

## تبیین امکانات و ابزارهای رسانه‌های جمعی بر شکل‌گیری حکمرانی خوب در جوامع در حال توسعه (با تأکید بر تجربیات جهانی)

علی دماوندی کناری<sup>۱</sup>، سید علی طباطبایی پناه<sup>۲</sup>، سوسن صفاوردی<sup>۳</sup>

### چکیده

امروزه محیط بین الملل و کشورهای جهان به گونه‌ای درهم تنیده وابسته به مفهوم شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های مدرن گردیده است. این مفهوم تأثیرات به سزایی را بر محیط‌های اجتماعی و سیاسی کشورها گذاشته و مورد نظر بسیاری از سازمان‌های بین المللی نیز قرار گرفته است. مفهوم حکمرانی خوب به عنوان یک هدف، آرمان و راهبرد برای کشورهای در حال توسعه و حتی توسعه یافته، از سوی سازمان ملل متحد اعلام گردیده است. این نوع حکومتداری ویژگی‌هایی را دارد که موجب کرامت انسانی و بهبود فضاهای زیستی سیاسی در کشورهای متبوع می‌گردد. از این رو مفهوم حکمرانی خوب و راهبردهای آن به عنوان هدف اصلی کشورهای در حال توسعه برای رسیدن به مفهوم توسعه یافتگی محسوب می‌گردد. این پژوهش نیز با تأکید بر نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به مفهوم حکمرانی خوب، توانایی‌ها و عملکردهای رسانه‌های جمعی را مورد بررسی قرار داده و در گام بعدی امکان‌مندی و ارتباط دو مفهوم رسانه‌های جمعی و شکل‌گیری حکمرانی خوب را مورد تبیین قرار می‌دهد. این پژوهش به عنوان چهارچوب نظری از الگوهای بیان شده‌ی حکمرانی خوب از سوی سازمان ملل متحد و شاخص‌های آن استفاده کرده و درصدد تطبیق این الگوها با توانایی‌ها و امکانات رسانه‌های جمعی است. شیوه‌ی تجزیه و تحلیل در این تحقیق بر مبنای توصیفی-تحلیلی و استفاده از الگوی کتابخانه‌ای جمع‌آوری اطلاعات است.

**واژگان کلیدی:** حکمرانی خوب، رسانه‌های ارتباط جمعی، توسعه سیاسی، توسعه پایدار، افکار عمومی.

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۴/۰۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۳/۱۲

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری علوم سیاسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (Email: Damavand79@gmail.com)

<sup>۲</sup> استادیار علوم سیاسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) (Email: Tabatabaee.ali@gmail.com)

<sup>۳</sup> استادیار علوم سیاسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (Email: a\_marsa1333@yahoo.com)

## مقدمه

یکی از مواردی که امروزه تمامی کشورهای جهان را درگیر خود نموده است، مسئله‌ی توسعه یافتگی است. توسعه یافتگی به عنوان شاخصی است که مورد نظر بسیاری از کشورهای جهان گردیده و علاوه بر اینکه دارای روند به خصوصی است، از سوی کشورها و دولت‌ها حاکمیت‌ها به گونه‌ای مداوم و همه گیر در حال پیگیری است. امروزه کشورهای جهان درگیر مسئله توسعه یافتگی گردیده‌اند. در این بین نظریات توسعه یافتگی بر مبنای رویکردهای حکمرانی خوب یکی از این روش‌ها برای ایجاد توسعه در یک کشور به شمار می‌آیند. در حکمرانی خوب برخی از شاخص‌ها مانند، مشارکت سیاسی، حاکمیت قانون، شفافیت، پاسخگویی، اجماع، عدالت و جامعیت، کارآیی، اثربخشی و پاسخگویی مشخص شده است که عملیاتی شدن این شاخص‌ها تاثیرات به سزایی را بر توسعه یافتگی در محیط جوامع باقی می‌گذارد. در عرصه‌های جهانی و در فضاهای ارتباطی و اطلاعاتی جدید، امکان کنترل اطلاعات از عهده و توانایی‌های دولت خارج گردیده است و امروزه گروه‌های مختلف در جوامع توانایی‌های بالایی را برای شکل دهی به اطلاعات در حوزه افکار عمومی داخلی و بین‌المللی دارا می‌باشند. امروزه رسانه‌ها در کشورهای توسعه نیافته، راه رسیدن به افکار عمومی و شکل دهی به آن تلقی می‌گردند و در حوزه توسعه‌ای کشورها بایست از توانایی رسانه‌ها استفاده ببرند و به نظر می‌رسد که مفهوم توسعه بدون توجه به رسانه‌های جمعی قابل دستیابی نیست. مسئله استفاده از رسانه‌ها در مباحث مرتبط با توسعه به میزانی اهمیت دارد که این رسانه‌ها امکانات جدیدی را برای توسعه در کشورها ایجاد نموده‌اند و این مورد بایست مورد توجه جدی قرار گیرد. به صورت کلی رسانه‌های جدید از انواع قدیمی آنان تفاوت‌های اساسی داشته و کانال‌های توزیع، حالت‌های سازمانی، ارتباط بین رسانه‌ها و مصرف کنندگان، تعامل و مشارکت اعضا، توانایی کاربران برای ساخت اطلاعات پویا، امکان دستکاری‌های اطلاعاتی، امکان ادغام و قالب بندی‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی، توانایی‌های کاربران در حوزه‌های گوناگون مرتبط با افکار عمومی، از ویژگی‌های این رسانه‌ها می‌باشند که اهمیت آنان را به صورت روز افزونی افزایش داده‌اند.

در عصر کنونی، ترکیب بازیگران جدید را بر مبنای این رسانه‌های جمعی در عرصه‌های بین‌المللی شاهد هستیم. این بازیگران با استفاده از پل‌های ارتباطی جدید نقش تعیین کننده‌ای در توسعه‌ی جوامع دارا می‌باشند. در این شرایط فن‌آوری‌های ارتباطی جدیدی در جوامع ایجاد شده و بازیگران دولتی و غیر دولتی متفاوتی مانند شرکت‌های تجاری به همراه پل‌های ارتباطی جدید، شرایط ترویج فن‌آوری‌های ارتباطی را در جوامع ایجاد نموده‌اند و بازیکنان غیر دولتی از جمله شرکت‌های تجاری، سازمان‌ها و افراد برجسته فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) فعالان حوزه‌ی رسانه‌های الکترونیک و ... با استفاده از دستگاه‌های تلفن همراه و اینترنت فرآیند ساخت فضاهای جدید اجتماعی را در جوامع فراهم نموده‌اند. از این رو مفهوم حکمرانی خوب و توسعه در حوزه‌های اقتصادی - سیاسی و اجتماعی بدون توجه به حوزه‌های رسانه‌ای امکان پذیر نیست.<sup>۱</sup>

به صورت کلی برای برپایی و ایجاد حکمرانی خوب در جوامع راهی جز توجه به رسانه‌ها و افکار عمومی در جوامع موجود نیست و از این رو بایست برنامه‌های دقیقی برای استفاده از این رسانه‌ها در ساخت افکار عمومی و توسعه در کشورها در دستور کار قرار گیرد. این پژوهش شاخص‌های گوناگون استفاده از رسانه‌های جمعی را در حوزه‌های توسعه‌ای مورد تبیین قرار خواهد داد و در گام بعدی نقش رسانه در شکل‌گیری مفهوم حکمرانی خوب در جوامع را مورد بررسی قرار داده و ارتباط این مفاهیم را با یکدیگر معین می‌سازد. این پژوهش از آنجایی که ارتباط رسانه‌ها و توسعه و حکمرانی خوب را نمایان می‌سازد، جنبه‌ی نوآورانه و اهمیت به سزایی دارد.

<sup>۱</sup>. Information and Communication Technology

## بیان مسئله

یکی از مباحث مهم و در عین حال جدید که از دهه‌ی ۱۹۹۰ میلادی در ابعاد توسعه مطرح گردیده است، موضوع حکمرانی خوب است. این مسئله به ویژه در کشورهای در حال توسعه از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. پارادایم حکمرانی خوب اکنون به صورت پدیده‌ای جهانشمول در آمده و از یک کشور به کشور دیگر در حال گسترش است. به صورت کلی حکمرانی خوب واژگانی است که از دهه‌ی ۸۰ میلادی وارد ادبیات توسعه و مدیریت گردیده است و امروزه در عرصه‌های جهانی به عنوان یکی از شاخص‌های اساسی در ارزیابی کشورها معرفی می‌شود و بسیاری از کشورها از این شاخص برای تبیین توسعه یافتگی - عدم توسعه یافتگی استفاده می‌کنند. به طور کلی در گام‌های اولیه حکمرانی خوب بر مبنای راهبردی در جهت ارائه‌ی خدمات عمومی کارآمد، نظام قضایی قابل اعتماد، نظام اداری پاسخگو بوده که در سال‌های بعد این شاخص گسترده‌تر شده و حوزه‌های گوناگونی را در بر گرفته است. یکی از مواردی که امروزه تمامی کشورهای جهان را درگیر خود نموده، مسئله‌ی توسعه یافتگی است. توسعه یافتگی به عنوان شاخصی است که مورد نظر بسیاری از کشورهای جهان بوده و علاوه بر اینکه دارای روند به خصوصی است، از سوی کشورها، دولت‌ها و حاکمیت‌ها به گونه‌ای مداوم و همه‌گیر در حال پیگیری است. امروزه کشورهای جهان درگیر مسئله‌ی توسعه یافتگی شده‌اند. در این بین نظریات توسعه یافتگی بر مبنای رویکردهای حکومتداری خوب یکی از روش‌های ایجاد توسعه در یک کشور هستند. در حکومتداری خوب برخی از شاخص‌ها مانند، مشارکت سیاسی، حاکمیت قانون، شفافیت، پاسخگویی، اجماع، عدالت و جامعیت، کارآیی، اثربخشی و پاسخگویی می‌توانند سبب شکل‌گیری توسعه یافتگی و تغییر روند مثبت توسعه‌ی اجتماعی یک جامعه باشند. امروزه از حیث بازیگران ایجادکننده‌ی حکمرانی خوب نیز این واژه دچار تغییراتی اساسی با انواع حکمرانی‌های پیشین در عرصه‌های جهانی شده و ما شاهد فعالیت گروه‌های مختلف و حتی شهروندان در حوزه‌های عمومی هستیم. این روزها حکمرانی خوب حاصل عمل بازیگران متعدد و متنوع جامعه است و دولت‌ها نیز به عنوان یکی از بازیگران مورد شناسایی قرار می‌گیرند که البته شناخت کاملی از رسانه‌ها و بازیگران جوامع ندارند.

امروزه حکمرانی خوب به حکمرانی اشاره دارد که از حالت سلسله‌مراتبی خارج شده و نقش دیگر عوامل اجتماعی مانند رسانه‌ها نیز در شکل‌گیری آن بسیار مؤثر و با اهمیت معرفی شود. به طور کلی در حوزه‌ی علوم سیاسی، نظریات حکمرانی خوب، شامل مجموعه‌ای از اصول و سیاست‌هایی بوده که ابتدا توسط بانک جهانی به عرصه‌های علوم سیاسی وارد گردید و سپس به کشورهای در حال توسعه و جهان سوم کمک نمود تا مسیر توسعه را برای خویش مهیا سازند. در این بین سازمان ملل متحد نیز با پافشاری بر این مفهوم، ارتباط کشورها با بانک جهانی را منوط به اجرایی و عملیاتی شدن مفهوم حکمرانی خوب در این کشورها نمود تا این شاخص را بیش از گذشته ترویج نماید. هم‌چنین در اشکال مدرن دولت‌ها، مفهوم حاکمیت پاسخگو و حکمرانی خوب یکی از مفاهیم با اهمیت در علم سیاست است. تجربیات نشان می‌دهد که بالا رفتن میزان بهره‌وری دولت‌ها و از سویی دیگر توسعه‌ی اقتصادی آنان نیز تابعی از پاسخگویی حاکمیت و حکمرانی خوب در آنان است. در حکمرانی خوب، دولت در قبال شهروندان پاسخگو است و ارتباط دولت و شهروندان امری قابل مشاهده است که این امر بهره‌وری و توسعه‌ی اقتصادی را در جوامع بهبود می‌بخشد. در این شرایط نقش افکار عمومی در شکل‌دهی به سیاست‌ها و نفوذ بر حوزه‌های حکومتی تضمین می‌گردد. در این نوع از حکمرانی، مردم در سیستم‌های مدیریت عمومی نقش فعال داشته و این سیستم‌ها از حالت دولتی صرف گردیده و شهروندان اجازه‌ی نگهداری و حفاظت از کارایی و عملکرد سیستم‌های مدیریت عمومی و نظارت و همکاری در حوزه‌های حکمرانی داشته و هم‌چنین مردم و افکار عمومی توانایی نظارت بر عملکرد خوب و یا بد دستگاه‌های خدمات عمومی و در سطح بعدی اصلاح این دستگاه‌ها را دارند. مفهوم حق اعتراض و حق اصلاح برای شکل‌دهی به جامعه‌ای با حکمرانی خوب به شدت مورد توجه است و در این شرایط دولتمردان وظیفه‌ی پاسخگویی در مقابل افکار عمومی در حکومت و حق اعتراض برای خویش را دارا می‌باشند.

حکومتداری خوب مفاهیمی را در خود در بر می‌گیرد که مسائلی مانند مشارکت بیشتر جامعه‌ی مدنی در تصمیم‌گیری‌ها، ایجاد حاکمیت قانون، مبارزه با فساد حکومتی، شفافیت، پاسخگویی، کاهش فقر، حقوق بشر و ... از این موارد می‌باشند. در این بین تاکید بر مطبوعات و آزادی‌های مدنی نیز شاخصی بوده که در نظریات حکمرانی خوب مورد توجه قرار گرفته است. مجموعه‌ی اصول شکل دهنده به حکمرانی خوب در جوامع عبارتند از دولت پاسخگو، دولت کنترل شونده، دولت شفاف، دولت مشارکت عمومی و دولت با اقتصاد و بهره‌وری بالا و ... که تمامی این موارد با حوزه‌های رسانه نیز در ارتباط است و از این رو شناسایی نقش رسانه در تولید این موارد بسیار با اهمیت است. به صورت کلی اصول هشتگانه‌ی حکمرانی خوب که امروزه توسط صندوق بین‌المللی پول مورد تبیین قرار گرفته است شاخص‌های زیر را دارا می‌باشد که برخی از آنان عبارتند از: مشارکت سیاسی، حاکمیت قانون، شفافیت، پاسخگویی، اجماع، عدالت و جامعیت، کارآیی و اثر بخشی و پاسخگویی. همانطور که بیان گردید حکمرانی خوب از آن روی با اهمیت است که به عنوان الگوی جدیدی برای توسعه‌ی پایدار معرفی می‌گردد. این الگو همکاری مبتنی بر شراکت و تعامل سه بخش دولت، جامعه‌ی مدنی و بخش خصوصی است و موجب می‌شود که تمامی کشورها بتوانند توسعه‌ی همه جانبه را در دستور کار قرار دهند. ایجاد ارتباط صحیح و تعامل این سه بخش تحقق حکمرانی خوب را در ابعاد مختلف یک کشور ایجاد می‌کند. آمارهای سازمان‌های بین‌المللی نیز بیانگر آن است که مهمترین عوامل در رشد و توسعه‌ی کشورها، حکمرانی خوب است. برخی حکمرانی خوب را به عنوان بنیان توسعه معرفی نموده و برخی دیگر تعاریف متفاوتی را در باره این مفهوم ارائه داده‌اند. سازمان ملل متحد این مفهوم را اینگونه تعریف می‌نماید که مجموعه‌ای از اقدامات فردی و نهادی، عمومی و خصوصی برای برنامه ریزی و اداره‌ی مشترک امور و فرایندی مستمر که از ایجاد تفاهم میان منافع متفاوت و متضاد که در قالب اقدامات مشارکتی و سازگار حرکت می‌کند و شامل نهادهای رسمی و تریبات غیر رسمی و سرمایه‌ی اجتماعی شهروندان است. به عبارتی دیگر به مفهوم عمده‌ی آن به عنوان اداره‌ی جامعه و الگویی برای اصلاح بخشی عمومی، تقویت جامعه‌ی مدنی و تسریع در مشارکت بخش خصوصی مورد معرفی قرار می‌گیرد. از میان عناصر حکمرانی خوب و مشارکت، پاسخگویی، عدالت و برابری، مسئولیت پذیری و ... شفافیت به عنوان یکی از مهمترین عناصر میل به حکمرانی خوب به شمار می‌آید و یکی از نقش‌های مهم شفافیت کمک به ارتقای پاسخگویی است. از طرفی شفافیت با کمک به کاهش فساد برقراری حکومت قانون را تسهیل می‌کند. این پژوهش بر نقش رسانه در شکل‌گیری حکمرانی خوب تاکید به سزایی دارد و تمرکز خود را بر حوزه‌های رسانه‌ای قرار داده است. به طور کلی در علوم سیاسی از رسانه‌ها به عنوان رکن چهارم دموکراسی نیز یاد می‌شود یعنی رکنی که از یک طرف با مردم و از سوی دیگر با حکومت در ارتباط است. آنچه به رسانه‌ها قدرت می‌بخشد توانایی آن‌ها در شکل دهی به افکار عمومی و نظارت است. از وظایف رسانه‌ها این است که رسانه‌ها بتوانند تمامی نظام‌های سیاسی و اجتماعی را مورد نقد خود قرار دهند و نقش وجدان جمعی را در جوامع بازی نمایند. نقد سازنده که با رفع خطا و اجرای درست صورت می‌گیرد، شرایطی را فراهم می‌آورد که رسانه‌ها در هدایت و تأثیر گذاری بر افکار عمومی، ساختن ایدئولوژی و فرهنگ توده‌ای، پرورش نقاد و ایجاد همبستگی اجتماعی در جامعه باز و کثرت گرا، نقشی مهم داشته باشند. به علاوه امروزه ارتباطات و اطلاعات توانسته است مرکزیت اموری مانند سیاست، تجارت اطلاعات و امنیت را در بر گیرند. از این روی تدوین برنامه‌های توسعه‌ای هر کشور ارتباط بسیاری با مفاهیم رسانه‌ای در آن کشور دارد. از جمله شاخص‌های مهم حکمرانی خوب ارتباطات، گردش آزادانه افکار و لزوم دسترسی برابر به رسانه‌های مختلف از اصولی است که مورد پیگیری قرار می‌گیرد. به صورت کلی رسانه‌های جمعی می‌توانند با انتقاد سازنده و رفع خطا و اجرای درست امر سازنده، نقش هدایت‌گری در یک جامعه در راه اهداف حکمرانی خوب را ایجاد نمایند. در رویکرد حکمرانی خوب رسانه‌های خبری به عنوان یک عامل اساسی محسوب گردیده که در افزایش شفاف سازی و پاسخگویی فرایندهای تصمیم‌گیری و انتقال اصول حکمرانی خوب به جامعه مؤثر می‌باشند. امروزه اکثر کشورهایی که در رتبه بندی شفافیت بین‌المللی قرار دارند، مطبوعات آزاد را نیز دارا هستند. ادبیات موجود در باب حکمرانی خوب اغلب اهمیت رسانه

را در تضمین زیر بنای توسعه مورد تأیید قرار می‌دهد. اجماع گسترده‌ای نیز حول این محور ایجاد گردیده است. رسانه‌ها می‌توانند بر تغییر عقاید مواضع و رفتارهای مردم در یک جامعه تأثیر گذار باشند. رسانه‌ها می‌توانند ائتلاف‌هایی از مردم یک جامعه را ایجاد نمایند که اراده‌ی سیاسی را در دستور کار خود دارند. از سویی دیگر کارآیی و اثربخشی دولت‌ها نیز در این فضاهاى جدید ارتباطی در تعامل مطلوب میان بخش‌های اجتماعی است که رسانه‌ها می‌توانند مسئولیت هدایت آنان را برعهده گیرند. برخی از حامیان ارتباطات رسانه‌ای بر این باورند که رسانه‌ها در اولویت پایین حکمرانی قرار دارند و فعالان توسعه بایست نقش کاتالیزوری بالقوه رسانه‌ها در تقویت و یا تضعیف روندهای دموکراتیک را بهتر بفهمند و بهتر به آن بپردازند. از این رو ارتباطات رسانه‌ای خود می‌تواند عاملی برای بهبود وضعیت یک کشور و توسعه‌ی آن به حساب آید. امروزه حکومتداری خوب نیز نیاز به ارتباط جدی با رسانه‌ها و ترویج این امر از طریق رسانه‌ها را دو چندان نموده است.

امروزه در عرصه‌های جهانی و در فضاهاى ارتباطی و اطلاعاتی جدید، امکان کنترل اطلاعات از عهده و توانایی‌های دولت خارج گردیده و گروه‌های مختلف در جوامع توانایی‌های بالایی را برای شکل دهی به اطلاعات در حوزه‌ی افکار عمومی داخلی و بین المللی دارا هستند. امروزه میزان موفقیت کشورها در شکل دهی به اطلاعات بسیار مهم شده و این امر اطلاعات را به گونه‌ای روز افزون با اهمیت نموده است. در شرایط کنونی رسانه‌های جمعی مدرن می‌توانند تا کنترل‌هایی را بر افراد جامعه در جهت رسانیدن آنان به انتخاب‌هایشان داشته باشند و مسئله‌ی توده‌ها و دستیابی به آنان به عنوان شاخصی اساسی در رسانه‌ها معرفی گردیده و این رسانه‌ها در ساخت افکار عمومی نقش بی بدیلی را پیدا نموده‌اند. امروزه رسانه‌ها در کشورهای توسعه نیافته راه رسیدن به افکار عمومی و شکل دهی به آن تلقی می‌گردند و در حوزه توسعه‌ای بایست کشورها از توانایی رسانه‌ها استفاده ببرند و به نظر می‌رسد که مفهوم توسعه بدون توجه به رسانه‌های جمعی قابل دستیابی نیست. مسئله‌ی استفاده از رسانه‌ها در مباحث مرتبط با توسعه به میزانی اهمیت دارد که این رسانه‌ها امکانات جدیدی را برای توسعه در کشورها ایجاد نموده‌اند. امروزه در عرصه‌های جهانی توجه به حکمرانی خوب بدون توجه به رسانه‌ها و حتی شبکه‌های اجتماعی امکان کمی یافته است. از این رو رسیدن به مفهوم حکمرانی خوب به عنوان یک هدف و آرمان ضرورت توجه به اسباب، زمینه‌ها و امکانات آن را نیز دو چندان می‌نماید. در این بین نقش رسانه‌ای همچون صدا و سیما که به عنوان رسانه محوری در جمهوری اسلامی ایران به حساب می‌آید در این بین بسیار با اهمیت است. از این رو صدا و سیما بایست بتواند از قابلیت‌های خود برای تحقق حکمرانی خوب در جوامع استفاده جدی ببرد. این پژوهش تلاش می‌نماید با توجه به جایگاه و کارکرد رسانه‌ی ملی در تحقق الگوی حکمرانی خوب و شاخص‌های آن وضعیت فعالیت‌ها و عملکردهای این رسانه در تحقق این الگو را مورد رصد دقیق قرار دهد. همچنین قصد دارد تا به جایگاه و کارکرد رسانه‌ی ملی در تحقق الگوی حکمرانی خوب در جمهوری اسلامی ایران رسیده و با تأکید بر شاخص‌های شفافیت و مقابله با فساد در دوره‌ی ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۶ درصدد تشریح الگوی حکمرانی خوب و بررسی نسبت آن با جمهوری اسلامی ایران، کارکردها و نقش رسانه ملی در آن باشد. از این روی جایگاه رسانه ملی را در بازنمایی و تحقق الگوی حکمرانی خوب مورد رصد و تبیین قرار دهد. این پژوهش ترکیب مطالعاتی مرتبط با حکمرانی خوب و ادبیات آن و علوم سیاسی و علم مدیریت و نظریه‌های توسعه‌ای را در دستور کار قرار داده و بررسی جایگاه و کارکرد رسانه‌ی ملی در تحقق حکمرانی خوب را مورد بررسی قرار می‌دهد. این مقاله نامه درصدد است تا نشان دهد که رسانه‌ها در چه چهارچوبی بر پذیرش عمومی حکمرانی خوب علی‌الخصوص در جمهوری اسلامی ایران تأثیر می‌گذارند و اینکه رسانه‌ها بر پاسخگویی و یا عدم پاسخگویی جوامع و حاکمیت قانون در جامعه چه تأثیراتی را باقی می‌گذارند. در این بین نقش رسانه‌ها در ساخت شفافیت و پاسخگویی حکومت بسیار با اهمیت است که این پژوهش نیز به این عوامل خواهد پرداخت و شاخص‌ها و عملکردهای صدا و سیماى جمهوری اسلامی ایران در موضوع شفافیت و پاسخگویی را مورد بررسی و مذاقه قرار خواهد داد.

همانطور که بیان گردید امروزه حکمرانی خوب، دارای ویژگی‌هایی است که موجب کرامت انسانی و بهبود فضاهای زیستی سیاسی در کشورهای مختلف می‌گردد. از این رو مفهوم حکومتمداری خوب و راهبردهای آن به عنوان هدف اصلی کشورهای در حال توسعه برای رسیدن به مفهوم توسعه یافتگی محسوب می‌گردد. این پژوهش نیز با تاکید بر نقش رسانه‌ها در شکل دهی به مفهوم حکومتمداری خوب، توانایی‌ها و عملکردهای رسانه‌های جمعی را در این حوزه و به طور موردی در جمهوری اسلامی ایران در سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۶ مورد تبیین و بررسی قرار می‌دهد. در این پژوهش تلاش می‌گردد که ارتباط دو مفهوم رسانه‌های جمعی و شکل‌گیری حکمرانی خوب در جوامعی مانند جمهوری اسلامی ایران با استفاده از الگوی مصاحبه از نخبگان مورد توجه قرار گیرد. این پژوهش به عنوان چهارچوب نظری از الگوهای بیان شده حکومتمداری خوب از سوی سازمان ملل متحد و شاخص‌های آن استفاده برده و در صدد تطبیق این الگوها با توانایی‌ها و امکانات رسانه‌های جمعی در حوزه ی مقابله با فساد و شفاف سازی است. شیوه‌ی تجزیه و تحلیل در این تحقیق بر مبنای توصیفی-تحلیلی و استفاده از الگوی کتابخانه‌ای جمع آوری اطلاعات می‌باشد.

### رسانه‌های جمعی و توسعه در رویکردهای سازمان ملل متحد

آزادی رسانه‌های اجتماعی و جمعی و اهمیت آنان در مباحث مرتبط با توسعه، مسئله‌ای مهم است که نخستین بار در رویکردهای سازمان ملل متحد مورد معرفی قرار گرفته است. به طور کلی رسانه‌ها بر توسعه و آزادی در جوامع تأثیر داشته و این مسئله مورد توجه سازمان ملل بوده است. در سال ۱۹۴۸ کنفرانس سازمان ملل متحد به نام «آزادی اطلاعات» شکل می‌گیرد که در آن دسترسی به اطلاعات آزاد به عنوان امری ضروری و یکی از پایه‌های اساسی در ارتباط با کشورها مورد معرفی قرار می‌گیرد. از این زمان است که در سطوح بین الملل، دسترسی به اطلاعات در فضاهای سیاسی به عنوان یک هدف توسعه‌ای مورد توجه قرار می‌گیرد. در این بازه زمانی مؤسسات بین المللی همچون یونسکو توجه به اطلاعات آزاد را به عنوان شاخص توسعه‌ای معرفی نموده و بر این مینا، تحقیقات در دهه ۵۰ میلادی نشان می‌دهد که ۷۰ درصد از مردم جهان دسترسی به اطلاعات آزاد نداشته‌اند و در این بازه‌ی زمانی سازمان ملل نسبت به این مقوله دچار حساسیت جدی می‌گردد. سازمان ملل متحد در طی سال‌های اولیه تاسیس اش، با معرفی بحث آزادی اطلاعات و رسانه‌های جمعی به عنوان محور فعالیت‌های توسعه‌ای در کشورها، مسائل مرتبط با اطلاعات آزاد و رسانه‌های آزاد را در دستور کار خود قرار می‌دهد و بر اهمیت رسانه‌ها در توسعه تاکید می‌نماید.

این دوره زمانی است که سازمان ملل متحد، استراتژی توسعه‌ای رسانه‌ای را به عنوان عاملی در توسعه اقتصادی معرفی می‌کند و اعلام می‌دارد که امنیت اطلاعات و داده‌های رسانه‌ای می‌تواند نقش به‌سزایی را در توسعه داشته باشد. سازمان ملل متحد در دهه ۷۰ میلادی نیز اعلام می‌دارد که نقش رسانه‌های اطلاعاتی در پیشرفت‌های آموزشی، اجتماعی و اقتصادی جوامع بسیار با اهمیت است و در توسعه پایدار جوامع نقش با اهمیتی دارد (Serman & Wilber Lang, 1964:12).

به صورت کلی بعد از اولین توجهات سازمان ملل به مباحث ارتباط توسعه و رسانه‌ها، مسئله‌ی افزایش و امکانات دهی به رسانه‌های اطلاعاتی به عنوان شاخصی با اهمیت در رویکردهای سازمان ملل متحد علی‌الخصوص در حوزه‌های مرتبط با توسعه مطرح گردید. در این رویکرد مسئله رسانه‌های اجتماعی و گسترش فزاینده آن در جامعه به عنوان درخواست فزاینده از سوی شهروندان جهان مورد تقاضا می‌گیرد و سازمان ملل متحد نیز اعلام کرد که دولت‌ها بایست نسبت به آن پاسخگو باشند. در این دوره سازمان ملل تلاش نمود با استفاده از بسط و گسترش رسانه‌ها در کشورهای جهان، صدای مردم را به دولت‌ها منتقل ساخته و با استفاده از این شیوه، مؤسسات دولتی را در قبال مردم و جامعه‌ی مدنی شکل گرفته در این فضاهای رسانه‌ای حساس و پاسخگو نماید. از این رو در رویکردهای سازمان ملل، دولت شفاف، پاسخگو و توانمند از ویژگی‌های متعاقب رسانه‌های آزاد و اطلاعات آزاد در حوزه‌های رسانه‌ای معرفی می‌شود و به عنوان شاخصی برای توسعه به حساب می‌آید (گزارش دبیرکل، ۲۰۱۴: ۲۱).

سازمان ملل متحد در سال ۲۰۰۷ تعریفی اساسی و مهم در مورد نقش اطلاعات و رسانه‌ها در توسعه پایدار را ارائه نمود. در این تعریف شیوه کمک‌رسانی اطلاعات و فضاهای رسانه‌ای به مردم موجب همراه‌سازی آنان در توسعه جوامع و همچنین مشارکت دهی به آنان در تعیین سرنوشت خودشان می‌گردد. در این روند رسانه‌های جمعی با افزایش اطلاعات عمومی، به مردم این امکان را می‌دهند که زندگی خود را دچار تغییرات اساسی نموده و به طور جداگانه و جمعی در راستای تغییر فضاهای سیاسی، اجتماعی و اقتصادی جوامع خود تلاش نمایند.

به صورت کلی رسانه‌های جمعی در رویکردهای سازمان ملل متحد نقش جدی را در مباحث مرتبط با توسعه بازی می‌نمایند. در رویکردهای سازمان ملل رسانه‌ها به شکل واضح مردم را در ساخت و تولید و نظارت بر اطلاعات سهیم می‌نمایند که همین مسئله موجب می‌گردد، شهروندان به گونه‌ای مستقیم و جدی در مباحث و تصمیم‌گیری‌های حوزه توسعه سیاسی دخالت نموده و تصمیمات زندگی خویش را بر همین مبنا شکل بخشند. از این رو رسانه‌ها نقش بارزی را در توسعه سیاسی جوامع بازی می‌نمایند. امروزه در مورد نقش و اهمیت رسانه‌ها در ایجاد توسعه و پیشرفت در جوامع، بسیاری از محققان و سازمان‌های جهانی به توافقی همگانی رسیده‌اند و در این شرایط مسئله‌ی پیشرفت‌های اقتصادی، سیاسی و بین‌المللی، دولت‌ها و سازمان‌ها و ... به نحو گسترده‌ای وابسته به مسئله‌ی توسعه‌ی رسانه‌های جمعی وابستگی پیدا نموده است. در این بین سازمان ملل متحد نیز مجموعه‌ای از کمک‌های مالی بین‌المللی را در راستای افزایش رسانه‌ها و بسط و گسترش نقش آنان در جوامع در نظر گرفته است که نشان از اهمیت توسعه‌ی رسانه‌ها در رویکردهای سازمان ملل متحد دارد. (Wilton Park, 2014:1)

در ادامه برخی از شاخص‌های تأثیر رسانه‌ها بر فضاهای توسعه‌ای جوامع مورد بررسی قرار می‌گیرد.

#### **تأثیر رسانه‌های جمعی بر محیط اجتماعی - سیاسی جوامع**

نقش رسانه‌های جمعی و تأثیرات آنان بر محیط اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جوامع امری با اهمیت است. در این بین نقش رسانه‌های جمعی بر توسعه سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، پاسخگو سازی دولت و دیگر حوزه‌های جامعه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

#### **▪ تأثیر رسانه‌های جمعی بر توسعه سیاسی جوامع**

یکی از موارد تأثیر رسانه‌های جمعی بر محیط سیاسی جوامع تأثیراتی است که این رسانه‌ها بر حاکمیت سیاسی کشورها باقی می‌گذارند. حاکمیت سیاسی جوامع در کشورهای در حال توسعه، بایست توانایی بالایی را در به عهده گرفتن نقشی در مقابله با فساد اجتماعی - سیاسی و اقتصادی داشته باشد. حاکمیت‌های سیاسی بایست در فرآیند توسعه یافتگی سردمدار مبارزه با فساد باشد و این حاکمیت خود مسبب فساد در جامعه نگردد. حاکمیت‌ها در جوامع با نظارتی که رسانه‌های جمعی بر آنان ایجاد می‌نمایند، بایست در مقابل فساد و گسترش آن ایستادگی نموده و فقر و نابرابری‌ها را در جوامع به حداقل ممکن برسانند. (Gupta, Sanzhov, 2002:23)

در جوامع در حال توسعه، نقش رسانه‌های جمعی در سوق دادن حاکمیت‌ها به مقابله با فساد حاکمیتی امری با اهمیت است. به طور کلی رسانه‌های جمعی می‌توانند بر فرآیند فسادهای دولتی تأثیر داشته و با رصد و پایشی که بر حوزه‌های عمومی دارند، مقامات دولتی را تحت نظارت قرار داده و از سویی دیگر با ارائه آگاهی‌ها و اطلاع‌رسانی‌های گوناگون در حوزه‌ی افکار عمومی، دانش رأی‌دهندگان را بالا برده و قدرت افکار عمومی را گسترده‌سازند. از این روی جست و جو و پیدا نمودن سیاستمداران فاسد و عدم انتخاب آنان در انتخابات آتی یکی از شیوه‌هایی است که با استفاده از آن رسانه‌های جمعی با کمک افکار عمومی بر روند توسعه سیاسی در جوامع تأثیر می‌گذارند.

مطالعاتی که در همین زمینه و در سال ۲۰۰۴ و در ۹۷ کشور صورت گرفته، نشان می‌دهد که مطبوعات تأثیرات به‌سزایی در مقابله با فساد در جوامع دارند. این مطالعه نشان می‌دهد که یک درصد افزایش فشار و محدودیت بر مطبوعات آزاد، منجر به ۱٫۵ درصد افزایش شاخص فساد در جوامع می‌گردد. از این روی مطبوعات و رسانه‌های جمعی با استفاده از توانایی تغییر افکار عمومی می‌

توانند بر پرونده های فساد در عرصه های عمومی تأثیر داشته و مردم را در انتخابات آتی و دموکراسی در صندوق های رأی از سیاستمداران فاسد و خاطی آگاه سازد. در این شرایط است که سیاستمداران برای حفظ رأی خود در انتخابات های آتی و باقی ماندن در قدرت، حداکثر تلاش خود را برای کاهش فساد در دستور کار قرار می دهند و تلاش دارند تا فضاهای رأی دهی عمومی را به سود خویش حفظ نمایند. (Choudeh Shiamal, 2004)

از این روی، رسانه های مستقل و آزاد در توسعه سیاسی نقش به سزایی داشته و می توانند با نظارت بر افرادی که درون قدرت می باشند، آنان را مورد رصد دقیق قرار دهند. این رسانه های مستقل می توانند با ارائه اطلاعات دقیق به شهروندان، امکان نظارت آنان بر فضاهای سیاسی جوامع را فراهم ساخته و مردم را در فرآیندهای مرتبط به شفافیت های حکومتی فعال تر نمایند. (Choudeh Shiamal, 2004:21)

نقش رسانه ها در ابعاد دیگر توسعه سیاسی نیز قابل اهمیت است. به عنوان مثال امروزه نقش این رسانه ها در ساخت و بهبود عملکردهای حکومت های دموکراتیک نقش مهمی است و به نظر می رسد که بدون ایجاد رسانه های آزاد اطلاعاتی و ارتباطی، امکان شکل دهی به حکومت دموکراتیک در جوامع وجود ندارد. امروزه ارزیابی های گسترده ای در زمینه ارتباط مابین آزادی مطبوعات و توسعه سیاسی در جوامع صورت گرفته و این ارزیابی ها نشان می دهد که مطبوعات سالم و مجموعه آزادی هایی که توسط این مطبوعات و رسانه ها ایجاد می گردد بر آزادی های سیاسی شهروندان تأثیر دارد. با نگاهی دقیق به تجربه کشورهای جهان می توان به خوبی مشاهده نمود که ارتباط قوی مابین رسانه های جمعی و شکل گیری آزادی سیاسی در آنان وجود دارد. از این روی افزایش و یا کاهش آزادی های سیاسی و توسعه سیاسی در جوامع را می توان با نگاه و نگرش نخبگان آن جامعه نسبت به آزادی مطبوعات و رسانه ها مورد تبیین قرار داد. نگرش رهبران جوامع به رسانه های آزاد، بر شکل گیری آزادی های سیاسی در جوامع تأثیر به سزایی دارد. (Karlekar Karin Deutsch & Becker Lee B, 2016)

یکی دیگر از نقش های رسانه های آزاد در جوامع و فرآیند شکل دهی به حکمرانی خوب، تأثیر آنان در کاهش ریسک های سیاسی و افزایش ثبات است. به صورت کلی آمارها حاکی از آن است که کشورهایی که در حوزه های سیاسی متزلزل و دارای جنبش و جوش و درگیری می باشند، از رسانه های جمعی مستقلی برخوردار نبوده و دولت ها از توانایی این رسانه ها برای کاهش ریسک سیاسی و افزایش ثبات استفاده نبرده اند. از این رو رسانه های جمعی با کارآیی بالا می توانند دولت ها را در افزایش کارآیی و ایجاد ثبات سیاسی در کشورها یاری نمایند. مطالعات صورت گرفته در حوزه رسانه های کشورهای آفریقایی و وضعیت سیاسی آنان در سال ۲۰۱۱ میلادی نشان داده که رسانه های آزاد و دسترسی به اطلاعات بیشتر، توانایی حکومت کشورهایی که در وضعیت بحران زا سیاسی قرار دارند، افزایش داده و وضعیت آنان را بهبود بخشیده است. (Rovi Sanjukta, 2014:32)

یکی دیگر از عواملی که در توسعه سیاسی از طریق رسانه ها جمعی مؤثر است، مقوله خلاقیت زایی سیاسی در محیط فضاهای رسانه ای است. از این رو رسانه های جمعی تأثیر به سزایی بر ساخت خلاقیت در اذهان افراد جامعه ایجاد می نماید. به صورت کلی در جوامع امکان اینکه دانش ها، شیوه های جدید و ایده های نوینی از سوی دولت ها توسط افکار عمومی و از طریق این رسانه های جمعی پیگیری گردد، در صد بالایی است و مردم می توانند مسیرهای جدید را پیشنهاد دهند. بالابردن توانایی های بالقوه شهروندان در مباحث مرتبط با توسعه پایدار از طریق شکل بخشی به رسانه های آزاد به عنوان اصلی اساسی و با اهمیت مدنظر قرار می گیرد (Willson Mark, 2007:4)

#### ▪ تأثیر رسانه های جمعی بر توسعه اقتصادی جوامع

به صورت کلی رسانه های جمعی تأثیرات به سزایی بر محیط اقتصادی جوامع دارند. امروزه فضاهای جدید اقتصادی در محیط سایبرنتیک کشورها گسترده گردیده اند و بازیگران اقتصادی برای قدرت گیری و کسب منابع مالی مورد نیاز، به اطلاعات دقیق و به موقع در حوزه های گوناگون نیاز دارند و این مسئله نیز از طریق افکار عمومی موجود در رسانه های جمعی قابل دست یابی است.



از این رو نهادهای اقتصادی می‌توانند با استفاده از این رسانه‌های جمعی منابع را به طور مؤثر در دست گرفته و توسعه‌ی اقتصادی را ایجاد نمایند. در این شرایط سرمایه‌گذاران و گروه‌های اقتصادی به رسانه‌های آزاد نیاز مبرمی داشته و از قالب این رسانه‌ها در صدد بهبود وضعیت اقتصادی خویش می‌باشند. (Caman, Daniel & Et al 2005:31)

در سطح اقتصادی رسانه‌های جمعی با بهبود کیفیت ارتباطات و اطلاعات در فضاهای اقتصادی کشورها، امکان تعاملات اقتصادی را بالاتر برده و از سویی دیگر امکان نظارت بر فرآیندهای اقتصادی دولت‌ها را افزایش می‌دهند. رسانه‌های جمعی می‌توانند با توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در سطح جوامع، سیاست‌های اقتصادی کشورها را نیز دچار تغییراتی نمایند و این مورد حتی منجر به کاهش ریسک‌های سیاسی و ایجاد شرایط مناسب برای توسعه‌ی اقتصادی در کشورها می‌گردد.

مطالعات بین‌المللی در سال ۲۰۰۶ از ۵۱ کشور در طول دوره‌ی ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۴ نشان می‌دهد که کاهش اعمال محدودیت بر روزنامه‌نگاران (مانند کاهش خشونت بر علیه روزنامه‌نگاران و...) و به تبع آن فعالیت بیشتر رسانه‌های مستقل، تأثیر مثبت و با اهمیتی بر کاهش فساد اقتصادی در جوامع داشته است. این یافته نشان می‌دهد که بهبود رقابت بخش رسانه‌ای، منجر به افزایش توانایی‌های اقتصادی جوامع گردیده است و این مسئله منجر به کاهش فساد اقتصادی در حدود ۰/۶ تا ۱/۷ می‌گردد. (Friel Sebastian & Et al 2007: 838-862)

یکی دیگر از نقش‌های رسانه‌های جمعی در حوزه‌های اقتصادی جوامع، افزایش آگاهی‌های عمومی و امکان نظارت مردم و جامعه‌ی مدنی بر تحرکات فسادزای اقتصادی دولتمردان است که این امر نیز به افزایش توانایی‌های تولیدی یک کشور منجر می‌گردد. رسانه‌ها در حوزه بهره‌وری اقتصادی نیز نقش مثبتی در جوامع دارند. مسئله‌ی مرتبط با بهره‌وری اقتصادی و افزایش توانایی تصمیم‌گیری شهروندان در حوزه‌های اقتصادی می‌تواند توسط رسانه‌های جمعی ترویج گردد. به صورت کلی رسانه‌های جمعی می‌توانند با افزایش اطلاعات بازیگران از بهره‌وری اقتصادی، توانایی تصمیم‌گیری و ثبات در تصمیمات اقتصادی آنان را فراهم نمایند. یکی از راه‌هایی این امر، ساخت هماهنگی‌های سیاسی مابین مردم و مسئولین است که توسعه سیاست‌های اقتصادی در یک کشور را امکان‌پذیر می‌نماید. به طور کلی نقش و اهمیت رسانه‌های جمعی در توسعه اقتصادی و در جوامع توسعه یافته به خوبی از قالب مثال‌های جهانی قابل مشاهده است. نمونه‌های جهانی گسترده نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی در تقویت و هماهنگی حوزه‌های سیاسی و اقتصادی جوامع تأثیرات به‌سزایی داشته‌اند. فرآیند توسعه یافتگی اقتصادی کشورهایی همچون لهستان، مجارستان و اوکراین در این حوزه قابل مثال است. این کشورها که در طول تاریخ خود شاهد جنگ جهانی دوم بوده‌اند، پس از آن و از طریق رسانه‌های جمعی فراگیر، توانسته‌اند شرایط جنگی را به مرحله‌ای از آشتی ملی و هماهنگی جمعی برای توسعه‌ی اقتصاد مبدل سازند. در این شرایط این کشورها با ایجاد امکان دسترسی بیشتر به اطلاعات برای تمامی مردم و سیاستمداران، فضا را برای هماهنگی ملی در جوامع مهیا نموده‌اند. (Kevin Christopher & Et al 2004: 40).

#### ▪ تأثیر رسانه‌های جمعی بر توسعه اجتماعی جوامع

توسعه اجتماعی نیز یکی دیگر از شاخص‌هایی اساسی است که کشورهای در حال توسعه درگیر آن می‌باشند. به صورت کلی برای اینکه توسعه اجتماعی با همه شاخص‌های آن در یک کشور ایجاد گردد و این توسعه اجتماعی استمرار و پایداری داشته باشد، بایست زمینه‌های آن مهیا باشد. این زمینه‌ها در شاخص‌های اجتماعی همچون توانایی مداخله شهروندان در تصمیم‌گیری‌ها قابل مشاهده است. یکی از شاخص‌های توسعه اجتماعی جوامع بر این مبنا است که شهروندان آن جامعه توانایی تأثیرگذاری و مداخله در حوزه‌ی تصمیم‌گیری‌هایی که به آنان مرتبط است، داشته باشند. از این رو نقش مردم در جامعه و بر مبنای این توسعه اجتماعی منجر به مولد گردیدن و مشارکت آنان در حوزه توسعه‌ای می‌گردد. این مسئله خود عاملی برای توسعه اجتماعی محسوب می‌شود. مشارکت و آگاهی بخشی به مردم در سطح جامعه در ارتباط جدی و مستقیمی با رسانه‌های آزاد اجتماعی است و بر این

مبنا رسانه‌های جمعی، آگاهی‌های شهروندان را افزایش داده و با ارائه به موقع و کامل اطلاعات به آنان و ارتباط بخشی به شهروندان در حوزه‌های گوناگون، خواست‌ها و رفتارهای اجتماعی مناسب آنان را افزایش می‌دهند.

از این رو رسانه‌ها در ساخت استانداردهای توسعه اجتماعی در جوامع تاثیرات به سزایی دارند. این رسانه‌ها در حوزه‌های دیگر نیز باعث توسعه اجتماعی در جوامع می‌گردند. یکی از این حوزه‌ها، توانایی ساخت ایده نظارت بر اقدامات حکومت‌ها برای مردم است. در این الگو امکان نظارت کلی و کامل مردم و افکار عمومی بر حاکمان و افراد نخبه‌ی سیاسی بالا می‌رود و این خود عاملی برای توسعه اجتماعی به حساب می‌آید. در این بین نقش افکار عمومی در مقابله با فساد حکومتی شاخص با اهمیت است که توسط رسانه‌ها ایجاد می‌گردد. این افکار عمومی خود عامل بسیار مهمی در توسعه اجتماعی جوامع است. افکار عمومی با اهرم فشار بر حاکمان و آگاهی بخشی نقش فعالی را در توسعه اجتماعی جامعه بر عهده دارد و ناآگاهی مردم را به حداقل ممکن می‌رساند. در این شرایط دولت‌ها و گروه‌های حاکمه مجبور می‌گردند که نسبت به بازخوردهای اجتماعی جوامع و افکار عمومی حساسیت داشته و افکار عمومی هم آگاهی خوبی را خواهند داشت.

در این سطح نظارت افکار عمومی بر فرآیندهای فساد را در یک جامعه منجر به توسعه اجتماعی این افکار عمومی می‌گردد. مطبوعات و رسانه‌های جمعی تاثیرات به سزایی بر کنترل فساد در جوامع دارند. در تجزیه و تحلیلی که در مقطع زمانی ۱۹۹۴ تا ۱۹۹۸ از ۱۲۵ کشور صورت گرفته، ارتباط میان فراوانی و استقلال مطبوعات و کاهش فساد در کشورها نشان داده شده است و بر این مبنا هرچه استقلال و فعالیت‌های مطبوعات در یک کشور بالاتر باشد، میزان فساد نیز در این جامعه کاسته خواهد شد. (Bronti Aimo & Beatrice Wader, 2003: 1812)

از این روی رسانه‌ها با استفاده از ایده توسعه اجتماعی بر فرآیند کاهش فساد در جوامع تأثیر دارند. بر این مبنا کشورهایی که در حوزه‌های سیاسی و اجتماعی خود ضعیف می‌باشند، می‌توانند با استفاده از ترویج توانایی‌های نظارت مدنی از طریق رسانه‌های قوی و مستقل و همچنین آموزش استفاده از این رسانه‌ها در فضاهای آموزش و پرورش و تربیتی، امکان مندی فساد اقتصادی و سیاسی را در کشورشان کاهش دهند. در این حوزه مسئولین اداری که تحت نظارت رسانه‌های جمعی می‌باشند، خدمات عمومی بهتری را نسبت به مردم ارائه خواهند داد و آموزش استفاده از رسانه‌های جمعی و محیط آزاد اطلاعاتی نقش بسیار موثری را بر نظارت عملکرد سیاستمداران دارد و منجر به توسعه اجتماعی مردم در حوزه نظارت بر دولت و حاکمیت می‌گردد. (Errand Rudiger, 2002)

تقویت همه طبقات اجتماعی در جوامع یکی از شاخص‌های توسعه اجتماعی است که توسط رسانه‌های جمعی ترویج می‌گردد. به صورت کلی رسانه‌های جمعی تمامی طبقات و شهروندان را فارغ از طبقه اجتماعی آگاهی بخشی و تقویت می‌نمایند و در این شبکه‌ها حتی امکان توسعه اجتماعی طبقات محروم نیز فراهم است. از این رو طبقات ضعیف اجتماعی در قالب آزادی رسانه‌ها تقویت گردیده و می‌تواند بر شرایط و محیط زندگی خویش تأثیر بگذارند.

#### **تأثیر رسانه‌های جمعی بر پاسخگو سازی دولت‌ها**

یکی از مزایای استفاده از رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی مابین مردم، پاسخگو نمودن دولت‌ها نسبت به تقاضای مردم است. به صورت کلی فضاهای رسانه‌ای می‌تواند دولت‌ها را ملزم به پاسخگویی و توجه به افکار عمومی نمایند. رسانه‌های جمعی می‌توانند با فراهم سازی اطلاعات با دسترسی آسان برای شهروندان، آنان را برای بالابردن کیفیت درخواست‌هایشان از نهادهای حاکمیتی آماده سازند و از سویی دیگر دولت‌ها را نیز در قبال این درخواست‌ها پاسخگو و حتی توانمند نمایند. در این حوزه مطالعاتی صورت گرفته نیز که نشان می‌دهد تأثیر آموزش‌های رسانه‌ای به مردم و شکل‌گیری کمپین‌های رسانه‌ای در بهبود سیستم‌های حکومتی به نحو قابل مشاهده‌ای بالا است. از این روی شهروندانی که در رسانه‌های جمعی فعالیت بیشتری دارند، توانایی هدفمند سازی مشارکت‌های خود با استفاده از امکانات این رسانه‌های جمعی را دارا می‌باشند و با ایجاد و ساخت تشکل‌ها و کمپین‌ها،

ارتباط‌های مابین خود اقوی نموده و از این کمپین‌ها در جهت کسب نتایج مورد نظر سود می‌برند. در این بین برخورد دولت در مقابل این کمپین‌ها نیز همراه با پاسخگویی است (Renika & Sonson, 2004)

به صورت کلی مطالعات جهانی نشان می‌دهد که شهروندان دارای معلومات در حوزه‌های سیاسی و اجتماعی، در فضاهای شبکه‌های جمعی و رسانه‌های جمعی فعالیت بیشتری دارند. در این فضا شهروندان هم توانایی بالاتری را برای حضور در عرصه‌های سیاسی دارند و هم علاقه بالاتری را به رأی دهی دارا می‌باشند. این گروه از شهروندان به شدت نسبت به رأی خویش حساس بوده و اگر سیاستمداران نسبت به آنان پاسخگو نباشند، این امر را نمی‌پذیرند. (David Stenberg, 2004: 195)

تحقیقات در این زمینه نشان می‌دهد که هر جا نفوذ رسانه‌ها بالاتر بوده است، امکان تخصیص بودجه و پاسخگویی مسئولین نیز بالاتر است. از این رو مردمی که دسترسی بیشتر و آزادانه‌تری به رسانه‌ها دارا بوده اند، توجه مسئولین و پاسخگویی در مقابل خواست‌های خود را از حکومت‌ها خواستارند. (David Stenberg, 2004: 201)

همانطور که بیان گردید یکی از شاخص‌های حکمرانی خوب پاسخگویی دولت است که این امر از طریق ارتباط توسعه رسانه‌ها و افزایش پاسخگویی دولت ممکن می‌شود. در این بین فقرا و اقشار ضعیف جمعیتی که عدد بالایی را در دموکراسی‌ها دارند، اما در عالم واقع توانایی کمی برای تأثیر گذاری سیاسی دارا می‌باشند، می‌توانند با استفاده از این شبکه‌ها و فضاهای رسانه‌ای قدرت یافته و بر تحولات تأثیر گذار شوند. در این بین شکل‌گیری کمپین‌های احقاق کنندنده حقوق طبقات پایین، نقش موثری را در رسیدن به اهداف و خواست‌های این گروه‌ها دارد. در این شرایط رسانه‌های جمعی فعال در جوامع می‌توانند با آگاهی بخشی نسبت به عملکرد سیاستمداران، اطلاعات این طبقات پایین را در قبال رأی آنان در دموکراسی‌ها افزایش داده و امکان بهبود اطلاعات آنان را نیز فراهم نمایند.

به عنوان مثال مطالعات صورت گرفته در هند نشان می‌دهد که دولت‌ها و ایالاتی که گردش بیشتر روزنامه‌ای و ارتباطات رسانه‌ای داشته اند، دارای فضاهای رسانه‌ای فعال‌تری نیز بوده اند و همین امر پاسخگویی دولت‌های ایالتی را نسبت به درخواست‌های طبقات ضعیف اجتماعی و مردم عامی بیشتر نموده است. از این روی در جوامعی که رسانه‌های جمعی فعال تر می‌باشند، امکان افزایش خدمات عمومی و حکومتی نسبت به فقرا و اقشار ضعیف جامعه نیز بالاتر می‌رود و عدالت در حق اقشار متوسط رو به پایین و ضعیف جامعه برقرار می‌گردد. (Bessley Timothy & Robin Burgess, 2002: 1426)

#### نقش رسانه‌های جمعی در دیگر حوزه‌های جامعه

رسانه‌هایی آزاد از طریق تأثیری که بر افکار عمومی و روند‌های فکری جوامع باقی می‌گذارند در حوزه‌های دیگر نیز تأثیرات مثبتی را بر محیط جوامع باقی می‌گذارند. به صورت کلی این رسانه‌ها منجر به افزایش آگاهی و تغییر رفتار در مسائل اجتماعی مردم گردیده و افکار عمومی را نسبت به جامعه و مسئولیت در آن تشویق نموده و منجر به ایجاد تغییرات مثبت در جامعه می‌شوند. مطالعات گسترده‌ای در مورد نقش رسانه‌ها به عنوان کاتالیزوری در جهت تشویق افکار عمومی و ارائه اطلاعات متقن به اذهان مردم صورت گرفته که تأثیر این رسانه‌های جمعی را بر افکار عمومی و تغییرات اجتماعی مورد رصد قرار داده است. برخی از این تأثیرات عبارتند از:

۱. تأثیر مثبت رسانه‌های جمعی بر مسئله سلامت فردی و جمعی جامعه (Daniel Catalan Matamoros, 2011)
۲. تأثیر مثبت رسانه‌های جمعی بر افزایش توجه به مسئله بهداشت مادران (Eduardo, 1999: 291-296)
۳. تأثیر مثبت رسانه‌ها در آگاهی بخشی به والدین و مربیان در کنترل رفتار کودکان (Jesour Richard & Et al, 1977: 19-22)
۴. تأثیر مثبت رسانه‌ها در آگاهی بخشی نسبت به محیط زیست (Sampi Yuki & Et al, 2009: 203-212)

از این روی، به نظر می‌رسد که برنامه‌های رسانه‌ای که به نحو هدفمندی تدوین می‌گردند، با افزایش اطلاعات و دانش کاربران در محیط افکار عمومی کشورها، مردم را نسبت به تغییر در رفتار و اخلاقتان ترغیب نموده و از این رو تأثیر به‌سزایی را بر شکل‌گیری جامعه‌ی خوب دارا می‌باشند. یکی از مباحث مهم در این زمینه مسئله‌ی توسعه و محیط زیست است. امروزه در مفهوم توسعه پایدار حفاظت از محیط زیست و امکانات زیستی بشریت مورد توجه قرار گرفته است و در رسانه‌های جمعی مورد پیگیری قرار می‌گیرد. در مفهوم توسعه‌ی پایدار، توسعه‌ی اقتصادی نایست به فرآیندهای زیستی و محیط زیست آسیب وارد نماید. در این بین نقش رسانه‌ها جمعی، با افزایش اطلاعات افکار عمومی در مورد اهمیت و وضعیت محیط زیست و راهکارهای حفظ آن، شرایط را برای آگاهی بخشی و اطلاع‌رسانی همگانی در مورد محیط زیست فراهم آورده و از افکار عمومی برای حفاظت از آن بهره‌گیرند. در این مورد، تحقیقات صورت گرفته در ۳۵ کشور اروپایی مانند اوکراین، روسیه، بلغارستان، مجارستان، اسلوانی، کرواسی و مقدونیه نشان می‌دهد که دسترسی مردم به رسانه‌ها و امکانات آگاهی بخشی اجتماعی بیشتر باشد، کیفیت توسعه پایدار این کشورها بدون آسیب زدن به محیط زیست نیز بالاتر می‌شود. از این روی نقش رسانه‌ها در آگاهی بخشی و افزایش سطح مشارکت مردم در حفاظت از محیط زیست به شدت قابل توجه است. (Salvatore Disease, 2002: 150)

### حکمرانی خوب و شاخص‌های آن

نظریات حکمرانی به مجموعه‌ای از نظریه‌ها گفته می‌شود که در باب حکمرانی خوب در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه - کمتر توسعه یافته بحث می‌نمایند. در این نظریات نحوه تعامل مردم و حاکمیت‌ها و حدود و مرزهای تعامل مردم و دولت‌ها مورد نظر است. یکی از این نظریات که امروزه به عنوان یک آرمان از سوی نهاد‌های بین‌المللی ترویج می‌گردد، دولت‌های با حکمرانی خوب است. امروزه این نظریات در حوزه حکمرانی و سیاسی جوامع نه تنها به عنوان یک روش بلکه به عنوان یک هدف پیرامون ارتباط مردم و حاکمیت‌های سیاسی کشورها مورد نظر قرار دارد.

به صورت کلی نظریات حکمرانی خوب، شامل مجموعه‌ای از اصول و سیاست‌هایی است که ابتدا توسط بانک جهانی به عرصه‌های علوم سیاسی وارد گردید و سپس به کشورهای در حال توسعه و جهان سوم کمک نمود تا مسیر توسعه را برای خویش مهیا سازند. در این بین سازمان ملل متحد نیز با پافشاری بر این مفهوم، ارتباط کشورها با بانک جهانی را منوط به اجرایی و عملیاتی شدن مفهوم حکمرانی خوب در این کشورها نمود تا این شاخص را بیش از گذشته ترویج نماید.

امروزه و در اشکال مدرن دولت‌ها، مفهوم حاکمیت پاسخگو و حکمرانی خوب یکی از مفاهیم با اهمیت در علم سیاست است. تجربیات نشان می‌دهد که بالا رفتن میزان بهره‌وری دولت‌ها و از سویی دیگر توسعه اقتصادی آنان نیز تابعی از پاسخگویی حاکمیت و حکمرانی خوب در آنان است. در حکمرانی خوب، دولت در قبال شهروندان پاسخگو است و ارتباط دولت و شهروندان امری قابل مشاهده است که این امر بهره‌وری و توسعه اقتصادی را در جوامع بهبود می‌بخشد. در این شرایط نقش افکار عمومی در شکل‌دهی به سیاست‌ها و نفوذ بر حوزه‌های حکومتی تضمین می‌گردد. در حکمرانی‌های خوب شهروندان توانایی بالایی برای نفوذ در سیاست‌گذاری‌های دولت دارند (Bjork & Johansson, 2001).

در این نوع از حکمرانی، مردم در سیستم‌های مدیریت عمومی نقش فعال داشته و این سیستم‌ها از حالت دولتی صرف خارج گردیده و شهروندان اجازتی نگهداری و حفاظت از کارایی و عملکرد سیستم‌های مدیریت عمومی و نظارت و همکاری در حوزه‌های حکمرانی را دارند. در این شرایط مردم و افکار عمومی توانایی نظارت بر عملکرد خوب و یا بد دستگاه‌های خدمات عمومی و در سطح بعدی اصلاح این دستگاه‌ها را دارا می‌باشند. مفهوم حق اعتراض و حق اصلاح برای شکل‌دهی به جامعه‌ای با حکمرانی خوب به شدت مورد توجه است بر این اساس وظیفه دولتمردان پاسخگویی در مقابل افکار عمومی و حق اعتراض برای شهروندان است.

بدین دلیل نظریه‌های حکمرانی خوب، شرایط شکل‌گیری دولت ایده آل مشارکتی را در جوامع ایجاد نموده و بر مبنای اصولی بنیادین، امکان حداکثر مشارکت مردم را در یک جامعه ایجاد و راهبری می‌نماید. اصول بنیادین این نظریه نیز بر همین مبنا معرفی گردیده و در آن نقش افکار عمومی بسیار حائز اهمیت است. در نظریات حکمرانی خوب رابطه افکار عمومی و رسانه‌های جمعی نیز بسیار مورد توجه است و برای رسیدن به شاخص‌های حکمرانی خوب ضرورت استفاده از رسانه‌های جمعی، ضرورتی دو چندان است. (Minogue, Polidano & Hulme, 1998)

بانک جهانی یکی از ارگان‌هایی است که مفهوم حکمرانی خوب را در عرصه‌های علوم سیاسی مورد تعریف قرار داده است. این تعریف بر مجموعه عواملی همچون شکل دهی به خدمات دولتی کارآمد، شکل دهی به سیستم قضایی مستقل، ایجاد چهارچوب قانونی مناسب و یکسان برای اجرای قراردادها، مدیریت بهینه منابع مالی عمومی در سطح شاخص‌های مالی و قضایی تشکیل گردیده است. از این روی تأکید بانک جهانی بر مفاهیم مالی است و اعلام می‌دارد که دولت‌ها می‌بایست در حوزه فعالیت‌های اقتصادی خود، حساب‌رسان مستقلی داشته باشند، تا فساد را در جوامع با حکمرانی خوب به حداقل ممکن برسد. احترام به قانون و حقوق بشر در یک کشور و ایجاد ساختارهای نهادی مناسب و قانونی برای ایجاد حکمرانی خوب از دیگر شاخص‌هایی است که مورد نظر قرار می‌گیرد. در این تعریف نوع حکومت داری بر مبنای حکمرانی خوب، تأثیرات مثبتی را بر نوع رژیم‌های سیاسی و ارتباط آنان با افکار عمومی باقی می‌گذارد و در حوزه‌های مدیریت منابع اقتصادی و اجتماعی جوامع، ظرفیت‌های دولت‌ها را برای تدوین سیاست‌ها و پیاده‌سازی مؤثر تصمیمات افزایش می‌یابد. (World Bank, 1992)

صندوق بین‌المللی پول نیز به تعریفی از شاخص‌های حکمرانی خوب پرداخته است. این مفهوم به گونه‌ای بسیط در این تعریف مورد نظر قرار گرفته و شاخص‌های آن در جنبه‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جوامع معرفی گردیده است. این شاخص‌ها بر مبنای اصل بنیادین حاکمیت قانون و نظارت بر حکومت توسط مردم پایه‌ریزی گردیده است. از این رو در حکومت‌هایی که حکمرانی خوب دارند، نظارت گسترده‌ی مردم بر منابع مالی را شاهد هستیم و کارآیی‌های مالی دولت و حسابرسی به حوزه‌های فساد دولتی و حاکمیتی در صدر توجه قرار می‌گیرد. اصول هشتمگانه حکمرانی خوب که توسط صندوق بین‌المللی پول بیان گردیده است، عبارتند از: (UNDP, 2007)

۱. مشارکت سیاسی
۲. حاکمیت قانون
۳. شفافیت
۴. پاسخگویی
۵. اجماع
۶. عدالت و جامعیت
۷. کارآیی و اثر بخشی
۸. مسئولیت پذیری

بر مبنای این شاخص‌ها است که امروزه و در سطوح بین‌المللی، کیفیت سیاسی کشورها بر مبنای پایداری آنان به این شاخص‌های هشتمگانه مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. در حکمرانی‌های خوب شاهد کاهش نفوذ مستقیم دولت و افزایش قدرت افکار عمومی در حوزه حکومت داری می‌باشیم. از این رو بر مبنای سیاست‌های بانک جهانی و سازمان ملل متحد که اصول حکمرانی خوب را در جوامع تشویق می‌نمایند، با افکار عمومی مردم و آگاهی بخشی آنان از طریق رسانه‌های جمعی در ارتباط است. به صورت کلی دولت‌ها در حکمرانی خوب، درصدد ارائه‌ی خدمات عمومی مؤثر و موفق، تشویق رقابت در سطح جامعه، افزایش خصوصی سازی، پیگیری اصلاحات مدنی و خدماتی در جامعه، تمرکز زدایی از فعالیت‌های دولتی و تأمین و مؤثر نمودن خدمات عمومی به

مردم می‌باشند و در این راه از افکار عمومی و نگرش مردم نسبت به شرایط و توانایی‌های خود استفاده جدی می‌برند و نسبت به افکار عمومی حساسیت ویژه ای دارند (Williams & Young, 1994: 87)

به صورت کلی نظریه‌های حکمرانی خوب، امکانات دولت در مدیریت و توانمند سازی بروکراسی را افزایش داده و دولت‌ها را در راستای رسیدن به اهداف خود توانمند می‌سازد. این الگو آزادی‌های فردی و شخصی مردم را حفظ نموده و آنان را از مداخلات نادرست دولتی در این زمینه محافظت می‌نماید در این نوع از حکومت‌ها نقش رسانه‌های جمعی در ساخت افکار عمومی جامعه نیز بسیار با اهمیت است. (Sheng, 2008)

به صورت کلی نظریه حکمرانی خوب، درصدد ایجاد نوعی از دموکراسی است که با حفظ و استفاده از توانایی‌های افکار عمومی مردم توانمند گردیده و با ساخت جامعه‌ی مدنی قدرتمند بر مبنای افکار عمومی به تمرکز زدایی از دولت‌ها می‌پردازد و منازعات را به گونه‌ای صلح آمیز حل و فصل می‌نماید.

در مفهوم حکمرانی خوب، دموکراسی و افکار عمومی دو شاخص اساسی می‌باشند که هر دوی این مفاهیم در ارتباط قوی با مسئله رسانه‌های ارتباط جمعی دارند. در این حکمرانی خوب، فعالیت‌های مؤسسات مدنی افزایش پیدا می‌نماید و امکان استفاده از خدمات عمومی بر مبنای برابری‌های عمومی و شکل‌گیری عدالت اجتماعی بالا رفته و راه برای رشد اقتصادی پایدار جوامع فراهم می‌گردد. به صورت کلی دموکراسی به عنوان پایه و اساس شکل‌گیری حکمرانی خوب است که این مفهوم با افکار عمومی و رسانه‌های ارتباطی رابطه‌ی تنگاتنگی دارد (Idada & Uhunwuangho, 2012: 52)

برخی از متفکران با تاکید بر نقش افکار عمومی در شکل‌گیری حکمرانی خوب بر این اعتقادند که در این جوامع نیازی به حضور دائمی و همیشگی دولت‌ها در تمامی حوزه‌ها نیست و می‌توان با اصلاح و تغییر مجدد حکومت‌ها، امکان دموکراتیزه شدن جوامع را بالا برد. (Khan, 2008; Pitter, 2010)

#### تأثیر رسانه‌های جمعی بر شکل‌گیری حکمرانی خوب در جوامع

همانطور اشاره شد، حکمرانی خوب آرمانی است که دارای شاخص‌های گوناگونی است و بر مبنای آن تعریف می‌شود. این نظریه تمامی شهروندان بالغ در یک جامعه را در مسائل سیاسی و اقتصادی جوامع درگیر نموده و از سرمایه افکار اجتماعی آن استفاده می‌برد. از این رو مشارکت مردم و افکار عمومی در حوزه‌های سیاسی و اقتصادی به عنوان یکی از پایه‌های اصلی این نظریه در تدوین ایده آل حکومتی‌اش است که این امور در ارتباط جدی با رسانه‌های ارتباط جمعی در جوامع است. (Kaufman, Kraay & Mastruzzi, 2006: 2296)

به صورت کلی مشارکت شهروندان در حکمرانی خوب توسط رسانه‌ها و ارتباطات جمعی کانالیزه و عملیاتی شود و این مسئله منجر به شکل‌گیری مجموعه‌ای از شاخص‌ها می‌گردد. مفهوم مشارکت از منظر تئوری‌های حکمرانی خوب، شاخصی است که در بر دارنده درجه‌ای از مداخله‌ی شهروندان یک کشور در انتخاب رهبران سیاسی و در نهایت اعطای دقیق و کارآمد نمایندگی مردم به رهبران و نخبگان سیاسی است. در این نوع مشارکت، مردم به صورت غیر مستقیم در حوزه‌های تصمیم‌گیری‌های دولتی مداخله نموده و در مواردی که این تصمیم‌گیری‌ها با مشکل رو به رو باشند، مداخله‌ی شهروندان به صورت مستقیم و از طریق فشار افکار عمومی صورت خواهد گرفت. (Osmani, 2007; Rotberg, 2004: 77)

در این بین نقش رسانه‌های جمعی در ساخت افکار عمومی و تأثیر افکار عمومی در ارتباط مردم و حکومت در حکمرانی خوب امری بسیار مهم است.

#### ▪ شکل‌گیری قانون‌مداری حکمرانی خوب از طریق رسانه‌های جمعی

اهمیت و توجه به قانون در جوامع یکی از مسائل اساسی و مهم در نظریه حکمرانی خوب است. قانون‌مداری در حکمرانی خوب زمینه شکل‌دهی به عدالت را در جامعه ایجاد می‌نماید و عدالت را نهادینه و بر اساس قانونی بدون شکل خواهد داد. در قاعده

قانون بر تقویت کامل و عملیاتی نمودن کامل حقوق فردی و گروهی و از سویی دیگر بی طرفی دیگر نهادها تأکید می‌شود. رعایت قانون نیازمند ایجاد قوه قضاییه مستقلی است که قاعده قانون را در جامعه پیگیری می‌نماید. قاعده قانون در حکمرانی خوب بی طرف؛ مستقل؛ و غیر قابل فسخ است. (Moloney, 1388: 620)

در قاعده‌ی قانون، احکام حکومتی و سیاسی و قضایی بی طرفانه و بر اساس انصاف و احترام متقابل مابین همه انسان‌های یک جامعه ایجاد می‌گردند. در حکمرانی خوب، قوانین عادلانه به عنوان محور همه امور معرفی می‌گردد و برای همه انسان‌های یک جامعه قوانین و حقوق معینی وجود دارد که بر مبنای آن محیط اجتماعی و سیاسی خود را شکل بخشند. (Kaufman, Kraay, & Mastruzzi, 2006: 2296)

در این حوزه نقش رسانه‌های ارتباط جمعی و افکار عمومی آگاهانه نیز قابل مشاهده است. به این صورت که مردم از طریق آگاهی‌هایی که از سوی رسانه‌های جمعی نسبت به قوانین ناعادلانه در سطح اجتماع پیدا می‌نمایند، این قوانین را مورد نقد جدی قرار داده و افکار عمومی بر عادلانه‌گردیدن وضع قوانین در جامعه نظارت می‌نمایند. حاکمیت قانون به عنوان یکی از اصول اساسی بانک جهانی در معرفی حکمرانی خوب مورد توجه است. در این اصل قوانین بایست درجه‌ای از اطمینان و اعتماد اجتماعی را در جوامع ایجاد نموده و شهروندان را در انتخاب‌های خود توانمند سازند. قاعده‌ی قانون موجب می‌شود که در جوامع به جز قاعده قانون هیچ امری تعیین‌کننده نباشد و اجرای بی طرفانه قانون، مقررات و قوانین شفاف در جوامع را شاهد باشیم. این امر می‌تواند مورد نظارت رسانه‌های جمعی قرار گیرد.

#### ▪ شکل‌گیری شفافیت حکمرانی خوب از طریق رسانه‌های جمعی

قاعده شفافیت حکومت که به نحو مستقیمی ارتباط با افکار عمومی و رسانه‌های ارتباطی دارد یکی دیگر از شاخص‌هایی است که به عنوان پایه و بنیان مفهوم حکمرانی خوب به شمار می‌رود. شفافیت به روندهای مشخص و معین و واضح تصمیم‌گیری‌ها در جوامع مرتبط است. روند تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی در جوامع بر مبنای شفافیت است و در این بین نقش رسانه‌ها و افکار عمومی بر مدیریت و کنترل این نگرش‌ها حائز اهمیت است. زمانی که اطلاعات در جامعه به صورت کامل و دقیق از طریق رسانه‌ها انتشار یابند، در این بین توانایی رسانه‌ها برای شکل‌دهی به محیط‌های شفاف در جامعه نیز مؤثر است. در این فضا افراد جامعه می‌توانند از فعالیت‌های گروه‌های دیگر و همچنین حکومت در قبال خود و دیگران آگاهی کامل داشته باشند (Sheng, 2008). اصل شفافیت ارتباط بسیاری به تبادل اطلاعات و ارتباطات در محیط جوامع دارد. در این رویکرد دولت‌ها، سازمان‌ها و اطلاعاتشان را به گونه‌ای گسترده در دسترس تمامی افراد قرار داده و آنان را از تأثیرات تصمیماتشان آگاه می‌سازند. از این رو مردم توانایی رصد دقیق فرآیندها را در جوامع دارند. مردم در این شرایط توانایی دسترسی به اطلاعات کافی در حوزه‌های مختلف را دارند و سیاست‌های دولتی به صورت آشکار مابین شهروندان انتشار می‌یابد و شهروندان با استفاده از افکار سنجی، اعتماد به نفس گروهی را کسب نموده و از این توانایی در راستای توسعه و بهبود سیاست‌های موجود استفاده می‌برند. از سویی دیگر در الگوی شفافیت حکومت، سیاست‌های دولتی تحت نظارت نهادهای دیگر دولتی و حتی سازمان‌های غیر دولتی نیز قرار می‌گیرد و حدود شفاف‌سازی سیاست‌گذاری‌ها معین می‌شود (Apaza, 1388: 140).

#### ▪ شکل‌گیری دولت پاسخگو حکمرانی خوب از طریق رسانه‌های جمعی

یکی دیگر از شاخص‌های مهم در حکمرانی خوب مسئله پاسخگویی دولت و حاکمیت است. این مسئله نیز به شدت مورد توجه تئوری‌های حکمرانی خوب است و ارتباط جدی با مسئله افکار عمومی و رسانه‌های ارتباطی در جوامع دارد. در اصل پاسخگویی بایست تمامی فرآیندهای نهادی و حاکمیتی یک جامعه به صورت پاسخگویانه مورد توجه قرار گرفته و دولت در قبال افکار عمومی پاسخگو باشد. به صورت کلی پاسخگویی به عنوان کلید اصلی برای شکل‌دهی به تئوری حکمرانی خوب در جوامع است. دولت‌های کارآمد و قوی توانایی بالای نهادی و عملکردی را برای پاسخگویی دارا می‌باشند و انعطاف‌پذیری در تصمیمات

را نیز بر مبنای پاسخگویی به خواست‌های جامعه پیگیری می‌نمایند. به صورت کلی در جوامعی که جامعه مدنی تغییرات اجتماعی را خواستار است، دولت بایست توانایی اینکه فعالیت‌های خود را با خواست‌های جامعه تطبیق دهد، داشته باشند و از این رو افکار عمومی در این سطح تأثیر به سزایی را بر جامعه باقی می‌گذارد. (Gisselquist, 2012)

به صورت کلی دولت‌ها با اصل پاسخگویی می‌توانند در سیاست‌گذاری‌های خود تغییرات ایجاد نمایند و خود را با تحولات اجتماعی و تغییرات تطبیق دهند. (Nanda, 2006: 272)

#### ▪ شکل‌گیری انضباط در حکمرانی خوب از طریق رسانه‌های جمعی

به صورت کلی هر جامعه متشکل از چندین دیدگاه و بازیگران است که سازنده و حفظ‌کننده جامعه به شمار می‌روند نیاز است که در هر جامعه‌ای ائتلاف و میانجی‌گری میان منافع مختلف بازیگران صورت گیرد و نیروهای اجتماعی بر مبنای توافقی عمومی پیرامون منافع کلی کشور با یکدیگر همراستا گردند و زیر چتر نظام انضباطی معین و مشخصی به فعالیت پردازند. در این جوامع علاوه بر اینکه توافق کلی بایست در حوزه انضباط اجتماعی صورت گیرد، در مورد مسائل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، توسعه‌ی انسانی و دستاوردهای آن نیز بایست نوعی اجماع را شاهد باشیم. در این مورد نیز نقش آگاهی بخشی و انضباط‌سازی از طریق رسانه‌های جمعی امری با اهمیت در ساخت ثبات در حکمرانی خوب است.

این انضباط گسترده نزد افکار عمومی مردم و گروه‌ها با توافق جمعی بر مسائل اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در حوزه‌های توسعه انسانی و دستاوردهای آنان است و یک اجتماع می‌تواند از طریق شناخت مناسب تاریخ، فرهنگ و جامعه‌شناسی از طریق رسانه‌های جمعی میان گروه‌های مختلف همراستایی صورت دهد. بر مبنای انضباط گسترده در جامعه توافق کلی و رضایت در جامعه ایجاد می‌گردد و گروه‌های مختلف بر مبنای رویه‌ای واحد نظم و انضباط را در جوامع پیگیری می‌نمایند. (Harrison, 2005: 246).

#### ▪ تأثیر رسانه‌های جمعی بر انعطاف‌پذیری حکمرانی خوب

انعطاف‌پذیری حکومت نیز اصلی مهم است که در حکمرانی خوب مورد توجه بوده است. این امر توسط پیشنهاد‌های افکار عمومی و پاسخگویی دولت نسبت به این پیشنهادها صورت می‌گیرد و نقش رسانه‌های جمعی در انتقال این پیشنهادها با اهمیت است. این اصل عزت نفس گروهی را تضمین نموده و حقوق انسانی و آزادی‌ها را در یک جامعه عاری از تبعیض حفظ می‌نماید. در یک جامعه که حکومت در آن انعطاف‌پذیری بالایی دارد، اعضای جامعه همدیگر را درک نموده و همچنین فرصتی برای ارتقای رفاه آنان در جامعه فراهم می‌گردد. در این جامعه شهروندان توانایی بهبود وضعیت خود و ارتقای رفاه خود را خواهند داشت. (Grindle, 2004: 246)

#### ▪ تأثیر رسانه‌های جمعی بر اثر بخشی و کارآیی حکمرانی خوب

اثر بخشی و کارآیی نیز یکی دیگر از شاخص‌های حکمرانی خوب در جوامعی است که توسط رسانه‌های جمعی می‌تواند بهبود بخشیده شود. اثر بخشی به انجام درست و دقیق فرآیند کارها در جامعه اشاره دارد که بازده امور و کارها را به بهترین شکل تضمین می‌کند. شیوه صحیح عملکرد و اثر بخشی تصمیمات نیز به شدت تحت تأثیر افکار عمومی و رسانه‌های ارتباطی در این حوزه است و آموزش‌هایی که در رسانه‌های ارتباطی جمعی در این حوزه داده می‌شود، در این حوزه تأثیر دارند.

در حکمرانی خوب، اولاً می‌بایست همه چیز به شکل صحیحی انجام گردد و با نظارتی که افکار عمومی و مشارکت عمومی مردم بر دولت دارند، از منابع موجود به بهترین شکل استفاده برده شود و وضعیت به شیوه‌ای صحیح تغییر نماید.

از این رو حکومت با پیگیری برنامه‌های عملیاتی مناسب، کارایی خود را در طولانی مدت افزایش می‌دهد. در این بین نقش دولت در عدم آسیب زدن به محیط زیست در پیگیری سیاست‌های دولتی و همچنین مشارکت‌سازی دولت برای مردم و سرمایه اجتماعی مردم در حوزه‌های مرتبط با توسعه‌ی پایدار توسط رسانه‌های جمعی ترویج می‌گردد. (Rothstein Bo & Teorell, 2008: 173)



### ▪ تأثیر رسانه‌های جمعی بر شکل‌گیری مسئولیت در حکمرانی خوب

اصل مسئولیت مردم و دولت‌ها نیز به عنوان سنگ بنای حکمرانی خوب در جوامع مورد معرفی قرار می‌گیرد. در این حوزه تمامی بازیگران در حوزه‌های مختلف فردی و حکومتی و گروه‌هایی که در حوزه‌های عمومی مانند کسب و کارها، سازمان‌های داوطلبانه، جوامع مدنی و ... فعالیت دارند، بایست به مسئولیت‌های خود آگاه بوده و آن را بپذیرند و خود را در قبال جامعه مسئول بدانند. (Rotberg, 2004: 77).

مبحث مسئولیت ارتباط مستقیمی با افکار عمومی و رسانه‌های ارتباط جمعی دارد. از این رو بازیگران در جوامع بایست در حوزه‌های سیاسی و حاکمیتی نسبت به اعمالشان پاسخگو باشند و مقامات دولتی اعم از منتخب و غیرمنتخب بایست برای مسئولیت اقدامات سیاسی خود را بپذیرند.

از سویی دیگر ارگان‌هایی که قدرت را در دست دارند، نیز برای اقدامات و تأمین‌های مالی و سرمایه‌گذاری‌ها و مأموریت‌های خود مسئولیت دارند که این مسئولیت آنان مورد رصد دقیق افکار عمومی قرار می‌گیرد که در این بین نقش رسانه‌های جمعی بسیار مورد توجه است. (Williams, 2009: 610)

اصل پاسخگویی به معنای واقعی بر مسئولیت استفاده از منابع و دارایی‌های دولت توسط دولتمردان و از سویی دیگر نظارت افکار عمومی بر این اهداف اشاره دارد که این مورد نیز به شدت توسط رسانه‌های جمعی و ارتباطی ترویج می‌گردد و کارآیی پیدا می‌نماید.

### نتیجه‌گیری

همانطور که بیان گردید امروزه محیط‌های بین‌المللی و جهانی به نحو در هم تنیده‌ای وابسته به مفهوم امکانات و ابزارهای رسانه‌های جمعی گردیده‌اند که این ابزارها بر شکل‌گیری فرآیندهای توسعه‌یافتگی در جوامع تأثیرات به‌سزایی را دارا می‌باشند. در این بین رسانه‌های جمعی نیز دارای نقشی حیاتی در بهبود کارایی و حکمرانی و کاهش فساد و افزایش بهره‌وری اقتصادی و ثبات در کشورها هستند و از سویی دیگر ایجاد تغییرات مثبت اجتماعی و محیطی توسط این رسانه‌ها حائز اهمیت است. رسانه‌های جمعی امروزه با اطلاعاتی که در اختیار مردم قرار می‌دهند، تمامی بازیگران یک جامعه را تحت تأثیر قرار داده و آنان را در فرآیند‌های تصمیم‌گیری‌ها و مباحث توسعه‌ای دخیل می‌نمایند. مفهوم نظارت و افکار عمومی و فشاری که این افکار بر روند‌های توسعه‌ای در کشورها دارد نیز موضوع مهمی است که بر روند‌های توسعه‌ای کشورها تأثیر دارد. امروزه مفهوم توسعه‌یافتگی تمامی کشورها جهان را درگیر نموده است و توسط حاکمیت‌های جهانی به صورت روزافزونی در حال پیگیری است. مفهوم حکمرانی خوب یکی از روش‌هایی است که از سوی سازمان ملل متحد به عنوان آرمان و هدف کشورها در حوزه توسعه‌ی پایدار و حکمرانی مناسب در کشورها مورد معرفی قرار می‌گیرد. امروزه حکمرانی خوب با تمامی شاخص‌های آن از قبیل مشارکت سیاسی، حاکمیت قانون، شفافیت، پاسخگویی دولت‌ها و افراد نخبه‌حکومتی، اجماع مردم و حاکمیت‌ها پیرامون اهداف و عملکردهای اجتماعی و سیاسی، ساخت عدالت و جامعیت در محیط‌های داخلی، کارآیی حکومت‌ها در حوزه‌های گوناگون اجتماعی-سیاسی و اقتصادی، اثر بخشی تصمیمات دولتی بر حوزه‌های داخلی تحت تأثیر مستقیم و غیرمستقیم رسانه‌های جمعی در محیط جوامع است. این مقاله نیز با تأکید بر تجربیات جهانی این عوامل را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. تأثیر رسانه‌های جمعی بر توسعه سیاسی، اقتصادی و اجتماعی جوامع مجموعه عواملی است که در کنار پاسخگو سازی دولت‌ها با استفاده از رسانه‌های جمعی و دیگر نقش‌های رسانه‌های جمعی در حوزه‌های مختلف، تأثیرات به‌سزایی این رسانه‌ها را بر روند‌ها و تطورات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جوامع نشان می‌دهد. این مقاله نشان می‌دهد که مفهوم حکمرانی خوب چگونه و به چه شکلی به نحو تنگاتنگی با رسانه‌های جمعی در ارتباط قرار گرفته است. در این بین نقش رسانه‌های جمعی بر شکل‌دهی به قانون‌مداری در جوامع، نقش رسانه‌ها در شفاف‌سازی حکمرانی خوب، پاسخگو سازی دولت‌ها، شکل‌گیری انضباط در حکمرانی،

انعطاف پذیری حکومت‌ها، اثر بخشی و کارآیی دولت‌ها و حاکمیت‌ها و شکل‌گیری مفهوم مسئولیت جمعی و دولتی از عواملی بوده است که در این پژوهش مورد تاکید و واکاوی قرار گرفته است. از این رو روش رسیدن به مفهوم حکمرانی خوب جز از راه توجه به رسانه‌های جمعی و افکار عمومی مردم و مشارکت‌خواهی مثبت از افراد جامعه در این حوزه امکان‌پذیر نیست. از این رو رسانه‌ها امروزه نقش بسیار با اهمیتی را بر روند و توسعه حکومت‌ها و الگوهای دموکراسی در جوامع دارند و این نوع حکمرانی‌های خوب زمینه‌های تعاملی دولت و افکار عمومی مردمی را در حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جوامع مهیا می‌سازد.

## منابع

1. Ahrend, Rudiger (2002). Press freedom, human capital and corruption. Delta, 2002
2. Apaza, C. (2009). Measuring Governance and Corruption through the Worldwide Governance Indicators: Critiques, Responses, and Ongoing Scholarly Discussion. PS: Political Science & Politics, 42(1), 139-43
3. Besley, Timothy, and Robin Burgess (2002). "The political economy of government responsiveness: Theory and evidence from India." The Quarterly Journal of Economics 117.4 (2002): 1415-1451.
4. Bimonte, Salvatore. (2002) "Information access, income distribution, and the Environmental Kuznets Curve." Ecological economics 41.1: 145-156
5. Bjork, P.G. and Johansson, H.S.H. (2001). Towards Governance Theory: In Search for a Common Ground. Bjork-Johnson 2001 pdf. IPSA. <http://unoacademia.ch>
6. Brunetti, Aymo, and Beatrice Weder (2003). "A free press is bad news for corruption." Journal of Public economics 87.7 (2003): 1801-1824
7. Chowdhury, Shyamal K (2004). Do democracy and press freedom reduce corruption? evidence from a cross country study. No. 85. ZEF discussion papers on development policy, 2004
8. Coyne, Christopher. J & Peter T. Leeson. (2014). Read all about it! Understanding the role of media in economic development. KYKLOS, Vol. 57: 21-44. [0]. Available: <http://www.peterleeson.com/Kyklos-Media.pdf>. Accessed 24/02/2014
9. Daniel Catalán-Matamoros (2011). The Role of Mass Media Communication in Public Health, Health Management - Different Approaches and Solutions, Dr. Krzysztof Smigorski (Ed.), ISBN: 978-953-307-296-8, InTech, Available from: <http://www.intechopen.com/books/healthmanagement-different-approaches-and-solutions>
10. Edvardo, (1999) Effect of mass media campaign to reduce socioeconomic differences in women's awareness and behaviour concerning use of folic acid: cross sectional study." Bmj 319.7205 (1999): 291-296
11. Freille, Sebastian, M. Emranul Haque, and Richard Kneller (2007). "A contribution to the empirics of press freedom and corruption." European Journal of Political Economy 23.4 (2007): 838-862
12. Gisselquist, R.M. (2012). Good Governance as a Concept, and Why This Matters for Development Policy. United Nations University –The World Institute for Development Economic Research (UNU-WIDER), Helsinki, Finland.
13. Grindle, M. (2004). Good Enough Governance: Poverty Reduction and Reform in Development Countries. Governance: An International Journal of Policy, Administration and Institutions, 17(4), 525-48.
14. Gupta, Sanjeev, Hamid R. Davoodi and Rosa Alonso-Terme.( 2002). 'Does corruption affect income inequality and poverty? Economics of Governance 3(1): 23–45
15. Harrison, G. (2005). The World Bank, Governance and Theories of Political Action in Africa. British Journal of Politics and International Relations, 7(2), 240-60
16. Idada, W. and Uhunmwangho, S.O. (2012). Problems of Democratic Governance in Nigeria: The Way Forward. Journal of Sociology and Anthropology, 3(1), 49- 54.
17. Jessor, Richard, et al (1977). "Problem behavior and psychosocial development: A longitudinal study of youth." America (New York) 137.11: 19-22
18. Karlekar, K. and Becker, L.B. "By the numbers (2016): Tracing the statistical correlation between press freedom and democracy." Center for International Media Assistance 2016. Available: <http://cima.ned.org/sites>
19. Kaufmann, D., A. Kraay. And Mastruzzi, P. (2006). Governance Matters. World Bank Policy Research Working Paper 2296
20. Kaufmann, Daniel, Aart Kraay, and Massimo Mastruzzi. "Governance matters IV: governance indicators for 1996-2004." World Bank policy research working paper 3630 (2005)

21. Khan, M. (2008). *The Illusory Lure of Good Governance and the Hard Realities of Growth in Poor Countries*. An Inaugural Lecture Delivered at the University of London, London: SOAS Inaugural Lecture Series.
22. Minogue et al. (1998). Introduction: The Analysis of Public Management and Governance. In Minogue M., Polidano, C., & Hulme, D (Eds.). *Beyond the New Public Management, Changing Ideas and Practices in Governance*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
23. Moloney, K. (2009). Public Administration and Governance: A sector-level Analysis of World Bank Aid. *International Review of Administrative Sciences*, 75(4), 609-27
24. Nanda, V. (2006). The "Good Governance" Concept Revisited. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 603, 269-83
25. Osmani, S. (2007). *Participatory Governance for Efficiency and Equity: An Overview of Issues and Evidence*. Background paper prepared for the World Public Sector Report 2007, United Nations Department for Economic and Social Affairs, New York. 11 June
26. Peters, B.G. (2010). *Governance as Political Theory*. A Working Paper Presented at Jerusalem Forum on Regulation and Governance. The Hebrew University, Mount Scopus, Jerusalem, Israel. Working Paper No 22.
27. Reinikka, R. and Svensson, J., (2004), 'The Power of Information: Evidence from a Newspaper Campaign to Reduce Capture', Working Paper 3239, World Bank, Washington D.C.
28. Report of the Secretary-General's High-level Panel of Eminent Persons on the Post-(2015) Development Agenda.. Available: <http://www.un.org/sg/management/beyond2015.shtml>. Accessed 05/02
29. Rotberg, R.I. (2004). *Strengthening Governance*. *Washington Quarterly* 38, 71-81
30. Rothstein, B. and J. Teorell. (2008). what is Quality of Government: A Theory of Impartial Political Institutions. *Governance-An International Journal of Policy and Administration*, 21, 165-90.
31. Roy, Sanjukta (2014). *Media development and political stability: an analysis of sub-Saharan Africa*. [0]. Available: <http://www.mediamapresource.org/wpcontent>
32. Sampei, Yuki, and Midori Aoyagi-Usui (2009). "Mass-media coverage, its influence on public awareness of climate-change issues, and implications for Japan's national campaign to reduce greenhouse gas emissions." *Global Environmental Change* 19.2 203-212
33. Schramm, Wilbur Lang (1994). *Mass media and national development: The role of information in the developing countries*. No. 25. Stanford University Press
34. Sheng, Y.K. (2008). *What is good governance?* United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (UNESCAP). Retrieved on March 12, from <http://www.unescap.org>.
35. Strömberg, David. (2004) "Radio's impact on public spending." *The Quarterly Journal of Economics* 119.1 (2004): 189-221.
36. United Nations Development Programme. (2007). *Governance Indicators: A User's Guide*. New York: Document Library
37. Williams, D. and Young, T., (1994). *Governance, the World Bank and Liberal Theory*. *Political Studies*, 42, 87
38. Williams, G. (2009). *Good Governance*. In R. Kitchin and N. Thrift (Eds.). *International Encyclopaedia of Human Geography*. London: Elsevier. 606-14
39. Wilson, Mark, Kitty Warnock, and Emrys Schoemaker. (2007) *At the heart of change: The role of communication in sustainable development*. Panos
40. Wilton Park. (2014) *Conference report: Media and fragile states*. Available: <https://www.wiltonpark.org.uk>
41. World Bank (1992): *Governance - United Nations Global Issues*. Retrieved from [www.un.org](http://www.un.org)