

تعامل سواد رسانه ای و آموزش شهروندان از چشم انداز نظری

محمد مهدی صالح^۱، دکتر حسن شمسنینی غیاثوند*^۲، دکتر حسینعلی نوذری^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۱۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۰۴

چکیده:

یکی از مهمترین موضوعات در عصر جهانی شدن، آموزش به همه شهروندان بخصوص نسل های جدید است، چرا که این همه ابعاد زندگی نسل جدید با رسانه های نوین درهم آمیخته شده است. سوال و هدف محوری این پژوهش تعامل رسانه ها با آموزش بخصوص از دیدگاه متفکران و نظریه پردازان است. با استفاده از روش تبیینی می توان گفت که رسانه ها، مختصات آموزشی را دگرگون کرده اند. آموزش سواد رسانه ای می تواند نتایج مثبتی بر دانش، مهارت ها و نگرش دانش آموزان در تحلیل و درک انتقادی رسانه ها و اطلاعات نادرست داشته باشد. شایستگی های سواد رسانه ای برای مشارکت فعال در جامعه دموکراتیک لازم است. آنها شهروندان را قادر به دسترسی، درک و برخورد با رسانه ها می کنند و آنها را تشویق می کنند تا به عنوان عامل سیاسی تبدیل شوند. آموزش سواد رسانه ای در مدارس می تواند به مقابله با چالش های مربوط به انتشار اطلاعات نادرست کمک کند. روند بی سوادی رسانه ای نگران کننده است. واقعیت این است که سواد رسانه ای یک جهان بینی است. این جهان بینی برای شهروندی دموکراتیک و دیجیتال ضروری بوده و رهایی بخش است. در واقع سواد رسانه ای در رویکرد آموزشی هم دارای ابعاد مثبت و ظرفیت بخش همانند خارج شدن آموزش از سلطه دولت ها، جهانی شدن آموزش های یکسان، آموزش های انتقادی و هم چالش های آموزشی همچون زوال جایگاه آموزش های سیستمی، آشفتگی های آموزشی و افزایش تنش های اجتماعی اشاره کرد.

کلیدواژگان؛ آموزش، رسانه، هابرماس، دولت، سیستم های آموزشی

^۱ دکترای گروه علوم سیاسی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران.

^۲ گروه علوم سیاسی، واحد تاکستان، دانشگاه آزاد اسلامی، تاکستان، ایران. نویسنده مسئول shamsini_h@yahoo.com

^۳ گروه علوم سیاسی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران.

The interaction of media literacy and citizen education from a theoretical perspective

Abstract:

Smart systems are one of the most important issues among IT companies. With the development that exists in today's societies, the need to transform traditional universities and subsequently knowledge-based companies into universities and Intelligent Systems is noticeable. The need for coordination between the development of technology in the field of Economics and consequently in the field of Education. The present research has identified effective indicators of smart universities for the development of a knowledge-based system in the Free Universities of Tehran. The aim of this study is to identify effective indicators of intelligent universities for the development of a knowledge-based system. The study was first conducted using the library method to examine the broad literature of the subject, which resulted in the preparation of a preliminary framework of the components and indicators of the intelligent University on the development of the knowledge-based system, and was identified with the help of the Delphi phase method and the opinion of ۱۰ experts. And in order to structure the relationships between indicators and their dependence, mcphasey was used to identify the most advantage of each indicator using the dimethylphasey method. Based on the results of the research, the dimensions of the intelligent university model in the development of the knowledge-based system include ۸ dimensions: management dimensions, strategic dimensions, regulatory dimensions, organizational dimensions, human dimensions, environmental dimensions, infrastructure dimensions, governance dimensions that these ۸ dimensions can play a significant role in the development of knowledge-based systems.

Keywords: Education, media, Habermas, government, educational systems

مقدمه

ایجاد تکنولوژی‌های ارتباطی و فرهنگی، نظریاتی نیز در این زمینه ارائه شده گرچه از همان ابتدا دو نظریه در مقابل یکدیگر قرار گرفتند. نظریه‌ای که معتقد بود، رسانه‌ها برای جامعه مدنی و دموکراسی مفید هستند که این دیدگاه پیش‌تر از طرفداران دموکراسی تاکید شد. اما نظریه عمده، نظریه‌ای بود که از طرف نظریه طرفداران فرانکفورت و یا انتقادی هم‌چون هورکهایمر و آدورنو و مارکوزه مطرح شد که رسانه‌های جدید و به طور کلی تکنولوژی نوین در خدمت قدرت و صاحبان سرمایه و تکنولوژی هستند که تحت عنوان صنعت فرهنگ، از این نظریه یاد می‌شود. که براساس این دیدگاه صاحبان تکنولوژی با القاء ایدئولوژی و ارزش‌های خود در جامعه منافع اقتصادی خود را نیز تامین می‌نمایند. درواقع فرهنگ می‌تواند، عنوان عامل ساختاری و زیربنایی و اقتصاد را نیز تحت پوشش خود قرار می‌دهد. ولی با پیشرفت فناوری‌های جدید ارتباطی همه متفکران علوم اجتماعی و فرهنگی به ارائه نظریاتی در این زمینه پرداختند نظریه‌ای که آیا رسانه‌ها تا چه اندازه برای جامعه و دموکراسی مفید هستند و درواقع مستقل از سیاست عمل می‌کنند.

ویژگی رسانه‌ها در عصر حاضر و نتایجی که برای جامعه داشته‌اند تحت عنوان پوپولیست از آن یاد می‌شود که البته برخی از عناوین دیگری هم‌چون پوپولیست فنی، پوپولیسم ملایم و بازایابی سیاسی و توده‌گرایی خوشایند برای این موضوع استفاده می‌کنند. برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های پوپولیسم رسانه‌ای در عصر حاضر عبارتند از:

۱- اجتناب از بیان حقایق ۲- اجتناب از بیان نادرستی‌ها در رسانه از سوی سیاستمداران و یا به طور کلی از سیاست ۳- افزایش انعطاف‌پذیری در میان سیاستمداران ۴- تاکید بر نمایش و بسته‌بندی و ظاهر سازی به جای توجه به اصول و ایدئولوژی و به طور معمول از سوی اکثر سیاستمداران در شرایط کنونی اتخاذ می‌شود که برخی از این شیوه و تکنیک تحت عنوان مرد دوست داشتنی یاد می‌کنند تاکید رسانه‌ها بر طبقات عام جامعه و یا مخاطبان عمومی خود تاکید بر مبارزه منفی یعنی خلق دشمنان سیاسی به جای توجه به ایجاد دوستان و حتی دوستی بین رای دهندگان جواب سوال با سوال و یا از پاسخ دادن طفره می‌روند و یا پاسخ‌های آماده شده از قبل را ارائه می‌کنند.

پیشینه پژوهش

-لازارسفلد (۱۳۸۲)، با کمک بزرگان جامعه‌شناسی و روانشناسی برنارد برلسون و هاتسن گودت در کتاب انتخاب مردم (چگونه مردم در انتخابات ریاست جمهوری تصمیم می‌گیرند، نظریه جریان دو مرحله‌ای اطلاعات)، گزارشی درباره رفتار سیاسی آمریکاییان در جریان مبارزات انتخاباتی ریاست جمهوری بدست می‌دهد.

نای و گولد (۲۰۱۰)، در پژوهشی با نام "اثر خبر آنلاین بر رفتار سیاسی" ابتدا تأکیدی بر قدرت شبکه جهانی وب بر مشارکت سیاسی دارند آنها پیش-بینی می-کنند اینترنت به عنوان وسیله-ای که دسترسی به اخبار ارزان و قابل تنظیم، را ممکن میسازد، هدایت رفتار مردم را در بلند مدت بر عهده میگیرد.

آنتونیز (۲۰۱۰)، در مقاله خود با عنوان "تئوریهای رفتار رأی دهی" به بررسی نظریه-های اصلی رفتار انتخاباتی می-پردازد. او بر مدل جامعه-شناسی رفتار رأی دهی، مدل روانی و تئوری انتخاب عقلانی معتقد است و بر پیوستگی این سه مدل تأکید می-کند و این سه مدل را مکمل هم می-داند و نتیجه می-گیرد که کلیه مشارکت-های مردمی مربوط به این سه مدل اصلی رفتار رأی-دهی است. لیگ (۲۰۰۵)، در پژوهش خود با نام "رأی-گیری-های اقتصادی و رفتار انتخاباتی: آیا عوامل فردی، محلی و ملی بر انتخابات تأثیر میگذارند؟" نشان داده است که در استرالیا بین سال-های ۱۹۶۶ و ۲۰۰۱ در ۱۰ انتخابات تأثیر عوامل: فردی، محلی و ملی در تصمیم-گیری رأی-دهندگان به راحتی قابل شناسایی و کشف است.

چو و رودولف (۲۰۰۵)، نشان می-دهند که مشارکت سیاسی از لحاظ جغرافیایی خوشه-ای است. به عبارت دیگر، رفتار مشارکتی شهروندان، به شدت از رفتار مشارکتی کسانی تأثیر می-پذیرد که در همسایگی آن-ها زندگی می-کنند.

یکی از نخستین کارها کتاب "جادوی گفتار؛ ذهنیت فرنگی و نظام معانی در انتخابات دوم خرداد" تالیف محمد جواد غلامرضا کاشی (۱۳۷۹)، است. این کتاب درصدد پاسخ-گویی به این پرسش است "که انتخابات دوم خرداد نمایانگر چه تحولاتی در گفتار و نظام تبعیت سیاسی است.

بشیریه (۱۳۹۴)، در مقاله ای به نام "تئوری جامعه توده وار" به ویژگی-های جامعه توده وار اشاره و نتیجه-گرفته که در چنین جامعه-ای سازمان-ها و جماعات که واسطه ای بین افراد جامعه و حاکمان هستند، به دلایلی از میان رفته-اند و افراد بدون واسطه هایی از جمله اتحادیه-های کارگری و باشگاه ها، در مقابل حاکمان قرار دارند.

ویژگی سیاسی جامعه اطلاعاتی

درباره ی تحولات سیاسی در عصر ارتباطات، نظریات گوناگون و متنوعی وجود دارد به طور کلی می توان این نظریات را در ۲ سطح مورد بررسی قرار داد. در سطح اول مجموعه ی آرا و نظریاتی که پیرامون انقلاب اطلاعاتی در دولت-ملت ها به عنوان اصلی ترین بازیگران سیاسی دوران مدرن ایفای نقش نموده اند و سطح دوم مربوط به نظریاتی است که به تحولات در نهادها و بازیگران غیر دولتی و

افزایش یا کاهش نقش و تاثیر آنها در عصر انفجار اطلاعات اشاره می نمایند، در مورد سطح اول در این جا به دو مورد اشاره می شود، یکی نظریه گیدنز و دیگری نظریه جوزف نای که هر یک از زوایای متفاوتی تاثیر اطلاعات را در ساخت دولت ملی مورد ملاحظه قرار داده اند، در این رابطه آنتونی گیدنز به نقش اطلاعات در ساختار دولت ملی اشاره می نماید. وی اطلاعاتی شدن جامعه را فرایندی مربوط به آغاز و پیدایش جوامع مدرن ونه پایان قرن ۲۰می داند. از نظر گیدنز دولت های ملی به خاطر این که لااقل می بایست اعضای خود را بشناسند (و الزاماً آن هایی را که به آن متعلق نیستند) از همان آغاز استقرار جوامع اطلاعاتی اند. گیدنز باور دارد که دولت های ملی می بایست تسلط خود را هم بر «منابع تخصیص دهنده» (برنامه ریزی و مدیریت) و هم بر منابع اقتدار (قدرت و نظارت) حفظ کنند. ومعتقد است در عین حال که این منابع در دولت مدرن گرایش به تمرکز دارند، نظارت کار او موثر نیاز دو هر دو این ها است (وبستر، ۱۹۹۵، ۱۰۲)

مساله بعدی مربوط به نقش اطلاعات در پیدایش دولت های مدرن است. نکته این است که اکثریت قاطع دولت های ملی در وضعیت جنگی پدید آمده اند و تمام آنها با برخورداری از قدرت دفاعی قابل اطمینان باقی مانده اند. آمادگی برای جنگ پیش نیازی است برای تمام دولت های ملی، اصلی که به طور مکرر در سراسر تاریخ نوین آزمایش شده است (Giddens ۱۹۸۵, P۱۷۸). از نظر گیدنز عامل مسلط در شکل گیری دولت های مدرن کارایی نیروی نظامی و ارتش آنها بوده است و برخورداری از فناوری های اطلاعاتی موجب ارتقای سطح نظامی گری دولت ها بوده است. امروزه نقش فن آوری اطلاعات بسیار گسترده تر از قبل در این رابطه موثر است. از نظر وی، جنگ دفاعی مدرن اساساً درباره ی اطلاعات است. خواه موضوع ساختن هوش در سلاح های هوشمند مثل موشک های گروز باشد، خواه مساله عرضه ی تجهیزات، ضد تجهیزات و... اطلاعات هسته ی مرکزی امور نظامی مدرن است (وبستر، ۱۳۸۲، ۱۲۴) علاوه بر این دولت ملی با داشتن اطلاعات انحصاری حق نظارت تام بر شهروندان را به دست آورده است. نوع دیگر تحلیل مربوط به ارتباط انقلاب اطلاعاتی و دولت ملی از آن جوزف نای است. نای از منظری دیگر به تحلیل این مقوله مبادرت ورزیده است. از نظر وی مهم ترین تاثیر انقلاب اطلاعاتی، قدرت بخشیدن به بازیگران غیردولتی در عرصه ی فراملی است. در کل می توان گفت انقلاب اطلاعاتی موجب کاهش قدرت دولت ملی از چند وجه شده است و آن را تحت تاثیر قرار داده است. اولین و مهمترین مساله، تغییر ساختار بین المللی است. نکته ی بعدی، تغییر حاکمیت دولت ها است و در نهایت تغییر بازیگران در عرصه ی سیاست خارجی توسط وی مورد توجه قرار گرفته است .

حاکمیت دیگر به معنای ویژگی درجه اول مناسبات بین المللی نیست. مرزهای معنای سنتی خود را از دست داده اند. حاکمیت بین المللی به معنای اراده ی جمعی قدرت های بزرگ بود که با مفاهیمی چون «بازی بزرگ» و «سیاست قدرت» بیان می شد. حاکمیت جهانی برای هر دولتی به تنهایی یا شماری از دولت بسیار دشوار شده است. حاکمیت جهانی به کوشش های هماهنگ بازیگران دولتی و غیر دولتی نیازمند اس. (رجایی، ۱۳۸۲، ۱۲۸) یادآوری این نکته نیز جالب توجه است که پیمان مربوط به مین های زمینی که در دسامبر ۱۹۹۷ در اتاوا امضا شد بر اثر کوشش مشترک سازمان های غیر دولتی (NGO) و دولت های با قدرت متوسط به دست آمد. لویداکس ورثی، وزیر خارجه کانادا، در نسبت دادن این موفقیت و شتاب این فرآیند به ائتلاف بی مانند دولت ها، جامعه مدنی و گروه های بین المللی کاملاً صریح بود (Benhabib, ۱۹۹۲, P۱۱۰). در حوزه ی سیاست ملی داخلی نیز شاهد پدیده های جمعی مشابهی هستیم. کیفیت و سرعت و سرشت اطلاعاتی که به وسیله رسانه های جمعی انتشار می یابد موجب دگرگون شدن رابط میان مردم و حکومت شده است. امروزه تکنولوژی اطلاعات این امر را برای سیاستمداران هم ممکن و هم از لحاظ سیاسی سودبخش کرده است که برای پیش بردن یک مساله خاص با دور زدن و نادیده گرفتن ساختارهای سیاسی سنتی به دوربین های تلویزیونی روی آورند. هر چه رهبران بیشتری به این شیوه متوسل شوند، سیاست سنتی انضباط حزبی و حکومت مبتنی بر اجماع استحکام خود را بیشتر از دست خواهد داد. دستور کار حکومت ها هر چه بیشتر توسط رسانه ها تعیین می شود. بدین معنا که سیاست گزاران ناگزیرند هر روز بخش عمده ای از وقت و انرژی خود را صرف مقابله با هجران های واقعی یا کاذبی کنند که رسانه ها مطرح می کنند. (نای، ۱۳۸۰، ۱۸۶) مساله ی دیگر مربوط به توزیع قدرت در ساختار بین المللی است. در حالی که هنوز توزیع قدرت در مسایل نظامی، به شیوه ی تک قطبی است اما دیگر امکان ندارد، از اصطلاحات سنتی همچون شرایط تک قطبی یا هژمونی، برای توصیف چگونگی توزیع قدرت در مسایل اقتصادی و فراملی سخن بگوییم. ایالات متحده در این عرصه ها برای دستیابی به نتایج دلخواه خود نیازمند کمک دیگران است. چند دهه قبل ارتباطات جهانی همزمان، به لحاظ محدودیت های مالی؛ تنها در دسترس دولت ها یا سازمان های بزرگی همچون شرکت های چند ملیتی با کلیسای کاتولیک قرار داشت در همان زمان، ایالات متحده و اتحاد شوروی به طور سری میلیادها دلار پول در زمینه ی تصویربرداری از بالا در فضا هزینه کردند. در حالی که امروزه، تصاویر فضایی تجاری با قدرت وضوح یک متر با هزینه ای ارزان در اختیار هر کس قرار می گیرد. دموکراتیزه شدن فن آوری موجب قدرت یافتن افراد دار کنار دولت های ملی شده است. (نای، همان، ص ۲۱) بدین سال گسترش و انتشار اطلاعات در میان بخش عظیمی از مردم می تواند منادی تغییر ساختار قدرت باشد. و این امر امروزه بیش از هر زمانی صادق است. زیرا

دانش و اطلاعات با استفاده از تکنولوژی عمومی شده است و از آن جایی که دانش همواره قدرت را به کسانی منتقل ساخته است که آن را در دست داشته اند. و نحوه ی کاربرد آن را می دانسته اند لذا می توان از کاهش قدرت دولت های ملی به نفع سایر بازیگران از جمله افراد و سازمان های غیر دولتی سخن گفت. (علوی، ۱۰۹، ۱۳۷۵)

سطح دوم تحلیل پیرامون تاثیرات سیاسی انقزال اطلاعاتی به مباحثی چون توسعه یا محدودیت در اموری از قبیل حقوق شهروندی، آزادی های سیاسی و جامعه مدنی و حوزه عمومی اختصاص می یابد. دانشمندان زیادی پیرامون این سوال تحقیق نموده اند که آیا انفجار اطلاعات و گسترش دستیابی انسان ها به اطلاعات منجر به بهبودی حقوق و آزادی های سیاسی شده است یا نه و اصولاً در سطحی بالاتر آیا این اطلاعات حقیقتاً به صورت اطلاعات ناب و خالص بدون دستکاری در اختیار شهروند جهانی قرار می گیرد و موجب شکل گیری یک آگاهی بی طرفانه می شود یا خیر؟ پاسخ به این سوالات به دو شکل کاملاً متضاد ارائه شده است: نظریات مطلقاً خوش بینانه ای وجود دارند که گسترش ارتباطات را عمدتاً زمینه ساز رشد حقوق و آزادی های سیاسی فرد انگاشته اند که عمدتاً پایگاهی نئولیبرال دارند. دسته ی دیگر نظریات که بسط دهنده ی بدبینانه ی غالباً پست مدرنی از گسترش اطلاعاتند و مدعی دستکاری شدن اطلاعات و محدودیت آزادی های فردی در محیط گیج کننده ای از شبکه اطلاعاتی است که دارای جهت دهی و اغراض خاص هستند. افراد مانند شیلر معتقدند، انقلاب اطلاعاتی با گسترش آرمان های آزادی، قرار دادن قدرت های مستمر در وضعیت تدافعی یا طرد آنها از عرصه ی داد و ستد و کمک به جوامعی که دچار فقر مزمن هستند، محیط امنیت بین المللی را بهبود می بخشند. فن آوری اطلاعات کشورهای دموکراتیک جهان را نیرومند و یکپارچه می کند و به گونه ای امیدبخش، امنیتی بسزا را در سیاره ی زمین برقرار خواهد کرد (وبستر، ۱۳۸۲، ۲۳۹) از نظر وی یک پیوند قوی علی بین دسترسی به اطلاعات و خواست آزادی وجود دارد. این امر یک اندیشه بسیار قدیمی دموکراسی غربی را تقویت می کند که بر اساس آن دادن اطلاعات به مردم موتور مشروعیت بخش به دولت است دیگر پژوهش های تجربی جدید تایید می کند که افزایش آزادی های اقتصادی گرایش طبقه متوسط رو به رشد را برای کسب حقوق دایمی و ثابت افزایش می دهد که این امر سیاست ها و دوره ی تصدی هیات حاکمه را به چالش می کشد. شهروندان از راه فن آوری اطلاعاتی از وقایعی آگاه می کردند که در داخل و خارج کشورشان رخ می دهد. در جامعه اطلاعاتی جایی برای پنهان شدن وجود ندارد. این نظرات با منافع جامعه ی مدنی پیوند دارد. در جامعه مدنی، شهروندان عادی به تمرین آزادی پرداخته و به تشکیل گروه های دواطلب مبادرت می ورزند. در اندیشه نئولیبرال جامعه مدنی فضای متکثری است که در آن هیچ بازیگر، گروه یا نهاد خاصی نمی تواند بر اکثریت سلطه یابد. ساختار قدرت بین بازیگران

عمومی و خصوصی اساساً پدیده ای لیبرالی است (ویکلن، ۱۳۸۱، ۶۱) در حقیقت، فن آوری نوین اطلاعات امکان بالقوه ی دموکراسی صنعتی را تقویت می کند که در آن مردم کارا نظارت بیشتری بر منابع و سرمایه های بر امنیت انسانی خود اعمال می کنند. با این وجود فن آوری های نوین اطلاعات به درون نظم های اجتماعی سامان یافته به وسیله نهادها و رویه های و روابط مختلف اجتماعی راه یافته است. مسالعه شهروندی نیز از طریق فن آوری نوین اطلاعات به تعمیق و پایه های آن تحکیم می شود. چرا که مجموعه ای از اطلاعات را در اختیار شهروندان قرار می دهد که برای اتخاذ تصمیمات سیاسی عقلانی آنها ضروری است. در حالی که فن آوری نوین اطلاعات زیر ساخت مورد نیاز برای پیوند روابط شهروندی و حکومتی فراهم می کند، رسانه های جهانی به عنوان رکن چهارم مورد بحث قرار می گیرد (ویکلن، ۱۳۸۱، ۸۳)

علاوه بر این، در سطح فرا ملی، شاهد شکل گیری مفهوم شهروند جهانی هستیم، بسیاری از شهروندان در چنین وضعیتی، برای خود هیچ هویت ملی قایل نیستند بلکه به گونه ای روز افزون به عنوان یک شهروند جهانی عمل می کنند. شهروندان با استفاده از فن آوری های نوین اطلاعات قادرند در سراسر جهان بر سر مسایل مختلف چون اتحادیه های تجاری، محیط زیست، حقوق بشر، دین و... با یکدیگر به بحث پرداخت و تشریک مساعی داشته باشند. اما برای تحقق کامل چنین مفهومی موانعی چند وجود دارد. اولین مانع، اشکال پیچیده سلسله مراتبی و نابرابری است که نظم جهان را تهدید می کند نابرابری در دسترسی به اطلاعات و ارتباطات به ویژگی بارز نظم جهانی تبدیل شده است. این نابرابری در دو شکل عمده ظهور یافته است: یکی نابرابری عمده در نظارت و مالکیت ابزارهای ارتباطاتی که در جریان و میزان اطلاعات و ارتباطات نمود می یابد و دومی در نحوه ی تنظیم گفتمان های ارتباطات (یورگنسون، ۱۳۸۶، ۱۴۱) به هر حال عامه مردم تنها هنگامی قادرند که نقش خود را به عنوان شهروند جامعه مدنی و شهروند جهانی به طور کامل ایفا کنند و در فرایند مردم سالارانه مشارکت داشته باشند که اطلاعاتی درباره ی فعالیت ها و سیاست های حکومت داشته باشند. اطلاع داشتن عامه مردم از فرایند و جریان اطلاعات و ارتباطات می تواند حمایت را بهبود ببخشد و سوء تفاهم و عدم رضایتمندی را کاهش دهد. (بانیسار، ۱۳۸۶، ۱۰۷) در کنار پرداختن به این محدودیت ها، گروهی از مفسران مانند هابرماس ترجیح می دهند جامعه ی اطلاعاتی را چیزی خدشه دار تلقی نمایند. یعنی چیزی که احزاب آن را دستکاری و ارایه ی آن را داره می کنند یا که آن را برای ترغیب مردم به نفع مواضع خاصی دسته بندی می کنند. یا که آن را برای خدمت به اهداف خود دستکاری می کنند یا آن را به صورت کالایی قابل فروش، یعنی «تفریح، و سرگرمی» تولید می کنند .

در نهایت و با بررسی تمامی نگرش های مثبت و منفی نسبت به تاثیرات سیاسی شکل گیری جامعه اطلاعاتی، نمی توان از جایگاه و نقش فن آوری اطلاعات در تحول نرم افزاری دولت چشم پوشی کرد. به هر حال، دولت همواره بزرگترین گرد آورنده، کاربر، نگهدارنده و تولید کننده اطلاعات است (هیگس، ۱۳۸۴، نقل در نویدی، ۱۳۸۸، ۱۵۰) شکل گیری مفاهیم جدید هم چون اصطلاح دولت الکترونیک را می توان نمونه عینی این تحولات دانست. اگر بپذیریم که دولت الکترونیک عبارت است از ارائه ی خدمات دولتی و اطلاعات به عموم با استفاده از ابزارهای الکترونیک یا استفاده از فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی برای ارتقای دولتی کارآمدتر پس پذیرفته ایم که ماهیت و حقیقت دولت الکترونیکی، در بهره گیری از فن آوری های اطلاعاتی و ارتباطی نفهته است.

ویژگی اقتصادی

در جهان امروز، اطلاعات جایگاه کالای بازرگانی را به دست آورده است و می توان آن را مطابق با قانون های عرضه و تقاضا، که بر تجارت هر گونه محصولی حاکم است به فروش رساند. در واقع همه کشورهای جهان چه توسعه یافته و چه در حال توسعه به اقتصاد سیاسی اطلاعات مشغول اند. با این حال کشورهای توسعه یافته اطلاعات را بسان دروندادی ضروری برای توسعه تکنولوژیکی و اقتصادی می دانند و به چشم کالای بین المللی قابل معامله و به این نکته معترف اند که اگر کشوری نتواند اطلاعات مورد نیاز شهروندان و صنایع را تامین کند، بخش عمده ای از استقلال خود را از دست خواهد داد این بدان سبب است که اطلاعات را بیگانگان عرضه خواهند داشت (داورپناه، ۱۳۸۴، ۱۰۹)

امروزه اطلاعات مهمترین عامل در خلق، تولید و نگهداری توسعه در هر صنعتی است به طوری که مقدار اطلاعات مصرف شده در یک صنعت یا فن آوری نشان دهنده سطح تکنولوژیکی و صنعتی یک کشور است. تولید صنعتی بیش از تولید کالا به تولید اطلاعات گرایش پیدا می کند و صنایع اطلاعات اهمیت بیشتری کسب می کنند. نخستین اشارات بعدی در مورد این که «نوع جدیدی از جامعه» در حال ساخته شدن است، از سوی دانیل بل بود. در واقع وی، نقش اطلاعات را در ایجاد جهش در جوامع صنعتی گوشزد نمود. اگرچه پیش از وی دیگران مفهوم نظام پسا صنعتی را به کار برده بودند، لیکن او بود که این مفهوم را پر آورده کرد. مرحله ی تازه جامعه صنعتی، که از دهه ۱۹۶۰ پیش بینی می شد، بیش از هر چیز بر دانش نظری مبتنی بود. با کاربرد تکنولوژی های جدید اطلاعاتی و ارتباطی که همان کاری را برای توانایی ذهنی می کردند که ماشین در انقلاب صنعتی برای توانایی جسمانی کرده بود، نظام صنعتی تغییر شکل یافت- دانیل بل بعدها گفت این وضع جدید «جامعه اطلاعاتی» خواهد بود. (لایون، ۱۳۸۰، ۶۹) در حالی که در جوامع پیشا صنعتی کارگر کشاورزی در همه جا کمابیش حاضر است و در جوامع صنعتی کار در کارخانه اصل پذیرفته شده است، در جوامع پسا صنعتی کار خدماتی تسلط

دارد. اما جایگاه اطلاعات در جامعه پسا صنعتی چیست؟ اطلاعات به طور جدی در هر دوره با سرشت حیات درگیر شده است. زندگی در جامعه پسا صنعتی که بر پایه خدمات بنا شده است بازی بین اشخاص است و آنچه که به حساب می آید، نیروی خام عقلانی یا انرژی نیست بلکه اطلاعات است و ما به کار برای اکثریت مردم اطلاعات است. کار خدماتی مطمئناً کار اطلاعاتی است پس ضرورتاً تسلط شغل های خدماتی به حجم عظیم تری از اطلاعات می انجامد. در چنین جامعه ای نقش متخصصان و مهندسان پر رنگ گشته و به دلیل سه گردش بودن حجم بالای اطلاعات جامعه در معرض دگرگونی های تعیین کننده کیفی نیز هست. (وبستر، همان) از دیگر اندیشمندانی که به تاثیر اقتصادی انقلاب اطلاعاتی توجه نموده، می توان از هربرت شیلر نام برد. شیلر تاکید می کند که ما در عصری زندگی می کنیم که در آن تولید و پخش اطلاعات با هر معیاری که در نظر گرفته شود، در کل سیستم به فعالیت های اجتناب ناپذیر تبدیل شده است. (مدیریان، ۱۳۸۴، ۳۵۰)

از نظر شیلر، جامعه اطلاعاتی ضرورت های سرمایه داری را منعکس می کند- بدین معنا که مسایل شرکتی و طبقاتی و اولویت های بازار تاثیر تعیین کننده ای بر ارتباطات کامپیوتری دارند، و به طور همزمان این تحولات اطلاعاتی سرمایه داری را سر پا نگه می دارند و از آن پشتیبانی می کنند. نوآوری های اطلاعاتی و ارتباطی به طور قاطع تحت تاثیر فشارهای بازاربایی برای خرید و فروش و تجارت به منظور سود بری است. در مرکز اصول بازار، میل نیرومندی وجود دارد که برای کالا کردن اطلاعات یعنی اطلاعات تنها به شرط بودن قابل فروش بودن در دسترس قرار می گیرد. (Cshiller, ۲۰۰۲). (P۱۳۵ البته این به معنای دسترسی همه شهروندان به اطلاعات مناسب و به موقع نیست، همین امر باعث تفاوت ها و ایجاد نوعی عدم توازن در ساختارهای اجتماعی می شود. بر همین اساس قطب های عمده ای در جوامع سرمایه داری ایجاد شده که به من اطلاعات و فرایند تاثیر گذاری آن را به دست می گیرند. اما در کل جامعه ای که در حال تغییرات مهم در زمینه های اطلاعات فرایند تاثیر گذاری آن را به دست می گیرند. اما در کل جامعه ای که در حال تغییرات مهم در زمینه های اطلاعات و ارتباطات است، جامعه ای با نظام سرمایه داری شرکتی محسوب می شود. از نظر شیلر تفوق اطلاعاتی در جهان جدید امری مسلم است. اطلاعات در فضایی کاملاً یک سو به نفع کشورهای قدرتمند در جریان است. (مدیریان، ۱۳۸۴، ۸۴) شیلر همچنین به نقش اطلاعات در ساختارهای اقتصادی جامعه و قدرت کسب درآمد اشاره و بیان می کند که خدمات اطلاعاتی مخاطبان عام کمی دارد. بیشتر کسانی که با بانک های اطلاعاتی در ارتباط هستند و به کسب اطلاعات می پردازند باید توان پرداخت هزینه ی قابل توجه دسترسی به این ابزارهای اطلاعاتی را داشته باشند که البته بهای زیادی را باید بپردازند.

به علاوه کسانی که از این اطلاعات بهره می برند، در برخی از زمینه های اقتصادی، چون بازار اوراق بهادار و بورس؛ کالاها و نیز ارز می توانند به اطلاعات سودمندی دست یابند .

تاثیر انقلاب اطلاعاتی از طریق فرایند جهانی شدن علاوه بر اقتصاد ملی و داخلی در اقتصاد بین المللی نیز مشهود است، یکی از موضوعات رایج در ادبیات جهانی شدن این است که اقتدار و استقلال دولت- ملت ها در پرتو حرکت به سوی اقتصاد جهانی در حال کمرنگ شدن است. دیگر هیچ دولت منزوی توان مقابله با فرایند گذار دایم الگوهای سرمایه گذاری جهانی را ندارد اما دولت های سرمایه دار، از طریق توانمندی های نظامی و سیاسی در نظم نوین جهانی قدرت مضاعفی را به دست آورده اند. (ویکلن، ۱۳۸۱، ۱۳)

در این نظم جدید، فن آوری اطلاعات منبع جدیدی از ثروت را به وجود آورده است که فیزیکی و مادی نیست بلکه اطلاعات یا دانشی است که به کار گرفته می شود تا ارزش تولید کند. کسب بیشترین اطلاعات جایگزین رقابت برای کسب بهترین زمین ها یا معادن شده است. در حال حاضر بازار به سرمایه فکری و عملی در مقایسه با دارایی های مادی، و فیزیکی متشکل از خشت و آجر های بیشتری می دهد. هم اکنون شرکت مایکروسافت فقط با مقدار نسبتاً ناچیزی از دارایی ثابت، بازار سرمایه ای قویتر و بهتر از مجموع شرکت های صنایع سنگین دارد. (آلپرتس، ۱۳۸۵، ۱۳) به هر حال در نگاه خوش بینانه نتولیرالیسم بر اثرات مثبت اقتصادی انقلاب اطلاعاتی، فن آوری نوین با گسترش آرمان های آزادی، قرار دادن قدرت های ستمگر در وضعیت تدافعی یا طرد آنها از عرصه ی داد و ستد و کمک به جوامعی که دچار فقر مزمن هستند محیط امنیت بین المللی را بهبود می بخشد .

ویژگی های فرهنگی- اجتماعی

در روزگاری نه چندان دور اصل بر پذیرفتن تفاوت میان «ما» و «آنها» بود اما بازیگران به تحمل و بردباری در برابر تفاوت ها فرا خوانده می شدند. عصر جدید ارتباطات فرض را بر اعتبار همه دعاوی درباره حقیقت می گذارد، بدون آن که در چاله ی نسبی گرایی محض بیفتد. در واقع عصر ارتباطات راه را برای کسانی که اقلیت نامیده می شدند و می خواستند صدایشان شنیده شود، هموار ساخته است. این عصر بدون شکل عصر کثرت گرایی فرهنگی و شکل گیری وضعیت چند فرهنگی است. پدیده ی چند فرهنگی مفهومی متناقض نما است. هم بیانگر تنوع است و هم وحدت. تنوع لازمه جهان گستری است، زیرا تجلی دلبستگی های محل و هویت های خاص را مجاز می شمارد . در عین حال مستلزم وحدت است، زیرا ترویج گر مفهوم دهکده ی جهانی است. (رجایی، ۱۳۷۹، ۱۳۲) تکرر گرایی فرهنگی که در پرتو تکنولوژی اطلاعات (شکل گیری شبکه ای از رسانه های دیداری- شنیداری و مکتوب) تحولات عمیقی را در ارزش های فرهنگی و آداب و رسوم ملت ها و اقوام به وجود آورده است و بازاریابی و

تشخیص هویت آنها را با دشواریهای تازه ای مواجه نموده است (نویدی، ۱۳۸۸، ۴۱) از نظر کاستلز، اهمیت «هویت» در جوامع اطلاعاتی از آن جهت حایز اهمیت است که این امر به عنوان اصل سازمان دهنده جوامع بدل شده است. منظور از هویت عمدتاً فرایندی است که یک کنش گری اجتماعی به وسیله آن خود را می شناسد و عمدتاً بر مبنای یک خصیصه یا مجموعه ای از خصایص فرهنگی معنا را می سازد. (کاستلز، ۱۳۸۰، ۴۸)

پدیده ای چون اینترنت که خاص عصر اطلاعات است، با همه ی مولفه هایش مثل نظام معنایی و روابط اجتماعی که تولید می کند، خود پدیده نوینی است که همین نود بودنش واجد ۲ نوع حادثه در فرهنگ و نظام اجتماعی ماست. یک حادثه، حادثه ی مثبت است که مربوط به حوزه ی توسعه و نوگرایی و مدرنیته است، یک اثر دیگر جنبه ی منفی و ناخواسته ی این فناوری است که با ساختارهای موجود جامعه ما، چه ساختارهای سنتی و یا مدرن در حال تقابل قرار می گیرد. عامل اصلی این تفاوت، تفاوت در حوزه ی ارزش ها است. در جامعه اطلاعاتی، محلی بودن معنای خود را از دست می دهد و جوامع به سوی جهانی شدن به پیش می روند و تبدیل به گروه های شبکه ای می شوند که دارای پیوند مستحکم زمانی و مکانی اند. جامعه شبکه ای با خود واقعیت مجازی را نهادینه ساخته است که بر بستر آن جریان های نمادین اطلاعاتی به تعامل می پردازند (طیب، ۱۳۷۹، ۴۰) ساختار جامعه ی شبکه ای و ارتباطات الکترونیک زندگی اجتماعی و به ویژه خانوادگی را در معرض تحولات فراوان قرار داده است. با توجه به یک رابطه ی متقابل و تعاملی که در پرتو تکنولوژی اطلاعات در عرصه ی رفتارهای مصرف کنندگان به وجود آمده است، بسیاری از شیوه های زندگی را در آستانه تحول قرار داده است. از جمله تقسیم های جنسیتی یا کار به عنوان فعالیت خارج از خانه (نویدی، ۱۳۸۸)، وجه دیگر تحول اجتماعی ناشی از انقلاب اطلاعاتی مربوط به مخدوش شدن حوزه ی عمومی است.

حوزه ی عمومی که عرصه ای مستقل از حکومت و نیروهای اقتصادی، در اختیار شهروندان است و سازنده ی افکار عمومی است در مرکز نقل خود اطلاعات را به عنوان هسته ی مرکزی خود دارد. اما به مرور شاهد نفوذ سرمایه داری و کنترل حوزه ی عمومی از سوی آن هستیم. سرمایه داری اکنون پیروز شده است، ظرفیت تفکر انتقادی به حداقل رسیده است. و فضایی واقعی برای حوزه ی عمومی در عرصه ی متجمع های فراملی رسانه ای و فرهنگ فراگیر تبلیغات وجود ندارد. در حال حاضر دغدغه شرکت های ارتباطی بازار است، یعنی این که تولید آنها وقف نیل به هدف ایجاد حداکثر درآمد تبلیغات و پشتیبانی از داد و ستد سرمایه داری می شود. حاصل این است که محتوای کار آنها بسیار سطحی است. عملیات پر ماجرا، چیزهای پیش پا افتاده، احساساتی گری، مشخص کردن امور، تحسین سبک

های زندگی معاصر که همه این ها دارای کیفیت اطلاعاتی ناچیزی هستند. تنها کاری که انجام می دهند این که مخاطبان خود را تابع فشار نرم آموزش مصرف دایم می کنند. (طیب، ۱۳۷۹، ۴۵)

به طور خلاصه می توان مهم ترین ویژگی فرهنگی عنصر اطلاعات را مانند سایر عرصه ها اعم از سیاسی، اقتصادی و اجتماعی رد تمرکز گرایی و شکل گیری نوع تکثر و یا به اصطلاح بدبینانه چند پارگی در مناسبات اجتماعی دانست اگر موجب شکل گیری هویت های گوناگون، نهادهای اجتماعی متنوع، رد فرد گرایی و غربی شدن برای همه ی جوامع، توجه به خرده فرهنگ ها و احترام به آنها شده است. از سویی حوزه ی فرهنگ دستخوش نفوذ گسترده ی اقتصاد شبکه ای قرار گرفته است و به نوعی پدیده های فرهنگی در اثر ترکیب با تکنولوژی اطلاعاتی، جنبه ی مصرفی و کالا وارگی یافته اند

-متفکران و ماهیت اموشی رسانه های نوین

جان تامپسون: رسانه و مدرنیته

او در باره نقش رسانه ها در صورت بندی های فرهنگی و اجتماعی جهان مدرن، به نقش این رسانه ها در کالایی سازی اشکال و صور نمادین و تضعیف اقتدار دینی اشاره می کند و می نویسد: «ظهور صنایع رسانه ای به عنوان پایه های جدید قدرت نمادین، فرایندی است که می توان سابقه آن را در نیمه دوم قرن پانزدهم جستجو کرد. در طول این زمان بود که تکنیک های چاپ در سراسر مراکز شهری اروپا گسترش یافت. تامپسون با اشاره به نقش صنعت چاپ در تضعیف اقتدار دینی کلیسا و ظهور و گسترش اصلاحات مذهبی در غرب می افزاید: «کلیسا در سال های اولیه صنعت چاپ به شدت از تولید شیوه های جدید تکثیر متون حمایت می کرد .

وی در این کتاب، رسانه ها را از جمله عوامل ظهور و تکامل مدرنیته، بسط و گسترش اقتصاد و تجارت سرمایه داری، شکل گیری نظام های سیاسی دولت - ملت، تقویت جهانی سازی، توسعه فرایند معناسازی و شکل گیری هویت شخصی مدرن و صورت بندی اشکال جدید تعامل اجتماعی معرفی می کند .

یورگن هابرماس: رسانه و حوزه عمومی

یورگن هابرماس حوزه عمومی یا به بیان صحیح تر، آن چه «حوزه عمومی بورژوازی در وهله اول قلمرویی بود که در آن افراد خصوصی گردهم می آمدند و «عموم» را شکل می دادند. آن ها به تدریج توانستند حوزه عمومی تحت کنترل دولت را زیر سیطره خود در آورند و اقتدار آن را به چالش بکشند (هابرماس، ۱۳۸۴: ۵۳). هابرماس که وارث مکتب فرانکفورت و فلسفه اجتماعی و نظریه انتقادی آن به شمار می رود، در مواردی نیز متأثر از آموزه های مکتب فرانکفورت بوده است. (نوذری، ۱۳۸۶: ۴۵۶).

هابرماس در مقابل اعتقاد وبر که کنش معقول و هدفدار یعنی کار را بارزترین و فراگیرترین پدیده بشری دانسته و فعالیت انسان را به کار محض تنزل داده است، کنش ارتباطی یا عمل تفاهمی را مطرح می‌کند. هابرماس در مقابل این اعتقاد وبر اظهار داشت که نوعی از فعالیت انسانی وجود دارد که اساساً از کار ابزاری متمایز است. این فعالیت همان فعالیتی است که از طریق آن انسان‌ها تلاش می‌کنند تا با یکدیگر تماس برقرار کرده و همکاری کنند، (ریتزر، ۱۳۸۸: ۳۷۹) و هابرماس از آن تحت عنوان کنش ارتباطی یاد می‌کند. این نوع کنش که با هدف رسیدن به تفاهم ارتباطی دنبال می‌شود ناظر به رابطه دوجانبه‌ای است که در آن افراد کنشگر به هیچ‌وجه در فکر موفقیت شخصی خود نبوده بلکه کنشگران از یکدیگر توقع دارند که اغراض و افعال متفاوت‌شان را از طریق اجماعی که محصول ارتباط و مفاهمه است هماهنگ کنند و اساساً تلاش برای رسیدن به توافق و درک متقابل است و بنا به گفته هابرماس افراد در وهله اول به سوی موفقیت‌های فردی خود سمت‌گیری نکرده بلکه هدف‌های خود را تحت شرایطی دنبال می‌کنند که بتوانند نقشه‌های کنش خود را بر مبنای تعاریف مشترک از وضعیت هماهنگ کنند. هابرماس میان عقلانیت کنش هدفدار (عقلانیت ابزاری) و عقلانیت کنش ارتباطی (عقلانیت ارتباطی) تمایز قائل شده و عقلانیت کنش ارتباطی را راه‌حل مسأله عقلانیت کنش معقول و هدفدار قلمداد می‌کند. (هابرماس، ۱۳۸۴: ۳۹۰)

عقلانیت ارتباطی که همان عقلانیت در قالب مفهوم کنش ارتباطی هابرماس به‌شمار می‌رود، به‌معنای از میان برداشتن موانعی است که ارتباط را تحریف می‌کنند و به‌معنای کلی‌تر، نظامی ارتباطی است که در آن افکار آزادانه ارائه می‌شوند و در برابر انتقاد حق دفاع داشته باشند. برای هابرماس عقلانی کردن عرصه زندگی به‌معنای ایجاد یک نظام ارتباطی است که در آن ایده‌ها امکان انتقاد بیابند و در واقع عقلانیت مورد نظر او به‌واسطه امکان ایجاد یک ارتباط و گفت‌وگو فارغ از فشار بیرونی و ترس و تهدید به‌وجود می‌آید و مهم‌ترین شرط عقلانی، انتقادپذیری و دلیل‌پذیری می‌باشد. عقلانیت در عرصه کنش ارتباطی، به ارتباط رها از سلطه و ارتباط آزاد و باز انجامیده و مستلزم رهاسازی و رفع محدودیت‌های ارتباط می‌باشد. ایجاد این نوع عقلانیت در جامعه به‌عقیده هابرماس مشروط به وجود کنش ارتباطی که بر توافق و اجماع عقلانی متکی بوده، در سطح جامعه است، همچنان که تحقق جامعه اتویپایی و آرمانی هابرماس نیز در گرو آزاد بودن کنشگران یک جامعه در ارتباط با همدیگر و رسیدن ایشان به درک مشترک از طریق استدلال و به دور از فشار و محدودیت می‌باشد. (عضدانلو، ۱۳۸۶: ۴۲۶). هابرماس در هیچ یک از آثار خود به صورت مستقیم از تلویزیون سخن نگفته است، با این حال محور مباحث وی بیشتر حول صنایع فرهنگی می‌چرخد. تفکر وی براساس کنش ارتباطی شکل گرفته است.

وی معتقد است که ارتباط باید متعامل، مفاهمه ای و در فضایی عادلانه شکل گیرد. از آنجاکه تلویزیون یکی از دستاوردهای نظام سرمایه داری است، به اعتقاد هابرماس عامل مهمی در استعمار توده ها تلقی می شود؛ زیرا مخاطب با رسانه، به ویژه تلویزیون، رابطه ای یک سویه دارد و مخاطب است که فقط هدف حمله پیام های تلویزیون قرار می گیرد بدون اینکه در ایجاد و تولید این پیام ها کوچکترین سهمی داشته باشد. به نظر می رسد که ارتباط انسان با تلویزیون از این منظر و در قالب کنش ارتباطی هابرماس نمی تواند کارآمد و مؤثر باشد. نکته دیگری که هابرماس از آن یاد کرده این است که تلویزیون وسیله ای است که راه تحکیم نظام سرمایه داری را هموارتر می کند و توده ها را به مصرف گرایی سوق می دهد. در این فرآیند تلویزیون به جای تبیین مسائل پراهمیت برای اعضای جامعه، نوعی پوپولیسم رسانه ای را با تولید برنامه های تبلیغاتی خود ترویج می دهد. (امبرم، ۱۳۹۰: ۸۲)

امانوئل کاستلز

در کتاب سه گانه "عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه، و فرهنگ" دو نظریه، محور دیدگاه های کاستلز است: کاستلز در کتاب قدرت ارتباطات بر نقش شبکه های ارتباطی در قدرت سازی در جامعه و مخصوصاً قدرت سیاسی تاکید می کند. او قدرت را «ظرفیت نسبی تعریف می کند که یک کنشگر اجتماعی را قادر می سازد تا به صورت ناهمسنگ به روش هایی که در جهت خواست، منافع و ارزش های کنشگران قدرتمند عمل می کند و بر تصمیمات سایر کنشگران اجتماعی اثر بگذارد». قدرت یک ویژگی افراد یا گروه ها نیست بلکه یک رابطه است. این تعریف به صورت آشکار با شبکه ها و جامعه شبکه ای که موضوع اصلی این کتاب است، تناسب دارد. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۱۰: ۲). از نظر کاستلز "رسانه پیام است" مک لوهان، به شدت هوشمندانه است. هر چند که این جمله با رسانه های جمعی سازگار است. دلیل هوشمندانه بودنش آن است که به جنبه های تکنولوژیک فرهنگ رسانه ای توجه می کند. به این حقیقت می پردازد که هنگامی که شما از یک تکنولوژی استفاده می کنید، همواره کارهایی هستند که شما می توانید انجام دهید و کارهایی هستند که نمی توانید انجام دهید، و همواره کارهایی هستند که بهتر می توانید انجام دهید.

مانوئل کاستلز طی مصاحبه اش با ترهی روناتانن به صراحت چنین می گوید: دهکده جهانی یک موضوع قوی و جالب توجه در زمان بیانش بود، اما یک پیش بینی کاملاً غلط بود. آن یک دهکده نیست بلکه یک شبکه جهانی از کومه های شخصی است که بسیار متفاوت است. اینترنت جوامع محلی را به جوامع جهانی تبدیل میکند که این کاراز طریق اتصال به موتورهای جستجوگر، اطلاعات فرا متنی با داده های متفاوت فراوان صورت می گیرد (Rantanen, ۲۰۰۵: ۱۳۹). بنابراین کاستلز معتقد است که هدف کنشگران علوم اجتماعی نمی تواند این باشد که درباره ی اهمیت یا عدم اهمیت

فن‌آوری‌های اطلاعاتی قضاوت کنند. از نظر او، واقعیت آن است که رشد این فن‌آوری‌ها فراتر از اراده‌ی این کنشگران قرار دارد و وظیفه‌ی آن‌ها بیشتر آن است که این موقعیت‌ها را تحلیل کنند. کاستلز همچنین تأکید کرد که امروزه نظام سرمایه‌داری به نظامی جهانی تبدیل شده است که همه‌ی کشورهای جهان بر اساس آن اداره می‌شوند و طبعاً در این نظام، گرایش عام و بسیار رایج تمایل به بازتولید قدرت و سلطه است و این اصولاً چیزی است که در تمام جوامع انسانی از آغاز با آن روبه‌رو بوده‌ایم. اما آنچه امروز اهمیت دارد آن است که ما بتوانیم با دقت و موشکافی به شناخت و تحلیل سازوکارهای ظریف این نظام‌های سلطه بپردازیم و به خصوص از امکانات فن‌آورانه‌ای که در دسترس مان است، برای این امر استفاده کنیم و برای تحقق یافتن آن، نیاز به افزایش مهارت‌ها وجود دارد، مهارت‌هایی که بدون آن‌ها لزوماً ما حاشیه‌ای شده و نمی‌توانیم تأثیری بر روند مسایل داشته باشیم (<http://isa.org.ir>).

-جان استریت

شکل‌گیری انجمن‌های مجازی، تشکل‌های اینترنتی صنفی - سیاسی و برگزاری نشست‌های اینترنتی از راه دور تنها بخشی از فرصت‌هایی است که فناوری اینترنت برای مشارکت سیاسی بیشتر در اختیار شهروندان قرار داده است. اینترنت فعالیت احزاب و تشکل‌ها را به نحو محسوسی تحت تأثیر خود قرار داده و به آنها فرصت هم‌اندیشی، انتشار سریع بیانیه‌ها، تبلیغات سیاسی و حتی عضوگیری الکترونیکی را می‌دهد. جدا از فعالیت احزاب، حضور چشمگیر و رقابت همه‌جانبه دولت‌ها و حکومت‌ها برای راه‌اندازی سایت‌های اختصاصی در اینترنت، شاهدی دیگر از تأثیر گذاری فضای مجازی وب بر دموکراسی است. در یک دهه اخیر دستگاه قانونگذاری اغلب کشورهای جهان به جای استفاده از شیوه‌های سنتی اطلاع‌رسانی، مشروح مذاکرات نمایندگان مجلس، فعالیت کمیسیون‌ها و کمیته‌های تخصصی را از طریق سایت اختصاصی خود به اطلاع شهروندان می‌رسانند و در اغلب آنها کاربران می‌توانند با استفاده از آدرس الکترونیکی با نمایندگان خود ارتباط داشته باشند. شبکه اینترنت اکنون شرایط داشتن دموکراسی الکترونیک را پدید آورده است. مفهوم دموکراسی الکترونیک اساساً بر شکل جدیدی از رفتار دموکراتیک متکی است که در واقع برخاسته و تحت تأثیر تکنولوژی‌های جدید اطلاعاتی است. دموکراسی که اگر شبکه و فناوری‌های لازم برای استقرار آن مهیا باشد، مردم را قادر به رای دادن مستقیم درباره مسایل کشور خود، قادر به آگاه ساختن خویش از سیاست‌های دولت خود و قادر به بازخواست مستقیم از نمایندگان سیاسی خود خواهد کرد. (استریت، ۱۳۸۴: ۳۱۶). موافقان دموکراسی دیجیتال هرچند که ممکن است در مورد مدل برتر این نوع از دموکراسی با یکدیگر اختلاف نظر داشته باشند اما تمام آنها در مورد توانایی فناوری‌های نوین برای فراهم کردن بستر مطلوب برای مشارکت هرچه بیشتر مردم در فرایند فعالیت‌های سیاسی اتفاق نظر دارند. از دیدگاه آنها فناوری‌های ارتباطی

جدید می توانند با فراهم آوردن وسایل لازم برای آموزش دادن و روش اندیش بار آوردن شهروندان و شرکت دادن آنها در بحث های راجع به خیر و صلاح جامعه، آنان را برای رسیدن به حق حاکمیت بر سرنوشت خود یاری دهند. اینترنت برای دیگران فراهم آورنده یک مجلس بحث بزرگ تبادل دیدگاه و افکار حقیقتا آزادانه است، عدم توازن قدرت و عدم توازن میزان دسترسی به منابع و امکانات تاثیر نمی پذیرد.

بنت و انتمن

مسئله‌ی محوری در بیشتر نظریه‌های اثربخشی ارتباطات جمعی، میزان "فعال" یا "منفعل" بودن مخاطب است. این دغدغه به نظرم ریشه در عمق "روانشناسی رشد" دارد. دو نوع نگاه به انسان در رشد وجود دارد: نگاه لوح ذهن که از لاک شروع می‌شود و نگاه "رشد" به انسان که از نظریات روسو شروع می‌شود. هر چند نظریات شناختی ادامه‌ی نظریات رفتارگرایی و در اصل، مکتبی تجربی هستند و از آراء "لاک" سرچشمه می‌گیرند منتها اصلی به عنوان "انسان" و "آزادی" او که در شناخت‌گراها مطمح نظر است به شکل غیر مستقیم، وامدار نظریات "روسو" است که می‌گفت انسان‌ها در آغاز "وحشی‌های بزرگواری" هستند و بعد از آن "بیچه" به آن اضافه کرد دوره‌ی مدرن تربیت کننده‌ی "انسان گله صفت" است.

نوع نگاه جدید به رسانه‌ها، نشان از برداشتی فرامردن از ارتباطات دارد. "گی تاچمن" جامعه‌شناس ارتباطات درباره‌ی نسبت واقعیت و اخبار رسانه‌ها می‌گوید "خبر، ساختن اجتماعی واقعیت است" (سورین، تانکارد) به عبارتی، اخبار تنها برداشتی از واقعیت نیستند بلکه دقیقا خودشان "تولید واقعیت" می‌کنند. خیلی ساده در نظریات "گفتمانی" بحث بر سر این است که واقعیات به وسیله‌ی ابزارهای گفتمانی و بافت آن به وجود می‌آیند. سخن بر سر برداشت‌های متفاوت و تفاوت افق‌های نگاهی و فرهنگی نیست بلکه فراتر از آن، تاکید بر تولید اعیانی است که انسان‌ها با آن سر و کار دارند و نسبت به آن کنش اجتماعی دارند و ساده‌انگارانه می‌اندیشند که با موضوعی عینی ذاتی روبه رو هستند... (بنت و انتمن، ۱۳۸۹: ۳۴۰) از آنجا که این رسانه‌ها در فروپاشی نظام‌های سیاسی و تحول در نظام‌های اقتصادی و اجتماعی نقش بسزایی دارند، دیگر نظام‌ها و حکمرانان داخلی نمی‌توانند شهروندان خود را در درون مرزهای ملی محبوس کرده و آنها را از دیدن نمایش گذر زندگی در آن سوی مرزها غافل نمایند. بلکه عصر ارتباطات و فراگیر شدن رسانه‌ها باعث شده تا مردم به راحتی بتوانند از جزئی‌ترین حوادث در سراسر جهان در کوتاه‌ترین زمان ممکن آگاهی یابند. (بنت و انتمن، ۱۳۸۹: ۴۳۷)

فضای مجازی و ویژگی‌های انتخاباتی آن

بهره‌گیری از فضای مجازی برای پیشبرد اهداف کاندیداهای ریاست جمهوری، سالیان سال است که از سوی برنامه‌ریزان پیکارهای تبلیغاتی در کشورهای مهم دنیا دنبال می‌شود. اما استفاده از اینترنت در پیکارهای انتخاباتی ۲۰۰۸ آمریکا به دلیل وجود حداقل امکانات و منابع و بدون شهرت چندان باراک اوباما، این بهره‌گیری را به حد اعلائی خود رساند. در واقع می‌توان گفت که راهبرد اینترنتی اوباما از محورهای اصلی برنامه انتخاباتی او بود زیرا پیش از اینکه او بخواهد آغاز مبارزات انتخاباتی خود را اعلام کند، سایت اینترنتی او به راه افتاده بود. از همان ابتدا لیست‌هایی انبوه از ایمیل طرفداران او ایجاد شد و هر پیامی به سرعت و ایمیل به ایمیل انتقال می‌یافت. هر پیام از سوی یکی از هفت میلیون آدرس اینترنتی ذخیره شده به میلیون‌ها ایمیل دیگر ارسال می‌شد و شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس بوک با بیش از ۱۷۸۵ میلیون عضو در سراسر دنیا که حدود ۶۰ میلیون نفر آن آمریکایی هستند، آخرین رویدادهای انتخاباتی را منتشر می‌ساختند. به گفته تحلیل‌گران، یکی از بی‌نظیرترین بخش‌های مبارزات انتخاباتی اوباما، پذیرش و درک توانایی سایت‌های شبکه‌های اجتماعی و اعتقاد اوباما به این شبکه‌ها بود. اما موفقیت عظیم این کاندیدای سیاه‌پوست چندین ماه پیش از شروع فعالیت‌های انتخاباتی کشورمان، کاندیداهای دوره دهم را هر چه بیشتر به سمت و سوی بهره‌گیری از این رسانه و پیشبرد اهدافشان از طریق فضای مجازی سوق داد. براساس آمار به دست آمده در میان جمعیت ۷۰ میلیونی ایران، حدود ۴۷ میلیون نفر دارای تلفن همراه هستند و تقریباً ۲۱ میلیون نیز به اینترنت دسترسی دارند. به علاوه ۶۰ درصد جمعیت کشور زیر ۳۰ سال سن دارند و فکر و ذکرشان تکنولوژی است؛ از این رو هدف قرار دادن این قشر از جامعه برای پیروزی در انتخابات می‌تواند دستاویز مطمئنی باشد. از همین روست که نامزدهای ریاست جمهوری در ایران تلاش می‌کنند تا از طریق ابزارهای فراگیر نظیر پایگاه اشتراک ویدیویی یوتیوب، شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک و پیام‌های متنی تلفن همراه، آرای رأی‌دهندگان به ویژه قشر کلیدی جوانان را به سمت خود جذب کنند.

- تبلیغات انتخاباتی

تبلیغات انتخاباتی را می‌توان به دو دسته اصلی رسانه‌ای و غیررسانه‌ای تقسیم کرد. از سوی دیگر، هر کدام از این دو دسته نیز به تبلیغات مستقیم و غیر مستقیم قابل تقسیم‌اند. واضح‌ترین تبلیغات مستقیم رسانه‌ای، انتشار آگهی‌های تبلیغاتی است. مهم‌ترین تفاوت چنین تبلیغاتی با گونه‌های دیگر، وجود جهت‌گیری همیشه مثبت، نبود الزام در اعتقاد راستین منتشر کننده به آگهی‌دهنده و محتوای آگهی او و در واقع، وجود یک رابطه مادی (پولی) میان این دو و مشخص بودن آگهی‌دهنده برای گیرنده است. در تبلیغات غیرمستقیم رسانه‌ای، یا آن رابطه مادی وجود ندارد و یا اگر وجود داشته باشد، کاملاً پنهان

است. همچنین این باور در گیرنده پیام به وجود می‌آید که فرستنده پیام (رسانه)، خود نیز نسبت به پیام و منبع آن جهت‌گیری دارد (عیوضی، ۱۳۸۸: ۱۶۰).

تامپسون (۱۳۸۰) در کتاب رسانه‌ها و مدرنیته، پس از دسته‌بندی انواع قدرت به قدرت اقتصادی، نظامی، سیاسی، قدرت رسانه‌ها را با عنوان قدرت نمادین توضیح می‌دهد (آذری، ۱۳۹۱: ۸۹). این مفهوم معادل مفهومی است که جوزف نای در کنار قدرت سخت از آن با عنوان قدرت نرم و هوشمند نام می‌برد. جوزف نای (۲۰۰۸: ۹۴) برای تعریف قدرت نرم در ابتدا از خود مفهوم قدرت شروع می‌کند و مفهوم قدرت را «توانایی تاثیرگذاری بر توانایی دیگران به منظور کسب نتایج مدنظر» نای در ادامه میان سه نوع قدرت، تمایز قائل می‌شود: ۱. قدرت سخت ۲. قدرت نرم ۳. قدرت هوشمند. نای معتقد است افراد می‌توانند دیگران را با تهدید به زور وادار به کار کرده، با پول، تشویق به انجام کاری کنند یا می‌توانند آنها را به همکاری بگیرند. نای نوع اول و دوم را قدرت سخت می‌داند که مبتنی بر استفاده از قدرت نظامی یا قدرت اقتصادی یا دوگانه «چماق» و «هویج» است. نوع سوم را، که قدرت نرم است توانایی تاثیرگذاری بر دیگران برای دستیابی به هدف مورد نظر از طریق جذب دیگران به جای تهدید یا پرداخت پول می‌داند. نای قدرت نرم را توانایی شکل‌دهی به ترجیحات دیگران تلقی می‌کند (نای، ۲۰۰۸: ۹۴).

نقش رسانه‌ها در این فضا عبارت است از: فراهم آوردن بستری برای پیشبرد اهداف. این امر به شکل پیوسته‌ای با مفهوم «اقناع» گره خورده است و در تاریخ اندیشه ارتباطات از طریق فرایندی به دست می‌آید که از آن با عنوان تبلیغات سیاسی یا پروپاگاندا یاد می‌شود (آذری، ۱۳۹۱: ۹۰). پروپاگاندا در معنای کاملاً خنثی و بی‌طرفانه آن، به معنای انتشار یا ترویج عقاید خاص است. اما همان‌طور که جووت و اودانل (۲۰۰۶: ۲) بیان می‌کنند بعد از اقدام کلیسای کاتولیک روم برای «ترویج ایمان در جهان جدید» کلمه پروپاگاندا معنای بی‌طرفانه و خنثی بودن خود را از دست داد و معنای منفی و تنزیل یافته‌ای از آن مستفاد شد. کلماتی که معمولاً به عنوان مترادف پروپاگاندا به کار می‌روند عبارت‌اند از: دروغ، تحریف، فریب، دست‌کاری، کنترل ذهن، جنگ روانی، شست‌وشوی مغزی و وراچی. همان‌طوری که پراتکانیس و اورونسون (۱۳۸۰: ۱۸) متذکر می‌شوند امروزه پروپاگاندا به معنای «تلقین» یا نفوذ جمعی از طریق دستکاری نمادها و روانشناسی فرد به کار می‌رود و به معنای انتقال دیدگاهی است با هدف نهایی پذیرش داوطلبانه دریافت‌کننده، به طوری که شخص آن نظر را از آن خویش تلقی کند. جووت و اودانل (۲۰۰۶: ۷) پروپاگاندا را بدین گونه تعریف می‌کنند: «پروپاگاندا عبارت است از: تلاش سنجیده و نظام‌مند برای شکل‌دهی به تصورات، دستکاری شناخت‌ها و هدایت رفتار (مخاطب هدف) برای دستیابی به پاسخ و واکنشی که هدف مورد نظر پروپاگانداست را پیش برد.

نتیجه گیری

اینترنت نقش مهمی در گستره حوزه عمومی، آگاهی از بینش ها و افکار جدید، دسترسی به اطلاعات، ایجاد پیوند بین مسایل داخلی و خارجی و... دارد. این رویکرد صرفاً به مقوله انتخابات ارتباط ندارد؛ ولی ظرفیت تأثیرگذاری بر امر آموزش سیاسی را دارد. سیاسی با راه اندازی سایت، هم به افزایش قدرت حزبی خود در جهت کسب قدرت و معرفی آراء و اندیشه های خود کمک می کنند و هم با توجه به این نوع کار کردها، به نهادینگی دموکراسی، مشارکت و رقابت سیاسی و تنوع آراء و اندیشه ها یاری می رسانند. در زمینه افزایش نقش آفرینی اینترنت در انتخابات باید به آمادگی بسترهای این مهم توجه داشت، چنانکه مشارکت الکترونیکی نیازمند پیش نیازهایی همانند اعتمادسازی، زیرساخت های حقوقی، زیرساخت های تکنولوژیکی، آموزش و فرهنگ سازی، شفافیت و پاسخ گویی، امنیت شبکه و اطلاعات، تشخیص هویت و رعایت حریم شخصی افراد و... است.

نیاز فوری به آموزش سواد رسانه ای از طریق تجربیات شخصی و رویدادهای مهمی مانند حمله ۶ ژانویه ۲۰۲۱ به ساختمان کنگره ایالات متحده توسط حامیان دونالد ترامپ، رئیس جمهور وقت، آشکار شد. چنانکه برخی قربانی ایدئولوژی های افراطی شد که در اینترنت تبلیغ می شد. با شناخت خطرات احتمالی رسانه های اجتماعی، باید قانونی وجود داشته باشد که آموزش سواد رسانه ای را در مدارس دولتی الزامی کند. سواد رسانه ای مطلوب می تواند جامعه بسازد و پایه ای قوی برای مشارکت مدنی ایجاد کند. به این دلیل که سواد رسانه ای به جای توافق یکسان، از فرآیند منطق و تحقیق مبتنی بر شواهد به عنوان نقطه مشترک گروه استفاده می کند. بنابراین بحث های سواد رسانه ای تمرین بسیار خوبی برای زندگی در ملتی است که به کثرت گرایی ارزش می دهد. مهارت های سواد رسانه ای مستلزم درک این موضوع است که همه رسانه ها ساخته شده اند و درک چگونگی و چرایی این انتخاب ها را نشان می دهد. اینها مهارت های اساسی و ضروری هستند که برای هدایت زندگی در دنیای دیجیتال مورد نیاز است تا بتوانیم به عنوان یک شهروند در یک دموکراسی سالم مشارکت موثر داشته باشیم. آنها تنها مهارت ها نیستند، فقط نقطه شروع هستند. آموزش سواد رسانه ای فعال باید بر روش های آموزشی و آموزش سواد رسانه ای متمرکز باشد. آموزش رسانه ای نوین باید بر دو اصل استوار باشد: اول بر رابطه سواد رسانه ای با ادغام فناوری آموزشی در برنامه درسی و دوم رابطه بین آموزش سواد رسانه ای و علوم انسانی، هنر، و علوم. سیستم آموزشی سواد رسانه ای بخش مهمی از تلاش آن برای تقویت انعطاف پذیری اجتماعی در برابر انتشار سیستماتیک و هدفمند اطلاعات نادرست و پیام های ضد دموکراتیک است. در واقع بیانگر تلاش چندین دهه برای ترویج مشارکت دموکراتیک و کاهش قطبی شدن باشد. تعدد سواد در تدریس از طریق مطالعه در همه موضوعات مدرسه و با کمک زبان و گفتمان

خاص آنها و شیوه های مختلف ارائه آنها توسعه می یابد. آگاهی زبان باید مورد توجه قرار گیرد. «زبان های موضوعی خاص» همچنین هنگام تلاش برای درک زبان رسانه که اغلب از گفتمان خاص حوزه های تخصصی مختلف استفاده می کند، برای مثال هنگام نوشتن در مورد موضوعات پزشکی یا اقتصادی، مهم هستند. همچنین رسانه ها نقش مهمی در تفسیر گفتمان حوزه های تخصصی برای افرادی که چیزی از این رشته نمی دانند دارند.

کتابنامه

- آلبرتس، دیوید (۱۳۸۵) گزیده ای از عصر اطلاعات، الزامات امنیت ملی در عصر اطلاعات، ترجمه: علی علی آبادی / رضا نخجوانی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی
- آرگینز، جان، (۱۳۸۶) سیاست پست مدرنیته، ترجمه: منصور انصاری، تهران: گام نو
- اسمارت، بری، (۱۳۸۳) شرایط مدرن مناقشه های پست مدرن، ترجمه: حسن چاوشیان، تهران: اختران،
- بل، دانیل (۱۳۸۳)، سرعت تحول، ترجمه: احمد علیقلیان، تهران: ققنوس
- بودریار، ژان، (۱۳۸۱) در سایه ی اکثریت های خاموش، ترجمه: پیام یزدانجو، تهران: نشر مرکز
- تافلر، آلوی (۱۳۷۰) جابجایی در قدرت، دانایی و خشونت در آستانه قرن ۲۱، ترجمه خوارزمی، تهران: خوارزمی .
- تامپسون، جان، (۱۳۸۰)، رسانه ها و مدرنیته، نظریه اجتماعی رسانه ها، ترجمه اوحدی، تهران: سروش .
- داسنی، مارسل (۱۳۸۸) نشانه شناسی رسانه ها، ترجمه: گذرز میزانی، تهران: آیینه نما
- داورپناه، محمدرضا (۱۳۸۴)، اطلاعات و جامعه، تهران، دبیزش
- طیب، علیرضا (۱۳۷۹)، تکنولوژی اطلاعات، تهران: سفیر
- علوی، پرویز، (۱۳۷۵)، ارتباطات سیاسی، تهران، موسسه نشر علوم نوین
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰) عصر اطلاعات اقتصاد جامعه در فرهنگ، ترجمه: علیقلیان، و خاکباز، تهران: اختران
- فیدر، جان (۱۳۸۰) جامعه اطلاعاتی، ترجمه علی نوباوه، و عباس گلیوری، تهران، نشر کتابدار
- مک کوبیل، د (۱۹۹۴) ارتباطات و فرهنگ، ترجمه: محمد سعید مهدوی کنیف تهران: همشهری
- مولانا، حمدی، (۱۳۸۴) اطلاعات و ارتباطات جهانی، ترجمه: آزاد؛ حسن زاده، مریم افوتی، تهران: کتابدار

۱۰۶ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی سال پانزدهم، شماره چهارم، تابستان ۱۴۰۳

-نای، جوزف، اس (۱۳۸۷) قدرت در عصر اطلاعات از واقع گرایی تا جهانی شدن، ترجمه: سعید میرترابی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی

---نویدی، فاطمه، حسن زاده، محمد (۱۳۸۸) عصر اطلاعات و دولت دسترس پذیر، تهران: نشر کتابدار

---وبستر، فرلنک، (۱۳۸۲) نظریه های جامع اطلاعاتی، ترجمه: داوودی؛ تهران: مرکز چاپ و وزارت خارجه

---ویلکن، پیتر (۱۳۸۱) اقتصاد سیاسی ارتباطات جهانی و امنیت انسانی، ترجمه: بحرانی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی

- هارپر، کریستوفر (۱۳۸۷) رسانه های نوین، ترجمه: علی اصغر کیا، تهران: شرکت تعاونی سازمان معین ادارات

-یورگنسون، رایک فرانک (۱۳۸۶) حقوق بشر در جامعه جهانی اطلاعات، ترجمه: بهرام مستقیمی، قم: آیین

- Bell Danil, (۱۹۲۳) The coming of post- industrial society Aventure in Social forecasting, New yourk, Basic Book,

- Benhabib, S (۱۹۹۲). Situating the self. Gender, community and postmodernism in contemporary ethics, Routledge, champan and hall Inc, London, uk.

- Daken (۱۹۸۳) The Electronic cottage, New yourk: William Morrow.

- Lisensky, R. P:finesten, A: sweet, S. ۱۹۸۵, The new filberal learning: Technology and the liberal Arts. Washington DC, USA.

-Toffler, E. (۱۹۸۰). The wave, New yourk: Bantam books.

فصلنامه تحقیقات مدیریت آموزشی

<https://sanad.iau.ir/journal/jearq>