



قرارداد اجتماعی

در سیاست رسانه پخش

• ترجمه: محمدرضا صالحی
کارشناس ارشد مدیریت رسانه

این مقاله، شامل تحلیل سازمانی سیاست رسانه پخش بوده و منابع پایدار و متغیر را در طول زمان تحلیل می‌کند. این مقاله همچنین ویژگی‌های خاص مجوزهای پخش را به‌عنوان شکلی از دارایی‌های نرم بیان کرده، اهمیت قراردادهای سیاسی را به عنوان راهی که به‌وسیله آن کشورهای مختلف بین روابط مالکیت خصوصی و منافع عمومی تعادل برقرار می‌کنند، مورد توجه قرار می‌دهد. در این مقاله توسعه سیاست پخش رسانه در استرالیا از دهه ۱۹۵۰ تاکنون بررسی شده و به این مطلب پرداخته می‌شود که استمرار سیاست در زمانی که به سود منافع تجاری باشد، الگوی غالب پیامدهای سیاسی است. این مقاله با برانگیختن موضوعاتی در این مورد که آیا یک رویکرد دموکراتیک اجتماعی می‌تواند در سیاست رسانه‌ای به جای حفظ نظم موجود از معرفی بازار رقابتی بزرگتر در محیط چندعرضه‌ای در پخش حمایت کند یا خیر، نتیجه‌گیری کرده و منافع عمومی جدیدی را برای ایجاد این مبحث مطرح می‌کند.

پژوهش در سیاست رسانه‌ای و ارتباطاتی با چالش چگونگی توسعه دیدگاهی روبه‌روست که اجازه می‌دهد این سیاست یک سری پیشامدهای تصادفی و مشروط به نظر بیاید، اما مطالعه سیاست در رده آشکارگر تعیین‌کننده‌های ساختار فراموضوعی شامل نمی‌شود. تحلیل سازمانی ابزاری را با آنچه توسعه‌های سیاسی می‌توانند در سطح معرفت‌شناسی میانی فهمیده شوند، فراهم نموده که از نیروهای اجتماعی موجود در سیستم‌های ملی برمی‌خیزد، اما با عناصر جهانی بیشتری شکل می‌گیرد و می‌تواند پایداری در طول زمان و دوره‌های تغییر ساختاری را مورد توجه قرار دهد.

از گذشته تاکنون اعمال شیوه سازمانی «اقتصاد مختلط» در رسانه پخش برای شناخت عمیق ساختار سیستم‌های پخش ملی نتیجه‌بخش بوده است؛ جایی که شرکت‌های رسانه‌ای خصوصی از قدرت بصری قابل‌توجهی برخوردار بوده و می‌توانند ظرفیت محیط عامل خود را شکل دهند، اما با وجود این ظرفیت عامل آنها برای فعالیت توسط قوانین و مقررات ملی و سیاست‌های محیطی تعیین می‌شوند. این شیوه همچنین درک نیروهای افزایش‌دهنده تغییرات و راه‌هایی که طی آن این تغییرات با تصمیمات عوامل سازمانی تلاقی می‌کنند را ممکن می‌سازد.

طبق نظریه تام استریتر (۱۹۹۵) ساختار سازمانی پخش تجاری از ماهیت دوگانه امواج هوایی (طیف) به‌عنوان منبع عمومی و همچنین مالکیت خصوصی مشتق می‌شود.

تحلیل سازمانی از تاریخچه طولانی‌ای در علوم اجتماعی برخوردار است، ابتدا به‌عنوان عکس‌تثوری‌های انتخاب عقلانی ظهور می‌کند که بر خودمختاری و ظرفیت نماینده محاسباتی تأکید دارد. تئوری‌های سیستمی که پویایی مؤسسات اجتماعی را در میان نیروهای ساختاری فراموضوعی قرار داده، عوامل فردی را در این سیستم‌ها جایگزین می‌سازد. در مقایسه با این روش - ها، جایی که سازمان‌ها یا مراکز شخصی می‌شوند یا محلی هستند که دربرگیرنده روابط اجتماعی‌اند بر مثبت‌بودن نقش سازمان‌ها در زمینه‌های شکل‌گیری اجتماعی و تأسیس نهادها و هویت‌های فردی تأکید می‌شود. این مثبت‌گرایی سازمانها در این موقعیت - ها قابل درک است. اول آنکه اقدامات سازمانی از توانایی تشکیل زمینه اجتماعی برخوردارند. مشاهدات معروف مایکل فوکالت در این باره می‌گویند: «اعمال قدرت عبارت است از راهنمایی امکان هدایت و اینکه دولت باید به‌عنوان مجموعه‌ای از شیوه‌ها تصور شود که زمینه ممکن برای عملکرد دیگران را می‌سازد.» این مشاهدات شاید از مهم‌ترین نشان‌دهنده‌های این پیشنهاد به شمار روند. در این رابطه نوشته‌های وسیع و گسترده‌ای وجود

دارند که چارچوب حکومتی را در تحلیل تاریخی خانواده، آموزش، اقتصاد، شهرنشینی و رفاه به‌کار می‌گیرند.

دوماً، سازمان‌ها هویت‌هایی را اعطا می‌کنند که شرایط مستدل و شناخته‌شده‌ای را برای اصلاح شخصیت فردی یا خود سازمان فراهم می‌نمایند. مری داگلاس (۱۹۸۶) با طرح مقایسه‌ای بین توسعه سازمان‌ها و ایده‌های موجود می‌گوید: بررسی دنیا و شناسایی مکان‌های در حال پیشرفت درون آن و همچنین سیستم‌های طبقه‌کننده‌ای که مباحثات مشترک را شکل می‌دهند، هر دو، مجموعه‌ای از مقایسات را فراهم می‌کنند. به‌طور مشابه اسکات (۱۹۹۵) اظهار می‌دارد: موج جدید «سازمان‌گرایی» در سیاست، اقتصاد و جامعه‌شناسی با تأکید بر بعدشناختی سازمان - ها و اینکه چگونه به موقعیت‌ها شکل داده و هویت‌هایی را به همراه روش‌های سازنده اجتماعی تعریف می‌کنند، مشخص می‌شود.

سوماً، اگر سازمان‌ها شرط لازم برای انعکاس، تصمیم‌گیری و عملکرد هدفمند هستند، در نتیجه مراکز اجتماعی و سیاسی زیادی در چارچوب‌های سازمانی پدید می‌آیند. لازم نیست سازمان‌ها حتماً نهادهای قانونمند و رسمی باشند. بررسی تشکلات فرهنگی توسط ریموند ویلیامز (۱۹۸۱) توجه زیادی به اهمیت فرآورده‌های فرهنگی تناوبی یا متضاد در توسعه انواع سازمان‌های گروهی مثل عضویت رسمی، آشکارسازی‌های عمومی (مانند آشکارگرها) یا شناسایی گروهی معطوف می‌دارد. جان راجی به روشی متفاوت با دو نگرش از چندجانبه‌گرایی، سازمان را مورد بررسی قرار می‌دهد؛ به‌عنوان مجموعه‌ای از عقاید و انجمن‌های مشترک که دولت‌های ملی مستقل می‌توانند با آنها برای برپایی اصول اجرایی فراگیر موافقت کنند و همچنین به - عنوان مجموعه‌ای از سازمان‌های بین‌المللی رسمی که دارای «نهادهای ملموس و آشکار با دفاتر مرکزی و عناوین چاپی، شیوه‌های انتخابی و برنامه‌های بازنشستگی زیادی هستند.

تصویر سازمان‌ها به‌عنوان عوامل تصمیم‌گیرنده که منابع استدلالی و اصولی را طرح می‌کنند، شکلی از سازمان را دربردارد که ماورای تصور افراد است. این سازمان‌ها می‌توانند شامل احزاب سیاسی، اتحادیه‌های تجاری، گروه‌های تبلیغاتی، سازمان‌های نمایشگر جنبش‌های اجتماعی، تشکیلات شرکتی و ادارات دولتی باشند. لازمه این سازمان‌ها ایجاد مجموعه‌ای از قوانین و اصول هدایت سازمانی و برپایی نهادهای رسمی سیاسی - قانونی است که قادر به تصمیم‌گیری و اجرای تصمیمات هستند. این عوامل نمی‌توانند به نهادهایی چون طبقات، ملل یا جنسیت اطلاق شوند، زیرا چنین سازمان‌های اجتماعی حتی اگر منافع مشترکی را دنبال کنند، نمی‌توانند تصمیم بگیرند و به آنها عمل نمایند. از آنجایی که سازمان‌هایی وجود دارند تا از چنین منافع حمایت کنند (مانند اتحادیه‌های تجاری که از منافع طبقه کارگر دفاع می‌کنند)، لازم است عملکردهای چنین عواملی تحلیل شود. این تحلیل باید در رابطه با نوع تصمیم‌گیری و عملکردهای سازمان - های مذکور صورت پذیرد.

انگلیس از اواخر دهه ۱۹۵۰ در کشورهایی مانند استرالیا و کانادا اجرا می‌شود.

از دهه ۱۹۸۰ اصل سوم یعنی سیستم پخش دوگانه بسیار گسترده‌تر و رایج‌تر شده است. کرین کراس (۱۹۹۸) در بیان مثالی برای تغییر، اظهار می‌دارد: تعداد پخش‌کنندگان تجاری در سازمان کشورهای همکاری و توسعه اقتصادی در اروپا از ۱۸ در سال ۱۹۸۰ به ۱۸۰ در سال ۱۹۹۵ یا از ۳۰٪ به ۷۵٪ خدمات پخش غیراشتراکی افزایش یافته است.

بررسی تاریخچه مباحثات اعتماد و اطمینان عمومی در سیاست پخش نشان می‌دهد که این سیاست بارها در مورد خیانت و انحراف اعمال اصلاحی به‌کار گرفته شده است. رابرت مک چنی، استدلال می‌کند که تصویب لایحه ارتباطات سال ۱۹۳۴ شاهد شکست جنبش مخالف و مهمی در برابر پخش تجاری بوده و از همان زمان رقابت سازمانی و ساختاری رسانه توده آمریکا خارج از محدوده مذاکرات سیاسی مشروع قرار گرفته است. استریتر نیز به همین صورت از مفهوم «جوامع تفسیری» برای

مالکیت پخش و فلسفه عملی سیاست

طبق نظریه تام استریتر (۱۹۹۵) ساختار سازمانی پخش تجاری از ماهیت دوگانه امواج هوایی (طیف) به‌عنوان منبع عمومی و همچنین مالکیت خصوصی مشتق می‌شود. این عقیده که پخش و انتشار اساساً از رابطه مستقیمی بین پخش‌کننده‌ها و مخاطبان آنها برخوردار است، وجود اصلاحات و تنظیمات سازمانی را لازم می‌سازد تا میزان دسترسی به پخش‌کننده و طیف گسترده پخش را ممکن سازد. راه‌اندازی امواج هوایی که دارای منابع کمیاب بوده و نوعی دارایی به شمار می‌روند به شدت به میزان آنها به عنوان یک منبع عمومی پیوند می‌خورد. در نتیجه پخش‌کنندگان لزوماً نه تنها با مخاطبان عمومی بلکه با نهادهای اصلاحی درگیر می‌شوند که مسئولیت اختصاص طیف و مدیریت آن را بر عهده دارند و تضمین می‌کنند که پخش‌کنندگان به‌عنوان کاربران تکنولوژی‌های قدرتمند مربوط به ارتباطات عمومی، با «منافع عمومی» خاص یا تعهدات مثبت به‌عنوان شرایط دستیابی نسبتاً انحصاری به فضای طیف عمومی و کمیاب هم‌راستا هستند. استریتر مجوزهای پخش را به‌عنوان شکلی از دارایی‌های نرم معرفی کرده است که «نه یک شیء و نه شرایط طبیعی وجود انسان، بلکه مجموعه‌ای انعطاف‌پذیر از حقوق متغیر و مجموعه‌ای از تصمیمات سیاسی مشروط در مورد کسانی هستند که چیزی را از شرایط موجود به‌دست می‌آورند.» تحت چنین شرایطی سازمان‌های اصلاحی کشور ظرفیت تعیین تنظیمات قانونی و سازمانی وابسته به حقوق دارایی‌های خصوصی طیف پخش را دارند.

مفهوم «منافع عمومی» در رابطه با ارتباطات پخش، ابتدا به‌طور رسمی در سال ۱۹۲۴ توسط رابرت هورر، وزیر بازرگانی آمریکا، بیان شد و سپس در سال ۱۹۲۷ در لایحه رادیو آمریکا گنجانیده شد که طبق آن دارندگان پروانه پخش باید از «منافع، آسایش و نیاز عمومی» حمایت کنند.

غیر از عقیده «منافع عمومی» در پخش، مفهوم «اعتماد عمومی» نیز به‌عنوان اساس و پایه سیاست و مقررات پخش وجود دارد. در مباحثه اعتماد عمومی، «عمومی» در مفهوم گسترده فقط به‌عنوان مجموعه شنوندگان و تماشاگران نبوده، بلکه به معنای مجموعه‌ای از تعهدات است که پخش‌کنندگان باید به آنها بپردازند. آنتونی اسمیت (۱۹۸۹) اظهار می‌دارد برای تضمین منافع عمومی در پخش سه اصل مهم وجود دارد:

الف- انحصاری کردن امواج هوایی توسط پخش‌کنندگان دولتی، که قبل از دهه ۱۹۸۰ در اکثر کشورهای اروپایی، آسیایی، آفریقایی و آمریکای جنوبی اتفاق افتاد.

ب- آیین‌نامه قانونی یک سیستم پخش خصوصی انحصاری توسط عوامل دولتی، که قبل از آغاز خدمات پخش در سال ۱۹۶۹ در آمریکا تصویب شد و به‌عنوان ویژگی اصلی سیستم آمریکایی باقی ماند.

ج- سیستم پخش دوگانه که با همکاری پخش‌کنندگان تجاری مقرر شده و در حال حاضر با آغاز این سیستم پخش در



جلب توجه به روش‌هایی که در آن بین جوامع و انجمن سیاسی برتر برخورد به‌وجود می‌آید، استفاده نموده است که شرایط مستدلی را در سیاست پخش آمریکا وضع و تعیین می‌نماید. «آیا استدلال‌ات شخصی برای دیگران قابل درک است؟ و دیگران چه درکی از آنها خواهند داشت؟» هافمن رایم به هنگام مطالعه در مورد قانون پخش اروپا نتیجه گرفته است که «با گذر زمان، مسئولان نظارتی برای موفقیت در عملکردشان به‌طور روزافزونی به هم‌راستامودن خود با منافع صنعت پخش متمایل می‌شوند.» باید بدانیم که وضع قانونی حقوق دارایی‌های پخش، چگونه روند سیاسی را به سوی جوازداران متصدی منحرف و موانعی را برای کسانی که خواهان انجام اصلاحات برای مقررات موجود هستند ایجاد می‌کند. قدرت شبکه‌های تجاری متصدی با خصوصیات اقتصادی بازار پخش تقویت می‌شود که عبارتند از: ساختار بازار انحصاری فروش، موانع قوی برای ورود به‌خاطر

هزینه‌های بالا در شالوده پخش و وجود اقتصادهای مقیاس و حوزه در هر دوسوی هزینه‌ها (ارسال همزمان به بسیاری از بازارها) و طرف درآمدی (توانایی ارائه مشاور به بزرگ‌ترین مخاطب ممکن) به همراه منافعی که در بزرگ‌ترین شبکه‌های تولید و توزیع به دست می‌آیند. در همان زمان، به خاطر اهمیت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی رسانه‌های پخش و پایین بودن سطح قدرت و ظرفیت بازار برای مداخله در بخش مخاطبان، دولت‌ها گاهی اوقات فعالانه از جانب انجمنی گسترده‌تر، یا منافع عمومی و یا منافع بخش‌های خاص جامعه، مانند کودکان دخالت کردند. ممکن است دولت‌ها به ایجاد تعادل مجدد در بازار سیاسی تمایل یابند که فرایند سیاسی بین شبکه‌های رسانه‌های پخش و دیگر شرکت‌کننده‌ها در آن مورد مذاکره قرار می‌گیرند. آنها این کار را با حمایت فعالانه از ظرفیت مجریان سیاسی، برای کودکان، اقلیت‌های نژادی، آیین محلی یا منافع عمومی انجام می‌دهند. این تعهد دوره‌ای دولت برای جبران قدرت در حوزه سیاسی رسانه‌ها، فضای مهمی را برای اعمال عمل‌گرایان در حوزه سیاسی پخش فراهم می‌کند. فلسفه عملی سیاست به ظرفیت افراد سیاسی هدفمند برای تغییر سیستم‌ها و پیامدهای سیاسی از طریق درگیری استراتژیکی فعالانه با فرایندهای سیاسی اشاره دارد. امکان دارد در این موضوع سازمان‌های سیاسی هدفمند، دولتی یا غیردولتی، که به دنبال تغییر سیاست هستند نیز درگیر شوند. در این حالت ممکن است بر نقش‌های گروه‌های کارورز و مبلغان صنعتی در درگیری‌های روزمره با فرایندهای سیاسی بر عهده دارند، تأکید شود. چنین فلسفه عملی سیاست، به طور بالقوه می‌تواند تفاوت بین افراد داخلی و خارجی را از بین ببرد، زیرا یکی از اهداف عمل‌گرایان سیاست بوروکرات آوردن هواداران و عمل‌گرایان از خارج دولت به داخل فرایند سیاست‌گذاری است تا بین آژانس‌های کشوری و شبکه‌های جامعه مدنی پیوندهایی را ایجاد کنند.

«سیاست دوگانه عمل‌گرا-حرفه‌ای» همواره در رسانه‌ها و سیاست فرهنگی مهم بوده است. در تاریخ هنرهای جامعه استرالیا، گی هاکینز (۱۹۹۳) اظهار می‌دارد، هنرهای جامعه استرالیا، برخلاف بسیاری از افسانه‌سازی‌هایش، «از سیاست دولت، یا به عبارت دیگر، یک اختراع رسمی، به وجود آمده است.» این امر از تلاقی بین دولت‌های اصلاح‌طلب که می‌خواهند به عنوان مدرک ملموسی از تعهد به پیشرفت جامعه در هنرهای اجتماعی سرمایه‌گذاری کنند و کارآفرینان بخش هنری که فرصت‌های موجود برای ایجاد پایه سرمایه‌گذاری در کارهای هنری و فرهنگی به صورت غیر خطی را به خود جذب می‌کنند، به وجود آمده است. نقش طرفداران سیاست حرفه‌ای و روابط آنها با سیاست دولت در گستره‌ای از زمینه‌های زندگی عام استرالیایی پیگیری شده که شامل سیاست HIV (ایدز)، سیاست فرهنگی و امور فطری و شکل‌گیری سرویس پخش ویژه در سال ۱۹۸۰ به عنوان پخش‌کننده چند فرهنگی می‌شود.

توافقات سیاسی، آیین نامه پخش و قراردادهای اجتماعی

مفهوم توافقات سیاسی، روش مفیدی را برای درک چگونگی تعادل میان مباحثات اخلاقی و تجاری و چگونگی تفکیک قطع-نامه‌ها بین آژانس‌های اصلاحی دولت، منافع تجاری و هواداران سیاست فراهم می‌کند. فعالیت‌های مکتب اصلاح‌طلب فرانسه در مورد اقتصاد سیاسی پشتوانه مهمی را برای چنین کاری فراهم کرده است.

اقتصاددانان سیاسی سازمان‌ها، تئوری‌های اصلاح‌گرایانه‌ای را به همراه امور مربوطه در اقتصاد سیاسی بین‌الملل مطرح کرده‌اند تا توافقات سیاسی را به عنوان اساس فهم ثبات بلندمدت سازمان گسترش دهند. به نظر کاستلز، توافقات سیاسی چندان براساس توافقات موجود بین منافع رقیبانه یا مخالف قرار ندارد، بلکه براساس ایجاد شرایط و موقعیت‌هایی است که تحت آن گروه-های مخالف و طبقات رقیب با برقراری توافقات محدود به عنوان فرضیات برای دادخواهی تعارضات خود به چیزهایی دست خواهند یافت.

تعریف بل از توافقات سیاسی عبارت است از: «یک پیمان سیاسی که بر مدل ارائه‌شده برای توسعه اقتصادی تأکید می‌نماید» و در مقابل ترکیبی است از مداخلات کشوری و نیروهای بازار که اقتصاد سیاسی را در هر دوره‌ای می‌سازند. بل و کاستلز هر دو معتقدند که شرط چنین توافق سیاسی‌ای وجود «قدرتی برتر از مداخلات است که به عنوان تضمین‌کننده توافقات احزاب به اندازه کافی مورد اطمینان همه آنها می‌باشد.» در استرالیا، کار روی توافق سیاسی، کلاً بر سیاست توسعه اقتصادی متمرکز شده است. دوره‌ای از اوایل قرن بیستم تا دهه ۱۹۷۰ با ترکیبی از مدل‌های به اصطلاح فوردیست در نظام کشور مشخص می‌شود که بر توسعه اقتصاد صنعتی، ایجاد سیاست دفاع داخلی که با حفاظت صنعتی ترکیب می‌شود، تثبیت دستمزد متمرکز و کنترل مهاجرت برای ایجاد اتحاد بین منافع شرکت‌ها و اتحادیه‌های تجاری، رهبران سیاسی، نخبگان کشوری و ائتلاف‌های انتخاباتی پیرامون توسعه بخش تولید محلی تأکید می‌کند.

راهکارهای مکتب اصلاح‌گرایی و نوشته‌های سازمانی موجود در مورد توافقات سیاسی می‌توانند تا حد درک سیاست پخش استرالیا و مفاهیم سازمانی آن گسترش یابند.

ویلیامز، آتالا، اسپینگل و هارتلی به اشتراک روش فوردیست و سازمان‌های اجتماعی و فرهنگی که بر نوع زندگی پس از دوره جنگ جهانی دوم تأکید دارند، محل مرکزی تلویزیون پخش را بنا نهاده‌اند. ویلیامز به تلویزیون به عنوان گردهم‌آورنده دو گرایش متضاد کاپیتالیسم صنعتی (افزایش تحرک و خانه‌های خودکفای حومه شهر) در یک تشکل نوظهور به نام «خصوصی‌سازی سیار» می‌نگریست. هارتلی تلویزیون را به «دوران طولانی توسعه» بعد از جنگ جهانی دوم مربوط می‌ساخت که در آن دوره ساختمان-سازی انبوه، در حومه شهر و آسمان‌خراش‌ها بسیار زیاد بوده است. به تدریج تلویزیون به رسانه منتخب تبلیغات برای ارتقای ارزش‌های داخلی، تولیدات و خدمات تبدیل شد که توسط آن

می‌شد از این ایدئولوژی حمایت بیشتری نمود.

مفهوم اعتماد ملی به سیاست پخش بعدی اخلاقی می‌بخشد، زیرا پروانه‌داران پخش فراتر از بازار، جوابگوی عامه مردم هستند. مباحثات مربوط به اعتماد ملی اساس لازم را برای مداخلات کشوری در تصمیمات برنامه‌های پخش تجاری فراهم می‌آورند. مانند الزام فراهم‌آوری خدمات مکفی و جامع و مشخصات دقیق ارزشیابی که به‌وسیله فرایند سیاسی تعیین می‌شوند و پخش‌کنندگان تحت شرایط مجوز خود موظف به اجرای آنها هستند. زمینه‌هایی مثل سهمیه‌بندی موضوعات ملی، نیازمندی‌های برنامه‌های محلی، برنامه برای کودکان و روش حل و فصل شکایات همواره بخشی از این تعهدات مثبت به شمار

پخش تجاری استرالیا به‌وجود آورده است. احتمال تبدیل سیاست پخش به مکانی برای فلسفه عملی سیاست فرهنگی توسط تونی بنت به‌عنوان فرآیندی تعریف می‌شود که اشکال فرهنگی بوسیله «ظهور زمینه‌های جدید مدیریت اجتماعی که در آن فرهنگ به شکل هدف و ابزار دولت درآمده است»، با تکنیک‌های مدرن دولت درگیر می‌شوند. این احتمال توسط کار زیاد و ظرفیت رقابتی عوامل سازمانی تعیین شده و میزان آن در سطح ملل متفاوت است. در این زمینه است که قصد دارم ظهور توافق سیاسی یا یک قرارداد اجتماعی را در استرالیا از دهه ۱۹۵۰ تا اوایل قرن بیست و یکم مورد بررسی قرار دهم.



دیوان دادرسی پخش استرالیا، در سال ۱۹۷۷ به جای هیئت پخش استرالیا تأسیس شد که دارای مأموریتی صریح برای افزایش مشارکت عمومی در فرایندهای سیاسی پخش و ارتقای مسئولیت‌پذیری عمومی برای پخش‌کنندگان تجاری به‌وسیله دادرسی مجدد به مجوز مقرر عمومی بود.

قرارداد اجتماعی در سیاست رسانه‌های پخش استرالیا

در سپتامبر ۱۹۵۶، تلویزیون استرالیا اولین بار بازی‌های المپیک ملبورن را پخش کرد. این تلویزیون کار خود را با دو شبکه تجاری (شبکه نه و شبکه هفت) و یک پخش‌کننده ملی عمومی آغاز کرد. در سال ۱۹۶۴ سومین شبکه تجاری تلویزیون (شبکه ده) نیز شروع به کار کرد و خدمات پخش چندفرهنگی (خدمات پخش خاص) از سال ۱۹۸۰ کارش را آغاز کرد. تا آنکه در سال ۱۹۹۵ خدمات تلویزیون پولی آغاز شد. اگر چه در اوایل سال ۱۹۸۲ دولت معرفی این شبکه‌های دستمزدی را توصیه نموده بود ولی سه ویژگی تلویزیون پخش استرالیا، در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ بنا نهاده شدند، که تا امروز باقی مانده‌اند و عبارتند از: نفوذ پخش تجاری، منافع پخش‌کننده و نهادهای اصلاحی ضعیف. پویایی تلویزیون استرالیا، ابتدا توسط قسمت پخش تجاری با پخش‌کننده‌های عمومی شکل گرفت که اغلب در تلاش برای تأمین بودجه دولتی مناسب بوده و با فشارهای قوی برای ارائه خدمات، هم‌راستا با تلویزیون تجاری مواجه بودند. در حالی‌که

می‌روند که برعهده پخش‌کنندگان تجاری قرار دارند. این تعهدات مثبت و موافق اجتماع اغلب با انتظار از نهادهای اصلاحی در جهت تضمین آزادی، شفافیت و جوابگویی پخش‌کنندگان تجاری به منافع عمومی همراه است.

با وجود این، استفاده از تعهدات اعتماد عمومی برای پخش - کنندگان تجاری در برخی موارد کاملاً بی‌قاعده بوده است. یکی از دلایل شکست در کاربرد چنین معیارهایی مسئله «کسب نظم» بوده است و رابرت هارویتر آن را به عنوان رفتار سازمان‌های اصلاحی تعریف می‌کند که به‌طور اصولی به سود منافع خصوصی احزاب توجه شده و به‌طور سیستماتیک از منافع عمومی غفلت می‌کند. سوددهی و قدرت پروانه‌داران پخش بازرگانی در بسیاری از کشورها معمولاً با رفتار ضعیف و دادخواهانه نهادهای اصلاحی هماهنگ است. آرمسترانگ معتقد است در کشور استرالیا، اولین نهاد اصلاحی در پخش - موسوم به هیئت کنترل پخش استرالیایی - درگیر سیاست سمبلیک بوده که به جای ایجاد ابزار مناسب برای اصلاح مؤثر پخش، موانعی را برای اصلاح مؤثر

تابعیت پخش عمومی، مانند خدمات پخش عمومی در آمریکا چندان قوی نیست. همواره این مورد وجود داشته که هرگز روی **ABC** آنقدر سرمایه‌گذاری نشد تا بتواند مانند **BBC** انگلیس اعتباری را در سیستم پخش ملی کسب کند. در عوض شبکه‌های تجاری استرالیا، به جز دوره‌ای در اوایل دهه ۱۹۹۰، که مشخصه-اش شکست استراتژی‌های بلندپروازانه «تلویزیون تازه‌تأسیس» می‌باشد، بسیار سودآور بوده و در اکثر دهه ۱۹۹۰ سوددهی صنعت تلویزیون بین ۲۰ تا ۳۰٪ بوده است.

این شبکه‌های تجاری در اکثر بخش‌ها دارای منافع بسیار قوی و نهادهای اصلاحی شاکتی و بسیار ضعیف می‌باشند. در حالی‌که پرس وجوی عمومی اولیه درباره معرفی تلویزیون ابراز می‌دارد «اگر تلویزیون بخواهد به استاندارد مطلوب دست یابد ... باید از سیاست موفق پیروی کند که دارای انتقادات سازنده است.» آژانس‌های اصلاحی مانند هیئت کنترل پخش استرالیا، آشکارا در عمل به‌عنوان کانال مؤثر برای مشارکت عمومی یا اصلاح‌کننده مؤثر استانداردهای برنامه شکست خوردند.

در نهایت، ساختار سیستم تلویزیون استرالیا، مثل اوایل دهه ۱۹۶۰ باقی ماند، البته به رقابت با بخش تلویزیون پولی، که حدود ۲۰٪ از خانه‌های استرالیا را تحت پوشش قرار داده و حدود ۱۰٪ از کل سهم مخاطب را در دست داشت. ممنوعیت‌های قانونی، از تأسیس شبکه‌های آزاد تجاری جلوگیری کرده و بخش تلویزیون پولی به دلیل وجود برخی موانع محدود کننده به ویژه برای وقایع ورزشی با جو سیاسی خصمانه‌ای مواجه شد.

انتقادهای ساختاری و اصلاحی از تلویزیون استرالیا، در سراسر دهه ۱۹۶۰ اتفاق افتاد، اما تا اوایل دهه ۱۹۷۰ این انتقادات به فلسفه عملی سیاست رسانه‌های حفظ‌شده تبدیل شدند. انتخاب دولت کارگری ویتنام در دسامبر ۱۹۷۲ بعد از حکومت ۲۳ ساله دولت محافظه‌کار انگیزه مهمی را برای تغییر فراهم آورد، اگر چه می‌توان استدلال کرد که در واقع، جنبش‌های مشارکت عمومی سیاست‌های پخش استرالیا در دولت محافظه‌کار تحت رهبری مالکوم فریزر که پس از برکناری خصمانه دولت کارگری در دسامبر ۱۹۷۵ انتخاب شد، قویتر بوده‌اند. دیوان دادرسی پخش استرالیا، در سال ۱۹۷۷ به جای هیئت پخش استرالیا تأسیس شد که دارای مأموریتی صریح برای افزایش مشارکت عمومی در فرایندهای سیاسی پخش و ارتقای مسئولیت‌پذیری عمومی برای پخش‌کنندگان تجاری به‌وسیله دادرسی مجدد به مجوز مقرر عمومی بود. در حقیقت هدف از ایجاد این هیئت فراهم‌آوری مناسبی بود که طی آن صنعت پخش به‌طور منظم و مستقیم با دیدگاه افرادی که به آنها خدمت می‌کرد، روبه‌رو می‌شد. در عمل فرایند تجدید دادرسی در مورد مجوز، شکست بزرگی بود. جو هاوک، (۱۹۷۹) در این‌باره می‌گوید: دادرسی با افزایش مقررات محدودکننده در مورد افرادی که حق مشارکت داشتند و بلا تکلیفی قدرت‌های واقعی در کنترل دادرسی مجوزداران تجاری و رشد بی‌میلی در بخش دادرسی به دلیل اجرای قضاوت خصمانه در مقابل پخش‌کنندگان تجاری بسیار قانونمند شد.

در اواخر دهه ۱۹۸۰ و اوایل دهه ۱۹۹۰ دوره تحول سیاست رسانه‌ای استرالیا رقم خورد. هم‌راستا با خواسته جامع‌تر دولت

کارگری هاوک-کیتینگ برای ارتقای جهانی‌سازی و سیاست رقابت ملی، دوره ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۲ شاهد تجدیدنظر درباره سیاست پخش استرالیا بود که به تصویب قانون خدمات پخش ۱۹۹۲ منجر شد. این تجدیدنظر، که توسط «اداره ارشد» تازه تأسیس انتقالات و ارتباطات صورت گرفته و در صدد ارتقای رژیم اصلاحی رقابتی‌تر و آزادانه‌تر بود، پذیرش فناوری‌های جدید و خدمات مربوط به همگرایی و ورود بازیگران جدید به پخش را هم‌راستا با تغییرات موازی که در این دوره از سیاست مخابرات روی می‌داد، امکان‌پذیر می‌ساخت. عوامل نشان‌دهنده قانونگذاری پخش به صورت زیر می‌باشند:

– تغییرات تکنولوژیکی مثل ظرفیت تکنولوژی‌های جدید انتقال، مانند کابل عریض، ماهواره و سیستم‌های انتقال ماکروویو برای فراهم‌آوری خدمات چندکانالی در فواصل مختلف بدون استفاده از طیف اضافی؛

– تغییرات اقتصادی، مانند تمایل مصرف‌کنندگان به آبنه-شدن خدمات دستمزدی چندکانالی یا توسعه حوزه درآمد تبلیغاتی برای استفاده از سرویس‌های جدید به همراه سرویس‌های موجود پخش زمینی؛

– تغییرات سیاسی، که به موجب آن مقررات تغییر می‌کنند تا ورود خدمات جدید را با نیازمندی کمتر به اصلاحات نسبت به پخش‌کنندگان متصدی بپذیرند.

بنابراین عملاً تغییرات قانونی در استرالیا موجب استحکام فراوان موقعیت اقتصادی شبکه‌های متصدی پخش شد، در حالی‌که باعث تضعیف ظرفیت گروه‌های جامعه مدنی برای اعمال قدرت مخالف در مقابل پخش‌کنندگان گشت، زیرا تدابیر خودگردان مسئولان استرالیایی پخش به بیراهه رفته بود. بعد از رکود اقتصاد صنعتی در اوایل دهه ۱۹۹۰، سه شبکه پخش آزاد تجاری، سود میانگین ۲۰ تا ۲۵٪ را در طی دهه مذکور تجربه کردند که بالاتر از میانگین سطوح سودرسانی صنعت تلویزیون بود، در حالی‌که دستمزد تهیه‌کنندگان برنامه در سطح حداقل باقی ماند. از توسعه بخش تلویزیون پولی به‌وسیله سیاست‌هایی که مانع معرفی آن می‌شدند، جلوگیری شد و از گسترش ظرفیت آن برای تحصیل برنامه‌های تخصصی به‌ویژه در زمینه‌های بسیار سودآور، مانند پخش مسابقات ورزشی، ممانعت به عمل آمد. تغییرات سیاسی و قانونی خدمات پخش ۱۹۹۲، به جای آنکه منادی عصر جدیدی از سیاست‌های خدمات پخش شوند، موجب تقویت قراردادهای اجتماعی شدند.

امتحان دیجیتال: تغییر نهادی یا وضعیت موجود؟

توسعه تلویزیون دیجیتال را می‌توان با دقت در بهبود پخش تلویزیونی و بهتر شدن کیفیت تصویر و صدا، گسترش حوزه پخش اطلاعات و چندکانالی شدن درک نمود. این امر نشان‌دهنده انتقال برتری تلویزیون پخش می‌باشد که حدود ۵۰ سال است در اکثر کشورهای پیشرفته صنعتی - که به سوی عصر همگرایی و رسانه‌های چندعرصه‌ای در حرکتند - شایع شده است. آخرین سناریو

به نقل از ترابن سیورتنس اینگونه است که عوامل تغییرات در پخش تلویزیونی اروپا به صورت زیر طبقه‌بندی می‌شوند:

- همگرایی بین بخش‌های رسانه‌های تنظیم‌شده و تنظیم-نشده، مانند پخش و مخابرات
- افزایش زیاد تعداد کانال‌های پخش موجود در نتیجه دیجیتالی‌کردن شبکه‌ها
- احتمال ظهور وجوه جدید نیروی انحصاری خارج از کنترل
- به‌وجود آمدن پخش دارای شکل‌های تجارت الکترونیکی
- جهانی‌کردن رسانه‌ها و افزایش تراکم رسانه‌های فرا ملی، به‌ویژه در زمینه رسانه‌های جدید
- افزایش هزینه‌های برنامه‌ریزی در زمینه‌هایی مانند پخش زنده ورزش و فیلم‌های مهم
- تمرکز جهانی مالکیت رسانه‌ها (احتمالاً با تأکید بر بحران

پخش تجاری را تا سال ۲۰۰۶ تمدید نموده و محدودیت‌هایی را برای پخش اطلاعات و خدمات متقابل تنظیم نموده است. خریداران آینده مانند شرکت خبری تلسترا و گروه روزنامه‌های فایر فاکس اقدامات آخر را به قدری طاقت‌فرسا می‌دانند که برای هیچ یک از مجوزهای پخش اطلاعات که از سال ۲۰۰۱ در دسترس قرار گرفته بودند، پیشنهاد خریدی عرضه نکرده بودند. آنچه به‌وجود آمده، راهکاری بسیار متعصبانه برای سیاست رسانه‌های پخش می‌باشد که به نفع پخش‌کنندگان متصدی به ویژه انتشار و پخش محدود خانواده پارکر (مالک شبکه نه، پربیننده‌ترین شبکه تجاری استرالیا) است. به همین دلیل در توسعه تلویزیون دیجیتالی استرالیا تا حد زیادی وقفه افتاده است. در همین راستا شرکت خبری روبرت ماردوش، از تأسیس شبکه تلویزیونی چهارم یا سرویس پخش اطلاعات منع شد که احتمال داشت بدین وسیله وارد پخش تلویزیونی استرالیا شود. فقط ABC



اگر به تغییرات بالقوه مربوط به تلویزیون دیجیتالی در مورد آخر نگاهی بیندازیم، به روشنی نشان می‌دهد تلویزیون در سال ۲۰۱۰ کاملاً متفاوت از آنچه در سال ۲۰۰۰ بوده است خواهد بود، که ثابت می‌کند استرالیا در توسعه تلویزیون دیجیتالی ثابت نخواهد داشت.

بود که به عنوان پخش‌کننده متعهد به چند کانال، با بستن دو کانال دیجیتالی تلویزیون خود به نام کیدز تی.وی. و فلا تی.وی. به قطع سرمایه‌گذاری دولت عکس‌العمل نشان داد. تا همین لحظه که مقدمات اولیه تلویزیون دیجیتالی استرالیا تحت رژیم فعلی توسعه یافته است، این تلویزیون به شدت در محدوده گسترده پیشنهادات پخش‌کنندگان متصدی پخش آزاد خواهد بود. امکانات گسترده‌تری که به این تغییرات فناوری مربوط هستند تا مدت‌زمانی در استرالیا قابل درک نخواهند بود.

جالب است بدانیم انتقادات تند وارده بر راهکار دولت جهت معرفی تلویزیون دیجیتال در کشور از کمیسیون بهره‌وری و آژانس مسئول بررسی شکایات قانونی با اصول سیاست رقابت ملی، سرچشمه می‌گیرد. پخش کمیسیون بهره‌وری گزارش نهایی (۲۰۰۰) دریافته است که لایحه خدمات پخش منسوخ‌شده، از لحاظ حکومتی پیچیده و پایه‌ای نامناسب برای واکنش به چالش-

امپراطوری‌های تلویزیون پولی اروپا مانند شبکه‌های کرچ و ویوندی)

- مشکل شناسایی نقش آینده و منبع سرمایه‌گذاری قابل حفظ برای پخش خدمات عمومی ملی.

اگر به تغییرات بالقوه مربوط به تلویزیون دیجیتالی در مورد آخر نگاهی بیندازیم، به روشنی نشان می‌دهد تلویزیون در سال ۲۰۱۰ کاملاً متفاوت از آنچه در سال ۲۰۰۰ بوده است خواهد بود، که ثابت می‌کند استرالیا در توسعه تلویزیون دیجیتالی ثابت نخواهد داشت. سیاست فعلی دولت استرالیا برای تبدیل تلویزیون از آنالوگ به دیجیتال، منطق قرارداد اجتماعی را به دامنه رسانه‌های همگرا گسترش داده است. سیاست‌های توسعه‌یافته توسط دولت حزب آزادیخواه - ملی از سال ۱۹۹۸ تعاریف زیادی را از تلویزیونی با ساختار عالی به پخش‌کنندگان تجاری حکم نموده، چندکانالی بودن پخش‌کنندگان تجاری را ممنوع کرده، منع مجوزهای جدید

های دیجیتال شدن، همگرایی تکنیکی و خدمات رسانه‌ای جدید به‌شمار می‌رود. این کمیسیون به قراردادهای سیاسی آگاه‌کننده سیاست پخش استرالیا به‌عنوان بخشی از «تاریخ سازش‌های سیاسی، فنی، صنعتی، اقتصادی و اجتماعی» می‌نگرد که میراثش خلق چارچوب سیاسی درون‌نگر، مخالف رقابت و محدودکننده است. «کمیسیون بهره‌وری استدلال می‌کند که در گسترش منطق سبک و سنگین کردن و حمایت از پخش‌کنندگان متصدی در دامنه رسانه‌ای که می‌توانست عمیقاً متفاوت باشد، دولت «محدودیت‌های قابل‌توجه و مستبدانه‌ای را برای نوآوری، تعامل و خدمات اضافی فناوری دیجیتال» قرار داده است. کمیسیون در ادامه معتقد است که در یک محیط تغییر تکنولوژی فراگیر و نامطمئن در مورد تأثیر خدمات جدید، حال زمان افزودن آجرهای جبرانی روی دیوار نیست، اما می‌توان از این فرصت برای طرح ساختاری که خدمات بیشتری به استرالیا ارائه دهد، استفاده کرد. رقابت بیشتر، تنظیم و اصلاح کمتر، اصلاحات مجوز طیف و انتشار سریع طیف، بهترین ابزار دستیابی به این هدف هستند.

دموکراسی اجتماعی و جهان چندسکویی

در اوایل دهه ۱۹۹۰، هنگامی که مباحثات در مورد سیاست آتی پخش رسانه‌های استرالیا به شدیدترین شکل خود جریان داشتند، دو دیدگاه قابل‌شناسایی بودند: اولین دیدگاه را می‌توان موقعیت نئولیبرال نام نهاد که به شدت توسط اداره انتقالات و مخابرات ترویج می‌شد، همچنین نویسندگانی مانند مک‌گینس، جونز و پاپاندرا نیز به حمایت از آن می‌پرداختند. این دیدگاه‌ها در ساده‌ترین شکل خود به شرح زیر هستند:

- قسمت پخش استرالیا بر مبنای «محافظة همه‌جانبه» قرار داشت که بر اساس آن از پخش‌کنندگان متصدی در برابر تازه‌واردان حمایت می‌شد. از افراد خلاق در مقابل رقبای خارجی



به‌وسیله ایجاد محدودیت‌هایی بر دستمزد نیروی کار با استفاده از سهمیه‌های موجود در صنعت محافظت می‌شد.

- رسانه‌های پخش مانند دیگر بخش‌های اقتصاد استرالیا از سیاست‌های ایجادکننده موانع برای ورود افراد تازه، توسعه سرویس‌های جدید و تدابیر ارتقای رقابت‌های بزرگ و همچنین رقابت خارجی سود می‌جستند.

- مسیر وسیع تغییر تکنولوژی، اقتصادی و سیاسی چنین تغییراتی را غیرقابل اجتناب می‌کند. همچنانکه موانع سازمانی بین تلویزیون و دیگر بخش‌ها در طول زمان به‌خاطر همگرایی تکنولوژی حذف شده بودند؛ مصرف‌کنندگان نیز بیش از گذشته به تولیدات برون‌مرزی که توسط کابل، ماهواره یا اینترنت عرضه می‌شدند، دست یافتند. در این میان دولت‌ها نیز نیاز بیشتری به

انتقاد از سیاست رسانه‌های فعلی توسط کمیسیون، انتقاد جالبی است، حتی اگر گزارش نهایی آن توسط دولت فعلی کنار گذارده شود. از نظر تاریخی، انتقاد سیاست رسانه‌ها به نام شهروندی، از تقاضا برای استفاده از تنظیم رسانه‌ها برای تعدیل قدرت بازار در زمینه کمیابی رسانه‌ها هنگامی که تعداد اندکی کانال آزاد در سرزمینی پهناور فعالیت دارند و هدفشان دستیابی به مستمعان فراوانی است، به‌وجود آمده است. در مقابل کمیسیون استدلال می‌کند که به منافع عمومی با کاهش موانع برای پخش‌کنندگان جدید و عملیات بازارها خدمت بیشتری خواهد شد. مشاهدات این کمیسیون در مفاهیم وسیع‌تر همگرایی و تغییر تکنولوژی رسانه‌ها و تأثیر آنها بر پخش استرالیا این عقیده را اثبات می‌کند که نباید به رسانه‌ها مانند دیگر صنایع فرهنگی /

ایجاد هماهنگی میان سیاست‌های داخلی و تعهدات خود تحت توافق‌های تجاری بین‌المللی - مانند توافق کلی تجارت در خدمات (GATS) که در سازمان تجارت جهانی نیز ثبت شده است - احساس نمودند.

این دوره با توسعه دیدگاه دموکراسی اجتماعی (سوسیال دموکراتیک) برای سیاست رسانه‌ها خصوصاً با تلاش گرانهام و کوران در این رابطه مشخص می‌شود. این دو مقایسه دیدگاه «شهروند» و «مصرف کننده» را به عنوان مثال‌هایی از تفاوت بین نئولیبرالیسم و دموکراسی اجتماعی مطرح می‌کند.

در ساده‌ترین شکل دیدگاه دموکراسی اجتماعی به شرح ذیل است:

- «رسانه تجارت دیگری به‌شمار نمی‌رود»، زیرا مسئولیت اجتماعی وسیعتری را نسبت به جامعه محلی و ملی برعهده دارد و اصلاحات سیاست رسانه نیازمند ارزیابی بر مبنای اجتماع است نه فقط معیارهای اقتصادی.

- تنوع و گوناگونی رسانه الزاماً با گسترش رسانه‌های تجاری ایجاد نمی‌شود، بلکه در این میان پخش‌کنندگان عمومی ملی نیز نقش مهمی را بر عهده دارند، که یا حاملان اصلی مسائل حوزه عمومی در رسانه و سیستم ارتباطات هستند و یا آنکه بر قسمت پخش تجاری تأثیرگذارند.

- نیاز به دفاع از فضاهای سمعی-بصری ملی و شالوده‌های فرهنگی و سازمانی پشتیبان آنها که تحت فشارهای همراه با جهانی‌سازی و قراردادهای بین‌المللی تجاری مانند GATS و WTO هست.

با نگاهی به عقب و بررسی این استدلال‌ها در میانه دهه ۲۰۰۰ آنچه پرواضح است، موقعیت نئولیبرال است که وضعیت کنونی را برای شناسایی آینده سیاسی مطلوب، مورد انتقاد قرار می‌دهد، در حالی که موقعیت سوسیال دموکراتیک بدون اینکه موقعیت تعریف‌شده‌ای در مورد ترتیبات سازمانی موجود ارائه دهد از آینده نئولیبرال انتقاد می‌کند. در دوره‌ای از سال ۱۹۹۲ تنها عناصر دستورالعمل سیاست نئولیبرال که اجرا شدند، عبارت بودند از عناصری که حیطه مشارکتی منافع عمومی و سازمان‌های اجتماع شهری را به سمت ارزیابی رفتار پخش‌کننده‌ها کاهش دادند. قرارداد سیاسی به‌وجودآمده شامل انجماد چارچوب سازمانی پخش استرالیا به همراه تضمین سوددهی بالا برای متصدیان به عنوان شرایط ساختاری برای نگهداری از قالب‌های اصلاحی مندرج مانند استاندارد مندرج استرالیا بود. در این مقاله بحث می‌شود که هدف اصلی ترتیبات صورت‌گرفته برای معرفی تلویزیون دیجیتال در استرالیا این ترتیبات در زمان نامعینی در دهه ۲۰۰۰ و حتی دهه ۲۰۱۰ می‌باشد.

سؤالی که در این مقاله مطرح می‌شود آن است که آیا ساخت یک موقعیت دموکراتیک اجتماعی اساساً تدافعی برای سیاست رسانه در پرتو تغییرات شناخته‌شده، مناسب است یا خیر؟ مدل‌های هنجاری موجود مانند چارچوب پنج‌بخشی کوران برای خدمات عمومی و رسانه تجاری، محلی، مستقل و اجتماعی به

نسبت تقدیمی که به خدمات پخش عمومی و همچنین چارچوب سیاست ملی تصویب شده می‌دهند، نامناسب به‌نظر می‌رسند. چنین روش‌هایی نه تنها تفاوت‌های موجود بین انواع رسانه‌های مبنی بر تجارت - بیش از همه تفاوت‌ها بین بخش‌های پخش (آزاد هوایی) و کابل (اشتراکی) - را مورد توجه قرار نمی‌دهند، بلکه در تصدیق گستره‌ای که توسعه پخش اشتراکی و رسانه‌های چندکانالی مستلزم سیستم‌های رسانه‌ای ملی در مدار جهانی تولید و توزیع برنامه هستند، نیز قصور ورزیده‌اند.

کولینز در رابطه با پخش عمومی اظهار می‌دارد که محاسبات هنجاری نقش بخش عمومی در نگهداری حوزه عمومی، بینش خود را نسبت به آنچه پخش‌کننده‌های عمومی واقعاً به عنوان کار برنامه‌ای انجام می‌دهند از دست می‌دهند و اینکه آیا اقدامات آنها به چنین ایده‌آل‌های دور از دسترس می‌رسند یا در واقع باید با اولویت‌های آشکار مخاطب مواجه شوند. جاکا استدلال‌هایی را که می‌گویند «ارشدیت طبیعی» پخش عمومی خود را با اصول

«کمسیون بهره‌وری استدلال می‌کند که در گسترش منطق سبک و سنگین کردن و حمایت از پخش‌کنندگان متصدی در دامنه رسانه‌ای که می‌توانست عمیقاً متفاوت باشد، دولت «محدودیت‌های قابل‌توجه و مستبدانه‌ای را برای نوآوری، تعامل و خدمات اضافی فناوری دیجیتال» قرار داده است.

شهروندی مانند ارتقای استدلال دموکراتیک، تولید برنامه کیفی و یا غنی‌سازی حوزه عمومی هم‌راستا می‌کند، مورد سؤال قرار می‌دهد. او همچنین اظهار می‌دارد که رشد واکنش‌پذیری پخش - کنندگان عمومی به اولویت‌های مخاطبان نتیجه غم‌انگیز کاهش حوزه عمومی در مواجهه با کاپیتالیزم تجاری نیست، بلکه به فشارهایی مربوط می‌شود که رقیبان جدید تجاری و بازارمدار به - کار وارد می‌کنند که در محیط رسانه‌های چند سکویی و همگرا تشدید می‌شوند. در تعدادی از کشورها و در مجموعه‌ای از انواع برنامه‌ها (از برنامه‌های مستند BBC مانند راه‌رفتن با دایناسورها گرفته تا برنامه‌هایی مانند برادر بزرگ) فعالیت تحقیق و توسعه گسترده‌ای در صنایع سرگرم‌کننده درباره چگونگی امکان ترکیب مشارکت و تعامل اینترنت با پخش تلویزیون برای دستیابی به توده مخاطبان در حال انجام است.

با افزایش ظرفیت‌های باند وسیع این امکان تا حد زیادی مورد کاوش قرار می‌گیرد. به‌جای مشاهده افزایش رقابت بازار بزرگتر در پخش به‌عنوان

خطر تهدیدکننده اصول سیاست رسانه‌های پخش می‌توان استدلال کرد که این افزایش می‌تواند ارزش‌های هسته‌ای دموکراتیک اجتماعی را مانند انواع برنامه‌ها و تعدد رسانه‌ها به طور مؤثرتری ارتقا دهد.

نکات

الف- سازمان‌گرایی، نسبت به سنت‌های فکری در زمینه‌های مختلف تئوری اجتماعی پدید آمده است. در اقتصاد، سازمان‌گرایی تا حد زیادی بخشی از سنت «مخالف» اقتصاد سیاسی به‌شمار می‌رود که در مخالفت با پهنه گسترده تئوری نئوکلاسیک با تمرکز بر فردگرایی متدولوژیکی توسعه یافته و به طور خودکار به پاکسازی بازار و بی‌توجهی‌های مربوط در طول تاریخ می‌پردازد. در زمینه‌هایی مانند علوم سیاسی و جامعه‌شناسی با تمرکز بر سازمان اغلب به‌عنوان واکنش به مارکسیسم مخصوصاً در اختلافات ساختارگرایانه خود توسعه یافته‌اند. کار تدا اسکوکپول روی تئوری کشور و انتقاد باری هیندس از تحلیل طبقاتی برای غفلت آن از قالب‌های سازمانی که اعمال سیاسی در آنها صورت می‌گیرند، مثال‌هایی از مورد آخر هستند. همچنین طیفی از دیدگاه‌ها در تحلیل سازمان‌گرایانه وجود دارد که از سازمان‌گرایی «انتخاب منطقی» تا سازمان‌گرایی «تاریخی» یا «جامعه‌شناسانه» متغیر بوده و سازمان‌گرایی جامعه‌شناسانه را به اقتصاد سیاسی نزدیک‌تر می‌دانند.

ب- درک رابطه بین سازمان‌ها و مباحثه، با تلاش مایل فوکالت پیشرفت زیادی نمود، در حالی که بعضی‌ها مانند استوارت‌هال، از فوکالت به‌خاطر تأکید فراوان بر اهمیت مباحثه و چشم‌پوشی از اهمیت روابط قدرتمند در سازمان‌های اجتماعی انتقاد کرده‌اند و برخی مانند لاکلائو و موفی اظهار می‌دارند که روابط سازمانی در واقع در سطح مباحثه قابل درک هستند. در اینجا روش مطلوب من روش گیلز دیلوز است که تلاش فوکالت را یک ارتباط سازنده متقابل بین سازمان‌ها و مباحثات مشاهده می‌کند.

ج- دولت‌های کارگری فدرال باب هاوک و پائول کیتینگ از سال ۱۹۸۳ تا ۱۹۹۶ در استرالیا در رأس قدرت بوده‌اند که طولانی‌ترین دوره مستمر دولت کارگری فدرال در تاریخ استرالیا به‌شمار می‌رود. یکی از ویژگی‌های این دولت‌ها تعهد همیشگی به بازارهای نامتعادل و حذف موانع تجاری جهت ارتقای جهانی‌سازی و رقابت بین‌المللی اقتصاد استرالیا است. به‌خاطر انتقادهای افرادی مانند مادوکس جانث و پوسی این دوره به‌عنوان دوره سنت کارگری با گرایش به سیاست‌های نئولیبرالیسم نام گرفت. برای کسانی مثل امی، کاتلی و لاتام که چنین اصلاحات اقتصادی را لازم می‌دانند، موقعیت تجاری رو به انهدام استرالیا در اواسط دهه ۱۹۸۰ مدرکی دال بر شکست سیاست‌های دفاع داخلی به-وسیله حفاظت‌گرایی اقتصادی به‌شمار می‌رفت که التزام تاریخی تبدیل قرارداد سیاسی به کاپیتالیسم جهانی شده استرالیا را نشان می‌دهد.

د- ویژگی دیگر پخش استرالیا گستره‌ای است که در آن تا

اندازه‌ای پخش‌کننده‌های عمومی مخصوصاً شرکت پخش استرالیا (ABC) به‌عنوان لائبراتورهای تحقیق و توسعه برای پخش تجاری کار کرده‌اند. ABC اغلب قالب برنامه‌های مبتکرانه‌ای را در زمینه‌هایی مانند مسائل روز، کم‌دی و مستندات که توسط پخش‌کنندگان تجاری خریداری شده‌اند، توسعه داده است. با تفاوت دستمزدی زیادی که بین پخش‌کنندگان تجاری و ABC وجود دارد، ABC تعدادی از شخصیت‌های تلویزیونی را که متعاقباً توسط پخش‌کنندگان تجاری به‌کار گرفته شده‌اند، آموزش داده است.

ه- مورد مهم سیاسی دیگر در دهه ۱۹۹۰ اتفاق افتاد که تأثیر بالقوه قراردادهای بین‌المللی تجاری بر سیاست‌های داخلی به ویژه اصلاحات محتوایی استرالیا می‌باشد. در جای دیگری نیز واکنش نمایندگان بخش سمعی و بصری استرالیا را به قرارداد کلی خدمات تجاری، قرارداد روابط اقتصادی نزدیکتر با نیوزیلند و امکان عقد قرارداد تجاری آزاد بین استرالیا و ایالات متحده، مورد بحث و بررسی قرار دادیم.

و- جیمز کوران در ارزیابی معروفش از رابطه رسانه‌های گروهی با سیاست دموکراتیک، پیشنهاد کرده است که سیستم رسانه‌های دموکراتیک احتمالاً در هسته خود خدمات پخش عمومی دارد، زیرا به‌عنوان یک قالب سازمانی در بهترین حالت می‌تواند اصول حوزه عمومی‌داری بازار تجاری، بازار اجتماعی و حرفه‌ای و بخش‌های داخلی توسعه‌یافته در اطراف آن را درک کند.

ز- این استدلال که می‌گوید می‌توان به گسترش قالب‌های برنامه فراعرضه‌ای به‌عنوان توسعه و تحقیق صنعتی نگریست، با نظریات استوارت کانینگهام اهمیت بیشتری می‌یابد.

ح- استثنای اصلی، آنکه به راه و روش آینده پرداخته و در ایالات متحده مورد بحث قرار گرفته است، مفاهیمی از ادغام ای. ا. ال و تایم وارنر در سال ۲۰۰۰ را در بر می‌گیرد. پاتریشیا آفدرهید اظهار می‌دارد که مباحثات در مورد وسایل دیجیتال آینده و آسایش سریعی که از ادغام ای. ا. ال و تایم وارنر به‌وجود می‌آید، لحظه بی‌ظنری را در ترکیب پژوهش و دفاع ایجاد می‌کند. وی در مباحثه در مورد چگونگی حمایت دیسنی از استدلالات قابل دسترسی آزاد ادغام ای. ا. ال و تایم وارنر اظهار می‌دارد که بینش حامیان منافع عمومی عبارت است از حمایت از منافع استراتژی‌های عام که به خوبی در راستای خطوط تجاری/غیر تجاری، عمومی/خصوصی و مصرف‌کننده/شهروندی سازماندهی نشده‌اند.

منبع:

TV & new media, 2006

