

بررسی الگوی چگونگی تأثیرگذاری سواد رسانه‌ای بر حکمرانی سایبرنتیک و تحقق مردم‌سالاری دینی

معصومه نصیری

علی نوریجانی

علیرضا محمدلو

چکیده:

نظر به اینکه حکمرانی نوین بدون مردم و رسانه‌ها قابلیت تحقق کامل ندارد و مردم‌سالاری و رسانه محوری با محوریت اطلاعات و تکنولوژی از اصول اساسی چشم‌انداز قدرت در جوامع آینده است، این مقاله تلاش کرده تا با بررسی مدل های کشورهای توسعه یافته در راستای مردمی سازی حکمرانی، تبیین نزدیک به واقعیتی از نسبت دموکراسی، رسانه و قدرت ارائه داده و فرایند چنین چشم‌اندازی را در بستر نظریات رسانه و شناخت ابعاد و ویژگی‌های دموکراسی، به تصویر بکشد. از طرفی نیز در تلاش است که بگوید با ارتقای سواد رسانه‌ای مردم در جوامع پسمدرن، امکان استفاده ابزاری دولت‌ها از رسانه‌ها کاهش می‌یابد و رسانه می‌تواند با کارکرد صحیح خود نقش بسزایی در تحقق حسن حکومت‌داری و ایجاد دولت‌های متعهد و پاسخگو در برابر حقوق مدنی شهروندان برعهده بگیرد. نتیجه این مدل، یک مردم‌سالاری جدید و مدل متفاوتی از قدرت در سطح حکمرانی سایبرنتیک خواهد بود. تلاش این مقاله در ارائه تصویری از مردم‌سالاری دینی با راهبرد سواد رسانه‌ای است که ظرفیت الگو شدن به‌عنوان یک مدل حکمرانی در عصر رسانه را داشته باشد. بر اساس یافته‌های این پژوهش، هرچه رشد شناختی مردم افزایش یابد و سوژه به‌اصطلاح هوشمند گردد، نتیجه‌اش یک بده بستان ذهنی و شناختی میان مردم و حاکمیت خواهد بود. اگر اطلاعات در فضای سایبرنتیکال، یک‌طرفه و از بالا به پایین باشد، ره‌آوردش چیزی جز استبداد مدرن نخواهد بود. اما در مدل دینی که هدایت را اصل حاکم بر سایر اصول می‌داند، جریان اطلاعات و گردش داده‌ها بایستی دایره‌ای بوده و میان بالا و پایین جامعه، یک دیالکتیک فعال و عادلانه و شفاف برقرار گردد. درحقیقت شهروند مجهز به تفکر انتقادی با توان تشخیص واقعیت از مجاز و جعل در فضای رسانه، باعث تقویت و رشد حاکمیت خواهد شد و از ایستایی و فساد و حرکت ضعیف خسته شده و سیگنال اعتراض و امر به معروف و نهی از منکر را در سراسر سیستم و شبکه اطلاع‌رسانی شفاف، مخابره خواهد کرد.

کلیدواژه‌ها: حکمرانی، رسانه، جامعه مدنی، دموکراسی، مردم‌سالاری، سواد رسانه

مقدمه

آخرین منازعات نظری در موضوع تمدن سازی، مساله مدل حکمرانی است. اینکه بعد از ایده جهانی سازی یا جهانی شدن که توسط مارشال مک لوهان نیز در عرصه رسانه، تئوریزه شد، حال در موقعیت و مرحله‌ای هستیم که باید تکلیف دکرترین مدیریتی جوامع را به یک سرانجام مشخصی برسانیم و از تذبذب و سرگردانی در اندیشه و عمل سیاسی و اجتماعی در سطح کلان خارج شویم. وقتی پروژه مدرنیته برای حکمرانی، ایده دموکراسی را بازتولید کرده و کاربست آن در عرصه عینی و حیات اجتماعی بعد عبور از فاشیسم

و نازیس، به نام جامعه مدنی تبلور یافت، نسبت قدرت و مردم را معکوس کرد. دولت مردم از طرف مردم و برای مردم که به عنوان یک شاهبیت برای تحقق دموکراسی از زبان لینکلن بیان شد و تکلیف دولت‌ها را در نسبت با مردم مشخص کرد. دیگر نگاه فئودالی و ارباب رعیتی قابل پذیرش نبود و فیلتر قدرت، منافع مردم بود. هرگونه موناشری و الیگارشی نفی شد و دموکراسی بر سر زبان‌ها افتاد و گفتمان حاکم، به سمت مدل جامعه مدنی سوق پیدا کرد. فضای بسته و توتالیتر مورد نقادی جدی قرار گرفت و تفکرات هابرماسی و مشارکت و کلاب‌ها و کلنی‌های مردم نهاد، نضج گرفت. اصحاب قدرت و ثروت به سمت مردم غش کردند و تئوری‌ها در مسابقه دموکراتیک شدن از هم سبقت می‌گرفتند. امر بین الاذهانی و دیالکتیک عامل و ساختار در فضای جامعه‌شناسی و علوم سیاسی رونق گرفت و جامعه مدنی هر روز بهتر از دیروز در حال بازتولید و پهن‌گرفتن بود. پرسش اینجاست که دموکراسی در چه نقطه‌ای منحرف شد و از ریل خارج گردید؟ آنچه که دامن دموکراسی را گرفت و استعمار نوینی رقم زد چه بود؟ جامعه مدنی چقدر موفق شد و چقدر توانست دموکراسی را راهبری کند؟ در حقیقت مدل اجتماعی و انضمامی دموکراسی شده بود جامعه مدنی و بایستی حضور مردم در قدرت رو به افزایش باشد اما ورق برگشت و فریاد بیماری و مرگ دموکراسی هم بلند شد.

در همین راستا و به موازات بحث از نسبت دموکراسی و قدرت بایستی به وضعیت امروزی این مقولات نیز نگاهی بیفکنیم. قدرت در چشم‌اندازهای جدید با مقوله سایبرنتیک گره خورده است. دانشی که به کنترل اطلاعات و تکنولوژی معروف شده و حوزه قدرت را با یک تحول معنایی مواجه کرده است. از طرفی این حکمرانی نسبت وثیقی هم از طریق رسانه با جامعه مدنی دارد. در عرصه حکمرانی نوین نمی‌توان از نقش محوری رسانه‌ها که در زمره مهم‌ترین نهادهای جامعه مدنی هستند، غفلت ورزید. نقش‌آفرینی درست و مثبت رسانه‌ها در سطح جامعه، دولت را به شفافیت، پاسخگویی و رعایت قانون وامی‌دارد لکن در صورتی که رسانه نتواند کارکرد اصیل خود را انجام دهد، به ابزاری در اختیار دولت‌های تمامیت‌خواه مدرن برای کنترل هدفمند توده‌ها و ایجاد وضعیت هژمونی برای سلطه آسان‌تر مبدل می‌شود.

بیان مسئله و روش پژوهش

ابتدای امر از واکاوی مفهومی و معنایی جامعه مدنی به عنوان روح سازنده دموکراسی واقعی شروع کنیم. می‌توان ادعا کرد که از اهداف اصلی ایده جامعه مدنی، تکمیل دموکراسی و کمک به واقعی‌تر شدن مشارکت سیاسی مردم است. دموکراسی در شکل شناخته شده آن عبارت است از دخالت مستقیم مردم در انتخاب حاکمان سیاسی جامعه. دموکراسی، بر دو حق انتخاب کردن و انتخاب شدن استوار است. همچنین انواع و مدل‌های دیگر دموکراسی نیز بر ایفای حق حاکمیت مردم پای می‌فشارد نظریه‌پردازان نظام‌های دموکراتیک از آحاد و افراد جامعه می‌خواهند که هر یک به عنوان یک شهروند، یک فعال سیاسی بوده و نسبت به سرنوشت قدرت سیاسی کشور مشارکت مستقیم داشته باشند و گاه در بعضی تصمیمات مهم مستقیماً اظهارنظر کرده به پای صندوق‌های رای بروند.

ایده جامعه مدنی متوجه برخی نقاط ضعف جامعه سیاسی دموکراتیک جهان معاصر است و بر این امر تاکید دارد که به علل متعددی جوامع سیاسی کنونی به معنای واقعی دموکراتیک نیستند و ایده شهروند سیاسی فعال نمی‌تواند تضمین‌کننده دموکراسی باشد. زیرا دولت‌های معاصر به‌واقع در دست شهروندان نیستند. سهم مردم در فعالیت‌ها و تصمیمات دولت به مقدار وسیعی نیابتی و از طریق نمایندگان است و نمایندگان بدون دقت لازم مردم و عمدتاً متأثر از شیوه‌های تبلیغی و سازماندهی و هدایت نامرئی صاحبان قدرت اقتصادی برگزیده می‌شوند و طبعاً در درجه نخست حامی منافع گروه‌های اقتصادی و صاحبان قدرت هستند. علاوه بر این که مردم به‌طور طبیعی کمتر به امور سیاسی توجه نشان می‌دهند و بیشتر به زندگی اقتصادی شخصی خود می‌اندیشند. (واعظی، احمد، ۱۳۷۷، ۴۹) بنابراین در صحنه سیاست بازیگران فعالی نخواهند بود. معتقدان به ایده جامعه مدنی براساس پاره‌ای اشکالات و

انتقاداتی از این دست، برآنند که بیشتر جوامع کنونی به لحاظ سیاسی، توده‌ای هستند، یعنی تمایزات گروهی و صنفی در آن کمرنگ است و شباهت گسترده در افکار و عقاید و همسان‌سازی افراد در این جوامع بیشتر از تمایزات آن‌ها آشکار و مشهود است. جامعه توده‌ای زمینه‌ی غیر دموکراتیک شدن را دارد. زیرا به علت زوال همبستگی‌های سنتی و قومی و ملی در جوامع مدرن افراد به شکل ذره‌های پراکنده درآمده‌اند که در میان آن‌ها گسست‌های اخلاقی و معنوی فراوان به چشم می‌خورد. ذره‌ای بودن زمینه بسیار مساعدی برای ایدئولوژی زندگی فراهم می‌آورد و چنین جوامعی را به راحتی می‌توان تحت تاثیر ایدئولوژی واحدی قرار داد و با سیاست‌های مردم انگیزانه آنها را به سمت‌وسوی خاصی بسیج کرد. (بشیریه، حسین، ۱۳۷۴، ۳۳۳) بنابراین جامعه مدنی ایده‌ای است که با آن می‌توان جوامع را از حالت توده‌ای بودن خارج کرد و بدین وسیله فضا را برای دموکراسی واقعی و مشارکت مردمی هموار ساخت.

جامعه مدنی همواره مقابل جامعه توده‌وار (mass society) مطرح و چنین ادعا می‌شد که تنوع و تکثر موجود در جامعه مدنی ما را از بسیاری از آفات جوامع توده‌وار بیمه می‌کند. اما امروز شاهد آن هستیم که جامعه توده‌وار پدیده‌ای نیست که مختص به جوامع فئودالی و سنتی باشد بلکه قالب و شکل مدرن آن در جوامع صنعتی نیز قابل پیگیری است. یکی از ویژگی‌های جامعه توده‌وار القا پذیری مردم است. در چنین جوامعی به راحتی می‌تواند افکار عمومی را تحت تاثیر قرار داد و آنها را دست آموز کرد امروزه با کمال تأسف شاهد کارکرد فزاینده و غیرقابل کنترل بنگاه‌های تبلیغاتی و صاحبان قدرت اقتصادی در این زمینه هستیم و می‌بینیم که چگونه تمامیت طلبی نامرئی خویش را در سطوح مختلف جامعه گسترانیدند و بی‌رنگی ادعایی و پلورالیسم سیاسی جامعه مدنی را با اعمال روش‌های پیچیده و مرموز پوشانیده‌اند و در ورای سطح متکثر و متنوع آن جامعه، عمقی آنکده از جهت‌گیری و هدایت خاص را شاهدیم. یورگن هابرماس و هانا آرنت از این دست مخالفان جامعه مدنی است. آرنت معتقد است که بعد از رنسانس، جامعه مدنی کمرنگ‌تر شده است و ما با مسئله‌ای به نام مسخ انسانیت روبرو هستیم. در اوج مدرنیسم انسان به موجودی که صرفاً در جستجوی معاش است، تنزل یافته و دو بعد دیگر آدمی یعنی کار خلاق و کنش آزاد سیاسی، نحیف و لاغر شده است. زیرا ما با ظهور نوعی قدرت همه‌جانبه روبه‌رو هستیم. (بشیریه، حسین ۱۳۷۷، ص ۲۰۵)

برای انجام این پژوهش از شیوه تحقیق کیفی روش تحلیل ثانویه بهره گرفته شده است. «تحلیل داده‌های ثانویه، مطالعه مسائل پژوهشی مبتنی بر داده‌های گردآوری شده توسط دیگران است» (نجمیاس‌ها، ۴۴۰). در این روش نخست؛ چارچوب مفهومی برای پژوهش تعیین شده است. در مرحله دوم؛ از بین پژوهش‌های مهم خارجی و داخلی بر اساس چارچوب مفهومی و پرسش‌های تحقیق، تعدادی انتخاب شده است. در این راستا ۷ پژوهش خارجی و ۳ پژوهش داخلی مورد توجه قرار گرفتند. پژوهش‌های مبنایی تحقیق حاضر از سایت‌هایی مانند UNIMORE, JMLE, SCIENCE, NBER, GOOGLE SCOLAR, UNESCO و مجلات معتبر تخصصی علوم ارتباطات، رسانه‌ها و سواد رسانه‌ای انتخاب شده‌اند. در مرحله سوم؛ متناسب با مفاهیم اصلی پژوهش و از طریق تحلیل محتوا، مضامین و مقولات اصلی به پرسش‌های محوری مرتبط شده است. در مرحله چهارم؛ بر اساس تشابهات و تفاوت‌ها و موضوع این پژوهش و چارچوب مفهومی آن، تفسیر یکپارچه و فهم الگوهای مشترک انجام شده و در مرحله پنجم؛ نقش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در کنترل اخبار جعلی تبیین شده است.

پیشینه پژوهش:

در امتداد ایده جامعه مدنی، ضلع دیگر ماجرای مدل‌سازی اجتماعی در عصر حاضر، رسانه‌ها و تکنولوژی هستند که از آن‌ها به عنوان رکن چهارم دموکراسی نیز نام برده شده است. با ورود پدیده رسانه به زندگی اجتماعی، مدل حکمرانی و سیستم مدیریتی دچار یک

تحول بنیادین شد. دموکراسی و حکومت مردم نیز دچار تغییرات شگرف شد. نوع نگاه به مردم و مدیریت از حالت سرکوبگر و سخت در جوامع، به یک مدل هژمونیک و به تعبیر گرامشی به سرکوبگری رضایتمندانه منتج شد. بطوری که آدورنو درباره چنین جوامعی اظهار داشت که مردم دیگر سرکوب نمی‌شوند بلکه سرگرم می‌شوند. جنبه سرگرمی و نرم قدرت‌های دولتی، بخش سخت حکمرانی را قابل تحمل و توأم با رضایت ساخت. با توجه به این رو و رویه مدرنیته، نظریات جدیدی نضج گرفت و وارد بازار تئوری های ارتباطات و جامعه پردازی شد.

اما همین نظریات انتقادی به موازات رشد وسایل ارتباط جمعی تردیدهایی درباره عملکرد صحیح و مثبت آن‌ها مطرح بوده است. در مکتب فرانکفورت صاحب‌نظرانی از قبیل آدورنو، آنتونیو گرامشی و لویی آلتوسر و... با ارائه دیدگاه‌های انتقادی به بررسی وسایل ارتباط جمعی پرداختند. آنتونیو گرامشی و شاگردانش لویی آلتوسر، نظریه دستگاه ایدئولوژیک دولت را مطرح کردند. آن‌ها به استفاده از وسایل ارتباط جمعی در کنار نیروی نظامی پلیس و زندان توسط دولت مستبد و خودکامه برای سرکوب مخالفان تاکید کردند.

در چنین فضایی خبرنگاران و روزنامه‌نگاران و ارتباط گران به‌مثابه سربازان فرهنگی نظام حاکم هستند. تئودور آدورنو نظریه صنایع فرهنگی را مطرح کرد. وی که از بنیان‌گذاران مکتب فرانکفورت محسوب می‌شود و وسایل ارتباط جمعی را در جامعه صنعتی و مصرف‌گرایی تحت عنوان صنایع فرهنگی معرفی می‌کند و معتقد است که در موقعیت کنونی وسایل ارتباط جمعی کارکرد و رسالت حقیقی‌شان را به‌عنوان نهادهای آموزش‌دهنده و آگاهی‌بخش رها کرده و به درج، نشر و پخش مطالبی با محتوای سرگرم‌کننده و هیجان‌انگیز و تحریک‌کننده اذهان می‌پردازند که ارمغان آن، تقویت جنبه‌های خیال‌پردازی، گریز از واقعیت و سرانجام از خودبیگانگی و بحران هویت برای انسان است. آدورنو ستاره‌های سینما و سریال‌های سرگرم‌کننده را آلف نشینان جدید معرفی می‌کند که به الگوی مخاطبان مصرف‌گرایی این رسانه‌ها تبدیل شده‌اند. صنعت فرهنگی تولیدکننده‌ی فرهنگ توده‌ای است. فرهنگی جهت‌دار، غیر خودجوش، چیز واره شده و ساختگی. به اعتقاد ریتزر، دو چیز بیش از همه، نظریه‌پردازان این مکتب را نگران کرده است. یکی دروغین بودن این فرهنگ است. فرهنگی که از مجموع افکار از پیش بسته‌بندی شده گرد آمده و توسط رسانه‌های جمعی ارائه می‌گردد و دیگر از تأثیر ساکت‌کننده، سرکوبگر و خردکننده این فرهنگ بر مردم هراسانند. (دین، رسانه ارتباطات اجتماعی، ۱۳۸۹، ۲۱۸)

///در ادامه وضعیت شناسی جوامع مدرن با مدل‌های دموکراتیک با نگاهی انتقادی و در بستر نظریات رسانه صورت‌بندی می‌شود و درنهایت، شبیه‌ترین مدل جامعه مدنی به تفکر دینی طرح شده و راهکار مکمل برای عملیاتی شدنش نیز به‌طور اجمالی، ارائه می‌گردد. وابستگی متقابل نهادهای اعمال‌کننده قدرت و تاکید بر یگانگی و وابستگی رسانه‌ها به منابع قدرت و اقتدار اجتماعی، مولد نظریه جامعه توده‌وار است که دیدگاه‌های میلز، کورن هاووزر برامسن، بل و جینز، مورد تاکید قرار گرفته است. در این دیدگاه‌ها از رسانه‌ها انتظار می‌رود که تصویری از جایگاه مردم در کل جامعه ارائه دهند. ابزاری باشند برای استراحت و منحرف کردن توجه از مشکلات و فرهنگی در اختیار مردم قرار دهد که با زندگی واقعی‌شان سازگار باشد.

نظریه جامعه توده‌وار، رسانه را هم علت جامعه توده‌وار می‌داند و هم عاملی که به این نوع جامعه استمرار می‌بخشد. به قول سی‌رایت میلز میان آگاهی و خود، ارتباطات قرار دارد که بر آگاهی مردم از وجود خودشان تاثیر می‌گذارد و به‌طور کلی این نظریه با دیدگاه گریز از مرکز منفی سازگار است. به نظر کورن هاووزر، نفس وجود انبوهی از انسان‌ها که سازمان‌یافتگی و تعهد اخلاقی سستی دارند کوشش‌های رهبران آن‌ها را برای برانگیختن، بسیج و دخل و تصرف در اذهان آن‌ها طلب می‌کند. مفهوم توده، خود به خود نوعی پراکندگی (یعنی مردمی که منزوی و برای یکدیگر را شناسند و خصوصی اداره می‌شوند) را در خود نهفته دارد. رسانه‌های جمعی در این میان فقط به‌عنوان ابزاری که افراد اتم وار را از بالا راهنمایی و کنترل می‌کنند قابل فهمند. نقش رسانه‌ها در وحدت هنجارهای

جامعه از کیفیت پایینی برخوردار است و منافع طبقه حاکم را منعکس می‌کند. رسانه‌ها گذشته از محتوای مشخص که ارائه می‌کنند، عموماً در ایجاد یک محیط مشترک و پایدار نمادین برای مردم نقش اساسی ایفا می‌کنند. در فقدان چنین محیطی، مردم بیشتر پراکنده یا منزوی می‌شوند (مک کوایل/اجلالی: ۱۳۵-۱۳۶)

به اعتقاد آدورنو، عصر اول رسانه‌ها، عصری که نشر در انحصار تولیدکنندگان محدود و مصرف‌کنندگان بیشمار پیام‌ها بود، موضوع اصالت و خودمختاری نوگرایی را حل نشده باقی گذارد. روشنفکران این دوران به صورتی گسترده از دریافت پیام به‌وسیله فیلم، رادیو و تلویزیون ناتوان بودند و هنوز هم ناتوان هستند. از نظر آدورنو و هورکهایمر نمونه نشر به صورتی که گفته شد در عصر اول رسانه‌ها نامی جز معادل علمی فاشیسم، نمی‌تواند داشته باشد. (پاستر، ۱۳۷۷، ۲۰)

ده سال بعد آدورنو، رسانه‌ای درباره تلویزیون نوشت که به نتیجه‌گیری او از مبحث رادیو شباهت بسیار داشت: واکنش‌هایی که بینندگان تلویزیون نشان می‌دهند، شبیه‌سازی خودخواهانه و من درآوردی و پیش پا افتادگی فرهنگ انبوه بود. و در مجموع تمایل به خود به خودی کردن و واکنش‌های مردم و تضعیف نیروهای متفاوت فردی دارد. از نظر آدورنو اگر رسانه‌های امروزی، فقط یک وجه مثبت اندک داشته باشند، توانایی برای ایجاد وحدت در جامعه‌ای است که به سرعت رو به پراکندگی دارد. مخاطبان رسانه‌های مدرن، پراکنده‌تر و دارای نظریات متفاوت‌تر باشند. آن‌ها تمایل بیشتری به ایجاد وحدت فکری در میان مخاطبان خود نشان می‌دهند. اما وحدتی که مورد علاقه آن‌هاست تکراری و مبتذل است و عدم اصالت خود را آشکارا نشان می‌دهد. وی معتقد است هدف بیشتر برنامه‌های تلویزیونی امروزی را باید تولید دانست که تمام آن‌ها بسیار کوتاه نظرانه و با منفی‌بافی روشنفکری و نوعی ساده‌لوحی تهیه شده و اساس آن را عقاید آمرانه و خودکامه تهیه‌کنندگان تشکیل می‌دهد. اثرات رسانه‌ها بر مردم تنها یک تخدیر بی‌حد و حصر است. در زمینه موسیقی معاصر، چیزی کمتر از تصفیه کامل فرد وجود ندارد. (همان، ۲۱)

آدورنو و هورکهایمر در دیالکتیک روشنگری نشان دادند که خرد ابزاری و بنیان خردباوری مدرن، هر محصول فرهنگی را چون کالا تولید می‌کند و بنا بر همان منطق آشنای بت‌وارگی کالاها در محصول فرهنگی نیز، جهان وارونه شکل می‌گیرد. آثار فرهنگی و هنری در پیوند با بازار شکل می‌گیرد. برخی بر عوام‌فریبی وسایل ارتباط جمعی دست گذاشته و تنوع آن را نیز در جهت پوشش دادن به جماعت‌های زیادی می‌دانند که در دسته‌جات مشخص قرار می‌گیرند. بر این اساس آن‌ها نشان می‌دهند که گستره همگانی تمیز میان مورد بخردانه و غیربخردانه را از کف داده است. آن‌ها شواهدی از موسیقی توده‌ای و ادبیات توده‌ای در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی را ارائه می‌دهند که چگونه آن‌ها تماشاگران و مخاطبان خود را نیمه‌خودکار می‌کنند و ذهن آن‌ها را در اختیار می‌گیرند و هیچ راهی برای خیال‌پردازی باقی نمی‌گذارند در حالی که تماشاگر دچار توهم فهمیدن است.

هربرت مارکوزه معتقد است که تکنولوژی در جامعه نوین به توتالیتاریسم راه می‌برد. در واقع تکنولوژی به روش‌های موثرتر و حتی دلخوش‌کننده تر نظارت خارجی بر افراد منجر می‌شود. نمونه بارز این قضیه کاربرد تلویزیون برای اجتماعی کردن و ساکت کردن مردم است. شکست دیدگاه مارکس در دگرگونی اجتماعی انقلابی، توجه نظریه‌پردازان مکتب انتقادی را به توانمندی‌های روبنا و به‌ویژه رسانه‌های جمعی جلب کرد. فرهنگ توده‌وار، عمومی و تجاری شده عمده‌ترین ابزار این موقعیت سرمایه انحصاری است. کمابیش کل نظام تولید انبوه کالاها، خدمات و اندیشه‌ها به نظام سرمایه‌داری پیش فروش شده است. همراه با آن پای بندی به عقلانیت ابزاری، مصرف‌گرایی، رضایت‌مندی‌های کوتاه‌مدت و افسانه‌ای طبقه گر، کاملاً جا افتاده است. (مک کوایل/اجلالی: ۱۰۲)

هابرماس از تحولات اخیر برداشت مثبت ندارد. به اعتقاد وی سرمایه‌داری پیروز شده و ظرفیت اندیشه انتقادی کاهش یافته است. به اعتقاد وی، محتوای اطلاعات رسانه‌ها دارای مخرج مشترک پست‌ترین نوع سرگرمی‌ها و ماجراهای پرتحرک، موضوعات کم‌اهمیت،

تحریک احساسات، شخصی سازی همه چیز و خلاصه بزرگداشت سبک زندگی جدید بوده و هدف تصمیم مخاطبان به آموزش اجباری ملاپم در مصرف مداوم را تعقیب می کنند (وبستر: ۲۰۱)

گستره همگانی از طریق تهاجم به اصول اخلاقی تبلیغاتی، تضعیف شده و اهمیت داشتن رای بدون ارزیابی معتبر، از امور سیاسی است. گرچه به حجم اطلاعات رادیو و تلویزیون افزوده شده ولی بر کیفیت اطلاعات یا گزینش قابل اعتماد آن افزوده نشده است. چرا که قدرت در دست صاحبان رسانه است و مخاطبان خود را برحسب حساب بانکی بخش بندی می کنند. از جالب ترین جنبه های زندگی اجتماعی سده بیستم، رشد شیوه های اقناع و معرفت، نسبت به کارکردهای اقناع مردم بوده است. برخلاف لسول که معتقد است، تبلیغات چیزی است که دنیای مدرن، مخصوصا برای هماهنگ ساختن اجزای اتمی شده جامعه در دوران بحران و هدایت عملیات طبیعی در مقیاس کلان به آن وابسته است (همان: ۲۶۵) هابرماس، مدیریت اطلاعات را به عنوان نشانه ای از نابودی گستره همگانی می شناسد. تبلیغات و اقناع کردن، امروزه به طور معمول به عنوان عملی مغایر با مباحث عقلانی و فعالیتی که باعث جلوگیری از آگاه شدن مردم می شود مدنظر قرار دارد. هابرماس قبول می کنند که رادیو و تلویزیون، شکل های جدید مکالمه را به صورت مصاحبه های غیررسمی تلویزیون، میزگردها و غیره به وجود می آورند، اما این شکل های جدید مکالمه به گفته او به هیچ وجه با بحث انتقادی منطقی که تشکیل دهنده گستره همگانی بورژوازی بود قابل مقایسه نیست. امروز خود این مکالمه ها اداره شده و تحت کنترل است و بحث فعالانه بین شهروندان مطلع، جای خود را به استفاده کردن خصوصی شده ی مکالمه ای که با نام آنها انجام می شود داده است (تامپسون: ۱۸۷)

نظریه هژمونی در سنت مارکسیستی ارائه گردیده به هژمونی را گرامشی ۱۹۷۱، ایدئولوژی حاکم به کار برده است. این نظریه به جای تاکید بر اقتصاد و ساخت ایدئولوژی، بر خود ایدئولوژی، اشکال بیان آن، شیوه های دلالت و ساز و کارهایی که به کمک آنها این ایدئولوژی استمرار می یابد و شکوفا می شود یعنی متابعت بی چون و چرای قربانیان (عمدتا طبقه کارگر) و موفقیت در تسخیر و شکل دهی به آگاهی آنها تاکید دارد. در این نظریه استقلال ایدئولوژی از زیربنای اقتصادی بیشتر مورد توجه قرار دارد. سلطه در این نظریه به خاطر آن است که دارای نفوذ فرهنگی آگاهانه و پایدار است. زمانی که تشخیص داده می شود، یکی از عناصر مهم قدرت دولت، علاوه بر کاربرد زور مادی به وسیله پلیس، نظارت بر افکار است، فرهنگ وارد صحنه می شود. در اینجا مفهوم اساسی، تفوق یا به تعبیری هژمونی است. این مفهوم به معنای توانایی دولت و طبقه حاکم در جهت دادن باورها درون جامعه مدنی است. باورهای تفوق آمیز، همان مضامین مسلط فرهنگی اند که نابرابری را تثبیت می کنند و تفکر انتقادی را دور می زنند. این باورها به گروه های مسلط اجازه می دهند که به گونه ای کارآمدتر حکومت کنند و سطح زور مورد نیاز برای ابقای نظم اجتماعی را کاهش دهند. (نظریه فرهنگی، ۱۳۹۴، ۷۵)

گی دبور نویسنده کتاب جامعه نمایش، جامعه صنعتی مدرن را از بنیاد، نمایش گر می خواند. در نمایش این تصویر اقتصاد حاکم، هدف هیچ و توسعه همه چیز است. نمایش هیچ مقصود دیگری جز خودش نیست (گی دبور، ۱۳۸۲، ۶۰) نتیجه چنین نظامی که مملو از تصاویر شده است و انسان ها بیشتر نظاره می کنند و کمتر زندگی می کنند و افراد از حال بازیگری درآمده و تماما تماشاگر می شوند، انبوه تنهائیان غرق در تماشا است.

رهاورد جامعه مدنی مملو از رسانه ها در عصر حاضر نیز همین انسان های انبوه تنها و تماشاگر است که به نام دموکراسی، لای چرخنده های جذاب مدرنیته خرد و خردتر می شوند و به تعبیر مارکس، به یک از خودبیگانگی مبتلا می شوند.

جامعه اطلاعاتی جامعه‌ای است که در آن اطلاعات ارزشمندترین منبع ابزار تولید همچنین مهمترین فرآورده می‌باشد به‌طوری‌که عمده نیروی کار از شاغلین مشاغل اطلاعاتی تشکیل شده است و برحسب کلیه شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی نیز اطلاعات بر سایر بخش‌ها غلبه دارد. به قول راجرز ۱۹۸۶ نیروی کار ایالات متحده در نیمه دهه ۸۰ بیش از ۵۰ درصد در زمینه اطلاع‌رسانی فعالیت داشته‌اند. (مک کوایل/جلالی: ۱۱۶)

نظریه جامع اطلاعات، بیانگر نوعی فاصله گرفتن از نظریه‌هایی است که بحث شد. از این لحاظ که در این نظریه ظرفیت انقلابی اساسی در محتوای پیام را که بیشتر در ابزار تولید و انتقال پیام نهفته است. در دیدگاه مانوئل کاستلز، ما با جبر تکنولوژیک مواجهیم. وی انقلاب اطلاعاتی تکنولوژیک را ستون فقرات سایر تحولات ساختاری می‌داند. رشد تکنولوژی نوین، موجب تغییر در خصوصیات رسانه‌های جمعی از قبیل بزرگ مقیاس بودن، یک سویه بودن، انتقال از مرکز به پیرامون شده است. کاستلز معتقد است که توسعه شبکه‌های تکنولوژی اطلاعاتی در سراسر جهان، امنیت جریان‌های اطلاعاتی را برای سازماندهی اجتماعی و اقتصادی افزایش و در عین حال اهمیت نقاط خاص جغرافیایی را کاهش می‌دهد در نتیجه در اقتصاد اطلاعاتی نگرانی عمده سازمان‌ها مدیریت و چگونگی پاسخگویی به جریان‌های اطلاعاتی است (وبستر: ۴۱۲-۴۱۷)

به اعتقاد وی، منبع اصلی قدرت در اختیار شبکه‌های اطلاعاتی است. فضا در جریان حل می‌شود و شهرها مبدل به سایه می‌شوند و تماس‌های رویاروی، کم و سنت گفتگو از بین می‌رود و افراد فقط از طریق شبکه‌ها باهم مرتبط می‌شوند. وی همچون گیدنز معتقد است که جوامع در فضا و زمان وجود دارند. تکنولوژی اطلاع‌رسانی ابزار اصلی سازماندهی جهان امروز است. پیدایش فضای جریان‌ها اصطلاحی است که کاستلز از آن استفاده می‌کند و همه ابعاد زندگی شهر را تحت تاثیر قرار می‌دهد. مردم اغلب هویت فرهنگی خود را از طریق منطقه‌ای بیان می‌دارند و اجتماعات خود را سازمان می‌دهند و مکان زندگی خود را مشخص می‌سازند تا برایشان با معنی باشد. (فریده ممتاز، ۱۳۸۳: ۶۲-۶۵)

در شهرهای امروز به علت پیشرفت‌های تکنولوژیک، بیشتر وقت افراد در منزل در کنار تلویزیون و کامپیوتر و این قبیل از های گذرانده می‌شود. در حالی که در گذشته، شهر مکان زنده از نظر فرهنگی بوده است. وی پیشنهاد می‌کند که شوراهای شهری، مراکز فراغت خارج از منزل که توسط خود شهروندان در مورد امور محلی تصمیم‌گیری کنند، احیای گردد. امروز پدیده‌هایی مثل تئاتر، سینما، سالن‌های کنسرت، کلوپ‌های ورزشی کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرند. حتی خرید و پرداخت صورت‌حساب‌ها بدون بیرون رفتن از خانه اتفاق می‌افتد. بنابراین مسئله این است که چگونه معنی مکان را در این فضاهای کارکردی، احیا کنیم. لازمه این امر، ایجاد فضاهای اجتماعی جدید در سه سطح فرهنگی اقتصادی و سیاسی است. جوامع محلی باید هویت خود را بازیابند.

کاستلز بر فرایند معناسازی توجه نموده و می‌نویسد: برداشت من از اصطلاح هویت در صورتی که سخن از کنشگران اجتماعی باشد عبارت است از فرآیند معنا سازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی و مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود. هویت منبع معنا برای خود کنشگران است. او معنا را به‌منزله یکی شدن نمادین کنشگر اجتماعی با مقصود و هدف کنش وی تعریف می‌کند (کاستلز ۱۳۸۴: ۲۲)

با این تفاسیر، مدل جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای نیز ظرفیت آزادسازی توانایی‌ها و استعدادهای انسان را نداشته و به تعبیر ماکس وبر، در نهایت با فربه‌تر شدن ساختارهای مدرن، سوژه‌ها درون یک قفس آهنین مدرن، زندانی می‌شوند.

تراژدی فرهنگ مبتنی بر تمایزی میان فرهنگ ذهنی و فرهنگ عینی است. فرهنگ عینی متضمن آن اشیایی است که مردم تولید می‌کنند (هنر، علم، فلسفه و غیره)، فرهنگ فردی به ظرفیت فرد برای تولید کردن، جذب کردن و نظارت کردن بر فرهنگ عینی

اشاره می‌کند. تراژدی فرهنگ از این واقعیت ریشه می‌گیرد که در طول زمان، فرهنگ عینی رشد تصاعدی پیدا می‌کند، در حالی که فرهنگ فردی و ظرفیت تولیدی فرهنگ ذهنی فقط به‌طور نامحسوسی رشد می‌کند. (جرج ریتزر، مبانی نظریه جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن، ص ۱۰۵)

این نظریه زیمبل را که در نقد پروژه مدرنیته مطرح کرد به بیانی دیگر نیز به مرگ افراد و سوژه‌ها در عین چاق و فربه شدن ساختارها می‌توان تعبیر نمود. چراکه با ظهور رسانه که در خدمت جامعه مدنی برای بسط و تقویت اتوپییای دموکراسی قرار گرفت، عملاً روی نرم قدرت به صحنه آمد و جامعه مدنی که قرار بود، قدرت را تحت اشراف مردم جای دهد، مبتنی بر رسانه و سرگرمی و پروپاگاندا و سانسور، سوژه را مسخ و قدرت را در جاده صاف‌تری تقویت و بازتولید کرد. همان چیزی که ماکوزه از آن به انسان تک ساحتی نام برد و دیالکتیک میان عامل و ساختار یکطرفه شد و عامل به افسردگی و انسداد رسید و رهاورد جامعه مدنی مسلح به رسانه و فارغ از نظارت و بلوغ سیاسی و رسانه‌ای، چیزی جز استبدادهای هوشمند و جوامع اطلاعاتی و شبکه‌ای نشد.

یافته‌های پژوهش:

سوالی که مطرح می‌شود این است که آلترناتیوی برای جامعه مدنی و حضور فعال و تصمیم‌ساز مردم در عرصه سیاسی در پارادایم دینی وجود دارد؟ در توضیح و تفسیر این مسأله باید گفت، محصور نبودن اسلام در بعد فردی و تأکید فراوان این دین توحیدی در مسئولیت اجتماعی هر فرد مسلمان زمینه و فضای بسیار مناسب و مساعدی را برای مقوله مشارکت سیاسی فراهم ساخته است. این واقعیت از دید نویسندگان غربی که معمولاً اطلاعات نادرست از اسلام دارند نیز پنهان نمانده است. هانتینگتون در زمینه رابطه اسلام با دموکراسی و مشارکت سیاسی می‌نویسد: دموکراسی کنفوسیوسی به روشنی یک قضیه متناقض است اما معلوم نیست که دموکراسی اسلامی هم‌چنین باشد. تساوی طلبی و اراده و اختیار از موضوعات اصلی اسلام است. ارنست گلنر (GOLLNER) نظرش این است که فرهنگ متعالی اسلام دارای خصوصیتی است که به جرات می‌توان گفت با پذیرش تجدد و نوگرایی، سر توافق و سازگاری دارد. اسلام هرگونه جدایی بین اجتماع دینی و اجتماع سیاسی را رد می‌کند و بدین ترتیب امور دینی و اخروی از یکدیگر منفک نیست. دین از سیاست جدا نیست و مشارکت سیاسی یک وظیفه دینی است. (هانتینگتون، ساموئل، موج سوم دموکراسی، ترجمه احمد شهباسما، تهران نشر روزنه: ۱۳۷۳ ص ۳۳۵) در منابع دینی ما در ذیل عناوین متنوعی به لزوم اهتمام مسلمین به مسائل اجتماعی و مسئولیت آنان درباره حاکمیت اسلامی و لزوم بهره‌مندی حکومت از آرا و نظرات آن‌ها اشاره شده است. این نوع نگاه دینی در حقیقت بازتولید مردم‌سالاری در خدمت حکمرانی دینی است. در اینجا به برخی از این عناوین به‌طور اجمالی می‌پردازیم:

الف. النصیحه لأئمة المسلمين

در روایات بسیاری به مسئولیت مسلمانان نسبت به خیرخواهی و نصیحت به زمامداران خویش اشاره شده است. رسول گرامی اسلام فرمودند: ثَلَاثٌ لَا يَغُلُّ عَلَيْهِنَّ قَلْبُ امْرِئٍ مُسْلِمٍ إِخْلَاصُ الْعَمَلِ لِلَّهِ وَ النَّصِيحَةُ لِأَئِمَّةِ الْمُسْلِمِينَ وَ اللَّزُومُ لِحِمَاةِهِمْ:

سه چیز است که دل هیچ مسلمانی به گریز از آن رضایت نمی‌دهد: اخلاص عمل برای خدا نصیحت و خیرخواهی نسبت به امام مسلمین و ملازمت و همراهی با جماعت مسلمین (مجلسی، محمدباقر، بحارالانوار، جلد ۷۷، باب ۶، روایت ۳۹، ص ۱۳۲)

در برخی روایات از نصیحت نسبت به زمامدار به‌عنوان حقی که او بر گردن مسلمین دارد یاد شده است. علی علیه السلام می‌فرماید: وَ أَمَّا حَقِّي عَلَيْكُمْ فَأَلْفَوْا بِالْبَيْعَةِ وَ النَّصِيحَةِ فِي الْمَشْهَدِ وَ الْمَغِيبِ وَ الْإِجَابَةُ حِينَ أَدْعُوكُمْ وَ الطَّاعَةُ حِينَ أَمُرُكُمْ.

اما حق من بر شما این است که به بیعت وفا کنید و در نهان و آشکار حق نصیحت و خیرخواهی را ادا کنید. چون شما را بخوانم اجابت کنید و زمانی که فرماندهم بپذیرید. (بحارالانوار، جلد ۲۷، باب ۱۳، روایت ۱۲، ص ۲۵۱ و نهج البلاغه خطبه ۳۴)

با توجه به این فاکتور، فساد و استبداد امکان برزو و ظهور نخواهد یافت و هیچ سرکوبی چه از جنس سخت و چه نرم امکان وقوعی هم نمی‌یابد. به دلیل اینکه مرزی میان مردم و حاکم وجود ندارد و هیچ پست و خلوتی برای انجام فساد و بدور از چشم مردم وجود ندارد و مردم همچون یک سراسر بین، نه تنها تیغ فساد را اجازه بیرون آمدن از نیام نخواهند داد، بلکه در یک نگاه حداکثری و مطالبه گرانه، عدالت ورزی حاکم بدون مانع و لکنت اتفاق خواهد افتاد.

ب. لزوم مشورت با امت

خداوند در قرآن شریف پیامبر اکرم (ص) را مامور به مشورت با امت می‌کند: وَ اسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَ شَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ. و برای آن‌ها طلب مغفرت کن و با آنان در کارها مشورت نما. پس هنگامی که تصمیم گرفتی بر خدا توکل کن. (قرآن کریم آیه ۱۵۹، سوره آل عمران)

ج. مسئولیت عمومی مسلمین

حدیث معروف کلکم راع و کلکم مسئول عن رعیت: شما همگی راهبر و ناظرید و همه مسئول جمع خویش هستید (بحارالانوار، جلد ۷۵، باب ۳۵، روایت ۳۶، ص ۳۸، و نیز صحیح بخاری، کتاب الجمعة، جلد اول، ص ۱۶۰ و صحیح مسلم، کتاب الاماره، جلد ۳، ص ۱۴۵۹، حدی ۱۸۲۹) که شیعه و سنی هر دو نقل کرده‌اند، مسئولیت همگانی امت را در مسائل مربوط، خاطرنشان می‌کند. روایات یاد شده، امت اسلامی را از این تفکر انضباط طلبانه و منفعلانه که امور و شئون مختلف جامعه اسلامی را باید به دست کارگزاران و نهاد و خود در غفلت و بی‌خبری و بدون احساس مسئولیت اجتماعی به کناری نشسته و به امور شخصی خویش مشغول باشند بر حذر می‌دارد و به صراحت اعلام می‌کند شما همگی راهبر و ناظرید و همه مسئول جمع خویش هستید.

د. اهتمام به امر مسلمین

در روایات متعددی از مسلمانان خواسته شده است که نسبت به گرفتاری دیگر مسلمانان بی‌تفاوت نباشند و همت خویش را مصروف حل مشکلات آنان کنند. در برخی از این دسته روایات این اهتمام و اعتنا به دردها و مشکلات اجتماع، نشانه مسلمانی و بی‌اعتمادی دلیل نامسلمانی تلقی شده است. امام صادق علیه السلام از قول رسول گرامی اسلام (ص) نقل می‌کند: مَنْ أَصْبَحَ وَ لَا يَهْتَمُّ بِأُمُورِ الْمُسْلِمِينَ فَلَيْسَ بِمُسْلِمٍ. هر کس صبح کند و به امور مسلمین همت نگمارد مسلمان نیست (کلینی، محمد یعقوب، اصول کافی، کتاب الایمان و الکفر، باب الاهتمام بامور المسلمین، حدیث ۱ و ۵).

و در جایی دیگر نیز می‌فرماید: هر که فریاد مردی را بشنود که مسلمانان را به دادخواهی می‌خواند و اجابت نکند، مسلمان نیست. کلمه امور المسلمین که در این گونه روایات به کار رفته است اطلاق دارد و شامل هرگونه مشکل و گرفتاری می‌شود. یعنی به گرفتاری‌های شخصی و فردی اختصاص ندارد. بنابراین وجود ظلم و بی‌عدالتی اجتماعی، مشکلات اخلاقی و فرهنگی جامعه، فقر و بیکاری، فساد مدیران اجتماع و مانند آن همگی داخل در امور مسلمین است اهتمام به حل آن‌ها وظیفه اجتماعی هر فرد مسلمان است.

ه. امر به معروف و نهی از منکر

در آیات و روایات اسلامی بر لزوم امر به معروف و نهی از منکر بسیار ترغیب شده است: كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ

شما بهترین امتی هستید که برای انسان‌ها پدیدار شده‌اید. به کار پسندیده فرمان می‌دهید و از کار ناپسند باز می‌دارید و به خدا ایمان دارید. (قرآن کریم، آیه ۱۱۰، سوره آل عمران)

اگر این چند فاکتوری که تبیین شد به‌درستی و دقت وارد عقل عملی جامعه شده و در فرهنگ سیاسی همان جامعه نهادینه شود، بازتولید قدرت با فرم مردم سالارانه صورت خواهد گرفت. حتی اگر جامعه شبکه‌ای و اطلاعات محور باشد و کنترل سیستمی حکمفرما شود، اگر نسبت میان حاکم و مردم، با منطق دینی تعریف شود، انسجام سیستمی و انسجام اجتماعی در دیالکتیک مثبت و پیش‌رونده همدیگر را تقویت خواهند کرد.

اگر بخواهیم این مدل نگاه اسلام به اجتماع را در یک پارادایم جامعه‌شناختی تبیین و توصیف کنیم، شاید بهتر باشد جهت شبیه‌سازی و تقریب به ذهن هم که شده، سراغ فردیناند تونیس جامعه‌شناس آلمانی برویم. او تلاش دارد که دو نوع روابط اجتماعی را از یکدیگر تفکیک کند. در اصطلاح عام، گماینشافت (Gemeinschaft)، نشان‌دهنده اجتماع و گزلفاشت (Gesellschaft) نمایانگر جامعه است. روابط گماینشافت با پیوندهای نزدیک، روابط صمیمانه و شخصی، علاقه صمیمانه به رفاه همدیگر، همکاری و اعتماد متقابل مشخص می‌شوند اما روابط گزلفاشت بر رقابت شخصی، کارایی، پیشرفت و تخصص مبتنی‌اند. تونیس بر این باور بود که با افزایش شهرگرایی روابط نوع گزلفاشت گسترش می‌یابند. (کوئن، بروس، درآمدی بر جامعه‌شناسی، ترجمه ثلاثی، محسن ص ۱۰۳) از این زوایه نگاه و فارغ از روستایی و شهری بودن این سبک تونیس در تفکیک روابط اجتماعی، مدل ارتباطات میان ملت و دولت یا آحاد و ساختارها در نگاه دین، منسجم و صمیمی و نزدیک است و مرز مردم به حکمرانی نزدیک بوده و صدای جامعه با سرعت و سهولت و بدون پارازیت به گوش مسئول و مدیر و شهریار می‌رسد. نکته دیگری باید در مزیت این نگاه افزود آن است که انسجام اجتماعی (Social integration) و انسجام سیستمی (system integration)، توأمان تأمین می‌شود و هردو وابسته به هم عمل می‌کنند. چراکه نگاه صرف مدیریتی و کنترل گرا نیست و شبکه حکمرانی، در خدمت شبکه‌سازی اجتماعی عمل می‌کند. مدلی ترمیم‌شده و اسلامیزه از جامعه شبکه‌ای که در عین بهره‌مندی از تکنولوژی در ساحت اداره و فرم مدیریت، دارای یک ایدئولوژی پشتیبان با فاکتورهای پیش گفته در نسبت حاکم و مردم است.

حال اگر از کاربست این مدل در فضای عینی و انضمامی صحبت کنیم، محور مرکزی و هارمونی بخش و مکمل، مفهوم سواد رسانه‌ای است. در حقیقت تبلور دقیق و عینی مردم‌سالاری دینی در جامعه شبکه‌ای، به متغیرمهمی به نام سواد رسانه‌ای وابسته است. اگر بخواهیم از استبداد و سرکوب توده‌ها در فضای حکمرانی سایبرنتیک فاصله بگیریم و یک جامعه هوشمند رقم بزنیم، کلید ماجرا در معامله راهبردی با مساله سواد رسانه‌ای است. در حقیقت مردم‌سالاری دینی با تمام آن ویژگی‌های فوق‌الذکر در مدل‌سازی جامعه دینی در نسبت با جامعه شبکه‌ای و زندگی هوشمند امروزی، راهی به‌جز بسط و گسترش سواد رسانه‌ای در سطح افکار عمومی وجود ندارد. رشد شناختی، عاطفی و اخلاقی از ویژگی‌هایی است که در بستر سواد رسانه می‌تواند یک دمکراسی قدسی با عنوان مردم‌سالاری دینی را رقم بزند.

مهمترین توانایی مرتبط با سواد رسانه‌ای، استقلال میدانی است. به استقلال میدانی به‌منزله توانایی طبیعی برای تمایز گذاردن میان یک سیگنال و یک پارازیت در یک پیام فکر کنید. پارازیت، آشوب نمادها و تصاویر است. سیگنال، اطلاعاتی است که از دل آشوب پدیدار می‌شود. کسانی که استقلال میدانی بالایی دارند، می‌توانند به‌سرعت، میدان آشوب را دسته‌بندی کنند تا عناصر مهم را

شناسایی کرده و عناصر حواس پرت کن را کنار بگذارند. برعکس، کسانی که وابستگی میدانی بیشتری دارند، در همان میدان آشوب، گیر می‌کنند، همه جزئیات را می‌بینند، اما الگوهای تصویر بزرگ سیگنال را نمی‌یابند. برای نمونه وقتی افراد مستقل از میدان، یک داستان خبری را در یک وبسایت می‌خوانند، می‌توانند اطلاعات مهمی چون: که، چه، کجا، کی و چرا داستان را شناسایی کنند. آن‌ها به سرعت، آنچه گفته شده است، مانند تصاویر و جلوه‌های دیداری را دسته‌بندی می‌کنند تا بر اصل رویداد پوشش داده شده متمرکز شوند. کسانی که به میدان وابسته هستند، همان عناصر مهم در داستان را ادراک می‌کنند، اما به همان مقدار، توجه خود را به عناصر پس زمینه‌ای چون تصاویر تبلیغاتی، آگهی‌ها، کادربندی‌ها و مانند این‌ها اختصاص می‌دهند. برای شخصی که به میدان وابسته است، همه این عناصر، اهمیت نسبتاً برابری دارند و به همین علت آن‌ها به همان اندازه که احتمال دارد نکات اصلی داستان را به خاطر بسپارند ممکن است چیزهای مبتذل را به یاد داشته باشند. نمی‌خواهم بگویم افراد وابسته به میدان اطلاعات بیشتری را ذخیره می‌کنند چون به چیزهای بیشتری توجه می‌کنند برعکس افراد وابسته به میدان اطلاعات کمتری را ذخیره می‌کنند چون اطلاعات به‌خوبی سازمان نیافته است و احتمالاً به همان اندازه که سیگنال (عناصر درباره ایده اصلی) دارد، پرازیت (عناصر پیرامونی یا متفرقه) هم دارد. (سواد رسانه‌ای، دبلیو جیمز پاتر، ص ۱۶۲)

یکی دیگر از توانایی‌های شناختی انسان، هوش سیال نام دارد. هوش سیال توانایی آفرینشگری، تولید، آگاهی‌پرسی و همینطور درک چیزها به روشی نو و تازه است. کسانی که هوش سیال نیرومند دارند در چیزی که به آن تفکر جانبی می‌گویند نیرومند هستند. تفکر جانبی برعکس تفکر عمودی، گام به گام رفتن در یک خط صاف نیست. بلکه کسی که تفکر جانبی دارد وقتی با مشکل رویارو می‌شود به یک موضع نو و کاملاً دلخواه می‌پرد و سپس دوباره به عقب بازمی‌گردد تا یک مسیر منطقی میان این موضع نو و نقطه آغاز بسازد. کسانی که تفکر جانبی دارند تمایل دارند برای مشکلات، راه‌حل‌های بیابند که دیگر اندیشمندان که در بند فرمی از تفکر عمودی مانده‌اند، هرگز نمی‌توانند به آن‌ها برسند. اندیشمندان جانبی، الهامی‌تر و خلاق‌ترند. آن‌ها نقطه آغازهای استاندارد برای حل مشکلات را رد می‌کند و به جای آن با یک حدس الهامی، یک بارش مغزی ایده‌ها یا یک راه‌حل پیشنهادی از غیب آغاز می‌کنند. (همان، ص ۱۶۵)

افزون بر توانایی‌های شناختی، از توانایی‌های عاطفی انسان هم نمی‌توان در مسیر سواد رسانه‌ای چشم پوشید. به عنوان مثال، توانایی برای فهم و کنترل عواطف ما را هوش عاطفی می‌گویند. هوش عاطفی را از چند توانایی مرتبط متشکل می‌دانند که از جمله آن‌ها می‌توان به توانایی خوانش عواطف دیگران، توانایی آگاهی از عواطف خود، توانایی کنترل و مدیریت ثمربخش عواطف خود و توانایی مدیریت کردن بایسته‌های عاطفی روابط، اشاره کرد. آن گروهی از ما که هوش عاطفی نیرومندتری داریم، یک ظرفیت رشد یافته برای همدلی داریم. ما می‌توانیم جهان را از نگاه شخصی دیگر ببینیم. هر چقدر به چشم‌اندازهای بیشتری دسترسی پیدا کنیم، هوش عاطفی بیشتری داریم. وقتی ما رشد عاطفی بسیار بالایی داشته باشیم، بیشتر از عواطف خودمان آگاه هستیم. وقتی ما عواملی را که باعث آن عواطف شده‌اند، بهتر بفهمیم، بهتر می‌توانیم دنبال پیام‌های باشیم که واکنش‌های عاطفی مطلوب ما را برانگیزند. افزون بر آن ما کمتر حرکات ناگهانی انجام می‌دهیم و بیشتر بر خودمان کنترل داریم. می‌توان بر کاری که اکنون در دست داریم متمرکز شویم و اجازه ندهیم عواطف پیرامونی حواس ما را پرت کنند. (همان، ص ۱۶۹)

نتیجه‌گیری:

ثقل سخن اینجاست که هرچقدر، رشدشناختی مردم افزایش یابد و سوژه به اصطلاح هوشمند گردد، نتیجه‌اش یک بده بستان ذهنی و شناختی میان مردم و حاکمیت خواهد بود. اگر اطلاعات در فضای سایبرنتیکال، یک‌طرفه و از بالا به پایین باشد، رهاوردش چیزی جز استبداد مدرن نخواهد بود. اما در مدل دینی که هدایت را اصل حاکم بر سایر اصول می‌داند، جریان اطلاعات و گردش داده‌ها

بایستی دایره‌ای بوده و میان بالا و پایین جامعه، یک دیالکتیک فعال و عادلانه و شفاف برقرار گردد. این سبک در صورتی از ایده آلیستی و اتهام ذهنی بودن خارج می‌شود که پیوست سواد رسانه‌ای داشته باشد. درحقیقت شهروند مجهز به تفکر انتقادی با توان تشخیص واقعیت از مجاز و جعل در فضای رسانه، باعث تقویت و رشد حاکمیت خواهد شد و از ایستایی و فساد و حرکت ضعیف خسته شده و سیگنال اعتراض و امر به معروف و نهی از منکر را در سراسر سیستم و شبکه اطلاع‌رسانی شفاف، مخابره خواهد کرد. سیستمی ناظر دائمی، باهوش و حداکثری و چندلایه داشته باشد، کمترین خطای شناختی و اشتباه راهبردی را دچار می‌شود و سرعت و دقت فتح اهداف فردی و ساختاری را ارتقاء خواهد بخشید.

منابع:

- [۱]. ریتزر، جرج، ۱۳۹۲، مبانی نظریه جامعه شناختی معاصر و ریشه های کلاسیک آن، مترجم شهناز مسمی پرست، نشر ثالث
- [۲]. اسمیت، فیلیپ و رایلی، الگزنذر، ۱۳۹۴، نظریه فرهنگی، مترجم محسن ثلاثی، نشر علمی
- [۳]. هانتینگتون، ساموئل، ۱۳۷۳، موج سوم دموکراسی، ترجمه احمد شهسما، نشر روزنه
- [۴]. بشیریه، حسین، ۱۳۷۴، جامعه شناسی سیاسی، نشر نی
- [۵]. خیری، حسن، ۱۳۸۹، دین رسانه ارتباطات، نشر پژوهشگاه علوم و فرهنگ ارتباطات
- [۶]. جیمز پاتر، دبلیو، ۱۳۹۹، سواد رسانه ای، مترجم احسان شاه قاسمی، نشر جهاد دانشگاهی
- [۷]. کوئن، بروس، ۱۳۸۶، درآمدی به جامعه شناسی، مترجم محسن ثلاثی، نشر توتیا
- [۸]. مک کوایل، دنیس، ۱۳۸۲، درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، مترجم پرویز اجالالی، نشر مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها
- [۹]. کاستلز، مانوئل، ۱۳۸۴، عصر اطلاعات اقتصاد جامعه و فرهنگ، ج ۲، مترجم احدعلیقیان و دیگران، نشر طرح نو
- [۱۰]. گی، دبور، ۱۳۸۲، جامعه نمایش، مترجم بهروز صفدری، نشر آگه
- [۱۱]. ممتاز، فریده، ۱۳۸۳، جامعه شناسی شهری، نشر شرکت سهامی انتشار
- [۱۲]. وبستر، فرانک، ۱۳۸۳، نظریه های جامعه اطلاعاتی، مترجم اسماعیل قدیمی، چاپ دوم، نشر قصیده سرا
- [۱۳]. تامپسون، جان ب، ۱۳۷۹، رسانه ها و نوگرایی، مترجم علی ایثاری کسمایی، انتشارات موسسه ایران
- [۱۴]. پاستر، مارک، ۱۳۷۷، عصر دوم رسانه ها، مترجم غلامحسین صالحیار، انتشارات موسسه ایران
- [۱۵]. بشیریه، حسین، ۱۳۷۷، جامعه مدنی و ایران امروز، انتشارات نقش و نگار