

تبیین الگوهای پاسخگویی اجتماعی در رسانه‌های داخلی با رویکرد توسعه عملکرد داخلی

سید فخرالدین طاهرزاده موسویان¹، دکتر علیرضا ابراهیمی^{2*}

1- دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد

2- عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان) - (نویسنده مسئول)

چکیده

شکل گیری قراردادهای اجتماعی در چهره‌های رسمی و غیر رسمی، نشانه‌ای از تلاش افراد یک جامعه برای قرار دادن جامعه مدنی در مسیر توسعه می‌باشد. پس از تحلیل تحقیقات انجام شده در راستای ابعاد سنجش پاسخگویی اجتماعی (رفع ابهامات، مشارکت، ارزشیابی، ارتباطات مناسب و اجرای خدمات) به عنوان فاکتورهای مشخص شده در راستای بهینه سازی مسیر توسعه شناسایی شده و مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. هدف از این تحقیق تبیین چارچوب مناسب در رابطه با پاسخگویی اجتماعی در رسانه‌های داخلی ایران مبتنی بر روش توسعه بازار داخلی است. چرا که با بهینه سازی چارچوب پاسخگویی و اصلاح اشتباهات موجود می‌توان، سیستم سازماندهی شده تری برای پاسخگویی داشت.

واژگان کلیدی: پاسخگویی اجتماعی، رویکرد توسعه بازار، رسانه‌های داخلی

مقدمه

در گذشته توسعه به معنای رشد اقتصادی بود و هدف‌های مبتنی بر توسعه نیز افزایش روند رشد اقتصادی در کشورهای توسعه نیافته بود. در آن زمان و با شرایط موجود، دولت تنها نماینده‌ی اجرای برنامه‌های توسعه و نظارت بر آنها محسوب می‌شد. اما با گذر زمان و با مشخص شدن نقاط ضعف برنامه‌های گذشته، مفهوم توسعه و عوامل اجرا کننده آن عامل اصلی تحول شد. به ویژه اینکه با مشخص شدن نبود ساختارهای کارآمد اجتماعی در کشورهای جهان سوم، یکی از عوامل تاثیرگذار بر رشد اقتصادی این کشورها می‌باشد. به این صورت عنصر توسعه در اجتماع مورد توجه قرار گرفت و رفع نیازهای مادی، فرهنگی و اجتماعی انسان تحت عنوان استراتژی توسعه گنجانده شد. با عقب نشینی و کمرنگ شدن دولت از عرصه توسعه زمینه‌ای در راستای اجرای توسعه مشارکتی فراهم شد. به این ترتیب در مسیرهای جدید توسعه، دولت مسئول تمام برنامه‌ها نمی‌باشد بلکه توسعه مشارکتی در اولویت اول دولت است. ممکن است انگیزه‌های فعالیت شرکت‌های دولتی متفاوت باشند، با وجود اینکه آنها مانند هم‌تایان خود در بخش خصوصی سهام دارانی دارند که باید در مقابل آنها پاسخ گو باشند. به این دلیل که در شرکت‌های دولتی حقوق مالکانه متعلق به عموم مردم است، ساختار سهام داری آنها از شرکت‌های سهامی عام نیز گسترده‌تر است. بنابراین مطالبه شفافیت، و پاسخ گویی در شرکت‌های دولتی رو به افزایش است. ساختار اهداف و مقاصد شرکت و رویه‌ها و فرایندهای حصول آنها باید برای اطمینان از پاسخ گویی مناسب به ذی نفعان تبیین، اجرا و ارزیابی شوند.

تعاریف

2.1- سازمان دولتی مرتبط با رسانه‌های داخلی

با توجه به تعریف و معنی سازمان دولتی مرتبط با رسانه‌های داخلی که در قانون محاسبات عمومی از سازمان‌های دولتی شده است می‌توان آن را اینگونه تعریف کرد: سازمان دولتی مرتبط با رسانه‌های داخلی، یک واحد سازمانی مشخصی است که با اجازه قانون به صورت سازمان ایجاد شده و تمام یا دست کم بیش از 50٪ از سرمایه آن متعلق به دولت می‌باشد، اعم از اینکه ابتدا دولت آن را تشکیل داده باشد یا بر اثر ملی شدن، تمام سهام آن به دولت انتقال داده شده باشد (مثل شرکت ملی نفت ایران). (علی ابراهیمی و همکاران، 2020). لذا هر شرکت مرتبط با رسانه که از طریق سرمایه گذاری سازمان‌های دولتی ایجاد گردد مادام اینکه بیش از 50٪ سرمایه آن متعلق به شرکت‌های دولتی است، یک سازمان دولتی تلقی می‌گردد. با این وجود، شرکت‌های وابسته به رسانه که از طریق سرمایه گذاری شرکت‌های دولتی، مثلاً به صورت شرکت سهامی خاص، تشکیل شود شرکت دولتی به معنای اخص نبوده و طبق قانون خاصی نیز اداره نخواهد شد. اما چون بیش از نصف سرمایه آن متعلق به شرکت یا شرکت‌های دولتی است، شرکت دولتی محسوب خواهد شد. (علی ابراهیمی و همکاران، 2020)

شرکت مذکور، تابع مقررات لایحه اصلاح قسمتی از قانون تجارت و مقررات قانون تجارت بوده و باید طبق آن‌ها تشکیل و به ثبت داده شود. پس از ثبت است که دارای شخصیت حقوقی خواهد شد. اداره امور، ورشکستگی و تصفیه آن طبق مقررات قوانین مذکور، به عمل خواهد آمد.

شرکت‌های دولتی وابسته به رسانه که با اجازه قانون تشکیل می‌شود، دارای شخصیت حقوقی هستند و برخلاف شرکت‌های تجاری، نیاز به ثبت ندارند. شرکت‌های دولتی تابع ماده 300 لایحه قانونی اصلاح قسمتی از قانون تجارت، مصوب 1347/12/27 است که می‌گوید: "شرکت‌های دولتی وابسته به رسانه تابع قوانین تأسیس و اساسنامه‌های خود می‌باشند و فقط نسبت به موضوعاتی که در قوانین و اساسنامه‌های آن‌ها ذکر نشده، تابع مقررات این قانون می‌شوند." (علی ابراهیمی و همکاران، 2020)

با توجه به مفاد این ماده می‌توان گفت شرکت‌های دولتی وابسته به رسانه‌های داخلی تا آنجا که در اساسنامه‌شان قید نشده باشد، شکل شرکت‌های سهامی را دارند و می‌توان آن‌ها را تاجر تلقی کرد. تقریباً تمامی شرکت‌های دولتی در قالب شرکت سهامی به ثبت می‌رسند.

یکی از تفاوت‌های این شرکت‌ها با شرکت‌های تجاری به بحث بازرسی و حسابرس در شرکت‌های دولتی است. در شرکت‌های تجاری بازرسین به وسیله شرکا انتخاب می‌شوند. تنها در شرکت‌های سهامی عام این بازرسان باید از میان فهرستی انتخاب شوند که هر ساله از جانب وزارت امور اقتصادی و دارایی منتشر می‌گردد، اما در شرکت‌های دولتی وظایف بازرسی قانونی و امور حسابرسی بر عهده سازمان حسابرسی می‌باشد. (علی ابراهیمی و همکاران، 2020)

در همین ماده آمده که در تمام شرکت‌ها، مؤسسات و دستگاه‌هایی که مجموع بیش از 50 درصد سرمایه متعلق به شرکت‌های دولتی می‌باشد امور مربوط به بازرسی و حسابرسی باید توسط سازمان انجام پذیرد.

ماده واحد مصوب 1350/12/25، کلیه شرکت‌هایی را که بر اساس قانون خاص، از طریق سرمایه گذاری دولت یا شرکت‌ها یا مؤسسات دولتی یا وابسته به دولت یا مؤسسات خارجی، تشکیل شده یا بشود، اعم از اینکه اکثریت سهام آن‌ها متعلق به دولت یا شرکت‌ها یا مؤسسات مذکور باشد یا نباشد، تابع حکم مقرر در ماده 300 فوق الذکر قرار می‌دهد. (علی ابراهیمی و همکاران، 2020).

در مقاله‌ای تحت عنوان تدوین چارچوبی برای پاسخگویی اجتماعی سازمانهای دولتی وابسته به رسانه‌های داخلی ایران (1398)، پاسخگویی مفهوم پیچیده‌ای دارد و ابزاری است برای دادن توضیح متعهدانه اعمال و تصمیمات یک فرد یا نهاد به فرد یا نهاد دیگری که همراه آثار حقوقی، سیاسی و اداری لازم است. پاسخگویی مجموعه‌ای است از روابط اجتماعی که براساس آن شخص برای توضیح و توجیه رفتار خود با دیگران و سایرین احساس تعهد می‌کند. به عبارت دیگر، فرد اجبار و اصرار دارد به توضیح و توجیه روابط خود با دیگر افراد بپردازد. پاسخگویی یکی از راه‌های ایجاد اعتماد عمومی، ارتقای حاکمیت دموکراتیک، بهبود ارائه خدمات و توانمندسازی شهروندان است. پاسخگویی اجتماعی سازمانهای دولتی یکی از الزامات حاکمیت عمومی در کشور است. این نوع پاسخگویی برای واکنش به گروه‌های اجتماعی صورت می‌گیرد. هدف این

پژوهش تدوین چارچوبی برای استقرار پاسخگویی اجتماعی در سازمانهای بخش دولتی ایران مبتنی بر روش کیفی داده بنیاد است. جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگانی است که در حوزه پاسخگویی اجتماعی دارای دانش کافی و تجربه عملی هستند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که الزامات بین المللی، نوع مأموریت سازمان، فرهنگ سازمانی، الزامات قانونی، وجهه سازمانی و بلوغ فکری جامعه از عوامل مؤثر بر استقرار پاسخگویی اجتماعی در سازمانهای دولتی است. در ضمن، استقرار پاسخگویی اجتماعی در سازمانهای دولتی موجب پیامدهایی مانند افزایش اعتماد عمومی، رضایت عمومی و رشد و تعالی جامعه است. **همچنین در**

مقاله‌ای تحت عنوان چارچوب بهبود پاسخگویی شرکت‌های دولتی وابسته به رسانه‌های

داخلی ایران (1399) انگیزه‌های فعالیت شرکت‌های دولتی متفاوت بیان شده است، با وجود این آنها مانند همتایان خود در بخش خصوصی سهام دارانی دارند که باید در مقابل آنها پاسخ گو باشند. به این دلیل که در شرکت‌های دولتی حقوق مالکانه متعلق به عموم مردم است، ساختار سهام داری آنها از شرکت‌های سهامی عام نیز گسترده‌تر است. بنابراین مطالبه شفافیت و پاسخگویی در شرکت‌های دولتی وابسته به رسانه‌های داخلی رو به افزایش است. ساختار اهداف و مقاصد شرکت و رویه‌ها و فرایندهای حصول آنها باید برای اطمینان از پاسخگویی مناسب به ذی نفعان تبیین، اجرا و ارزیابی شوند. با این حال فساد یا سایر شیوه‌های نامنظم که در شرکت‌های دولتی وابسته به رسانه‌های داخلی و اطراف آن رخ می‌دهند، مانع عمده‌ای برای مدیریت خوب شرکت‌ها هستند. این پژوهش با هدف ارائه چارچوب بهبود پاسخگویی شرکت‌های دولتی اجرا شده است. با توجه به اهمیت وجود نظام پاسخگویی شرکتی در ارزیابی نحوه مدیریت منابع اقتصادی، در دنیای امروز به جنبه‌های مالی و عملیاتی عملکرد توجه می‌شود تا ضمن ممانعت از بروز عدم تقارن اطلاعاتی، امکان ارزیابی عملکرد مدیریت در تحقق اهداف شرکت و تأمین منافع ذی نفعان فراهم شود. پس از تحلیل مصاحبه‌های انجام شده، عناصر مرتبط با پاسخگویی شرکت‌های دولتی وابسته به رسانه‌های داخلی شناسایی و کد گذاری شدند. بر اساس عناصر اصلی چارچوبی با 9 عنوان شامل 1. افشای اطلاعات؛ 2. بودجه و مدیریت مالی دولتی؛ 3. ارتباط با ذی نفعان؛ 4. سیاست‌های جبران خدمات؛ 5. مسئولیت پاسخگویی قانونی؛ 6. گزارشگری‌های هیئت مدیره؛ 7. نقش و مسئولیت کمیته‌های هیئت مدیره؛ 8. تدوین شاخص‌های مقداری ارزیابی عملکرد؛ 9. تدوین شاخص‌های نسبی ارزیابی عملکرد و 55 عنصر فرعی به دست آمد. به سیاست‌گذاران توصیه می‌شود که با استفاده از یافته‌های این پژوهش، هنگام تدوین ضوابط پاسخگویی شرکت‌های دولتی، ملاحظه و اقدامات مربوط به بهبود پاسخگویی شرکت‌های دولتی را فراهم کنند. **همچنین در تحقیق با عنوان بررسی موانع به کارگیری کارآمد فناوری اطلاعات و ارتباطات در جهت بهبود نظام پاسخگویی به ذی نفعان در شرکت‌های دولتی وابسته به رسانه‌های داخلی**

(1389) مفهوم جدید پاسخگویی در جوامع امروزی به فرایندهایی گفته می‌شود، که شهروندان و حاکمان را برای رفتار و عملکردشان مسئول می‌سازد و به معنی دلیل آوردن و دلیل خواستن برای کارهای انجام شده می‌باشد. به این منظور که یک فرد، گروه یا سازمان در شرکت وابسته به رسانه‌های داخلی دارای حقوق خاصی است که بر اساس این حقوق از فرد دیگری سؤال می‌کند و از او برای کارهایی که انجام داده است، توضیح می‌خواهد. ایجاد سازمانهای کارا در ارائه خدمات و پاسخگویی به مطالبات شهروندان به گونه‌ای

سریع، آسان و مناسب طی چند سال اخیر در اغلب کشورهای جهان مورد توجه کارگزاران بخش عمومی قرار گرفته است. درک اهمیت، کاربرد و نقشی که فناوری اطلاعات و ارتباطات در شرکت‌های وابسته به رسانه‌های داخلی می‌تواند در بهبود نظام پاسخگویی بخش عمومی ایفا نماید، سیاست‌گذاران جوامع مختلف را برآن داشته است، تا با در دستور کار قرار دادن، وضع خط مشی‌های مرتبط با آن و بسترهای نهادی و اجرایی، این فناوری را در بخش دولتی کاربردی نمایند. این مقاله نیز یکی از مسائل اساسی و چالش برانگیز کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات را در ایجاد نظام پاسخگویی بخش دولتی را در قالب موضوع پژوهشی گفته شده، مطرح نموده و مورد تجزیه تحلیل قرار داده است. مهم‌ترین هدف مقاله، شناسایی موانع اجتماعی، زیرساختاری، فاصله دیجیتال، قانونی، امنیت اطلاعات، و مدیریت تغییر به عنوان مهمترین موانع به کارگیری کارآمد فناوری اطلاعات و ارتباطات است، تا به این ترتیب بستر لازم در جهت بهبود نظام پاسخگویی به ذی نفعان فراهم شود. بر اساس یافته‌های پژوهش، مؤلفه‌های موانع اجتماعی، زیرساختاری، فاصله دیجیتال و قانونی، بیشترین موانع، و موانع امنیت اطلاعات و مدیریت تغییر، به عنوان کمترین مانع در به کارگیری کارآمد فناوری اطلاعات و ارتباطات در جهت بهبود نظام پاسخگویی شرکت‌های دولتی صنایع معدنی ایران ایجاد کرده اند

جدول خلاصه پیشینه تحقیق

نام نویسندگان	سال	عنوان مقاله	نتایج
فرج‌اله رهنورد، علی جوکار، حبیب‌اله طاهرپور، مهدی رسولی	1398	تدوین چارچوبی برای پاسخگویی اجتماعی سازمانهای دولتی در نهادهای وابسته به رسانه‌های داخلی ایران	امروزه ظهور الگو و راه‌های جدید مانند اداره امور عمومی نوین و خدمات عمومی نوین بر مجموعه‌ای از ارزش‌های نوین در اداره کشورها تأکید دارند که پاسخگویی اجتماعی یکی از این ارزش‌هاست. پاسخگویی اجتماعی در حاکمیت عمومی نه یک گزینه، بلکه یک ضرورت راهبردی است.
ابراهیمی، علیم‌رادی، محمدجعفری، همت	1399	چارچوب بهبود پاسخگویی در نهادهای وابسته به رسانه‌های داخلی ایران	به سیاست‌گذاران توصیه می‌شود که با استفاده از یافته‌های این پژوهش، هنگام تدوین ضوابط پاسخگویی شرکت‌های دولتی، ملاحظه‌ها و اقدام‌های مربوط برای بهبود پاسخگویی شرکت‌های دولتی را فراهم کنند. این عناصر استاندارد، کنترل‌ها و مسئولیت‌هایی را مطرح

می‌کنند که به بهبود پاسخگویی شرکت‌های دولتی ایران می‌انجامد.			
مقایسه نظام‌های پاسخگویی در پنج کشور مورد مطالعه حکایت از آن دارد که همه این جوامع ضرورت و اهمیت پاسخگویی بروکراسی به نهادهای سیاسی را پذیرفته‌اند و ساختارهایی برای پاسخگو کردن سازمان‌های اداری برپا داشته‌اند	نظام‌های پاسخگویی در بخش دولتی: دیدگاهی تطبیقی	1380	ابوالحسن فقیهی
در شرایط ایده آل، شفافیت، زمامداری، پاسخگویی، مشروعیت، ارزیابی عملیات سازمانها، زمانی اتفاق می‌افتد که معیارسازی، نحوه اجرای معیارها و پیگیری و کنترل بوسیله ارتباط متقابل و بحث و گفت و گو میان گروه‌های ذی نفع جهت حل مسائل و مشکلات صورت گیرد.	سازمان‌های غیر دولتی و چالش‌های پاسخگویی	1385	سید مهدی الوانی ، فرشته قشقایی
چارچوب معنادار پاسخگویی شرکتی در زمینه پایداری می‌تواند پیشرفت اجتماعی را به ارزش اقتصادی شرکت تبدیل کند.	Corporate accountability in the context of sustainability – a conceptual framework	2013	Munif Mohammed
بهبود نهادها علاوه بر سرمایه انسانی برای کشورهایی که سطح کیفی نهادی پایینی دارند برای شروع فرآیند توسعه مورد نیاز است. از سوی دیگر، از آنجایی که سرمایه انسانی در کیفیت نهادها مصونیت ایجاد می‌کند، سرمایه انسانی نقش اساسی‌تری برای حفظ روند توسعه	Paths of economic development: A global evidence for the mediating role of human capital	2019	Furkan Baser , Soner Gokten

برای کشورهایی با سطح کیفی نهادی بالا ایفا می‌کند.			
--	--	--	--

نتیجه گیری

با در نظر گرفتن یافته‌های این پژوهش، پیشنهاد می‌شود که نهاد متولی اصلاً اداری کشور با رویکرد پاسخگویی اجتماعی، سازوکارهای مناسبی را در اصلاً نظام اداری به اجرا بگذارد. این سازوکارها باید بر سنجش ادواری میزان پاسخگویی دستگاه‌های اجرایی در نهادهای وابسته به رسانه‌های داخلی ایران و همچنین ارتقای پاسخگویی اجتماعی با در نظر گرفتن عوامل تأثیرگذار اعم از متغیرهای مستقل، میانجی و تعدیل کننده باشد. از آنجایی که واحد تحلیل این در نهادهای وابسته به رسانه‌های داخلی ایران است، توصیه می‌شود دیگر پژوهشگران با تدوین مدل‌های سطح فردی و سطح کشوری، دیگر متغیرهای تأثیرگذار را شناسایی کرده تا بتوان به مدل جامعی در تبیین سازه چند بعدی و چندوجهی پاسخگویی اجتماعی در بخش دولتی در نهادهای وابسته به رسانه‌های داخلی ایران دست یافت.

برای ارائه یافته‌های تحقیق، عناصر مربوط به پاسخگویی شناسایی و پس از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها کدگذاری شدند. بر اساس یافته‌ها، عناصر اصلی این چارچوب شامل 9 موضوع شامل افشای اطلاعات، بودجه دولت و مدیریت مالی، ارتباط ذینفعان، سیاست‌های جبران خسارت، پاسخگویی قانونی، گزارش هیئت مدیره، نقش و مسئولیت کمیته‌های هیئت مدیره، تدوین شاخص‌های ارزیابی عملکرد کمی، تدوین شاخص‌های ارزیابی عملکرد نسبی - سایپرز، باشگاه دانش علاوه بر این ساختار شامل 55 مورد به عنوان زیر عناصر است.

این تحقیق بر اساس نتایج، سیاست‌گذاران را به استفاده از یافته‌های این مطالعه برای تدوین پاسخگویی SOE و ارائه ملاحظات و اقدامات مربوطه برای بهبود پاسخگویی آنها توصیه می‌کند. این عناصر استانداردها، کنترل‌ها و مسئولیت‌هایی را ارائه می‌دهند که پاسخگویی شرکت‌های دولتی در نهادهای وابسته به رسانه‌های داخلی ایرانی را بهبود می‌بخشد.

منابع

- 1- رهنورد فرج الله و همکاران (1398). تدوین چارچوبی برای پاسخگویی اجتماعی سازمانهای دولتی ایران، (ش.ن 137210) و (ش.پ 26).
- 2- فرهنگ علی اکبر، حسین زاده حسین، صالحی علی (1389). بررسی موانع به کارگیری کارآمد فناوری اطلاعات و ارتباطات در جهت بهبود نظام پاسخ گویی به ذی نفعان (مطالعه موردی: شرکتهای دولتی صنایع معدنی ایران).
- 3- فقیهی ابولحسن (1380). نظامهای پاسخگویی در بخش دولتی: دیدگاهی تطبیقی.
- 4- الوانی سید مهدی، قشقایی فرشته (1385). سازمانهای غیر دولتی و چالشهای پاسخگویی.
- 5- بهروز شاهمرادی، مژگان سمندرعلی اشتهااردی (1400). شناسایی مسیر توسعه قابلیت‌های فناورانه کشور با استفاده از رویکرد پیچیدگی اقتصادی.
- 6- Ebrahimi Ali , Moradi Mohammad, Jafari Hemmat(2020) Improvement Structure of Accountability in Iranian State Owned Companies.
- 7- Edward B. Barbier(2009). The Concept of Sustainable Economic Development.