



The Status of Media Literacy in Constitution and Its Role in Fulfillment of Citizenship Rights

Habibollah Ali Kochaki¹, Ali Pourqassab Amiri^{2*}, Ahmadrza Behniafar³

1 .PhD student of public law, Damghan Branch, Islamic Azad University, Damghan, Iran.

2 .Associate Professor, Department of Public Law, Faculty of Law, Damghan Branch, Islamic Azad University, Damghan, Iran: (corresponding author).

3. Associate Professor, Department of Public Law, Faculty of Law, Damghan Branch, Islamic Azad University, Damghan, Iran.

ARTICLE INFORMATION

Article Type: Original Research

Pages:809-826

Article history:

Received: 3 Sep 2022

Edition: 10 Nov 2022

Accepted: 4 Jan 2023

Published online: 6 Mar 2023

Keywords:

Media Literacy, Cultural Invasion, Citizenship Rights, Media Literacy Education.

Corresponding Author:

Ali Pourqassab Amiri

Address:

Iran, Damghan, Islamic Azad University, Damghan Branch, Faculty of Law, Department of Public Law.

Orchid Code:

0000-0001-7755-0703

Tel:

09373865265

Email:

Aliamiri20@yahoo.cpm

ABSTRACT

Background and Aim: Nowadays media play an important role in Community. Media literacy Candefine Various roles for citizenship rights. The aim of present Study is to Consider the status of media literacy in ensuring citizenship rights.

Materials and Method: The research method is descriptive and analytical. For data collection Visiting the library and using books and articles have been considered.

Ethical considerations: Honesty and trustworthiness have been observed in all stages of writry the article while respecting the principle of texts originality:

Findings: According to the third principle of the constitution, the government is required to take advantage of the facilities to raise the level of public awareness through the appropriate use of media. The rights of citizens, under the influence of media literacy leads to Seeking democracy, fighting against Cultural invoision, Social justice and enlightenment.

Conclusion: Media literacy deals with the awareness to use media. Therefore, media literacy leads to Citizens engagement in Society, citizenship rights (awareness-raising) and responsibilities the formation of critical thinking, legal discourse, and democracy. Thus human requires the promotion and dissemination of media litracy.

Cite this article as:

KochchiH A, Pourqassab Amiri A, Behniafar A. The Status of Media Literacy in Constitution and Its Role in Fulfillment of Citizenship Rights. *Economic Jurisprudence Studies*. 2022.



فصلنامه مطالعات فقه اقتصادی، دوره چهارم، شماره پیاپی ۵، سال ۱۴۰۱

جایگاه سواد رسانه‌ای در قانون اساسی و نقش آن در تحقق حقوق شهروندی

حبیب‌الله علی کوچکی^۱، علی پورقصاب امیری^{۲*}، احمدرضا بهنیا فر^۳

۱. دانشجوی دکتری حقوق عمومی، واحد دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، دامغان، ایران.

۲. دانشیار گروه حقوق عمومی، دانشکده حقوق، واحد دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، دامغان، ایران (نویسنده مسئول).

۳. دانشیار گروه حقوق عمومی، دانشکده حقوق، واحد دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، دامغان، ایران.

چکیده

زمینه و هدف: امروزه رسانه‌ها نقش مهمی در اجتماع ایفا کرده‌اند. سواد رسانه‌ای می‌تواند نقش‌های متفاوتی برای حقوق شهروندی رقم بزند. هدف از این پژوهش تبیین جایگاه سواد رسانه‌ای در قانون اساسی و نقش سواد رسانه‌ای در تحقق حقوق شهروندی است.

مواد و روش: پژوهش حاضر از نوع نظری و روش تحقیق به صورت توصیفی-تحلیلی است. گردآوری اطلاعات با روش کتاب‌خانه‌ای و با مراجعه به کتاب‌ها و مقاله‌ها انجام شده است.

ملاحظات اخلاقی: در تمامی مراحل نگارش مقاله، ضمن رعایت اصالت متون، صداقت و امانت‌داری رعایت شده است.

یافته‌ها: مطابق اصل سوم قانون اساسی، دولت ملزم به بهره‌گیری از امکانات در بالا بردن سطح آگاهی عمومی با استفاده صحیح از رسانه است. حقوق شهروندان تحت تاثیر سواد رسانه‌ای منجر به دموکراسی خواهی، مقابله با تهاجم فرهنگی، عدالت اجتماعی و فرهیختگی است.

نتیجه‌گیری: سواد رسانه‌ای به آگاهی استفاده از رسانه توجه کرده است. در نتیجه سواد رسانه‌ای منجر به مشارکت شهروندان در جامعه، افزایش آگاهی از حقوق و وظایف شهروندی، ایجاد تفکر انتقادی، گفتمان حقوقی و دموکراسی خواهی شده است. از این رو از دیرباز نیاز بشریت ارتقای سواد رسانه‌ای و تبیین آن بوده است.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۸۰۹-۸۲۶

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۱۲

تاریخ اصلاح: ۱۴۰۱/۰۸/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۱۴

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱۲/۱۵

واژگان کلیدی:

سواد رسانه‌ای، تهاجم فرهنگی، حقوق شهروندی، آموزش سواد رسانه‌ای.

نویسنده مسئول:

علی پورقصاب امیری

آدرس پستی:

ایران، دامغان، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد دامغان، دانشکده حقوق، گروه حقوق عمومی.

تلفن:

۰۹۳۷۳۸۶۵۲۶۵

کد ارکید:

0000-0001-7755-0703

پست الکترونیک:

Aliamiri20@yahoo.cpm

۱. مقدمه

گسترش فضای رسانه‌ای منجر به ایجاد مفهوم سواد رسانه شده است؛ زیرا استفاده از رسانه نیازمند تکنیک علمی و مهارتی است. به مخاطبان رسانه می‌آموزد که از حالت انفعالی خارج و به حالت فعال وارد شوند. توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل به افراد کمک می‌کند در مسیر صحیح بهره‌مندی از رسانه‌ها قرار گیرند.

کارکرد رسانه‌ها درباره مسائل شهروندی، از یک سو بازتاب‌دهنده نیازها و درخواست‌ها و تقاضاهای مردم است و از سوی دیگر، موجب اطلاع‌رسانی فعالیت‌های صورت گرفته از جانب مسئولان است که موجب آگاهی مردم از چنین فعالیت‌هایی و بهره‌برداری از خدمات یا شراکت آن‌ها می‌شود، رسانه‌ها در شرایط امروزی، مؤثر در اغنای افکار عمومی و مبدل کردن آن به گفتمان غالب جامعه دارند. بر هیچ کس پوشیده نیست که در حال حاضر تمام افراد جامعه، علاوه بر زندگی معمولی و روزمره خویش، با رسانه‌های ارتباط جمعی نیز ارتباط دارند. از این رو، رسانه‌ها این توان را دارند که در تعامل دوسویه با شهروندان جامعه تحت موضوع باعث پیشبرد و افزایش تفکرات منتقدانه در جامعه می‌شوند. از لحاظ دیگر، چنانچه رسانه‌ها فاقد جایگاهی مطلوب در خدمت‌رسانی به شهروندان باشند، آنگاه رسانه وسیله‌ای برای بازیچه شدن در ید قدرتمندان سیاسی و اقتصادی برای دستیابی به منافع خاص خودشان تبدیل می‌شوند.

این مهم در قانون اساسی نیز مورد توجه قانون‌گذار قرار گرفته است. اهمیت و ضرورت موضوع در این است که جامعه در شرایط کنونی تحت تأثیر تهاجم

فرهنگی است. به این معنا که در راستای آسیب رساندن به جامعه، از ابزار رسانه‌ای استفاده می‌شود. بنابراین با آگاهی و ارتقای سواد رسانه‌ای می‌توان از تهاجم دشمن دوری جست. در اصل سوم قانون اساسی دولت ملزم به آگاهی‌رسانی استفاده از رسانه شده است. آگاهی‌رسانی سواد رسانه‌ای به شهروندان بینش حقوقی می‌دهد که می‌تواند برای حقوق شهروندی از آن بهره‌مند شوند و خواهان مقابله با تهاجم فرهنگی شوند. در این پژوهش سؤالات زیر مطرح می‌شود: آیا سواد رسانه‌ای در قانون اساسی بیان شده است؟ سواد رسانه‌ای در حقوق شهروندی چه نقشی ایفا می‌کند؟

موضوع جایگاه سواد رسانه‌ای در قانون اساسی و نقش آن در تحقق حقوق شهروندی دارای این نوآوری است که دیگر پژوهشگران از منظر قانون اساسی این موضوع را بررسی نکرده‌اند. در نتیجه می‌تواند جنبه بدیعی این پژوهش را آشکار کند. در زمینه پیشینه این پژوهش می‌توان به مقاله‌ای با عنوان «شهروندی و سواد رسانه‌ای بررسی رابطه وضعیت شهروندی و سواد رسانه‌ای در بین شهروندان زنجان» نوشته ملک‌ی و دیگران (۱۳۹۵) اشاره کرد که نویسندگان بیان می‌کنند رسانه شایع‌ترین منبع اطلاعات است که موثرترین متغیر وضعیت آگاهی از حقوق شهروندی محسوب می‌شود و در این مقاله وضعیت و جایگاه سواد رسانه‌ای در شهر زنجان را بررسی کرده‌اند. در مقاله‌ای دیگر با عنوان «اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم» نوشته نصیری و بخشی (۱۳۹۱)، نویسندگان دو هدف دارند، هدف اول اینکه خواننده را در جریان مفهوم و اهمیت و ضرورت

۴. یافته‌ها

قانون اساسی موضوع سواد رسانه‌ای را در اصل سوم بیان کرده است و با آگاهی از طریق رسانه‌ها و سواد رسانه می‌توان به حقوق شهروندی پی برد. از نظر فقهی و قانونی سواد رسانه‌ای از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

سواد رسانه‌ای در عصر جهانی شدن قرار دهند و هدف دوم اینکه راه‌کاری برای آموزش سواد رسانه‌ای ارائه کنند. در بررسی و مطالعه پژوهش‌های مذکور و سایر پژوهش‌ها باید گفت که پژوهشی یافت نشد که به جایگاه سواد رسانه‌ای در حقوق اساسی توجه کند و نقش آن را در حقوق شهروندی بیان کند.

در پژوهش حاضر نویسنده نتیجه گرفته است که سواد رسانه‌ای می‌تواند باعث ارتقای حقوق شهروندی شود و در شرایط حساس کنونی سواد رسانه‌ای در مقابله با تهاجم فرهنگی می‌تواند مؤثر عمل کند. سواد رسانه‌ای و نقش آن در حقوق شهروندی به- نحوی که شایسته است مورد نظر قانون‌گذار قرار نگرفته است؛ زیرا در پرتو شناخت سواد رسانه‌ای می-توان آگاهی از حقوق شهروندی را تبیین کرد.

۵. بحث

۵-۱. تعریف سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای به مجموعه‌ای از مهارت‌هایی اطلاق می‌شود که قابل یادگیری است و به توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل و ایجاد اقسام مختلف پیام‌های رسانه‌ای اشاره دارد و یکی از مهارت‌های لازم و ضروری در دنیای کنونی محسوب می‌شود. به‌منظور حرکت در فضای رسانه‌ای پیچیده حاکم بر عصر کنونی باید بتوانیم پیام‌های رسانه‌ای را هر چه بهتر درک کنیم (شکرخواه، ۱۳۸۵، ۶۹). می‌توان گفت که سواد رسانه‌ای عبارت است از قدرت مخاطب در امر تجزیه و تحلیل پیام رسانه‌های گوناگون توأم با دید انتقادی به محتوای آن‌ها. می‌توان اظهار داشت که سواد رسانه‌ای معرفت عمیقی در مورد آنچه در محیط‌های رسانه‌ای در جریان است به‌دست می-دهد (طلوعی، ۱۳۹۱، ۲۲).

سواد رسانه‌ای به توانایی بررسی و تجزیه و تحلیل پیام‌هایی گفته می‌شود که هر روزه با آن‌ها مواجه هستیم. سواد رسانه‌ای سؤالاتی را درباره یک برنامه

۲. مواد و روش

این تحقیق از نوع نظری بوده است. روش تحقیق به- صورت توصیفی-تحلیلی است و برای گردآوری اطلاعات از روش کتاب‌خانه‌ای و فیش‌برداری استفاده شده است.

۳. ملاحظات اخلاقی

در مراحل مختلف نگارش این مقاله، ضمن رعایت اصالت متون، صداقت و امانت‌داری رعایت شده است.

که: «آن هنگام که دهکده جهانی محقق گردد، لازم است که بشریت سواد جدیدی به اسم سواد رسانه‌ای داشته باشد» (بصیریان جهرمی، ۱۳۸۵، ۳۳).

۵-۲. سواد رسانه در فقه رسانه

سواد رسانه‌ای در ادبیات آکادمیک به نوعی از درک که بر مبنای مهارت قرار دارد گفته می‌شود که مبتنی بر آن می‌توان اقسام رسانه‌ها را از هم تفکیک کرد و اقسام تولیدات رسانه‌ای را از هم تمییز داد و باز شناخت. از منظر فقه رسانه اسلامی، سواد رسانه‌ای الزاماً بر مبنای آن شاخصه‌هایی قرار ندارد که در یونسکو یا ادبیات آکادمیک غرب تعریف شده است؛ زیرا از جمله ویژگی‌های یک رسانه اسلامی تطابق آن با موازین و آموزه‌های شریعت مقدس اسلام است. بنابراین سواد رسانه‌ای مضاف بر مهارت بهره‌گیری، تمیز، شناسایی، تحلیل و ... در رابطه با رسانه‌ها، شناخت بایدها و نبایدهایی را شامل می‌شود که در آموزه‌های دینی ما مورد اشاره قرار گرفته است. فقه به مفهوم درک و شناخت عمیق از یک موضوع است. بدین ترتیب فقه رسانه از جمله مهم‌ترین مسائل مربوط به حوزه فقه اسلامی به‌شمار می‌رود که باید مورد توجه قرار گیرد و احکام و باید و نبایدهای آن استخراج شود؛ زیرا وظیفه فقه اصغر عبارت است از شرح واجبات، مستحبات، محرمات، مکروهات و مباحات. سواد رسانه‌ای در مفهوم آکادمیک در قالب شرط لازم فقاقت و اجتهاد در زمینه رسانه به‌شمار می‌رود؛ اما باید بایدها و نبایدهایی که دین مبین اسلام بدان توجه دارد همچنین در زمره سواد رسانه‌ای به‌شمار آورد؛ کما

و اینکه چه نکات مهمی در آن نهفته است طرح می‌کند و به ما اعلام می‌دارد که چه علل و عواملی در تولید یک برنامه همچون ارزش‌ها، سرمایه‌ها، انگیزه‌ها و مالکیت آن می‌تواند دخیل باشد و آگاهی داشتن از این عوامل به چه صورت قادر است نوع و کیفیت محتوای یک برنامه را متأثر سازد (طلوعی، ۱۳۹۱، ۲۲). سواد رسانه‌ای نوعی درک مبتنی بر مهارت است که مطابق با آن امکان شناخت انواع مختلف رسانه‌ها و اقسام گوناگون تولیدات رسانه‌ای و شناسایی و تفکیک آن‌ها از همدیگر وجود دارد (شکرخواه، ۱۳۸۵، ۴).

آموزش سواد رسانه‌ای باب تعلیم و یادگیری در خصوص رسانه‌ها است و نباید با آموزش و یادگیری به وسیله رسانه‌ها یا با رسانه‌ها تلفیق شود. نباید آموزش سواد رسانه‌ای را با فناوری آموزش و یا با رسانه‌های آموزشی اشتباه برداشت کرد. آموزش سواد رسانه‌ای می‌کوشد که توانایی توسعه‌یافته‌ای را علاوه بر متون چاپی، در رابطه با دیگر نظام‌های نمادین تشکیل‌شده از تصاویر و صداها، رشد بدهد. چنین توانایی اغلب به نوعی از سواد توصیف می‌شود. آموزش سواد رسانه‌ای با عنوان فرآیند تعلیم، آموزش و یادگیری در رابطه با رسانه‌ها است. سواد رسانه‌ای عبارت است از برآیند و نتیجه دانش و مهارت‌هایی که دانش‌آموزان به آن نیاز دارند. (باکینگهام، ۲۰۰۳، ۳۱).

پیشینه ظهور سواد رسانه‌ای مربوط به سال ۱۹۶۵ است. برای نخستین مرتبه «مارشال مک لوهان» در کتاب خویش با عنوان «درک رسانه: گسترش ابعاد وجودی انسان»، از این لغت بهره جست و چنین آورد

اینکه شناخت چنین بایدها و نبایدهایی خود نیازمند برخورداری از سواد رسانه‌ای است. از دیگر سو مسئولیت‌های فردی و اجتماعی اهل رسانه می‌طلبد که علاوه بر برخورداری از سواد رسانه‌ای و شناخت بایدها و نبایدهای مربوطه از دیدگاه آموزه‌های دینی، اصول اخلاقی حاکم بر رسانه را که در قلمرو فقه اکبر است همچنین مد نظر خویش قرار بدهد.

چنانچه مخاطبان یک رسانه دارای مهارت تفکر انتقادی باشند قادر به تجزیه و تحلیل درست اطلاعات رسانه‌ها هستند. مبتنی بر این، رسانه‌های ارتباط جمعی در عصر حاضر به سمت و سویی در حرکت هستند که به مخاطبان خویش اطلاعاتی را که از نظر علمی و محتوایی اطلاعات صحیح و قابل استنادی باشند عرضه کنند. بدین ترتیب می‌توان چنین اظهار داشت که مخاطبان این توانایی را دارند که رسانه‌های ارتباط جمعی را به یک جهت هدایت کنند و رسانه‌های ارتباط جمعی هم قادر به ایجاد تغییراتی در باور، نگرش، افکار و ذهن مخاطبان هستند (مظفری و دیگران، ۱۳۹۶، ۸۹).

۵-۳. عناصر سواد رسانه‌ای

می‌توان عناصر سواد رسانه‌ای را در چهار عنوان دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید محتوا قرار داد. (طلوعی، ۱۳۹۱، ۲۸) ۱. دسترسی: عبارت است از فرآیندی اجتماعی و پویا که دارای عمق فعالانه‌ای است. هنگامی که دسترسی در قالب ابتدایی خود شکل می‌گیرد، فرصتی به وجود می‌آید تا سواد رسانه‌ای رشد و گسترش پیدا کند و مخاطب به‌طور

مداوم و به‌گونه معنی‌داری روش دسترسی خویش به پیام رسانه‌ها را به‌روزرسانی کند، حتی در این خصوص علم و دانش خویش را نیز بهبود دهد. ۲. تحلیل: بیشتر کسانی که با رسانه‌های چاپی، صوتی و تصویری در ارتباط هستند از توانایی تحلیلی ضعیفی برخوردارند. در زمینه‌های صوتی و تصویری، این توانایی درک معانی و دسته‌بندی زبان‌ها و بازنمایی از سوی مخاطبان رسانه را در بر می‌گیرد. در عصر کنونی، مهارت‌های مربوط به تجزیه و تحلیل پیام در اینترنت رشد چندانی پیدا نکرده است و عموم مردم در حال بهبود سواد رسانه‌ای خویش در رابطه با پیام‌های گسترده و متعدد اینترنت هستند تا به-وسیله دانش نسبی بتوانند از بین پیام‌های بی‌شمار اقدام به انتخاب و آن‌ها را تفسیر کنند. ۳. ارزیابی: این پرسش پیش می‌آید که آیا سواد رسانه‌ای باعث ایجاد نگرشی ضد نخبه‌گرایانه می‌شود و یا در زمره اطلاعات گوناگون در رابطه با نظام طبقاتی و سنتی و بر اساس تبعیض میان خوب و بد یا توانا و ناتوان قرار می‌گیرد؟ هدف از بررسی سواد رسانه‌ای و مباحثی که بررسی می‌شود، باید مورد سنجش و واکاوی واقع شود. ۴. تولید محتوا: با وجود اینکه در همه تعاریف ارائه‌شده درباره سواد رسانه‌ای، لزوم تولید متون نمادین به‌منظور یادگیری سواد رسانه‌ای قابل ملاحظه نیست ولی صحبت درباره با این نکته که افراد به‌وسیله سواد رسانه‌ای قادر به خلق محتوای آنلاین و تبادل مفاهیم مد نظر خویش با همدیگر هستند، توجه صاحب‌نظران زیادی در حوزه سواد رسانه‌ای را به خود جلب کرده است (طلوعی، ۱۳۹۱، ۲۸-۲۹).

۵-۴. اهداف آموزش سواد رسانه‌ای

رسانه‌ای افراد را ترغیب می‌کند به ایجاد فاصله‌ای منتقدانه به محتوا و مضامینی که از رسانه‌ها می‌گیرند تا بتوانند دربارهٔ چیزی که مشاهده می‌کنند یا مطالعه می‌کنند و یا گوش می‌دهند به‌طور مستقل تصمیم‌گیری کنند. بنابراین می‌توان گفت که پیش از هر چیز سواد رسانه‌ای عبارت است از مهارت در تفکر انتقادی (ارجمندی، ۱۳۹۵، ۴۸).

هدف از آموزش سواد رسانه‌ای عبارت است از بالا بردن سطح دانش و آگاهی افراد دربارهٔ انواع گوناگون پیام‌های رسانه‌ای که در حیات روزمرهٔ خود با آن‌ها روبه‌رو هستند. چنین آموزشی شهروندان را در درک این امر که رسانه‌ها به چه صورت به بینش‌ها و باورهای مردم راه می‌یابند، کمک می‌کند و به فرهنگ‌های عمومی شکل داده است و تصمیم‌گیری‌های انسان را تحت تأثیر قرار می‌دهند. آموزش سواد رسانه‌ای مهارت شهروندان را در بهره‌مندی از تفکر انتقادی و پیدا کردن راه‌کارهایی خلاقانه و جدید بهبود می‌بخشد؛ به‌نحوی که این شهروندان به مصرف‌کنندگانی خردگرا مبدل می‌شوند. چنین آموزشی افراد را یاری می‌دهد که از توان کنترل افزون‌تری نسبت به رسانه‌ها و تعبیر آن‌ها برخوردار باشند تا بدین وسیله بتوانند آثار مثبت حاصل از آن‌ها را بهبود دهند و آثار منفی آن‌ها را نیز کاهش دهند (طاهریان، ۱۳۸۷، ۱۸۱-۱۸۰) عبدالکریم دانش‌آرا (۱۳۹۰) با شرح اینکه عملاً اهداف آموزش سواد رسانه‌ای غیر قابل تفکیک است و تا حد زیادی تکمیل‌کننده هم هستند، به تبیین اساسی‌ترین اهداف این آموزش که به‌نحوی اهداف دیگر را نیز شامل می‌شود، روی آورده است.

۵-۴-۲. دموکراسی و حقوق شهروندی

آموزش سواد رسانه‌ای و دموکراسی لازم و ملزوم هم هستند. از سویی آموزش سواد رسانه‌ای با به‌وجود آوردن توانایی‌هایی همچون تفکر انتقادی و مستقل، ابزار وجود و عقیده، مشارکت فعال و آگاه در تصمیم‌گیری‌ها و سرنوشت جامعه، موجب رشد و بهبود دموکراسی در اجتماع می‌شود. از دیگر سو افزایش دموکراسی و دسترسی راحت‌تر به انواع پیچیده‌ای از تولید محتوای رسانه‌ها و فناوری‌های دیجیتال، دانش‌آموزان را برای مبدل شدن به مؤلفان و خوانندگان رسانه‌های گوناگون مهیا می‌کند.

۵-۴-۳. عدالت اجتماعی

کمیسیون اتحادیهٔ اروپا (۲۰۰۹) در این خصوص بر این باور است که: «سواد رسانه‌ای در حال حاضر از جمله شرایط الزامی جهت مشارکت مدنی و پایین آمدن ریسک محرومیت از زندگی اجتماعی قلمداد می‌شود و پیش‌شرطی به‌منظور کثرت‌گرایی و استقلال رسانه‌ها بوده تا از آن طریق افراد و گروه‌های

۵-۴-۱. تفکر انتقادی و استقلال منتقدانه

تفکر انتقادی مردم را یاری می‌دهد تا مطابق با اطلاعاتی که از منابع رسانه‌ای دریافت می‌کنند، اقدام به اخذ تصمیم‌های درستی کنند. آموزش سواد

گوناگون، رویکردها و نگرش‌های مختلف خویش را اظهار بدارند. چرا که برپایی دموکراسی مستلزم حضور فعالانه شهروندان در اجتماع می‌باشد.

۵-۵. سواد رسانه از منظر قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران

به موجب مقدمه قانونی اساسی، رسانه باید در ایجاد تکلیف خاص خود به موضوعات دین، اخلاق و انقلاب در مسیر انجام رسالت خود وفادار باشد. در مقدمه قانون که در واقع شرح و تبیین پایه‌های فکری آن را بر عهده دارد، با عنوان «ابزارهای ارتباط جمعی» ،چنین مقرر شده است: «ابزارهای رسانه‌ای باید در مسیر تکامل انقلاب به موضوع انتشار فرهنگ فقهی و اسلامی پایبند باشند و در این خصوص از متفکرین بهره‌مند گردند و از انتشار موضوعات ضد فقهی خودداری ورزند».

در ذیل همین بخش از مقدمه قانون اساسی، پایه و اساس فکری پذیرش چنین تکلیفی برای رسانه‌ها، بدین شرح توجیه شده است: «تبعیت از اصول و مبانی چنین قانونی که آزادی و کرامت انسان‌ها را سرلوحه اهداف خویش قرار داده و هموار کننده مسیر رشد و تعالی انسان بوده، بر عهده همگان می‌باشد».

ذکر «راديو-تلویزیون» در پراتز و بعد از «ابزارهای ارتباط جمعی» را با امعان نظر به مشروح مذاکرات مجلس در بررسی نهایی قانون اساسی در رابطه با اصل ۱۷۵، متن این اصل و اصلاحی که در بازنگری سال ۱۳۶۸ صورت پذیرفت، باید به مفهوم تأکید بر ضرورت و کارآیی ویژه صداوسیما از دید مؤلفان

قانون اساسی انگاشت. به دیگر سخن، سبک و سیاق مقدمه قانون اساسی، شرح خاص پس از عام است، نه تخصیص و محدود کردن مقصود از ابزارهای ارتباط جمعی در «راديو-تلویزیون». بدین ترتیب، در اصولی که به قانون اساسی مربوط است، رسالت‌گرا بودن رسانه‌ها، هم به لحاظ اثبات و هم به لحاظ نفی، در خصوص همه اشکال مختلف ابزارهای ارتباط جمعی عنوان شده است و نه صرفاً درباره صدا و سیما.

به لحاظ ایجابی، بند دوم از اصل ۳، «افزایش سطح آگاهی‌های عمومی در تمام حوزه‌ها با بهره‌گیری درست از مطبوعات و رسانه‌های ارتباط جمعی و سایر ابزارها» را یکی از تکالیفی معرفی می‌کند که «دولت جمهوری اسلامی ایران مکلف بوده ... کلیه امکاناتش را» برای نائل آمدن بدان، به کار بندد. به لحاظ سلبی هم، به طور مشخص، قانون اساسی، صدا و سیما را در اصل ۱۷۵ موظف به رعایت موازین اسلامی کرده است و تأکید می‌کند که آزادی رسانه‌ها تا آنجا مقبول است که در چارچوب قابل قبول شرعی صورت گیرد. مبتنی بر اصل مذکور، «در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، بایستی آزادی بیان و نشر افکار، با رعایت موازین اسلامی و مصالح کشور تأمین شود». به منظور اجرای اصل اخیر، قوانین رسانه در صدد شرح و بررسی رسالت‌های عقیدتی و اخلاقی هم برآمده‌اند (اسماعیلی، ۱۳۸۳، ۱۵). در اصل سوم قانون اساسی دولت موظف است سطح آگاهی‌های عمومی را در زمینه استفاده صحیح از مطبوعات و رسانه‌های گروهی بالا ببرد. این موضوع یعنی سواد رسانه‌ای در قانون اساسی تبیین شده است. در نتیجه باید گفت سواد رسانه‌ای از نظر قانون‌گذار اهمیت به‌سزایی داشته است و با بالا بردن سطح آگاهی مردم برای

استفاده از مطبوعات به سواد رسانه‌ای تجلی بخشیده است.

۵-۶. نقش سواد رسانه‌ای در حقوق شهروندان

به‌منظور بهبود نقش شهروندی و حضور فعالانه و تأثیرگذار آن‌ها در دوران جهانی شدن، درک تدریجی سواد رسانه‌ای به آن‌ها الزامی اساسی و غیر قابل اجتناب است. زیرا سواد رسانه‌ای در پی اعطای قدرت به شهروندان و تغییر رابطه غیر فعالانه آن‌ها با رسانه و مبدل کردن آن‌ها به رابطه‌ای فعال و پویا است. سواد رسانه‌ای به شهروندان این امکان را می‌دهد که از روش‌ها، شیوه‌نامه‌ها و ساختار فرهنگ رسانه‌ای شناخت بیشتری پیدا کنند و آن را مورد چالش قرار دهند و به‌آسانی در برابر پیام‌های رسانه‌ای تسلیم نشوند. با امعان نظر به اینکه شهروندان عصر جهانی شدن در محیطی کاملاً رسانه‌ای به‌سر می‌برند، الزامی است که با فراگیری مهارت‌ها و تکنیک‌های تازه، تعامل و همکاری تأثیرگذارتر و ژرف‌تری با لایه‌های گوناگون پیام‌های رسانه‌ای برقرار کنند و مهارت‌های ارتباطی و درک رسانه‌ای خود را در بهره‌گیری درست‌تر از رسانه‌ها بهبود بخشند (روگو، ۲۰۰۹، ۷۲).

آنچه در رابطه با آموزش سواد رسانه‌ای حائز اهمیت است اینکه آگاه باشیم که سواد رسانه‌ای تنها منع شهروندان از پیام‌های ناخواسته رسانه‌ای نیست. برخلاف اینکه بعضی از گروه‌ها در صدد تشویق خانواده‌ها به خاموش کردن تلویزیون‌هایشان هستند اما واقعیت آن است که رسانه به‌گونه‌ای با فرهنگ محیط اجتماعی اشخاص آمیخته شده است که حتی اگر شما تلویزیون را نیز خاموش کنید قادر به فرار از فرهنگ رسانه‌ای امروز نیستید. زیرا پیام‌ها همچون

اکسیژنی که آن را نفس می‌کشیم ما را در بر گرفته‌اند و سایر رسانه‌ها فقط بر روی فرهنگ ما اثرگذار نیستند بلکه خود فرهنگ ما قلمداد می‌شوند (باکینگهام، ۲۰۰۳، ۱۸). بنابراین سواد رسانه‌ای کمکی به شهروندان است که دانش کافی، تفکر انتقادی و سواد لازم را از همه اقسام رسانه‌ها دریافت کنند تا بتوانند آنچه می‌بینند، می‌شنوند و می‌خوانند، قبل از آنکه از طرف رسانه‌ها کنترل شود، خود تجزیه و تحلیل و کنترل کنند.

به‌منظور درک رسانه‌ای هیچ ضرورتی به حفظ حقایق یا آمار در خصوص رسانه نیست؛ بلکه باید بیاموزیم چگونه در رابطه با آنچه می‌بینیم و می‌خوانیم و می‌شنویم، پرسش‌هایی درست و به‌جا طرح کنیم. نویسنده و مدرس، لن مسترمن، سواد رسانه‌ای را خودشکوفایی در تفکر انتقادی و یا توانایی تفکر کردن راجع به خویش نام می‌نهد. صرف‌نظر از وجود این توانایی اساسی، فرد نمی‌تواند جایگاهش در قالب یک انسان را حفظ کند و یا اینکه خودش را یک شهروند در جامعه جهانی تلقی کند (رضایی، ۱۳۸۲، ۵). مهارت‌های مرحله‌ای، شامل یک طیف سه مرحله‌ای است که تقویت سواد رسانه‌ای را در پی دارد:

مرحله اول، آگاهی به لزوم مدیریت و رژیم رسانه‌ای است. به‌بیان دیگر، برنامه‌ریزی و انتخاب هنگامی که صرف بازی‌های الکترونیکی، تلویزیون، فیلم‌ها، اینترنت و اشکال گوناگون رسانه‌های چاپی می‌شود.

مرحله دوم، یادگیری مهارت‌های ویژه تفکر انتقادی که از جمله اجزای اصلی سواد رسانه‌ای به‌شمار می‌رود. به‌بیان دیگر، فراگیری، تجزیه و تحلیل و طرح

سؤال در رابطه با اینکه چه مواردی در پیام نهفته است؟ چگونه ساختار آن تشکیل شده است؟ احتمالاً چه چیزی حذف شده است؟

مرحله سوم، به موضوعاتی فراتر از این مسائل توجه می‌کند و مباحث ژرف‌تری را مورد بررسی قرار می‌دهد. به بیان دیگر، پیامی را که ما در حال تجربه آن هستیم چه کسی تولید می‌کند؟ به چه منظوری دست به این اقدام می‌زند؟ ذی‌نفع چه کسی است؟ بازنده چه کسی است؟ تصمیم‌گیرنده چه کسی است؟ (تومن، ۱۳۸۰، ۲۸). شهروندان باید آگاه باشند به چه صورت از علم و دانش و مهارت‌هایشان بهره‌برداری کنند و به وسیله تفکر انتقادی و کاربرد دانش در موقعیت‌های مختلف و با تجزیه و تحلیل اطلاعات، حل مسئله و تصمیم‌گیری درباره محتوای پیام‌ها عکس‌العمل نشان دهند و در مقابل پیام‌های رسانه‌ای به صورت قوی‌تری ظاهر شوند. آنان باید در طول عمر خویش در حال فراگیری باشند.

به باور تعداد زیادی از متخصصان حوزه ارتباطات، سواد رسانه‌ای در بهبود حوزه‌های گوناگون جامعه اثرگذار است. برای نمونه، می‌توان سواد رسانه‌ای را با عنوان یکی از اجزای لازم از تلاش‌های آموزشی به‌منظور ارتقای سطح مهارت‌های تفکر نقادانه برای فهم مسائل پیچیده و تعلیم و تربیت شهروندانی مسئول مورد استفاده قرار داد (امیرانتخابی و دیگران، ۱۳۸۷، ۶۱-۶۰). تفکر انتقادی به تصمیم‌گیری عاقلانه مبتنی بر اینکه چه کاری انجام دهیم و یا چه باوری داشته باشیم اطلاق می‌شود (نوریس، ۱۹۸۵، ۴۰).

پیشینه ارتباط بین سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی مربوط به دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ میلادی است. مصادف با آگاهی یافتن تدریجی آموزش‌دهندگان درباره ارزش توجه مخاطب در تحلیل و نقدهای سینمایی و تلویزیون در حال تأثیرگذاری‌های خاص خود بود. در وهله اول آموزش‌دهندگان تفکر انتقادی از رسانه تلویزیون با عنوان ابزاری در راستای آموزش استفاده می‌کردند. این‌گونه کاربرد، در طول دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ میلادی در ایالات متحده و انگلیس توسعه پیدا کرد. در سال ۱۹۶۲ میلادی اجلاس جهانی یونسکو در نروژ در صدد تنظیم یک چارچوب مناسب برای آموزش مهارت‌های تفکر انتقادی برآمد. با عنایت به توان و نفوذ تلویزیون در میان مخاطبان، شرکت‌کنندگان در اجلاس مذکور چنین پیشنهاد دادند که آموزش‌دهندگان تفکر انتقادی، مسئولیت آموزش افراد در بهره‌گیری از رسانه‌ها را عهده‌دار شوند. اجلاس مزبور اهداف آموزش مهارت‌های تفکر انتقادی را چنین بیان کرد: کمک به منتقدان در راستای بالا بردن سطح شناخت آنان درباره آنچه بر روی صفحه نمایش مشاهده می‌کنند، ترغیب منتقدان درباره داشتن عملکردی بهتر در گزینش برنامه‌ها، کمک به منتقدان به منظور آگاه‌تر شدن در واکنش‌هایشان و افزایش قدرت داوری و قضاوت آنان برای شناسایی مزایا و معایب یک برنامه، بهبود بخشیدن رویکرد انتقادی منتقدان درباره رسانه‌ها برای پربارتر کردن محیط زندگی. نتایج این‌گونه آموزش می‌تواند یاری‌رسانی به افراد در پاس‌داشت واقعیت، ارتقای رشد شخصیت فردی و سهمیم کردن سایر افراد در شادی‌ها و لذایذ زندگی باشد (شکرخواه، ۱۳۸۵، ۴۲).

چالش اساسی که در همه جوامع در مقابل سیاست-گذاران اجتماعی وجود دارد عبارت است از تشویق شهروندان به مسئولیت‌پذیری مدنی و حضور در جریان تصمیم‌گیری‌های اجتماعی و سیاسی. جهانی شدن با فراهم آوردن بازار جهانی و رشد و گسترش آنچه در اصطلاح به جامعه اطلاعاتی معرف حضور است، تغییر و تحولات بسیاری را به سرعت به سیاست اجتماعی و فرهنگی کشورها وارد کرده است و رسانه‌ها را به جزء اساسی در فرآیند آموزش شهروندی مبدل کرده است. آموزش رسانه‌ای دارای جایگاهی مهم و اساسی در تعیین شرایط شهروندی است. بنابراین چنانچه بپذیریم که آموزش شهروندی در پی فراهم آوردن فرصت مناسبی برای ابراز فرهنگی و انتفاع از سواد اجتماعی و مدنی است؛ در نتیجه آموزش‌های داده شده به‌ویژه به کودکان و نوجوانان، باید آنان را برای برخورداری از حضوری فعالانه در فرهنگ رسانه‌ای اطراف خویش تشویق و ترغیب کند. بر این اساس، آموزش شهروندی نباید فقط به توان اشخاص در راستای تجزیه و تحلیل رسانه‌ها و مهارت‌هایی مثل گوش فرادادن و نگاه کردن انتقادی محدود و منحصر باشد؛ بلکه باید در پی تشویق حضور انتقادی آنان به منزلی تولیدکنندگان فرهنگی باشد (ذکائی، ۱۳۸۵، ۱۴).

سواد رسانه‌ای شهروندان را در درک اینکه رسانه‌ها به چه صورت در نگرش‌ها و افکار مردم رخنه می‌نمایند، به فرهنگ عمومی چارچوب و شکل می‌بخشند و تصمیم‌گیری انسان‌ها را متأثر می‌سازند، کمک می‌کند. سواد رسانه‌ای، مهارت شهروندان را در انتفاع از تفکری نقادانه و دستیابی به راه‌کارهایی نوآورانه بهبود می‌بخشد. چنان‌که شهروندان تبدیل

سواد رسانه‌ای، مضاف بر انتقال مهارت‌های یادگیری که به تفکر انتقادی مربوط است، با توجه به گسترده بودن رسانه‌های ارتباط جمعی در جامعه کنونی، نقش زیادی در جریان جامعه‌پذیری و انتقال ارزش‌ها و مفاهیم اجتماعی و فرهنگی دارد. رسانه تلویزیون، به تدریج در حال بالا بردن میزان تأثیرگذاری خویش بر روی چگونگی استفاده افراد و جامعه از اوقات فراغت، آگاهی‌بخشی درباره حقایق سیاسی و اجتماعی و فرم بخشیدن به ارزش‌های فردی در قلمرو فرهنگ و اخلاق است. به همان میزان محتوای رسانه‌ای، مشارکت گسترده رسانه‌ها و نقش آنان در زندگی روزانه قسمت اعظم «پیام» برای جامعه را از آن خود کرده است. سخن کوتاه مارشال مک لوهان درباره اینکه «رسانه» یک پیام است در پایان دهه ۱۹۶۰ میلادی به وسیله لوئیس در سال ۱۹۴۸ میلادی و یونسکو در سال ۱۹۶۲ میلادی مورد پیش‌بینی قرار گرفته بود. گرنبر (۱۹۸۱) با تکرار مجدد بیانات مک لوهان، بر این امر تصریح کرد که تلویزیون صرفاً یک جایگزین دیگری برای سایر رسانه‌های مکانیکی-الکترونیکی قلمداد نمی‌شود؛ بلکه احیاگر انتقال اسطوره و داستان‌ها به وسیله قبائل است. روش‌ها، نظام نمادها، قراردادهای و دخالت دائمی تلویزیون همیشه در مقابل شرکت‌کننده-بیننده وجود دارد. بدین ترتیب، فراگیری برای فهم و سنجش رسانه تلویزیون در زندگی روزانه از مهارت‌های دیدن پافراتر می‌گذارد و هنرهای آزاد را با آزادی شخص از وابستگی بی‌چون و چرا به فضای فرهنگی بلافصل بازسازی می‌کند. رسانه تلویزیون اساسی‌ترین فرآیند جامعه‌پذیری محسوب می‌شود (براون، ۱۳۸۷، ۵۵-۵۶).

چنان که گریز اظهاری می‌دارد که تولیدات رسانه‌ای در حال حاضر ما را تحت عنوان اعضای یک جامعه به مصرف‌کنندگانی تبدیل کرده‌اند که بیشتر از اینکه زمان خویش را صرف کار، تفریح و یا هر چیز دیگری به غیر از خوابیدن و استراحت کنیم، این زمان را در برای بهره‌گیری از چنین تولیداتی صرف می‌کنیم، کما اینکه در برخی مواقع برنامه‌های مخصوص افراد بزرگسال، خواب و استراحت را هم تحت سیطره خویش قرار می‌دهند (به نقل از بصیریان جهرمی و دیگران، ۱۳۸۵، ۳۷). آموزش سواد رسانه‌ای که بر روی تفکر انتقادی تأکید می‌ورزد و آن را زیر عنوان یک مهارت لازم برای همه شهروندان و اعضای یک جامعه می‌داند موضوعی حائز اهمیت است.

۵-۷. هدف رسانه در وضعیت شهروندان

سواد رسانه دارای هدفی است، هدف این است که به جامعه یاری رساند تا در مقابل اینکه صرفاً مصرف‌کننده باشند، شهروند عالم و فرهیخته باشند. به همین منظور به دنبال راه کار ارتقای دموکراسی است که مفهوم مردم‌سالاری در آن اجتماع به صورت همه-جانبه‌ای تعریف و تألیف شده باشد. به اختصار می‌توان گفت سواد رسانه‌ای چیزی بیش از تجزیه و تحلیل پیام‌ها است. سواد رسانه‌ای به معنی شناخت و فهم چرایی پیام‌های مخصوصی است و می‌باید به منظور درک لزوم رسانه‌های موجود، فلسفه سواد رسانه در شناسایی سازنده و ایجاد کننده پیام باشد (لویز و دیگران، ۱۹۹۸، ۱).

به مصرف‌کننده‌هایی خردگرا می‌شوند و به سهم خود به تولید محتوا روی می‌آورند. از جمله مهم‌ترین حقوق تمام شهروندان در هر کجا از دنیا، بهره‌برداری از آموزش رسانه‌ای است. آموزش رسانه‌ای، آزادی بیان و حق بهره‌برداری از اطلاعات را امکان‌پذیر می‌کند و یکی از پیش‌نیازهای ظهور و تداوم دموکراسی به‌شمار می‌رود. در واقع، سواد رسانه‌ای در عصر حاضر از جمله ملزومات هر شهروند کامل و فعالی قلمداد می‌شود و بستری مناسب را برای تقویت گفت‌وگوی بین فرهنگی ایجاد می‌کند.

سواد رسانه‌ای ← تفکر انتقادی ← شهروندی

می‌توان گفت سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم-اندازها است که ما به‌طور فعالانه‌ای، برای واقع شدن در معرض رسانه، آن‌ها را به کار می‌بندیم تا بدین-وسیله مفهوم پیام‌هایی را که با آن‌ها روبه‌رو می-گردیم تشریح و تبیین کنیم (پاتر، ۱۴۰۱، ۱۷). به باور اکثر تحلیل‌گران و کارشناسان عرصه رسانه، برخورد هدفمند و اصولی با رسانه از جمله دلایل افزایش میزان آگاهی در همه اقشار اجتماع، در قالب مخاطبان رسانه قلمداد می‌شود که ممکن است ایجاد تعاملاتی دو سویه و مشارکت‌جویانه با رسانه‌ها و بهبود ساختارهای دموکراتیک اجتماع هم‌سو با مباحث نقد و مشارکت فعالانه در عرصه رسانه در میان شهروندان را در پی داشته باشد. بدین ترتیب، آنچه در سواد رسانه‌ای قابل طرح است عبارت است از آموزش مهارت‌های مورد نیاز در راستای به‌وجود آوردن ارتباطی متفکرانه و آگاهانه با رسانه‌ها و در عین حال ایجاد نگاهی دقیق، نقادانه و تحلیلی به پیام‌های رسانه‌ای (مکتوب، دیداری و شنیداری).

و جامعه محسوب می‌شوند، رسانه در قالب آسان‌ترین روش برای شنیدن صدای جامعه به مجریان قانون است. با توجه به قدرت گسترده و توسعه، رسانه می‌تواند در زمینه ارتقای اطلاع‌رسانی و مشارکت شهروندان مؤثر واقع شود. ملاحظه می‌شود که در اوضاع و احوال کنونی جامعه بهره‌گیری از رسانه یک-جانبه و به‌نحوی صدای مسئولان است تا مردم؛ رسانه ملی فقط نام ملی بودن را به‌دنیا خود دارد و این منتشرکننده سلطه‌گری است که مانع از انتقاد می‌شود و خارج از حیطه سلطه‌گری چنانچه فردی عمل کند ملزم به حذف شدن است. در نتیجه رسانه‌ها می‌توانند راهک=اری برای تسهیم جامعه در حیطه شهروندی و فضایی برای به چالش کشیدن کارکردهای مجموعه اداره‌کننده آن باشند.

رسانه‌های غیر جمعی، در قالب رسانه‌های کوچک، شهروندی، جایگزین، غیر جریان اصلی، اجتماعی، زیرزمینی و رادیکال مطرح هستند که حاکی از مشارکت همه‌جانبه شهروندان است (بهار و دیگران، ۱۳۸۹، ۳۲). رسانه‌های شهروندی مفهومی بسیط در خصوص گروهی از رسانه‌هایی است که از حیث نظری رسانه‌های جنبش‌های نوین اجتماعی هستند و حوزه وسیعی از رسانه‌های مردمی را می‌توان در چارچوب آن ملاحظه کرد. از جمله دیدگاه‌های غالب در بررسی رسانه‌های جایگزین عبارت است از دیدگاهی که در آن رسانه‌های جایگزین به صورت منتقدی که برخلاف هژمونی غالب رسانه‌های جریان اصلی بوده است، شناخته می‌شوند. (خانیکی و دیگران، ۱۳۹۰، ۱۱-۱۰)

اهداف رسانه‌های جمعی، به‌ویژه رسانه‌های تله‌ماتیک که زیرساخت‌های وسیع‌تر ماهواره‌ای و شبکه‌های رایانه‌ای را برای مخاطبان خویش قابل دسترس‌تر کرده‌اند، همواره به این شفافیت و وضوح نیستند. در حقیقت شبکه‌های ارتباط جمعی دارای دو بُعد متمایز هستند. آن‌ها ورودی متغیری دارند که از این طریق حتی فرآیند تصمیم‌گیری سیاست خارجی را نیز متأثر می‌کنند و هم‌زمان، به فضای رسانه، به منزله یک خروجی، خدمات‌رسانی می‌کنند. یک ابزار پخش بدین لحاظ سخن‌گوی کار دولت‌ها است که رهبران را ملزم به بازگویی تصمیمات‌شان می‌کند. امکان دارد که به همین دلیل، سواد رسانه‌ای در تحلیل نقشه‌ای رسانه، اهمیت مضاعفی پیدا کند؛ زیرا این آثار دوگانه و هم‌زمان، اغلب حاصل برجسته‌سازی و شکل‌گیری رویکردهای سیاسی در رسانه‌ها هستند که فهم آن برای مخاطبی که فاقد سواد رسانه‌ای است، غیرممکن است (بصیریان جهرمی، ۱۳۸۵، ۵۵-۳۳).

۵-۷-۱. سواد رسانه‌ای و آگاهی از حقوق شهروندی

در دولت-ملت‌های جدید که به جمعیت کشور در آن‌ها لفظ شهروند اطلاق می‌شود، شهروندان در ازای مسئولیت و تکالیفی که در برابر شهر خویش بر عهده دارند، از حقوق و مزایایی که بر طبق قانون بدان‌ها تعلق یافته است هم بهره‌مند هستند و چنانچه حق و حقوقشان تحقق نیابد، این حق به آنان اعطا شده است تا آن را مطالبه کنند. به‌دلیل وجود مکانیسم‌های زیاد دیوان‌سالاری که در سازمان‌های مختلف وجود دارد و از دلایل اختلاف طبقاتی بین مسئولان

شود. چنین بستری را می‌توان در رسانه‌ها و به‌ویژه فضای مجازی در جامعه‌ای مدنی دنبال کرد.

۵-۷-۲. دموکراسی خواهی

در شرایط رسانه‌ای امروز شاهد مردم‌سالاری رسانه‌ای هستیم. مردم‌سالاری در پرتو سه نوع مردم‌سالاری الکترونیکی، سایبری و از راه دور را شاهد هستیم که با توانایی‌های روزافزون عصر ارتباطات می‌توان به ایجاد دموکراسی به کمک فناوری‌های جدید ارتباطی امیدوار بود. پیش‌نیاز تحقق عملکرد مطلوب رسانه تحت عنوان چهارمین رکن دموکراسی عبارت است از وجود عدالت اجتماعی در فضای رسانه‌ای. این در حالی است که در حال حاضر رسانظ ملی مثل رادیو و تلویزیون در اختیار حکومت قرار دارد و بازتاب‌دهنده و تثبیت‌کننده ایدئولوژی حاکم است. در رابطه با کتاب و مطبوعات همچنین هیچ قلمی قادر به نشر مطلب در بیرون از این ایدئولوژی نیست و فقط به‌وسیله رسانه‌های نوین و فناوری‌های اینترنتی می‌توان تا اندازه‌ای از زندانی شدن عقیده‌ها پیش‌گیری کرد. به این صورت رسانه تحریف‌شده، می‌تواند وسیله‌ای برای واکنش مجریان کشور در برابر خواسته‌های شهروندی باشد.

انتقاد از واکنش دولت باعث افسانه‌پردازی از آن‌ها می‌شود که این یک روش ارتباطی عقلی است. چنانچه نظارت جامعه و تسهیم جمعی زیادتر باشد، جلوه دموکراسی هم افزون‌تر خواهد بود؛ اما در زمان حال می‌بینیم که مشارکت شهروندان صرفاً به هنگام تبلیغات انتخاباتی مد نظر قرار می‌گیرد. همان‌را هم با وجود فیلترهای موجود در سد راه انتخاب آزادانه

رسانه شهروندی بر تغییر و تحول و دگرگونی تمرکز دارد که از تجربیات تولیدکنندگان و مشارکت‌کنندگان بهره می‌جویند و باعث فرآیند توانمندسازی و خردشدگی قدرت می‌شوند. (رودریگز، ۲۰۰۸، ۱۵). در عوض، نخبگان، مردم عادی را محور فرآیندها دانسته‌اند و در پی دگردیسی اجتماعی هستند (آتون، ۲۰۰۲، ۱۵). در این رسانه‌ها چنانچه موافق حقوق شهروندی باشند، ارتباط فعال جایگزین شهروندان کنش‌پذیر می‌شود و یک جریان ارتباطی نزولی به صعودی را در پی می‌گیرد که منعکس‌کننده اصوات شهروندی است و توسط جامعه منفک از حاکمیت ساخته می‌شود و بازتاب‌دهنده مشکلات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است که فرصت ظهور در رسانه ملی را پیدا نمی‌کنند.

شهروندانی که به حق و حقوق خویش آگاه هستند و دارای مهارت‌های سواد رسانه‌ای، با یک دید نقادانه به مسائل شهرشان در رسانه‌های اجتماعی می‌توانند از رسانه تحت عنوان یک اهرم فشار در مقابل بی‌توجهی مسئولان بهره جویند و پاسخ‌گویی نهادهای گوناگون اداره‌کننده امور شهر را مطالبه کنند و به منظور شفاف‌سازی برنامه‌های اجرایی و به تلاش کشیدن مخارج سنگین رسانه‌ها خواستار توضیح باشند. جامعه از رسانه خواستار انعکاس مشکلات است زیرا مشکلاتی وجود دارد که به دلیل شرایط عدم امنیت سرپوشیده باقی می‌مانند و در نهایت هیچ تدبیری درباره آن‌ها ارائه نمی‌شود. این درحالی است که وجود زمینه مناسبی برای طرح مسائل و عنوان کردن آن‌ها در نهایت موجب پیشنهاد راه‌کار و برطرف شدن مسائل و مشکلات و ارتقای امور می‌-

۶. نتیجه‌گیری

شهروندان در هر جامعه‌ای دارای حقوق فرهنگی، سیاسی و اجتماعی و ... هستند که چشم‌پوشی از هر یک از حقوق مذکور به وسیله دولت‌ها، می‌تواند در بردارنده لطمات و آسیب‌های جبران‌ناشدنی برای افراد و جامعه باشد. آموزش شهروندان نیز از جمله تکالیفی است که بر عهده دولت‌ها است و نوع آن منوط است به نیاز افراد جامعه با توجه به دورانی که در آن سپری می‌کنند. برای مثال در اوایل انقلاب، نهضت سوادآموزی با امعان نظر به نیاز اعضای جامعه به یادگیری و سواد خواندن و نوشتن در کشورمان ایجاد شد و در بردارنده تأثیرات مثبت بسیاری نیز بود. در عصر رسانه‌ها همچنین به‌منظور بهره‌گیری درست و مناسب از اقسام رسانه‌ها که جوانب گوناگون زندگی بشری را تحت تأثیر قرار داده‌اند، آموزش سواد رسانه-ای یکی از ملزومات این عصر به‌شمار می‌رود. با توجه به سومین اصل از قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران که در آن بالا بردن میزان آگاهی‌های عمومی در تمام حوزه‌ها با بهره‌گیری درست از مطبوعات و رسانه‌های ارتباط جمعی و سایر وسایل را یکی از وظایف دولت می‌داند، ضرورت مورد بررسی قرار دادن آموزش سواد رسانه‌ای بیش از قبل احساس می‌شود؛ به‌ویژه اینکه با توجه به موقعیت کشور ما در حوزه جهانی و اینکه کشورهای قدرتمند به دنبال آن هستند تا با ابزار رسانه، فرهنگ ایرانی-اسلامی ما را متأثر سازند؛ بدین ترتیب روی آوردن به اهمیت، ضرورت و اهداف آموزش سواد رسانه‌ای در قالب حق فراموش‌شده شهروندان، می‌تواند نخستین قدم برای بررسی این مسئله حیاتی از جانب دولت‌مردان باشد.

افراد، نمی‌توان در صد بالای رأی را معیار مشارکت در امور جامعه و وجود دموکراسی قلمداد کرد. مشارکت نداشتن شمار زیادی از شهروندان به یک کنش سیاسی در رویارویی با شرایط فعلی، مبدل شده است (رضایی و دیگران، ۱۳۹۵، ۷).

یونسکو بیان می‌کند که سواد رسانه‌ای باعث ارتقا و پیشرفت فرهنگ می‌شود که خود باعث فعال شدن شهروندی و مشارکت در جامعه می‌شود (سایت یونسکو، ۲۰۰۷). این دو برای یکدیگر یک نقش تکمیل‌کننده دارند؛ یعنی هر چقدر سواد رسانه بالا باشد جامعه نیز از نظر مدنی رشد می‌کند.

به‌موجب منشور حقوق شهروندی همه مردم از حق دسترسی آزادانه به همه رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی در چارچوب قوانین برخوردارند. فیلترینگ، محدودیتی برای آزادی بیان و دسترسی به اطلاعات است و عمده‌ترین دلیل آن نوع دید حاکمان به آزادی، تأسیس و فعالیت رسانه‌ها است (بابازاده و دیگران، ۱۳۹۶، ۱۷۵). سواد رسانه‌ای با برقراری عدالت اجتماعی در دست‌یابی، تولید و توزیع مواد رسانه‌ای، کوششی است در راستای آگاهی شهروندان به حقوق رسانه‌ای خود و به خدمت گرفتن چهارمین رکن دموکراسی یعنی رسانه‌ها به‌منظور برقراری آزادی، صلح و برابری و در نتیجه دست‌یابی به جامعه‌ای دموکراتیک. سواد رسانه‌ای قادر است هموارکننده راه پرفراز و نشیب صد ساله‌ای باشد که ایرانیان از دوران مشروطه تا کنون برای رسیدن به دموکراسی طی کرده‌اند.

۷. سهم نویسندگان

همه نویسندگان به صورت برابر در تهیه و تدوین پژوهش حاضر مشارکت داشته‌اند.

۸. تضاد منافع

در این پژوهش، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

چنانچه شهروندان به صورت برابر از رسانه بهره ببرند، یک ارتباط فعال بین جامعه و مخاطبان صورت می‌گیرد که باعث گفتمان مردم‌سالاری می‌شود. به دلیل اینکه در کشور ایران آزادی بیان و مردم‌سالاری به شکل جهانی ایجاد نشده است، یعنی مجریان کشور بر شهروندان نظاره می‌کنند و شهروندان به مجریان کشور نظارتی ندارند، در نتیجه باعث کاهش میزان مردم‌سالاری شده است. جامعه مدنی با بهره‌گیری از رسانه برای مطالبه‌گری مردم به شمار می‌روند. رشد سواد رسانه‌ای شهروندان نهادهای مدنی را در راستای مشارکت هرچه بیشتر آن‌ها در فضای رسانه‌ای، یاری خواهد کرد و آنان را به شهروندانی فعال که مورد نیاز فرهنگ دموکراسی خواهی است مبدل خواهد کرد. در پاسخ به سؤالات این پژوهش، پس از بررسی مطالب می‌توان نتیجه گرفت که سواد رسانه‌ای به صورت کلی در اصل سوم قانون اساسی تبیین شده است و این موضوع نشان‌دهنده این است که قانون اساسی، آگاهی و سواد رسانه‌ای را برای جامعه ضروری تلقی کرده است. در پاسخ به سؤال دیگری که مطرح شده است باید گفت سواد رسانه‌ای در تحقق حقوق شهروندی تأثیرگذار است؛ زیرا به افراد جامعه بینش و آگاهی می‌بخشد تا در پرتو حقوق شهروندی خویش بتوانند ایفای نقش کنند. در معنای دیگر می‌توان گفت که اگر افراد آگاهی داشته باشند می‌توانند از حقوق خود در جامعه در نقش یک شهروند دفاع کنند. در این راستا پیشنهاد می‌شود که قانون‌گذاران و دولت‌مردان توجه بیشتری به سواد رسانه‌ای داشته باشند و جایگاه سواد رسانه‌ای را ارتقا بخشند. این مهم از طریق آموزش، قانون‌گذاری، آگاهی‌رسانی ایجاد می‌شود.

فهرست منابع

- آی براون، جیمز، رویکردهای سواد رسانه‌ای، مترجم: پیروز ایزدی، فصلنامه رسانه، شماره ۶۸، ۱۳۸۷.
- امیرانتخابی، شهرو؛ رجبی، سیدمسعود، بررسی و تحلیل سطوح مختلف سواد رسانه‌ای، نشریه سواد رسانه‌ای، دوره ۴۵، شماره ۲۲، ۱۳۸۷.
- اسماعیلی، محسن، «تعامل دین و رسانه از دیدگاه حقوق»، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق، شماره ۲۱، بهار ۱۳۸۳.
- ارجمندی، غلامرضا، مهارت‌های سواد رسانه‌ای در کتاب مهارت‌های زندگی، ویراست بهمن زندگی، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور، ۱۳۹۵.
- بهار، مهری؛ حاجی محمدی، علی، «وبلاگ ایرانی به‌مثابه رسانه جایگزین و شهروندی»، مجله جهانی رسانه، شماره ۷، ۱۳۸۹.
- بصیریان جهرمی، رضا؛ بصیریان جهرمی، حسین، درآمدی به سواد رسانه و تفکر انتقادی رسانه، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی رسانه‌ها، دوره ۱۷، شماره ۶۸، ۱۳۸۵.
- پاتر، دبلیو جیمز، سواد رسانه‌ای، ترجمه احسان شاه‌قاسمی، چاپ چهارم، انتشارات جهاد دانشگاهی، ۱۴۰۱.
- تومن، الیزابت، «مهارت‌ها و راهبردهای آموزش رسانه‌ای»، ترجمه حسن نورایی بیدخت، فصلنامه رسانه، سال دوازدهم، شماره اول، ۱۳۸۰.
- خانیکی، هادی؛ الوند، پدram، «روزنامه‌نگاری شهروندی؛ رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی»، فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه، سال اول، شماره اول، ۱۳۹۰.
- ذکایی، محمدسعید، آموزش شهروندی، نشریه علوم اجتماعی: رشد آموزش علوم اجتماعی، شماره ۱۹، ۱۳۸۵.
- رضایی بایندر، محمدرضا، «بررسی نقش رسانه‌ها در آموزش مهارت‌های شهروندی و رفتارهای مدنی»، تهران: فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳، ۱۳۸۲.
- رضایی، محمد؛ پور عسکری، مریم، «فیسبوک و رفتار انتخاباتی: مطالعه انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۳۹۲ ایران»، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال دوم، شماره ۵، ۱۳۹۵.
- شکرخواه، یونس، «سواد رسانه‌ای یک مقاله عقیده‌ای»، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، شماره ۶۸، ۱۳۸۵.
- شکرخواه، یونس، «سواد رسانه‌ای یک مقاله عقیده‌ای»، نشریه رسانه، دوره ۱۷، شماره ۴، ۱۳۸۵.
- طلوعی، علی، سواد رسانه‌ای: درآمدی بر شیوه یادگیری و سنجش، نشر دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها (مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها)، چاپ اول، ۱۳۹۱.
- طاهریان، محمد، سواد رسانه‌ای، نشر اندیشه تابان، چاپ اول، ۱۳۹۷.

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-milindicators>

- مظفری، افسانه؛ راضی، محمدرضا، جایگاه سواد رسانه‌ای در فقه رسانه، انتشارات پشتیبان، ۱۳۹۶.

- ملکی، امیر؛ حیدری، یحیی؛ حاج مظفری، سارا، «شهروندی و سواد رسانه‌ای: بررسی رابطه وضعیت شهروندی و سواد رسانه‌ای در بین شهروندان زنجان»، پژوهش‌نامه توسعه فرهنگی اجتماعی، سال اول، شماره اول، ۱۳۹۳.

- نصیری، بهاره؛ بخشی، بهاره، «اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم»، مجله مطالعات رسانه-ای، سال هفتم، شماره هجدهم، ۱۳۹۱.

- Atton, Chris. (2002). Alternative Media. London: Sage Publication. Available: www.emeraldinsight.com.

- Buckingham, D. (2003), Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. Cambridge: Polity Press.

- Norris, S. P. (1985). Synthesis of research on critical thinking. Educational Leadership, 42, 40-46.

- Lewis. J; & Jhally, S. (1998). The struggle over media literacy. Journal of Communication

- Rogow, F. (2009). Teaching Media Literacy in Less Than an Hour. Journal of Media Literacy Education, 29(2), 78.

- Rodriguez, Clemencia. (2008). Citizen's Media. In W. Donsbach (Ed.), The International Encyclopedia