

رصد بازنمایی سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی در محتوای نوشتاری رسانه‌های داخلی

علی جعفر دهکردی^۱، آوات رضانیا^۲

چکیده

هدف: «هدف» این تحقیق، «رصد گفتمان و بازنمایی سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی در محتوای نوشتاری رسانه‌های داخلی» به‌منظور «آگاهی از میزان مباحث مطرح شده در خصوص سیاست‌های مذکور در رسانه‌های مورد مطالعه و ارائه مدلی برای ایجاد، ارتقاء و استمرار گفتمان حاکم بر سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی در جامعه در محدوده مورد نیاز است».

روش: روش‌شناسی «تحقیق «تعقلی» (مبتنی بر استدلال‌های عقلی) و «روش» آن، «تحلیل محتوای کیفی» بوده و تلاش شده تا با در نظر گرفتن «قاعده‌ی علمی تحدید حدود تحقیق»، چگونگی بازنمایی «سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی» در مطبوعات و سایت‌های اینترنتی «رصد» و مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد. برای این منظور، ابتدا مطالب منتشر شده در بیش از ۵۰ عنوان یادداشت، مصاحبه و مقالات منتشر شده در مطبوعات و سایت‌های اینترنتی (محتوای نوشتاری) از زمان ابلاغ سیاست‌ها در تاریخ ۱۴۰۱/۱/۲۱ تا ۱۴۰۱/۶/۱۵، گردآوری، سپس با استفاده از روش مذکور و «ابزار کدگذاری موضوعی»، «طبقات مفهومی مترتب» تولید و مورد تحلیل قرار گرفته است.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: نتایج این مطالعه نشان می‌دهد «سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی» در ابتدای زمان ابلاغ و تا اواسط تیر ماه سال ۱۴۰۱، مورد توجه رسانه‌ها بوده و مطالب متنوعی در این خصوص منتشر شده، اما از نیمه دوم تیر و ماه‌های مرداد و شهریور، تعداد مطالب و حجم آن‌ها کاهش یافته است. در مطالب منتشر شده هم، عمدتاً موضوعاتی مانند «تجلیل از سیاست‌های کلی»، «اثرگذاری آن‌ها بر سازمان تأمین اجتماعی»، «عدالت اجتماعی»، «تأمین اجتماعی چندلایه»، «خانواده و فرزندآوری» و «بدهی‌های معوق دولت به سازمان»، که از سال‌های گذشته باقی مانده، مطرح شده‌اند. منابع عمده انتشار مطالب، سخنان و یا مصاحبه‌های مسئولان «سازمان تأمین اجتماعی» و «وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی» بوده و دیگر صندوق‌های بازنشستگی نقش ناچیزی

۱- دکتری مدیریت راهبردی آینده‌پژوهی و رئیس مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی

rezania.avat@ssor.ir

۲- دکتری ارتباطات، کارشناس پژوهشی مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی (نویسنده مسئول)

در رسانه‌ای کردن و تولید گفتمان سیاست‌های کلی داشته‌اند. هم‌چنین، در این تحقیق، مدلی برای «روش تولید، تقویت و استمرار گفتمان سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی» ارائه شده؛ که با استفاده از آن می‌توان ضمن رصد گفتمان مذکور، اندازه آن را در حد لازم و کافی مورد نیاز، تنظیم و هدایت کرد. **واژگان کلیدی:** تأمین اجتماعی، سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی، رسانه، مطبوعات، گفتمان‌سازی.

۱. مقدمه

ابلاغ سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی؛ از سوی رهبر معظم انقلاب اسلامی (مدظله العالی) (جدول شماره ۱)، چهارچوب و بستر روشنی برای تحول بنیادی مبتنی بر عدالت در اهداف، رویکردها، ساختار و فرایندهای تأمین اجتماعی و تحقق آینده مطلوب برای کشور و حوزه تمدنی آن و الگودهی برای سایر کشورها فراهم کرده است. بر اساس بند «ج - ۱» الزامات تحقق سیاست‌های کلی نظام، برای تحقق سیاست‌های مذکور؛ قوه مجریه موظف است با کمک مجلس شورای اسلامی و قوه قضائیه و بسیج دستگاه‌های مسئول، «برنامه جامع تحقق این سیاست‌ها» را شامل تقدیم لوایح، تصویب مقررات و اقدامات اجرایی لازم، ارائه کند. برای تبدیل و تضمین پیاده‌سازی سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی به مطالبه عمومی در دولت مردمی، تبدیل آن‌ها به گفتمان عمومی نخبگانی و مردمی در کشور ضروری است. امام خامنه‌ای (دامت برکاته) در خصوص اهمیت و تعریف گفتمان‌سازی می‌فرماید: «وقتی یک موضوعی گفتمان شد، در داخل کشور و به‌صورت یک موضوع متفاهم عرفی عمومی درآمد، به‌طور طبیعی جریان پیدا می‌کند؛ گفتمان‌سازی این است» (امام خامنه‌ای (مدظله العالی)، ۱۴۰۱). بر این اساس، گفتمان‌سازی، ضروری تضمین پیاده‌سازی سیاست‌های مذکور است. دو مولفه مهم در گفتمان‌سازی عبارتند از (۱) رصد گفتمان‌های مغایر و (۲) رصد و استفاده‌ی به‌جا، به‌موقع و به اندازه از رسانه در راستای تولید گفتمان مورد نظر. در رصد گفتمان بازنمایی شده در رسانه‌های مورد مطالعه در این تحقیق، این دو مولفه مورد مشاهده علمی قرار گرفته‌اند.

جدول ۱: سیاست‌های کلی حوزه رفاه و تأمین اجتماعی ابلاغی رهبر معظم انقلاب اسلامی (مدظله العالی)

بند	متن سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی
۱	استقرار نظام تأمین اجتماعی به‌صورت جامع، یکپارچه، شفاف، کارآمد، فراگیر و چندلایه.
۲	ایجاد یک سازوکار تخصصی و فرابخشی، به‌منظور حفظ انتظام و انسجام امور مربوط، لایه‌بندی و سطح‌بندی خدمات، ایجاد وحدت رویه، اعمال نظارت راهبردی در تکوین و فعالیت سازمان‌ها و صندوق‌ها و نهادهای فعال در قلمروهای امدادی، حمایتی و بیمه‌ای و شکل‌دهی پایگاه اطلاعات، با رعایت ملاحظات امنیتی مربوط به نیروهای مسلح و دستگاه‌های امنیتی کشور.
۳	پایبندی به حقوق و رعایت تعهدات بین نسلی و عدم تحمیل طرح‌های فاقد تضمین مالی بین نسلی، تأمین منابع پایدار، رعایت محاسبات بیمه‌ای و تعادل بین منابع و مصارف و حفظ و ارتقاء ارزش ذخایر سازمان‌ها و صندوق‌های بیمه‌گر اجتماعی به‌عنوان اموال متعلق حق مردم با تأکید بر امانت‌داری، امنیت، سودآوری و شفافیت با ایجاد سازوکار لازم.

بند	متن سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی
۴	اصلاح قوانین، ساختارها و تشکیلات سازمان‌ها و صندوق‌های بیمه‌گر اجتماعی در جهت تأمین عدالت و یکسان‌سازی قواعد و مقررات بیمه‌ای و جلوگیری از ایجاد و انباشت بدهی‌های دولت و رعایت قواعد بیمه‌ای و تأمین بار مالی تضمین‌شده و بین نسلی.
۵	<p>لایه‌بندی امور امدادی، حمایتی و بیمه‌ای و سطح‌بندی خدمات با رویکرد فعال دولت بر اساس وسع و استحقاق، به ترتیب ذیل:</p> <ul style="list-style-type: none"> • امور امدادی از محل پوشش بیمه‌ای، مشارکت‌های مردمی و مساعدت دولت. • امور حمایتی باهدف رفع فقر و آسیب اجتماعی و تضمین سطح پایه خدمات از محل منابع دولتی، عمومی و مردمی. • امور بیمه پایه برای آحاد جامعه متناسب با وضع آنان از محل حق‌بیمه سهم بیمه‌شدگان، کارفرمایان و دولت. • امور بیمه‌های مازاد و تکمیلی از محل مشارکت بیمه‌شدگان و کارفرمایان با مشوق‌های مالیاتی و پشتیبانی حقوقی دولت در فضای رقابتی. • حفظ قدرت خرید اقشار ضعیف جامعه از طریق متناسب‌سازی مزد شاغلین، مستمری بازنشستگان و مقرری بیکاران. <p>اعمال رویکرد مناسب برای زدودن جلوه‌های آشکار فقر و آسیب اجتماعی از محلات کم برخوردار شهری و مناطق روستایی و عشایری</p>
۶	بسط و تأمین عدالت اجتماعی، کاهش فاصله طبقاتی با هدف‌مندسازی یارانه‌ها، دسترسی آحاد جامعه به خدمات تأمین اجتماعی، توانمندسازی، کارآفرینی و رفع تبعیض‌های ناروا در بهره‌مندی از منابع عمومی.
۷	استقرار نظام ملی احسان و نیکوکاری و ایجاد پیوند میان ظرفیت‌های مردمی و دستگاه‌های موظف
۸	ارائه خدمات لازم به‌منظور تحکیم نهاد خانواده و فرزندآوری
۹	الزام به تهیه پیوست تأمین اجتماعی برای طرح‌ها و برنامه‌های کلان کشور

۲. بیان مسئله

«مسئله هر تحقیق، پرسشی پژوهشی درخصوص عنوان یا موضوع پژوهشی است (در مقابل پرسش آموزشی که با جستجو در منابع موجود می‌توان پاسخ روشن آنرا پیدا کرد) که از سه ویژگی "اهمیت"،

«ضرورت» و «اولویت» برخوردار باشد». تاکنون، «بازنمایی سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی در محتوای نوشتاری رسانه‌های داخلی» رصد نشده، پس پرسش از چیستی این عنوان یا موضوع، یک «پرسش پژوهشی» است. هم‌چنین، رصد چنین موضوعی دارای «اهمیت» ویژه‌ای است؛ چرا که با رصد آن‌ها می‌توان از رشد و تداوم گفتمان حاکم بر سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی در کشور اطمینان حاصل کرد. هم‌چنین دارای «ضرورت» است؛ چرا که با کاهش میزان گفتمان حاکم بر سیاست‌های مذکور و توقف آن، تضمین اجتماعی تحقق آن‌ها نیز کاهش یا از بین خواهد رفت. برای نمونه، هم‌اکنون اسناد متعددی در حاکمیت در حال تولید، ابلاغ و اجراست، بدون آن‌که دارای «پیوست تأمین اجتماعی» (موضوع تکلیف بند ۹ سیاست‌ها) باشد. در حالی‌که در صورت حاکم بودن گفتمان این سیاست‌ها، احتمال کم‌توجهی یا بی‌توجهی به این مسئله کاهش خواهد یافت. بر این اساس و با توجه به «قاعده تحدید حدود تحقیق»، «مسئله اصلی این تحقیق» عبارت است از «چیستی بازنمایی سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی در محتوای نوشتاری رسانه‌های داخلی».

۲-۱. اهمیت و ضرورت تحقیق

اهمیت تحقیق، ناظر به ابعاد ایجابی و در پاسخ به این پرسش مطرح می‌شود که «اجرای این تحقیق چه آثار ایجابی یا مثبتی برای موضوع یا هدف تحقیق در پی خواهد داشت؟». اجرای این تحقیق با نشان دادن «میزان و سطح گفتمان بازنمایی شده سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی در محتوای نوشتاری رسانه‌های داخلی»، قانون‌گذاران و مجریان این سیاست‌ها را در بسترسازی گفتمانی به‌منظور پیاده‌سازی جامع سیاست‌های مذکور یاری خواهد کرد. بر این اساس، اجرای چنین پژوهشی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

ضرورت تحقیق، ناظر به ابعاد سلبی و در پاسخ به این پرسش مطرح می‌شود که «اجرا نشدن این تحقیق چه آثار سلبی یا منفی برای موضوع یا هدف تحقیق در پی خواهد داشت؟». از یک سو، اجرا نشدن این تحقیق موجب می‌شود تا آگاهی لازم و کافی از «میزان و سطح گفتمان بازنمایی شده سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی در محتوای نوشتاری رسانه‌های داخلی» وجود نداشته و به تبع، قانون‌گذاران و مجریان این سیاست‌ها نیز از آگاهی لازم و کافی در بسترسازی گفتمانی به‌منظور پیاده‌سازی جامع سیاست‌های مذکور برخوردار نبوده و از آن غفلت خواهند کرد و از سوی دیگر، گفتمان‌های عرفی یا رقیب، هم‌چنان وجود داشته یا رشد خواهند کرد. بر این اساس، اجرای چنین پژوهشی ضروری است.

تاکنون پژوهشی درخصوص «رصد بازنمایی سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی در محتوای نوشتاری رسانه‌های داخلی» با ویژگی‌های مورد نظر این تحقیق، صورت نگرفته است.

هدف این تحقیق «رصد بازنمایی سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی در محتوای نوشتاری رسانه‌های داخلی» است.

پرسش کلی

وضعیت بازنمایی سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی در محتوای نوشتاری رسانه‌های داخلی چگونه است؟

پرسش‌های جزئی

وضعیت بازنمایی گفتمان موافق سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی در محتوای نوشتاری رسانه‌های داخلی چگونه است؟

عناصر گفتمان موافق سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی در محتوای نوشتاری رسانه‌های داخلی کدامند؟

۳. روش پژوهش

در این مقاله از روش تحقیق تحلیل محتوای کیفی و کدگذاری موضوعی و تولید طبقات مفهومی مترتب استفاده شده است. ابتدا تمامی مطالب نوشتاری موجود در مطبوعات و سایت‌های اینترنتی از زمان ابلاغ سیاست‌های کلی، تاریخ ۱۴۰۱/۰۱/۲۱ الی ۱۴۰۱/۰۶/۱۵ گردآوری شد. سپس گزاره‌های مرتبط با سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی شناسایی و استخراج شده‌اند. در مرحله بعد، کدگذاری اولیه روی گزاره‌ها انجام و با استفاده از کدگذاری موضوعی گزاره‌ها در دسته‌های مختلف دسته‌بندی و بسته به موضوع، عناوین یا مفاهیم مترتب کلی‌تری برای آن‌ها انتخاب شد. دسته‌بندی گزاره به دو شکل انجام شده است: ابتدا گزاره‌ها بر اساس بندهای سیاست‌های کلی و در مرحله دوم گزاره‌ها در دسته‌های موضوعی دسته‌بندی شده‌اند. در نهایت دلالت‌های ناشی از تحلیل کیفی و کدگذاری موضوعی مطالب نوشتاری رسانه‌ها، تشریح شده و مدل بازنمایی مطبوعات و سایت‌های اینترنتی از سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی و در پایان مدل مفهومی روش حفظ و استمرار گفتمان سیاست‌ها، ترسیم شده است. در این پژوهش رویکرد رسانه‌ها برای پوشش و تولید محتوا در مورد سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته است. رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین امکانات برای فراگیری و ایجاد هژمونی یک گفتمان هستند. از آنجایی که سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی، رویکرد گفتمانی جدیدی را در حوزه رفاه و تأمین اجتماعی مطرح کرده، انتظار می‌رود این گفتمان در تلاش برای تسلط بر دیگر گفتمان‌های موجود، به اطلاع‌رسانی، استفاده از رسانه‌ها و دیگر ابزار برای ایجاد هژمونی بپردازد (آرتز و یحیی، ۲۰۱۲).

نظریه رسانه‌های قدرتمند در دو دوره تاریخی مطرح شده است. در ابتدای شکل‌گیری رسانه‌هایی مانند رادیو و تلویزیون و با شروع مطالعات ارتباطی در آمریکا، نظریات ارتباطی در مورد قدرت رسانه‌ها رواج

یافت. استفاده گوبلز آلمانی از قدرت رادیو برای گسترش نازیسم باعث شد، محققان به این باور برسند که رسانه‌ها قدرت زیادی دارند. برآیند این موضوع نظریه‌های سوزن تزریقی^۱ و نظریه گلوله جادویی^۲ بود (سایار، ۲۰۲۰)^۳. در این نظریه باور بر این است که رسانه‌ها همانند یک گلوله به مخاطب برخورد می‌کنند و باعث تغییر دیدگاه‌ها و باورهای وی می‌شوند، یا مانند تزریق آمپول، محتوای رسانه‌ای به مخاطب تزریق می‌شود و اصولاً مخاطب قدرت چندانی در برابر رسانه ندارد و به راحتی در برابر آن تسلیم می‌شود.

این نظریه بعدها مورد انتقاد جدی قرار گرفتند و نظریه رسانه‌ها با قدرت محدود و حتی کم، جایگزین شد. انتقادات از نظریه رسانه‌های قدرتمند عمده‌تاً حول مخاطب و توانایی وی برای دریافت گزینشی، تفسیر گزینشی و نگهداشت گزینشی محتوای رسانه‌ها بود. این امر به مخاطب امکان می‌دهد که خود در مورد محتواهای تأثیرگذار رسانه تصمیم بگیرد و مواردی را که باورها و ارزش‌های قبلی آن‌ها ناسازگار است، در فرایند دریافت، درک و تفسیر محتوای رسانه‌ای حذف کنند. حتی امکان دارد مخاطب محتوای ارسالی از سوی رسانه‌ها را به شیوه‌ای متفاوت و متضاد با مقصود فرستنده تفسیر کند. لذا ادعای قدرتمند بودن رسانه‌ها و تأثیرات بدون چون و چرای آن‌ها را زیر سؤال بردند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱).

از نظریه گلوله برفی و سوزن تزریقی که بگذریم، مهم‌ترین نظریه درزمینه رسانه‌های قدرتمند را مارشال مک‌لوهان^۴ ارائه داده است. مک‌لوهان با ارائه نظریه‌هایی در پی آن بود تا چگونگی تغییرات و گذارهای اجتماعی را با توجه به تغییرات رسانه‌ای توضیح دهد. مسئله تأثیر فناوری‌های رسانه‌ای بر دریافت‌های حسی، تجربه انسان و زندگی اجتماعی، محور تحلیل مک‌لوهان از زمان کنونی، به‌منزله زمان گذار از عصر مکانیکی به عصر جدید ارگانیکی و الکترونیکی است (مارچند، ۱۹۹۸)^۵. در کپکشان گوتنبرگ که منظور وی تأثیر فناوری چاپ بر شکل‌های تجربه، جهان‌نگری و بیان، به‌مثابه عامل اصلی تغییر جهان است، با پیدایش و توسعه دوران مکانیکی و چاپ‌نگاری، تغییر و تبدیلی به وقوع می‌پیوندد که در آن‌ها عادت‌های ادراکی فرهنگ غربی از تأکید بر فرهنگ شنیداری به تأکید بر فرهنگ دیداری تبدیل می‌شود و میزان بالایی از شکل‌دهی بصری به روابط زمانی بسیار قابل توجه است، اینکه تا به حال قضاوت‌ها بر این اصل مبتنی بود که گویی وسایل ارتباطی، دانستنی‌هایی را انتقال می‌دادند که موجودیتی خاص و مستقل از انتقال‌دهنده دارند. مک‌لوهان نظم و توالی عوامل را واژگون می‌کند (مک‌لوهان، ۱۹۶۴). آنچه به‌طور کلی در اجتماع، نوع معرفت را تغییر می‌دهد، مجموعه پیام‌ها نیست، بلکه

1- hypodermic-syringe model

2- magic bullet theory

3- Sayar

4- Marshall McLuhan

5- Marchand

ماهیت خاصی است که از طریق وسایل ارتباطی به آن‌ها داده شده است (مک لوهان، ۲۰۰۸). به عبارت دقیق‌تر، محتوای پیام از صورت خاصی که بر حسب وسیله ارتباطی می‌تواند پیدا کند، جدایی‌ناپذیر است. آنچه از طریق ضربه‌های طبل، کتاب یا تلویزیون ارائه می‌شود، در حقیقت معرفت واحدی نیست که در سه قالب مختلف قرار گرفته باشد، چراکه برعکس در این جا سروکار ما با تأثیر سه عمل مختلف روی ذهنیاتمان است (مارچسول، ۲۰۰۵)^۱

یک وسیله ارتباطی می‌تواند پیش از هر چیز یک صدا یا یک حرکت (ژست) باشد و نیز می‌تواند یک وسیله طبیعی باشد که انسان با استفاده از آن در عمل قدرت یک فرستنده را پیدا می‌کند. در حقیقت وسایل ارتباطی متوجه حواس گوناگون است: صدا متوجه شنوایی است و متن نوشته شده از طریق دیدن بازشناسی می‌شود. این که آگاهی موجود در پیام به وسیله کدام یک از حواس ما ادراک شود، موجب اختلاف بسیاری می‌شود (مک لوهان، ۲۰۰۸).

۳-۱. نظریه رسانه‌های قدرتمند و فناوری‌های اطلاعاتی

بودریار تصور فعلی ما از جهان را تصویری رسانه‌ای و منتج از رسانه‌ها می‌داند. تأثیر رسانه‌ها از دیدگاه او تأثیری کلان و همه‌جانبه است که در آن نشانه‌ها و نمادهای رسانه‌ای به جای واقعیت می‌نشینند و در واقع بازنمایی‌های رسانه‌ای واقعیت را اشباع کرده‌اند (به نقل از وارد، ۱۳۸۳ : ۹۲). همچنین، کاستلز در کتاب «عصر اطلاعات» (۱۳۸۰) توسعه و گسترش نوآوری‌های فناورانه در دره سیلیکون را به عنوان شروع یک عصر جدید معرفی می‌کند؛ عصری که با همه‌جاگیر شدن فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و در واقع انقلاب فناوری‌های اطلاعاتی مشخص می‌شود. شبکه‌ای شدن جامعه و شکل‌گیری فضای جریان‌ها از نتایج این انقلاب فناوری است. در واقع کاستلز به تأسی از مک‌لوهان، شرایط فعلی جامعه شبکه‌ای را تحت تأثیر گسترش فناوری‌های اطلاعاتی می‌داند.

اکنون تحت تأثیر رسانه‌ها و فناوری‌های جدید اطلاعاتی ما در عصر جدیدی از روابط انسانی به سر می‌بریم. ظهور فضای سایبری و امکاناتی که فناوری‌های جدید اطلاعاتی به همراه آورده‌اند، امیدها و آرزوها و کابوس‌هایی را به دنبال داشته است. مطالعات زیادی برای شناخت این فضا و ساختار آن و پیامدهای آن انجام گرفته است. در این عصر جدید و در فضای جدید دیجیتالی و مجازی، واقعیت مجازی تلاش می‌کند محیط‌های جدیدی خلق کند که تخیلی هستند؛ قلمروهای خیال‌گونه‌ای که به شیوه‌هایی منحصر به فرد «واقعی» به نظر می‌رسند، اما به صورت مستقیم با جهان، به صورتی که ما آن را درک می‌کنیم، ارتباط ندارند. بنابراین، واقعیت مجازی، واقعیتی است که تأثیر واقعیت حقیقی را دارد، اما دارای شکل اصیل آن نیست. نوعی شبیه‌سازی یا جایگزین است که صحت دارد، نزدیک به واقع است و با توجه به تأثیری که روی افراد دارد، در عمل واقعی محسوب می‌شود (سولر، ۱۳۸۷).

کاستلز در کتاب «عصر اطلاعات» معتقد است، بشر سه دوره را پشت سر گذاشته است. دوره نخست با سلطه طبیعت بر فرهنگ و تلاش انسان برای بقا در برابر نیروهای سهمگین طبیعی مشخص می‌شود و تا انقلاب صنعتی ادامه می‌یابد. دوره دوم با انقلاب صنعتی آغاز می‌شود و شاخصه آن تلاش پرثمر انسان برای تسلط بر طبیعت و مقهور کردن نیروهای آن است و بالاخره، اکنون بشر وارد دوره سوم تاریخ خود در رابطه با طبیعت می‌شود. این دوره با ظهور جامعه شبکه‌ای آغاز شده است. در این دوره طبیعت به جای این که موضوع انقیاد باشد، در رهیافت خاص فرهنگی احیا و خلق می‌شود (پولادی، ۱۳۸۲: ۲).

در اوایل هزاره دوم میلادی، بشر با مسائل جدیدی در حیطه زندگی خود روبه‌رو شد. انقلابی فناورانه که حول محور فناوری‌های اطلاعات متمرکز شده و با سرعتی شتابان در کار شکل‌دهی مجدد بنیان مادی جامعه است. اقتصادهای سراسر جهان در شبکه گسترده‌ای به هم مرتبط شده‌اند و جریان اطلاعات با سرعت زیاد در سراسر دنیا امکان‌پذیر شده است. مشخصه دنیای جدید استفاده گسترده و همه‌جانبه از اطلاعات و فناوری‌های مرتبط با آن است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۷).

بنابراین، فضای مجازی به شدت در موجودیت خویش وابسته به تحولی است که با عنوان انقلاب فناوری‌های اطلاعات معرفی شده است. مهم‌ترین دستاورد انقلاب اطلاعات که زیربنای شکل‌گیری فضای مجازی را در خود داشت، به وجود آمدن اینترنت و توسعه آن در سطح جهان بود.

فضای مجازی برخاسته از توانایی‌های فناورانه در زمینه انتقال، پردازش و ذخیره اطلاعات و همچنین در ترکیب با فناوری‌های ارتباطی راه دور، انواع جدیدی از روابط مجازی را سامان داده است. توسعه اینترنت به طور فزاینده‌ای، بر امکان ایجاد و حفظ روابط چندگانه افزوده است، برخی از این نوع روابط ممکن است تنها در فضای مجازی وجود داشته باشند. رشد ارتباطات رایانه‌ای، از توسعه و بسط آنچه آنتونی گیدنز از آن به عنوان جامعه‌ای انعکاسی و فردگرایانه یاد می‌کند، حمایت و همراهی می‌نماید (گیدنز، ۱۳۷۹). برای آن‌هایی که در فضایی مجازی سیر می‌کنند، ارتباطات رایانه‌ای حوزه عمل فردی را در زمینه‌های مختلف از چارچوب‌های مکانی و زمانی موجود فراتر می‌برد. بسیاری از اطلاعات جستجو شده، هر چند ممکن است سطحی و ناچیز باشند، به زمان و هزینه سفر منوط هستند و بسیاری دیگر از اشکال و گونه‌های اطلاعات ممکن است به مسائل مرگ و زندگی مربوط شود.

آنچه تا به حال به آن اشاره شد، تغییرات گسترده‌ای است که منتج از انقلاب فناوری‌های اطلاعاتی و با ظهور فضای اینترنتی شکل گرفته است. نظریه رسانه‌های قدرتمند در این جا همه این تغییرات را به نوعی به تغییرات فناورانه در حوزه گسترش توانایی‌های ارتباطی انسان ربط می‌دهد.

پارادایم رسانه‌های قدرتمند در بیشتر دیدگاه‌های موجود درباره فضای مجازی و جامعه اطلاعاتی وجود دارد. در واقع تغییرات گسترده فناورانه‌ای به گونه‌ای آشکار، با تغییرات گسترده در جنبه‌های مختلف زندگی بشری مرتبط است. نظریه رسانه‌های قدرتمند از یک سو امکانات مفهومی برای تبیین وضعیت

جدید را برای ما فراهم می‌کند و از سوی دیگر، توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و شکل‌گیری فضای مجازی و جامعه اطلاعاتی، به بازگشت و دوباره مطرح‌شدن این پارادایم کمک کرده است. آنچه در رابطه با وضعیت جدید مهم است و باید مورد توجه قرار بگیرد، پر شدن شکاف و تعارض بین نظریه رسانه‌های قدرتمند و نظریه مخاطبان قدرتمند است. در واقع پارادایم رسانه‌های قدرتمند در یک تبیین کلی و تاریخی از تغییرات بازگشته است. به عبارت دیگر، امروزه کسی نمی‌تواند اثرات بسیار روشن رسانه‌ها بر جنبه‌های مختلف زندگی بشری را نادیده بگیرد.

جبرگرایی فناورانه که همبسته اصلی پارادایم نظریه‌های قدرتمند است، وضعیت ارتباطات کنونی را متأثر از فناوری‌های اطلاعاتی می‌داند. فناوری‌های اطلاعاتی، نحوه ارتباطات را تغییر داده و ارتباطات فردی با واسطه رایانه و تعاملی بودن را به‌عنوان مهم‌ترین بُعد ارتباطی جدید، ممکن ساخته است. در واقع امکان بالا رفتن قدرت مخاطبان در برابر رسانه‌های متمرکز، ناشی از توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و اینترنت است. از این لحاظ، در وضعیت جدید اطلاعاتی، نظریه‌های رسانه‌های قدرتمند می‌توانند حضوری تبیین‌کننده داشته باشند و در عین حال در تناقض با عاملیت و فعال بودن مخاطبان قرار نگیرند.

بر اساس نظریه جدید رسانه‌های قدرتمند، رسانه‌ها در تمامی اشکال آن، چه رسانه‌های سنتی و چه رسانه‌های نوین در طولانی‌مدت قدرت تأثیرگذاری زیادی دارند. بر این اساس، زمانی که سیاست‌های مهمی مانند «سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی» ابلاغ و در دستور کار وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و سازمان تأمین اجتماعی و دیگر صندوق‌های بازنشستگی قرار می‌گیرد، انتظار می‌رود با یک «پشتیبانی رسانه‌ای قدرتمند» همراه باشد تا در کنار تلاش‌ها برای اجرای آن‌ها، در مورد چستی این سیاست‌ها، تفاوت آن‌ها با سیاست‌های گذشته، شیوه‌های عملی و اجرایی شدن آن، میزان پیشرفت و آثار آن‌ها بر آینده مردم اطلاع‌رسانی لازم صورت گیرد و در واقع با توجه به میزان اهمیت و ضرورت این سیاست‌ها، جامعه و مخاطبان هم این میزان از اهمیت و ضرورت را درک و با سیاست‌ها همراه شوند؛ تا ضمن آگاهی‌بخشی عمومی و بسترسازی برای پیاده‌سازی، به یک گفتمان غالب و مطالبه عمومی و مردمی نیز تبدیل شوند.

۴. یافته‌ها:

بررسی مطالب منتشرشده در مطبوعات و سایت‌های اینترنتی نشان می‌دهد که رسانه‌ها بیش از هر چیز بر اعلام حمایت و پشتیبانی از سیاست‌های ابلاغی متمرکز شده‌اند و مترقی و پیشرو بودن سیاست‌های اعلامی در حوزه‌های مختلف مورد توجه رسانه و ستایش رسانه‌ای قرار گرفته است. همچنین در این مقالات و یادداشت‌ها، چالش‌های موجود بر سر اجرای این سیاست‌ها و ارائه راهکارهای سیاستی برای اجرای هرچه بهتر آن‌ها مورد اشاره قرار گرفته است. همچنین پیشنهاد شده است که رسانه‌ها نقش پررنگ و اثرگذاری در پیگیری‌ها برای اجرای دقیق این سیاست‌ها داشته باشند.

مطالب ارائه‌شده در رسانه‌ها در مورد سیاست‌های کلی نشان می‌دهد که تمامی بندهای سیاست‌های کلی مورد توجه رسانه‌ها و تحلیلگران و خبرنگاران رسانه‌ای و به صورت جزئی مورد بررسی قرار گرفته است. ابتدا بر اهمیت سیاست‌های کلی ابلاغی برای فائق آمدن بر چالش‌های اقتصادی و بحران‌های موجود در وضعیت فعلی کشور و به خصوص بحران صندوق‌های بازنشستگی پرداخته شده است. عمده مطالب منتشر شده در نشریات مختلف بر اهمیت این سیاست‌ها و امیدواری به آینده متمرکز شده‌اند. همچنین ضمن اشاره به نکات مثبت سیاست‌ها به تحلیل دستاوردهای آتی این سیاست‌ها و اثرات آن بر سازمان تأمین اجتماعی و حوزه رفاه و تأمین اجتماعی پرداخته‌اند. در این میان مواردی مانند تأمین اجتماعی چندلایه، حمایت از خانواده و فرزندآوری، حمایت از اقشار ضعیف جامعه، بسط و گسترش عدالت اجتماعی، توانمندسازی اجتماع محور و خانواده محور، صیانت از منابع بین نسلی تأمین اجتماعی، و ...، بیشتر مورد توجه نشریات و رسانه‌های مختلف قرار گرفته است.

بحث بعدی که مورد توجه رسانه‌های مختلف قرار گرفته است اشاره به وضعیت فعلی و مسائل و مشکلات و چالش‌های حوزه رفاه و تأمین اجتماعی است. در این مطالب عمدتاً اشاره به این چالش‌ها با این هدف انجام شده است که اثرگذاری سیاست‌های کلی اعلامی بر رفع آن‌ها مورد تأکید بیشتر قرار گیرد. عمده چالش‌ها به این موضوع پرداخته‌اند که مشکلات ساختاری در سیاست‌گذاری و اجرای سیاست‌ها و قوانین تأمین اجتماعی وجود دارد. همچنین عدم وجود شاخص‌های مناسب و علمی برای شناسایی افراد فقیر و میزان فقر مورد انتقاد قرار گرفته است.

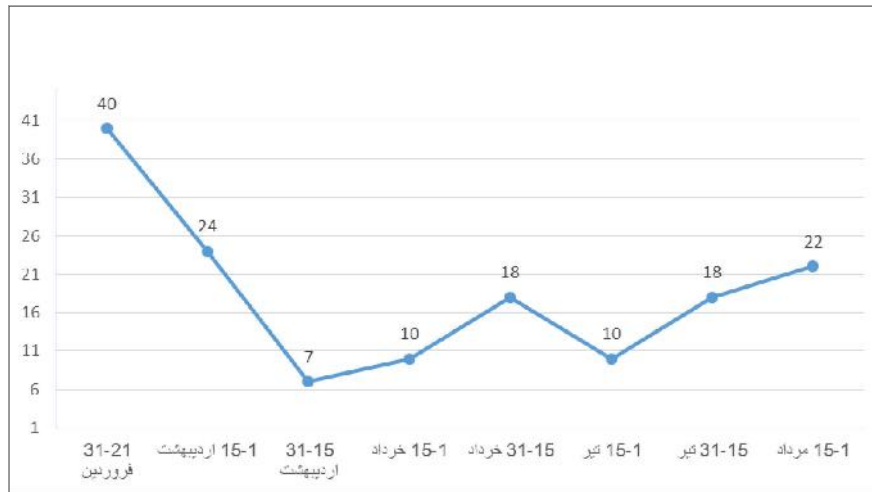
بحث ازدواج و خانواده در سیاست‌های کلی ابلاغی مقام معظم رهبری، به صورت برجسته‌تری مورد توجه رسانه‌ها قرار گرفته است. در این زمینه هم رسانه‌ها از مطرح شدن این موضوع در سیاست‌های کلی پشتیبانی و حمایت کرده‌اند و هم راهکارهایی برای اجرایی شدن این سیاست‌ها ارائه کرده‌اند. همچنین مباحث مربوط به حمایت از خانواده‌ها برای فرزندآوری، حمایت از زنان خانه‌دار برای برخورداری از بیمه اجتماعی و حقوق زایمان، توانمندسازی و درعین حال تشویق جوانان به ازدواج، تأسیس مراکز مشاوره مبتنی بر سبک زندگی اسلامی و ... مواردی هستند که در این حوزه مطرح شده‌اند.

بحث بعدی که مورد توجه خاص رسانه‌ها قرار گرفته است نظام تأمین اجتماعی چندلایه است که در سیاست‌های کلی بر لزوم اجرایی کردن آن تأکید شده است. علیرغم ضروریات زندگی اسلامی و تأکید بر امر عدالت اجتماعی و همچنین به دلیل کمبود امکانات و ساختارهای لازم، تأمین اجتماعی اجباری که تمامی مردم را در برگیرد، تا به حال در ایران اجرایی نشده است. تأمین اجتماعی چندلایه از یک طرف امکان پوشش بیشتر مردم در حوزه تأمین اجتماعی را فراهم می‌کند و از طرفی تفاوت قائل شدن بین لایه‌های حمایتی و بیمه‌ای و امدادی باعث می‌شود تا از دست‌اندازی به منابع لایه بیمه‌ای به بهانه حمایتی جلوگیری شود.

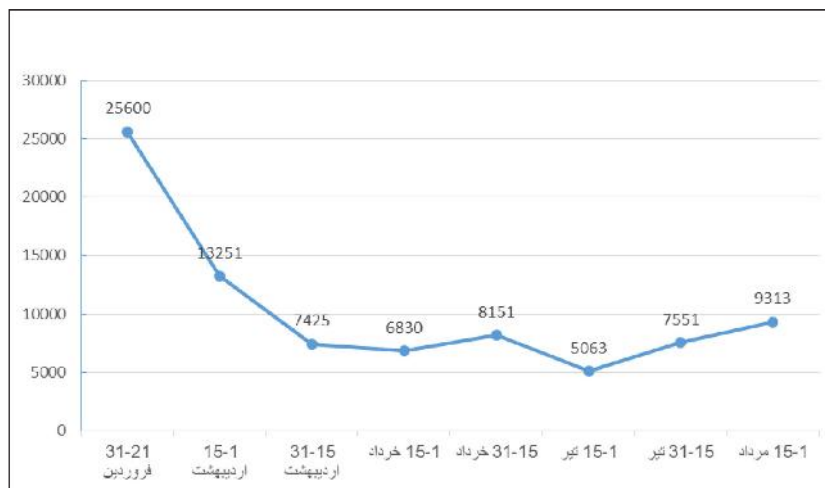
یکی دیگر از موضوعات مورد توجه رسانه‌های مکتوب، بحث عدالت اجتماعی و رفع تبعیض در برخورداری از منابع و خدمات سازمان‌های دولتی و عمومی است. سیاست‌های کلی ابلاغی مقام معظم رهبری در حوزه رفاه و تأمین اجتماعی از مسئولین و سازمان‌های دولتی می‌خواهد تا گسترش و تأمین عدالت را در خدمات بیمه‌ای، حمایتی و امدادی هدف خود قرار دهند. سیاست‌های کلی راهکارهایی از جمله اجرای تأمین اجتماعی چندلایه را پیشنهاد کرده است که بر اساس آن آحاد و به‌خصوص قشر مستضعف و نیازمند جامعه را در سه لایه حمایتی، بیمه‌ای و امدادی تحت پوشش قرار دهد.

سازمان تأمین اجتماعی به‌عنوان یکی از نهادهای کانونی در اجرای سیاست‌های کلی ابلاغی، تاکنون اقدامات زیادی را در راستای افزایش پوشش بیمه‌ای و تأمین عدالت انجام داده است و مطمئناً اقدامات زیادی را برای اجرایی کردن سیاست‌های کلی در دستور کار قرار داده است. با این وجود سازمان در این زمینه با محدودیت‌ها و مشکلات زیادی روبرو است. در زمینه قوانین موجود، با محدودیت‌های قانونی و ساختاری روبرو است که نیازمند اصلاح و تغییر هستند. همچنین سازمان بر اساس دریافت حق بیمه عمل می‌کند و نمی‌تواند قشر محروم و نیازمند را که توانایی پرداخت حق بیمه ندارند، تحت پوشش قرار دهد. برای این کار باید دولت تأمین منابع مالی لازم را متقبل شود. با این وجود دولت هم در پرداخت تعهدات خود به سازمان تأمین اجتماعی از سابقه خوبی برخوردار نیست و باید در این زمینه اعتمادسازی انجام گیرد. در سیاست‌های کلی تأکید شده است که منابع مالی سازمان بین نسلی است و نباید برای اجرای طرح‌های غیر بیمه‌ای و حمایتی مورد استفاده قرار گیرد.

اطلاعاتی که در این پژوهش به دست آمد نشان می‌دهد که از ابتدای مطرح شدن و ابلاغ سیاست‌های کلی توسط مقام معظم رهبری، فعالیت‌های رسانه‌ای و مطبوعاتی قابل توجهی در مورد آن صورت گرفت. با این وجود بررسی تعداد مقالات غیر تکراری در مطبوعات و سایت‌ها و حجم مطالب منتشر شده (نمودارهای ۱ و ۲ که تا ۱۵ مرداد ۱۴۰۱ را پوشش می‌دهد) نشان می‌دهد که هم به لحاظ تعداد عناوین و هم به لحاظ تعداد کلمات و حجم متون، شاهد کاهش پرداختن به سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی هستیم. به نظر می‌رسد که رسانه‌ها در ایران عمدتاً به مسائل روز می‌پردازند و کمتر پیگیر مسائل در دوره‌های زمانی طولانی هستند. از این رو پشتیبانی رسانه‌ای از سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی بر اساس دستاوردهای این مقاله چندان موفق نبوده است و نتوانسته است بر روی مخاطبان عمومی و حتی مخاطبان در دانشگاه‌ها و مراکز علمی تأثیرگذار باشد. عمده مطالب منتشر شده در مورد سیاست‌های کلی توسط مسئولان سازمان تأمین اجتماعی تهیه شده است و یا عمدتاً پوشش سخنان و صاحب‌های دکتر موسوی مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی بوده است. میزان مشارکت دانشگاه‌ها و مراکز علمی و پژوهشی در تولید محتوا در مورد سیاست‌های کلی بسیار ناچیز بود



شکل ۱: نمودار تعداد عناوین منتشر شده در مطبوعات و سایت‌ها در خصوص سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی



شکل ۲: نمودار تعداد کلمات منتشر شده در مطبوعات و سایت‌ها در خصوص سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی

از این رو لازم است که سازمان تأمین اجتماعی و دیگر مسئولان اجرایی کردن سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی راهکارهایی را برای ایجاد رویدادهای رسانه‌ای در مورد سیاست‌های کلی ایجاد کنند و گفتمان‌سازی این سیاست‌ها را از طریق رسانه‌ها دنبال کنند.

فعالان رسانه‌ای در رسانه‌ها و نشریات همچنین پیشنهادهایی برای اجرای بهتر سیاست‌های کلی ابلاغی ارائه کرده‌اند. در این زمینه پیشنهادهایی مانند لزوم فعال‌سازی و توسعه پایگاه رفاه ایرانیان، لزوم

فعال‌سازی سازمان ملی جوانان، فعال‌سازی تفکر بسیجی، فعال‌سازی نهادهای حمایت از خانواده و فرزندآوری و ... مواردی هستند که در این قسمت مورد اشاره قرار گرفته است.

- ضرورت آسیب‌شناسی نظام رفاه و تأمین اجتماعی
- ضرورت طراحی یک نظام کارآمد، عدالت بنیان و جامع برای تأمین اجتماعی
- ایجاد هماهنگی و هم‌افزایی هر چه بیشتر بین بازیگران و ذینفعان حوزه رفاه و تأمین اجتماعی
- دولت به‌عنوان یک شریک تضامنی، باید به تعهدات سازمان استمرار بخشد.
- استفاده از همه ظرفیت‌های بخشی و فرابخشی سازمان
- ارزیابی مجدد تأمین اجتماعی بر اساس مؤلفه‌های اصلی انقلاب اسلامی
- برگزاری جلسه مشورتی مدیران عامل ادوار تأمین اجتماعی برای عملیاتی‌سازی این سند
- برای اجرای طرح وعدم موازی کاری نیازمند به برنامه جامع تأمین اجتماعی در کشور هستیم.
- لزوم استمرار رویکرد فعال دولت
- همراهی دستگاه‌ها و مشارکت آحاد جامعه ضامن اجرای سیاست‌های کلی
- تکلیف دولت در تأمین حداقل‌ها و نیازهای اساسی و سطح پایه خدمات
- توجه به آزمون وسع برای لایه‌بندی و سطح‌بندی لایه بیمه‌ای جهت برخورداری از خدمات حمایتی و بیمه‌ای
- توجه به جامعیت، یکپارچگی، فراگیری، حفظ انتظام و انسجام امور
- تکمیل و ارتقای پایگاه اطلاعات رفاه ایرانیان
- وصل شدن همه دستگاه‌ها به پایگاه رفاه ایرانیان
- دسته‌بندی معیشتی خانوارهای ایرانی بر اساس اطلاعات پایگاه رفاه ایرانیان
- طراحی راهکاری توانمندسازی گروه‌ها
- اجرای سیاست‌های حمایتی برای بهبود وضعیت مردم و کاهش فقر
- لزوم فعال‌سازی ستاد ملی جوانان
- لزوم ستاد ملی جوانان به‌عنوان بستر اجرایی فعال و نافذ سیاست‌های کلی
- فعال‌سازی ستاد ملی جوانان در راستای سیاست تحکیم خانواده و فرزندآوری
- اجرایی ساختن قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت

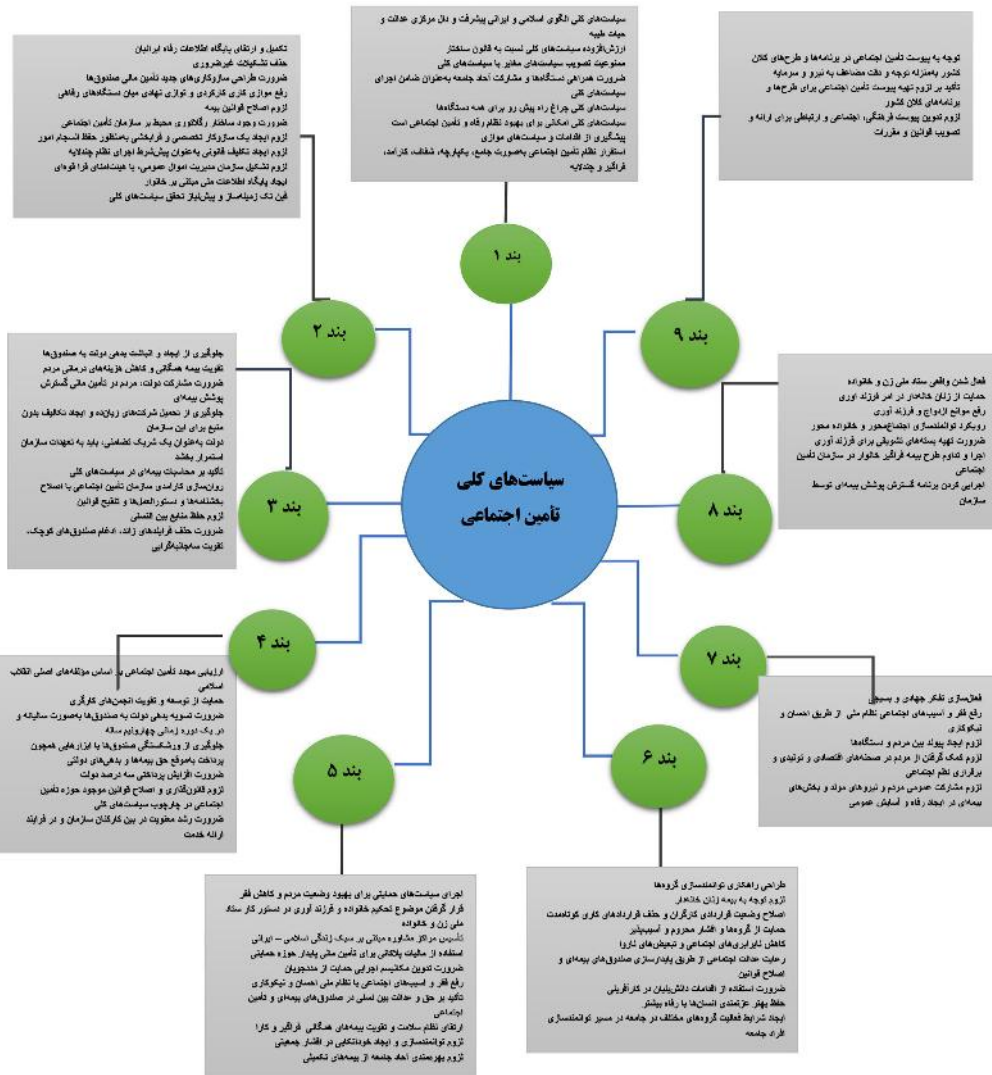
- ضرورت تدوین مکانیسم اجرایی حمایت از مددجویان
- فعال‌سازی تفکر جهادی و بسیجی
- ضرورت آسیب‌شناسی نظام رفاه و تأمین اجتماعی
- حمایت از مددجویان سازمان بهزیستی و کمیته امداد ذیل سیاست‌های کلی
- ضرورت تعریف مکانیسم‌های تأمین اعتبار
- تعبیه یک سیستم مالی پایدار برای حمایت از مددجویان
- استفاده از مالیات پلکانی برای تأمین مالی پایدار حوزه حمایتی
- ایجاد پیوند میان ظرفیت‌های مردمی و دستگاه‌ها
- استفاده از نظرات کارشناسی و افراد خبره خارج از سازمان بهزیستی
- ضرورت اقدام و تلاش مجلس و دستگاه‌ها و بخش‌های مرتبط
- تشکیل یک ستاد فرادستگاهی در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
- آمادگی سازمان تأمین اجتماعی برای طراحی و پیشبرد سیاست‌های ابلاغی
- تأمین منابع مالی به‌عنوان بهترین اقدام دولت در راستای اجرایی شدن سیاست‌ها
- حفظ قدرت خرید اقشار ضعیف
- مهم‌ترین چالش کشور خطر ورشکستگی صندوق‌ها است.
- تأمین مالی امور امدادی از محل پوشش بیمه‌ای، مشارکت‌های مردمی و مساعدت دولت
- امور حمایتی باهدف رفع فقر و آسیب اجتماعی و تضمین سطح پایه خدمات از محل منابع دولتی، عمومی و مردمی
- توجه به پیوست تأمین اجتماعی در برنامه‌ها و طرح‌های کلان کشور به‌منزله توجه و دقت مضاعف به نیرو و سرمایه انسانی
- لزوم توانمندسازی و ایجاد خوداتکایی در اقشار جمعیتی
- حفظ قدرت خرید مزدبگیران، مستمری‌بگیران و مقرری‌بگیران نیز جزو تکالیف دولت است
- دولت به فکر وصول و افزایش تعهدات کارفرمایان باشد.
- باید نحوه جمع‌آوری منابع و تأمین مالی صندوق‌ها تغییر کند و سازوکارهای جدیدی برای آن طراحی شود.

- باید اصل تنازلی بودن تعهدات صندوق‌ها به نسبت درآمد را رعایت کنیم.
- در برنامه هفتم توسعه که در این دولت تهیه می‌شود، ابلاغیه تأمین اجتماعی به‌طور کامل لحاظ شود.
- سهم مالی هر دستگاه برای اجرای طرح باید مشخص شود.
- لزوم ایجاد تغییرات اساسی در قوانین و مقررات جاری
- اجرای سیاست‌های کلی نیازمند بسیج همگانی در کشور است.
- شرط اجرایی شدن سیاست‌های کلی اصلاح ساختاری است.
- باید خیلی سریع اصلاح ساختار و تشکیلات را هم در حوزه بیمه‌ای و هم حمایتی انجام داد.
- باید اشکالات قانون بیمه و درمان رفع شود و حل مشکلات سلامت مردم دیده شود.
- سیاست‌های کلی پشتوانه رویکردها و قوانین پیشنهادی دولت باشد.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که مطالب متنوعی برای توضیح سیاست‌های کلی، نقش آن در آینده رفاه و تأمین اجتماعی، شیوه‌های اجرایی کردن آن و پیشنهادهای فعال‌سازی این سیاست‌ها تولید و در رسانه‌ها منتشر شده است. با این وجود، عمده این مطالب از طریق مصاحبه و یا پوشش سخنرانی مسئولان و برخی از فعالان حوزه رفاه و تأمین اجتماعی تولید شده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که هیچ مباحثه عمومی در مورد این سیاست‌ها شکل نگرفته و وارد فضای عمومی در بین مردم، دانشگاهیان، ذینفعان حوزه رفاه و تأمین اجتماعی و حتی دیگر صندوق‌های تأمین اجتماعی نشده است. ضمن این که به تدریج با فاصله گرفتن از زمان ابلاغ سیاست‌های کلی، تعداد و حجم مطالب منتشر شده کاهش پیدا کرده و تدبیر حفظ و استمرار گفتمان سیاست‌های کلی مذکور ضروری است.

با این وجود تحلیل دیدگاه‌های مختلف، نشان‌دهنده درک اهمیت سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی در بین برخی از مسئولان و فعالان حوزه رفاه و تأمین اجتماعی است و از آن به‌عنوان تغییری اثرگذار بر آینده رفاه اجتماعی در ایران یاد شده است. لازم است که این رویکرد از طریق فعالیت‌های رسانه‌ای وارد بحث‌های عمومی و افکار عمومی در سراسر کشور بشود. این امر می‌تواند امید به آینده‌ای بهتر و رفاه بیشتر را در بین مردم بالا ببرد. مدل زیر نشان‌دهنده مهم‌ترین بحث‌ها و مطالب منتشر شده در رسانه‌های مورد بررسی در مورد بندهای نه‌گانه سیاست‌های کلی است.

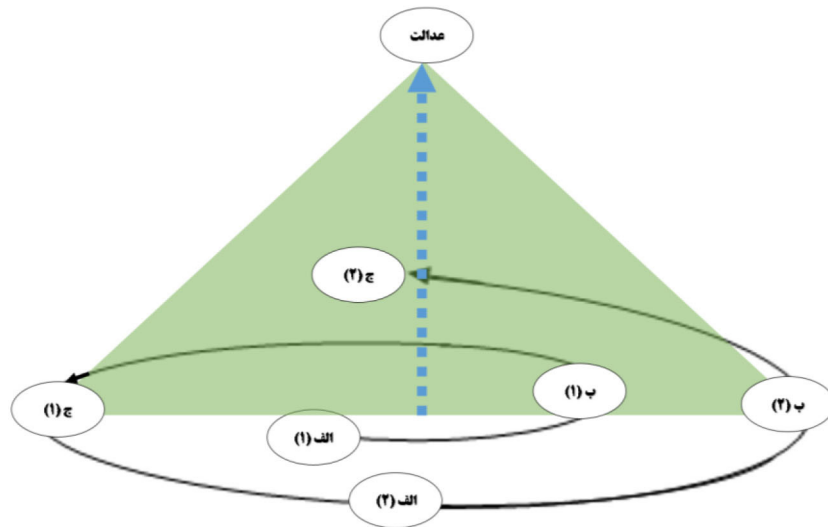


شکل ۱: مدل پیشنهادها و ضرورت‌های اجرای سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی
(بر اساس مطالب منتشر شده در رسانه‌های مکتوب مورد مطالعه‌ی تحقیق)

۶. پیشنهاد تحقیق

علاوه بر استمرار مراحل بعدی این پژوهش، می‌توان با تشکیل «کمیته راهبری سیاست‌های کلی تأمین

اجتماعی» در «دبیرخانه دائمی این سیاست‌ها»، بهره‌گیری از «ظرفیت علمی گروه رصد مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی» (کمیته علمی دبیرخانه مذکور) و بر اساس «مدل مفهومی تکرارشونده‌ی متعالی ترسیم شده در شکل شماره (۲)؛ «ضمن رصد دائمی گفتمان‌های مرتبط با سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی» تا تحقق عدالت اجتماعی، این گفتمان را در محدوده مورد نیاز حفظ و تداوم بخشید.



شکل ۲: مدل مفهومی فرایند رصد، بسط، حفظ و استمرار گفتمان سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی

بر این اساس با مطرح شدن سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی (الف ۱) و تولیدات رسانه‌ای و علمی در راستای معرفی و بسط گفتمان سیاست‌های کلی (ب ۱) باید این فرایند مورد رصد مداوم (ج ۱) و مداخله جهت باقی ماندن در دستور کار دستگاه‌های دولتی و عمومی و رسانه‌ها قرار گیرد (الف، ب و ج ۲).

روشن است که چنین رویکردی، یکی از مصادیق روشن برقراری رابطه مبارک و مغفول علم و عمل در حوزه تأمین اجتماعی است که با تدبیر مدیر عامل محترم سازمان تأمین اجتماعی و استفاده از ظرفیت علمی کم‌نظیر «مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی» می‌تواند رقم بخورد و بدون تردید، نتایج مبارکی نیز به دنبال خواهد داشت.

منابع

۱. امام خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۴۰۱/۲/۶). بیانات در دیدار جمعی از دانشجویان. قابل دسترسی در: <https://farsi.khamenei.ir/newspart-index?tid=1090>
۲. اسمارت، بری. (۱۳۸۳). شرایط مدرن، مناقشه‌های پست‌مدرن، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر اختران.
۳. تامپسون، جان.ب. (۱۳۸۰). رسانه‌ها و مدرنیته: نظریه اجتماعی رسانه‌ها، تهران: انتشارات ققنوس.
۴. حسینی، مریم. (۱۴۰۱). مدیریت هماهنگ معنا در گفتگوهای سه‌جانبه: گفتگوهای سه‌جانبه تعیین حداقل دستمزد ۱۳۹۶، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
۵. دامن کشیده، مرجان. (۱۳۹۹). «ارزیابی پایداری نظام مستمری (مورد مطالعه: سازمان تأمین اجتماعی)»، فصل‌نامه رفاه اجتماعی، ۷۹، ۳۰۷-۳۰۴.
۶. سورین، ورنر جوزف، تانکارد، جیمز. (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.
۷. سیاست‌های کلی تأمین اجتماعی. (۱۴۰۱). برگرفته در تاریخ ۱۴۰۱/۱۱/۱ از آدرس: <https://farsi.khamenei.ir/news-content?id=50009>
۸. کاستلز، امانوئل. (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه احمد علیقلیان، افشین خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو.
۹. کالر، جانانان. (۱۳۸۹). درآمدی بسیار کوتاه: بارت، ترجمه تینا امراللهی، تهران: نشر علم.
۱۰. گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۹). جهان رهاشده: گفتارهایی درباره یکپارچگی جهانی، ترجمه علی‌اصغر سعیدی و یوسف حاجی عبدالوهاب، تهران: علم و ادب.
۱۱. لیتل، جان. (۱۳۸۴). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه مرتضی نوربخش و سید اکبر میر حسینی، تهران: نشر جنگ.
۱۲. لین، ریچارد. جی. (۱۳۸۷). ژان بودریار، ترجمه مهرداد پارسا، تهران: نشر فرهنگ صبا.
۱۳. محسنی تبریزی، علیرضا. (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی، تهران، مؤسسه انتشارات آگاه.
۱۴. وارد، گلن. (۱۳۸۴). پست‌مدرنیسم، ترجمه قادر فخر رنجبری و ابودر کرمی، تهران: نشر نی.
15. Artz, L. and Yahya, R. K. (2012). Globalization, media hegemony and social class. *Globalization of Corporate Media Hegemony, The Evaluating California's Imprisonment Crisis*, 1
16. Marchessault, Janine. (2005). *Marshall McLuhan: Cosmic Media*. London: SAGE Publications.
17. Marchand, Philip. (1998). *Marshall McLuhan: The Medium and the Messenger*, Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

18. Marshall McLuhan. (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. London: Routledge & Kegan Paul.
19. McLuhan, Marshall. (2001). War and Peace in the Global Village. New York: Bantam Books.
20. McLuhan, Marshall. (2008). The Medium Is the Massage: An Inventory of Effects. London: Penguin.
21. Sayar, Ahmad Mir. (2020). "Joseph Goebbels Nazi Propaganda And Its Relevance In Contemporary Media Setup In The Light Of Uses and Gratification Theory", UGC Care Group I Journal, 10(10) , 3.