

نشست انجمن روابط عمومی ایران

۵ آذرماه ۱۳۹۳

شهروند ارتباطی و رویکرد شبکه ای: نگاهی نو به فرهنگ شهروندی

دکتر علی اصغر محکی

عضو هیات علمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران

amahaki@gmail.com



photo : Siamak Ebrahimi

آن چه می گویم به قدر فهم توست؛
مردم اندر حسرت فهم درست
(مولانا)

پیش از هر چیز باید یادآور شوم مطالبی که امروز تحت عنوان «شهروند ارتباطی، رویکرد شبکه ای به مفهوم شهروندی» بیان خواهم کرد، بیش از هر چیز آموخته هایی است که از گفتار درس های استاد ارجمندم جناب آقای دکتر نعمت الله فاضلی گرفته ام.

مقدمه

واژه شهروندی ارتباطی، اشاره به برداشتی متفاوت از توسعه فرهنگ شهروندی دارد که بر اساس آن، لازم است سازوکارهای تعامل و گفت و گوی برابر، آزادانه، همه جانبه و مستمر میان شهروندان، برقرار شود تا آنان بر اساس خیر عمومی و منافع جمعی، بهترین راه زندگی را به صورت مفاهمه ای و اقناعی انتخاب کنند و برای رسیدن به آن مشارکت مسئولانه داشته باشند. بنابراین مفهوم «شهروندی ارتباطی» یک رویکرد جامع و یکپارچه جدید است که منظور از آن توسعه ظرفیت های اجتماعی و توانمندی های ارتباطی است.

طرح مساله:

هنگامی که کارشناسان در باره مشکلات اجتماعی صحبت می کنند، یکی از دلایلی که زیاد ذکر می کنند، «پایین بودن فرهنگ شهروندی» است. اما کمتر در این باره بحث می شود که این فرهنگ شهروندی که معتقدیم پایین بودنش موجب بروز مشکلات اجتماعی عدیده می شود، و رسالت ما بهبود آن است، واقعا چیست و کارگزاران و مدیران جامعه، از جمله کارگزاران روابط عمومی چگونه می توانند در بهبود و ارتقای آن نقش آفرینی کنند؟

همه می دانیم که فهم درست یک مفهوم و یا یک پدیده، تا چه اندازه به ما کمک می کند تا منطقی تر واژه ها و عبارات را استفاده کنیم و ساده اندیشانه از کنار آنها گذر نکنیم، با وجود این، کمتر در خصوص واژه ها و عباراتی که می شنویم یا به کار می بریم، بحث مفهومی و معناشناسانه می کنیم و دلخوش به این هستیم که به عنوان آحاد یک جامعه ی همزبان، فهم مشترک از واژگان و مفاهیم و پدیده ها داریم. اما واقعیت جز این است.

آن چه ما به عنوان «فرهنگ شهروندی» در مراودات روزمره از آن یاد می کنیم، معمولاً مفهومی است که به اشتباه و به جای عبارت ریشه دار «حقوق و تکالیف شهروندی» استفاده می شود و کثرت کاربرد «فرهنگ» در جایگاه پیشوند یا پسوند واژه های دیگر، عادت زبانی شده و چون می بینیم به محض کاربرد، دیگران به مخالفت یا مجادله برنمی خیزند، پس گمان می کنیم این کاربرد مصطلح توانسته در انتقال منظور ما کارساز باشد، و بدین ترتیب به سادگی و به راحتی، از کاستی و نابجا بودن کاربرد این مفهوم عبور می کنیم. در نتیجه، هنگامی که به دنبال راه کارهای علمی و منطقی برای ارتقاء «فرهنگ شهروندی» می گردیم، در ادبیات نظری و پژوهشی، دایره مفهومی «فرهنگ» را به جای «حقوق و تکالیف» جستار می کنیم و کمتر نتیجه می گیریم.

از سوی دیگر، ما معمولاً در هنگام تحلیل مشکلات و بیان راه حل ها از سوی کارشناسان مختلف، عادت یافته ایم عباراتی نظیر این را بشنویم:

«مشکلات اجتماعی، ریشه های ساختاری دارند و کژکارکردی و ناکارآمدی نهادهای اجتماعی خاستگاه بروز و استمرار آنها هستند، بنابراین راه حل بنیادی، اصلاح زیرساخت ها و فرایندهایی است که موجب بروز و تداوم مشکلات شده اند.»

«پایین بودن فرهنگ شهروندی، ریشه در فقر آگاهی های شهروندان دارد، پس باید از راه تبلیغ و آموزش، سطح دانش و اطلاعات شهروندان را بالا برد تا فرهنگ شهروندی ارتقاء یابد.»

«فرهنگ شهروندی آن هنگام توسعه می یابد که شهروندان ما مسئولیت پذیر، مشارکت جو و قانون مدار باشند. شهروندان زمانی مسئولیت پذیر، مشارکت جو و قانون مدار خواهند بود که به نظام اجتماعی وفادار باشند و این وفادار بودن، محصول رضایت و اعتماد است. رضایت و اعتماد نیز محصول کارآمدی، بهره وری و اثربخشی نهادهای اجتماعی و مشارکت همه جانبه مردم در امور مربوط به خویش است.»

بدون آن که بخواهم درستی اظهارات یاد شده را زیر سوال ببرم، می خواهم یک واقعیت تلخ را یادآور شوم: در طی سالیان اخیر به قدری این نوع عبارات کارشناسانه را در رسانه ها و سخنرانی ها و جلسات شنیده ایم که مانند بیشتر مردم، می توانیم اظهارات و تحلیل های کارشناسان را پیش بینی کنیم و بنابراین حضور در نشست هایی که این نوع اظهارات و تحلیل های تکراری را در آن جا تحویل مان می دهند ملال آور و بی حاصل تلقی می کنیم. گویی تجربه ی زیسته ی ما، به فراست به ما یادآور می شود که تکرار مکررات راهگشا نیست و چه بسا تکدر خاطرمان را بیشتر هم می کند و انرژی عاطفی و انگیزشی کافی را برای اقدام در ما برنمی انگیزد.

بنده به عنوان کسی که در طی چند دهه، مستمع دائمی این نوع پاره گفتارها بوده ام و چه بسا خود نیز بسیار از این شیوه ی ارایه نظر پیروی کرده ام، قصد دارم از موضعی انتقادی، رویکردی متفاوت را مطرح کنم، اما اصراری هم بر این ندارم که این رویکرد متفاوت را بهترین بدیل ممکن و یا جایگزین رویکردهای قبلی بدانم. اما حداقل حُسن بیان این رویکرد تازه را، ایجاد فرصتِ گفت و گو، بر مداری دیگر می دانم که شاید کمتر تکراری و ملال آور، و بیشتر انرژی آفرین و انگیزه دهنده باشد.

پیش از آن که در باره رویکرد مورد نظرم توضیح دهم، اجازه می خواهم به یک مشکل مهم اشاره کنم و آن کمبود انرژی عاطفی و انگیزشی لازم در بین شهروندانی است که قرار است به اصطلاح «مسئولیت پذیر»، «مشارکت جو» و «قانون مدار» باشند.

بنابراین در رویکردی که امروز از آن تحت عنوان «شهروند ارتباطی و رویکرد شبکه ای» نام می برم، اساس کار را، یادآوری سازوکارهایی می دانم که می تواند انرژی آفرین و انگیزه زا باشد. و از یک کارگزار روابط عمومی چه انتظاری بیشتر از این که بتواند منابع و سرمایه های انسانی و غیرمادی را برای اصلاح و بهبود امور بسیج و تحریک کند.

رویکرد مورد نظر من، قرار نیست تعبیر مصطلح از فرهنگ شهروندی را رد و یا تایید کند، بلکه تاکید دارد که این اصطلاح، باید در یک فرایند گفت و گوی همگانی نقادانه، به بحث گذاشته شود تا به اشتراک معنایی منتهی شود و در نهایت نقطه اتکای ما، همان برداشتی باشد که همگان روی آن توافق می کنند. به نظر من، تنها در این صورت است که کاربرد عبارت «ارتقاء فرهنگ شهروندی» می تواند به اندازه کافی در شهروندان انگیزه و انرژی عاطفی موردنیاز را برای اقدام ایجاد کند.

مطرح کردن این رویکرد جدید به مفهوم فرهنگ شهروندی، در پاسخ به چندین اعتراف است:

اعتراف به این که استراتژی های ارتباطی ما در موضوع ارتقاء فرهنگ شهروندی اشتباه بوده است.

اعتراف به این که بهتر بود به موازات کلی گویی های مرسوم راجع به این که برای بهبود فرهنگ شهروندی «آیا باید اقدامات بلندمدت ساختاری را در دستور کار قرار داد و یا اقدامات کوتاه مدت از جنس آموزش و تبلیغات» را؛ سازوکارهایی اثربخش، انگیزه افزا و انرژی بخش را اندیشه می کردیم و مبنای عمل قرار می دادیم.

اعتراف به این که در موضوع بهبود فرهنگ شهروندی، بیشتر در باره «نوع اقدام» حرف زده ایم و بحث کرده ایم اما از «شیوه اقدام»، که از دید ما منشاء تعاملی و ارتباطی دارد، کمتر صحبت کرده ایم.

اعتراف به این واقعیت که سیاستگذاری ها، برنامه ریزی ها، تصمیم سازی ها و تصمیم گیری ها در موضوع بهبود فرهنگ شهروندی، بدون مشارکت فعال و واقعی مردم (یعنی سوژه های اصلی موضوع)، از رهگذر گفتگوهای محدود، عمودی، بالا به پایین، دستوری، نابرابر، تقلیدی، یک سویه و معطوف به نظر مجریان، صورت گرفته است. بنابراین طبیعی است اگر بین تشخیص همگان و کارگزاران از نظر موضوع، فوریت، اولویت و شیوه اقدام، کمتر اشتراک نظر و هماهنگی وجود داشته باشد.

اعتراف به این واقعیت که مفاهیم متفاوت «تبلیغ»، «آموزش»، «اشاعه» و «فرهنگ سازی» را به جای یکدیگر به کار برده ایم و به تمایزات معنایی و تفاوت های کاربردی و الزامات و ملاحظات آنها توجه نداشته ایم و همین موضوع، تصورات اشتباه ما را نسبت به واقعیت موضوع (و در نتیجه تداوم اقدامات غیر موثر) موجب شده است.

اعتراف به این واقعیت های گزنده و تلخ که برخلاف ادعاهای مان، هنوز به جای تعامل به تبلیغ می اندیشیم؛ هنوز به جای گفت و گوی چندسویه، آزاد و برابر به ارایه سخنرانی یک طرفه می اندیشیم؛ هنوز وسایل ارتباط جمعی را محدود به رسانه های پخش متمرکز می دانیم و آنها را نیز ابزار ابلاغ پیام می دانیم تا میانجی تعاملات اجتماعی؛ و هنوز نتوانسته ایم سهم و نقش اثرگذار و روزافزون ارتباطات شبکه ای را در راهبردهای ارتباطی خود، جایگزاری کرده و برای آن نقش محوری قایل شویم.

اعتراف به این که همواره در مقام بیان و اظهار، از مردم انتظار اعتماد و مشارکت جویی داشته ایم اما در مقام عمل، نه به آنان اعتماد کرده ایم و نه سازوکارهای مشارکت آنان را برقرار ساخته ایم.

اعتراف به این که خواسته یا ناخواسته، «انتقاد» را «تخریب»، «صراحت» را «گستاخی»، «مشارکت» را «همسویی و حمایت» از نظر خود؛ و رای و نظر خود را بدون هر نوع منازعه «خیر و صلاح عموم»، و «تشخیص» خود را «نیاز و انتظار» مردم تعریف کرده ایم!

اعتراف به این واقعیت تلخ، که برخلاف پنداشت های فردی، که خود را فردی آزاد اندیش و پذیرای نظر و دیدگاه مخالف می دانیم، در ذهن و درون و رفتار خود، منشی آمرانه و استبدادی داریم و توسعه گفت و گوی آزاد و انتقادی را تهدید تلقی می کنیم.

با این مقدمه طولانی اما ضروری، برای تبیین الگوی «شهروند ارتباطی و رویکرد شبکه ای» بحث را از مفهوم شناسی شروع می کنم.

- از فرآیندهای جامعه مدرن است.
- دارای مرزهای تعریفی خاص است.
- برخاسته از نگرش عقلانی نسبت به
قانون و حقوق افراد در جامعه است.

- ارتباط زیادی با مفاهیم جامعه مدنی،
دموکراسی و حاکمیت خوب دارد.
- دولت‌ها برای تثبیت موقعیت اجتماعی و
سیاسی خود، موضوع شهروندی را در اولویت
قرار داده اند.

شهروندی

- از عوامل بنیادین گسترش سرمایه اجتماعی
- دارای رابطه نزدیک با اخلاق و روابط
اخلاقی
- با زندگی برخاسته از تجدد و فرهنگ انسان
اجتماعی در هم آمیخته است.

امروزه مفهوم شهروندی با مفهوم و نگرش آن در
قرن ۲۰ بسیار متفاوت است.
حقوق شهروندی دارای حوزه های مختلفی
است و در کنار حقوق مدنی، سیاسی و اجتماعی،
حقی نیز به نام حقوق فرهنگی وجود دارد.

فرهنگ شهروندی که بهتر است به آن شهروندی فعال و تعهد شهروندی گفته شود، یک مفهوم وسیع است که با روح جمعی قرابت دارد.

این مفهوم هم اشاره به یادگیری زندگی جمعی دارد، و هم شامل کسب ارزش ها، نگرش ها، مهارت ها و وفاداری به تعهدات شهروندی است.

مجموعه ای از ارزش ها، نگرش ها و قوانین مشترک بنیادی است که دربردارنده ی احساس تعلق، تعهد و احترام به میراث مشترک، و همچنین تشخیص حقوق و تعهدات شهروندی می باشد.

فرهنگ شهروندی

از ویژگی های فرهنگ شهروندی، احساس تعلق، اعتماد و امید به آینده، عزت نفس و فروتنی، همکاری عمومی، دیدگاه باز، وحدت سنت و مدرنیته (گذشته و آینده) می باشد.

- موضوع کلیدی در فرهنگ شهروندی، کسب سرمایه ی اجتماعی است. سرمایه ی اجتماعی، ظرفیت و استعداد تعامل و همکاری بین مردم و نهادها برای رسیدن به خیر جمعی است.

- فرهنگ شهروندی یک کلیت است؛ فرهنگ از عناصر مختلف و متعدد تشکیل شده است.

- فرهنگ شهروندی یک محصول جمعی است؛ فرهنگ توسط جامعه ساخته می شود.

- فرهنگ شهروندی یک طیف است؛ یعنی این که فرهنگ در مقابل بی فرهنگی قرار نمی گیرد، بلکه از جنبه های مختلف درجات متفاوتی به خود می گیرد.

عناصر فرهنگ شهروندی

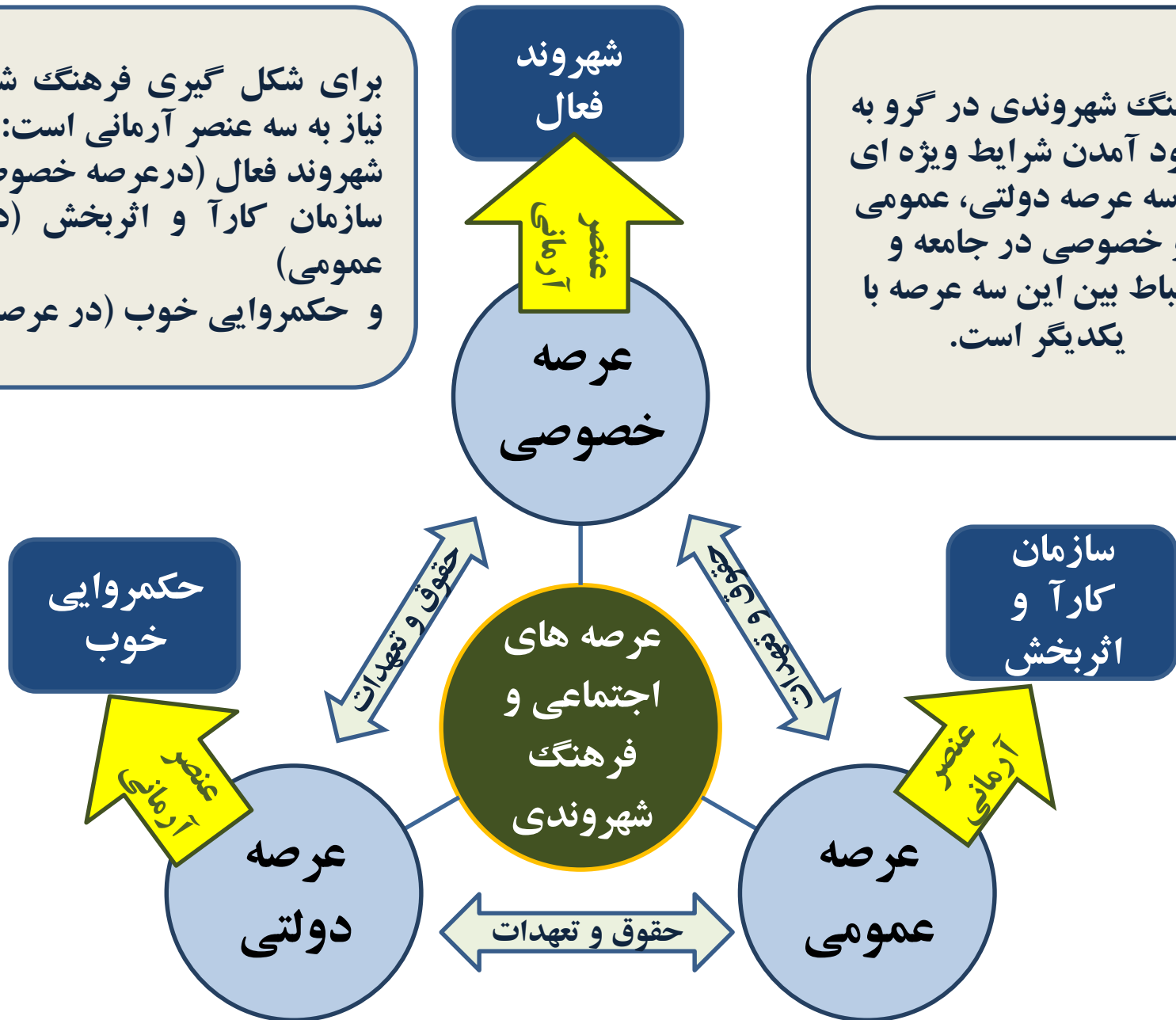
- فرهنگ شهروندی تاریخ مند است؛ بدین معنی که فرهنگ از نسل های گذشته به نسل های امروز و از آنها به نسل های آینده منتقل می شود.

- فرهنگ شهروندی پایدار است؛ به این معنی که عناصر فرهنگ به سختی و در درازمدت دستخوش تغییر و دگرگونی می شود.

- فرهنگ شهروندی از ترکیب عناصر مختلفی تشکیل شده است که از آن جمله شهروندان، دولت و عرصه عمومی است.

برای شکل گیری فرهنگ شهروندی،
نیاز به سه عنصر آرمانی است:
شهروند فعال (در عرصه خصوصی)
سازمان کارآ و اثربخش (در عرصه
عمومی)
و حکمروایی خوب (در عرصه دولتی)

فرهنگ شهروندی در گروه به
وجود آمدن شرایط ویژه ای
در سه عرصه دولتی، عمومی
و خصوصی در جامعه و
ارتباط بین این سه عرصه با
یکدیگر است.



حکمروایی خوب دارای ۸ مؤلفه اصلی است. این مؤلفه ها عبارتند از :



حکمروایی خوب تضمین کننده کمینه شدن فساد ، احترام به نظر اقلیتها و اقشار آسیب پذیر در انجام تصمیم گیری است. همچنین حکمروایی خوب در قبال نیازهای کنونی و آینده جامعه مسوول است.

عرصه عمومی (سازمان های کارا و اثربخش)



عرصه عمومی از آن نهادها و سازمان های عمومی مانند گروه های غیر رسمی، انجمن ها، اصناف، اتحادیه ها، احزاب، مجامع فرهنگی، روزنامه ها، مجلات و سایر وسایل ارتباط جمعی است.

این نهادها و سازمان ها پیرامون علائق مشترک و نیازهای ارتباطی افراد جامعه شکل می گیرد. هر اندازه جامعه تکامل یافته تر باشد فعالیت ها در این عرصه گسترده تر خواهد بود.

عرصه عمومی به عنوان رابط میان عرصه دولتی و خصوصی عمل می کند. از یک سو این عرصه با انجام کارهایی برای اعضای خود موجب نظم دهی به جامعه می شود و بار بخش دولتی را سبک می کند. و از سوی دیگر به عنوان سخنگوی افراد و گروه های جامعه در برابر دولت عمل می کند.

بخش عمومی با طرح به موقع بحران ها مانع از ایجاد شرایطی می شود که موجب برخورد میان دولت و جامعه و در نتیجه ناپایداری دولت شود.

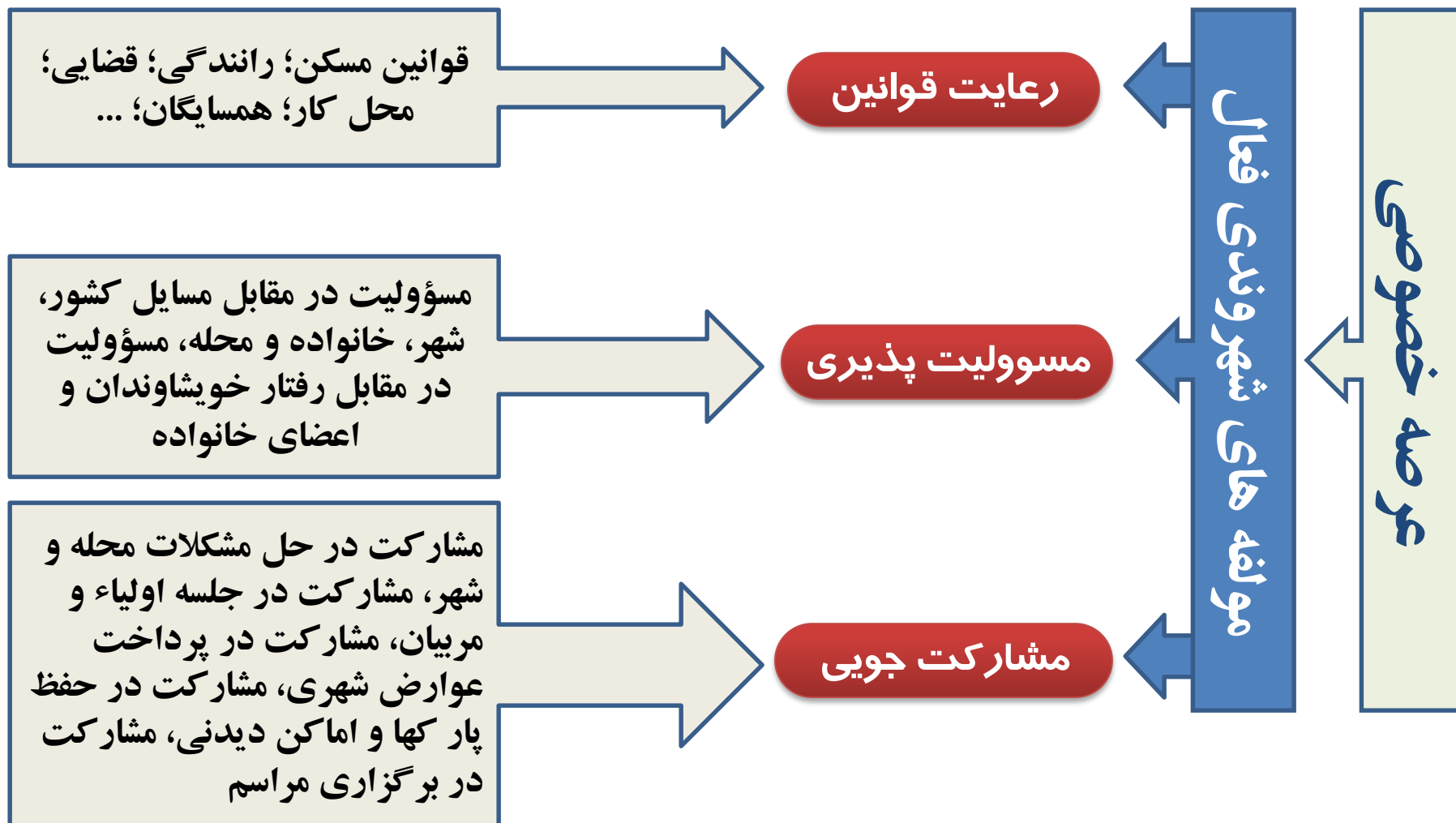
نهادها و سازمان های های مختلفی در عرصه عمومی وجود دارند. نوع روابط و همچنین سازوکارهای حاکم بر این سازمان ها در توسعه فرهنگ شهروندی بسیار موثر هستند. سازمان های روابط عمومی از جمله ی این سازمان ها هستند. یک معیار خوب برای قضاوت در باره عرصه عمومی، به عنوان یکی از عناصر تشکیل دهنده فرهنگ شهروندی، سازمان های کارا و اثربخش است.



جدول ارزش های نگرش نوین به مدیریت (NPA) و ابزارهای تحقق آن

ارزش های NPA	ابزارهای ساختاری تحقق ارزش ها	ابزارهای مدیریتی تحقق ارزش ها
پاسخگویی	تمرکز زدایی، کنترل های محلی، حرفه ای شدن بروکراسی	آموزش مدیران، تغییر در چارچوب داخلی مدیران (علاوه بر بالادستان باید در مقابل همکاران و شهروندان نیز پاسخگو باشند).
مشارکت	شوراها، کمیته ها، تفویض قدرت، و عدم تمرکز قدرت	تشویق مشارکت، آموزش منابع انسانی، اعتقاد به توانمندی زیردستان،
عدالت اجتماعی	سیستم های توزیع محلی، دسترسی اقلیت ها به ساختار قدرت	منشور اخلاقیات، تعهد مدیریت به اقلیت ها
انتخاب شهروندی	ایجاد فضای رقابتی، هم پوشی و قرارداد بستن، ابداع اشکال مختلف خدمت رسانی	کاهش انحصار مدیریتی
مسئولیت اداری نسبت به اثربخشی	تعیین اهداف عملکرد، ساختار ارزیابی صحیح	تعیین معیارهای ارزیابی، ارزیابی به وسیله طبقات اجتماعی

شهروندی فعال دارای ۳ مؤلفه اصلی است. رعایت قوانین، مسئولیت پذیری و مشارکت جویی



فرهنگ شهروندی نقطه تلاقی و نتیجه حکمروایی خوب، سازمان کارآ و شهروند فعال است. فرهنگ شهروندی مناسب ایجاد نمی شود مگر این که دولت، سازمان ها و شهروندانی مسئول و متعهد داشته باشیم.

مشارکت، یکی از مهمترین عوامل تحقق فرهنگ شهروندی است.

مشارکت باید آگاهانه باشد. شهروندان باید بدانند که پیامد، اهداف و منافع آنها در مشارکت، چه خواهد بود. مشارکت اگر آگاهانه نباشد، شناور و ناپایدار است.

مشارکت باید عام گرایانه باشد. یعنی بدون خاص گرایی (قوم گرایی، جنسی یا مذهبی)، بدون جانبداری کورکورانه، شرایط را برای فعالیت گروه ها و نهادهای کارآ فراهم کرد.

رویکردهای بهبود فرهنگ شهروندی

۱. **رویکرد ساختارگرا:** شهروند کسی است که خود را به عنوان یک مؤلفه در ساختار شهر تعریف کرده است. لذا برای شهروند شدن، باید شهر را در درون خود بسازیم. از نظر دیدگاه ساختاری، شرط این که شهروندان مسئولانه و مشارکت جویانه، حقوق را رعایت کنند و در ساختاری به نام کلانشهر روابط انسانی سالم ایجاد کنند این است که ساختارهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی را تغییر دهیم، مثلاً احساس اجحاف را در نظام مدیریت و سازمان از بین ببریم، ساختار سیاسی مبتنی بر نوعی نگاه منصفانه و شایسته سالارانه باشد، ساختار اجتماعی دگرگون شود، قوانین حقوقی اصلاح شود، عدالت و آزادی تحقق یابد، فرصت‌های اقتصادی بیشتر شود، ... و بعد به سراغ تغییر رفتار شهروندی برویم.

نقد رویکرد ساختارگرا: امکان تغییر در شهروندان را پیش از تغییر در ساختارها، امکان پذیر و پایدار نمی‌داند. اما این ساختارها در یک فرایند تاریخی شکل گرفته‌اند و به راحتی قابل تغییر نیستند. ریشه‌های پنهان و تاریخی و تمدنی ساختارها، در یک فرایند تاریخی و در یک چشم‌انداز دور تغییر می‌یابند ضمن این که تضمینی وجود ندارد که با تغییر ساختارها، تغییر در ذهنیت‌ها و رفتارهای شهروندان اتفاق بیفتد.

رویکردهای بهبود فرهنگ شهروندی

۲. رویکرد عاملیتی: باید شهروندان را آموزش داد. ارزش‌های اخلاقی، انسانی، آگاهی‌های شهری را آموزش داد در مدرسه، دانشگاه‌ها، رسانه‌ها و محیط، تا بیاموزند. پیش فرض این دیدگاه، این است که شهروندان برای جامعه مؤثر نیستند چون آگاه نیستند و از روی ناآگاهی است که خوب نیستند. لذا باید ذهنیت‌ها را به کمک آموزش، تغییر دهیم.

نقد رویکرد عاملیتی: تقلیل دادن شهروندان به وجوه شناختی و ذهنی، اشتباه است چون شهروندان صرفاً بر اساس وجوه ذهنی، عقلی و شناختی، رفتار نمی‌کنند. شناخت و آگاهی به تنهایی برای جلوگیری از یک رفتار اشتباه کافی نیست، چون کنش ما را وجوه عاطفی، غریزی و امیال هم شکل می‌دهند. استراتژیهای ابداعی ما تابع موقعیت‌های روزمره است و در چارچوب مکانها و موقعیت‌های معین، رفتارهای خود را بروز می‌دهیم که «خود» فقط یکی از عوامل بروز دهنده آن رفتار است. برای این که انسان خوبی باشند، کافی نیست که به مردم بگوییم خوب باشید، هم باید شرایط خوب را فراهم کنیم و هم عواملی دیگر را. لذا صرفاً با نصیحت، مددکاری، مشاوره، تبلیغات و آموزش نمی‌توان شهروند خوب تربیت کرد، چون موجودیت انسان محدود به وجه روانشناختی وی نمی‌شود. این یک سوء تفاهم و یک خطای ویرانگر در مورد برنامه‌ریزی فرهنگی است، زیرا سوژه فرهنگی را نه تنها خلق نمی‌کنیم، بلکه ماسک‌ها و نقابهایی را برای توجیه سوء مدیریت‌ها و سرپوش گذاشتن بر کاستی‌ها و نواقص جامعه، ایجاد می‌کنیم.

رویکردهای بهبود فرهنگ شهروندی

۳. **رویکرد شبکه ای:** این رویکرد، هم ساخت و هم عاملیت را می‌بیند. رویکرد شبکه‌ای، سیاست شهروند ارتباطی را دنبال می‌کند؛ یعنی نه شهروند تبلیغاتی، موعظه و نصیحت، که به ابعاد روانشناختی تقلیل یافته و نه شهروند متعهد به ساختارها).

بر اساس این رویکرد، کلانشهر در لحظه اکنون، چیزی جز یک شبکه نیست. شبکه‌ای از جریان‌های مختلف اقتصادی (تبادل و ارتباط کالاها، پیامها، اقتصاد، سیاست‌ها، تاریخ‌ها، مذهب‌ها، زبانها، تکنولوژیها و ...). یک شبکه عظیم و دائماً پویا، غیرقابل پیش بینی، سیال، پیچیده، متناقض، ناهمگن، ناهم‌جنس، وسیع و بزرگ. کلانشهر، شبکه‌ای است که دارای دو بُعد مادی (سرزمینی) و ذهنی (تصوری) است.

ادراک مفهومی و تجربه زیسته ما، تصور ما را از مفاهیم مختلف از جمله کلانشهر، شکل می‌دهد و مبنای داوریهای ما و شیوه زندگی ما می‌شود. امروزه، شبکه و رسانه تنها یک ابزار نیست، بلکه یک ساختار، یک محیط، یک زبان و یک جهان است که در ما است و نه در بیرون ما. در نتیجه هر یک انسانی، یک محیط و ساختار است و یک موجود منفعل تقلیل یافته نیست.

رویکردهای بهبود فرهنگ شهروندی

ادامه رویکرد شبکه ای:

کلانشهر، حیات ذهنی که برای انسانها ایجاد می کند، یک بُعد شبکه‌ای و معنایی دارد. لذا شبکه، جهان‌شهر و مایند اسکپ، مفهوم کلانشهر را می‌سازند. انسان کلانشهری، مثل کلانشهر یک شبکه جهانی و سوژه‌ای رسانه‌ای شده و سوژه‌ای پیچیده است. هویت شهروند کلانشهری بسیار متمایز و متفاوت از ساکن شهر و روستا است چون او یک انسان صرف نیست بلکه یک محیط و یک هستی است.

در این فضای شبکه‌ای، ماهیت رفتار و کردار و گفتار شهروندان نیز شبکه‌ای است. باتوجه به اصل تسری، اکثر ویژگی‌هایی که با آنها سروکار داریم، ویژگی‌هایی است که در شبکه‌ای تعامل‌ها، آنها را به دست آورده‌ایم. لذا مباحث تحلیل شبکه، در سالهای اخیر خیلی اهمیت پیدا کرده است. هم ارتباطات مجازی و هم ارتباطات واقعی، نقش بزرگی در شکل‌گیری شخصیت ما و رفتار ما و برداشت ما از مفاهیم و جهان پیرامون دارند.

رویکردهای بهبود فرهنگ شهروندی

ادامه رویکرد شبکه ای:

شهر یک شبکه است. در فضای شبکه‌ای شده‌ی اکنون ما، نه تنها انسانها با رفتار و گفتار و خلاقیت خود نقش مولد و تاثیرگذاری را در محیط ایفا می‌کنند، بلکه تک تک عناصر مادی و غیرمادی حاضر در محیط، تحت تاثیر عامل شبکه، قدرت خلاقیت و سوژه‌گی یافته‌اند. (قدرت فاعلیت و عاملیت و تاثیرگذاری که در گذشته این گونه نبود). لذا ما آگاهانه و ناخودآگاه، سعی داریم کالبد را به گونه‌ای بنا کنیم که قدرت زیبا شناختی و آبرو و شأنیت را داشته باشد. از سوی دیگر، کارخانه‌های تولیدی توضیح می‌دهند که ما می‌توانیم ویژگیهای مورد نظر شما را برآورده کنیم. لذا شبکه تولید کنندگان، توزیع کنندگان و زنجیره‌ای از عوامل به گونه‌ای در قالب شبکه‌ای با هم تعامل می‌کنند که به شیء توجه خاص داده شود. گویی که این شیء از شأنیت انسانی برخوردار است. تمام اجزای شهر، بدین گونه است. تفسیر کردن وجوه نمادین یک ساختمان، نشان می‌دهد که تمام اجزا، دارای فاعلیت و عاملیتی شده است که تاکنون کمتر سابقه داشته است. محیط شبکه‌ای، برای همه چیز میدانی وسیع باز کرده است.

رویکردهای بهبود فرهنگ شهروندی

ادامه رویکرد شبکه ای:

در چنین فضایی، وقتی از شهروندی صحبت می‌کنیم، یعنی باید شهروندی را با توجه به مجموعه عناصر غیرانسانی هم در نظر بگیریم. و لذا نمی‌توانیم شهروندی را به عنوان یک امر منتزع، مجرد ببینیم که علاوه بر ابعاد شناختی و غریزی، ابعاد شبکه‌ای هم به عنوان عامل اصلی و مهم نقش آفرین است. بنابراین در رویکرد شبکه ای، فرهنگ این گونه تعریف می‌شود:

فرهنگ عبارت است از فرایند تولید، توزیع، مصرف (کار بست) معانی و نمادها. و هر شکل از تفسیر این فرایند، یک فرایند ارتباطی است. فرهنگ همچنین عبارت است از مجموعه‌ای از گفتارها، کردارها و اشیاء که از طریق آنها ارتباط برقرار کرده و تجارب و معانی خود را با دیگران به اشتراک می‌گذاریم.

رویکردهای بهبود فرهنگ شهروندی

ادامه رویکرد شبکه ای:

در رویکرد شبکه ای، فرهنگ شهروندی، به معنای برقراری مجموعه‌ای از ارتباطات، رفتارها و کردارها در یک محیط کلانشهری است که از طریق آنها فرایند تولید، توزیع و مصرف نمادین صورت بگیرد. با توجه به این که فرهنگ شهروندی یک امر تاریخی، زمانی و مکانی است، در این فرایند، آنچه تولید، توزیع و مصرف می‌شود، یک فرایند ارتباطی است. بنابراین، فرهنگی شهروندی از طریق تعاملات شکل می‌گیرد.

فرهنگ شهروندی همیشه وجود دارد، اما در مورد ایده‌آل بودن یا نبودن آن می‌توانیم قضاوت ارزشی داشته باشیم. لذا صحبت از جهت دادن و تغییر و ارزیابی انتقادی و دستکاری محتوای فرهنگ شهروندی است و نه ایجاد آن، و این کار از طریق فرایندهای ارتباطی امکان پذیر است.

رویکردهای بهبود فرهنگ شهروندی

ادامه رویکرد شبکه ای:

گامهای عمل در رویکرد شبکه ای:

۱. درک: یعنی سازوکارهای تعامل را در یک فضای شهری خوب بشناسیم (اعم از تعاملات رو در رو، رسانه‌ای، مجازی، و تعیین این که نوع آنها چگونه است؟ چه مقدار و در چه موقعیت‌هایی، با چه ابزارهایی و چگونه و چرا ارتباط برقرار می‌کنند؟)
 ۲. تحلیل انتقادی شبکه‌های تعاملی: اگر به چنین شناختی رسیدیم، بررسی آسیب شناسانه و انتقاداتی تعاملات ارتباطات و شبکه‌های شهروندان در محیط مورد نظر (چه گروه‌ها و عناصری به حاشیه رانده شده‌اند؟ آیا معماری شهر، مانع از تولید معنا شده یا محیط زیست یا آدمها یا خانواده یا تکنولوژی؟ چون همه این عوامل نقش تعیین کننده دارند، آیا ارتباطات، سازنده است یا مخرب و انرژی منفی در سیستم تولید می‌کنند و پایداری و مقاومت و جهت گیری درست سیستم را به هم می‌زنند؟)
- از آنجا که هدف ما، کرامت انسانها هست و نه تکنولوژی و ساختمانها و ...، بحث آسیب شناسی شبکه‌های ارتباطی، باید با این نیت انسان‌گرایانه صورت بگیرد.

رویکردهای بهبود فرهنگ شهروندی

ادامه رویکرد شبکه ای:

نتایج مطالعات نشان داد، در کشورهای توسعه یافته غربی، حجم سرمایه‌های فیزیکی در شهرهای بزرگ ۳۰٪ و سهم سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی مانند اعتماد و عضویت در نهادهای مدنی و کنش‌های داوطلبانه، ارزش‌های انسانی، مهارت‌های ذهنی و توانایی‌های زندگی، سلامتی، بهداشت و ...) ۷۰٪ سرمایه شهر را تشکیل می‌دهد. در کشورهای در حال توسعه، این نسبت برعکس است و این بحران اصلی کشورهایی مانند کشور ما است که در فرایند توسعه، هنوز داریم با گفتمان برنامه‌های عمرانی پیش می‌رویم. تمام فعالیت‌های توسعه‌ای ما باید در امتداد توسعه شبکه‌های ارتباطی و تعاملی انسانی قرار گیرد. اگر این شبکه را درست بسازیم، فقر و عدم بهداشت هم مانع از کیفیت ویژه جوامع نخواهد شد و شهروندان، به رغم فقر و عدم بهداشت، شهروندان خوبی خواهند بود. لذا نه نگاه‌های ساختاری و نه نگاه‌های عاملیتی، کارساز نیستند. شبکه را نه پول و نه سرمایه فیزیکی لزوماً نمی‌سازد. شبکه ارتباطات و تعاملات، موجب تعادل بخشی و پاسخگویی به نیازهای واقعی آحاد جوامع می‌شود. این که شهروندان خوب یا بد باشند، بستگی دارد که در چه شبکه‌ای قرار داشته باشند و چه نقشی در آنجا ایفا می‌کنند. ویژگی‌های انسانی، مَسری است و از طریق شبکه تعاملات سرایت می‌یابد.

رویکردهای بهبود فرهنگ شهروندی

ادامه رویکرد شبکه ای:

تربیت شهروند، یعنی تولید سوژه. و این امر نه از طریق نصیحت و نه از راه ساختارها محقق نمی‌شود. یعنی شکل‌گیری و صورت‌بندی انسانِ نوعی در یک شبکهٔ ارتباطی متشکل از تمام عناصر و اجزای شهری.

ایدهٔ اصلی باید گفت و گوی اجتماعی باشد و حاکمیت باید با استفاده از همهٔ ظرفیت‌ها و امکاناتی که دارد، امکان‌گفتگوی همه اجزای شبکه با یکدیگر را فراهم، تسریع و تسهیل کند. گفتگو یعنی پیدا شدن امکان شنیدن صداهای دیگر، بدون توجه به تمایزات جنسیتی، قومی، مذهبی، نژادی و حتی ابعادی غیر انسان (که مولد معنا هستند). باید بتوانیم همه اجزا را به صدا در آوریم و صدایشان را گسترش دهیم و تفسیر کنیم. باز کردن حوزهٔ عمومی و تضمین امنیت و آزادی بیان شروط اساسی ارتقاء فرهنگ شهروندی است. توسعه، نشر و ترویج تحقیقات به صورت گسترده، تا مردم بدانند در چه شرایطی قرار گرفته‌اند، هویت چگونه ساخته می‌شود و کارکرد زبان و معنا در فضای کلانشهری چیست.

رویکردهای بهبود فرهنگ شهروندی

ادامه رویکرد شبکه ای:

باید انبوهی از دانش راجع به مسائل جزئی زندگی را در اختیار مردم قرار دهیم تا خود مردم بتوانند با استفاده از آنها در یک فضای گفتگویی و همنشینی بر اساس ارزشهای مورد قبول به نتیجه برسند که چگونه می توان انسانی تر و اخلاقی تر زندگی کرد؟

مهم این است که چه می گوئیم و چگونه (در چه شبکه ای از تعاملات) صحبت می کنیم. شبکه تعاملات می تواند شادی و خوشبختی ما را بگیرد یا برعکس بیفزاید. لذا این مهم است که شبکه تعاملات را درست بشناسیم. در هر موردی باید تحلیل شبکه کنیم و بینیم نقش شبکه در این موضوع چه بوده است؟ تحلیل شبکه باید به دانش عمومی تبدیل شود.

برای دانش عملی، به رشته پناه نبریم، برای مردم مهمتر از رشته کارشناسان، حکمت عملی آنان است که از نگاه فرارشته ای بر می آید. شبکه نقش تعیین کننده ای در هویت خودیت امروز ما دارد.

رویکردهای بهبود فرهنگ شهروندی

ادامه رویکرد شبکه ای:

باید احساس مسئولیت کنیم. عاشقانه توأم با احساس و اعتقاد، حکمت عملی تولید و شهروند تربیت کنیم. باید مردم را آگاه کنیم که فقط اصل هر چیز اهمیت دارد و نه شبه آن. اصل، آن چیزی است که حس بودن و زندگی در آن است. حس، خود، تولید معنا می کند. اگر پدر یا مادریم یا ...، پدر یا مادر واقعی باشیم.

در خودمان احساس اصیل بودن را تولید کنیم. یک مبارزه واقعی علیه فرایند شبیه سازی و فرمالیسم که خانواده های میان تهی، دوستی ها و شراکت های میان تهی ایجاد می کنند. به یک درک از اصالت وجود، انسان واقعی و موقعیت های واقعی برسیم. لحن، نیت، ایمان و احساسمان را خالص کنیم تا بتوانیم تأثیر بگذاریم.

روابط عمومی ها و شهروند ارتباطی

نظر به گسترش وسیع و روزافزون فناوری های نوین ارتباطاتی و بهره گیری آحاد مردم از وب هوشمند به ویژه با استفاده از تلفن همراه، ارتباطات شبکه ای مجازی به موازات ارتباطات شبکه ای سنتی، سهم و نقش بسزایی در شکل گیری تصور شهروندان از واقعیات اجتماعی یافته است. بنابراین، راهبردهای ارتباطی روابط عمومی ها باید به سمت الگوهای تعاملی تر مبتنی بر ظرفیت های یادشده بازنگری شود. لازم است بر روی یک مجموعه جدید از روش های ارتباطی، تمرکز یابیم تا راه های جدیدی برای فهم نقش ارتباطات در فضای عمومی فراهم شود و نقش سطوح مختلف ارتباطات را در توسعه فرهنگ شهروندی جدی بگیریم. در این خصوص سازوکارهای روابط عمومی ها بایستی به سوی توسعه تعاملات میان فردی، گروهی و سازمانی و ارتباطات میان آحاد مختلف جامعه پیش رود به گونه ای که ارتباطات از بالا به پایین و عمودی، جای خود را به ارتباطات افقی، غیر دستوری، مفاهمه ای، مشارکتی، آزاد، برابر و همه جانبه دهد.

روابط عمومی ها و شهروند ارتباطی


با توجه به نقدهای مطرح شده درخصوص مفهوم سنتی شهروندی، باید در نظر داشت که اکنون انواع دیگری از تجارب شهروندی، هویت و ابعاد شهروندی، در پیوند با سایر تجربیات اجتماعی، تجربیات چند ملیتی، جریان اطلاعات، هویت سیاسی و برداشت ذهنی پیدا شده است. بنابراین در حوزه های ارتباطات سیاسی، ارتباطات اجتماعی و ارتباطات فرهنگی، سمت و سوی مباحث، رویکردها و گفتگوها به سوی رابطه بین شهروندی و ابعاد ارتباطی حقوق سیاسی، اجتماعی و فرهنگی می رود. سازمان های روابط عمومی نیز باید جهت گیری ارتباطی خود را با این تحولات همراستا کنند.

پویایی اجتماعی جدیدی که شاهد آن هستیم، پیوندی قوی با تحولات ارتباطی دارد، به طوری که نوع جدیدی از تجربیات شهروندی نوظهور را شاهدیم که بر روی خود فرایندهای ارتباطی تمرکز یافته است. برای درک جهان اجتماعی و ارتباطی معاصر در یک رویکرد تعالی گرا لازم است به سرنخ مهم ارتباطات شهروندی توجه داشته باشیم.

روابط عمومی ها و شهروند ارتباطی

در طلعه قرن بیست و یکم، می توان عصری متفاوت را دید که در آن عنصر ارتباطات هم کلید واژه فهم تغییرات است و هم شاه بیت خروج از بن بست ها و بحران های فراگیر پیش روی بشریت، مشروط بر آن که سازوکارهای آن را به درستی بشناسیم و از ظرفیت های آن به نحو مناسب استفاده کنیم. ابعاد ارتباطی، فرهنگی و اجتماعی شهروندی نیاز به شکستن مرزهای ایستای پیشین دارد، تا بتواند رویکردی واقع بینانه تر و پاسخگو تر را معرفی کند.

به باور ما باید در باره ی محور قرار گرفتن ارتباطات به عنوان یک مقوله مستقل و مرکزی در موضوع توسعه فرهنگ شهروندی تفکر جدی را آغاز کرد. دستاورد این تکاپو، غلبه یافتن بر ذهنیت ها و تفکرات محدود موجود است که شیوه توسعه فرهنگ شهروندی را درست و واقع بینانه درک نکرده اند و بنابراین نحوه تحلیل و تصمیم گیری آنان چاره ساز نیاز و فوریت امروز جامعه ما نیست.

A winter landscape featuring a large, snow-laden tree in the foreground, with several smaller trees nearby. The ground is covered in snow, and the background shows snow-capped mountains under a clear blue sky.

چشم ها را باید شست،
جور دیگر باید دید،
واژه را باید شست؛

واژه باید خودِ باد،
واژه باید خودِ باران
باشد.

زنده یاد سهراب سپهری