

نظام جامع اطلاع‌رسانی بسیج از الزامات شکل‌دهی به قدرت نرم ارتش

بیست میلیونی

دکتر سید رضا نقیب‌السادات^۱

تاریخ ارسال: ۹۵/۹/۱۶

اسماعیل احمدی^۲

تاریخ پذیرش: ۹۷/۴/۳۰

چکیده

مقابله با انواع تهدیدهای نرم، نیازمند قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران است تا نظام با استواری باقی بماند و فرهنگ تفکر انقلاب، جهانی شده و در جهان استقرار یابد. دستگاه‌ها و نهادهای انقلابی باید زمینه‌ساز و شکل‌دهنده به این قدرت نرم بوده و توانایی مقابله با هر نوع تهدید را داشته باشند. بسیج یکی از دستگاه‌هایی است که با تأکید بر توان مردم، از جبهه‌های مقاوم برای مقابله با تهدیدهاست که با استقرار نظام جامع اطلاع‌رسانی تقویت می‌شود. طراحی و استقرار این نظام، دارای الزام‌ها و ملاحظه‌هایی است که در اینجا از منظر مدیران و متخصصان بسیج به آن می‌پردازیم.

هدف این پژوهش، شناخت شیوه طراحی، پیاده‌سازی، استقرار و اداره نظام جامع اطلاع‌رسانی در بسیج مستضعفین از منظر متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی است و با استفاده از روش کیو و با جمعیتی هفتاد نفری از متخصصان، به ارائه نتایج و دستاوردها می‌پردازد. نتیجه نشان می‌دهد ایجاد یک نظام جامع اطلاع‌رسانی، نه تنها دارای رویکردهای خاص مدیریتی در اداره است، بلکه از چهارچوب‌های معین و الزام‌های مشخصی نیز پیروی می‌کند. بررسی انجام‌شده با استفاده از روش کیو، نتیجه تفکیک میان دو گونه دیدگاه مدیران و مسئولان بسیج، با دیدگاه کارگزاران و فعالان بسیج

۱. دانشیار دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم ارتباطات (نویسنده مسئول)

۲. دانشجوی دکتری ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

را مقابل ما نهاد. این امر نه تنها می تواند در ارائه ملاحظه های اداره رسانه نقش داشته باشد، بلکه در تولید محتوا و عمل نیز مؤثر است.

واژگان کلیدی: قدرت نرم، نظام جامع اطلاع رسانی، بسیج، الزام های استقرار، متخصصان و

مدیران.

مقدمه

برای اینکه همواره فرهنگ بسیجی راهگشا باقی بماند، باید بتواند با حفظ اصول و مبانی پاسخ گوی نیازهای زمانه باشد و گرنه در صورت مواجهه با فرهنگ های دیگر، ایستایی و استحکام خود را از دست داده و دچار دگرگونی می شود. استمرار در فرایندهای تولید و توزیع اطلاعات در قالب نظام جامع اطلاع رسانی، نه تنها موجب دوام و بقای بسیج می شود بلکه با آگاهی بخشی به آحاد بسیج و شکل دهی به قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران از طریق افزایش توانمندی در بهره گیری از رسانه ها و اطلاعات، عامل بازدارنده تهدیدها نیز هست. بسیج به عنوان نهادی مردمی، انقلابی و مکتبی با سطح پوشش گسترده، توانمندی های گوناگون و جایگاه اجتماعی معتبر، این امکان را دارد تا خود را به عنوان تولیدکننده، تقویت کننده و نشردهنده قدرت نرم معرفی کند و به اهداف راهبردی خود که همانا ایجاد عمق استراتژیک برای حفظ توسعه و تعمیق انقلاب اسلامی از طریق نهادسازی و سامان دهی زیرساخت های فراگیر مردمی با فرهنگ اسلامی است، دست یابد.

نظام فناوری های اطلاعات و ارتباطات و کاربست فزاینده آن در تمامی ابعاد زندگی بشری، از چند جهت فهم متعارف از منابع، ماهیت و اشکال قدرت را دگرگون ساخته است. نخست آنکه براساس الزام های فناوری اطلاعات و ارتباطات، دولت - ملت ها به عنوان مهم ترین بازیگران عصر صنعتی با کنشگران جدیدی روبه رو شده اند و در وضعیت پیچیده ای از همزیستی، تعامل یا تقابل با آنها به سر می برند. توزیع قدرت میان کنشگران متعددی مانند سازمان های بین المللی، شرکت های چندملیتی، جنبش های اجتماعی فراملی، سازمان های غیردولتی و افراد، چالش بزرگی را فراروی جایگاه و کارکرد سنتی دولت به عنوان تنها دارنده و اعمال کننده قدرت قرار داده است؛ دوم اینکه فهم کلاسیک از قدرت در چهارچوب دو نوع نگاه ابزاری و ساختاری، باید در نتیجه تحولات ناشی از فناوری های دیجیتالی و امکانات تازه آنها بازتعریف شود تا چهره دیگر قدرت (قدرت معنایی و مجازی) را نیز در بر گیرد. کاربرد قدرت به میزان زیادی وابسته به بافتی است که در آن قرار دارد. در بافت نوین که مبتنی بر فضای مجازی است، قدرت اطلاعات اهمیت فزاینده ای در ساختارهای قدرت جهانی و در تعامل های میان دولت ها پیدا کرده است. سوم و مهم تر اینکه فناوری اطلاعات به بازسازی هویت و حوزه های

موضوعی در سیاست جهان انجامیده است؛ به عبارت دیگر اگر تمایلات کنشگران را نتیجه تعامل آن‌ها با دیگران و دستیابی به تعریفی از خود و دیگری قلمداد کنیم، فناوری اطلاعات به دلیل ماهیت تعاملی و پویای آن، به مهم‌ترین بسترساز این تعامل تبدیل شده است (دهشیار و نورمحمدی، ۱۳۸۹).

نظام جامع اطلاع‌رسانی سیستمی با تمامی ویژگی‌های یک سیستم یعنی درون‌داد، برون‌داد، پیش‌خوراند (پردازش) و پس‌خوراند (فیدبک) است که البته الگوی واحدی در این زمینه وجود ندارد. این نظام یک سیستم فیدبکی مداربسته است که در تعامل کامل با محیط خارج قرار دارد. نکته بسیار مهمی که ممکن است تاکنون به آن توجهی نشده باشد، این است که هر حرکت مدرن که با تکیه بر دیدگاه کاربردگرایی محقق می‌شود، به ایجاد وحدت و انسجام در مقوله‌ای می‌انجامد و موفقیت آن را نیز تضمین می‌کند. با همین قیاس می‌توان گفت یکی از عمده‌ترین زیرساخت‌های توسعه، یکپارچگی و انسجام اطلاعاتی است که بدون آن تمامی امکانات و توانمندی‌های موجود در بسیج به هرز می‌رود و عملیات موازی و تکراری را در بر داشته، بدون اینکه نتیجه قابل قبولی به همراه داشته باشد. این شکل عمل‌کردن، تنها به ایجاد جزایر تکنولوژیک در بسیج کمک می‌کند؛ بنابراین نظام جامع اطلاع‌رسانی باید با تکیه بر نگرشی سیستمی و رویکردی راهبردی و با یاری‌جستن از تفکرات مدیریت دانش، به سیاست‌گذاری پیرامون انسجام تولید، توزیع و کاربرد اطلاعات در سطوح گوناگون واحدهای بسیجی یا پایگاه‌های بسیج، تبلور پژوهش در استقرار عدالت، توسعه همه‌جانبه کشور، برقراری ارتباط بین زنجیره اجرا و پژوهش، ایجاد ارتباط سیستمی بین آموزش و پژوهش، برقراری ارتباط کلان بین امکانات اطلاع‌رسانی، فراهم‌آوری اطلاعات تجارت الکترونیک، بارورسازی اقتصاد اطلاعات در بازار ملی و بین‌المللی اطلاعات، برقراری ارتباط هماهنگ بین حوزه حمایت‌های اجتماعی کشور، و بهره‌مندی از تجارب موفق در کشورهای دیگر همت گمارد.

با رویکرد ارتباطی، ابعاد یک نظام جامع دربردارنده اداره و سازمان، محتوا، مخاطب و آثار اجتماعی عملکردی نظام خواهد بود. سازمان بسیج مستضعفین به‌عنوان نهادی رشدیافته در بستر انقلاب اسلامی، با رویکردی مردمی برای تحقق آرمان‌های انقلاب با جمعیتی میلیونی سروکار دارد که ضمن حفظ این جمعیت و پشتیبانی مقتضی از آن باید نسبت به جذب نیروهای تازه به این نهاد اقدام شود. در حال حاضر، به دلیل نبود یک نظام منسجم اطلاع‌رسانی و فقدان آگاهی لازم نسبت به ویژگی‌ها و شیوه عملکرد آن در سازمان بسیج مستضعفین، کارآمدی و موفقیت لازم در انتقال پیام و آموزه‌های مورد توجه این سازمان، حاصل نمی‌شود و زمان و انرژی و هزینه‌های زیادی از دست می‌رود.

آسیب‌های کنونی ناشی از فقدان نظام جامع اطلاع‌رسانی، اختلال‌های متعدد در شبکه ارتباطی و هم‌پوشانی وظایف و فعالیت‌ها و فقدان پاسخ‌گویی به نیازهای مخاطبان را در پی داشته است.

پرسش اصلی در این پژوهش این است که دیدگاه‌های متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی سازمان بسیج مستضعفین (با رویکرد اجتماعی) نسبت به طراحی، پیاده‌سازی، استقرار و شیوه نظام جامع اطلاع‌رسانی بسیج چیست؟

در این پژوهش، بر عوامل و شاخص‌های یک نظام جامع اطلاع‌رسانی از منظر اداره و سازمان، محتوا، مخاطب و آثار اجتماعی آن تأکید می‌کنیم.

در بیان ضرورت و اهمیت این مطلب نیز باید گفت توجه به دامنه گسترده عملکرد سازمان بسیج مستضعفین و ضرورت ایفای نقش ارتباطی در این عرصه، در کنار تحقق اهداف سازمانی پیش‌بینی شده، ما را با دو ضرورت مواجه می‌سازد:

۱. ضرورت و اهمیت نظری یا علمی

با اجرای این پژوهش، دیدگاه‌های مدیران نسبت به طراحی نظام جامع اطلاع‌رسانی به دست می‌آید و عناصر و مؤلفه‌های آن شناخته شده و با کسب این اطلاعات، زمینه‌های لازم برای کارآمدی در عملکرد اطلاع‌رسانی بسیج فراهم می‌شود. ناگفته نماند این پژوهش با توجه به عرصه اطلاع‌رسانی در علم ارتباطات، از منظر انتقال ایده‌ها، دانش‌ها و باورها مشارکت می‌کند. از جنبه نظری نیز با اجرای این پژوهش، امکان رفع آسیب‌ها و مقابله با چالش‌ها از نظر متخصصان، مدیران و کارشناسان بسیج مهیا می‌شود.

۲. ضرورت و اهمیت عملی یا اجتماعی

در این بررسی، نقش و اهمیت اطلاع‌رسانی به‌عنوان ابزار نیرومند ارتباطی در جهت شناساندن ایده‌ها به مخاطبان و نقش آن در توسعه فرهنگی، توجه و تحقیق در این زمینه را اجتناب‌ناپذیر می‌سازد. مسئولان فرهنگی بسیج با آگاهی از نقش و تأثیری که بر مناسبات اجتماعی و مخاطبان خود و همچنین توسعه فرهنگی این نهاد دارند، می‌توانند با تأکید بر دستاوردهای این پژوهش و توسعه دامنه پیام‌گیران (غیربسیجی)، حفظ و نگهداری اعضا (بسیجی)، با دقت نظر و احساس مسئولیت بیشتری در این زمینه فعالیت کنند؛ بنابراین اطلاعات حاصل از اجرای این پژوهش می‌تواند در عرصه‌های زیر نقش‌آفرین باشد:

- افزایش سطح تعامل با رسانه‌ها در قالب نظامی منسجم؛

- افزایش دسترسی مردم به اطلاعات سازمانی بسیج از طریق فرایندهای ارتباطی به‌ویژه در فضای مجازی؛

- توسعه نظام فراگیر اطلاع‌رسانی بسیج با در نظر گرفتن ضرورت‌ها و نیازهای جامعه امروز با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی؛

- دستیابی به توانایی پاسخ‌گویی به افکار عمومی.

از این‌رو لزوم طراحی نظام جامع و مطلوب اطلاع‌رسانی در این تشکل احساس می‌شود. چنانچه بخواهیم به اهداف پژوهش پردازیم باید هدف اصلی را بدین شرح اعلام کنیم: شناخت نظام جامع اطلاع‌رسانی بسیج به‌عنوان یکی از الزام‌های شکل‌دهی به قدرت نرم ارتش بیست‌میلیونی، از منظر متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی سازمان بسیج مستضعفین. اهداف فرعی نیز در بردارنده زمینه‌های مورد تأکید ذیل است:

- شناخت شیوه طراحی، پیاده‌سازی و استقرار نظام جامع اطلاع‌رسانی در بسیج مستضعفین از منظر متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی؛

- شناخت ویژگی‌های محتوایی، فرمی و عناصر نظام جامع اطلاع‌رسانی از منظر متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی سازمان بسیج مستضعفین؛

- شناخت شیوه اداره راهبردی و سازمان‌دهی اطلاع‌رسانی در چهارچوب نظام جامع اطلاع‌رسانی از منظر متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی سازمان بسیج مستضعفین؛

- شناخت شیوه‌های گردآوری و تولید اطلاعات در چهارچوب نظام جامع اطلاع‌رسانی از منظر متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی سازمان بسیج مستضعفین.

تدارک نظری بحث

تدارک نظری این مطلب را در سه بخش بسیج و فعالیت‌های آن، اطلاع‌رسانی و ابعاد آن و دیدگاه‌ها و نظریه‌های مرتبط با موضوع ارائه می‌دهیم.

مفهوم بسیج

بسیج از نظر لغوی به معنای سامان و اسباب ساز و سازمان جنگ، عزم و اراده، آماده سفر شدن و آماده‌ساختن نیروهای نظامی یک کشور برای جنگ است. بسیج حرکت منظم و سازمان‌یافته اجتماعی است که با توجه به فرهنگ هر جامعه و به اشکال مختلفی در اثر شرایط خاصی مانند جنگ، حوادث

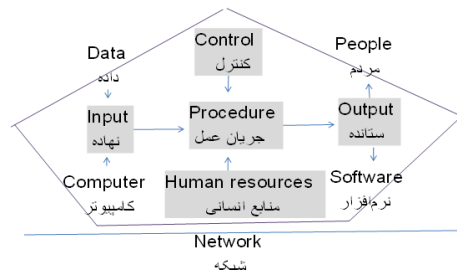
غیرمترقبه و حتی در زمان صلح و آرامش به صورت آماده‌باش به وجود می‌آید (نقیب‌السادات، ۱۳۸۱: ۲۹).

در جامعه ما بسیج همانند خانواده، نهادی اجتماعی است و عضوی از ساخت و نظام اجتماعی جامعه به شمار می‌آید؛ نهادی که با هدف پاسداری از ارزش‌ها و آرمان‌های انقلاب اسلامی به وجود آمده است و انحلال آن جز در صورت فروپاشی جامعه اسلامی، قابل تصور نیست (نقیب‌السادات، ۱۳۸۱: ۳۰).

اطلاع‌رسانی

انسان در طول تاریخ، دوره‌های تمدنی مختلفی را طی کرده است. در عصر کشاورزی، داشتن زمین مایه قدرت تلقی می‌شد و در عصر صنعتی، صاحبان صنایع سنگین که در راستای سازندگی پس از جنگ جهانی، چرخ اجتماع را به گردش درمی‌آوردند، صاحبان قدرت نیز به شمار می‌رفتند. با نزدیکی به هزاره سوم، تحول بزرگی در ساختار اجتماعی و قدرت رخ داد و اطلاعات به‌مثابه عنصری نامشهود ولی تأثیرگذار در عرصه‌های مختلف زندگی مطرح شد؛ به‌گونه‌ای که عوامل پیشین قدرت (زمین، صنایع و تجهیزات) از مرکز توجه خارج، و اطلاعات در مرکز توجه قرار گرفت. به تعبیر دیگر جابه‌جایی اساسی در شاکله قدرت پدید آمد. در عصری که عصر اطلاعات نامیده می‌شود، موجودیتی قدرتمند است که بهره‌ای از کیمیای بی‌پایان اطلاعات برده باشد. امروزه جوامعی مقتدر به شمار می‌روند که به‌خوبی بتوانند سرمایه اطلاعاتی خود را مدیریت کنند. گردآوری، سازمان‌دهی، اشاعه، استفاده و بازتولید اطلاعات، عناصر بنیادین جوامعی هستند که اطلاعات، محور اصلی آن‌ها را تشکیل می‌دهد (آزاد و نوروزی، ۱۳۸۳: ۲).

اجزای یک نظام اطلاع‌رسانی



صحبت از نظام جامع، صحبت از تمامی ملاحظه‌ها و عناصر یا الزام‌هایی است که این فرایند در ارتباط با آن‌ها، تحقق می‌یابد. نظام جامع اطلاع‌رسانی بسیج، تمامی این ملاحظه‌ها را شامل می‌شود و به‌عنوان رویکردی در اطلاع‌رسانی، قابل عرضه است (نقیب‌السادات، ۱۳۹۵: ۲۳).

شاید نزدیک‌ترین اشاره به فرایند کاری که به آن پرداخته‌ایم، در فرهنگ لغت «تجارت» آمده باشد که در آن نظام اطلاع‌رسانی به ترکیبی از سخت‌افزار و نرم‌افزار و زیرساخت‌ها و آموزش سازمان‌یافته پرسنل به‌منظور آسان‌تر شدن برنامه‌ریزی، کنترل، هماهنگی و تصمیم‌سازی در یک سازمان، اشاره دارد (1: business dictionary.com, 2016).

تعریف علم اطلاع‌رسانی

علم اطلاع‌رسانی رشته‌ای است که دربارهٔ ویژگی‌های اطلاعات و رفتار اطلاعاتی، نیروهای حاکم بر جریان اطلاعات، و روش پردازش اطلاعات به‌منظور دسترس‌پذیری و استفادهٔ بهینهٔ اطلاعات تحقیق می‌کند.

دانش اطلاع‌رسانی عبارت است از رشته‌ای علمی که به بررسی کیفیت و کاربرد اطلاعات، نیروهای حاکم بر جریان اطلاعات و همهٔ ابزارهای آماده‌سازی اطلاعات به‌منظور دسترسی و استفادهٔ مطلوب، می‌پردازد. این دانش علمی ترکیبی است که به رشته‌های دیگر مثل ریاضیات، منطق، زبان‌شناسی، فن‌ماشین‌های حسابگر، تحقیق در عملیات و هنر گرافیک، ارتباطات، دانش کتابداری، مدیریت و سایر رشته‌های مشابه نیز بستگی دارد. این علم هم دارای جنبهٔ نظری است که موضوع را صرف‌نظر از کاربرد آن مورد مطالعه قرار می‌دهد و هم دارای جنبهٔ عملی است که خدمات و محصولات را ایجاد می‌کند. اگر این تعریف پیچیده به نظر می‌رسد از آن‌روست که خود موضوع، پیچیده و چندبُعدی است و تعریف ناگزیر باید جامع و مانع باشد (برکوری، ۱۳۷۸: ۱).

یکی از اقدامات بنیادی و کلان برای مدیریت اطلاعات، شکل‌گیری نظام‌های اطلاعاتی است که در پایان هزاره دوم، به دوران بلوغ خود رسید و در قلب برنامه‌های بلندمدت و استراتژی‌های کلان کشورهای جهان نخست، جای گرفت. مغز اصلی نظام‌های اطلاعاتی، محتوایی است که به همراه چاشنی کارایی به فناوری‌های مورد استفاده در طراحی این نظام‌ها، شکل و شمایل دگرگونه‌ای می‌بخشد و فناوری اطلاعات را عامل تغییر در بازارهای جهانی معرفی می‌کند (آزادونوروزی، ۱۳۸۳: ۴).

اطلاع‌رسانی در چهارچوب فراگرد ارتباط، بیانگر فرایندی است که در جریان آن رویدادها و وقایع جاری در قالب اقدامات فرستنده‌ای که معمولاً سازمان یا نهادی رسانه‌ای است، در قالب پیام رمزگذاری شده و برای گیرنده ارسال می‌شود تا از جانب وی رمزگشایی شده و دریافت و ادراک شود. هنگامی که این فرایند در چهارچوب سیاست شکل گرفته و از منظر مدیریتی هدایت شود و دربردارندهٔ عنصری به نام نهاد و فراوری و ستانده باشد و پیامدهای این امر به نهاد باز گردد، به‌عنوان یک نظام اطلاع‌رسانی معرفی می‌شود.

خلاصه شده عناصر یک نظام



نظام یا سیستم، گروهی از اجزای بهم مرتبط است که به منظور دستیابی به هدفی مشترک، از طریق پذیرش ورودی برای تولید خروجی در یک فرایند تحول سازمان یافته، با هم کار می کنند.

سیستم یا نظام اطلاع رسانی

نظام اطلاع رسانی به معنای گردآوری، ذخیره سازی، پردازش، اشاعه و تولید اطلاعات است و دارای روندی نظام یافته برای پاسخ گویی به نیازهای اطلاعاتی مختلف است. به عبارت دیگر، سیستمی است که داده های خام را به عنوان درون داد می پذیرد و پس از پردازش، برون دادهایی به صورت اطلاعات عملیاتی و گزارش های مدیریتی تولید می کند؛ بنابراین نظام اطلاعاتی می تواند منجر به تولید اطلاعات شود. نظام های اطلاع رسانی از راه های مختلف و به طور سریع و روزآمد، اطلاعات را در اختیار استفاده کننده قرار می دهند (گزنی، ۱۳۸۰: ۷۱).

در نظام های اطلاع رسانی، داده ها جزئی بسیار ضروری بوده و شالوده هایی هستند که نظام های اطلاع رسانی براساس آنها ایجاد می شوند. موفقیت یا عدم موفقیت یک نظام اطلاع رسانی، به مدیریت داده های آن بستگی دارد. یکی از دلایل اصلی استفاده از فناوری های اطلاعاتی در نظام های اطلاع رسانی، نیاز به مدیریت بهتر داده هاست. فناوری های اطلاعاتی ما را قادر می سازند تا نظام های اطلاع رسانی کارآمدی را به وجود آوریم (گزنی: ۱۳۸۰: ۷۲).

امروزه شاهد پیشرفت های عظیم جامعه بشری در حوزه فناوری های ارتباطی، اطلاعاتی و صنایع فرهنگی هستیم و در این راستا عناصری مانند افکار عمومی و نیروهای مردم نهاد در تعیین ترتیبات جهانی اهمیت روزافزونی پیدا کرده اند؛ به طوری که بسیاری از موضوعات بین المللی از ریشه های فرهنگی عمیق برخوردار شده اند و امروز نشانه هایی از ایجاد تحولات شگرف در مفاهیم و بنیادهای امنیت، قدرت و تهدیدها در آینده مشاهده می شود.

معیارهای ارزیابی یک نظام اطلاع رسانی

عوامل زیر می تواند مبنایی برای ارزیابی نظام های اطلاع رسانی و همچنین شاخصی برای کنترل کیفیت آن باشد:

۱. ظرفیت: نظام طراحی شده باید قادر باشد تمام داده‌هایی را که برای تهیه اطلاعات مورد نیاز استفاده‌کنندگان لازم است، گردآوری، ذخیره‌سازی و آماده‌سازی کند؛
۲. کیفیت: درستی و اعتبار اطلاعات یک نظام، کیفیت آن را افزایش می‌دهد؛
۳. روزآمدی: از دو بُعد قابل تأمل است. یک بُعد آن مربوط به رابطه زمانی بین نیازهای استفاده‌کنندگان و مدت پاسخ‌گویی نظام است؛ بُعد دوم مربوط به اعتبار اطلاعات از نظر روزآمدی است؛
۴. سازگاری: تناسب بین اطلاعات گردآوری شده توسط نظام و نیاز جامعه استفاده‌کننده؛
۵. انسجام: یکپارچگی در عمل و کارایی یک نظام اطلاع‌رسانی، موجب انسجام آن می‌شود؛
۶. قابلیت انعطاف: متناسب با تغییر نیازهای اطلاعاتی استفاده‌کنندگان، قابلیت تغییر و تحول داشته باشد (برکوری، ۱۳۷۸: ۴).

نظریه اطلاعات و اطلاع‌رسانی

نظریه‌های گوناگونی در زمینه اطلاعات و اطلاع‌رسانی وجود دارد که در اینجا بر نظریه اطلاعات تأکید می‌کنیم.

نظریه اطلاعات و اطلاع‌رسانی

نظریه اطلاعات مدلی ریاضی از شرایط و عوامل مؤثر در پردازش و انتقال داده‌ها و اطلاعات فراهم می‌آورد. این نظریه با ارائه روشی برای «کمی‌سازی و اندازه‌گیری عددی اطلاعات» به موضوعاتی مانند ارسال، دریافت و ذخیره‌سازی بهینه داده‌ها و اطلاعات می‌پردازد. تمرکز اصلی این نظریه روی محدودیت‌های بنیادین ارسال و تحلیل داده‌هاست و کمتر به شیوه عملکرد دستگاه‌های خاص توجه دارد. پیدایش این نظریه اغلب به یک مهندس برق به نام کلود شانون در سال ۱۹۴۸ نسبت داده می‌شود (دایره‌المعارف بریتانیکا). نظریه اطلاعات مورد استفاده خاص مهندسان مخابرات بوده است؛ هرچند برخی از مفاهیم آن در رشته‌های دیگری مانند روان‌شناسی، زبان‌شناسی، کتابداری و اطلاع‌رسانی و دانش‌شناسی نیز مورد استفاده قرار گرفته است. مفهوم اطلاعاتی که توسط شانون مطالعه شد، از دید آمار و احتمالات بوده و با مفاهیم روزمره اطلاعات مانند «دانش» یا استفاده‌های آن در زبان طبیعی مانند «بازیابی اطلاعات»، «تحلیل اطلاعات»، «چهارراه اطلاعات» و غیره تفاوت دارد. اگرچه نظریه اطلاعات رشته‌های دیگری مانند روان‌شناسی و فلسفه را تحت تأثیر قرار

داده است، ولی به دلیل مشکلات تبدیل «مفهوم آماری اطلاعات» به «مفهوم معنایی دانش و محتوا» تأثیراتش بیشتر از نوع القای احساساتی نسبت به مفهوم اطلاعات بوده است (کنت، ۱۹۹۸).

نظریه‌های اداره و مدیریت رسانه

نظریه‌های هنجاری به تشریح بایدها و نبایدهای حاکم بر وسایل ارتباط جمعی یا به عبارتی نظام‌های کنترل و مدیریت رسانه‌ها می‌پردازد. شیوه کنترل و مالکیت رسانه‌ها بر محتوای آن‌ها اثر می‌گذارد و این امر به نوبه خود اثرات رسانه‌ها را مشخص می‌سازد. هنجار و نظام کنترل رسانه‌ها در برهه‌های زمانی و موقعیت‌های مکانی، تابعی از آرا و اندیشه‌های مربوط به فلسفه سیاسی، حقوق و تکالیف انسانی و نظام‌های اقتصادی است؛ به این معنا که ساختار قدرت سیاسی، نظام حقوقی مربوط به حقوق و تکالیف انسانی و مکانیزم فعالیت‌های اقتصادی و تنظیمات بازار، بر چگونگی فعالیت رسانه‌ها و نظام کنترل و مدیریت آن‌ها تأثیر مستقیم می‌گذارد؛ چنانکه برای مثال، نظام سیاسی اقتدارگرا و تمام‌تخواه، نظام رسانه‌ای اقتدارگرایی را تجویز می‌کند که در آن رسانه‌ها تابع دولت و ابزار اعمال قدرت هستند.

بعدها دنیس مک کوئیل (۱۳۸۶) در کتاب نظریه ارتباطات جمعی، شش نظریه هنجاری شامل «نظریه اقتدارگرا»، «نظریه مطبوعات آزاد» و «نظریه مسئولیت اجتماعی»، «نظریه رسانه‌های شوروی» (۸)، «نظریه رسانه‌های توسعه‌بخش» و «نظریه رسانه‌های دموکرات - مشارکت‌کننده» را از هم تفکیک کرده است. وی در این طبقه‌بندی با حفظ عنوان‌های چهار نظریه معروف سیرت و همکاران، آن‌ها را مورد بررسی و ارزیابی قرار داده است و در کنار این نظریه‌ها، دو نظریه نوین را که به عقیده او با شرایط و ضرورت‌های کنونی جهانی انطباق دارند، ارائه کرده است «معتدنزاد، ۱۳۸۵: ۲۷۴». مک کوئیل، در کتاب «نظریه ارتباطات جمعی» (۲۰۰۶) پس از اشاره به منابع تعهد هنجاری، هر یک از شش نظریه هنجاری رسانه‌ها را تشریح کرده است.

منابع تعهد هنجاری

مک کوئیل با اشاره به اینکه در تاریخ، اساسنامه و راهنمایی برای نهادهای رسانه‌ای وجود دارد که تعهدات نانوشته معینی را که در عمل مورد توجه است، معرفی می‌کند، می‌نویسد: «نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها، هم اهداف انتخاب‌شده درونی و هم اهداف و ادعاهای بیرونی درباره چگونگی اداره رسانه‌ها توسط خودشان را شامل می‌شود». وی می‌افزاید: «در میان منابع مربوط به آمال و آرزوها و انتظارات هنجاری، مهم‌ترین آن‌ها از بافت تاریخی شکل‌دهنده به نقش نهاد رسانه‌ای ناشی می‌شود؛ به این معنا

که در ساختار سیاسی دموکراتیک، بین نهادهای سیاسی و نقش رسانه‌ها به‌عنوان ناقل اخبار و پیش‌تاز افکار عمومی، ارتباط نزدیکی وجود دارد. این پیوند [بین نهادهای سیاسی و رسانه‌ها] از نظر نهادی، تثبیت شده نیست و تحمیلی و اجباری نیز نمی‌تواند باشد. همچنین به معنای واقعی، انتخابی نیست». مک کوپیل در ادامه به دیگر منابع تعهد هنجاری نیز اشاره می‌کند: «یکی از منابع تعهد هنجاری رسانه‌ها، نظریه‌های سیاسی و هنجاری است. آداب و قواعد و نیز آمال و آرزوهای حرفه‌ای نیز منبع دیگری است. از نظر بیرونی، خواست‌ها و مطالبات عمومی و غیرحرفه‌ای با عنوان افکار عمومی، درباره‌ی رسانه‌ها وجود دارد. نقطه‌نظرهای عامه مردم درباره‌ی نقش و مسئولیت رسانه‌ها چنانچه آشکارا بیان شود، [برای رسانه‌ها] تعهدآور است؛ از این رو رسانه‌ها دارای ارتباط شبکه‌وار با بازار و مشتریان هستند که این امر بر شیوه‌ی اداره‌ی رسانه‌ها تأثیر می‌گذارد. منبع دیگر تعهد هنجاری، دولت و کارگزاران حکومت هستند. منافع و علائق پراکنده به‌ویژه منافع اقتصادی و نیز فرهنگی و اجتماعی که به وسیله رسانه‌ها به‌ویژه اخبار و اطلاعات تحت تأثیر قرار می‌گیرد، دیگر منبع تعهد هنجاری است» (مک کوپیل، ۱۳۸۲: ۱۶۲).

مک کوپیل، منابع تعهد هنجاری رسانه‌ها را به‌طور خلاصه بیان کرده است: (۱) نظریه سیاسی و اجتماعی؛ (۲) نظریه و رویه حرفه‌ای؛ (۳) عامه به‌عنوان شهروندان (افکار عمومی)؛ (۴) عامه به‌عنوان مخاطب؛ (۵) بازار رسانه‌ای؛ (۶) دولت و کارگزاران آن؛ (۷) بخش‌های ذی‌نفع در جامعه.

روش‌شناسی تحقیق

- پرسش‌های پژوهش

الف) پرسش اصلی

نظام جامع اطلاع‌رسانی بسیج به‌عنوان یکی از الزام‌های شکل‌دهنده به قدرت نرم ارتش بیست‌میلیونی، از منظر متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی سازمان بسیج مستضعفین دارای چه ابعاد و مؤلفه‌هایی است؟

ب) پرسش‌های فرعی

- شیوه‌ی طراحی، پیاده‌سازی و استقرار نظام جامع اطلاع‌رسانی در بسیج مستضعفین از منظر

متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی چگونه است؟

- شناخت شیوه‌ی اداره‌ی راهبردی و سازمان‌دهی اطلاع‌رسانی در چهارچوب نظام جامع اطلاع‌رسانی

بسیج از منظر متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی سازمان بسیج مستضعفین چگونه است؟

- ویژگی‌های نظام جامع اطلاع‌رسانی از منظر متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی سازمان بسیج مستضعفین چیست؟

- شیوه فرهنگ‌سازی اطلاع‌رسانی و اصول و چهارچوب‌های ارتباط کارآمد در سازمان بسیج از منظر متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی سازمان بسیج مستضعفین چگونه است؟

- چه رویکردهایی برای اداره نظام اطلاع‌رسانی بسیج وجود دارد؟

- گونه‌بندی دیدگاه‌های متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی سازمان بسیج چگونه است و هر یک در کدامین نظام‌های اداره رسانه قابل طبقه‌بندی هستند؟

- چه عناصری در نظام جامع اطلاع‌رسانی بسیج مورد تأکید متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی سازمان بسیج مستضعفین است؟

- شیوه‌های گردآوری و تولید اطلاعات در چهارچوب نظام جامع اطلاع‌رسانی بسیج از منظر متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی سازمان بسیج مستضعفین چگونه است؟

روش تحقیق

در این پژوهش از روش‌های تحقیق زیر بهره‌گرفته خواهد شد: (۱) روش اسناد و مدارک علمی^۳ با تکنیک فیش‌برداری توصیفی؛ (۲) روش کیو.^۴ با توجه به هدف اصلی تحقیق که دیدگاه سرآمدان است و در پی انجام نظرسنجی‌های معمول نبوده و نیز به دلیل عمق زیاد کار، روش کیو انتخاب شده است که پژوهش‌گر را قادر می‌سازد تا ادراک‌ها و عقاید فردی را شناسایی و طبقه‌بندی کرده و عقاید هر گروه یا فرد را دسته‌بندی کند تا بتوان به مدلی دست یافت؛ ضمن آنکه این روش، نخبگانی و سازه‌گراست یعنی به ساخت‌ها و بنیان‌ها توجه می‌کند چراکه با نظریه یا مکتب سروکار دارد. روش کیو مورد استفاده، با تکنیک کیو ساخت نیافته است.

در یک مطالعه روش‌شناسانه کیویی، افراد با نمونه‌ای از گزاره‌ها (گویه‌ها) درباره برخی موضوعات که دسته کیویی نامیده شده است، نشان داده می‌شوند. از پاسخ‌گویان که مجموعه پی نامیده می‌شوند خواسته می‌شود تا این گویه‌ها را براساس دیدگاه خود، با توجه به برخی ترجیح‌ها، قضاوت‌ها یا احساس موجود درباره آن‌ها، و غالباً با به‌کارگیری یک توزیع شبه‌نرمال مرتب کنند. افراد با مرتب‌کردن دسته کیویی، ذهنیت خود درباره گویه‌ها را ارائه می‌دهند و با این کار دیدگاه درونی یا نیمرخ را آشکار می‌سازند. سپس این رتبه‌بندی‌های فردی (یا دیدگاه‌ها)، مورد تحلیل عاملی قرار می‌گیرند).

3. Documents & archival methods

4. Quannel method

جامعه آماری

با توجه به روش‌های گوناگون به کاررفته در این پژوهش، ابتدا به معرفی جامعه آماری می‌پردازیم. سپس توضیحاتی درباره جامعه آماری کیویی ارائه می‌دهیم.

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل صاحب‌نظرانی به شرح ذیل است:

- ۲۲ مدیر روابط عمومی در اقشار تخصصی بیست‌ودوگانه بسیج؛

- ۳۲ کارگزار اطلاع‌رسانی در روابط عمومی در ۳۲ مرکز استانی؛

- مسئولان سازمان بسیج رسانه (شامل مسئول و جانشین سازمان مرکزی و ۳۲ مسئول رده‌های استانی آن)؛

- مسئولان شورای عالی فضای مجازی بسیج (شامل مسئول و سردبیر شورای مرکزی و ۳۲ دبیر این شورا در استان‌های کشور).

در مجموع، هفتاد نفر از این جمع انتخاب و برای آن‌ها پرسشنامه‌ای حاوی اطلاعات لازم ارسال و در مواردی توضیحات شفاهی تکمیلی ارائه شد. از این تعداد پرسشنامه تکمیل شده با توجه به زمان دسترسی و لزوم مساوی بودن تعداد پرسشنامه‌های پاسخ‌گویان منتخب، هفتاد پرسشنامه مبنای مطالعه و پردازش اطلاعات قرار گرفت.

حجم نمونه

با توجه به روش‌های تحقیق مورد تأکید در این پژوهش، حجم نمونه در بخش مصاحبه عمقی بر حسب اشباع نظری و در بخش روش کیو براساس نمره z زیر منحنی نرمال براساس ویژگی‌های پاسخ‌گویان تا ۲ انحراف معیار و دسترسی به پاسخ‌گویان، به دست آمده است. بر این اساس، افراد حوزه مطالعه هشتاد نفر بودند که هفتاد نفر به پرسش‌های پژوهش پاسخ دادند.

روش نمونه‌گیری

روش نمونه‌گیری‌های مورد بهره‌برداری با توجه به روش‌های این پژوهش، روش نمونه‌گیری نااحتمالی با تکنیک هدفمند است.

بررسی یافته‌ها

در این فصل ابتدا مراحل و چگونگی پردازش داده‌های استخراج شده از پرسشنامه تشریح می‌شود. تحلیل داده‌های جمعیت‌شناختی، بیانگر ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان در پژوهش است. در گام بعد، با استفاده از نرم‌افزار کوانل، همبستگی میان پاسخ‌گویان که در حقیقت متغیرهای کیو محسوب می‌شوند،

محاسبه می‌شود. سپس با استفاده از دیگر روش‌های آماری همچون تحلیل عاملی کیو، چرخش عامل‌ها و نمره استاندارد Σ گونه‌های مختلف و الگوهای فکری و عناصر باوری آنان مورد شناسایی قرار می‌گیرد. در نهایت با استفاده از میانگین نمره استاندارد Σ موارد توافق گونه‌های تشکیل شده تعیین و مبنای تدوین و ترسیم مدل اقدامات قرار خواهند گرفت.

با توجه به یافته‌های حاصل، ۱۱۹ پرسش با هفتاد پاسخ‌گو در روش کیو مورد ارزیابی قرار گرفته است. بر این اساس، بر روی یک پیوستار تقلیل یافته از یازده سطح به هفت سطح، اطلاعات استخراج شد. گویه‌های تحقیق مبتنی بر دو تیپ یا گونه توسعه داده شده است.

۲. تحلیل داده‌های جمعیت‌شناختی

افراد مشارکت‌کننده به تفکیک جایگاه

گروه‌ها	گونه	تعداد
گروه اول	مدیران	۳۵ نفر از مدیران بسیج
گروه دوم	کارگزاران	۳۵ نفر از کارگزاران سایت‌های اطلاع‌رسانی بسیج

داده‌های کیویی، استاندارد شده بر حسب مقیاس هفت‌سطحی استفسون

CONTROL SUMMARY

PRE-PROCESSOR PHASE (APPLIES TO ANY PROBLEM ENDING WITH WRAP PHASE, REGARDLESS OF PROGRAM ENTRY POINT)
 INPUT MATRIX TO BE TRANSPOSED.
 DATA TO BE NORMALIZED. SCALE MAXIMUM= 7

داده‌ها روی پیوستاری هفت‌سطحی به‌هنجار شده است. نتایج زیر حاصل توزیع نرمال داده‌هاست.

CORRELATION AND PRINCIPAL COMPONENTS FACTORING PHASE 2 FACTORS TO BE EXTRACTED

گویه‌های تحقیق مبتنی بر دو تیپ یا گونه توسعه داده شده است.

ROTATION PHASE

VARIMAX (ORTHOGONAL) ROTATION REQUESTED
 WRAP PHASE WRAP PHASE

BIPOLAR SPLITTING CRITERION IS 25. 00
 CONSENSUS ITEM CRITERION IS 1. 000
 FIRST ROW OF INPUT DATA

امتیاز حاصل از هفتاد نفر پاسخ‌گو (تعدیل شده)

FIRST ROW OF PROCESSED DAT

.3769	.3657	.3769	1.4971	.8657	.7771	1.1869	.7629	-.1053	.6942
.1583	1.3787	1.1659	1.0310	.1904	.6808	.1264	1.3011	1.2535	1.0310
.7489	.1158	-.8505	-.0315	2.1251	.1370	-.2226	-.8812	.1583	-.1053
.0315	1.2085	1.6831	1.4655	.8355	.6158	.8657	1.0133	.3432	-.0525
-.0315	.1370	.6545	.2334	.2334	.6158	1.1056	1.0133	.9786	1.3519
.0105	-.6286	.4226	1.2535	.9958	-.1370	.9786	-.0105	-.3769	-.2334
.2442	1.5302	1.4971	1.1253	1.6831	.2879	.1797	1.2307	1.2307	.2011

۱۶۸

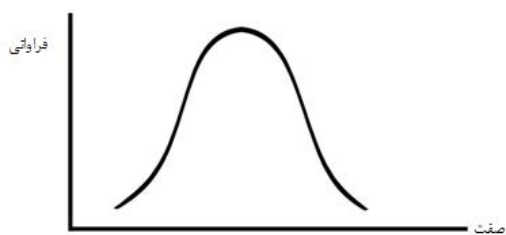
دو فصلنامه علمی-پژوهشی

مطالعات

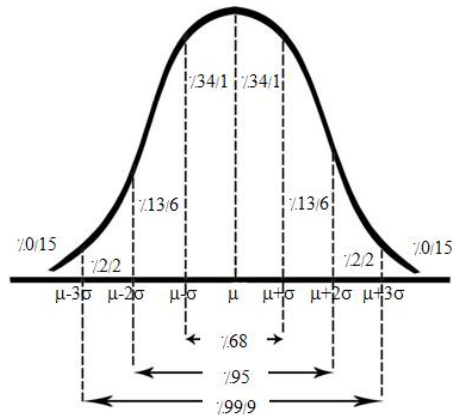
قدرت نرم

سال هشتم شماره هجدهم، بهار و تابستان ۱۳۹۷

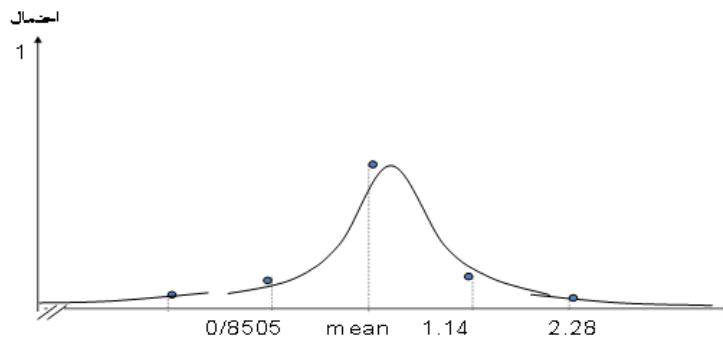
حداقل امتیاز پاسخ‌گویان زیر منحنی توزیع نرمال $0/105$ مثبت و $0/105$ منفی، و حداکثر امتیاز پاسخ‌گویان $2/1251$ مثبت و $0/8505$ منفی است. نتیجه نشان می‌دهد گرایش پاسخ‌گویان با رویکردی مثبت، دارای چولگی به سمت راست و نظر موافق به سمت گویه‌های مطالعه بوده است. به طور معمول، متغیرها و صفات در طبیعت از توزیع نرمال پیروی می‌کنند؛ این گفته یعنی آنکه اگر نمودار توزیع فراوانی یک صفت را رسم کنیم (یعنی روی محور عرضی، فراوانی آن صفت و روی محور طولی مقادیر مختلف آن صفت را درج کنیم) شکلی مشابه شکل زیر ایجاد خواهد شد.



به عبارت دیگر در چنین وضعیتی ما منحنی زنگوله‌ای شکل متقارنی خواهیم داشت که مقادیر صفت آن از نظر ریاضی از $-\infty$ تا $+\infty$ در تغییر هستند. سطح زیر منحنی را به صورت قراردادی برابر با یک انتخاب می‌کنیم و بدین ترتیب میانگین، میانه و نمای صفت بر هم منطبق خواهند بود. در چنین وضعیتی، احتمال آنکه داده‌های ما در دو فاصله مشخص از مقادیر صفت قرار داشته باشند، از روی منحنی زیر قابل محاسبه است:



به عبارت دیگر ۶۸ درصد داده‌ها در فاصله $\sigma - \mu$ تا $\sigma + \mu$ قرار دارند. ۹۵ درصد داده‌ها در فاصله $\mu - 2\sigma$ تا $\mu + 2\sigma$ قرار دارند. ۹۹/۹ درصد داده‌ها در فاصله $\mu - 3\sigma$ تا $\mu + 3\sigma$ قرار دارند. محدوده $\mu - 2\sigma$ تا $\mu + 2\sigma$ را محدوده نرمال گویند. با توجه به ملاحظه‌های بیان‌شده، نمره حاصل گرایش بیشتری را به سمت مثبت یا چولگی راست نشان می‌دهد.



نمرات حاصل از پاسخ نمونه مورد مطالعه (سورت‌نشده)

پاسخ به پرسش‌ها

پژوهش حاضر به منظور شناخت عناصر نظام جامع اطلاع‌رسانی بسیج انجام گرفت. برای دستیابی به این هدف، ادبیات اطلاع‌رسانی، عناصر، الزامها و شیوه‌های اداره آن بررسی و دیدگاه‌های متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی سازمان بسیج مستضعفین با دو روش پیمایشی و کیو بررسی شد. نتیجه بررسی نشان داد صاحب‌نظران برای تبیین مبحث اطلاع‌رسانی و شکل‌دهی به نظام جامعی که دربردارنده چهار بُعد اداره و سازمان، محتوا، مخاطبان و آثار اجتماعی آن باشد، در ابتدا بیشتر به فهرست و توصیف کردن عوامل ضروری و عناصر و الزام‌های اطلاع‌رسانی پرداخته‌اند. سپس

با مطالعات میدانی، تجربه‌های مختلف اطلاع‌رسانی، عوامل موفقیت و شکست را بررسی کرده‌اند. ارائه مدل‌ها و نظریه‌های نوین نیز بیشتر از همین مسیر و با تکیه بر مطالعه تجربه‌ها در شرایط و زمینه‌های مشاهده‌شده انجام گرفته است. برای پاسخ به پرسش‌های اصلی تحقیق، ویژگی‌ها و الزام‌های نظام جامع اطلاع‌رسانی، عوامل اصلی بررسی و نتایج حاصل از یک بررسی میدانی ارائه می‌شود.

به‌منظور بومی‌سازی عناصر تحقیق در ارتباط با شیوه‌های اداره نظام و به‌ویژه ارائه چهارچوبی بومی که هدف اصلی این پژوهش است، با توجه به الزام‌های روش‌شناسی انتخاب‌شده برای این تحقیق، گزینشی از مجموعه عوامل مرتبط انجام شد. از آنجاکه در روش کیو، هدف ذهن‌کاوی و دستیابی به لایه‌های پنهان تفکر است و قرار نیست پاسخ‌گو در قالب فرضیه انتخاب‌شده توسط محقق محصور شود، به جای طراحی فرضیه و یا پرسش در چهارچوب نظریه‌ای خاص و منتخب، نظریه‌ها و شیوه‌های اداره موجود بررسی شد و چکیده دیدگاه‌ها از فضای گفتمان به‌صورت گویه‌های مستقل برای سنجش سازه مورد مطالعه از منظر رویکردهای مطرح موجود، تدارک شد. در این مرحله لازم بود روایی و اعتبار ابزار تحقیق یعنی پرسشنامه تهیه‌شده تأیید شود. بدین‌منظور پرسشنامه مقدماتی در معرض داوری پنج نفر از صاحب‌نظرانی قرار گرفت که درباره یک و یا بیشتر از مقوله‌های مورد بررسی یعنی اطلاع‌رسانی در بسیج، مباحث فرهنگی - اجتماعی و در نهایت مدیریت رسانه صاحب‌نظر بودند. پس از اعمال اصلاحات لازم و تأیید داوران و اطمینان از روایی ابزار تحقیق، و محاسبه اعتبار آن، از روش آلفای کرونباخ، پرسشنامه با دربرداشتن ۱۱۹ پرسش در پیوستار هفت‌گزینه‌ای استفنسون، و تعدادی پرسش باز و همچنین پرسش‌هایی از مشخصات فردی، تحصیلی و سوابق علمی و حوزه‌های فعالیت پاسخ‌گویان تنظیم و با توضیحات لازم در اختیار جامعه آماری قرار گرفت.

هدف از این بخش، شناسایی الگوهای فکری موجود درباره پیاده‌سازی و استقرار نظام جامع اطلاع‌رسانی در سازمان بسیج مستضعفین است. به‌کارگیری روش‌شناسی کیو در این مطالعه، کسب دیدگاه‌های گوناگون در ارتباط با موضوع تحقیق را آسان‌تر کرد. همچنین این روش به شناسایی تفاوت‌های موجود در نگرش یا تجربه‌های سرآمدان مرتبط کمک کرد. تحلیل داده‌ها با استفاده از رویه‌های آماری شامل همبستگی، تحلیل عاملی، چرخش عامل، معرفی گونه‌های حاصل از بارهای عاملی و تفسیر گونه‌ها انجام گرفت.

نرم‌افزار کوانل که برای پردازش داده‌های این مطالعه به کار گرفته شد، جداولی را ارائه داد که نشانگر تفاوت در دسته‌بندی گونه‌ها، گویه‌های متمایزکننده برای هر یک از گونه‌ها، و گویه‌های مورد توافقی بود که به‌طور مشابه از سوی پاسخ‌گویان ارزیابی شده بودند.

از تحلیل داده‌های پژوهش سه هدف دنبال شد: نخست شناسایی تفاوت‌ها و شباهت‌های قابل توجه میان پاسخ‌گویان که از طریق تحلیل همبستگی پیرسون به دست آمد؛ هدف دوم، تعیین گونه‌های قابل تفسیر و سپس عناصر باوری هر گونه به‌طور مستقل بود که از بررسی گویه‌های مورد توجه در هر گونه به دست آمد؛ هدف سوم، تعیین شباهت‌های موجود در دیدگاه صاحب‌نظران و متخصصان و مدیران بسیج، دربارهٔ عناصر نظام جامع اطلاع‌رسانی و الزام‌های پیاده‌سازی این ایده و استقرار یک نظام جامع اطلاع‌رسانی در سازمان بسیج مستضعفین بود که با توجه به ۶۲ گویهٔ مورد توافق آنان و تکیه بر بیست گویهٔ این مجموعه که از میانگین نمرهٔ استاندارد بالاتری برخوردار بودند، مشخص شد. موارد اختلاف در این مجموعه، روی ۳۶ گویه بوده است که ۱۱ گویه از این مجموعه، از میانگین نمره استاندارد بالاتری برخوردار بوده است.

با توجه به تحلیل گویه‌های اخیر و بررسی چهارچوب‌های ارائه‌شده در فصل دوم، میزان شباهت‌ها و تفاوت‌ها با چهارچوب‌های مزبور تعیین و با توجه به عناصر باوری صاحب‌نظران کشور، چهارچوبی برای پیاده‌سازی و استقرار نظام جامع اطلاع‌رسانی پیشنهاد خواهد شد.

تحلیل داده‌ها

پس از انجام عملیات کدگذاری پرسشنامه‌ها، داده‌های استخراج‌شده وارد رایانه شده برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار کوانل استفاده شد. با توجه به ماتریس ضرایب همبستگی، نتیجه نشانگر آن است که میزان همبستگی در بین گونه‌ها (دو به دو) براساس قراردادن در هر تیپ یا گونه، کم یا زیاد شده است. همبستگی درونی در بین گروه مدیران بالا، و با کارگزاران پایین است. همین ملاحظه دربارهٔ کارگزاران وجود دارد که همبستگی آن‌ها با یکدیگر بالا، و با تیپ یا گونهٔ دیگر پایین است. البته دربارهٔ گویه‌های مورد توافق، این امر مطلق نیست. در جدول‌های بعدی خواهیم دید برخی از عناصر هر گونه می‌تواند مورد توافق گونهٔ دیگر نیز باشد. این امر نشان می‌دهد که این دو گونه می‌توانند در یک سازمان دارای اهداف واحد و عناصر مشترک نیز باشند و موارد اختلاف، ناشی از جایگاه‌های شغلی ایشان است.

مجموع مجذور بارهای عاملی همهٔ عوامل برای یک متغیر معین (ردیف جدول)، واریانسی در آن متغیر است که توسط همهٔ عوامل محاسبه شده است. به این مجموع، اشتراک گویند. این اشتراک،

درصد واریانس در یک متغیر معین را که به طور مشترک توسط همه عوامل تبیین شده است، اندازه می‌گیرد و می‌تواند به عنوان اعتبار شاخص تفسیر شود.

مقدار ویژه برای یک عامل معین، واریانس همه متغیرها را که توسط آن عامل محاسبه شده است، نشان می‌دهد. نسبت مقادیر ویژه، به معنای نسبت اهمیت تبیین شده عوامل نسبت به متغیرهاست. اگر یک عامل، مقدار ویژه ناچیزی داشته باشد، آنگاه آن عامل سهم اندکی در تبیین واریانس‌ها در متغیرها دارد و ممکن است در مقابل عوامل مهم‌تر نادیده گرفته شود. مقادیر ویژه، اندازه تغییر در کل نمونه را که توسط هر عامل محاسبه شده است، اندازه می‌گیرد.

در بررسی اولیه مقدار ویژه برای گونه نخست (مدیران و مسئولان بسیج)، ۱۹/۴۶۶۰، و برای گونه دوم (کارگزاران و دست‌اندرکاران اطلاع‌رسانی بسیج)، ۲/۹۴۲۴، به دست آمده است که حکایت از اهمیت هر دو گونه دارد که در این میان، اهمیت گونه نخست به مراتب بیشتر است.

CHOSEN EIGENVALUES ARE گونه‌های تشکیل شده

19. 4660 2. 9424

با توجه به میانگین‌های حاصل از پاسخ، پاسخ‌گویان ۲ گونه و ماتریس اشتراکات ایشان، حاصل نشان می‌دهد:

ردیف	کمترین اشتراک	پاسخ‌گوی شماره	بیشترین اشتراک	پاسخ‌گوی شماره
	۰/۰۰۴	۶۷	۰/۵۸۷	۱۷

بر همین اساس، کمترین و بیشترین اشتراک بین گونه‌ها نیز براساس میانگین‌های ذیل است:

ردیف	کمترین اشتراک	پاسخ‌گوی شماره	بیشترین اشتراک	پاسخ‌گوی شماره
۱. مدیران	۰/۰۰۷	۲۸	۰/۵۸۷	۱۷
۲. کارگزاران	۰/۰۰۴	۶۷	۰/۵۷۷	۳۷

بر همین اساس، با توجه به میانگین حاصل از پاسخ، جایگاه هریک از پاسخ‌گویان در هر تیپ یا گونه مشخص می‌شود. گونه‌بندی براساس میانگین‌های حاصل از پاسخ، پاسخ‌گویان و بالاترین مقدار صورت گرفته است.

ردیف	کمترین اشتراک	جایگاه در گونه نخست	جایگاه در گونه دوم	پاسخ‌گوی شماره	بیشترین اشتراک	جایگاه در گونه نخست	جایگاه در گونه دوم	پاسخ‌گوی شماره
۱. مدیران	۰/۰۰۷	-۰/۰۸۲	۰/۰۲۰	۲۸	۰/۵۸۷	۰/۶۶۷	-۰/۳۶۷	۱۷
۲. کارگزاران	۰/۰۰۴	۰/۰۰۲	-۰/۰۶۵	۶۷	۰/۵۷۷	۰/۷۳۵	-۰/۱۹۵	۳۷

در اینجا، با توجه به اینکه نام پاسخ‌گویان مبنایی برای شناسایی نبوده است (شناسه‌نبودن پاسخ‌گویان)، در نتیجه به‌رغم کسب اطلاعات لازم از پاسخ‌ها، به‌منظور شناسایی پاسخ‌گویان و دیدگاه‌های ایشان و میزان اشتراک یا تفاوت آن‌ها با دیگران، به‌دنبال ارائه نام و میزان میانگین نبوده‌ایم و مبنای براساس شماره هر پرسشنامه شکل گرفته است.

تعداد گویه‌های دارای جهت‌گیری مثبت یا منفی

ردیف	گویه‌های مورد موافقت	گویه‌های مورد مخالفت	جمع گویه‌ها
	۶۲	۳۶	۹۸
ردیف	گویه‌های بی‌نظر	-	
	۲۱	-	۲۱
	جمع		۱۱۹

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با عنوان نظام جامع اطلاع‌رسانی بسیج با تأکید بر مطالعه دیدگاه‌های متخصصان، سرآمدان و مدیران اطلاع‌رسانی سازمان بسیج مستضعفین (با رویکرد اجتماعی) و همچنین دریافت دیدگاه‌های اعضای سازمان بسیج (فعال و غیرفعال) و همچنین اقشار مختلف بهره‌بردار از شبکه اطلاع‌رسانی بسیج، به انجام رسید.

جامعه آماری این مطالعه در سه بخش، براساس نمونه انتخابی مورد مطالعه قرار گرفت. در بخش پایانی، ابتدا محور اصلی را بر دیدگاه‌های متخصصان و سرآمدان مورد مطالعه قرار می‌دهیم که طی آن با روش کیو، هفتاد نفر از سرآمدان بسیج مستضعفین کشور را که در سطوح مدیریتی و کارشناسی بوده‌اند، مطالعه کردیم و ایشان نیز به ۱۱۹ پرسش کیویی پاسخ دادند. یافته‌های پژوهش، جمعیت مورد مطالعه را براساس پاسخ‌ها، در دو تیپ یا گونه طبقه‌بندی کرد: گروه نخست، گروه مدیریتی (مدیران و

مسئولان و معاونان بسیج)؛ گروه دوم، گروه کارگزاران (خبرنگاران، مسئولان اخبار در روابط عمومی‌ها و کارگزاران فضای مجازی).

نتیجه نشان داد که ایجاد نظام جامع اطلاع‌رسانی نه تنها دارای رویکردهای خاص مدیریتی در اداره است، بلکه از چهارچوب‌های ویژه و الزام‌های مشخصی نیز پیروی می‌کند. در بررسی به عمل آمده با استفاده از روش کیو، حاصل تفکیک، دو گونه دیدگاه مدیران و مسئولان بسیج با دیدگاه کارگزاران و فعالان بسیج را مقابل ما نهاد. این امر نه تنها می‌تواند در ارائه ملاحظه‌های اداره رسانه نقش داشته باشد، بلکه در تولید محتوا و عمل نیز مؤثر است.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد به رغم تصور رایج در بهره‌گیری از نظریه‌های اداره رسانه در کشور در قالب نظریه هنجاری اداره رسانه‌ها، دیدگاه‌ها در قالب فرایندهای سازمانی تابعی از دیدگاه‌ها و رویکردهای مدیران و فرایندهای اقدامات درون‌سازمانی است. براساس یافته‌های پژوهش، عناصری مرکب از اصول اداره رسانه‌های آزادی‌گرا در کنار عناصر آمرانه، مسئولیت اجتماعی و توسعه‌گرا مورد توافق است که مبنایی برای عملکرد است، اما هیچ‌یک به تنهایی مبنایی برای اداره نبوده است. تفکر دوگروهی حاصل، تأییدی بر شکل‌گیری گونه‌ای مبتنی بر شرایط و اقدامات درون‌سازمانی است. این خود تأییدی بر خاص بودن شرایط سازمان بسیج مستضعفین و شرایط عمل رسانه‌ای در آن در قالب یک نظام جامع اطلاع‌رسانی است که در بردارنده چهار وجه اداره و سازمان، محتوا، مخاطب و آثار اجتماعی آن است.

در تقسیم‌بندی بحث می‌توان گفت از پردازش اطلاعات و مبتنی بر تحلیل عاملی در تقسیم‌بندی سازمانی (با توجه به تدوین نظام جامع اطلاع‌رسانی بسیج)، دو گروه به دست آمده است. در گونه اول با توجه به تفکر مدیریتی، عناصر مورد توجه، بیشتر عناصری در چهارچوب شیوه اداره و اطلاع‌رسانی و دامنه اثرگذاری و پیامدهای اجتماعی آن بوده‌اند و گونه دوم که در عمل، فعال اطلاع‌رسانی بوده‌اند، بیشتر به وجه محتوایی رسانه و شیوه پاسخ به انتظارات مخاطبان توجه داشته‌اند.

این امر نشان می‌دهد با توجه به خاص بودن سازمان بسیج مستضعفین به عنوان سازمانی مردم‌نهاد و برخاسته از متن انقلاب اسلامی و با ویژگی‌های خاص خود، از هیچ‌یک از نظام‌های اداره رسانه به طور خاص پیروی نمی‌کند. آنچه مبناست، اصول و گزاره‌های مثبت از همه شیوه‌های اداره رسانه را در بر گرفته و ترکیبی از این عناصر را به عنوان مدل ارائه پیشنهاد می‌دهد که این امر بیشتر با ارزش‌ها و فرهنگ بسیج هماهنگی دارد.

از سوی دیگر، تفاهم بر سر عناصر مورد توافق در بین گونه‌ها برای اداره نظام جامع پیشنهادی اطلاع‌رسانی - اگر (تأثیر تفکر حاضر) در راستای همزیستی بین این دو گونه نباشد - موجب اختلال در عملکرد اطلاع‌رسانی بسیج است. ضمن آنکه پوشش رسانه‌ای اخبار و اطلاعات در قالب خبرگزاری واحد، ضرورت نزدیک‌کردن این تفکر بین دو گونه را به همراه دارد.

در بررسی گزاره‌های مورد توافق بین دو گونه، تأکید بر شیوه اداره تحت نظارت یک مدیریت واحد، مورد تأکید هر دو گونه بوده است؛ و نیز این امر که فقدان سازمانی مشخص با جایگاه قانونی برای نظارت بر فعالیت رسانه‌ای، موجب عدم موفقیت است. این یعنی اینکه نظام جامع اطلاع‌رسانی در قالب سازمانی مشخص برای پوشش اطلاعات و اخبار حوزه مأموریت، ضرورت دارد و پیاده‌سازی نظام جامع اطلاع‌رسانی در بسیج، عامل موفقیت در اطلاع‌رسانی همه‌جانبه است.

نظریه‌های مورد تأکید در این پژوهش، در پشتیبانی موضوع تحقیق، کارآمدی لازم را از خود در تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهند و این امر پشتیبان ما در دستیابی به نتیجه است. در نظریه اشاعه، توجه به ایجاد دانش کافی نزد مدیران و مسئولان بسیج، عاملی برای ایجاد رغبت به موضوع پیاده‌سازی نظام جامع اطلاع‌رسانی در بسیج و توافق با این مقوله و تصمیم در جهت هم‌نوایی با آن در جهت مثبت بوده است. بی‌شک وجود روابط عمومی و امکانات اطلاع‌رسانی آن با سابقه چندساله اخیر، نزد مسئولان به‌عنوان مزیت نسبی این امر، تقویت‌کننده چنین باوری بوده است.

از سوی دیگر، دشواری‌های استقرار یک نظام نوپا ممکن است با مقاومت سطوح مختلف در درون سازمان مواجه شود. دیدگاه‌های مطرح‌شده در بخش پیاده‌سازی به این دشواری‌ها اشاره دارد. میلر و همکارانش استدلال کردند و با مطالعه‌ای تجربی نشان دادند آنچه مدیران انجام می‌دهند و نوع سازمانی که هدایت می‌کنند، در ارتباط با دستیابی به اهداف تعیین‌شده دارای اهمیت هستند. اقدامات مدیریتی شامل مجموعه‌ای از فعالیت‌ها از ارزیابی مسئله تا اولویت‌بندی اقدام است و در زمینه سازمانی که دارای دو عنصر مهم برای تصمیم‌گیری است، رخ می‌دهد. نخست اینکه، سازمان‌ها دارای مجموعه‌ای انباشته از تجربه هستند و بیشتر مدیران می‌توانند به این تجربه دسترسی داشته باشند و آن را به کار ببرند. دوم اینکه ممکن است فرهنگ و ساختار یک سازمان آمادگی کم یا زیادی را برای تغییراتی که تصمیم‌ها ایجاد می‌کنند، نشان دهند و زمینه‌هایی که آمادگی کمتری برای تغییر دارند، مسائلی را برای مدیران در پیاده‌سازی تصمیم‌ها ایجاد کنند.

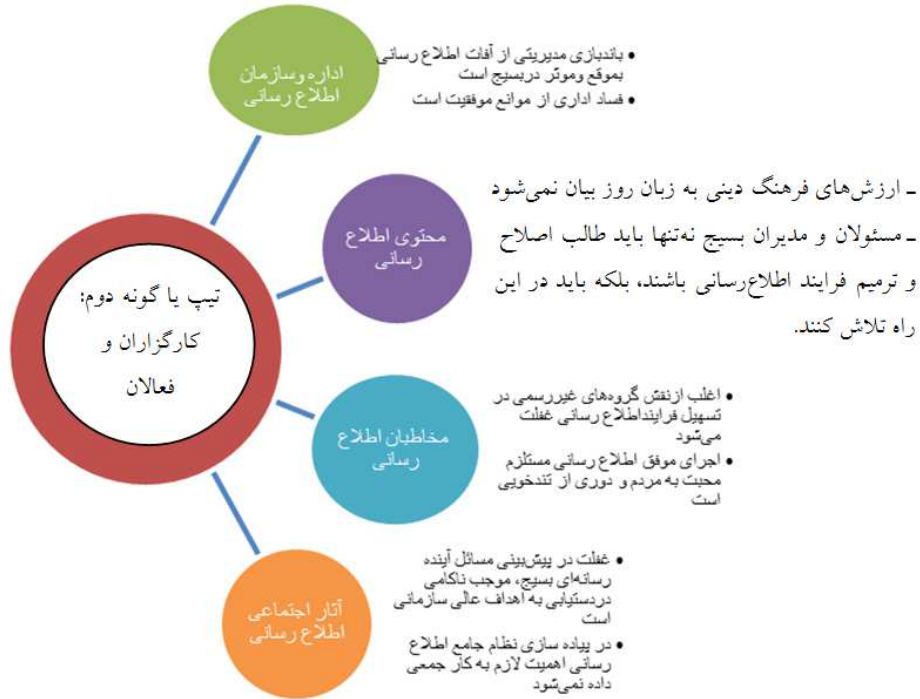
ممکن است تصمیم‌ها سازمان را در مسیری و رای نقطه‌ای که می‌توانند با اطمینان طراحی کنند، قرار دهد. هنگامی که تجربه و آمادگی بالاست، تصمیم‌ها به اهداف تعیین شده دست می‌یابند. وقتی هیچ‌کدام موجود نیست، تصمیم‌ها گرایش به شکست دارند، ولی آن‌گونه که آزمون دو مورد نشان می‌دهد، قوت در هریک از دو قلمرو می‌تواند برای موفقیت کافی باشد. ممکن است تجربه عمیق در موقعیتی که نسبتاً غیرقابل قبول است، به موفقیت بیانجامد. ممکن است تصمیم‌ها در جایی که تجربه موجود نیست اما سازمان آمادگی تغییر دارد، موفق باشد.

با توجه به یافته‌های حاصل از میدان تحقیق در روش کیو، دو گونه یا تیپ با ملاحظه‌های زیر ایجاد شده است:

ملاحظه‌های مطرح بر اساس گونه نخست



ملاحظه‌های مطرح براساس گونه دوم



در پایان باید گفت قدرت نرم، قدرت هدایت، جذب و سرمشق‌بودن است و این امر جزء کارکردها و وظایف اجتماعی نظام جامع اطلاع رسانی بسیج و زمینه‌ساز دستیابی به اقتدار نرم برای ارتش بیست‌میلیونی و جمهوری اسلامی است. قدرت نرم یعنی توانایی یک کشور در صحنه بین‌المللی یا یک سازمان و نهاد در صحنه داخلی، برای جذب به سوی خود، با ایده‌ها، ارزش‌ها و ایدئولوژی یا توانایی در جهت واداشتن سایرین به این امر است که آن‌ها نیز مانند او ببانندیشند. قدرت کلیدی‌ترین مؤلفه تعیین‌کننده مناسبات و جایگاه کشورها در عرصه بین‌المللی و نهادها در عرصه داخلی است. واقعیت‌های جهان بیانگر آن است که اغلب کشورها درصدد هستند تا قدرت سخت را به قدرت نرم، زور را به قانون، قدرت را به اقتدار و حمله را به نفوذ تبدیل کنند. با توجه به مدل ترغیب و همنوایی برای جذب افراد و همراه‌کردن ایشان با تفکر و ایده‌های نوآورانه یک نهاد یا سازمان، برای کسب اشتراک در تفکر و زمینه‌سازی شکل‌گیری قدرت نرم، اقدام مؤثر باید در مرحله آگاهی‌بخشی شکل گیرد؛ به عبارت دیگر عمده اقدامات فعالیت برای تصمیم‌سازی باید در مرحله آگاهی‌بخشی با حجم مناسب و مقتضی اطلاعات، با همراهی بسیج شکل بگیرد.

پیشنهادها

- در دستور کار قراردادن یک مرکز مستقل با مدیریت مشخصی که امکان پیاده‌سازی و استقرار نظام جامع اطلاع‌رسانی را با تأکید بر مدل خاص اطلاع‌رسانی بسیج داشته باشد؛
- راهبرد یا استراتژی مشخص رسانه‌ای به منظور اطلاع‌رسانی سریع، مداوم، متنوع، وسیع و کارآمد و برای تعیین جایگاه و برگزیدن مواضع، امری ضروری است زیرا غفلت در پیش‌بینی مسائل آینده رسانه‌ای بسیج، موجب ناکامی در دستیابی به اهداف عالی سازمانی است؛
- همسویی ساختار سازمانی، نظام‌های پشتیبانی، فرایندها، مهارت‌های انسانی، منابع و مشوق‌ها با یکدیگر و پشتیبانی آن‌ها از اهداف فعالیت رسانه‌ای، عامل اطلاع‌رسانی به‌موقع و مؤثر است؛
- برای هدایت اقدامات اجرایی، پوشش خبری و اطلاع‌رسانی، داشتن دستورالعمل ضروری است؛
- مدیران و کارکنان اطلاع‌رسانی در بسیج باید درک مشترکی از سیاست‌ها داشته، با آن همسو بوده و نسبت به پیاده‌سازی آن متعهد باشند؛
- برای اطلاع‌رسانی به‌موقع و مؤثر در بسیج، مدیریت باید برنامه‌ریزی دقیقی داشته باشد و امور با جدیت پیگیری شود؛
- مناسب‌سازی ساختار اخبار پوشش داده‌شده با سیاست‌های بسیج از الزام‌هاست؛
- توسعه آموزش تخصصی و ارتقای سطح دانش و مهارت پرسنل جزء اولویت‌های بسیج باشد، زیرا منابع انسانی متخصص و روزنامه‌نگاران باتجربه، مهم‌ترین عامل در اطلاع‌رسانی به‌موقع و مؤثر است.

فهرست منابع

منابع فارسی

- دهشیار، حسین؛ مرتضی نورمحمدی (۱۳۸۹)، «قدرت در عصر اطلاعات»، مجله سیاست دفاعی، شماره ۱۸ و مسلسل ۶۹.
- گزنی، ع. (۱۳۸۰)، «سازمان‌دهی اطلاعات در نظام‌های بازیابی اطلاعات، کتابداری و اطلاع‌رسانی»، فصلنامه کتابخانه مرکزی و مرکز اسناد استان قدس رضوی، ۷۰-۹۵.
- امام خمینی (۱۳۵۹)، صحیفه نور، تهران، دفتر نشر آثار امام خمینی (ره).
- معتمدنژاد، ک. (۱۳۸۵)، وسایل ارتباط جمعی (جلد اول)، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.

- مک کوپیل، د. (۱۳۸۲)، *درآمدی بر نظریه ارتباط جمعی*، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- نقیب‌السادات، سید رضا (۱۳۸۱)، *نقش بسیج دانشجویی در دانشگاه‌ها*، تهران: سازمان تحقیقات خودکفایی.
- نقیب‌السادات، سید رضا (۱۳۹۵)، «مدل کارآمد اطلاع‌رسانی و تبلیغات در امداد»، کمیته امداد امام خمینی (ره)، معاونت آموزش و پژوهش، تهران.
- نوروزی، آزاد. ا. (۱۳۸۶)، *نظریه عمومی نظام‌ها در کتابداری و اطلاع‌رسانی*، بازیابی از سایت آفتاب.
- برکوری، ا. و. (۱۳۷۸)، *مدیریت ارتباطات*، ترجمه م. ا. ایزدی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

منابع خارجی

- <http://www.global.britannica.com/topic/information-system>.
- <http://www.businessdictionary.com/definition/information-system.html#ixzz3q34JR1SO>.
- information theory, Encyclopædia Britannica.
- Sayre, Kenneth M. (1998), *Information theory*, In E. Craig (Ed.), Routledge Encyclopedia of Philosophy, London: Routledge.

Basij comprehensive information system From the requirements to the soft power of the 20 Million Army

Seyed Reza Naghibulsadat
Esmail Ahmadi

180

**Biannual
Journal
Soft Power**

Abstract:

Countering all sorts of soft threats requires the soft power of the Islamic Republic of Iran to keep the system stable and the culture of revolutionary thought is globalized and established in the world. Revolutionary organizations and institutions should be the basis for this soft power and have the ability to deal with any kind of threat.

Basij is one of the organizations that by the establishment of a comprehensive information system emphasizes the ability of the people to defend the frontiers that are threatened.

The design and deployment of this system has the requirements and considerations that we are considering here from the perspective of the managers and specialists of the Basij.

The purpose of this research is to understand the design, implementation, establishment and management of a comprehensive information system in the mobilization of the underprivileged from the perspective of experts, senior managers and information managers, and using the Quo methodology and with the seventy-seven-year-olds from the experts, presents the results and achievements.

The purpose of this research is to understand the design, implementation, establishment and management of a comprehensive information system in the Basij from the perspective of experts, senior managers and information managers, and using the Q methodology. It is conducted between seventy persons of experts, and here we present the results according the managers and experts perspectives. The result suggests that the creation of a comprehensive information system, not only has specific management approaches in the administration, but also follows certain frameworks and specific requirements. This study carried out using the Q method has led us to distinguish between the views of managers and, with the views of the Basij activists and information experts. Not only can this contribute to the presentation of the views of the media administration, but also contributes to the production of content and practice.

Key words: soft power, comprehensive information system, basij, requirements for system deployment, specialists and managers.

Vol.8, No18, spring & summer 2018