاعی به برنامه‌های آموزشی و سلامت
	رعایت اصل بی‌طرفی در رسانه‌ای کردن موضوعات

کدگذاری محوری^۱

در این مرحله، سعی شد با بررسی ارتباط میان کدهای متمرکز و کشف روابط علت و معلولی میان مقوله‌های تحقیق، این مقوله‌ها در داخل یک چارچوب منسجم و انتزاعی‌تر قرار داده شوند. این اقدام، ساختاری منطقی برای تحلیل را برای محقق فراهم می‌آورد. نتیجه این مرحله، به‌دست آمدن ۲۳ مقوله فرعی بود که در جدول شماره ۴ نشان داده شده است.

1. Axial Coding

جدول ۴: مقولات فرعی حاصل از مرحله کدگذاری محوری

ردیف	عنوان مقوله	ردیف	عنوان مقوله
۱	آموزش	۱۳	پاسخگو نمودن نهادهای دولتی و عمومی
۲	تهیه یک کنداکتور منظم	۱۴	تنظیم کنداکتور تطبیقی
۳	توجه به ویژگی‌ها و نیازهای مخاطب	۱۵	مدیریت دانش سازمانی
۴	مهارت افزائی	۱۶	کسب حمایت نهادهای بالادستی
۵	مدیریت منابع انسانی	۱۷	اطلاع‌رسانی موثر برنامه‌های تولیدی
۶	گونه‌شناسی مخاطب	۱۸	وحدت محتوا در پیام‌ها
۷	تولید محتوای پژوهش‌محور	۱۹	بهبودسازی ساختاری و فرایندی
۸	استفاده از همه‌بسترهای پخش برنامه	۲۰	محوریت منافع عمومی
۹	مدیریت منابع مالی	۲۱	تعاملات همه‌جانبه با دستگاه‌های مرتبط
۱۰	پیگیری مطالبات مردمی	۲۲	گسترش همکاری میان شبکه‌های استانی
۱۱	مدیریت منابع فیزیکی و تجهیزات فنی	۲۳	پرهیز از سیاست‌زده‌گی
۱۲	اطلاع‌رسانی		

کدگذاری نظری^۱

در آخرین مرحله از کدگذاری داده‌ها، تلاش شد با تمرکز بر مقوله‌های اصلی به دست آمده در کدگذاری محوری و ادغام آنها، یک چارچوب جامع از همه یافته‌های تحقیق حاصل شود. در واقع، هدف از کدگذاری نظری، به خدمت گرفتن دانش و تجربه مشارکت‌کنندگان در پژوهش برای ایجاد ارتباطی منطقی میان مقوله‌های فرعی است تا بر اساس آن بتوان یک روایت تحلیلی دقیق ارائه نموده و در نهایت، مقوله‌های اصلی تحقیق را به دست آورد. جدول شماره ۵ نشان‌دهنده مقولات اصلی پژوهش یا همان سازوکارهایی است که این تحقیق با هدف شناسایی آنها انجام شده است.

جدول ۵: مقولات فرعی و اصلی پژوهش

مقوله اصلی	مقولات فرعی
اعتمادسازی	محوریت منافع عمومی پرهیز از سیاست‌زده‌گی وحدت محتوا در پیام‌ها

1. Theoretical Coding

<p>تولید محتوای پژوهش محور</p> <p>توجه به ویژگی ها و نیازهای مخاطب</p> <p>پاسخگو نمودن نهادهای دولتی و عمومی</p> <p>پیگیری مطالبات مردمی</p>	
<p>مدیریت منابع انسانی</p> <p>مدیریت دانش سازمانی</p> <p>بهینه سازی ساختاری و فرایندی</p> <p>مدیریت منابع مالی</p> <p>مدیریت منابع فیزیکی و تجهیزات فنی</p>	<p>مدیریت منابع سازمانی</p>
<p>تعاملات همه جانبه با دستگاه های مرتبط</p> <p>گسترش همکاری میان شبکه های استانی</p> <p>کسب حمایت نهادهای بالادستی</p>	<p>تقویت همکاری های نهادی</p>
<p>تهیه یک کنداكتور منظم</p> <p>تنظیم کنداكتور تطبیقی</p> <p>گونه شناسی مخاطب</p> <p>اطلاع رسانی موثر برنامه های تولیدی</p> <p>استفاده از همه بسترهای پخش برنامه</p>	<p>مدیریت پخش پیام</p>
<p>آموزش</p> <p>مهارت افزائی</p> <p>اطلاع رسانی</p>	<p>مدیریت تولید پیام</p>

اعتبارسنجی نتایج

برخلاف این تصور که روش تحقیق کیفی فاقد معیارهای ارزیابی اعتبار و روایی است، روش‌های متعددی برای ارزیابی کیفیت یافته‌ها و نتایج در روش‌شناسی کیفی تحت عنوان معیار "قابلیت اعتماد" یا "اعتبارسنجی" طراحی شده است (محمدپور، ۱۳۹۲ الف). منظور از قابلیت اعتماد، میزانی است که در آن می‌توان به یافته‌های یک تحقیق کیفی متکی نموده و به نتایج آنها اعتماد کرد. گوبا و لینکلن^۱، معتقدند معیار قابلیت اعتماد دربرگیرنده چهار معیار جداگانه اما مرتبط به هم شامل: باورپذیری، اطمینان‌پذیری، تأییدپذیری و انتقال‌پذیری می‌باشد (محمدپور، ۱۳۹۲ ب). اعتبار نتایج این تحقیق نیز مبتنی بر معیارهای چهارگانه مذکور است. برای این منظور، در گام نخست تلاش شد ارتباطی قوی و پیوندی محکم میان طرح پژوهش و فرایند اجرای آن برقرار شده و با ایجاد هماهنگی و انسجام میان مراحل مختلف تحقیق شامل: تنظیم سوال پژوهش، مبانی نظری، نمونه‌گیری، جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل آنها، باورپذیری پژوهش حاصل شود. همچنین، برای اطمینان از حصول این مهم، نتیجه تحلیل داده‌های هر مصاحبه جدید با نتایج تحلیل مصاحبه‌های پیشین مقایسه گردید تا موجب یکپارچگی داده‌ها و مانع از ناسازگاری یا پراکندگی آنها شود. در خصوص معیار اطمینان‌پذیری، زمان زیادی صرف شد تا از میان افراد در دسترس و مایل به مشارکت در این تحقیق، نمونه‌هایی انتخاب شوند که بیشترین و نزدیک‌ترین دانش و تجربه مرتبط با موضوع این پژوهش را دارا بودند. زیرا، نحوه انتخاب نمونه‌ها نقش مهمی در صحت داده‌ها و روایی نتایج تحلیل آنها دارد. علاوه بر این، فرایند کدگذاری و تحلیل داده‌ها نیز در تعامل مستمر محقق با مصاحبه‌شوندگان انجام شد تا اصلاحات مورد نیاز آنها اعمال شده و اطمینان‌پذیری نتایج تحقیق حاصل شود. برای دست‌یابی به تأییدپذیری یافته‌های پژوهش، تمامی اقدامات انجام شده و مراحل طی شده در پژوهش شامل: گردآوری، ثبت، کدگذاری و تحلیل داده‌ها با جزئیات و به شکلی دقیق توضیح داده شد تا امکان بررسی و ارزیابی آنها توسط دیگران فراهم شود. در نهایت، در ارتباط با معیار انتقال‌پذیری لازم به توضیح است که پژوهش کیفی به دنبال تعمیم آماری نتایج تحقیق نبوده بلکه درصدد درک عمیق یک پدیده در شکل موجود آن است. برای این منظور، با تشریح جزئیات مرتبط با مراحل مختلف تحقیق و ارائه پیشنهادهاى عمومی، تلاش شد تا تعمیم‌پذیری نظری نتایج تحقیق نیز حاصل شود.

بحث

در پاسخ به سؤال این پژوهش، تحلیل داده‌های گردآوری شده منتج به شناسایی ۵ ساز و کار اصلی به شرح زیر برای رسانه جمعی صدا و سیما گردید:

اعتمادسازی

اعتمادسازی، مهم‌ترین پیش‌نیاز هرگونه اقدام رسانه‌ای و مهم‌ترین عامل در اثرگذاری یک رسانه است. در واقع، بدون اعتمادسازی و اقناع مخاطب، نمی‌توان به تحقق هیچ یک از اهداف برنامه‌ریزی شده از طریق رسانه امید داشت. از جمله اقداماتی که بر اساس یافته‌های این پژوهش می‌تواند منجر به جلب اعتماد مخاطب و ارتقاء سرمایه اجتماعی رسانه شود، محوریت منافع عمومی و پرهیز از سیاست‌زده‌گی در تولید برنامه‌های صدا و سیما است. صداقت، شفافیت، بی‌طرفی، عدم یک‌سونگری، دخالت ندادن مسائل سیاسی و توجه به نیازهای مخاطب در حوزه‌های سه‌گانه توسعه انسانی (آموزش، سلامت و درآمد)، از مهم‌ترین نشانه‌های محوریت منفعت عمومی در تولید برنامه‌های رسانه است. نکته مهم دیگر در ارتباط با اعتمادسازی، وحدت محتوا در پیام است. شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی باید مراقبت نمایند تا پیام‌هایی که در قالب برنامه‌های مختلف به مخاطب منتقل می‌شود در راستای اهداف و سیاست‌های واحدی باشد. تعارض در پیام‌های مختلف، موجب تردید مخاطب در صداقت رسانه شده و کارکردهای رسانه را مختل می‌کند. به عنوان مثال، بیان مطالب پزشکی توسط یک پزشک طب سنتی در یک برنامه که در تعارض با مطالب پزشکی برنامه‌ای دیگر است، مخاطب را دچار بلاتکلیفی کرده و ارتباط او با رسانه را تضعیف می‌کند.

از دیگر مؤلفه‌های اعتمادسازی، تولید محتوای پژوهش‌محور است. برای تولید یک محتوای موثر، لازم است یک تیم پژوهشی مرتبط با موضوع برنامه در کنار تیم تولید حضور داشته باشند و عوامل برنامه را به لحاظ اطلاعاتی پشتیبانی نمایند. تولید محتوا مبتنی بر اطلاعات منسوخ شده، مبهم یا نادرست موجب سرخوردگی و بی‌اعتمادی او به برنامه می‌شود. موضوع دیگری که نقش مهمی در جلب اعتماد مخاطب دارد، تولید محتوا متناسب با ویژگی‌های مخاطب و نیازهای اوست. همانطور که اشاره شد، مناطق مختلف کشور به لحاظ مسائل توسعه انسانی متفاوت بوده و دچار نابرابری در این زمینه‌اند. بنابراین، صدا و سیما برای تولید هر برنامه‌ای در این زمینه، ابتدا باید نسبت به وضعیت شاخص‌های توسعه انسانی و نیازها و اولویت‌های مخاطب خود در منطقه هدف شناخت صحیحی پیدا کند. همچنین، تولید

برنامه‌های مورد نظر باید در چارچوب ویژگی‌های منطقه‌ای، فرهنگی و ارزشی مخاطب باشد تا اثرگذار باشد. استفاده از نمادهای فرهنگی و ارزشی هر منطقه، دعوت از چهره‌ها و کارشناسان بومی و تولید برنامه به زبان و گویش محلی موجب می‌شود تا مخاطب احساس کند رسانه، نماینده واقعی فرهنگ و ارزش‌های مورد احترام اوست. این امر، باعث جلب اعتماد مخاطب شده و سبب می‌شود تا افراد احساس نزدیکی بیشتری با برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی صدا و سیما پیدا کرده و به دیدن یا شنیدن برنامه‌های آن ترغیب شوند.

عوامل مهم دیگری که زمینه اعتمادسازی را فراهم می‌سازند، بسترسازی برای شفاف نمودن عملکرد نهادها و دستگاه‌ها و پاسخگویی آنها و پیگیری مطالبات مردمی است. صدا و سیما به عنوان یک رسانه عمومی موظف است در جایگاه نماینده افکار عمومی، به گونه‌ای در زمینه شفاف‌سازی عملکرد نهادهای دولتی و غیردولتی عمل کند که تمامی آنها خود را همواره تحت نظارت عموم مردم بدانند. به عنوان مثال، صدا و سیما با در اختیار داشتن شبکه‌های تخصصی رادیویی و تلویزیونی در حوزه‌های آموزش و سلامت باید اقدامات نهادهایی که متولی قابلیت‌سازی در زمینه‌های مذکور هستند را به صورت دائم رصد نموده و آنها را در زمینه‌هایی که دچار ضعف عملکرد هستند در برابر مردم پاسخگو نماید. همچنین، صدا و سیما با استفاده از پوشش گسترده رسانه‌ای خود می‌تواند موثرترین مطالبه‌کننده منافع عمومی مرتبط با توسعه انسانی باشد. برنامه‌های رادیو و تلویزیون این ظرفیت وسیع را دارند تا در تمامی مناطق کشور، موانع ایجاد قابلیت‌های آموزشی، بهداشتی و درآمدی که از سوی مردم منعکس شده است را پیگیری و رفع موانع مذکور را از نهادهای مسئول مطالبه نمایند. به عنوان مثال، عدم دسترسی مردم برخی مناطق به پزشک متخصص یا فقدان حضور معلم برای آموزش کودکان مسائل مهمی هستند که قابلیت مردم در حوزه‌های سلامت و آموزش را به شدت دچار مخاطره کرده و موجب نابرابری‌های آموزشی و سلامت می‌شوند.

مدیریت تولید پیام

دومین ساز و کار رسانه‌ای صدا و سیما برای کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی، مدیریت تولید پیام است. در واقع، پس از اعتمادسازی رسانه‌ای، در گام بعدی لازم است محتوای مناسبی تولید شود تا بتواند به کاهش نابرابری‌هایی موجود در زمینه‌های آموزش، سلامت و درآمد در مناطق مختلف کشور کمک کند. بر اساس یافته‌های این پژوهش، محتوای مناسب

برای تحقق هدف مذکور را می‌توان در قالب برنامه‌های آموزشی، مهارت‌افزایی و اطلاع-
رسانی تعریف نمود.

منظور از آموزش، انتقال دانش رسمی و غیررسمی موردنیاز مخاطب است. منظور از دانش رسمی، محتوایی است که مطابق با سرفصل‌های آموزشی در مدارس و دانشگاه‌ها تدریس می‌شود. دانش غیررسمی نیز به انتقال دانش مورد نیاز مردم در زمینه‌های سلامت و درآمد اشاره دارد. در خصوص آموزش رسمی، ما با دو مشکل اساسی شامل: دسترسی به مراکز آموزش رسمی و کیفیت آموزش مواجه‌ایم. عدم دسترسی، دلایل متفاوتی دارد. یک مورد به بعد مسافت برمی‌گردد. در این خصوص، با توجه به اینکه حتی دورافتاده‌ترین مناطق هم دسترسی به تلویزیون یا حداقل رادیو را دارند، صدا و سیما می‌تواند با همکاری آموزش و پرورش و مطابق با سرفصل‌های آموزش رسمی، در قالب برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی به تدریس درس در مقاطع مختلف پرداخته و از این طریق خلاء نبود مدرسه را تا حد زیادی جبران کند. در ارتباط با کیفیت آموزش نیز، صدا و سیما این قابلیت را دارد تا با دعوت از معلمان نمونه و مجرب در برنامه‌های آموزشی خود، فرصت برخورداری از آموزش با کیفیت را برای همه دانش‌آموزان فراهم نموده و از این طریق به تحقق هدف والای عدالت آموزشی کمک کند. در واقع، ظرفیت برنامه‌های تلویزیونی در استفاده از انیمیشن، گرافیک، نمودار و مواردی از این قبیل تأثیر به‌سزایی در فهم صحیح مطالب توسط دانش‌آموزان و ارتقاء کیفیت آموزش آنها دارد. همچنین، رسانه می‌تواند با تولید برنامه‌های گفتگو محور و مستند از شیوه‌های نوین آموزش در کشورهای توسعه‌یافته و یا روش‌های موفق داخلی، از طریق بهبود شیوه تدریس معلمان نیز موجب افزایش کیفیت آموزش دانش‌آموزان شود.

در خصوص آموزش غیررسمی مردم در زمینه سلامت، صدا و سیما می‌تواند با اصلاح و افزایش دانش سلامت مردم، نگرش آنها به موضوعات سلامت را اصلاح کرده و موجب تغییر رفتار آنها در این زمینه شود. به عنوان نمونه، مردم برخی مناطق از یک سری سنت‌ها و الگوهای تغذیه‌ای پیروی می‌کنند که نقش زیادی در به خطر انداختن سلامت آنها دارد. رسانه‌های رادیو و تلویزیون این قابلیت را دارند تا با بکارگیری طیف گسترده‌ای از ساختارهای برنامه‌سازی نظیر: نمایشی، طنز، انیمیشن و ... در زمینه افزایش سواد سلامت مردم نقش آفرینی کنند. در حوزه درآمد نیز، رادیو و تلویزیون می‌تواند با تولید و پخش برنامه‌هایی که بر ارتقاء دانش اقتصادی و مالی افراد و نحوه شروع یک فعالیت اقتصادی متمرکز است

قابلیت در آمدی در افراد ایجاد کرده و نابرابری‌ها در این زمینه را کاهش دهند. در این خصوص، تولید برنامه‌های مستند که به صورت کاملاً عملیاتی و اجرایی نحوه راه‌اندازی کسب و کارهای مختلف و عبور از موانع پیش روی آنها را آموزش می‌دهد، یکی از بهترین ابزارها برای ایجاد قابلیت در آمدی در افرادی است که به فعالیت‌های تولیدی علاقه دارند اما فاقد دانش لازم در این عرصه هستند.

دسته‌ای دیگر از برنامه‌های مورد نیاز برای کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی، برنامه‌های مهارت‌افزایی است. برنامه‌های مختلف رادیو و تلویزیون ظرفیت فراوانی دارند تا با انتخاب یک ساختار مناسب برنامه‌سازی، مهارت‌های مورد نیاز مردم در سه حوزه آموزش، سلامت و درآمد را ایجاد کنند. به عنوان مثال، تولید برنامه‌های نمایشی که در آنها به صورت عملی نحوه مواجهه صحیح والدین با مسائل و چالش‌های روحی و روانی موجود در خانواده را نشان می‌دهد می‌تواند شیوه‌ای بسیار اثربخش در ایجاد مهارت‌های مورد نیاز برای تأمین سلامت یک خانواده باشد. همچنین در حوزه کسب و کار، مهارت‌های اجتماعی مانند مهارت تعامل یا مذاکره با دیگران، جزء مواردی است که نقش بسیار مهمی در موفقیت افراد دارد. برنامه‌های آموزش مهارت‌های فنی و حرفه‌ای و کارآفرینی نیز جزء برنامه‌های ضروری هستند که به ویژه در مناطق محروم نقش زیادی در آماده‌سازی افراد جویای کار برای ورود به بازار کار و کاهش نابرابری‌های درآمدی دارد. در این رابطه، تأکید شبکه‌های استانی باید بر آموزش مهارت‌هایی باشد که زمینه به کارگیری و درآمدزایی در آن منطقه را دارا باشند. سومین جزء از ساز و کار مدیریت تولید پیام، اطلاع‌رسانی است. یکی از عوامل مهمی که موجب نابرابری در میان گروه‌های مختلف مردم می‌شود دسترسی نابرابر آنها به اطلاعات مورد نیاز است. به ویژه در مناطق محروم یا شهرهایی که دور از مراکز اقتصادی و آموزشی هستند، عدم دسترسی افراد به اطلاعات ضروری مانع از کسب قابلیت‌های لازم توسط آنها و در نتیجه گسترش نابرابری‌ها می‌شود. صدا و سیما، به عنوان یک رسانه عمومی دولتی موظف است با استفاده از ظرفیت شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی خود امکان دسترسی همه مردم به اطلاعات مورد نیاز در حوزه‌های آموزش، سلامت و درآمد را فراهم نماید. به عنوان مثال در حوزه سلامت، برخی افراد دارای بیماری‌های خاص، اطلاعات چندانی از مراکز درمانی که به آنها خدمات رایگان یا تسهیلات ویژه در زمینه درمان می‌دهند را ندارند و همین بی-اطلاعی مانع از آن می‌شود که این افراد بتوانند از فرصت برخوردار از سلامت بهره‌مند

شوند. عدم برخورداری از سلامت نیز به نوبه خود زمینه‌ساز عدم برخورداری از دیگر قابلیت‌های انسانی نظیر آموزش و درآمد شده و نابرابری‌ها را شدت می‌بخشد. اطلاع‌رسانی درباره طرح‌های اجتماعی، قوانین جدید و خدمات مختلف دولتی در زمینه‌های گوناگون نیز از دیگر اطلاعات مورد نیاز همه مخاطبان است.

مدیریت پخش پیام

سومین سازوکار شناسائی شده برای صدا و سیما در این پژوهش، مدیریت پخش پیام است. مدیریت پخش پیام، مکمل ساز و کار مدیریت تولید پیام است. پخش محتوای مناسب در زمان نامناسب موجب از دست رفتن فرصت اثرگذاری بر مخاطب شده و عملاً فرایند انتقال پیام را با شکست مواجه می‌سازد. بنابراین، اصلی‌ترین جزء مدیریت پخش پیام، تنظیم کنداکتور یا جدول زمانی پخش برنامه‌ها است. اولین نکته در ارتباط با تنظیم کنداکتور، وجود نظم در آن است. وجود یک زمان‌بندی دقیق و ثابت در پخش برنامه‌ها باعث می‌شود تا مخاطبان هر برنامه بتوانند برنامه روزانه خود را به گونه‌ای تنظیم کنند که برنامه مورد علاقه خود را مشاهده نمایند. این موضوع، باعث ایجاد تعلق در مخاطب و افزایش وفاداری او به رسانه می‌شود. نکته مهم دیگر، ضرورت تنظیم کنداکتور تطبیقی است. منظور از کنداکتور تطبیقی، تنظیم جدول زمانی پخش برنامه‌ها مطابق با ویژگی مخاطبان است. به عنوان مثال، تقویم زمانی مخاطب رده سنی کودک با بزرگسال متفاوت است و بنابراین، زمانی که برای پخش برنامه‌های این دو گروه سنی مدنظر قرار می‌گیرد یکسان نیست. همچنین، برای تنظیم جدول زمانی پخش برنامه، باید نسبت به عادات یا برنامه‌های روزانه مخاطب هدف اطلاع کافی داشت. مثلاً، در ایام مدارس که بچه‌ها در مدرسه حضور دارند، بهترین زمان پخش برنامه‌های آموزشی برای آنها، صبح‌ها و تکرار آن در نوبت عصر است تا همه آنها بهره‌مند شوند. یا اگر کودکان کار که بازماندگان از تحصیل هستند، مخاطب هدف برنامه‌های آموزشی هستند، بدیهی است، جدول زمانی پخش این برنامه‌ها باید در ساعات پایانی روز باشد که مورد استفاده این افراد قرار گیرد. نکته مهم دیگر، توجه به عادات مخاطب بومی است که مسأله‌ای بسیار مهم برای پخش برنامه در شبکه‌های استانی است. مناطق مختلف کشور به لحاظ متفاوت بودن شرائط اقلیمی و آداب زندگی، نیازمند تنظیم یک جدول زمانی بومی برای پخش برنامه‌های مختلف است تا منطبق بر برنامه زمانی مخاطبان همان منطقه باشد. نکته مهم دیگری که در خصوص تنظیم کنداکتور تطبیقی باید مدنظر داشت این است که

باید دقت کرد تا زمان پخش برنامه مورد نظر، با زمان پخش سایر برنامه‌های مورد علاقه مخاطب هدف همپوشانی نداشته باشد.

موضوع دیگر مرتبط با مدیریت پخش پیام، گونه‌شناسی مخاطب است. این موضوع، به مطالعه مخاطب هدف به منظور شناسایی رسانه موثر بر او اشاره دارد. در واقع، همانطور که برای تولید محتوای مفید برای یک گروه باید نسبت به نیازهای آنها شناخت کافی داشته باشیم، برای اطمینان از دریافت پیام توسط مخاطب هدف نیز باید از رسانه مورد استفاده او مطلع باشیم. به عنوان نمونه، برای انتقال پیام به مخاطبانی که در مناطق محروم و دورافتاده هستند، رسانه رادیو می‌تواند موثرتر از سایر رسانه‌ها باشد زیرا رسانه‌ای ارزان است و امکان تهیه آن برای همه گروه‌های مردم وجود دارد. ضمن آنکه چون رسانه‌ای قابل حمل است، افراد می‌توانند هم‌زمان با انجام کارهای روزانه خود از برنامه‌های آن نیز بهره‌مند شوند. مورد دیگری که در مدیریت پخش پیام باید مورد توجه قرار گیرد، تبلیغ مناسب برنامه‌های تولید شده و اطلاع‌رسانی به موقع از زمان پخش آنهاست. عدم تبلیغ مناسب موجب می‌شود تا حتی اگر برنامه‌های خوب و باکیفیتی هم در رابطه با موضوعات سه‌گانه توسعه انسانی تولید شوند، اما آنطور که باید دیده نشوند. تولید آنونس‌های جذاب که بتواند اشتیاق مخاطب به دیدن برنامه را برانگیزاند یکی از اصلی‌ترین شیوه‌های تبلیغ برنامه‌ها است. این آنونس‌ها باید در زمان‌های قبل، بعد یا حین برنامه‌های پرمخاطب پخش شوند تا تعداد زیادی از مخاطبان را هدف قرار دهد.

مورد آخر در رابطه با ساز و کار مدیریت پخش پیام، به ضرورت استفاده از همه بسترهای پخش برنامه برای انتقال پیام به مخاطب اشاره دارد. در حال حاضر، صدا و سیما علاوه بر رادیو و تلویزیون از فضای مجازی نیز برای پخش برنامه و انتقال پیام خود استفاده می‌کند، اما حضور آن در فضای مجازی هم‌وزن پخش رادیویی و تلویزیونی برنامه‌ها نیست. صدا و سیما برای آنکه بتواند پوشش حداکثری مخاطب را داشته باشد باید ترکیبی از پخش رادیویی، تلویزیونی و فضای مجازی را به خدمت بگیرد. به عنوان مثال، ممکن است برنامه‌ای برای آموزش مهارت‌های کارآفرینی از یک شبکه تلویزیونی پخش شود ولی گروهی از مخاطبان امکان استفاده از تلویزیون در آن ساعت را نداشته باشند. بارگذاری این برنامه در سایت شبکه موجب می‌شود تا همه افراد بتوانند از محتوای آن بهره‌مند شوند.

تقویت همکاری‌های نهادی

یکی دیگر از سازوکارهای معرفی شده برای صدا و سیما، تقویت همکاری با سایر دستگاه‌ها و نهادهاست. موفقیت صدا و سیما در مدیریت تولید پیام، بدون همکاری و تعامل نزدیک با دستگاه‌ها و نهادهای مختلف میسر نیست. به عنوان مثال، برای آموزش محصلین لازم است تا محتوای برنامه‌های آموزشی مطابق با سرفصل‌های آموزشی وزارت آموزش و پرورش که در مدارس تدریس می‌شود تهیه و در همان چارچوب ارائه شود. در حوزه سلامت و درآمد نیز همکاری نزدیک و دوجانبه با نهادها و دستگاه‌های مرتبط همچون وزارت بهداشت و درمان و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی برای تعیین اولویت‌های برنامه‌سازی برای گروه‌های مختلف مردم و مناطق گوناگون ضروری است. در واقع، ارتقاء دانش و مهارت افراد جامعه در موضوعات سلامت و درآمد نیازمند آن است که ابتدا شناخت درست و کاملی نسبت به مسائل گروه‌های مختلف مردم و ظرفیت‌های مناطق مختلف کشور حاصل شود که این امر نیز از طریق ارتباط مستمر با دستگاه‌های مسئول ممکن است. این موضوع به ویژه برای شبکه‌های استانی مسأله‌ای مهم و اساسی است. در حقیقت، با توجه به یکسان نبودن شاخص‌های توسعه انسانی در شهرهای مختلف و وجود نابرابری در این زمینه، لازم است برنامه‌ریزی‌هایی که در مراکز استانی انجام می‌شود مطابق با مسائل و مشکلات توسعه انسانی منطقه باشد و از تعمیم یک برنامه واحد برای همه شهرها و استان‌ها خودداری شود. البته، همکاری با نهادهای مختلف نباید محدود به تعیین اولویت‌ها شود، بلکه باید شرایطی فراهم شود تا دستگاه‌های مربوطه به صورت عملیاتی در تولید و ساخت برنامه‌ها نیز مشارکت داشته باشند.

یکی دیگر از ارتباطاتی که تقویت آن لازمه موفقیت صدا و سیما در جهت کمک به کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی در کشور است، ارتباط با نهادهای بالادستی به منظور جلب حمایت‌های قانونی در این زمینه است. رئیس سازمان صدا و سیما به عنوان یکی از شخصیت‌های حقوقی حاضر در بسیاری از جلسات تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در سطح کلان، باید از این فرصت برای تبیین اهمیت موضوع نابرابری‌های توسعه انسانی در ایران و تبعات گسترش آن از جمله تبعات امنیتی، حداکثر استفاده را نموده و تلاش کند منابع و تجهیزات موردنیاز برای استفاده از ظرفیت رادیو و تلویزیون برای کاهش این نابرابری‌ها را تأمین نماید. در نهایت، نوع دیگری از تعاملاتی که به خصوص موردنیاز شبکه‌های استانی است، تعامل و تقویت همکاری میان خود آن شبکه‌ها است. در واقع، هر چند شبکه‌های استانی صدا و

سیما همگی ذیل یک سازمان فعالیت می کنند اما با توجه به گستره وظائف و اقتضانات محلی که دارند، لازم است هر یک از آنها به صورت مستقل به دنبال ایجاد زمینه های همکاری با مراکزی که دارای اولویت ها و مسائل مشترکی هستند باشند تا از این طریق به یک هم افزایی در تولید برنامه های مشترک دست یابند.

مدیریت منابع سازمانی

در نهایت، آنچه که می تواند موفقیت صدا و سیما در استفاده موثر از سازوکارهای خود برای کاهش نابرابری های توسعه انسانی را ضمانت کند، مدیریت صحیح منابع مختلف سازمانی است. در ابتدا باید به نقش مهم نیروی انسانی متخصص و باتجربه در هر دو زمینه تولید و پخش محتوا اشاره کرد که اصلی ترین منابع سازمانی هستند. نیروی انسانی مورد نیاز را یا باید از بیرون سازمان جذب کرد و یا از طریق آموزش نیروهای موجود تأمین نمود. در هر دو صورت، باید محور بکارگیری افراد در حوزه های صف و ستاد شایسته سالاری باشد. یکی از اقدامات موثر برای ارتقاء سطح دانش و تجربه نیروهای موجود، مدیریت صحیح دانش سازمانی است. باید بستری فراهم شود تا دانش و تجربه حاصل شده در سازمان در اختیار دیگران قرار گیرد. علاوه بر مدیریت دانش سازمانی، آموزش نیروهای صف و ستاد سازمان و توسعه مهارت های آنها باید به عنوان یک امر ضروری و مستمر مورد توجه باشد. در مورد جذب نیروی انسانی در شبکه های استانی باید توجه داشت که در شرایط یکسان دانش و تجربه، حتماً اولویت در جذب نیروی بومی باشد چرا که شناخت کافی نسبت به فرهنگ و ارزش های محلی داشته و از نیازمندی های مردم منطقه آگاهی بیشتری دارد.

عامل مهم دیگری که نقش انکارناپذیری در اجرای موفق برنامه های کاهش نابرابری دارد، منابع مالی است. مدیریت منابع مالی سازمان باید به گونه ای باشد که اهداف برنامه ای صدا و سیما که در راستای اولویت های توسعه انسانی و کاهش نابرابری های آن تعریف شده است را محقق نماید. در این رابطه، مهم ترین وظیفه بر عهده مرکز طرح و برنامه ریزی سازمان صدا و سیما است که مأموریت اصلی آن تعیین اولویت های حوزه های تولید و پخش پیام و تخصیص اعتبارات لازم برای آنهاست. به خصوص برای شبکه های استانی موضوع منابع مالی بسیار حیاتی است. بنابراین، ضرورت دارد مرکز طرح و برنامه ریزی صدا و سیما پس از تعیین و ابلاغ اولویت های برنامه سازی هر یک از شبکه های استانی در زمینه موضوعات سه گانه

توسعه انسانی، نظارت و کنترل دقیقی بر تخصیص بودجه داشته باشد تا اطمینان حاصل کند که اعتبار داده شده دقیقاً برای برنامه مورد نظر هزینه شده است.

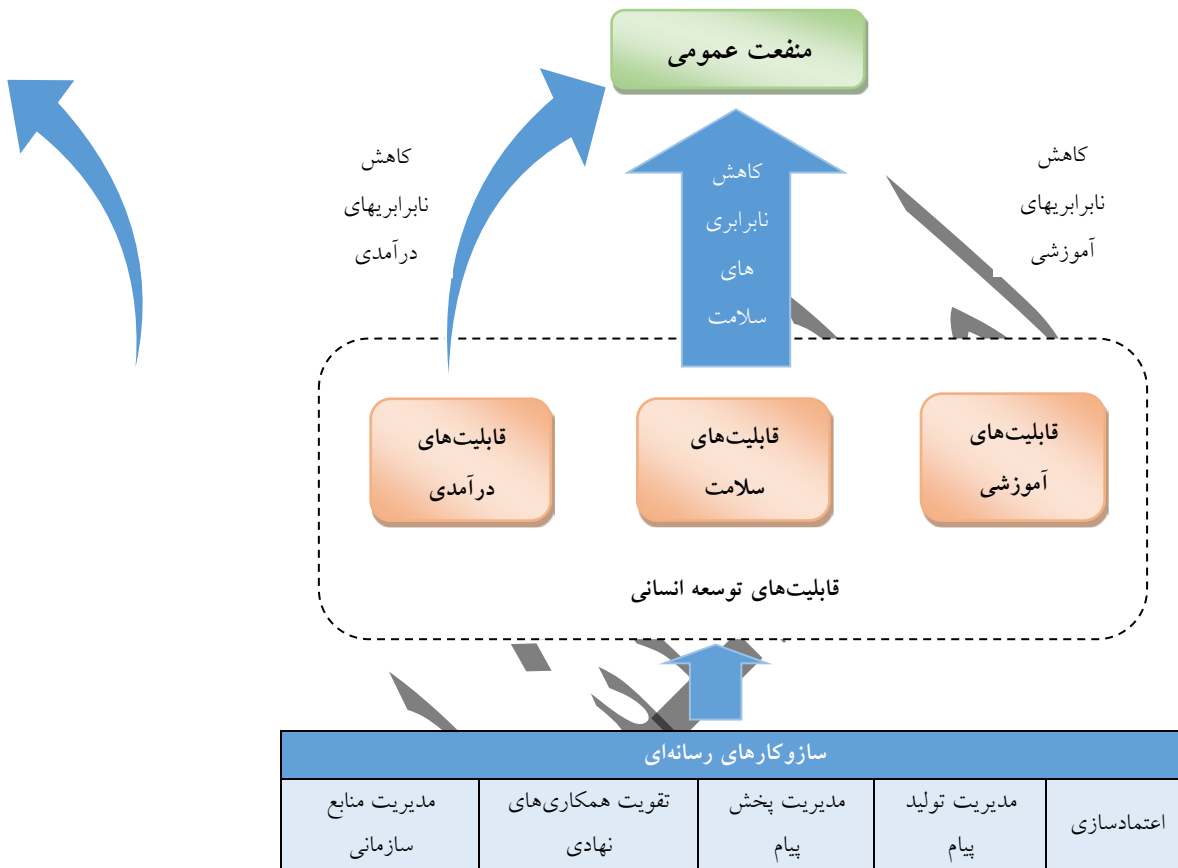
آخرین جزء از سازوکار مدیریت منابع سازمانی به مدیریت منابع فیزیکی، به خصوص تقویت و گسترش زیرساخت‌ها و تجهیزات فنی تولید و پخش برنامه مربوط می‌شود. سرمایه‌گذاری مناسب در تجهیزات جدید تولید برنامه و به خدمت گرفتن فن‌آوری‌های روز رسانه همچون استفاده از قابلیت‌های هوش مصنوعی برای تولید محتوا از موارد مهمی است که برای جلب مخاطب و تقویت اثرگذاری بر او بسیار ضروری است. مورد دیگر، به گسترش زیرساخت‌ها و استفاده از بسترهای متنوع پخش برنامه مربوط می‌شود. از آنجائیکه مخاطبان برنامه‌ها از گروه‌های مختلف با امکانات و سطح دسترسی‌های متفاوت هستند، صدا و سیما باید تدبیری اتخاذ کند که بتواند پوشش حداکثری مخاطبان هدف را محقق نماید. به عنوان نمونه، در حال حاضر بسیاری از افراد برنامه‌های مورد نظر خود را از طریق پلتفرم‌های مختلف نظیر وب سایت‌ها یا اپلیکیشن‌های موبایلی تماشا می‌کنند که لازم است زیرساخت و تجهیزات لازم برای پوشش این افراد فراهم شده و گسترش یابد.

اما مهم‌ترین نکته درباره مدیریت منابع فنی و تجهیزات تولید و پخش این است که اگر قرار است این منابع در راستای کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی در کشور به کار گرفته شود لازم است تأمین و توزیع آنها مبتنی بر بررسی‌های کارشناسی و براساس نیاز مناطق مختلف باشد. به عنوان مثال، اگر همچنان بعضی نقاط کشور تحت پوشش برنامه‌های رادیو یا تلویزیون نیستند، بدیهی است که اولویت اول باید ایجاد زیرساخت لازم برای گسترش سیگنال‌رسانی و پوشش کامل آن مناطق باشد. از طرف دیگر، مردم مناطق محروم عموماً امکانات لازم برای استفاده از پلتفرم‌های جدید پخش برنامه را ندارند. بنابراین، لازم است برای پخش برنامه‌ها متناسب با شرایط آنها برنامه‌ریزی شود. مثلاً اگر مردم یک منطقه به لحاظ وضعیت نامناسبی که در شاخص‌های توسعه انسانی دارند جزء مخاطبان هدف ما باشند اما امکانات لازم برای دریافت برنامه‌ها با کیفیت دیجیتال را نداشته باشند، واضح است که در این شرایط باید همچنان سیگنال‌رسانی آنالوگ را برای آن منطقه حفظ کرد یا از طریق همکاری با سایر نهادها امکان تجهیز این خانواده‌ها به گیرنده‌های دیجیتال را فراهم نمود.

نتیجه‌گیری

شاخص‌های سه‌گانه توسعه انسانی (سلامت، آموزش و درآمد) به‌طور مستقیم و غیرمستقیم با منافع عمومی مرتبط هستند، زیرا بهبود آنها به ایجاد جوامعی سالم‌تر، آگاه‌تر و مرفه‌تر و در یک جمله، به ارتقای کیفیت زندگی جامعه منجر می‌شوند که متضمن منفعت همه اعضای جامعه است. با این حال، نابرابری در این شاخص‌ها اکنون به چالشی مهم برای همه جوامع اعم از توسعه‌یافته یا در حال توسعه تبدیل شده است، چرا که عدالت اجتماعی و پایداری توسعه در جوامع را به مخاطره انداخته است. در این میان، رسانه‌های جمعی به عنوان ابزاری قدرتمند در شکل‌دهی به افکار عمومی و ایجاد قابلیت‌های اصلی در سه حوزه آموزش، سلامت و درآمد می‌توانند نقشی مهم در کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی ایفا نمایند. یافته‌های این پژوهش، ۵ سازوکار اصلی شامل: اعتمادسازی، مدیریت تولید پیام، مدیریت پخش پیام، تقویت همکاری‌های نهادی و مدیریت منابع سازمانی را برای رسانه جمعی صدا و سیما شناسایی نمود که در شکل ۱ آمده است. این سازوکارها، نشان‌دهنده ظرفیت بی‌بدیل سازمان مذکور برای تأمین منافع عمومی از مسیر کاهش نابرابری‌های آموزشی، درآمدی و سلامت در جامعه است.

شکل ۱: سازوکارهای رسانه‌ای در کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی



به‌طور خلاصه، صدا و سیما برای موفقیت در این عرصه حیاتی، در گام اول نیازمند اعتمادسازی است. اعتماد مخاطب به رسانه، نقش اصلی در جذب و نگهداری او و انتقال موثر پیام دارد. افراد به برنامه‌هایی اعتماد دارند که محتوایی شفاف، معتبر و بدون جانبداری ارائه داده و یک ارتباط صادقانه با مخاطب برقرار کنند. تحقق چنین اعتمادی موجب ارتقاء وفاداری مخاطب، کاهش تأثیر شایعات و تقویت اثرگذاری برنامه‌ها می‌شود. در گام بعد، با مدیریت تولید و پخش پیام، ابتدا باید بر اساس اولویت‌ها و نیاز مخاطب و در چارچوب فرهنگ و ارزش‌های مورد قبول او، محتوای مناسب را تهیه و سپس پیام تولید شده را در

یک جدول زمانی پخش مخاطب محور، از طریق رسانه مورد استفاده مخاطب هدف منتقل نمود. بنابراین، برای اینکه این سازوکارها بتوانند نابرابری‌های انسانی را کاهش دهند باید محتوای تولید شده مبتنی بر مطالعه گروه‌های مختلف جامعه و اولویت‌های آنها در سه زمینه آموزش، سلامت و درآمد بوده و از کانال رسانه در دسترس مخاطب منتقل شود. در نهایت، برای اثربخش بودن اقدامات مذکور، لازم است منابع مختلف سازمانی به شیوه‌ای بهینه مدیریت شده و نسبت به توسعه و تقویت همکاری با نهادها و دستگاه‌های مربوطه اهتمام جدی صورت گیرد.

در پایان، لازم به توضیح است که این پژوهش نیز همچون سایر تحقیقات با محدودیت‌هایی در اجرا مواجه بود که از جمله آنها می‌توان به دشواری و طولانی شدن فرایند انتخاب مصاحبه‌شوندگان به دلیل بین‌رشته‌ای بودن موضوع تحقیق، سختی هماهنگی با برخی افراد به دلیل حضور در شهرهای مختلف و عدم تمایل برخی دیگر برای مشارکت در تحقیق به سبب نگاه انتقادی آنها به صدا و سیما اشاره کرد. از طرفی، با توجه به این که صدا و سیما یک رسانه عمومی دولتی است لازم است در تعمیم نتایج آن به سایر رسانه‌ها، ملاحظاتی نظیر ساختار سیاسی حاکم بر ایران که صدا و سیما را رسانه‌ای حاکمیتی تعریف نموده، غیرانتفاعی بودن، گستره و تنوع فعالیت‌ها و دسترسی همگانی و رایگان به برنامه‌های آن را مدنظر داشت. همچنین، در خصوص وجه تمایز این پژوهش در مقایسه با سایر تحقیقات لازم به توضیح است که مهم‌ترین وجه تمایز این پژوهش با موارد خارجی، انجام آن در بافت و زمینه‌ای خاص است. در واقع، اقتضائات اجتماعی و فرهنگی و ساختار سیاسی حاکم بر ایران موجب شده تا تحقیق در موضوع رادیو و تلویزیون و توسعه انسانی در ایران متفاوت از جوامع دیگر باشد. مهم‌ترین این تفاوت‌ها، یکی انحصار رادیو و تلویزیون در دست دولت و دیگری تنوع فرهنگی و قومیتی موجود در ایران است. انحصاری بودن سازمان مذکور موجب شده تا رادیو و تلویزیون به اصلی‌ترین ابزار رسانه‌ای دولت و حاکمیت در اجرای برنامه‌های آن و از جمله برنامه‌های توسعه تبدیل شود. تفاوت دیگر، تنوع قومی، عقیدتی و فرهنگی موجود در ایران است که زمینه‌ساز بروز مسائلی خاص در موضوعات مرتبط با توسعه انسانی نظیر آموزش و بهداشت بوده است.

تعارض منافع

تعارض منافع وجود ندارد.

ORCID

Reza Vaezi



<https://orcid.org/0000-0001-6589-1658>

Hossein Adhami



<https://orcid.org/0009-0008-1185-0832>

منابع

۱. افقه، سید مرتضی؛ آهنگری، عبدالمجید و عسکری پور لاهیجی، حسین. (۱۳۹۹). برآورد شاخص توسعه انسانی استانهای ایران و بررسی تأثیر آن بر رشد اقتصادی با استفاده از منطق فازی. فصلنامه اقتصاد مقلداری (بررسی های اقتصادی سابق). دوره ۱۷، شماره ۲: ۸۹-۱۲۱. <https://doi.org/10.22055/jqe.2019.29152.2064>
۲. حنیفی، عادل؛ خداداد کاشی، فرهاد و موسوی جهرمی، یگانه. (۱۴۰۰). اندازه گیری شاخص نابرابری چندبعدی به تفکیک مناطق شهری و روستایی ایران طی دوره ۱۳۹۷-۱۳۶۳. فصلنامه تحقیقات مدل سازی اقتصادی. دوره دوازدهم، شماره ۴۳: ۴۷-۹۷. <https://doi.org/10.52547/jemr.12.43.47>
۳. خانیکی، هادی. (۱۳۸۴). بنیان های مطالعات ارتباطات و توسعه ملی در ایران. فصلنامه علوم اجتماعی. دوره دوازدهم. شماره ۲۸ و ۲۹: ۷-۵۶.
۴. فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۵). روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تأکید بر نظریه برپایه. تهران. انتشارات آگاه. چاپ دوم.
۵. محمدپور، احمد (۱۳۹۲ الف). روش تحقیق کیفی: ضد روش ۱، منطق و طرح در روش شناسی کیفی. تهران. انتشارات جامعه شناسان. چاپ دوم.
۶. محمدپور، احمد (۱۳۹۲ ب). روش تحقیق کیفی: ضد روش ۲، مراحل و رویه های عملی در روش شناسی کیفی. تهران. انتشارات جامعه شناسان. چاپ دوم.
۷. معتمدنژاد، کاظم. (۱۳۸۴). سیر تحول مطالعات و تحقیقات ارتباطات و توسعه در ایران. فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی. سال شانزدهم. شماره ۳: ۴-۴۱.

۸. واعظی، رضا (۱۴۰۰). نقد مدیریت دولتی و مدیریت توسعه در ایران. حکمرانی و توسعه. ۱(۱)، ۳۱-۴۳.

9. Abuku, M., & Iorngurum, D.S.A. (2017). Re-positioning Nigeria's radio broadcast as a catalyst for development. *The Creative Artist*.11(1),213-226.
10. Balit, S., & Acunzo, M. (2020). *A changing world: FAO efforts in communication for rural development*. Handbook of Communication for Development and Social Change, 133-156.
11. Byskov, M. F. (2018). *The Capability Approach in Practice, A New Ethics in Setting Development Agendas*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429506017>
12. Carmo, R. M. (2021). *Social inequalities: theories, concepts and problematics*. SN Social Sciences, 1(5), 116.
13. Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory* (2nd ed). Sage.
14. Chiappero-Martinetti, E., Osmani, S., & Qizilbash, M. (Eds.). (2021). *The Cambridge Handbook of the Capability Approach*. Cambridge University Press.
15. Chima, O. A., & Obayi, P. M. (2019). Influence of educational broadcast programmes on the learning quotient of students of Imo State University and Alvan Ikoku College of Education, Owerri, Nigeria. *Novena Journal of Communication*, 10, 105-114.
16. Clark, D. A., Biggeri, M., & Fredjani, A. A. (Eds.). (2019). *The capability approach, empowerment and participation: concepts, methods and applications*. Springer.
17. Cosgrove, S., & Curtis, B. (2022). *Understanding Global Poverty: Causes, Solutions, and Capabilities*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003043829>
18. Desai, V., & Potter, R. B. (2014). *The Companion to Development Studies*. Routledge.
19. Ferreira, I. A., Gisselquist, R. M., & Tarp, F. (2022). On the impact of inequality on growth, human development, and governance. *International Studies Review*, 24(1), viab058.
20. Guaaybess, T. (2019). *The Media in Arab Countries: From Development Theories to Cooperation Policies* (Science, Society and New Technologies Series). Wiley-ISTE.
21. Hatakka, M., Ater, S., Obura, D., & Mibei, B. (2014). Capability outcomes from educational and ICT capability inputs—An analysis of ICT use in informal education in Kenya. *The Electronic Journal of*

- Information Systems in Developing Countries*, 61(1), 1-17.
<https://doi.org/10.1002/j.1681-4835.2014.tb00430.x>
22. Ishikawa, Y., Kondo, N., Kawachi, I., & Viswanath, K. (2016). Are socioeconomic disparities in health behavior mediated by differential media use? Test of the communication inequality theory. *Patient Education and Counseling*, 99(11), 1803-1807.
<https://doi.org/10.1016/j.pec.2016.05.018>.
 23. Jafar, Z., Quick, J. D., Rimányi, E., & Musuka, G. (2024). Social Media and Digital Inequity: Reducing Health Inequities by Closing the Digital Divide. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 21(11), 1420. <https://doi.org/10.3390/ijerph21111420>.
 24. Joshi, D. K. (2021). Footprints of a winning idea: Three decades of the human development paradigm (1990–2019). *Journal of Human Development and Capabilities*, 22(3), 506-516.
 25. Kotsalas, I.P., Antoniou, A., & Scoullou, M. (2018). Decoding Mass Media Techniques and Education for Sustainable Development. *Journal of Education for Sustainable Development*, 11(2), 102–122.
<https://doi.org/10.1177/0973408218761229>
 26. Malikhao, P., & Servaes, J. (2020). Communication for Development and Social Change: Three Development Paradigms, Two Communication Models, and Many Applications and Approaches. In: Servaes, J. (eds), *Handbook of Communication for Development and Social Change*, pp.63-92. Springer, Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-2014-3>
 27. Nwokedi, O. P., Okeibunor, N. B., Ugwuanyi, J. C., Nwokolo, P. N., Ugwuoke, J. C., & Gever, V. C. (2023). Comparative analysis of the effectiveness of interactive radio and interactive television instructions on improvement in life skills among out-of-school nomadic children in Northern Nigeria. *Information Development*, 39(3), 512-523.
<https://doi.org/10.1177/02666669221104599>
 28. Pérez Arozamena, R., & Odriozola-Chéné, J. (2025). Media framing of inequality of opportunities in education during the pandemic: analysis of the Spanish online media agenda. *Observatorio (OBS*)*, 19(3).
<https://doi.org/10.15847/obsOBS19320252577>.
 29. Prados de la Escosura, L. (2021). Augmented human development in the age of globalization. *The Economic History Review*, 74(4), 946-975.
 30. Saraf, R. A., & Balamurugan, J. (2018). The role of mass media in health care development: A review article. *Jour Mass Comm*, 5(1&2), 39-43.
 31. Servaes, J. (2020). Communication for Development and Social Change: In Search of a New Paradigm. In: Servaes, J. (eds), *Handbook of*

- Communication for Development and Social Change*(pp.15-27). Springer, Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-2014-3>
32. Shaban, A. (2020). Television Programs Trends Towards Promoting Sustainable Development Values: An Analytical Study. *Humanities & Social Sciences Reviews*.8(3),1182-1191.
 33. Telch, F., & Appe, S. (2022). How can countries improve human development? Four distinct national planning strategies and the challenges for human development ahead. *Development Policy Review*, 40(2), e12561. <https://doi.org/10.1111/dpr.12561>
 34. Telleria, J. (2021). *Deconstructing Human Development, From the Washington Consensus to the 2030 Agenda*. Routledge.
 35. Timalsina, M., & Pradhan, P. M. (2019). Role of local/community radio on rural development. *Nepalese Journal of Development and Rural Studies*, 16, 46-52. <https://doi.org/10.3126/njdrs.v16i0.31570>
 36. UNDP. (2019). *Human Development Report 2019, Beyond income, beyond averages, beyond today: Inequalities in human development in the 21st century*. New York: UNDP.
 37. UNDP. (2025). *Human Development Report 2025, A matter of choice; People and possibilities in the age of AI*. New York: UNDP.
 38. Vaggi, G. (2018). *Towards a Broader Definition of Development*. In: *Development*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-54879-1_2
 39. Vaughan, M., Theine, H., Schieferdecker, D., & Waitkus, N. (2025). Communication about economic inequality: a systematic review. *Annals of the International Communication Association*, 49(3), 147-158. <https://doi.org/10.1093/anncom/wlaf006>
 40. Willis, K. (2020). *Theories and practices of development*(3rd ed.). Routledge.
 41. Yessenbekova, U. M., & Kutym, B. (2020). The Cultural and Educational Mission of Kazakh Television. *Journal of Communication Media Watch (India)*, 11(4), 721-727.
 42. Yoo, W., Hong, Y., & Oh, S. H. (2023). Communication inequalities in the COVID-19 pandemic: socioeconomic differences and preventive behaviors in the United States and South Korea. *BMC public health*, 23(1), 1290. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-16211-8>.
 43. Yu, J., & Meng, S. (2022). Impacts of the internet on health inequality and healthcare access: a cross-country study. *Frontiers in Public Health*, 10, 935608. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.935608>

References [In Persian]

1. Afghah, Seyed Morteza; Ahangari, Abdolmajid and Askaripour Lahiji, Hossein. (2020). Estimating the Human Development Index of Iranian Provinces and Investigating Its Impact on Economic Growth Using Fuzzy Logic. *Journal of Quantitative Economics (Former Economic Surveys)*. Volume 17, Issue 2: 89-121. <https://doi.org/10.22055/jqe.2019.29152.2064>
2. Farasatkah, Maghsoud. (2016). *Qualitative Research Method in Social Sciences with Emphasis on Grounded Theory*. (2rd ed.).Tehran. Agah Publications.
3. Hanifi A, Khodadadkashi F, Mousavi Jahromi Y. (2021) The Measurement of the Multidimensional Inequality Index in Urban and rural Areas of Iran during the period 1984-2018. *Journal of Economic Modeling Research*, 12 (43) :47-97. <https://doi.org/10.52547/jemr.12.43.47>
4. khanyeki, H. (2005). Foundations of Communication and National Development Studies in Iran. *Social Sciences*, 12(28.29), 7-56.
5. Mohammadpour, Ahmad (2013,a). *Qualitative Research Method: Counter-Method 1, Logic and Design in Qualitative Methodology*. (2rd ed.).Tehran. Sociologists Publications.
6. Mohammadpour, Ahmad. (2013,b). *Qualitative Research Method: Counter-Method 2, Practical Steps and Procedures in Qualitative Methodology*. (2rd ed.).Tehran. Sociologists Publications.
7. Mo'tamednejad, K. (2005). The evolution of communication and development studies in Iran. *Mass media*, 16(3), 4-41.
8. Vaezi, Reza. (2021). Criticism of Public and Development Administrations in Iran. *Governance and Development Journal*. 1(1), 31-43. <https://doi.org/10.22111/jipaa.2018.82910>