

نقش فضای مجازی بر وضعیت شفافیت در ایران (بررسی دیدگاه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات) [◇]

سعید بشیری¹

سید مصطفی ابطحی²

علی مرشدی‌زاد³

چکیده

امروزه فضای مجازی بر تمامی عرصه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جوامع مؤثر بوده و با توجه به ظرفیتهایی چون: سرعت، فراگیری، دسترسی دائم، تعامل دوسویه و چندسویه، فرامکانی و فرازمانی، توانسته به عنوان ابزاری مؤثر و اثربخش بر حکمرانی خوب مطرح شود. **هدف:** این تحقیق در پی مطالعه نقش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به عنوان جدیدترین دستاورد آن بر وضعیت شاخص شفافیت به منزله یکی از مؤلفه‌های مهم حکمرانی خوب انجام شده است. **روش:** در بخش مبانی نظری از روش توصیفی - تحلیلی و بهره‌گیری از منابع اسنادی و کتابخانه‌ای و در بخش پیمایشی از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری در این پژوهش، تعداد 389 نفر از دانشجویان دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران بودند و از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس-21 برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. **یافته‌ها:** مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش حاکی از این نکته است که فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی از طریق آگاهی‌بخشی، افزایش نظارت در جامعه و تعامل دوسویه میان دولت و مردم و انعکاس خواسته‌های آنان موجب بهبود و افزایش شفافیت در ایران می‌شود. **نتیجه‌گیری:** این پژوهش نشان می‌دهد فضای مجازی در تقویت و ارتقای شاخص شفافیت در ایران نقش بسزایی داشته است.

واژگان کلیدی: حکمرانی خوب، شفافیت، فضای مجازی، نظارت، دولت الکترونیک.

◇ دریافت مقاله: 98/02/01؛ تصویب نهایی: 98/07/22.

1. دانشجوی دکتری علوم سیاسی، دانشکده حقوق، هیات و علوم سیاسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
2. دکتری علوم سیاسی، دانشیار گروه علوم سیاسی دانشکده حقوق، هیات و علوم سیاسی، واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) / نشانی: تهران، حصارک، بلوار دانشگاه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات/ نامبر: 44865354/Email: m.abtahi100@gmail.com
3. دکتری علوم سیاسی، دانشیار گروه علوم سیاسی و انقلاب اسلامی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران.

الف) مقدمه

حکمرانی خوب در پی ارائه راههایی برای یافتن مدیریت منافع، کارایی و ارائه خدمات مطلوب، مشارکت شهروندان در فرایند تصمیم‌گیری و تقویت سازمانهای مدنی و غیر دولتی است. یکی از شاخصهای مهم و مؤثر در این فرایند، شفافیت است. مقصود از این شاخص، در نظر داشتن آزادی اطلاعات و آگاهی از تصمیمات و عملکرد دولتها و افراد، با هدف آگاهی عمومی، اصلاح و بهبود ساختارها و مسائل، مشارکت مردم در فرایند حکمرانی و پاسخگویی مسئولان و کنترل فساد است. شفافیت نیازمند آزادی بیان، آزادی رسانه‌ها و وجود قانون دسترسی به اطلاعات است.

امروزه فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی نقش مهمی در جوامع پیدا کرده‌اند. این فناوری‌ها با افزایش شفافیت در امور اداری، سبب دسترسی به اطلاعات بیشتر و شفاف‌تر، دستیابی به خدمات بهتر با زمان و هزینه کمتر، تسهیل تعهدات دولت، توسعه جوامع، افزایش بهره‌وری دولت، بهبود پاسخگویی و افزایش اعتماد به دولت می‌شود (شیم و اوم، 2008). فناوری ارتباطات و اطلاعات در سه جنبه می‌تواند بر فرایند حکمرانی مؤثر باشد: 1) فنی؛ یعنی خودکار کردن وظایف تکراری حکمرانی و در نتیجه، بهبود کارآمدی فرایندهای حکمرانی. 2) پشتیبانی؛ به معنی اینکه این فناوری‌ها موجب تکمیل فرایندها و تلاشها در جهت بهبود حکمرانی می‌شود؛ اینترنت سبب افزایش شفافیت اطلاعات و بهبود شرایط تصمیم‌گیری و شفافیت می‌شود. 3) نقش نوآورانه؛ یعنی این فناوری‌ها موجب می‌شود نوآوری‌های جدیدی در خدمات عمومی و ایجاد سازوکارهای نوین در بهبود نحوه ارائه خدمات صورت گیرد (علیقایی، 2005: 3). در جامعه اطلاعاتی، شهروندان انتظار شفافیت بیشتری از مسئولان دارند. شفافیت و آزادی جریان اطلاعات، به شهروندان این توانایی را می‌دهد که در کنار توزیع قدرت و کثرت بازیگران سیاسی، بر نحوه رفتار دولت نیز نظارت کنند. در واقع؛ شفافیت بر قابلیت دسترسی اطلاعات دلالت دارد و امروزه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی سهم زیادی در افزایش شفافیت دارند. (واکارو و مادسن، 2009: 45)

فضای مجازی به عنوان دستاورد ارتباطات جدید، موجب کاهش فاصله میان دولتها و مردم شده و دولتها نمی‌توانند همچون گذشته، اطلاعات را از مردم پنهان کنند، بلکه ناچارند شفافیت بیشتری از خود نشان دهند. نتیجه آن می‌شود که اصولی مانند حق پاسخگویی به مردم، مسئولیت‌پذیری، شفافیت عملکرد و تصمیمات دولت، حقوق شهروندی و غیره در جامعه اطلاعاتی مهم جلوه‌گر می‌شود. فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، امکان تغییر رابطه یکسویه از دولت به مردم را به رابطه متقابل و تعامل مردم و دولت فراهم آورده، می‌تواند موجب استحکام فرایند دموکراتیک و توانمندسازی مردم برای مشارکت در تدوین سیاستها شود.

نقش فضای مجازی بر وضعیت شفافیت در ایران ¹ 129

این پژوهش به دنبال بررسی و شناسایی تأثیر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بر شاخص شفافیت در ایران است. سؤال این پژوهش این گونه طرح شده است: «فضای مجازی چه تأثیری بر تحقق شاخص شفافیت در ایران دارد؟». در پاسخ به این سؤال نیز این فرضیه بیان شده است: «گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی موجب بهبود و افزایش شفافیت در ایران می‌شود».

ب) مرور ادبیات پژوهش

1. حکمرانی خوب؛ تعاریف و شاخصها

حکمرانی خوب¹ را نخستین بار، بانک جهانی در اواخر دهه 1980 مطرح کرد. این سازمان، حکمرانی خوب را به عنوان ارائه امور عمومی کارآمد، سیستم قضایی قابل اعتماد و بوروکراسی پاسخگو تعریف کرده که به موجب آن، دستیابی به توسعه پایدار در گرو همکاری همه ارکان جامعه خواهد بود و حکمرانی خوب در پیاده‌سازی آن مهم خواهد بود (کافمن و همکاران، 2005: 29). حکمرانی خوب به عنوان یک مسئله توسعه، به طور گسترده برای بهبود نتایج اجتماعی، اقتصادی و اثربخشی و به عنوان ابزاری مؤثر برای غلبه بر چالشهای چندبعدی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه دنیا وجود دارد. در واقع مفهوم حکمرانی خوب، بعد کیفی حاکمیت است که نشان‌دهنده شکل‌گیری مؤثر، کارآمد، مشارکتی یا دموکراتیک دولت است که وظیفه مدیریت شفاف و مسئولانه منابع انسانی، طبیعی، اقتصادی و مالی برای توسعه عادلانه و پایدار را بر عهده دارد (رحمان، 2016: 40). حکمرانی خوب با مباحثی همچون: کاهش مداخله دولت در تصمیمات اقتصادی، کوچک‌سازی بخش عمومی و شفافیت و کارآمدی دیوان دولتی، بازار آزاد و حذف یارانه‌های غیر ضروری و تغییر این فرایند با اقتصاد جهانی مرتبط شده است (ناجم، 2003: 1). در الگوی حکمرانی خوب، مسئله ابعاد دولت؛ یعنی کوچک‌سازی، نقش محوری خود را به توانمندسازی دولت داد. توانمندسازی دولت علاوه بر کوچک‌سازی، از طریق شایسته‌سالاری، تمرکززدایی، همکاری و نظارت نهادهای مدنی و استانداردهای نظام‌های آماری، پولی و بودجه‌ای تحقق پیدا می‌کند (همان، 29). از نظر کافمن، حکمرانی خوب عبارت است از: حاکمیتی که بر مبنای ابعاد گوناگون پاسخگویی و ندای ذی‌نفعان، ثبات سیاسی و فقدان خشونت و تبهکاری و تروریزم، اثربخشی دولت، فقدان تحمیل قوانین، حاکمیت قانون، کنترل فساد قابل‌سنجش است (کافمن و همکاران، 2007: 5). بانک جهانی، آن را ارائه خدمات عمومی کارآمد، نظام قابل اعتماد و نظام اداری پاسخگو (بانک جهانی، 2018) و رایبسون²، آن را فرایندی می‌داند که از طریق آن نهادهای دولتی به مسائل عمومی می‌پردازند، منافع خود را مدیریت و تحقق حقوق بشر را

1. Good Governance
2. Mary Robinson

تضمین می‌کنند (سیت، 2007: 58). حکمرانی تنها برای دستگاهها یا بازیگران نیست، بلکه از آن مهم‌تر، در خصوص کیفیت حکمرانی است که توسط شاخصها و ابعاد تشریح می‌شود. (عبدالطیف، 2003: 3)

بانک جهانی هر ساله کشورها را بر اساس شاخصهای حکمرانی خوب رتبه‌بندی می‌کند. این نهاد بین‌المللی، حکمرانی خوب را به دو دسته عمده پاسخگویی و فراگیری تقسیم کرده است (بانک جهانی، 2018). صندوق بین‌المللی پول نیز شفافیت مالی و پولی، پاسخگویی حکومت و تعریف استانداردهای ثبت و نشر اطلاعات را ویژگی‌های حکمرانی خوب بیان داشته است (صندوق بین‌المللی پول، 2019). از نظر کمیسیون اقتصادی و اجتماعی ملل متحد برای آسیا و اقیانوسیه، شاخصهای حکمرانی خوب عبارتند از: مشارکت، پاسخگویی، شفافیت، انعطاف‌پذیری، اثربخشی، حاکمیت قانون و کنترل فساد (یونسکاپ، 2009). سازمان ملل، شاخصها را پاسخگویی، اجماع‌محوری، قانون‌مداری، کارایی و اثربخشی، عدالت و برابری، مسئولیت‌پذیری و شفافیت دانسته است و پنج اصل حکمرانی خوب از نظر برنامه توسعه سازمان ملل عبارتند از: مشروعیت و صدای مردم، رهبری، عملکرد، پاسخگویی و عدالت و انصاف (گراهام و همکاران، 2010: 6-10). کمیسیون اقتصادی اتحادیه اروپا¹ شاخصهای حکمرانی خوب را مشارکت، انطباق یا قانون، شفافیت، پاسخگویی، انصاف و کارایی عنوان می‌کند (کمیسیون اقتصادی اروپا، 2007: 13). تونی بووایرد و الک لافلر² شاخصهای حکمرانی خوب را مشارکت شهروندان، احترام به حاکمیت، پاسخگویی، رفتاری اخلاقی و صادقانه، تساوی حقوقی، شفافیت، مساوات و برابری معرفی کرده‌اند (لوانی و علیزاده: 1386: 7). هاتر و شاه، شاخصهایی مانند مشارکت شهروندان، دولت‌محوری، توسعه اجتماعی و مدیریت اقتصادی را برای حکمرانی خوب معرفی کرده‌اند (هاتر و شاه، 2000: 2). دکتر کافمن و گروه تحقیقاتی‌اش به شاخصهایی چون: شنیداری و پاسخگویی، ثبات سیاسی و دوری از خشونت، اثربخشی حکومت، کیفیت نظم‌دهنده، تساوی افراد در برابر قانون و کنترل فساد اشاره می‌کنند. (کافمن و همکاران، 2007: 2-4)

با توجه به شاخصهای پیش‌گفته، شاخصهایی همچون: پاسخگویی، شفافیت، مشارکت شهروندان، حاکمیت قانون، عدالت و مبارزه با فساد، محوری‌ترین شاخصهای حکمرانی خوب در میان دیدگاههای مطرح‌شده است که در این پژوهش به نقش فضای مجازی در تحقق شاخص شفافیت پرداخته خواهد شد.

2. شفافیت؛ تعاریف، ابعاد و مزایا

بانک جهانی، شفافیت³ را حق دسترسی به اطلاعات، پاسخگویی سیاسی، پاسخگویی بوروکراتیک، وجود شهروندانی آزاد و دارای قدرت قانونی و همکاری میان دولت و اجتماع تعریف کرده است (داریشایر، 2014: 7-)

1. UNECE

2. Tony Bovaird & Elke Löffler

3. Transparency

نقش فضای مجازی بر وضعیت شفافیت در ایران 131

5. سازمان بین‌المللی شفافیت،¹ شفافیت را اصلی می‌داند که افراد بتوانند از تصمیمات اداری، معادلات تجاری و امور خیریه‌ای که زندگی آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، آگاهی داشته باشند (کریستوفر، 2006: 114). شفافیت مستلزم تضمین این امر است که امور اجرایی به حدی آشکار و قابل دسترسی باشد که فهمیدن و مشارکت طرفهای ذی‌نفع را در آنها ممکن سازد. پیچیدگی، آشفتگی و محرمانگی، خصایصی‌اند که نهاد شفافیت در صدد مقابله با آنهاست (یرکینشاو، 2010: 29). از نتایج مهم شفافیت، ارتقای کیفیت تصمیمات متخذه، افزایش اعضای حلقه تصمیم‌گیری، کاهش فساد و سوء استفاده از موقعیت به منظور کسب منافع فردی یا جناحی و اطلاع قانونمند مردم از فرایندهای تصمیم‌گیری است (جنفرلیخانی، 1394: 314). شفافیت، مشارکت فعال شهروندان را در امور سیاسی و اجتماعی تقویت می‌کند و یکی از شروط اساسی برای جهت‌گیری اراده اشخاص است که این اراده، برای ایجاد جامعه مردم‌سالار نقش حیاتی دارد (ورمون، 2000: 5). شفافیت به عنوان یکی از عناصر حکمرانی خوب، از آن رو اهمیت دارد که جلب اعتماد عمومی و افزایش سرمایه اجتماعی، بدون وجود آن امکان‌پذیر نیست. در واقع؛ وجود شفافیت شرط لازم برای کسب اعتماد عمومی نسبت به دستگاه حاکم و شیوه اداره کشور است.

3. ارتباطات، اینترنت و فضای مجازی

اینترنت، سامانه‌ای جهانی از شبکه‌های به هم پیوسته است که از پروتکل برای ارتباط با یکدیگر استفاده می‌کنند. اینترنت، شبکه شبکه‌ها و گسترده‌ترین رسانه جهانی است که موضوعات علمی، بحث، گفتگو، کنفرانس، آموزش از راه دور، ارسال و دریافت نامه و ... در آن جای دارد؛ می‌توان گفت اینترنت دنیا را در خود جا داده است و شاید بزرگ‌تر از دنیا باشد. در فضای اینترنت می‌توان هم عمومی بود و هم خصوصی و به طور همزمان، هم فرستنده بود و هم گیرنده (اتانن، 2006: 139). از نظر اندرسون، اینترنت در مقایسه با رسانه‌های سنتی (مطبوعات، رادیو و تلویزیون) درجات بالاتری از تعامل را میان آنان ایجاد می‌کند. (اندرسون، 2000: 891)

شرایط جدید برآمده از فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات، منجر به شکل‌گیری فضایی جدید در مناسبات و روابط اجتماعی شده است که هم‌عرض با فضای واقعی عمل می‌کند، اما وسعت عمل و سرعت آن به مراتب بیشتر است. برخی این فضای جدید را فضای مجازی² می‌نامند (بهرام‌پور و بهرامیان، 1392: 332). امروزه فضای مجازی به همان اندازه زندگی واقعی افراد، مهم و قابل تأمل است؛ جایی که در آن شاهد دنیایی بزرگ هستیم که فرصت، چالش، اضطراب، نگرانی، محدودیتها و امکانات زیادی را برای کاربران خود ارائه داده است (یان، 2012: 35). مایکل بندیکت³ فضای مجازی را دنیایی جدید و موازی می‌داند که با خطوط ارتباطی و رایانه‌های جهان، خلق و نگهداری می‌شود (بل و کدی، 2008: 26). در این فضا، تنوع

1. Transparency International

2. Cyberspace

3. Michael Benedict

فوق‌العاده‌ای مشاهده می‌شود. مردم از هر ملیت، قوم، فرهنگ و طبقه اجتماعی، با عقاید دینی و سیاسی گوناگون حضور دارند و سن و جنس و سبک زندگی مردم تأثیر چندانی در این حضور ندارند (بیاوند، 1394: 40-41). فضای مجازی علاوه بر ایجاد ارتباط شبکه‌ای در جهان، امکان سرویس‌دهی مختلف همچون: ارسال و دریافت نامه الکترونیکی، مبادله تصاویر و فایل‌های مختلف، ایجاد اتاق‌های گفتگوی چندنفره، امکان انتشار روزنامه‌های الکترونیکی، تارنماهای خبری، کتاب‌های الکترونیکی و مبادلات الکترونیک را فراهم می‌آورد و می‌تواند ده‌ها امکان متنوع دیگر را در حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی فراهم کند و از این رو، توانسته است به شبکه‌ای مهم و مؤثر در ارتباطات جهانی تبدیل شود (همان: 12). می‌توان مهم‌ترین ویژگی‌های فضای مجازی را تمرکززدایی، تکه‌تکه بودن و مجازی بودن، فرازمانی و فرامکانی بودن، جهانی بودن و بی‌مرز بودن، تعاملی بودن و دسترسی دائم، سرعت و فراگیری و چندرسانه‌ای بودن بیان کرد. (عاملی، 1390: 29-27؛ ساروخانی، 1391: 210)

شبکه‌های اجتماعی مجازی را که محصول فناوری وب 2 هستند، می‌توان فناوری‌هایی دانست که امکان مشارکت کاربر را در تولید محتوا و به اشتراک‌گذاری اطلاعات، متن، عکس، فیلم، لینک، فایل و هرگونه داده دیگر فراهم می‌کنند. وب 2، دنیای کندهای کاربران در محیط‌های مجازی است و شبکه‌های اجتماعی مجازی، بخشی از فناوری‌های وب 2 هستند که درون آنها، تعاملات کاربران و امکان ایجاد حلقه‌های دوستی، گروه‌های رأی‌دهی، ارتباطات افقی و سفارشی شدن صفحات وب فراهم می‌شود. (ضیایی‌پور، 1392: 133)

4. دولت الکترونیک

دولت الکترونیک به معنای اطلاع‌رسانی و خدمات‌رسانی به موقع، دقیق و کارآمد در 24 ساعت شبانه‌روز، هفت روز هفته و 365 روز سال از طریق وسایل ارتباطی گوناگون، مانند تلفن و اینترنت است. دولت الکترونیک عبارت است از تعهد به استفاده از فناوری مناسب برای ارتقای ارتباطات دولت با شهروندان و سازمان‌های وابسته به دولت و به عبارتی؛ گسترش دموکراسی، ارتقای شأن و منزلت انسان، حمایت از توسعه اقتصادی، توسعه عدالت اجتماعی و بهبود کیفیت ارائه خدمات به مردم. (رضایی و داوری، 1383: 21)

مهم‌ترین دستاورد استقرار دولت الکترونیک در ایجاد نظام اداری سالم، کاهش یا حذف ارتباطات مستقیم میان شهروندان و کارکنان است که خود از علل بروز تخلفات اداری به شمار می‌رود (فرهادی‌نژاد، 1396: 81). دولت الکترونیک به مثابه یکی از ابزارهای اصلی ایجاد و بسط شفافیت در بخش دولتی، می‌تواند ابزاری مؤثر در امر کاهش فساد باشد. از جمله مزایای دولت الکترونیک در حوزه سیاسی، شناخت بهتر اهداف خط‌مشی‌ها در سطح دولت، پاسخگویی عمومی بیشتر، ارائه اطلاعات دولتی جامع‌تر و برنامه‌ریزی و ارائه خدمات یکپارچه است (معمارزاده طهران و همکاران، 1391: 27). دولت الکترونیک باعث شکل‌گیری دولتی کارآمد و اثربخش در مصرف هزینه عمومی خواهد شد؛ با دسترسی عامه به اطلاعات و پاسخگویی بیشتر

نقش فضای مجازی بر وضعیت شفافیت در ایران 133

دولت به شهروندان، فساد کاهش پیدا کرده، رضایت عمومی افزایش خواهد یافت (اسکات، 2009: 19). افزایش شفافیت و تعامل با دولت، به افزایش اعتبارات عمومی دولت میان شهروندان منجر خواهد شد که این خود در بستر اینترنت و پیاده‌سازی دولت الکترونیک فراهم می‌آید (ولج و هیانت، 2003: 144). استقرار دولت الکترونیک شامل ایجاد پایگاه‌های ارائه خدمات و اطلاعات، ارتباط و تعامل دوسویه دولت با مردم و مردم با دولت، رسیدگی به شکایات مردمی و برنامه دورکاری¹، موجب کاهش عدم شفافیت و سوء استفاده شده و در نهایت، نظارت را فراهم می‌آورد؛ ارتباط مستقیم مردم با کارکنان از بین می‌رود و از طریق سامانه پاسخگویی مردم، می‌توان نارضایتی از دستگاهها و انحرافات از شیوه‌های قانونی را به حداقل رساند. همچنین فناوری اطلاعات در عصر شبکه‌ها، مدیریت و سلسله‌مراتب را تغییر خواهد داد، سطوح میانی حذف و فاصله مدیران عالی با سطوح عملیاتی کم خواهد شد (ترکمان و همکاران، 1394: 6). کاستلز در کتاب «کهکشان اینترنت» معتقد است دولت الکترونیکی می‌تواند پاسخگویی بیشتر، شفافیت و دسترسی به اطلاعات را به همراه داشته باشد. (گارسون، 1391، ج 1: 18)

نقش دولت الکترونیک در تحقق حکمرانی خوب را می‌توان شامل موارد ذیل دانست: مردم‌سالاری مبتنی بر مشارکت؛ انسجام بیشتر میان کارهای تعریف شده برای سازمانها؛ هماهنگی و اثربخشی و کارایی؛ سهولت همکاری و اجرای شبکه‌ای دستورکارها به شیوه‌های سریع‌تر و کارآمدتر؛ شفافیت و امکان دسترسی به فرایندها در سراسر زمان اجرا و تدوین دستورکارها؛ امکان دسترسی به اطلاعات برای شهروندان و در نهایت، فراهم ساختن امکان مشارکت تمامی اشخاص ذی‌نفع در تصمیم‌گیری‌ها (باطنی و یزدان‌شناس، 1385: 71). دولت الکترونیک حلقه‌ای مرکزی و رابط بین راهبردی، فرایند، سازمان و فناوری است تا به نحوی مؤثر، خدمات را به مشتریان و گروه‌های ذی‌نفع ارائه دهد و بخش دولتی را در حفظ و نگهداری و تقویت حکمرانی خوب در جامعه دانشی یاری رساند. (شریفی و زارعی، 2004: 602)

ج) پیشینه پژوهش

برتوت و همکاران (2010) در تحقیق «استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای ایجاد فرهنگ شفافیت»، به بررسی تأثیرات اطلاعات و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی بر نگرش‌های فرهنگی شفافیت پرداختند. نتایج پژوهش ایشان نشان می‌دهد فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی سبب ایجاد جوی باز، شفاف و در نهایت، قطع فساد خواهد شد. از جمله نتایج سینگه و کارن (2012) در بررسی چگونگی دستیابی به حکمرانی خوب از طریق فناوری اطلاعات و ارتباطات، می‌توان به ایجاد حق دسترسی اطلاعات از طریق فناوری

اطلاعات و در نهایت، بهبود شاخص حکمرانی خوب اشاره کرد. مایکل فلایبوم (2015) در مقاله‌ای با عنوان «فضای سایبری در شفافیت به مثابه نوعی از حکمرانی»، شفافیت را راه‌حلی ایدئال برای برون‌رفت از مشکلات سیاسی اجتماعی و سازمانی دانسته است. وی معتقد است امروزه اینترنت و فضای مجازی در سیاست جهانی نقشی بی‌بدیل پیدا کرده است. نتایج پژوهش او نشان می‌دهد بین تأثیرات فضای مجازی و شاخص شفافیت، ارتباط تنگاتنگی وجود دارد؛ شفافیت به عنوان اصلی در فرایند حکمرانی خوب توسط اینترنت در حوزه‌های سازمانی، ارتباطی، نظارتی و مادی عمل می‌کند. فضای مجازی موجب می‌شود دولتها زمینه پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری بیشتری از خود نشان دهند که در نهایت، افزایش اعتماد عمومی به نظام سیاسی و اداری و ارتقای توانمندی و کارایی و اثربخشی تصمیمات و عملکرد دولتها را شاهد خواهیم بود. راجیمنکی (2015) در پژوهشی با عنوان «سیاست‌های رسانه‌های جدید برای شفافیت» معتقد است رسانه‌های جدید، دولت را مجبور کرده‌اند نگرش خود را درباره شفافیت و حوزه عمومی تغییر دهد. این پژوهش که به طور موردی به دولت فنلاند پرداخته، معتقد است نبود راهبرد، مهم‌ترین مانع ارتقای شفافیت است. نویسنده معتقد است سیاست رسانه‌های اجتماعی دولت فنلاند هنوز مراحل ابتدایی خود را پشت سر می‌گذارد و چند سال آینده نشان خواهد داد که آیا استفاده از رسانه‌های اجتماعی منجر به مشارکت بیشتر شهروندان خواهد شد یا انزوای بیشتر آن. مارتینز و گوادرادو (2017) در مقاله‌ای با عنوان «نقش فشار رسانه‌ای در پیشبرد شفافیت حکومت‌های محلی» بیان داشته‌اند امروزه در نتیجه چندین رسوایی مالی، توجه شهروندان روی رفتار بخش دولتی، به ویژه در موضوعاتی مانند پاسخگویی و شفافیت بیشتر شده است. تقاضای عمومی برای شفافیت در مؤسسات دولتی به طور مداوم در حال افزایش است. نتایج تحقیق آنان نشان می‌دهد هنگامی که فشار رسانه‌ها قوی باشد، سطح شفافیت بالاتر است و این نشان می‌دهد که رسانه‌ها می‌توانند به عنوان ابزاری قدرتمند برای فشار آوردن به دولتها به منظور حرکت به سمت رفتار و عملکرد مسئولانه عمل کنند.

مقیمی و اردکانی (1390) معتقدند که استقرار دولت الکترونیک به ارتقای پاسخگویی، اثربخشی نقشها و وظایف، ظرفیت‌سازی، شفاف‌سازی، نتیجه‌گرایی و ارتقای ارزشها به عنوان شاخصهای حکمرانی خوب منجر شده است. حسن‌پور و آقاجانی (1393) طی مقاله‌ای به نقش رسانه‌ها در عواملی نظیر شفافیت، کاهش فساد، رشد اقتصادی، فرهنگ‌سازی در جامعه، هویت‌بخش ملی و تأثیر بر افکار عمومی پرداخته‌اند. رسانه‌ها با داشتن اطلاعات کامل و صحیح می‌توانند موجب شفاف‌سازی عملکردها و ارائه آگاهی‌های کامل و مناسب به مردم شوند و دولتها را به سمت حکمرانی خوب هدایت و متمایل کنند. عبدلهی و جوشقانی (1393) معتقدند توسعه دولت الکترونیک موجب افزایش شفافیت و کاهش فساد در فعالیتها و اقدامات دولتها می‌شود. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که هرچه دولتها بیشتر از ابزارها و امکانات فناوری اطلاعات در چارچوب شکل‌گیری و استقرار دولت الکترونیک بهره‌گیرند، میزان شفافیت اداری آنها

نقش فضای مجازی بر وضعیت شفافیت در ایران 135

افزایش خواهد یافت و این موضوع منجر به کاهش فساد می‌شود. نرگسیان و همکاران (1394) معتقدند امروزه رسانه‌های اجتماعی در زندگی مردم و به خصوص دانشجویان نقشی بی‌بدیل دارند و ابزار ارتباطی بسیار قوی‌ای محسوب می‌شوند که نمی‌توان از آن چشم‌پوشی کرد. ایشان معتقدند اثر رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر مشارکت سیاسی و مدنی و در نتیجه شفافیت و اعتماد عمومی، معنادار و مثبت است. یعقوبی (1395) در رساله دکتری خود معتقد است ایجاد و استقرار دولت الکترونیک در کشور از پنج بعد شفافیت، پاسخگویی، مشارکت، اعتماد و نظارت‌پذیری، کارآمدی دولت و دسترسی به خدمات دولتی، باعث ارتقای شاخصهای حکمرانی خوب خواهد شد. بیابانی و ذوقی (1397) نیز با اشاره به نقش نگرهبانی و گزارش‌دهی رسانه‌ها، معتقدند شفافیت می‌تواند یکی از راههای ارتقای شفافیت و مبارزه با فساد باشد. نتیجه پژوهش آنان نشان می‌دهد رسانه‌ها تأثیرات متحول‌کننده‌ای بر نحوه ارتباط افراد با یکدیگر، دولتها و همچنین روشهایی داشته‌اند که دولتها می‌توانند شفافیت و کاهش فساد را ارتقا دهند.

با توجه به مطالب پیش‌گفته و از آنجا که موضوع فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی پدیده‌ای جدید و در حال گسترش است و در عین حال، بخش عمده‌ای از پژوهشهای انجام‌شده به معرفی مفاهیم و مصادیق فضای مجازی، کارکردها و ویژگی‌های آن و موضوعاتی پیرامون حکمرانی خوب و شرایط تحقق برخی از مؤلفه‌های آن پرداخته‌اند؛ به نظر می‌رسد تاکنون پژوهشی در خصوص تأثیرات فضای مجازی بر شاخص شفافیت در ایران صورت نگرفته است. لذا این تحقیق می‌تواند در نوع خود از نوآوری و ابتکار برخوردار باشد.

بررسی نظرات و دیدگاههای کاستلز

مانوئل کاستلز¹ در کتاب «عصر اطلاعات» معتقد است فناوری ارتباطات و اطلاعات امکان ظهور جامعه شبکه‌ای² را فراهم آورده است. او شبکه‌های اطلاعاتی و ارتباطی را عنصر اصلی کنشگری‌های اجتماعی در اواخر سده بیستم دانسته، به بررسی روابط این شبکه‌ها و تغییرات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی می‌پردازد. کاستلز معتقد است: شبکه اینترنت ستون فقرات ارتباطات جهان از دهه 1990 به بعد است. اینترنت و شبکه‌های ارتباطی رایانه‌ای به تدریج فرهنگ کاربران شبکه و حتی الگوهای ارتباطی را نیز شکل می‌دهند (کاستلز، 1384، ج 1: 30-16). وی ارتباطات الکترونیکی را فرصتی برای تقویت مشارکت سیاسی و ارتباط افقی میان شهروندان می‌داند. از دیدگاه او، امروزه فضای مجازی موجب تسهیل انتشار و اصلاح اطلاعات و ارائه امکاناتی برای تعامل و مباحثه در عرصه‌های خودمختار و الکترونیک شده است (همان: ج 2: 419). اینترنت به طور خاص و جامعه شبکه‌ای به طور عام، موجب تضعیف نظام پدرسالارانه می‌شوند. فضای اینترنت همچنین در گسترش حوزه عمومی³ و شکل‌دهی فرهنگ آینده، نقش مهمی ایفا خواهد کرد و در نهایت،

1. Manuel Castells

2. The Network Society

3. Public Sphere

تجربه مشارکت الکترونیکی شهروندان، دموکراسی محلی را تقویت می‌کند (همان: 418). به اعتقاد کاستلز، با گسترش اینترنت، شکل جدیدی از ارتباطات تعاملی پدید آمده است. فضای مجازی در فرایند افزایش آگاهی‌ها و ارتقای قابلیت کمپین‌سازی گروه‌های طرفدار محیط زیست رکن مهمی است (کاستلز، 1396: 578). از نظر او، حوزه عمومی عرصه تبادل ایده‌ها و برنامه‌هایی است که از جامعه ظهور می‌کنند و تصمیم‌سازان در نهادهای جامعه را مخاطب قرار می‌دهند. به عبارتی؛ حوزه عمومی شبکه‌ای است برای تبادل اطلاعات و نقطه‌نظراتی که در حد فاصل بین دولت و جامعه قرار دارند. حوزه عمومی عنصر اساسی در سازمان سیاسی - اجتماعی و عرصه‌ای است که مردم به مثابه شهروندان گرد هم آمده و دیدگاه‌های مستقل خود را به منظور تأثیرگذاری بر نهادهای سیاسی جامعه مفصل‌بندی می‌کنند. به نظر کاستلز، در جامعه شبکه‌ای، حوزه عمومی بر مبنای شبکه‌های ارتباط رسانه‌ای، شامل انواع گوناگون رسانه‌های توده‌ای، اینترنت و شبکه‌های ارتباطی بی‌سیم (موبایل) است (کاستلز، 2008: 78). از دید او، یک جامعه شبکه‌ای، نظم نوینی از فضای عمومی و گستره همگانی به وجود می‌آورد. فضای سایبری موجب پیکربندی فضای عمومی و گستره همگانی شده است؛ چون امکان به وجود آمدن اشکال جدید گفتگو، اظهار نظر و افکارسازی را فراهم می‌سازد. (نایار، 1394: 389)

د) روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، متغیر مستقل و شاخص شفافیت، متغیر وابسته است. متغیرهای جمعیتی سن، جنسیت، تأهل، شغل و نوع شغل، رشته و مقطع تحصیلی نیز متغیرهای جمعیتی‌اند. در این بخش از تحقیق با هدف بررسی توزیع ویژگی‌های یک جامعه، از روش پیمایشی استفاده شده است. در پژوهش پیمایشی، پارامترهای جامعه بررسی می‌شوند و علاوه بر توصیف، به تبیین پدیده‌ها نیز پرداخته می‌شود؛ بدین صورت که فرضیه‌هایی ساخته شده، سپس به آزمون کشیده می‌شوند (داس، 1392: 21). محقق با انتخاب نمونه‌ای که معرف جامعه است، به بررسی متغیرهای پژوهش می‌پردازد که با توجه به نیاز وی برای گردآوری داده‌ها درباره یک یا چند صفت در یک مقطع زمانی خاص، از روش مقطعی استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق را دانشجویان دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران طی سالهای 1396 تا 1398 تشکیل می‌دهد. حجم نمونه این پژوهش با استفاده از روش کوکران، 389 نفر برآورد شده است و از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده می‌شود.

1. نحوه جمع‌آوری داده‌ها

ابزار گردآوری اطلاعات این پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته است که تا حدودی در آن از تحقیقات پیشین نیز استفاده شده است. این پرسشنامه حاوی پنج سؤال عمومی و کلی و تعداد 15 سؤال بسته در قالب

137 نقش فضای مجازی بر وضعیت شفافیت در ایران

طیف لیکرت و همچنین شامل گویه‌ها و اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخگویان است (میر، 1393: 208). پرسشنامه‌ها به صورت تصادفی در بین دانشکده‌های مختلف توزیع شد. اعتبار و قابلیت اعتماد پرسشنامه پس از پیش‌آزمون صورت گرفت.

2. اعتبار و پایایی پژوهش

برای سنجش اعتبار پرسشنامه، از اعتبارسنجی محتوایی استفاده شده است. بدین منظور، پرسشنامه برای اساتید صاحب‌نظر در زمینه تحقیق ارسال و تغییرات لازم مد نظر ایشان انجام شد. برای گرفتن ضریب پایایی، در نمونه محدود (به تعداد 30 پرسشنامه) در جامعه آماری توزیع شد (پیش‌آزمون). برای ارزیابی پایایی سنجها نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. مقادیر شاخص آلفای کرونباخ در جدول 1، ذکر شده است.

جدول 1: ضریب آلفای کرونباخ

گویه‌ها	گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی	بهبود و افزایش بهبود و افزایش شفافیت در ایران
ضریب آلفای کرونباخ	74 درصد	86 درصد

3. چگونگی تجزیه و تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل اطلاعات پس از گردآوری و کدگذاری و استخراج داده‌ها با نرم‌افزار اس.پی.اس.اس-24، بر اساس فرضیه موجود صورت گرفته است. خروجی‌ها به دو شکل توصیفی و استنباطی بررسی می‌شوند. در بخش توصیفی، اطلاعات و یافته‌های لازم بیان شده، سپس به توصیف آماری پرداخته می‌شود. در سطح استنباطی نیز که کار عمده پژوهش در آنجا انجام می‌گیرد، تعیین رابطه بین دو متغیر با استفاده از جداول دوبعدی انجام می‌شود. برای رابطه معناداری نیز برای متغیرهای که در سطح سنجش فاصله‌ای بوده‌اند و داده‌های متغیر وابسته نرمال بوده، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده می‌شود.

ه) یافته‌های توصیفی

جدول 2: وضعیت پاسخگویان از نظر جنسیت

درصد معتبر تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	مقدار
3402	34,2	34,2	133	زن
100	65,8	65,8	256	مرد
	100	100	389	جمع

جدول 3: وضعیت پاسخگویان از نظر سن

		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد معتبر تجمعی
مقدار	بین 18 تا 21 سال	60	15,4	15,4	15,4
	بین 22 تا 25 سال	73	18,8	18,8	34,2
	بین 26 تا 29 سال	87	22,4	22,4	56,6
	بین 30 تا 33 سال	82	21,1	21,1	77,6
	بین 34 تا 37 سال	55	14,1	14,1	91,8
	بیشتر از 37 سال	2	8,2	8,2	100
جمع		389	100	100	

جدول 4: وضعیت پاسخگویان از نظر تأهل

		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد معتبر تجمعی
مقدار	مجرد	276	71	71	71
	متأهل	113	29	29	100
	جمع	389	100	100	

جدول 5: وضعیت پاسخگویان از نظر رشته تحصیلی

		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد معتبر تجمعی
مقدار	علوم انسانی	145	37,3	37,3	37,3
	فنی - مهندسی	111	28,5	28,5	65,8
	علوم پایه	55	14,1	14,1	79,9
	پزشکی	28	7,2	7,2	87,1
	کشاورزی	41	10,5	10,5	97,7
	هنر	9	2,3	2,3	100
	جمع	389	100	100	

جدول 6: وضعیت پاسخگویان از نظر مقطع تحصیلی

		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد معتبر تجمعی
مقدار	دکتری	104	26,7	26,7	26,7
	کارشناسی ارشد	193	49,6	49,6	76,3
	کارشناسی	92	23,7	23,7	100
	جمع	389	100	100	

جدول 7: وضعیت پاسخگویان از نظر اشتغال

		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد معتبر تجمعی
مقدار	شاغل	238	61,2	61,2	61,2
	غیر شاغل	151	38,8	38,2	100,0
	جمع	389	100,0	100	

نقش فضای مجازی بر وضعیت شفافیت در ایران 139

جدول 8: وضعیت پاسخگویان از نظر نوع شغل

		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد معتبر تجمعی
مقدار	فاقد شغل	151	38,8	38,8	38,8
	دولتی	87	22,4	22,4	61,2
	غیردولتی	151	38,8	38,8	100,0
	جمع	389	100,0	100,0	

در پرسشنامه، پنج سؤال کلی در خصوص فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی از پاسخگویان پرسیده شده بود که در ادامه این بخش، جدول درصدی و توضیحات آن ارائه می‌شود.

سؤال 1: مدت ساعاتی که در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی (تلگرام، اینستاگرام، واتساپ، فیس بوک و...) در طول شبانه‌روز می‌گذرانید؟

جدول 9: مدت ساعات استفاده از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در شبانه‌روز

		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد معتبر تجمعی
مقدار	کمتر از 2 ساعت	105	27	27	27
	بین 2 تا 4 ساعت	192	49,4	49,4	76,3
	بین 4 تا 6 ساعت	73	18,8	18,8	95,1
	بیشتر از 6 ساعت	19	4,9	4,9	100
	جمع	389	100	100	

با توجه به جدول 9، بیشتر پاسخگویان بین دو تا چهار ساعت در شبانه‌روز در فضای مجازی وقت می‌گذرانند. از این سؤال این گونه برداشت می‌شود که 27 درصد پاسخگویان کمتر از دو ساعت در طول شبانه‌روز وقت خود را در شبکه‌های اجتماعی گذرانده، بیش از 49 درصد پاسخگویان بین دو تا چهار ساعت، حدود 19 درصد از پاسخگویان بین چهار تا شش ساعت و حدود پنج درصد از پاسخگویان نیز بیش از شش ساعت از شبانه‌روز وقت خود را در شبکه‌های اجتماعی می‌گذرانند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

سؤال 2: چه نوع فعالیتی در فضای مجازی بیشتر انجام می‌دهید؟

جدول 10: فعالیتهای مورد استفاده از فضای مجازی

		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد معتبر تجمعی
مقدار	آموزشی، علمی، پژوهشی	228	23,3	23,3	23,3
	دریافت، پیگیری و تحلیل اخبار	200	20,5	20,5	43,8
	سرگرمی (فیلم، صوتی، بازی و ...)	154	15,8	15,8	59,6
	مسائل قومی	24	2,5	2,5	62
	ارتباطات حرفه‌ای - شغلی	125	12,8	12,8	74,8
	مسائل سیاسی - اجتماعی - فرهنگی	172	17,6	17,6	92,4
	پیدا کردن دوستان	67	6,9	6,9	99,3
	سایر	7	0,7	0,7	100
جمع		977	100	100	

با توجه به جدول 10، بیشتر پاسخگویان در فضای مجازی به فعالیتهای آموزشی، علمی، پژوهشی، دریافت، پیگیری و تحلیل اخبار و مسائل سیاسی - اجتماعی - فرهنگی می‌پردازند؛ به نحوی که فعالیتهای آموزشی، علمی و پژوهشی 23,3 درصد، دریافت، پیگیری و تحلیل اخبار 20,5 درصد، مسائل سیاسی - اجتماعی و فرهنگی 17,6 درصد، فعالیتهای سرگرم کننده (فیلم، صوتی، بازی و ...) 15,8 درصد، ارتباطات حرفه‌ای و شغلی 12,5 درصد، دوست‌یابی 6,9 درصد و مسائل مرتبط با قومیت 2,5 درصد را به خود اختصاص داده است.

سؤال 3: تقریباً چه مدتی است که عضو شبکه‌های اجتماعی شده‌اید؟

جدول 11: مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی

		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد معتبر تجمعی
مقدار	کمتر از یک سال	10	2,6	2,6	2,6
	بین 1 تا 2 سال	16	4,1	4,1	6,7
	بین 2 تا 5 سال	188	48,3	48,3	55
	بیش از 5 سال	175	45	45	100
	جمع	389	100	100	

با توجه به جدول 11، بیشتر پاسخگویان بین دو تا پنج سال و بیش از پنج سال عضو شبکه‌های اجتماعی‌اند. 48,3 درصد پاسخگویان اعلام داشته‌اند بین دو تا پنج سال است که عضو شبکه‌های اجتماعی شده‌اند؛ 45 درصد اعلام کرده‌اند بیش از پنج سال که به این شبکه‌ها پیوسته‌اند و کمتر از هفت درصد اعلام کرده‌اند بین یک تا دو سال و کمتر از آن است که عضو شبکه‌های اجتماعی شده‌اند.

نقش فضای مجازی بر وضعیت شفافیت در ایران 141

سؤال 4: شما بیشتر از چه طریقی در جریان اخبار روز قرار می‌گیرید؟

جدول 12: ابزارهای اطلاع‌رسانی از اخبار روز

ابزار مورد استفاده		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد معتبر تجمعی
مقدار	رادیو	6	1	1	1
	تلویزیون	67	10,9	10,9	11,9
	شبکه‌های اجتماعی	337	55,1	55,1	67
	نشریات چاپی (روزنامه‌ها، مجلات)	28	4,6	4,6	71,6
	سایتها و خبرگزاری‌های اینترنتی	124	20,3	20,3	91,8
	دوستان و همکاران	43	7,0	7,0	98,9
	سایر	7	1,1	1,1	100
	جمع	612	100	100	

با توجه به جدول 12، بیشتر پاسخگویان از طریق شبکه‌های اجتماعی در جریان اخبار روز قرار می‌گیرند. بیش از 55 درصد پاسخگویان اشاره داشته‌اند که اخبار را از طریق شبکه‌های اجتماعی کسب می‌کنند؛ بیش از 20 درصد نیز از طریق سایتها و خبرگزاری‌های موجود در فضای مجازی به کسب اخبار می‌پردازند؛ حدود 11 درصد از پاسخگویان به تلویزیون به عنوان ابزار موجود اشاره کرده و هفت درصد هم از طریق دوستان و همکاران این کار را انجام می‌دهند. سهم نشریات چاپی کمتر از پنج درصد و سهم رادیو هم تنها یک درصد بوده است.

سؤال 5: از چه ابزاری برای استفاده از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنید؟

جدول 13: ابزارهای مورد استفاده از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی

		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد معتبر تجمعی
مقدار	تلفن همراه	218	56	56	56
	رایانه	8	2,1	2,1	58,1
	هر دو	163	41,9	41,9	100
	جمع	389	100	100	

با توجه به جدول 13، بیشتر پاسخگویان از طریق تلفن همراه یا هر دو (تلفن همراه و رایانه) از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. 56 درصد از پاسخگویان اعلام کرده‌اند ابزار آنان برای اتصال به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، تلفن همراه است؛ در حالی که رایانه به صورت مستقل تنها 2,1 درصد و هر دو به صورت همزمان حدود 42 درصد پاسخگویان بوده است.

یافته‌های استنباطی

در ادامه، سؤالاتی از پاسخگویان با موضوع فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر شاخص شفافیت مطرح شد که نتایج به شرح ذیل است.

1. به نظر شما آیا به واسطه شبکه‌های اجتماعی، میزان دسترسی افراد به اطلاعات آسان‌تر شده است؟ طبق نتایج نظرسنجی، 56 درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، 39 درصد گزینه زیاد، چهار درصد گزینه تا حدودی و یک درصد گزینه خیلی کم را اعلام کرده‌اند.

2. به نظر شما آیا به واسطه شبکه‌های اجتماعی، میزان دسترسی افراد به اطلاعات سریع‌تر شده است؟ طبق نتایج نظرسنجی، 78 درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، 19 درصد گزینه زیاد و سه درصد گزینه تا حدودی را اعلام کرده‌اند.

3. آیا به واسطه شبکه‌های اجتماعی، میزان دسترسی افراد به اطلاعات بیشتر شده است؟ طبق نتایج نظرسنجی، 55 درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، 33 درصد گزینه زیاد و 12 درصد گزینه تا حدودی را اعلام کرده‌اند.

4. به نظر شما چه اندازه به واسطه فضای مجازی، افراد کمتر از رسانه‌های سنتی استفاده می‌کنند؟ طبق نتایج نظرسنجی، 19 درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، 42 درصد گزینه زیاد، 29 درصد گزینه تا حدودی، 9 درصد گزینه کم و یک درصد گزینه خیلی کم را اعلام کرده‌اند.

5. به نظر شما به واسطه شبکه‌های اجتماعی، جریان نقادی در کشور آسان‌تر و بهتر شده است؟ طبق نتایج نظرسنجی، 26 درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، 48 درصد گزینه زیاد، 23 درصد گزینه تا حدودی، چهار درصد گزینه کم و یک درصد گزینه خیلی کم را اعلام کرده‌اند.

6. تا چه میزان شبکه‌های اجتماعی، جریان اطلاعاتی مستقل از دولت را تسهیل و تسریع کرده است؟ طبق نتایج نظرسنجی، 34 درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، 44 درصد گزینه زیاد، 17 درصد گزینه تا حدودی، دو درصد گزینه کم و سه درصد گزینه خیلی کم را اعلام کرده‌اند. به نظر می‌رسد اکثر دانشجویان معتقدند که شبکه‌های اجتماعی توانسته جریان اطلاعاتی مستقل از دولت را تسهیل و تسریع کرده است.

7. به نظر شما به چه میزان شبکه‌های اجتماعی به افراد کمک کرده درباره مسائل مختلف بدون اعمال فشار اظهار نظر کنند؟ طبق نتایج نظرسنجی، 20 درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، 45 درصد گزینه زیاد، 23 درصد گزینه تا حدودی، هشت درصد گزینه کم و چهار درصد گزینه خیلی کم را اعلام کرده‌اند.

8. به نظر شما به چه میزان شبکه‌های اجتماعی، توان تجمیع خواسته‌های مردم و انعکاس آن به حاکمان را دارند؟ طبق نتایج نظرسنجی، 26 درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، 33 درصد گزینه زیاد، 25 درصد گزینه تا حدودی، 10 درصد گزینه کم و شش درصد گزینه خیلی کم را اعلام کرده‌اند.

9. به نظر شما چه اندازه از طریق شبکه‌های اجتماعی خواسته‌های شهروندان به دولتمردان انعکاس داده می‌شود؟ طبق نتایج نظرسنجی، 11 درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، 38 درصد گزینه زیاد، 31 درصد گزینه تا حدودی، 14 درصد گزینه کم و شش درصد گزینه خیلی کم را اعلام کرده‌اند.

10. به نظر شما چه اندازه گفتگوهای افراد در شبکه‌های اجتماعی، بر افکار عمومی اثرگذار است؟ طبق نتایج نظرسنجی، 30 درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، 48 درصد گزینه زیاد، 19 درصد گزینه تا حدودی، چهار درصد گزینه کم را اعلام کرده‌اند.

11. به چه میزان شبکه‌های اجتماعی توانسته‌اند به عنوان مهم‌ترین بخش افکار عمومی تبدیل شوند؟ طبق نتایج نظرسنجی، 37 درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، 41 درصد گزینه زیاد، 19 درصد گزینه تا حدودی و سه درصد گزینه کم را اعلام کرده‌اند.

12. به نظر شما چه میزان شبکه‌های اجتماعی نظارت جامعه و افراد بر حاکمان را بیشتر کرده است؟ طبق نتایج نظرسنجی، 23 درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، 31 درصد گزینه زیاد، 27 درصد گزینه تا حدودی، 13 درصد گزینه کم و شش درصد گزینه خیلی کم را اعلام کرده‌اند.

13. به نظر شما آیا به واسطه شبکه‌های اجتماعی، شهروندان در مقام ناظر، نقاد و مطالبه‌کننده، نقش مهمی در امور جامعه پیدا کرده‌اند؟ طبق نتایج نظرسنجی، 15 درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، 46 درصد گزینه زیاد، 25 درصد گزینه تا حدودی، 10 درصد گزینه کم و چهار درصد گزینه خیلی کم را اعلام کرده‌اند.

14. به چه میزان شبکه‌های اجتماعی می‌توانند از طریق تبادل آرا و عقاید و جلوگیری از تشویش اذهان به شفاف‌سازی تصمیمات و سیاستها کمک کنند؟ طبق نتایج نظرسنجی، 15 درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، 44 درصد گزینه زیاد، 32 درصد گزینه تا حدودی، شش درصد گزینه کم و دو درصد گزینه خیلی کم را اعلام کرده‌اند.

15. به چه میزان شبکه‌های اجتماعی به آگاهی‌بخشی و شفاف‌تر شدن مسائل کمک کرده است؟ طبق نتایج نظرسنجی، 27 درصد پاسخگویان گزینه خیلی زیاد، 37 درصد گزینه زیاد، 31 درصد گزینه تا حدودی، چهار درصد گزینه کم و دو درصد گزینه خیلی کم را اعلام کرده‌اند.

144 ♦ فرهنگ در دانشگاه اسلامی 34

با بهره‌گیری از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس-24، تجزیه و تحلیل داده‌ها آزمون شد که نتایج آن در ادامه خواهد آمد. فرضیه تحقیق این‌گونه بیان شده بود که: «گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی موجب بهبود و افزایش شفافیت در ایران می‌شود».

جدول 14: میزان گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی / بهبود، افزایش بهبود و افزایش شفافیت در ایران

		بهبود و افزایش بهبود و افزایش شفافیت در ایران (درصد)					جمع
		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
میزان گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی	خیلی کم	16,3	30,2	37,2	16,3		100
	کم	2,0	21,4	36,7	24,5	15,3	100
	متوسط		7,8	30,2	40,3	21,7	100
	زیاد	1,7	6,8	30,5	42,4	18,6	100
	خیلی زیاد			29,4	47,1	23,5	100
جمع		2,6	12,6	32,6	34,7	17,4	100

با توجه به جدول 14، پاسخگویی که میزان گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در ایران را در حد کم و خیلی کم بیان کرده‌اند، بیش از دیگران اعتقاد داشته‌اند که میزان بهبود و افزایش بهبود و افزایش شفافیت در ایران کمتر است و برعکس، پاسخگویی که اظهار داشته‌اند میزان گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در ایران در حد زیاد و خیلی زیاد است، بیش از دیگران اعتقاد داشته‌اند که باعث تقویت و ارتقای تقویت و ارتقای پاسخگویی در ایران می‌شود. پس هرچه میزان گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بیشتر باشد، باعث بهبود و افزایش بهبود و افزایش شفافیت در ایران می‌شود.

نتایج به دست آمده از اجرای آزمون همبستگی پیرسون در جدول 15 نشان می‌دهد میزان ضریب همبستگی بین دو متغیر یادشده معادل $p=0/379$ است و سطح اعتبار حاصله برابر با $p=0/000$ است. با توجه به اینکه مقدار سطح اعتبار به دست آمده از 0,05 کوچک‌تر است؛ فرضیه اصلی، تأیید و فرض صفر آن رد می‌شود. به عبارت دیگر؛ از دید پاسخگویان پژوهش، گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی موجب بهبود و وضعیت شاخص شفافیت در ایران می‌شود.

جدول 15: آزمون استنباطی

		میزان گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی	بهبود و افزایش شفافیت در ایران
میزان گسترش فضای مجازی	آزمون پیرسون	1	**0,379
	سطح معناداری		0,000
	جمع کل	389	389

نقش فضای مجازی بر وضعیت شفافیت در ایران 145

در خصوص بهبود و افزایش بهبود و افزایش شفافیت در ایران نیز نتایج ذیل استخراج شد:

جدول 16: بهبود و افزایش بهبود و افزایش شفافیت در ایران

	فراوانی	درصد	درصد معتبر
مقدار	خیلی کم	16	4,1
	کم	48	12,3
	متوسط	127	32,6
	زیاد	132	33,9
	خیلی زیاد	66	17
	جمع	389	100

با توجه به جدول 16، پاسخگویان میزان بهبود و افزایش شفافیت در ایران را 16 درصد در حد کم و خیلی کم، 33 درصد در حد متوسط و 51 درصد در حد زیاد و خیلی زیاد دانسته‌اند که نشان می‌دهد نفوذ و گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی باعث بهبود و افزایش بهبود و افزایش شفافیت در ایران است.

(و) بحث و نتیجه‌گیری

نتایج و یافته‌های پژوهش حاکی از این است که امروزه به واسطه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، دسترسی افراد به اطلاعات آسان‌تر، بیشتر و سریع‌تر شده و گفتگوهای افراد در فضای مجازی بر افکار عمومی اثر گذاشته و توانسته به عنوان مهم‌ترین بخش افکار عمومی، خود را در جامعه نشان دهند. امروزه ضریب نفوذ اینترنت در کشور به بیش از 70 درصد جامعه رسیده و آمار ایرانیان در استفاده از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در دنیا بسیار در حال افزایش و در جهاتی بالاتر از میانگین بین‌المللی قرار گرفته است. طبق نظرسنجی مرکز افکارسنجی دانشجویان در سال 1398، بیش از 70 درصد جمعیت مردم ایران حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی اند. (مرکز افکارسنجی دانشجویان، 1398)

جدول 17: افزایش کاربران اینترنت در ایران طی دو دهه گذشته (www.InternetLiveStats.com)

سال	کل جمعیت	کاربران اینترنت	افراد فاقد اینترنت	نقوذ اینترنت
2017	80946718	56700000	24245718	70
2010	74253373	11806289	62447087	15,9
2000	65850062	615165	65234897	0,9

آویس (1995) معتقد بود که اینترنت از طریق گسترش جماعات مجازی، کمک شایانی به پیشبرد ایده‌های دموکراتیک می‌کند؛ نتایج پژوهش حاضر نیز فضای مجازی را ابزاری در راستای بهبود دموکراسی و تقویت جامعه مدنی و آگاهی‌دهنده می‌داند. از دید کاستلز، امروزه آگاه کردن مردم و ارائه اطلاعات لازم برای کنشهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، از کارویژه‌های رسانه‌ها و زندگی امروزی به مثابه زندگی در اغماست. امروزه رسانه‌ها به ابزارهای قدرتمندی در جوامع تبدیل شده‌اند که مدیریت جریان اطلاعات، تفکرات، احساسات و هیجانات را بر عهده دارند (فری‌یر و امدادحق، 2003: 273). شبکه‌های اجتماعی مجازی زمینه‌ساز نگرشی نوین در تعامل و ارتباطات انسانی شده‌اند. این شبکه‌ها با از بین بردن فاصله‌های زمانی و مکانی، ارتباط افراد با یکدیگر را در تمام نقاط دنیا برقرار می‌سازند؛ لذا در مدت زمان کوتاهی توانسته‌اند به یکی از مهم‌ترین ابزارهای اطلاع‌رسانی و ارتباط میان دولت‌ها و مردم در جوامع گوناگون تبدیل شوند.

در این پژوهش، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی از طریق ارائه اطلاعات و آگاهی‌های مختلف، نظارت بر دولت‌ها و ایفای نقش دروازه‌بانی و نگهبانی، توانسته در راستای بهبود و ارتقای شفافیت بیشتر در جامعه جلوه‌گر شود که هم‌راستا با نتایج تحقیقات و طرح‌های فلایبوم (2015)، مارتینز و گوادرادو (2017)، سینگه و کارن (2012)، حسن‌پور و آقاجانی (1393)، راجینکی (2015)، برتوت و همکاران (2010) و نرگسیان و همکاران (1394) است و می‌توان گفت نظارت رسانه‌ای مواردی همچون: آگاهی‌بخشی، تحلیل و تفسیر اخبار، شفاف‌سازی اطلاعاتی و افشاگری، پرسشگری و پاسخگویی به افکار عمومی و نظایر آن را در بر می‌گیرد (کورونل، 2008: 3). رسانه‌های جدید می‌توانند در نظارت بر رفتار کارکنان دولت با هزینه اندک و دسترسی مردم به اطلاعات شفاف کمک کنند. با افزایش تعاملات متقابل میان افراد، سرمایه اجتماعی فراهم و در نتیجه، هم ارائه خدمات دولتی و هم دستیابی عموم به آنها راحت‌تر می‌شود (زرموند، 2005: 139). به نظر می‌رسد امروزه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی با در نظر داشتن ویژگی‌های فرازمانی و فرامکانی و انجام ارتباطات تعاملی میان مردم، نقش مهمی در نظارت و دیده‌بانی در جامعه ایفا می‌کنند. این ابزارهای جدید ضمن آگاهی‌بخشی در جامعه، می‌توانند با آشکار ساختن هرچه بیشتر تصمیمات و برنامه‌ها، نقش مهمی در نظارت و آگاهی‌بخشی به وجود آورند.

نقش فضای مجازی بر وضعیت شفافیت در ایران 147

در خصوص تعامل دوسویه میان دولت و مردم و انعکاس خواسته‌های طرفین در فضای مجازی، مشخص شد امروزه استفاده از این ابزارهای نوین در ایجاد نظارت، تبادل آرا و عقاید، ارتقای نقّادی در کشور و وجود جریان نقّادی مستقل از دولتها مؤثر بوده است. امروزه دولت الکترونیک به عنوان یکی از ابزارهای تعامل دوسویه مردم و دولت، تا حدود زیادی در رویکرد حکمرانی خوب موفق بوده است. نتایج پژوهش حاضر را می‌توان با نتایج پژوهشهای مقیمی و اردکانی (1390)، یعقوبی (1395) و عبدالمی و جوشقانی (1393) که گسترش و نشر اطلاعات را موجب شفافیت و تقویت شاخصهای حکمرانی خوب می‌دانستند، در یک راستا دانست. سازمانهای دولتی از طریق به کارگیری فنّآوری‌های ارتباطی می‌توانند کارایی، اثربخشی و بهره‌وری خود را افزایش داده، پاسخگوی شهروندان و در نهایت، عاملی برای افزایش سطح مشارکت و شاخص دموکراسی در کشورها باشند (بولانو، 2005: 125). رینگولد¹ معتقد است که در عصر اطلاعات، حوزه عمومی علاوه بر تبادل اطلاعات، تعامل و گفتگوی شهروندان در اجتماعات مجازی و شبکه‌های اجتماعی، نمایانگر شکل جدیدی از دموکراسی الکترونیکی اند (هارپر، 1391: 501). فضای مجازی به احیای گفتگو میان مردم و حاکمان کمک می‌کند؛ در این حوزه عمومی، دولت و شهروندان می‌توانند به صورت خصوصی درباره روشها و اهداف سیاسی اجتماعی وارد گفتگو شده و موانعی را که موجب جدایی فرد از دولت می‌شود، از میان بردارند (میانوند، 1394: 191). امروزه دولت الکترونیک در ایران مورد توجه دستگاههای مختلف قرار گرفته و با نگارش قوانین و اسناد بالادستی مربوطه، در پی استقرار و ساماندهی مطلوب آن‌اند؛ به طوری که تمامی وزارتخانه‌ها، سازمانها و ادارات علاوه بر ایجاد پایگاه اطلاع‌رسانی، در پی برقراری ارتباط با مردم و اطلاع‌رسانی از طریق فضای مجازی‌اند. بررسی وضعیت دولت الکترونیک در کشور طی سالهای گذشته، مؤید این نکته است که رتبه جمهوری اسلامی ایران از 107 در سال 2003 به 86 در سال 2018 ارتقا پیدا کرده که نشان‌دهنده تغییرات و پیشرفتهایی در زیرساختها و سطح مدیریتی این مقوله مهم است. (گزارش سازمان ملل، 2018-2003)

جدول 18: شاخص توسعه دولت الکترونیک در ایران

2018	2016	2014	2012	2010	2008	2006	2004	2003	ج.ا.ایران
0,60	0,46	0,4508	0,4876	0,4234	0,4067	-0,3813	0,3282	0,330	شاخص توسعه دولت الکترونیک
86	106	105	100	102	108	98	115	107	رتبه
+19	-1	-8	+17	-10	+6	+2	-5	-	تغییر رتبه

نتایج این پژوهش را می‌توان مطابق نظریات عصر اطلاعات و حوزه عمومی کاستلز دانست. با توجه به دیدگاه‌های کاستلز، گسترش و سرعت اطلاعات در فضای مجازی با افزایش میزان اطلاعات در دسترس افراد، نقش دروازه‌بانی را کاهش و حوزه عمومی را گسترش می‌دهد. اگر بخواهیم مؤلفه‌های اساسی حوزه عمومی را «گفتگو»، «فکار عمومی» و «کنش» بدانیم، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی می‌تواند زمینه و بستر مناسبی برای ظهور و تجلی آنها باشد. شهروندان می‌توانند از طریق شبکه‌های اجتماعی به گفتگو و تعامل پیرامون مسائل و موضوعات مورد علاقه بپردازند. از این طریق افکار عمومی به عنوان «صدای مردم» شکل گرفته، هر یک می‌توانند در مخالفت یا موافقت با یک مسئله و موضوع اجتماعی و سیاسی دست به کنش مناسب بزنند. کاستلز معتقد است ارتباطات الکترونیکی موجب افزایش مشارکت ارتباطات افقی میان شهروندان شده که خود نقش مهمی در شکل‌دهی به فرهنگ آینده و گسترش حوزه عمومی دارد. شهروندان می‌توانند به منظور تأثیر بر نهادهای سیاسی، دیدگاه‌های خود را بیان کنند. در واقع؛ نظم نوین و حوزه عمومی نوینی ایجاد شده است. در این پژوهش مشخص شد امروزه فضای مجازی توانسته از طریق تأثیر بر افکار عمومی و نشر اطلاعات و آگاهی‌های مختلف به افراد جامعه و نظارت بر افراد و دولت‌ها و برقراری روابط میان مردم، بدون واسطه و مستقل از دولت بر وضعیت شفافیت و تقویت و ارتقای آن در سطح جامعه مؤثر باشد.

جدول 19: مقایسه تحقیقات پیشین با نتایج پژوهش حاضر

سوابق پژوهش	نتایج	یافته‌ها و نتایج پژوهش حاضر
سینگه و کارن (2012)	دسترسی به اطلاعات و بهبود حکمرانی خوب	فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی از طریق آگاهی‌بخشی، افزایش نظارت در جامعه و تعامل دوسویه میان دولت و مردم و انعکاس خواسته‌های آنان موجب بهبود و افزایش شفافیت می‌شود.
برتوت و همکاران (2010)	تأثیر فناوری ارتباطی بر شفافیت و مبارزه با فساد	
فلاویوم (2015)	تأثیر فضای مجازی بر ارتقای شفافیت و مسئولیت‌پذیری	
راجینکی (2015)	تأثیر رسانه بر تغییر نگرش به شفافیت و حوزه عمومی	
مارتیز و گوادادو (2017)	تأثیر رسانه‌ها بر افزایش شفافیت و عملکردها و تصمیمات	
حسن پور و آقاجانی (1393)	نقش رسانه‌ها بر آگاهی‌بخشی و شفافیت عملکردها	
نرگیان و همکاران (1394)	تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر شفافیت و اعتماد اجتماعی	
بیابانی و ذوقی (1397)	تأثیر رسانه‌ها بر شفافیت و مشارکت سیاسی	
مقیمی و اردکانی (1390)	نقش دولت الکترونیک بر تحقق شفافیت	
یعقوبی (1395)	تأثیر دولت الکترونیک بر شفافیت و پاسخگویی	امروزه دولت الکترونیک حلقه واسط مردم و دولت است و نقش اساسی در حکمرانی خوب و ایجاد شفافیت در جامعه دارد
عبدالهی و جوشقانی (1393)	نقش دولت الکترونیک بر افزایش شفافیت و کاهش فساد	

محدودیت‌های پژوهش

یکی از محدودیت‌های این نوع پژوهشها، ماهیت پیچیده و چندبعدی مسائل اجتماعی - سیاسی است. در این نوع پژوهشها، پیچیدگی و آشفتگی و تنوع و تکثر علل و عوامل موجب می‌شود محقق در رسیدن به نتایج مطلوب با مشکل مواجه شود. از دیگر محدودیت‌های پژوهش، کمبود اطلاعات و پژوهشهای مرتبط با تأثیرات فضای مجازی بر مسائل اجتماعی و به تبع آن، مؤلفه‌های حکمرانی خوب بود.

سیاست‌زدگی عرصه زندگی اجتماعی، موجب شده واقعه‌ها و مشکلات فراموش و وابستگی‌ها و علایق سیاسی بر آن چیره شود که خود آسیبی بسیار مخرب است. به نظر می‌رسد سیاست‌زدگی، مانعی جدی در برقراری ارتباط و کنش آگاهانه و هدفمند میان افراد و جامعه مدنی است که در موضوع شفافیت، دستاویز گروه‌های سیاسی قرار گرفته است.

پایین بودن سطح سواد رسانه‌ای؛ سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از مهارت‌های قابل یادگیری است که به توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل و ایجاد انواع پیام‌های رسانه‌ای اشاره دارد. سواد رسانه‌ای موجب می‌شود حقایق، منتشر و مورد قبول واقع شود و از بروز شایعات و اشاعه اطلاعات پراکنده و نامعتبر پرهیز شود.

ضعیف بودن زیرساخت‌های فنی ارتباطات و اطلاعات؛ می‌تواند بر نحوه، میزان و کارایی استفاده کاربران از آن اثر بگذارد و ظرفیت‌های پیش روی استفاده از فضای مجازی را در موضوع شفافیت، تحت الشعاع خود قرار دهد.

پیشنهاد‌های کاربردی

- شناسایی و توجه سازمانها و نهادهای مختلف دولتی نسبت به برقراری سازوکار ارتباط دوسویه با مردم، احصای دیدگاه‌های آنان و ارائه گزارش عملکرد و تصمیمات خود در راستای شفافیت بیشتر؛
- آموزش و ارتقای سواد رسانه‌ای جامعه کنونی ایران توسط دولت، نهادهای آموزشی و رسانه‌های گروهی با هدف استفاده بهینه و سودمند از امکانات فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی؛
- تقویت زیرساخت‌های فنی و ارتباطی اینترنت و فضای مجازی در سازمانها و ادارت مختلف؛
- در نظر داشتن ظرفیت‌های مختلف فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی برای طراحی شبکه‌های بومی اطلاع‌رسانی و بازخوردگیری تصمیمات و عملکردها؛
- رفع موانع اطلاع‌رسانی صحیح و مقابله با ابهام به اطلاع‌رسانی برای مقابله با شایعه‌سازی در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی؛

- برنامه‌ریزی مناسب برای استفاده بهتر از امکانات و فرصتهای فضای مجازی در جامعه دانشگاهی در حیطه شناخت علایق و سلیق کاربران فضای مجازی؛

با توجه به مطالعه و بررسی پژوهشهای خارجی و داخلی و تحلیل یافته‌های پژوهش حاضر، به نظر می‌رسد محققان و علاقه‌مندان حوزه‌های فضای مجازی و حکمرانی خوب می‌توانند با انجام تحقیقات میدانی جامع‌تر و در میان اقشار مختلف مردم، نسبت به شناسایی، استخراج و ارائه نتایج و دستاوردهای رسانه‌های جدید بر شاخصهای حکمرانی خوب اقدام کنند.



منابع

- الوانی، سیدمهدی و محسن علیزاده (1386). «تحلیلی بر کیفیت حکمرانی خوب در ایران»، مطالعات مدیریت، ش 53.
- باطنی، ابراهیم و یزدان‌شناس، مهدی (1385). «نگاهی به فرایند شکل‌گیری دولت الکترونیک و چالش‌های فراروی آن»، فصلنامه فقه و حقوق، ش 9.
- بهرام‌پور، مهناز و شفیع بهرامیان (1392). مبانی کلی نظریه‌های ارتباط جمعی. تهران: جامعه‌شناسان.
- بیابانی، غلامحسین و بهنام ذوقی (1397). «رسانه‌ها ابزاری برای ترویج شفافیت و مقابله با فساد سیاسی و مالی»، وسایل ارتباط جمعی رسانه، دوره 29، شماره 3، پیاپی 112.
- ترکمان، مهرداد؛ رویا شریفی اسکندر و میثم ترکمان (1394). «فتاوی‌های نوین و نقش آن در بهبود سلامت اداری». دومین همایش علمی پژوهشی یافته‌های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران. تهران.
- جعفرقلیخانی، ابوالفضل (1394). قانون‌گذاری جمهوری اسلامی ایران در ترازوی حکمرانی خوب. تهران: سازمان چاپ و انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.
- حسن پورندا. حسنعلی آقاجانی (1393). «نقش شفاف‌سازی رسانه بر حکمرانی خوب»، اولین کنفرانس اقتصاد و مدیریت کاربردی با رویکرد ملی.
- دواس، دی‌ای. (1392). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. ترجمه هوشنگ ناییبی. تهران: نی، چ پانزدهم.
- رضایی، حمیدرضا و داوری، علی (1383). «دولت الکترونیک»، ماهنامه تدبیر، سال پانزدهم، تابستان، ش 146.
- ساروخانی، باقر (1391). جامعه‌شناسی نوین ارتباطات. تهران: اطلاعات.
- ضیائی پرور، حمیدرضا (1392). «پیشینه پیدایش و چشم‌انداز رسانه‌های اجتماعی» در کتاب رسانه‌های اجتماعی ابعاد و ظرفیت‌ها حسین بصیریان جهرمی، تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- عاملی، سعیدرضا (1390). رویکرد دوفضایی به آسیب‌ها، جرایم، قوانین و سیاست‌های فضای مجازی. تهران: امیرکبیر.
- عبدالهی، علی و نازنین توکلی جوشقانی (1393). «بررسی نقش فناوری اطلاعات در شفاف‌سازی و کاهش فساد سازمانهای دولتی». چشم‌انداز مدیریت دولتی، ش 81.
- فرهادی نژاد، محسن (1396). مهر فساد: تجارت و راهبردها، انتشارات دانشگاه سمنان.
- کاستلز، مانوئل (1384). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ. ترجمه عبدالاحد علیقلیان و افشین خاکباز. تهران: طرح نو.
- کاستلز، مانوئل (1396). قدرت ارتباطات. ترجمه حسین بصیریان جهرمی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر ارتباطات، چ دوم.
- گارسون، دیوید (1391). فتاوی اطلاعات عمومی و دولت الکترونیکی؛ مدیریت دولت مجازی. ترجمه شعبان الهی و همکاران. تهران: سخنوران.

- مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (1398)، پیمایش حضور افراد در شبکه های اجتماعی، در سایت: <http://ispa.ir/Default/Details/fa/2094/70>
- معمارزاده طهران، غلامرضا؛ محمد مبینی و مهدی فقیهی (1391). دولت الکترونیک. تهران: اندیشه های گویبار.
- مقیمی، سید محمد و مصطفی اعلائی اردکانی (1390). دولت الکترونیک، کلید حکمرانی خوب. تهران: عترت نو.
- میلر، هربرت (1393). راهنمای سنجش و تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی. تهران: نی.
- میناوند، محمدقلی (1394). جامعه شناسی سیاسی اینترنت: مطالعه ای درباره نقش فضای مجازی در توسعه سیاسی. تهران: لوح زرین.
- نایار، پرامود کی (1394). درآمدی بر رسانه های نوین و فرهنگ های مجازی. ترجمه سعیدرضا عاملی و گودرز میرانی. تهران: مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما.
- نرگسیان، عباس؛ حسن هژیرافکن خلاری و محمدرضا کر بکندی (1394). «مطالعه تاثیر رسانه های اجتماعی آنلاین بر شفافیت و اعتماد عمومی با اثر میانجیگری مشارکت عمومی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه تهران)»، مدیریت دولتی، دوره 7، شماره 3.
- هارپر، کریستوفر (1391). رسانه های نوین. ترجمه علی اصغر کیا. تهران: علم.
- یعقوبی، نورمحمد (1395). «نقش دولت الکترونیک در ارتقای شاخص های حکمرانی خوب (با تاکید بر نظام سلامت اداری) در ایران»، رساله دکتری، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی.
- Abdellatif, A.M. (2003). "Good Governance and It's Relationship to Democracy and Economic Development". *Global Forum III Fighting Corruption and Safeguarding Integrity Seoul*, 20-31 May.
- Abdullahi, Ali & Nazanin Tavakoli Joshghani (2014). "Investigating the Role of Information Technology in Transparency and Reducing Corruption in Public Agencies". *Perspectives on Public Administration*, No. 81.
- Alvani, seyed Mahdi and alizadeh, mohsen (2007). *an analysis of good governance quality in Iran*. Management studies: N: 53.
- Ameli, Saeed Reza (2011). *Approaches and Space to Damages, Offenses, Laws and Policies of Cyberspace*. Tehran: Amir Kabir Publications.
- Andersson, Malle (2000). *The Situated Politics of Recognition: Ethnic Minority youth and Identity Work*.
- Bahrapour, Mahnaz & Shafi Bahrami (2013). *General Principles of Mass Communication Theories*. Tehran: Sociological Publication.
- Bateni, ebrahim & yazdan shenas (2006). *a glance at the process of electronic government formation and challenges*. Jurisprudence and law quarterly; N: 9.
- Bell, David & Barbara M. Kennedy (2008). *The Cybercultures Reader*. 2nd Edition. London: Routledge.

- Bertot, J.C.; P.T. Jaeger & J.M. Grimes (2010). "Using ICTs to Create a Culture of Transparency: E-government and Social Media as Openness and Anti-Corruption Tools for Societies". *Government Information Quarterly*, 27.
- Biabani, gholamhossein & zoghi, behnam (2018). **media as an instrument to develop ^{Transparency} and confronting financial and political corruption** mass media instrument ; N: 3.
- Birkinshaw, Patrick (2010). **Freedom of Information, The Law, the Practice and the Ideal**. Cambridge: Cambridge University Press, Fourth Edition.
- Castells, Manuel (2005). **The Age of Information: Economics, Society, and Culture**. Translated by: Abdolahed Aligholian & Afshin Khakbaz. Tehran: New Design Publications.
- Castells, Manuel (2008), "The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance", *The Annals of the American Academy of Political Science*, No. 616.
- Castells, Manuel (2017). **The Power of Communication**. Translated by: Hossein Basirian Jahromi. Tehran: Institute of Communication Arts and Culture. Second Edition.
- Christopher, H. & D.T. Ransparency (2006). **The Key to Governance**. Oxford: Oxford University Press.
- Coronel, Sheila S. (2008). "The Media as Watchdog". Retrieved from: <http://www.ziaruldela5.files.wordpress.com/2009/09/coronel20watchdog.Pdf>.
- Darbshire, Helen (2014). "Proactive Transparency: The Future of the Right to Information? A Review of Standards, Challenges, and Opportunities". *Governance Working Paper Series, World Bank Institute*. at: http://siteresources.worldbank.org/WBI/Resources/1268250334206/Darbshire_Proactive_Transparency.pdf.
- Doas, D.E. (2013). **Research in Social Research**. Translated by: Hoshang Nayebi. Tehran: Ney Publishing, Print 15.
- Farhadi nejad, mohsen (2018). **corruption seal ; business and strategies**. Semnan University Publication.
- Ferrier, N. & C. Emdad Haque (2003). "Hazards Risk Assessment Methodology for Emergency Managers: A Standardized Framework for Application". *Natural Hazards*, 28.
- Flyverbom, Mikkell (2015). "Sunlight in Cyberspace on Transparency as a form of Governance". *European Journal of Social Theory*, 18(2): April.
- Garson, David (2012). **Public Information Technology and E-Government; Virtual Government Management**. Translated by Shaban Elahi & et al. Tehran: Sokhanvaran Publishing.
- Graham, Paul; Stefan Gilbert & Idasa Karin Alexander (2010). **The Development and Use of Governance Indicators in Africa A Comparative Study**. Production by Idasa Publishing Department.
- Harper, Christopher (2012). **The New Mass Media**. Translated by: Ali Asghar Kia. Tehran: Science Publishing.

- Hassan poor, neda & aghajani, hasanali (2014).**the Transparency role of media on good governance**, the first conference on economy and applied management with national approach
- Huther, J.&A. Shah (2000)."**Applying a Simple Measure of Good Governance to The Debate on Fiscal Decentralization**". Available at: www.econ.worldbank.org.
- IMF (2019).**The IMF's Approach to Promoting Good Governance and Combating Corruption A Guide**. Available at: www.Ifim.org.
- Iranian Students' **Opinion Polling Center, surveying people's presence on social networks**, at: <http://ispa.ir/Default/Details/fa/2094/70>.
- Jafar Gholikhani, Abolfazl (2015).**Legislation of the Islamic Republic of Iran in the Balance of Good Governance**. Tehran: Islamic Azad University Press and Publication Organization.
- Kaufman, D.;A. Kraay&M. Mastruzzi (2007).**Governance Matters VI: Aggregate and Individual Governance Indicata 1996-2006**. The World Bank.
- Kaufmann, Daniel; Aart Kraay & Massimo Mastruzzi (2005).**Governance Matters IV: Governance Indicators for 1996-2004**. World Bank Policy Research Working Paper Series, 2005, No. 3630, Washington, DC: World Bank.
- Martinez, Jennifer& Beatriz Cuadrado (2017)."**The Role of Media Pressure in Promoting Transparency of Local Governments**".*Transylvanian Review of Administrative Sciences*, No. 51, E/2017.
- Memarzade Tehran, Gholamreza; Mohammad Mobini & Mehdi Faghihi (2012). **E-Government**. Tehran: Goharbar Thoughts Publications.
- Miller, Herbert (2014).**Handbook of Social Measurement and Research**. Hooshang Naibi. Tehran: Ney Publishing.
- Minavand, Mohammad Gholi (2015).**The Political Sociology of the Internet: A Study on the Role of Cyberspace in Political Development**. Tehran: Lohe Zarrin Publishing.
- Moghimi, Seyed Mohammad& Mostafa Aalae Ardakani (2011).**E-Government, The Key to Good Governance**. Tehran: Atrat-e-Noor Publications.
- Najem, Tom Pierre (2003)."**Good Governance: The Definition and Application of the Concept**". In: *Good Governance in the Middle East Oil Monarchies*. London: Routledge Curzon.
- Nargesian , abbas & others (2015). **The effect of online social mdias on transparency and public trust with the meditating role of public participation (case study: Tehran university students)** , governmental management; volume 7; N: 3.
- Nayar, Pramod H. (2015).**An Introduction to New Media and Cybercultures**. Translated by: Saeed Reza Ameli and Goodarz Mirani. Tehran: Center for Research and Evaluation of Voice and Audio Thoughts.

- Olighalaei, Ashraf (2005). **E-Governance. E-State in Iran Administrative Reform Plan the Asia- Pacific Region: An Assessment of Issues and Strategie's.**
- Polato, R.K. (2005). "**The Internet and Political Participation Exploring the Explanatory Links**". *European Journal of Communication*, 20(4): 435-459.
- Rahman, Lutfor (2016). "**Governance and Good Governance: A Theoretical Framework**". *Public Policy and Administration Research*, ISSN 2224-5731(Paper) ISSN 2225-0972(Online), Vol.6, No.10.
- Rajainmaki, Minna (2015). **Social Media Policy for Transparency, A Case Study of the Ministry of Finance of Finland Communication for Development**, One-year master 15 Credits Spring, Supervisor, Tobias Denskus, Malmo University.
- Rantanen, T. (2006). **The Media Globalization**. London: Thousand Oaks.
- Rezaee, hamidreza & davari, Ali (2004). **Electronic government**, tadbir monthly; summer; N: 146.
- Sarokhani, Bagher (2012). **Modern Sociology of Communication**. Tehran: Information Publication Publishing.
- Scott, Morton (2009). **The Corporation of the 1990's: Information Technology and Organization Transformation**. Oxford University Press.
- Sharifi, H. & B. Zarei (2004). **An Adaptive Approach for Implementing E-Government in I.R. Iran**". *Journal of Government Information*, Vol. 30.
- Shim, D.C.&T.H. Eom (2008). "**E-Government and Anti-Corruption: Empirical Analysis of International Data**". *International Journal of Public Administration*, 31(3).
- Singh Sh. & Karn B. (2012), "**Right to Information Act; A Tool for Good Governance through ICT**", *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 10(4).
- Smith, B.C. (2007). **Good Governance and Development**. Palgrave Macmillan.
- Turkman, Mehrdad; Roya Sharifi Eskandar & Meysam Torkaman (2015). "**New Technologies and Its Role in Improving Administrative Health**". *Second Scientific Research Conference on New Findings of Management Sciences, Entrepreneurship and Education in Iran*. Tehran.
- Unece (2007). **Guide Book on Promoting Good Governance in Public-Private Partnerships United Nations**. New York and Geneva. at: www.unece.org/fileadmin/DAM/ceci/publications/ppp.pdf.
- Unescap (2009). "**What is Good Goernance?**". Available at: <http://www.unedcup.org>
- United Nations E-Government Survey, (2003-2018), "**Gearing E-Government to support transsormation towards Sustanable and resilient societies**", New York, public administration. UN. Org.

- Vaccaro, Antonino & Peter Madsen (2009). "Corporate Dynamic Transparency: the New ICT-Driven Ethics?". *Ethics and Information Technology*, June, Vol. 11, Issue 2.
- Verhoeven, A. (2000). "The Right to Information: A Fundamental Right?". Lecture at: EIPA, Maastricht. from: [http://www.eipa.nl/publications/summaries/1997-2000/workingpapers/conference proceedings/Amaryllis.pdf](http://www.eipa.nl/publications/summaries/1997-2000/workingpapers/conference%20proceedings/Amaryllis.pdf).
- Welch, E. & C. Hinnant (2003). **Internet Use, Transparency, and Interactivity Effects on Trust in Government**. Proc. of 36th Hawaii Intl Conf. on System Sciences, Honolulu, HI.
- World Bank (2018). "World Development Report 2018: Building Institutions for Markets". *Oxford University Press World Bank*. at: <https://www.Worldbank.org/en/topic/governance/overview>.
- Yaghoobi, noormohammad (2016). **the role of Electronic government in promoting good governance indications (with emphasis on Office health system) in iran**, doctoral dissertation; Tehran; allameh tabatabaee university.
- Yan, Zheng (2012). **University at Albany, USA Encyclopedia of Cyber Behavior**. Published in the United States of America by Information Science Reference.
- Ziaee parvar, hamidreza (2013). **Background and Perspective of social Medias**, (Social medias: written by hossein basiri) tehran; medias studis and planning office pub.
- Zuurmond, A. (2005). "Organizational Transformation through the Internet". *Journal of Public Policy*, 25 (1).

