

بررسی نقش و جایگاه رسانه برای تحقق امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین

حمید رضا ملک خطایی^۱

مهديه شاهینی^۲

چکیده

بی شک عظیم ترین سرمایه اجتماعی؛ ایمان به راه، هدف، رهبری و آینده نظام مقدس ایران است که صیانت و ارتقای روزافزون آن، متناسب با تحولات خواسته و ناخواسته داخلی و خارجی، وظیفه ای خطیر بر دوش نظام فرهنگی - رسانه ای این جامعه قلمداد می شود. تحقق امید به بهبود زندگی و آینده بهتر به همراه «نشاط اجتماعی» در حکمرانی نوین از مهمترین مؤلفه های توسعه و سلامت روان اجتماعی در مطالعات امروزی است. طرح این مسئله نیازمند نگاهی مستقل است که از آبشخور هستی شناسی، انسان شناسی و جامعه شناسی اسلامی حاصل می گردد. مقاله حاضر با هدف بررسی نقش و جایگاه رسانه برای تحقق امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین از نوع کاربردی، از روش توصیفی - تحلیلی و با استفاده از اسناد کتابخانه ای به این نتایج دست یافت که: رسانه ها در جهت تحقق امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین نقش بسزایی برعهده دارند زیرا یکی از عوامل موثر بر امید به زندگی، میزان شادی های فردی و اجتماعی است. هرچه شرایط اقتصادی و اجتماعی بهتر و مطلوبتر باشد و مردم از رفاه عمومی و سلامت بیشتری برخوردار باشند، طبیعتاً شادتر خواهند بود و تنش های عصبی کمتر خواهد شد. این امر می تواند نقش مثبتی در افزایش طول عمر داشته باشد. در این راستا، دولت می تواند با استفاده از رسانه و مشارکت تمام اقشار جامعه به ارتقای سطح نشاط اجتماعی به عنوان عاملی برای تحقق امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین کمک کند. لذا لازم و ضروری است برنامه ریزان و دست اندرکاران در جهت این امر مهم گام های اساسی بردارند که علاوه بر تحقق امید و نشاط در جامعه، انسان ها برای آینده ای بهتر تلاش نمایند.

واژگان کلیدی:

رسانه، امید، نشاط اجتماعی، حکمرانی نوین

^۱ . دانشجوی دانشگاه صدا و سیما، رشته مدیریت رسانه . پست الکترونیکی: Malek.hamidreza@iribu.ac.ir

^۲ . دانشجوی دانشگاه آزاد علی آباد کتول، رشته مدیریت دولتی

۱- مقدمه

در جامعه معاصر رسانه‌ها با تأثیرات بی‌نظیر خود بر حوزه‌های مختلف و نگرش افراد از طریق نوع اطلاعات ارسالی، در امیدآفرینی و نشاط اجتماعی نسبت به حکمرانی نوین، به مثابه محرکی اساسی جهت پیشبرد، رشد و بهبود فعالیت‌های اجتماعی، نقشی جدی ایفا می‌کنند. آدمیان به واسطهٔ امید و نشاط اجتماعی که لازمهٔ حیات آدمی است؛ زنده اند و بدون آن، بنیان حیات مادی و معنوی بشر فرو می‌ریزد و اگر این دو مهم از زندگی انسان‌ها رخت ببرند، انگیزه فعالیت‌های فردی و اجتماعی از بین می‌رود. به عبارت رساتر؛ امید و نشاط اجتماعی یکی از ضرورت‌های زندگی انسان‌ها و یکی از شاخص‌های اصلی توسعه در سال‌های پایانی سده بیستم است که اندیشمندان علوم انسانی، اجتماعی و سیاست‌گذاران به آن توجه کرده‌اند؛ طوری که در این سال‌ها شاهد رشد چشمگیر پژوهش‌ها در این حوزه هستیم. پژوهش‌هایی که برخی از آن‌ها حاکی از نسبت دو طرفه امید و نشاط اجتماعی با مفاهیمی مانند اعتماد، حمایت اجتماعی، مشارکت اجتماعی، رضایت از زندگی و... دارند و مفاهیم بنیادین سرمایه اجتماعی را تشکیل می‌دهند. برخی از این عوامل نیز با افزایش یا کاهش امید و نشاط اجتماعی و متغیرهای تأثیرگذار بر آن را واکاوی می‌کنند (امامی، ۱۳۹۲). یافته‌ها حاکی از آن است که: در میان عوامل و ابزارهای تأثیرگذار و زمینه ساز کاهش یا تقویت امید و نشاط اجتماعی، رسانه، به مثابه فراگیرترین نهاد فرهنگ ساز جامعه، از نقش و جایگاهی بی‌بدیل برخوردار است. با توجه به تبدیل شدن رسانه به یکی از اساسی‌ترین قطب‌های ایجاد امید و اعتماد به نفس در عموم مردم جامعه، ضرورت کندوکاو و بررسی عمیق در زمینه نقش رسانه در تحقق این مهم، سازوکارهای ایجاد و پخش برنامه‌های امیدبخش و نشاط آور، نوع و کیفیت امیدبخشی و تهیه محتوا و مضامینی که در تقویت روح امید و نشاط اجتماعی به آینده هرچه بیشتر مؤثر واقع گردد، بیش از پیش روشن می‌شود. علاوه بر این، باید بدانیم که خود مفهوم امید و نشاط اجتماعی نیز نیازمند شناخت و فهم دقیق و صحیح است. هر امیدی دارای نقش تربیتی نیست. توضیح آنکه امید دو نوع است: امید کاذب و امید صادق. فقط امیدهای صادق یا واقعی و به دور از اوهام و تخیلات می‌توانند در افزایش انگیزه آدمی و حرکت او به سوی خلاقیت و نوآوری تأثیرگذار باشد و نشاط فردی و همتی توأمان را برای وی به ارمغان آورد که نشاط اجتماعی را در پی داشته باشد؛ پس ضرورت دارد که ضمن مفهوم‌شناسی دقیق امید و نشاط اجتماعی، نقش رسانه‌ها و جایگاه آنها در حکمرانی نوین شناسایی گردد. پژوهش حاضر در راستای تحقق امید و نشاط اجتماعی و مقابله با روند کاهش این عوامل و شناخت نقش،

جایگاه، ظرفیت ها، امکانات و بایدها و نبایدهای رسانه به دنبال بررسی این موضوع و شناخت چگونگی ارتقای سطح امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین از طریق رسانه و ارائه راهبردهایی مؤثر و عملیاتی و پاسخ به این سؤالات است که: نقش رسانه در جهت تحقق و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین چیست و از چه جایگاهی در این امر برخوردار است؟

۲- مبانی نظری

۲-۱- رسانه

۲-۱-۱- مفهوم رسانه

در روند پرشتاب جهانی، فناوری ارتباطی با سرعتی غیر قابل تصور پیشرفت نموده و چهره جهان را دگرگون کرده است.

گستره و ژرفای این دگرگونی به حدی است که جامعه نوین در حال پیدایش و شکل گیری و دوره جدیدی در حیات بشر

آغاز شده است. یکی از پیچیده ترین و مهم ترین ارکان جامعه امروزی که با ایجاد رابطه با ملتها و دولتها، نقشهای پررنگی در به وجود آوردن مفاهیم تازه و رنگ و لعاب دادن به نوع ارتباطات درون جامعه و بین المللی و به چالش کشاندن بعضی ارزشهای سیاسی کارکردهای قابل ملاحظه ای دارند؛ رسانه می باشد (صیادی و همکاران، ۱۳۹۵).

۲-۱-۲- نقش رسانه در جامعه

امروزه رسانه ها قوی ترین ابزار برای طرح و رواج اندیشه ها و کارآمدترین وسایل برای نفوذ فرهنگ ها و نگرش ها به قلب جوامع هستند و نقش مهمی در شکل گیری نگرش های مخاطبان ایفا می کنند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۲).

مهمترین نقش هایی که برای رسانه ها مطرح می شود عبارتند از: اطلاع رسانی و آگاهی، حمایت از قانون و نظارت بر اجرای درست قوانین، ایجاد حیطه مناسب برای برخورد عقاید گوناگون، فراهم کردن زمینه آموزش مداوم، کمک به رشد فرهنگی و فکری جامعه، فراهم کردن سرگرمی های آموزنده، ایجاد روحیه مشارکت و همکاری برای برنامه های توسعه و عمده ترین نقشی که بر عهده دارند عبارتند از: فرهنگ سازی، آموزش، اطلاع رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی (مرادی، ۱۳۹۰).

همچنین نشریات و روزنامه های می توانند نقش مهمی در روشن کردن افکار عمومی و رساندن اخبار و وقایع روز جامعه به مردم برعهده داشته باشند (رائو^۱، ۲۰۰۱).

۲-۱-۳- تأثیر رسانه بر جامعه و مردم

جامعه امروز به صورت گزینشی عمل می کند و هر بیننده ای به طور متفاوت با توجه به نگرش و تجربه اش به استفاده از رسانه عمل می نمایند. رسانه ها به شکل های متفاوتی مانند رادیو، تلویزیون، مجله، روزنامه،

¹ Rowe

اینترنت و تصاویر متحرک وجود دارند(دهاند و همکاران، ۲۰۱۳) که نشان می دهد رسانه ها نقش محوری و غیرقابل انکار در توسعه آگاهی و انتقال اطلاعات به شنوندگان و تغییر افکار آنها دارند. رسانه می تواند نقش مؤثر در بالا بردن آگاهی عمومی و گسترش ایده های جدید داشته باشد(قره و همکاران، ۱۳۹۲؛ به نقل از سیانفرون و همکاران، ۲۰۰۶؛ توکلی و همکاران، ۲۰۱۳). با این حال به نظر می رسد رسانه ها به عنوان رکن چهارم دموکراسی، می توانند نقش مهمی در روشننگری مردم داشته باشند و در صورت عملکرد صحیح، مانع سوگیری آنها به سوی تفریحات ناسالم شوند(صیادی و همکاران، ۱۳۹۵). به عبارت رساتر؛ رسانه ها عامل بسیار مؤثری در شکل گیری ارزش های اجتماعی به شمار می روند و می توانند تأثیر بسزایی در پیشرفت و بهبود وضعیت کشور در حکمرانی نوین داشته باشد(مرادی و همکاران، ۱۳۹۰).

۲-۲-۲- امید

۱-۲-۲- مفهوم امید

استعداد انسانی احتیاج به تشویق، شناخت و تزریق روح اعتماد و امید دارد تا بتواند شکوفا شود(گروهی از پژوهشگران، ۱۳۹۷). واژه امید در لغت به معنای آرزو، چشم داشت(معین، ۱۳۸۶)، خواهان چیزی یا کسی شدن و انتظار داشتن(عمید، ۱۳۸۹)، ترس(دهخدا، ۱۳۷۳)، شوق و توقع(طریحی، ۱۳۷۵) و در اصطلاح به حالتی شناختی و انگیزشی مثبت و موفقیت آمیز ناشی از تعامل میان احساس اراده(انرژی هدفمند) و راه یابی برای رسیدن به هدف(Snyder 2000)، راحتی و لذتی که از انتظار تحقق امری محبوب در قلب حاصل می شود(فیض کاشانی، ۱۳۶۲)، آمادگی لحظه ای و انتظار فرد جهت تحقق امر مثبتی که هنوز ایجاد نشده(Fromm 1968) که بر مبنای آن امید نشان دهنده اهداف مهم هر انسان در جهان پیش رو است(Bronk 2009)، تحفه الهی که چرخ زندگی را به گردش درآورده و موتور تلاش و انگیزه را پرشتاب می کند. با خوف و ترس تضادی نداشته و به نوعی با آن همراه و دوست صمیمی است(مجلسی، ۱۴۰۳ق)، حالتی نفسانی که فرد را به تلاش جدی وادار می کند و در آن انسان به اموری که انتظارش را دارد، دل بستگی پیدا نموده(آخوندی، ۱۳۸۵)، تمایلی که با انتظار وقوع مثبت همراه است و یا به عبارت دیگر ارزیابی مثبت از آنچه که فرد متمایل است و می خواهد به وقوع بپیوندد(جنیا و شاو، ۱۹۹۱؛ به نقل از هزارجریبی و آستین فشان، ۱۳۸۸)، یکی از نشانه های سلامت روان که با نیروی نافذ خود موجب تحریک فرد در جهت کسب تجارب نو شده، وی را به تلاش و کوشش واداشته و به سطح بالایی از عملکردهای روانی و رفتاری نزدیک می گرداند(ارجمندنیا و دیگران، ۱۳۹۱) آمده است و اشاره به ظنی دارد که مقتضی حاصل شده امری همراه با شک و تردید است که در آن مسرت و شادی وجود دارد(راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق).

۲-۲-۲- اهمیت و ارزش امید

اهمیت و ارزش امید در فرد و اجتماع، امری مهم و بدیهی و یکی از مؤلفه های ارزشمند سرمایه اجتماعی به شمار می آید و بی شک یکی از سازمان های مؤثر در ایجاد امید و تقویت این سرمایه اجتماعی، رسانه ها می باشد(گروهی از پژوهشگران، ۱۳۹۷).

۲-۲-۲- مؤلفه های امید

از مهمترین مؤلفه های امید می توان به: کنارآیی، اقدام، شادی، اجرا، ارتباط، خلق و جمع گرایی (گیتی قریشی، ۱۳۸۸)؛ اشاره نمود. در حقیقت، هدف امید این است که زندگی پربارتر بوده و از بیزاری و ملال دائمی به دور باشد. اما چنانچه حالتی انفعالی یا کنش پذیر (ببینیم چه می شود) به انسان دست دهد، چنین کیفیتی امید نیست. حقیقت این است که در چنین صورتی امید به پوششی برای وادادن یا یک ایدئولوژی محض تبدیل می شود. امید واژه ای پارادوکسیکال و متناقض نما است. امید نه انتظاری منفعلانه است و نه نیرویی غیرواقع- بینانه از اتفاقاتی که امکان رخداد آنها وجود ندارد. امید چون ببر نیم خیزی است که زمانی که لحظه پریدنش فرارسد، خواهد جهید. امیدوار بودن بدین معنی است که فرد در هر لحظه آماده و منتظر چیزی باشد که هنوز متولد نشده و در صورت عدم پیدایش آن در طول زندگی، همچنان نومید و سرخورده نشود. کسانی که امیدشان ضعیف است به تن پروری روی آورده یا به خشونت می پردازند. اما افراد امیدوار، نشانه های زندگی تازه را می نگرند، آن را گرمی می دارند و هر لحظه آماده اند تا به تولد آنچه آماده زایش است، یاری رسانند (Fromm, 1968).

از مجموع آنچه گفته شد، می توان دریافت که امید حالتی روانی و باور مثبت در فرد نسبت به توانایی های خود و امکانات و شرایط موجود در دست یابی به هدف یا اهدافش در زندگی یا انتظار آینده ای روشن است که فرد را به تلاش مفید و سازنده در جهت نیل به اهداف واداشته و با واقع بینی همراه است و محرکی است که فرد به سوی فعالیت های پرتنر و مثبت و تفاوتی بنیادین با آرزوهای واهی و غیر واقع بینانه دارد. از این رو جهت تحقق امید در شخص باید ابتدا شوقی ناممکن در دل انسان بوجود آید و شخص رسیدن به خواسته هایش را به دور از هر گونه شک و تردید و در کمال اطمینان بخواهد و رسیدن به امیال و خواسته هایش را غیرممکن نداند. در این صورت است که فرد برای پیشبرد امور خود به فعالیت و جوش و خروش برخاسته و از حالت انفعال بیرون می آید. برعکس، اگر به هر دلیلی فردی به چنان درجه ای از بی میلی برسد که از هیچ خواسته ای برخوردار نبوده یا شرایط را چنان ببیند که نتواند امکانی برای تأمین خواسته اش یا تغییر شرایط تصور کند، طبیعی است که انگیزه ای برای حرکت و فعالیت در خود نخواهد دید و نمی توان از او انتظار پویایی و تحرک داشت. بنابراین، اگر امید در اشخاص تحقق نیابد نشاط فردی و در نهایت نشاط اجتماعی هم ایجاد نخواهد شد و در این صورت جامعه ای هم که چنین وضعیتی در آن غالب شود، تبدیل به جامعه ای ناامید، ایستا، بی تحرک و ساکن خواهد شد (توکلی، ۱۳۸۹).

۳-۲- نشاط اجتماعی

۳-۲-۱- مفهوم نشاط

یکی از مهمترین مؤلفه های رفاه اجتماعی که جزو ضروری ترین خواسته های فطری و نیازهای روانی مثبت انسان نقش تعیین کننده ای در تأمین سلامت فرد و جامعه داشته، به عنوان یک مقوله محوری در سیاست گذاری های عمومی و رفاهی پدیدار شده، همواره با خرسندی، خوش بینی، امید و اعتماد همراه است و می تواند نقش تسریع کننده ای نیز در فرایند توسعه جامعه داشته باشد؛ نشاط می باشد (هزارجریبی و مرادی، ۱۳۹۳).

انسان ها بنا به سرشت و ماهیت وجودی خویش، همواره از افسردگی گریزان هستند و دوست دارند به سوی شاد بودن و شاد زندگی کردن در حرکت باشند. بر این اساس، احساس نشاط از آغاز تمدن انسان یکی از نیازهای اساسی نوع بشر در تمامی فرهنگ به شمار رفته و استنباط بشر نیز از غایت زندگی همین رسیدن به شادمانی و نشاط بوده است؛ بنابراین، انسان برحسب ذات و فطرت خود، موجودی هدفمند و جویای نشاط، خوشبختی و سعادت است و به جرأت می توان ادعا که تمامی کوشش انسان ها در زندگی برای دستیابی به نشاط در آینده است (عنبری و حقی، ۱۳۹۳).

در طول قرن بیست و یکم نیز مطالعه علمی نشاط به سرعت در حال گسترش بوده است. بنابراین، این امر، مطالعات مربوط به نشاط را به عنوان جزئی ضروری در تعریف سلامتی در فرهنگ ها و جوامع مختلف معرفی کرده است. دانشمندان مختلف به علت تبعات و کارکردهای روانی و اجتماعی متعدد مسئله نشاط به آن توجه کرده اند و رشته ها و شاخه های مختلف علوم کوشیده اند هر کدام از منظری خاص، گوشه هایی از ابعاد نشاط را تحلیل کنند (سجادیان و نعمتی، ۱۳۹۸).

گلاتزر^۱ (۲۰۰۰) معتقد است نشاط عبارت است از: ارزیابی رویدادهای زندگی و رضایت از رخدادهای متفاوت آن (ربانی و همکاران، ۱۳۸۶).

آنگر و همکاران^۲ (۲۰۰۹) معتقد است نشاط واژه ای با دامنه ای وسیع است که به حالات شناختی یا مؤثر برمی گردد و ضمن اینکه حالت خوشی یا احساسی را پدید می آورد، شامل احساس مثبت، تعهد، رضایت و معناست.

مایرز^۳ (۲۰۱۰) نشاط را ناشی از قضاوت و داوری افراد درباره چگونگی گذران زندگی، خواه به صورت تنها و یا دسته جمعی و مشارکتی دانسته است. از نظر او افراد شاد احساس امنیت بیشتری می کنند. آسان تر تصمیم می گیرند، روحیه مشارکتی دارند و تمایل دارند در کارهای دسته جمعی با افراد اطراف خود مشارکت داشته باشند.

لوردس و همکاران^۴ (۲۰۱۲) نشاط را براساس سه مؤلفه همبسته با یکدیگر تعریف می کنند: حداقل عواطف منفی، حداکثر عواطف مثبت و سطح مناسب رضایت از زندگی؛ که به دو نوع فردی و اجتماعی تقسیم می شود (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۸).

۲-۳-۲- مفهوم نشاط اجتماعی

از نظر وینهون^۵ نظریه پرداز برجسته حوزه روانشناسی مثبت گرا معتقد است: نشاط اجتماعی پدیده ای میان رشته ای است که علوم مختلف نظیر؛ فلسفه، مطالعات در حوزه سلامت و کیفیت زندگی، روانشناسی، جامعه شناسی و اقتصاد در آن سهم دارند و عبارت است از درجه ای از قضاوت شخص درباره مطلوبیت کیفیت

¹ Glatzer

² Angner et al.

³ Meyers

⁴ Lourdes et al

⁵ Veenhoven

کل زندگی اش. به عبارت دیگر، نشاط اجتماعی به این معناست که فرد به چه میزان زندگی خود را دوست دارد (وینهون، ۲۰۰۱؛ به نقل از موسوی، ۱۳۹۲).

ولسچ^۱ (۲۰۰۳) معتقد است: نشاط اجتماعی درجه رضایت فرد از قضاوت خود در مورد کیفیت کلی زندگی می باشد (ربانی و همکاران، ۱۳۸۶).

داینیر و ساه^۲ (۱۹۹۷) نشاط اجتماعی را دارای سه جزء اساسی: بعد عاطفی (هیجانی) که در حقیقت خلق و خویهای مثبت و خوشایند افراد را شامل می شود. بعد شناختی که نوعی تفکر و پردازش اطلاعات را دربرمی گیرد و به ارزیابی مثبت افراد از زندگی منجر می شود و بعد اجتماعی که بیانگر گسترش روابط اجتماعی فرد با دیگران و به دنبال آن افزایش حمایت اجتماعی است. این جزء از نشاط گرایشات و تمایلات فرد نسبت به اجتماع؛ همانند علاقه به انسان های دیگر، تأثیرگذاری مثبت بر آن ها و ... را شامل می شود (همان).

کارلسون علامت مشخصه نشاط اجتماعی را قدردانی، آرامش درونی، رضایت و علاقه به خود و دیگران می داند و تسوا^۳ نشاط اجتماعی را به عنوان یک حالت احساسی و تغییرات ناگهانی در خلق و خوی می داند؛ درحالی که رضایت را به عنوان یک حالت شناختی یا قضاوتی قلمداد می کند (کارلسون، ۱۳۷۷؛ به نقل از موسوی، ۱۳۹۲).

برخلاف پراکندگی تعاریف، به طور کلی می توانیم دو تلقی و برداشت از معنی و ماهیت نشاط اجتماعی داشته باشیم. یک معنی نشاط مرتبط با لحظه ای است که در آن زندگی می کنیم و یک معنی در کل زندگی است. نشاط به عنوان نتیجه یک تجربه عملی خاص و مرتبط با لحظه ای که در آن زندگی می کنیم همان چیزی است که همه با آن آشنا هستند و یک احساس روان - فیزیولوژیکی است که می توان آن را مترادف کلمه «لذت» به کار برد. اما در معنای کلی مترادف است با مفهوم «رضایت مندی» و سه مؤلفه: شناخت، ارزیابی و احساس مثبت مبتنی بر دو مؤلفه اول را در برمی گیرد (هالر و هادلر، ۲۰۰۶؛ به نقل از خسروی و چراغ ملایی، ۱۳۹۱).

در همین راستا فیتزپتریک^۳ بیان می کند که اساساً دو راه در تعریف نشاط و شادکامی وجود دارد: اول تعریف سطحی که نشاط را به مثابه یک تجربه خاص و محسوس روانی یا جسمانی قلمداد می کند، نظیر احساسی که به هنگام پیروز شدن در یک مسابقه به ما دست می دهد. تعریف دوم و عمیق تر نشاط را حالتی عمومی و غالب تعریف می کند. حالتی که لزوماً به احساس سرخوشی و یا نشاطی خاص کاهش پذیر نباشد، حالتی که غالباً به عنوان رضایت یا خرسندی از آن یاد می شود. بدیهی است تعریف دوم پرمغز و پرمحتواتر است، اما این تعریف نیز مستلزم وجود آزادی و خودمختاری و صحت و اعتبار است تا نشاط اجتماعی ناشی از آن واقعی، و نه مصنوعی باشد (فیتزپتریک، ۱۳۸۳).

با توجه به تمامی تعاریف که در ارتباط با نشاط اجتماعی از دیدگاه اندیشمندان و صاحب نظران ذکر گردید باید گفت: منظور ما در این تحقیق نیز تعریف دوم است که مبتنی بر حالتی عمومی و غالب بر رضایت و خشنودی می باشد.

¹ Welsch

² Diener and Suh

³ Fitzpatrick

علی رغم پراکندگی نظریه های مربوط به نشاط اجتماعی و نیز با توجه به منابع موجود و پژوهش های صورت گرفته می توان دیدگاه ها و نظریات مختلف در رابطه با نشاط اجتماعی را در سه قالب: نظریات روانشناختی، جامعه شناختی و اقتصادی خلاصه کرد. از منظر روانشناسی، نشاط اجتماعی، برابر است با قضاوت و ارزیابی فرد درباره کلیت زندگی خود. از این منظر نشاط، مفهومی هم خانواده مفاهیم لذت و رضایت مندی پنداشته می شود. از این رو نشاط اجتماعی، پنداشت(شناخت) و ارزیابی و احساسی مثبت راجع به لذایذ و خواسته ها و ترجیحات شخصی است(نوزیک، ۱۹۸۹؛ به نقل از عنبری ۱۳۹۲).

ذیل همین دیدگاه، آرگایل، نشاط اجتماعی را با سه جزء هیجان های مثبت، رضایت از زندگی و نبود هیجانات منفی از جمله افسردگی و اضطراب تعریف می کند. لذت و سرور بخش هیجانی نشاط اجتماعی و رضایت و خشنودی از زندگی جنبه شناختی آن را تشکیل می دهند. در حقیقت مؤلفه شناختی بر رضایت از زندگی و مؤلفه شناختی(عاطفی) بر تعادل بین عاطفه مثبت و منفی دلالت دارد. افراد هیجانات و عواطف مثبت و منفی را با هم دارند و این حالات هیجانی، نسبتاً بادوام تلقی می شوند. هیجانات و حالات خلقی مثبت شامل احساسات لذت بخش، رهایی و اعتماد به نفس، میزان بالای سرور و میزان بالای علاقه هستند. هیجانات و حالات منفی می تواند شامل خشم، اضطراب، استرس، افسردگی و غیره باشند(آرگایل، ۱۳۸۶).

از نگاه جامعه شناختی، نشاط مفهومی فراتر از ادراکات و پنداشت آدمی است. بلکه آن پدیده ای اجتماعی است که باید آن را در مناسبات اجتماعی، تجربه زیسته افراد، نظام قدرت، بافت تاریخی و فرهنگی و نیز ارزش های جامعه جستجو کرد(بارترام، ۲۰۱۱). به بیان دیگر روانشناسی، نشاط را به عنوان ماهیتی می بیند که مربوط به شخصیت افراد است، در حالی که اندیشمندان اجتماعی آن را یک وضعیت اجتماعی می پندارند که دارای مبنایی اجتماعی است. از منظر فردی، نشاط معادل میزان دسترسی به اهداف یعنی آرزوهای فردی است. اما ممکن است از منظر ناظر بیرونی این نوع دسترسی فراهم نشده باشد و فقط فرد کنشگر چنین پنداری داشته باشد. زمانی که ناظر کنش، چنین ارتباطی را تأیید کند، آن از سطح فردی و روانشناختی به سطح اجتماعی ارتقاء یافته است(گالاتزر، ۲۰۰۰؛ به نقل از موسوی، ۱۳۹۲).

علاوه بر دیدگاه های روانشناختی و جامعه شناختی، دیدگاه اقتصادی هم نسبت به پدیده نشاط اجتماعی وجود دارد که برخی از پژوهشگران با توجه به این رهیافت، به مقوله نشاط اجتماعی پرداخته اند. طبق رویکرد اقتصادی، شرایط مادی و رشد درآمد به عنوان عامل اصلی در تبیین نشاط شناخته می شود که آثار بادوام و باثباتی بر شادمانی دارد. تئوری غالب در این حوزه را می توان هرچه بیشتر، بهتر نامید. طبق این نگاه، نشاط اجتماعی را در سطح خرد می توان با میزان درآمد افراد و در سطح کلان با تولید ناخالص ملی و توسعه اقتصادی تحلیل کرد(استرلین^۱، ۲۰۰۳؛ به نقل از موسوی، ۱۳۹۲).

۴-۲- حکمرانی نوین

۴-۲-۱- مفهوم حکمرانی: در حال حاضر یکی از مفاهیم چالشی، ظریف و پیچیده که نیازمند تشریح و تفسیر است؛ حکمرانی^۲ می باشد که عبارت است از: نظام توزیع قدرت اعمال حاکمیت و استفاده از تمام

^۱ Esterlin

^۲ Government

ظرفیتهای اجتماعی جهت پیشبرد امور عمومی یا مجموعه گسترده ای از ظرفیت ها و منابع برای اعمال قدرت بر دامنه گسترده ای از فعالین دولتی، غیردولتی و فراملی (استرم^۱، ۱۹۹۰). این مفهوم حاصل پیوستگی و ارتباط دو طرفه شاخه های مختلف علوم اجتماعی به ویژه علوم سیاسی و جامعه شناسی است که تلاش دارد تا چگونگی اعمال حاکمیت در جوامع پیچیده امروزی مشتمل بر نهادهای بخش خصوصی، عمومی و فعالین اجتماعی را مورد مطالعه و مذاقه قرار دهد (معاونت پژوهش های اقتصادی، ۱۳۹۷).

براساس تعریف بنز^۲ حکمرانی عبارت است از: هدایت و هماهنگی آحاد وابسته به هم، در چارچوب سیستمهای قانونی نهادینه شده است (بنز، ۲۰۱۱).

حکمرانی لزوماً توسط دولت یا حکومت اعمال نمی شود و ممکن است در یک ساختار قدرت توزیع شده و متکثر، کارکردهای حکمرانی توسط سایر بازیگران مانند اصناف، سازمان های مردم نهاد و یا حتی آحاد مردم انجام شود (معاونت پژوهش های اقتصادی، ۱۳۹۷).

۲-۴-۲- ارکان حکمرانی

الف) بعد اقتصادی، شامل فرآیندهایی است که فعالیت های یک کشور را تحت تاثیر قرار می دهد و با اقتصاد کشورهای دیگر در ارتباط است.

ب) بعد سیاسی، همان فرآیندهای تصمیم گیری برای تنظیم سیاستها است.

ج) بعد اداری، سیستم اجرای خط مشی ها است (UNHABITAT, 2014)

۲-۴-۳- ویژگی های حکمرانی

ویژگی های الزام آور برای حکمرانی شامل: پاسخگویی، کارآمدی، حاکمیت قانون، فسادزدایی، دولت کوچک و ثبات هستند که نشان می دهند اساساً حکمرانی درباره قدرت، روابط و پاسخگویی است (Tadbiri, 2008).

۲-۴-۴- تبیین و شناخت ابعاد، مؤلفه ها و شاخص های حکمرانی براساس الگوی مفهومی

لازمه تبیین همه ابعاد، مؤلفه ها و شاخص ها در حوزه حکمرانی، بهره گیری از یک الگوی مفهومی جامع و مناسب است. این الگو باید با رویکردی راهبردی ضمن توجه به اهداف و چشم انداز تعریف شده به وظایف، نقش و منافع اجزای مداخله گر در اداره امور توجه جدی داشته باشد و درعین حال از مأموریت ها، وظایف و فعالیتهایی که در فرایندهای جاری انجام می شود غفلت نرزد. یک محقق، نظریه پرداز، خط مشی گذار و مدیر باید به هنگام پژوهش، تئوری سازی، خط مشی گذاری و اجرا، رویکردی ترکیبی و جامع در پیش گیرد که در آن تلفیقی از اصول، ار

های متناسب با نظام های سب

(۱۲).



¹ Ostrom

² Benz

حاکمیتی در طراحی، هدایت و اجرای خط مشی های کلان مبتنی بر یک هدف سیاسی واحد؛ تعامل بازیگران حاکمیتی با دیگر ارکان حکمرانی (مردم) در فرایند حکمرانی؛ تعامل بازیگران حاکمیتی در طراحی، هدایت و اجرای خط مشی های کلان مبتنی بر یک هدف سیاسی واحد؛ میانجی گری نخبگان سیاسی و حاکمیتی در تحقق منافع در میان شهروندان و گروه های مختلف اجتماعی؛ پاسخگویی یک رکن حکمرانی به دیگر ارکان حکمرانی در فرایند خط مشی گذاری و مشارکت حاکمیت در ایجاد رفاه، توسعه و ارائه خدمات عمومی بهینه اشاره نمود.

و) نقش مردم و نهادهای مردمی در حکمرانی: از مهمترین نقش مردم و نهادهای مردمی در حکمرانی می توان به؛ مشارکت مستقیم یا غیر مستقیم در برخی از شئونات حکمرانی، عمل بر اساس چارچوب های تعریف شده توسط سیاسیون، مشارکت مستقیم یا غیر مستقیم در برخی از شئونات حکمرانی، مشارکت در ارائه ایجاد رفاه و توسعه و ارائه خدمات عمومی بهینه و مشارکت مستقیم در تمامی شئونات حکمرانی اشاره نمود (طهماسب کاظمی، ۱۳۹۵).

ز) رویکرد پاسخگویی حکمرانی: شامل دو نوع پاسخگویی است: اول) پاسخگویی خطی و مورب که پاسخگویی خطی یک طرف بودن جریان پاسخگویی را می رساند و پاسخگویی مورب هم پاسخگویی دستگاه عمومی به یک نهاد یا مقام مستقل بیرون از ساختار است. مانند: پاسخگویی مدیران و کارگزاران به مدیران یا رهبران سیاسی درون یا بیرون از دستگاه مربوطه) و دوم) پاسخگویی افقی که پاسخگویی به مردم، رسانه های جمعی، جرائد و روزنامه ها، نهادهای جامعه مدنی، سازمان های غیردولتی و مردم نهاد، مؤسسات عام المنفعه و غیرانتفاعی و احزاب سیاسی را شامل می شود.

۶-۴-۲- نقش مدیران در نظام حکمرانی

از جمله نقش مدیران در نظام حکمرانی می توان به : ایفای نقش فعال در سلسله مراتب ساختار نظام و شبکه های تصمیم گیری و تصمیم سازی آن، تحقق اصول، سیاست ها، قوانین و اهداف عملکردی نظام بر اساس تعالیم اسلامی و مدیریت و یکپارچه سازی فرایندهای تعاملی میان ارکان و زیرنظام های نظام؛ اشاره نمود (طهماسب کاظمی، ۱۳۹۴).

۷-۴-۲- مفهوم حکمرانی نوین

حکمرانی نوین اصطلاح جدیدی است با قدمتی طولانی به اندازه تمدن بشری که مشخص می کند قدرت چگونه اعمال

می شود، چگونه تصمیم های تاثیرگذار بر جامعه اتخاذ می شوند و چگونه منافع مختلف با چنین تصمیم هایی هماهنگ می شوند و علاوه بر نیاز به تولید محتوا برای کسب مقبولیت و مشروعیت حکمرانی خویش، با دغدغه دیگری به نام تاب آوری سایبری نیز مواجه است. آن جا که همچون گیاه بامبو باید بتواند در کوران حوادث طبیعی و غیرطبیعی، نرمشی قهرمانانه از خود نشان دهد و بارها و بارها توانمندی خود را در جلب حمایت افکار عمومی در رسانه های نوین خود و دیگران به رخ بکشد. این نظریه مبتنی بر ایده خودتنظیمی است بنابراین توجه بیشتری باید به توانایی افراد شود زیرا هزاره سوم با پیدایش اینترنت و ظهور فناوری های نوین

اطلاعات و ارتباطات دچار تغییرات اساسی شده و تحت تاثیر فضایی به نام سایبر است که به دلیل بی‌مکانی و بی‌زمانی، همه جهانیان را در بر گرفته و با ارمغان‌هایی نظیر جامعه شبکه‌ای، شگفتی‌سازترین عصر حیات بشری را در حکمرانی از منظر تغییرات شکلی و ماهوی بنیادین رقم زده است؛ و عناصر حکمرانی تحت تاثیر فضای سایبری، رسانه‌ای قرار گرفته و مولفه‌های حکمرانی از قبیل: اقتدار، انحصار و قلمرو قدرت و عناصر حکمرانی شامل سرزمین، جمعیت، حکومت و حاکمیت متأثر از کاربری آسان و در دسترس بودن پیام‌رسان‌های همراه قرار گرفته‌اند. فناوری‌ای که به دلیل سرعت در تولید، انتقال، باز نشر پیام و گستردگی مخاطبین، تاثیرات شگرف خود را بر نهادهای اجتماع به ویژه نهاد سیاست و حکمرانی گذارده است. در واقع در فضای پرتلاطم حقیقی و مجازی امروزه، حکمرانی، در شب تاریک و بیم موج و گردابی چنین حائل، معنا می‌شود. اقناع شهروندان از سویی و مواجهه با دوست، رقیب و دشمن از سوی دیگر به ویژه در فضای مجازی همانند نبرد هوشی است که آنی غفلت‌پذیر نیست؛ این موضوع، شاید در برخی مواقع مواجهه سخت را طلب کند اما نیازمند تعامل نرم و تاب‌آوری به ویژه در فضای سایبری است. تاب‌آوری، استراتژی مقاومت، برگشت به حالت اولیه بدون آسیب‌پذیری جدی، انعطاف‌پذیری و واکنش سریع است به گونه‌ای که پایداری حاکمیت را تضمین کند (طهماسب کاظمی، ۱۳۹۴).

۱-۷-۴-۲- عملکرد حکمرانی نوین در جامعه

حکمرانی نوین در تلاش است تحولات اقتصاد سیاسی را با پیشرفتهای حاصل شده در نظریه حقوقی و دموکراتیک پیوند دهد. دیوید لوی فار «نظم نوین حاکمیت» را اجتماعی، سیاسی و اقتصادی میدانند و توضیح می‌دهد که: دولت، بازارها و جامعه را نمی‌توان جدای از هم فرض کرد. زیرا حکمرانی نوین الگوی جدیدی برای توسعه پایدار انسانی با ساز و کار تعاملی سه بخش دولت، بخش خصوصی و جامعه مدنی است تا به موجب آن کشورها بتوانند از همه توانمندی‌های خود در توسعه همه جانبه استفاده کنند. جامعه مدنی مستحکم به همراه دولتی مدرن، قوی و توسعه‌خواه می‌تواند زمینه‌های ایجاد حکمرانی خوب و در نتیجه توسعه همه جانبه را با کمترین زمان و آسیب ممکن به پیش ببرد. این نظریه با رویکرد فرمان و کنترل، دیدگاهی جایگزین را ترویج می‌دهد که در آن روشهای ابتکاری مشارکتی برای خطمشی‌گذاری عمومی در حوزه‌های مقرراتگذاری حرف اول را می‌زنند. در واقع حکمرانی نوین به عنوان راهکاری برای نحوه اداره کشور، پس از فراز و نشیب‌های فراوان در سیر تحول اندیشه رفاه و توسعه، شیوه تصمیم‌گیری و چگونگی تعامل بین دولت و مردم بعنوان بنیان توسعه، مطرح شده و به دلیل گسترده بودن با حوزه‌هایی چون محیط اقتصادی و یا به عبارتی امنیت اقتصادی، نقش سیاست، اجتماع و حقوق ارتباط مستقیم دارد (BRAITHWAITE, 2000).

۲-۷-۴-۲- رویکردهای موجود در حکمرانی نوین

رویکردهای موجود در حکمرانی نوین بجای تمرکز بر ممنوعیت‌های متعدد و اجرای مقررات به صورت الزام آور درصددند طرف‌های خصوصی را در فرآیند تنظیم قانون مشارکت دهند. در نتیجه دولت بجای شرح و بسط استانداردهای منع‌کننده و نظارت فراوان، امر نظارت بر خود و برنامه‌های مشارکتی و نیمه داوطلبانه را تسهیل میکند. به عنوان مثال نهادهای دولتی از شرکتهای خصوصی و فعالان مالی می‌خواهند که مسائل

و ریسک های موجود را شناسایی کرده و به طور مستمر راهکارهای احتمالی را نیز ارائه دهند تا امر مقررات گذاری به شکلی موثر ممکن شود. آنگاه دولت اقدام به ارائه مشاوره و کمک به این شرکتها می کند. کمک های دولت می تواند از طریق معافیت ها، یارانه، اعطای مجوز و گواهینامه ها صورت گیرد. همچنین نهادهای دولتی می توانند به منظور فراهم کردن امکان پیشرفت مستمر، دستورالعمل هایی را در قالب اسناد راهنما همچون شرایط عمومی پیمان وضع کرده و در دسترس عموم قرار دهند (BAMBERGER, 2006).

رویکردهای حکمرانی نوین در قبال نظارت و تنظیم مقررات در دستورالعمل های دولت فدرال آمریکا صدور احکام سازمانی (OSG1) بیان شده است. مطابق مفاد این آیین نامه شرکت می تواند از بار مسئولیت خود در صورتی که نشان دهد فرآیندی کافی برای گزارش تخلفات در داخل شرکت وجود دارد بکاهد. OSG مجازات در نظر گرفته شده را در صورتی که مسئولین شرکت نشان دهند برنامه ای موثر برای پیشگیری و کشف تخلفات اجرا کرده اند سبک می کند. یک برنامه موثر باید حداقل شامل این موارد باشد: استانداردها و رویه هایی را وضع کرده باشد که بنا به دلایل منطقی می توانند احتمال انجام اعمال مجرمانه را کاهش دهند؛ کارکنان رده بالا بر انجام آن نظارت داشته باشند؛ اطلاع رسانی به تمام کارکنان در زمینه این برنامه صورت گرفته باشد، از طریق آموزش و توزیع جزوه و نظارت فعال و فعالیتهای بازرسی از طریق ایجاد سیستمی برای گزارش که به وسیله آن کارکنان و سایر عوامل می توانند موارد تخلفات سایر افراد را در داخل شرکت بدون واهمه از انتقام گزارش دهند. افزون بر این، دستورالعملهای OSG شرکت ها را ملزم به اجرای رویه های قانونی، فرمان دادن، کنترل کردن و اجرای تمام مراحل لازم برای اصلاح، پیشگیری و شناسایی تخلفات آتی می کند (WEBB, D. K. and MOLO, S. F. 1993).

۳-۷-۴-۲- اهمیت حکمرانی نوین

حکمرانی نوین مستلزم انعطاف پذیری و تغییر همیشگی قواعد و اذعان به اجتناب ناپذیر بودن تغییر مقررات به هنگام مواجهه با مشکلات و تغییرات است که بیش از آنکه موجب هزینه اضافی باشد خود یک مزیت محسوب می شود. ماهیت پویا و دائم تغییر بازار و پیشرفت سریع فناوری به گونه ای است که قواعد یک سویه دولتی در تشخیص نیازهای بازار ناکارآمد بوده و امکان وضع استانداردهای دقیق و جزئی فنی وجود ندارد، چه آنکه این استانداردها پس از مدتی کارایی خود را از دست داده و انطباقی بر شرایط بازار نخواهند داشت. از این رو بر ماهیت پویای محیط های کسب و کار ناگزیر از یادگیری و کسب دانش جدید و نیز انعطاف پذیری مقررات هستند، ولی همچنین باید دارای ساختاری باشند که به طور اثربخش دانش و اطلاعات را از دارندگان آنها به نهادهای مقررات گذار منتقل کند. در واقع انعطاف پذیری ایده ای است که خواه یا ناخواه ماهیت بازار بر مقررات گذاران تحمیل خواهد نمود؛ یعنی، به جای آنکه حرکت به سمت حکمرانی نوین را حرکت از قوانین رسمی به قوانین غیررسمی بدانیم، بهتر و دقیق تر آن است که حکمرانی نوین را رسمی کردن رویه های موجود ولی غیررسمی تعریف کنیم (زارعی و همکاران، ۱۳۹۶).

۴-۷-۴-۲- آثار و چالش های حکمرانی نوین

¹ Federal Organizational Sentencing Guidelines

یکی از مباحث متداول در آثار حوزه حکمرانی نوین حرکت از وضعیت دستوری و الزام آور مقررات دولتی، قواعد و تصمیمات قضایی به سوی تمرکز بر ساختار سازمانی و مشارکت میان کارگزاران خصوصی و عمومی است. نخستین چالشی که مطرح خواهد شد، نحوه ایجاد تعادل میان هماهنگی مرکزی، نظارت و انعکاس از بالا به پایین است. در اروپا و در عرصه بین الملل، گاهی از حکمرانی نوین به همراه قوانین نرم استفاده می شود. برخی از اقتصاددانان تا حدودی ایده حکمرانی نوین را واکنشی در برابر افزایش جهانی سازی می دانند. ایجاد بازارهای جهانی و پیشرفت سریع تکنولوژی رقابتی بسیاری را برای تولیدکنندگان هر کشوری فراهم آورده، آنچنان که بسیاری استدلال می کنند دولت در اقتصاد امروز توانایی بسیار کمتری در اداره و تنظیم بازارها دارند (BECK, U. 1992). بنابراین تنظیم کنندگان مقررات باید دیدگاه خود را به گونه ای تعدیل کنند که افزایش قدرت رقابت و بازده تولید صنایع داخلی در برابر رقابتی بزرگ بین المللی ممکن شود (AGELL, 1999). تلاش کشورها در جهت حمایت از صنایع خود در بازارهای جهانی در موارد فراوانی منجر به ناکارآمدی فرآیند تنظیم در حوزه کار شده به طور مشخص، انگیزه و توانایی کشورهای درحال توسعه در نظارت بر شرایط کاری بسیار محدود است و یا به بیان ساده منفعت چندانی در انجام این کار نمی بینند. بنابراین استانداردهای کاری در کشورهای درحال توسعه در سطح پایین تری در مقایسه با کشورهای توسعه یافته قرار داشته و حتی استانداردهای بین المللی حداقلی هم در آنها مشاهده نمی شود. از این رو، رقابت از طرق کاهش هزینه ها از جمله تعدیل نیرو و کاهش دستمزدها، نگران کننده ترین مساله در کشورهای درحال توسعه می باشد. جهانی سازی باعث شده بسیاری از شرکتهای بزرگ در کشورهای توسعه یافته در سطح فراملی و یا چند ملیتی فعالیت کنند. این کار از طریق مالکیت بر مجموعه های خارجی و یا قراردادهای فرعی برای انجام وظایف اصلی شرکت، بیشتر در حوزه تولید، صورت می گیرد. این تحولات اهمیت هماهنگی بیشتر در بخش مقررات گذاری در سطح محلی و فراملی و تمرکز بر بهترین راهکارها برای حل چالشهای اجتماعی و اقتصادی را دوچندان می سازد (PORTER, 1999).

۵-۲- نقش، جایگاه و تأثیر رسانه بر امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین

برای درک عمیق تر سازوکار اثرگذاری، نقش و جایگاه رسانه ها بر افزایش امید و نشاط اجتماعی، نظریات اجتماعی رفتاری رسانه ها شرح داده می شوند که مربوط به کارکردها و آثار را دربردارد. افزون بر این، به نظریه هنجاری مسئولیت اجتماعی رسانه ها در تحلیل نقش رسانه در تحقق امید و نشاط اجتماعی توجه می شود. از آنجا که نظریه های موسوم به نظریه های اجتماعی و رفتاری، گاه علوم ارتباطات نامیده می شوند و از مبانی علوم جامعه شناسی و به ویژه روان شناسی و روان شناسی اجتماعی گرفته شده اند، برای تبیین نقش رسانه ها در امید و نشاط اجتماعی، که سازه ای شناختی است، بسیار مناسب به نظر می رسند. چرا که قانون توجه این نظریه ها، رابطه میان رسانه و جامعه و تأثیر محتوای ارتباطی بر نگرش ها و رفتارهای مخاطبان است (مهدی زاده، ۱۳۹۱: ۴۵).

۱-۵-۲- نظریات کارکردی رسانه

اول - نظریه کارکرد پیام های ارتباطی: بر اساس رویکرد کارکردگرایی، رسانه ها یکی از عناصر زیر مجموعه نظام محسوب می شوند که بخش های مختلف نظام را به یکدیگر مرتبط می سازند و ضمن تأمین نظم

و یکپارچگی درونی نظام، ظرفیت پاسخگویی آن را در بحران‌ها بر اساس واقعیت‌ها افزایش می‌دهند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱).

یکی از کارکردهای رسانه‌ها، نظارت بر محیط است. افراد با اطلاعات دریافتی از رسانه، محیط پیرامون خود را ارزیابی می‌کنند. احساس امنیت و ناامنی با اعتماد، امید و نشاط اجتماعی رابطه دارد (چلبی، ۱۳۷۵). کارکرد دیگر رسانه‌ها، ایجاد همبستگی اجتماعی است. زیرا منشأ پیوندهای عاطفی، تعهد عام و اعتماد، امید و نشاط اجتماعی است تا جایی که به عقیده مک کوایل پیدا کردن بینش درباره اوضاع و احوال دیگران، همدلی اجتماعی، تعامل اجتماعی جهت تحقق امید و نشاط، از خدماتی است که رسانه‌ها ارائه می‌دهند و به وسیله آن می‌توانند همبستگی اجتماعی را تحکیم کنند (مک کوایل، ۱۳۸۰). به این ترتیب رسانه‌ها با کاهش انزوای اجتماعی و تقویت احساس مشترک با اعضاء جامعه، نوعی احساس تعلق را پدید می‌آورند که در آن، هویت جامعه‌ای در رأس سایر هویت‌ها قرار می‌گیرند، در نتیجه تعهد عمومی تقویت شده و در پی آن اعتماد، امید و نشاط اجتماعی در جامعه افزایش می‌یابد (چلبی، ۱۳۷۵).

دوم - نظریه تأثیر پیام‌های ارتباطی: این نظریه‌ها دارای گستردگی و اهمیت قابل توجهی در قلمرو ارتباطات است. سیاری از پژوهش‌های مربوط به این نظریات، به شیوه، اندازه و چگونگی آثار شناختی و رفتاری پیام‌های ارتباطی مربوط است که توجه ویژه‌ای به مقوله نگرش و سازوکارهای شناختی افراد داشته و با آن می‌توان نقش اثرگذار رسانه بر مقوله امید، نشاط اجتماعی، تقویت باورها و آموزه‌های امیدآفرین را هر چه بهتر تبیین کرد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱). زیرا این نظریه‌ها اولاً؛ یکی از مهم‌ترین دیدگاه‌های تأثیر رسانه‌ها است، بر آثار بلند مدت و تدریجی رسانه‌ها بر تصویر ذهنی مخاطبان از دنیای اطراف و مفهوم‌سازی آنان از واقعیت اجتماعی تأکید دارد، گرایش‌ها و ارزش‌های حاکم بر جامعه را تبلیغ و ترویج می‌کند و با یکسان کردن گرایش‌ها و ارزش‌های افراد جامعه، آنها را به هم پیوند می‌دهد (چندلر، ۱۹۹۵؛ به نقل از باهنر و جعفری کیدقان، ۱۳۸۹). همان‌طور که اشاره شد، امید و نشاط اجتماعی، سازه‌ای شناختی هستند که با باورها، نگرش‌ها، احساسات و تلقی‌های فرد از خود و محیط بیرونی ارتباط محکمی دارد. بر اساس این نظریه، رسانه‌ها می‌توانند به مرور زمان، نگرش و تلقی ما را نسبت به آنچه در اطراف ما در حال وقوع است، تغییر دهند. از این‌رو رسانه‌ها می‌توانند تلقی‌ها و برداشت‌های مثبت و امیدبخش مخاطبان را با نوع اطلاعاتی که درباره رویدادها و مسائل زندگی به آنان می‌دهند، تقویت کنند.

دوماً؛ از آنجا چارچوب‌ها ساختارهای شناختی اساسی هستند که چگونگی ارائه و ادراک واقعیت را تعیین و به فرد برای تفسیر دنیای پیرامونش کمک می‌کنند؛ از این‌رو، بر فهم و ادراک ما از واقعیت اثر می‌گذارد و این یعنی رسانه‌ها نه آینه‌ای برای انعکاس واقعیت، بلکه سازنده واقعیت و شکل دهنده آن هستند. به عبارت رساتر؛ رسانه‌ها برای چارچوب‌سازی رویدادها و تولید معنا برای مخاطبان، از رویه‌ها و شگردهایی چون انتخاب واژگان، استعاره‌ها، کنایه‌ها، تمثیل‌ها و ... استفاده می‌کنند تا داستان و روایتی معنادار از آنچه می‌خواهند بسازند و نظام معانی خاصی برای مخاطبان خلق کنند (شیفل و تیوکسبری، ۲۰۰۷؛ به نقل از فرقانی و احمدی، ۱۳۹۰). از این منظر رسانه‌ها می‌توانند با چارچوب‌های خود (تمرکز بر بعضی اطلاعات و موضوع‌ها، نوع پوشش‌ها و پردازش‌های اطلاعاتی)، بر نگرش‌ها و دیدگاه‌های مخاطبان تأثیر گذاشته و در عصر حاضر به واقعیت‌ها شکل

داده و آن را بسازند. از این رو، رسانه هادر طراحی، ساخت و ارائه چارچوب‌های خبری و اطلاعاتی خود، می‌بایست به اطلاعاتی توجه کند که به نوعی زمینه امید و نشاط اجتماعی را در جامعه علی‌الخصوص در حکمرانی نوین فراهم می‌کند. همچنین در عین جلب اعتماد مخاطبان، نگرش‌ها و دیدگاه‌های ایشان را نسبت به وقایع موجود جامعه سامان دهد. در حقیقت، نظام معنایی، جزء شناختی و پردازش‌های اطلاعاتی مخاطبان رسانه نسبت به وقایع و اتفاقات جاری، در تحقق امید و نشاط اجتماعی تلقی نمودن این وقایع یا بالعکس، نقش برجسته‌ای ایفا می‌کند.

۲-۵-۲- فرصت‌ها و تهدیدهای فراوری رسانه

از مهمترین فرصت‌های پیش روی رسانه می‌توان به: غنای فرهنگ اسلامی ایرانی (غنای فرهنگ دینی و تربیتی)، سیاسی بودن مردم، همگرایی رسانه‌های مدرن با رسانه‌های سنتی در کشور، ارتباطات شفاهی و رسانه‌های سنتی، ماهواره به مثابه فرصتی برای حضور و انتقال پیام‌ها و انحصاری بودن؛ اشاره نمود. موضوعاتی که به عنوان تهدیدی برای رسانه محسوب می‌شوند عبارتند از: شبکه‌های ماهواره‌ای معارض و قوت و قدرت تکنولوژیک رسانه‌های سلطه، آرمان‌گرایی افراطی رسانه و دوری از واقعیات زندگی، گسترش بی‌اعتمادی، افتادن در دام رهبانیت مسیحی و سکولاریسم و بی‌توجهی به تعالیم ناب اسلامی، گسترش مهاجرت افراد محبوب رسانه‌ای صدا و سیما به رسانه‌های معارض بیگانه و تبلیغات سوء ایشان علیه باورها و آرمان‌های کشور و انحصاری بودن (امامی و مهربانی فر، ۱۳۹۲).

۲-۵-۳- بایدها و نبایدهای رسانه در تحقق امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین

واقع‌گرایی و واقع‌نمایی، پوشش حداکثری وقایع و توجه جدی به نیازها و علایق مختلف و شرایط روز جامعه، توسعه فرهنگ زندگی حفظ نظام زندگی/ زندگی محوری، تقویت عناصر مثبت و هویت‌بخش، ترسیم چشم‌انداز آینده، توجه جدی به رسانه‌های سنتی و ارتباطات شفاهی، ضرورت طراحی زیرساخت سیستمی اقتضایی، ضرورت مفهوم‌شناسی دقیق امید در چارچوب فرهنگ بومی و آموزه‌های اسلامی، تقویت مشارکت مخاطبان، لزوم تدوین منسجم مبانی نظری و تئوریک و فهم دقیق چگونگی برگردان آن به پروژه‌های عملیاتی، لزوم طرح رفتارهای دینی به مثابه شاخص اصلی امید، بهره‌گیری از افراد شایسته، متخصص و کارآمد، مردمی بودن، ضرورت توجه به خودارزیابی صدا و سیما و پذیرش اشتباهات و پرداختن به خلأهای خود، ضرورت توجه به شیوه‌های ارتباطی امیدبخش، گسترش برنامه‌های معنوی امیدآفرین، کاهش سطح توقعات مردم و طبقه‌بندی مخاطبان با علایق و سلايق مختلف (امامی و مهربانی فر، ۱۳۹۲).

۲-۵-۴- نقاط قوت و ضعف رسانه در جهت تحقق امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین

مهمترین نقاط قوت رسانه در جهت تحقق امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین عبارتند از: استقلال از سایر ساختارها، تغییرات سیاسی اندک و انحصاری بودن، بودن در میان مردم، جامعه‌پذیر کردن برخی ساختارها و قالب‌های رسانه‌ای، فراگیری رسانه ملی به مثابه ظرفیتی جدی، برخورداری از مراکز تحقیقاتی حرفه‌ای، برخورداری از افراد متخصص می‌باشد.

از جمله مهمترین نقاط ضعف رسانه نیز در جهت تحقق امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین عبارتند از: - ضعف تئوریک و نظری، ضعف ساختار و آرایش سازمانی، ضعف قانونگذاری و سیاستگذاری، ضعف فن‌آوری،

نبود ارزیابی واقعی و دقیق از شرایط موجود جامعه در حکمرانی نوین، نبود ترجمه و برگردان صحیح مبانی نظری امید و امیدواری و نشاط اجتماعی به یک کار عملیاتی رسانه‌ای، ضعف چگونگی بهره‌گیری از هنر و دسترس‌ناپذیری شبکه‌ها در برخی از مناطق (امامی و مهربانی فر، ۱۳۹۲).

۳- پیشینه

اگرچه تاکنون پژوهشی در زمینه امید، نشاط اجتماعی، حکمرانی و رسانه و الزامات رسانه جهت تحقق امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین نگاشته نشده، اما تعداد قابل توجهی از تحقیقات با موضوعات مرتبط و نزدیک با این موضوع از دیدگاه اندیشمندان را می‌توان برشمرد. به عنوان نمونه: گزارشی پژوهشی موسوم به «ایجاد امید و ناامیدی و یا خنثی‌سازی در اخبار شبکه اول در آبان سال ۱۳۷۳» به همت حسینی پاکوهی نوشته شده که در آن درباره انواع سلطه‌های ارتباطی: چگونگی انتقال اخبار، ارزش‌ها و معیارهای حرفه‌ای، برنامه‌ها و سریال‌های تلویزیونی، پخش آگهی‌های تجاری و وظایف وسایل ارتباط جمعی بحث و بررسی شده است. این وظایف شامل وظایف ارتباط فکری و وظایف روانی، اجتماعی از دیدگاه متخصصان علوم ارتباطی می‌شود. (حسینی پاکوهی، ۱۳۷۶).

حیدر خلیلی در پایان‌نامه‌ای با عنوان «بررسی خبر از نظر امیدبخشی» به تأثیر شنیدن اخبار امیدبخش، انعکاس موفقیت‌ها و پیروزی‌های داخلی بر اعتماد عمومی، حس مسئولیت‌پذیری، پشتکار و نیز غرور ملی پرداخته است. (خلیلی، ۱۳۸۱).

در حوزه معنویت و امید، پایان نامه بررسی تأثیر آموزه‌های مذهبی (مبتنی بر انتظار فرج) بر سلامت روان، شادکامی و امید دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه شهید چمران اهواز در نیمسال اول تحصیلی ۸۷ - ۸۸ نگاشته شده است. (مروج، ۱۳۸۸).

در زمینه نگاه اسلام به مقوله امید نیز پژوهش علیرضا پوریا به نام «غم و شادی، امید و ناامیدی در اسلام» قابل ذکر است. (پوریا، ۱۳۷۴).

افزون بر این، زهرا محققیان در پایان‌نامه خود، با نام تحلیل مفهوم امید از منظر قرآن و علم روان‌شناسی، ضمن بررسی و واکاوی مفهوم امید در حیطه روان‌شناسی و آشنایی با راهکارهای بشری برای ایجاد و تقویت امید در زندگی انسان، به تحلیل روان‌شناختی آیات قرآن در این رابطه پرداخته است؛ سپس با مقایسه مفهوم امید در حیطه قرآن (با واژه‌های مربوط به آن نظیر رجاء، تمنی، أمل و...) و علم روان‌شناسی، ضمن معرفی نقاط اشتراک و افتراق این دو حوزه، راهکارهای مناسب برای ایجاد و افزایش امید در مردم را ارائه می‌کند. (محققیان، ۱۳۸۸).

در کنار این پژوهش‌ها، تحقیق‌هایی هستند که ارتباط امید و امیدواری را با دیگر مفاهیم و متغیرهای اجتماعی و روان‌شناختی بررسی کرده‌اند. برای مثال در این زمینه از تحقیق عسگری و شرف‌الدین (۱۳۸۹)، با نام رابطه اضطراب اجتماعی، امیدواری و حمایت اجتماعی با احساس ذهنی بهزیستی در دانشجویان می‌توان یاد کرد. پژوهش نصیری و جوکار (۱۳۸۷) نیز با نام معناداری زندگی، امید، رضایت از زندگی و سلامت روان در زنان با هدف بررسی ارتباط معنادار زندگی و امید با شاخص‌های سلامت روان صورت گرفته است.

رابطه سخت‌رویی، رضایت از زندگی و امید با عملکرد تحصیلی دانشجویان (شیرمحمدی و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۲۹ - ۱۵۱)، رابطه امید به زندگی و سرسختی روان‌شناختی (حسینی، ۱۳۸۸)، بررسی رابطه امید با موفقیت تحصیلی دانشجویان (ابراهیمی و دیگران، ۱۳۹۰: ۱ - ۱۶) و ارتباط میان امید، استرس سازنده، خودکارآمدی و رضایت از زندگی در میان دانشجویان دوره کارشناسی (O'Sullivan, 2010) از جمله پژوهش‌های دیگری هستند که به این منظور به آنها توجه شده است.

مقاله «حکمرانی چیست؟» نوشته فرانیس فوکویاما، در سال ۲۸۱۳ میلادی انتشار یافت. در این مقاله به دو بعد ظرفیت و خودمختای (استقلال) اشاره شده و در بعد ظرفیت، منابع (ثروت) و درجه تخصص‌گرایی کارمندان اداری در نظر گرفته شده است (Fukuyama, 2013).

قاسمی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله خود با عنوان «بررسی رابطه بین حکمرانی خوب و ناهنجاری اجتماعی با توجه به نقش میانجی نشاط اجتماعی» به این نتایج دست یافتند که: ناهنجاریهای اجتماعی از عوامل مخربی تلقی می‌شوند که می‌توانند هر جامعه‌ای را با مشکلات جدی مواجه سازند و در نتیجه جوامع هزینه‌های زیادی را برای مدیریت و کنترل آنها متحمل شوند. نتیجه کلی آنکه حکمرانی خوب رابطه معکوس و معنادار با ناهنجاری اجتماعی و رابطه معنادار و مستقیم با شادابی اجتماعی دارد. همچنین شادابی اجتماعی با ناهنجاری اجتماعی رابطه معنادار دارد. بدین ترتیب، میانجی بودن شادابی اجتماعی در رابطه بین حکمرانی خوب و ناهنجاری اجتماعی نیز تأیید شد.

در تحقیق وثوقی و همکارانش (۱۳۹۳) با عنوان «بررسی تأثیرات جمعی سرمایه اجتماعی، شادابی اجتماعی، و حمایت اجتماعی بر سلامت اجتماعی» نشان دادند: سه متغیر سرمایه اجتماعی، شادابی اجتماعی، و حمایت اجتماعی بر سلامت اجتماعی مؤثرند و بیشترین تأثیر از آن سرمایه اجتماعی است. همچنین، متغیرهای شادابی اجتماعی و حمایت اجتماعی نیز بر سرمایه اجتماعی اثرگذارند و در نهایت متغیر حمایت اجتماعی موجب افزایش شادابی اجتماعی می‌شود.

رهنورد (۱۳۹۰) پس از بررسی چهار الگوی مدیریت دولتی، با بهره‌گیری از نظرات خبرگان و براساس سند چشم‌انداز، حاکمیت مطلوب تراز چشم‌انداز را در قابل مدلی شش وجهی (با مؤلفه‌های عدالت‌گرایی، قانون‌گرایی، مشارکت‌جویی، ارزش‌گرایی، توسعه‌گرایی و پاسخ‌گویی) به این نتایج دست یافت که: حاکمیت تراز چشم‌انداز ۱۴۰۴ در ایران با حاکمیت خوب مطرح شده از جانب بانک جهانی تفاوت‌هایی دارد. محقق تأکید دارد که برنامه‌های توسعه ملی با چنین محوریتی تدوین و به اجرا گذاشته شود و از تقلید کورکورانه از مدل‌های هنجاری جداً اجتناب شود.

پورعزت (۱۳۸۲) در رساله خود با عنوان «طراحی سیستم خط‌مشی‌گذاری حق‌مدار برای تحقق عدالت اجتماعی؛ بر مبنای مدل حکومت حق‌مدار علوی در نهج‌البلاغه بر این باور است که محوریت حکمرانی مطلوب بر عدالت حق‌مدار استوار است و لذا بایستی سیستم خط‌مشی‌گذاری مناسبی را در جهت تحقق عدالت اجتماعی طراحی نمود.

بدیعی ازندهی و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «حکمرانی در قرن ۲۱ و چالش‌های پیش‌روی آن» بر این بارو است که: موانعی همچون اندازه دولت، دسترسی شهروندان به رهبران سیاسی، جابه‌جایی اهداف

جمعی با اهداف فردی سیاستمداران و تعارض نهادهای ذینفع در حکومت از مهمترین چالشهای اصلی اجرای الگوی حکمرانی به شمار می روند.

در مجموع باید گفت تحقیقی دقیق پیرامون نقش و جایگاه رسانه برای تحقق امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین در جامعه یافت نشد و بررسی این موضوع ضمن بهره گیری از تحقیقات صورت گرفته، پژوهش نوینی است که می تواند پنجره ای به سوی انجام پژوهش های دیگر باشد.

۴- روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع کاربردی از روش توصیفی - تحلیلی؛ با استفاده از اسناد و مدارک معتبر کتابخانه ای می باشد.

۵- نتیجه گیری

امید و نشاط اجتماعی، موضوعاتی هستند که به ویژه در سال های اخیر به علت حجم گسترده تبلیغات سوء و مایوس کننده رسانه های معارض جمهوری اسلامی و سیاه نمایی های گسترده نسبت به مسائل داخلی، رسانه را به عنوان فراگیرترین نهاد فرهنگی و رسانه ای کشور برای تقویت و ارتقای سطح امید و نشاط اجتماعی و چگونگی مقابله با ناامیدی در کشور به چالش کشیده است. در این راستا دولت موظف است جهت تحقق و افزایش امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین در کنار مردم براساس خط مشی های تأثیر گذار درصدد راهکارهای مؤثری جهت تحقق و ارتقای این امور و رفع موانع موجود باشد. حکمرانی نوین که اصطلاحی جدید، مبتنی بر ایده خودتنظیمی است و با قدمتی طولانی به اندازه تمدن بشری مشخص می کند قدرت چگونه اعمال شود، چگونه تصمیم های تأثیرگذار بر جامعه اتخاذ شوند و چگونه منافع مختلف با چنین تصمیم هایی هماهنگ شوند و نیاز به تولید محتوا برای کسب مقبولیت و مشروعیت حکمرانی خویش، با دغدغه دیگری به نام تاب آوری سایبری نیز مواجه است زیرا هزاره سوم با پیدایش اینترنت و ظهور فناوری های نوین اطلاعات و ارتباطات دچار تغییرات اساسی شده و تحت تأثیر فضایی به نام سایبر به دلیل بی مکانی و بی زمانی، همه جهانیان را در برگرفته و با ارمغان هایی نظیر جامعه شبکه ای، شگفتی سازترین عصر حیات بشری را در حکمرانی از منظر تغییرات شکلی و ماهوی بنیادین رقم زده است؛ و عناصر حکمرانی تحت تأثیر فضای سایبری، رسانه ای قرار گرفته و مولفه های حکمرانی از قبیل: اقتدار، انحصار و قلمرو قدرت و عناصر حکمرانی شامل سرزمین، جمعیت، حکومت و حاکمیت متأثر از کاربری آسان و در دسترس بودن پیام رسان های همراه قرار گرفته اند. فناوری ای که به دلیل سرعت در تولید، انتقال، باز نشر پیام و گستردگی مخاطبین، تأثیرات شگرف خود را بر نهادهای اجتماع به ویژه نهاد سیاست و حکمرانی گذارده است. مجموع مباحث یادشده نشان می دهد تحقق امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین، انتظار آینده ای روشن در عموم افراد جامعه و تلاش و کوشش مستمر، مفید و مثبت برای دستیابی به آن است. در این میان دولت با بکارگیری رسانه ها با تقویت این مؤلفه ها می تواند نقش مؤثری بر ارتقاء سطح امید و نشاط اجتماعی در جامعه ایفا کند. همچنین با مروری بر کارکردهای رسانه، نقش رسانه ها در تقویت همبستگی اجتماعی و به دنبال آن افزایش امید و نشاط اجتماعی مشخص گردید که رسانه ها نقش بسزایی در تحقق امید و نشاط اجتماعی در حکمرانی نوین برعهده دارند و از جایگاهی والا در این امر مهم برخوردار هستند.

۶- پیشنهادات

واقع‌بینی و واقع‌نمایی رسانه در ترسیم پدیده‌های اجتماعی و توان ترکیب تعامل آن با آرمان‌گرایی؛
مردمی بودن، زندگی محور بودن و توسعه فرهنگ زندگی همچنین درگیر شدن هر چه بیشتر با واقعیت‌های
زندگی روزمره مردم (مشکلات، مسائل، آداب و رسوم و...)

تقویت ارزش‌ها و هنجارهای دینی با گسترش برنامه‌های معنوی و مذهبی امیدآفرین؛
تقویت عناصر مثبت و هویت‌بخش تاریخ تمدن اسلامی و درک اهمیت ارائه الگوی درون‌زاد پیشرفت به
جای تقلید از مدل‌های توسعه؛

تبیین چشم‌انداز آینده‌ای روشن و واقع‌بینانه از انقلاب اسلامی و ترسیم گام به گام مسیر دستیابی به آن؛
- اهتمام جدی به فعالیت‌های بنیادین نظری علمی و پژوهشی درباره امید و نشاط اجتماعی در حوزه‌های
مختلف علی‌الخصوص حکمرانی نوین که جدید است

بهره‌گیری از برنامه‌سازان و مدیران و کارشناسان شایسته، متخصص، کارآمد و امیدوار به تحقق وعده الهی؛
تقویت مشارکت مخاطبان، با تعامل مستمر رسانه و مردم و گسترش فضای تعاملی رسانه ملی؛
توجه جدی به رسانه‌ها و ارتباط‌های شفاهی و همگرایی با آنها؛
ارزیابی واقعی و دقیق شرایط موجود جامعه و شناخت دقیق نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای
داخلی و خارجی؛

اهتمام جدی به تنظیم سیاست‌های منسجم در سازمان، قانون‌گذاری هدفمند برای ارتقای سطح فعالیت‌های
سازمان و پر کردن خلأهای قانونی بخش‌های مختلف؛

تقویت کارکرد همبستگی اجتماعی برنامه‌ها؛

التزام به عدالت رسانه و پرهیز از تمرکزگرایی؛

مخاطب‌شناسی دقیق و هدفمند؛

ترویج خودانتقادی و پذیرش خطا و اشتباه به مثابه گامی به جلو نه عقبگردی فاجعه‌آمیز.

۷- منابع و مآخذ

- [۱]. ارجمندنیا، علی اکبر، خانجانی، مهدی، محمودی، مریم، ۱۳۹۱، امید و امیدواری: نظریه‌ها، مفاهیم و روش‌های ارتقا در جوانان و دانشجویان، تهران: دفتر مطالعات فرهنگی و برنامه‌ریزی اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- [۲]. اصفهانی، راغب، ۱۴۱۲ق، المفردات فی غریب القرآن، تحقیق محمد سید گیلانی، تهران، المکتبه المرتضویه.
- [۳]. امامی، سیدمجید، مهربانی فر، حسین، ۱۳۹۲، امید و رسانه: پژوهشی در مبانی، ابعاد و راهبردهای امیدآفرینی اجتماعی در رسانه ملی، : قم: مرکز پژوهشهای اسلامی.
- [۴]. آخوندی، مصطفی، جایگاه امید در پویایی انسان‌ها، مجله مربیان، سال ششم، شماره نوزدهم، ۱۳۸۵، ۵۱-۷۴.
- [۵]. آرگایل، مایکل، ۱۳۸۶، روانشناسی شادی، مترجم: مسعود گوهری انارکی و همکاران، چاپ سوم، اصفهان: جهاد دانشگاهی.
- [۶]. بدیعی ازندهی، مرجان، واثق، محمود، ملک محمدی، حمیدرضا، عالم، ریحانه، حکمرانی در قرن ۲۱ و چالش‌های پیش روی آن، فصلنامه آمایش سیاسی فضا، دوره اول، شماره سوم، ۱۳۹۶، ۱۸۸-۱۷۵.
- [۷]. پورعزت، علی اصغر، طراحی سیستم خط مشی گذاری حقمدار برای تحقق عدالت اجتماعی؛ برمبنای مدل حکومت حق مدار علوی در نهج البلاغه، رساله دکتری، ۱۳۸۲، تهران دانشگاه تربیت مدرس.
- [۸]. توکلی، سامان، نقش عوامل فردی و اجتماعی در امیدواری، روزنامه شرق، ۱۳۸۹/۹/۲۹، ۱۱۳۹.
- [۹]. خسروی، زهره، چراغ ملایی، لیلا، بررسی مقایسه ای تعهد اجتماعی، شادکامی و سلامت روان در دانش آموزان و دانشجویان با تاکید بر عامل جنسیت، فصلنامه مطالعات اجتماعی، روانشناختی زنان، دوره دهم، شماره اول، ۱۳۹۱، ۳۰-۱.
- [۱۰]. دهخدا، علی اکبر، ۱۳۷۳، لغت‌نامه دهخدا، تهران، نشر دانشگاه
- [۱۱]. ربانی، رسول و همکاران، فرهنگ و شادی :رویکردی نظری و تجربی در زندگی روزمره سرپرستان خانوار در شهر اصفهان، فصلنامه انجمن مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره هشتم، ۱۳۸۶، ۷۸-۴۱.
- [۱۲]. زارعی، محمدحسین، حسنوند، محمد، سلمان سیبکی، مرضیه، مفهوم حکمرانی خودتنظیمی، فصلنامه جستارهای حقوق عمومی، سال اول، شماره اول، ۱۳۹۶، ۱۴۷-۱۲۴.
- [۱۳]. سجادیان، ناهید، نعمتی، مرتضی، شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر نشاط شهری در اهواز، پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، سال نهم، شماره بیست و هشتم، ۱۳۹۸، ۱۱۲-۷۹.

- [۱۴]. صیادی، علی، حیدری نژاد، صدیقه، بزرگ امید، مهدی، بررسی نقش چهارگانه رسانه ها در ترویج ورزش دانشجویی، فصلنامه مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی، سال چهارم، شماره چهاردهم، ۱۳۹۵، ۲۱-۲۹.
- [۱۵]. طریحی، فخرالدین، ۱۳۷۵، مجمع البحرين، محقق: احمد حسینی اشکوری، جلد دوم، تهران: نشر مرتضوی.
- [۱۶]. طهماسب کاظمی، بهروز، طراحی الگوی راهبردی مدیریت دانش در تدوین تجربیات نظام، رساله دکتری، تهران، دانشگاه عالی دفاع ملی، ۱۳۹۴.
- [۱۷]. طهماسب کاظمی، بهروز، نگرشی نوین در تبیین نظری حکمرانی و توصیف ویژگی های جمهوری اسلامی ایران، نشریه علمی پژوهشی مدیریت فردا، سال پانزدهم، شماره چهل و هشتم، ۱۳۹۵، ۸۷-۱۰۴.
- [۱۸]. عمید، حسن، ۱۳۸۹، فرهنگ عمید، تهران، انتشارات ابن سینا
- [۱۹]. عنبری، موسی، حقی، سمیه، بررسی عوامل فردی و اجتماعی مؤثر بر نشاط اجتماعی زنان مورد مطالعه: زنان مناطق شهری و روستایی شهرستان دلیجان، جامعه شناسی کاربردی، سال بیستم و پنجم، شماره اول، ۱۳۹۳، ۲۶-۱.
- [۲۰]. عنبری، موسی، ستایش های شادمانه؛ الگوی مؤثر شادزیستی مردمی در ایران، مجله انسان شناسی، شماره هجدهم، ۱۳۹۲، ۱۲۹-۱۰۱.
- [۲۱]. فیتزپتریک، تونی، ۱۳۸۳، نظریه رفاه، مترجم: هرمز همایون پور، چاپ دوم، تهران: نشر گام نو.
- [۲۲]. فیض کاشانی، ملامحسن، ۱۳۶۲، المحجه البيضاء فی تهذیب الاحیاء، مصحح: علی اکبر غفاری، قم: موسسه النشر الاسلامی التابعه لجماعه المدرسین بقم.
- [۲۳]. قاسمی، حمید، کرمی، عبدالله، صادقی، فرشاد، وضعیت پوشش تلویزیونی مسابقات رشته های ورزشی در شبکه های سیما، از دیدگاه متخصصان رسانه های کشور، پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی، شماره چهارم، ۱۳۹۲، ۵۴-۴۳.
- [۲۴]. قاسمی، محمد، یعقوبی، نورمحمد، کشته گر، عبدالعلی، حسینی، سیدعبدالرسول، بررسی رابطه بین حکمرانی خوب و ناهنجاری اجتماعی با توجه به نقش میانجی نشاط اجتماعی، مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ششم، شماره چهارم، ۱۳۹۸، ۶۰۱-۵۷۳.
- [۲۵]. قره، محمدعلی، قلیپور، نگار، آنت، زینب، بررسی نقش رسانه های جمعی در گرایش دانشجویان دانشگاه الزهرا به ورزش همگانی، فصلنامه مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی، دوره اول، شماره دوم، ۱۳۹۲، ۴۷-۴۰.
- [۲۶]. گروهی از پژوهشگران، ۱۳۹۷، راهنمای امید، تهران: اداره کل پژوهش های اسلامی رسانه.
- [۲۷]. گیتی قریشی، اشرف السادات، سطح امیدواری در دانشجویان سال اول و سال آخر رشته روان شناسی، مجله اندیشه و رفتار، دوره سوم، شماره دوازدهم، ۱۳۸۸، ۵۶-۴۵.

- [۲۸]. مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ق، بحارالانوار، ترجمه: خسروی، جلد شصت و هفتم و شصت و هشتم، تهران: المکتبه الاسلامیه.
- [۲۹]. مرادی، مهدی، هنری احمدی، عبدالحمید، بررسی نقش چهارگانه رسانه های ورزشی در توسعه فرهنگ ورزش همگانی، نشریه مدیریت ورزشی، شماره نهم، ۱۳۹۰، ۱۸۰-۱۶۸.
- [۳۰]. معاونت پژوهشهای اقتصادی، ۱۳۹۷، نظام ملی تنظیم گری، تهران: دفتر مطالعات اقتصاد بخش عمومی.
- [۳۱]. معین، محمد، ۱۳۸۶، فرهنگ معین، تهران: نشر فردوس
- [۳۲]. موسوی، سید محسن، ۱۳۹۲، شادمانی؛ رویکردهای نظری و یافته های تجربی، چاپ اول، تهران: انتشارات تیسرا.
- [۳۳]. وثوقی، منصور، مهدوی، سیدمحمدصادق، رحمانی خلیلی، احسان، بررسی تأثیرات جمعی سرمایه اجتماعی، شادابی اجتماعی، و حمایت اجتماعی بر سلامت اجتماعی، فصلنامه بررسی مسائل اجتماعی ایران، دوره چهارم، شماره دوم، ۱۳۹۲، ۲۶۳-۲۳۵.
- [۳۴]. هزارجریبی، جعفر، مرادی، سجاد، نشاط اجتماعی وعوامل مرتبط با آن(مطالعه ای دربین دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی)، فصلنامه مطالعات ملی، دوره شصتم، سال پانزدهم، شماره چهارم، ۱۳۹۳، ۱-۲۴.
- [۳۵]. هزارجریبی، جعفر، آستین فشان، پروانه، بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی (با تأکید بر استان تهران)، مجله جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیستم، شماره اول، ۱۳۸۸، ۱۴۶-۱۱۹.

- [36]. AGELL, T. 1999. On the benefits from rigid labor markets: norms, market failures and social insurance. *The Economic Journal*, 109: 143–164.
- [37]. Angner, E. Midge, N. Kenneth, G. Saag, K.G. and Jeroan, J. (2009) Health and happiness among older adults, *Journal of Health Psychology*, 14, 503-512.
- [38]. BAMBERGER, K. A. 2006. Regulation as delegation: private firms, decisionmaking, and accountability in the administrative state. *Duke Law Journal*, 56: 377, 380.
- [39]. Bartram, David (2011) *Elements of a Sociological Contribution to Happiness Studies: Social Context, Unintended Consequences, and Discourses*, Department of Sociology University of Leicester.
- [40]. BECK, U. 1992. *Risk Society*. London: Sage Publications. BRAITHWAITE, J. 2000. The new regulatory state and the transformation of criminology. *British Journal of Criminology*, 40: 222–228.

- [41]. Benz, A., Governance - Modebegriff oder nützliches sozialwissenschaftliches Konzept?, In Governance - Regieren in komplexen Regelsystemen, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011.
- [42]. BRAITHWAITE, J and DRAHOS, P. 2000. Global Business Regulation. Cambridge: Cambridge University Press.
- [43]. Bronk, Kendall Cotton, Hill, Patrick L., Lapsley, Daniel K, Talib, Tasneem L. and Finch, Holmes(2009). Purpose, hope, and life satisfaction in three age groups, The Journal of Positive Psychology, Vol. 4, No. 6, pp. 500–510.
- [44]. Dhonde, B.M. & Patil, V.N. (2013). “Role Of Mass Media In Progress Of Physical”. Indian Streams Research Journal.2, pp 1-4.
- [45]. Diener, Ed (2005) Guidelines for National Indicator of Subjective Well-Being and Ill-Being, University of Illinois.
- [46]. Fromm, Erich (1968), Revolution of Hope: Toward a Humanized Technology, New York: Harper & Row.
- [47]. Fukuyama, F. (2013). "What Is Governance?". Governance: An International Journal of Policy, Administration, and Institution. Vol 26.No 3. pp 347–368.
- [48]. Lourdes, R. Extremera, N. and Duran, A. (2012) Core self-evaluations, meta-mood experience, and happiness: tests of direct and moderating effects, Personality and Individual Difference, 53, 207-212.
- [49]. Meyers, D. (2010) The friends, funds and faith of happy people, American Psychology, 55(1), 56-67.
- [50]. PORTER, G. 1999. Trade competition and pollution standards: ‘race to the bottom’ or ‘stuck at the bottom’? Journal of Environmental Development 8(2): 133–151.
- [51]. Rowe, D. (2011). “Sports Media: Beyond broadcasting, beyond sports, beyond societies?”, In A. Billings (Ed). Sports Media: Transformation, Integration, Consumption, New York: Routledge, pp 94-113.
- [52]. Snyder, C.R. 2000. Handbook of Hope: Theory, Measures and Applications, USA: Academic Press.
- [53]. Tadbiri S, Shafizadeh R, Jamshidi H. A new attitude in management: Emphasizing favorable governance. Islamshahr: Islamic Azad University, Islamshahr Branch; 2008. [Persian].
- [54]. UNHABITAT. Urban Governance Index (UGI), a tool to measure progress in achieving good urban governance [Internet]. Nairobi: UNHABITAT; 2014.
- [55]. Veenhoven, Rutt (2001) Interdisciplinary Forum on Subjective Well-being, Journal of Happiness Studies, Vol 2, PP. 92 -85.

Investigating the role and position of the media in realizing social hope and vitality in modern governance

Mahdieh Shahini¹
Hamid Reza Malek Khataei²

Abstract

Undoubtedly, the greatest social capital is faith in the path, goal, leadership and future of the holy system of Iran, the protection and promotion of which, in proportion to the desired and unwanted internal and external developments, is considered a serious task on the cultural-media system of this society. Realizing the hope of improving life and a better future along with "social vitality" in the new government is one of the most important components of social development and mental health in today's studies. The present article aims to investigate the role and position of the media for the realization of hope and social vitality in modern governance of a practical type, using a descriptive-analytical method and

¹ Student of Aliabad Katoul Azad University, majoring in public administration

² Student of Radio and Television University, majoring in media management. Email: Mshahyny1360 @ gmail.com

using library documents to achieve the following results: Social vitality plays an important role in the new government because one of the effective factors in life expectancy is the level of individual and social happiness. This can play a positive role. In this regard, the government can use the media and the participation of all segments of society to promote the level of social vitality as a factor to achieve hope and social vitality in the new government. Therefore, it is necessary for planners and stakeholders to take fundamental steps in this important matter that in addition to realizing hope and vitality in society, human beings strive for a better future.

Keywords: Media, hope, social vitality, new governance