

## جهانی شدن و پیامدهای آن در حوزه سیاستگذاری رسانه ملی.

مهران بیغمی<sup>۱</sup>

هادی گیاهپور<sup>۲</sup>

### چکیده

هدف این پژوهش، بررسی پدیده جهانی شدن و پیامدهای آن در حوزه سیاستگذاری رسانه ملی است. به باور نویسندگان پیشرفت‌های فنی به وجود آمده در فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی موجب ایجاد امکان ارسال و دریافت پیام‌ها و محتواها از فواصل دور دست و کوچک‌تر و ساده‌تر شدن مداوم فناوری‌های دریافت و مصرف شده است. ترکیب این ویژگیها با تغییرات سیاسی (نظیر خصوصی‌سازی و مقررات‌زدایی) در سطوح ملی و بین‌المللی یک نتیجه بسیار جدی برای سیاست‌های رسانه‌ای دولت‌ها و کشورها داشته است: امروزه حکومتها در سیاست‌گذاری رسانه‌ای جایگاه انحصاری خود را از دست داده‌اند و ناگزیرند سیاست‌گذاری را با توجه به نقش و جایگاه بازیگران بی‌شمار داخلی و خارجی انجام دهند.

تحولات سریعی که به دنبال جهانی شدن عرصه حضور، تاثیرگذاری و نفوذ رسانه‌ها ایجاد شده است، هم‌اینک بسیاری از مفروضات و اصول پیشین در برنامه‌ریزی، سیاستگذاری و قانونگذاری ملی حوزه ارتباطات و رسانه‌ها را به چالش طلبیده است. در توصیف کیفی نیز پژوهش ضمن

<sup>۱</sup> - عضو هیئت علمی دانشگاه فرهنگیان

<sup>۲</sup> - عضو هیئت علمی دانشگاه فرهنگیان

برشمردن ضرورت تجدیدنظر در سیاستگذاری رسانه‌ای، سیاستگذاری ارتباطات و رسانه‌ها، به سیاست‌های ارتباطی و برنامه‌ریزی ارتباطی اشاره می‌کند.

کلمات کلیدی: جهانی شدن، جهانی شدن رسانه‌ها، سیاست‌گذاری رسانه‌ای



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

<http://www.rooznamenegarielectronic.ir/>

## مقدمه

پیشتر هرکشوری به تنهایی و بدون در نظر گرفتن برنامه ریزیها، قوانین و سیاستگذاری رسانه ای در سایر کشورها و در چارچوب مرزهای جغرافیایی مشخص شده خود، اقدام به برنامه‌ریزی و سیاستگذاری حوزه ارتباطات و رسانه های ملی خود می‌کرد. اما امروزه در عصر جهانی شدن رسانه ها، کشورها با پدیده ای تحت عنوان « نفوذپذیری مرزهای ملی نسبت به امواج رسانه های جهانی و فراملی» مواجهند که سنتها، مقررات و سیاستگذاریهای ملی آنها در حوزه رسانه ها و ارتباطات را شدیداً تحت تاثیر قرار داده و آن را به حوزه ای فراتر از دولت - ملت های گذشته کشانده است.

جهانی‌شدن جوامع و به دنبال آن کمرنگ‌شدن مرزهای جغرافیایی، انباشتگی اطلاعات و دسترسی مستقیم به این اطلاعات که ناشی از فعالیت رسانه های نوین مبتنی بر تکنولوژیهای جدید ارتباطات و اطلاعات است، منجر به تحولاتی در حوزه عملکرد، برنامه‌ریزی، آینده‌نگری، قانونگذاری، برنامه‌ریزی و سیاستگذاری رسانه های ملی شده است به گونه ای که برنامه‌ریزی، آینده‌نگری، قانونگذاری و سیاستگذاری در حوزه ارتباطات و رسانه های کشور نیز از بعد ملی به بعد فراملی و جهانی وارد شده است. سیاست رسانه‌ای و ارتباطاتی، بخشی از سیاست عمومی<sup>۱</sup> است که باید‌ها و نبایدها و نحوه تخصیص منابع در حوزه رسانه‌ها و ارتباطات (مالکیت، سازمان، قانونگذاری، محتوا، توزیع، دسترسی، و مسائل مشابه) را هدایت می‌کند. اما تکثر فناوری‌های رسانه‌ای (بخشی از منابع) و بین‌المللی شدن پخش محتواهای رسانه‌ای موجب ظهور گروه‌ها و سازمان‌های ذیربط و ذینفع نوین در درون و خارج از مرزهای ملی حاکمیت‌ها شده است. این بازیگران به گونه‌ای آشکار و نهان، خواهان اثرگذاری در سیاست‌گذاری‌های اتخاذ شده کاملاً

<sup>۱</sup> . Public Policy

امکان تمهید راه‌های جایگزین (خواه قانونی یا غیر آن) برای تضمین خواسته‌ها و منافع خویش را دارند. به طور مشخص، خواسته‌های توده‌های وسیعی از مردم در خصوص محتواهای خبری و تفریحی رسانه‌های جمعی از یک سو و منافع اقتصادی و سیاسی سازمان‌های رسانه‌ای مستقل یا وابسته به سایر حکومت‌ها از سوی دیگر، می‌توانند در مقام تلاقی برآیند و مانند یک قیچی سیاست‌های صرفاً مبتنی بر محدودیت و ممنوعیت را غیر قابل اجرا سازند. در نتیجه، سیاستگذاری ملی رسانه‌ای، در مقایسه با دهه‌های گذشته، نیاز به توجه جدی‌تر به خواسته‌های رسانه‌ای مردم و گروه‌های مختلف آن‌ها دارد.

در این راه، بررسی شرایط کنونی سیاستگذاری ملی رسانه‌ها و ارتباطات در کشورمان . ایران، همراه با بررسی تاثیرات ناشی از فعالیت رسانه‌های جهانی بر سیاست‌گذاریهای ملی الزامی است. تاکید می‌شود در فرآیند برنامه‌ریزی و سیاستگذاری رسانه‌های ملی، ابتدا لازمست کلیه چالشها، ضعف‌ها، تهدیدها و موانع فراروی ارتباطات و رسانه‌های کشور، در زمینه‌های مختلف مشخص شود و سپس برنامه‌های اجرایی متناسب با آنها تنظیم، تصویب و پیاده شود.

### ضرورت تجدیدنظر در سیاست‌گذاری رسانه‌ای

در عصر حاضر کلیه سیاست‌گذاریهای ملی دولت . ملتها، متأثر از ارتباطات جهانی ناشی از جهانی شدن حوزه انتشار، حضور و تاثیر رسانه‌ها شده است؛ و سیاستگذاری ملی حوزه ارتباطات و رسانه‌ها متأثر از هر دو حوزه «سیاست‌گذاریهای ملی» و «ارتباطات جهانی». این موضوع ضرورت بازبینی و چپ‌نش دوباره سیاست‌گذاریهای ملی در حوزه ارتباطات و رسانه‌ها را مشخص ساخته است. این ضرورت همچنین، تحت تاثیر گسترش تاثیرات جانبی گسترده ناشی

از فعالیت و نفوذ رسانه های جهانی و تعاملی شدن عملکرد آنها، لازم است بیش از پیش مدنظر قرار گیرد. در شرایط فعلی سلطه رسانه‌های فراملی و جهانی بر جوامع، همراه با انفعال رسانه های ملی و باخت آنها در صحنه رقابت با رسانه های جهانی، در فرایند جذب مخاطبان و افکار عمومی ملی و فراملی کشورها، می تواند زمینه همگنی های گسترده ای را فراهم آورد و آنان که نتوانند تاثیرگذار باشند، به تدریج از میان بروند. در عین حال، هم اینک لازمست برنامه ریزی ، سیاستگذاری ، آینده‌نگری ، قانونگذاری . سیاستگذاری لازمست در جهت همراه شدن با تحولات در حوزه ارتباطات نوین و به منظور پیروزی بر سایر رقبای فراملی یعنی رسانه های جهانی، در جذب و تحت تاثیر قرار دادن مخاطبان و افکار عمومی ملی و فراملی صورت گیرد.. در جامعه کنونی ایران، بسیاری از رهبران و سیاستگذاران رسمی، در برنامه ریزیها و سیاستگذاریهای خود، هنوز با واقعیتهای نوین ارتباطات و رسانه های جهانی تطبیق نیافته اند و نیز از تاثیرات وسیع آن غافلند. اهمیت تاثیرگذاری رسانه ها بر شقوق مختلف زندگی امروز و آینده اندیشی ارتباطی ایجاب می کند که در فضای به شدت رقابتی رسانه های برتر جهانی امروز، حوزه برنامه ریزی و سیاستگذاری ملی رسانه ها، در کانون مطالعات و تحقیقات جدی و عمقی قرار گیرد.

### سیاستگذاری ارتباطات و رسانه ها

سیاست گذاری ارتباطات، مجموعه‌ای از اصول و هنجارهاست که برای راهبری رفتار نظامهای ارتباطی تدوین می‌شود. این سیاست‌گذاری‌ها گرچه کاربردهای عملی محدود و فوری نیز دارد، ولی کار آن در اصل، بنیادی و وسیع است. سیاست‌گذاری‌ها در متن برداشت عمومی جامعه از

ارتباطات شکل گرفته و از ایدئولوژی‌های سیاسی، شرایط اجتماعی و اقتصادی کشور و ارزش‌هایی که زیربنای آن را تشکیل می‌دهد، ناشی می‌شود و می‌کوشد ارزش‌های مذکور را با نیازهای واقعی و آینده‌نگری‌های «ارتباطی» مربوط سازد. جان.آر.لی ابعاد مسائل مربوط به سیاست‌گذاری‌های ارتباطی را چنین برمی‌شمارد: نظام ارتباطی، اجزا و ساخت‌های آن؛ طبقه‌بندی مخاطبان یا پیام‌گیران این نظام بر حسب گروه‌های سنی، لایه‌های اجتماعی و اقتصادی، جنسیت و... همچنین انواع اطلاعاتی که به وسیله این نظام و اجزای آن انتقال داده می‌شود مانند اخبار، سرگرمی و... ارزشها و ویژگی‌های محتوای آن اطلاعات مانند حقیقت، عینیت، خشونت و... و مجموعه‌ای از ملاحظات راجع به نظام، کار ویژه‌های آن، پیام‌گیران و ... از ترکیب عناصر هر یک از این ابعاد، حیطه‌های سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی متعدد و پیچیده‌ای پدید می‌آید که بسیاری از آنها در هر کشور خاص، دارای اهمیت است. برنامه‌ریزی، مرحله پس از تدوین سیاست‌گذاری و به منظور اجرای سیاست‌گذاری‌ها و خط مشی‌هاست. برنامه‌ریزی ارتباطی به مفهوم وسیع خود، شامل موارد زیر است:

- توسعه زیربنای انتشار اطلاعات،

- تعیین چارچوب قانونی و سازمانی نظام‌های ارتباطی،

- تأسیس و بهره‌برداری از رسانه‌های ارتباطی و فراهم آوردن امکانات مشارکت عمومی

و وجود بازخورد،

- نهایتاً ایجاد سازمانهای حرفه‌ای و آموزش پرسنل و نیروی انسانی.

سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، لازم و ملزوم یکدیگرند؛ به این معنا که طبق سیاست‌گذاری‌های ملی ارتباطی، اهداف موردنظر باید در برنامه‌ریزی‌های ارتباطی تحقق پیدا کند. برنامه‌ریزی ارتباطی را فقط می‌توان در چارچوب سیاست‌گذاری‌های ارتباطی انجام داد. ضرورت برنامه‌ریزی ایجاب می‌کند که امکان تحقق سیاست‌های عمومی جهت تدوین سیاست‌گذاری‌های ملی ارتباطی مشخص‌تر، فراهم شود. اما خود سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، در گروی داشتن آینده‌نگری ارتباطی و پژوهش و تحقیق علمی و کاربردی است.

### سیاست‌های ارتباطی

«سیاست‌های ارتباطی، مجموعه اصول و هنجارهایی را تشکیل می‌دهند که به منظور راهنمایی عملکرد نظام‌های اطلاعاتی، یا به گونه‌ای وسیع‌تر، نظام‌های ارتباطی، موردنظر قرار می‌گیرند. این سیاستها در طی سالها، تحت تأثیر نگرش عمومی جامعه درباره اطلاعات و ارتباطات و تکیه‌گاههای آنها، ایجاد می‌شوند. سیاست‌های مذکور، از ایدئولوژی‌های سیاسی، اوضاع اقتصادی و اجتماعی هر کشور و ارزشهای شالوده‌ای تشکیل دهنده آنها، سرچشمه می‌گیرند و در جهت انطباق دادن این عناصر گوناگون با نیازهای واقعی و امکانات موجود در زمینه ارتباطات، پیش می‌روند. هر جامعه، دارای یک سیاست ارتباطی است. هرچند، این سیاست گاهی، پیش از آن که به طور صریح، در قالب یک مجموعه هماهنگ، منعکس شده باشد، غیرصریح و پراکنده است. سیاست ارتباطی، می‌تواند خیلی کلی باشد و تنها به تعریف هدفها

و اصول پردازد، یا آن که معرف جزئیات و جنبه الزامی داشته باشد. این سیاست، ممکن است از لحاظ فراگیری و نیز طرز تدوین، دارای سطح‌های متعددی باشد. سیاست ارتباطی می‌تواند در قانون اساسی یا قوانین مصوب پارلمان، در سیاست عمومی کشور، در رهنمودهای اجرایی سازمانهای مختلف اداری، در مجموعه اصول اخلاقی حرفه‌ای ارتباطات و همچنین در اساسنامه‌ها و مقررات سازمانهای تخصصی اطلاعات و ارتباطات، پیش‌بینی شده باشد»

اگر چه در حقیقت، ارتباطات به تنهایی نمی‌توانند، توسعه ایجاد کنند، اما حقیقت آن است که ارتباطات ناکافی، باعث کندتر شدن و دشوارتر شدن توسعه می‌گردند و در همان حال، از مشارکت مردمی نیز جلوگیری می‌نمایند. از این جهت، اهمیت توجه به هشپاری بیش از پیش مردم نسبت به ضرورت دگرگونی‌ها، نیز مورد تأکید تدوین‌کنندگان گزارش قرار گرفته است. به نظر آنان، این هشپاری، عامل نیرومندی است که امکان ساماندهی و آمادگی عمومی برای دگرگونی‌ها را فراهم می‌سازد. به منظور امکان‌پذیر شدن این دگرگونی‌ها، ارتباطات نباید در انحصار وسایل ارتباط جمعی قرار داشته باشند، بلکه معلمان و متصدیان عوام فهم‌سازی برنامه‌ها، که مسئولیت کوششهای بهداشتی یا کشاورزی و نظایر آنها را به عهده دارند و در فراهم آوردن محیط مساعد روشن‌بینی و از میان بردن بیم‌های خاصی که فرایند دگرگونی، گاهی در اندیشه انسانها ایجاد می‌کند، نقش مهمی ایفا می‌نمایند، نیز باید در آنها، شرکت داشته باشند.



اگرچه لزوم سیاست‌های ملی ارتباطی، اکنون کم و بیش جنبه جهانی پیدا کرده است، اما باید خاطرنشان ساخت که طرز طرح‌ریزی و تعیین محتوای این سیاست‌ها، نمایانگر تفاوت‌های بسیار مهم آنها در کشورهای مختلف است. سیاست‌های ارتباطی، الزاما یک مدیریت برنامه‌ریزی شده و تمرکز یافته انعطاف‌پذیر را، ایجاب می‌کنند، بلکه می‌توانند تنها یک چارچوب مساعد برای هماهنگ‌سازی اقدامات را فراهم سازند و کم و بیش قابلیت انعطاف داشته باشند و برای رویکردهای بسیار متنوع در زمینه ارتباطات، جای مناسب باز گذارند. برعکس، آنچه بیشتر در این سیاست‌ها ضرورت می‌یابد، معرفی اولویت‌هاست، که در هر کشور نسبت به کشورهای دیگر، تفاوت دارند.

با تمام احوال، برخی اولویت‌های اساسی در اغلب کشورها، به طور یکسان موردنظر قرار می‌گیرند. برای نیل به جریان پیام‌ها و خبرها، به گونه‌ای که عمودی و یک جهتی نباشند و از سوی برخی افراد، برای عموم مردم تهیه و تولید نگردند، دگرگونی‌های ساختاری، برای امکان یافتن جریان افقی مبادله پیامها، به صورتی که افراد و گروهها به مشارکت در آن فراخوانده شوند، ضرورت دارند. آنچه در این زمینه مطرح است، بیشتر یک مسأله برنامه‌ای است تا مادی. در مورد این امر، دگرگونی طرز فکرها و استنباط‌های قبلی در زمینه ارتباطات، ضرورت فراوان دارد و باید به آن توجه کافی مبذول گردد. در بسیاری از کشورها، چه توسعه یافته و چه در حال توسعه، انواع عدم تعادل‌های گوناگون، نظیر آنچه بین مراکز شهری و مراکز روستایی، نخبگان و توده‌ها، گروههای اکثریت و گروههای اقلیت از انواع مختلف مشاهده می‌شوند، وجود

دارد. به همین جهت، یکی از اهداف اساسی توسعه ارتباطات، کمک به کاهش مداوم نابرابری‌هاست.

در کنار این انقلاب، اقدامات کاملا مقتضی و به خوبی تدارک یافته، در جهت زیر ضرورت دارند:

الف: توسعه تکنولوژی‌های ارتباطی و تشویق کاربرد آنها

ب: تسهیل گسترش شبکه‌های ارتباطات دور

پ: شناخت و انتخاب وسایل فنی ارتباطی مناسب‌تر، با شرایط و امکانات هر کشور

ت: پیشگیری و خنثی‌سازی برخی از معایب احتمالی توسعه تکنولوژیک ارتباطی

ث: ایجاد وسایل و امکانات تربیت نیروهای متخصص برای آمادگی، جهت استفاده از

تکنولوژی‌های جدید ارتباطی، به کارگیری تکنیک‌های مدیریت و نگهداری این

تکنولوژی‌ها و بهره‌برداری از مواد و ملزومات مختلف مربوط به آنها.

به طور کلی، در طراحی سیاست‌های ارتباطی، باید به نکات زیر توجه خاص داشت:

الف: تشویق و ترغیب به کار انداختن منابع ملی

ب: تحکیم هماهنگی زیرساخت‌های موجود و موردنظر

پ: امکان‌پذیر ساختن انتخاب‌های عقلایی در زمینه وسایل مورد نیاز

ت: تسهیل ارضای نیازهای ارتباطی گروه‌ها و نواحی بسیار محروم و از میان بردن عدم

تعادل‌های ارتباطی بسیار مشهود

ث: امکان دادن به حضور آشکارتر تمام کشورها و تمام فرهنگها در صحنه بین‌المللی

ج: تأکید بر آموزش عمومی و مداوم

چ: مساعدت به تقویت و تحکیم هویت فرهنگی و استقلال ملی

### برنامه ریزی ارتباطی

برنامه ریزی ارتباطی را می‌توان «تهیه برنامه‌های بلندمدت و کوتاه مدت برای استفاده کارا از منابع ارتباطی در بستر اهداف، ابزار و اولویت‌های یک جامعه خاص» تعریف کرد. برای برنامه‌ریزی تعریفهای متعددی بیان شده و از آنجایی که برنامه ریزی از تفکر چپ با تمرکز بر توسعه اقتصادی نشأت گرفته است، نخستین تعاریف با چنین دیدگاهی طرح شده‌اند که از جمله می‌توان به این تعریف اشاره کرد: «برنامه ریزی فعالیتی است جمعی که در آن تولیدکنندگان کشور با در نظر گرفتن قانون‌های اقتصادی و نیز مشخصات توسعه اجتماعی، هدفهای هماهنگ در تولید و مصرف تعیین می‌کنند.»

در تعریف دیگری از این مفهوم آمده است: «برنامه ریزی ایجاد یک مکانیزم هدایت منطقی عملیات و یا بهترین نوع استفاده از منابع بالفعل یا بالقوه، در جهت تأمین هدفها (اساسی‌ترین نیازهای جامعه) است.» در حقیقت برنامه ریزی پاسخ‌های حساب شده برای سؤال‌های زیر است:

۱. غرض و هدف اصلی از انجام این کار چیست؟

۲. با چه روشی بهتر می‌توان این کار را انجام داد؟

۳. به چه نوع وسایلی نیاز داریم؟

۴. مراحل انجام عمل دارای چه نظمی است و به چه روشهایی انجام می‌شود؟

۵. با چه ضوابطی باید انجام این عمل و نتایج به دست آمده را ارزشیابی کرد؟

به این ترتیب در مفهوم برنامه پنج عنصر یا رکن اساسی نهفته است. هدف، روش، وسایل، کارکرد و ارزشیابی. اصولاً برنامه ریزی از دو مرحله جداگانه اما مرتبط با هم - طراحی و اجرا - تشکیل شده است که در مرحله طراحی نباید هیچ اقدامی صورت پذیرد. البته در مرحله طراحی، محاسبات و پیش‌بینی‌های لازم درباره ترتیبات اجرا و ضوابط ارزشیابی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد. پس از پایان مرحله طراحی نباید کار برنامه‌ریزی یعنی مرحله اجرای برنامه طراحی هنوز در پیش روی قرار دارد زیرا در مرحله اجرا نقاط ضعف و قوت یک برنامه آشکار می‌شود.

بر پایه آنچه بیان شد می‌توان برنامه‌ریزی ارتباطی را «تهیه برنامه‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت برای استفاده کارا از منابع ارتباطی در بستر اهداف، ابراز و اولویت‌های یک جامعه خاص» تعریف کرد. جامعه با این تعریف می‌تواند به وسعت یک جماعت یا نهاد کوچک باشد، در حد یک کنسرسیوم منطقه‌ای بزرگ، که اهمیت این مسأله در تعیین مخاطبان خواهد بود. برنامه ریزی ارتباطی نیز در خلاء اتفاق نمی‌افتد، بلکه در اجرای آن باید فرایند تصمیم‌گیری،

تخصیص منابع مالی و پشتیبانی و رفتار اقتصادی و اجتماعی را به حساب آورد. به عبارت دیگر، برنامه‌ریزی ارتباطات هم دارای ترکیب تئوریک و هم کاربردی است.

برای برنامه‌ریزی، انواع و دسته‌بندی‌های مختلفی ذکر شده است که از جمله آنها می‌توان به تقسیم برنامه‌ریزی به چهار نوع تخیلی، واقع‌بینانه راهبردی و دموکراتیک یا دو نوع برنامه علمی و غیرعلمی اشاره کرد که برای هر یک ویژگی‌ها و مختصات بیانی شده است. فصل مشترک تمامی این برنامه‌ها این است که چارچوب برنامه ریزی پیش شرایطی دارد که باید از فرایند کار به آنها توجه داشت. این پیش شرایط عبارتند از:

۱. داشتن انعطاف برای تطبیق با سیستمهای مختلف ارتباطات و پویا بودن برای پاسخگویی به تغییرات و افکار نو.
۲. واقعی بودن چارچوب به معنای ایجاد تعادل میان تئوری و عمل و ایجاد زنجیره‌ای میان مفاهیم سیاست و برنامه ریزی است.
۳. مورد توجه قرار دادن متدولوژی‌ها، ابزارها و شاخص‌های برنامه‌ریزی از سایر مکاتب.
۴. هدایت به سوی مراحل اجرایی کار.

جست‌وجوی خود را برای ارائه چارچوبی مناسب و نسبتاً جامع و کارآمد با ماتریس پایه زیر آغاز می‌کنیم تا با بررسی و تکمیل تدریجی آن به چارچوب موردنظر نزدیک شویم:

جدول شماره ۱. ماتریس برنامه‌ریزی پایه

سیاست‌ها	برنامه‌ریزی سیستم	اجرا	ارزیابی
----------	-------------------	------	---------

				تحقیق
				برنامه‌ریزی
				تصمیم‌سازی

محور افقی شامل چهار بخش سیاست‌ها، برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی به عنوان ارکان و مراحل فرایند برنامه‌ریزی است و محور عمودی که شامل تحقیق، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری است. در حقیقت نمایانگر فعالیت‌های به کار رفته در هر مرحله از فرایند برنامه‌ریزی است که در جدول شماره ۲ آمده است:

جدول شماره ۲: ماتریس اجزاء ترکیب‌کننده

ارزیابی	اجرا	برنامه‌ریزی سیستم	سیاست‌ها	
توسعه روش‌شناسی و مطالعات مربوط به ارزیابی	تحقیق و آگاهی در خصوص برنامه‌های عملی	تحقیق در خصوص استراتژی‌های برنامه‌ریزی	تحلیل سیاست‌ها	تحقیق
برنامه‌ریزی و هدایت ارزیابی	بهبود و کنترل سیستم	برنامه‌ریزی استراتژیک و عملی	تنظیم اهداف	برنامه‌ریزی
اطلاعات تفسیر مربوط به ارزیابی یا تعریف	اجرا و تناسب سیاست‌های مصوب در سطح سازمانی	ارزیابی و اصلاح برنامه‌ها	مرور، اصلاح و بندبند نمودن سیاست‌ها	تصمیم‌سازی

کارکردهای مزبور عبارتند از:

۱. محور افقی نشانگر ارتباط و ترتیب فعالیتهای مختلفی است که در فرایند برنامه

ریزی و اجرا محتمل هستند.

۲. محور عمودی نشانگر فعالیتهایی است که به صورت به هم پیوسته باید انجام

پذیرند.

۳. نشانگر ارتباط ترکیبی بندهای یک و دو در فرایند برنامه‌ریزی سیستماتیک است.

فقدان ارتباط سیستماتیک و پویایی میان خانه های جدول از نقاط ضعف چارچوب ترسیمی

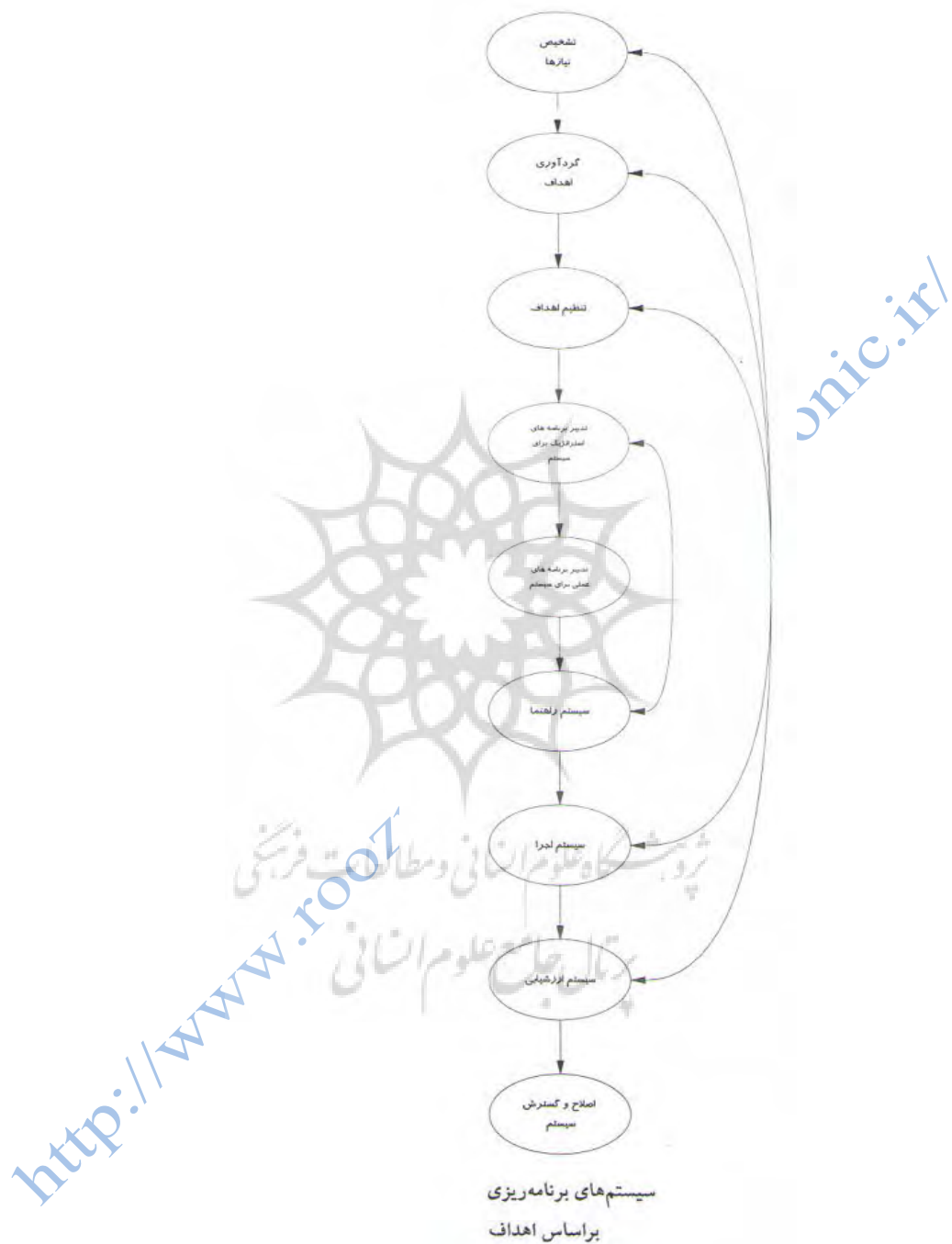
است. ترتیب معمول فرایند برنامه ریزی بر اساس اهداف، از سیاستها آغاز شده و تا گزاره‌های

اهداف عینی، برنامه ریزی استراتژیک و عملی، پیش الگوسازی و اجرا ادامه می یابد و با ترتیبی

از تصمیمها و چرخه‌های ارزیابی تقویت می شود. نمودار زیر به منظور تبیین مراحل برنامه

ریزی سیستمی بر اساس اهداف ترسیم شده ای که در واقع فعالیتهای مربوط به محور افقی

جدول ۲ را با تفصیل بیشتر و با بیان ارتباط و پویایی اجزاء تبیین می کند.



این نمودار گامی به پیش برای دستیابی به چارچوب برنامه‌ریزی به شمار می‌آید. مزیت‌های این چارچوب که به طور عمده، با بهره‌گیری از محور افقی جدول پیشین طراحی شده است



عبارتند از: بیان فعالیتها بر پایه تحول و ترتیب، تبیین پویایی و ارتباط میان فعالیت ها. در مقابل، مهمترین محدودیت‌های این چارچوب را باید در تک بعدی بودن آن و توجه کمتر به محور عمودی جدول قبل بدانیم.

در مرحله بعد باید مزیت‌های جداول و نمودار قبلی را به کار گرفت و تا حد امکان از نواقص و محدودیت‌های آنها کاست. به این منظور، نمودار دیگری ارائه می‌شود.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

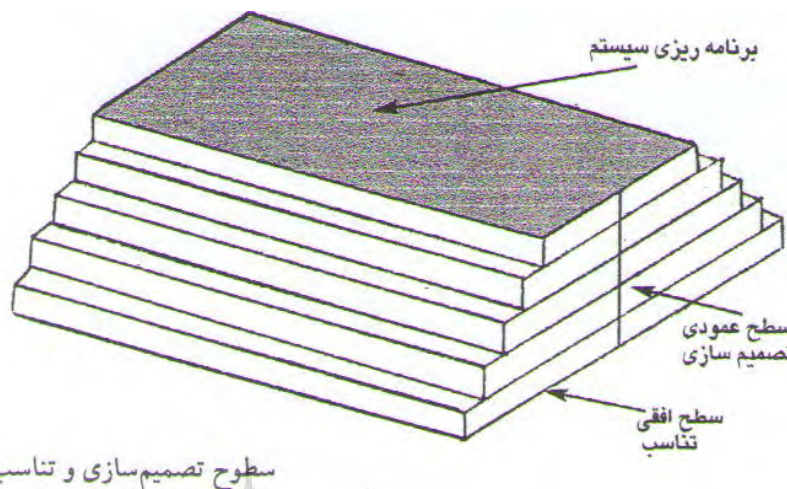


چارچوبی برای برنامه‌ریزی

در این نمودار که چارچوبی اساسی برای بحث‌های مربوط به سیاستگذاری و برنامه ریزی به شمار می‌آید، ماتریسی منظور و در هر خانه آن فعالیت‌های متعددی پیش‌بینی شده و تحول و تربیت آنها با فلش‌هایی به نمایش درآمده‌اند. به این ترتیب، ارتباط ترکیبی میان فعالیت‌های موردنظر محورهای عمودی و افقی به خوبی بیان شده و تعامل میان فرایندهای برنامه‌ریزی از جمله میان تحقیق و ارزیابی و نیز مسیر اصلی برنامه ریزی و انواع تصمیم‌سازی‌ها دیده شده است. در نتیجه، شبکه‌ای از فعالیت‌های مربوط به سیاستگذاری و برنامه ریزی طراحی و ارائه شده است که می‌تواند در بیان چارچوبی برای این فرایند بسیار راهگشا باشد.

چارچوبی که برای برنامه ریزی و نمودار اخیر علاوه بر مزیت‌هایی که از آنها بهره‌مند است محدودیت‌هایی نیز دارد. از جمله این که نمودار مذکور اساساً دو بعدی است و میان فعالیت‌ها و نقش‌ها در یک دوره ارتباط برقرار می‌کند ولی از سایر ابعاد مربوط به تناسب، یکپارچگی و ساخت غفلت می‌کند. همچنین میان سطوح مختلف تحلیل و تصمیم‌سازی که در شبکه برنامه ریزی باید مورد توجه قرار گیرد، تفاوتی قائل نمی‌شود به ویژه در سطح ملی که مؤسسات و نهادهای گوناگونی درگیری این فرایند می‌شوند.

با توجه به محدودیت‌هایی که ذکر شد، نمودار دیگری به صورت سه بعدی طراحی شده است، که در ادامه ارائه می‌شود. این نمودار به دنبال تبیین این مقصود است که شبکه مطروحه در نمودار قبل، از خلال ساخت‌های نهادی و تصمیم‌سازی یک جامعه به سوی پایین و اطراف نیز سرایت می‌کند.



در این نمودار به سطوح مختلف کار توجه شده است. در حقیقت تمامی فعالیت‌های مطرح شده، در بسیاری سطوح مختلف سازمان صورت می پذیرد. به عنوان مثال، اهداف برنامه و تطبیق آن با اهداف موردنظر، کارکردی است که در تمامی سطوح وجود دارد و هر بخش نیازمند این است که برنامه های خود را مطابق با آنها تنظیم کند و ارتقا بخشد.

سطوح مختلف تصمیم سازی در محور عمودی نمودار به نمایش درآمده است که شامل سطح ملی (در بالا) و منطقه‌ای، محلی و ناحیه‌ای (در پایین) است. طبیعت هرمی و سلسله مراتبی اغلب ساختهای ملی سبب می شود که نوعی چارچوب برنامه ریزی پیش‌بینی و در آن تناسب زیر سیستم‌های گوناگون رعایت شده باشد و این مسأله در محور افقی نمودار بیان شده است. در بعد طولی آن که در سطح رویین با هاشور مشخص شده است، فعالیت‌های مختلف برنامه ریزی سیستمی بیان شده است. هر سه بعد مذکور، باید از فرایند سیاستگذاری و برنامه ریزی

مورد توجه قرار گیرند تا برنامه‌ها قرین توفیق شود، گرچه در عمل محدودیتها عمیق‌تر و سنجیده‌تر می‌شوند.

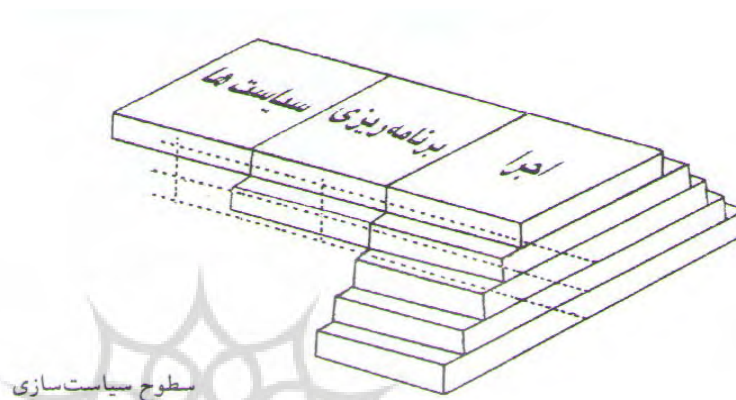
این نمودار نیز با وجود مزیت‌های مذکور، با محدودیت‌ها و نواقصی نیز رو به روست:

- نخست این که در فرایند سیاستگذاری و برنامه ریزی تأثیر ارزیابی و بازخورد باید مورد توجه قرار گیرد. اگر در این فرایند نظارت و ارزیابی مستمر برنامه ریزی و اجرا وجود داشته باشد این ویژگی اجازه می‌دهد که اصلاح مستمر و حساسیت نسبت به تغییر شرایط و نیازها در مراحل مختلف کار اعمال شود. از این رو، فرایند برنامه ریزی مبتنی بر تداوم زمان، امری نادرست خواهد بود. زیرا این کار نقطه آغاز و پایانی ندارد و به صورت یک چرخه و تکراری انجام می‌پذیرد. در حالی که در نمودار، این ویژگی مورد توجه قرار نگرفته است.

- دوم اینکه تناسب نشان‌گذاری در آن ناقص است. زیرا هر نوعی از شبکه برنامه ریزی در نهادهای مختلف که در هر سطح سازمانی به فرایند برنامه ریزی مرتبط می‌شود، ویژگی‌هایی را دارد که با نوع دیگر متفاوت است. ولی در نمودار موردنظر، همه آنها صورتی یکسان یافته‌اند.

نمودار نهایی زیر با هدف برطرف ساختن نقصی که ذکر آن رفت، تهیه و ارائه شده است. در این نمودار نشان داده می‌شود که مهمترین موضوعات سیاست بخشی در بالاترین حد سازمانی صورت می‌پذیرد و موضوعات برنامه ریزی به تعدادی محدود از سطوح پایین‌تر تسری می‌یابد،

حال این که این سیاست ها و برنامه ها در تمامی سطوح از طریق مراحل، اجرایی حاصل می شود.



دو مدل اخیر یک ساخت هرمی را منظور دارند که ممکن است با مقاومت مخالفان برنامه ریزی سلسله مراتبی روبه رو شود و از سوی دیگر مسأله مشارکت یا برنامه ریزی باز سبب می شود که در محور عمودی، دو یا چند طریق از بالا به پایین و از پایین به بالا در شکل‌دهی سیاستها و برنامه ریزی منظور شود که سبب پیچیده تر شدن نمودارها می شود. همچنین مسائل دیگری همانند این چارچوب ها را پیچیده تر می کنند. آنچه که بیان شد، در واقع مهمترین محدودیتهای مدل ارائه شده است.

#### ۱. بحث

رهبران سیاسی به طور روزافزون به این نتیجه نائل آمده و می‌آیند که در عصر جهانی شدن، فرهنگ و اطلاعات که از طریق رسانه ها و ارتباطات جهانی قابلیت انتشار جهانی می یابند، ابزارهای اصلی دستیابی به موقعیت بین المللی بهتر و حداکثرسازی منافع ملی هستند. رسانه های نوین خود را ابزاری با قابلیت بالا و به منظور نائل آمدن به جاه طلبی‌های نوین بین المللی معرفی می کند که ریسک کمتری برای امنیت ملی به دنبال می آورد. رسانه ها قابلیت و توانایی ترکیب جسارت و محافظه‌کاری را باهم دارند. همچنان که بهره برداری از فرصتهای



نویسنده: ...

نوین و ترویج منافع ملی را بدون برانگیختن و ناخشنود ساختن سایر کشورها ممکن می‌سازند. رسانه‌های جدید، رویه‌ها و نهادهای پیرامون‌شان نظام‌های قانون‌گذار را در سرتاسر دنیا با چالش‌های چشمگیری مواجه کرده‌اند. کنترل ملی بر سیستم‌های ارتباطی به سبب وجود فناوری‌هایی که حوزه دسترسی و تاثیرشان فراتر از محدوده‌های قضایی دولت‌های ملی است، دچار پیچیدگی شده است. بسیاری از دولت‌ها از این که اقتدار سیاسی و اقتصادی‌شان را از دست بدهند، هراسانند و دیگر دولت‌ها از این می‌ترسند که هویت فرهنگی‌شان را از دست بدهند. رسانه‌های جدید بر شکافی که هم‌اکنون میان زندگی و حکومت ایجاد شده است تاکید می‌کنند؛ مردم می‌توانند در عرصه‌های فراملی یا جهانی‌ای به تعامل بپردازند که هنوز روش قطعی برای حکومت بر آنها وجود ندارد. شبکه‌های جهانی مجموعه وسیعی از انتخاب‌ها را در اختیار مردم، شرکت‌ها و سازمان‌ها قرار می‌دهند که می‌توان از آنها برای پیگیری فعالیت‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی استفاده کرد. کشورهایی که مایلند اهداف و ارزش‌هایی را برای فعال نگه‌داشتن سیستم‌های رسانه‌ای جهانی تعیین کنند، باید از چارچوب‌های قانونی مؤثر ملی و بین‌المللی تبعیت کنند. رسانه‌های جدید، علاوه بر تخطی از محدوده‌های قضایی، مرزهای مفهومی و تعریف شده نظام‌های سیاست‌گذاری که بر مالکیت معنوی، حریم خصوصی و حق بیان تاثیر دارند را مورد آزمایش قرار می‌دهند. چالش‌های اجتماعی در هر یک از این حوزه‌ها مستلزم سیاست‌گذاری‌هایی است که محدوده حقوق عمومی را مشخص سازد، معیارهای رفتاری را تعیین کند و اعمال توهین‌آمیز را حذف سازد. رسانه‌های نوین جهانی پرسش‌ها و نگرانی‌های اساسی‌ای را برانگیخته‌اند، مثلاً در مورد این که چه کسی سیستم‌های ارتباطی و شرایط دستیابی به آنها را کنترل می‌کند. این پرسش‌ها و نگرانی‌ها را نمی‌توان تنها با توسل به رویه‌های قضایی یا راه‌حل‌های فناورانه حل و فصل کرد.

بلکه کشورها باید اصولی را اعلام کنند که براساس آن اهداف و ارزش‌های اجتماعی سیستم‌های رسانه‌ای در دنیای امروز از نو تعریف شود.

محققان حقوق و علوم ارتباطات، تغییرات چشم‌اندازی‌های قانونی را پیگیری، بررسی و این تغییرات را براساس شرایط متعارف ارزیابی کرده و به جست‌وجوی الگوهای عملی قانون‌گذاری برای رسانه‌ها پرداخته‌اند. این دانش در جست‌وجوی تحولاتی است که به عنوان فناوری، فرایندهای اصلاح یا قانون‌گذاری بخش خصوصی باهنجارها، ارزش‌ها و روش‌های ملی درگیر می‌شوند. محققان علوم ارتباطات مشخصات و روش‌های فناوری‌های نوین را تعیین و تاثیرات اجتماعی و سیاسی آنها را بررسی می‌کنند و به جست‌وجوی نشانه‌هایی می‌پردازند تا دریابند این فناوری‌ها به کنترل اجتماعی کمک می‌کنند یا مانع آن می‌شوند. محققان در علم حقوق دعاوی ای را که فناوری‌های جدید در زندگی ملی و بین‌المللی ایجاد می‌کنند مورد بررسی قرار می‌دهند و ابزارها و مکانیسم‌های مختلفی را کشف می‌کنند که احتمالاً اهداف سیاست‌های ملی را با نکات مورد توجه نظام قضایی منطبق می‌سازند.

نظارت و ارزیابی چشم‌انداز در حال تحول سیستم‌های ارتباطی در عصر تحولات سریع صنعت و فناوری وظیفه‌ای مهم تلقی می‌شود. تنها با این کار است که می‌توانیم مشخص کنیم که این سیستم‌ها چگونه با فرایندهای سیاسی - اقتصادی جهانی به تعامل می‌پردازند، چگونه ساختارهایشان شکل می‌گیرد و توسعه می‌یابد و سیاست‌گذاران ملی و بین‌المللی چگونه می‌توانند برای حفظ اهداف تعیین شده اجتماعی مداخله کنند. سیستم‌های رسانه‌ای جهانی، مانند اینترنت، موجب بروز مشکل قدیمی سازمان‌های سیاسی می‌شوند. از آنجا که تاثیرات و پیامدهای توسعه فناوری‌های جهانی در حدی فراتر از سازوکارهای حکومت آنهاست، باید شرایطی را بیابیم که تحت آن، سازوکارهای بین‌المللی حاکم بتوانند مدعی این باشند که به‌طور



قانونی نماینده کشورها و شهروندان جهانند. متخصصان ارتباطات سیاسی و فلسفه ارتباطات باید منابع نهادی و ارتباطی و نیز ضروریات حکومت جهانی را بررسی کنند. علاوه بر این، باید عملکردهای واقعی و تاثیرات نهادها و ابزارهای ملی و بین‌المللی موجود را مورد آزمایش قرار دهند. مطالعه دقیق‌تر در این حوزه‌ها، شکاف‌هایی را که هم‌اکنون در دانش، راجع به چگونگی تاثیرگذاری رسانه‌های جدید بر چشم‌انداز نظارتی وجود دارد، پر خواهد کرد و برای یافتن راه رسیدن به سیاست‌گذاری ارتباطی جهانی مناسب، انسانی و نمونه یاری‌رسان خواهد بود.

## منابع

- « برنامه ریزی در پنج کشور اروپای غربی و شرقی»، ترجمه ابوالفضل قاضی- تهران: انتشارات موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی، ۱۳۴۶، مقدمه مترجم، ص الف-ج.
- احمدی، حسن، «روش برنامه ریزی در بخش فرهنگ»، تهران: سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۵۰، ص ۸.
- بتلهایم، مارشال. «برنامه ریزی و رشد شتابان»، ترجمه نسرین فقیه. تهران: انتشارات کتاب زمان، ۱۳۵۲، صص ۳۰-۳۲.
- پرویز، محمدحسن، «مقدمات برنامه ریزی آموزشی»، تهران: چاپخانه اتحاد، ۱۳۵۶، ص ۴۰.
- پهلوان، چنگیز، «سیاست‌گذاری و برنامه ریزی در فرهنگ و ارتباطات»، جزوه درسی، تهران: دانشگاه امام صادق، ۱۳۷۴.
- پهلوان، چنگیز، «فرهنگ و برنامه ریزی»، تهران: پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران، ۱۳۵۸، صص ۴۱-۵۶.
- تهرانیان، مجید، «نقش رسانه‌های گروهی در توسعه ملی ایران، به نقل از ارتباطات و توسعه و برنامه‌ریزی ارتباطی در ایران»، نوشته هادی خانیکی، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- لی‌جان، «به سوی سیاست‌های واقع‌بینانه ارتباطی»، ۱۳۵۶، صص ۶-۷۵.
- .....
- ..... ۱۹۷۰..... ۳.
- ..... ۱۹۸۱..... ۱۲.