

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۰/۱۷

تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۱/۱۳

ارتقای سواد رسانه‌ای لازمه تحقق جامعه مدنی

نوشته

نفیسه زارع کهن*

چکیده

بی‌شک نمی‌توان از نقش پررنگ رسانه‌ها در شکل‌گیری جامعه مدنی غافل شد. از طرف دیگر لازمه جامعه مدنی شهروندانی آگاه و فعال است. در جهانی که مخاطبان از هر سو و هر جهت زیر بمباران پیام‌های رسانه‌ای قرار گرفته‌اند ضرورت توجه به سواد رسانه‌ای و اهمیت آن غیرقابل کتمان است. از این‌رو سؤال اصلی در این مقاله این است که آیا سواد رسانه‌ای می‌تواند در شکل‌گیری و رشد جامعه مدنی تأثیرگذار باشد؟

به‌دنبال طرح این سؤال در این پژوهش با مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای ضمن بررسی ویژگی‌های جامعه مدنی از یک سو و مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای از جانب دیگر مشخص شد یکی از لوازم تحقق جامعه مدنی ارتقای سواد رسانه‌ای شهروندان است تا رسانه‌ها بتوانند کارکردهای مطلوب خود را در این راستا داشته باشند و آگاهی شهروندان ارتقا یابد. این مقاله نشان می‌دهد چگونه ارتقای سواد رسانه‌ای می‌تواند بر نقش رسانه‌ها در جامعه تأثیر گذاشته و به تحقق جامعه مدنی کمک کند و بر این حقیقت تأکید می‌کند که ارتقای سواد رسانه‌ای از ملزومات تحقق جامعه مدنی است.

کلیدواژه: سواد رسانه‌ای، جامعه مدنی، نهادهای مدنی، رسانه.

مقدمه

در روزگارانی که دهکده جهانی مک لوهان چنان گسترده شده‌است که کمتر کسی را می‌توان یافت تحت تأثیر و نفوذ رسانه‌ها که از ارکان دموکراسی هستند قرار نگرفته باشد، هجوم سیل‌آسای اطلاعات رسانه‌های جمعی چنان سرعت گرفته‌است که اگر شهروندان راه‌گزینش و ادراک این پیام‌ها را نیاموزند آثار مخربی نه تنها بر ذهن و روان آنها که بر جامعه نیز خواهد گذاشت.

آن‌طور که پاتر در کتاب *نظریه سواد رسانه‌ای* نوشته‌است افراد به‌طور میانگین ۷۰ درصد زمان یک روزشان را به استفاده از رسانه مشغول‌اند و در مقابل کمتر از ۲۱ درصد از زمان وقف کارهای دیگر می‌شود. (پاتر، ۱۳۹۱: ۲۷)

* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران nafiseh.zare@gmail.com

و درست همین جاست که مبحث سواد رسانه‌ای برای آگاهی شهروندان به‌عنوان مخاطبان کُنشگر برای تجزیه و تحلیل رسانه و محتوای آن مطرح می‌شود چراکه هدف سواد رسانه‌ای هوشیارکردن، اختیاریخشی و آزادسازی مخاطب است. در واقع یکی از پیامدهای تحلیل و درک صحیح پیام‌های رسانه‌ای، بالارفتن سطح آگاهی شهروندان است که می‌تواند منجر به مواجهه آگاهانه و تحلیلی تر با محتوای رسانه‌ها و در نتیجه تقویت ساختارهای دموکراتیک جامعه شود و شهروندان می‌توانند از این طریق به مشروع‌سازی گزینه‌های سالم‌تر در رسانه کمک کنند؛ چراکه یک شهروند فعال، باسواد و آگاه می‌تواند در ایجاد تغییرات اجتماعی مثبت فعالیت و عکس‌العمل خود را در برابر رسانه‌ها اعلام کند و تنها بیننده صرف نباشد. (صالحی امیری، ۱۳۸۷: ۱۴)

از طرف دیگر تجلی توسعه‌یافتگی هر کشوری جامعه‌ی مدنی است و در این میان یکی از عناصر و عوامل مهم در تکمیل و تکوین روند شکل‌گیری جامعه‌ی مدنی رسانه‌ها هستند که می‌توانند افکار عمومی را به سمت‌وسوی موردنظر خود رهنمون سازند. در واقع برای رسیدن به جامعه‌ای پیشرفته و توسعه‌یافته و به تعبیری جامعه‌ی مدنی باید شهروندانی آگاه داشته باشیم. و برای اینکه شهروندانی آگاه در یک جامعه رشد کنند نیاز به ارتقا و رشد سواد رسانه‌ای در تک‌تک آنان می‌باشد چراکه طی این مسیر بدون چراغ راهنما که همان قدرت درک و تحلیل است راهی دشوار است و اگر پیام رسانه‌ها به‌درستی درک و فهمیده نشود راه به بیراهه کشیده خواهد شد؛ ضمن اینکه راه سوءاستفاده حاکمان نیز از این بی‌چراغی گشوده می‌شود.

از این روست که به‌نظر می‌رسد برای اینکه راه رسیدن به جامعه‌ی مدنی هموار شود و مردم به شهروندانی آگاه تبدیل شوند نیاز است تا قوه‌ی ادراک و تحلیل آنان از محتوای رسانه‌ها تقویت شود و در واقع "سواد رسانه‌ای" (Media Literacy) بیاموزند، ضمن اینکه راه رشد و افزایش سواد رسانه‌ای از بستر جامعه‌ی مدنی و نهادهایی مدنی می‌گذرد که این ضرورت را درک کرده‌اند.

از یک‌سو نهاد رسانه در جامعه‌ی مدنی می‌کوشد تا رفتارهای مدنی، مهارت‌های شهروندی و مشارکت‌های اجتماعی را به مردم بیاموزد و از طرف دیگر با افزایش قدرت تجزیه و تحلیل رسانه‌ای شهروندان، ملزومات شکل‌گیری جامعه‌ی مدنی به‌راحتی فراهم شده و مردم به شهروندانی آگاه و فعال در عرصه‌های اجتماعی تبدیل می‌شوند. این مطالعه با بررسی مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای و جامعه‌ی مدنی به این مهم می‌پردازد که ارتقای سواد رسانه‌ای لازمه‌ی شکل‌گیری جامعه‌ی مدنی است.

تعریف سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای برخورد هدفمند با رسانه‌ها است که موجب بالارفتن سطح آگاهی افراد جامعه به‌عنوان مخاطبین رسانه‌ها می‌شود و منجر به ارتباطی دوسویه و مشارکت‌جویانه با رسانه‌ها از یک‌سو و تقویت ساختار دموکراتیک جامعه در راستای مباحث مشارکت فعال در حوزه‌ی رسانه از سوی دیگر می‌شود. (همان: ۱۳)

هدف سواد رسانه‌ای این است که به مردم کمک کند تا به‌جای آنکه مصرف‌کنندگانی منفعل باشند به شهروندانی فرهیخته تبدیل شوند؛ بنابراین به‌دنبال راهی در جهت امتداددادن مردم‌سالاری در جامعه‌ای است که مفهوم مردم‌سالاری به‌طور مبسوط تعریف و نوشته شده‌باشد. در واقع سواد رسانه‌ای چیزی بیشتر از تجزیه و تحلیل پیام‌هاست و به درکی نسبت به چرایی وجود پیام‌ها درجایی خاص بازمی‌گردد. برای درک اهمیت رسانه‌های کنونی باید فلسفه تولید هر پیام، شرایط و محدودیت‌های حاکم بر آنها و حتی سازنده هر کدام از پیام‌ها را بشناسیم. (Lewis & Jhally, 1998: 7)

از نظر جیمز پاتر، سواد رسانه‌ای الگویی چند عاملی است و ساختارهای دانش، منبع شخصی، وظایف پردازش اطلاعات و مهارت‌ها و توانایی‌ها عامل‌های مدل سواد رسانه‌ای وی هستند. بر اساس دیدگاه پاتر، ارتباط این عوامل فضایی حلزونی است؛ در هر برش عرضی یکی از عوامل سواد رسانه‌ای قرار دارند و از این‌رو هریک از عوامل، عامل دیگر را پشتیبانی می‌کنند. (عباسی قادی، ۱۳۹۱: ۱۲۱)

۱. برخی مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای

در آموزش سواد رسانه‌ای می‌توان به چهار مؤلفه توجه کرد: این چهار مؤلفه بُعد شناختی، احساسی، زیبایی شناختی و اخلاقی است. هر کدام از این چهار بُعد، بر دامنه متفاوتی از درک و فهم ما متمرکز است. بُعد شناختی فرد را ملزم می‌کند ساختار دانش خویش را گسترش دهد. کسب دانش لازم درباره یک موضوع از طریق منابع متعدد رسانه‌ای و دنیای واقعی باید صورت گیرد. در بُعد احساسی کنترل عواطف و احساسات در برابر پیام‌های رسانه‌ای اهمیت ویژه‌ای دارد. بُعد زیبایی شناختی کمک به داوری و قضاوت درباره پیام و نحوه تدوین، ویراستاری، نورپردازی، بازیگردانی، صفحه‌آرایی و ... است و همچنین در این بُعد افراد به نحوه دستکاری‌ها و ترفندهای هنری آگاهی می‌یابند. بُعد اخلاقی سواد رسانه‌ای قضاوت درباره ارزش‌هاست. امروزه رسانه‌ها گاهی مرزهای اخلاقی را زائل و الگوهای جدیدی از گُنش و رفتار ارائه می‌دهند. بُعد اخلاقی تمیز میان درستی‌ها و نادرستی‌هاست. از چنین منظری می‌توان گفت سواد رسانه‌ای مدیریت و کاهش تأثیرات سوء رسانه‌هاست.

۲. برخی اصول سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای بر پایه اصولی استوار است که این اصول مورد التفات راهبردها و سیاستگذاران هر کشوری قرار می‌گیرد. برخی از مهم‌ترین این اصول عبارت‌اند از:

۱. ساختگی و سازه‌ای بودن رسانه‌ها
۲. بازسازی واقعیت توسط رسانه‌ها
۳. کسب مفهوم مورد نظر مخاطبان از رسانه‌ها
۴. تجاری بودن محصولات رسانه‌ای

۵. حضور پیام‌های ایدئولوژیکی و ارزشی در رسانه‌ها
۶. جهت‌گیری سیاسی و اجتماعی در رسانه‌ها
۷. توجه به اصل زیبایی‌شناختی در رسانه‌ها (قاسمی، ۱۳۸۵: ۳-۹۰)

۳. فرایندهای آموزش سواد رسانه‌ای

آموزش سواد رسانه‌ای در برگیرنده آن دسته از فرایندهای شناختی است که در اندیشه‌های انتقادی مورد استفاده قرار می‌گیرند. برخی از این فرایندها عبارت‌اند از: ۱. اشاعه درک، فهم و نقد سبک‌های زندگی مصرفی از طریق رسانه‌های جمعی ۲. گسترش فهم و نقد اختلاف و اغراض سیاسی و ایدئولوژیکی پنهان در محتوای ساختار، برنامه‌ها، پیام‌ها و تولیدات رسانه جمعی ۳. انتشار فهم و نقد آثار و پیامدهای اخلاقی، اجتماعی و فرهنگی محتوای ساختاری رسانه جمعی ۴. درک و انتقاد از شرایط و مناسبات مادی تولید محتوای رسانه‌ای مثل آگهی‌های تجاری که در جهت تأمین منافع اقتصادی و کسب سود مادی صاحبان سرمایه است ۵. شناخت و فهم نقد بازنمایی‌ها و کلیشه‌سازی‌های منفی اقلیت‌های فرهنگی، قومی، جنسیتی و نژادی در رسانه‌های جمعی. (همان: ۶)

با توجه به این ابعاد و سطوح در فرایند شناختی آموزش‌های سواد رسانه‌ای از سوی رسانه‌های جمعی که بیان شد، باری دونکان در ضرورت این فرایند بیان می‌کند که «۱. رسانه‌ها بر حیات فرهنگی و سیاسی ما سلطه دارند. ۲. تقریباً همه اطلاعات، جزء مواردی که آنها را به‌طور مستقیم تجربه می‌کنند، رسانه‌ای شده‌اند. ۳. رسانه‌ها قادرند مدل‌های ارزشی و رفتاری پر قدرتی خلق کنند. ۴. سواد رسانه‌ای می‌تواند مصرف رسانه‌ای ما را لذت‌بخش‌تر کند و یک رابطه انفعالی را به یک رابطه فعال تبدیل کند. ۵. رسانه‌ها بدون فعال‌کردن خودآگاه، بر ما اثر می‌گذارند...» (همان: ۹۵)

جامعه مدنی

اندیشه جامعه مدنی به شیوه‌های مختلف در آثار فلاسفه سیاسی مانند: «هابز»، «لاک»، «هگل»، «مارکس»، «دوتوکویل»، «جان استوارت‌میل» و همچنین در آثار پست‌مدرنیست‌ها تفسیر و تحلیل شده است (بیوتینگن، ۱۳۸۱: ۱۹۱). جامعه مدنی اصطلاحی است که برای اولین بار در قرن هفدهم میلادی توسط فیلسوف سیاسی انگلیسی «جان لاک» به کار رفت که در دهه ۱۹۸۰ به بعد به شیوه جدیدی در علوم جامعه‌شناسی و سیاست مطرح شد. «پرویز پیران» در مورد سیر حرکتی جامعه مدنی معتقد است:

این مفهوم در سیر تاریخی خود، مفاهیم گوناگونی را القا کرده که در واقع به ضرورت‌های مقاطع تاریخی برمی‌گردد، یعنی روزگاری مساوی دولت بوده، زمانی در مفهوم صنف و بخش خصوصی تبلور یافته و امروزه فرای فضای مفهوم دولت و فضای حوزه‌های عمومی را در بر می‌گیرد. (پیران، ۱۳۷۷: ۹-۲۰۸)

هگل معتقد است که جامعه مدنی شامل کلیه مناسبات اقتصادی و خانوادگی می‌شود که در خارج از ساخت سیاسی و قضایی دولت قرار داشته و ذاتاً حوزه‌ای از فردگرایی نامحدود است. به عبارتی از دیدگاه هگل دولت در جامعه مدنی در کنار سایر تأسیسات مدنی قرار می‌گیرد. (علم، ۱۳۸۲: ۵)

هابرماس در تعریف جامعه مدنی با تکیه بر حوزه عمومی می‌نویسد: «جامعه مدنی مشتمل بر مؤسسات، نهادها و جنبش‌های کم‌وبیش خودجوش در حال ظهوری است که خو گرفته‌اند به اینکه چگونه مسائل اجتماعی در حوزه زندگی خصوصی طنین‌انداز می‌شود و چنین تعاملات و واکنش‌هایی را در شکل تفصیلی و بسط‌یافته‌ای به حوزه نفوذ عمومی انتقال می‌دهند و بر اساس جامعه مدنی، چارچوب و نظامی از مؤسسات و اجتماعات است که گفت‌وگو حل مسائل منافع عمومی درون شبکه‌های حوزه‌های عمومی سازمان‌دهی شده را نهادینه می‌کند.» (شریفی طرازکوهی، ۱۳۸۷: ۱۸)

۱. ویژگی‌های جامعه مدنی

سازوکار جامعه مدنی راه را برای کانالیزه و به فعلیت رساندن خواست و اراده شهروندان فراهم می‌آورد؛ به طوری که اعضای این جامعه دارای حقوق و تکالیف مشخص و تعریف‌شده‌ای هستند و می‌توانند پیوندهای متقابل ارتباطی را ایجاد و مشارکت فزاینده و مستقیمی که مبتنی بر برابری است را هموار سازند. با توجه به این مقدمه ویژگی‌های جامعه مدنی را می‌توان مواردی مانند نکات زیر عنوان کرد:

۱. قانونمند بودن
۲. کنترل اجتماعی درونی از نوع کنترل کم‌هزینه، پایدار و داوطلبانه
۳. فعالیت و مشارکت مدنی
۴. حضور مجموعه نهادها، تشکل‌ها، انجمن‌ها مستقل از دولت
۵. توجه به محوریت گفت‌وگو در مناسبات
۶. گسترش پلورالیسم و تکثرگرایی
۷. گسترش و ترجیح روابط مدنی بر روابط خویشاوندی
۸. شفافیت در سیاست‌ها، برنامه‌ها و اقدامات
۹. حفظ منزلت فرد و ممانعت از انحلال آن در دولت
۱۰. اهمیت به نخبگان و ایفای نقش کلیدی آنها
۱۱. حضور واسطه‌های ارتباطی آزاد و مستقل
۱۲. پایداری دولت (فقیهی و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۱)

۲. جامعه مدنی و نقش رسانه‌ها

همان‌طور که ذکر شد هابرماس از واژه عرصه عمومی یا حوزه عمومی جهت تعبیر جامعه مدنی استفاده کرده و می‌گوید که جامعه مدنی «قلمرویی از زندگی اجتماعی ماست که در آن چیزی

نزدیک به افکار عمومی بتواند شکل بگیرد و در آن دسترسی برای همه شهروندان تضمین شده است.» (شریفی طرازکوهی، ۱۳۸۷: ۱۸)

به این ترتیب به نظر هابرماس افراد با ورود به عرصه عمومی خود را از بایدهای خویش رها ساخته و به طور شفاف اولویت‌های اجتماعی را درک می‌کنند. آنان از رهگذر این مبادله بایسته‌های ذهنی اولیه را به نفع توافقی که به طور عقلایی ایجاد یا انگیخته شده است کنار می‌گذارند. حوزه عمومی فی‌نفسه از نظر هابرماس اهمیت چندانی ندارد بلکه از آنجا که در آن امکان تحقق رهایی برای انسان فراهم می‌شود مهم است. (طاعتی، ۱۳۹۰: ۱-۲۰)

درواقع چیزی که باعث افزایش توجه هابرماس به حوزه عمومی شده است اهمیت این مفهوم به عنوان اساس حضور و بروز اراده جمعی به روش دموکراتیک در اداره امور جامعه بوده است. حوزه عمومی عرصه‌ای است که در آن افراد به منظور مشارکت در مباحث باز و علنی گرد هم می‌آیند. عرصه‌ای که می‌توان به نوعی گفت که یکی از ارکان شکل‌گیری آن ارتقای سواد رسانه‌ای است چراکه ارتقای سواد رسانه‌ای لازمه تحقق شهروندان آگاه و فعال است.

از منظری دیگر، اگر دموکراسی را به مفهوم عام، از عمده‌ترین شاخصه‌های جامعه مدنی بدانیم، رسانه‌ها، ناگزیر در جایگاه یکی از ارکان اصلی جامعه مدنی می‌نشینند. در جامعه مدنی، اساساً ساخت رسانه‌ای، کثرت‌گرا و متنوع است. به عبارت دیگر در چنین جامعه‌ای، رسانه‌ها و در رأس آنها مطبوعات، صداهای گوناگون را که مبین خواسته‌ها، نیازها، علایق و دیدگاه‌های مختلف است، بازمی‌تابانند، شرایط بحث، گفت‌وگو و مفاهمه و در نتیجه، پرورش بردباری و شکلیابی اجتماعی و تحمل و مدارای عمومی را فراهم می‌آوردند و زبان فرهنگ و فرهنگ مفاهمه را جایگزین زبان سیاست و فرهنگ زور و خشونت می‌سازند. (فرقانی، ۱۳۹۰: ۱)

در همین حال اگر جامعه مدنی را عرصه رشد استعدادها آگاهی و خلاقیت‌های انسان بدانیم، باید بپذیریم که در جامعه غیر مدنی، انسان‌ها مجال و امکان رشد و بروز توانایی‌های و شناساندن خود و نیز تجربه کردن زندگی آزاد و حضور اجتماعی عقلانی را نیافته‌اند و بنابراین در مرحله گذار به جامعه مدنی این ضعف و کمبودها به سادگی خود را نشان می‌دهند. در این میان نقش تشکلهای مدنی در دامن‌زدن به فضای تعدد و تنوع رسانه‌ها از یک‌سو و مهیا ساختن شرایط بهبود و رشد کیفیت و محتوای آنها از سوی دیگر، قابل تأمل و حائز اهمیت است. ضمن اینکه هرگز نباید نقش چنین تشکلهایی را در رشد و آگاهی‌بخشی افراد جامعه و افزایش سواد رسانه‌ای آنها نادیده گرفت که از طرفی هم به کارکردهای واقعی رسانه‌ها کمک خواهد کرد و هم از جهتی به تحقق جامعه مدنی کمک خواهد کرد و این به معنای ارتقای سطح سواد رسانه‌ای است. با این اوصاف از میزان اهمیت و نقش رسانه‌ها در شکل‌گیری جامعه مدنی نمی‌توان غافل بود بنابراین لازم است اشاره‌ای کوتاه به نقش رسانه‌ها در تحقق برخی مؤلفه‌ها، مفاهیم، مصادیق و مشخصه اصلی جامعه مدنی و ضرورت وجود سواد رسانه‌ای برای تکمیل این نقش اشاره کرد:

۲.۱. رسانه‌ها و فرهنگ گفت‌وگو

در جامعه مدنی، نقد، گفت‌وگو، بحث و تبادل اندیشه‌ها، به جای برخوردهای مبتنی بر خشونت، تحمیل عقیده و نقدناپذیری افکار و مفاهیم می‌نشیند. رسانه‌ها در تبدیل گفت‌وگو و مفاهیم به فرهنگ در جامعه مدنی، نقش مؤثر و حیاتی دارند. در جوامع پیچیده امروز، رسانه‌های جمعی، بستر تولید افکار و مجرای برخورد آرا و نظرها هستند. در واقع رسانه‌ها، به مثابه بستر جریان سیال و مسالمت‌آمیز افکار، ایده‌ها، خواست‌ها، آرزو و نیازهای اجتماعی از کشیده شدن اختلافات عقیده‌ها و تباین دیدگاه‌ها بر سر حل معضلات اجتماعی به تخصیص، پرخاش و خشونت و توسل به قوه قهریه جلوگیری می‌کنند. اگر در جامعه مدنی از تعدد رسانه‌ها دفاع می‌شود برای آن است که هیچ گروه و نحله فکری برای طرح خواست‌ها و نظریاتش، عرصه را بر خود تنگ نبیند و ناگزیر به خشونت و برخوردهای غیر فکری و غیر فرهنگی روی نیاورد. در چنین حالتی البته ارتقای سواد رسانه‌ای ضروری است زیرا تا درک درستی از محتوای رسانه نباشد درک درستی هم برای مفاهیم و گفت‌وگو ایجاد نخواهد شد.

۲.۲. رسانه‌ها و حقوق و آزادی‌های فردی و نظارت بر جریان قدرت و سرمایه

همان‌طور که پیش از این و در مؤلفه‌های جامعه مدنی ذکر شد جامعه مدنی، جامعه‌ای است که در آن حقوق و آزادی‌های فردی به رسمیت شناخته شده و از آن حراست و پاسداری می‌شود و در این بین رسانه‌ها با نقد عملکرد حکومت و با نظارت بر جریان قدرت در جامعه، می‌توانند به استقرار دموکراسی کمک کنند و مناسبات اجتماعی را برای سالم‌سازی آن آماده کنند. به همین دلیل است که آنتونیو گرامشی، جامعه مدنی را سنگرهای ملت می‌داند که دولت برای فتح یک جامعه باید آن را فتح کند. توجه به حقوق اساسی و آزادی‌های فردی از ضروریاتی است که رسانه‌ها می‌توانند در پررنگ کردن آن برای مردم از قدرت اثرگذاری خود استفاده کنند هرچند که عکس این مسئله هم ممکن است و جریان قدرت می‌تواند با در اختیار گرفتن رسانه سعی در انحراف افکار عمومی داشته باشد در چنین بزنگاهی است که داشتن سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی می‌تواند گره‌گشا باشد تا افکار عمومی انحراف پیدا نکرده و بتواند نظارت خود را بر جریان قدرت و سرمایه ضمن حفظ آزادی‌های فردی و جمعی خود هم چنان ادامه دهد.

۲.۳. رسانه‌ها و حاکمیت قانون

محور جامعه مدنی بر اساس قانون بنا شده و قواعد رفتارها و روابط میان انسان‌ها و نیز مناسبات مردم با حکومت و بالعکس را قانون معین می‌کند. اگر یکی از مسئولیت‌های اساسی رسانه‌ها را مقابله با روش‌های مستبدانه بدانیم، قانون‌گرایی رسانه‌ها و تبدیل قانون‌پذیری به "فرهنگ" جزء جدایی‌ناپذیر وظیفه استبدادستیزی و ارزشی کردن رفتار قانونی به‌وسیله آنها است. برای بسترسازی چنین فرهنگی ضروری است که سطح دانش و سواد رسانه‌ای جامعه بالا باشد تا این کارکرد رسانه‌ها هم بتواند اثرگذاری خود را حفظ کند و چنین مسئله‌ای شکل واقعی به خود بگیرد.

۲.۴. رسانه‌ها و پاسخ‌گویی حکومت به مردم

در جامعه مدنی نه تنها اصل تساهل و مدارا مورد احترام و عمل است، بلکه حکومت از یک سو "حق پرسش" درباره اعمال خود را برای شهروندان به رسمیت می‌شناسد و از جانب دیگر، خود را موظف به پاسخگویی به شهروندان می‌داند. پذیرش این دو اصل یعنی پرسشگری شهروندان و پاسخگویی دولت، سبب می‌شود که استبداد، نخبگان سیاسی و باندهای قدرت طلب و بهره‌مندان اقتصادی، بستر مناسبی برای ظهور و رشد و جایابی برای خود در ساختار حکومت نیابند. این بدان معنا نیست که نخبگان فکری و عملی به حاشیه رانده شوند، بلکه در جامعه مدنی نخبگانی که آرا و تمایلات مردم خود را نمایندگی می‌کنند مدیریت جامعه را به‌عهده می‌گیرند. اینجا نیز رسانه‌ها نقش مهمی دارند. آنها با نظرات و مراقبت هوشیارانه خود نسبت به اعمال حکومت، از گرایش آن به خودکامگی و نادیده گرفتن حقوق مردم، جلوگیری می‌کنند، نیازها و خواست‌های جامعه را که در واقع، همان پرسش‌های مردم از حکومت است در قالب گزارش‌ها، مقالات، نقدها، تسهیروها و ... با دولت در میان می‌گذارند و متقابلاً، پاسخ دولتمردان را به سؤالات مردم، دریافت و منتشر می‌کنند (همان: ۱). بی‌تردید عملکرد مطلوب و واقعی رسانه‌ها در انعکاس مطالبات واقعی مردم و آرا و دیدگاه‌ها و همچنین دغدغه‌ها و سؤالات آنان که لازمه تحقق جامعه مدنی است، به عوامل متعددی وابسته است که یکی از آنان ارتقادات سواد رسانه‌ای شهروندان است که آگاه‌بودن آنها را در پذیرش محتوای رسانه‌ها تضمین می‌کند و باعث می‌شود رسانه‌ها متوجه باشند با مخاطبانی فعال و آگاه و منتقد مواجه هستند.

۱۱۶

جامعه مدنی و سواد رسانه‌ای

از آنجایی که یکی از حیاتی‌ترین نقش رسانه‌ها آموزش در زمینه‌های مختلف است با توجه به هدف و چشم‌اندازی که در یک روند دموکراتیک برای خود ترسیم می‌کنند آنها در مسیر آموزش‌های خود مقوله جامعه مدنی را نیز مد نظر قرار می‌دهند تا جامعه را به سوی مدنیت رهبری کنند.

رسانه‌ها باید به مردم بیاموزند که مفهوم شهروندی معنایی عمیق‌تر از این دارد که افراد صرفاً عضو یک جامعه باشند. در واقع تبدیل شدن به یک شهروند مؤثر یعنی تلاش برای حفظ صلح و به‌طورکلی رفتارهای مدنی از جمله مشارکت‌های اجتماعی در جامعه نیازمند کسب اطلاعات و آموزش در این زمینه است. (طاعتی، ۱۳۹۰: ۲۳)

اما از آنجا که بدون سواد رسانه‌ای، نمی‌توان گزینش‌های صحیح از پیام‌های رسانه‌ای داشت، بنابراین نهادهای آموزشی و مدنی باید به این امر کمک کنند. چراکه سواد رسانه‌ای کمک می‌کند تا قضاوت‌های صحیح‌تری از محیط پیرامون خود داشته باشیم. پارامترهایی که سواد رسانه‌ای در اختیار می‌گذارد، باعث می‌شود تا درک عمیق‌تری از آنچه می‌بینیم، می‌شنویم و می‌خوانیم داشته باشیم. به‌طوری که افراد بی‌بهره از سواد رسانه‌ای را می‌توان طعمه‌های اصلی در فضاهای رسانه‌ای به‌شمار آورد. باید در عرصه آموزش رسانه‌ای و سواد رسانه‌ای، ادبیات تولید کنیم تا در گام اول مشخص

شود دامنه و چارچوب سواد رسانه‌ای چیست. همچنین حمایت نهادهای دانشگاهی از طریق گنجاندن مفاهیم سواد رسانه‌ای در کتب درسی دانش‌آموزان و دروس دانشکده‌های ارتباطات می‌تواند مفید باشد. حتی خود رسانه‌ها به‌خصوص روزنامه‌ها نیز با توجه به جغرافیای مخاطبان خود، می‌توانند مفاهیم مرتبط با سواد رسانه‌ای را منعکس کنند. منتقدان نیز می‌توانند به ادبیات سواد رسانه‌ای از طریق نقد سینمایی و نقد ادبی دامن بزنند. (شکرخواه، ۱۳۸۵: ۲-۳۱)

از طرفی برنامه‌های آموزش سواد رسانه‌ای، باید بر ویژگی‌های کلیدی چون توسعه مهارت‌ها، ارزش‌های شناختی، عاطفی و رفتاری مرتبط با محیط اجتماعی فرهنگ جامعه و حتی سایر جوامع تأکید داشته باشد و اگرچه می‌توان بر آماده‌سازی مخاطبان از طریق توسعه مهارت‌های شناختی از ارزش‌ها تأکید کرد، اما به گفته براون برنامه سواد رسانه‌ای در صورتی معنی‌دارتر و مؤثرتر خواهد بود که: «۱. سازمان‌یافته و مستمر باشد (یک تجربه کوتاه و مختصر نباشد بلکه برنامه‌ای باشد که در طول زمان و توسط تعدادی از افراد و نهادها و در صورت امکان در بیش از یک منطقه به کاربرده شده باشد. ۲. مبتنی بر پژوهش‌های شناخته‌شده‌ای باشد که معتبر و متناسب هستند. ۳. نتایج آن در طی زمان با استفاده از آزمودنی‌ها مورد آزمون و ارزشیابی قرار گرفته باشد. ۴. قابلیت الگوبرداری در نقاط دیگر را به دلیل وسعت و دیدگاه وسیع نسبت به ارزش‌ها و اشکال متکثر داشته باشد. ۵. مواد چاپی و سمعی و بصری مفصلی جهت پشتیبانی از توسعه مفهومی فراهم کرده باشد.» (براون، ۱۳۸۵: ۶۷)

پس می‌توان گفت که با گسترش سواد رسانه‌ای با ویژگی‌هایی که ذکر شد می‌توان به توسعه جامعه‌ای مدنی که در آن نخبگان نقش دارند و البته به گسترش سواد رسانه‌ای و قوت جامعه مدنی کمک می‌کنند هم امیدوارتر شد.

زیرا آن‌طور که هگل می‌گوید یک جامعه مدنی جامعه‌ای است که نخبگان هم در آن نقش بسزایی دارند. و به گفته دکتر بشیریه برخی عوامل و زمینه‌ها موجبات تحقق و تکوین جامعه مدنی را فراهم می‌آورند که می‌توان گفت فرهنگ سیاسی نخبگان از مهم‌ترین عوامل در این زمینه است و با جرئت می‌توان یقین داشت که مؤثرترین دلیل این شکل‌گیری است. (بشیریه، ۱۳۷۸: ۲۰)

همچنین به نظر رابرت میخلز گروه نخبه به دلیل حضور مداوم و دیرپا در عرصه و صحنه سیاسی و اجتماعی قادر است تغییر و تحول ایجاد کند. نقش نخبگان در تحولات اجتماعی جوامع به قدری مهم است که اندیشمندان به‌ضرورت به تأثیر این نقش پرداخته‌اند و حتی بر مبنای همین ضرورت و اهمیت، برخی اندیشمندان خواسته یا ناخواسته مکتب نخبه‌گرایی را به وجود آوردند (میخلز، ۱۳۷۵: ۸ و ۶). پس بی‌گمان چنین جامعه‌ای با چنین بدنه‌ای می‌تواند در گسترش سواد رسانه‌ای نقشی بس چشمگیر داشته باشد؛ زیرا هرچه میزان آگاهی‌های اجتماعی طبقات نخبه بیشتر باشد و ارتباطات اجتماعی آنها گسترده‌تر، تعامل منطقی و استقرار نهادهای مدنی سهل‌الوصول‌تر و به‌دنبال آن رشد آگاهی‌های جامعه نیز بیشتر خواهد بود. و این‌گونه به قوام جامعه مدنی هم کمک شایانی صورت خواهد گرفت.

نتیجه‌گیری

با نگاهی به مجموعه مباحثی که در این مجال مطرح شد به این نتیجه می‌توان رسید که نقش رسانه‌ها در گسترش جامعه مدنی انکارناپذیر است و اگر رسانه‌ها در حوزه جامعه مدنی و آموزش‌های شهروندی مصرانه و جدی عمل کنند شاهد پیشرفت یکی از عوامل تحقق جامعه مدنی خواهیم بود.

در واقع می‌توان گفت شکل‌گیری جامعه مدنی مستلزم وجود نهادهایی است که بین مردم و دولت قرار بگیرند و این درحالی است که رفتارهای مدنی، مهارت‌های شهروندی و مشارکت‌های اجتماعی از جمله مؤلفه‌هایی هستند که باید از طریق رسانه‌ها به مردم آموزش داده شوند. کاربرد آموزشی رسانه‌ها همواره به‌عنوان مقوله‌ای انکارناپذیر است و آنها در نقش آموزشی خود همواره باید به حوزه عمومی و جامعه مدنی توجه کنند و تبدیل شدن به یک شهروند مؤثر نیازمند کسب اطلاعات و آموزش در این زمینه است. ضمن اینکه یکی از ویژگی‌های جامعه مدنی غیرتوده‌ای بودن آن است. ویژگی که با افزایش سواد رسانه‌ای شهروندان می‌توان به آن دست‌یافت. اما لازمه اینها این است که مخاطبان هم باید به مهارت‌هایی دست‌یابند تا بتوانند اطلاعات ارسال شده از طریق رسانه‌ها را به‌درستی دریافت کرده و نکات مثبت و مفید را مورد استفاده قرار دهند. بنابراین به جرئت می‌توان گفت که یکی از لوازم ضروری برای تحقق جامعه‌ای مدنی، آگاه‌کردن و مشارکت‌دادن شهروندان است که لازمه آن ارتقای سواد رسانه‌ای آنان است. از این‌رو لازم است همه مسئولان در ارگان‌های مربوطه سواد رسانه‌ای گروه‌های مختلف شهروندان را جدی بگیرند و برای ارتقای آن برنامه‌ریزی و همت کنند.

منابع

- براون، جیمز (۲۰۰۴)، "رویکردهای سواد رسانه‌ای"، ترجمه پرویز ایزدی، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴، شماره پیاپی ۶۸.
- بشیریه، حسین (۱۳۸۷)، جامعه مدنی، قدرت، ایدئولوژی، تهران، نشر علوم دین.
- بصیریان جهرمی، حسین و رضا (۱۳۸۵)، "درآمدی به سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی"، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴، شماره پیاپی ۶۸.
- بیوتینگن، یا کوسلاو (۱۳۸۱)، "منش سیاسی جامعه مدنی"، ترجمه عبدالعزیز مولودی، مجله جامعه‌شناسی ایران، ۴.
- پاتر، دبلیو جیمز (۱۳۹۱)، نظریه سواد رسانه‌ای، ترجمه ناصر اسدی، محمد سلطانی‌فر و شهناز هاشمی، تهران، انتشارات سیمای شرق.
- پاتر، دبلیو جیمز (۱۳۹۱)، سواد رسانه‌ای، ترجمه امیر یزدیان، منا نادعلیو پیام آزادی، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.
- پاتر، جیمز (۱۳۸۵)، "تعریف سواد رسانه‌ای" ترجمه لیدا کاووسی، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴، شماره پیاپی ۶۸.
- پیران، پرویز و جمعی از نویسندگان (۱۳۷۷)، جامعه مدنی و ایران امروز، چاپ اول، تهران، انتشارات نقش و نگار.
- چاندوک، نیرا (۱۳۷۷)، جامعه مدنی و دولت (کاوش‌هایی در نظریه سیاسی)، ترجمه فریدون فاطمی و وحید بزرگی، چاپ اول، تهران، نشر مرکز.
- شریفی طراز کوهی، حسین (۱۳۸۷)، جامعه مدنی جهانی، تهران، انتشارات دادگستر.

- شکرخواه، یونس (۱۳۸۵)، "سواد رسانه‌ای"، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴، شماره پیاپی ۶۸.
- شکرخواه، یونس (۱۳۸۸)، "سواد رسانه‌ای"، سایت همشهری آنلاین، قابل دسترسی در:
<http://www.hamshahrionline.ir/details/83516>
- صالحی‌امیری، رضا و جمعی از نویسندگان (۱۳۸۷)، "سواد رسانه‌ای"، پژوهشنامه مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، شماره ۲۲.
- طاعتی، لایلا (۱۳۹۰)، "نقش تلویزیون در توسعه جامعه مدنی"، فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، شماره ۱۴.
- عباسی‌قادی، مجتبی و زینب میرعلی سیدخوندی (۱۳۹۱)، "سواد رسانه‌ای مخاطبان رسانه‌های نوشتاری شهر تهران"، فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، شماره ۵۲.
- علم، محمدرضا (۱۳۸۲)، "بررسی موانع تاریخی استقرار جامعه مدنی در ایران معاصر با تکیه بر ناکارآمدی نخبگان"، مجله شناخت، پژوهشنامه دانشکده علوم انسانی شهید بهشتی، شماره ۳۸.
- فرقانی، محمدمهدی (۱۳۹۰)، "رسانه‌ها و جامعه مدنی"، نقش‌ها و کارکردهای متقابل، قابل دسترسی در:
<http://www.magiran.com/article.asp?AID=436>
- فقیهی، ابوالحسن و ماشاءالله ولی‌خانی دهاقانی (۱۳۹۰)، "ارائه مدل بومی جامعه مدنی در جمهوری اسلامی ایران"، فصلنامه تحقیقات سیاسی بین‌المللی دانشگاه آزاد شهرضا، شماره ۸.
- قاسمی، طهمورث (۱۳۸۵)، "سواد رسانه‌ای رویکردی جدید به نظارت"، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴، شماره پیاپی، ۶۸.
- کرباسیان، قاسم (۱۳۹۳)، "سواد رسانه‌ای"، قابل دسترسی در:
<http://tarid12.ir/fa/YjF2M3pmUFcwRTBKYng4czFjcmteVdYOGpDaGhxdkk=%D8%B3%D9%88%D8%A7%D8%AF%20%D8%B1%D8%B3%D8%A7%D9%86%D9%87%20%D8%A7%D9%8A%20Media%20Literacy>
- میخلز، رابرت (۱۳۷۵)، *جامعه‌شناسی احزاب*، ترجمه احمد نقیب‌زاده، تهران، نشر قومس.
- Lewis, Justin & Jhally, Sut (1998), *The struggle over media literacy*, journal of communication, 48 (1).

