



Mass Media and Public Interest: Media Mechanisms in Reducing Human Development Inequalities

Reza Vaezi 

Professor, Department of Public Administration,
Faculty of Management and Accounting, Allameh
Tabataba'i University, Tehran, Iran

Hossein Adhami  *

PhD in Public Administration, Faculty of
Management and Accounting, Allameh Tabataba'i
University, Tehran, Iran

Abstract

Human development inequalities represent a major challenge for contemporary societies and hinder the realization of public interest and social justice. These inequalities largely arise from unequal access to basic capabilities in key areas such as education, health, and income. Despite the rapid expansion of digital communication technologies, traditional mass media—particularly radio and television—continue to possess significant potential to promote public interest by producing and disseminating content that contributes to the development of basic capabilities and the reduction of human development inequalities. The present study aims to identify the media mechanisms through which the Islamic Republic of Iran Broadcasting

* Corresponding Author: h.adhami@yahoo.com

How to Cite: Vaezi, R. and Adhami, H. (2026). Mass Media and Public Interest: Media Mechanisms in Reducing Human Development Inequalities. *Studies in Public Service Administration*, 3(10), 209 - 256. doi: 10.22054/spsa.2026.90982.1118

(IRIB) can contribute to reducing human development inequalities in Iran. This research adopts a qualitative approach and employs the constructivist grounded theory method. The study participants consisted of academic scholars and executive experts in the fields of media and public administration who possess sufficient knowledge of development issues. Data were collected through semi-structured interviews and analyzed through iterative coding procedures. The findings reveal five key mechanisms through which IRIB can contribute to reducing human development inequalities: trust-building, message production management, message distribution management, organizational resource management, and strengthening institutional cooperation.

Keywords: Mass media, Public interest, Inequality, Constructivist grounded theory

1. Introduction

Human development theory is considered one of the most significant approaches to promoting public interest because it emphasizes improving people's well-being through the expansion of basic capabilities. From this perspective, development is not limited to economic growth but also involves enhancing individuals' opportunities to live healthy, educated, and productive lives. However, one of the major challenges associated with human development is inequality in its various dimensions. Human development inequalities have increasingly become a serious global development concern, as disparities in access to education, health services, and income opportunities undermine social justice and sustainable development (Ferreira et al., 2022).

One of the important instruments available to governments for addressing such inequalities is mass media. As a central component in shaping public opinion and disseminating knowledge, mass media can play diverse roles in promoting social awareness, facilitating access to information, and encouraging behavioral change (Kotsalas et al., 2018). Through educational programs, awareness campaigns, and the dissemination of socially relevant information, media institutions can contribute to strengthening individuals' capabilities and reducing development disparities.

In this context, the Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB), as the national public broadcasting organization, possesses considerable potential to promote public interest by contributing to the reduction of human development inequalities across different regions of the country. Accordingly, the main objective of this study is to identify the media mechanisms through which IRIB can play an effective role in reducing human development inequalities in Iran.

2. Literature Review

2.1 Human Development and Its Inequalities

The concept of human development emerged from significant intellectual developments in the field of development studies during the 1970s. One of these developments was the emergence of development ethics, introduced by Denis Goulet (1971), which emphasized moral considerations in development policies. Another influential development was Amartya Sen's capability approach (1979), which shifted the focus of development analysis from economic resources to individuals' capabilities and freedoms.

According to the capability approach, development should aim to expand people's capabilities—the real opportunities individuals have to achieve valued ways of living—rather than merely increasing the availability of economic resources (Byskov, 2018). This perspective

emphasizes that development must enable individuals to improve their well-being through access to essential opportunities such as education, health services, and adequate living standards.

The ideas of Goulet, Sen, and other scholars contributed to the creation of alternative indicators for measuring development. Among these indicators, the Human Development Index (HDI) is one of the most widely used measures. The HDI is a composite indicator that reflects three fundamental dimensions of human development: a long and healthy life, access to education and knowledge, and a decent standard of living (Willis, 2020).

Over the past decades, researchers have emphasized that both development and inequality should be understood as multidimensional phenomena rather than being evaluated solely in economic terms. Composite indicators developed in the field of human development highlight the importance of considering multiple dimensions of well-being simultaneously (Carmo, 2021). Therefore, when examining human development inequalities, disparities across several key dimensions—including income, education, and health—must be taken into account.

2.2 Mass Media and Development

Mass media have long been recognized as important instruments for promoting social and economic development. Among different forms of media, radio and television have historically played a particularly significant role due to their wide accessibility, relatively low cost, and ability to reach diverse audiences across different geographic and social contexts.

Several studies highlight the educational function of broadcast media. For example, Nworgu (2016) argues that radio and television can perform roles similar to educational institutions by providing learning opportunities for broad segments of society, although in a more

informal manner (Chima & Obayi, 2019). Through educational programs and public awareness campaigns, broadcast media can enhance public knowledge and contribute to capacity building in various areas.

In the field of public health, radio and television have also demonstrated substantial influence in encouraging behavioral change. Media campaigns can promote preventive health behaviors, increase awareness about diseases, and encourage the adoption of healthier lifestyles among large populations (Saraf & Balamurugan, 2018).

More broadly, by raising awareness, shaping public attitudes, and promoting socially beneficial values, radio and television can contribute to reducing social and human inequalities. Through their informational and leadership roles, these media can guide public perceptions and behaviors toward choices that improve collective well-being and support social development.

3. Methodology

This study employs a qualitative research design based on the constructivist grounded theory approach. This methodological strategy allows researchers to generate theoretical insights grounded in empirical data while considering the interpretive interactions between researchers and participants.

Data were collected through semi-structured interviews with participants who possessed relevant expertise in media studies, public administration, and development issues. The study participants included both academic scholars and executive experts with sufficient knowledge of human development concepts and media policy.

The sampling process was conducted in two stages. In the first stage, purposive sampling was used to identify initial participants with relevant expertise. In the second stage, theoretical sampling was applied in order to refine emerging categories and deepen the analysis.

Data analysis was carried out simultaneously with data collection. After the eleventh interview, theoretical saturation was largely achieved; however, to ensure the adequacy and robustness of the findings, interviews continued until sixteen participants had been interviewed. The collected data were analyzed through four stages of coding: initial coding, focused coding, axial coding, and theoretical coding. This process enabled the identification of key concepts and categories and facilitated the development of relationships among them.

4. Discussion and Results

The analysis of interview data resulted in the identification of twenty-three subcategories, which were subsequently organized into five main categories representing the core mechanisms through which IRIB can contribute to reducing human development inequalities. These five mechanisms include: trust-building, message production management, message distribution management, organizational resource management, and strengthening institutional cooperation. Trust-building emerged as the most fundamental mechanism influencing the effectiveness of media activities. Media organizations can only influence public attitudes and behaviors when audiences perceive them as credible and trustworthy sources of information. Without such trust, media messages are unlikely to persuade audiences or contribute to social change.

The second mechanism is message production management. Once audience trust is established, the next step is the creation of appropriate and relevant media content. Such content should address the existing inequalities in education, health, and income across different regions and social groups in the country. Effective content production requires careful planning, accurate information, and sensitivity to the needs of diverse audiences.

The third mechanism is message distribution management. Even high-quality content may fail to achieve its intended impact if it is not distributed effectively. Broadcasting appropriate messages at suitable times and through appropriate channels is essential to maximize audience engagement and influence.

The fourth mechanism identified in the analysis is strengthening institutional cooperation. Addressing inequalities in human development requires collaboration among multiple organizations and institutions. Continuous communication with relevant governmental and social institutions enables media organizations to gain a better understanding of societal needs, regional disparities, and the specific challenges faced by different groups.

Finally, organizational resource management plays a crucial role in enabling the effective implementation of the other mechanisms. Proper management of financial, human, and technological resources ensures that media organizations have the necessary capacity to design and implement programs aimed at reducing human development inequalities.

5. Conclusion

Human development indicators—namely health, education, and income—are closely linked to public interest because improvements in these areas enhance overall quality of life and promote social well-being. However, inequalities in these dimensions have become a major challenge for many societies, as they undermine social justice and hinder sustainable development.

In this context, mass media can play an important role in addressing such inequalities. By shaping public opinion, disseminating knowledge, and promoting the development of basic capabilities, media organizations can contribute to improving public awareness and encouraging positive social change.

The findings of this study identified five key mechanisms through which the Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB) can contribute to reducing human development inequalities: trust-building, message production management, message distribution management, strengthening institutional cooperation, and organizational resource management. These mechanisms highlight the considerable capacity of public broadcasting institutions to support social development and promote public interest in the areas of education, health, and income.



رسانه‌های جمعی و منفعت عمومی: سازوکارهای رسانه‌ای در کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی

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

رضا واعظی ^{ID}

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

حسین ادھمی* ^{ID}

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 نارضایتی و تنش‌های اجتماعی خواهد شد. در این میان، باوجود 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 به‌عنوان یک پژوهش کیفی باهدف شناسایی سازوکارهای رسانه‌ای صداوسیما 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 سازوکار اعتمادسازی، مدیریت تولید پیام، مدیریت پخش پیام، مدیریت منابع سازمانی و تقویت همکاری-های نهادی را به‌عنوان سازوکارهای اصلی رسانه جمعی صداوسیما برای کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی در ایران شناسایی نمود.

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

* نویسنده مسئول: h.adhami@yahoo.com

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، درحالی که هر دوی این پارادایم‌ها فقط انسان را به‌عنوان وسیله‌ای برای رشد اقتصادی در نظر می‌گیرند، ایده توسعه انسانی معتقد است که هدف اولیه توسعه باید مردم باشند (Byskov, 2018). درواقع، 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^۱ 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 به‌خودی‌خود 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 خشونت‌آمیز شود)، روند کاهش فقر را کند نموده و پایداری رشد اقتصادی را تضعیف نماید (UNDP, 2019). درواقع، 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 به‌عنوان یکی از نظریه‌پردازان اصلی توسعه انسانی، برابری را یکی از ارکان اصلی توسعه انسانی می‌داند و تأکید دارد که فرصت‌های

1 United Nations Development Programme (UNDP)

2 Mahbub ul Haq

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 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 مهر و موم‌های 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 آنجایی که 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 مؤثر و به موقع مانع از شکل‌گیری این چرخه معیوب شود. یکی از ابزارهای مؤثر 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 بر عهده 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 صداوسیما 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 صداوسیما یک رسانه جمعی دولتی است، هدف این پژوهش آن است تا به این سؤال 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 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 باهدف دستیابی به اجماع برای اقدامی است که منافع، نیازها و همه ظرفیت‌های مربوطه را در نظر می‌گیرد (Malikhao & 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). درواقع، 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 باشند. او، رسانه‌ها را ضریب تحرک^۲ می‌داند. به اعتقاد لرنر، رسانه‌ها می‌توانند بر مبنای یک الگوی چندمرحله‌ای، جوامع سنتی را از توسعه‌نیافتگی که ویژگی بارز آنهاست خارج کنند. ویلبر شرام^۳، 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 به‌عنوان ابزاری توانمند برای توسعه جوامع موردتوجه بوده است. به‌عنوان مثال، نورگو^۴ معتقد است که رسانه‌های برودکست همان نقش‌هایی را ایفا می‌کنند که مدرسه به‌عنوان مسئول آموزش بر عهده 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 &

1. Daniel Lerner
2. Mobility multiplier
3. Wilbur Schramm
4. Nworgu

(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). درواقع، 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. درنهایت، 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 به‌صورت یکپارچه مورداستفاده قرار گیرند (Balit & Acunzo, 2020).

نظریه توسعه انسانی

ادبیات توسعه انسانی اهداف 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. مسئله اصلی آن‌ها این بود که چگونه می‌توان به توسعه‌ای دست‌یافت که از نظر اخلاقی صحیح و موجه باشد (Byskov, 2018)؟ در مقایسه با پارادایم‌های قدیمی توسعه، رویکرد قابلیت در یک دوره زمانی نسبتاً کوتاه به‌عنوان 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 تحت‌الشعاع قرارداد (Joshi, 2021). طرفداران این رویکرد معتقدند که توسعه، به‌جای 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). درنهایت، تفکر گولت، سن و

1. Denis Goulet

2. Amartya Sen

دیگران منجر به ساخت معیارهای جایگزین توسعه اقتصادی و اجتماعی گردید که یکی از مهم‌ترین این معیارها، شاخص توسعه انسانی^۱ 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 (Willis, 2020). بُعد زندگی سالم و طولانی با معیار امید به زندگی در بدو تولد، دسترسی به دانش، با سال‌های تحصیل و کنترل بر منابع موردنیاز 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 تربورن^۲ در کتاب خود با عنوان "نابرابری‌های دنیا: چارچوب‌های نظری جدید" که در سال ۲۰۰۶ منتشر شد، نابرابری را این‌گونه تعریف می‌کند: "نابرابری‌ها تفاوت‌هایی هستند که ما آن‌ها را ناعادلانه می‌دانیم. نابرابری، نفی برابری است. به عبارت بهتر، در پس ادراک نابرابری، مفهوم بی‌عدالتی وجود دارد که همان نقض برخی از برابری‌هاست" (Carmo, 2021). اهداف توسعه، متفاوت است. بعضی کشورها، توسعه را وسیله‌ای برای بهبود و رشد اقتصادی می‌دانند، درحالی‌که 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

1. Human Development Index (HDI)

2. Göran Therborn

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 چشم‌انداز توسعه انسانی را مطرح کرد (Carmo, 2021). تأکید رویکرد قابلیت به عنوان زیربنای نظریه توسعه انسانی بر اهمیت نابرابری در برخی از اولین نوشته‌های آمارتیاسن 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 رضایت بخش 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 بعدی 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 به دلیل 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 به دنبال 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 به رغم 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-کمی 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 باهدف 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 تاکنون، 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 (معمدنژاد، 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 می‌کنند. 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 تعیین‌کننده سلامت می‌بیند؛ (۲) سرمایه‌گذاری‌های عمومی و خصوصی برای گسترش دسترسی دیجیتال برای مناطق محروم؛ (۳) مقرون به صرفه کردن استفاده از

ابزارهای دیجیتال برای افراد کم‌درآمد؛ و (۴) بهبود شایستگی دیجیتال در بین این گروه‌ها از طریق برنامه‌های 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 هرچند استفاده از رادیو و تلویزیون تعاملی هر دو باعث افزایش قابل توجه مهارت‌های 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 مراقبت‌های بهداشتی را تسهیل می‌کند و تأثیر منفی نابرابری درآمدی بر دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی را کاهش می‌دهد. تحقیقات (Shaban(2020 به نقش مثبت رسانه‌ها در حمایت و اجرای اهداف توسعه پایدار از طریق کارکردهای آموزش، آگاهی، راهنمایی، انسجام جامعه، کنترل، شکل‌دهی به نظرات و گرایش‌ها، سرگرمی و تبلیغات اشاره دارد. مطالعات (Timalsina & Pradhan(2019 درباره نقش رادیوهای محلی بر توسعه روستایی نیز نشان داد که رادیوهای محلی تأثیرات مثبتی به‌ویژه در توانمندسازی مردم محروم روستایی، ایجاد بستری برای گفت‌وگو در مورد مسائل محلی و مشارکت در حکمرانی خوب داشته است. بررسی‌های Bolanle (2018 Eunice در خصوص نقش برنامه‌های تلویزیون در توسعه اجتماعی نشان داد که این رسانه، به وجود آورنده هنجارها و الگوهای رفتاری برای مردم بوده و از طریق اطلاع‌رسانی، آموزش و روشنگری می‌تواند به عنوان ابزاری مؤثر در تغییر و توسعه عمل کند. همچنین، نتایج تحقیق (Ishikawa et al. (2016 در ارتباط با تأثیر رسانه‌ها در رفتارهای بهداشتی حاکی از آن است که نابرابری‌های اجتماعی - اقتصادی در رفتارهای بهداشتی تا حدی متأثر از نابرابری‌ها در استفاده از رسانه‌های سلامت و نابرابری‌ها در مشارکت اجتماعی که منجر به استفاده متفاوت از رسانه‌ها می‌شود می‌باشد. درنهایت، 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 درآمدزایی، 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 زمان‌فشی 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 به عنوان 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 خلأ

می‌باشند. اول اینکه، در بسیاری از آن‌ها رویکرد توسعه انسانی مشهود نیست. دوم، عمده تحقیقات انجام شده به صورت بخشی، پراکنده و تک‌بعدی به این موضوع پرداخته‌اند و مدل یکپارچه‌ای که بر هر سه شاخص توسعه انسانی تمرکز داشته باشد ارائه نشده است. سومین و مهم‌ترین خلأ 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 باهدف 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 لنزی 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 عبارت‌اند 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 آنجایی که موضوع این پژوهش، ماهیتی پیچیده و چندبعدی 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

ساخت گرایانه 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 نیمه‌ساختاریافته به عنوان معمول‌ترین شیوه گردآوری داده‌ها در پژوهش‌های کیفی استفاده شد. همچنین، از آنجایی که 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 اجرائی 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. درواقع، 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.

1. Charmaz

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 داده‌هایی 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 جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان که در جدول 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

تحصیلات	سمت	سابقه
دکترای ارتباطات	استادیار دانشگاه آزاد	۱۰ سال
دکترای مدیریت دولتی	از مدیران وزارت بهداشت و مدرّس دانشگاه علامه طباطبائی	۱۲ سال
کارشناسی ارشد ارتباطات	از مدیران مرکز تحقیقات صداوسیما و استادیار دانشگاه دفاع ملی	۲۰ سال
کارشناسی ارشد مدیریت دولتی	از مدیران حوزه بهداشت و درمان	۲۲ سال
کارشناسی ارشد کارگردانی	دبیر آموزش و پرورش و مدرّس دانشگاه علمی کاربردی	۱۷ سال
دکترای پزشکی عمومی	مسئول اسبق مرکز بهداشت یکی از شهرستان‌ها	۲۲ سال
کارشناسی مدیریت	از فعالین بخش خصوصی در تولید برنامه‌های سلامت	۱۹ سال
دکترای پزشکی عمومی	عضو سابق شورای سیاست‌گذاری سلامت	۱۸ سال

ادامه جدول ۱.

تحصیلات	سمت	سابقه
دکترای ارتباطات	عضو هیئت علمی دانشگاه صداوسیما	۲۳ سال
کارشناسی ارشد مدیریت دولتی	از مدیران کل صداوسیما مراکز	۲۲ سال
دکترای مدیریت رسانه	پژوهشگر رسانه و کارشناس معاونت اشتغالزائی بنیاد برکت	۸ سال
دکترای ارتباطات	معاون اسبق صداوسیما	۲۴ سال
کارشناسی ارشد عمران	از فعالین بخش خصوصی در تولید برنامه‌های آموزشی	۱۵ سال
دکترای ارتباطات	عضو هیئت علمی دانشگاه صداوسیما	۲۱ سال
دکترای مدیریت رسانه	از مدیران طرح و برنامه‌ریزی صداوسیما و مدرّس دانشگاه	۱۷ سال
دکترای جامعه‌شناسی	از فعالین بخش خصوصی در تولید برنامه‌های اقتصادی و کارآفرینی	۱۸ سال

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 مشارکت کنندگان به شکل دقیق مطالعه شد. سپس، عبارات کلیدی موجود در هر یک از مصاحبه‌ها شناسایی و یک کد مناسب که بتواند به بهترین نحو، نشان‌دهنده عبارت کلیدی موردنظر 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 تولیدشده در سطح سازمان	یکی از مهم‌ترین ضعف‌های سازمان این است که زمینه انتقال دانش به‌طور 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 کنداکتور غیرمتداخل با برنامه‌های پربیننده	باید کنداکتور برنامه‌ها را طوری تنظیم کرد که مخاطب هدف بتواند به‌راحتی و بدون ممانعت سایر اعضای خانواده از برنامه تولیدشده 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.
انعکاس صحیح و بدون جهت-گیری عملکرد دستگاه‌ها و نهادها	شفافیت موضوع بسیار مهمی است. صداوسیما باید اقدامات نهادهای مسئول را به‌صورت 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.
جدا نمودن حوزه سرگرمی از مسائل سیاسی	مهم‌ترین حوزه علاقه مردم به رسانه حوزه سرگرمی است. هرچقدر این حوزه را از موضوعات سیاسی جدا کنیم مردم بیشتر رغبت به دیدن و شنیدن برنامه‌ها می‌کنند.

ادامه جدول ۲.

عبارات کلیدی	کد اولیه
یکی از مهم ترین 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 دستگاه های مربوطه پیگیری کند.	بیان مشکلات گروه های محروم و پیگیری از نهادهای مربوطه
باید با دستگاه ها و نهادهایی استانی که متولی موضوعات مرتبط با توسعه انسانی هستند جلسات و هماهنگی مستمر داشت تا در مورد اولویت های مناطق برنامه ریزی شود.	تعامل مستمر با دستگاه های استانی مربوطه
باید جدول زمانی پخش برنامه ها از یک نظم و یکپارچگی برخوردار باشند تا مخاطب تکلیف خود را بداند و بتواند زمان خود را بازمان پخش برنامه موردعلاقه خود مدیریت کند.	تنظیم جدول زمانی منظم برای پخش برنامه ها
سازمان برای مستندسازی تجارب مدیران ارزشی قائل نیست و به معدود اقداماتی هم که در این زمینه انجام شده بهایی نداده است.	اهمیت دادن به مستندسازی تجارب مدیران
باید حواسمان باشد که در برنامه های خودمان دچار تناقض نشویم. به خصوص در تبلیغاتی که پخش می کنیم. این مسئله بسیار مهم است. اینکه در برنامه ها یک مطلب یا نکته سلامت گفته شود اما در تیزرهای تبلیغاتی که پخش می کنیم عکس آن نشان داده شود کار غلطی است.	نظارت بر برنامه ها به منظور هماهنگی محتوایی در پیام ها

کد گذاری متمرکز^۱

در مرحله کد گذاری متمرکز، کدهای به دست 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 سازمان دهی داده ها و کاهش تعداد آن ها، روابط میان مقوله های مختلف شفاف تر شده و در نتیجه آن، الگوهای مشترک میان کدهای اولیه کشف شوند. جدول ۳، نمونه هایی از کدهای متمرکز در این تحقیق می باشند.

1. Focused Coding

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

کدهای اولیه	کد متمرکز
الزام مرکز تحقیقات سازمان به حمایت محتوایی از برنامه‌ها	اهتمام ویژه به پژوهش برای درک نیاز واقعی مخاطب
منوط کردن تولید به تحقیق و پژوهش در موضوع	
بی‌توجهی مدیران صف به کار پژوهشی و اهمیت آن در تولید برنامه	
استفاده از تیم‌های متخصص و باتجربه در برنامه‌سازی	تأکید بر شایسته‌سالاری
ضرورت انتصاب مدیران بر اساس صلاحیت	
حمایت از مدیران جسور و نیروی انسانی خلاق	
اهمیت دادن به مستندسازی تجارب مدیران	ایجاد زنجیره انتقال دانش
ایجاد بستر لازم برای انتقال دانش تولیدشده در سطح سازمان	
به خدمت گرفتن تجارب پروژه‌های گذشته	
تدوین کنداکتور غیرمتداخل با برنامه‌های پربیننده	تنظیم کنداکتور مخاطب محور
تنظیم کنداکتور متناسب با ویژگی‌های جامعه هدف	
معرفی مزیت‌های نسبی تولیدی و اقتصادی مناطق مختلف	معرفی ظرفیت‌های گوناگون مناطق مختلف کشور
شناسایی و معرفی ظرفیت‌های درآمدزایی هر منطقه به مردم بومی	
آموزش مهارت‌های کاربردی برای گروه‌های مختلف مخاطبان	پرورش مهارت‌های فردی
آموزش کسب‌وکارهای خانگی به خانواده‌های مناطق محروم	
آموزش مهارت‌های ضروری زندگی	
ایجاد هم‌افزایی بین تولیدات رادیو و تلویزیون و فضای مجازی	استفاده حداکثری از ظرفیت 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	
استفاده از ظرفیت پلتفرم تلویزیون	
پیگیری تکالیف دستگاه‌های دولتی	فراهم نمودن زمینه پاسخ‌گویی نهادهای دولتی و عمومی به مردم
رصد نمودن مأموریت‌های نهادهای عمومی	
انعکاس صحیح و بدون جهت‌گیری عملکرد دستگاه‌ها و نهادها	
رسانه‌ای نمودن مشکلات گروه‌های محروم جامعه	
اتخاذ رویکرد غیرانتفاعی به برنامه‌های آموزشی و سلامت	در اولویت قرار دادن منافع مخاطبان
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 آمده آمدن ۲۳ مقوله فرعی بود که در جدول ۴ نشان داده شده است.

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	مهارت‌افزایی	۱۶	کسب حمایت نهادهای بالادستی
۵	مدیریت منابع انسانی	۱۷	اطلاع‌رسانی مؤثر برنامه‌های تولیدی
۶	گونه شناسی مخاطب	۱۸	وحدت محتوا در پیام‌ها
۷	تولید محتوای پژوهش محور	۱۹	بهینه‌سازی ساختاری و فرایندی
۸	استفاده از همه بسترهای 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 سیاست زدگی
۱۲	اطلاع‌رسانی		

کدگذاری نظری^۲

در آخرین مرحله از کدگذاری داده‌ها، تلاش شد با تمرکز بر مقوله‌های اصلی به‌دست آمده در کدگذاری محوری و ادغام آن‌ها، یک چارچوب جامع از همه یافته‌های تحقیق حاصل

-
1. Axial Coding
 2. Theoretical Coding

شود. درواقع، هدف از کدگذاری نظری، به خدمت گرفتن دانش و تجربه مشارکت-کنندگان در پژوهش برای ایجاد ارتباطی منطقی میان مقوله‌های فرعی است تا بر اساس آن بتوان یک روایت تحلیلی دقیق ارائه نموده و درنهایت، مقوله‌های اصلی تحقیق را به‌دست‌آمده آورد. جدول ۵ نشان‌دهنده مقولات اصلی پژوهش یا همان سازوکارهایی است که این تحقیق باهدف شناسایی آن‌ها انجام شده است.

جدول ۵. مقولات فرعی و اصلی پژوهش

مقوله اصلی	مقولات فرعی
اعتمادسازی	محوریت منافع عمومی پرهیز از سیاست زدگی وحدت محتوا در پیام‌ها تولید محتوای پژوهش‌محور توجه به ویژگی‌ها و نیازهای مخاطب پاسخگو نمودن نهادهای دولتی و عمومی پیگیری مطالبات مردمی
مدیریت منابع سازمانی	مدیریت منابع انسانی مدیریت دانش سازمانی بهینه‌سازی ساختاری و فرایندی مدیریت منابع مالی مدیریت منابع فیزیکی و تجهیزات فنی
تقویت همکاری‌های نهادی	تعاملات همه‌جانبه با دستگاه‌های مرتبط گسترش همکاری میان شبکه‌های استانی کسب حمایت نهادهای بالادستی
مدیریت پخش پیام	تهیه یک کنداکتور منظم تنظیم کنداکتور تطبیقی گونه‌شناسی مخاطب اطلاع‌رسانی مؤثر برنامه‌های تولیدی استفاده از همه بسترهای پخش برنامه
مدیریت تولید پیام	آموزش مهارت‌افزایی اطلاع‌رسانی

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 انتقال-پذیری 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 سؤال پژوهش، مبانی نظری، نمونه‌گیری، جمع-آوری 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 موردنیاز آن‌ها اعمال شده و اطمینان‌پذیری نتایج تحقیق حاصل شود. برای دستیابی به تأییدپذیری یافته-های 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

1. Guba & Lincoln

درصدد درك عمیق يك پدیده در شكل موجود آن است. برای این منظور، با تشریح جزئیات مرتبط با مراحل مختلف تحقیق و ارائه پیشنهادهاى عمومى، تلاش شد تا تعمیم-پذیری نظری نتایج تحقیق نیز حاصل شود.

بحث و نتیجه گیری

در پاسخ به سؤال این پژوهش، تحلیل داده‌های گردآوری شده منتج به شناسایی ۵ سازوکار اصلی به شرح زیر برای رسانه جمعی صداوسیما گردید:

اعتمادسازی

اعتمادسازی، مهم‌ترین پیش‌نیاز هرگونه اقدام رسانه‌ای و مهم‌ترین عامل در اثرگذاری يك رسانه است. درواقع، بدون اعتمادسازی و اقناع مخاطب، نمی‌توان به تحقق هیچ‌يك از اهداف برنامه‌ریزی شده از طریق رسانه امید داشت. ازجمله 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 سیاست زدگی در تولید برنامه‌های صداوسیما 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. به‌عنوان مثال، بیان مطالب پزشکی توسط يك پزشك طب سنتی در يك 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 يك محتوای مؤثر، لازم است يك 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، صداوسیما 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 موردنظر 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 مورداحترام اوست. این امر، باعث جلب اعتماد مخاطب شده و سبب می‌شود تا افراد احساس نزدیکی بیشتری با برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی صداوسیما 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. صداوسیما 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، صداوسیما 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، صداوسیما با استفاده از پوشش گسترده رسانه‌ای خود می‌تواند مؤثرترین 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 درآمندی 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 سازوکار رسانه‌ای صداوسیما برای کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی، مدیریت تولید پیام است. درواقع، 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 اطلاع‌رسانی 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 موردنیاز 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 بُعد مسافت برمی‌گردد. در این خصوص، با توجه به اینکه حتی دورافتاده‌ترین مناطق هم دسترسی به تلویزیون یا حداقل رادیو را دارند، صداوسیما می‌تواند با همکاری آموزش و پرورش و مطابق با سرفصل‌های آموزش رسمی، در قالب برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی به تدریس دروس در مقاطع مختلف پرداخته و از این طریق خلأ نبود مدرسه را تا حد زیادی جبران کند. در ارتباط با کیفیت آموزش نیز، صداوسیما این قابلیت را دارد تا با دعوت از معلمان نمونه و مجرب در برنامه‌های آموزشی خود، فرصت برخورداری از آموزش باکیفیت را برای همه دانش‌آموزان فراهم نموده و از این طریق به تحقق هدف والای عدالت آموزشی کمک کند. درواقع، 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، صداوسیما 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. به‌عنوان 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 به‌کارگیری طیف گسترده‌ای از ساختارهای برنامه‌سازی نظیر نمایشی، طنز، انیمیشن و ... در زمینه افزایش سواد سلامت مردم نقش‌آفرینی 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 درآمدی در افراد ایجاد کرده و نابرابری‌ها در این زمینه را کاهش دهند. در این خصوص، تولید برنامه‌های مستند که به‌صورت کاملاً عملیاتی و اجرایی نحوه راه‌اندازی کسب‌وکارهای مختلف و عبور از موانع پیشروی آن‌ها را آموزش می‌دهد، یکی از بهترین ابزارها برای ایجاد قابلیت درآمدی در افرادی است که به فعالیت‌های تولیدی علاقه دارند اما فاقد دانش لازم در این عرصه هستند.

دسته‌ای دیگر از برنامه‌های موردنیاز برای کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی، برنامه‌های مهارت‌افزایی است. برنامه‌های مختلف رادیو و تلویزیون ظرفیت فراوانی دارند تا با انتخاب یک ساختار مناسب برنامه‌سازی، مهارت‌های موردنیاز مردم در سه حوزه آموزش، سلامت و درآمد را ایجاد کنند. به‌عنوان مثال، تولید برنامه‌های نمایشی که در آن‌ها به‌صورت 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 موردنیاز برای تأمین سلامت یک خانواده باشد. همچنین در حوزه کسب‌وکار، 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 به‌ویژه 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 به‌کارگیری و درآمدزایی در آن منطقه را دارا باشند.

سومین جزء از سازوکار مدیریت تولید پیام، اطلاع‌رسانی است. یکی از عوامل مهمی که موجب نابرابری در میان گروه‌های مختلف مردم می‌شود دسترسی نابرابر آن‌ها به اطلاعات موردنیاز است. به‌ویژه 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. صداوسیما، به‌عنوان یک رسانه عمومی دولتی موظف است با استفاده از ظرفیت شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی خود امکان دسترسی همه مردم به اطلاعات موردنیاز در حوزه‌های آموزش، سلامت و درآمد را فراهم نماید. به‌عنوان 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 بی‌اطلاعی مانع از آن می‌شود که این افراد بتوانند از فرصت برخورداری از سلامت بهره‌مند شوند. عدم برخورداری از سلامت نیز به‌نوبه 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 موردنیاز همه مخاطبان است.

مدیریت پخش پیام

سومین سازوکار شناسایی شده برای صداوسیما در این پژوهش، مدیریت پخش پیام است. مدیریت پخش پیام، مکمل سازوکار 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 موردعلاقه 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 برنامه - های 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 مسئله‌ای بسیار مهم برای پخش برنامه در شبکه‌های استانی است. مناطق مختلف کشور به لحاظ متفاوت بودن شرایط 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 موردنظر، با زمان پخش سایر برنامه‌های موردعلاقه 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 مؤثر بر او اشاره دارد. درواقع، 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 مؤثرتر 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 تولیدشده و اطلاع‌رسانی به موقع از زمان پخش آن‌هاست. عدم تبلیغ مناسب موجب می‌شود تا حتی اگر برنامه‌های خوب و با کیفیتی هم در رابطه با موضوعات سه‌گانه توسعه انسانی تولید شوند، اما آن‌طور که باید دیده نشوند. تولید آئونس‌های جذاب که بتواند اشتیاق مخاطب به دیدن برنامه را برانگیزاند یکی از اصلی‌ترین شیوه‌های تبلیغ برنامه‌هاست. این آئونس‌ها 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 سازوکار مدیریت پخش پیام، به ضرورت استفاده از همه بسترهای پخش برنامه برای انتقال پیام به مخاطب اشاره دارد. در حال حاضر، صداوسیما 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. صداوسیما 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 صداوسیما، تقویت همکاری با سایر دستگاه‌ها و نهادهاست. موفقیت صداوسیما 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. درواقع، 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 به‌ویژه برای شبکه‌های استانی مسئله‌ای مهم و اساسی است. درحقیقت، 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 به‌صورت عملیاتی در تولید و ساخت برنامه‌ها نیز مشارکت داشته باشند.

یکی دیگر از ارتباطاتی که تقویت آن لازمه موفقیت صداوسیما در جهت کمک به کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی در کشور است، ارتباط با نهادهای بالادستی به‌منظور جلب حمایت‌های قانونی در این زمینه است. رئیس سازمان صداوسیما به‌عنوان 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 ازجمله 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. درنهایت، نوع دیگری از تعاملاتی که به‌خصوص موردنیاز شبکه‌های استانی است، تعامل و تقویت همکاری میان خود آن شبکه‌ها است. درواقع، هرچند شبکه‌های استانی صداوسیما همگی ذیل یک سازمان فعالیت می‌کنند اما با توجه به گستره وظائف و اقتضائات محلی که دارند، لازم است هر یک از آن‌ها به‌صورت مستقل به دنبال ایجاد

زمینه‌های همکاری با مراکزی که دارای اولویت‌ها و مسائل مشترکی هستند باشند تا از این طریق به یک هم‌افزایی در تولید برنامه‌های مشترک دست یابند.

مدیریت منابع سازمانی

در نهایت، آنچه می‌تواند موفقیت صداوسیما در استفاده مؤثر از سازوکارهای خود برای کاهش نابرابری‌های 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 اصلی‌ترین منابع سازمانی هستند. نیروی انسانی موردنیاز را باید از بیرون سازمان جذب کرد و یا از طریق آموزش نیروهای موجود تأمین نمود. در هر دو صورت، باید محور به‌کارگیری افراد در حوزه‌های صف و ستاد شایسته‌سالاری باشد. یکی از اقدامات مؤثر برای ارتقاء سطح دانش و تجربه نیروهای موجود، مدیریت صحیح دانش سازمانی است. باید بستری فراهم شود تا دانش و تجربه حاصل‌شده در سازمان در اختیار دیگران قرار گیرد. علاوه بر مدیریت دانش سازمانی، آموزش نیروهای صف و ستاد سازمان و توسعه مهارت‌های آن‌ها باید به‌عنوان یک امر ضروری و مستمر موردتوجه باشد. در مورد جذب نیروی انسانی در شبکه‌های استانی باید توجه داشت که در شرایط یکسان دانش و تجربه، حتماً اولویت در جذب نیروی بومی باشد چراکه شناخت کافی نسبت به فرهنگ و ارزش‌های محلی داشته و از نیازمندی‌های مردم منطقه آگاهی بیشتری دارد.

عامل مهم دیگری که نقش انکارناپذیری در اجرای موفق برنامه‌های کاهش نابرابری دارد، منابع مالی است. مدیریت منابع مالی سازمان باید به گونه‌ای باشد که اهداف برنامه‌ای صداوسیما که در راستای اولویت‌های توسعه انسانی و کاهش نابرابری‌های آن تعریف شده است را محقق نماید. در این رابطه، مهم‌ترین وظیفه بر عهده مرکز طرح و برنامه‌ریزی سازمان صداوسیما است که مأموریت اصلی آن تعیین اولویت‌های حوزه‌های تولید و پخش پیام و تخصیص اعتبارات لازم برای آن‌هاست. به‌خصوص برای شبکه‌های استانی موضوع منابع مالی بسیار حیاتی است؛ بنابراین، ضرورت دارد مرکز طرح و برنامه‌ریزی صداوسیما پس از تعیین و ابلاغ اولویت‌های برنامه‌سازی هر یک از شبکه‌های 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 موردنظر 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 آنجایی که مخاطبان برنامه‌ها از گروه‌های مختلف با امکانات و سطح دسترسی‌های متفاوت هستند، صداوسیما باید تدبیری اتخاذ کند که بتواند پوشش حداکثری مخاطبان هدف را محقق نماید. به عنوان نمونه، در حال حاضر بسیاری از افراد برنامه‌های موردنظر 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 سیگنال رسانی 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

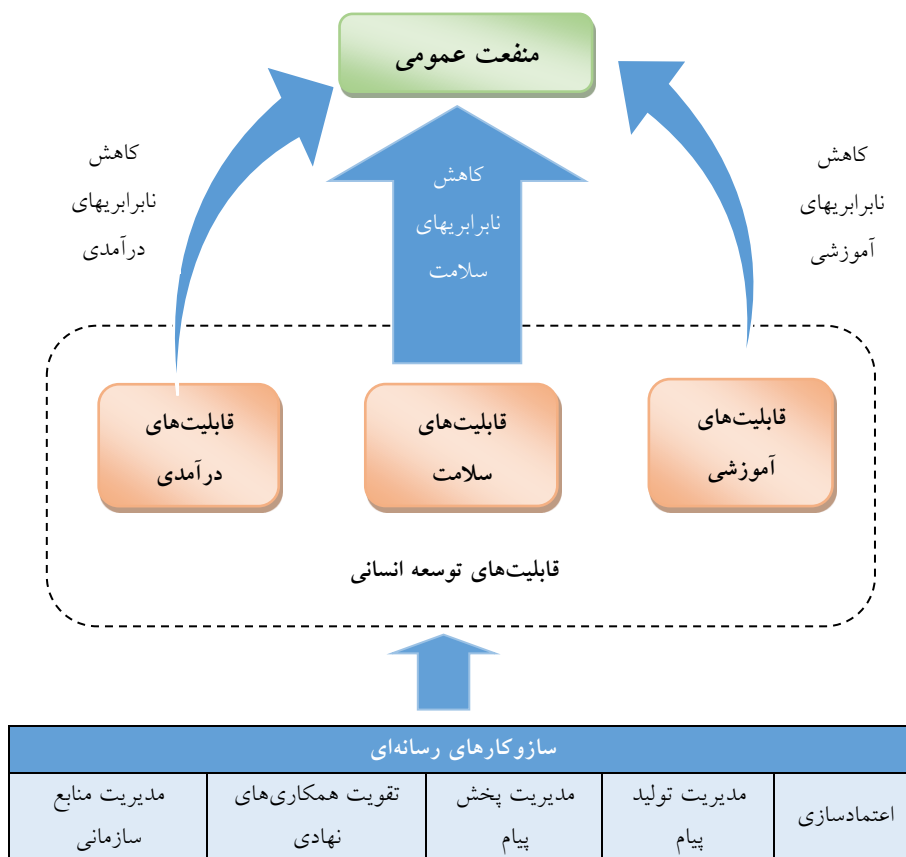
یا از طریق همکاری با سایر نهادها امکان تجهیز این خانواده‌ها به گیرنده‌های دیجیتال را فراهم نمود.

شاخص‌های سه گانه توسعه انسانی (سلامت، آموزش و درآمد) به طور 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 توسعه یافته یا در حال توسعه تبدیل شده است، چراکه عدالت اجتماعی و پایداری توسعه در جوامع را به مخاطره انداخته است. در این میان، رسانه‌های جمعی به عنوان ابزاری قدرتمند در شکل دهی 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 صداوسیما 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.

به طور خلاصه، صداوسیما 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 مؤثر 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 تولیدشده 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. درنهایت، 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.

شکل ۱. سازوکارهای رسانه‌ای در کاهش نابرابری‌های توسعه انسانی



در پایان، لازم به توضیح است که این پژوهش نیز همچون سایر تحقیقات با محدودیت‌هایی در اجرا مواجه بود که ازجمله 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 صداوسیما اشاره کرد. از طرفی، با توجه به این که صداوسیما یک رسانه عمومی دولتی است لازم است در تعمیم نتایج آن به سایر رسانه‌ها، ملاحظات نظیر ساختار سیاسی حاکم بر ایران که صداوسیما 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. درواقع، 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 ازجمله 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، عسکری پور لاهیجی، حسین (۱۳۹۹). برآورد شاخص توسعه انسانی استان‌های ایران و بررسی تأثیر آن بر رشد اقتصادی با استفاده از منطق

۱. فازی، فصلنامه اقتصاد مقداری (بررسی‌های اقتصادی سابق)، ۱۷(۲)، ۸۹-۱۲۱.
<https://doi.org/10.22055/jqe.2019.29152.2064>
۲. حنیفی، عادل، خدادادکاشی، فرهاد، موسوی جهرمی، یگانه (۱۴۰۰). اندازه‌گیری شاخص نابرابری چندبعدی به تفکیک مناطق شهری و روستایی ایران طی دوره ۱۳۹۷-۱۳۶۳، فصلنامه تحقیقات مدل‌سازی اقتصادی، ۱۲(۴۳)، ۴۷-۹۷.
<https://doi.org/10.52547/jemr.12.43.47>
۳. خانیکی، هادی (۱۳۸۴). بنیان‌های مطالعات ارتباطات و توسعه ملی در ایران، فصلنامه علوم اجتماعی، ۱۲(۲۸ و ۲۹)، ۷-۵۶.
۴. فراستخواه، مقصود (۱۳۹۵). روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تأکید بر نظریه برپایه، چاپ دوم، تهران: انتشارات آگاه.
۵. محمدپور، احمد (۱۳۹۲ الف). روش تحقیق کیفی: ضدروش ۱، منطق و طرح در روش‌شناسی کیفی، چاپ دوم، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۶. محمدپور، احمد (۱۳۹۲ ب). روش تحقیق کیفی: ضدروش ۲، مراحل و رویه‌های عملی در روش‌شناسی کیفی، چاپ دوم، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۷. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۴). سیر تحول مطالعات و تحقیقات ارتباطات و توسعه در ایران، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، ۱۶(۳)، ۴۱-۴۰.
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., & Frediani, 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., & Scoullos, 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. Malikha, 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*, 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. Timalina, 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, S. M., Ahangari, A., Askaripour Lahiji, H. (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). 17(2), 89-121.
<https://doi.org/10.22055/jqe.2019.29152.2064>
2. Farasatkah, M. (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, A. (2013,a). Qualitative Research Method: Counter-Method 1, Logic and Design in Qualitative Methodology. (2rd ed.). Tehran: Sociologists Publications.
 6. Mohammadpour, A. (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, R. (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>

استناد به این مقاله: واعظی، رضا و ادهمی، حسین . (۱۴۰۴). رسانه های جمعی و منفعت عمومی: سازو کارهای رسانه ای در کاهش نابرابری های توسعه انسانی. *مطالعات مدیریت خدمات عمومی*، ۳ (۱۰)، ۲۵۶-۲۰۹.

doi: 10.22054/spsa.2026.90982.1118



Studies in Public Service Administration is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.