

شناسایی ابعاد، عوامل مؤثر و پیامدهای الگوی رسانه ای حقوق شهروندی ایرانیان

ایرج محمودی^۱، اصحاب حبیب زاده^۲، هادی خانیکی^۳، مهرداد نوابخش^۴

چکیده

رسانه ها یکی از مهم ترین بازیگران و ابزارهای شکل دهنده و هدایت گر افکار عمومی در جوامع گوناگون هستند. بنابراین رسانه ها با آگاهی بخشی و جهت دهی به افکار عمومی نسبت به افزایش یادگیری و درک مخاطبان نسبت به حقوق و تکالیف خود، می توانند از اصلی ترین بازیگران و مجراهای تبیین و نهادینه سازی حقوق شهروندی در جامعه باشد. هدف پژوهش حاضر شناسایی ابعاد، عوامل مؤثر و پیامدهای رسانه ای حقوق شهروندی ایرانیان است. مطالعه حاضر یک مطالعه کیفی به روش تحلیل محتوا است که مشارکت کنندگان با استفاده از روش نمونه گیری گلوله برفی مشخص شدند. فرآیند گردآوری داده ها، از طریق مصاحبه با ۱۷ نفر از خبرگان رسانه و حقوق شهروندی (تا حد اشباع نظری) ادامه یافت. مراحل کار بدین صورت بود که مصاحبه ها بر روی کاغذ آورده شدند و سپس مصاحبه، نظریه ها، پیشینه تحقیق برای شناسایی ابعاد، عوامل مؤثر و پیامدهای رسانه ای حقوق شهروندی شناسایی و به کمک نرم افزار مکس کیودی ای پایه ریزی شد. همچنین روایی و پایایی داده ها در اختیار همکاران پژوهشگر و تعدادی از اعضای هیئت علمی که با نحوه تحلیل تحقیقات کیفی آشنا بودند، گذاشته شد و از آنان خواسته شد تا صحت آن را مورد بررسی قرار دهند. در این پژوهش، ابعاد؛ (نهادینه کردن مسائل فرهنگی، نظارت رسانه ها به عملکرد دولتمردان، حق آموزش، توزیع قدرت سیاسی، حق استفاده از فناوری، تبلیغات رسانه ای، نوع مالکیت و استقلال رسانه ها، سیاست رسانه ای، رابطه افقی بین حکومت و مردم، دسترسی به حوزه عمومی، بوروکراسی حرفه ای و جامعه پذیری). عوامل مؤثر؛ (آموزشی، نظارتی، مدیریتی، حقوقی، توسعه گرای، اقتصادی و تاریخی) و پیامدها؛ (شکل گیری حکومت های شفاف و پاسخگو، داشتن بخش خصوصی خلاق، افزایش تعلق ملی و امنیت ملی، رعایت متقابل حقوق رسانه و مردم و داشتن جامعه رشد یافته) شناسایی شدند.

واژگان کلیدی: رسانه، حقوق شهروندی، الگوی رسانه ای، حقوق شهروندی.

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۴/۰۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۹/۱۰

^۱ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

(Email: eraj.mahmoudi@gmail.com)

^۲ دانشیار گروه ارتباطات دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران (نویسنده مسئول) (Email: ertabat1388@yahoo.com)

^۳ استاد گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (Email: hadi.khaniki@gmail.com)

^۴ استاد گروه جامعه شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (Email: Navabakhsh@srbiau.ac.ir)

مقدمه

حقوق شهروندی یکی از نیازهای اساسی و ضروری جوامع انسانی است؛ چرا که اجزای تشکیل دهنده آن، یعنی حقوق و مسئولیت ها، برای اداره امور جوامع انسانی ضروری هستند. برای اینکه جامعه ای به درجه بالایی از توسعه نائل آید، ناگزیر از فراگیر نمودن حقوق و وظایف شهروندی است. به عبارتی، شهروندی ابزار رشد و توسعه فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی جوامع محسوب می شود (ملکی، حیدری و حاجی مظفری، ۱۳۹۳، ص ۹۳). مطالعاتی که اخیراً در سطح بین المللی و با مشارکت ۲۰ کشور جهان انجام شده و تحت عنوان (مطالعات شهروندی) منتشر شده است، نشان می دهد که اغلب جوامع دارای این نگرانی عمیق هستند که چگونه کودکان و نوجوانان و جوانان خود را برای زندگی در جوامع معاصر آماده می کنند و راه و رسم مشارکت در مسایل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی را به آن ها بیاموزند (فتحی و دیگران، ۱۳۸۱، ص ۹۰). نتایج تحقیقی نشان داد وبلاگ ها فضایی را فراهم می کنند رضایت شهروندی را ایجاد می کنند و منجر به توانمند سازی شهروندان می شوند (Jorgensen and Bennett, 2017).

رسانه ها یکی از مهم ترین بازیگران و ابزارهای شکل دهنده و هدایت گر افکار عمومی در جوامع گوناگون هستند. بنابراین رسانه ها با آگاهی بخشی و جهت دهی به افکار عمومی نسبت به افزایش یادگیری و درک مخاطبان نسبت به حقوق و تکالیف خود، می توانند از اصلی ترین بازیگران و مجراهای تبیین و نهادینه سازی حقوق شهروندی در جامعه باشد. در کشور آمریکا ۷۶ درصد مدارس عمومی برنامه شهروند دیجیتال را فراهم می کنند و در این مدارس تنوعی از موضوعات را آموزش می دهند شامل سلامتی اینترنتی، خصوصی و عمومی بودن و تحقیق اطلاعاتی و نمایش دیجیتالی و خطرات آن تاکید می کنند (Gleason & Sam, 2018). در جامعه امروز سیاست، حکومت و جوامع بیش از گذشته رسانه ای شده و حیات بشری به شکل شگفت آوری با رسانه ها عجین شده است (گیدنز، ۱۳۸۹: ۴۷).

موضوع مورد مطالعه در این مقاله از این حیث اهمیت دارد که مساله رسانه و حقوق شهروندی، موضوع مورد تامل و تفکر بسیاری از اندیشمندان بوده است و همچنین برای بسیاری از شهروندان در هر جایگاه اجتماعی مسئله حقوق شهروندی با یک دغدغه جدی بوده است. بنابراین هر مطالعه تجربی در خصوص آن، به خصوص مطالعه بین رشته ای درباره رسانه و حقوق شهروندی از اهمیت بالایی برخوردار است. پرداختن به آن، نه تنها شناخت ما را نسبت به انجام مسئله افزایش می دهد، بلکه ما را در شناخت بهتر به این امر گریزناپذیر یاری می کند. این موضوع از این حیث مهم است که جامعه ایران با موضوع حقوق شهروندی آشنا شده و تحت تاثیر آنها تغییراتی در دیدگاه ها و نگرش های آنها پیش آمده است.

یافته های پژوهشی حاکی از آن است که رسانه ها می توانند با ارائه آگاهی ها و الگوهای رفتاری، چارچوب های مرجع و اطلاعات مطلوب به افزایش آگاهی ها، مهارت های شهروندی و به شکل گیری رفتارهای مدنی کمک کنند (شیانی و سپوند، ۱۳۹۴: ۲۶۹). کشور ایران با قرار گرفتن در مسیر تحولات سریع جهانی شدن از یک سو و گسترش همگانی بهره مندی از رسانه ها و تاثیرات ناشی از آن در دهه های اخیر از سویی دیگر، با مسایل پیچیده و چالش آفرین مواجه شده است. در این بستر، نقش آشنایی از حقوق شهروندی و به تبع آن رفتارهای مدنی و مشارکتی از اهمیت شایانی برخوردار خواهد بود. این در حالی است که در ایران الگوی رسانه ای برای آموزش و ترویج حقوق شهروندی وجود ندارد. لذا این تحقیق به دنبال پاسخ به این سؤال اساسی است ابعاد و عوامل موثر بر الگوی رسانه ای حقوق شهروندی ایرانیان چیست؟ و پیامدهای آن چه می باشد؟

رویکرد های نظری

معمولاً منطق مطالعات کیفی ایجاب می کند که محقق بدون استفاده از نظریه ها و فرضیه های از پیش تعیین شده وارد میدان تحقیق شود. با وجود این، پژوهشگران کیفی به گونه ای متفاوت از پژوهشگران اثبات گرا و کمی گرا از نظریه ها و ادبیات فنی پیرامون موضوع تحقیق استفاده می کنند. شاید در نگاه اول به نظر برسد که در زمینه اثرگذاری رسانه بر حقوق شهروندی نظریاتی هست که

شرایط کنونی کشور را تشریح می کنند، اما محقق در چارچوب های مفهومی و همچنین در تحقیقات پیشین، توانسته به نظریه پردازانی دست پیدا کند که چگونگی ارتباط و اثرگذاری رسانه ها با حقوق شهروندی را شرح دهد. بنابراین نیاز به روش تحلیل محتوای کیفی بود تا بتوان بر اساس اطلاعاتی که در میدان تحقیق جمع آوری می شوند. به نظریه پردازانی در یک محدوده خاص جغرافیایی و زمانی دست زد. برای همین منظور، الگوهایی مختلفی وجود دارد که در این تحقیق، از الگوی قیاسی متکی بر نظریه استفاده می شود و با استفاده نظریات موجود یا پژوهش های پیشین و مصاحبه ها، ابعاد، عوامل موثر و پیامدهای الگوی رسانه ای حقوق شهروندی شناسایی می شوند. همچنین یافته های تحقیقی حوزه حقوق شهروندی در ایران، نشان می دهد که میزان آگاهی شهروندان از حقوق و وظایف شهروندی پایین است و برای تحقق کامل آن باید از طریق آموزش های نهادمند اقدام نمود. از دیگر یافته های پژوهشی انجام گرفته می توان به این نکته مهم اشاره کرد که شهروندی در ایران پدیده ای نو و در حال تحقق است (ملکی، ۱۳۹۳: ۹۴).

- یافته های پژوهشی رحمان زاده و همکارانش (۱۳۹۶) با عنوان «آسیب شناسی اشاعه حقوق شهروندی از طریق رسانه ها جمعی» از نظریاتی همچون؛ راجرز، لرنر و کاتز استفاده شده است و طبق یافته های این تحقیق، میزان آگاهی از حقوق شهروندی در حد مطلوبی قرار دارد و در میان رسانه ها؛ اینترنت بیشترین تاثیر را دارد و مطبوعات هیچ تاثیری بر میزان آگاهی از حقوق شهروندی ندارد.
- در تحقیق فتحی و همکاران (۱۳۸۸) که پیرامون شهروند الکترونیک خوب انجام گرفته، مطرح شده که گرایش شهروندی از طریق آموزش و تربیت شهروند خوب مقدور بوده که در این خصوص باید به برنامه های درسی توجه ویژه و فزاینده ای داشت همچنین از طریق محتوای درسی و تربیت شهروند الکترونیک می توان گرایش های شهروندی را افزایش داد.
- تحقیق اسماعیلی (۱۳۸۱) با موضوع سنجش نیازهای فرهنگی شهروندان اصفهان مبین این نتیجه است که آموزش های شهروندی، محوری ترین نیاز فرهنگی شهروندان در اصفهان بشمار می رود. بنا بر نتایج این تحقیق، بایستی در ابعاد مختلف شهروندی، یعنی حقوق و وظایف، شهروندانی آگاه و فرهیخته داشته باشیم و وجود شکاف در این بعد، پژوهش در عرصه شهروندی را لازم و ضروری می سازد.
- مطالعات کلیرسون و وان کلیرن (۲۰۱۸) نقش رسانه اجتماعی در آموزش رسمی و غیر رسمی دانش آموزان برای تکامل مهم ارزیابی کرده و دانش آموزان را در کشف، ارزیابی و اشتراک اطلاعاتی و انتخاب مباحث با دیگران در زمینه های مختلف و متنوع فراهم می کند و کسب مهارت های زندگی را آسان تر می سازد.
- مارشی (۲۰۱۷) در تحقیقی درباره جوانان مهاجری که از اینترنت برای کسب اطلاعات و اخبار استفاده می کنند، اگر چه فقر و درآمد پایین در کیفیت زندگی شان تاثیر می گذارد، و نسبت به والدینشان از اخبار متنوع استفاده می کنند در تربیت شهروندی موثر است.
- مطالعات گرب و می ریک (۲۰۱۶) نشان داد که برای آگاه کردن شهروندان دو روند غالب وجود دارد اول آنها را از طریق رسانه آگاه کنیم و دیگر اینکه برای اینها بحران دموکراتیک را گوشزد کنیم و همچنین با استفاده از واژگان نوشتاری برای بررسی ارزش اطلاعات از تصاویر در مفهوم سازی شهروند آگاه برای کسب اطلاعات و تجارب سیاسی از طریق رسانه مهیا کنیم.
- کارادومان (۲۰۱۴) در تحقیقی در کشور ترکیه نقش سواد رسانه ای در توسعه و آگاهی شهروندان مهم دانسته و اهمیت بالایی در تکامل، هوشیاری فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و دموکراتیک دارد.

برای نخستین بار، «هارولد لاسول» محقق آمریکایی، در مقاله ای که در سال ۱۹۸۴ نوشت، سه نقش اساسی نظارت بر محیط (نقش خبری)، ایجاد و توسعه همبستگی های اجتماعی (نقش تفریحی) و انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی) را برای وسایل ارتباط جمعی در نظر گرفت. چند سال بعد، «چارلز رایت»، نقش اجتماعی دیگری را درباره ایجاد سرگرمی (نقش تفریحی)، به نقش های پیشین افزود (ورنر و تانکارد، ۱۳۸۴: ۴۵۰). سیرت^۱، پترسون^۲ و شرام^۳ در سال ۱۹۵۶ در چهار نظام مطبوعات نظام های مدیریتی و مالکیت رسانه ها را این چنین بر شمرده است:

الف) نظام آمرانه: در بین نظام های مختلف اداره رسانه ها، نظام آمرانه که با اختراع چاپ در جوامع استبدادی اروپای غربی تولد یافت، از نظر تاریخی و جغرافیایی، قدیمی ترین و گسترده ترین نظام رسانه ای به حساب می آید. در چنین جوامعی همواره دولت مهم تر از فرد تلقی می شود. بدین ترتیب در این جوامع طبیعی است که رسانه صرفاً به عنوان وسایلی در دست قدرت و در چارچوب سیاست حاکم عمل می کند. در چنین نظامی ضرورت کسب اجازه انتشار، بازیابی و سانسور قبل از انتشار است. در نظام آمرانه، مالکیت رسانه ها می تواند هم خصوصی و هم دولتی باشد. اما برای راه اندازی آن اجازه خاص ضروری است، در چنین نظامی، انتصاب گردانندگان رسانه ها می تواند از سوی مدیریت سیاسی جامعه صورت گیرد (فرهنگی و بیران، ۱۳۹۳: ۲۱۱-۲۱۲).

ب) نظام آزادی گرا: پایه های نظام رسانه ای آزادی گرا توسط جان میلتن^۴ و جان لاک^۵ بنیان گذاری شد و در قرن هجدهم تکامل یافت. آگاه کردن و سرگرم کردن دو کارکرد این نظام محسوب می شود و مهمترین هدف رسانه ها در این نظام، کمک به کشف حقیقت، حل مشکل سیاسی جامعه است. رسانه یک نهاد سیاسی است که وظیفه مراقبت از دولت به عهده آنها گذاشته شده است. در این نظام هر کسی حرفی برای گفتن دارد و مورد تقاضای مخاطبان است و مردم می توانند آن را بپذیرند و یا رد کنند. هدف این نظام، سودآوری و فروش هر چه بیشتر در جامعه است (فرهنگی و بیران، ۲۱۲-۲۱۳).

ج) نظام کمونیستی: در این نظام از رسانه ها به عنوان ابزار اتحاد و یکپارچگی استفاده می شود و در عمل به عنوان ابزارهای تهییج^۶، تبلیغ^۷، مسئولیت تحمیلی استفاده می شود. مالکیت رسانه ها در دست دولت است و مدیران از طرف دولت و یا حزب حاکم منصوب می شوند، مطالب و محتوای رسانه ها در راستای دولت و حاکمیت است (فرهنگی و بیران، ۲۱۴-۲۱۵).

د) نظام توسعه ای: این نظریه بعد از انتقادات چودری عنایت الله^۸ در سال ۱۹۸۱ مطرح شد و الگویی است برای کشورهای در حال توسعه که ۱۶ سال بعد از آن انتقاد، توسط ویلیام هاکنن^۹ مطرح شد. هاکنن تاسیس نظام توسعه ای را بیشتر منوط به پیروزی انقلاب از طریق رسانه ها می داند و می گوید: تمام ابزارهای رسانه ای از جمله روزنامه، رادیو، تلویزیون، انیمیشن، باید وظایف مهم سازندگی، کمک به آگاهی های سیاسی و اقتصادی نمایند. رسانه ها باید از قدرت حاکمه حمایت کنند. در نظام توسعه ای مالکیت و مدیریت رسانه ها هم بخش خصوصی و هم دولت و هم احزاب و سازمان های سیاسی تعلق داشته باشد. در این نظام داشتن پروانه ضروری است و رسانه ها باید اهداف عمومی که به وسیله

1. Fred S. Sibert
2. Theodore Peterson
3. Wilber Schram
4. John Milton
5. John Lock
6. Agitation
7. Propaganda
8. Chaudry Inayatollah
9. Wiliam Hachten

مدیریت سیاسی جامعه تعریف شده است در الویت قرار دهند (فرهنگی و بیران، ۱۳۹۳: ۲۱۷-۲۱۸). مدل فضای عمومی که بر گرفته از دیدگاه های جامعه شناس آلمانی یورگن هابرماس است. از نظر وی رسانه ها برای ایجاد یک دموکراسی حیاتی است و رسانه های انبوه می توانند به فرایندهای دموکراتیک کمک کنند. این مدل یک سیستم رسانه ای باز را مورد توجه قرار می دهد. بر اساس این مدل اطلاعات به صورت آزادانه جریان پیدا می کند. بدون آنکه مداخلات دولت جریان ایده را محدود کند. بنابراین اگر لازمه دموکراسی قدرتمند مشارکت شهروندان باشد، این مشارکت به وسیله گفتمان عمومی دائمی و گسترده حاصل می آید. برای مثال مرداک سه روش مهم را پیشنهاد می کند که این سیستم های ارتباطی حقوق شهروندی را مورد توجه قرار می دهند.

۱. اول. برای اینکه حقوق کامل شهروندی افراد اعمال شود، باید شهروندان به اطلاعات، رسانه ها و ابزارهای دسترسی داشته باشند. از آن طریق آنها قادر خواهند بود تا حقوق شخصی خود را درک کنند.
۲. دوم. آنها باید به حداکثر اطلاعات و مباحثی که مسایل سیاسی عمومی را شامل می شود، دسترسی داشته باشند و از این طریق قادر خواهند باشند خواسته ها، انتقادات و پیشنهادات خود را مطرح سازند.
۳. سوم. شهروندان باید قادر باشند خواسته هایشان را به طور کامل ارائه نموده و به سازمان ها منتقل کنند. با توجه به این مطلب برای اینکه دموکراسی مشارکتی اعمال شود، شهروندان باید نحوه مشارکت و دسترسی به منابع ضروری اطلاعات جهت افزایش مشارکت را یاد بگیرند (فرهنگی و بیران، ۱۳۹۳: ۲۳۳-۲۳۴). بر اساس نظریه فضای نوین، مجموعه اصول بنیادین در فضای نوین مانند؛ حق برخورداری از حمایت داده ها؛ این حق که در گذشته به عنوان جزئی از حق برخورداری از زندگی خصوصی محسوب می شده است، امروزه به عنوان حق مستقل، شناخته شده است و حتی با مفهوم جدیدی با عنوان "حق تعیین سرنوشت اطلاعاتی"، به کار برده می شود. نه به عنوان حق جدیدی که به دیگر حقوق موجود اضافه می شود، بلکه به عنوان مفهومی که به آنها، از جمله حق دسترسی به اینترنت، حق اصلاح داده ها، حق مطلع شدن از سرنوشت داده ها و غیره، معنا می بخشد (متمدنژاد، ۱۳۹۵: ۶۳).

در ربع اواخر قرن حاضر، شاهد شکل گیری نوع جدیدی از انواع طرح های ساختاری بوده ایم؛ طرح های ساختاری که به سازمان ها این امکان را می داد تا متخصصین آزموده را برای انجام فعالیت ها در هسته عملیاتی به کار گیرند و در عین حال به کارایی های لازم ناشی از استاندارد کردن فعالیت های خود نیز نائل شوند. این طرح ساختاری "بوروکراسی حرفه ای" نامیده شد؛ که ترکیبی است از استاندارد سازی با پدیده عدم تمرکز. در این ساختار، قدرت در هسته عملیاتی متمرکز است، زیرا مهارت های مهم مورد نیاز سازمان در اختیار آن ها بوده و همچنین در به کارگیری مهارت های خود استقلال دارند (این امر از طریق پدیده عدم تمرکز محقق می شود). تنها بخشی از بوروکراسی که دارای قوانین و مقررات رسمی بوده، ستاد پشتیبانی است، اما فعالیت های آن بر ارائه خدمات به هسته عملیاتی متمرکز است (میتیزنبرگ به نقل از خاشعی، ۱۳۹۰: ۱۵۰). بر اساس نظریه توزیع قدرت سیاسی، نظریه دموکراسی نخبه گرا یا رقابتی، نوعی از دموکراسی است که با رویکردی واقع گرایانه و با نظر به واقعیت های جهان معاصر ارائه شده است. مدل دموکراسی نخبه گرا ابتدا توسط ژوزف شومپتر در اثر مهم وی با عنوان «سرمایه داری، سوسیالیسم و دموکراسی» تدوین شد. مبنای دموکراسی نخبه گرا نقد دو آموزه اصلی دموکراسی های کلاسیک، یعنی؛ «خیر و مصلحت عمومی» و «اراده ی همگانی» است. شومپتر با ارائه یک مدل واقع گرایانه از دموکراسی، با آرمان هایی، چون؛ آزادی، برابری و عدالت و ... که تصور می شود؛ دموکراسی در تأمین آنها توانمندتر از سایر نظام های سیاسی است. دموکراسی را تنها ابزاری برای رسیدن به اهداف مزبور می داند (شومپتر، ۱۳۷۵: ۳۴۰-۳۴۱). همچنین نظریه پولیاریشی به مفهوم تعدد نخبگان حاکم، حد مطلوب مشارکت و رقابت سیاسی را ایجاد می کند و از بروز استبداد جلوگیری می نماید. حکومت دموکراسی واقعی نه حکومت اکثریت و نه حکومت یک اقلیت، بلکه حکومت چندین اقلیت است (هلد، ۱۳۷۰: ۳۷۰). در دموکراسی راست جدید با هدف حفظ آزادی های فردی یک

اصل اجتناب ناپذیر است. در واقع قانون در دموکراسی راست جدید، به عنوان سپر محافظی است که از حقوق فرد در قبال تجمع آراء و منافع جمع حمایت می کند (قادری، ۱۳۸۷: ۵۲). پولانزاس عقیده دارد که با انتخابات عمومی، با آزادی نامحدود مطبوعات و اجتماعات و با برخورد آزاد افکار و عقاید، زندگی در هر نهاد عمومی خواهد مرد (هلد، ۱۳۸۷: ۳۸۶-۳۹۰) و دموکراسی مشارکتی بیشتر بر اصل مشارکت تأکید دارد. اصل مشارکت خود نشأت گرفته از تلقی اندیشه چپ جدید از وجه اجتماعی انسان است و منتقد برداشت فردگرایانه از آدمی است (هلد، ۱۳۸۷: ۵۲).

نظریه استفاده و رضامندی با اتخاذ رویکردی کارکردگرایانه به ارتباطات و رسانه، مهم ترین نقش رسانه ها را برآورده ساختن نیازها و انگیزه های مخاطب می داند، بنابراین به هر میزان که رسانه ها این نیازها و انگیزه ها را برآورده سازند، به همان میزان موجبات رضایتمندی شهروندان را فراهم می کنند. یکی از آثار اجتماعی رسانه ها، نظریه یادگیری اجتماعی آلبرت باندورا (۱۹۸۶) است که به طور ویژه با ارتباط جمعی در ارتباط است. بر اساس این نظریه، انسان ها بیشتر آنچه را که برای راهنمایی و عمل در زندگی نیاز دارند، صرفاً از تجربه و مشاهده مستقیم یاد نمی گیرند، بلکه عمده آن ها به طور غیر مستقیم و به ویژه از طریق رسانه ها آموخته می شود (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۴۹۳). رویکرد تحلیل دریافت و مدل کدگذاری و کدگشایی «استوارت هال» بر این اصل است که مخاطبان هنگامی که در برابر پیام های رسانه های جمعی قرار می گیرند بر اساس «زمینه های اجتماعی و فرهنگی و پایگاه اجتماعی» که به آن تعلق دارند، به صورتی که فعالانه متون رسانه ای را قرائت و دریافت می کنند. بر این اساس متون رسانه ای از قابلیت چند معنایی بهره مند هستند و افراد بر اساس زمینه های شناختی، اجتماعی و حقوقی که دارند معنای خاصی را از این متون دریافت می کنند (سولیوان و همکاران، ۱۳۸۵: ۶۶). در چارچوب نظریه وابستگی با توجه به ماهیت رابطه سه جانبه (مخاطب، رسانه و جامعه) می تواند بسیاری از تاثیرات رسانه بر افراد و جامعه را مشخص کند. اما آنچه که در چارچوب نظریه وابستگی رسانه ها مورد توجه قرار گرفته است میزان زیاد وابستگی مخاطبان رسانه های جمعی به منابع اطلاعاتی در جوامع صنعتی شهری جدید است. و میزان وابستگی مخاطبان به اطلاعات رسانه ها متغیری کلیدی در فهم این نکته است که پیام های رسانه ای چه موقع و چگونه اعتقادات، احساسات و یا رفتارهای مخاطبان را تغییر می دهند.

روش شناسی تحقیق

این پژوهش با هدف بسط و گسترش دانش در حوزه نقش رسانه ها در ترویج و توسعه حقوق شهروندی، در حوزه تحقیقات توسعه ای جای می گیرد. هدف پژوهش حاضر شناسایی ابعاد، عوامل موثر و پیامدهای رسانه ای حقوق شهروندی است. این پژوهش، از نظر روش، توصیفی است که محقق با جست و جو در ادبیات و مباحث نظری، پیشینه تحقیق و مصاحبه درباره ابعاد، عوامل موثر و پیامدهای الگوی رسانه ای حقوق شهروندی فراهم می شود، حوزه حقوق شهروندی و رسانه در این تحقیق بصورت کلی در نظر گرفته شده است. بنابراین مطالعه حاضر بر پایه روش کیفی به شیوه (تکنیک) تحلیل محتوا، که ابزاری برای به دست آوردن اطلاعات غنی و عمیق از مشارکت کنندگان می باشد انجام گرفت. بدین صورت که؛ ابتدا سه سؤال اولیه مطرح شد و سپس در پی آن، برای بررسی بیشتر و اطلاعات عمیق تر با توجه به پاسخ ها، سؤال های دیگری بیان شد. در این تحقیق، برای پاسخ به سه سؤال، یک نفر از استادان دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی که دو مدرک لیسانس علوم ارتباطات اجتماعی و حقوق، کارشناسی ارشد و دکتری علوم ارتباطات دارد و مدرک ایشان مرتبط با تحقیق بود و در حوزه حقوق ارتباطات کتاب تألیفی و سابقه تدریس داشت، به عنوان اولین خبره گزینش شد، و پس از انجام اولین مصاحبه، با روش نمونه گیری گلوله برفی نسبت به انجام مصاحبه حضوری با دیگر خبرگان تا رسیدن به اشباع نظری اقدام شد. پاسخ های ارائه شده از نفر پانزدهم به بعد تکراری شد، ولی برای اطمینان بیشتر دو مصاحبه دیگر انجام شد و پس از انجام مصاحبه با ۱۷ نفر اشباع نظری حاصل شد و انجام مصاحبه متوقف گردید. در ادامه برای تحلیل مصاحبه از تحلیل محتوای کیفی استفاده شد. مراحل کار بدین صورت بود که مصاحبه ها بر روی کاغذ آورده شدند و سپس به کمک مطالعات کتابخانه ای، نظریه ها، پیشینه تحقیق برای شناسایی ابعاد، عوامل

مؤثر و پیامدهای الگوی رسانه ای حقوق شهروندی به کمک نرم افزار مکس کیودی ای پایه ریزی شد. همچنین روایی و پایایی داده ها در اختیار همکاران پژوهشگر و تعدادی از اعضای هیئت علمی که با نحوه تحلیل تحقیقات کیفی آشنا بودند، گذاشته شد و از آنان خواسته شد تا صحت آن را مورد بررسی قرار دهند.

یافته ها

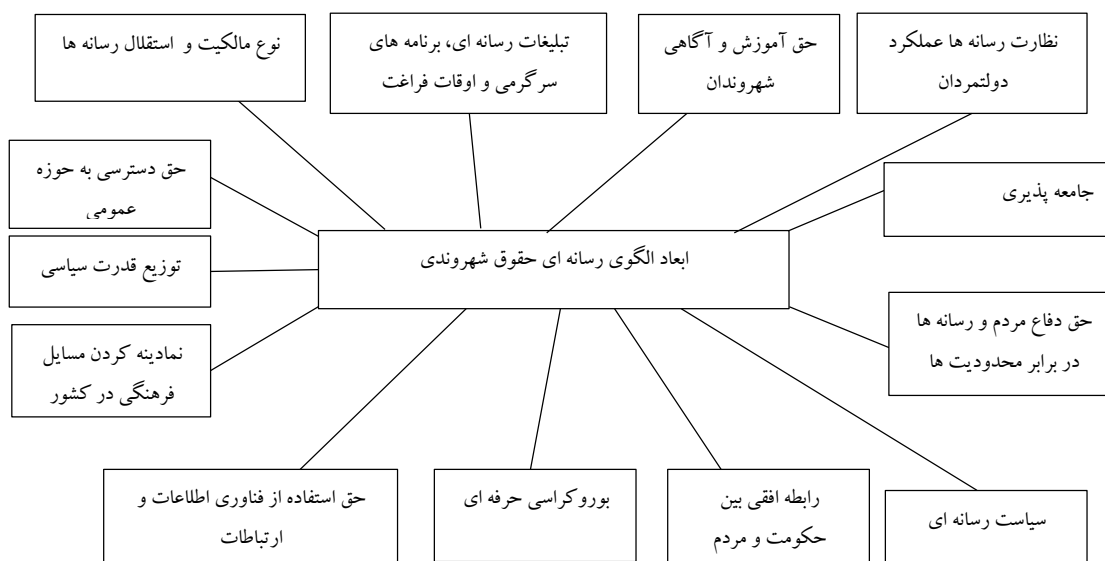
۱. سؤال اول مصاحبه: ابعاد و مولفه های رسانه ای حقوق شهروندی ایرانیان چیست؟

برای شناسایی ابعاد الگوی رسانه ای حقوق شهروندی، بعد از مصاحبه حضوری نسبت به کدگذاری پاسخ ها با نرم افزار مکس کیودی ای اقدام شد که حاصل آن شناسایی ابعاد سیزده گانه است که نتایج آن در جدول شماره (۱) نشان داده شده است. سیزده ابعاد شناسایی شده مطالب مربوط به حق آموزش و آگاهی شهروندان، بیشترین درصد پاسخگویی، مصاحبه شوندگان بوده است، مطالب مربوط به نظارت رسانه ها به عملکرد دولتمردان در مرتبه دوم، مطالب مربوط به نوع مالکیت و استقلال رسانه ها در مرتبه سوم و بقیه ابعاد به ترتیب: سیاست رسانه ای، حق استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، حق دسترسی به حوزه عمومی، بوروکراسی حرفه ای، جامعه پذیری، نهادینه کردن مسایل فرهنگی، بوروکراسی حرفه ای، توزیع قدرت سیاسی، حق دفاع مردم و رسانه ها در برابر محدودیت ها و رابطه افقی بین حکومت و مردم است و همچنین براساس اولویت بندی خبرگان، حوزه رسانه و حقوق شهروندی به ترتیب اولویت؛ سیاست رسانه ای در رتبه اول، جامعه پذیری در رتبه دوم، نظارت رسانه ها به عملکرد دولتمردان در رتبه سوم، نوع مالکیت و استقلال رسانه ها در رتبه چهارم، توزیع قدرت سیاسی در رتبه پنجم، حق استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در رتبه ششم، حق آموزش و آگاهی شهروندان در رتبه هفتم، رابطه افقی بین حکومت و مردم در رتبه هشتم، نهادینه کردن مسایل فرهنگی در رتبه نهم، حق دسترسی به حوزه عمومی در رتبه دهم، تبلیغات رسانه ای، برنامه های سرگرمی و اوقات فراغت در رتبه یازدهم، بوروکراسی حرفه ای در رتبه دوازدهم و حق دفاع مردم و رسانه ها در برابر محدودیت ها در رتبه سیزدهم ذکر شده اند.

جدول (۱): ابعاد و مولفه های الگوی رسانه ای حقوق شهروندی ایرانیان

ردیف	کدها	ابعاد	فراوانی پاسخ مصاحبه
۱	مؤثر بودن رسانه ها نسبت به مسئولیت پذیری و آگاه سازی وظایف شهروندی و مشارکت اجتماعی، نقش نهادهای آموزشی نسبت به پابندی به تعهدات و مسئولیت پذیری	جامعه پذیری	۲
۲	به رسمیت شناخته شدن حقوق زنان، جوانان، حقوق اقلیت ها و تاثیر گذاری رسانه ها درباره مشارکت کودکان در امور شهروندی توسط دولت	نهادینه کردن مسایل فرهنگی	۲
۳	انتقادات رسانه ها از انحراف و قانون گریزی نظام سیاسی و اجتماعی، جلوگیری از فساد در جامعه، اعمال کنترل بر روند دستگاه های اجرایی و شفاف سازی ارتباطی و اطلاعاتی و اصلاح عملکردها، استانداردها و رویه های مضر و مخرب و پاسخگویی به سؤالات مردم	نظارت رسانه ها به عملکرد دولتمردان	۷
۴	مطالب متنوع و متکثر درباره مسایل محیط زیست و آلودگی های محیطی، آموزش دولت در مدارس و دانشگاه ها درباره حقوق شهروندی	حق آموزش و آگاهی شهروندان	۹
۵	مطالب رسانه ها درباره توزیع قدرت در بین گروه های مختلف نژادی و قومی در میان نخبگان و براساس اصل مشارکت	توزیع قدرت سیاسی	۱
۶	استفاده مردم از اطلاعات بدون دخالت دولت (حق برخورداری از حمایت داده ها، حق مطلع شدن و حق دسترسی به اینترنت)، به رسمیت شناخته شدن فناوری های نوین (فضای مجازی، رادیو و تلویزیون) به عنوان حقوق جدید مانند: آزادی بیان و تجمعات و ... از طرف دولت	حق استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات	۴
۷	اختصاص دادن اصل آزادی بیان و تجمعات در قانون اساسی، قوانین عادی و رویه قضایی و مطرح شدن	حق دفاع مردم و	۱

	محدودیت هایی مانند: حق حیات و ممنوعیت شکنجه و ... در رسانه ها	رسانه ها در برابر محدودیت ها
۸	تبلیغ رسانه ها در راستای تزریق ارزش ها و آگاهی های جدید برای تغییر نگرش ، استفاده رسانه ها از منابع معتبر، متناسب بودن پیام با خواسته ها، نیازها و ارانه راهنمایی براساس طبقه و نوع مخاطبان و رعایت اصول و موازین اخلاق حرفه ای در پیام های رسانه ای برای نفوذ در افکار عمومی و گوش دادن به رادیو، مشاهده فیلم و سریال ها درباره مسایل حوزه شهروندی	تبلیغات رسانه ای، برنامه های سرگرمی و اوقات فراغت
۹	حمایت رسانه ها از آزادی، استقلال، تکثر و تنوع، قدرت و توان انتقاد در چارچوب قانون، مطالب رسانه ها درباره رعایت قانون، اجتناب از هتک و حرمت و افترا، مبارزه علیه بی سوادی، دادن آگاهی های سیاسی و کمک به توسعه اقتصادی، استقلال عمل رسانه ها، نظرات رسانه ها درباره دفاع از حاکمیت و منافع عمومی مردم و مالکیت رسانه ها به صورت بخش خصوصی، احزاب سیاسی واقعی و مردمی که رقابت و پویایی در آن باشد.	نوع مالکیت و استقلال رسانه ها
۱۰	مطالب رسانه ها درباره آزادی احزاب، اجتماعات و تصدی مشاغل سیاسی در کشور، رعایت نخبگان و رهبران سیاسی در گفتار و عمل خود نسبت به حقوق شهروندی و مطالب رسانه ها درباره همگرایی گروه ها، نهادهای ملی و بین المللی	سیاست رسانه ای
۱۱	مطالب رسانه ها درباره تغییر رویکرد جامعه نسبت به حقوق و تکالیف مردم، نسبت به حکومت و مردم و تدوین نظام رسانه ای محق بودن بر مکلف بودن	رابطه افقی بین حکومت و مردم
۱۲	مطالب رسانه ها درباره امکان گفتگوی آزاد و خردمندانه به دور از سلطه اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و گفتگوهای عقلانی درباره مسایل مورد علاقه تا بدست آوردن توافق و امکان فرصت هایی برای دسترسی و مشارکت استفاده کنندگان اعم از تکثر و تعدد در اشکال زندگی، ارتباطات عمومی و مسئولیت پذیری.	حق دسترسی به حوزه عمومی
۱۳	مطالب رسانه ها درباره استقلال فکری، کاری، مهارت حل مسأله، نوآوری و مسئولیت پذیری سازمان ها، هدایت جامعه توسط مدیران و رسانه ها برای انتظارات عملکردی از مردم و اعتقاد به حرفه گرایی و تخصص گرایی همراه با تعهد در سازمان ها	بوروکراسی حرفه ای



نمودار (۱): خروجی شبکه ای از ابعاد الگوی رسانه ای حقوق شهروندی ایرانیان

در تحلیل محتوای کیفی کدگذاری مصاحبه به کمک نظریه های موجود و پیشینه تحقیق ابعاد الگوی رسانه ای حقوق شهروندی به کمک نرم افزار مکس کیودی ای پایه ریزی گردید. در جدول شماره (۲) شامل ۱۳ ابعاد؛ جامعه پذیری، نظارت رسانه ها به عملکرد دولتمردان، حق آموزش و آگاهی شهروندان، تبلیغات رسانه ای، برنامه های، سرگرمی و اوقات فراغت، نوع مالکیت و استقلال رسانه ها، سیاست رسانه ای، نهادینه کردن مسایل فرهنگی، رابطه افقی بین حکومت و مردم، بوروکراسی حرفه ای، توزیع قدرت سیاسی، حق استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، حق دفاع مردم و رسانه ها در برابر محدودیت ها و حق دسترسی به حوزه عمومی بود. اما در فرآیند تحلیل، کدهای دیگری نیز بدست آمد که منجر به بعد رابطه افقی بین حکومت و مردم و سیاست رسانه ای شد که در نظریه ها به آن اشاره ای نشده بود.

جدول (۲): تطبیق ابعاد مستخرج از مصاحبه با ابعاد مستخرج از نظریه ها و منابع

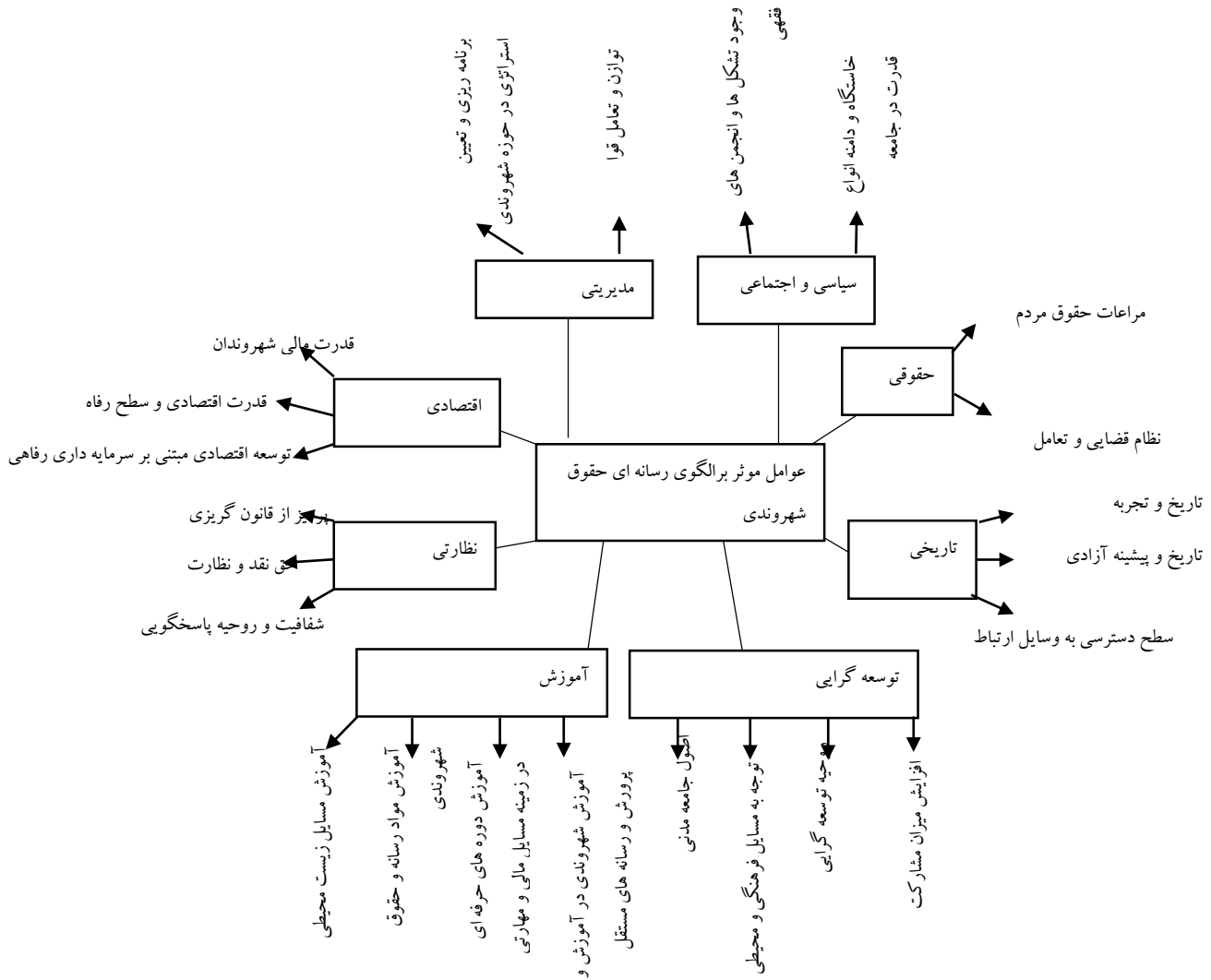
ردیف	ابعاد مستخرج از مصاحبه	ابعاد مستخرج از نظریه ها و منابع	منبع
۱	جامعه پذیری	اجتماعی شدن افراد	مصاحبه، نظریه یادگیری اجتماعی آلبرت باندورا (۲۰۰۶)
۲	نظارت رسانه ها به عملکرد دولتمردان	راهنمایی و نظارت رسانه ها	مصاحبه، نظریه کارکردگرایی لاسول (۱۳۹۱)، چهار نظریه مطبوعات از سبیرت و همکاران (۱۹۵۹)
۳	حق آموزش و آگاهی شهروندان	آموزش و آگاهی شهروندان، مواجهه شدن مخاطب براساس زندگی واقعی روزمره	مصاحبه، تحقیق رحمان زاده و همکاران (۲۰۱۴)، فتحی و همکاران (۱۳۸۸)، کلیرسون و وان کلیرن (۲۰۱۸) و جسیکا و می ریک (۲۰۱۶)
۴	تبلیغات رسانه ای و برنامه های سرگرمی	روابط بین (رسانه، جامعه و مخاطب) وابسته بودن مخاطب به رسانه براساس نیازها و گریز از واقعیات	مصاحبه، نظریه وابستگی مخاطب روکیچ و دی فلور (۱۹۶۷)
۵	نوع مالکیت و استقلال رسانه ها	چهار نظریه مطبوعات (اقتدارگرا، آزادی گرا، مسئولیت اجتماعی و توسعه)	مصاحبه، چهار نظریه مطبوعات از سبیرت و همکاران (۱۹۵۹)
۶	سیاست رسانه ای	-	مصاحبه
۷	نهادینه کردن مسایل فرهنگی در جامعه	زمینه های اجتماعی، فرهنگی و پایگاه اجتماعی	مصاحبه، نظریه تحلیل دریافت (۱۹۷۳)
۸	رابطه افقی بین حکومت و مردم	—	مصاحبه
۹	بوروکراسی حرفه ای	بوروکراسی	مصاحبه، نظریه بوروکراسی مینرنبرگ (۱۹۸۳)
۱۰	توزیع قدرت سیاسی	مدل نخبگان، کثرت گرایی، دموکراسی قانونی و مشارکتی	مصاحبه، نظریات دموکراسی نخبه گرا از ژوزف شومپتر، کثرت گرایی دال، دموکراسی جدید نوزیک و هایک و دموکراسی چپ جدید پولانزاس (۱۳۷۶)
۱۱	حق استفاده از فناوری اطلاعات	استفاده و بهره مندی از رسانه ها	مصاحبه، نظریه استفاده و بهره مندی رسانه ها کاتز (۱۳۷۶)، مارشی (۲۰۱۷) و کاردومان (۲۰۱۴)
۱۲	حق دفاع مردم و رسانه ها در برابر محدودیت ها	حق برخورداری از حمایت داده ها حق دسترسی به اینترنت و حق برخورداری از موجودیت دیجیتالی	مصاحبه، میثاق بین الملل حقوق مدنی و سیاسی (۱۹۶۶)
۱۳	حق دسترسی به حوزه عمومی	حوزه عمومی	مصاحبه، نظریه حوزه عمومی هابرماس (۱۳۸۳)

۲. سؤال دو مصاحبه: عوامل مؤثر بر الگوی رسانه ای حقوق شهروندی ایرانیان کدامند؟

برای شناسایی عوامل مؤثر بر الگوی رسانه ای حقوق شهروندی، بعد از مصاحبه حضوری، با توجه به اینکه در تحلیل محتوای کیفی کدگذاری مصاحبه به کمک نظریه های موجود، عوامل مؤثر بر الگوی رسانه ای حقوق شهروندی و به کمک نرم افزار مکس کیودی ای پایه ریزی گردید و حاصل آن شناسایی هشت عامل و مولفه های مربوط به آن است. برابر جدول شماره (۳)، از هشت عامل شناسایی شده، مطالب مربوط به عامل آموزشی بیشترین فراوانی پاسخگویی را داشته است. عامل مدیریتی در مرتبه دوم، عامل سیاسی و اجتماعی در مرتبه سوم و بقیه به ترتیب در مراحل بعدی عامل حقوقی، عامل توسعه گرایی، عامل اقتصادی و نظارتی و عامل تاریخی ذکر شده اند. با توجه به اولویت بندی عوامل مؤثر بر الگوی رسانه ای حقوق شهروندی: عامل آموزشی رتبه اول، عامل مدیریتی رتبه دوم، عامل سیاسی و اجتماعی در رتبه سوم و بقیه به ترتیب عامل تاریخی، عامل توسعه گرایی، عامل نظارتی، عامل حقوقی و عامل اقتصادی در رتبه آخر ذکر شده اند.

جدول (۳): عوامل مؤثر بر الگوی رسانه ای حقوق شهروندی ایرانیان

ردیف	مؤلفه ها	عوامل مؤثر	فراوانی پاسخ مصاحبه
۱	آموزش دوره های حرفه ای در زمینه مسایل مالی و مهارت های حرفه ای، آموزش سواد رسانه و حقوق شهروندی، آموزش شهروندی در رسانه های مستقل و آموزش و پرورش و آموزش مسایل زیست محیطی	عامل آموزشی	۹
۲	قدرت مالی شهروندان، قدرت اقتصادی، پایگاه اجتماعی و سطح رفاه مردم و توسعه اقتصادی مبتنی بر سرمایه داری رفاهی (بازار محور)	عامل اقتصادی	۳
۳	مراعات حقوق مردم از طرف دولت و نظام قضایی و تعامل آن با حقوق شهروندی	عامل حقوقی	۵
۴	حق نقد، نظارت، هشدار و جنجال بسیج گرایانه از رسانه ها، شفافیت و روحیه پاسخگویی و مشارکت جویی در حکومت و پرهیز از قانون گریزی.	عامل نظارتی	۳
۵	توازن و تعامل قوا میان نیروها و و طبقه های تأثیرگذار جامعه، ی، خاستگاه و دامنه قدرت در جامعه (سیاسی، اقتصادی، نظامی و کارزماتیک).	عامل مدیریتی	۵
۶	وجود تشکل ها و انجمن های صنفی، برنامه ریزی و تعیین استراتژی در حوزه شهروند	عامل سیاسی و اجتماعی	۲
۷	اصول جامعه مدنی و نهادهای مدنی قدرتمند، روحیه توسعه گرایی میان شهروندان در زمینه توجه به توسعه و توجه به مسایل فرهنگی و محیطی و افزایش میزان مشارکت و کنشگری شهروندان هم در قالب فردی و هم در قالب نهادی	عامل توسعه گرایی	۴
۸	تاریخ و تجربه شهروندی، تاریخ و جامعه بخصوص پیشینه آزادی و تاریخ و سطح دسترسی به وسایل ارتباط جمعی	عامل تاریخی	۱



نمودار (۲): خروجی شبکه ای عوامل مؤثر بر الگوی رسانه ای حقوق شهروندی ایرانیان

۳. سؤال سه مصاحبه: پیامدهای الگوی رسانه ای حقوق شهروندی ایرانیان چگونه است؟

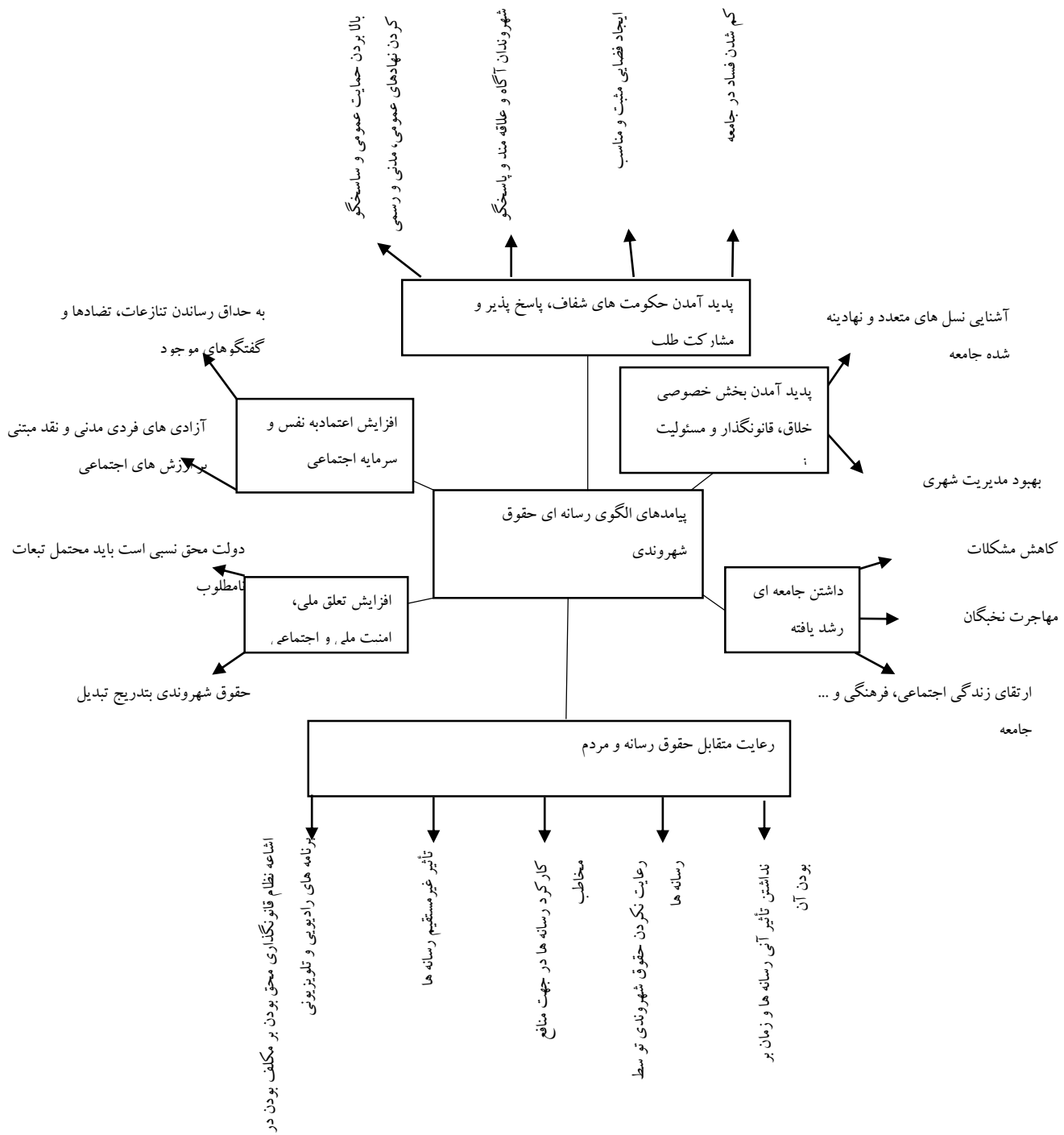
برای شناسایی پیامدهای الگوی رسانه ای حقوق شهروندی بعد از مصاحبه حضوری نیمه باز نسبت به کدگذاری پاسخ‌ها توسط نرم افزار مکس کیودی ای اقدام شد که حاصل آن شناسایی شش پیامد از ۱۸ مؤلفه است. نتایج آن در جدول شماره (۴) نشان داده شده است. از شش پیامد الگوی رسانه ای حقوق شهروندی؛ مطالب مربوط به پدید آمدن حکومت های شفاف، پاسخ پذیر و مشارکت طلب و رعایت متقابل حقوق رسانه بیشتترین فراوانی پاسخگویی را داشته اند. پیامد پدید آمدن بخش خصوصی خلّاق، قانونگذار و مسئولیت پذیر در مرتبه دوم، پیامد افزایش اعتماد به نفس و سرمایه اجتماعی در جامعه در مرتبه سوم و پیامد افزایش تعلق ملی، امنیت ملی و اجتماعی و پیامد رضایتمندی بیشتر شهروندان در قبال جامعه رشد در مرتبه چهارم ذکر شده اند. همچنین با توجه به اولویت گذاری پیامدهای الگوی رسانه ای حقوق شهروندی؛ پدید آمدن حکومت های شفاف، پاسخ پذیر و مشارکت طلب در رتبه اول، پدید آمدن بخش خصوصی خلّاق، قانونگذار و مسئولیت پذیر در رتبه دوم، رضایتمندی بیشتر شهروندان در قبال جامعه در رتبه سوم، افزایش تعلق ملی، امنیت ملی و اجتماعی در رتبه چهارم، رعایت متقابل حقوق رسانه و مردم در رتبه پنجم، افزایش اعتماد به نفس و سرمایه اجتماعی در رتبه ششم از سوی خبرگان رسانه و حقوق شهروندی ذکر شده اند.

جدول (۴): پیامدهای الگوی رسانه ای حقوق شهروندی ایرانیان

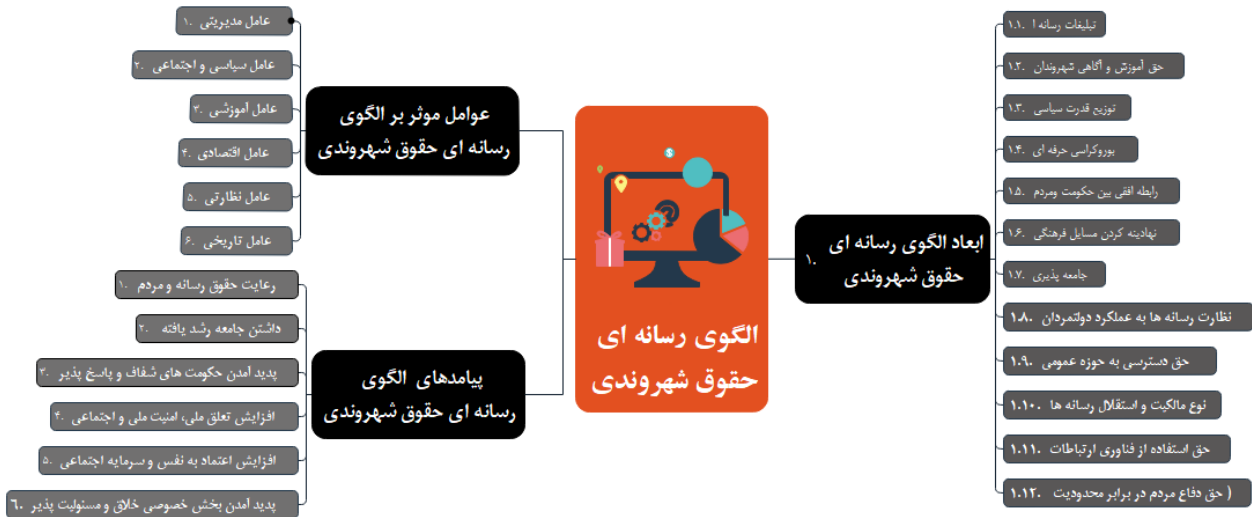
ردیف	کدها	پیامدها	فراوانی پاسخ مصاحبه
۱	موجب ارتقای زندگی اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی جامعه می شود، مشکلات کمتر می شود و مهاجرت نخبگان کمتر می شود.	داشتن جامعه ای رشد یافته و افزایش رضایت شهروندان	۲
۲	شفاف سازی در جامعه زیاد می شود، شهروندانی آگاه، علاقمند و پاسخگو رشد می یابند و به تبع آن فساد در جامعه کمتر می شود، ایجاد فضایی مثبت و مناسب برای کار، فعالیت و هماهنگی بین تمام ذینفعان، بالا بردن حساسیت عمومی و پاسخگو کردن نهادهای عمومی، مدنی و رسمی	پدید آمدن حکومت های شفاف، پاسخ پذیر و مشارکت طلب	۷
۳	تنازعات، تضادها و گفتگوهای موجود در جامعه به حداقل می رسد و آزادی های فردی مدنی و نقد مبتنی بر ارزش های اجتماعی و نه منافع فردی حاکمیت می یابد.	افزایش اعتماد به نفس و سرمایه اجتماعی در جامعه	۳
۴	به آشنایی با نسل های متعدد و نهادینه شده جامعه و مدیریت شهری بهبود می بخشد.	پدید آمدن بخش خصوصی خلاق و مسئولیت پذیر	۴
۵	دولت محق نسبی است نه مطلق، خودشان نیز محق نسبی اند، باید متحمل تبعات نامطلوب غیر خردمندانه خویش قرار گیرند و حقوق شهروندی بتدریج تبدیل به فرهنگ می شود.	افزایش تعلق ملی، امنیت ملی و اجتماعی	۲
۶	تأثیر آنی از رسانه ها نداشته باشیم، زمان بر است، رسانه ها خودشان حقوق شهروندی را رعایت نمی کنند، چه جوری می خواهند حقوق شهروندی را رعایت کنند، رسانه ها در جهت منافع مخاطب عمل خواهند کرد. جامعه بعداً مطالبات خودش را طلب خواهد کرد، تأثیر رسانه ها بصورت غیرمستقیم خواهد بود و نظام قانونگذاری محق بودن بر مکلف بودن در برنامه های رادیویی و تلویزیونی اشاعه پیدا می کند.	رعایت متقابل حقوق رسانه و مردم	۷

بحث و نتیجه گیری

زندگی در محیط شهری مستلزم پذیرش و نهادینه کردن انواع هنجارهای قانونی و حقوقی است که بتواند به گونه ای پایدار ضمن تامین نیازهای مختلف افراد، روابط پایدار اجتماعی را موجب شود. به منظور رشد و گسترش شهروندی، جامعه نیازمند شهروندانی آگاه و آشنا به حقوق و وظایف شهروندی است و برای رسیدن به این امور باید به آگاه سازی، جامعه پذیر کردن افراد بپردازد. در آنها مهارت ها و دانش های مورد نیاز را بوجود آورد. در این میان رسانه ها نقش مهمی برعهده دارند و برای تحقق حقوق شهروندی باید به عوامل مدیریتی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، تاریخی و نظارتی توجه شود و هر کدام از این عوامل با به سهم خود، در تحقق حقوق شهروندی تأثیر می گذارند و منجر به افزایش اعتماد به نفس و افزایش سرمایه اجتماعی در جامعه خواهند شد.



نمودار (۳): پیامدهای الگوی رسانه ای حقوق شهروندی ایرانیان



نمودار (۴): مدل نظری الگوی رسانه ای حقوق شهروندی بر اساس مصاحبه با خبرگان و نظریه های مرتبط

نتایج بدست آمده از پژوهش نشانگر برخی نکات جالب و در خور تامل است. و مشخص شد که ابعاد سیزده گانه الگوی رسانه ای حقوق شهروندی با یافته ها و تحقیقات ذیل همخوانی دارد:

۱) جامعه پذیری با نظریه یادگیری اجتماعی آلبرت باندورا (۲۰۰۶)، نظارت رسانه ها به عملکرد دولتمردان با نظریه کارکردگرایی لاسول (۱۳۹۱)، ۳. حق آموزش و آگاهی شهروندان تحقیق اسماعیلی (۱۳۸۱)، تحقیق فتحی و همکاران (۱۳۸۸)، کارادوان (۲۰۱۴)، کرپ و جسیکا (۲۰۱۶)، مارشی (۲۰۱۷)، کلیرسون و وان کلیر (۲۰۱۸)، ۴. تبلیغات رسانه ای با نظریه وابستگی مخاطب روکیچ و دی فلور (۱۹۶۷)، ۵. نوع مالکیت و استقلال رسانه ها با چهار نظریه مطبوعات سیرت و همکاران (۱۹۵۹)، ۶. نهادینه کردن مسائل فرهنگی با نظریه تحلیل دریافت (۱۹۷۳)، ۷. بوروکراسی حرفه ای با نظریه بوروکراسی میتیزنبرگ (۱۹۸۳)، ۸. توزیع قدرت سیاسی با نظریات دموکراسی نخبه گرا شومپتر و همکاران (۱۳۷۶)، ۹. حق استفاده از فناوری اطلاعات با نظریه استفاده و بهره مندی رسانه ها، تحقیق مارشی (۲۰۱۷)، ۱۰. حق دفاع مردم و رسانه ها در برابر محدودیت ها با نظریه میثاق بین الملل حقوق مدنی و سیاسی (۱۹۶۶)، ۱۱. حق دسترسی به حوزه عمومی با نظریه حوزه عمومی هابرماس (۱۳۸۳)، ولی برای ابعاد رابطه افقی بین حکومت و مردم و سیاست رسانه ای هیچ نظریه و تحقیق مشابهی یافت نشد.

۲) در سؤال دوم از منظر خبرگان رسانه و حقوق شهروندی عوامل مؤثر با هشت عامل؛ ۱. عامل آموزشی با نظریه بوروکراسی حرفه ای میتیزنبرگ، ۲. عامل اقتصادی با نظریه آزادی گرا سیرت و همکاران (۱۹۵۹)، ۳. عامل نظارتی با نظریه کارکردگرایی لاسول (۱۳۹۱)، ۴. عامل توسعه گرایی با نظریه فضای عمومی هابرماس (۱۳۸۳) با هم همخوانی دارند ولی برای عوامل حقوقی، مدیریتی، سیاسی و اجتماعی و تاریخی هیچ تحقیق و نظریه مشابه یافت نشد.

۳) در سؤال سوم از منظر خبرگان رسانه و حقوق شهروندی مشخص شد که شش پیامد؛ ۱. رضایتمندی بیشتر شهروندان در قبال جامعه، ۲. پدید آمدن حکومت های شفاف، پاسخ پذیر و مشارکت طلب ۳. افزایش اعتماد به نفس و سرمایه اجتماعی ۴. پدید آمدن بخش خصوصی خلاق، قانونگذار و مسئولیت پذیر ۵. افزایش تعلق ملی، امنیت ملی و اجتماعی و رعایت متقابل حقوق رسانه و مردم با هیچ تحقیق و نظریه مشابه در این زمینه یافت نشد.

۴) تحقیق حاضر، بیانگر این موضوع است که؛ ابعاد سیزده گانه با نظریات الگوی رسانه ای حقوق شهروندی در ممالک پیشرفته مشترک است، البته این ابعاد در ممالک پیشرفته، دوران نهادینگی خود را طی نموده و یا در حال طی کردن است، در حالی که در کشورهای در حال توسعه، همچون ایران مفهومی نو محسوب می شود. در کل می توان گفت؛

ابعاد الگوی رسانه ای حقوق شهروندی ایران به ابعاد الگوی رسانه ای ممالک پیشرفته نزدیک تر است و این مطالعه بیانگر آن است که ابعاد الگوی رسانه ای حقوق شهروندی ایرانیان یکسری وجوه مشترک دارد که در همه کشورها و ملل مشترک است و یکسری ابعاد نیز دارد که فقط خاص یک منطقه یا حتی متعلق به کشور خاصی است. با انجام مقایسه ابعاد الگوی رسانه ای حقوق شهروندی در کشورهای مختلف، این نتایج حاصل شد که الگوی رسانه ای حقوق شهروندی مطابق با فضای فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی که مردم ایران در آن بسر می برند، به شکل های متفاوتی ظاهر می شود، که بعضی از آنها مشابه با دیگر ملل می باشد.

(۵) پیامدهای مستخرج حاصل از مصاحبه با پیامدهای مستخرج از نظریه ها و منابع دیگر بیانگر آن است که چون این تحقیق برای اولین بار راجع به الگوی رسانه ای حقوق شهروندی انجام شده است، نظریه و منابع مشخصی یافت نشد، ولی با مطالعه نظریه های الگوی رسانه ای دیگر ملل، یکسری شباهت ها و تفاوت هایی در این زمینه یافت می شد که نمایانگر این بود دیگر کشورها بر اساس ابعاد این تحقیق به پیامدهایی که در این تحقیق به آن تاکید شده، مشابهت قابل توجهی وجود دارد، البته تفاوت هایی نیز در آن دیده می شود که در این تحقیق مورد بررسی واقع شده است. به نظر می رسد نتایج حاصله طبیعی باشد، چرا که شهروندان به دنبال پدید آمدن حکومت های شفاف، پاسخ پذیر و مشارکت طلب هستند که نتیجه اش حاصل شدن بخش خصوصی خلاق، قانونگذار و مسئولیت پذیر در جامعه است. در چنین جامعه ای شهروندان به دنبال جامعه ای هستند که رشد یافته باشد و خشنودی و رضایت در آن بیشتر باشد و به تبع آن در چنین جوامعی شهروندان به دنبال ارتقای عملکرد سازمان های خود هستند.

(۶) از طرفی با تاکید بر نظریه استفاده و بهره مندی رسانه ها به عنوان منبع آگاهی اجتماعی رابطه میان آن با میزان آگاهی از حقوق شهروندی، به طوری که استفاده بیشتر از رسانه ها بر آگاهی افراد از حقوق شهروندی می افزاید. باید توجه داشت که اهمیت نقش شهروندی در جوامع در حال گذار با مشکلاتی به مراتب پیچیده تر از جوامع پیشرفته روبه روست. در نظام های در حال گذر اگر مردم احساس همبستگی و نزدیکی با نظام داشته باشند و اگر احساس کنند که به عنوان یک شهروند از حقوق و مزایای شهروندی برخوردارند، پیشناز حمایت از نظام و پیشرو اهداف آن هستند و اگر احساس کنند که از نظام بیگانه ترند به قشری بی تفاوت، غیرمشارکت جو و منزوی تبدیل می شوند (تاج مزینانی، ۱۳۸۲: ۱۲۸). همچنین میزان حضور در حوزه عمومی بر اساس برخورداری از حقوق شهروندی افراد تاثیرگذار است. بنابراین میزان حضور در عرصه های عمومی می تواند بستری برای تقویت احساس برخورداری از حقوق شهروندی در بین افراد جامعه ایجاد کند. زیرا همانطور که هابرماس بیان می کند حوزه عمومی زمینه مشارکت، فعالیت دسته جمعی، آزادی بیان را به صورت برابر و به دور از سلطه را برای همه افراد ایجاد می کند.

(۷) بر اساس نظریه وابستگی رابطه (رسانه، دولت و مردم) به طور متقابل می باشد. رسانه ها با پرداختن به تدوین نظام قانونگذاری محق بودن بر مکلف بودن در برنامه های رادیویی و تلویزیونی باعث افزایش روحیه و رضایتمندی مردم می شوند و این امر بر کیفیت کاری مردم و دولت می شود و همچنین منجر به تقویت پیامدهای دیگر از جمله ایجاد فضایی مثبت و مناسب برای کار و باعث حساسیت عمومی و پاسخگو کردن نهادهای عمومی، مدنی، و رسمی و منجر به افزایش آزادی های فردی و نقد مبتنی بر ارزش های اجتماعی در جامعه می شود و باعث خشنودی مردم، ارتقای عملکرد دولتمردان و الگو شدن رسانه ها نسبت به حقوق شهروندی می شود. همچنین با بازنگری برنامه های رادیو و تلویزیون، افزایش برنامه های شهروندی، پخش اخبار و رویدادهای شهروندی، تقویت فرهنگ شهروندی، فراهم کردن بحث و گفتگو میان شهروندان در برنامه ها، فراهم کردن زمینه مناسب جهت مطالعه حقوق شهروندی، تولید کلیپ، داستان کوتاه و برنامه های تفسیری و گفتگوی آزاد می تواند به آگاهی هر چه بیشتر شهروندان از حقوق و تکالیف شهروندی خود

منجر شود. بر اساس نظریه توزیع قدرت سیاسی و تحلیل دریافت، انتظار می رود، رسانه ها با روی آوردن به مطالب درباره آزادی احزاب و اجتماعات، همگرایی نهادهای ملی و بین المللی و به رسمیت شناخته شدن حقوق اقلیت ها پردازند. همچنین رسانه ها با پرداختن به انحراف، قانون گریزی و جلوگیری از فساد در جامعه و تهیه اخبار مربوط به نظارت و مراقبت به عملکرد دولتمردان و مطالب متنوع درباره مسایل زیست محیطی باعث ارتقاء عملکرد دستگاه های اجرایی شوند و دولت هم می تواند در مدارس و دانشگاه نسبت به فراگیری قانون و مقررات و آگاه سازی فراگیران از وظایف شهروندی اقدام کند. همچنین رسانه ها ضمن رعایت اصول و موازین اخلاق حرفه ای در پیام هایشان به ویژه صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، ضمن انعکاس در سریال ها، فیلم ها و تبلیغات می تواند مردم را نسبت به مسایل شهروندی آگاه نماید. دولت نیز باید زمینه ساز گسترش و کمک به ناشران خصوصی و خبرگزاری ها و مطبوعات اشاعه فرهنگ حقوق شهروندی در کشور شود و بر اساس نظریه دموکراسی مبتی زنگ، رسانه ها می توانند انواع مهارت های حرفه ای و دادن آگاهی در زمینه مسایل مالی، سواد رسانه ای به مردم، شفافیت و پاسخگو کردن دولتمردان، امکان نقد و نظارت به دولتمردان و توجه به مسایل فرهنگی مؤثر واقع شوند. این امر مستلزم بکارگیری نیروی بالقوه فعال شهروندان، همبستگی و آمادگی آنها برای انجام دادن تعهدات سیاسی، ابتکار فردی، احترام به منافع عمومی و دفاع جسورانه از آزادی و حقوق اجتماعی است.

منابع

۱. اسماعیلی، رضا. (۱۳۸۱). «انواع حقوق شهروندی در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران». نشریه فرهنگ اصفهان. شماره ۲۲، صص ۱۱۱-۱۰۶.
۲. تاج مزینانی، علی اکبر. (۱۳۸۲). مشارکت سیاسی جوانان: ابعاد و پویایی ها، فصلنامه مطالعات جوانان. سال اول. شماره ۵، صص ۱۵۶-۱۲۳.
۳. تام او، سولیوان و دیگری. (۱۳۸۵). مفاهیم کلیدی ارتباطات. ترجمه ی حسن رئیس زاده، تهران: انتشارات فصل نو.
۴. خاشعی، وحید. (۱۳۹۰). مدیریت رسانه. تهران: انتشارات دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها.
۵. رحمان زاده، سید علی، توکلی، مهرداد، صابر، منوچهر. (۱۳۹۶). «آسیب شناسی اشاعه حقوق شهروندی از طریق رسانه های جمعی»، فصلنامه رسانه و فرهنگ پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. شماره دوم، صص ۸۷-۱۰۴.
۶. شومپتر، ژوزف. (۱۳۷۵). سرمایه داری، سوسیالیسم و دموکراسی، ترجمه ی حسن منصور، تهران: نشر مرکز.
۷. شانی، ملیحه و سپهوند، ابراهیم. (۱۳۹۴). «مطالعه تاثیر استفاده از رادیو و تلویزیون بر آگاهی از حقوق شهروندی در شهر خرم آباد»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. سال یازدهم، شماره ۳۸، صص ۲۲۳-۱۸۷.
۸. فتحی و اجاره گاه و کورش ذهبیون، شهلا. (۱۳۸۸). «شهروند الکترونیک»، فصلنامه تخصصی مدارس کارآمد. سال سوم، شماره ۲، صص ۱۰۷-۱۰۳.
۹. فرهنگی، علی اکبر، بیران، صدیقه. (۱۳۹۳). مدیریت رسانه. تهران: انتشارات دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها.
۱۰. قادری، حاتم. (۱۳۸۷). بنیادهای علم سیاست. تهران: انتشارات سمت.
۱۱. گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۹). مبانی جامعه شناسی. ترجمه ی منوچهر صبوری کاشانی، تهران: نشر نی.
۱۲. معتمدنژاد، رویا. (۱۳۹۵). حقوق جهانی ارتباطات. تهران: انتشارات دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها.
۱۳. مک، کوایل، دنیس. (۱۳۸۵). درآمدی بر نظریه ارتباط جمعی، ترجمه ی پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و توسعه رسانه ها.
۱۴. ملکی، امیر، حدیری، یحیی، حاجی مظفری، سارا. (۱۳۹۳). شهروندی و سواد رسانه ای، بررسی رابطه وضعیت شهروندی و سواد رسانه ای در بین شهروندان زنجان، پژوهشنامه توسعه فرهنگی و اجتماعی. سال اول، شماره اول، صص ۹۲-۱۰۹.
۱۵. ورنر، سورین، جیمز تانکار. (۱۳۸۴). نظریه های ارتباطات. ترجمه ی علیرضا دهقان، چاپ چهارم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۶. ویندال، سون، بنو، سیگنایزر، جین، اولسون. (۱۳۷۶). کاربرد نظریه های ارتباطات. ترجمه ی علیرضا دهقان، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
۱۷. هلد، دیوید. (۱۳۷۸). مدل های دموکراسی. ترجمه ی عباس مخبر، تهران: انتشارات مطالعات زنان.

18. Gleason Benjamin, Sam von Gillern. (2018). "Digital Citizenship with Social Media: Participatory of Teaching and Learning in Secondary Education" *Educational Technology & Society*, 21(1).
19. Grabe E. & Jessica G. Myrick. (2016). "Informed Citizenship in a Media-Centric Way of Life" *Journal of Communication* 66.
20. Jorgensen Karen Wall, Bennett Lucy, Gregory Taylor. (2017). "The Normalization of Surveillance and the Invisibility of Digital Citizenship: Media Debates After the Snowden Revelations" *International, Journal of Communication* 11.
21. Karduma Sebel) .(2014). "The Role Critical Media Literacy in Further Development of Consciousness of Citizenship" *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 174.
22. Regina Marchi .(2017). "News Translators: Latono Immigrant Youth, Social Media, and Citizenship Training" *Journalism & Communication Quarterly*, Vol. 94(1).