

پیامدهای جامعه‌شناختی سواد رسانه‌ای بر آگاهی از حقوق شهروندی و دموکراسی خواهی

عبدالرضا نواح* ، عزیز حزباوی** ، سمیه رستگاری***

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۳/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۱/۲۵

چکیده

سواد رسانه‌ای لازمه عصر ارتباطات برای پرورش شهروندانی آگاه و فعال است. قدرت نقد رسانه‌ها، مهارت در تولید محتوا، دسترسی عادلانه به رسانه‌ها و توانایی کنترل مصرف رسانه‌ای همگی در گرو داشتن سواد رسانه‌ای است. سواد رسانه‌ای به شهروندان کمک می‌کند که به پیام‌های دریافتی از رسانه‌ها دیدی نقادانه داشته و داشتن سهمی از فضای رسانه‌ای را حق خود بدانند و در رد یا قبول پیام‌هایی که به آن‌ها عرضه می‌شود و سود و ضررشان آگاه گردند. پژوهش حاضر با هدف بررسی پیامدهای جامعه‌شناختی سواد رسانه‌ای بر آگاهی از حقوق شهروندی و دموکراسی خواهی (در بین شهروندان ۱۸ سال به بالای شهر اهواز) انجام شده است. نوع پژوهش کاربردی و ماهیت آن توصیفی-تحلیلی بوده است. در این پژوهش از روش پیمایشی و از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. جامعه آماری جمعیت ۱۸ سال به بالای ساکن شهر اهواز به تعداد ۷۸۰۷۲۸ نفر بوده و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران برابر ۳۹۲ نفر برآورد شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که میزان سواد رسانه‌ای شهروندان شهر اهواز

dr.navah1338@gmail.com

ahazbavi@gmail.com

somayeh.rastegari94@gmail.com

* دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز.

** استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز.

*** کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی (نویسنده مسئول).

در حد متوسط است. بین متغیر سواد رسانه‌ای به‌عنوان متغیر مستقل و آگاهی از حقوق شهروندی و دموکراسی‌خواهی به‌عنوان متغیرهای وابسته رابطه معنی‌داری مشاهده شد؛ یعنی با افزایش سواد رسانه‌ای، میزان متغیرهای وابسته نیز افزایش می‌یابد.

واژه‌های کلیدی: سواد رسانه‌ای، آگاهی از حقوق شهروندی، دموکراسی‌خواهی، شهروندان شهر اهواز

مقدمه و بیان مسئله

در هزاره سوم رسانه‌ها همچون تارهای عنکبوتی کل سیاره زمین را در بر گرفته و منجر به تشکیل جوامع شبکه‌ای شده‌اند؛ کاستلز^۱، ویژگی‌های اصلی این جوامع را «یکپارچگی ارتباطات الکترونیک»، «پایان عصر مخاطبات گسترده» و «ظهور شبکه‌های تعاملی» برمی‌شمارد؛ که به ارتباطات الکترونیکی در شبکه‌های تعاملی دارای مخاطبان گسترده اشاره دارد که فرهنگی مجاز را به وجود آورده و فارغ از بُعد زمان و مکان با نزدیک‌تر کردن انسان‌ها به یکدیگر، عامل بسیاری از تغییرات اجتماعی می‌باشند؛ بسیاری از این تغییرات از رسانه‌های شهروندی شروع شده به طوری که با گسترش آن، کنترل از دست رسانه‌های اصلی خارج شده و توانایی رقابت با این رسانه‌ها در مهار وضعیت پیش‌آمده را ندارند (کاستلز، ۱۳۸۴: ۳۸۲). با ظهور رسانه‌های شهروندی، شهروندان با در اختیار داشتن فضایی باز در تبادل اطلاعات، عقاید و مطالبات خود سعی در افزایش مشارکت و در نهایت دستیابی به جامعه‌ای دموکراتیک دارند.

از نظر هابرماس^۲ رسانه‌های مدرن ارتباطی می‌توانند کمک مؤثری در پیشبرد دموکراسی داشته باشند تا با مشارکت شهروندان روح تازه‌ای در حوزه عمومی دمیده

1. Castells
2. Habermas

پیامدهای جامعه‌شناختی سواد رسانه‌ای بر آگاهی از حقوق ... ۲۰۵

شود. در کشورهایی که فضای عمومی بسته‌ای دارند و شهروندان در یک محیط امنیتی شده به سر می‌برند مردم در فضای رسانه‌ای که گستره‌ای عمومی است می‌توانند با رها شدن از بند حکومت به اظهارنظر و بیان اندیشه‌های خود بپردازند. صالحی امیری، ارتباط دوطرفه بین رسانه و مردم را منجر به گسترش دموکراسی در جامعه دانسته و لازمه آن را سواد رسانه‌ای می‌داند که برخورد هدفمند و آگاهانه مردم در فضای رسانه‌ای را به دنبال دارد (صالحی امیری، ۱۳۸۷: ۱۳).

سواد رسانه‌ای عاملی در آگاهی شهروندان و تقویت ساختارهای دموکراتیک جامعه می‌باشد (زارع کهن، ۱۳۹۷: ۱۱۰). حقوق شهروندی از مفاهیم اصلی زندگی دموکراتیک (بشیریه، ۱۳۸۶: ۲۲۶) و مطالبه‌گری نیز از حقوق اصلی شهروندان می‌باشد که همه سازمان‌ها و نهادها موظف به پاسخگویی و شفاف‌سازی در برابر مطالبات آنان می‌باشند. به هر میزان که مهارت شهروندان در استفاده از وسایل ارتباط جمعی بیشتر باشد توانایی آن‌ها در پیگیری مطالباتشان از طریق رسانه نیز بیشتر است. بنابراین ضروری است که به سواد استفاده از رسانه‌ها توجه شود و به میزان تأثیر و پیامدهای آن بر مسائل اجتماعی همچون حقوق شهروندی و دموکراسی خواهی که جایگاه و بازتاب گسترده‌ای در محتوای تولیدات رسانه‌ها دارند، پرداخته شود. از آنجایی که این مفاهیم هم از طرف حکومت‌ها در رسانه‌های اصلی با مقاصد ایدئولوژیکی مورد بهره‌برداری‌های سیاسی قرار گرفته و هم از طرف مردم در رسانه‌های جایگزین مورد بحث و نقد و مطالبه‌گری هستند، وجود سواد رسانه‌ای به شهروندان کمک خواهد کرد بینش عمیق‌تری در فهم اهداف مستتر در اطلاعات دریافتی از رسانه‌ها داشته و حمایت‌کننده رسانه‌های مدافع حقوق شهروندی و آزادی‌های قانونی آن‌ها باشند.

توجه به سواد رسانه‌ای از سال ۱۹۶۵ قبل از ورود اینترنت آغاز گردیده و آموزش آن به شهروندان در برنامه بسیاری از کشورهای جهان گنجانده شده است و درک اهمیت آن روزه‌روز افزایش می‌یابد؛ اما در ایران آموزش این مهارت با تأخیر زیادی

شروع شده است به طوری که انواع رسانه و شبکه‌های اجتماعی به مدد اینترنت در اختیار همگان می‌باشد ولی فرهنگ استفاده درست وجود ندارد و در این زمینه با عقب‌ماندگی فرهنگی مواجهیم، این امر باعث گردیده آموزش سواد رسانه‌ای به شهروندان در سال‌های اخیر از طرف صاحب‌نظران ارتباطات در نهادهای آموزشی مورد تأکید قرار گیرد. در ایران شروع تحقیقات عمده نظری در این زمینه از دهه ۸۰ می‌باشد که با رشد پژوهش‌ها به اهمیت سواد رسانه‌ای به‌عنوان جزئی از راه‌حل برخی مسائل اجتماعی که تأثیر رسانه در آن‌ها مشهود است، توجه گردید.

یافته‌های پژوهش جنادله و رهنما، که فراتحلیلی بر پژوهش‌های انجام‌گرفته در زمینه رسانه‌های نوین می‌باشد، نشان می‌دهد که بیشتر این پژوهش‌ها به آسیب‌های این رسانه‌ها توجه نموده‌اند و رویکردی آسیب‌شناسانه داشته‌اند، به دلیل نیاز به پرداختن به جنبه‌های مثبت و رویکردی ایجابی به رسانه و توجه به اینکه استفاده درست از هر پدیده‌ای نیاز به شناخت کاربردهای مثبت و مفید آن دارد، در این پژوهش به استفاده مناسب از رسانه در جهت بالا بردن آگاهی افراد جامعه از حقوق خود در جهت دستیابی به جامعه‌ای دموکراتیک پرداخته شده است و به داشتن سواد رسانه‌ای به‌عنوان رکن اساسی استفاده مثبت از رسانه تأکید شده است (جنادله و رهنما، ۱۳۹۷: ۲).

در این پژوهش پیامدهای سواد رسانه‌ای بر آگاهی از حقوق شهروندی و دموکراسی خواهی به‌عنوان اهداف اصلی و بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای، آگاهی از حقوق شهروندی و دموکراسی خواهی شهروندان شهر اهواز به‌عنوان اهداف فرعی پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌اند. از آنجایی که سواد رسانه‌ای مقوله جدیدی می‌باشد تحقیقات زیادی در ارتباط با پیامدهای این پدیده بر عوامل اجتماعی و ابعاد جامعه‌شناختی آن، انجام نگرفته است و عمدتاً به تأثیر متغیرهای جمعیت‌شناختی بر سواد رسانه‌ای اکتفا گردیده است، با پیشینه اندک در رابطه با متغیرهای مورد استفاده روبرو می‌باشیم به طوری که متغیر دموکراسی خواهی به‌عنوان یک پدیده اجتماعی، برای

پیامدهای جامعه‌شناختی سواد رسانه‌ای بر آگاهی از حقوق ... ۲۰۷

اولین بار در رابطه با سواد رسانه‌ای شهروندان، و متغیر آگاهی از حقوق شهروندی نیز در یک الی سه پژوهش در این زمینه به سنجش درآمده است.

سواد رسانه‌ای

تعاریف بسیاری از اصطلاح سواد رسانه‌ای ارائه شده است که در ذیل به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

کمیسیون اروپا سواد رسانه‌ای را توانایی دسترسی، درک و نگاه انتقادی به محتوای همه رسانه‌های صوتی، تصویری و چاپی همچون تلویزیون، رادیو، اینترنت و ... بیان می‌کند (Commission of the European communities, 2007: 32).

جمیز پاتر (Potter, 2005)، معتقد است «سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم‌اندازهاست که ما به‌طور فعالانه برای قرار گرفتن در معرض رسانه از آن بهره‌برداری می‌کنیم تا معنای پیام‌هایی را که با آن‌ها مواجه می‌شویم تفسیر کنیم»؛ این چشم‌اندازها از ساختارهای دانش و ساختارهای دانش نیز از مهارت‌های فرد ساخته می‌شوند که امکان تعامل فعالانه در برخورد با رسانه را به وجود می‌آورند.

میدوری سوزوکی^۱ سواد رسانه‌ای را چنین تعریف می‌کند: توانایی شهروندان در تحلیل انتقادی رسانه‌ها با توجه به بافت اجتماعی و دسترسی و توانایی برقراری ارتباط با آن‌ها (تاکونومی، ۱۳۸۷: ۸۵).

از نظر شکرخواه، سواد رسانه‌ای نوعی درک است که بر پایه مهارت‌های لازم برای شناسایی و تفکیک تولیدات رسانه‌ای استوار است و هدف اصلی آن را تشخیص هم‌راستا بودن محصول نهایی رسانه‌ها با تحقق عدالت اجتماعی می‌داند (شکرخواه، ۱۳۸۶: ۲۷).

1. Midori Suzuki

بصیریان جهرمی (۱۳۸۵) نیز معتقد است که سواد رسانه‌ای «به مردم کمک می‌کند تا به‌جای آنکه مصرف‌کنندگانی فرهیخته باشند، به شهروندانی فرهیخته تبدیل شوند»، از این‌رو سواد رسانه‌ای را راهی در جهت مردم‌سالاری می‌داند.

تعاریف یادشده ابعاد مختلف سواد رسانه‌ای را مدنظر قرار داده‌اند. در این پژوهش سواد رسانه‌ای «توانایی در کنترل مصرف، دسترسی عادلانه به اطلاعات، دیدگاه انتقادی و توانایی مشارکت در تولید محتوا» در برخورد با رسانه‌ها می‌باشد. جذابیت رسانه‌ها به حدی است که بخش زیادی از وقت شهروندان را به خود اختصاص می‌دهد که در صورت نبود عدالت اجتماعی در دسترسی به منابع متنوع اطلاعاتی و عدم توجه به مشارکت و نیازهای شهروندان در تولید محتوا از سوی رسانه‌ها و در مقابل تماشای مکرر و بدون ارزیابی و تحلیل پیام‌ها از سوی شهروندان، نمی‌توان به‌درستی یا کذب بودن وقایعی که رسانه‌ها انعکاس‌دهنده آن هستند پی برد؛ این عوامل کاهش آگاهی شهروندان و نقض مهم‌ترین اصل دموکراسی یعنی مشارکت مردمی را در پی دارد.

اما در صورت برخورداری شهروندان از سواد رسانه‌ای، برای کسب آگاهی به دنبال منابعی معتبر بوده و دیگر به مدل سنتی یک‌طرفه ارتباطات رسانه‌ای: فرستنده، گیرنده، پیام اکتفا نکرده و خود به‌عنوان تولیدکنندگان رسانه‌ای در رسانه‌های شهروندی هم فرستنده پیام و هم گیرنده بازخورد منتقدانه آن خواهند بود، نقد پیام‌ها شهروندان را درگیر کرده و آن‌ها را به مخاطبانی فعال که زمینه‌ساز جامعه‌ای دموکراتیک است، تبدیل می‌کند. شهروندان با حضور در رسانه‌های جایگزین می‌توانند فضای این رسانه‌ها را در جهت تغییر شرایط خود سوق داده و شهروندانی که توانایی استفاده مطلوب از رسانه‌ها را دارند، دیگر شهروندان را نیز از حقوقشان آگاه کرده و همچون شبکه‌ای به‌هم‌پیوسته به توسعه شهرشان کمک می‌کنند، به‌طوری‌که هر شهروند خود می‌تواند به‌عنوان یک خبرنگار عمل کرده و با قرار دادن عکس و فیلم از رویدادهای محل زندگی خود در رسانه‌های شهروندی، به بیان مشکلات بومی و محلی مکان زندگی‌اش پرداخته و خواستار رفع آن شود.

حقوق شهروندی

در تعریف شهروند می‌توان گفت که سکونت در یک شهر به‌تنهایی نشان‌دهنده شهروندی نمی‌باشد بلکه شهروند کسی است که دارای آگاهی‌های حقوقی، فردی و اجتماعی باشد، مشارکت‌کننده و مطالبه‌گر حقوق خود با شناخت قانون باشد و برآوردن حقوق دیگران را همچون حقوق خود دانسته و می‌پذیرد که برای داشتن زندگی بهتر، به منافع جمعی همچون منافع فردی ارجح نهد (یوسف‌پور و حمیدی، ۱۳۹۴: ۲). پرداختن به مفهوم شهروندی از یونان باستان توسط افلاطون و ارسطو آغاز گردیده و احیای مجدد آن توسط مارشال صورت گرفت. حقوق شهروندی از نظر مارشال شامل سه دسته: حقوق مدنی، حقوق سیاسی و حقوق اجتماعی می‌باشد. طبق نظر مارشال تا زمانی که حقوق مدنی در جامعه فراهم نباشد آزادی‌های فکری و اعتماد برای سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی نیز دست‌یافتنی نیست، همچنین بدون رعایت حقوق سیاسی، فعالیت و تحرک سیاسی، شکل‌گیری و عضوگیری احزاب نیز عملی نمی‌شود و با عدم اجرای حقوق اجتماعی، شهروندان از حمایت‌های رفاهی-دولتی و تأمین اجتماعی بر اساس عدالت اجتماعی محروم می‌مانند (Marshall, 1981: 34). حقوقی که مارشال به آن‌ها اشاره می‌کند حقوق اولیه و طبیعی شهروندان می‌باشد و تا زمانی که شهروندان از این حقوق محروم‌اند نمی‌توانند به سطح بالاتر آن‌که موجب رشد جامعه و اندیشیدن به مسائل متعالی‌تر زندگی اجتماعی می‌گردد، دست یابند.

حقوق شهروندی از جمله مفاهیمی است که به‌واسطه شهرنشینی روزافزون اهمیت فراوانی پیدا کرده است، این حقوق متعلق به کلیه شهروندان می‌باشد و هیچ شهروندی را نمی‌توان از آن مستثنا کرد. قانون اساسی به‌نوعی حقوق شهروندان می‌باشد و چارچوب هرگونه رفتار دولت با شهروندان و شهروندان با یکدیگر است. در هر کشوری حاکمان ملزم به رعایت حقوق شهروندان بر طبق قانون اساسی هستند که لازمه این امر نبود استبداد و پایبندی به قانون می‌باشد. در ایران از زمان مشروطه تاکنون

مبارزات بسیاری برای برقراری حکومت به شرط قانون انجام گرفته است ولی به علت عدم توجه به قانون در بسیاری از مسائل همچون حقوق شهروندی، این شرط تاکنون برآورده نشده است.

در ادامه تلاش‌هایی که در زمینه دستیابی شهروندان به حقوقشان انجام می‌گیرد می‌توان رسانه را به دلیل گستردگی و در دسترس بودن، مهم‌ترین ابزار آموزش و مطالبه حقوق شهروندان دانست. امروزه افرادی که توانایی استفاده از رسانه‌ها را نداشته باشند در ارتباطات خود به مشکل برخوردند و فرصت مشارکت در بسیاری از عرصه‌های اجتماعی را از دست می‌دهند. در جهت تبدیل شهروندان از مخاطبان صرف رسانه‌ای به کاربران فعال لازم است که ابتدا به آن‌ها مهارت‌های سواد رسانه‌ای آموزش داده شود. وجود شبکه‌های اجتماعی تعاملی فضایی مناسب برای آموزش شهروندان پدید آورده که با کسب نگاه انتقادی به مسائل جامعه که مهم‌ترین بُعد سواد رسانه‌ای می‌باشد در جهت احقاق حقوق خود گام برداشته و خواستار پاسخگویی از نهادهای مسئول باشند.

دموکراسی خواهی

در درون انسان‌ها خواست در دست گرفتن سرنوشت خود، امری است که در همه زمان‌ها وجود داشته است و سرنوشتی حکومت‌های استبدادی و دیکتاتوری در طول تاریخ نشان‌دهنده این خواست درونی است. در زمانه‌ای که ما در آن زندگی می‌کنیم برقراری حکومت دموکراسی یکی از عملی‌ترین راه‌های مشارکت مردم در سرنوشت خود است، دموکراسی امروزه مطرح‌ترین گفتمان در شیوه حکومت‌داری می‌باشد که برخاسته از ندای مساوات‌طلبی انسان‌هاست. توانایی مردم در تغییر بسیاری از حکومت‌ها منجر به توجه به نقش فرهنگ مردم آن جوامع بر این تغییرات شده است، این امر شکل‌گیری تئوری‌هایی که پدیده‌ها را در بطن فرهنگ مردم جوامع و چگونگی کنش و ارتباطات آن‌ها بررسی می‌کنند، را در پی داشته است.

تئوری‌های دموکراسی تأملی^۱ نیز ناشی از تغییر رویکرد توجه به دموکراسی از نهادهای رسمی و سیاسی به نهادهای فرهنگی و سطح میانی جامعه و کنش‌های روزمره مردم است (پناهی و شالچی، ۱۳۹۱: ۱۲۴). از شناخته‌شده‌ترین نظریه‌پردازان دموکراسی تأملی، هابرماس می‌باشد. از نظر هابرماس، «دموکراسی به سلطه عمومی از طریق فضاهای عمومی متکثر می‌اندیشد و دولت را هسته اصلی تحلیل خود و جامعه نمی‌بیند» (Habermas, 2002: 125). حوزه عمومی از نظر وی عرصه‌ای است بدون محدودیت در فعالیت، که بر اساس عقلانیت، حقیقت، فکر، استدلال، گفتگو و زبان می‌باشد (توحیدفام و حسینیان امیری، ۱۳۸۸).

هابرماس معتقد است که کنش‌های ارتباطی در حوزه عمومی که فضایی است بین جامعه مدنی و دولت شکل می‌گیرد. (هابرماس، ۱۳۸۳: ۱۰۴) در کنش ارتباطی، کنشگران به دنبال کنش‌های تفاهم‌آمیز هستند نه موفقیت‌های یک‌طرفه (Habermas, 1984: 286). هدف سیاسی او برپایی ارتباط تحریف‌نشده می‌باشد که لازمه آن عقلانیتی است که به «رفع محدودیت‌های ارتباط» می‌انجامد (Habermas, 1970: 118). هابرماس مشروع‌سازی‌ها و ایدئولوژی، را دو عامل اصلی بیان می‌کند که منجر به تحریف ارتباط می‌شوند؛ عقلانیت به معنای از میان برداشتن این موانع برای داشتن ارتباطی باز و آزاد است (ریتزر^۲، ۱۳۸۹: ۲۱۳-۲۱۲).

هابرماس بر این نظر است که ظهور سرمایه‌داری صنعتی در قرن نوزدهم، باعث شد عرصه عمومی در اختیار منافع طبقه خاصی قرار گیرد و عرصه عمومی یکسره ناپدید شود. هابرماس مسبب این امر را تأثیرات رسانه‌های همگانی و خروج سیاست از قلمرو زندگی اجتماعی می‌داند. مردم به‌جای اینکه مانند گذشته خودشان رودررو سخن بگویند تبدیل به شنوندگان سخنانی شدند که خطاب بدانان از طرف دیگران گفته

1. deliberative democracy
2. Ritzer

می‌شد (اسمیت^۱، ۱۳۹۱: ۸۵-۸۴). بنا بر استدلال هابرماس، نهادهایی همچون پارلمان و حزب که به‌منظور برپایی دموکراسی به وجود آمده‌اند نتوانسته‌اند زمینه‌های لازم برای تصمیم‌گیری جمعی را مهیا سازند و این گروه‌های محلی هستند که با بهره‌گیری از رسانه‌های مدرن ارتباطی می‌توانند احیاکننده دوباره حوزه عمومی و گسترش دموکراسی باشند (گیدنز، ۱۳۸۹: ۹۷۸ - ۹۷۷). رشد فناوری‌های ارتباطی، امکان مشارکت بیشتر مردم را فراهم کرده و شکل جدیدی از دموکراسی با عنوان دموکراسی الکترونیکی را به وجود آورده است (Mahrer & Krimmer, 2005). از عمده نظریه‌پردازان نگاه مشارکتی به رسانه‌ها هابرماس می‌باشد و خواهان آن است که رسانه‌ها فضا را برای بحث‌های عمومی و مشارکت‌های کلان باز کنند تا دموکراسی گفت‌وگویی، مبتنی بر اجماع در حوزه عمومی بر اساس مباحثه عقلانی شکل گیرد (Bailey & Cammaerts, 2008: 11).

سواد رسانه‌ای و آگاهی از حقوق شهروندی

در دولت-ملت‌های نوین که جمعیت کشور در آن‌ها شهروند نامیده می‌شود، شهروندان در برابر مسئولیت و وظایفی که در قبال شهر خود دارند، از حقوقی که به‌موجب قانون به آنان تعلق گرفته نیز برخوردارند و در صورت تحقق نیافتن حقوقشان این حق به آن‌ها داده شده است که مطالبه‌گر آن باشند؛ به علت وجود سازوکارهای شدید بوروکراسی که در نهادهای مختلف وجود دارد و یکی از عوامل فاصله بین مجریان قانون و شهروندان می‌باشد، رسانه را می‌توان آسان‌ترین راه رساندن صدای شهروندان به مسئولین دانست؛ اما با وجود امکانات وسیع رسانه‌ای که می‌تواند در جهت بالا بردن آگاهی، مشارکت و مطالبه‌گری شهروندان باشد مشاهده می‌شود که در شرایط فعلی جامعه استفاده از رسانه یک‌طرفه و به‌نوعی صدای مسئولین می‌باشد تا مردم؛

1. Smith

رسانه ملی تنها اسم ملی بودن را یدک می‌کشد و خود ترویج‌دهنده هژمونی حاکم می‌باشد که راه نقد بر آن بسته است و هر کس از دایره این هژمونی فراتر رود، غیرخودی بوده و محکوم به حذف شدن می‌گردد. حال که دست شهروندان از رسانه ملی بسته است، رسانه‌های جایگزین/شهروندی می‌توانند راهی برای مشارکت مردم در توسعه شهر و فضایی برای به چالش کشیدن عملکردهای مجموعه اداره‌کننده آن باشد. رسانه‌های غیرگروهی، به‌عنوان رسانه‌های کوچک، جایگزین، شهروندی، اجتماعی، غیر جریان اصلی، زیرزمینی و رادیکال مطرح هستند که نشان‌دهنده مشارکت گسترده شهروندان است (بهار و حاجی‌محمدی، ۱۳۸۹: ۳۲). رسانه‌های شهروندی یک مفهوم فراگیر برای مجموعه‌ای از رسانه‌هایی است که به لحاظ نظری رسانه‌های جنبش‌های جدید اجتماعی هستند و حوزه گسترده‌ای از رسانه‌های مردمی را می‌توان در چارچوب آن دید. یکی از رویکردهای غالب در بررسی رسانه‌های جایگزین رویکردی است که در آن رسانه‌های جایگزین به‌عنوان منتقدی که خلاف هژمونی مسلط رسانه‌های جریان اصلی است، دیده می‌شوند (خانیکی و الوند، ۱۳۹۰: ۱۰-۱۱).

تمرکز رسانه شهروندی بر روی دگرگون‌سازی است که از تجربیات تولیدکنندگان و مشارکت‌کنندگان استفاده می‌کند و موجب فرآیند توانمندسازی و خرد شدن قدرت می‌گردند (Rodriguez, 2008)؛ به‌جای نخبگان، مردم عادی را محور فرآیندها می‌دانند و به دنبال تغییر اجتماعی هستند (Atton, 2002: 15). در این رسانه‌ها تعامل و ارتباط‌گری جای مخاطبان منفعل را می‌گیرد، از پایین به بالا شکل گرفته‌اند و انعکاسی از صداها و خاموشی در جامعه می‌باشند که به‌وسیله شهروندان جدا از قدرت حاکم و بدون حمایت اقتصادی شکل گرفته‌اند و بازتاب دغدغه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی‌ای می‌باشند که در رسانه ملی مجال بروز نمی‌یابند.

شهروندانی که از حقوق خود آگاهی دارند و از مهارت‌های سواد رسانه‌ای برخوردارند با نگاه انتقادی به مسائل شهرشان در رسانه‌های اجتماعی قادر خواهند بود از رسانه به‌عنوان اهرم فشاری در برابر بی‌توجهی مسئولین استفاده کنند و خواهان پاسخگو بودن نهادهای مختلف اداره‌کننده امور شهر و توضیح خواستن برای شفاف‌سازی برنامه‌های اجرایی‌شان و به چالش کشیدن هزینه‌های گاه بسیار سنگین این برنامه‌ها باشند. مردم خواهان رسانه‌هایی هستند که انعکاس‌دهنده مسائل آنان باشد نه سخنگوی حاکمان. چه بسیار مشکلاتی که به علت نبود امنیت و آزادی بیان مسکوت می‌مانند و در نتیجه هیچ راه‌حلی برای آن‌ها اندیشیده نمی‌شود؛ درحالی‌که وجود بستری مناسب برای بیان مسائل و مطرح کردن آن‌ها در نهایت منجر به ارائه راه‌حل و رفع مشکلات و بهبود امور می‌گردد؛ این بستر را می‌توان در رسانه‌ها بخصوص فضای مجازی در جامعه‌ای مدنی جستجو کرد.

سواد رسانه‌ای و دموکراسی خواهی

در فضای رسانه‌ای شده جوامع امروزی شاهد رشد گفتمان دموکراسی رسانه‌محور همچون دموکراسی الکترونیکی، دموکراسی از راه دور (تله دموکراسی)، دموکراسی مجازی (سایبر دموکراسی) می‌باشیم که با قابلیت‌های رو به رشد عصر ارتباطات می‌توان امید به برقراری دموکراسی با کمک فناوری‌های نوین ارتباطی داشت. لازمه تحقق عملکرد مطلوب رسانه به‌عنوان رکن چهارم دموکراسی، وجود عدالت اجتماعی در فضای رسانه‌ای است این در حالی است که هم‌اکنون رسانه ملی همچون تلویزیون و رادیو در دست حکومت بوده و انعکاس‌دهنده و تثبیت‌کننده ایدئولوژی حاکم می‌باشد، در حوزه کتاب و مطبوعات نیز هیچ قلمی نمی‌تواند در خارج از این ایدئولوژی مطالبی نشر دهد و تنها به کمک رسانه‌های جدید و فناوری‌های وب می‌توان تا حدودی از اسارت این زندان مشروع‌سازی و ایدئولوژیکی که هابرماس آن را

بازدارنده وجود جامعه‌ای عقلانی می‌داند، رها گشت، در این راستا رسانه‌های رها از کنش تحریف شده، می‌توانند وسیله‌ای برای پاسخگویی مسئولین در برابر مطالبات شهروندان باشند و با اطلاع‌رسانی امورات شهری به شفافیت عملکرد آن‌ها کمک کرده و با ایجاد زمینه برای مشارکت شهروندان، در جهت نهادینه شدن دموکراسی گام بردارند.

نقد عملکرد مقامات حکومتی منجر به اسطوره‌زدایی از آن‌ها که یکی از راه‌های برقراری عقلانیت ارتباطی است می‌شود؛ به هر میزانی در جامعه‌ای نظارت عمومی و مشارکت همگانی بالاتر باشد نمود دموکراسی نیز بیشتر است ولی در حال حاضر مشاهده می‌کنیم که مشارکت شهروندان تنها در زمان تبلیغات انتخاباتی مورد توجه قرار می‌گیرد و این نیز با وجود فیلترهای موجود در سد راه انتخاب آزادانه افراد، نمی‌توان میزان بالای رأی را ملاک مشارکت در امور جامعه و وجود دموکراسی دانست؛ عدم مشارکت بسیاری از شهروندان به یک کنش سیاسی در مواجهه با وضع موجود، تبدیل شده است (رضایی و پور عسکری، ۱۳۹۵: ۷).

یونسکو بر این باور است که سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نقشی مهمی در ایجاد و توسعه فرهنگ دموکراتیک و یک جامعه مدنی فعال دارد (UNESCO, 2007). سواد رسانه‌ای و نهادهای مدنی مکمل یکدیگرند. اگر سواد رسانه‌ای شهروندان و نهادهای مدنی در جامعه به رشد کافی نرسیده باشد رسانه نیز نمی‌تواند یاری‌دهنده به وجود آمدن جامعه‌ای دموکراتیک باشد. در نهادهای مدنی مردم به گرد هم جمع شده و می‌توان گفتگوی آرمانی هابرماس را در آنجا دید چرا که این نهادها بر پایه ارتباط تفاهمی شکل گرفته‌اند و برآیندشان بر اساس منطق و استدلال می‌باشد و می‌توان نوعی هم‌اندیشی و هم‌کنشی، بر پایه آگاهی و در نتیجه دست‌یافتن به تفاهم را مشاهده نمود. در ایران با توجه به ساخت حکومتی و عدم توسعه یکنواخت فناوری‌های ارتباطی، در این برهه از زمان نمی‌توان به دموکراسی مستقیم دست‌یافت؛ ولی با رشد نهادهای مدنی

که مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی در حوزه عمومی می‌باشند می‌توان به برقراری دموکراسی تعاملی امید داشت.

طبق منشور حقوق شهروندی تمام مردم حق دسترسی آزاد به تمام رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی را در چارچوب قوانین دارند. فیلترینگ محدودیتی برای آزادی بیان و دسترسی به اطلاعات بوده و مهم‌ترین دلیل آن نوع نگاه حاکمان به آزادی، تأسیس و فعالیت رسانه‌ها می‌باشد (بابا زاده مقدم و اسدی، ۱۳۹۶: ۱۷۵). سواد رسانه‌ای با ایجاد عدالت اجتماعی در دستیابی، تولید و توزیع مواد رسانه‌ای، تلاشی است در جهت آگاهی شهروندان از حقوق رسانه‌ای‌شان و به خدمت گرفتن رکن چهارم دموکراسی یعنی رسانه‌ها در جهت برقراری آزادی، صلح و برابری و در نهایت دست‌یافتن به جامعه‌ای دموکراتیک. سواد رسانه‌ای می‌تواند تسهیلگر راه پرفرازونشیب صدساله‌ای باشد که ایرانیان از زمان مشروطه تاکنون برای به دست آوردن دموکراسی پیموده‌اند.

پیشینه پژوهش

ملکی و همکاران (۱۳۹۳)، به موضوع «شهروندی و سواد رسانه‌ای بررسی رابطه وضعیت شهروندی و سواد رسانه‌ای در بین شهروندان زنجان» پرداخته‌اند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بین متغیر سواد رسانه‌ای و شهروندی رابطه معنی‌داری مشاهده شد، یعنی با افزایش سواد رسانه‌ای، میزان آگاهی از حقوق و وظایف شهروندی نیز افزایش می‌یابد. زارع کهن (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان «ارتقای سواد رسانه‌ای لازمه تحقق جامعه مدنی»، به این نتیجه دست‌یافت که برای داشتن جامعه مدنی نیاز به افزایش سواد رسانه‌ای شهروندان داریم تا به پشتوانه آن رسانه‌ها نیز کارایی بهتری داشته باشند. شربتیان و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهش «تحلیل جامعه‌شناختی میزان سواد رسانه‌ای شهروندان و عوامل مؤثر بر آن»، به این نتیجه دست‌یافتند که میزان بهره‌مندی از سواد رسانه‌ای در بین شهروندان در سطح متوسط رو به بالا ارزیابی شده است.

در یک پژوهش با عنوان تحقیق روی سواد رسانه‌ای که نتایج آن را دانشگاه استنفورد منتشر کرده است، هابز و فراست، تبلیغ سی‌ثانیه مربوط به نوشابه با برند پپسی را برای دو گروه از نوجوانان مورد مطالعه، پخش کردند. یک گروه تحت آموزش‌های سواد رسانه‌ای قرار گرفته بود و گروه دوم به‌عنوان گروه کنترل حضور داشت. پس از پخش فیلم، از نوجوانان خواسته شد ۱۵ گام را که برای خرید محصول برمی‌دارند یادداشت کنند، آن‌ها با مقایسه پاسخ‌ها دریافتند؛ افراد دارای سواد رسانه‌ای می‌توانند به شکل تأثیرگذاری، تکنیک‌های اقناعی کلامی به‌کاررفته در تبلیغ، مخاطب هدف، نقطه‌نظر و تکنیک‌های ساختار خلاق در تبلیغات را تشخیص دهند. این نتایج مشخص کرد که آموزش سواد رسانه‌ای برای درک و فهم تبلیغات سودمند است. (Hobbs & Frost, 2003: 338).

در مطالعه‌ای که توسط آناپانگ^۱ (۲۰۰۵)، در کشور سنگاپور با روش پیمایشی روی ۲۶۲ جوان انجام گرفت، به این نتیجه دست‌یافتند: افرادی که در دوره‌های آموزش سواد رسانه‌ای شرکت کرده بودند، میزان آگاهی بیشتر و تفکر انتقادی بالاتری نسبت به افرادی که در دوره‌های مزبور شرکت نکرده بودند داشتند. جاکوبسن^۲ (۲۰۱۲)، پژوهشی با عنوان «سواد رسانه‌ای و استفاده از آن به‌عنوان یک روش تحقیق شهروندی» انجام داد. یافته‌ها نشان داد فناوری‌ها هدف نهایی نیستند. با این وجود، [باید] استفاده از فناوری‌های جدید بین همه افراد جامعه آموزش داده شود و استفاده مؤثر از این رسانه‌ها نیازمند داشتن سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی است.

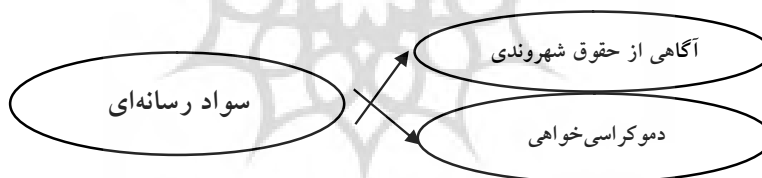
بگوم^۳ (۲۰۱۲)، پژوهشی با عنوان «ارتقای سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی: مطالعه موردی بخش عمومی بنگلادش» در بین ۱۰۰ نفر از اهالی داکا انجام داد. یافته‌ها نشان داد ۵۸٪ از جامعه مورد مطالعه معتقد بودند که راه‌اندازی یک رقابت بزرگ آگاهی در

1. Phang
2. Jacobson
3. Begum

مؤسسات آموزشی راهی برای ارتقای سطح سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی مردم است. زیرساخت‌های لازم برای ارتقای سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی در بنگلادش فراهم نبود. همچنین اکثریت جامعه پژوهش معتقد بودند که دولت باید سواد رسانه‌ای را به‌منظور رسیدن به یک بنگلادش دیجیتالی در سال ۲۰۲۱ تقویت کند.

با توجه به تحقیقات انجام‌شده، تأثیر توجه به سواد رسانه‌ای و آموزش آن به شهروندان و لزوم پرداختن به آموزش‌های عملی در کنار تحقیقات نظری بخصوص برای نوجوانان مشهود می‌باشد. با استفاده از پیشینه طولانی دیگر کشورها که مدت‌هاست در این زمینه به آموزش شهروندان خود پرداخته‌اند، می‌توان به برنامه آموزشی مناسب با ارزش‌ها، نیازها و بافت اجتماعی جامعه ایرانی دست‌یافت و برنامه منسجمی برای آموزش مهارت‌های سواد رسانه‌ای تدوین نمود.

مدل پژوهش



مدل ۱- مدل نظری تحقیق

حقوق شهروندی و دموکراسی‌خواهی از جمله مفاهیمی هستند که عمدتاً توسط رسانه‌ها بسط یافته و از آنجایی که نوع و شیوه مفهوم‌سازی از آنها بستگی به منافع صاحبان رسانه دارد، تبعاتی بر افکار عمومی داشته و در بسیاری از مواقع منجر به واکنش کنشگران منتقد رسانه‌ای در رسانه‌های شهروندی شده است که سعی بر این دارند با شناسایی واقعیت اصلی این مفاهیم از تصویر ساختگی‌شان، آگاهی عمومی را گسترش دهند. بنابراین مجهز بودن شهروندان به سواد رسانه‌ای در مشارکت برای بالا

بردن آگاهی جمعی از مسائل یادشده و جلوگیری از سوءاستفاده از این مفاهیم در فضای رسانه‌ای، ضرورت دارد.

فرضیه‌های تحقیق

- بین میزان سواد رسانه‌ای و آگاهی از حقوق شهروندی رابطه وجود دارد.
- بین میزان سواد رسانه‌ای و دموکراسی‌خواهی رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

این پژوهش به روش پیمایشی انجام‌گرفته و برای گردآوری داده‌ها از تکنیک پرسشنامه استفاده شده است. این پژوهش از نظر هدف، یک بررسی کاربردی، از نظر زمانی، مقطعی و از نظر وسعت، پهنانگر می‌باشد. برای سنجش پایایی از آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. نتیجه سنجش پایایی (آلفای کرونباخ) برای سواد رسانه‌ای ۰/۹۰، آگاهی از حقوق شهروندی ۰/۹۴ و متغیر دموکراسی‌خواهی ۰/۷۶ به‌دست‌آمده است که در سطح قابل‌قبول قرار دارند. جامعه آماری در این تحقیق شهروندان شهر اهواز به تعداد ۱۳۹۵۱۸۴ نفر است. جمعیت آماری افراد بالای ۱۸ سال شهر اهواز به تعداد ۷۸۰۷۲۸ نفر هستند که طبق فرمول کوکران حجم نمونه ۳۸۴ نفر محاسبه گردید، که برای اطمینان بیشتر، ۴۱۰ پرسشنامه بین شهروندان مناطق ۸ گانه شهر اهواز توزیع گردید که پس از حذف پرسشنامه‌های ناقص و مفقوده، ۳۹۲ پرسشنامه باقی‌مانده مورد استفاده قرار گرفت. نمونه‌گیری به صورت تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای می‌باشد.

یافته‌ها

آمار توصیفی

در نمونه مورد مطالعه، حداقل سن پاسخگویان ۱۸ و حداکثر ۷۰ سال و میانگین سن ۳۰/۷۵ سال است. ۴۲/۷ درصد مرد و ۵۷/۳ درصد زن هستند. ۳۵/۳ درصد فارس، ۲۸/۶ درصد عرب، ۲۸/۱ درصد لر، ۳/۳ درصد ترک، ۲/۳ درصد کرد و ۲/۳ درصد سایر قومیت‌ها بودند. ۵۳/۶ درصد مجرد، ۴۵/۴ درصد متأهل، ۰/۵ درصد بدون همسر بر اثر فوت، و ۰/۵ بدون همسر بر اثر طلاق بودند. شاغلین ۵۴/۶ درصد و غیرشاغلین ۴۵/۴ درصد بودند که غیر شاغلین شامل ۱۴/۵ درصد زنان خانه‌دار، ۶/۹ درصد دانش‌آموزان، ۱۵/۱ درصد دانشجویان، ۲/۸ درصد بازنشستگان و ۶/۱ درصد بیکاران بودند. مشاغل آزاد ۳۴/۲ درصد، مشاغل دولتی ۲۴ درصد و غیر شاغل ۴۱/۶ درصد بودند. ۸۳/۷ درصد پاسخگویان بیشترین مدت عمر خود را در مرکز استان (شهر اهواز)، ۱۴/۸ درصد در شهرستان و ۱/۵ درصد در روستا سپری کرده‌اند. نتایج توصیفی پژوهش برای مقطع تحصیلی نشان داد ۰/۸ درصد ابتدایی، ۴/۱ درصد راهنمایی، ۳۸/۳ درصد دیپلم، ۴۵/۹ درصد فوق‌دیپلم و کارشناسی و ۱۱/۰ درصد کارشناسی ارشد و بالاتر بودند.

آمار استنباطی

جدول شماره ۱ نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون میان متغیر مستقل (سواد رسانه‌ای) و متغیرهای وابسته (آگاهی از حقوق شهروندی و دموکراسی‌خواهی) شهروندان را می‌رساند. همان‌گونه که از داده‌های جدول برمی‌آید دو متغیر میزان آگاهی از حقوق شهروندی و دموکراسی‌خواهی رابطه مثبت و معناداری را با متغیر مستقل نشان می‌دهند و فرضیه‌های مربوط به رابطه این متغیرها با متغیر مستقل تأیید می‌گردد.

جدول ۱- همبستگی بین متغیر مستقل (سواد رسانه‌ای) و متغیرهای وابسته

متغیرها	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
سواد رسانه‌ای و آگاهی از حقوق شهروندی	۰/۱۵۸**	۰/۰۰۲
سواد رسانه‌ای و دموکراسی خواهی	۰/۲۳۹**	۰/۰۰۰

بحث و نتیجه‌گیری

به جهت تازگی بحث سواد رسانه‌ای و همچنین اهمیت پیامدهای آن بر عوامل اجتماعی، این پژوهش به پیامدهای سواد رسانه‌ای بر آگاهی از حقوق شهروندی و دموکراسی خواهی در بین شهروندان شهر اهواز پرداخته است. در این پژوهش میانگین سواد رسانه‌ای شهروندان شهر اهواز ۱۰۸/۵۴ (در بازه ۱۶۳ - ۵۶) می‌باشد که نشان می‌دهد شهروندان از سواد رسانه‌ای در حد متوسطی برخوردارند. طبق تحقیقات انجام‌گرفته در بین شهروندان (بیران و خداوردی زاده (۱۳۹۱) در تبریز، ملکی و همکاران (۱۳۹۳) در زنجان، شربتیان و طوافی (۱۳۹۴) در مشهد)، میزان سواد رسانه‌ای آنان در حد متوسط یا پایین می‌باشد؛ نتایج به‌دست‌آمده از میزان سواد رسانه‌ای شهروندان، با توجه به اینکه سواد استفاده از وسایل ارتباط جمعی از مهارت‌های مورد نیاز شهروندان جوامع کنونی در عصر ارتباطات می‌باشد، نشان‌دهنده کافی نبودن آموزش و آگاهی‌های دریافتی در این زمینه و غفلت از پرورش شهروندانی فعال، منتقد و تحلیل‌گر در فضای رسانه‌ای است. گرچه امروزه استفاده از رسانه صورتی همگانی دارد و با هزینه اندکی قابل دسترسی است اما آنچه که در برخورد با رسانه‌ها اهمیت دارد پی‌بردن به اهداف نهفته در پیام‌های رسانه‌ای و دستیابی به منبع معتبر برای پیام‌های دریافتی است که این امر باوجود دست‌های قدرت و ثروت حاکم بر رسانه‌ها به‌خصوص رسانه‌های جریان اصلی کار دشواری است، با بهره‌مندی از سواد رسانه‌ای

به دلیل ایجاد نگاه انتقادی، عدالت‌جویانه و تعامل‌گرایانه می‌توان به درک درستی از وقایعی که رسانه‌ها انعکاس‌دهنده آن هستند دست یافت؛ و همچنین با کنش‌های فعالانه در رسانه‌های تعاملی مخاطب‌محور بخصوص شبکه‌های اجتماعی که از مهم‌ترین رسانه‌های تعاملی می‌باشند، کاربران با وجود امنیت و آزادی نسبی نظرات خود را به اشتراک گذاشته و در برابر پذیرش پیام‌های ایدئولوژیکی مقاومت کرده و آن‌ها را به چالش می‌کشند. حق همه شهروندان است که در دسترسی به اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، سایت‌ها، وبلاگ‌ها و همچنین روزنامه و کتابی که خواهان آن هستند آزاد باشند و در کنار رسانه‌های جریان اصلی از رسانه‌های مستقل نیز بهره‌مند گردند. جریان باز اطلاعات در جهت عدالت اجتماعی و کم شدن دست قدرت و ثروت بر رسانه‌ها، افزایش سواد رسانه‌ای را به همراه خواهد داشت و به شهروندان کمک خواهد کرد که در انتخاب‌های رسانه‌ای خود تصمیمات بهتری داشته باشند و در نتیجه آگاهی آنان افزایش یافته و با حقوق خود آشنا تر گردند.

فرضیه‌های اصلی پژوهش مورد تأیید قرار گرفته‌اند. یکی از فرضیات بررسی رابطه بین سواد رسانه‌ای و آگاهی از حقوق شهروندی می‌باشد که نتایج نشان می‌دهد با افزایش سواد رسانه‌ای شهروندان، آگاهی از حقوق شهروندی آن‌ها نیز افزایش می‌یابد. این نتیجه با یافته‌های ملکی (۱۳۹۳)، که در شهر زنجان صورت گرفته و تنها تحقیق یافت شده در این رابطه می‌باشد، سازگاری دارد. میانگین آگاهی از حقوق شهروندی شهروندان شهر اهواز نیز با ۳۱/۲۵ درصد (در بازه ۵۰-۱۰) در حد متوسطی است. از آنجایی که آگاهی از حقوق شهروندی مردم طبق تحقیقات انجام گرفته (سپهوند ۱۳۹۳)، زیاری (۱۳۹۳)، حاجزاده و منصور (۱۳۹۲))، در حد متوسط و کم می‌باشد نیاز به ایجاد تمهیداتی است که بتوان شهروندان را از حقوق خود و از مسئولیت‌های دولت در قبال آنان آگاه ساخت. یکی از ابعاد رسانه‌ها بُعد آموزشی بودن آنهاست در نتیجه می‌توان از این مزیت برای آگاه‌سازی شهروندان از حقوقشان استفاده کرد.

آموزش توسط رسانه‌ها بدون یادگیری مهارت‌های سواد رسانه‌ای امکان‌پذیر نیست؛ سواد رسانه‌ای با ایجاد نگاه انتقادی در شهروندان از انفعال آنان در مواجهه با مسائل اجتماعی جلوگیری کرده و از آنان شهروندانی مطالبه‌گر ساخته که از ابزار رسانه برای رساندن صدای خود به مسئولین و به دست آوردن حقتشان، بهره می‌گیرند.

رسانه‌های جایگزین با ویژگی‌هایی چون باز بودن جریان اطلاعات و امکان ارتباطات تعاملی و مشارکتی، محیط مساعدی برای شهروندان برای بیان عقایدشان می‌باشند. این رسانه‌ها با ورود خود امکان بیان نظرات شهروندان و انتقاد از وضع موجود را فراهم ساخته‌اند این در حالی است که حکومت همچنان از انتقاد گریزان است و مسئولین خود را از هر انتقادی مبرا می‌دانند. رسانه‌های انحصاری با تولید و بازتولید مفاهیم جدید، استفاده از آن‌ها را در جهت مقاصد خود قرار داده و گاه با ترویج باورهای غلط در پی رسیدن به اهداف خود هستند؛ وجود رسانه‌های غیر انحصاری همچون رسانه‌های جایگزین با تمرکززدایی قدرت تسلط بر رسانه‌ها، امکان مشارکت شهروندان در فضای رسانه‌ای را فراهم کرده و نقشی اساسی در روشنگری و جلوگیری از فریب اذهان عمومی ایفا می‌کنند.

دیگر فرضیه پژوهش بررسی رابطه بین سواد رسانه‌ای و دموکراسی خواهی می‌باشد که در جستجوهای انجام‌گرفته پژوهشی در مورد بررسی رابطه بین این دو متغیر، به‌منظور مقایسه نتایج، یافت نشد؛ اما از آنجایی که جامعه مدنی لازمه دموکراسی می‌باشد، می‌توان نتیجه پژوهش زارع کهن (۱۳۹۳) را که یکی از لوازم تحقق جامعه مدنی را ارتقای سواد رسانه‌ای شهروندان می‌داند، همسو با یافته‌های این پژوهش دانست. میانگین دموکراسی خواهی شهر اهواز نیز ۴۲/۱۷ درصد (در بازه ۵۰ - ۱۳) می‌باشد که در حد بالایی است. به هر میزان که سواد رسانه‌ای شهروندان افزایش یابد می‌تواند به بالا بردن کیفیت رسانه‌های شهروندی که منتقد اصلی انحصار رسانه‌ای ایدئولوژی حاکم که سرکوب‌کننده صدای مردم و در نتیجه ناقض شاخص اصلی

دموکراسی یعنی مشارکت شهروندان هستند، کمک کنند. در کنار سه رکن اصلی دموکراسی: مشارکت شهروندان، پاسخگویی حاکمیت و شفافیت امورات حکومتی، رسانه به‌عنوان رکن چهارم دموکراسی می‌تواند زمینه‌ای برای کنترل سه رکن دیگر باشد. رسانه از ابزارهای قدرت است و شهروندان با کسب دانش سواد رسانه‌ای می‌توانند در این قدرت سهیم باشند. سواد رسانه‌ای به عقلانیت هر چه بیشتر فضای رسانه‌ای کمک می‌کند به شرطی که عدالت در داشتن سهمی از این فضا برای هر شهروندی مراعات گردد. دسترسی عادلانه شهروندان به رسانه و مشارکت آن‌ها در رسانه‌های تعاملی و مخاطب‌محور می‌تواند زمینه را برای دموکراسی گفتگویی فراهم کند. از آنجایی که در ایران هنوز دموکراسی نه به شکل حکومتی و نه به شکل نهادی ظهور پیدا نکرده و نظارت حکومت بر شهروندان بیشتر از نظارت شهروندان بر مسئولین حکومتی می‌باشد و قدرت‌گرایی حکام امکان ایجاد بستری مناسب برای گفتمان‌های دموکراسی خواهانه را بسته است، نیاز به تشکیل نهادهای مدنی که زمینه ایجاد دموکراسی هستند، ضروری می‌باشد. نهادهای مدنی با بهره‌گیری از رسانه‌ها به‌عنوان یکی از ارکان دموکراسی، جایگاهی برای مطالبه‌گری مردم می‌باشند. افزایش سواد رسانه‌ای شهروندان به نهادهای مدنی کمک خواهد کرد که در فضای رسانه‌ای مشارکت هر چه بیشتر آنان را فراهم کرده و ایشان را به شهروندانی فعال که لازمه فرهنگ دموکراسی خواهی است تبدیل کند.

منابع

- اسمیت، فیلیپ دانیل. (۱۳۹۱). *درآمدی بر نظریه فرهنگی*، ترجمه: حسن پویان، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- بابازاده مقدم، حامد و اسدی، عباس. (۱۳۹۶). «اصول پالایش (فیلترینگ) پایگاه‌های اطلاع‌رسانی اینترنتی»، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، سال سوم، شماره ۹، ۱۹۴-۱۶۳.
- بیران، صدیقه و خداوردی زاده، مهرداد. (۱۳۹۱). «مطالعه سواد رسانه‌ای شهروندان تبریز»، *فصلنامه فرهنگ ارتباطات*، شماره ۲، ۱۰۲-۷۷.
- بشیریه، حسین. (۱۳۸۶). *آموزش دانش سیاسی*، تهران: نشر نگاه معاصر، چاپ هشتم.
- بصیریان، حسین و بصیریان، رضا. (۱۳۸۵). «درآمدی بر سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی»، *فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی و رسانه*، تهران.
- بهار، مه‌ری؛ حاجی‌محمدی، علی. (۱۳۸۹). «وبلاگ ایرانی به‌مثابه رسانه جایگزین و شهروندی»، *مجله جهانی رسانه*، شماره ۷.
- پناهی، محمدحسین و شالچی، سمیه. (۱۳۹۱). «دموکراسی تأملی، بدیل‌ها و چالش‌های آن/دموکراسی: از مقوله‌ای سیاسی تا امری فرهنگی»، *فصلنامه علوم سیاسی دانشگاه باقرالعلوم (ع)*، سال پانزدهم، شماره ۵۸.
- تاکنونومی، شیبا. (۱۳۷۸). «تحلیل رویکرد انتقادی در سواد رسانه‌ای مطالعات تطبیقی بین ژاپن و کانادا»، ترجمه: زهره بیدختی، *فصلنامه رسانه*، سال ۱۳، شماره ۲.
- توحیدفام، محمد؛ حسینیان امیری، مرضیه. (۱۳۸۸). «تلفیق کنش و ساختار در اندیشه گیدنز، بوردیو و هابرماس و تأثیر آن بر جامعه‌شناسی جدید»، *پژوهشنامه علوم سیاسی*، سال چهارم، شماره ۳، ۱۰۷-۷۹.
- جنادله، علی و رهنما، مریم. (۱۳۹۷). «بازنمایی آسیب‌شناسانه رسانه‌های نوین در مطالعات خانواده (فرا تحلیل مقالات چاپ‌شده در خصوص تأثیر رسانه‌های نوین بر خانواده)»، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، سال چهارم، شماره ۱۶، ۴۰-۱.
- خانیکی، هادی و الوند، پدram. (۱۳۹۰). «روزنامه‌نگاری شهروندی؛ رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی»، *فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه*، سال اول، شماره اول.

- رضایی، محمد؛ پور عسکری، مریم. (۱۳۹۵). «فیس‌بوک و رفتار انتخاباتی: مطالعه انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۲ ایران»، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، سال دوم، شماره ۵، ۱-۳۱.
- ریتزر، جورج. (۱۳۸۹). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: علمی، چاپ پانزدهم.
- زارع کهن، نفیسه. (۱۳۹۳). «ارتقای سواد رسانه‌ای لازمه تحقق جامعه مدنی»، *فصلنامه رسانه*، سال بیست و پنجم، شماره ۴، ۱۱۹-۱۰۹.
- شربتیان، محمدحسن و طوافی، پویا. (۱۳۹۴). «تحلیل جامعه‌شناختی میزان سواد رسانه‌ای شهروندان و عوامل مؤثر بر آن»، *هفتمین کنفرانس ملی برنامه‌ریزی و مدیریت شهری*، مشهد.
- شکرخواه، یونس. (۱۳۸۵). «سواد رسانه‌ای یک مقاله عقیده‌ای»، *فصلنامه رسانه*، تهران.
- صالحی‌امیری، رضا و جمعی از نویسندگان. (۱۳۸۷). «سواد رسانه‌ای»، *پژوهشنامه مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام*، شماره ۲۲.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۴). *عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای (جلد ۱)*، تدوین: پایا، علی. ترجمه: احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو.
- گیدنز، آنتونی. بردسال، کارن. (۱۳۸۹). *جامعه‌شناسی*، ترجمه: حسن چاوشیان، تهران: نی.
- ملکی، امیر؛ حیدری، یحیی و حاجی‌مظفری، سارا. (۱۳۹۳). «بررسی رابطه وضعیت شهروندی و سواد رسانه‌ای در بین شهروندان زنجان»، *پژوهشنامه توسعه فرهنگی اجتماعی*، سال اول، شماره اول، ۱۰۸-۹۲.
- هابرماس، یورگن. (۱۳۸۳). *دگرگونی ساختاری حوزه عمومی- کاوشی در باب جامعه بورژوازی*، ترجمه: جمال محمدی، تهران: افکار.
- یوسف‌پور، جعفر و حمیدی، طاهره. (۱۳۹۴). «حقوق شهروندی و آگاهی مردم از آن»، *کنفرانس بین‌المللی عمران، معماری و زیرساخت‌های شهری*، تبریز: دبیرخانه دائمی کنفرانس.

- Atton, Chris. (2002). *Alternative Media*. London: Sage Publication. Available: www.emeraldinsight.com
- Bailey, Olga Guedes., Cammaerts, Bart., & Carpentier, Nico. (2008). *Understanding Alternative Media*. Berkshire: Open University press.
- Begum, Dilara. (2012). "*Promoting Media and Information Literacy: A Case Study of Bangladesh Public Sector*" Paper presented at the International

- Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies, Moscow, Russian Federation.
- Commission of the European communities. (2007). *A European approach to media literacy in the digital environment*, Brussels, annex B framework media literacy study.
 - Habermas, Jurgen. (1970). *Toward a Rational Society*. Boston: Beacon Press.
 - Habermas, Jurgen. (1984). *The Theory of Communicative Action*. Vol. 2, Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason. Boston: Beacon Press.
 - Habermas, Jurgen. (2002). *Deliberative politics*. Estlund: Blackwell.
 - Hobbs Renee, Frost Richard. (2003). "Measuring the Acquisition of Media Literacy Skills" *Reading Research Quarterly*. 38(3), 330-355.
 - Jacobson, Thomas., Culver Sherri H. (2012). "Media Literacy and its Method to Encourage Civic Engagement" *Information Systems Journal*. XX(39): 73-80.
 - Mahrer, Harald., Krimmer, Robert. (2005). Toward the enhancement of e-democracy: identifying the notion of the middleman paradox". *Information system journal*. vol 15, 27-42.
 - Marshall, Thomas Humphrey. (1950). *Citizenship and Social Class*. Cambridge: University Press.
 - Phang, Anna. (2005). "Add a Dose of Media Literacy in The Media Diplomas Curriculum and Syllabus" P:11 www.esd.sp.edu
 - Potter, W. James. (2005). *Media Literacy*. Sage Publications.
 - Rodriguez, Clemencia. (2008). *Citizen's Media*. In W. Donsbach (Ed.), The International Encyclopedia of Communication (Vol. II). Malden, USA: Blachwell Publishing
 - UNESCO. (2007). Global Framework on MIL Indicators Retrieved 01/08/2013, 2013, from: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/mediadevelopment/media-literacy/global-framework-on-mil-indicators/>



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی