

فهرست اجمالی

سخن ناشر	۱۱
مقدمه	۱۳
بخش تحت: ادبیات نظری پیوست فرهنگی در رشته های علوم اجتماعی	۲۱
فصل ۱. پیشینه و ادبیات نظری و تجربی در حوزه مطالعات جامعه‌شناسی کاربردی (ارزیابی تأثیر اجتماعی)	۲۳
فصل ۲. پیشینه و ادبیات نظری و تجربی در حوزه مطالعات ارتباطاتی	۳۳
فصل ۳. پیشینه و ادبیات نظری و تجربی در حوزه مطالعات توسعه	۴۱
بخش دوم: چارچوب مفهومی و ضرورت پیوست فرهنگی	۶۹
فصل ۴. مبانی مفهومی پیامدپژوهی	۷۱
فصل ۵. پیوست فرهنگی، چستی و چرایی	۸۷
فصل ۶. ارزیابی تأثیرات اجتماعی - فرهنگی در سیاست‌گذاری عمومی ملاحظات روش‌شناسی	۱۱۹
بخش سوم: چگونگی تنظیم و تحقق پیوست فرهنگی	۱۴۳
فصل ۷. الگوی عملیاتی پیوست فرهنگی «محتوا، سازمان و برنامه»	۱۴۵
فصل ۸. ملاحظات نظری پیوست؛ فرهنگی یا اجتماعی؟	۲۲۵
نمایه	۲۶۷

فهرست تفصیلی

سخن ناشر	۱۱
مقدمه	۱۳
بخش نخست: ادبیات نظری پیوست فرهنگی در رشته‌های علوم اجتماعی	۲۱
فصل ۱. پیشینه و ادبیات نظری و تجربی در حوزه مطالعات جامعه‌شناسی کاربردی (ارزیابی تأثیر اجتماعی)	۲۳
فصل ۲. پیشینه و ادبیات نظری و تجربی در حوزه مطالعات ارتباطاتی	۳۳
۱-۲. اثرپژوهی تبلیغات تجاری	۳۷
فصل ۳. پیشینه و ادبیات نظری و تجربی در حوزه مطالعات توسعه	۴۱
۱-۳. طبقه‌بندی پیامدها	۴۷
۲-۳. روش پیامدسنجی	۵۰
۳-۳. جدول پیامدها	۵۰
۴-۳. مثالی برای جدول پیامدها	۵۳
۴-۳. هنر توصیف پیامدها	۵۴
۵-۳. موردکاوی یک پیامدسنجی	۶۰
۶-۳. مفاهیم معادل در سیاستگذاری عمومی	۶۵
منابع	۶۷

- بخش دوم: چارچوب مفهومی و ضرورت پیوستی فرهنگی ۶۹
- فصل ۴. مبانی مفهومی پیامد پژوهی ۷۱
- ۴-۱. «پیامد» چیست؟ ۷۲
- ۴-۲. ارزیابی چیست؟ ۷۶
- ۴-۳. انواع متصور ارزیابی چیست؟ ۷۸
- ۴-۴. ارزیابی پیامد چیست؟ ۸۱
- ۴-۵. اثر پژوهی چیست؟ ۸۱
- ۴-۶. نسبت کارکرد با آثار (پیامد/تأثیر) ۸۲
- ۴-۷. کدام آثار؟ کدام سیاست و فعالیت؟ ۸۴
- فصل ۵. پیوست فرهنگی، چیستی و چرایی ۸۷
- ۵-۱. فرهنگ و کارکردهای آن ۸۷
- ۵-۲. تغییرات فرهنگی جوامع ۸۹
- ۵-۳. تهاجم فرهنگی ۹۳
- ۵-۴. چند نکته مهم ۹۴
- ۵-۵. سیاست‌های کلان نظام در مدیریت تحولات فرهنگی ۹۹
- ۵-۶. چیستی پیوست فرهنگی ۱۰۱
- ۵-۷. کارکرد تدوین و اجرای پیوست فرهنگی ۱۰۳
- ۵-۷-۱. آثار درونی ۱۰۴
- ۵-۷-۲. آثار بیرونی طرح‌های پیوست فرهنگی ۱۰۵
- ۵-۷-۳. آسیب‌شناسی ۱۱۰
- ۵-۷-۴. راهبردهایی برای آغاز ۱۱۶

فهرست تفصیلی □ ۹

فصل ۶. ارزیابی تأثیرات اجتماعی - فرهنگی در سیاستگذاری عمومی ملاحظات روش‌شناسی	۱۱۹
مقدمه	۱۱۹
۱-۶. فرهنگ به مثابه روش زندگی	۱۲۱
۲-۶. ابزارهای مفهومی ارزیابی	۱۲۳
۳-۶. نگاه مفهومی به ارزیابی تأثیرات با رویکرد فرهنگی	۱۲۸
۴-۶. ابزارهای روشی	۱۳۱
۵-۶. مراحل ارزیابی تأثیرات فرهنگی	۱۳۳
۶-۶. ماهیت و ابعاد ارزیابی تأثیرات فرهنگی	۱۳۴
منابع بخش دوم	۱۴۱
بخش سوم: چگونگی تنظیم و تحقق پیوست فرهنگی	۱۴۳
فصل ۷. الگوی عملیاتی پیوست فرهنگی «محتوا، سازمان و برنامه»	۱۴۵
مقدمه	۱۴۵
۱-۷. کلیات	۱۴۸
۲-۷. اصطلاحات کاربردی	۱۵۵
۳-۷. کلیات الگوی پیوست فرهنگی	۱۶۰
۴-۷. الگوی کاربردی	۱۶۶
۵-۷. الگوی عملیاتی پیوست	۱۶۸
۶-۷. سازمان و برنامه پیوست فرهنگی	۲۱۳
فصل ۸. ملاحظات نظری پیوست؛ فرهنگی یا اجتماعی؟	۲۲۵
مقدمه	۲۲۵
۱-۸. ارزیابی تأثیر و انواع موضوعی آن	۲۲۷
۲-۸. ارزیابی تأثیر اجتماعی چیست؟	۲۳۱

۱۰ □ پیوست فرهنگی؛ از مفهوم تا روش

- ۳-۸. ویژگی‌ها و اصول ۲۳۴
- ۴-۸. ارزیابی تأثیر فرهنگی چیست؟ ۲۴۲
- ۵-۸. متغیرهای فرهنگی ۲۴۳
- ۶-۸. ضرورت ۲۴۵
- ۷-۸. ملاحظاتی درباره پیوست‌نگاری ۲۴۷
- ۱-۷-۸. بررسی تعریف ۲۴۸
- ۲-۷-۸. ملاحظات نظری ۲۴۹
- ۳-۷-۸. ملاحظات عملی ۲۵۳
- ۸-۸. مفروضات زمینه‌ای پیوست‌نگاری ۲۵۷
- ۹-۸. نتیجه‌گیری ۲۶۰
- منابع بخش سوم ۲۶۴
- نمایه ۲۶۷

«بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ»
وَلَقَدْ آتَيْنَا دَاوُودَ وَسُلَيْمَانَ عِلْمًا وَقَالَا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
فَضَّلَنَا عَلَى كَثِيرٍ مِّنْ عِبَادِهِ الْمُؤْمِنِينَ
(قرآن کریم، سوره مبارکه النمل، آیه شریفه ۱۵)

سخن ناشر

فلسفه وجودی دانشگاه امام صادق(ع) که از سوی ریاست فقید دانشگاه به کرات مورد توجه قرار گرفته، تربیت نیروی انسانی‌ای متعهد، باتقوا و کارآمد در عرصه عمل و نظر است تا از این طریق دانشگاه بتواند نقش اساسی خود را در سطح راهبردی به انجام رساند.

از این حیث «تربیت» را می‌توان مقوله‌ای محوری یاد نمود که وظایف و کارویژه‌های دانشگاه، در چارچوب آن معنا می‌یابد؛ زیرا که «علم» بدون «تزکیه» بیش از آنکه ابزاری در مسیر تعالی و اصلاح امور جامعه باشد، عاملی مشکل ساز خواهد بود که سازمان و هویت جامعه را متأثر و دگرگون می‌سازد.

از سوی دیگر «سیاست‌ها» تابع اصول و مبادی علمی هستند و نمی‌توان منکر این تجربه تاریخی شد که استواری و کارآمدی سیاست‌ها در گرو انجام پژوهش‌های علمی و بهرمندی از نتایج آنهاست. ازاین منظر پیشگامان عرصه علم و پژوهش، راهبران اصلی جریان‌های فکری و اجرایی به حساب می‌آیند و نمی‌توان آینده درخشانی را بدون توانایی‌های علمی - پژوهشی رقم زد و سخن از «مرجعیت علمی» در واقع پاسخ‌گویی به این نیاز بنیادین است.

دانشگاه امام صادق علیه السلام در واقع یک الگوی عملی برای تحقق ایده دانشگاه اسلامی در شرایط جهان معاصر است. الگویی که بیش از «ربع قرن» تجربه دارد و هم اکنون ثمرات نیکوی این شجره طیبه در فضای ملی و بین‌المللی قابل مشاهده است. طبعاً آنچه حاصل آمده محصول نیت خالصانه و جهاد علمی مستمر مجموعه بنیانگذاران و دانش‌آموختگان این نهاد است که امید می‌رود در طلیعه دور جدید فعالیتش بتواند به توسعه و تقویت آنها در پرتو عنایات حضرت حق تعالی، اهتمام ورزد.

معاونت پژوهشی دانشگاه امام صادق علیه السلام با توجه به شرایط، امکانات و نیازمندی جامعه در مقطع کنونی با طرحی جامع نسبت به معرفی دستاوردهای پژوهشی دانشگاه، ارزیابی سازمانی - کارکردی آنها و بالاخره تحلیل شرایط آتی اقدام نموده که نتایج این پژوهش‌ها در قالب کتاب، گزارش، نشریات علمی و... تقدیم علاقه‌مندان می‌گردد. هدف از این اقدام - ضمن قدردانی از تلاش خالصانه تمام کسانی که با آرمان و اندیشه‌ای بزرگ و ادعایی اندک در این راه گام نهادند - درک کاستی‌ها و اصلاح آنها است تا از این طریق زمینه پرورش نسل جوان و علاقه‌مند به طی این طریق نیز فراهم گردد؛ هدفی بزرگ که در نهایت مرجعیت مکتب علمی امام صادق علیه السلام را در گستره بین‌المللی به همراه خواهد داشت. (ان شاء الله)

وَلِلَّهِ الْحَمْدُ

معاونت پژوهشی دانشگاه

مقدمه

«از جمله سازوکارهای لازم‌الاجرا کردن مصوبات این شورا، برای نمونه، چگونگی حضور شورای عالی در تنظیم برنامه پنج‌ساله را پیش‌بینی کنید که حضور داشته باشد. به علاوه، در طرح‌های گوناگونی که در کشور تنظیم می‌شود، آقای رئیس‌جمهور هم اشاره کردند درست هم هست، طرح‌های اقتصادی، طرح‌های پولی و مالی، طرح‌های عمرانی حتماً یک پیوست فرهنگی داشته باشد که آن پیوست فرهنگی مصوبه آن شورا است و همه ملزم باشند که به آن پیوست فرهنگی توجه کنند و آن را لازم‌الاجرا بشمارند» (بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار شورای عالی انقلاب فرهنگی ۱۳۸۶/۹/۱۷)

انقلاب اسلامی ایران با غایات و اهداف بلند فرهنگی و تمدنی، در حالی در اواخر سده بیستم میلادی و قرن چهاردهم هجری پا به میدان تقابل حق و باطل نهاد که در یک سوی عالم، "سیاست" مدعی راهبری مطلق دیگر نظام‌ها بود (اردوگاه سوسیالیسم) و در سوی دیگر «اقتصاد»، هادی فرهنگ، سیاست و حتی اجتماع بود (اردوگاه لیبرالیسم) و هرچند می‌توان رشد برخی واحدهای ملی با هویت فکری تضعیف شده و مذبذب را در این میانه دید

لیکن نظم ذهنی و عینی بین‌الملل دوقطب بیشتر نداشت و گمان می‌رفت که فرهنگ‌های وحیانی و بومی برای همیشه به محاق رفته‌اند. در این شرایط ناامید کننده؛ انقلاب امام خمینی قدس سره‌الشریف و مردم ایران و بیداری‌های اسلامی پس از آن، روح فطرت، معنویت و عدالت را در کالبد مستضعفان احیا کرد و در ادامه نهضت انبیاء که غایت معنا بخش زندگی دنیا را خلود و عبودیت و ربوبیت می‌دانستند، الگویی دیگر از نسبت میان دنیا و آخرت، فرهنگ و دولت و انسان و جامعه برقرار ساخت. این الگو که در مبانی اندیشه اسلامی عالمان فرهیخته (نه صاحبان زر و زور) و تفقه دینی (نه مادی و نفسانی) ایشان، ریشه داشت، فرهنگ (به معنای حیات معقول انسان مختار، در ظرف فطرت الهی) را زیر بنا و غایت تحرکات و تغییرات و پیشرفت‌های دنیایی می‌دانست و در پی آن بود تا همه تلاش‌های مشروع جامعه و حکومت را در راستای توسعه عبودیت انسان و تقرب و تعالی و تکامل فردی، اجتماعی و تاریخی قرار دهد. این مهم طبعاً نیازمند انطباق کامل نظام‌های غیرفرهنگی بر هسته باطنی نظام فرهنگی بود که البته به سه دلیل در تجربه پس از انقلاب اسلامی به طور کامل محقق نشد:

- پیچیدگی‌های طبیعی و ساختاری اداره و مدیریت عمومی جوامع در دوره حاضر که هر نوع مداخله و هدایت فرهنگی را دشوار ساخته و همچنین حاکمیت اقتصاد بر نظم اجتماعی مدرن که به سادگی نمی‌توان بر آن فائق آمد.
- شبیخون فرهنگی هدفدار رقبا و دشمنان نظام به فرهنگ و هویت اسلامی - ایرانی که البته از سال ۱۳۷۱ تاکنون مورد تحذیر مقام معظم رهبری بوده است.

▪ غفلت از فرهنگ در برنامه‌های توسعه و عدم توجه به ابعاد و آثار فرهنگی توسعه نامتوازن، سیاست‌های رفاه، فناوری‌های مدرن و وارداتی فزاینده، پرشتاب و بی‌ضابطه خصوصاً در حوزه زندگی.

فرهنگ اسلامی خصوصاً به خاطر اعتقادات و احکام انسانی و فرهنگی‌اش، به قابل‌هدایت بودن فرهنگ باور دارد. تجربه ۳۰ ساله انقلاب اسلامی ایران با تمام ضعف‌ها و قوت‌هایش نماینده تجربه‌ای منحصر به فرد در مدیریت راهبردی فرهنگ - محور در دنیای معاصر است و تجربیات بسیار مفیدی را برای استفاده جهانیان به ارمغان آورده است. لذا ضروری بود تا عمیق‌تر و صریح‌تر از گذشته این نسبت حیاتی ما بین فرهنگ و توسعه در بین مسئولان نظام، نخبگان فرهنگی و اقتصادی و صنعتی و سیاسی و... و مهم‌تر از همه برنامه‌ریزان و طراحان فعالیت‌ها و اقدامات توسعه‌بخش در هر چهار نظام سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ترویج و نهادینه گردد.

«پیوست فرهنگی» از مفاهیم جدیدی است که به دنبال واژگان راهبردی «مهندسی فرهنگ»، «مهندسی فرهنگی» و «مدیریت فرهنگی» توسط مقام معظم رهبری در تاریخ ۸۶/۹/۱۷ طرح گردیده و علاوه بر این که موضوع مراکز عمده سیاست‌گذاری قرار گرفته، اذهان بسیاری از مراکز علمی و تحقیقاتی و پژوهشگران را به خود معطوف نموده است. وجه مشترک برداشت‌های گوناگون از پیوست فرهنگی، توجه به بعد عملیاتی و تأثیرگذاری این موضوع در مدیریت فرهنگی کشور است. در یک نگاه کارکردی، طبعاً پیوست فرهنگی در دو رویکرد سلبی (پیش‌بینی، رفع و دفع کژکارکردهای سیاست‌ها و فعالیت‌ها) و ایجابی (اندراج و اشباع کارکرد فرهنگی سیاست‌ها و فعالیت‌های غیرفرهنگی) مورد توجه قرار می‌گیرد و که

در مجموع، تدوین و اجرای آن می‌تواند نتایج و دستاوردهای فراوان و متنوعی را برای جامعه ایران به دنبال داشته باشد از جمله:

- خروج از روزمرگی و برنامه‌های غیرمنسجم فرهنگی و تلاش در جهت ترسیم هدفمند حال و آینده فرهنگی کشور؛
- جلوگیری از آثار مخرب فرهنگی حاصل از بکارگیری علوم، فناوری‌ها، روش‌ها و الگوهای وارداتی؛
- بازگرداندن هویت واقعی فرهنگی به جامعه و سایر کنشگران در چارچوب استانداردهای برخاسته از فرهنگ دینی؛
- تغییر قوانین و مقررات ملی در راستای حضور هر چه بیشتر فرهنگ دینی در عرصه‌های مختلف سیاسی، فرهنگی و اقتصادی؛
- به حداقل رساندن تأثیرات مخرب مستقیم و غیر مستقیم اجرای طرح‌های توسعه‌ای بر فرهنگ عمومی جامعه؛
- هماهنگ نمودن دو حوزه تقاضا و نیازمندی جامعه اسلامی، با عرضه و پاسخ‌گویی به نیازمندی‌های برخاسته از فرهنگ دینی؛
- اصلاح کارکردهای فرهنگی فعالیت‌های اقتصادی، فرهنگی و سیاسی در داخل کشور؛
- بومی‌سازی الگوهای کلان موجود کشور در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی و اقتصادی به صورت منطقی (و نه استقرایی ناقص یا موزاییکی) با تکیه بر آموزه‌های فرهنگ دینی؛
- حفظ و صیانت از استقلال سیاسی، فرهنگی و اقتصادی کشور در عرصه ملی، منطقه‌ای و جهانی؛

- افزایش سهم حضور فرهنگ دینی در منظومه نیازمندی‌ها از طریق عارضه‌یابی و بازشناسی سازوکارهای تحقق نیازمندی‌ها؛
- تقویت حضور جلوه‌های فرهنگ اسلامی ایرانی در عرصه‌های گوناگون اجتماعی اعم از سیاسی، فرهنگی و اقتصادی؛
- برقراری توازن و تعادل بین بخش فرهنگ با دیگر بخش‌های سیاسی و اقتصادی، و اصلاح، نوسازی و توسعه فرهنگ دینی در سطح جامعه؛
- تعبیه ضمانت اجرایی برای تحقق مهندسی فرهنگی و مدیریت فرهنگی کشور در کوتاه و میان‌مدت.

با توجه به ماده دو برنامه پنجم توسعه سیاسی اقتصادی اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران که هم شورای عالی انقلاب فرهنگی را موظف به تدوین نظام نامه پیوست فرهنگی (به‌عنوان یک سند بالا دستی، آیین نامه مشترک و روش مختار) نموده است و هم دولت را ملزم به تهیه پیوست در طرح‌های مهم و جدید ساخته، می‌توان مخاطب این اثر؛ که ضمناً اولین کتاب مستقل در خصوص این سیاست کلان فرهنگی است را، هم سیاست‌گذاران، سیاست‌پژوهان و تصمیم‌سازان فرهنگی^۱ دانست و هم کارگزاران، محققان و متصدیان فعالیت‌های اجرایی بخش‌های اقتصاد و سیاست و هم رصدگران ارزیابان تغییرات فرهنگی کشور.

این اثر در سه بخش سازماندهی شده است. در بخش نخست که حاوی سه فصل کوتاه است؛ با توجه به مطالعات اجتماعی خصوصاً مباحثی که به مداخلات رسمی و غیررسمی در جامعه و تغییر جامعه متأثر از این

۱. در اصطلاح فنی: جامعه سیاستگذاری عمومی

مداخلات نظر افکنده‌اند، فحص و تقریری ارائه گشته است تا عقبه‌های احتمالی پیوست فرهنگی در علوم اجتماعی و سیاستی مورد توجه خواننده قرار گیرد و البته این فحص، به معنای قضاوت کتاب در این خصوص که پیوست فرهنگی ادامه این عقبه هست یا نیست نمی‌باشد. در بخش دوم که به چارچوب مفهومی و تبیین ضرورت پیوست فرهنگی اختصاص دارد؛ در سه فصل سعی شده تعریفی مفهومی و عملیاتی ارائه و روش مطالعه در تأثیرات فرهنگی نیز کالبدشکافی شود. در بخش سوم که به چگونگی تنظیم و مطالعه در پیوست فرهنگی اختصاص پیدا کرده به‌طور عملیاتی مراحل و گام‌های پیشنهادی برای تحقق این امر ارائه شده است که یکی، رویکردی ابداعی و اقتراحی دارد و دیگری مبتنی بر تجربه مطالعات جامعه‌شناسی کاربردی و پارادایم "اتا" تنظیم شده که امکان بررسی تطبیقی را نیز به خواننده محترم می‌دهد. البته شایان ذکر است که چون برای روش‌شناسی "اتا" کتب مستقلی توسط نویسنده فصل هشتم ترجمه یا تألیف شده است، تفصیل این روش بیان نشده و بیشتر به ترسیم رویکرد مذکور پرداخته شده است. شایسته است در این پیشگفتار از گروه مطالعات دین، فرهنگ و ارتباطات مرکز تحقیقات دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام) که بانی تولید و تألیف مقالات این کتاب بودند قدردانی گردد.

ضمناً بدون حمایت و عنایت معاونت پژوهشی و انتشارات دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام) و نیز مؤسسه پیوست‌نگاری فرهنگی (دکتر حسن بنیانیان) و سایر نویسندگان فصول کتاب خصوصاً آقایان دکتر عبدالعلی رضایی، دکتر کیومرث اشتریان و دکتر محمد فاضلی این اثر موفق به انتشار نمی‌شد که

مقدمه □ ۱۹

صمیمانه از آنها قدردانی می‌نماییم. بی‌شک نخستین کتاب مستقل در یک حوزه نمی‌تواند بدون نقد و اشکالات محتوایی و شکلی باشد که در همین جا امیدواریم این اثر مرهون پیشنهادات و انتقادات ارزشمند خوانندگان محترم باشد که از مسیر پست الکترونیک گروه مندرج در پایگاه اطلاع‌رسانی مرکز^۱ به ما خواهد رسید؛ ان شاء الله .

سید مجید امامی

دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام)

تابستان ۱۳۹۶

بخش تحت:

ادبیات نظری پیوست فرهنگی در رشته‌های علوم اجتماعی

- ✓ پیشینه و ادبیات نظری و تجربی در حوزه مطالعات جامعه‌شناسی کاربردی
/ حسین زاهد زاهدانی^۱
- ✓ پیشینه و ادبیات نظری و تجربی در حوزه مطالعات ارتباطات
/ سید مجید امامی^۲
- ✓ پیشینه و ادبیات نظری و تجربی در حوزه مطالعات توسعه
/ دکتر وحید خاشعی^۳

۱. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی کاربردی از دانشگاه یوتی دالاس ایالات متحده

۲. عضو هیئت علمی دانشکده معارف اسلامی فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (علیه السلام)

۳. دکتری مدیریت استراتژیک از دانشگاه شهید بهشتی و عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی



پیشینه و ادبیات نظری و تجربی در حوزه مطالعات جامعه‌شناسی کاربردی (ارزیابی تأثیر اجتماعی)

«ارزیابی تأثیر اجتماعی»^۱ (اتا) به روندهای تحلیل، دیده‌بانی و مدیریت تبعات خواسته و ناخواسته‌ی مداخلات اجتماعی (سیاست‌گذاری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و ...) اطلاق می‌شود و هر تغییر اجتماعی که از نتیجه‌ی این مداخلات حاصل شود. هدف نهایی اتا فراهم ساختن محیطی منصفانه‌تر^۲ و پایدارتر از حیث زیستی، فیزیکی و انسانی است (Vanclay, 2003a). تأثیر فرهنگی، به عنوان جنبه‌ای از تأثیر اجتماعی، شامل تغییرات به‌وجود آمده در هنجارها، ارزش‌ها و باورهایی است که به درک افراد از خود و جامعه می‌انجامد (Burdge & Vanclay, 1996).

«اتا» اولین بار طی تدوین سند زیست - محیطی ایالات متحده^۳ در سال ۱۹۶۹ به شکل رسمی مورد توجه قرار گرفت. در این سند به این واقعیت توجه شد که ایجاد تغییرات در شرایط زیست - محیطی طبیعی یک منطقه به

-
1. Social Impact Assessment (SIA)
 2. equitable
 3. US Environmental Policy Act (NEPA)

تغییرات در فرهنگ و سازمان اجتماعی ساکنین آن منطقه منجر خواهد شد. در سال ۱۹۷۳ و در پی اتخاذ تصمیم مبنی بر ساخت خط لوله نفت در ایالت آلاسکا، این سؤال به صورت جدی مطرح شد که آیا احداث این خط لوله به تغییر در روش‌های سنتی زندگی اهالی این منطقه خواهد انجامید یا خیر؟ (Dixon, 1978) این اولین بار بود که واژه «ارزیابی تأثیر اجتماعی» برای اشاره به تحقیق در مورد تأثیرات اجتماعی و فرهنگی ناشی از این طرح مورد استفاده قرار گرفت. در اروپا نیز در همین ایام، تأثیرات فرهنگی - اجتماعی احداث تونل عبور و مرور در زیر دریای مانس^۱ مورد توجه پژوهشگران علوم اجتماعی قرار گرفت. در این ایام، گزارش‌های انا معمولاً توسط متخصصین علوم اجتماعی و به عنوان بخشی از گزارش‌های کلی‌تر تأثیرات زیست - محیطی^۲ ارائه می‌شدند، که البته هنوز ارتباط کمتری با ادبیات موجود در حوزه تغییرات اجتماعی داشتند (Burdge & Vanclay, 1996). در تحقیقات نخستین از این دست در ایالات متحده، توجه به تغییر در بازار کار ایجاد شده در اثر اجرای یک طرح، برنامه یا سیاست به عنوان متغیر مؤثر بر تغییر اجتماعی امری رایج بود (Leistriz & Murdock, 1981). در همین حال اریک کوهن تحقیقاتی را در زمینه تأثیرات اجتماعی گسترش پدیده توریسم و تغییرات فرهنگی - اجتماعی حاصل از آن سامان داد (Eric Cohen, 1971, 1972, 1979, 1984). فرانسیس به تأثیر احداث معدن بر ساختار اجتماعی شهرها در اسکاتلند پرداخته و سعی در ارائه پیشنهاداتی در زمینه ساختار شهری شهرهای نزدیک به معادن، و به قصد کاهش مسائل و مشکلات این شهرها پرداخته است (Francis, 1973). تحقیقات مشابهی نیز در استرالیا و

1. Channel Tunnel

2. Environmental Impact Statements (EIS)

کانادا در همان دهه صورت گرفته است. در سال ۱۹۸۲ اولین کنفرانس بین‌المللی با موضوع ارزیابی تأثیر اجتماعی در ونکوور کانادا برگزار شد، که تأثیر بسزایی بر اعتبار علمی و سیاسی تحقیقات صورت گرفته در این زمینه داشت. انجمن بین‌المللی ارزیابی اجتماعی^۱ نیز اولین جلسه خود را در سال ۱۹۸۱ در تورنتو - کانادا برگزار کرد.

تا سال ۱۹۸۳، اکثر ادارات فدرال آمریکا به تدوین چارچوبی برای رسمیت بخشیدن به ارزیابی‌های زیست - محیطی و اجتماعی فعالیت‌های خود پرداخته بودند. انجمن اقتصادی اروپا از سال ۱۹۸۵ ارزیابی‌های زیست - محیطی را به اعضای خود توصیه کرد، که این توصیه از سال ۱۹۸۹ به صورت اجباری درآمد. در سال ۱۹۸۶، بانک جهانی ارزیابی‌های زیست‌محیطی و اجتماعی را در کنار ارزیابی‌های اقتصادی، به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر اتخاذ تصمیم مبنی بر حمایت از پروژه‌های توسعه‌ای خود در سطح جهان اعلام کرد. از دهه ۱۹۸۰ به بعد، ارزیابی‌های اجتماعی و زیست - محیطی - البته با ارزش‌گذاری‌های متفاوت - رفته رفته در نظام برنامه‌ریزی اکثر کشورهای جهان جای گرفت، که البته در اکثر مواقع کشورها با مینا قرار دادن سند زیست - محیطی ایالات متحده (۱۹۶۹)، به اعمال تغییراتی در جهت متناسب ساختن آن با نیازهای خود اقدام می‌کردند. امروزه در نظر، اتا ارزشی برابر با ارزیابی‌های زیست - محیطی و ارزیابی‌های اقتصادی در برنامه‌ریزی‌های منجر به تغییر در ایالات متحده دارد (USCEQ, 1986)؛ اگرچه در عمل موارد نادری یافت می‌شود که اتا به چشم‌پوشی از توجهات اقتصادی طرح‌ها منجر شده باشد (Burdge & Valclay, 1996).

1. International Association for Impact Assessment (IAIA)

بورج و وانکلی چهار سؤال اساسی را در رابطه با اتا مطرح می‌کنند که پاسخ به آن‌ها، چالش‌های اصلی پیش روی رسیدن به هرگونه ارزیابی از تأثیرات اجتماعی و فرهنگی سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ها را مشخص می‌کند:

۱. **تعریف جامعه تحت تأثیر:** تأثیر هر سیاست‌گذاری بر گروه‌های مختلف اجتماعی متفاوت است، که این تأثیر در بعضی گروه‌ها ممکن است مثبت و در بعضی دیگر منفی باشد. اهمیت دادن به نیازها و خواست‌های هریک از این گروه‌ها در مقایسه با یکدیگر و نهایتاً ارائه تعریفی دقیق از خرده جامعه هدف از مسائل مهم پیش روی اتا است که در بسیاری از موارد ملاحظات سیاسی را نیز شامل می‌شود.

۲. **نقش خود افراد جامعه در ارزیابی سیاست‌ها:** خود افراد جامعه و نگرش آن‌ها به موضوع سیاست‌گذاری یا برنامه‌ها تا چه میزان باید در روند ارزیابی موثر باشد؟ اگرچه در نگاه کلی دخیل کردن افکار عمومی در روند سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی معمولاً به مقبولیت و همدلی بیشتر در اجرا می‌انجامد اما پرواضح است که در مواقعی مقاومت‌های اجتماعی ممکن است در مقابل سیاست‌ها و طرح‌های عام‌المنفعه قرار گیرد.

۳. **تأثیرات اجتماعی شایسته توجه:** تأثیرات به‌وجود آمده در یک جامعه از رهگذر هر طرح یا سیاست‌گذاری بی‌شماراند و پرداختن به همه آن‌ها به‌طور حتم ناممکن. کدام یک از این تأثیرات شایسته توجه‌اند و کدام تأثیر را می‌توان بی‌اهمیت و قابل چشم‌پوشی دانست؟

۴. **ارزش‌های نسبی تأثیرات:** از بین تأثیرات شایسته توجه نیز قطعاً اهمیت نسبی هریک متفاوت است. این اهمیت البته برای گروه‌های مختلف اجتماعی نیز تفاوت می‌کند و باید به صورت جداگانه مورد تحقیق قرار

پیشینه و ادبیات نظری و تجربی در حوزه مطالعات جامعه‌شناسی کاربردی... □ ۲۷

گیرد. این گروه‌ها و اجتماع‌ها خود نیز چه‌بسا در برنامه‌ریزی‌ها از ارزش‌های متفاوت برخوردار باشند (Burdge & Vanclay, 1996).

در سال‌های اخیر کوشش‌هایی برای هرچه بیشتر هماهنگ کردن روح حاکم بر تحقیقات اِتا با نیازهای کشورهای در حال توسعه صورت گرفته است. وانکلی معتقد است که تحقیقات گذشته صورت گرفته در زمینه ارزیابی تأثیرات اجتماعی بیشتر به کاهش آفات زیست - محیطی و اجتماعی - فرهنگی (مانند آسیب به محیط زیست، کاهش آزادی‌های اجتماعی، حقوق مالکیت و ...) طرح‌های ملی و سیاست‌گذاری‌های عمومی در کشورهای توسعه‌یافته و به خصوص در رابطه با گروه‌های اقلیت اجتماعی توجه داشته‌اند؛ در حالی که نیازهای کشورهای در حال توسعه اساساً متفاوت است (Vanclay, 2003b). وی اضافه می‌کند که در این کشورها توجه به جنبه‌های مثبت و مطلوب طرح‌ها و نقش آن‌ها در روند توسعه جامعه می‌باید مورد توجه ویژه باشد و بنابراین رویکردی کلی‌تر را در ارزیابی تأثیرات اجتماعی طرح‌ها و برنامه‌ها پیشنهاد می‌کند. امروزه دغدغه اصلی فعالان پژوهشی در زمینه ارزیابی تأثیرات اجتماعی، پیشینه ساختن فواید و کاهش هزینه‌های هر مداخله‌ی اجتماعی و در کل روند توسعه است (Vanclay, 2003b). وانکلی می‌افزاید:

اتا چتر بزرگ یا چارچوب جامعی است که ارزیابی همه جنبه‌های تأثیرات انسانی برنامه‌ریزی‌ها و طرح‌ها، اعم از تأثیرات زیبایی‌شناختی (مثل منظر شهری)، اجتماعی، فرهنگی و میراث فرهنگی، جمعیت‌شناختی، توسعه‌ای، اقتصادی و بودجه‌ای، جنسیتی، سیاسی، روانشناختی و ... بر جوامع را پوشش می‌دهد (همان).

برای این منظور، و با هدف عینیت بخشیدن به مفهوم کلی اتا، وانکلی واکاوی تغییرات حاصل در هشت جنبه را برای ارائه ارزیابی از تأثیرات اجتماعی هر مداخله‌ی اجتماعی لازم می‌داند:

۱. **زندگی مردم:** تغییرات به وجود آمده در نحوه و چگونگی زندگی، کار و بازی (اوقات فراغت) مردم و نحوه تعامل روزانه‌ی آن‌ها با یکدیگر،
۲. **فرهنگ:** تغییرات حاصل در باورهای مشترک، عادت‌ها، ارزش‌ها و زبان،
۳. **اجتماع:** از حیث همبستگی، پایداری، شخصیت، خدمات و امکانات،
۴. **نظام سیاسی:** عمق قدرت تصمیم‌گیری مردم در اموری که به نحوی به زندگی‌شان مربوط است، مردم‌سالاری و امکاناتی که برای این منظور در جامعه فراهم است،
۵. **محیط زیست:** کیفیت هوا و آب مورد استفاده عموم، فراهم بودن و کیفیت غذای مورد مصرف، بهداشت، امنیت فیزیکی، مخاطره‌های موجود در زندگی و ...
۶. **بهداشت و تندرستی:** به معنی عمومی مدنظر سازمان بهداشت جهانی که به وضعیت تندرستی کامل فیزیکی، روانی و اجتماعی اشاره دارد و نه صرفاً نبود امراض،
۷. **حقوق شخصی و مالکیتی افراد:** به خصوص در زمانی که افراد در معرض تغییرات اقتصادی یا کاهش آزادی‌های اجتماعی قرار دارند،

۸. **ایجاد امید و ترس:** نگرش افراد نسبت به امنیت عمومی، ترس آن‌ها از آینده پیش‌روی جامعه و امید به آینده خود و فرزندانشان (Vanclay, 2003b).

در واقع در ارزیابی تأثیرات اجتماعی، تغییراتی که از رهگذر اجرای هر مداخله‌ی اجتماعی در این هشت جنبه پیش‌بینی می‌شود، برآورد می‌شوند، که بعد این برآوردها خود می‌توانند مبنایی برای دفاع از هر طرح، برنامه و سیاست یا احیاناً رد آن قرار گیرند.

امروزه پژوهشگران فعال در این زمینه، به درگیر شدن بیشتر در کل فرآیند مداخله اجتماعی، از شناسایی مسئله تا ارزیابی‌های نهایی پسینی توجه نشان می‌دهند و حضور خود را در همه‌ی این مراحل ضروری می‌دانند. بکر و وانکلی (۲۰۰۳) با مقایسه روند انجام اتا و ارزیابی تأثیرات زیست - محیطی در قالب جدول ۱، به ارائه چارچوبی الگوریتم مانند برای هر مداخله‌ی اجتماعی اقدام می‌کنند. از نظر این دو، هر یک از مراحل این جدول نیازمند ارزیابی‌های کارشناسی بعضاً مفصل است که می‌باید توسط پژوهشگران مورد توجه قرار گیرد.

ارزیابی تأثیرات زیست-محیطی	ارزیابی تأثیرات اجتماعی (اتا)
۱. انتخاب محل مورد بررسی و مشخص کردن حدود جغرافیایی و وضعیت عمومی آن	۱. شناخت و تحلیل مسئله و نحوه ارتباط یافتن با آن
۲. ارزیابی تفصیلی تأثیرات مهم، شناسایی کاستی‌ها ^۲ و برآوردهای هزینه و فایده طرح	۲. تحلیل سیستم‌ها ۳. تحلیل وضع موجود (اولیه) ^۱ ۴. تحلیل روند و طرح نظارتی
۳. طراحی راهکارهای رفع کاستی‌ها	۵. طراحی پروژه ۶. طراحی سناریوی طرح ۷. طراحی استراتژی‌های حل مسئله ۸. ارزیابی تأثیرها
۴. اجرای راهکارها و برنامه‌ی زیست - محیطی مد نظر	۹. رتبه‌بندی استراتژی‌ها ۱۰. ارزیابی تأثیرات ناخواسته (منفی) ۱۱. تهیه گزارش جامع ضعف‌ها و قوت‌ها (تأثیرات مثبت و منفی)
۵. رصد مدیریت تأثیر، بررسی‌های پس از اجرا و درس‌های مربوط به برنامه‌های آتی	۱۲. زمینه‌سازی اجرا ۱۳. اتخاذ تصمیم‌های نهایی ۱۴. اجرای مداخله‌ی اجتماعی ۱۵. دیده‌بانی و رصد روند اجرا و نتایج حاصل ۱۶. مدیریت تأثیر ۱۷. ارزیابی نهایی، حسابرسی و تحلیل‌های پسینی

جدول ۱ - مقایسه روندهای ارزیابی‌های زیست-محیطی و اجتماعی

نحوه انجام هر یک از مراحل ستون سمت چپ جدول ۱، خود بسته به مسئله پیش رو و نگاه ویژه کارشناسان می‌تواند متفاوت باشد. به طور کلی در هر یک از این مراحل، از روش‌های رایج در علوم اجتماعی چه در

1. Base-line analysis
2. mitigations

پیشینه و ادبیات نظری و تجربی در حوزه مطالعات جامعه‌شناسی کاربردی... □ ۳۱

برنامه‌ریزی و چه در ارزیابی می‌توان استفاده کرد؛ هم‌چنین بکر و وانکلی به جمع‌آوری روش‌های بعضاً خاص نیز که فقط در اتا کاربرد دارند، پرداخته‌اند (Becker & Vanclay, 2003). این روش‌ها بیشتر معطوف به استفاده از ابزارهای جدید تکنولوژیک، مانند رایانه یا GIS هستند. در کل این دو، پرداخت کمتر به جنبه‌های روش‌شناسانه اتا را از ضعف‌های فعلی این حوزه از تحقیقات دانسته و بر پژوهش‌های بیشتر در این زمینه تأکید می‌کنند.

پیشینه و ادبیات نظری و تجربی در حوزه مطالعات ارتباطاتی

به نظر بسیاری، دانش ارتباطات، یک رویکرد ابزاری ذیل علوم سیاسی و تبلیغات نظامی بود که برای مدیریت و مهندسی پیام‌ها از ارسال تا ارزیابی و اثرسنجی آن ایجاد شد. با عطف توجه به این نکته می‌توان بخشی از دانش ارتباطات خصوصاً حوزه نظریه‌های اجتماعی رفتاری، آثار و کارکردها را کاملاً مرتبط با موضوع و هدف این کتاب دانست. کانون این نظریه‌ها، رابطه میان رسانه‌ها و جامعه و تأثیر محتوای ارتباطی بر نگرش‌ها و رفتارهای مخاطبان است (مهدیزاده، ۱۳۸۹: ۴۵) طبعاً کاربردی‌ترین زیرمجموعه دانش ارتباطات، یعنی حوزه تبلیغات (قدیما سیاسی و جدیداً تجاری) اصلی‌ترین مصرف‌کننده مباحث اثرپژوهشی است که در غالب تحلیل پیام‌های تبلیغاتی و آگهی‌های بازرگانی (و روش‌های مختلف آن) تجلی پیدا می‌کند.

از آنجا که در مورد «تبلیغات تجاری» آثار کوتاه‌مدت و کاملاً ملموس (Tangible) در مرکز توجهات متصدیان و سرمایه‌گذاران است، مطالعات پیام‌سنجی و تأثیرسنجی در این حوزه سابقه و حجم زیادی را به خود

اختصاص داده است. ضرورت آگاهی از تأثیرات رفتاری یک آگهی تبلیغاتی برای فهم مفیدبودن آگهی و تداوم فرایند تبلیغاتی یک کالا (در قالب‌ها و پیام‌های برنامه‌ریزی شده بعدی) ضرورت تأثیرسنجی در حوزه «ارتباطات از طریق تبلیغات» را دوچندان می‌سازد. در حوزه تبلیغات بازرگانی مبرهن است که نمی‌توان جهت مطالعات و سنجش‌های پسینی به «اثرسنجی خام» و احصاء تعداد بیننده یا شنونده یا خواننده اکتفا کند و این حد از بداهت، ضرورت و اهمیت تأثیرسنجی پیش‌رو پس از اقدام، در حوزه تبلیغات بازرگانی که نسبت حوزه‌های دیگر فرهنگ و ارتباطات، بی‌نظیر است.

«جامعه‌شناسی تبلیغات» عنوان آکادمیک و رسمی حوزه‌ای است که در دل آن مطالعات تأثیرسنجی تبلیغات هم صورت می‌گیرد. بدیهی است که چون در این موضوع، یعنی تبلیغات بازرگانی بر هدفی معین، یعنی فروش، اجماع کافی وجود دارد و مسئله فروش هم مسئله‌ای اقتصادی، کمی و شفاف است، طراحی شاخص و سازوکار تأثیرسنجی چندان پیچیده نخواهد بود.

احساس تنهایی و جدایی از دیگر افراد جامعه، احساس نامطوبعی است که هر کسی را یارای قبول کردن عواقب آن نیست. بنابراین همانطور که در یک روز مشخص از سال، اعضای اغلب فرهنگ‌های جهانی جشنی را به نام عید سال نو برگزار می‌کنند و در آن روز به‌خصوص به کارهای مشابهی دست می‌زنند و حتی در آن روز به‌خصوص غذای مشابهی را مصرف می‌کنند، مردم نیز بر اساس موج‌های وسیع تبلیغات تجاری برای هماهنگی با سایر افراد جامعه یا گروهی که به آن تعلق دارند، به خرید کالاهای مشابه اقدام می‌کنند تا همچون دیگر افراد جامعه رفتار کرده و بخشی از «جمع»

باشند. همین تأثیرپذیری از تبلیغات تجاری است که باعث می‌شود تحقیقات مختلفی در زمینه تأثیر تبلیغات تجاری از زاویه‌های گوناگون صورت گیرد. دقیقاً به همین منظور «گیلیان دایر»^۱ (2009) در کتاب «تبلیغات به مثابه ارتباطات» مطرح می‌سازد که تحقیق درباره تأثیر تبلیغات تجاری برای بخش‌های مختلفی از جامعه به دلایلی متفاوت جالب توجه است. برای مثال، نتایج اینگونه تحقیقات برای تجار و صاحبان صنایع به این دلیل جالب توجه است که می‌خواهند تأثیر تبلیغ کالاهای خود در بازار را ارزیابی کنند و گستره‌ی نفوذ و اشاعه‌ی پیام‌های خود را در میان مردم بسنجند.

«دیفلور» و «دنيس» در کتاب شناخت ارتباطات جمعی» مطرح می‌سازند که صنعت تبلیغات، ژنراتور بزرگی برای تولید تحقیق است. سازمان‌های تبلیغاتی به‌طور مستمر تحقیقات مختلفی را برای جمع‌آوری داده‌هایی از دستاوردها و نتایج کاری خود، بوسیله سازمان‌های مختلف تحقیقاتی سامان می‌دهند. حوزه‌های تحقیقی سازمان‌های تبلیغاتی را به‌طور خلاصه می‌توان، تحقیقات ارتباطی کاربردی، تأثیرسنجی متون تبلیغی بر مخاطبان، میزان آشنایی با محصولات تبلیغ شده و همچنین عکس‌العمل مردم نسبت به کالاهای مزبور برشمرد. البته به گفته «دنيس و دیفلور» محققان دانشگاهی همچون جامعه‌شناسان، مردم‌شناسان و روان‌شناسان نیز از زاویه‌ای دیگر به تحقیق درباره تبلیغات تجاری می‌پردازند. آنها حوزه‌های تحقیقات دانشگاهی را تأثیر صنعت بر جامعه، رفتار مصرف‌کنندگان، روان‌شناسی تبلیغات و جذابیت‌های کالا معرفی می‌کنند. البته به گفته فرهنگ‌شناسان معتبری چون