

بررسی رویکرد دولت‌های اصلاحات و اصول‌گرا نسبت به مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی

فیروز راد^۱ محمدعلی قلی‌زاده^۲ مرتضی محمدزاده^۳

تاریخ تایید: ۰۰/۰۹/۰۹

تاریخ دریافت: ۰۰/۰۷/۲۰

DOI: 10.22034/JCSC.2021.540790.2476

چکیده

در ایران، سیاست رسانه‌های علاوه بر مراجع اصلی تاثیرگذار، از تغییر دولت‌ها نیز متاثر می‌شود؛ چرا که یکی از ابزارهای اساسی هر دولتی برای پیشبرد اهداف خود رسانه‌ها هستند. این تغییر دولت‌ها، بسته به رویکرد هر دولتی، نتایج متفاوتی را در اتخاذ عملکردها بر جای می‌گذارد. ساختار و اراده‌ی سیاسی، عواملی هستند که به شدت بر عمل سیاسی در ایران تاثیرگذار می‌باشند. در این پژوهش با نگرش فرآیندوار و تاثیر متقابل ساختار و اراده بر عمل سیاسی به این سوال پاسخ داده می‌شود که دولت‌های اصلاحات و اصول‌گرا چه رویکردی به مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی داشتند و دواعی و موانع و نقاط قوت و ضعف دولت‌ها در زمینه‌ی اجرای سیاست‌های نظام جمهوری اسلامی ایران. چه می‌باشد. برای این کار، از رهیافت نظری میگردال با عنوان دولت قوی و جامعه‌ی ضعیف بهره گرفته شد. در این پژوهش کیفی، با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و اسنادی، و مصاحبه داده‌ها جمع‌آوری و مورد تحلیل قرار گرفتند. برای استخراج مولفه‌های سیاست رسانه‌ای، بیانات رهبری و برای به دست آوردن رویکرد دولت‌های اصلاحات و اصول‌گرا، مطالب مطرح‌شده توسط روسای جمهور و وزرای فرهنگ و ارشاد اسلامی و معاونین مطبوعاتی در بازه‌ی زمانی ۱۳۷۶-۱۳۹۲ با استفاده از روش اسکن محیطی بررسی و مضامین مستخرج با استفاده از روش تحلیل موضوعی کدگذاری شدند. یافته‌ها نشان‌گر ۱۳ مولفه به عنوان اساسی‌ترین سیاست رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در زمینه‌ی مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی و ۱۲ مولفه به عنوان رویکرد دولت‌های مورد پژوهش می‌باشد.

واژگان کلیدی: اصلاحات، اصول‌گرا، جمهوری اسلامی ایران، رویکرد رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی، مطبوعات

۱- استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، نویسنده‌ی مسئول، rad_291@yahoo.com
۲- دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری عمومی واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، m.a.qlyz58@gmail.com
۳- استادیار، گروه علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی تبریز m.m_khoy@yahoo.com

مقدمه

سیاست رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران همواره تابعی از عوامل و نهادهایی بوده است که در روند تصمیم‌گیری و اتخاذ راهبردهای کلان تاثیر می‌گذاشته است. از ابتدای شکل‌گیری جمهوری اسلامی ایران تاکنون، رویکردهای مختلفی بر سیاست رسانه‌ای کشور حاکم و غالب شده است. هر یک از این رویکردها بر اساس نظام حاکم بر جامعه و کانون‌های قدرت سیاسی، بر حول محور و مولفه‌های خاص شرایط و اوضاع جامعه در آن دوران استوار بود. رشد تکنولوژی و تغییر سریع شرایط اجتماعی و اقتصادی نیز، یکی از عمده‌ترین عواملی می‌باشد که ضرورت اتخاذ رویکردهای مختلف را بر دولت‌ها تحمیل نموده است. بنابراین سیاست رسانه‌ای در ایران، علاوه بر مراجع اصلی تاثیرگذار، از تغییر دولت‌ها نیز متاثر می‌شود؛ چرا که یکی از ابزارهای اساسی هر دولتی برای پیشبرد اهداف خود رسانه‌ها هستند. این تغییر دولت‌ها، بسته به رویکرد هر دولتی، نتایج متفاوتی را در اتخاذ عملکردها بر جای می‌گذارد. با ظهور اینترنت در جهان و ورود آن به ایران، شبکه‌های اجتماعی تمامی رسانه‌ها و از جمله مطبوعات را هم از نظر کمی و هم از نظر کیفی دچار تغییرات بنیادین کردند. به دلیل هم‌زمانی این امر با روی کار آمدن دولت اصلاحات در ایران، از یک سو شاهد رشد و توسعه‌ی سریع اینترنت و از سوی دیگر شاهد ظهور گفتمانی با محوریت مردم‌سالاری و جامعه‌ی مدنی بودیم. همین امر تغییرات شکلی و ماهوی را در فضای رسانه‌ای موجب گردید جریانی بر فضای رسانه‌ای حاکم شود که به شکل‌گیری جریان صلح‌گرایی مردم‌سالار بیانجامد. با انتخاب محمود احمدی‌نژاد به ریاست جمهوری ایران، جریان اصول‌گرایی عدالت‌محور بر فضای سیاسی ایران حاکم شد و فضای رسانه‌ای تحت تاثیر این جریان قرار گرفت. روی کار آمدن این دولت نیز، با رشد گسترده‌تر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی نوپدید همراه شد. تداوم این روند و فراهم شدن امکان دسترسی به شبکه‌های اجتماعی به ویژه در بستر تلفن همراه، موجب اقبال بیشتر و روی آوردن مردم به شبکه‌های اجتماعی شد. این تغییرات تکنولوژیک، موجب شد رسانه‌های برخط نقش پررنگ‌تری نسبت به رسانه‌های چاپی ایفا نمایند و مطبوعات چاپی در حاشیه قرار گیرند. آن‌چه که رخ داد، لزوم تجدید نظر در سیاست‌های رسانه‌ای و مطبوعاتی و سیاست‌گذاری‌های نوین در سطح شبکه‌های اجتماعی را ایجاب می‌نمود. در کنار این موضوع، باید توجه داشت که گرچه همواره جریان اسلام‌گرایی حاکم بر سپهر سیاسی و فضای رسانه‌ای ایران بوده است، ولی به مرور زمان دستخوش دگرگونی و دگردیسی‌هایی شده است که حاصل آن، در کنار تاثیر تغییرات تکنولوژیک، شکل‌گیری و ظهور جریان‌ها مختلفی از بطن اسلام‌گرایی، در قالب

دولت‌ها بوده است. بر همین اساس می‌توان گفت که در بازه‌ی زمانی ۱۳۷۶-۱۳۸۴ «صلح‌گرایی مردم‌سالار» در قالب دولت اصلاحات و در بازه‌ی زمانی ۱۳۸۴-۱۳۹۲ «اصول‌گرایی عدالت‌محور» در قالب دولت اصول‌گرا روی کار آمدند که با توجه به نوع نگاهی که به مسائل و موضوعات مختلف داشتند، رویکردهای متفاوتی را نیز در عرصه‌ی مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی اتخاذ کردند.

در بررسی دولت‌ها برخی بر عوامل ساختاری و برخی دیگر بر عوامل ارادی تاکید دارند. فوزی (۱۳۹۷) معتقد است که در تحلیل عمل سیاسی دولت باید از عملکردهای انسانی شروع کرد؛ اما باید به این واقعیت توجه کرد که کنش عاملان سیاسی در یک فرایند و در برخورد با ساختارهای موجود دائماً بازتولید می‌شوند. این بازتولید از یک سو عوامل انسانی و از سوی دیگر ساختارها را متحول می‌کند. لذا باید این بررسی را به شکلی فرآیندی و با توجه به نوع بازخوردهای عاملیت و ساختارها مورد مطالعه قرار داد. چرا که دولت‌های مختلف هر یک بر اساس دیدگاه و رویکرد سیاسی خاصی، به دنبال تغییرات مورد نظر خود بوده‌اند و تلاش نموده‌اند تا اهداف و جهت‌گیری‌های مورد نظر خود را به پیش ببرند. به بیان دیگر، رویکرد دولت‌ها تحت تأثیر عواملی فراتر از خواست آنان شکل می‌گیرد. بر این اساس، این سؤال مطرح می‌گردد که برای بررسی رویکرد دولت در جمهوری اسلامی ایران باید به چه عواملی توجه کرد؟ آیا نخبگان سیاسی حاکم عامل مستقل و محوری در تصمیم‌سازی‌ها در حوزه‌های مختلف می‌باشند، یا این که کارگزاران دولتی توسط چارچوب خاص تعیین‌شده‌ای محدود می‌گردند؟ و رویکرد این نهاد را باید بر اساس میزان تأثیر عوامل دیگر درونی و بیرونی سنجید؟ پاسخ به این سؤالات اهمیت زیادی در ارزیابی دولت خواهد داشت (فوزی، ۱۳۹۵). بنابراین، اگر چه ترسیم سیاست‌های رسانه‌ای در سطح حاکمیت شکل می‌گیرد و همه‌ی دولت‌ها در چارچوب مسیر ترسیم‌شده موظف به حرکت هستند، ولی رویکرد دولت‌ها در اجرای سیاست‌ها و خط مشی‌های رسانه‌ای ترسیم‌شده از اهمیت بسزایی برخوردار است. بر همین اساس، در این پژوهش، رویکرد دولت‌های اصلاحات و اصول‌گرا در زمینه‌ی مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی بررسی، و دواعی و موانع و نقاط قوت و ضعف دولت‌ها در زمینه‌ی اجرای سیاست‌های نظام جمهوری اسلامی ایران مورد کنکاش قرار می‌گیرد.

ادبیات نظری و پیشینه‌ی پژوهش

در بررسی دولت‌ها سه رویکرد مهم مطرح شده است. برخی با تأکید بر اولویت ساختارها، مدعی هستند که عمل دولت تحت تأثیر ساختارهای سیاسی مستقر می‌باشد و دولت‌ها اختیارات

محدودی در ایجاد تحولات دارند. بنابراین، با ارجاع به این ساختارها می‌توان به فهم مناسبی از رویکرد نهادهای سیاسی دست یافت. ساختارگرایان معتقدند که کارگزاران دولتی در اعمال اراده‌ی خود کاملاً آزاد نمی‌باشند و همواره در درون قالب‌های محدودشده‌ای که توسط ساختارهای اجتماعی سیاسی برای آنها در نظر گرفته شده است، تصمیم می‌گیرند و حرکت می‌کنند (بشیریه، ۱۳۹۱: ۲۸۴). میگدال^۱ معتقد است که دولت بخشی از محیط منازعه است و در کنش متقابل با ساختار حاکم بر آن قرار دارد. وی در بیان مولفه‌های اساسی نظریه‌اش به مفهوم دولت قوی و دولت ضعیف اشاره می‌کند؛ به اعتقاد وی دولت عبارت است از سازمانی متشکل از کارگزاران متعدد، تحت رهبری و هدایت نخبگان دولتی که از توانایی و اقتدار لازم برای وضع و اجرای قواعد الزام‌آور برای کلیه مردم و همچنین پارامترهایی برای به قاعده و تحت کنترل درآوردن سایر سازمان‌های اجتماعی در سرزمینی مشخص برخوردار بوده و در صورت لزوم می‌تواند از زور مشروع استفاده کند (Migdal, 1988: 19-21). از نظر میگدال، «دولت قوی» دولتی است که به میزان زیاد از توانایی‌های لازم (توانایی نفوذ، تنظیم روابط اجتماعی، استخراج منابع و توزیع یا اختصاص منابع) برای اجرای سیاست‌ها از طریق طراحی، برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌ها برخوردار است. «دولت ضعیف» نیز دولتی است که در انتهای طیف دارندگان این توانایی‌ها قرار دارد. این دولت‌ها به این دلیل ضعیف هستند که پاره‌های پراکنده‌ی جامعه قوی مانده‌اند و توانسته‌اند در سطوح مختلف (به خصوص ملی) با اقدامات دولت مخالفت نمایند. در انگاره‌ی پیشنهادی میگدال، جامعه «ترکیبی از سازمان‌های اجتماعی» قلمداد می‌شود که هر کدام به طور مستقل از قدرت و آزادی عمل بالایی برای کنترل اجتماعی برخوردارند. به اعتقاد میگدال، غالب الگوهای نظری، منابع «مقاومت» در برابر تلاش‌های دولت جهت پیشبرد اهداف خود را نادیده گرفته‌اند. در صورتی که تنها با تمرکز بر کلیه‌ی سازمان‌های اجتماعی موجود، که قواعد مختلف بازی را طراحی و کنترل اجتماعی را اعمال می‌کنند، می‌توان ارزیابی صحیحی ارائه نمود. از نظر میگدال، «ظرفیت و (یا ناتوانی) دولت‌ها، به ویژه توانایی آنها در عمل به سیاست‌های مصوب، تا حد زیادی با ساختار در ارتباط است. ناکارآمدی رهبران دولتی که با موانع نفوذناپذیری برای اعمال سلطه‌ی دولت مواجه می‌گردند، ناشی از ماهیت ساختار قدرتمندی است که رودرروی آنها قرار دارد.» به عبارت دیگر، ناشی از مقاومتی است که الیگارش‌ها و نخبگان اعمال می‌کنند (همان، ۳۴-۳۳). این ساختارها را می‌توان در دو عرصه‌ی داخلی و خارجی مشاهده کرد. در عرصه‌ی داخلی تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در نظام سیاسی جمهوری اسلامی ایران تجلی ساختاری است که به

1 Migdal., J. S.

صورت سلسله مراتبی از حوزه‌های ایدئولوژی نظام سیاسی، نهادهای کلان سیاست‌گذاری، عرصه‌ی برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری، و عرصه‌ی اجتماعی نظام سیاسی تشکیل شده است. در واقع نداشتن درک مناسبی از این تأثیرات، تحلیل ناقصی از دلایل ضعف یا قوت عملکردی دولت‌ها در جمهوری اسلامی ایران را مطرح خواهد کرد. علاوه بر ساختار سیاسی داخلی، در عرصه‌ی بین‌المللی ساختار جهانی قاعده‌ی هرم سیاسی، یعنی مردم جامعه را تحت تأثیر قرار داده، و از طریق نهادهای قدرت در جهان، بر دولت‌ها فشار می‌آورد (عاملی، ۱۳۹۱: ۱۵). اما دیوید مارش^۱ در نقد ساختارگرایی می‌گوید: «ساختارگرایی معمولاً فعالیت افراد را دست کم گرفته و گاهی کاملاً از آن غفلت کرده و استقلال واقعی افراد را نپذیرفته و تأثیرگذاری و یا توانایی آنان در ایجاد دگرگونی را انکار می‌کند. ساختارگرایی تصویری از جهان ترسیم می‌کند که در آن، انسان‌ها گرفتار ساختارهایی هستند که فراتر از فهم و درک ما هستند (مارش، ۱۳۸۴: ۳۱۲). در مقابل، دیدگاه‌های اراده‌گرایانه بر نقش کارگزاران سیاسی تأکید دارند و در این راستا بر نقش گفتمان‌های سیاسی و اراده‌ی کارگزاران به عنوان مهم‌ترین عوامل تغییرساز تأکید می‌کنند. اراده‌گرایی رویکردی است که اصالت را به کارگزاران و اراده‌ی انسانی می‌دهد و عامل تعیین‌کننده را انگیزه‌ها و اراده‌های بازیگران می‌داند. آنان معتقدند در تبیین‌های سیاسی اجتماعی باید محور تحلیل انگیزه‌ها و نیت فردی باشد (ویر، ۱۳۸۲: ۸۴). اما این دیدگاه نیز با نقدهای مهمی مواجه است. از جمله این که اصولاً تصمیمات فردی اشخاص همواره تحت تأثیر عقلانیت فردی آن‌ها نمی‌باشد؛ بلکه تحت تأثیر عوامل احساسی و عاطفی شخص و یا تحت تأثیر عواملی است که ساخته‌ی اراده‌ی فرد نیست. در واقع، تحت تأثیر ساختارهای نامرئی احساسات و عواطف او شکل می‌گیرد. در نگرش‌های جدید که تحت عنوان ساختاریابی از آن یاد می‌شود، ضمن توجه به نقش ذهنیت و کنش فردی، بر نقش ساختارهای عینی به عنوان چارچوب‌های کم و بیش منعطف برای این ذهنیت و کنش‌ها تأکید می‌کنند (گیدنز، ۱۹۸۴: ۸۵). این دیدگاه سعی می‌کند از دوانگاری ساختاری و کارگزاری فاصله گرفته و آنها را سطوحی بداند که در یکدیگر تأثیر و تأثر متقابل دارند. بر اساس این رویکرد، اگر چه فرد در درون ساختارها به سر می‌برد، ولی به وسیله‌ی ساختارهای مزبور تعیین پیدا نمی‌کند. زیرا فرد به طور دائم، در حال ساخته شدن است و محدود به ساختار نیست (معینی علمداری، ۱۳۸۵: ۶۳). نکته‌ی کلیدی در این دیدگاه آن است که حیات سیاسی نه مجموعه‌ای از کنش‌های فردی و نه مجموعه‌ای از ساختارها است. بلکه به مثابه‌ی فرآیندی در نظر گرفته شده است که مفهوم کلیدی آن عمل سیاسی به شمار می‌آید و دارای دو

1 Marsh., D.

جنبه‌ی «عاملانه» و «ساختاری» است. در نتیجه، برای بررسی دولت‌ها باید به این فرآیند در دو سطح کلان و خرد توجه کرد. یعنی به ویژگی‌های ساختاری از یک سو و ویژگی‌های ارادی کارگزاران از سوی دیگر توجه کرد. بنابراین، باید عاملیت و ساختار را صرفاً وجوه مختلف کلیه‌ی اعمال سیاسی در نظر گرفت. در واقع، نگرش فرآیندوار جایگزین اراده‌گرایی و تعیین‌گرایی ساختاری می‌گردد (سیدمن، ۱۳۸۸: ۱۹۲).

هم‌چنین، در حوزه‌ی سیاست‌گذاری رسانه‌ای به لحاظ نظری دو رویکرد سنتی و نوین وجود دارد. رویکرد سنتی، رسانه‌ها را نهادهایی قابل سیاست‌گذاری می‌داند (Turow, 2009: 56) و در این راستا بیشتر نقش دولت‌ها را پررنگ می‌کند که چطور دولت‌ها برای حفظ منافع عمومی دست به سیاست‌گذاری رسانه‌ای می‌زنند. در درون رویکرد سنتی یک جریان را محققان و تحقیقاتی تشکیل داده‌اند که سیاست‌گذاری رسانه‌ای را یک وظیفه‌ی دولتی می‌داند (Maccquail, 2009: 32). در این مسیر کارشناسان رسانه بایستی صرفاً به دولت مشورت دهند (Napoli, 2007: 297). در جریان دیگری که در رویکرد سنتی قرار می‌گیرد، موضعی منتقدانه نسبت به سیاست‌گذاری رسانه‌ای شکل گرفته (Freedman, 2010: 68) و نقش دولت در مورد سیاست‌گذاری رسانه‌ای را مورد نقد قرار می‌دهند (Smith, 2011: 13).

با توجه به پیشرفت‌های تکنولوژیک حوزه‌ی ارتباطات و ظهور رسانه‌های نوین، رویکرد نوینی مطرح شده است که سیاست‌گذاری رسانه‌ای، حوزه‌ی رسانه‌ها و خصوصاً رسانه‌های نوین را حوزه‌ای غیر قابل سیاست‌گذاری می‌دانند (Mc. Chesney, 2003: 11). در این رویکرد نیز مانند رویکرد سنتی، دو جریان غالب وجود دارد. جریان اول در این رویکرد، غیرقابل سیاست‌گذاری بودن را به ذات تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای نسبت می‌دهد و جریان دوم معتقد است که رسانه‌ها از منطبق بازار پیروی می‌کنند و دولت‌ها یا صاحبان رسانه نقش مستقل در سیاست‌گذاری رسانه بازی نمی‌کنند؛ بلکه این بازار است که سیاست‌های کلان تولید محتوا و زیرساخت‌های رسانه‌ای را تعیین می‌کند. در این جریان سه حوزه‌ی اصلی گسترده‌تر در سیاست‌گذاری رسانه‌ای وجود دارد. این حوزه‌های اصلی عبارتند از الف) سیاست‌گذاری محتوایی (تاثیرگذاری مستقیم بر ماهیت محتوای ارائه‌شده از سوی خروجی رسانه)، ب) سیاست‌گذاری ساختاری (تاثیرگذاری بر عناصر ساختاری بازارهای رسانه‌ای از جمله شرایط رقابتی، الگوی مالکیت و ابعاد مرتبط با ویژگی تامین‌کنندگان محتوا)، ج) سیاست‌گذاری زیرساخت (تکنولوژی‌ها و شبکه‌های توزیعی که محتوا از طریق آن‌ها توزیع می‌شود) (هووارد، ۲۰۰۹).

تدوین سیاست‌های رسانه‌ای به‌روز و منطبق با نیازهای جامعه، و رویکرد دولت‌ها در اجرای این سیاست‌ها امری حیاتی در نظام رسانه‌ای است. سیاست‌هایی که مبتنی بر این پیش‌فرض تدوین می‌شوند که فرهنگ را نه می‌توان کنترل و مدیریت مکانیکی کرد و نه به صلاح است آن را به حال خود رها کرد. بنابراین، بایستی در این فرآیند، عوامل ساختاری و ارادی دولت‌ها به طور هم‌زمان شناسایی شود. ارزش‌ها، سیستم‌های اطلاع‌رسانی، ساختارها و موسسات اجتماعی، منابع و امکانات، افکار عمومی، مراکز سیاست‌پژوه، و گروه‌های بانفوذ در کنار نوع نگاه دولت به این حوزه و رویکرد اساسی دولت از مهم‌ترین عوامل موجود هستند. به طور کلی، رسانه به عنوان یکی از تاثیرگذارترین ابزارها در حوزه‌ی ارتباط دولت و جامعه شناخته می‌شوند. چنانچه گیدنز^۱ و تامپسون^۲ به مفهومی شدن رسانه‌های جمعی به عنوان یک سیستم اجتماعی خاص در تولید و تکثیر هویت‌های فردی و اجتماعی به واسطه‌ی فناوری تجربی اشاره کرده‌اند. مطالعات تاکید دارند که در کشورهای پیشرفته دولت‌ها در ارتباط با مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی متمرکز بوده و به اقتضای بستر و ماهیت نظام‌های سیاسی و همچنین به کارگیری شبکه‌های اجتماعی در محیط‌های مختلف، رویکردها متفاوت بوده است (جدول ۱).

جدول ۱: چکیده‌ی پژوهش‌ها

عنوان تحقیق و پژوهش	سال انتشار و منبع	ارتباط با هدف و سوال تحقیق
۱ جهانی شدن و مواضع فرهنگی جمهوری اسلامی ایران از منظر ساختار - کارگزار	سعیده‌سادات گرامیان و محمدرضا پورقوشچی / ۱۳۹۴ / مطالعات راهبردی جهانی شدن	تاثیر عوامل خارجی بر عملکرد دولت‌ها
۲ بررسی مقایسه‌ای رویکرد توسعه‌ی دولت‌های هفتم و هشتم (اصلاحات) و نهم و دهم (عدالت)	فلاح‌پیشه، حشمت‌اله و شورچی، حافظ / ۱۳۹۵ / رهیافت انقلاب اسلامی	شناسایی عوامل دخیل در رویکرد دولت‌ها در حوزه‌ی مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی
۳ سیاست‌گذاری فرهنگی در ایران دوران اصلاحات از منظر انتقادی	شهرام‌نیا، امیرمسعود و چلمقانی، مرضیه / ۱۳۹۵ / پژوهش‌های سیاسی	شناسایی نوع نگاه دولت اصلاحات به حوزه‌ی مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی (تاثیر شعار دولت بر این حوزه)
۴ سیاست‌های رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران: مطالعه‌ی موردی مولفه‌های کلیدی سیاست‌های مطبوعاتی	قلی‌زاده، محمدعلی / ۱۴۰۰ / ؟	شناسایی عوامل ساختاری موثر بر عملکرد دولت‌ها
۵ نظام رسانه‌ای ایران، جانشینی ناکامل رسانه‌های نوین و از جا در رفتگی شبکه‌ی رسانه‌ها	سوسن باستانی و دیگران / ۱۳۹۹ / فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات	شناسایی قوانین و سیاست‌های رسانه‌ای در ایران و رابطه‌ی نظام سیاسی با رسانه

1 Anthony Giddens

2 J. Thompson

ادامه جدول ۱: چکیده‌ی پژوهش‌ها

عنوان تحقیق و پژوهش	سال انتشار و منبع	ارتباط با هدف و سوال تحقیق
۸ آینده‌ی سیاست‌گذاری رسانه‌ها در ایران	طالبیان، سارا / ۲۰۱۷ / دانشگاه هلسینکی	شناسایی رویکرد نظام نسبت به رسانه
۹ مطالعات آینده و عدم قطعیت در سیاست‌های عمومی	وین‌من / ۲۰۱۳ / مجله ال‌زوی‌یر	بررسی فرهنگ و ادبیات رسانه و سیاست‌گذاری صحیح آن
۱۰ سیاست‌های وسیع رسانه‌ای آفریقای جنوبی	والاس چگون / ۲۰۱۱ / مجله امرالد	شناسایی الگوها و نمونه‌های سیاست‌گذاری رسانه‌ای در جهان
۱۱ سیاست‌گذاری رسانه	فریدمن، دس / ۲۰۰۸	مدل‌های سیاست‌گذاری رسانه‌ای
۱۲ نظریات مقررات‌زدایی در رسانه‌ها	مکنزی، رابرت / ۲۰۰۳	شناسایی عوامل موثر بر رویکرد
۱۳ رسانه‌ی امروز، مقدمه‌ای بر ارتباطات اجتماعی	تورو، ژوزف / ۲۰۰۹	شناسایی رویکرد دولت‌ها به رسانه

در این پژوهش تلاش شده است ضمن تبیین فرآیند نقش ساختارها و سیاست‌های رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در زمینه‌ی مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی، عوامل ارادی در این فرآیند (نوع نگاه دولت‌ها به چگونگی اجرای این سیاست‌ها) نیز مورد بررسی قرار گیرد و در ادامه، رویکردها در بستر زمانی استقرار دولت‌های اصلاحات و اصول‌گرا بررسی شود. با توجه به هدف اصلی پژوهش، که بررسی رویکرد دولت‌های اصلاحات و اصول‌گرا به مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی است و از آنجا که دید حاکمیتی و دخالت دولت در سیاست‌های رسانه‌ای نظام جمهوری اسلامی ایران مستولی است، لذا چارچوب این تحقیق، در حوزه‌ی رویکرد سنتی به سیاست‌گذاری رسانه‌ای قاب‌بندی می‌شود.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر، مبتنی بر سنت روش کیفی و رهیافت نهادی بوده و برای جمع‌آوری داده‌ها، روش مطالعه‌ی اسنادی مورد استفاده قرار گرفته است. با توجه به این که لازم بود برای بررسی رویکرد دولت‌ها ویژگی‌های ساختاری نظام سیاسی، به عنوان عامل اثرگذار مورد شناسایی قرار گیرد، برای این کار ضمن بررسی اسناد موجود، سیاست‌های رسانه‌ای نظام جمهوری اسلامی ایران در حوزه‌ی مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی استخراج و مبنای ساختاری بررسی رویکرد دولت‌ها قرار داده شد. چارچوب روش‌شناختی پژوهش نیز، ترکیبی از روش‌های کیفی برای

فرآیند تجزیه و تحلیل داده‌ها می‌باشد. این چارچوب شامل روش اسکن محیطی^۱، به عنوان روش کدگذاری، و روش تحلیل موضوعی^۲ به عنوان روش تحلیل کیفی داده‌ها است. بر همین اساس، داده‌ها از طریق اسکن محیطی جمع‌آوری و با کمک تحلیل موضوعی مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند. نخست، با مراجعه به منابع کتاب‌شناختی، با توجه به نسبت داده‌ها با حوزه‌ی مورد مطالعه (جمهوری اسلامی ایران)، داده‌ها گردآوری، تحدید و اطلاعات اولیه سامان‌دهی شدند. در ادامه از میان داده‌ها، مطالب مرتبط با ماهیت سیاست‌های رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در حوزه‌ی مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی، استخراج شدند.

در تعیین سیاست‌های رسانه‌ای نظام، رهبری و نهادهای منصوب به ایشان (شامل مجمع تشخیص مصلحت نظام، شورای عالی انقلاب فرهنگی، شورای عالی فضای مجازی، و ...)، مراجع اصلی هستند که سیاست‌های رسانه‌ای در حوزه‌ی مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی را در کشور شکل داده و تقویت می‌کنند. رهبری بالاترین مقام سیاسی در ایران است که معمولاً اهداف و دستورالعمل‌های فرهنگی و عقیدتی وی، مبنای دستورالعمل‌ها و انگیزه‌های اولیه برای تدوین مقررات مختلف در شورای عالی انقلاب فرهنگی و دیگر نهادهای زیر نظر رهبری است. طبق اساسنامه‌ی شورای عالی انقلاب فرهنگی نیز، این شورا وظیفه دارد دستورالعمل‌های اساسی در رابطه با امور فرهنگی در ایران را تعیین کند (اساسنامه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۶). بنابراین، علاوه بر منابع کتاب‌شناختی، با مبنا قرار دادن اصل ۱۱۰ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران که تعیین سیاست‌های کلی نظام را از اختیارات رهبری می‌شمارد، با مراجعه به سایت khamenei.ir، به عنوان منبع رسمی، بیانات رهبری در ارتباط با مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی گردآوری، و مولفه‌های سیاست رسانه‌ای ایران در این حوزه (به عنوان قالب ساختاری فرآیند بررسی رویکرد دولت‌ها) از این بیانات مستخرج شدند. در پایان، ۶۱ سند جمع‌آوری شد. همچنین، در اسکن محیطی برای دستیابی به سیاست‌های رسانه‌ای نظام، اسناد بالادستی مرتبط اعم از "قانون اساسی ایران"، "سیاست‌های کلی نظام (مصوب مجمع تشخیص نظام)" و "مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی" مورد بررسی قرار گرفتند که ۴۷ سند در این ارتباط جمع‌آوری شدند. در ادامه، برای مقوله‌بندی، از کدگذاری موضوعی به عنوان مکمل برای اسکن محیطی بهره گرفته شد. داده‌های گردآوری‌شده خط به خط خوانده شده و مواردی که بیان‌گر یک مقوله بودند، در یک گروه جای داده شده و مقوله‌ها ساخته و نام‌گذاری شدند. در مرحله‌ی

۱ Environmental Scanning: روشی مبتنی بر شواهد بوده و شامل جمع‌آوری و بررسی شواهد، اسناد، گزارش‌ها، قانون و قانون‌گذاری است.

بعد، کدها و مقوله‌های ساخته‌شده و نزدیک به هم با استفاده از روش کدگذاری محوری در هم ادغام و کدگذاری نهایی به شکل انتخابی یا گزینشی، تحت عنوان مضامین اصلی صورت گرفت. این کار منجر به شناسایی ۵۵ کد پایه گردید که در ۱۳ مضمون طبقه‌بندی شدند.

تغییر دولت‌ها نیز امری است که توجه به نقش افراد را در اجرای سیاست‌ها در کانون توجه قرار می‌دهد. پس از مشخص شدن اصلی‌ترین مولفه‌های سیاست رسانه‌ای ایران در حوزه‌ی مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی، ضرورت داشت داده‌های مرتبط با رویکرد دولت‌ها نیز جمع‌آوری و کدگذاری شوند. برای این کار، مطالب مطرح‌شده توسط روسای جمهور و وزرای فرهنگ و ارشاد اسلامی و معاونین مطبوعاتی آنان طی دوران خدمت در خصوص مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی از طریق اسکن محیطی جمع‌آوری و کدگذاری شدند. برای این کدگذاری نیز متون خط به خط خوانده شده و آنهایی را که بیان‌گر یک مقوله‌اند، در یک گروه جای داده و مقوله‌ها نام‌گذاری شدند. در مرحله‌ی بعد کدها و مقوله‌های نزدیک به هم را با استفاده از روش کدگذاری محوری در هم ادغام و کدگذاری نهایی به شکل انتخابی یا گزینشی استخراج شد. در نهایت، مفاهیم و مضامین تحت مقولاتی انتزاعی‌تر دسته‌بندی و بیش از ۳۲ کد از ۷۰ داده‌ی اولیه مشخص شدند که در ۱۲ مقوله‌ی اصلی دسته‌بندی شدند. حاصل این دسته‌بندی‌ها در قالب مقوله‌ها را می‌توان رویکرد کلی دولت‌های اصلاحات و اصول‌گرا در زمینه‌ی مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی قلمداد نمود. در بررسی نقاط قوت و ضعف دولت‌ها نیز، به گردآوری اطلاعاتی از نوع کیفی و از طریق مصاحبه‌ی نیمه‌ساخت‌یافته با متخصصان این حوزه نیاز بود. از این‌رو، جامعه آماری افراد کلیدی و تاثیرگذاری بودند که مسئولیت مستقیم یا جهت‌دهنده و در پاره‌ای موارد نقش مشاور را بر عهده داشته‌اند. بنا بر تجربه‌ی حرفه‌ای و با در نظر گرفتن تعداد مصاحبه‌شوندگان آگاه به این حوزه، نقطه‌ی اشباع نظری و رسیدن به حد کفایت برای انتخاب نمونه‌های کیفی در این پژوهش، ۲۰ نمونه تعریف شده است. بر همین اساس، ضمن توجه به شرایط مصاحبه‌شوندگان و دسترسی پژوهشگر به نمونه‌ها، از صاحب‌نظران و متخصصان (بر حسب اهمیت سازمانی و جایگاه حقوقی)، انتخاب نمونه‌های نهایی به صورت کیفی و هدفمند صورت گرفته است. در مجموع با کمک افراد متعدد از میان ۲۰ درخواست مصاحبه، ۱۴ مصاحبه به صورت رودررو و مابقی به صورت غیرمستقیم انجام شد و نظرات آنان مبنای ارزیابی قوت و ضعف دولت‌ها قرار گرفت.

برای سنجش اعتبار تحقیق، نتایج هر مرحله از چارچوب روش‌شناختی مکررا به اساتید ارائه، و اطمینان حاصل شد که مطالعه از نظر آنان قابل قبول و معتبر است. هم‌چنین، از آن‌جا

که از نظر لیندلف پایایی در پژوهش‌های کیفی دغدغه مهمی نبوده و چندان موضوعیت ندارد (لیندلف، ۱۳۸۸: ۳۰۰)، برای بررسی پایایی لازم بود قابلیت انتقال‌پذیری (امکان تعمیم یا انتقال نتایج حاصل از یک تحقیق کیفی به سایر زمینه‌ها) مورد مطالعه قرار گیرد. چرا که هدف اصلی تحقیق کیفی تعمیم نتایج نیست، بلکه ایجاد درک عمیق از یک موضوع یا موضوع خاص است در این معنا، این اطمینان کسب شد که سایر محققان و مطالعات بعدی این امکان را دارند که ارزیابی کنند که آیا نتایج این مطالعه به موقعیت‌های مشابه متنی قابل انتقال است یا نه.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که ۱۳ مضمون به عنوان مولفه‌های اساسی سیاست‌های رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در حوزه‌ی مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی حاکم است و این ۱۳ مضمون در بررسی رویکرد دولت‌های اصلاحات و اصول‌گرا نسبت به مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی به عنوان شاخص مورد استفاده قرار گرفته است. باید توجه داشت که در این مضامین بین مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی تفکیک صورت نگرفته و این سیاست‌ها به طور عام بر هر دو مفهوم اطلاق شده است. مضامین مستخرج عبارتند از: (۱) تامین و تضمین دموکراسی و آزاداندیشی؛ (۲) بهره‌گیری مناسب از رسانه و فضای مجازی؛ (۳) ضرورت تعمیق فرهنگ انقلاب؛ (۴) حمایت دولت؛ (۵) تقویت انسجام اجتماعی و هویت ملی؛ (۶) پیشگیری از آسیب‌های فضای مجازی (کارزار فکری و فیلترگذاری)؛ (۷) ضرورت تقویت مجامع صنفی و کیفیت رسانه‌ها؛ (۸) ضرورت تولید محتوا؛ (۹) تسهیل دسترسی آسان به اطلاعات؛ (۱۰) مواجهه‌ی فعال و خردمندانه‌ی کشور با رسانه‌های نوین؛ (۱۱) مسوولیت‌پذیری و پاسخگویی مطبوعات؛ (۱۲) حاکمیت دین، فضیلت و اخلاق در مطبوعات؛ و (۱۳) ضرورت تنویر افکار عمومی و جلوگیری از تهاجم فرهنگی.

دولت‌ها کنشگران باراده‌ای هستند که ملزم به عمل در قالب سیاست‌های رسانه‌ای نظام در این حوزه هستند. به عبارت دیگر، سیاست‌های رسانه‌ای نظام در حوزه‌ی مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی، ساختاری را شکل می‌دهند که اگر چه دولت‌ها موظف به اجرای این سیاست‌ها هستند، لیکن، به عنوان کارگزار باراده می‌توانند رویکردهای متفاوتی را در اجرای سیاست‌ها اتخاذ نمایند. بر همین اساس، در ادامه به تشریح رویکرد دولت‌های مورد بررسی در این موضوع پرداخته می‌شود. توسعه‌ی سیاسی به عنوان شعار دولت اصلاحات در رقابت‌های انتخاباتی مطرح شد و خاتمی از طریق مفاهیم و مولفه‌هایی مانند جامعه‌ی چندصدایی، آزادی، قانون‌گرایی، سعه‌ی صدر و خردگرایی تلاش داشت جامعه را به سمت تحول حرکت دهد.

نتیجه‌ی این تحول، شرایط را برای توسعه‌ی سیاسی و اجتماعی از طریق گسترش روابط فرهنگی با سایر ملل در سایه‌ی سیاست تنش‌زدایی و گفتگوی تمدن‌ها، برخورداری از امکانات بیشتر خبری و اطلاع‌رسانی، ضرورت رعایت شفافیت در گفتار و صداقت در رفتار از سوی متولیان و مسئولان و امکان نقد منصفانه‌ی اعمال و رفتار مسئولان و کارگزاران از سوی مردم فراهم نمود. این قبیل اقدام‌ها با نشانه‌هایی از افزایش کمی و کیفی مطبوعات و احزاب، و ... آشکار شد (بشیریه، ۱۳۸۲: ۱۸۸، اردستانی، ۱۳۸۲: ۳۱ و اردکانی، ۱۳۹۳: ۱۵۴). یافته‌ها نشان دادند که مقوله‌های آزادی بیان و ضرورت نقد، رسانه یک نهاد مردم‌سالار، ضرورت توسعه‌ی مطبوعات، حمایت دولت از مطبوعات، و ضرورت نگاه اخلاقی در رسانه، رویکردهای دولت اصلاحات نسبت به مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی هستند (جدول ۲). این رویکردها واجد برخی از شاخص‌های اساسی در سیاست‌های رسانه‌ای بوده و در رویکرد این دولت به بحث رسانه و مطبوعات متجلی شده است. بنابراین، دولت اصلاحات بر بحث جریان آزاد اطلاعات و ضرورت نقد آزادانه رویکرد مثبتی داشته است و بر همین اساس، برخی نیروهای منتقد و به حاشیه رانده‌شده توانستند نشریاتی را چاپ کنند یا مقالاتی در انتقاد از عملکرد مقامات عالی‌رتبه منتشر کنند. این آزادی نسبی و تغییر در فرم و محتوای مطبوعات با استقبال مردم مواجه شد تا جایی که تیراژ روزنامه‌ها برای اولین بار در اردیبهشت ۱۳۷۷ از دو میلیون نسخه در روز گذشت (مهاجرانی، ۱۳۷۷).

گفتنی است که در دوران اصلاحات وب و فضای مجازی به تازگی ظهور یافته بودند و به دلیل نوپا بودن، شبکه‌های مجازی و ارتباطاتی، نگاه خوش‌بینانه‌ای را به خود جلب کرده بودند و به آن به عنوان یک فرصت و مزیت نگریسته می‌شد و به نظر می‌رسد که در آغاز نسبت به این رسانه موضع منفعلانه گرفته شده بود. اما با گسترش ترس و نگرانی در قشرهای سنتی‌تر جامعه و افزایش فشارها، برداشت تهدیدآمیز و آسیب‌زا از فضای مجازی بیشتر شد و نگاه نوینی در حال شکل‌گیری بود. به گونه‌ای که نگاه منفعلانه به فضای وب تغییر یافته و در راستای ضرورت رعایت اخلاق در رسانه، تعادل‌بخشی و حاکمیت نگاه اخلاقی به مقوله رسانه و فضای مجازی، اولین قوانین و مقررات در زمینه‌ی فضای مجازی تدوین و تصویب شدند که مقوله‌ی نگاه اخلاقی به رسانه را می‌توان در همین راستا از داده‌های گردآوری‌شده استخراج کرد.

جدول ۲: رویکرد دولت اصلاحات

مقوله‌ها	کدها (تاکیدات اصلی)	داده‌های اولیه
آزادی بیان و ضرورت نقد	ضرورت نقد، آزادی، افزایش ظرفیت انتقادپذیری دولت	ضرورت نقد در رسانه‌ها، نقد و نظارت عمومی وظیفه مطبوعات، اطلاع‌رسانی آزاد، آزادی بیان، افزایش انتقادپذیری حاکمیت و دولت، قرار گرفتن دولت و دولتمردان در جایگاهی که آماده‌ی پذیرش انواع انتقادات و حتی اتهامات باشند
رسانه نهاد مردم‌سالار	رسانه ابزار مردم‌سالار، رسانه نهاد واسط	رسانه از لوازم مردم‌سالاری، تعلق رسانه به عموم مردم، رسانه نهاد مدنی واسط بین مردم و دولت، تعریف نقش واسطه‌ای برای مطبوعات، لزوم پاسخگو بودن دولت
توسعه‌ی مطبوعات	رویکرد و اندیشه‌ای نو در اطلاع‌رسانی، توسعه‌ی مطبوعات	پدیدار شدن رویکردی جدید، اندیشه‌ای نو، اطلاع‌رسانی، توسعه‌ی مطبوعات، فضای فراخی برای تبادل اندیشه
حمایت دولت	تدوین لایحه، حمایت از مطبوعات غیردولتی، دفاع از مطبوعات، ضرورت پاسخگویی	تدوین لویح در بخش رسانه، ضرورت رفع موانع مطبوعات، ضرورت دفاع دولت از مطبوعات، انتقاد و پاسخگویی راه توسعه‌ی کشور، حمایت و تقویت سازمان‌های اجتماعی سیاسی نظیر احزاب و مطبوعات غیردولتی
نگاه اخلاقی در رسانه	رعایت اصول اخلاقی، فیلترینگ در راستای اخلاق، نگاه متعادل به فرهنگ و هنر	ضرورت رعایت اخلاق در رسانه، سانسور و فیلترینگ در راستای رعایت اصول اخلاقی، رویکرد تعادل‌بخشی و نگاه اخلاقی به مقوله فرهنگ و هنر

با روی کار آمدن دولت احمدی‌نژاد، تحلیلگران شعارهای انتخاباتی او را تکرار اندیشه‌های مکتبی و ایدئولوژی انقلابی دهه‌ی ۶۰ می‌دانستند. قبل از روی کار آمدن این دولت، گفتمان‌های توسعه‌ی اقتصادی و سیاسی به اولویت‌های دولت‌های ایران تبدیل شده بود، اما این دولت کار خود را بیشتر با دغدغه‌های فرهنگی مبتنی بر ایدئولوژی اسلامی آغاز نمود. وی اصول کاری دولت خود را در چهار محور مطرح می‌کند: «عدالت‌گستری، مهرورزی، خدمت به بندگان خدا و پیشرفت و تعالی همه‌جانبه‌ی کشور» (احمدی‌نژاد، ۱۳۸۶: ۳۴). روی سخن وی نه با نخبگان، مدیران، تشکل‌های سیاسی و فعال جامعه‌ی مدنی، بلکه با توده‌ی مردم بود. در برنامه‌ریزی‌های اجرایی دولت نیز بیش از آن که دغدغه‌ی اقتصادی و سیاسی طرح گردد، دغدغه‌ی عموم مردم دیده می‌شد. بنابراین، گفتمان حاکم بر سیاست‌های این دولت با نام‌هایی هم‌چون اصول‌گرایی عدالت‌محور، آرمان‌گرایی اصول‌محور یا گفتمان ایدئولوژیک ارزش‌محور شناخته شد. دکتربین دولت اصول‌گرا را می‌توان گفتمان انقلابی-سنتی دانست، که در آن نوعی

تأکید بر ارزش‌های اولیه‌ی انقلاب و گرایش به سنت محوریت دارد. کلیدواژه‌های این گفتمان در حوزه‌ی فرهنگ و ارتباط با فرهنگ جهانی نیز عبارت است از: «تهاجم فرهنگی»، «امپریالیسم فرهنگی»، «شیخون فرهنگی»، «استحاله‌ی فرهنگی»، «ناتوی فرهنگی» و نظایر آن (صدیق سروستانی و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۷). بنابراین در گفتمان دولت اصول‌گرا، بعد عدالت‌خواهانه، هویت انقلابی اسلامی خود را بسیار برجسته نموده و در همین رابطه یکی از مهم‌ترین رسالت‌ها و وظایف این دولت، اصلاح نظام حاکم بر جهان و مقابله با نظام سلطه بر اساس عدالت‌خواهی و عدالت‌گستری بیان شده است (رسولی ثانی‌آبادی، ۱۳۹۰: ۴۹).

رویکرد کلی این دولت نسبت به مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی را می‌توان در مقوله‌های آزادی بیان، انصاف و عدالت، اشاعه‌ی اخلاق حرفه‌ای، پیشگیری از آسیب، تدوین قوانین و مقررات، دانش‌افزایی و همکاری رسانه‌ای و حمایت از مطبوعات بیان کرد. بر خلاف رویکرد دولت اصلاحات، که به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در حال شکل‌گیری روی خوش نشان داده بود، در دولت اصول‌گرا، نوعی ترس و نگرانی و موضع منفعلانه در قبال این رسانه دیده می‌شود و برخی از رویکردها (آسیب‌شناسی موانع موجود بر سر راه رسانه، طراحی نظام رتبه‌بندی مطبوعات و روزنامه‌نگاران با کمک خبرگان و معتمدین مطبوعات، آزادی دشمن آزادی) را می‌توان نوعی نگاه بدبینانه به رسانه به ویژه در حوزه‌ی شبکه‌های اجتماعی تعبیر کرد. این امر از آن جهت از اهمیت خاصی برخوردار است که در این مقطع زمانی به دلیل گسترش وب و فضای مجازی، شاهد رشد شبکه‌های مجازی و خلاء قانونی در این زمینه بودیم. داده‌های جمع‌آوری شده حاکی از آن است که دولت در این زمینه بر ضرورت تغییر مقررات و صدور مجوزها، ساماندهی صدور پروانه با تدوین قوانین و مقررات، جلب مشارکت دست‌اندرکاران مطبوعات و خبرگزاری‌ها برای تدوین هر چه سریعتر و دقیق‌تر پیش‌نویس نظام جامع رسانه‌ای، دادن پروانه و مجوز به متخصص تاکید داشته است.

جدول ۳: رویکرد دولت اصولگرا

مقوله‌ها	کدها (تاکیدات اصلی)	داده‌های اولیه
آزادی بیان	آزادی مطبوعات، تکررگرایی در رسانه، چندصدایی مطبوعات	توجه به آزادی مطبوعات، گسترش آزادی، اعتقاد به تکرر واقعی، نجات آزادی از قالب‌ها، عمل به قانون، حمایت از چندصدایی مطبوعاتی، احیای مطبوعات
انصاف و عدالت	انصاف، امانت‌داری و انعکاس واقعیت	لزوم رعایت انصاف، حقوق انسانی امانت و عدالت، انعکاس واقعیت

ادامه جدول ۳: رویکرد دولت اصولگرا

مقوله‌ها	کدها (تاکیدات اصلی)	داده‌های اولیه
اشاعه‌ی اخلاق حرفه‌ای	فرهنگ رسانه‌ای، اخلاق حرفه‌ای	اهتمام به اشاعه فرهنگ رسانه‌ای و رعایت اخلاق حرفه‌ای
پیشگیری از آسیب	حل مشکل و احیای مطبوعات، آسیب‌شناسی، رتبه‌بندی مطبوعات، ارتقای کیفی مطبوعات	حل مشکل مطبوعات توقیف‌شده، ارتقای کیفی مطبوعات، عدم برخورد کاسبکارانه با مطبوعات، آسیب‌شناسی از موانع موجود بر سر راه رسانه، طراحی نظام رتبه‌بندی مطبوعات و روزنامه‌نگاران با معاضدت خبرگان و معتمدین مطبوعات، آزادی دشمن آزادی
تدوین قوانین و مقررات	تدوین قوانین و مقررات، تخصص‌گرای در صدور پروانه	ضرورت تغییر مقررات و صدور مجوزها، ساماندهی صدور پروانه با تدوین قوانین و مقررات، جلب مشارکت دست‌اندرکاران مطبوعات و خبرگزاری‌ها برای تدوین هر چه سریعتر و دقیق‌تر پیش‌نویس نظام جامع رسانه‌ای، دادن پروانه و مجوز به متخصص
دانش‌افزایی، همکاری رسانه‌ای	گسترش همکاری رسانه‌ای، دانش‌افزایی روزنامه‌نگاران،	گسترش همکاری‌های رسانه‌ای داخلی و خارجی با رعایت اصول حاکم بر سیاست خارجی، ارتقای سطح دانش روزنامه‌نگاران و تربیت خبرنگاران کارآمد در عرصه بین‌المللی
حمایت از مطبوعات	حمایت از مطبوعات، افزایش اعتبار حرفه مطبوعاتی، افزایش تیراژ	نگاهی حمایتی به مطبوعات، افزایش اعتبار کار مطبوعاتی و دستیابی خبرنگاران به حقوق شایسته‌ی خود، ضرورت افزایش تیراژ نشریات، توجه بیش از پیش به حمایت از نشریات محلی و الکترونیکی

در پاسخ به سوال دوم پژوهش که بررسی نقاط قوت و ضعف دولت‌های مورد بررسی بود، یافته‌ها نشان داد که دولت اصلاحات محورهای همچون توسعه‌ی قانونمند جریان اطلاع‌رسانی کشور، حمایت از حقوق قانونی مطبوعات و روزنامه‌نگاران، پشتیبانی از فعالیت‌ها و نهادهای اطلاعاتی و ارتباطی و نیز ایجاد ساز و کار مناسب رسانه‌ای برای ارتقای توانایی‌های ملی در قبال فرآیند جهانی‌سازی را به عنوان راهبردهای اساسی مد نظر قرار داده بود. در همین راستا، بسترسازی مطبوعات به منظور تعمیم فرهنگ و گفتگو و منطقه‌گرایی در سطح ملی و بین‌المللی معنا و مفهومی تازه و ضرورتی انکارناپذیر پیدا کرده بود. تلاش دولت خاتمی از همان آغاز بر آزادی بیان، بهبود و اصلاح تعامل مردم در جامعه، شکوفایی و پویایی فرهنگی و

اجتماعی، احترام به همه‌ی نظرات و اشخاص به ویژه خبرنگاران، توجه ویژه به حقوق شهروندی و آزادی رسانه و مطبوعات معطوف شده بود. نتیجه‌ی این سیاست، تحمل دیدگاه‌های مختلف، استقبال از دیدگاه‌های رقیب، و تأکید دولت بر نقش نظارتی تمامی افراد بود. تقویت نقش نظارتی آحاد جامعه، لزوم پاسخ‌گویی را می‌طلبید که در همین راستا، پاسخ‌گویی به عنوان اولویت اول در مشی دولت اصلاحات تعریف شده بود. بدیهی است که در چنین شرایطی، ابعاد مختلف نظارت رسانه‌ها فرصت ظهور می‌یابند و می‌توان شاهد تشدید فعالیت‌های مبتنی بر اطلاع‌رسانی دقیق به منظور آگاهی‌بخشی به مردم، و ورود رسانه‌ها به امر تحقیق و تفحص و پی‌گیری امور مختلف اجتماعی بود. این به معنای شکل‌گیری تعریف تازه‌ای از قدرت است که در آن مسؤلیت و پاسخ‌گویی اصل اساسی است.

جدول ۴: نقاط قوت و ضعف دولت اصلاحات

نقاط ضعف	نقاط قوت
عدم تداوم مسیر اولیه و تحمیل نوعی خودسانسوری به روزنامه‌نگاران	شکستن انحصار مطبوعات دولتی
توسعه‌ی دامنه‌ی خطوط قرمز (در اواخر دولت)	ارتقای سطح سواد رسانه‌ای در جامعه
صدور مجوز ورشد قارچ‌گونه‌ی مطبوعات با تمایلات جناحی و نه ملی	ایجاد فضای آزادی بیان، منطقی و قانونی در عرصه‌ی مطبوعات
قابل شدن نقش حزبی برای مطبوعات و فراهم شدن زمینه‌ی سوء	ایجاد فضا برای تاثیرگذاری مطبوعات در تحولات اجتماعی
سوء استفاده‌ی سیاستمداران از ژورنالیسم حرفه‌ای	بخشیدن هویت، مقبولیت و مشروعیت جهانی به رسانه‌های داخلی
ناامید شدن بخش مهمی از مخاطبان از کارایی مطبوعات در عرصه‌ی اصلاحات فرهنگی و اجتماعی	شکل‌گیری روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و نهادهای مطبوعاتی مستقل
توسعه‌نیافتگی حقوق سایبر و حقوق مالکیت معنوی بی‌ثباتی مدیریت (در معاونت مطبوعاتی)	ایجاد نشاط و امید سیاسی و بستر مناسب برای مشارکت جامعه
عدم هماهنگی سیاست‌های مخابراتی با سیاست‌های مطبوعاتی	فراهم آوردن زمینه‌های مناسب تصمیم‌گیری
	ارتقای آستانه‌ی تحمل دولت و شنیدن نظرات مخالفان
	تعدیل اپوزیسیون رادیکال از طریق ایجاد فضا در رسانه
	تدوین آیین‌نامه‌های متعدد در خصوص فعالیت‌های مطبوعاتی

اما گفتمان سیاسی احمدی‌نژاد مبتنی بر نقد مبانی تئوریک حاکم بر گفتمان دولت‌های قبلی بود. وی مدعی بود که حرکت به سوی تحقق عدالت در دولت‌های گذشته به فراموشی سپرده

شده است. به همین دلیل، در دولت اصول‌گرا رویکرد کاملاً متفاوتی با دولت قبلی اتخاذ و به دلیل مطابقت بیشتر رویکرد این دولت با سیاست‌های رسانه‌ای نظام، بر عدالت توزیعی تأکید بیشتری شد (مولانا، ۱۳۸۷: ۱۳۳). چون پیشینه‌ی فکری و سیاسی این دولت به جریان راست-رادیکال برمی‌گشت، او در درجه‌ی اول علاقمند به تحقق جدی بنیادگرایی در عرصه‌ی داخلی و براندازی نظم و نسق موجود جهانی بود و معتقد بود که لیبرالیسم و دموکراسی به سبک غربی قادر نیست به تحقق آرمان‌های انسانی کمک کند. در همین راستا، دولت اصول‌گرا اهمیت خاصی برای نشریات چاپی قایل بود و از در مخالفت با فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی درمی‌آمد. چرا که شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر فضای مجازی بوده و اعمال کنترل بر آن‌ها نسبت به مطبوعات و نشریات چاپی مشکل‌تر بود. هم‌چنین، در این دولت تأکید بر اجرای مهندسی فرهنگی بود که این به مفهوم گسترده‌تر شدن اختیارات دولت در حوزه‌ی مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی، محسوب می‌گردید. تأکید دولت اصول‌گرا بر توزیع صدور مجوز نشریات در سطح استانی و شهرستانی، موجب اقبال به نشریات در شهرستان‌ها شد. اگر چه این امر یکی از نقاط قوت دولت محسوب می‌شود، اما علی‌رغم رشد کمی سریع، بسیاری از این نشریات از نظر امکانات نرم‌افزاری به ویژه ساختار رسانه‌ای حرفه‌ای، خبرنگار ماهر و متخصص، بهره‌گیری از سبک‌ها و تکنیک‌های جدید و حرفه‌ای در حوزه‌ی خبرنگاری و ... دچار ضعف‌های اساسی بودند. از سوی دیگر، شروع به کار این دولت، با رشد و گسترش شبکه‌ی جهانی وب و توسعه‌ی بیشتر شبکه‌های اجتماعی همراه بود. به دلیل نوبنیاد و وارداتی بودن اینترنت، غیر بومی بودن شبکه‌های اجتماعی و به ویژه فقدان قوانین جامع در این ارتباط، دولت در ابتدا با ترس و نگرانی و گاهی با سردرگمی به تعامل با آن پرداخت، لیکن به مرور زمان و با توجه به رویکرد اصول‌گرایانه، دو راهبرد در این ارتباط مطرح شد: (۱) راهبرد فیلترینگ و مسدودسازی: در این راهبرد، گفتمان اصلی ضرورت وجود فیلترینگ هوشمند یا محتوایی بود و بر ضرورت امکان پایش، کنترل و نظارت، و ضرورت حذف قابلیت‌های آسیب‌زا تأکید می‌شد. (۲) راهبرد جایگزینی یا راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی مجازی داخلی/ جایگزین: این راهبرد عرصه‌ی چالش میان گروهی بود که به لزوم حمایت و پشتیبانی از این رسانه‌ها توسط سازمان‌های مختلف و دولت تأکید دارند، و عده‌ای دیگر که در اندیشه‌ی تأثیر رسانه‌های اجتماعی جایگزین و منطبق با فرهنگ و ارزش‌های اسلامی بودند. این دو راهبرد به صورت هم‌زمان در طول دولت‌های نهم و دهم به اجرا درآمد. در ارتباط با سیاست جایگزینی نیز می‌توان به طرح ایجاد اینترنت ملی در سال ۱۳۸۴، و به دنبال آن، شبکه‌ی ملی اطلاعات در سال ۱۳۸۹ اشاره

کرد. تاسیس و راه‌اندازی برخی شبکه‌های اجتماعی ایرانی مانند کلوب، بلاگفا، میهن بلاگ و ... در این راستا بود.

جدول ۵: نقاط قوت و ضعف دولت اصول‌گرا

نقاط ضعف	نقاط قوت
توسعه‌ی دامنه‌ی خطوط قرمز در نشریات و تحدید تولید، توزیع و دسترسی آزاد به اطلاعات به دلیل محدودیت‌های سیاسی و حقوقی	اهتمام به اشاعه‌ی فرهنگ انقلاب اسلامی در مطبوعات
سوء استفاده‌ی سیاستمداران از ژورنالیسم حرفه‌ای و عدم توجه به ژورنالیسم حرفه‌ای	گسترش همکاری‌های رسانه‌ای با مطبوعات کشورهای اسلامی
بی‌ثباتی مدیریت (در معاونت مطبوعاتی)	حمایت نسبی از مطبوعات محلی (عدالت توزیعی) و تخصص‌گرایی در صدور مجوز نشریات
تخصیص آگهی‌های دولتی به روزنامه‌های وابسته	طراحی نظام رتبه‌بندی مطبوعات و روزنامه‌نگاران
نامشخص بودن سیاست‌ها و برنامه‌های دولت در خصوص فضای مجازی	جلب مشارکت اصحاب مطبوعات برای تدوین نظام جامع رسانه‌ای
اتخاذ سیاست‌های فیلترینگ در مخالفت با نیازهای کاربران	ساماندهی صدور مجوز با تدوین قوانین و مقررات
وابستگی شدید شبکه‌های اجتماعی بومی به حمایت دولت	طرح ایجاد اینترنت ملی و شبکه‌ی ملی اطلاعات
	گسترش رسانه‌های الکترونیکی و افزایش ضریب نفوذ اینترنت

بحث و نتیجه‌گیری

در بررسی دولت‌ها باید به تأثیر همزمان عوامل مختلف ارادی و ساختاری به شکلی فرآیندوار تأکید کرد. این فرایند از یک سو در قالب ساختار سیاسی نظام، و از سوی دیگر تحت تأثیر اراده‌ی سیاسی دولت‌ها شکل می‌گیرد. در واقع، دولت‌ها تحت تأثیر مجموعه‌ای از نظم‌های ساختاری در عرصه‌ی داخلی و خارجی قرار دارند. عرصه‌ی داخلی سیاست رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران تجلی ساختاری است که متأثر از موارد زیر می‌باشد: ایدئولوژی نظام سیاسی (مله‌م از مبانی دینی و اسلام شیعی و اندیشه‌ی امام خمینی (ره))، نهادهای کلان سیاست‌گذاری (رهبری، مجمع تشخیص مصلحت نظام، شورای عالی انقلاب فرهنگی و سایر نهادهای زیر نظر رهبری که اسناد بالادستی را تعیین و ابلاغ می‌کنند)، عرصه‌ی برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری (مجلس شورای اسلامی)، عرصه‌ی اجتماعی نظام سیاسی (آرای مردم) و عرصه‌ی اجرایی و جایگاه دولت (اجرای قوانین و عمل در چارچوب برنامه‌های مصوب توسط مجلس). در عرصه‌ی خارجی نیز دولت‌ها متأثر از امر جهانی‌شدن (ساختار جهانی و نظام بین‌الملل) می‌باشند که از طریق تأثیر بر قاعده‌ی هرم سیاسی (یعنی مردم جامعه) و نیز نهادهای قدرت

در جهان (سازمان ملل و نهادهای وابسته) بر دولت‌ها تاثیر می‌گذارد (عاملی، ۱۳۹۱: ۱۹). بعد دیگر، عوامل ارادی است که اراده‌ی کارگزاران دولت، مبتنی بر معانی ذهنی، نیت و گفتمان‌های سیاسی خاص آنها است. اصولاً جریان‌ها و گروه‌های سیاسی مختلف با اندیشه‌های متفاوت در عرصه‌ی دولت حضور داشته‌اند. عرصه‌ی دولت محل ظهور کارگزاران مختلفی است که تلاش می‌کنند اهداف و جهت‌گیری‌های مورد نظر خود را به پیش ببرند.

با توجه به ساختار نظام جمهوری اسلامی ایران، و سطوح و تعدد مراکز تصمیم‌گیری، سیاست‌ها به مثابه‌ی بروندادی نهادی هستند که در مدل سیاست‌گذاری نهادی شکل می‌گیرند و هر گونه تغییری در آنها موجب تغییر در خط مشی‌ها نیز می‌شود. در امر پیگیری، نظارت و اجرای اسناد بالادستی، افراد متعددی در عرصه‌های مختلف و در بازه‌های زمانی متغیر، با یکدیگر تعامل دارند. لکن هر یک از این افراد، اهداف، منافع، برداشت‌ها و دغدغه‌های خاص خود را دنبال می‌کنند که این امر یکی از معایب سیاست‌گذاری در این حوزه است. این مسئله به نبود الگوی مشخص، فقدان تفکر سیستمی و عدم توجه به آثار و نتایج تصمیم‌ها و برنامه‌ها بازمی‌گردد. از مهم‌ترین آسیب‌ها در تدوین و اجرای اسناد، عدم دخالت بایسته و شایسته‌ی ذی‌نفعان در تدوین آن، نداشتن مقبولیت و نبود اتفاق و اجماع نظر در مورد آن است. این در حالی است که کارکردها و تأثیرات رسانه، اعم از فعال‌سازی و هم‌سوسازی نیروهای اجتماعی، همگن‌سازی، آگاهی‌بخشی، افزایش تعلق اجتماعی، فرهنگ‌پذیری، تبلیغ، راهنمایی و راهبری، توسعه‌ی فرهنگی و اقتصادی، نظارت بر افکار عمومی و ... همگی می‌توانند به نحو مؤثر و تعیین‌کننده‌ای دخالت داشته باشند.

بر اساس الگوی نظری میگدال، عموماً دولت‌های بعد از انقلاب باور داشته‌اند که می‌توان از طریق قدرت دولت دست به تغییرات دامنه‌داری بدون مشارکت مردم زد. طبق این الگو، جامعه‌ی ضعیف ایرانی برای رهایی از انفعال، دولت اصلاحات را به وجود آورد؛ در دولت خاتمی با مرکزیت یافتن دانایی و دگرگونی بنیادی ساختار عملکرد و تکنولوژی به شیوه‌های تولید، گردآوری و دریافت، سازماندهی و مدیریت پردازش، اشاعه، آماده‌سازی و مصرف اطلاعات، ارکان مختلف جامعه ناگزیر تحولات عمیقی را شاهد بود و جامعه در متن یک انقلاب اطلاعاتی توفنده قرار گرفت. ساده‌ترین تاثیر انقلاب اطلاعات در حوزه‌ی فکر و فرهنگ رخ می‌دهد و چنانچه پارسونز نیز اشاره نموده است، این تغییر در فرهنگ به عرصه‌های حقوق، سیاست و اقتصاد نیز سرایت خواهد کرد. نمود این امر را می‌توان در رشد بالای اقتصادی، باز شدن فضای سیاسی، ظهور و بروز اندیشه‌هایی که فرصت بیان نداشتند، و به تعبیر برخی صاحب‌نظران

فرارسیدن بهار مطبوعات مشاهده کرد. به گونه‌ای که اقبال آحاد جامعه از مطبوعات و رسیدن تیراژ مطبوعات به بیش از دو میلیون نسخه، در مقطعی، تأییدی بر این مدعاست. البته نباید نقش تکنولوژی و رشد سریع اینترنت را نادیده گرفت که با بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی اولیه، توانست نقش موثری در شکل دادن به یک جامعه‌ی مدنی قوی و نوپا داشته باشد. وی با برداشتی که از دولت داشت، تمام تلاشش را برای تاسیس نهادهای مدنی و شکل‌گیری احزاب و توسعه‌ی سیاسی (در قالب آزادی رسانه‌ها و آزادی بیان) کرد. او به دولت پاسخ‌گو می‌اندیشید؛ اما روند امور نشان داد که پاسخ‌گویی صرفاً در اختیار دولت نیست و دولت مقتدر یکی از الزامات دولت پاسخ‌گو است. وی سعی داشت با گسترده‌تر کردن حوزه‌ی عمومی، راه دموکراسی را هموار کند. او غافل از این بود که بهتر آن است که به جای الگوبرداری از جوامع باز، حرکت از جامعه‌ی شکننده به جامعه‌ی بالغ صورت گیرد. معیار تمایز این دو جامعه‌ی شکننده و بالغ، حفظ امنیت و پرهیز از آشوب و خشونت است. اما حوادث و جریان‌های رخ داده در دولت اصلاحات چیز دیگری را نشان داد. دولت اصلاحات نتوانست جامعه‌ی بالغ را طراحی کند. جامعه‌ای که امنیت آن به راحتی توسط جناح و گروه‌های مخالف دچار آسیب و تلاطم نشود. از همین جامعه‌ی شکننده دولت اصول‌گرایی سر کار آمد که در صدد نفی دولت‌های قبلی برآمد و منتقدین را متهم به گمراه کردن جامعه با ابزار آزادی بیان کرد. هم‌زمان شدن گسترش شبکه‌های اجتماعی و تأثیر بسیار گسترده‌ی این شبکه‌ها در افکار عمومی جامعه، و در عین حال فقدان سیاست‌های رسانه‌ای منسجم در خصوص شبکه‌های اجتماعی، نوعی سردرگمی پیش آورد که به ابزار مناسبی برای ابراز مخالفت دولت اصول‌گرا با منتقدین تبدیل شد. این دولت با اتخاذ رویکرد مسدودسازی و فیلترینگ، باعث ایجاد شکاف بین جامعه‌ی مدنی و دولت شد و شکنندگی جامعه تداوم یافت. چرا که اگر میان حکومت مداخله‌گر و جامعه‌ی مدنی منتقد شکاف افتد، فضای عمومی به مفهوم هابرماسی آن تخریب می‌شود.

طبق نظریه‌ی میگدال، دولت اصول‌گرا دولتی ضعیف در برابر جامعه‌ای قوی (اما نوپا و شکننده) بود. زیرا این دولت در برابر ساختار شبکه‌ای جامعه، توان بسیج و سازماندهی را ندارد و ناگزیر، از اجرائی و عملیاتی کردن برنامه‌های خود عقب‌نشینی می‌کند. در واقع می‌توان گفت با رشد کمی و کیفی مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی، پوسته‌ی جامعه سخت و غیرقابل نفوذ شده است. در این شرایط می‌تواند اتفاق‌های ناخوشایندی رخ دهد که نه به نفع دولت و ملت باشد و نه به نفع جریان آزاد اطلاعات. در این وضعیت دولت‌ها برای اجرای تصمیمات خود به نهادهای سخت و کارآمدی همچون نظامیان و دستگاه‌های امنیتی و انجمن‌های دولت‌ساخته

پناه خواهند برد؛ که این به معنای اعمال ناخواسته تکنولوژی‌های انضباطی و امنیتی (از جمله مسدودسازی و فیلترینگ، راه‌اندازی ارتش سایبری، افزایش نهادهای ناظر و ...) است. با توجه به این که اجرای سیاست در یک توالی زمانی صورت می‌گیرد و طی ۱۶ سال عملکرد دولت‌ها چرخش‌های متفاوتی داشته است، به تعبیر برخی صاحب‌نظران، شاهد یک روند پاندولی هستیم. البته این مسئله به سیاست‌ها و جهان‌بینی‌های کاملاً متفاوت و بعضاً متضاد در هر دو دوره مربوط می‌شود. بدین گونه که مثلاً اگر سرمقاله‌های دوره‌ی اصولگرایی به دست یافتن به انرژی صلح‌آمیز هسته‌ای تأکید فراوانی می‌شود، در سرمقاله‌های دوره‌ی اصلاحات چنین چیزی مشاهده نمی‌شود. این گسست و عدم تداوم در سیاست‌های رسانه‌ای نه تنها به تداوم شکل‌گیری جامعه‌ی قوی منجر نمی‌شود، بلکه منجر به هدر رفتن منابع، زمان و انرژی می‌شود که از این خصلت جامعه به عنوان «جامعه‌ی کوتاه‌مدت» یاد می‌شود. باید به این نکته‌ی مهم توجه داشت که اگر چه رویکرد دولت‌های اصلاحات و اصولگرا در باب رسانه (مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی) متفاوت بوده است، ولی خط سیر حرکت برای اجرای سیاست‌های رسانه‌ای نظام جمهوری اسلامی ایران، حول یک محور با رویکرد نهادی و دولت‌محوری و وابسته‌ی به مسیر ترسیم گردیده است و فقط تفاوت را می‌توان در رویکرد این دو دولت به آهنگ‌های متناوب و متفاوت در این زمینه دید که برخی محصول تفکر و برخی محصول شرایط اجتماعی و سیاسی است. در این راستا، شعار توسعه‌ی سیاسی به مثابه‌ی گامی برای تولید (در دولت اصلاحات) و عدالت به مثابه‌ی گامی برای توزیع (در دولت اصولگرا) در عرصه‌ی رسانه‌ای می‌تواند تفسیر گردد و گواه این موضوعات را می‌توان رشد کمی و گسترش آن در شهرستان‌ها و ... ذکر کرد.

پیشنهاد‌های پژوهشی و اجرایی

صاحب‌نظران معتقدند جهان امروز در پیچ تاریخی است که مهم‌ترین پیشران‌های این پیچ، فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، به عنوان یک تکنولوژی تحول‌آفرین، و پیدایش زیست‌بوم فضای رسانه‌ای است. بنابراین، برای دستیابی به زیست‌بوم منطبق با این شرایط، پیشنهادات پژوهشی ذیل ارائه می‌گردد:

- سیاست‌های رسانه‌ای و عملکرد دولت‌های بررسی‌شده با عملکرد و برنامه‌های دولت یازدهم و دوازدهم (دولت اعتدال) تطبیق و نقاط قوت و ضعف آن‌ها مشخص گردد.

- میزان اقبال جامعه نسبت به سیاست‌های رسانه‌ای نظام جمهوری اسلامی ایران، به ویژه شبکه‌های اجتماعی (فیلترینگ و مسدودسازی، جایگزینی و ...) بررسی و ضمن تعیین تبعات هر کدام از این سیاست‌ها، راهکارهای مناسب ارائه گردد.
- پژوهش جامعی در خصوص میزان پراکندگی یا تمرکز سیاست‌های اعمالی صورت گرفته و با رویکرد آینده‌پژوهی، راهبردهای کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت ارائه گردد.
- نقاط قوت و ضعف سیاست‌های رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران بررسی و تاثیر این سیاست‌ها در عرصه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی و فرهنگی مشخص شود.
- جهت ترسیم مدل جامعی از میزان مداخله‌ی دولت در نظام رسانه‌ای، پژوهشی با عنوان بررسی تطبیقی نظام رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران و کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته صورت گیرد.
- در راستای قانونمندی فضای مجازی و مطبوعاتی، ضمن هماهنگ کردن شبکه‌ی یکپارچه‌ی سیاست‌گذاری رسانه‌ای در کشور، نسبت به تعریف صریح و دقیق نقش و جایگاه نهادهای سیاست‌گذار، مجری و ناظر و همچنین تعیین سطوح تصمیم‌گیری و تفکیک نقش هر کدام از آنان اقدام و در جهت توجه به حکمرانی الکترونیکی و برخورد قانونی، و نه سلیقه‌ای، با آسیب‌های ناشی از فضای مجازی حرکت شود. تهیه و ارائه‌ی بیانیه ارزش و مسیر حرکت جمهوری اسلامی ایران برای رسانه، گام موثری در این راستا تلقی می‌شود.
- برای ارائه‌ی تفسیری واحد از سیاست‌های رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران، نهادی به عنوان مفسر سیاست‌ها (متشکل از سیاست‌گذاران، مجریان و ناظران و نیز صاحب‌نظران) تعیین گردد. به گونه‌ای که با تغییر دولت‌ها برداشت‌های متفاوت و گاه متناقض از این سیاست‌ها، منجر به تشتت و پراکندگی نشود.
- دولت بجای تصدی‌گری در نظام رسانه‌ای کشور باید در راستای تنظیم‌گری و تسهیل‌گری گام بردارد؛ چرا که در نظام حکمرانی نوین، تنظیم‌گری فراتر از مفهوم اقتصادی و شامل انواع مداخلات دولت به منظور تحقق اهداف حاکمیت، تأمین منافع عمومی در ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی و اقتصاد سیاسی کاربرد دارد. بنابراین، باید در زمینه‌ی تقویت بخش خصوصی در عرصه‌ی راه‌اندازی رسانه اعم از مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی اقدام شود.
- صاحب‌نظران عرصه‌ی رسانه معتقدند علت عمده‌ی عدم رغبت مخاطبان مطبوعات و کاهش شمارگان آن‌ها، بیشتر فناورانه و اقتصادی است. این امر به معنای جبرگرایی فناورانه بوده دولت‌ها باید در راستای تنظیم‌گری در این خصوص تدبیر نمایند و در کنار توجه به

مطبوعات، اقبال مردم به شبکه‌های اجتماعی را به عنوان یک حقیقت پذیرفته و در راستای ارتقای سطح سواد رسانه‌ای جامعه اقدامات موثری صورت گیرد.

- شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به عنوان ابزاری برای بسط آرمان‌های نظام جمهوری اسلامی ایران در عرصه‌های منطقه‌ای و بین‌الملل قلمداد شده و در جهت شفاف‌سازی اطلاعات، ترویج فرهنگ ملی، و تقویت فرهنگ بومی (سبک زندگی اسلامی ایرانی)، برقراری ارتباط با مخاطبان کشورهای دوست و همسایه مورد بهره برداری قرار گیرد.

منابع و مأخذ

- اردستانی، حسین. (۱۳۸۲). عوامل موثر در شکل‌گیری نظریه‌ی سیاسی خاتمی، رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی، شماره ۷.
- بشیریه، حسین. (۱۳۷۸). جامعه مدنی و توسعه سیاسی در ایران، تهران: انتشارات علوم نوین، ۷۲-۷۱.
- رسولی ثانی آبادی، الهام. (۱۳۹۰). هویت انقلابی-اسلامی نظام جمهوری اسلامی ایران در گفتمان‌های مختلف سیاست خارجی، مجله سیاست خارجی، شماره ۹۶، ۴۸-۲۹.
- روشندل اربطانی، طاهر، (۱۳۹۴)، پژوهشی بنیادین در حوزه مفاهیم نظری سیاستگذاری رسانه‌ای، مجله مدیریت دولتی، دوره ۷، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۴، صص ۴۸۱-۵۰۴.
- سیدمن، استیون (۱۳۸۶)، کشاکش آرا در جامعه‌شناسی، هادی جلیلی، تهران، نشر نی.
- صدیق سروستانی، رحمت‌الله و زائری، قاسم. (۱۳۸۹). بررسی گفتمان‌های فرهنگی پساانقلابی و روندهای چهارگانه موثر بر سیاست فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران، مجله پژوهشنامه، شماره ۹، ۳۸-۵۴.
- عابدی اردکانی، محمد. (۱۳۹۳). توسعه‌نیافتگی سیاسی از منظر فرهنگ سیاسی نخبگان در ایران (۱۳۶۸-۱۳۸۴)، پژوهشنامه علوم سیاسی، چهارم، شماره نهم، پاییز، صص ۱۶۹-۱۳۳.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۱)، مطالعات جهانی شدن؛ دو جهانی شدن‌ها و دوفضایی شدن‌ها، تهران، نشر سمت.
- فوزی یحیی (۱۳۹۵)، چارچوبی برای بررسی عوامل موثر بر عملکرد دولت در جمهوری اسلامی ایران، رهیافت انقلاب اسلامی، دوره ۱۰، شماره ۳۴، صص ۲۵-۴۶.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۶)، جامعه‌شناسی، منوچهر صبوری، تهران، نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)، چشم‌اندازهای جهانی، ترجمه محمدرضا جلایی‌پور، طرح نو.
- لیندلف، تامس آر؛ تیلور، برایان سی. (۱۳۸۸). روش‌های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات، ترجمه: عبدالله گیویان، تهران: انتشارات همشهری.
- مارش دیوید و استوکر، جری (۱۳۸۴)، روش و نظریه در علوم سیاسی ترجمه: امیرمحمد حاجی یوسفی، نشر پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- معینی علمداری، جهانگیر (۱۳۸۵)، روش‌شناسی و نظریه‌های جدید در سیاست، تهران، نشر دانشگاه تهران.
- مولانا، حمید. (۱۳۸۷). جامعه مدنی؛ تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- وبر، ماکس (۱۳۸۲)، روش‌شناسی علوم اجتماعی، حسین جاووشیان، انتشارات مرکز چاپ اول.
- Barker, E. (1915). The Discredited State, Political Quarterly, No.5.
- Freedman, D. (2010). Media Policy Silences: The Hidden Face of Communications Decision Making. International Journal of Press/Politics, 15(3): 344-361.

- Howard, T. (2009). Media power, professionals and policies, sage publications.
- McChesney, R. W. (2003). Theses on media deregulation. Media Culture & Society, 25(1): 125-133.
- McQuail, D. (2009). Mass communication theory, London: sage.
- Migdal, Joel, S. (1988). Strong Societies and weak states; state – society Relationship and state capabilities in the third world (princeton university press).
- Napoli, P.M. & Seaton, M. (2007). Necessary Knowledge for Communications Policy: Information Asymmetries and Commercial Data Access and Usage in the Policymaking Process. Federal Communications Law Journal, 59(2): 295-330.
- Smith, P. (2011). The Politics of Television Policy: the introduction of digital television in Great Britain, Lewiston, USA / Queenston, Canada / Lampeter, UK, The Edwin Mellen Press
- Turow, J. (2009). Media Today, An Introduction to Mass Communication, 3rd Edition, Routledge publication