

A Survey of the Role of Media Literacy in Governance

Esmaeel Shirali *

Received: 2020/06/12

Accepted: 2020/07/25

Abstract

Most of state movements towards democracy and development of communicative technologies have brought humans' need of civil society advancement and their affecting decision making into focus. Here, a knowledge of critical skills and analysis of media messages is of prime importance. This article is to illustrate the role of media literacy in governance. The method adopted is library research through electronic data collection. According to the results, one can mention six different roles for media literacy in governance: first, creating a well-conscious and active citizenship, which helps people obtain skills such as critical thinking, problem solving, personal independence, and social/communicative skills. These can provide good grounding for participation, conducting campaigns, taking part in decision makings, and putting pressure on them. The second role is improving public domain. This is where various social activists can prove themselves through public gatherings. Media literacy can also identify citizens' general needs and discuss them publicly. The third dimension is citizens' rights (political, social and fundamental rights) that could be requested from the state and hence impact decision making. The fourth dimension is providing opportunity for inquiring about things which forces the state to provide answers. The fifth dimension is that media literacy has significant role in developing civil society and criticizing governmental behavior and establishing civil institutions. Finally, media literacy influences the creation of a critical atmosphere and general dialogs.

Keywords: Media Literacy, Governance, Public Domain, Civil society

* Assistant Professor of Social Department, Faculty of Humanities, University of Velayat, Tehran, esmaeil.shirali@gmail.com

بررسی نقش سواد رسانه‌ای در حکمرانی

اسماعیل شیرعلی*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۲۸

چکیده

امروزه رسانه‌ها نقش مهمی در توسعه جامعه مدنی و حکمرانی دارند. در این میان داشتن مهارت نقد و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای اهمیت بسزائی در تقویت حوزه و گفتگوی عمومی دارد. پژوهش حاضر باهدف بررسی نقش سواد رسانه‌ای در حکمرانی انجام شده است. روش پژوهش حاضر کتابخانه‌ای و ابزار گردآوری داده‌ها هم فیش‌برداری الکترونیکی بوده است. این پژوهش جزو پژوهش‌های نظری-مروری است. تحلیل داده‌ها به صورت اسنادی انجام شد. بر اساس نتایج پژوهش، شش نقش عمده می‌توان برای سواد رسانه‌ای در حکمرانی در نظر داشت: نقش اول، ارتقای شهروندی فعال و آگاه است؛ چون سواد رسانه‌ای مهارت‌هایی نظیر تفکر انتقادی، حل مسئله، استقلال شخصی و مهارت‌های ارتباطی و اجتماعی به افراد می‌دهد. این مهارت‌ها زمینه مشارکت، کمپین‌سازی و حضور در تصمیم‌سازی‌ها و فشار بر آنها را تسهیل می‌کند. نقش دوم سواد رسانه‌ای، تقویت حوزه عمومی است؛ حوزه عمومی محل حضور کنشگران مختلف اجتماعی است که در آن افراد به منظور مشارکت در مباحث باز و علنی گرد هم می‌آیند. سواد رسانه‌ای می‌تواند نیازهای عمومی بین شهروندان را شناسایی و علنی مورد بحث قرار دهد. تأثیرگذاری سواد رسانه‌ای در بُعد سوم بر ارتقای حقوق شهروندی است؛ از آنجایی که حقوق شهروندی شامل حقوق سیاسی، اجتماعی و پایه‌ای است سواد رسانه‌ای این قابلیت و قدرت را دارد که این حقوق را از حاکمیت مطالبه‌گری نموده و بر تصمیم‌سازی تأثیرگذار باشد. در بُعد چهارم، سواد رسانه‌ای نوعی پرسش‌گری است که حاکمیت را ملزم به پاسخگویی می‌نماید. در بُعد پنجم، سواد رسانه‌ای نقش مهمی در توسعه جامعه مدنی و نقد عملکرد حکومت و تشکیل نهادهای مدنی دارد. در بُعد ششم سواد رسانه‌ای بر ایجاد فضای نقد و گفتگوی عمومی تأثیرگذار است.

واژگان کلیدی: سواد رسانه‌ای، حکمرانی، حوزه عمومی، جامعه مدنی

* استادیار گروه علوم اجتماعی دانشکده علوم انسانی دانشگاه ولایت، تهران، جمهوری اسلامی ایران.

مقدمه

پدیده حکمرانی^۱ موضوعی است میان‌رشته‌ای، بین شاخه‌های حقوق، جامعه‌شناسی، مدیریت، اقتصاد و علوم سیاسی. پژوهشگران این حوزه عمدتاً بر مباحث جدیدی مانند تکه‌تکه شدن قدرت میان سطوح دولتی و زیربخش دولتی، تشویق و ترغیب تمرکززدایی از دولت و اتکای روزافزون بر انواع جدید مشاوره و مشارکت شهروندان، متمرکز هستند. حکمرانی اغلب با نگاهی جدید، به محدود نمودن قدرت سنتی سلسله مراتبی (بالا-پائین) و تغییر مسیر آن به سوی تصمیم‌های جمعی می‌پردازد (کلارک و مارگتس^۲، ۲۰۱۴، ص. ۳۹۳). پژوهشگران این حوزه معتقدند ناکارآمدی دولت‌ها در انجام یک‌تازانه، امور موجب خلق این مفهوم شده، لذا با تفکیک حوزه‌های مختلف دولت و تمایز میان بخش خصوصی و دولتی و تمایز میان دولت و جامعه مدنی، سعی در تغییر ساختار سنتی قدرت و وزن‌دهی بیشتر به نهادهای موازی دولت در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌ها دارند. از این رو قدرت مؤثر و مشروع قدرتی است که از طریق مشارکت و منازعه نهادها و نیروهای متنوع در سطوح مختلف ملی، منطقه‌ای و جهانی به دست می‌آید. «حکمرانی فعالیت یا روش حکمراندن، اعمال کنترل یا قدرت بر فعالیت زیردستان و نظامی از قوانین و مقررات» تعریف شده است (دیکسیت^۳، ۲۰۰۹، ص. ۲۱). مفهوم حکمرانی بر این اصل بنیادی استوار است که حکومت‌ها به جای آنکه به تنهایی مسئولیت کامل اداره جامعه را در تمام سطوح آن بر عهده گیرند، بهتر است در کنار شهروندان، بخش خصوصی و نهادهای مردمی، به عنوان یکی از نهادها یا عوامل مسئول اداره جامعه محسوب شوند. با ورود شهروندان یا به مفهوم سازمان‌یافته‌تر آن، جامعه مدنی، به عرصه تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری، جریان اداره کشور از یک نظام اقتدارگرا و آمرانه به فرایندی مردم‌سالار و مشارکتی تبدیل خواهد شد. به نظر می‌رسد در حکمرانی برای اعمال اقتدار و همسوئی با سیاست‌ها و جلب مشارکت مردم و گروه‌های مختلف به منظور تصمیم‌سازی، رسانه بیشترین نقش

^۱. Governance

^۲. Clarke and Margetts

^۳. Dixit

را بر عهده دارد (هاسبرینک^۱، ۲۰۱۲، ص. ۱۸). در این میان این سواد رسانه‌ای است که شهروندان را نسبت به موضوعات حکمرانی، قواعد اجتماعی و دخالت در سرنوشت خود حساس خواهد کرد؛ و بر آگاهی‌سازی و مشارکت و دموکراتیزه شدن فرایندهای تصمیم‌گیری و نیازمندی برای تدوین قواعد و قوانین جدید بین حکومت، بخش خصوصی و مردم نقش قابل‌ملاحظه‌ای دارد. سواد رسانه‌ای قدرت درک نحوه کارکرد رسانه‌ها و معنی‌سازی در آنهاست. سواد رسانه‌ای را می‌توان دسترسی، تجزیه و تحلیل و تولید ارتباط در شکل‌های گوناگون رسانه‌ای و مصرف انتقادی محتوا دانست. سواد رسانه‌ای می‌تواند این قدرت تجزیه و تحلیل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی به افراد بدهد تا از طریق آن بتوانند فرایندهای حکمرانی، نحوه اعمال تصمیم‌ها و ماهیت آنها را شناسایی نمایند (میلر^۲، ۲۰۱۵، ص. ۵۱۵). همچنین سواد رسانه‌ای با هژمونی رسانه‌های بزرگ یا طرفدار یک حزب خاص که سعی دارند تصمیماتی خلاف اراده و رضایت عمومی و بخش خصوصی و نهادهای مردمی را اعمال کنند مقابله می‌کند چراکه فردی که سواد رسانه‌ای دارد پیام‌های صحیح را گزینش خواهد کرد و این گزینش‌گری است که فرد را نسبت به موضوع تصمیم‌سازی‌ها و مشارکت فعال در جامعه مدنی ترغیب خواهد کرد. سواد رسانه‌ای کمک می‌کند تا افراد قضاوت‌های صحیح‌تری نسبت به محیط پیرامون و تصمیمات حاکمیت داشته باشند و برای اصلاح آن نهادهای مدنی یا کمپین‌های حمایت یا مخالفت به راه اندازند؛ بنابراین، توجه به سواد رسانه‌ای با توجه به شرایط اشباع رسانه‌ای و اضافه‌بار اطلاعاتی که به‌ویژه در فضای مجازی تحمیل می‌شود ضروری است. اضافه‌بار اطلاعاتی در فضای مجازی بیشتر گیرندگان پیام را منفعل می‌کند؛ اما سواد رسانه‌ای نحوه استفاده از اطلاعات دریافتی و کنشگری حاصل از آن را به‌ویژه در حوزه عمومی تسهیل می‌کند. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی نقش سواد رسانه‌ای در حکمرانی است.

^۱. Hasberink

^۲. Miller

۱- روش‌شناسی

پژوهش حاضر به صورت مروری انجام شده است؛ پژوهش مروری تحقیقی است که در یک موضوع علمی، پیشینه و مبانی نظری آن حوزه مورد بررسی همه‌جانبه قرار می‌گیرد تا پیشرفت‌های نظری و تحقیقات تجربی آن حوزه به زبانی ساده با محوریت ارائه آخرین یافته‌ها برای مخاطب ارائه شود. اغلب پژوهش‌های مروری متکی بر پژوهش‌های انجام‌شده به صورت تجربی هستند و با مرور این پژوهش‌ها، تحولات نظری، رویکردها و مفاهیم مربوط به آنها نیز شناسایی می‌شود. ابزار گردآوری داده‌ها، فیش‌برداری بوده است؛ فیش‌برداری به معنای استخراج عبارت، جمله یا پاراگرافی از یک متن و نوشتن آن در فیش مطالعه است. فیش‌های سنتی مطالعه شامل اجزایی همچون نام کتاب، شماره جلد، شماره فصل، شماره صفحه، نویسنده، مترجم، ناشر و تاریخ می‌باشند. در عوض، امروزه فیش‌برداری الکترونیکی جایگزین شده است. در این شیوه، پژوهشگر برای هر منبع، یک فایل متنی در رایانه باز می‌کند و در سطر اول هر پاراگراف شماره صفحه را نوشته و در سطر پایین مطلب استخراج‌شده از محتوا را می‌نویسد. در این تکنیک، به جای فیش‌برداری از هر منبع، پس از مطالعه چندین منبع، پژوهشگر برداشت‌های نظری خود را یادداشت کرده و درباره آنها تأمل کرده و تفسیر می‌نماید. جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه منابع مکتوب و آنلاین مرتبط با حوزه سواد رسانه‌ای و حکمرانی بوده است. روش نمونه‌گیری در دسترس بوده و در این روش تنها متونی که مرتبط با موضوع و دارای دو کلیدواژه «حکمرانی و سواد رسانه‌ای» بودند انتخاب شدند. روش تحلیل داده‌ها نیز تحلیل اسنادی است و عمدتاً شامل اطلاعات و نتایجی است که توسط نویسندگان و پژوهش‌گران قبلی در حوزه مورد بحث فراهم گردیده مورد تحلیل و تفسیر قرار گرفت.

۲- مبانی نظری

۲-۱- سواد رسانه‌ای

تاریخچه پیدایش سواد رسانه‌ای^۱ به سال ۱۹۶۵ بازمی‌گردد. مارشال مک‌لوهان^۲ اولین بار در کتاب خود تحت عنوان «درک رسانه: گسترش ابعاد وجودی انسان»، این واژه را بکار برد و نوشت: «زمانی که دهکده جهانی تحقق یابد، لازم است انسان‌ها به سواد جدیدی بنام سواد رسانه‌ای دست یابند». سواد رسانه‌ای علاوه بر توانایی ملحوظ در سواد سنتی^۳، که همان توان خواندن و نوشتن بود، توانایی تحلیل و ارزشیابی پیام‌ها و قدرت تولید و انتقال اطلاعات به دیگران در قالب‌های مختلف و با ابزار گوناگون را در انسان پدید می‌آورد (پاتر، ۲۰۰۵، ص. ۲۳). این‌گونه از سواد؛ با توانمند کردن انسان بر درک نحوه کار رسانه‌ها و نحوه معنی‌سازی آنها، ماهیت و اهداف تولید پیام رسانه‌ها و تأثیرات و تکنیک‌های رسانه‌های گوناگون، او را از مصرف‌کنندگی صرف خارج کرده و در برابر اثرات رسانه‌ها مقاوم می‌سازد. سواد رسانه‌ای در کنار آموختن خواندن ظاهر پیام‌های رسانه‌ای از رسانه‌های مختلف، می‌کوشد خواندن سطرهای نانوشته رسانه‌های نوشتاری، تماشای پلان‌های به نمایش درنیامده و یا شنیدن صداهای پخش‌نشده از رسانه‌های الکترونیک را به مخاطبان بیاموزد. توانایی و قدرت دسترسی، تحلیل، ارزیابی و انتقال اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای که می‌توان در چارچوب‌های مختلف چاپی و غیرچاپی عرضه نمود را سواد رسانه‌ای می‌گویند (پاتر^۴، ۲۰۰۵، ص. ۲۳). برخی از توانایی‌هایی که می‌توان در سایه سواد رسانه‌ای کسب کرد عبارت‌اند از:

۱. توانایی استفاده از فناوری روز از جمله رایانه، برای پردازش و تولید اطلاعات؛
۲. توانایی نتیجه‌گیری در مورد روابط علی و معلولی، میان گزارش‌های رسانه‌ها و واکنش عمومی؛
۳. توانایی تشخیص تأثیر تحریف، کلیشه‌سازی، تبلیغات و خشونت در رسانه‌های دیداری؛

۱. Media Literacy
۲. Marshall McLuhan
۳. Traditional Literacy
۴. Potter

۴. توانایی تشخیص تفسیر و به وجود آوردن تصویرهای بصری؛
۵. توانایی مصرف انتقادی و نه منفعلانه از رسانه‌ها؛
۶. توانایی اتخاذ رژیم مصرف رسانه‌ای؛ کسی که از سواد رسانه‌ای برخوردار است می‌تواند به درستی تصمیم بگیرد؛ که چه مقدار و چگونه از غذاهای رسانه‌ای استفاده کرده و در معرض چه بخش‌هایی از رسانه قرار بگیرد؛
۷. توانایی تجزیه و تحلیل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی رسانه‌ها (بیرد^۱، ۲۰۰۸، ص. ۲۹).

افراد، با سواد رسانه‌ای قادر به کشف پیام‌های پیچیده موجود در محتوای رادیو، تلویزیون، روزنامه‌ها، مجلات، کتاب‌ها، بیلبوردهای تبلیغاتی، اینترنت و سایر رسانه‌های مستقل خواهند شد. آنها همچنین می‌توانند رسانه‌های خود را ایجاد کرده و در شکل‌گیری فرهنگ رسانه‌ای مشارکت فعالانه داشته باشند، این امر سبب می‌شود مردم از حالت مصرفی خارج شده، از رسانه‌ها به صورت هوشمندانه‌ای بهره‌مند شوند (واحدخان^۲، ۲۰۰۸، ص. ۱۶). در جامعه آموزش سواد رسانه‌ای به رشد تفکر انتقادی و مشارکت فعال در فرهنگ رسانه‌ای کمک می‌کند. هدف آن، دادن آزادی بیشتر به افراد به وسیله قدرت‌دهی به آنها برای دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ایجاد رسانه است. همچنین محققان به این نتیجه رسیده‌اند که آموزش سواد رسانه‌ای یک ابزار برای مقابله با الکل، تنباکو و سایر مواد مخدر، همچنین اختلالات تغذیه‌ای، قلدری، خشونت، نژادپرستی و تبعیض است. به طور کلی سواد رسانه‌ای یکی از مهارت‌های مهم زندگی کردن است. در زندگی عمومی سواد رسانه‌ای به درک چگونگی ایجاد فرهنگ توسط رسانه‌ها و انحصار رسانه‌ای کمک می‌کند (واحدخان، ۲۰۰۸، ص. ۱۶). سواد رسانه‌ای از چهار حیطه شناختی، حسی، اخلاقی و زیبایی‌شناسی تشکیل یافته است. این حیطه چهارگانه در پیوستاری تعاملی به هم وابسته قرار گرفته‌اند.

۱- شمول شناختی یا ادراکی^۳، حیطه‌ای است که به فرایندهای ذهنی و فکری مربوط می‌شود. شایستگی‌های ادراکی، مجموعه‌ای از شناخت ساده نشانه‌ها تا درک

^۱. Bird

^۲. Waheed Khan

^۳. Perceptual Dimension

پیچیده‌ترین پیام‌ها و کشف علل و نحوه ارائه خاص آنها را به‌وسیله یک رسانه در برمی‌گیرد که این همان بعد عقلانی است که به ایجاد مضمونی قوی در فرایند ساختن معنا منتهی می‌شود (اولسون^۱، ۲۰۰۸، ص. ۱۲).

۲- حیطه حسی^۲ که به لایه بیرونی ادراک شکل می‌بخشد به این معنا که مخاطب از طریق یکی از حواس پنج‌گانه در معرض پیام‌های رسانه‌ای قرار می‌گیرد، این موضوع تداعی‌کننده نظریات "مک لوهان" است که می‌گوید: هر رسانه در امتداد یکی از حواس پنج‌گانه است. در این میان بخشی از مخاطبان در ارتباط حسی با پیام‌های رسانه‌ای بسیار قوی هستند. پیام‌هایی که برخی از آنها دارای آثار مثبت و برخی دیگر دارای آثار منفی هستند. برای مثال کودکانی که فیلم‌های ترسناک و خشونت‌بار می‌بینند، آن‌چنان مغلوب حس ترس می‌شوند که ساعت‌ها مضطرب می‌مانند (اولسون، ۲۰۰۸، ص. ۱۲).

۳- بعد زیبایی‌شناختی^۳ که به توانایی درک و شناخت مفاهیم رسانه‌ای از دیدگاه هنری اشاره دارد. این مقوله به نوع و میزان هنر و مهارت تولید پیام در رسانه‌های مختلف بستگی دارد؛ یعنی سبک هنری منحصربه‌فرد یک نویسنده، به تولیدکننده و کارگردان یک برنامه رادیویی و تلویزیونی، مصداق بارز این بعد زیبایی در سواد رسانه‌ای است (زاکتی و وارداکاس^۴، ۲۰۰۸، ص. ۱۱۹).

۴- آخرین و چهارمین حیطه، بعد اخلاقی^۵ است که به توانایی درک و دریافت ارزش‌های نهفته در پیام‌ها اشاره دارد. در سبک کم‌دی، ارزش‌های نهفته در پیام‌ها بیانگر این است که مزاح و شوخی، ابزاری مهم در حل و فصل مشکلات تلقی می‌شود. در فرایند انتخابات نیز برخی از اهداف نامزدها می‌تواند پنهان‌کاری در ارتباط با عملکرد گذشته‌شان و دادن اطلاعات غلط باشد (زاکتی و وارداکاس، ۲۰۰۸، ص. ۱۱۹).

^۱. Olsun

^۲. Emotional Dimension

^۳. Aesthetic Dimension

^۴. Zacchetti and Vardakas

^۵. Ethical Dimension

۲-۲- حکمرانی

حکمرانی^۱ مفهومی است که نمی‌توان برای آن تعریفی محدود ارائه کرد. اگرچه تعریف فراگیری نیز نمی‌توان به‌طور کامل برای آن ارائه کرد. اصطلاح حکمرانی را اگر فقط برای فضای پیچیده سیاسی و عمومی که در آن زندگی می‌کنیم به‌کار بریم کمی خام^۲ خواهد بود. به‌نظر ضروری است حکمرانی را از چند اصطلاح جدا کنیم که در هنگام بحث مورد استفاده قرار می‌گیرند. برای مثال، سیاست فرایندی است که افراد یا گروه‌ها برای بینش یا دستورکاری در جامعه ایجاد می‌کنند؛ بنابراین سیاست^۳، حکمرانی نیست (پال وسل^۴ و همکاران، ۲۰۱۹، ص. ۲). مدیریت^۵ نیز اعمالی هدفمند در جهت رسیدن به بینش یا دیدگاهی در جامعه است، مدیریت نیز حکمرانی نیست. دولت^۶، شکل یا نظامی از قوانین و اداره جامعه است که از طریق آنها اعمال اعضای جامعه تحت کنترل و نظارت قرار می‌گیرد؛ دولت نیز حکمرانی نیست. حکمرانی مرتبط با نظامات اجتماعی از حاکمیت است، نظاماتی که جامعه را قادر می‌سازد دستورالعمل‌های سیاسی جایگزین یا بینش‌های اجتماعی را رد یا قبول نماید. حکمرانی اشاره به حالت تعادلی قدرت می‌نماید که در آن امور اجرائی یک کشور به همراه سنت‌ها و نهادها در زیر یک چتر گرد هم می‌آیند چتری که به‌واسطه آن اقتدار اعمال می‌شود (تروپ^۷، ۲۰۰۷، ص. ۲۰). برنامه توسعه سازمان ملل متحد^۸ تعریف خوبی از حکمرانی ارائه می‌دهد. بر طبق تعریف این برنامه؛ «حکمرانی به‌کارگیری اقتدار اجرائی، سیاسی و اقتصادی برای مدیریت امور یک کشور در همه سطوح می‌باشد. حکمرانی شامل مکانیسم‌ها، فرایندها و نهادهایی است که از طریق آنها شهروندان و گروه‌ها علائق‌شان را ابراز می‌کنند، حقوق قانونی‌شان را مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند، الزامات را برآورده می‌کنند و تفاوت‌ها را به وسط می‌آورند» (راجرز و هال^۹، ۲۰۰۳، ص. ۲۰). به‌طور

^۱. Governance

^۲. Awkward

^۳. Politics

^۴. Pahl-Wostl

^۵. Management

^۶. Government

^۷. Troop

^۸. The United Nations Development Programme

^۹. Rogers and Hall

خلاصه، حکمرانی مجموعه‌ای از قوانین بازی و نظاماتی است که ما به کار می‌گیریم؛ حکمرانی عمومی اکنون اشاره به قدرت و اقتدار دارد که چطور یک کشور امور خود را مدیریت می‌کند و نیز شامل همه مکانیسم‌ها، فرایندها، ارتباطات و نهادهای شهروندی و گروه‌هایی است که برای تأمین علایق خود درباره آن به تعامل و گفتگو می‌پردازند، همچنین این واژه به حقوق و تعهدات طرفین نیز ارجاع دارد (دیکسیت^۱، ۲۰۰۹، ص. ۲۳). حکمرانی مهم است به این دلیل که: (۱) ارتباطات علی‌قوی بین حکمرانی بهتر و رشد اقتصادی، عدالت اجتماعی^۲، و توسعه پایدار وجود دارد (۲) شواهد کافی وجود دارد که نشان می‌دهد حجم عظیمی از سرمایه‌گذاری‌های خارجی به کشورهای سرازیر می‌شود که نظامات حکمرانی خوبی دارند و (۳) حکمرانی بهتر منجر به کاهش فقر^۳ می‌شود. معمولاً حکمرانی با تعاریف ذکر شده به‌عنوان پدیده‌ای ملی نگریسته شده است، اما امروزه حکمرانی مؤثر جهانی^۴ به‌اندازه حکمرانی سطح ملی دارای اهمیت شده است (آرارال و وانگ^۵، ۲۰۱۳، ص. ۳۹۴۶). سه نوع حکمرانی وجود دارد: (۱) نظامات حکمرانی سلسله‌مراتبی سنتی^۶، (۲) نظامات حکمرانی بازار-محور^۷، و (۳) نظامات حکمرانی توزیعی^۸.

۱- نظامات حکمرانی سلسله‌مراتبی سنتی: در این نظامات دولت به تنهایی می‌توانست جامعه را اداره نماید و به‌واقع فعال مایشاء بود. در این رویکرد، دولت اداره‌کننده، کنترل‌کننده و حافظ منافع و حقوق شهروندان و بازار است؛ اما این مدل به‌طور روزافزونی مورد چالش قرار گرفت. علت، بحران مالی دولت، مقررات‌زدایی^۹ از بازارهای مالی و پیشرفت‌های فناوری است که باعث تسهیل شبکه‌ها و عدم‌تمرکز شدند و نیز خودمختاری روزافزون سطوح پایین‌تر مناطق و فشارهای زیاد و تراکم‌های کاری برای کاهش دیوان‌سالاری‌های دولتی بود. به دنبال این تحولات، این استدلال

^۱. Dixit

^۲. Social equity

^۳. Poverty

^۴. Effective governance of globalization

^۵. Araral and Wang

^۶. Traditional hierarchical governance systems

^۷. Market-led governance systems

^۸. distributed governance systems

^۹. Deregulation

پذیرفته شد که دولت به تنهایی نمی‌تواند مسائل اجتماعی را حل نماید (تریویدی^۱، ۲۰۱۳، ص. ۱۹).

۲- نظامات حکمرانی بازار-محور: آغاز این نظامات را باید در پایان عصر جنگ سرد جستجو کرد. دکترین ریگان- تاچر^۲ فلسفه دولت مرکزی قوی مابعد-جنگ جهانی دوم را وارونه نمود. نقش بازار به‌عنوان مکانیسم ابتدایی برای اختصاص منابع در نظر گرفته شد. یک دوره‌ای از مدیریت‌گرایی^۳، خصوصی‌سازی^۴ و مقررات‌زدایی دنبال شد که ویژگی‌های آن بیشتر مبتنی بر تصمیم‌سازی‌های فردی به‌جای سیاست‌های جمعی بود. اکنون برای بسیاری از مردم جای سؤال است که نظامات مؤثر حکمرانی بازار-محور به علت این‌که بازارها عموماً ارزش‌های اجتماعی نمایندگان واقعی را نادیده می‌گیرند چندان اثربخش نبوده است و آثار و تبعات بدی به همراه داشته است (یاسمین، فرلی و راجرز^۵، ۲۰۱۸، ص. ۳۸۸).

۳- نظامات حکمرانی توزیعی: رویکرد سوم را که قابل‌اتکاترین رویکرد می‌توان به‌حساب آورد از مسئولیت‌ها، و اقتدار مشترک داوطلبانه و غیررسمی به‌مثابه ابزارهایی استفاده می‌کند که جوامع می‌توانند خودشان را مدیریت نموده و با دیگر تغییرات یا جوامع هماهنگ شوند. ویژگی اصلی این رویکرد، شبکه‌ها و اشکال دیگر همکاری‌های عمومی-خصوصی است که آنها از مشروعیت اثربخش تلاش‌هایشان برای حل مسائل پیچیده ملی یا فرامرزی استفاده می‌کنند (وودهاوس و مولر^۶، ۲۰۱۷، ص. ۲۲۶).

حکمرانی توزیعی تلاش دارد تعادلی بین اقدامات دولت برای کنترل جامعه، خواسته-های بازار و علائق جامعه که از طرف گروه‌های اجتماعی ابراز می‌شود برقرار نماید؛ دولت گرداننده است لیکن کنترل نمی‌کند، همچنین در آنجا وابستگی متقابل قابل ملاحظه‌ای در همه سطوح اقتدار دیده می‌شود. نگرانی عمده، کُندی، هزینه‌بر بودن و شکنندگی آسان آن با علائق گروه‌ها است که می‌تواند منجر به بن‌بست^۷ شود.

۱. Trivedi
۲. The Reagan/Thatcher doctrine
۳. Managerialism
۴. Privatization
۵. Yasmin, Farrelly and Rogers
۶. Woodhouse and Muller
۷. Stalemate

همان‌طور که جامعه رشد می‌کند، تارهای پیچیده سیاست، نهادها، حقوق، رسوم و اعمالی که شامل نظام حکمرانی است تکامل می‌یابد. از بُعد تاریخی فرایندهای تکاملی با نیازها و فرصتهایی شکل داده می‌شود که در مرزهای دولت-ملت ظهور می‌کند؛ اما نظامات حکمرانی به‌طور روزافزونی با ملاحظات جهانی و منطقه‌ای شکل می‌گیرند(نتو^۱، ۲۰۱۶، ص. ۳۳).

۲-۳- تأثیرات سواد رسانه‌ای بر حکمرانی

هدف عمده آموزش سواد رسانه‌ای این است که گیرندگان ارتباطات جمعی در فرآیند انتقال و کسب اطلاعات به شرکت‌کنندگان فعال و آزاد تبدیل شوند. سواد رسانه‌ای این قابلیت را دارد که به شهروندان قدرت درک پیام‌های رسانه‌ای و قابلیت تحلیل انتقادی را بدهد و بر همین اساس مخاطبی که سواد رسانه‌ای دارد، مخاطبی فعال و پیگیر است. در همین رابطه شش تأثیر سواد رسانه‌ای بر حوزه حکمرانی قابل ذکر است که به شرح ذیل قابل تشریح و تبیین است:

۲-۳-۱- ارتقای سواد سیاسی

مهارت‌های به‌دست‌آمده از سواد رسانه‌ای شامل تفکر انتقادی^۲، حل مسئله^۳، استقلال شخصی^۴ و مهارت‌های اجتماعی و ارتباطی است. اینها همه مهارت‌های لازم برای ایجاد شهروندی آگاه و فعال^۵ است. در حقیقت، تحقیقات در مورد سواد رسانه‌ای در جوامع غربی حاکی از این است که «فردی که سواد رسانه‌ای داشته باشد، راحت‌تر می‌تواند نظر بنیادی را در مورد موضوعات / رویدادهای اجتماعی به دست آورد و از این طریق، برای بیان نظرات خود به‌صورت فردی و جمعی، در زمینه‌های عمومی و

^۱. Neto

^۲. Critical thinking

^۳. Problem solving

^۴. Personal Autonomy

^۵. Informed and active citizenry

سایر موارد اجتماعی مجهزتر باشد» (میلر^۱، ۲۰۱۵، ص. ۵۱۴). علاوه بر این، بسیاری از طرفداران، سواد رسانه‌ای را عامل مؤثر در "مشارکت، شهروندی فعال، توسعه شایستگی و یادگیری مادام‌العمر" می‌دانند. درحالی‌که سواد رسانه‌ای برای توسعه و پایداری یک حوزه عمومی دموکراتیک سالم بسیار مهم و اساسی تلقی می‌شود، اغلب هنگام بحث و گفتگو در مورد دموکراسی و توسعه فراموش می‌شود (میلر، ۲۰۱۵، ص. ۵۱۴). درحالی‌که این فناوری‌های جدید مشارکت، تعدد و تنوع عقاید را ترویج می‌کنند، برخی چالش‌ها نظیر اطلاعات نادرست هم همچنان وجود دارد؛ سواد رسانه‌ای کمک می‌کند شهروندان در گفتمان عمومی و اجتماعی مسائل جامعه حضوری فعال داشته باشند و نسبت به مسائل حساس شوند. از طرف دیگر مهارت‌های سواد رسانه‌ای کمک می‌کند که شهروندان از خود و دیگران در برابر محتوی مضر محافظت کنند همچنین، فشارهای واردآمده برای پذیرش یک عقیده یا همسوئی با جریان خاص را به چالش بکشند. این موضوع باعث می‌شود حساس‌سازی نسبت به موضوعات مختلف نوعی مشارکت در فضای مجازی و واقعی را باعث شود و شهروندان پذیرندگان منفعلی نباشند (وایت ورت^۲، ۲۰۱۴، ص. ۲۸). همچنین سواد سیاسی بخشی از شناخت مدنی که به آگاهی‌های مردم از مسائل سیاسی و اجتماعی جامعه خود در سطوح مختلف جامعه و عرصه بین‌الملل اشاره دارد. سواد رسانه‌ای نقش مهمی در ارتقای سواد سیاسی دارد (نیلی، موسوی و موسوی، ۱۳۹۳، ص. ۵۱).

۲-۳-۲- تقویت حوزه عمومی

از دیدگاه هابرماس^۳ جامعه را می‌توان به سه حوزه تقسیم کرد؛ که عبارت‌اند از: حوزه خصوصی، حوزه عمومی و حوزه دولتی. حوزه خصوصی از آن خانواده است، حوزه عمومی دربرگیرنده گروه‌های شغلی، مذهبی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، روزنامه‌ها، مجلات، رادیو و تلویزیون و دیگر وسایل ارتباط جمعی است و حوزه دولتی

^۱. Miller

^۲. Whiteworth

^۳. Habermas

نیز دولت و ساختارهای آن است. حوزه عمومی در میان این سه حوزه از اهمیت زیادی برخوردار است. این حوزه‌ها مرزهای سیالی دارند و فرد ممکن است از یک حوزه به حوزه دیگر در حال حرکت باشد؛ این حرکت به عوامل متفاوتی مثل طبقه، جنسیت و سطح سواد و ... بستگی دارد (بوستانی و پولادی، ۱۳۹۶، ص. ۲۳). در یک دید واقع-بینانه باید گفت داشتن سواد رسانه‌ای به توسعه مشارکت اجتماعی و تقویت و بسط حوزه عمومی کمک می‌کند. از منظر هابرماس در حوزه عمومی افراد از طریق مفاهمه، ارتباط و استدلال مبتنی بر تعقل، موضع‌گیری‌ها و جهت‌گیری‌های هنجاری‌ای اتخاذ می‌کنند که بر فرایند اعمال قدرت دولت، تأثیراتی آگاهی‌دهنده و عقلانی‌ساز باقی می‌گذارند. نمود عینی این موضوع در ویتنام رخ داد: ۲۱ وبلاگ‌نویس در ویتنام در سال ۲۰۰۸ فساد دولتی را کشف کردند. اگرچه متعاقب آن دستگیر شدند، اما فشارهای اجتماعی برای پاسخگویی و شفافیت در دولت افزایش یافت. در واقع می‌توان گفت وبلاگ‌نویسی نقش مهمی در ارتقاء سواد رسانه‌ای و شناخت لایه‌های پنهان پیام‌های رسانه‌ای به‌ویژه رسانه‌های دولتی داشت. وبلاگ‌نویسی به‌عنوان نمونه‌ای از ارتقاء سواد رسانه‌ای عطف روزافزون عمومی برای اطلاع‌رسانی و آزادی برای بحث و گفتگو در مورد امور جاری را نشان می‌دهد، همچنین رسانه‌های جدید بالقوه مانند وبلاگ‌ها در مطرح کردن موضوعات مربوط به نگرانی عمومی، سؤال از اقدامات دولت و افشای دیدگاه‌های مختلف نقش مهمی دارند. از این رو، شهروندان با ایجاد مشارکت و فشار به رسانه‌های خبری برای پوشش موضوعاتی، می‌توانند در برنامه‌های عمومی سهیم باشند. گزارش‌های شهروندان از طریق وبلاگ یا ویدئو نقش مهمی در شفاف‌سازی و پاسخگویی دولت و تقویت بحث و گفتگو دارند (لیمبرگ^۱، ۲۰۱۲، ص. ۹۴).

۲-۳-۳- ارتقای حقوق شهروندی

در دولت‌های 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 می‌توانند مطالبه گر آن باشند؛ از آنجایی که یکی از حیاتی‌ترین نقش رسانه‌ها آموزش در زمینه‌های

^۱. Limberg

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 و حقوق شهروندی را نیز مدنظر قرار می‌دهند تا جامعه را به سوی مدنیت رهبری کنند (پریز تورنو و واریس^۱، ۲۰۱۱، ص. ۱۳). رسانه‌ها باید به مردم بیاموزند که مفهوم شهروندی^۲ 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 به‌طور کلی رفتارهای مدنی از جمله مشارکت‌های اجتماعی^۳ در جامعه نیازمند کسب اطلاعات و آموزش در این زمینه است. 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 اجرایی‌سازی برنامه‌هایشان شوند (پریز تورنو و واریس، ۲۰۱۱، ص. ۱۳). باید گفت حقوق شهروندی مجموعه‌ای از قواعد حاکم بر روابط اشخاص در جامعه شهری است و شامل حقوقی نظیر حقوق مدنی و سیاسی (نظیر حق انتخاب شدن و انتخاب کردن، منع تبعیض حق داوری) و حقوق اقتصادی و اجتماعی (نظیر حق داشتن شغل، برخورداری از آموزش و پرورش، مسکن و پوشاک مناسب) است. سواد رسانه‌ای می‌تواند ابعاد حقوق شهروندی را به مخاطب بشناساند در حالی که شهروندی فعال و آگاه، شهروند پیگیر حقوق شهروندی خود است چه بسا فردی سواد رسانه‌ای داشته باشد و به حقوق شهروندی خود نیز آگاه باشد لیکن نسبت به احقاق حقوق خود چندان کوششی ننماید اما زمانی که فرد توسط سواد رسانه‌ای به شهروندی آگاه، فعال و مشارکت‌جو تبدیل می‌شود پیگیر احقاق خود و دیگران در قالب گروه‌های اجتماعی خواهد بود؛ بنابراین کارکرد سواد رسانه‌ای علاوه بر شناساندن حقوق شهروندی تبدیل شهروندان به افرادی فعال و مشارکت‌جو هستند.

^۱. Perez Torenro and Varis

^۲. Citizenship

^۳. Social Participation

۲-۳-۴- پاسخگویی حاکمیت

در جامعه مدنی نه تنها اصل تساهل و مدارا مورد احترام و عمل است، بلکه حکومت از یکسو "حق پرسش" درباره اعمال خود را برای شهروندان به رسمیت می‌شناسد و از جانب دیگر، خود را موظف به پاسخگویی^۲ 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 تمنیات مردم خود را نمایندگی می‌کنند مدیریت جامعه را بر عهده می‌گیرند (کلارک و مارگتس^۳، ۲۰۱۴، ص. ۳۹۴). 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 خواسته‌های جامعه را که در واقع، همان پرسش‌های مردم از حکومت است در قالب گزارش‌ها، مقالات، نقدها، تفسیرها و ... با دولت در میان می‌گذارند و متقابلاً، پاسخ دولتمردان را به سؤالات مردم، دریافت و منتشر می‌کنند. بی‌شک 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 ارتقا دادن 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 (کلارک و مارگتس، ۲۰۱۴، ص. ۳۹۵).

۲-۳-۵- توسعه جامعه مدنی

جامعه مدنی^۴، 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

^۱. Ask Right

^۲. Responsibility

^۳. Clarke and Margetts

^۴. Civil Society

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^۱، جامعه مدنی را سنگ‌های ملت می‌داند که دولت برای فتح یک جامعه باید آن را فتح کند (بورت^۲ و همکاران، ۲۰۱۲، ص. ۵۶). توجه به حقوق اساسی^۳ و آزادی‌های فردی^۴ 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 (بورت و همکاران، ۲۰۱۲، ص. ۵۶).

۲-۳-۶- توسعه گفتگوی عمومی

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 گفتگو 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، به‌مثابه 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 تخاصم، پرخاش و خشونت و توسل به قوه قهریه جلوگیری می‌کنند (مارتینسن^۵، ۲۰۰۹، ص. ۵). 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 غیرفکری و غیرفرهنگی روی نیاورد. در چنین حالتی البته ارتقای سواد رسانه‌ای ضروری

^۱. Antonio Gramsci

^۲. Bevort

^۳. Basic Right

^۴. Individual freedoms

^۵. Martinsen

است زیرا تا درک درستی از محتوای رسانه نباشد درک درستی هم برای مفاهمه و گفتگو ایجاد نخواهد شد (مارتینسن، ۲۰۰۹، ص. ۵). تفاوت حوزه عمومی با گفتگوی عمومی این است که در گفتگوی عمومی، حوزه عمومی با محوریت رسانه‌ها نقش فعال‌تری در بیان مسائل بازی می‌کند و نوعی گفتگوی عمومی در بین شهروندان صورت می‌گیرد. این گفتگو براساس آشکارسازی لایه‌های پنهانی است که سواد رسانه-ای صورت داده است. بدین معنی که افزایش سواد رسانه‌ای در بین شهروندان باعث می‌شود اهداف صاحبان سرمایه، از بکارگیری رسانه‌ها و ساخت برنامه‌های متنوع برای شهروندان مشخص شود و شهروندان با شناسایی این اهداف، وارد یک گفتگوی عمومی برای محافظت از حوزه عمومی شوند به‌عنوان نمونه تبلیغات مصرف‌گرایی که در رسانه‌های غربی با محوریت سلبریتی‌ها ارائه می‌شود نوعی سرپوش‌گذاردن بر نابرابری‌های اقتصادی-اجتماعی و به گردش درآوردن تقاضای مصرفی بازار برای کمپانی‌های سرمایه‌داری است سواد رسانه‌ای کمک می‌کند مخاطب اهداف این تبلیغات مصرف‌گرا را شناسایی نماید و با ابزارهای رسانه‌ای خود گفتگوی عمومی را تقویت نماید بنابراین حوزه عمومی با توسعه گفتگوی عمومی موضوعیت می‌یابد.

۳- پیشینه تجربی تحقیق

در جدول شماره ۱ پیشینه تحقیقات داخلی و خارجی آمده است همان‌طور که ملاحظه می‌شود در این تحقیقات تأثیرگذاری سواد رسانه‌ای بر ابعاد گوناگون حکمرانی و زمینه‌هایی است که می‌تواند توسعه حکمرانی را به همراه داشته باشد.

جدول شماره ۱. خلاصه تحقیقات مرتبط

ردیف	محقق/محققین (سال)	عنوان تحقیق	یافته‌ها
۱	نواح، حزباوی و رستگاری (۱۳۹۸)	پیامدهای جامعه‌شناختی سواد رسانه‌ای بر آگاهی از حقوق شهروندی و دموکراسی‌خواهی	میزان سواد رسانه‌ای شهروندان شهر اهواز 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

<p>وابسته نیز افزایش می‌یابد.</p>			
<p>میزان آگاهی شهروندان از وظایف شهروندی بالاتر از حقوق شهروندی است و میزان آشنایی شهروندان با معنی و مفهوم شهروندی در حد متوسط است. میزان آگاهی مردان از حقوق و وظایف شهروندی بالاتر از زنان است. همچنین، متأهلین نسبت به مجردین آشنایی بیشتری با حقوق و وظایف شهروندی دارند. بین متغیر سواد رسانه‌ای و شهروندی نیز در این تحقیق رابطه معنی‌داری مشاهده شد؛ یعنی با افزایش سواد رسانه‌ای، میزان آگاهی از حقوق و وظایف شهروندی نیز افزایش می‌یابد. از میان متغیرهای مستقل مورد بررسی، به ترتیب، متغیرهای تحصیلات، سواد رسانه‌ای و سن بیشترین تأثیر را بر آگاهی از حقوق و وظایف شهروندی داشته‌اند.</p>	<p>شهروندی و سواد رسانه‌ای بررسی رابطه وضعیت شهروندی و سواد رسانه‌ای در بین شهروندان زنجان</p>	<p>ملکی، حیدری و حاجی مظفری (۱۳۹۵)</p>	<p>۲</p>
<p>نتایج تحقیق حاکی از آن است که مدیریت شهری می‌بایست در جهت اداره شهرها، آموزش سواد رسانه‌ای را در سرفصل‌های اصلی آموزش شهروندی قرار دهد. تا بدین وسیله بتواند ضمن استفاده از ظرفیت‌های مفید رسانه‌های جدید، مانع فروپاشی فرهنگی دینی و ملی مردم گردد.</p>	<p>نقش آموزش سواد رسانه‌ای در آموزش شهروندی</p>	<p>کوشکی (۱۳۹۵)</p>	<p>۳</p>
<p>یکی از لوازم تقویت فرایند توسعه سیاسی در جامعه ایرانی، ارتقای سواد رسانه‌ای شهروندان است تا رسانه‌ها بتوانند کارکردهای مطلوب خود را در این زمینه ادامه‌دهنده و به افزایش آگاهی شهروندان کمک کنند. همچنین ارتقای فهم و سواد رسانه‌ای می‌تواند بر نقش رسانه‌ها تأثیرگذار باشد و تسریع و تقویت توسعه سیاسی را در جامعه ایرانی موجب شود.</p>	<p>ارتقای سواد رسانه‌ای و تأثیر آن بر تقویت توسعه سیاسی در جامعه ایرانی</p>	<p>دارابی (۱۳۹۵)</p>	<p>۴</p>

۵	سرفراز (۱۳۹۰)	آموزش سواد رسانه‌ای خلاقیت و نقادی شهروندان در فرهنگ رسانه‌ای امروز	آموزش سواد رسانه‌ای بر تحلیل و تفکر انتقادی شهروندان تأثیر مثبت دارد.
۶	لی ^۱ و همکاران (۲۰۲۰)	تأثیر سواد اطلاعاتی بر اعتماد به حکمرانی و وبسایت‌های دولتی	سواد رسانه‌ای بر پذیرش حکمرانی تأثیر دارد. سواد اطلاعاتی تأثیر مثبت بر اعتماد به وبسایت‌های دولتی دارد.
۷	آسونگو و اودهیامبو ^۲ (۲۰۱۹)	حکمرانی و شبکه‌های اجتماعی در آفریقا	فیسبوک نقش مهمی در گسترش حکمرانی در آفریقا دارد.
۸	مالاواراچچی ^۳ (۲۰۱۵).	اثر سواد رسانه‌ای بر ارتقاء حق دانستن و دسترسی به اطلاعات: دیدگاه دموکراتیک	دموکراسی از طریق تقویت مهارت گفتگو، دانش مردم که به واسطه سواد رسانه‌ای و به تبع آن مشارکت اجتماعی به وجود می‌آید غنی می شود. البته رسانه‌ها می‌توانند با دامن زدن به پرخاشگری اجتماعی ماهیت دموکراسی را به چالش بکشند بر همین اساس مهارت‌های ارزیابی و تحلیل انتقادی پیام‌های رسانه‌ای به کمک دموکراسی می‌آیند.
۹	هاس برینک ^۴ (۲۰۱۲)	نقش مخاطبان با حکمرانی رسانه: ابعاد نادیده گرفته شده حکمرانی رسانه	در مبحث سواد رسانه‌ای، الگوها و سطوح رسانه‌ای مورد غفلت واقع شده است بر همین اساس صحبت در ارتباط با کاربران رسانه‌ها با عنوان بازگیران رسانه‌ها به نظر ناآشنا و عجیب می‌آید.
۱۰	مارتینسن ^۵ (۲۰۰۹)	نقش سواد رسانه‌ای در اصلاحات حکمرانی	سواد رسانه‌ای در شفافیت، پاسخگویی و انجام اصلاحات سیاسی-اقتصادی موثر است.

^۱. Lee

^۲. Asongu and Odhiambo

^۳. Mallawaarachchi

^۴. Hasebrink

^۵. Martinsen

نتیجه‌گیری

پیچیدگی جوامع امروزی و متکثر شدن قطب‌های قدرت سبب شده که مشارکت و حضور مردم در جامعه مدنی برجسته‌تر شود لیکن ارتقاء فناوری‌های اطلاعاتی سبب شده که کاربران به‌منظور مشارکت بیشتر در فرایندهای حکمرانی به ماهیت پیام‌های ارسالی دقت نمایند و بتوانند پیام درست را تشخیص دهند تا کنش اجتماعی مناسب را عملیاتی سازند. هدف عمده آموزش سواد رسانه‌ای این است که گیرندگان ارتباطات جمعی در فرآیند انتقال و کسب اطلاعات به شرکت‌کنندگان فعال و آزاد تبدیل شوند؛ نه این‌که حالتی ایستا، منفعل و تابع نسبت به تصاویر و ارزش‌هایی داشته باشند که در یک جریان یک‌طرفه از منابع رسانه‌ای انتقال پیدا می‌کنند؛ بنابراین مخاطب با آموختن سواد رسانه‌ای توانایی شناسایی پیام‌های مخرب را کسب کرده و می‌تواند نوعی رژیم مصرف رسانه‌ای را برای خود تنظیم کند. این مهارت هم چون یک رژیم غذایی عمل می‌کند که هوشمندانه مراقب است چه موادی مناسب هستند و چه موادی مضر؛ چه چیزی را باید مصرف کرد و چه چیزی را نه؛ و یا این که میزان مصرف هر ماده بر چه مبنایی باید استوار باشد. سواد رسانه‌ای می‌تواند به مخاطبان رسانه‌ها بیاموزد که از حالت یک مصرف‌کننده محض خارج شده و به صورتی فعالانه به‌گونه‌ای در جریان انتقال اطلاعات قرار گیرند که درنهایت به نفع آنان باشد. سواد رسانه‌ای در حکمرانی، بازی‌گر ۶ نقش عمده است: نقش اول، ارتقای شهروندی فعال و آگاه است؛ چون سواد رسانه‌ای مهارت‌هایی نظیر تفکر انتقادی، حل مسئله، استقلال شخصی و مهارت‌های ارتباطی و اجتماعی به افراد می‌دهد این مهارت‌ها زمینه مشارکت، کمپین‌سازی و حضور در تصمیم‌سازی‌ها و فشار بر آنها را تسهیل می‌کند. نقش دوم سواد رسانه‌ای، تقویت حوزه عمومی است؛ حوزه عمومی محل حضور کنشگران مختلف اجتماعی است که در آن افراد به‌منظور مشارکت در مباحث باز و علنی گردهم می‌آیند. سواد رسانه‌ای می‌تواند نیازهای عمومی بین شهروندان را شناسایی و علنی و موردبحث قرار دهد. تأثیرگذاری سواد رسانه‌ای در بُعد سوم بر ارتقای حقوق شهروندی است؛ از

آنجائی که حقوق شهروندی شامل حقوق سیاسی، اجتماعی و پایه‌ای است سواد رسانه‌ای این قابلیت و قدرت را دارد که این حقوق را از حاکمیت مطالبه‌گری نموده و بر تصمیم‌سازی تأثیرگذار باشد. در بُعد چهارم، سواد رسانه‌ای نوعی پرسش‌گری است که حاکمیت را ملزم به پاسخگویی می‌نماید. همچنین سواد رسانه‌ای نقش مهمی در توسعه جامعه مدنی و نقد عملکرد حکومت و تشکیل نهادهای مدنی دارد. در نهایت سواد رسانه‌ای بر بازشدن فضای نقد و گفتگو و بحث‌های آزادانه تأثیرگذار است. سواد رسانه‌ای نوعی مهارت کنش‌گرا و ارتباط‌گرا است. بر همین اساس، از مزایای سواد رسانه‌ای این است که به افراد می‌آموزد در فضای موجود، رسانه‌ها اشباع از اطلاعاتی هستند که به برخی از آنها به هیچ‌وجه نیازی نیست و شخص باید از پیام‌ها و اطلاعات اطراف، بر اساس نیازهایش استفاده کند تا دچار سردرگمی نشود. اشباع اطلاعاتی می‌تواند کنش اجتماعی و تأثیرگذاری گروه‌های اجتماعی به تعویق بیندازد این موضوع باعث می‌شود حاکمیت در مقابل مردم شفافیت و پاسخگویی خود را به علت کنشگری ضعیف شهروندان از دست دهد؛ بنابراین اصل است که این مهارت در کلیه سطوح آموزشی جدی گرفته شود و به‌عنوان ابزار مهمی در توسعه جامعه مدنی نگریسته شود.

کتابنامه

۱. بوستانی، مهدی، پولادی، کمال (۱۳۹۶). بررسی عناصر تشکیل دهنده حوزه عمومی در اندیشه هابرماس. *فصلنامه تخصصی علوم سیاسی*، ۱۳(۳۸)، ۲۱-۴۲. doi: 10.17061-1147.
۲. دارابی، علی. (۱۳۹۵). ارتقای سواد رسانه‌ای و تأثیر آن بر تقویت توسعه سیاسی در جامعه ایرانی. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۲۳(۸۶)، ۶۳-۸۳. doi: 10.22081/cr.10.22081-2016,21007.
۳. سرافراز، حسین (۱۳۹۰). آموزش سواد رسانه‌ای خلاقیت و نقادی شهروندان در فرهنگ رسانه‌ای امروز، سمینار رسانه و آموزش شهروندی، تهران، اداره کل آموزش‌های شهروندی شهرداری تهران.
۴. کوشکی، امین (۱۳۹۵). *نقش آموزش سواد رسانه‌ای در آموزش شهروندی*، دومین همایش ملی رسانه، ارتباطات و آموزش‌های شهروندی، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق.

۵. ملکی، امیر، حیدری، یحیی، حاجی مظفری، سارا (۱۳۹۳). شهروندی و سواد رسانه‌ای بررسی رابطه وضعیت شهروندی و سواد رسانه‌ای در بین شهروندان زنجان. فصلنامه پژوهشنامه توسعه فرهنگی اجتماعی. ۱۰۸-۹۲، ۱(۱).
۶. موسوی ندوشن، فاطمه‌السادات، موسوی، ستاره، نیلی احمدآبادی، محمدرضا (۱۳۹۳). بررسی میزان سواد سیاسی و اجتماعی شهروندان بزرگسال شهر اصفهان. جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۵(۲)، ۴۹-۶۰.
۷. نواح، عبدالرضا؛ حزباوی، عزیز؛ رستگاری، سمیه (۱۳۹۸). پیامدهای جامعه‌شناختی سواد رسانه‌ای بر آگاهی از حقوق شهروندی و دموکراسی خواهی. مطالعات رسانه‌های نوین. ۵ (۱۸): ۲۲۸-۲۰۳.
۸. Araral, Eduardo. Wand, Yahua (2013). Water Governance ۲,۰۰: A Review and Second Generation Research Agenda. Water Resource Manage (2013) 27:3945-3957 DOI 10.1007/s11269-013-0389-x.
۹. Bevort, E., Frau-Meigs, D., Jacquinet-Delaunay, G., & Souyri, C. (2012). From Grunwald to Paris towards a Scale of Change? In U. Carlsson, S. Tayie, G. Jauinot-Delaunay & J. M. Perez Tornero (Eds.) Empowerment though Media Education—an Intercultural Dialogue. Goteborg, Sweden: Nordicom.
۱۰. Bird, W. (2008). Why media monitoring matters for democracy and good governance. Presented at the Workshop on Access to Information, Media and Accountability. Dares-Salaam March 6, 2008. Retrieved November 26, 2008, from <http://siteresources.worldbank.org/PSGLP/Resources/WilliamBirdGoodgovernancePPT.pdf>
۱۱. Clarke, A., Margetts, H. (2014). Governments and Citizens Getting to Know Each Other? Open, Closed, and Big Data in Public Management Reform. Policy and Internet, 6(4): 393-417.
۱۲. Dixit, A. (2009), “Governance, Institutions and Economic Activity”, American Economic Review, Vol. 99, No. 1.
۱۳. Hasebrink, Uwe (2012). The Role of the Audience within Media Governance: The Neglected Dimension of Media Literacy. Media studies. 3 (6).
۱۴. Limberg, L. (2012). Three theoretical perspectives on information literacy. Human IT, Vol. 11. No. 2. 93-130

۱۵. Mallawaarachchi, Chammika (2015). Impacts of media literacy to enhance right to know and access to information: democracy perspective. *International Journal of Scientific and Research Publications*. 5(11). ISSN 2250-3153.
۱۶. Martinsson, Johanna (2009). The Role of Media Literacy in the Governance Reform Agenda. *Communication for Governance and Accountability Program (CommGAP)*. the world Bank.
۱۷. Miller, R. (2015). Learning, the Future, and Complexity. An Essay on the Emergence of Futures Literacy. *European Journal of Education*, Vol. 50. No. 4. 513-523.
۱۸. Neto, Susana (2016). Water governance in an urban age. *Utilities Policy*. Volume 43, Part A, Pages 32-41.
۱۹. Olson, Ann C. (2008). The Role of Media-Support Organizations and Public Literacy in Strengthening Independent Media Worldwide. Washington, DC: Center for International Media Assistance, National Endowment for Democracy. Retrieved August 5, 2008 from http://www.ned.org/cima/CIMA-Media_Support_Organizations_and_Media_Literacy-Report.pdf.
۲۰. Pahl-Wostl Claudia (2019). The role of governance modes and meta-governance in the transformation towards sustainable water governance. *Environmental Science & Policy*. Volume 91, Pages 6-16.
۲۱. Perez Tornero, J. M. & Varis, T. (2011). Media Literacy and New Humanism. UNESCO Institute for Information Technologies in Education, Moscow.
۲۲. Potter, W. James. (2005). *Media Literacy*. Sage Publications.
۲۳. 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.
۲۴. Rogers, P and Hall, A (2003) "Effective Water Governance", Global Water Partnership Technical Committee, Background Paper no. ۷.
۲۵. Simplicio A. Asongu, Nicholas M. Odhiambo, (2019). Governance and social media in African countries: An empirical investigation, *Telecommunications Policy*, 43 (5): 2019: 411-425. ISSN 0308-5961, <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2018.10.004>.

۲۶. Taejun Lee, Byung-Kwan Lee, Seulki Lee-Geiller, The effects of information literacy on trust in government websites: Evidence from an online experiment, *International Journal of Information Management*, Volume 52, 2020, 102098, ISSN 0268-4012, <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102098>.
۲۷. Trivedi, H. (2013). *Cloud Adoption Model for Governments and Large Enterprises*. Master's Thesis, Massachusetts. Institute of Technology, Cambridge, MA, USA.
۲۸. Tropp H (2007) Water governance: trends and needs for new capacity development. *Water Policy* 9(2):19-30. doi:10.2166/wp.2007.137.
۲۹. Waheed Khan, A. (2008). *Media Education, a Crucial Issue in the Building of an Inclusive Knowledge Society*. In U. Carlsson, S. Tayie, G. Jauinot-Delaunay & J. M. Perez Tornero (Eds.) *Empowerment through Media Education—an Intercultural Dialogue* (p. 16). Goteborg, Sweden: Nordicom.
۳۰. Whitworth, A. (2014). *Radical Information Literacy. Reclaiming the Political Heart of IL Movement*. Chandos Publishing.
۳۱. Woodhouse, P., M.Muller (2017). *Water Governance—An Historical Perspective on Current Debates*. *World Development*. Volume 92, Pages 225-241.
۳۲. Yasmin, T., M.A.Farrelly, B.C.Rogers (2018). *Evolution of water governance in Bangladesh: An urban perspective*. *World Development*. Volume 109, Pages 386-400.
۳۳. Zacchetti, M. & Vardakas, P. (2008). *A European Approach to Media Literacy*. In U. Carlsson, S. Tayie, G. Jauinot-Delaunay & J. M. Perez Tornero (Eds.)