

مطالعات راهبردی ۲

بازنمایی عادلانه به مثابه عدالت فرهنگی

پژوهشگر: عبدالله بیچرانلو

دفتر مطالعات و برنامه ریزی راهبردی
معاونت مدیریت توسعه و منابع
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی



مطالعات راهبردی (۲)

بازنمایی عادلانه به مثابه عدالت فرهنگی

پژوهشگر: عبدالله بیچرانلو

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی

معاونت توسعه مدیریت و منابع

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

۱۳۹۴

سرشناسه: بیچرانلو، عبدالله، ۱۳۵۹ -

عنوان و نام پدیدآور: بازنمایی عادلانه به مثابه عدالت فرهنگی / پژوهشگر عبدالله بیچرانلو؛ [برای] وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت توسعه مدیریت و منابع؛ تهیه کننده دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی، معاونت مطالعات راهبردی.

مشخصات نشر: تهران: موسسه فرهنگی هنری پویه مهر اشراق، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۸۸ ص: جدول، نمودار؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.

فروست: مطالعات راهبردی؛ ۲/ دبیر مجموعه نظام بهرامی کمیل.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۲۱۵-۰۸-۰

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه.

موضوع: سیاست فرهنگی — ایران

موضوع: Cultural policy -- Iran

موضوع: عدالت

موضوع: Justice

شناسه افزوده: ایران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی

رده بندی کنگره: ۱۳۹۵ ب۹ف/ DSR۶۵

رده بندی دیویی: ۹۵۵/۰۰۴۴

شماره کتابشناسی ملی: ۴۳۱۷۶۳۲

عنوان مطالعه: بازنمایی عادلانه به مثابه عدالت فرهنگی

تهیه کننده: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی

پژوهشگر: دکتر عبدالله بیچرانلو

دبیر مجموعه: دکتر نظام بهرامی کمیل

ناظر: دکتر نظام بهرامی کمیل

ویراستار: میثم خالدیان

شماره مطالعه: دوم

ناشر: موسسه پویه مهر اشراق

امور فنی، هنری و چاپ: زهرا هوشمند

طرح جلد: بابک صفری

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۴

نشانی: تهران، خیابان ظهیرالاسلام، بن بست خاورمیانه، تلفن: ۳۳۱۱۶۵۶۲

فهرست مطالب

پیشگفتار	۵
فصل اول: عدالت فرهنگی	
مقدمه	۹
گفتار اول: گونه‌های عدالت	۱۱
۱. عدالت کیفری	۱۱
۲. عدالت توزیعی	۱۲
۳. عدالت ترمیمی	۱۴
گفتار دوم: رویکرد نظری؛ عدالت به‌مثابه توانایی	۱۴
گفتار سوم: حوزه‌های عدالت	۲۰
۱. عدالت اقتصادی	۲۰
۲. عدالت حقوقی	۲۱
۳. عدالت سیاسی	۲۱
۴. عدالت اجتماعی	۲۲
۵. عدالت فرهنگی	۲۳
الف. بعد مادی و ساختاری فرهنگ	۲۳
ب. بعد محتوایی و ارزشی فرهنگ	۲۴

فصل دوم: بازنمایی عادلانه

مقدمه	۳۷
گفتار اول: روش‌شناسی	۳۸
گفتار دوم: مبانی نظری	۴۳

۱. ابعاد گوناگون عدالت ۴۳
۲. زبان؛ بازنمایاننده واقعیت ۴۶
۳. نظریه‌های هنجاری رسانه ۴۸
۴. گفتمان رسانه‌ای عاری از تبعیض، تحقیر و اغواء ۴۹
۵. ارتباطات مبتنی بر عدالت زبانی: اقناع در مقابل اغواء .. ۵۱
- گفتار سوم: ابعاد موضوع در حوزه فرهنگ با تمرکز بر رسانه .. ۵۳
۱. زبان رسانه و سوگیری ۵۳
۲. گفتمان تبعیض در رسانه‌ها ۵۶
- گفتار چهارم: تحلیل وضعیت عدالت زبانی در رسانه‌ها ۶۱
۱. عدالت رسانه‌ای ۶۳
۲. عدالت زبانی در مطبوعات ۶۴
۳. سینما و عدالت فرهنگی ۷۰
- گفتار پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها ۷۸
- منابع ۸۷

پیشگفتار

داشتن رویکرد راهبردی به مسائل یکی از ضروریات مدیریت کلان نهادها و سازمان‌ها است. این رویکرد با مشخص کردن ابعاد مختلف موضوعات و بررسی نقاط ضعف و قوت و تهدیدها و فرصت‌های موجود تلاش می‌کند با ترسیم اهداف بلند مدت و کوتاه مدت، بهترین مسیر را برای رسیدن به این اهداف ترسیم نماید؛ به گونه‌ای که حرکت از وضع موجود به وضع مطلوب با کمترین هزینه و بیشترین بهره‌وری انجام پذیرد.

مطالعات راهبردی نوشتاری است که به پژوهش‌های کتابخانه‌ای و میدانی کوتاه مدت اشاره دارد. در این متون پژوهشگر ضمن طرح موضوع، ابعاد و زوایای مربوط به آن را نشان داده، رهیافت‌های موجود را بیان و در نهایت به جمع بندی و در صورت لزوم ارایه پیشنهاد می‌پردازد. «مطالعات راهبردی» از آن جهت دارای اهمیت است که در کنار طرح مسائل نظری و کمک به توسعه دانش نظری و کاربردی، منجر به حل معضلات و دشواری‌های موجود در عرصه مدیریتی شود. به سخن دیگر؛ تلاش شده است این مطالعات به نحوی انجام شود که فقط با رویکرد مطالعه‌ای به آن نگریسته نشود بلکه کاربردی و اثربخش بودن آن در حوزه تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی نمایان باشد.

باید اشاره داشت که مخاطبان این مطالعات را مدیران، مسئولان و کارشناسان حوزه فرهنگ به‌ویژه در مجموعه وزارت فرهنگ و ارشاد

اسلامی تشکیل می‌دهند. هدف از انجام این مطالعات، تعیین خطوط کلی بینش و تجربه موجود درباره موضوعات و مسائل حوزه فرهنگ است؛ به نحوی که جایگاه و نقش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را پیرامون موضوعات مطروحه به روشنی بیان نماید و از رهگذر چنین نگاهی، واحدهای زیر مجموعه وزارتخانه بتوانند با بهره‌گیری از این گزارش‌ها؛ طرح‌ها و برنامه‌های خود را دقیق‌تر و منسجم‌تر عملیاتی کنند.

مطالعه حاضر به طرح موضوع «عدالت فرهنگی» از منظر جدیدی اختصاص یافته است. در این رویکرد، عدالت فرهنگی به توزیع کالا و خدمات فرهنگی محدود نشده بلکه حضور اقشار و طبقات گوناگون جامعه در ساختن و بازتولید فرهنگ هم مطرح می‌شود.

دکتر بهرامی‌کمیل با طرح مقدماتی این رویکرد و دکتر بیچرانلو با تمرکز بر برخی مصادیق عینی، دریچه جدیدی را به عدالت فرهنگی گشوده‌اند.

بهر روز فتحی

مدیرکل دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی

فصل اول

عدالت فرهنگى

مقدمه

اگر در نظر داشته باشیم در حوزه فرهنگ با سه مرحله تولید، توزیع و مصرف سروکار داریم، آنگاه بر خلاف رویه موجود عدالت فرهنگی را تنها به مرحله «مصرف» که شامل دسترسی به کالا و خدمات فرهنگی است، محدود نخواهیم کرد. در چنین شرایطی گستره وسیع‌تری از عدالت فرهنگی را خواهیم دید، که می‌تواند در تغییر رویکرد و راهبردهای ما تأثیرگذار باشد. اما پیش از پرداختن و معرفی این رویکرد جدید به عدالت فرهنگی که عدالت را در مرحله تولید و توزیع برجسته می‌نماید، لازم است تا برخی مباحث مقدماتی در حوزه عدالت آشنا شویم.

موضوع «عدالت» یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های اکثر جوامع در طول تاریخ بوده است. اهمیت موضوع عدالت به خصوص برای جامعه‌ای که از زمان‌های بسیار دور با مذهب «عدالت‌محور» اسلام آشنا شده و در صد سال گذشته نیز با اشاعه ادبیات چپ و سوسیالیستی روبرو بوده است، دوچندان می‌شود. اما عدالت موضوع بسیار پیچیده‌ای است و نشان دادن پیچیدگی‌های آن، اولین گام برای ورود به این بحث است. بر اساس این‌که چه تعریفی از عدالت ارائه شود، از چه رویکردی به آن نگاه شود

و کدام بعد عدالت مد نظر باشد؛ پرسش‌های متفاوتی مطرح خواهد شد. در بحث عدالت پرسش‌های زیادی وجود دارد، برای مثال: عدالت چیست؟ انصاف، امر طبیعی، فضیلت، مساوات، وضع هر چیز در جای مناسب خود، سودمندی، اعتدال یا چیز دیگری است؟ موضوع عدالت چیست و عدالت در حوزه‌های مختلف مثل آموزش، سیاست، اقتصاد، فرهنگ، کار و قضاوت به چه معنا است؟ راه‌های تحقق عدالت را در کجا باید یافت؟ در فرد عادل یا در ساختارها و نهادهای اجتماعی عادلانه و قانونمند؟ رابطه عدالت با قدرت، حق، آزادی، برابری، اخلاق، پیشرفت و توسعه چیست؟

در همین جا باید یادآور شد که منظور از عدالت، «عدالت اجتماعی» است. یعنی به محض این که یک گروه حداقل دوفزری تشکیل می‌شود، بحث درباره این که چگونه باید امور و نیازهای گروه را برطرف کرد و چگونه باید منافع حاصل از گروه را توزیع کرد، پیش می‌آید. به نظر می‌رسد هرچه حجم گروه، سطح تعاملات، تقسیم کار، سازمان‌دهی، پویایی و قابلیت‌های آن بالاتر باشد، اجرای عدالت سخت‌تر است. زیرا نیازهای چنین گروهی بسیار پیچیده‌تر و منافع آن بسیار متنوع‌تر از گروه‌های ابتدایی است. به همین دلیل، موضوع و نحوه تحقق عدالت در جوامع ماقبل صنعتی و یا یک روستای کم‌جمعیت، با جوامع پیشرفته صنعتی و یک شهر پرجمعیت تفاوت‌های کیفی دارد.

در جوامع ماقبل صنعتی، اجرای عدالت در حیطه قدرت پادشاه یا اشراف حاکم بوده است. به همین دلیل در اندرزنامه‌ها و سیاست‌نامه‌ها از شخص پادشاه انتظار می‌رفته که از ظلم و تجاوز به دیگران دست برداشته و با رعایا به عدالت رفتار کند و به گسترش دادگری بپردازد. در چنین جوامعی

عدالت در سطح خرد و در رابطه بین فردی (که بیشتر شامل روابط رودررو بوده) نوعی فضیلت اخلاقی محسوب می‌شده است. یعنی همان‌طور که از فرد انتظار می‌رفته راست‌گو و مهربان باشد، از او انتظار می‌رفته که عادل هم باشد. اما هر چه جوامع سازمان‌یافته‌تر و پیچیده‌تر می‌شوند، رعایت عدالت به مثابه یک «صفت فردی»، کم‌رنگ‌تر شده و به‌عنوان یک «ساختار اجتماعی» مطرح می‌شود. «از دیدگاه فلسفه سیاسی عدالت صفت نهادهای اجتماعی است نه صفت انسان و اعمال او. منظور از عادلانه بودن نهاد اجتماعی این است که حقوق و مسئولیت‌ها، قدرت و اختیارات، مزایا و فرصت‌های وابسته به خود را عادلانه توزیع کند.» (بشیریه، ۱۳۸۰: ۱۱۵) به همین ترتیب امروز از سیاست‌گذاران و مدیران فرهنگی انتظار نمی‌رود که تحقق عدالت فرهنگی را تنها با نصیحت‌های اخلاقی و تأکید بر ویژگی‌های فردی دنبال کنند، بلکه باید به فکر تدوین ساختار و برنامه‌های کلان و نظام‌مند باشند. برای تحقق چنین هدفی لازم است تا با گونه‌ها، ابعاد و ویژگی‌های عدالت بیشتر آشنا شد.

گفتار اول: گونه‌های عدالت

۱. عدالت کیفری (Retributive Justice)

عدالت کیفری به این پرسش پاسخ می‌دهد که مجازات مناسب افراد خاطی چگونه باید باشد. عدالت کیفری به جزا و تنبیه عادلانه برای عمل خطا و قانون‌شکنی مربوط است. به‌مرور زمان عدالت کیفری به «عدالت رویه‌ای» تبدیل شده است. منظور از عدالت رویه‌ای قانون‌مند کردن روابط بین انسان‌ها و نحوه برخورد قانون با افراد است. عدالت به معنای تلافی حق در جوامعی ابتدایی‌تر، که تقسیم‌کار توسعه‌نیافته دارند، بیشتر مشاهده می‌شود.

بنابراین در پاسخ به این پرسش که اساساً چرا بحث عدالت مطرح می‌شود و انسان چه نیازی به اجرای عدالت دارد، باید گفت در ابتدا خواست عدالت، به دلیل حفظ امنیت است و اجرای عدالت (کیفری) یکی از راه‌کارهای حفظ امنیت افراد و خانواده‌ها است. در مراحل پیشرفته‌تر و با برقراری امنیت نسبی، خواست عدالت به حقوق انسانی و رفع تبعیض مربوط می‌شود و در نهایت عدالت توزیعی (اجتماعی) به منظور دستیابی به رفاه اجتماعی طرح می‌شود.

۲. عدالت توزیعی (Distributive Justice)

عدالت توزیعی به چگونگی تناسب بین توزیع کارها و مسئولیت‌هایی که برای حفظ سازمان اجتماعی ضروری است، با توزیع منافی که از جامعه به دست می‌آید، مربوط می‌شود. از آنجا که تولید، پیشرفت، ثروت، امنیت و آسایش در جامعه ایجاد می‌شود و نتیجه وجود جامعه است. بنابراین افراد نمی‌توانند این مواهب را تنها برای خود بخواهند و باید سهم جامعه (دیگران) را نیز در نظر بگیرند. به عبارت دیگر، شاید بتوان گفت منظور از عدالت تعریف رابطه بین اراده، تلاش و وظایف انسان اجتماعی با سهم و حقوق او از منابع کمیاب جامعه است.

به نظر می‌رسد در گذشته حفظ امنیت نیاز اساسی خانواده‌ها بوده و به همین دلیل عدالت کیفری کانون خواسته‌های اجتماع بوده است. اما به مرور و با برقراری امنیت نسبی و با مطرح شدن اندیشه‌های انسان‌گرایانه، عدالت‌خواهی به معنای احترام به حقوق فردی و جلوگیری از تبعیض تغییر معنا داد. در واقع خواست عدالت حقوقی پیامد ایده‌های عصر روشنگری بود. با شروع انقلاب صنعتی و تولید انبوه کالا و خدمات، ابعاد دیگری از عدالت برجسته شد. عدالت توزیعی (اجتماعی) ایده برابری

(equality) و برخورداری همگانی از منافع جامعه را مدنظر قرار داد. در ایران و تا قبل از دوران مشروطه، منظور از عدالت بیشتر عدالت کیفری بوده است. با شروع نوسازی از زمان رضاشاه و به‌خصوص با فعالیت‌های حزب توده، عدالت اجتماعی (توزیعی) هم وارد ادبیات جنبش‌های اعتراضی و جریان‌های روشنفکری می‌شود. اما کماکان عدالت به معنای «عدالت حقوقی» و حقوق شهروندی، محجور باقی مانده است.

ایده عدالت اجتماعی و برابری در توزیع، زمانی مطرح می‌شود که در جامعه تقسیم کار و تخصصی شدن توسعه‌یافته و علاوه بر آن با رشد و توسعه علمی - تکنولوژیکی، تولید کالا، ثروت، خدمات و فرصت‌ها در جامعه افزایش یابد. در این مرحله دو گرایش کلی درباره برابری ایجاد می‌شود:

۱. گروهی که به برابری به معنای تساوی در دریافت منابع کمیاب اعتقاد دارند. این گروه بیشتر به عدالت توزیعی به معنای تقسیم مساوی منابع و ثروت جامعه گرایش دارند. سوسیالیست‌ها و کسانی که برابری ثروت و درآمد را مدنظر دارند، در این گروه قرار می‌گیرند. در جوامع برابرخواهانه، اصل بر این است که جامعه زمانی در بهترین حالت قرار دارد که بیشترین حد برابری را بین افراد پیاده کرده باشد. بنابراین اصل را بر تقسیم مساوی منابع، امتیازات، تولیدات، قدرت، درآمد، مالکیت و سرمایه قرار می‌دهد. به لحاظ هستی‌شناختی در این جوامع بر تشابه و یکسانی افراد صحنه گذاشته می‌شود و جامعه هویتی فراتر از افراد پیدا می‌کند. در این جوامع، فرض بر این است که پس از اجرای عدالت و ایجاد برابری، افراد به آزادی‌های واقعی دست پیدا خواهند کرد. به عبارت دیگر «عدالت» پیش‌نیاز «آزادی» است و اولویت با کاهش نابرابری در جامعه است.

۲. گروهی که به برابری، به معنای برابری در فرصت‌ها اعتقاد دارند. این افراد معتقدند برابری در فرصت‌ها احتمالاً به عدم تساوی در برخورداری از منابع کمیاب و ثروت می‌انجامد. اما این عدم تساوی نه تنها عادلانه است، بلکه بهترین راه برای حفظ آزادی‌های فردی و بالا بردن کارایی جامعه است. این گروه به توزیع برابر فرصت‌ها و رعایت آزادی افراد برای فعال کردن شایسته‌ترین‌ها توجه دارند. بنابراین اصل را بر توزیع برابر «فرصت‌ها» قرار می‌دهند تا فرد بتواند آزادانه آن‌ها را انتخاب کرده و با تلاش خود میزان موفقیتش را در هر فرصت تعیین کند. در این جوامع تفاوت تنوع و تکثر افراد و اهداف آنان پذیرفته شده و جامعه به کلیتی متکثر تبدیل می‌شود.

۳. عدالت ترمیمی (Restorative Justice)

«عدالت کیفری» و «عدالت توزیعی» از گونه‌های شناخته شده عدالت هستند، اما در چند دهه اخیر و با نقد رویکرد سنتی عدالت کیفری، گونه جدیدی از عدالت با عنوان «عدالت ترمیمی» مطرح شده است. موضوع عدالت ترمیمی این است که برای جبران درد و رنجی که برخی آن را تحمیل و برخی دیگر آن را تحمل کرده‌اند، چه کارهایی باید کرد. به سخن دیگر، عدالت ترمیمی نوعی از عدالت مبتنی بر جبران است. به این معنا که در اجرای آن باید تلاش شود تا آثار و وخامت بار جرم و ضرر و زیان ناشی از آن، خواه به صورت کامل یا به گونه‌ای نمادین و با مشارکت بزه‌کار و بزه‌دیده کاهش یابد.

گفتار دوم: رویکرد نظری؛ عدالت به مثابه توانایی

پیش از ورود به بحث اصلی یعنی موضوع «عدالت فرهنگی»، لازم است

علاوه بر مباحث مقدماتی که مطرح شد، رویکرد نظری و چهارچوب مفهومی مناسبی ارائه شود تا با استناد به آن ابعاد جدیدتری از عدالت فرهنگی نمایان شود. اگر این کار موفقیت‌آمیز باشد به‌طور طبیعی تغییر در رویکردها و راهبردهای موجود را به دنبال خواهد داشت و در نتیجه چنین گزارشی به هدف خود رسیده است.

«رویکرد «عدالت به‌مثابه توانایی» (Capability approach) که توسط «آمارتیا سن» (Amartya Sen) و مارتا نوزبام (Martha Nussbaum) مطرح شده است، در فهم بهتر ویژگی‌های عدالت فرهنگی بسیار مفید است. این دیدگاه در اصل به‌عنوان جایگزینی برای رویکردهایی که بر میزان رشد تولید داخلی و یا سطح درآمدهای کشورهای مختلف تکیه می‌کردند، ارائه شد. از نظر سن، پول همیشه شاخص مناسبی برای نشان دادن وضعیت واقعی مردم نیست، آزادی واقعی مردم برای انجام دادن چیزهایی که دلیلی برای بالارزش بودن آن دارند شاخص مناسب‌تری است.» (Birghouse, ۲۰۰۴: ۹)

«سن، با توجه به تجربیات حاصل از کار طولانی‌مدت در سازمان ملل و به دلیل مشارکت در پروژه‌های عملیاتی در نقاط مختلف جهان رویکرد جدیدی را در مورد عدالت مطرح کرد. او به‌جای پرداختن به ریشه‌های فلسفی، اخلاقی و نظری بحث عدالت، بیشتر به واقعیت‌های آماری درباره شرایط موجود توزیع ثروت، بهداشت، تحصیلات و اشتغال در نقاط مختلف جهان پرداخته و توصیه‌هایی را برای سیاست‌گذاری‌ها و تدوین برنامه‌های اجرایی ارائه می‌دهد. سن در رویکرد توانایی به‌جای تمرکز بر قاعده‌ای که بر اساس آن توزیع باید انجام شود، تنها بر آن چیزی تمرکز می‌کند که دولت در هنگام توزیع باید مدنظر داشته باشد. او با نظرات لیبرالیستی افراطی که همه‌چیز را به دست بازار می‌سپارند، مخالف است. در ۱۹۹۸، زمانی که جایزه نوبل به سن تعلق گرفت، آکادمی سلطنتی سوئد اعلام

داشت که او بُعد اخلاقی اقتصاد را به آن بازگردانده است.» (سن، ۱۳۸۲: ۹) او در بحث سعادت و رفاه، به معیارهای اقتصادی و عام که برای مقایسه بین افراد و کشورها به کار می‌روند اعتقادی ندارد. بنابراین به جای تکیه بر رشد اقتصادی به ابعاد انسانی‌تر توسعه می‌پردازد. نابرابری‌های فرهنگی و جنسیتی، محرومیت‌ها و معلولیت‌ها، تبعیض علیه زنان، رنج و درد کودکان و حفظ و احترام به آزادی، موضوعات مورد علاقه این نویسنده است.

«به نظر سن، برای مشخص کردن میزان عدالت نمی‌توان از معیار ارضاء نیاز (Preference Satisfaction) یا معیار درآمد واقعی (Real income) استفاده کرد. سن معتقد است که به دلیل سازگاری (adaptive) و اجباری که در تعیین نیازها وجود دارد، این معیار نمی‌تواند معیار خوبی برای نشان دادن عدالت باشد. زیرا افراد آرزوهای خود را بیشتر بر اساس فشارهای فرهنگی و نه خواست واقعی خود تنظیم می‌کنند. علاوه بر این برطرف کردن برخی نیازها بسیار هزینه‌بر و برخی نیازهای دیگر بسیار کم‌هزینه هستند. به سخن دیگر؛ افراد بر اساس شرایط ناعادلانه‌ای که در آن بسر می‌برند آرزوها و نیازهای خود را تعدیل می‌کنند. بنابراین ارضای نیازها معیار خوبی برای اندازه‌گیری عدالت نیست. به نظر سن درآمد واقعی و میزان پول هم معیار خوبی برای مقایسه عدالت نیست، زیرا افراد بر اساس پیشینه تاریخی، وضعیت جسمی و شرایط محیطی خود، بهره متفاوتی از یک درآمد مساوی می‌برند. برای مثال کسانی که دچار معلولیت جسمانی هستند یا در شرایط نامناسب آب و هوایی زندگی می‌کنند در مقایسه با افراد سالم یا آن‌هایی که در مناطق خوش آب‌وهوا زندگی می‌کنند به درآمد بیشتری نیاز دارند.

«سن معتقد است یک نظریه خوب در مورد خوشبختی و سعادت، هم باید به کالاهای اساسی که افراد به ترتیب آن‌ها را اعلام می‌کنند توجه کند و هم به ویژگی‌های شخصی مناسبی بپردازد که فرد را در تبدیل کالاهای اساسی به توانایی فردی برای پیگیری اهدافش هدایت می‌کند. بنابراین ما باید به آزادی برای رسیدن به زندگی واقعی‌ای که فرد دلیلی برای ارزشمند بودن آن دارد، بپردازیم. یعنی به آزادی‌های اساسی (توانایی‌ها) برای انتخاب زندگی‌ای که فرد برای باارزش بودن آن دلیلی دارد. توانایی یک فرد، به ترکیب‌های جایگزین عملکردهایی که برای موفقیت او معقول است، اشاره دارد. بنابراین توانایی نوعی آزادی است، آزادی اساسی برای رسیدن به ترکیب‌های عملکردی جایگزین.» (Brighouse: ۷۱-۷۲)

آزادی: به نظر سن برای از بین بردن معضلاتی چون محرومیت‌ها، نابرابری‌ها، فقر و فساد، تبعیض‌های جنسی و حتی تهدیدهای شدید نسبت به محیط زیست، باید آزادی‌های اساسی انسان‌ها را به رسمیت بشناسیم. باید فرصت‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی را طوری تنظیم کنیم که آزادی کنش تمامی انسان‌ها فراهم شود. «مهم توجه هم‌زمان به محوریت آزادی فردی و نیروی تأثیرات اجتماعی بر وسعت و بُرد آن آزادی است. برای برخورد با گرفتاری‌های که پیش رو داریم، باید به آزادی فردی به‌مثابه یک تعهد اجتماعی بنگریم. این همان رویکرد اساسی است که در این کتاب کوشیده‌ایم به بررسی و کاوش آن بپردازیم. در این رویکرد گسترش آزادی هم به‌مثابه غایت اولیه توسعه و هم به‌مثابه ابزار اصلی آن در نظر گرفته می‌شود. توسعه عبارت از حذف انواع نآزادی‌هایی است که برای مردم گزینشی ناچیز و فرصتی اندک جهت اعمال کنش معقولشان به‌جا می‌گذارد. بر این اساس، حذف نآزادی‌های اساسی جزء

تشکیل دهنده توسعه است.» (سن، ۱۳۸۲: ۲۰) قحطی، سوء تغذیه، سطح پایین بهداشت، اشتغال و آموزش و پرورش از اشکال نآزادی محسوب می‌شوند. علاوه بر این، محرومیت از آزادی‌های سیاسی، مدنی و تبعیض بین زنان و مردان از انواع دیگر نآزادی‌ها است. «آزادی به دو دلیل بارز، محور فرایند توسعه است:

۱. دلیل سنجشی: پیشرفت جامعه را پیش از هر چیز باید برحسب میزان افزایش آزادی‌های افراد سنجید.

۲. دلیل کارآمدی: دستاورد توسعه کاملاً به کنش آزاد انسان‌ها وابسته است.» (سن، ۱۳۸۲: ۲)

سن در فصل اول افزایش آزادی‌های خود بنیاد فردی، یعنی داشتن آزادی بیشتر برای انجام کارهایی که فرد به هر دلیل ارزشمند می‌شمرد را معیار پیشرفت جامعه قرار می‌دهد. او معتقد است این متغیر از متغیرهای دیگر سنجش پیشرفت مثل فایده، درآمد واقعی یا آزادی لیبرالی کامل‌تر است.

در اصل دوم، سن به نقش کاربردی و ابزار گونه آزادی‌ها برای توسعه پایدار و مطمئن اشاره می‌کند. او معتقد است برای توسعه کامل‌تر باید پنج گونه آزادی وجود داشته باشد.

۱. آزادی‌های سیاسی (اعم از حقوق مدنی، حق رأی، آزادی بیان، آزادی مطبوعات بدون ممیزی، نظام حزبی رقابتی و غیره).

۲. تسهیلات اقتصادی (فرصت‌هایی که هر فرد در اختیار دارد تا منابع اقتصادی را برای تولید، مصرف یا مبادله به کار گیرد و وجود بازار آزاد رقابتی).

۳. فرصت‌های اجتماعی (یعنی برخورداری از امکانات ضروری زیستن مثل بهداشت، تغذیه و تحصیلات).

۴. تضمین شفافیت (یعنی افراد بدانند در یک معامله چه چیزهایی را هزینه کرده و از دست می‌دهند و در عوض انتظار به دست آوردن چه چیزهایی را می‌توانند داشته باشند).

۵. تأمین حمایتی (ساماندهی‌های نهادینه‌شده برای افرادی که دچار آسیب و محرومیت شدید شده‌اند. مثل حقوق بیکاری، کمک به مصیبت‌دیدگان و استخدام دولتی تهی‌دستان).

به‌طور خلاصه در دیدگاه سن، آزادی هم هدف و هم ابزار توسعه است. توسعه نیز به معنای حذف موانع و ناآزادی‌هایی است که انتخاب و فرصت اعمال عاملیت معقول مردم را محدود می‌کند. سن از یک‌طرف معتقد است که رفع موانع آزادی‌های اساسی بخشی از اهداف توسعه است و از طرف دیگر رسیدن به برخی آزادی‌ها را برای سایر آزادی‌ها و توسعه بیشتر ضروری می‌داند. او می‌گوید: «شواهد نشان می‌دهد که آزادی‌های اقتصادی و سیاسی به یکدیگر کمک می‌کنند، نه این که رقیب همدیگر باشند. همچنین فرصت‌های اجتماعی، آموزشی و مراقبت بهداشتی به کارآیی اقتصادی و مشارکت سیاسی کمک می‌کند.»

قابلیت: سن قابلیت را نوعی آزادی می‌داند، آزادی دستیابی به ترکیبات کارکردی متفاوت. به عبارت ساده‌تر، آزادی دستیابی به سبک‌های گوناگون زندگی. «به‌عنوان مثال، فرد متمولی که روزه می‌گیرد می‌تواند همان کارکردی را برحسب غذا خوردن یا تغذیه داشته باشد که فرد مسکینی که مجبور به گرسنگی کشیدن است، دارد. اما فرد نخست مجموعه قابلیت‌های متفاوتی از فرد دوم دارد.» (سن، ۱۳۸۱: ۱۰۹) در واقع فرد نخست می‌تواند انتخاب کند که تغذیه خوب و لذیذی داشته باشد در حالی که فرد دوم، چنین قدرت انتخابی ندارد.

بنابراین در حالی که مجموعه توانمندی نمایانگر آزادی انتخاب و دستیابی

است، ترکیب عمل کردهای شخص بازتاب دستاوردهای واقعی اوست. به‌طور خلاصه، در دیدگاه سن نسبت عدالت اجتماعی، محورهایی وجود دارد که می‌توان از آن‌ها برای بحث عدالت فرهنگی هم استفاده کرد. این محورها به شرح زیر است:

جایگاه و اهمیتی که سن برای «آزادی» قائل است و معتقد است بدون وجود آن تحقق عدالت اجتماعی غیرممکن خواهد شد.

تأکید سن بر اهمیت «کنشگری افراد» برای پیگیری خواسته‌هایشان.

تعریف و بیان عدالت اجتماعی بر اساس در نظر گرفتن شرایط اقتصادی، اجتماعی، جغرافیایی، زیستی و... افراد.

گفتار سوم: حوزه‌های عدالت

۱. عدالت اقتصادی

در حوزه اقتصاد بحث عدالت با کمبود ارتباط دارد، زیرا در بسیاری از موارد، کمبود کالا؛ امکانات و خدمات انسانی است که موجب می‌شود بحث عدالت شکل بگیرد. برای مثال نیاز به خوراک، پوشاک، مسکن و بهداشت ایجاب می‌کند که افراد بر اساس حقی که برای خود قائل هستند، سهمی را از این امتیازات طلب کنند. بنابراین موضوع دیگری که در ارتباط با عدالت مطرح می‌شود، موضوع حق است. اگر بحث حق نبود بی‌شک از عدالت چیزی جز تساوی برداشت نمی‌شد. اما بحث حق باعث می‌شود که عدالت به معنای تساوی صرف تقلیل نیابد. بنابراین عدالت یعنی هر کس به اندازه حق خود از امکانات مورد نظر استفاده کند. عدالت اقتصادی در اینجا معنا می‌یابد. در حیطه فعالیت‌های اقتصادی، افرادی که جایگاه یکسانی در تولید دارند و به عبارت دیگر حق مشابهی در تولید دارند، باید همچنین سهم مساوی نیز از منابع و امکانات داشته

باشد. بدیهی است در این حالت سهم یک کارگر متخصص با یک کارگر ساده و یا سهم یک پزشک جراح قلب با یک پزشک عمومی یکسان نیست، اما عدالت حکم می‌کند که تمام کارگران متخصص یا پزشکان عمومی از امتیازات و منافع یکسانی برخوردار باشند.

۲. عدالت حقوقی

در حوزه حقوق بحث درباره چگونگی جبران خطا و توزیع حق است. زندگی جمعی به‌طور ذاتی برخوردها و اصطکاک‌هایی را بین انسان‌ها به همراه دارد و بحث عدالت حقوقی به موضوع چگونگی قضاوت در این شرایط و همچنین رعایت مساوات بین افراد می‌پردازد. از نظر حقوقی در اجرای قوانین هیچ تفاوتی بین افراد وجود ندارد و پیامبر، پادشاه، متخصص، قهرمان، مسیحی و مرد یا زن بودن هیچ حقی را برای صاحب آن ایجاد نمی‌کند. البته این موضوع با این واقعیت که کشورهای مختلف در زمان‌های مختلف، نظام‌های حقوقی متفاوتی داشته‌اند منافاتی ندارد، بلکه مهم آن است که نباید صفات انتصابی و اکتسابی موجب نابرابری حقوقی و تبعیض شود. بنابراین مهم‌ترین شاخص عدالت حقوقی آن است که قانون با تمام افراد (بالغ و عاقل) رفتار یکسانی داشته باشد. اگر حکم قطع دست برای دزدان کوچک صادر می‌شود، بی‌عدالتی محض است که دزدان بزرگ هنوز دست‌درازی داشته باشند.

۳. عدالت سیاسی

شنتال موفه درباره عدالت سیاسی می‌گوید: «مسئله اساسی این است که هیچ نوع کالای اجتماعی نباید به‌عنوان ابزار سلطه به کار رود و در ضمن باید از تمرکز قدرت سیاسی، ثروت، افتخار و به‌ویژه مقام و منصب

مطلوب، در دست یک نیرو اجتناب شود.» (موفه ۱۳۸۷) به سخن دیگر؛ عدالت سیاسی هم مانند مشارکت سیاسی، به نقش و جایگاه افراد و گروه‌ها در نظام قدرت و سیستم تصمیم‌گیری‌های کلان مربوط می‌شود. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، عدالت سیاسی با اصطلاحاتی مانند «مشارکت سیاسی»، «توسعه سیاسی» و «حقوق سیاسی» هم‌خانواده است. به نظر می‌رسد اهمیت موضوعاتی مانند عدالت، آزادی، توسعه و مشارکت به‌اندازه‌ای است که وقتی سخن از هر یک از این مفاهیم می‌شود، بلافاصله پسوندهایی مانند سیاسی، اقتصادی و یا فرهنگی هم به همه آن‌ها می‌چسبند. در نتیجه همان‌طور که مشارکت سیاسی، اقتصادی و فرهنگی داریم به همان ترتیب هم توسعه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی داریم. برای مثال می‌توان گفت منظور از مشارکت فرهنگی، دسترسی و استفاده عموم مردم از فضا، کالا و خدمات فرهنگی برای نمایش عناصر فرهنگی و اثر گذاشتن بر فرهنگ جامعه است. چنین تعریفی از مشارکت فرهنگی هم‌پوشانی بسیار زیادی با «توسعه فرهنگی»، «تکثرگرایی فرهنگی» و «عدالت فرهنگی» خواهد داشت و گریز چندانی از آن نیست. البته در نهایت تفکیک این موضوعات شاید به لحاظ مفهومی ممکن باشد، اما در جهان واقعی و در زندگی اجتماعی، چنین تفکیکی وجود ندارد و این موضوعات کاملاً درهم‌تنیده هستند.

۴. عدالت اجتماعی

در بحث عدالت اجتماعی به فرصت‌ها، موفقیت‌ها و توانایی‌های ناشی از زندگی جمعی برای افراد و اقشار جامعه پرداخته می‌شود. برای مثال اگر حکومت، امنیت بخشی از کشور را تأمین و بخش دیگری را تأمین نکند، غیرعادلانه رفتار کرده است. علاوه بر امنیت و حقوق شهروندی می‌توان

از حق اشتغال، مسکن، ازدواج، بهداشت، آموزش، آزادی بیان و آزادی دسترسی به اطلاعات و غیره نام برد. نکته مهم در حوزه‌های عدالت اجتماعی آن است که تمامی افراد و گروه‌ها صرف‌نظر از تفاوت‌های جنسی، سنی، مالی، عقیدتی و فرهنگی باید به‌طور برابر حق دسترسی به منافع و امکانات جامعه را داشته باشند؛ اما برابری و تساوی افراد در حقوق اجتماعی به معنای از بین بردن حق انتخاب افراد نیست. برای مثال عدالت اجتماعی ایجاب می‌کند که همه افراد از حق آموزش و آزادی بیان برخوردار باشند، اما این به معنای آن نیست که تنها یک نوع آموزش در کل جامعه حاکم شود، یا همه افراد فقط مجاز باشند یک ایده یا حزب را بیان کنند؛ به عبارت دیگر مبارزه با بی‌عدالتی و تبعیض‌های اجتماعی را نباید به مبارزه با تفاوت و تکثر اجتماعی تبدیل کرد، زیرا عدالت همچون آزادی یکی از اهداف اساسی هر جامعه است. عدالت اجتماعی، بدون انواع آزادی‌های اساسی غیر ممکن است.

۵. عدالت فرهنگی

عدالت فرهنگی در دو بعد اساسی قابل طرح و بررسی است:

الف. بعد مادی و ساختاری فرهنگ

بعد مادی و ساختاری فرهنگ به توزیع عادلانه فضا، زیرساخت، کالا و خدمات فرهنگی مربوط می‌شود و کمابیش با آن آشنا هستیم. برای مثال لازم است که در ازای هر ۱۰ هزار نفر یک سینما و یا به ازای هر ۱۰۰ نفر ۸ متر فضای مطالعه وجود داشته باشد.

اگر از منظر عدالت توزیعی نگاه کنیم این رویکرد به معنای آن است که تمام افراد جامعه در هر مکانی که هستند به امکانات و زیرساخت‌های

فرهنگی دسترسی مشابه داشته باشند. اما اگر مباحث آمارتیا سن را به یاد آوریم خواهیم دید که تعریف چنین استانداردهایی برای تمامی اقشار و مناطق جغرافیایی کار صحیحی نیست. برای مثال؛ انتظار نمی‌رود که تعداد سالن موسیقی نسبت به جمعیت در استانی که بیشتر اهل و متقاضی موسیقی هست با استان دیگری که بیشتر متقاضی هنرهای دستی هستند یکسان باشد. آیا برنامه‌های فرهنگی و هنری یک شهر نیمه کویری، تازه تأسیس و صنعتی مانند اراک با یک شهر جنگلی، قدیمی و کشاورزی مانند رشت یکسان است؟ اساساً یکی از دلایل شکست برنامه‌های توسعه فرهنگی در ایران همین برنامه‌ریزی متمرکز و از بالا به پایین سازمان‌مدیریت و وزارتخانه‌ها و عدم توجه به شرایط بومی و منطقه‌ای بوده است. در صورتی که اگر برنامه‌ریزی از پایین به بالا و بر اساس در نظر گرفتن تقاضای استان‌ها و شهرستان‌ها انجام شده بود، احتمال موفقیت بیشتری داشت. در کشورهای توسعه‌یافته، وزارت فرهنگ و سازمان‌مدیریتی نیست که بگوید هر شهر و روستا باید چه تعداد سالن تئاتر، سینما، کتابخانه و... داشته باشد. این مردم شهرها و روستاها هستند که با رأی دادن به برنامه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی شهرداریها و دهدهاها مشخص می‌کنند که سالن تئاتر اولویت آن‌ها است یا موزه هنری.

ب. بعد محتوایی و ارزشی فرهنگ

بعد محتوایی و ارزشی فرهنگ پیچیدگی و وسعت بیشتری دارد و به حضور و مشارکت همگانی، در ساختن و بازتولید فرهنگ جامعه مربوط است. همان‌طور که در جوامع پیشرفته افراد با رأی و انتخابات در فضای سیاسی جامعه مشارکت دارند و خواسته‌های خود را دنبال می‌کنند؛ به همین شکل افراد باید بتوانند در فرهنگ جامعه، در نظام ارزشی و در

افکار عمومی هم نقش داشته باشند و خواسته‌های خود را تحقق بخشند. همان‌طور که مشاهده می‌شود رویکرد اول بر امکان دسترسی و استفاده از کالا و خدمات متمرکز است، درحالی‌که در رویکرد دوم بر امکان مشارکت و کنشگری افراد در حوزه فرهنگ و برطرف کردن نیازهای فرهنگی همه افراد و گروه‌ها تأکید می‌شود. بعد اول را که به مصرف کالا و خدمات و پیام‌های فرهنگی محدود می‌شود می‌توان «عدالت در دسترسی فرهنگی» نامید، در حالی که بعد دوم را که با تولید و توزیع کلیه عناصر فرهنگی سروکار دارد می‌توان «عدالت در حضور فرهنگی» نامید.

لازم به بیان است؛ «عدالت در دسترسی فرهنگی» به دلیل تأکید بر بعد مادی فرهنگ و تمرکز بر توسعه امکانات، فضاها و زیرساخت‌های فرهنگی؛ خواه‌ناخواه با منابع مالی یک جامعه پیوند می‌خورد. در شرایطی که درآمدهای یک کشور در سطح مطلوبی باشد امکان افزایش بودجه عمرانی و به تبع آن توسعه زیرساخت‌ها بیشتر می‌شود و برعکس. اما «عدالت در حضور فرهنگی» به چیزی فراتر از منابع و امکانات مالی نیازمند است. بدون وجود حداقلی از آزادی‌ها امکان تحقق عدالت در حضور فرهنگی وجود ندارد. البته علاوه بر ضرورت احترام به آزادی‌ها برای تحقق عدالت در حضور فرهنگی، باید شهروندانی آگاه و آموزش دیده داشت. به سخن دیگر؛ نوع آموزشی که برای تحقق عدالت در حضور فرهنگی نیاز است با نوع آموزشی که برای تحقق عدالت در دسترسی فرهنگی به آن نیازمندیم از یک جنس نیست.

«عدالت در حضور فرهنگی» به نوعی با هرم سلسله‌مراتب نیازهای مازلو قابل قیاس است. این نوع عدالت نه به نیازها و دسترسی‌های ابتدایی و اولیه فرهنگی، بلکه به خواست‌های متعالی و کمال‌یافته انسانی مانند خودشکوفایی و آفرینش‌گری مربوط می‌شود. تحقق عدالت در این سطح، مستلزم شکوفا

کردن خلاقیت و کنشگری افراد است.

در صورتی که عدالت در حضور فرهنگی رعایت نشود و گروه‌ها و قشرهایی از جامعه احساس کنند که تبعیض و بی‌عدالتی فرهنگی نظام‌مندی بر ضد آن‌ها اعمال می‌شود، با فرهنگ حاکم همراهی نخواهند کرد. این وضعیت نه تنها موجب کاهش انسجام فرهنگی می‌شود، بلکه حتی ممکن است جامعه را با تهدیدهای امنیتی روبرو کند. برای مثال؛ در چند سال گذشته برخی گروه‌های اجتماعی به بازنمایی‌های رسانه‌ای خود اعتراض‌های گسترده و گاه خشنی داشته‌اند. این اعتراض‌ها به دلیل چاپ یک کاریکاتور، یا پخش فیلم و سریال تلویزیونی بوده است. اگر بخشی از جامعه احساس کند که بخش یا بخش‌های دیگری برای خود خط قرمزی ترسیم کرده‌اند که برای آن‌ها رعایت نمی‌شود، به این برخورد دوگانه اعتراض خواهند کرد. اگر در جامعه به برخی مشاغل تقدس بخشیده شود و امکان نقد آن‌ها نباشد، طبیعی است که سایر مشاغل هم در مقابل چنین تبعیض‌هایی ساکت نخواهند نشست. شاید به همین دلیل است که در کشورهای اروپایی همان‌طور که می‌توان یک پرستار را نقد کرد و از آن کاریکاتور کشید، همین آزادی برای نقد یک ژنرال ارتش و یا یک کشیش هم وجود دارد.

عدالت نمایشی: مصادیق بی‌عدالتی فرهنگی در حوزه‌های مختلف فرهنگ قابل طرح و بررسی است. برای مثال بی‌عدالتی فرهنگی در حوزه نمایش (فیلم و سریال تلویزیونی) بسیار مشهود است. بر اساس یک مطالعه میدانی بیش از ۹۳ درصد از فیلم‌های سینمایی موجود در شبکه‌های خانگی در دهه هشتاد؛ در شهر تهران، استان‌های شمالی و جزیره کیش و قشم تهیه شده است. درست است که جاذبه‌های چشمی گیلان و مازندران زیاد است و ساخت فیلم در این مناطق به دلیل نزدیکی

به تهران اقتصادی تر است، اما این بی‌توجهی به سایر مناطق کشور موجب گسترش بی‌عدالتی فرهنگی می‌شود و حس انسجام ملی در سایر اقوام و مناطق را کمرنگ می‌کند.

بدیهی است این بی‌عدالتی بازنمایی جغرافیایی در فیلم‌ها، بی‌عدالتی‌های بعدی را نیز به دنبال خواهد داشت. برای مثال وقتی فیلم‌ها در یک منطقه جغرافیایی تهیه شوند؛ ارزش‌ها، باورها، گویش، آداب و رسوم، شیوه‌های قومی، سبک معماری، خوراک و پوشاک همان منطقه برجسته شده و سایر مناطق جغرافیایی فرصتی برای حضور و مشارکت در ساختن فرهنگ ملی پیدا نمی‌کنند.

در شعار گفته می‌شود که همه جای ایران زیباست و خاکش طلاست؛ اما در عمل کمتر کسی حاضر است در ماه‌های گرم سال در جنوب کشور کار کند و یا با کمبود امکانات در استان‌های محروم بسازد. البته در زمستان حضور اهالی فرهنگ و رسانه در مناطق گرمسیر بیشتر می‌شود که دلیل این «حضور فصلی» احتمال چیز دیگری است. به همین ترتیب، حضور در استان‌ها و مناطق محروم بیشتر برای نمایش دادن عقب افتادگی‌ها، دزدی، قاچاق و حداکثر ایجاد حس ترحم با نگاهی از بالا به پایین است. بی‌عدالتی فرهنگی در فیلم‌ها تنها به بازنمایی جغرافیایی محدود نمی‌شود و انواع تبعیض‌های دیگر را نیز می‌توان در این فیلم‌ها دنبال کرد. برای مثال، در همان مطالعه مشخص شد که در نمایش موضوعات مربوط به برخی مشاغل مانند استاد دانشگاه، هنرمند، روزنامه‌نگار، وکیل، مهندس، روحانی، پلیس و آرشیتکت در مقایسه با سایر مشاغل ظلم و اجحاف بزرگی اعمال شده است. در حالی که تعداد نانو‌ها یا قصاب‌ها از تمامی افراد شاغل در گروه اول بیشتر است، اما این مشاغل یا محور اصلی فیلم نیستند یا اگر باشند هم در نقش منفی یا طنز به آن‌ها

پرداخته شده است. همچنین با این که کارگران، کشاورزان و ارتشی‌ها حجم بزرگی از جامعه را تشکیل می‌دهند، به‌ندرت در فیلم‌ها به چنین مشاغلی اشاره شده است.

همچنین عدالت در حضور فرهنگی مستلزم این است که نیازها، دردها و خواسته‌های فرهنگی، هنری و زیبایی‌شناختی همه اقشار و گروه‌ها در کالاهای فرهنگی از جمله فیلم‌ها و سریال‌ها بازتاب داشته باشد؛ تقریباً مشکل اکثر زوج‌ها در فیلم‌ها و سریال‌ها ناباروری و نداشتن فرزند است تا داشتن یک فرزند معلول ذهنی یا جسمی، در حالی که از لحاظ آماری و در واقعیت احتمال شیوع این دو پدیده یکسان است.

عدالت در حضور فرهنگی یعنی اینکه آیا همان اندازه که مشکلات و دردهای بیماران سرطانی در فیلم‌ها و رمان‌ها بازتاب دارد؛ دردها و رنج‌های بیماران عفونی و جذامی هم در اینگونه تولیدات فرهنگی منعکس می‌شود.

در ادامه عدالت در حضور فرهنگی را در حوزه‌های تخصصی‌تری مانند «رسانه» و «هنر» بررسی خواهیم کرد.

عدالت رسانه‌ای: وجود و توزیع مناسب نشریات در سطح یک شهر کافی است که بگوییم عدالت در دسترسی فرهنگی به مطبوعات محقق شده است. اما برای «عدالت در حضور فرهنگی»، همه افراد و اقشار جامعه باید بدانند و بتوانند اخبار و نظراتشان را در نشریات چاپ و مطالباتشان را در سطح رسانه‌ها پیگیری کنند. عدالت رسانه‌ای که به چنین موضوعی می‌پردازد در حوزه‌های زیر قابل طرح بررسی است:

۱. عدالت در مالکیت و مدیریت رسانه‌ها.

این بعد بسیار مهم از عدالت در ابتدا توسط مارکس و مارکسیست‌ها مطرح شد و کماکان اهمیت خود را حفظ کرده است. نگاهی به تولیدات

رسانه‌ای جهان نشان می‌دهد بازتاب مثبت و جانب‌دارانه از یهودیان در صدر تولیدات رسانه‌ای است. دلیل این وضعیت نه مظلومیت بیشتر این قوم از سایر اقوام مظلوم، بلکه در این واقعیت نهفته است که بزرگ‌ترین مؤسسات رسانه‌ای جهان در مالکیت و کنترل یهودیان قرار دارند.

۲. عدالت در تهیه و تدوین محتوای پیام‌ها.

پرسش‌هایی مانند این که آیا در ارائه گزارش از یک قتل در رسانه‌ها، منصفانه رفتار می‌شود و همه طرف‌های درگیر فرصت بیان دیدگاه و استدلال‌های خود را دارند، به عدالت در تهیه محتوای پیام مربوط می‌شود. در همین زمینه می‌توان پرسید آیا فیلم‌های تاریخی که در چند سال گذشته در کشور ما ساخته شده است، عادلانه بوده‌اند. نگاهی به برجسته‌ترین تولیدات هنری جهان نشان می‌دهد که پرهیز از نگاه سیاه‌وسفید و مطلق‌گرایانه یکی از عوامل مهم ارتباط برقرار کردن با مخاطب و دعوت جامعه به مدارای بیشتر و خشونت کمتر است. در چنین تولیداتی مخاطب نمی‌تواند به راحتی قضاوت کند و فرد یا عملی را نادرست و فرد یا عملی دیگر را درست بداند. آیا تولیدات فرهنگی ما چنین ویژگی‌ای دارند یا در ابتدا آدم بد رمان یا فیلم حتی نام و ظاهرش هم بد و زشت است و کوچک‌ترین خیر و خوبی در او دیده نمی‌شود.

۳. عدالت در پوشش پیام و اخبار مربوط به افراد و گروه‌های جامعه.

بی‌عدالتی رسانه‌ای در حوزه پوشش پیام باعث می‌شود که ترک خوردن دیوار یک مدرسه در تهران در شبکه تلویزیون سراسری و روزنامه‌های مهم بازتاب داشته باشد، اما خراب شدن یک مدرسه در روستاها و شهرستان‌ها پوشش خبری مناسبی پیدا نکند. همین نوع از بی‌عدالتی است که سبب می‌شود یک ایده که به نفع صاحبان قدرت است، هفته‌ها تیتراژ یک روزنامه‌ها و اخبار باشد، اما یک ایده که به نفع فاقدان قدرت است در

هیچ رسانه و سازمان مسئولی دنبال نشود.

البته وجود تبعیض در اجرای عدالت در پوشش پیام و خبر دلایل و ابعاد گوناگونی دارد که باید به‌طور ویژه به آن‌ها پرداخته شود. برای مثال، اگر اخبار مربوط به یک ورزش‌مانند فوتبال در صدر مطبوعات است اما مهم‌ترین اخبار ورزش‌های دیگر به‌ندرت کار می‌شود، بیش از این‌که به مبحث تبعیض و عدالت رسانه‌ای در پوشش اخبار ربط داشته باشد به سلیق و علایق خوانندگان مربوط می‌شود.

عدالت فرهنگی - هنری: عدالت در حضور فرهنگی - هنری یعنی این‌که همه اقوام و اقشار یک جامعه بتوانند آثار فرهنگی - هنری (شیوه‌های قومی، ادبیات، موسیقی و...) خود را به گوش دیگران برسانند و در ثبت کارهای مشترک نقش داشته باشند. تحقق چنین عدالتی با دو تهدید جدی روبه‌رو است.

۱. تهدید نخست به تمرکزگرایی و قرار گرفتن اکثر بودجه و امکانات کشور در پایتخت و دو یا سه شهر بزرگ دیگر مربوط است. اگر اکثر مراکز فرهنگی در تهران متمرکز شود و در شهرستان‌ها هم‌زمان با کاهش فضاهای فرهنگی با افزایش تنگ‌نظری‌ها و سخت‌گیری‌ها مواجه باشیم در آینده نویسندگانی مانند صادق چوبک پیدا نخواهد شد که در تنگسیر و سنگ صبور از حال و هوای جنوب برای ما بگویند. در نهایت همه داستان‌ها و رمان‌ها، گیشا و یوسف‌آباد و زعفرانیه تهران را به تصویر خواهند کشید. سهراب سپهری‌ای نخواهد بود تا چنارها و بیابان‌های کاشان را نقاشی کند و خواننده‌ای نخواهد بود که به‌جای پنجاه بار از شب‌های تهران گفتن یک‌بار هم از شب‌های مشهد و کرمان بگوید.

۲. تهدید دوم ریشه در برخوردهای تنگ‌نظرانه و سلیقه‌ای دارد. اگر موسیقی هنر است و اگر موسیقی بخشی از فرهنگ هر قوم و منطقه‌ای

است، چگونه ممکن است، موسیقی یک قوم یا یک ناحیه کشور مجاز و موسیقی اقوام و نواحی دیگر غیرمجاز باشد؟ چگونه ممکن است نمایش و آموزش برخی ابزار موسیقی ممکن و برخی دیگر غیرممکن باشد؟ چرا «نی» مجاز و «نی‌انبان» غیرمجاز است؟ تفاوت «دایره‌زنگی» با «دف» و «تنبک» چیست که با یک چشم به آن‌ها نگاه نمی‌شود؟ چرا نشان دادن آداب، رسوم، مراسم آیینی، رقص و آواز منطقه خراسان و سیستان ممکن و منطقه خوزستان و تهران غیرممکن است؟ نقش و جایگاه سایر اقوام و گروه‌ها و سلاطین در ساختن فرهنگ کجاست؟ آیا حفظ انسجام و امنیت ملی بدون احترام به فرهنگ تمامی اقوام و نواحی پایدار خواهد بود؟ آیا همان‌طور که طبقه حاکم و محکوم سیاسی و اقتصادی داریم؛ فقط عده‌ای حق دارند که فرهنگ و ارزش‌های خود را نمایش دهند و دیگران از چنین حقی محروم هستند؟ به‌هرحال تأمل بیشتر در چنین موضوعاتی به حوزه عدالت فرهنگی به معنای «عدالت در حضور فرهنگی» ارتباط دارد که تاکنون به آن توجه چندانی نشده است.

عدالت در حمایت‌های فرهنگی: حمایت از بخش فرهنگ یکی از دغدغه‌های اصلی مسئولین فرهنگی و فرهنگ‌دوستان است. در ایران این حمایت‌ها اهمیت بیشتری پیدا کرده است که دو دلیل اصلی آن عبارت‌اند از: ۱. حجم نسبتاً زیاد حمایت‌ها و یارانه‌ها پرداختی توسط دستگاه‌های دولتی و وابسته به بودجه عمومی ۲. امکان ترویج علایق و سلاطین ایدئولوژیک از بودجه و امکانات عمومی.

در ایران برخی از خدمات و کالاهای فرهنگی و هنری با رانت‌های گوناگون دولتی تولید می‌شوند و در تبعیض آشکار با سایر تولیدات با آن‌ها به رقابت می‌پردازند. چنین رقابت‌هایی کاملاً غیرعادلانه و تبعیض‌آمیز و نقض عدالت فرهنگی است. برای مثال در سال‌های گذشته

برخی فیلم‌ها، رمان‌ها و نمایشگاه‌های هنری از حمایت‌های گوناگون اما غیرشفاف بخش‌های دولتی و وابسته به دولت برخوردار شده‌اند که از تولیدات مشابه دریغ شده است. البته در همه جهان برخی مؤسسات، نهادها و افراد حقیقی و حقوقی از تولیدات فرهنگی حمایت می‌کنند، اما این حمایت‌ها از بودجه دولتی نیست و منبع و مقدار هزینه‌های صرف شده هم کاملاً شفاف و روشن است. این که برای تبلیغ یک کالای فرهنگی میلیاردها در صداوسیما، تابلوهای شهری، سایت‌ها و روزنامه‌های عمومی هزینه شود و دانش آموزان مدارس و کارمندان دولت به مصرف‌کننده آن کالا تبدیل شوند و آنگاه با استناد به فروش میلیاردی و مخاطب چند صد هزار نفری آن اثر فخرفروشی شود، کار عادلانه و منصفانه‌ای نیست.

در پایان این بخش باید گفت؛ با توجه به اهمیت و تأکید مسئولین بر مقوله «عدالت»، انتظار می‌رود هر دو بعد «عدالت فرهنگی» دیده شود و تمرکز بر بعد مادی و زیرساخت‌ها موجب غفلت از بعد معنوی و محتوایی عدالت فرهنگی نشود. هرچند رعایت «عدالت در دسترسی فرهنگی» پایه و اساس هرگونه توسعه فرهنگی است و در نظر گرفتن امکان دسترسی به فضاها، زیرساخت‌ها، کالا و خدمات فرهنگی برای همه نقاط کشور امری ضروری است. اما پرداختن به این بعد از عدالت نباید موجب غفلت از بعد «عدالت در حضور فرهنگی» شود. البته حتی عدالت در دسترسی فرهنگی هم به آن سادگی که تصور می‌شود، نیست. امروزه موضوع چگونگی توزیع عادلانه بلیت کنسرت‌های موسیقی، تئاتر و سایر مناسبت‌های فرهنگی جذاب و پُرطرفدار به یکی از پرسش‌های اساسی این حوزه تبدیل شده است.

فضای مجازی و گسترش عدالت در حضور فرهنگی: تاکنون در مورد اهمیت، جذابیت و کارکردهای فضای مجازی و به‌ویژه شبکه‌های

اجتماعی مطالعات و پژوهش‌های زیادی انجام شده است. در مورد دلایل جذابیت این فضا، یافته‌های مطالعاتی را می‌توان در دو گروه خوش‌بینانه و بدبینانه تقسیم‌بندی کرد. در رویکرد خوش‌بینانه، ویژگی تعاملی و مشارکتی بودن این فضا، عامل اصلی جذابیت آن است. در رویکرد بدبینانه، طرح مسائل غیراخلاقی و توطئه بیگانگان عامل گرایش برخی افراد (به‌خصوص جوانان) به حضور در این فضا است.

بر اساس یافته‌های این مطالعه می‌توان گفت؛ دلیل جذابیت و گسترش حضور در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی این است که مخاطبان احساس می‌کنند در این فضا عدالت به معنای «عدالت در حضور فرهنگی» بیشتر است. برای مثال در این فضا آن‌ها می‌توانند هر موضوعی را در دستور کار قرار داده و با خلاقیت و کنشگری خود در مورد آن پیام‌رسانی کنند. هر فردی می‌تواند در مورد هر موضوعی؛ خبر، نظر، فیلم، عکس و گزارش خود را به اشتراک گذارد و از به اشتراک گذارده شده دیگران استفاده کند. در این نوع از ارتباطات تبعیض و محدودیت بسیار کمتری از ارتباطات در رسانه‌های جمعی سنتی وجود دارد و فرد احساس قدرت، آزادی و آفرینندگی بیشتری دارد. برای مثال، در زمانی که مشغول تکمیل این متن هستم در فضای مجازی کمپین خبررسانی و اعتراض به تصمیم یکی از بانک‌ها برای دریافت پول در ازای تعویض عابر بانک به نتیجه می‌رسد و بانک مذکور از دریافت وجه صرف‌نظر می‌کند. آیا در رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون، رادیو و مطبوعات چنین امکانی برای مخاطبان وجود داشت؟ آیا در شبکه‌های اجتماعی امکان تحقق عدالت به معنای «عدالت در حضور فرهنگی» یا رسانه‌ای یا هنری» بیشتر نشده است؟ کاربران این فضا نوع و سطح جدیدی از کنشگری و ارتباطات را تجربه می‌کنند که تا پیش از این

وجود نداشته است. آن‌ها می‌توانند به راحتی قطعه شعر یا عکس خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. با تهیه کلیپ‌های شنیداری و دیداری امکان تجربه فیلم‌سازی و نوازندگی و خوانندگی را پیدا کرده‌اند. در همین زمینه مانوئل کستلز می‌گوید، سه گونه اصلی ارتباطات عبارت‌اند از: «ارتباطات جمعی»، «ارتباطات میان‌فردی» و نوع جدیدی از ارتباط که بین دو گونه قبلی قرار گرفته و آن را می‌توان «ارتباط جمعی خودفرمان» (Mass-self communication) نامید. به گفته کستلز شبکه‌های افقی ارتباطی ظهور «ارتباط جمعی خودفرمان» را فراهم کرده است. این نوع ارتباطات عمیقاً استقلال برقراری ارتباط افراد را در برابر شرکت‌های بزرگ ارتباطی افزایش داده است، زیرا کاربران هم به فرستنده و هم به گیرنده پیام تبدیل شده‌اند. کستلز معتقد است در جامعه شبکه‌ای، ارتباط جمعی افقی و مشارکتی است که در سه مرحله ۱. خودفرمانی در تولید محتوا ۲. خودگردانی در توزیع پیام و ۳. خودانتخابی در مصرف پیام‌ها قابل مشاهده است. (کستلز، ۱۳۹۴)

در ادامه این گزارش، «عدالت در حضور فرهنگی» در یکی از مهم‌ترین حوزه‌های فرهنگ یعنی رسانه‌ها و از رویکرد «مطالعات فرهنگی» پیگیری خواهد شد. در رویکرد مطالعات فرهنگی بر نقش، جایگاه، نسبت و بازنمایی گروه‌های اجتماعی حاشیه‌ای و فاقد قدرت مانند زنان، سالخوردگان، اقلیت‌های دینی، حاشیه‌نشینان و بیماران خاص، در فرهنگ مسلط پرداخته می‌شود. دکتر عبدالله بیچرانلو، نویسنده فصل بعدی این گزارش با بیان مصادیقی در حوزه رسانه‌ها ابعادی از این بازنمایی‌ها را نمایان خواهد ساخت.

دبیر مجموعه

نظام بهرامی کمیل

فصل دوم

بازنمایی عادلانه

مقدمه

یکی از اهداف اصلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، گسترش عدالت فرهنگی است. عدالت فرهنگی در حیطهٔ فعالیت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ابعاد گوناگونی را در بر می‌گیرد که از جمله آن‌ها توزیع عادلانهٔ بودجهٔ فرهنگی در سراسر کشور، تخصیص عادلانهٔ امکانات فرهنگی و تقویت زیرساخت‌های فرهنگی همچون سالن‌های سینما و نیز تالارهای اجرای تئاتر، موسیقی و... در استان‌های مختلف است. آنچه در این نوشتار، مورد توجه قرار گرفته است، بُعد دیگری از عدالت است که در کنار دیگر ابعاد عدالت، از اهمیت اساسی برخوردار است. این بُعد از عدالت را می‌توان «عدالت در بازنمایی» نامید. از آنجایی که بخش مهمی از فعالیت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بر تولیدات فرهنگی – رسانه‌ای متمرکز است. این نوشتار در تحلیل بازنمایی در عدالت، فیلم‌های سینمای ایران را مورد توجه قرار داده و خوانشی انتقادی از بازنمایی گروه‌ها و اقشار مختلف اجتماعی در فیلم‌های سینمایی دارد. باور بر این است که سینمای ایران، همچنان با بازنمایی عادلانه و مطلوب اقشار و گروه‌های مختلف اجتماعی، فاصله بسیاری دارد.

همچنین این نوشتار، به بحث بازنمایی عادلانه در مطبوعات، به‌مثابه یکی از مصادیق بازنمایی رسانه‌ای پرداخته است. علی‌رغم پیشینه نسبتاً طولانی فعالیت مطبوعات در ایران، همچنان بخش عمده‌ای از توجه و پوشش مطبوعات در ایران را مسائل و موضوعات مبتلابه مرکز به خود اختصاص می‌دهد و پیرامون به معنای عام کلمه و اقوام مختلف به معنای خاص کلمه، هنوز جایگاه شایسته خود را در پوشش رسانه‌ای کشور و به‌صورت خاص، مطبوعات پیدا نکرده‌اند.

گفتار اول: روش‌شناسی

عدالت، یک معنای روشن و مسلم مورد قبول همگان ندارد و در واقع از واژگان و مفاهیم بسیار پراقبال و در عین حال دشوار از جهت عینیت‌بخشی و تعیین برگردان آن در عالم واقع بوده است، «اما در برداشت عامه، فراخور سطح شعور و بینش افراد، تعبیر متفاوت و گاهی مختلفی از واژه عدالت، ملاحظه می‌گردد. گویی هر کس برداشت خاص خود دارد و بر اساس آن از عدل سخن می‌گوید. اگر بپذیریم که برداشت هر فرد تحت تأثیر شخصیت و توان ادراک وی و عوامل مؤثر در پردازش اطلاعات در ساختار اندیشه‌اش شکل می‌گیرد، می‌توان پذیرفت که هر فرد از افراد بشر فراخور وضعیت ویژه خود، برداشت ویژه‌ای از عدالت دارد.» (پورعزت، ۱۳۸۰: ۸۶)

یکی از شعارها و اهداف اصلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، گسترش عدالت فرهنگی است. عدالت فرهنگی در حیطه فعالیت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ابعاد گوناگونی را در بر می‌گیرد؛ از آن جمله می‌توان به توزیع عادلانه بودجه فرهنگی در سراسر کشور، تخصیص عادلانه امکانات فرهنگی و تقویت زیرساخت‌های فرهنگی همچون سالن‌های سینما و نیز

تالارهای اجرای تئاتر، موسیقی و... در استان‌های مختلف اشاره کرد. اما رویکردهای دیگری هم به عدالت فرهنگی می‌توان داشت. از جمله:

۱. تقویت سهم و وزن مشارکت اقشار گوناگون جامعه در تحقق فعالیت‌های فرهنگی در کشور و مشارکت آن‌ها در شکل دادن به ارزش‌های جامعه
۲. عدالت در بازنمایی به معنی بازنمایی عادلانه اقوام، اقشار، سنین و جنسیت‌های مختلف در آثار گوناگون فرهنگی اعم از فیلم‌های سینمایی، تئاتر، موسیقی، مطبوعات و تولیدات رسانه‌ای نوین. در این مطالعه، مقصود از عدالت فرهنگی، همین عدالت در بازنمایی در حوزه‌های اصلی فرهنگ است.

تعاریف

بازنمایی؛ از مفاهیم رایج و پرکاربرد در مطالعات فرهنگی است. «بازنمایی، تولید معنا از طریق چهارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است. به این معنی که «معنا» از طریق نشانه‌ها، به‌ویژه زبان تولید می‌شود. زبان سازنده معنا برای اشیای مادی و رویه‌های اجتماعی است و صرفاً واسطه‌ای خنثی و بی‌طرف برای صورت‌بندی معانی و معرفت درباره جهان نیست.» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۵) حال (۲۰۰۳) استدلال می‌کنند که واقعیت به نحو معنادار وجود ندارد و بازنمایی یکی از شیوه‌های کلیدی تولید معناست. معنا صریح یا شفاف نیست و از طریق بازنمایی در گذر زمان، یکدست باقی نمی‌ماند. بی‌تردید، جهان مستقل از بازنمایی‌هایی که در آن صورت می‌گیرد، وجود دارد. لیکن معنادار شدن جهان در گرو بازنمایی آن است. «بازنمایی فرهنگی و رسانه‌ای، نه امری خنثی و بی‌طرف، که آمیخته به روابط و مناسبات قدرت جهت تولید و اشاعه معانی مرجح در جامعه در راستای تداوم و تقویت نابرابری‌های اجتماعی است.» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷:

۱۶) باید تأکید کرد که هر محصول یا تولید رسانه‌ای، به‌ویژه تولیدات رسانه‌های تصویری، اعم از خبر، مستند و حتی یک سخنرانی یا مراسم دعا و نیایش، با واقعیت آن وقایع بسیار متفاوت هستند و در واقع، در فرایند ارتباطات رسانه‌ای، رسانه اقدام به بازنمایی واقعیت می‌کند و به‌طور حتم، معنای تولیدی در این فرایند، معنای تولیدشده به‌وسیله رسانه به شمار می‌رود نه آنچه در واقعیت وجود دارد و رسانه همواره در این فرایند، خنثی و بی‌طرف نیست. برای مثال، محققان رسانه، نشان داده‌اند که اخبار هرگز نمی‌تواند آینه واقعیات باشند، بلکه باید اخبار را نتیجه انتخاب‌های کمابیش آگاهانه دانست که در تعیین آن‌ها عواملی همچون ارزش‌ها و هنجارهای ژورنالیستی و اصول رایج گردآوری خبر (شودسون، ۲۰۰۳)، ملاحظات مالی (همیلتون، ۲۰۰۴)، فناوری (پاولیک، ۲۰۰۱) و نیاز و فشار منابع خبری (مانینگ، ۲۰۰۱) نقش دارند.

عدالت در بازنمایی؛ به این معناست که آحاد گوناگون جامعه، در متن آثار فرهنگی - هنری، سهم و وزن عادلانه‌ای داشته باشند. چنانچه آحاد گوناگون جامعه اعم از زن، مرد، کودک، نوجوان، جوان، میان‌سال و سالمند، شهرستانی و تهرانی، شهری و روستایی، شمال شهری و جنوب شهری، کارگر، کارمند، دانشگاهی، کشاورز، کارآفرین، هنرمند و ورزشکار، پزشک و مهندس، روحانی و غیرروحانی، سرمایه‌دار و غیر سرمایه‌دار و... سهم متوازن و متعادلی در آثار هنری داشته باشند و به انحای مختلف در این آثار به موضوع‌های مورد علاقه، مسائل و مشکلات آن‌ها پرداخته شود، در این صورت، عدالت در بازنمایی رخ داده است. برای نمونه، اگر در فیلم‌های سینمای ایران به میزان کافی به دغدغه‌های سالمندان توجه نمی‌شود، نشان از عدم رعایت عدالت در بازنمایی است.

ضرورت و اهمیت

تصویر اقوام گوناگون و پیروان ادیان و مذاهب به رسمیت شناخته شده در قانون اساسی کشورمان، در رسانه‌های گوناگون از جمله در سینما و مطبوعات، علی‌رغم این‌که ارتقایی نسبی داشته است، همچنان کم‌رنگ است و گاه به‌طور ناخواسته، از منظر این اقوام یا پیروان ادیان و مذاهب، هنگام بروز مسائل و ضرورت‌های سیاسی نگاه ابزاری به آن‌ها شده است. به این معنی که حضور آن‌ها در اوضاع عادی در رسانه‌های کشور بسیار کم‌رنگ است، اما هنگام مناسبت‌های سیاسی خاص همچون انتخابات از حضور آن‌ها در صحنه سخن به میان می‌آید. بخشی از این ماجرا، ناشی از دسترسی راحت‌تر و آسان‌تر به جغرافیا و شهروندان مرکز یعنی تهران است، به این معنا که برای گزارشگران و خبرنگاران رسانه‌ای، از جمله مطبوعات و خبرگزاری‌ها که عمدتاً در تهران استقرار دارند، دسترسی خیلی بیشتر و راحت‌تری به نقاط مختلف شهر تهران و شهروندان آن وجود دارد یا بسیاری از سینماگران و عوامل سینمای ایران در تهران زندگی می‌کنند که طبیعتاً اگر فیلم‌های خود را در تهران تولید کنند، مشکلات و هزینه کمتری را متحمل می‌شوند. این بخشی از ماجراست و بخشی دیگر از مسئله، ناشی از عدم سیاست‌گذاری روشن و هدفمند در این زمینه است تا به تدریج شکاف میان مرکز/پیرامون رفع شود. در بازنمایی عادلانه، همهٔ احاد جامعه، با نگاهی مبتنی بر عدالت بازنمایی می‌شوند؛ تهرانی با غیر تهرانی از جهت شأن انسانی و اجتماعی تفاوتی ندارد، روستایی و شهری، هیچ‌یک بر دیگری برتری اجتماعی ندارد و هیچ‌گونه فرادستی و فرودستی بین اقوام و اقشار گوناگون جامعه دیده نمی‌شود.

عدم رعایت عدالت در بازنمایی همچون عدم رعایت عدالت فرهنگی

در توزیع امکانات و فضاهای فرهنگی، احساس تبعیض در جامعه را دامن خواهد زد؛ بنابراین پرداختن به این موضوع و برجسته کردن آن امری بسیار ضروری است، زیرا تا زمانی که این موضوع برجسته نشود و در دستور کار قرار نگیرد، هیچ برنامه و راه حلی هم برای آن تدوین نخواهد شد.

موضوع عدالت در بازنمایی به شدت با امنیت ملی نیز گره خورده است. به این معنا که؛ شهروندان متعلق به قومیت‌های گوناگون اعم از فارس، آذری، گیلک، مازندرانی، کرد، عرب، بلوچ، لر، ترکمن و دیگران و نیز پیروان مذاهب گوناگون، اعم از مسلمانان شیعه، اهل تسنن و نیز اقلیت‌های دینی غیرمسلمان مانند زرتشتی، یهودی، ارمنی، آشوری و... چنانچه از سهم متناسب و متوازی از پوشش و بازنمایی رسانه‌ای برخوردار نباشند یا در بازنمایی رسانه‌ای خود، شاهد کژبازنمایی باشند، احساس تبعیض در آن‌ها قوت خواهد گرفت. در واقع، از عناصر مؤثر در سیاست‌گذاری اجتماعی هر کشور در قبال تنوع فرهنگی و تکثر اجتماعی، بازنمایی رسانه‌ای هویت‌های متنوع است و بسته به خوانش صاحبان هویت‌های اجتماعی و فرهنگی گوناگون از بازنمایی رسانه‌ای خودشان، نتیجه بازنمایی بر انسجام اجتماعی تأثیرگذار است، چراکه این خوانش ممکن است همراه با احساس عدالت در بازنمایی یا احساس تبعیض باشد. این که در یک بافت اجتماعی، رسانه‌ها از زبان و نشانه‌های رسانه‌ای چگونه برای بازنمایی قومیت یا نژاد یا جنسیت استفاده می‌کنند، نشان‌دهنده عادلانه یا تبعیض‌آمیز بودن آن گفتمان است.

چنانچه گروه‌های دینی و قومی که در شمار کمتری قرار دارند، بازنمایی‌های رسانه‌ای از جمله سینمایی و مطبوعاتی از خود را، متناسب با شأن و جایگاه خود در منظومه ملی کشور ببینند، دچار افتراق خواهند

شد و این مسئله، از جهت امنیت ملی بسیار حائز اهمیت است. از این رو در نوشتار پیش رو با توجه به اهمیت مباحث یادشده، ضمن تعریف مفهوم عدالت در بازنمایی و نشان دادن ابعاد و اهمیت آن، برخی مصادیق عدالت در بازنمایی در حوزه سینما و رسانه‌ها (با تمرکز بر مطبوعات) تبیین می‌شود.

گفتار دوم: مبانی نظری

۱. ابعاد گوناگون عدالت

عدالت، یک معنای روشن و مسلم مورد قبول همگان ندارد. در واقع «عدالت» واژه‌ای است که تعیین مصداق عینی و خارجی برای آن دشوار است و از این رو در شمار مفاهیم بسیار ذهنی قرار می‌گیرد و این که چگونه این مفهوم وارد ساختار اندیشه و تفکر بشر شده است، جای تأمل بسیار دارد.

در حوزه عمل، در دهه‌های اخیر با گسترش ارتباطات رسانه‌ای الکترونیک و دیجیتال، بر اثر توسعه انواع فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، ارتباطات اهمیت اساسی و تعیین‌کننده‌ای در ساختار اجتماعی - سیاسی جوامع، شیوه حکمرانی، توزیع قدرت و امکانات در عرصه داخلی هر کشور و عرصه بین‌المللی یافته است، در نتیجه موضوع عدالت در این فرایند نیز، ضمن این که اهمیت چشمگیری پیدا کرده دچار تغییر شگرفی شده است. مولانا معتقد است: «همانند مفاهیم جامعه، توسعه و صلح، اندیشه عدالت نیز دچار تحول شده است. از این پس ضرورتاً عدالت از ارزش‌های اجتماعی مورد توافق بر نمی‌خیزد، بلکه از موضوع‌های میراث فرهنگی، مذهب، سنن و محیط مایه می‌گیرد. اگر استدلال‌مان این است که مفاهیم جامعه، توسعه، صلح و عدالت همگی متغیرند، پس

باید در مورد مفهوم تغییرات سیاسی- اجتماعی و بروز و ظهور آن در روندهای ملموس و ناملموس نیز چنین ادعایی داشته باشیم. اگر اطلاعات و ارتباطات، زیربنای همه روندهای توسعه، صلح و عدالت است، باید گفت که ما واقعاً وارد دوران تازه‌ای شدیم که ابدأ در گذشته امکان‌پذیری آن وجود نداشته است. به اعتقاد مولانا تغییرات شگرف اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جهان‌گستری که ما در دو دههٔ اخیر شاهد آن بودیم، در واقع، جدال افراد و جوامع برای حرکت از ارتباطات (به‌مثابه یک ابزار) به ارتباط (به‌مثابه سهم و مسئولیت)، از بی‌خویشتنی قدرت‌ها و ساختارهای اجتماعی و سیاسی غیرشخصی و مکانیکی به فراوری اجتماعی از طریق اشکال سنتی ارتباطات و تعامل انسانی بوده است.» (مولانا، ۱۳۸۴: ۱۳۳-۱۳۲)

در حوزهٔ نظری نیز انتشار کتابی دربارهٔ عدالت اجتماعی به نام «نظریهٔ عدالت» توسط فیلسوف امریکایی، جان رالز، در سال ۱۹۷۱، مباحث مربوط به عدالت را متحول کرد. از آن زمان به بعد اغلب مطالبی که در این زمینه نوشته شده است به نظریه رالز پرداخته است. یکی از مشهورترین اظهارات رالز این است که «عدالت نخستین فضیلت نهادهای اجتماعی است». این موضوعی بحث‌برانگیز است چراکه ممکن است برخی بر این باور باشند که اهدافی دیگر، اهدافی که با عدالت در تعارض‌اند، از اهمیت بیشتری برخوردارند.» (Swift, ۲۰۰۱: ۱۰)

«استربا، آرای متفاوت صاحب‌نظران در مورد عدالت را در شش گروه متمایز طبقه‌بندی کرده است؛ طبق مفهوم لیبرالیستی عدالت، آرمان سیاسی نهایی جامعه عدل، آزادی است؛ درحالی‌که بر اساس مفهوم سوسیالیستی عدالت، برابری به‌مثابه آرمان سیاسی نهایی در نظر گرفته می‌شود و لیبرال‌دموکراسی، آمیزه این دو (برابری و آزادی) را مورد

ملاحظه قرار می‌دهد. در مفهوم اجتماع‌گرایی عدالت، نفع عمومی، آرمان سیاسی نهایی فرض می‌شود و فمینیست‌ها در آرمان سیاسی نهایی خود، بر برابری حقوق زن و مرد تأکید دارند. اما فرانوگرایان، ضمن انکار روایت‌های کلان، بر این باورند که بُرد توجیه حقوق و تکالیف، محلی و محدود است و برای افرادی معین و در محیط‌هایی معین کاربرد دارد و جهان‌شمول نیست.» (پورعزت، ۱۳۸۰: ۸۷) اما فارغ از این که متفکران و صاحب‌نظران گوناگون از زوایای متعددی به موضوع عدالت پرداخته‌اند، هرگاه از عدالت اجتماعی سخن به میان می‌آید، اغلب ذهن‌ها معطوف به بعد اقتصادی عدالت می‌شود و به بعد فرهنگی آن کمتر توجه می‌شود. در واقع «در مفهوم محدود و حداقلی، عدالت اجتماعی به این می‌پردازد که چه کسی، چه چیزی در جامعه به دست می‌آورد و آیا وضع توزیع، درست یا عادلانه است.» (Dean, ۲۰۰۶: ۵۸) «در زمینه بعد اقتصادی عدالت هم اختلاف نظرها زیاد است. آیا باید ثروت‌ها را جمع کرد و دوباره به‌گونه‌ای تقسیم کرد که به همه، ثروتی برابر برسد؟ آیا باید منشأ ثروت‌های انباشته را بکاویم؟ آیا باید افراد فرصت‌های برابر داشته باشند؟ و... اما پرسش اساسی این است که آیا عدالت اجتماعی به عدالت اقتصادی محدود می‌شود یا این که گستره بحث، گسترده‌تر از این است؟» (بهشتی، ۱۳۸۳: ۱۰۷-۱۰۶)

به‌طور کلی، در ادبیات مربوط به عدالت، مفهوم عدالت را با توجه به ملاک توزیع، روش اجرا و نحوه‌ی مراد در جامعه، به عدالت توزیعی، روبه‌ای و مرادده‌ای، تفکیک کرده‌اند و برخی جنبه‌های عدالت که در ساحت زبان و در ارتباطات زبانی بین انسان‌ها تحقق پیدا می‌کند و می‌توان آن را «عدالت زبانی» نام نهاد، مطرح نبوده است.

جدول ۱: ابعاد گوناگون عدالت

منابع	معنی و مفهوم	بعد	ردیف
Rawls, 1999; Greenberg & Baron, 2000.	ایجاد شرایطی که کلیه کالاها و خدمات اجتماعی به طور عادلانه و بدون تبعیض میان کلیه افراد ذی حق جامعه شود.	عدالت توزیعی	۱
Rawls, 1999; Greenberg & Baron, 2000.	ایجاد شرایطی که با تعریف صریح قوانین، رویه‌ها و فرآورده‌های اجتماعی، امکان هرگونه سوءاستفاده از آن‌ها توسط گروه‌های قدرتمند سلب شود.	عدالت رویه‌ای	۲
Greenberg & Baron, 2000.	ایجاد شرایطی که کلیه مراودات اجتماعی بدون کمترین اجبار و تحمیل، تداعی‌کننده حرمت و احترام برابر آحاد جامعه باشد.	عدالت مراوده‌ای	۳
Pourezzat & others, 2009.	ایجاد شرایطی که همه آحاد جامعه به طور برابر و یکسان به اطلاعات مهم و ضروری دسترسی داشته باشند و هیچ‌یک به خاطر دسترسی به اطلاعات ویژه، در شرایط ممتاز قرار نگیرد.	عدالت اطلاعاتی	۴
Pourezzat & others, 2009.	ایجاد شرایطی که افراد در ابراز احساسات عادلانه خود با مانعی مواجه نشوند و حتی المقدور عقده‌ای روانی ناشی از تحقیر و خودکم‌بینی برطرف گردد.	عدالت احساسی	۵
پورعزت، با اقتباس از صحیفه سجاده	ایجاد شرایطی که هیچ‌یک از آحاد جامعه در شرایط مشاهده بی‌عدالتی از سوی دیگران قرار نگیرد.	عدالت مشاهده‌ای	۶

۲. زبان؛ بازنمایاننده واقعیت

زبان هنگامی که در رسانه‌ها به کار گرفته می‌شود، به دلیل برخورداری رسانه‌ها از بعد ارتباطی گسترده‌تری در مقایسه با ارتباطات میان فردی یا دیگر انواع ارتباطات اجتماعی مشابه، در بازتاب و انعکاس واقعیت نقش

پررنگ‌تری را ایفا می‌کند و معمولاً این نقش به خود رسانه نسبت داده می‌شود، در حالی که رسانه با به‌کارگیری زبان به شکل مطلوب خود، واقعیت‌ها، پدیده‌ها و موضوع‌های گوناگون را بازنمایی کرده است. در حقیقت، هرگونه سوگیری، اطلاعات جهت‌دار یا غلط، ظلم و تبعیض، بزرگنمایی یا کوچک‌نمایی و حتی نادیده گرفتن در رسانه‌ها در قابل هر پدیده یا موضوع یا فرد، گروه، کشور و... از این موضوع ناشی می‌شود که رسانه‌ها برای برقراری ارتباط با مخاطبان خود باید از زبان بهره بگیرند و زبان، در پرداختن به واقعیت‌ها به دلیل ویژگی‌های ذاتی‌اش، به نحو خاصی عمل می‌کند که در ادامه توضیح داده شده است. یک نکته در این میان، قابل تأمل است: «اغلب مردم تصور می‌کنند [زبان‌شناسی] و تحلیل گفتمان وجود جهان واقع را انکار می‌کند. آن‌ها می‌پرسند چرا تمرکز زیادی بر زبان صورت می‌گیرد در حالی که در جهان واقع، مردم متولد می‌شوند، به کسب مشغول‌اند و به‌وسیله رژیم‌های دیکتاتور کشته می‌شوند؟ چرا درباره این‌گونه فرایندهای جهان مطالعه نمی‌شود و صرفاً درباره زبان که یک رسانه سطحی دست دوم است، مطالعه می‌شود؟ این مقایسه بین جهان واقع و زبان، مسائل سیاسی و فلسفی جدی و ظریفی را باز می‌کند اما به‌طور مختصر در پاسخ به این که چرا [زبان‌شناسان] و تحلیل‌گران گفتمان معتقدند که باید بر ساخت و کارکرد زبان متمرکز شد، باید گفت: در خصوص رویدادها، یک دوگانه بین رویدادهای واقعی و بازنمایی‌های زبانی آن‌ها ایجاد می‌شود. البته صورت‌بندی‌هایی همچون دوگانه ذهنی/انتزاعی، خنثی یا طبیعی نیستند.» (Potter and Wetherell, 1987: 180-181) به‌طور کلی، در خصوص ارتباط زبان با واقعیت یا دنیای بیرونی، بحث‌های زیادی میان زبان‌شناسان صورت گرفته است. برای برخی از آن‌ها زبان چیزی نیست جز بازنمودی از

واقعیت که بر این اساس، تمام واقعیت‌های موجود در خارج از زبان، نشانه‌ای در زبان دارند که به واسطه آن معرفی می‌شوند. برعکس برای برخی دیگر، زبان از واقعیت‌های بیرونی کاملاً مستقل است. «در مطالعات زبانی، در مورد زبان و مصداق بیرونی آن، دو نظر وجود دارد: یکی کلمه و زبان را کاملاً منطبق با واقعیت بیرونی یا شیء می‌داند و هیچ فاصله‌ای بین کلمه و شیء قائل نیست و دیگری با در نظر گرفتن این نکته که زبان به همان میزان که قادر است چیزی را ظاهر سازد، قدرت مخفی کردن آن را هم دارد، دو خصوصیت آشکار و پنهان برای زبان در نظر می‌گیرد.» (شعیری، ۱۳۸۳: ۳۳) اعتقاد بر این است که زبان، هنگام تولید به دلیل فاصله‌ای که از دنیای مورد بحث خود می‌گیرد، دیگر نمی‌تواند خود آن دنیا باشد، بلکه بازنمودی (بازنمایی) از آن است.

۳. نظریه‌های هنجاری رسانه

با توجه به این که بخش زیادی از تولیدات فرهنگی که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بر آن‌ها نظارت دارد در زمره تولیدات رسانه‌ای به شمار می‌روند، بی‌تردید مبنای نظری مناسب برای بحث از عدالت زبانی یا بازنمایی عادلانه را می‌توان در نظریه‌های هنجاری رسانه جستجو کرد که در این نوشتار به دلیل ماهیت گزارشی آن به اختصار به مبانی نظری پرداخته شده است.

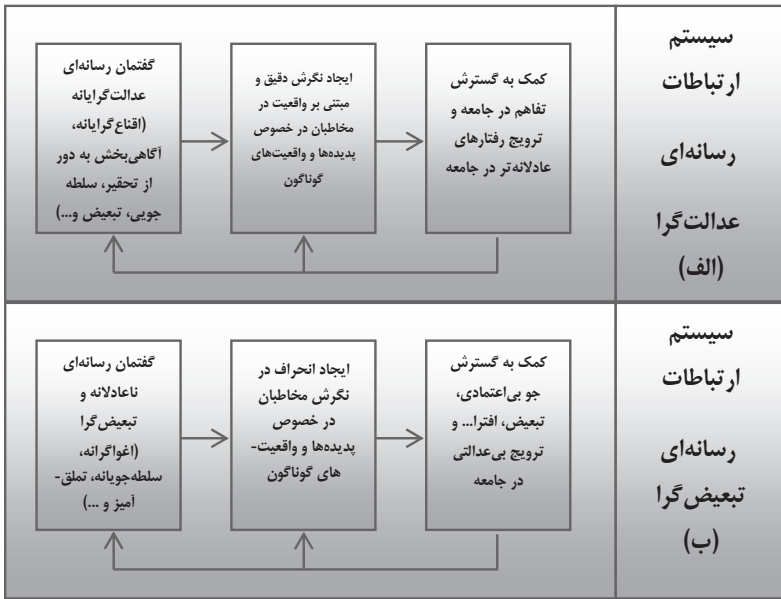
در نظریات گوناگون مربوط به ارتباطات و رسانه‌ها، سلسله‌ای از نظریات مطرح شده‌اند که به نام نظریه‌های هنجاری شناخته می‌شوند. «بر اساس نظریه‌های هنجاری، رسانه‌ها باید الزاماتی را هم در قبال جامعه خود و هم در قبال رأس جامعه یعنی ساختار قدرت و نیز در قبال مخاطبان خود رعایت کنند. این دسته از نظریات به مسائل مربوط به مقررات

و کنترل رسانه‌ها، پیگیری اهداف جامعه، فواید مورد انتظار جامعه از رسانه‌ها، این که رسانه‌ها باید برای مخاطبان به دنبال فراهم کردن چه چیزهایی باشند، می‌پردازند. نظریه‌های هنجاری، شاخص‌هایی را برای داوری درباره عملکرد رسانه‌ها در یک جامعه در اختیار قرار می‌دهند.» (McQuail, ۱۹۸۳: ۶۵) «این نظریه‌ها، به الزامات، بایدها و نبایدها و هنجارهایی که رسانه‌ها باید در مقابل جامعه، اجزاء و عناصر و نهادهای گوناگون آن رعایت کنند، می‌پردازند. «این بایدها و نبایدها برخاسته از نظام اجتماعی و فرهنگی یک جامعه است که از جمله آن‌ها می‌توانیم به قوانین مکتوب مربوط به رسانه‌ها، پاره‌های ایدئولوژی و پیش‌فرض‌های ضمنی موجود در جامعه اشاره کرد. دیدگاه‌های هنجاری رسانه برآیند مجموعه‌ای از بایدها و نبایدها در نهادهای متنوعی است که در تعادل با رسانه قرار دارند.» (ترکاشوند، ۱۳۸۹: ۲۲).

۴. گفتمان رسانه‌ای عاری از تبعیض، تحقیر و اغواء

تداول واژگان تملق‌آمیز یا تحقیرکننده یا اغواگرانه در زبان رسانه و حاکم بودن گفتمانی که بازتولیدکننده تحقیر، تملق، اغواء و... باشد، آثار بسیار مخربی بر روند توسعه عدالت اجتماعی در جامعه برجا می‌گذارد. زبان، ساخت ذهن را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ بنابراین، غالب شدن گفتمان تبعیض و تحقیر، در رسانه‌های جمعی، اذهان مخاطبان را برای پذیرش رفتارهای ظالمانه مستعد می‌سازد و آنچه بر ذهن مستولی می‌شود، در عمل خود را نشان می‌دهد، زیرا آدمی پشت زبان خویش پنهان است و نوشته افراد ترجمان ذهن آن‌هاست و افراد با سخن گفتن شناخته می‌شوند. (نهج‌البلاغه، حکمت ۲۹۳، ۳۸۴ و ۳۷۳).

نمودار ۲: مقایسه سیستم‌های زبانی رسانه‌های مبتنی بر گفتمان‌های عدالت‌گرا و تبعیض‌گرا
(برگرفته و تطبیق یافته از: Pourezzat، ۲۰۰۹)



همان‌طور که در نمودار ۲ ملاحظه می‌شود، سیستم ارتباطات رسانه‌ای الف؛ به گسترش تفاهم و ترویج رفتارهای عادلانه‌تر در جامعه کمک می‌کند، در حالی که سیستم ارتباطات رسانه‌ای ب؛ موجب ظلم، ستم و تبعیض است. «برای مثال، تداول واژگانی چون اشراف‌زاده، نجیب‌زاده، خان، پرنس، سلطان، اعلی‌حضرت، صاحب، ارباب و نظایر آن و همچنین تداول واژگانی چون غلام، برده، کنیز و انواع و اقسام توهین‌ها و فحاشی‌ها و رواج آن‌ها در زبان عامه مردم، فرهنگ جامعه را مستعد پذیرش تحقیر و رواج تبعیض و پذیرش ظلم و همزیستی با آن می‌سازد. در حالی که میرا بودن زبان از این‌گونه واژگان تملق‌بار یا تبعیض‌آمیز و تحقیرکننده و اصرار

مردم بر اجتناب از آن‌ها، بر ظرفیت توسعه عدالت زبانی و به تبع آن، ابراز رفتارهای عادلانه و توسعه عدالت اجتماعی می‌افزاید.

وجود برخی ساخته‌های ادبی و تداول آن‌ها در زبان عامه، موجب عدالت‌گستری می‌شود. جملاتی نظیر این جمله که «فقط امتی پاکیزه است که در آن حق زیر دست بدون لکنت زبان از فرادست بازستانده شود.» (نهج‌البلاغه، نامه ۵۳) و باور به آن، ساخت اجتماعی ویژه و گفتمان‌هایی را ایجاد می‌کند که ظلم کردن در آن بسیار دشوار خواهد شد. این مفهوم که پیش‌از این با تأکید بر ضرورت مبرا بودن زبان از واژگان تبعیض‌آمیز به صورت سلبی مطرح شده بود، در اینجا به صورت ایجابی با تأکید بر ضرورت تجهیز زبان به آموخته‌ها و گزاره‌های عدالت‌گرایانه مطرح می‌شود. (Pourezzat, ۲۰۰۹)

۵. ارتباطات مبتنی بر عدالت زبانی: اقناع در مقابل اغواء

در فرایند ارتباطات جمعی، دو رویکرد ممکن است در پیش گرفته شود؛ ارتباطات اقناعی یا اغواگرانه. به طور قطع، ارتباطات مبتنی بر اقناع و در جهت اقناع مخاطبان، با عدالت سازگار است و می‌توان از مهم‌ترین شاخص‌های رعایت عدالت زبانی در یک رسانه، به کارگیری زبان اقناع‌گرایانه و نه اغواء‌گرایانه دانست. «ارتباطات اقناع‌محور، تلاش در جهت متقاعد کردن مخاطب است و در مقابل، اغواء تلاش برای واداشتن دیگران به انجام دادن کارها است به گونه‌ای که گویی بر اساس تمایل خود انجام داده‌اند، در حالی که در واقع، بر اساس تحریک عوامل بیرونی دست به اقدام زده‌اند. حداقل مقدمه و پیش‌شرط اغواء، تلون یا به عبارت بهتر، مدهانه به وسیله تلون است. به این معنی که مخاطب را در شرایطی قرار دادن که خود را و چیزها را از زاویه در ظاهر مقبول‌تر دیگری نگاه

کند که البته مستلزم تغییر دیدگاه است. در حالی که ساز و کارهای اقناع و متقاعدسازی، عمدتاً در راستای خطوط استدلالی اثر می‌کنند، در مقابل، اغواء به جای تکیه بر حقیقت یا اعتبار استدلال‌ها، بیشتر از ظاهر واقعیت و اعتماد‌پذیری ظاهری اغواکننده بهره می‌گیرد. در ارتباط اغوایی، تلاش در جهت سوءاستفاده از رابطه‌ای که بین گوینده و مخاطب ایجاد شده یا قرار است ایجاد شود، صورت می‌گیرد.

در واقع، واژگان این ظرفیت را دارند که به‌مثابه ابزار قدرت و فریب استفاده شوند، اما هرگز نباید خود واژگان را شر یا مسموم دانست. مسئولیت هرگونه آسیبی که بر اثر استفاده از برخی ابزارهای بیان پدید می‌آید، به عهده خود کاربران زبان است، کسانی که قادر به تغییر دادن واقعیت نیستند، تلاش می‌کنند از طریق راهبردهای تفسیری، دریافت فهم و تشخیص مخاطبان خود از واقعیت را تغییر دهند. واقعیت را نمی‌توان با توصیف آن تغییر داد، بلکه نگاه مخاطب به واقعیت و تفسیر او را می‌توان با ابزارهای ارتباطی کنترل کرد.» (Sornig, ۱۹۸۹: ۹۶)

نقش واژگان و پاره‌گفتارهای زبان‌شناختی، حتی در جنگ‌های بین کشورهای مختلف، بسیار حائز اهمیت است: «کاربرد سانسور و نیز پروپاگاندا از رایج‌ترین کاربردهای پاره‌گفتارها و واژگان در جنگ‌ها، ایجاد آمادگی برای جنگ‌ها نیز در دوران صلح بوده است؛ بسته به این که پاره‌گفتارها باعث ایجاد یاس و ناامیدی یا شور حماسی یا ترس و وحشت شده‌اند، در فرایندهای مذکور، تأثیرگذار بوده‌اند. یکی از لوازم دستیابی به تأثیرات گسترده در به‌کارگیری واژگان در پروپاگاندا در سطح گسترده، ظهور رسانه‌های جمعی در اواخر قرن نوزدهم بود. استفاده از پروپاگاندا در قالب واژگان و تصاویر در طول جنگ جهانی اول، در آثار زیادی در این باره به‌دقت مستند شده است. مقایسه بین انگلیس و رایش آلمان نشان

می‌دهد که پروپاگانداى داخلی در انگلیس، بسیار اثربخش‌تر از پروپاگاندا در آلمان بود. دولت انگلیس توانست از طریق استفاده از اخبار اثربخش از جبهه، مردم را در خصوص اهداف خود در جنگ اقناع کند.» (Brekele, ۱۹۸۹: ۸۳) باید توجه داشت که موارد یاد شده، نمونه‌هایی از کاربرد زبان به شمار می‌آیند و بحث از عدالت زبانی، بسیار فراتر از صرف به کار نرفتن واژگان تبعیض‌آلود یا جملات ناعادلانه در ارتباطات رسانه‌ای است. در واقع، در صورتی که ساخت زبانی رسانه بر مبنای عدالت باشد، می‌توان از تحقق عدالت زبانی در رسانه سخن به میان آورد.

گفتار سوم: ابعاد موضوع در حوزه فرهنگ با تمرکز بر رسانه

۱. زبان رسانه و سوگیری

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد بازنمایی رسانه‌ای، همواره در بطن خود نوعی سوگیری دارد و هیچ‌گاه با واقعیت پدیده‌ها مطابقت ندارد. در حقیقت، این خنثی نبودن بازنمایی رسانه‌ای، ناشی از خنثی نبودن زبان است یا بهتر است بگوییم به علت بهره‌گیری رسانه از زبان، چنین پدیده‌ای حادث می‌شود. محققان زبان‌شناس همواره با قاطعیت می‌گویند: زبان، هرگز خنثی و شفاف نیست. «فردریش معتقد است که زبان را می‌توان به‌طور راهبردی برای شکل دادن به ماهیت واقعیت و تعریف آن نیز به کار برد. در حقیقت می‌شود گفت زبان همواره بر تعریف بافت تأثیر می‌گذارد، حتی اگر زبان تنها برای حفظ بافت در وضعیت موجودش استفاده شود. از این‌رو صورت‌الفاظی که از دهان گوینده بیرون می‌آید، نمی‌تواند رابطه‌ای کاملاً دل‌خواهی با بافت داشته باشد - این دو، زبان را تعریف می‌کنند و زبان نیز آن دو را تعریف می‌کند و این رابطه پویا و بر اساس تأثیر متقابل است.» (نیومایر، ۱۳۸۶: ۲۲۷) در

مجموع، زبان‌شناسان بر این باورند که زبان، آن واسطه امینی نیست که معمولاً به کار انتقال مفاهیم از ذهنی به ذهن دیگر می‌پردازد و هیچ دخل و تصرفی در این میان ندارد. این موضوع یعنی نقش زبان در دخل و تصرف واقعیات، هم در سطح ارتباطات میان فردی و هم در سطح ارتباطات جمعی یا رسانه‌ای رخ می‌دهد و محققان زبان‌شناسی اجتماعی بر این موضوع تمرکز زیادی داشته‌اند. «یکی از مهم‌ترین و جالب‌ترین جنبه‌های قدرت بالقوه از منظر زبان‌شناختی، چگونگی پوشش و توصیف رویدادها و انسان‌ها است. از اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی، زبان‌شناسان به رابطه بین نحوه انعکاس بیان یک موضوع و آنچه این نحوه بیان، از رویکرد و خاستگاه خود نشان می‌دهد، علاقه‌مندند.» (Lee, ۱۹۹۲; Simpson, ۱۹۹۳; Montgomery, ۱۹۹۶) این سطح از کاربرد زبان، بازنمایی زبان‌شناختی نامیده می‌شود. در اینجا نمونه‌هایی از برخی ساختارهای زبانی را ذکر می‌کنیم که می‌توانند بر چگونگی بازنمایی رویدادها و در نتیجه تولید نسخه‌ها و چشم‌اندازهای متفاوت از یکی رویداد مؤثر باشند.

ترجیح یک واژه بر واژه دیگر یا یک نوع فعل بر فعلی دیگر یا نحوه ترکیب عناصر جملات با واژگانی همچون «پس از» و «در پی» همواره بر نحوه انتقال و بیان یک موضوع و نیز تفسیر رویدادها تأثیر می‌گذارد. (Thomas and Wareing, Ibid: ۴۶-۴۸)

زبان اگرچه به‌طور صددرصد با واقعیت تطابق ندارد، اما بازنمایی یا بازنمود آن است. «از این‌رو، زبان به‌مثابه مجرای تولید و توزیع معنا، نقش مهمی در هرگونه صورت‌بندی اجتماعی و فرهنگی دارد. به سبب اهمیت زبان در فرآیند بازنمایی است که کنترل و نظارت بر عقاید و رفتارهای دیگران، از طریق ساختن و شکل‌دادن معنا میسر می‌گردد و در این میان،

زبان، رسانه و واسطه ممتازی است که معنا از طریق آن تولید و انتقال می‌یابد. اگر معنا نتیجه‌ی قراردادهای زبانی، فرهنگی و اجتماعی و نه چیز ثابتی در طبیعت است، در آن صورت معنا را هرگز نمی‌توان ثابت و قطعی فرض کرد؛ یعنی معنا در ذات چیزها وجود ندارد، بلکه معنا ساخته و تولید می‌شود، معنا حاصل و نتیجه یک‌رویه دلالت است.» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۶: ۲۲) به‌طور خلاصه می‌توان گفت: به‌کارگیری زبان در ساحت رسانه، می‌تواند در جهت هدایت افکار عمومی یا انحراف آن به کار گرفته شود، چراکه این زبان است که می‌تواند بازنمایاننده حقایق باشد یا حقایق را وارونه نماید و آن را واقع‌نما ارائه کند.

زبان رسانه، زبانی مصنوع و ساختگی است یعنی با دخل و تصرف و اراده انسان پدید آمده و هرگونه دخل و تصرف در آن با دخل و تصرف در زبان‌های طبیعی متفاوت است. از این‌رو، می‌توان با خط‌مشی‌گذاری محتوای زبانی در سطح عالی به معنی تعیین راهبردهای محتوای زبانی و در سطح عملیاتی یعنی تعیین این خط‌مشی‌ها در حوزه تولید محتوای رسانه‌ها برنامه برای نیروهای عملیاتی، به‌تدریج زمینه حاکم شدن هنجارهای زبانی مبتنی بر عدالت در رسانه‌ها را فراهم کرد. عاری ساختن ساخت زبان رسانه از هرگونه ظلم و تبعیض و در مقابل توسعه عدالت‌گرایی و عدالت‌محوری در آن، به‌تدریج به تطهیر و پالایش زبان جامعه و آحاد آن در جهت عدالت، می‌انجامد. محقق شدن چنین رویه ارتباطی در قبال مخاطبان، احساس عادلانه بودن زبان یک رسانه، به معنی عاری بودن از تبعیض، تحقیر، افترا، فریب و... را در مخاطبان ایجاد خواهد کرد و در بلندمدت، باعث افزایش اعتبار رسانه به‌مثابه منبع اطلاعات و آگاهی نزد مخاطبان خود خواهد شد. از طرف دیگر حاکم شدن گفتمان عدالت بر رسانه و شکل‌گیری ساخت زبانی عدالت‌محور در رسانه به‌تدریج نگرش

مخاطبان رسانه‌ها را به موضوع‌ها و پدیده‌های گوناگون، بر این مبنا شکل داده و باعث تغییر ادبیات و واژگان مورد استعمال در جامعه و در حقیقت شکل‌گیری گفتمان‌های جدیدی بر مبنای عدالت خواهد شد که عرصه و زمینه را برای ظلم و تبعیض در جامعه تنگ خواهد کرد. لازم به ذکر است که نمی‌توان با رویکردی آرمان‌گرایانه انتظار داشت ساخت زبان طبیعی جامعه از هرگونه ظلم و تبعیض مبرا باشد، اما می‌توان با ابزار رسانه در بلندمدت برای تغییر زبانی جامعه در جهت عدالت گام برداشت، چراکه ساخت زبانی عدالت‌بنیان رسانه به تدریج نگرش‌های مخاطبان را به موضوع‌ها و پدیده‌های گوناگون تغییر داده و باعث تغییر ادبیات جامعه در خصوص آن‌ها خواهد شد.

۲. گفتمان تبعیض در رسانه‌ها

از مواردی که می‌توان عدالت زبانی یا تبعیض زبانی در رسانه را در خصوص آن بحث کرد، نژاد، قومیت و جنسیت است. این‌که در یک بافت، رسانه‌ها از زبان چگونه برای بازنمایی قومیت یا نژاد یا جنسیت استفاده می‌کنند، نشان‌دهنده عادلانه یا تبعیض‌آمیز بودن آن گفتمان است. در بحث درباره گروه‌های قومی یا نژادی اغلب دو مفهوم به کار می‌روند؛ «اکثریت نژادی» و «اقلیت نژادی». اکثریت نژادی یا قومی، معمولاً به گروه‌هایی نژادی یا قومی اشاره دارد که قدرت اجتماعی و سیاسی را در کشور به دست دارند و اقلیت به گروه‌هایی گفته می‌شود که قدرت کمی دارند یا قدرت ندارند. اکثریت قومی از گروهی فرهنگی تشکیل شده است که در شکل‌دهی به زیرساخت‌های کشور همچون نظام حکومتی و آموزشی آن، نقش اصلی را ایفا کرده است. همچنین تعلقات فرهنگی اکثریت قومی (برای مثال اعتقادات دینی و زبان آن) در اولویت قرار می‌گیرد و غالب می‌شود چون

این گروه، قدرت اعمال آن‌ها را از طریق نهادهایی که تأسیس می‌کند، دارد. از این‌رو، مردم، چیزهایی را که بر اساس باورهای اکثریت قومی شکل یافته‌اند، به‌مثابه هنجار می‌پذیرند و هر چیز دیگری، خلاف قاعده محسوب می‌شود؛ بنابراین، «قومی» و «قومیت»، اغلب برای اشاره به هر چیز که جزو فرهنگ غالب نیستند، به کار می‌روند.

در بسیاری از موارد، اکثریت قومی، بخش عمده‌ای جمعیت کشور و اقلیت قومی بخشی کوچک‌تر آن را تشکیل می‌دهد. اما لازم به یادآوری است که یک گروه صرفاً به لحاظ برخورداری از اکثریت جمعیتی، ضرورتاً از قدرت سیاسی و اجتماعی هم برخوردار نخواهد بود. برای مثال، در قرون شانزدهم تا نوزدهم، بسیاری از قدرت‌های اروپایی، جزایر هند غربی را در استعمار داشتند. کشتزارهایی را به‌وسیله بردگان وارد شده از آفریقا در این منطقه ایجاد کردند. هر جزیره، مزارع بزرگی داشت که در اختیار یک زارع اروپایی بود که اغلب چند نفر از بستگان درجه اول او و حدود ۶۰-۵۰ برده هم در کنارش زندگی می‌کردند؛ بنابراین در بیشتر جزیره‌ها، تعداد بردگان آفریقایی عملاً بیشتر از اربابان اروپایی آن‌ها بود. برای مثال، تخمین زده شده است که در سال ۱۶۸۴ در باربادوس (Barbados) یک جزیره مستعمره انگلیس، ۱۹۵۰۸ انگلیسی در کنار ۶۲۱۳۶ برده آفریقایی زندگی می‌کردند (Watts, ۱۹۸۷). باین‌حال، این گروه بزرگ بردگان، قدرت عملی چندانی نداشت و از کمترین حقوق انسانی و اجتماعی برخوردار بود. در واقع آن‌ها به لحاظ اجتماعی، سیاسی و نژادی در اقلیت بودند.

یکی از چیزهایی که از این مثال می‌توان فهمید این است که تفاوت‌های فرهنگی و تاریخی بین دو نژاد یا قومیت را می‌توان از طریق اصطلاحات مربوط به تفاوت‌های نژاد یا ملیت ابراز کرد. اروپایی‌ها و آفریقایی‌ها از

یکدیگر متمایز بودند. نه تنها از لحاظ منطقه جغرافیایی، اعتقادات دینی، منش‌های فرهنگی‌شان و زبانی که صحبت می‌کردند، بلکه از جهت ویژگی‌های نژادی‌شان نیز متمایز بودند؛ بنابراین امکان برچسب‌گذاری اکثریت نژادی با عنوان «سفید»، «اروپایی»، «اروپایی سفید» و نیز اقلیت نژادی با عنوان «سیاه»، «آفریقایی» و «آفریقایی سیاه» وجود داشت.

همچنین بر اثر هنجار شدن باورها و ارزش‌های اکثریت قومی، هر چیزی که با هنجار، تطابق نداشته باشد، متفاوت یا فرعی و حاشیه‌ای تلقی می‌شود. این موضوع در خصوص برچسب‌گذاری قومی نیز صادق است. اکثریت قومی، گروه‌های اقلیت را به نحوی نام‌گذاری و برچسب‌گذاری می‌کند که گروه‌های اقلیت در جایگاه غریبه‌ها و بیگانگان قرار گیرند. به‌علاوه چون این برچسب‌گذاری ریشه در وضعیت گروه مسلط دارد، به‌راحتی رواج پیدا می‌کنند. (Thomas and Wareing, Ibid: ۷۶-۷۷)

به‌کارگیری واژگانی چون «ما» و «آن‌ها» به‌منظور اشاره به اکثریت و اقلیت، در رسانه‌ها به‌ویژه در کشورهایمانند آمریکا که اقلیت‌های نژادی رنگین‌پوست در آن‌ها جمعیت انبوهی را تشکیل می‌دهند، بسیار رایج است. در پرداختن به این اقلیت‌ها، علاوه بر واژگان یادشده، بسیاری اوقات، هویت قومی اکثریت نامرئی می‌شود (چون طبیعی است) اما هویت دیگران، نشان‌دار و برجسته می‌شود. در مثال‌های ذیل، نمونه‌هایی از اکثریت نامرئی و اقلیت نامرئی و اقلیت نشان‌دار را می‌توان در مطبوعات انگلیس و آمریکا دید:

رئیس‌جمهور بیل کلینتون، رابطه جنسی کلامی با کارآموز مونیکا لوینسکی را که ۳۷ بار با او دیدار داشته و نیز نقض قسم خود برای دروغ نگفتن در این باره را رد کرده است. او مدعی است مونیکا دوست «بتی کوری» (Betty Currie)، منشی سیاه‌پوست او است.

سرانجام، ۲۳ ماه پس از قتل، یک سیاه‌پوست ۲۱ ساله اهل میشیگان به هم‌سلولی‌اش گفت: من سال مینئو (Sal Mineo) را کشتم. (National Enquirer ۱۹۹۸،)

از پنج نفر ذکرشده در این دو مثال، فقط نژاد دو نفر مشخص شده است: منشی سیاه‌پوست و هم‌سلولی سیاه‌پوست. سفیدپوست بودن سه نفر دیگر، نشان‌دار نیست، چراکه آن‌ها طبیعی هستند و ماهیت خارجی گروه اقلیت سیاه با استفاده از دال یا برجستگی که بر تفاوت‌های آن‌ها با نژاد غالب تأکید می‌کند، در بافتی نامربوط متمایز شده است. هنگامی که دال‌ها یا برجستگی‌های نژادی، نگرش‌های منفی گوینده را رمزگذاری و منتقل می‌کنند، تأثیر استفاده از آن‌ها در این بافت‌های نشان‌دار، گسترده و عمیق خواهد بود. به همین ترتیب، هنگامی که نژاد یک گروه، به‌طور پیوسته نشان‌دار می‌شود، آن‌گونه که در مثال‌های ذکرشده دیدیم، اگر معنی تکرار شده، ایجابی نباشد، کلیشه‌های نژادی منفی، تداوم پیدا می‌کنند و پایدار می‌شوند. برای مثال، اندرسن Andersen (۱۹۸۸) تبیین کرده است که چگونه «سیاه» اغلب با موضوع‌هایی منفی همچون نفرت، درگیری و شورش ارتباط داده می‌شود و ون‌دایک (۱۹۹۳) نشان داده است که چگونه موضوع‌هایی منفی همچون جرم بیش‌ازحد قومیت زده (ethniscise) شده‌اند. درحالی‌که در موضوع‌های مثبت، بر هویت قومی چندان تمرکز نمی‌شود و از این موضوع‌ها، قومیت‌زدایی (deethniscise) می‌شود. در این نامه خطاب به مطبوعات انگلیس، موضوع مذکور نشان داده شده است:

در این نوشتار، به بررسی تأثیر بازنمایی‌هایی زبانی بر ادراک ما از پدیده‌های مختلف به‌ویژه در بافت رسانه پرداخته‌ایم. اما زبان می‌تواند در بازنمایی زنان و مردان نیز مبتنی بر عدالت یا عادلانه باشد یا در مقابل تبعیض‌گرایانه و جنسیت‌محور. منظور از جنس و جنسیت چیست؟

«جنسیت (sex) به طبقه‌بندی زیست‌شناختی اشاره دارد که معمولاً قبل از تولد، محقق می‌شود. جنس (gender) به طبقه‌بندی اجتماعی اشاره دارد که با رفتار خاصی در ارتباط است.

جنسیت‌گرایی (sexism) چیست؟ زبان جنسیت‌گرا، زنان و مردان را به‌طور نابرابر بازنمایی می‌کند، گویی که افراد یک جنسیت تا حدودی از لحاظ انسانی ناقص‌ترند و پیچیدگی کمتری دارند و در مقایسه با جنسیت دیگر حقوق کمتری دارند. زبان جنسیت‌گرا همچنین در بردارنده کلیشه‌هایی درباره‌ی زنان و مردان است. گاهی اوقات به زبان مردان ولی اغلب به زبان زنان. در خصوص این‌که زبان می‌تواند واقعاً به زبان مردان جنسیت‌گرا باشد، یا این‌که فقط به زبان زنان، جنسیت‌گراست، بحث وجود دارد. روشن است که زبان می‌تواند مردان را از لحاظ میزان پیچیدگی و جایگاه انسانی یا استحقاق برخی حقوق، در مرتبه‌ای پایین‌تر از زنان قرار دهد. اما این نوع بازنمایی مردان به جنسیت‌گرایی زبان بر می‌گردد یا به توزیع قدرت در جامعه بستگی دارد، جای بحث دارد. در مجموع، در بسیاری از جوامع، مردان، جایگاه‌های بالاتری را در مقایسه با زنان اشغال کرده‌اند. مردان همچنان از دارایی و اموال بیشتری برخوردارند و در مقایسه با زنان درآمد بیشتری دارند. هنوز بیشتر سیاستمداران، مدیران سازمان‌ها، قضات، اساتید، جراحان و کارگردانان مرد هستند. این موضوع، محل بحث است که آیا استفاده از زبان برای فروکاهیدن جایگاه مردان همان اثر را دارد که از زبان برای این منظور استفاده می‌شود، چراکه روابط قدرت تشکیل‌دهنده زیربنای استفاده از زبان، برای مردان و زنان، متفاوت است.» (Thomas and et al, ۲۰۰۴: ۷۶-۷۷) یکی از نمونه‌های بارز تبعیض‌گرایی جنسیتی در زبان رسانه‌ها، نشان‌دار بودن واژگان است. بسیاری از اوقات، واژگان به‌صورت ملموسی به نفع مردان و به زبان زنان نشان‌دار هستند. «برای مثال در صحبت از جراح،

پزشک یا استاد دانشگاه، به نحوی واژگان به کار می‌روند گویی این واژگان در اصل برای جنس خاصی وضع شده‌اند و اگر برای جنس دیگر به کار روند باید به صورت نشان‌دار باشد. واژگانی مانند یک پزشک خانم، یک استاد زن یا جراح زن تلویحاً بیان می‌کنند که اصل بر مرد بودن در این مشاغل است و یک پرستار مرد تلویحاً حاکی از این است که اصل بر زن بودن پرستاران است. لازم به ذکر است که اغلب پرستاری به لحاظ شغلی در جایگاه پایین‌تر از دیگر مشاغل یاد شده دانسته می‌شوند، بنابراین می‌توان تفسیر کرد که این‌ها حاکی از جنسیت‌گرایی زبان [رسانه‌ها] هستند و بر این اساس، مردان در جایگاه طبیعی یا بالاتر هستند.» (۷۹:ibid).

گفتار چهارم: تحلیل وضعیت عدالت زبانی در رسانه‌ها

۱. عدالت رسانه‌ای

رسانه‌ها به‌عنوان بخش مهمی از نظام فرهنگی جامعه از زبان برای برقراری ارتباط با مخاطبان بهره می‌گیرند. زبانی که مخصوص رسانه‌ها است؛ زبان رسانه و این زبان، زبانی عادی نیست، زبانی ویژه فضای رسانه است که در زمینه آن پدید آمده و در فضای آن معنا دارد. بنابراین، زبان رسانه را نمی‌توان به‌سادگی، در زمره زبان‌های طبیعی قرار داد و می‌توان آن را در زمره زبان‌های ساختگی گنجانند. «زبان یا زبان طبیعی، همان زبانی است که بر تولد انسان مقدم است، قبل از تولد او وجود دارد و بعد از مرگ او نیز وجود خواهد داشت. انسان پس از تولد و ادامه حیات در جامعه، زبان موجود در آن جامعه را فرا می‌گیرد، بدون این که آن را تغییر دهد. به همین دلیل است که زبان‌شناسان، زبان طبیعی را سازمان نظام‌دار ذاتی‌ای می‌دانند که بر همه افرادی که به آن زبان صحبت می‌کنند، مقدم است و حاکمیت دارد. در همین جاست که زبان طبیعی

در مقابل زبان ساختگی قرار می‌گیرد. زبان ساختگی، زبانی است که انسان در شکل‌گیری آن، نقش اولیه را عهده‌دار است. انسان، علاوه بر این‌که چنین زبانی را می‌سازد، تسلط خود را نیز بر آن حفظ می‌کند و هر طور که صلاح بداند در آن دخل و تصرف می‌کند و آن را تغییر می‌دهد.» (شعیری، ۱۳۸۱: ۲۱) وسایل ارتباط جمعی، مرتباً واژه‌های جدیدی را همراه با معناهایشان به ما معرفی یا معانی قدیمی کلمات را عوض می‌کنند. رسانه‌ها پیوسته در توصیف واقعیت‌های جهان و نیز به‌منظور جهت‌دهی به افکار عمومی در خصوص پدیده‌ها و موضوع‌های گوناگون اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و... بر اساس معیارهایی نوشته یا ننوشته که از سیاست‌ها، راهبردها، منافع و به‌طور کلی، نظام فکری حاکم بر آن‌ها نشأت می‌گیرد، واژگان، اصطلاحات، مفاهیم و عباراتی را به کار می‌برند تا به اهداف خود دست یابند.

برای مثال، گزینشگری رسانه‌ها در انتخاب و انتساب واژگانی مانند انقلابی، شورشی، مبارز راه آزادی یا اغتشاشگر در توصیف گروهی از افراد یا برای مثال، به‌کارگیری واژگان مسئله، بحران، خطر یا تهدید برای برنامه هسته‌ای کشورمان، حاکی از این است که رسانه‌ها آزادانه از زبان برای توصیف پدیده‌ها و واقعیات، به گونه مورد نظر خود استفاده می‌کنند و هر نوع گزینشگری در استفاده از واژگان، پیامدها و نتایج متفاوتی در پی دارد و نگرش‌های متفاوتی را در افکار عمومی در خصوص یک پدیده یا واقعیت ایجاد می‌کند؛ بنابراین، عدالت در به‌کارگیری زبان ضرورت می‌یابد که رعایت آن مستلزم بذل توجه عمیق به مضامین تبعیض‌آمیز رایج در زبان و تلاش برای رفع آن‌هاست. اصلاح قالب‌های کلامی و به‌کارگیری تعابیر دقیق، احترام‌آمیز، منصفانه و مبتنی بر عدالت در قبال مردم و در خطاب به آن‌ها و توسعه آگاهی‌های عمومی درباره اهمیت

اصلاح این‌گونه مراودات و پیامدهای آن در بستر رسانه و از طریق ابزار قدرتمند رسانه، هدفی است که دغدغه بحث حاضر است. باید توجه داشت که هرگونه پویایی زبانی در جامعه، ریشه در خط‌مشی‌های زبانی دارد؛ بنابراین، دغدغه یادشده، به‌جز از طریق تدوین خط‌مشی‌های ضروری برای این نوع ارتباطات رسانه‌ای مبتنی بر عدالت که در آن مدل عمل رسانه در به‌کارگیری زبان، اعم از واژگان، مفاهیم، اصطلاحات، عناوین، خطاب‌ها، گزاره‌های خبری، استفهامی و... بر مبنای عدالت تنظیم شده باشد، امکان‌پذیر نیست.

در خصوص رابطه بین رسانه‌ها و از جمله مطبوعات و سینما با عدالت، دو رویکرد اصلی به نسبت عدالت و رسانه در یک جامعه وجود دارد:

۱. **عدالت در رسانه؛** به این معنا که رسانه‌ها بتوانند به ابعاد گوناگون عدالت شامل عدالت توزیعی، رویه‌ای، مراوده‌ای، اطلاعاتی و... در جامعه پردازند و چگونگی یا میزان تحقق هر یک از این ابعاد عدالت را در قالب‌ها یا گونه‌های گوناگون تولید محتوای رسانه‌ای با مخاطبان خود در میان بگذارند. برای مثال، اگر مطبوعات، تمرکز ویژه‌ای بر موضوع هدفمندی یارانه‌ها و نحوه توزیع یارانه‌ها در میان خانوارهای ایرانی پیدا می‌کنند و جنبه‌های گوناگون رعایت عدالت در این زمینه را بررسی می‌کنند، این موضوع نمایانگر تمرکز مطبوعات بر یکی از مباحث مرتبط با عدالت توزیعی در ایران است. در حقیقت، در این رویکرد به رابطه رسانه و عدالت، رسانه‌ها به آگاهی‌بخشی مخاطبان خود در خصوص رعایت یا عدم رعایت عدالت از جانب دیگر نهادهای جامعه در قبال مردم می‌پردازند.

۲. **عدالت رسانه‌ای؛** به این معناست که رسانه‌ها در ایفای کارکردهای مختلف خود به عدالت پایبند باشند. برای مثال، در ایفای کارکرد خبری خود، آیا ارزش‌های خبری و دروازه‌بانی در خبر بر اساس عدالت است یا

عوامل دیگری تعیین‌کننده است؟ آیا منافع قدرتمندان و صاحبان نفوذ، ملاک پرداختن به سوژه‌های خبری است یا عدالت؟ به نظر می‌رسد در این رویکرد، لزوماً شهرت، عامل تعیین‌کننده‌ای به‌عنوان ارزش خبری به شمار نمی‌رود. آیا یک رسانه در کارکرد ایجاد فرح و انبساط در مخاطبان (مشهور به کارکرد سرگرم‌سازی)، به دنبال ایجاد غفلت است یا رشد مخاطبان؟ آیا میزان پوشش رسانه‌ای هر یک از موضوع‌های مربوط به جامعه یا سهم هر یک از کارکردهای مختلف رسانه، بر اساس نظم و توازن (عدالت) است؟ برای مثال، آیا هنگامی که نیازهای معیشتی مردم، با مشکلات و مسائلی جدی روبه‌رو است، تمرکز کمتر مطبوعات بر این موضوع و پررنگ کردن مسائلی حاشیه‌ای مانند پرداختن به زندگی مشاهیر فوتبال یا سینما و تلویزیون، با عدالت رسانه‌ای سازگار است؟

۲. عدالت زبانی در مطبوعات

اغلب به دو رویکرد یادشده در خصوص رابطه رسانه و عدالت، توجه شده و بعد دیگری که حائز اهمیت زیادی است و کمتر مورد توجه محققان و صاحب‌نظران بوده، عدالت زبانی در رسانه‌ها و در بحث حاضر، مشخصاً در مطبوعات است.

هرگاه زبان به‌حق گشوده شود و اندیشه به‌قصد اقامه عدل به کار رود، عمل اصلاح می‌گردد، زیرا آدمی در پشت زبان خویش، پنهان است. زبانی که بر اساس نیازهای روزمره شکل می‌گیرد و مصالح ساخت اندیشه‌های معطوف به آینده را شکل می‌دهد. اندیشه‌هایی که در جریان گذر قرن‌ها در قالب نظریه‌ها تکامل می‌یابند تا شاید در آینده مبنای ساخت جامعه‌ای بی‌عیب و نقص باشند. (پورعزت، ۱۳۸۷: ۹، بر اساس نهج البلاغه).

گویا ارتباطی دیالکتیکی بین زبان و جامعه مشاهده می‌شود که در اصل، این ارتباط دیالکتیکی بین جامعه و فرهنگ برقرار است و زبان نیز به‌منزله‌ی یکی از اجزاء فرهنگ، متأثر از این ارتباط دیالکتیکی است.

همواره در ادبیات رسانه‌ها به‌ویژه مطبوعات بر رعایت اصول بی‌طرفی و انصاف تأکید شده است. خصوصاً در پوشش اخبار و انتقال و گزارش رویدادها «یکی از صفات اصلی خبرنگاران، رعایت اصول بی‌طرفی دانسته می‌شود. تأکید می‌شود که روزنامه‌نگار باید در موقع تهیه خبر و مطلب، ملاحظات، اغراض شخصی و احیاناً دوستی‌های خویش را کنار بگذارد و خبر را «به‌طور عینی» تهیه نماید. رعایت اصول بی‌طرفی، نویسندگان مطبوعات را موظف می‌سازد که در موقع نگارش از قضاوت درباره‌ی واقعه بپرهیزند و نظری له یا علیه کسی اظهار نکنند.» (معتدمنژاد، ۱۳۸۲: ۱۴۲)

باید توجه داشت که این دستورالعمل‌ها و توصیه‌ها ناشی از این واقعیت است که مطبوعات، عمدتاً با واژگان و عبارات سروکار دارند و «هر رسانه‌ای در ساخت متن رسانه‌ای خود از کلمات، جملات، اصطلاحات و نیز چینش خاصی بهره می‌گیرد. حتی در طراحی تاکتیک‌ها و فراتاکتیک‌های خبری که در بحران‌های سیاسی نقش اول را ایفا می‌کنند، محل مانور استراتژیست‌های خبری و رسانه‌ای، همین دایره‌ی انتخاب آن‌ها از کلمات، جملات، اصطلاحات و سبک چینش این عناصر در کنار یکدیگر است.

به بیان دیگر دست‌کاری در اخبار و اطلاعات، که به‌صورت تاکتیک‌ها و فراتاکتیک‌های خبری - رسانه‌ای در ساخت یک گفتمان رسانه‌ای ظاهر می‌شود، بدون بهره‌گیری از کلمات، جملات، اصطلاحات و نیز چینش خاص آن‌ها غیرممکن است. استراتژیست‌های خبری برای طراحی و ساخت انواع تاکتیک‌ها و فراتاکتیک‌های رسانه‌ای، نظیر تاکتیک «تغییر معنای رسانه‌ای»، تاکتیک «تحریف»، «جنجال‌آفرینی خبری»، «خشونت

مطبوعاتی» و... از انواع متنوع نگارش روزنامه‌نگاری بهره می‌برند.» (هیکس و دیگران به نقل از سلطانی‌فر، ۱۳۸۶: ۸-۷)

اعتقاد بر این است که مطبوعات همچون دیگر رسانه‌ها هنگام پرداختن به یک موضوع که در اصطلاح به آن «پوشش» (Cover) رسانه‌ای اطلاق می‌شود، اقدام به بازنمایی می‌کنند؛ یعنی در انتقال موضوع به مخاطبان‌شان، دست به انتخاب‌های گوناگون زبانی (اعم از کلامی و غیر کلامی همچون انتخاب عکس یا نمودار یا دیگر طرح‌های گرافیکی) می‌زنند و بسته به این که چه معیارهایی بر خط‌مشی‌گذاری آن‌ها حاکم باشد، انتخاب‌های زبانی آن‌ها متفاوت خواهند بود. برای مثال، اطلاق واژگانی همچون تروریست، شهادت‌طلب، تندرو، افراطی دینی، انقلابی، مجاهد و... در مطبوعات گوناگون جهان برای افرادی واحد، حاکی از معیارهای خط‌مشی‌گذاری زبانی گوناگون در این رسانه‌ها دارد.

چنانچه سوگیری‌های حزبی، منافع گروهی و... ملاک عمل مطبوعات باشد، بی‌تردید بازنمایی آن‌ها نیز بر این مبنا خواهد بود. اگر مطبوعات، شاخص عدالت را مبنای گزینش‌های خود قرار دهند، بازنمایی‌های آن‌ها عادلانه خواهد بود و به تدریج، زمینه حاکمیت گفتمان عدالت را نیز در جامعه فراهم می‌کنند.

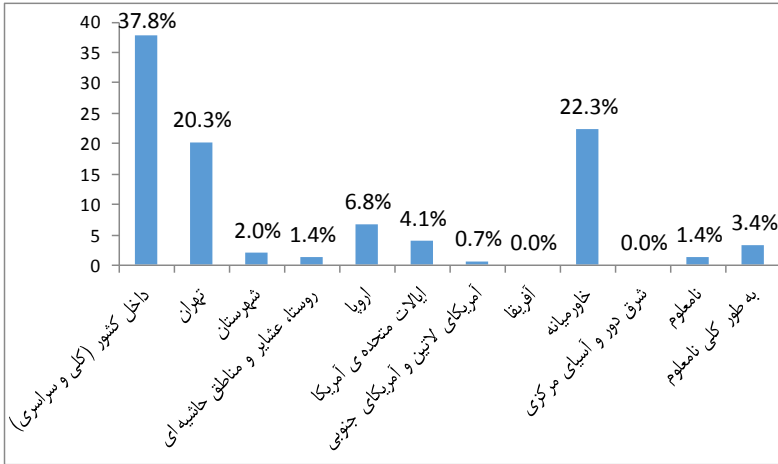
مطالعه مطبوعات سراسری کشور، حاکی از این است که این مطبوعات (با گرایش‌های مختلف سیاسی)، در رویکردی که به موضوعات مختلف دارند، هنوز با سطح مطلوب برخورداری از عدالت زبانی، فاصله زیادی دارند. در ادامه، با مروری بر وضعیت برخی شاخص‌ها که از مطالعه‌ای^۱

۱. تحلیل محتوای مطبوعات سراسری کشور در تابستان ۱۳۹۳؛ با تأکید بر مقولات سیاسی و فرهنگی (فاز ۱)، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، زمستان ۱۳۹۴. در این تحقیق، روزنامه‌های ایران، آرمان امروز، اعتماد، جام‌جم، جمهوری اسلامی، جوان، رسالت، شرق، شهروند، کیهان، وطن امروز و همشهری مطالعه شده‌اند.

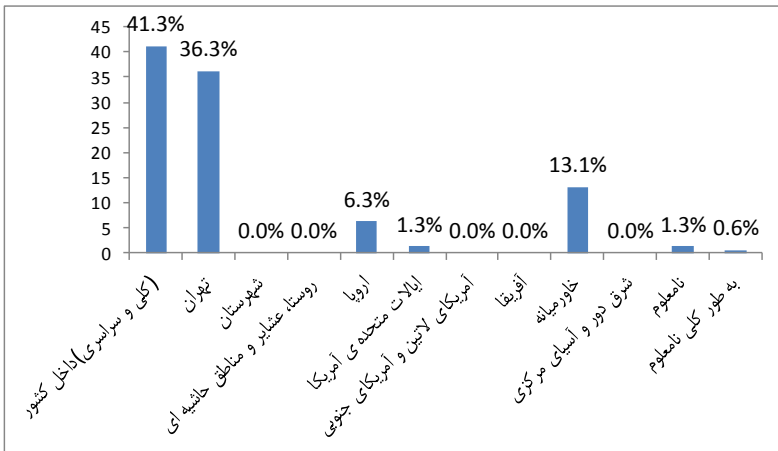
در این زمینه استخراج شده‌اند، این مسئله (فاصله محسوس عدالت زبانی در مهم‌ترین مطبوعات سراسری با وضعیت مطلوب) تبیین شده است.

پوشش مکانی مطالب اصلی صفحه اول: یکی از شاخص‌هایی که می‌تواند انعکاس‌دهنده و بیان‌کننده میزان رعایت عدالت زبانی در مطبوعات باشد، انعکاس متناسب و متوازن جغرافیای متعده و مناطق گوناگون کشور در صفحات مختلف به‌ویژه در صفحه اول روزنامه که ویتترین آن است، به شمار می‌رود. در اصطلاح نشانه‌شناختی، صفحه اول روزنامه، قاب اول یا قاب کلان آن محسوب می‌شود. قاب اول، قاب دعوت‌کننده است و آئینه تمام‌نمای روزنامه است. جدا از این که میزان برجسته شدن و اهمیت موضوعات مختلف را نشان می‌دهد، منعکس‌کننده رویکردها و جهت‌گیری‌های اصلی یک روزنامه است. قاب‌های دوم، سوم و... روزنامه که همان صفحات یا ستون‌ها و بخش‌های دیگر روزنامه هستند، همواره از قاب اصلی آن متأثرند. مطالعه صفحه اول مهم‌ترین مطبوعات سراسری کشور نشان می‌دهد که در پوشش جغرافیایی مناطق مختلف کشور، نوعی نگاه مرکز‌محور، حاکم است و سهم شهرستان‌ها در پوشش رسانه‌ای مطبوعات، بسیار ناچیز است که لازم است در این رویکرد تجدید نظر شود و در پوشش مطبوعات، سهم و وزن متناسب‌تری به مناطق مختلف کشور اختصاص داده شود. در چنین شرایطی می‌توان به حاکمیت عدالت زبانی در مطبوعات کشور، امیدوارتر بود.

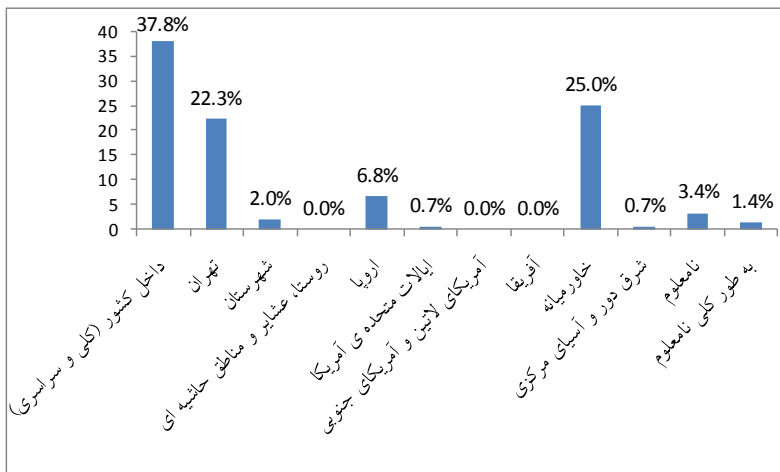
نمودار ۱. پوشش مکانی مطالب اصلی صفحه اول در روزنامه‌های اصولگرا



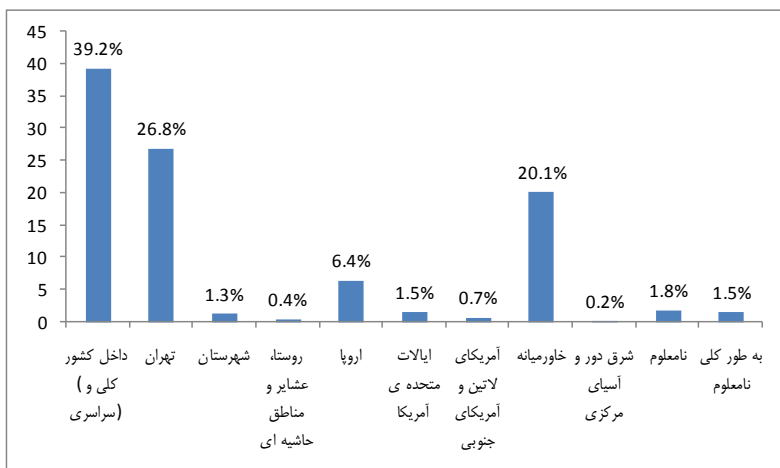
نمودار ۲. مکان و محل مطالب اصلی صفحه اول در روزنامه‌های اصلاح‌طلب



نمودار ۳. مکان و محل مطالب اصلی صفحه اول در روزنامه‌های میانه‌رو



نمودار ۴. مکان و محل مطالب اصلی صفحه اول در کلیه روزنامه‌ها



مقایسه و ارزیابی یافته‌های مربوط به متغیر مکان و محل در ۳ گروه روزنامه‌ای بررسی شده نشان می‌دهد که تفاوت فاحشی میان اولویت‌های جغرافیایی این سه گروه، در گزینش و پوشش مطالب ویت‌ترین روزنامه به چشم نمی‌خورد، چراکه در هر سه گروه، مطالب داخلی سراسری با پوشش حدود ۴۰ درصدی، بیشترین فضای ویت‌ترین روزنامه را به خود اختصاص داده‌اند.

اما تکان‌دهنده‌ترین مسئله در یافته‌های مربوط به متغیر مکان و محل در ویت‌ترین مطبوعات کشور، سهم ناچیز شهرستان‌ها، روستاها و مناطق حاشیه‌ای کشور (که بیش از ۷۵٪ جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند) از مطالب اختصاصی صفحات نخست مطبوعات کشور است که تنها ۱٫۷٪ مطالب ویت‌ترین مطبوعات کشور به این بخش پرجمعیت کشور اختصاص داده شده است. در این میان، گروه روزنامه‌های اصلاح‌طلب، با گرایش گسترده و ۳۶ درصدی به مطالب اختصاصی حوزه پایتخت، سهم بیشتری در وقوع این شکاف و تبعیض جغرافیایی اخبار (در مقایسه با سهم دو گروه دیگر مطبوعات کشور یعنی مطبوعات اصولگرا: ۲۲٪ و مطبوعات میانه‌رو: ۲۰٪) داشته‌اند. این مسئله می‌تواند حاکی از گرایش فکری نخبه‌گرایانه و روشنفکری مطبوعات اصلاح‌طلب باشد.

۳. سینما و عدالت فرهنگی

سینما به‌عنوان یک نظام زبانی که از زبان مخصوص خود برخوردار است می‌تواند توسعه‌دهنده عدالت فرهنگی در یک جامعه باشد و آن را تقویت کند یا در جهت تضعیف آن حرکت نماید. بازنمایی عادلانه اقشار گوناگون جامعه و نیز تنوع قومی و تکثر فرهنگی و اجتماعی (اعم از شهری و روستایی، زن و مرد، تحصیل‌کرده و غیر تحصیل‌کرده، تهرانی و شهرستانی،

برخوردار (متمول) و غیر برخوردار، دارای جایگاه در ساختار قدرت یا بدون جایگاه در ساختار قدرت و... موجود در جامعه ایران می‌تواند از مصادیق پویایی سینما در جهت تقویت عدالت فرهنگی باشد.

در این نوشتار، برای نمونه به بررسی چگونگی بازنمایی مستضعفان یا اقشار کمتر برخوردار جامعه ایران در قالب سینما پرداخته شده و در این مورد تأمل شده است که آیا سینمای ایران به‌عنوان یکی از اجزای پررنگ و پرسروصدای حوزه فرهنگ کشور چه میزان به مسائل و زندگی اقشار مستضعف جامعه بها داده است؟

در اینجا لازم است کمی در خصوص مفهوم مستضعف یا کمتر برخوردار تأمل کنیم. اگر در گذشته در علوم اجتماعی، از طریق طبقه‌بندی جوامع در قالب طبقات، تلاش می‌شد با واژگانی همچون طبقه بالا، متوسط یا پایین (فرو دست) تحولات و پدیده‌های گوناگون یک جامعه، بررسی و مطالعه شوند اما اکنون سبک زندگی، به تدریج جایگزین شده و کاربرد گسترده‌ای پیدا کرده است. سبک زندگی، بخشی از زندگی است که عملاً در حال تحقق یافتن است و در بردارنده طیف کامل فعالیت‌هایی است که افراد در زندگی روزمره انجام می‌دهند و همچنین خصایصی نظیر داشتن سبک (تمایز بخش، شکل خاص، کیفیت برجسته، مکان یا شخص خاص) درباره آن‌ها صدق می‌کند. طیف فعالیت‌های افراد در هر عرصه از زندگی می‌تواند سازنده سبک زندگی آن‌ها در آن عرصه باشد. به همین دلیل می‌توانیم از سبک زندگی در زمینه مصرف مادی، رفتار بهداشتی، مصرف فرهنگی یا رفتار درون منزل سخن بگوییم.

کاربرد مفهوم سبک زندگی مطابق با تحولات فرهنگی و اجتماعی تغییر کرده است. در جامعه‌شناسی کلاسیک از این مفهوم عمدتاً برای ایجاد تمایز میان طبقات اجتماعی یا گروه‌های اجتماعی بر مبنای ویژگی‌های

فرهنگی‌شان استفاده شده است. از سوی دیگر در جامعه‌شناسی معاصر، سبک زندگی کمتر به خاستگاه یا موقعیت اجتماعی افراد پیوند زده شده و در عوض شرایط مشخص فردی به نحوه فزاینده‌ای برای محققان این حوزه اهمیت یافته است.

بنابراین، در این نوشتار، محرومان و مستضعفان به‌عنوان یک طبقه از جامعه دانسته نمی‌شوند، بلکه اقشاری هستند که به جهت عدم تمکن اقتصادی، این عنوان به آن‌ها اطلاق می‌شود. با توجه به تحولات گوناگونی که اجتماعی - فرهنگی که بخشی از آن تحت تأثیر تغییرات شتابان فناوری اطلاعات و ارتباطات است، افراد مختلف با سطوح گوناگونی از تمکن مالی و اقتصادی، از سبک‌های زندگی متنوعی برخوردارند. از این‌رو، زندگی محرومان و مستضعفان جامعه امروز ایران را نمی‌توان به‌عنوان یک تصویر یکپارچه و منسجم ارائه کرد. این بدین معناست که برای مثال، لزوماً عدم تمکن مالی به معنای فقر فرهنگی و فکری نیست. چه بسیار افرادی که در عین عدم تمکن بالای مالی، به لحاظ فرهنگی و تعاملات اجتماعی و سلامت خانواده از وضعیت ممتازی برخوردارند.

مسئله‌ای که سینمای ایران در بازنمایی مستضعفان و محرومان جامعه با آن مواجه است و از ابتلائات و بیماری‌های سینمای ایران به شمار می‌رود، عدم توجه به موضوع یاد شده است؛ یعنی با نگاهی کلیشه‌ای به این قشر، تصاویر گوناگون اما یکپارچه‌ای را از مستضعفان ارائه کرده است. مجموعه‌ای از کلیشه‌ها پیوسته در خصوص اقشار محروم تکرار می‌شوند و در مقابل، برخی تصاویر نیز هیچ‌گاه دیده نمی‌شوند و قاب سینمای ایران برای پرداختن به آن‌ها تنگ است. در ادامه نمونه‌هایی از کلیشه‌های مورد تمرکز در سینمای ایران در خصوص مستضعفان به‌منظور تبیین عدم توازن در بازنمایی محرومان و مستضعفان در سینمای ایران با واقعیت ارائه می‌شوند.

سیاه‌نمایی از زندگی مستضعفان: در این تصویر از مستضعفان، آن‌ها غرق در بدبختی هستند و این نکبت و بدبختی، گویی بر پیشانی آن‌ها نوشته شده است و هیچ‌گاه پاک نخواهد شد و فقرا توانایی حل مسائل خود را ندارند. کلیشه‌ای که در بسیاری از آثار ساخته شده در گزارش‌ها و مستندهای تلویزیونی غربی در خصوص ایران به آن پرداخته می‌شود. در این تصویر از محرومان، توانایی بیرون آمدن از گرداب مشکلات را ندارند و به دلیل زندگی در ایران، غرق در مشکلات لاینحل هستند. در فیلم «اینجا بدون من» ساخته بهرام توکلی تا حدودی و در فیلم‌های ابزوردیستی، هیچ‌گرایانه و نیست‌انگازنده عبدالرضا کاهانی، شاهد ارائه چنین تصویری از محرومان هستیم که بی‌خود و بی‌جهت برای حل یک مسئله از زندگی خود تلاش می‌کنند، اما در نهایت، روزنه‌امیدی نمی‌یابند و نه تنها مسئله‌ای حل نمی‌شود بلکه دور باطلی که در زندگی آن‌ها دیده می‌شود، حس یأس و دل‌مردگی را نیز با خود به همراه دارد.

تقابل مستضعفان و متمکنان: در برخی از فیلم‌های سینمای ایران، بر اثر رسوخ نگاه مارکسیستی در برخی لایه‌های ادبیات در کشورمان که فضای برخی فیلم‌نامه‌ها نیز از آن تأثیر گرفته است، شاهد تقابل‌هایی تصنعی و کلیشه‌ای هستیم که پیوسته تکرار می‌شوند اما ریشه پررنگ و محکمی در واقعیت ندارند. بخشی از ناکامی سینمای ایران در جلب مخاطب نیز ناشی از این موضوع است که چون بسیاری از تصاویری که از جامعه ایران ارائه می‌شود، با واقعیات جامعه مطابقت ندارد، مخاطب امکان همذات‌پنداری با شخصیت‌های فیلم‌ها را ندارد. تقابل «دارا و ندار»، یکی از موارد تقابلی است که سینمای ایران تمرکز زیادی بر آن دارد. برای مثال در فیلم «ندارها» ساخته محمدرضا عرب، چنین تصویری ارائه شده است. نوعی نگرش منفی به افراد متمکن و برخوردارتر در سینما و پررنگ‌تر از

آن در تلویزیون کشورمان اشاعه شده است که به‌نوعی کلیشه‌سازی دربارهٔ آن‌ها منجر شده است. در این نوع تصویرپردازی، گویی تمکن در ایران، لزوماً از طریق حق‌خوری و حق‌کشی و استضعاف دیگران به دست آمده است و اموال و دارایی‌های همهٔ متمکنان، نامشروع است.

ثروتمندان فرهیخته در برابر محرومان پابندی: یکی دیگر از کلیشه‌هایی که دربارهٔ اقشار کمتر برخوردار جامعه ارائه شده است، فقر و نداری یا عدم تمکن، معادل پستی و فرومایگی فرهنگی دانسته شده است. این جفای بزرگی در قبال محرومان است که از سبک زندگی آن‌ها شرافت‌زدایی و از خود آن‌ها شخصیت‌زدایی می‌شود. در بسیاری از فیلم‌های کمدی که فقر و نداری، دستمایهٔ ساخت آن‌ها بوده است، این تصویر، بسیار پررنگ بوده است. برخی از شخصیت‌های فیلم‌های «خوابم می‌آد»، «پوپک و مش ماشالله» و سه‌گانهٔ «خراجی‌ها» شاهد این‌گونه بازنمایی از زندگی افراد کمتر برخوردار هستیم.

مستضعفان دین‌دار در برابر طبقه متوسط: گاهی اوقات، در تصویرپردازی از قشر مستضعف جامعه، نوعی تمرکز بر دین‌داری و برخورداری این قشر از باورهای مذهبی تمرکز می‌شود و سبک زندگی‌شان به‌عنوان کلیتی یکپارچه بازنمایانده می‌شود که فقر و عدم تمکن، در نتیجه یا هم‌نشین و یا ناشی از سبک زندگی دینی و برخورداری از باورهای مذهبی دانسته می‌شود. در مقابل، طبقه متوسطی به تصویر در می‌آید که تمکن و برخورداری او از امکانات و رفاه زندگی، ناشی از عدم باور یا کم‌توجهی به آموزه‌های دینی و بلکه به دلیل سبکی از زندگی که دین در آن جایگاهی ندارد، تلقی می‌شود. این مسئله در تداعی‌ها و دلالت‌های فیلم «جدایی نادر از سیمین» قابل ردیابی است.

محرومان لهجه‌دار یا شهرستانی فرودست: در اغلب فیلم‌های

سینمایی، هنگام حضور افرادی از قومیت‌های مختلف ایران شامل آذری، کرد، لر، عرب و... شاهد ایجاد فرادستی - فرودستی هستیم که همواره تلاش شده کلیشه‌ای پایدار ارائه شود که در آن، افراد متعلق به یک قومیت یا دارای لهجه‌ای خاص در جایگاه فرودست و ضعیف قرار می‌گیرند. این اتفاق اغلب به این دلیل صورت می‌گیرد که فیلم‌نامه‌نویسان در ارائه تیپ یا معرفی شخصیت‌ها بیش از آن که بر واقعیات متمرکز باشند و یا بتوانند شخصیت‌هایی منحصر به فرد بیافرینند به راحت‌ترین راه رو می‌آورند که استفاده از کلیشه‌هایی است که خود سینما ساخته است. سینمای ایران بیش از این که در پرداختن به زندگی مستضعفان و محرومان، کوتاهی کرده باشد در نپرداختن به آن‌ها کوتاهی کرده است. بخش زیادی از فیلم‌های سینمای ایران به دلیل مسئله‌هزینه‌های تولید در تهران یا در شهرهای شمالی کشور تولید می‌شود. مردمان کویر همچون مردم خراسان جنوبی، کرمان و سیستان و بلوچستان به ندرت در قاب سینمای ایران قرار گرفته‌اند. دغدغه‌های معیشتی آن‌ها یا سبک‌های زندگی متنوع و قناعت‌مندانه آن‌ها به ندرت در فیلم‌های سینمای ایران به تصویر درآمده است. شاید بتوان از فیلمی مانند «هامون و دریا» با چنین نگاهی یاد کرد.

یک دلیل گیشه‌ای هم می‌توان برای کمتر پرداختن سینمای ایران به محرومان ذکر کرد. به نظر می‌رسد از نگاه بسیاری از فیلم‌سازان سینمای ایران به‌ویژه ملودرام‌سازان، اقشار مستضعف یا کمتر برخوردار جامعه، مخاطب سینما نیستند و بلکه قشر برخوردار و طبقه متوسط، مخاطب اصلی سینما را تشکیل می‌دهند که این اعتقاد تا حدودی درست به نظر می‌رسد؛ بنابراین باید بر مسائل و موضوعات اقشاری متمرکز شد که مخاطبان اصلی سینما هستند و به عبارت دیگر، مخاطبی که وارد سینما

می‌شود، بتواند با شخصیت‌های فیلم‌ها همذات‌پنداری داشته باشد. در برخی آثار که فیلم‌ساز از مردم‌شناسی دقیق‌تری برخوردار بوده و از دل مسائل و موضوعات جامعه ایران، به اندیشه‌ای رسیده، توانسته است بازنمایی منصفانه‌ای از زندگی محرومان ارائه کند. آثار مجید مجیدی همچون «رنگ خدا»، «باران» و «آواز گنجشک‌ها» بسیار آینه‌وار عمل کرده. این فیلم‌ها ضمن پرداخت دقیق به مسائل زندگی محرومان، در عین حال، از آن‌ها انسانیت‌زدایی نکرده و دامن آن‌ها را از شرافت زودوده‌اند. در آثار سید رضا میرکریمی، مانند «خیلی دور، خیلی نزدیک» و «یه حبه قند» نیز شاهد این زلالی و آینگی هستیم.

بازنمایی قومیت‌ها در سینمای ایران: در یک تقسیم‌بندی که به ویژگی‌های مردم‌شناسی، زبان‌شناسی و جامعه‌شناسی جامعه ایران توجه دارد، اقوام و قبایل ایرانی بدین گونه دسته‌بندی شده‌اند:

«۱. ایلات بلوچ: ساکن نواحی بلوچستان از سواحل دریای عمان تا بلوچستان شمالی و جنوب خراسان.

۲. طوایف براهوئی: ساکن ناحیه بلوچستان شمالی که از نژاد درآویدی و به زبان درآویدی تکلم می‌کنند.

۳. اقوام ترک:

الف- قزلباش‌های ساکن آذربایجان- دشت مغان- کوه‌های سبلان و ارومیه (افشارها)

ب- قزلباش‌های افشار ساکن ناحیه زنجان

ج- قزلباش‌های اینانلو و بغدادی ساکن نواحی قم و ساوه

د- سه طایفه اینانلو، بهارلو و نفر از طوایف خمسه فارسی

ه- قشقایی‌ها در استان فارس

و- ترکمن‌ها شامل قبایل یموت، تکه، گوکلان ساکن در سراسر دشت

گرگان و شمال خراسان

ز- قزاق‌ها شامل سه گروه ساکن حومه شهرهای گنبدکاووس، گرگان و بندر ترکمن. ایلات ترک سایر نواحی ایران نظیر سیرجان، قزوین و کرج. کردها:

الف- طوایف کرد ساکن استان کردستان، کرمانشاه و آذربایجان غربی
ب- طوایف کرد ساکن شهرستان‌های بجنورد، قوچان و شیروان در استان خراسان، همچنین کردهای ساکن نواحی مازندران، جنوب گیلان و تهران.

۵. لرها و لک‌ها:

الف- لرهای مخصوص ساکن نواحی لرستان، قسمت شمالی جلگه خوزستان و کوهپایه زاگرس.

ب- منطقه چهارمحال بختیاری و شمال شرقی خوزستان

ج- پشت کوه (ایلام)

د- کهگیلویه و بویر احمد و طوایف محسنی

۶. ایلات عرب:

الف- ایلات مختلف عرب ساکن ناحیه خوزستان

ب- طایفه عرب فارس (از ایلات خمسه فارس)

ج- ایلات عرب ساکن نواحی خراسان (ایل تیموری) عرب خانه و عرب میش‌مست که در نواحی ورامین و سایر نقاط ایران و لرستان ساکن هستند و اکثر خاصیت عربی بودن و حتی زبان خود را از دست داده‌اند.» (یوسفی زاده، ۱۳۷۴)

مسئله این است که اقوام گوناگون یادشده، علی‌رغم این که در مجموع حدود نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند، اما اغلب در پوشش رسانه‌ای و در بازنمایی رسانه‌ای، غایب‌اند و جای خود را به مرکز‌نشینان

داده‌اند. به‌ندرت شاهد تولید فیلم‌های سینمایی متمرکز بر زندگی آن‌ها هستیم. جغرافیای زندگی آن‌ها چه دشت، چه کوهستان و چه کویر، در فیلم‌های سینمای ایران بسیار کم دیده شده است و عمده تولیدات سینمایی در خیابان‌های شهرهای بزرگ ایران یا شهرهای شمالی کشور و یا شهرهای مراکز استان‌ها تصویربرداری شده است.

هنوز بسیاری از این اقوام که در روستاها، چه در قالب کشاورزی و دامداری و چه در قالب عشایر فعالیت دارند، در فضای رسانه‌ای کشور، سهم بسیار کمی دارند. در واقع حوزه‌های مختلف جغرافیای فرهنگی ایران، سهم عادلانه‌ای در سینما، مطبوعات و دیگر رسانه‌ها ندارد.

گفتار پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتیجه‌گیری

همان‌طور که در این نوشتار اشاره شد زبان، مهم‌ترین ابزار رسانه‌ها برای ارتباط با مخاطبان خود است. اما این ابزار به دلیل این‌که خنثی و شفاف نیست و در انعکاس واقعیات، به‌مثابه یک آینه عمل نمی‌کند، بلکه آن‌ها را همراه با دخل و تصرف باز می‌نمایاند، سوء کارکردهای زیادی در رسانه‌ها پیدا کرده است و در نتیجه در موارد زیادی اعتماد مخاطبان را به رسانه‌ها کاهش داده است. به هر میزان که در رسانه از زبان به نفع مخاطبان و در جهت آگاهی‌بخشی به آن‌ها و اقناع مخاطبان - و نه اغواء و مسحور نمودن آن‌ها - به کار رود، رسانه از آفت‌ها و آسیب‌های مربوط به استفاده تبعیض‌آمیز، سودجویانه و استثمارجویانه از زبان به دور خواهد بود. تسری توانمندی استفاده مطلوب از زبان، لازمه عدالت‌گستری در سطح جامعه است. توانمندی عامه مردم در استفاده از زبان، به‌شدت

متکی به سطح دانش و آگاهی آنان است تا حدی که می‌توان ادعا کرد که هر چه آگاهی و دانش جامعه بالاتر باشد، توانمندی زبانی جامعه نیز افزون‌تر خواهد شد و هر چه انحراف معیار دانش جامعه کمتر باشد، احتمالاً بر مراتب عدالت زبانی در جامعه افزوده خواهد شد؛ یعنی در این رویکرد، مراتب عادلانه بودن امکان استفاده از زبان مدنظر قرار می‌گیرد. بر این اساس، هنگامی وضعیت جامعه عادلانه تلقی می‌شود که همه آحاد جامعه از توانمندی زبانی قابل توجهی برخوردار باشند. نوعی هم‌نوایی و هم‌افزایی میان این تلقی از عدالت زبانی و عدالت اطلاعاتی وجود دارد.

رسانه‌ها می‌توانند در این زمینه نقش اساسی را بر عهده گیرند و در توسعه عدالت زبانی بسیار مؤثر باشند. با بهره‌گیری از آن‌ها می‌توان با سلطه زبانی و نیز تبعیض زبانی مقابله کرد یا از شدت آن کاست. اصلاح قالب‌های کلامی و به‌کارگیری تعابیر برابر و احترام‌آمیز درباره عامه و توسعه آگاهی‌های عمومی درباره اهمیت اصلاح این‌گونه مراودات و پیامدهای آن از طریق ابزار قدرتمند رسانه، امکان‌پذیر است.

باید به این موضوع توجه داشت که ارتباطات رسانه‌ای جمعی، بسیار متفاوت، فراتر و گسترده‌تر از ارتباطات رودررو و مستقیم و حتی ارتباط تک‌به‌تک با استفاده از وسایل ارتباطی متعارف، مانند تلفن است. در این نوع ارتباطات، عوامل حرفه‌ای به‌صورت سازمان‌یافته و نظام‌مند با استفاده از امکانات و تجهیزات ارتباطی پیشرفته و به‌صورت برنامه‌ریزی‌شده، طراحی شده و هدفمند، با استفاده از وسایل ارتباطی چاپی، الکترونیک و دیجیتال، در سطح وسیع و اغلب سریع و پیوسته برای شکل‌گیری معانی معین و مشخصی در مخاطبان خود که بسیار ناهمگون هستند، اقدام به تولید و انتشار پیام می‌کنند.

از این‌رو، رسانه‌های همگانی (وسایل ارتباط جمعی) به سبب مخاطبان

فراگیر و گسترده‌ای که دارند، از آثار اجتماعی و فرهنگی گسترده نیز برخوردارند. از طرف دیگر، زبان رسانه‌ها با گفتار معمول بین انسان‌ها یکسان نیست و بسیار متفاوت است، چراکه در آن فرایند بازنمایی در سطحی بسیار متفاوت و پیچیده‌تر انجام می‌شود. از این‌رو، موضوع عدالت زبانی در رسانه، با عدالت زبانی در ارتباطات معمول میان فردی، بسیار متفاوت است و در این بررسی تلاش شده است تا با تلفیق مباحث مربوط به زبان و رسانه و موضوع عدالت، این تمایز روشن‌تر شود.

رسانه‌ها هم ابزار و هم زمینه مناسبی برای توسعه عدالت زبانی و مهار سلطه زبانی به شمار می‌روند. البته در مقابل، این ظرفیت را نیز دارند که به گسترش سلطه زبانی در جامعه و تحمیل آن بر مخاطبان خود کمک کنند؛ چراکه وسایل ارتباط جمعی از ویژگی‌هایی برخوردارند که تسهیل‌کننده و زمینه‌ساز چنین تأثیری است. «هابرماس در تمثیلی که از روان‌درمانی اقتباس کرده، بیان می‌کند همان‌گونه که بیمار روانی در جریان مداوا یا روان‌درمانی، با کسب مهارت‌های بیشتر ارتباطی، به حوزه سلامت نزدیک‌تر می‌شود، جامعه نیز با افزایش سطح ارتباطی افراد آن، فرآیند عقلانی شدن بیشتر را در خدمت سالم‌سازی خویش به کار می‌برد.

در واقع، همان‌گونه که بیمار تسلیم قدرت کلام و زبان می‌شود، در جامعه نیز چنین رخدادی در نتیجه گسترش کاربرد ارتباط و مفاهیم امکان‌پذیر است. نزد بیمار روانی، مفهومی سمبلیک به معنای شخصی وجود دارد که بروز آن، همانا علائم بیماری روانی اوست. فرآیند درمان این بیماری عبارت است از انتقال این مضمون خصوصی به درون زبان تفاهم عمومی.

از این‌رو، درمان روانی، گونه‌ای انتقال مضمون از زبان و جهان خصوصی

بیمار از تجربه‌های سرکوب‌شده وی به گستره عمومی و همگانی است. جامعه نیز در کمبود ارتباط و مفاهمه بیمار می‌گردد. ایدئولوژی‌های سیاسی که همانا بیان شخصی و خصوصی عارضه‌های سرکوب‌شده‌اند، امکان ورود به گستره عمومی (نقد) و برقراری مفاهمه سازنده با سایر دیدگاه‌ها را ندارند.

جامعه نیازمند وضعیت کلامی ایده‌آل (ideal speech situation) است تا در پرتو آن بتواند به عمل نقادی بپردازد. چنین وضعی به معنای فضایی است که در آن، اختلافات و منازعات، به‌صورت عقلایی و از طریق ارتباط تفاهمی و به‌دوراز هرگونه اجباری، قابل رفع است. زبان و مهارت‌های ارتباطی، لازمه ایجاد جهانی عقلانی است و هر چه توانایی کلام و ارتباط بیشتر باشد، جامعه سالم‌تر است.

هابرماس، آنگاه به کارکردهای زبان اشاره می‌کند. از منظر او، زبان سه وظیفه دارد: ایجاد ارتباط میان اذهان، ایجاد ارتباط با پدیده‌ها و اشیاء خارجی و بیان حالات و تجارب ذهنی گوینده. او باور دارد که توافق و دستیابی به آن، ذاتاً کلامی است و از سوی دیگر، غایت سخن گفتن، رسیدن به توافق است. از آنجا که نفس عمل سخن گفتن، به وجود حوزه‌ای اشاره دارد که در آن، ارتباط کاملاً آزاد و فارغ از سلطه ممکن خواهد بود، بنابراین فرجام سخن گفتن، آزادی است. (عابدی، ۱۳۸۸: ۲۵۱-۲۵۰) «به باور هابرماس، زبان وسیله رسیدن به توافق است. زبان ذاتاً رهایی‌بخش و توافق‌آفرین نیست، بلکه هدایت آن توسط اصولی بنیادین موجب می‌شود که در فرایند ارتباط، امکان رهایی و توافق حاصل آید. او کنش «در جستجوی رسیدن به تفاهم» را در برابر کنش «در جستجوی موفقیت» قرار می‌دهد.» (عابدی، ۱۳۸۸: ۲۶۰) از آنجا که آرمان متفکران و نظریه‌پردازان غرب - به‌ویژه متأخرانی که در

فضای لیبرال دموکراسی به طرح آراء و اندیشه خود پرداخته‌اند - آزادی است، غایت ارتباطات و گفتگوی مطلوب را آزادی می‌دانند، اما به نظر می‌رسد رها و آزاد بودن از سلطه و زیر یوغ هیچ‌گونه تبعیض نبودن، همان عدالت است. در حقیقت، در چنین فضایی که ترسیم شد، رسانه می‌تواند نقش عامل میانجی را برای توسعه عدالت اجتماعی بر عهده بگیرد که با رعایت عدالت زبانی در رسانه و حاکم شدن عدالت زبانی در رسانه، یعنی هنجارها و بایسته‌هایی که رسانه ملزم است آن‌ها را در حوزه محتوای زبانی خود رعایت کند و به کار گیرد تا بتواند ارتباط عادلانه مؤثری را برقرار نماید، زمینه توسعه عدالت اجتماعی در جامعه بیشتر فراهم می‌شود. به‌منظور توسعه عدالت زبانی در جامعه از طریق رسانه باید خط‌مشی‌گذاری و برنامه‌ریزی زبانی لازم برای تقویت گفتمان‌های عدالت محور در رسانه صورت گیرد، به‌گونه‌ای که هر نوع محتوای زبانی رسانه یعنی هر نوع به‌کارگیری زبان در رسانه، بر اساس عدالت و به دور از هرگونه سلطه و تبعیض، تحمیق، افتراء، اغواء و... باشد. هرگاه بر این مبنا «خط‌مشی‌ها به‌درستی اتخاذ شوند، پیامدهای مثبت آن‌ها همه سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهند و هرگاه نوعی نقصان و کاستی در خط‌مشی‌ها باشد، همه سازمان از آثار منفی آن‌ها آسیب می‌بینند.» (گیوریان و ربیعی، ۱۳۸۴)

اکنون این انتظار وجود دارد که با توجه به بروز و ظهور گفتمان جدیدی در کشور که تلاش دارد به اقوام، زنان، قشرهای گوناگون جامعه، اعم از معلم، کارگر و... و همچنین به شهرستان‌ها و روستاها و نقاط مختلف کشور، رویکرد متوازن و عادلانه‌ای در توسعه و پیشرفت داشته باشد، در زمینه تقویت حضور رسانه‌ای و بازنمایی عادلانه آن‌ها نیز این خط‌مشی به‌طور جدی دنبال شود و عدالت فرهنگی - به این معنا - در

قبال آن‌ها محقق شود تا آن‌ها احساس تعلق و دلبستگی بیشتری به ایران داشته باشند.

پیشنهادها

۱. ارتقای پوشش رسانه‌ای شهرستان‌ها و مناطق روستایی و پیرامونی کشور در رسانه‌ها، به‌ویژه در سینما و مطبوعات همان‌طور که پیش‌تر تبیین شد، تحلیل محتوای مهم‌ترین مطبوعات کشور نشان می‌دهد که سهم روستاها و شهرستان‌ها در برابر تهران از پوشش مطبوعات سراسری کشور، بسیار ناچیز است؛ از این رو، لازم است در رویکرد جاری به این مناطق در برابر تهران، تجدید نظر شود تا جغرافیای ایران به‌تمامی و متناسب با وزن فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی و سیاسی مناطق مختلف کشور به آن‌ها توجه شود.

۲. ارتقای پوشش اقوام و اقلیت‌های دینی در سینمای ایران:

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد اقوام گوناگون و اقلیت‌های مختلف در ایران، در بازنمایی‌های سینمایی در جایگاه «کم‌بازنمایی شده» یا «کژبازنمایی شده» قرار دارند. از این جهت لازم است سینمای ایران به‌منظور رفع مسئله کم‌بازنمایی اقوام و اقلیت‌ها از لحاظ تنوع جغرافیایی و فرهنگی و تنوع لوکیشن‌های مختلف متعلق به نقاط، اقوام و اقلیت‌های گوناگون ایران، رویکرد متوازن‌تری را در پیش گیرد. همچنین به‌منظور جبران و رفع مسئله کژبازنمایی نیز در کیفیت بازنمایی اقوام و شهرستانی‌ها تجدید نظر کند. در سینمای ایران به‌ندرت فیلمی همچون فیلم تنهای تنهای تنها ساخته می‌شود که در آن شاهد قهرمان شهرستانی یا قهرمان لهجه‌دار باشیم. از این رو تجدید رویکردی که در آن، به این موضوع

توجه شود ضروری است تا از کلیشه‌سازی در مورد اقوام مختلف ایرانی پرهیز شود.

۳. ارتقای سهم و جایگاه زنان در سینمای ایران و اتخاذ رویکردی عادلانه در بازنمایی زنان:

مروری بر بازنمایی زنان در سینمای ایران در یک دهه اخیر، نشان می‌دهد که علی‌رغم تغییرات چشمگیر و ملموس و نسبتاً خوشایندی که در تصویرپردازی از زنان در سینمای ایران صورت گرفته است اما هنوز تصویر زن در سینمای ایران وضعیتی مسئله‌مند دارد و نیاز به اصلاح دارد تا به سطح و جایگاهی عادلانه در بازنمایی زنان در سینمای ایران برسیم. «در دهه ۱۳۸۰ برخلاف دهه‌های ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰، به‌مرور از میزان نقش‌های خانوادگی زن در فیلم‌های سینمایی ایران کاسته شده و بر میزان نقش‌های شغلی، جنسیتی و شهروندی آنان افزوده می‌شود.» (آقابابایی و دیگران، ۱۳۸۷) در همین زمینه، مطالعه راودراد (۱۳۸۰) نیز گویای شکل‌گیری دو تیپ زن در سینمای دهه ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ است. به باور وی گونه زن مدرن بعد از سال ۱۳۷۶ دارای مهارت‌های مدرن مثل رانندگی، موسیقی، رایانه و غیره هستند، بیشتر از محصولات فرهنگی بهره می‌گیرند و با پوشش‌های مدرن و شیک در فیلم‌ها ظاهر می‌شوند. در این سنخ و دوره، زنان از تحصیلات دانشگاهی برخوردارند و زمان حضورشان در صحنه‌های فیلم بیشتر می‌شود و بخش زیادی از حضور آنان در فیلم در خارج از خانه می‌گذرد. در این دهه، برخی از فیلم‌ها به مقوله استقلال‌طلبی و آزادی‌خواهی زنان پرداختند. زنانی که داعیه‌دار شکستن سنت‌های گاه پوسیده و غلط جامعه بودند (دختر ابرونی، لطیفی، ۱۳۸۱)، یا در جهت فراتر گذاشتن پای خود از محدوده فعالیت‌های روزمره، تلاش می‌کردند

یا تصمیم می‌گرفتند. همچنین در این دهه در کنار موضوعات رایج روز، به تدریج ژانری شکل گرفت که با رویکردی جامعه‌شناسانه و روان‌شناختی بر جرم‌شناسی زنان تمرکز یافت و فیلم‌سازان اهتمام قصه‌های خود را بر پیامدهای روانی عشق‌های ناکام و امیال سرکوب‌شده زنان و مقوله‌ی انتقام گذاشتند. برای مثال جیرانی در فیلم قرمز و شام آخر (۱۳۸۰) با محور قرار دادن زنان در مرکز جنایت، نقبی به خشونت‌های جاری در زیر پوست جامعه و زمینه‌های وقوع جنایت زده است و احمد امینی در فیلم این زن حرف نمی‌زند (۱۳۸۱) زنانی را تصویر ساخته که از شأن اجتماعی به غارت‌رفته خود دفاع می‌کنند. در همین راستا یافته‌های برخی مطالعات و تحقیقات مانند رحمتی و سلطانی (۱۳۸۳) نیز مؤید آن است که نحوه نگرش به زنان و مناسبات جنسیتی در فیلم‌های سینمای ایران در طول چند دهه گذشته از یک نگرش پدرسالارانه به سوی نوعی نگرش فمینیستی تغییر یافته است؛ یعنی زنان به‌عنوان نقش‌آفرین اصلی و محوری در فیلم‌ها جایگاه ویژه‌ای یافته‌اند و ساخت آثاری با درون‌مایه موضوعی زنان بیش از گذشته مطرح شده است. به طوری که در دوران کنونی ایماژ زنان در نقش‌های سنتی با کار ویژه‌ی صرفاً خانه‌داری و همسرداری یا نقش‌های خانگی به شدت کمیاب شده و زنی شاغل در اجتماع و نسبتاً فعال و توأم با آرمان‌ها و اهداف اجتماعی جای آن را گرفته اما به نظر می‌رسد که گرچه آن‌طور که رضایی و کاظمی (۱۳۸۷) معتقدند کمیت حضور زنان در ساحت رسانه‌ای نشانگر حضور و مشارکت پررنگ آن‌ها است، اما حضور کیفی و شایسته آن‌ها با الگوها و اهداف جمهوری اسلامی انطباق ندارد. به دیگر سخن، با وجود حضور پررنگ و مؤثرتر زنان در بازنمایی‌های سینمایی و تغییرات در کیفیت نمایش این قشر اجتماعی، اما هنوز موقعیت و نقش زنان در سینمای ایران پرمناقشه

و چالش‌برانگیز بازنمایی شده و زنان، کماکان قشری پروبلماتیک و «مسئله‌مندند».

از این‌رو به نظر می‌رسد ضروری است در فیلم‌های سینمای ایران، در رویکردی که در قبال زنان ایرانی به‌مثابه نیمی از جامعه ایران در پیش می‌گیرد شاهد بازنمایی متوازن‌تری از زنان باشیم به‌نحوی که متناسب با رشد و ارتقای جایگاه زنان در مناسبات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جامعه، به زنان بهای لازم داده شود و از کلیشه‌سازی در مورد زنان یا بازنمایی نامتعادل جایگاه آن‌ها در کنار مردان پرهیز شود. برای نمونه علی‌رغم زنان این‌که در ایران در جایگاه‌های سیاسی و اقتصادی ویژه‌ای فعالیت دارند و توانسته‌اند نقش‌هایی مانند نمایندگی مجلس یا حتی معاون رئیس‌جمهور را ایفا کنند و یا در عرصه کارآفرینی کشور نیز فعالیت دارند، اما همچنان در فیلم‌های سینمای ایران، شاهد کم‌بازنمایی یا کژبازنمایی زنان هستیم که اصلاح این رویکرد می‌تواند در توسعه عدالت زبانی و فرهنگی در سینمای ایران مؤثر باشد.

منابع فارسی

اسفندیاری، محمدجعفر (۱۳۹۴). تحلیل محتوای مطبوعات سراسری کشور در تابستان ۱۳۹۳؛ با تأکید بر مقولات سیاسی و فرهنگی - پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

پورعزت، علی اصغر (۱۳۸۳). شهر عدل و دولت هوشمند، پیام مدیریت. پورعزت، علی اصغر (۱۳۸۰)؛ مدیریت دولتی و عدالت اجتماعی، دانش مدیریت، شماره ۵۵. پورعزت، علی اصغر، (۱۳۸۷). مختصات حکومت حق مدار در پرتو نهج البلاغه امام علی (ع)، شرکت انتشارات علمی فرهنگی.

ترکاشوند، علی اصغر (۱۳۸۹). الگوی هنجاری رسانه ملی از دیدگاه رهبران جمهوری اسلامی ایران، با مقدمه و همکاری دکتر ناصر باهنر و گفتارهایی از دکتر حسام‌الدین آشنا و دکتر پیمان جبلی، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع) و اداره کل پژوهش سیما. شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۵). تجزیه و تحلیل نشانه - معناشناختی گفتمان، انتشارات سمت. شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۱). مبانی معناشناسی نوین، انتشارات سمت. عابدی، مهدی (۱۳۸۸). حقیقت و زبان؛ درآمدی بر نقد زبان گروهی در فلسفه سیاسی، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).

گیوریان، حسن و ربیعی، محمدرضا (۱۳۸۴). تصمیم‌گیری و تعیین خط‌مشی دولتی، انتشارات یکان.

مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۵). رسانه‌ها و بازتابی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها. مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، انتشارات همشهری.

مولانا، حمید (۱۳۸۴). ارتباطات جهانی در حال گذر؛ پایان چندگونگی؟ سروش. نیومایر، فردریک (۱۳۷۸). جنبه‌های سیاسی زبان‌شناختی، ترجمه اسماعیل فقیه، نشر نی.

یورگنسن، ماریان و فیلیپس، لوئیز (۱۳۸۹). **نظریه و روش در تحلیل گفتمان**، ترجمه هادی جلیلی، نشر نی.

بشیری، حسین (۱۳۸۰). **لیبرالیسم و محافظه‌کاری**، نشر نی، چاپ سوم.

سن، آمارتیا (۱۳۸۱). **توسعه به‌مثابه آزادی**، ترجمه حسین راغفر، انتشارات کویر، چاپ اول.

سن، آمارتیا (۱۳۸۲). **توسعه به‌مثابه آزادی**، ترجمه حسن فشارکی - مرکز چاپ و

انتشارات وزارت امور خارجه، چاپ اول

کاستلز، مانوئل (۱۳۹۴). **قدرت ارتباطات**، ترجمه محمد آذری نجف‌آبادی، نسخه دیجیتال

انتشارات دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

موفه، شنتال (۱۳۸۷). **عدالت از نوع والزی**، ترجمه جواد گنجی، روزنامه شرق، شماره ۶۰۵

منابع لاتین

-Collis, J. & Hussey, R. (2003). **Business Research**. Palgrave Macmillan Press.-

-MCQuail Denis (1983). **Mass Communication Theory; an Introduction**, sage publications.

-Potter, Jonathan and Wetherell, Margaret (1987). **Discourse and Social Psychology: beyond attitudes and Behavior**, Sage publications.

-Pourezzat, Ali A. (2009). **The Importance of Linguistic Justice for Continuous Revision of Good Governance**, Annals of the University of Bucharest, Volume 3.

-Soring Karl (1989). **Some Remarks on Strategies of Persuasion in "Language, power and Ideology"**, Wodak, Ruth (ed).

-Strömbäck, Jesper, Shehata, Adam and Dimitrova, Daniela (2008). **Framing the Mohammad Cartoons Issue: a cross-cultural comparison of Swedish and US press**, Global Media and Communication,

Swift, Adam (2001). **Political Philosophy**, Polity Press.-

Brighouse, Harry (2004). **Justice**, Polity Press First Published -

براساس یافته‌های این مطالعه می‌توان گفت: دلیل جذابیت و گسترش حضور در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی این است که مخاطبان احساس می‌کنند در این فضا عدالت به معنای «عدالت در حضور فرهنگی» بیشتر است. برای مثال در این فضا آن‌ها می‌توانند هر موضوعی را در دستور کار قرار داده و با خلاقیت و کنشگری خود در مورد آن پیام‌رسانی کنند. هر فردی می‌تواند در مورد هر موضوعی: خبر، نظر، فیلم، عکس و گزارش خود را به اشتراک گذارد و از به اشتراک گذاشته شده دیگران استفاده کند. در این نوع از ارتباطات تبعیض و محدودیت بسیار کمتری از ارتباطات در رسانه‌های جمعی سنتی وجود دارد و فرد احساس قدرت، آزادی و آفرینندگی بیشتری دارد.

ISBN 978-600-8215-08-6



9 786008 215080