

تحولات سیاست‌گذاری فرهنگی شبکه‌های اجتماعی مجازی در جمهوری اسلامی ایران: مورد مطالعه تحلیل اسناد بالادستی (۱۳۷۰-۱۳۹۶)

میشم فرخی^۱، مهدی نادری‌نژاد^۲

چکیده

در این مقاله محقق در راستای پاسخ به تحولات سیاست‌گذاری فرهنگی شبکه‌های اجتماعی مجازی در جمهوری اسلامی ایران، اسناد بالادستی کشور در بازه زمانی ۱۳۷۰ تا ۱۳۹۶ را مورد تحلیل و ارزیابی قرار داده است. جهت‌گیری اصلی این پژوهش کاربردی و هدف آن اکتشافی است که با استفاده از روش اسنادی، اطلاعات مورد نیاز تحقیق جمع‌آوری شده و تحلیل تماتیک (مضمون) صورت گرفته است. نتایج سیاست پژوهی مذکور حاکی از آن است که پنج محور سیاستی در این حوزه شامل بهره‌گیری از فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی و توسعه محتوا و خدمات کارآمد، «توسعه جامعه شبکه‌ای»، «حفظ امنیت و هویت فرهنگی ایرانی - اسلامی»، «رویکرد حمایتی نسبت به ظرفیت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری شبکه‌های اجتماعی داخلی» و «مدیریت راهبردی شبکه‌های اجتماعی» حائز اهمیت است. دهه هفتاد را می‌توان نمود دیدگاه دولتی دانست؛ چرا که شرایط بعد از جنگ اقتضا می‌کرد تا ویرانی‌های جنگ ترمیم یابد. رویکرد دولت در دهه هشتاد و نود، دیدگاه این است که در راستای نگاه ارتباطی، مردم را در این حوزه مشارکت دهد که مردم با تشکیل فضاهای عمومی به تبادل نظر و ایده با هم پردازند. همچنین در این راستا اسنادی مانند سیاست‌های کلی شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای، سند راهبردی نظام جامع فناوری اطلاعات کشور، سند راهبردی امنیت فضای تولید و تبادل اطلاعات کشور، نقشه مهندسی فرهنگی کشور، وظایف شورای عالی فضای مجازی در حکم نصب اعضای جدید توسط رهبری بیشترین و مهم‌ترین بندهای سیاستی مرتبط با مسأله شبکه‌های اجتماعی مجازی را به خود اختصاص دادند.

واژه‌های کلیدی

شبکه‌های اجتماعی مجازی، سیاست‌گذاری عمومی، سیاست‌گذاری فرهنگی، جمهوری اسلامی ایران

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۳/۲۰

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۴/۱۷

mfarokhi65@gmail.com

۱. استادیار گروه مطالعات فرهنگی دانشکده رفاه تهران (نویسنده مسئول)

mahdinaderinejad62@gmail.com

۲. کارشناسی ارشد تبلیغ و ارتباطات فرهنگی دانشگاه سوره

مقدمه

شیوه‌های سیاست‌گذاری در خصوص «شبکه‌های اجتماعی جدید» از بیش یک دهه گذشته، برای سیاست‌گذاران فضای مجازی در ایران، مسئله‌ای چالش برانگیز بوده است (بصیریان و خانیکی، ۱۳۹۳: ۲). از دیرباز محققان با این واقعیت روبه‌رو شده‌اند که تأثیر دنیای مجازی و ارتباطات (آسان و کم‌هزینه ولی پرسود آن) بر حوزه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به‌ویژه روابط و هنجارهای اجتماعی انکارنشده است. این مطلب ضرورت توجه به ابعاد مختلف رسانه‌ها و ابزار جدید فناوری را دوچندان می‌کند. از سوی دیگر برنامه‌ریزی شیوه تعامل با تأثیرات فرهنگی و اجتماعی رسانه‌های دیجیتال و فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات، متناسب با ارزش‌ها و اهداف ملی و دینی، سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی ارزشمند کشور و با توجه به الگوهای برآمده از جمهوری اسلامی ایران که در قالب الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت یاد می‌شوند، اهمیتی دوچندان می‌یابد.

با توجه به روند رشد فناوری‌ها و رسانه‌های نوین، هم‌زمان ترکیبی از فرصت‌ها و تهدیدها وجود دارد که در قالب انتقال محتوا و پیام، زمینه‌ساز تحولات فرهنگی و اجتماعی بسیاری شده است. شبکه‌های اجتماعی، نسل جدیدی از وب‌سایت‌ها هستند که این روزها در کانون توجه کاربران شبکه جهانی اینترنت با تنوع فراوان قرار گرفته است. این‌گونه سایت‌ها بر مبنای تشکیل اجتماعات آنلاین فعالیت کرده و هرکدام دسته‌ای از کاربران اینترنتی با ویژگی خاصی را گرد هم می‌آورند. بدیهی است که کشورهای مختلف برای حاکمیت خود بر عرصه فضای مجازی ملی خود - به صورت حداقلی - اقدام به سیاست‌گذاری‌هایی فناورانه، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی کرده و در آینده در حوزه‌های گوناگون برای مسائل مختلف مرتبط با فضای مجازی این سیاست‌گذاری‌ها را انجام خواهند داد (هاشمی و همایون، ۱۳۹۶: ۲۳).

از طرف دیگر یکی از واقعیت‌ها که فرهنگ و رسانه‌های جدید را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد قدرت سیاسی یا حکومت است؛ هرچند عواملی چون رفاه مادی، عدالت اجتماعی، دین و مذهب، شرایط تاریخی و ... در رشد و تعالی هر جامعه یا رکود و واپس ماندگی آن نقش دارد. به عبارت دیگر «امروزه گذشته از حرکت طبیعی و خودجوش موجود در حیات فرهنگی بخش وسیعی از تلاش‌ها و فعالیت‌های فرهنگی براساس برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های حکومت و بازوی اجرایی آن «دولت» صورت می‌گیرد» (وحید، ۱۳۸۲: ۱۵۲). «دولت‌ها هم به لحاظ تبلیغ آرمان‌ها و هدف‌های ایدئولوژی رسمی و هم به لحاظ ضرورت دست یافتن به هدف‌ها و مقاصد

سیاسی خویش و هم بنا به کارکردهای جدیدی که پیدا کرده‌اند و انتظاراتی که در دوران حاضر به وجود آورده‌اند، برنامه‌ریزی، اجرا، کنترل و نظارت بر فعالیت‌های فرهنگی بر عهده می‌گیرند و در این جهت نقش و مسئولیتی آگاهانه می‌پذیرند و در مجموع تأثیر چشمگیر ایجاد می‌کنند» (همایون و فروزان، ۱۳۸۸: ۶۴).

در این زمینه از جمله پژوهش‌های انجام شده می‌توان به امیر انتخابی و دیگران (۱۳۹۶) اشاره کرد. در این مقاله با عنوان «شناسایی نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای سیاست‌گذاری فرهنگی رسانه‌ها در ایران» مطلبی و دیگران (۱۳۹۶) اشاره کرد. در این مقاله با عنوان «سیاست‌گذاری فرهنگی و رسانه‌های اجتماعی جدید در جمهوری اسلامی؛ چالش‌ها و راهکارها» محقق با استفاده از مصاحبه و پرسشنامه نشان می‌دهد که افزایش سطح سواد رسانه‌ای به عنوان مهم‌ترین نقطه قوت، دخالت مستقیم دولت به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف، افزایش سریع شبکه‌های اجتماعی به عنوان مهم‌ترین فرصت و عدم حضور جدی رسانه‌ای ایران در سطوح بین‌المللی به عنوان مهم‌ترین تهدید سیاست‌گذاری فرهنگی رسانه‌ها در ایران است. یا خانیکی و بصیریان جهرمی (۱۳۹۳) در مقاله خود با عنوان «سیاست‌گذاری ایرانی و سیاست‌گذاری رسانه‌های اجتماعی» با استفاده از روش مصاحبه با ۲۰ سیاست‌گذار مرتبط در کشور به این نتیجه رسیدند که نوع نگاه سیاست‌گذاران به رسانه‌های اجتماعی در ایران، با نحوه استفاده کاربران از آن، لزوماً در تعارض نیست، اما ناکارآمدی ساختارهای موجود، جدی نگرفتن ابزارهای قانونی و مدیریتی و نیز پراکندگی شیوه‌های تصمیم‌گیری، چالش‌های فراوانی را برای سیاست‌گذاری رسانه‌های اجتماعی به دنبال داشته که همگرایی و تجانس میان نهادهای تصمیم‌ساز را بسیار دشوار ساخته است. همچنین مطلبی و دیگران (۱۳۹۶) در مقاله خود با عنوان «سیاست‌گذاری فرهنگی و رسانه‌های اجتماعی جدید در جمهوری اسلامی ایران: چالش‌ها و راهکارها» با استفاده از مطالعه کتابخانه‌ای به عدم توفیق برنامه‌ریزان فرهنگی در سیاست‌گذاری فرهنگی مناسب و تأثیرگذاری برای رسانه‌های اجتماعی اشاره کرده است و بر این موضوع که سیاست‌گذاری فرهنگی باید جهت مواجهه فعالانه و خردمندانه با حوزه رسانه‌های اجتماعی به فهم روز آمد و واقع‌بینانه از فضای مجازی نائل شوند و سازوکارهای آنها می‌بایست متناسب با فضای جدید طراحی شود.

در این مقاله محقق در پاسخ به این سؤال که تحولات سیاست‌گذاری فرهنگی شبکه‌های اجتماعی مجازی در جمهوری اسلامی ایران به چه صورت می‌باشد؟ تلاش نموده با توجه به

رویکرد سیاست‌گذاری فرهنگی اسناد بالادستی جمهوری اسلامی ایران را مورد تحلیل و ارزیابی قرار دهد.

مبانی نظری

سیاست‌گذاری عمومی^۱؛ تعاریف متعدد از سیاست‌گذاری عمومی ارائه شده است. پیر مولر^۲ آن را دولت در عمل تعریف می‌کند (مولر، ۱۳۷۸: ۱۳). براساس تعریف «فیلیپ برود» استاد علوم سیاسی دانشگاه سوربن «سیاست‌گذاری‌های عمومی، تجلی اراده حکومت در عمل (یا خودداری از عمل) است و آنها را می‌توان به عنوان مجموعه‌هایی ساختاری و مرتبط متشکل از مقاصد، تصمیمات و اعمال در نظر گرفت که قابل نسبت به اقتدار عمومی در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی هستند» (Braud, 1998 به نقل از وحید، ۱۳۸۰: ۱۸۶) یا از منظر الوانی «سیاست عمومی نیز عبارت است از تصمیمات و سیاست‌هایی که به واسطه مراجع مختلف بخش عمومی از قبیل مجلس، دولت و قوه قضائیه که حافظان منافع عمومی در جامعه می‌باشند، اتخاذ می‌گردد. دولت در مفهوم کلی آن، نهاد قانونی برای خطامشی‌گذاری عمومی است و به‌صورت مختلف مانند وضع قوانین، ضابطه‌ها و مقررات به تعیین خطامشی عمومی می‌پردازد» (الوانی و شریف‌زاده: ۱۳۸۸: ۳).

آنچه به عنوان برآیند تعاریف مطرح شده تلقی می‌شود اینکه سیاست‌گذاری یا به عبارتی دقیق‌تر سیاست‌گذاری عمومی، مجموعه‌ای از کنش‌ها و فعالیت‌های دولت در پاسخ به مسائل اجتماعی است. مسائل اجتماعی نیز در این تعریف، دایره‌ای از موقعیت‌های عمومی هستند که در وضعیت موجود، قابل قبول نبوده و برای حل شدن نیازمند مداخله می‌باشند. مواردی همچون تخریب محیط زیست، امنیت محیط کار، دستیابی به بهداشت و خدمات بهداشتی، حفظ حقوق شهروندان، تأمین امنیت عمومی و مواردی از این دست در این دایره جای می‌گیرند. اصطلاح سیاست‌گذاری عمومی در مقابل سیاست‌های شخصی و غیرعمومی قرار می‌گیرد که به فعالیت‌های افراد یا گروه‌ها در راستای مسائل شخصی باز می‌گردد (ملک‌محمدی، ۱۳۸۵: ۱۷۷-۱۷۶).

1. Public Policy
2. Pierre Muller

سیاست‌گذاری فرهنگی^۱؛ از آنجا که هیچ وفاقی درباره مفهوم بی‌حد و حصر «فرهنگ» (Culture) وجود ندارد، بنابراین تعریف دقیق سیاست‌گذاری فرهنگی نمی‌تواند بدون توجه به تعریف فرهنگ صورت گیرد. پس سیاست‌گذاری فرهنگی با تعریف فرهنگ و شناسایی حدود و ثغور آن شکل می‌گیرد به طوری که با تعریف فرهنگ، دامنه و گستردگی سیاست‌ها مشخص می‌شود. در این زمینه اشترینان معتقد است که «تعریف ما از فرهنگ - هر چه باشد - تأثیری در فرایند سیاست‌گذاری ندارد؛ اما آنجا که باید دامنه سیاست‌ها و حوزه عمل دولت و نهادهای عمومی (مثلاً سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران) مشخص شود، قطعاً مشخص شدن تعریف سیاست‌گذاران از فرهنگ ضرورت می‌یابد. این تعریف از سویی اهداف و مقاصد فرهنگی و از سوی دیگر حوزه عمل، ویژگی‌های مدیران و مدیریت فرهنگی و حتی برنامه‌ریزی‌ها را جهت می‌دهد» (اشترینان، ۱۳۹۱: ۲۹-۳۰).

در مجموع می‌توان گفت سیاست‌گذاری فرهنگی شامل اصول و راهبردهای کلی و عملیاتی شده‌ای است که بر نوع عملکرد فرهنگی یک نهاد اجتماعی استیلا دارد. به این اعتبار، منظومه‌ای سامان‌یافته از اهداف نهایی درازمدت و میان‌مدت قابل سنجش و نیز ابزارهای وصول به آن اهداف را در برمی‌گیرد. به عبارت دیگر سیاست‌گذاری فرهنگی، نوعی توافق رسمی و اتفاق نظر مسئولان و متصدیان امور در تشخیص، تعیین و تدوین مهم‌ترین اصول و اولویت‌های لازم و ضروری در فعالیت فرهنگی است و راهنما و دستورالعمل برای مدیران فرهنگی خواهد بود (وحید، ۱۳۸۲: ۵۵ و اصول سیاست فرهنگی ج.۱، ۱۳۷۱: ۲).

شبکه‌های اجتماعی مجازی

شبکه اجتماعی، فرآورده حرکت تکاملی وب در ساخت کاربر محور است. فضایی که در آن ایستایی و محتوایی که سازمان‌ها تولید می‌کردند، جای خود را به پویایی و محتوایی داده که کاربران تولید می‌کنند. (نبی میبیدی و دیگران، ۱۳۹۶: ۸۱-۴۹). شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از وب‌سایت‌های اینترنتی هستند. در این وب‌سایت‌ها، کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به صورت مجازی با هم جمع می‌شوند و جماعت‌های آنلاین را تشکیل می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی، متناسب با نوع موضوع فعالیت‌شان امکانات دیگری را از قبیل خبرخوان‌های اینترنتی، بازی‌های آنلاین، قابلیت آپلود کردن ویدیوها و فایل‌های کامپیوتری و برقراری ارتباط

با سایر رسانه‌های شخصی را نیز در گزینه‌هایشان دارند (امیرپور و گریوانی، ۱۳۹۲). یک شبکه اجتماعی، سایت یا مجموعه سایت‌هایی است که به کاربرانی که علاقه به اشتراک‌گذاری علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود با دیگران دارند، این امکان را می‌دهند که با دوستان قدیمی خود ارتباط برقرار کنند. نیز مکان‌هایی برای تبادل نظر هستند که در آنها افراد عقاید و نظرات خود را با هم به اشتراک می‌گذارند. شبکه‌های اجتماعی به‌طور کلی مکان‌هایی در دنیای مجازی هستند که مردم خود را به‌طور خلاصه معرفی می‌کنند و ارکان برقراری ارتباط بین خود و همفکران‌شان را در زمینه‌های مختلف مورد علاقه فراهم می‌کنند. در واقع شکل جدیدی از برقراری ارتباط و به اشتراک‌گذاری محتوا در اینترنت است. شبکه‌های اجتماعی پایگاه‌های جدیدی هستند که در مرکز توجه کاربران اینترنت قرار گرفته‌اند و هرکدام دسته‌ای از کاربران با ویژگی‌های خاص را گرد هم می‌آورند. شبکه‌های اجتماعی را در ساده‌ترین تقسیم‌بندی می‌توان در دو گروه عمومی و خاص قرار داد. در شبکه‌های اجتماعی عمومی کاربران اینترنتی با انگیزه‌ها و اهداف مختلف حضور دارند و شبکه‌سازی مجازی‌شان را از طریق این وب‌سایت‌ها دنبال می‌کنند، ولی شبکه‌های اجتماعی خاص حول موضوعی ویژه شکل گرفته‌اند و تعداد کاربران‌شان نیز کمتر است (اسلامی، ۱۳۹۴: ۳).

شبکه‌های اجتماعی به‌طور کلی با اهدافی از قبیل سازمان‌دهی انواع گروه‌های اجتماعی مجازی (با تکیه بر اشتراکات مختلف و رسیدن به هدف مشترک اغلب سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در دنیای واقعی)، توسعه مشارکت‌های اجتماعی، به اشتراک گذاشتن علاقه‌مندی‌ها توسط اعضا (از مهم‌ترین کارکردهای شبکه‌های اجتماعی است که بدون آن، شبکه اجتماعی معنا ندارد. کاربران دغدغه‌ها و علایق و دل‌مشغولی‌های خود را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند)، ایجاد محتوا توسط اعضا (برخلاف سایر رسانه‌ها، تعامل و تأثیرگذاری مخاطبان در تولید و انتخاب محتوای دلخواه زیاد است و قدرت انتخاب بیشتری دارند) و تبلیغات هدف‌مند اینترنتی (این سایت‌ها یکی از منابع مهم کسب درآمد هستند. از این طریق که کاربران شبکه‌های اجتماعی علاقه‌مندی‌های خود را در سایت اعلام می‌کنند و شرکت‌های تبلیغاتی با آگاهی از این علاقه‌مندی‌ها برای آنها آگهی می‌فرستند. بسیاری از شرکت‌ها هم خود در شبکه‌های اجتماعی صفحه شخصی دارند و با مشتریان خود و سایر شرکت‌ها ارتباط برقرار می‌کنند) ایجاد می‌شوند (اسلامی، ۱۳۹۴: ۴).

دیدگاه‌های نظری دربارهٔ سیاست‌پذیری یا سیاست‌ناپذیری فرهنگ

این دیدگاه‌ها و گفتمان‌ها که متأثر از تحولات دوران جدید می‌باشند، دارای زیر شاخه‌های متعددی هستند. مهم‌ترین دیدگاه‌ها و گفتمان‌های این دوران، گفتمان‌های دولتی، بازار و ارتباطی هستند که در ادامه به هر یک از این گفتمان‌ها به اختصار پرداخته می‌شود.

دیدگاه دولتی^۱؛ پیشرفت‌های فرهنگی قرن بیستم همانند ظهور چشمگیر فرهنگ توده‌ای، از نزدیک با دولت پیوند دارد. این امر به این شکل رخ داد که دولت‌ها با وارد شدن به حوزهٔ فرهنگ و ایجاد نهادها و سازمان‌های عمومی، فرهنگ را از یک جنبهٔ نخبه‌گرا به جنبه‌ای عمومی تبدیل کردند. در شرایط پیش‌گفته، گفتمانی در اشکال مختلف، حول این ایده شکل گرفت که دولت - ملت باید کل جامعه را اداره، اقتصاد را تنظیم و افراد مناسب پرورش دهد. ایده‌ای که تا همین اواخر رایج بود. بنابراین، گفتمان مذکور هرگز منحصرأ یک توهم سوسیالیستی یا کمونیستی نبود، اندیشه فوق حتی به نحو گسترده‌ای در درون سرمایه‌داری به‌مثابه ابزاری که بتواند بحران‌های جاری نیمه قرن بیستم را برطرف نماید، پذیرفته شده بود. اقتصاددانان کینزی و فوردگرا دخالت دولت در زمینهٔ امور جامعه سرمایه‌داری را مشروعیت و توجیه نمودند. باید در نظر داشت که سیاست فرهنگی مذکور باید در سیر باز مهندسی روح جامعه عمل کند و این سیاست فرهنگی به‌صورت فرض عمومی و مشترک تمام دولت‌ها چه تمامیت طلب و اقتدارگرا، به عمل دولت‌های لیبرال و سوسیالیست تبدیل شده است (گویگان، ۱۳۸۸: ۹۶).

دیدگاه بازار محور^۲؛ این رویکرد که متأثر از اقتصاد سرمایه‌داری است با انتقاد از کنترل دولت و بارانه‌ای شدن حوزهٔ فرهنگ، اصول بازار را تعیین‌کننده نوع کالا و خدمات فرهنگی می‌داند. آنچه که امروز، برنارد میژ^۳ «سرمایه‌داری کردن تولید فرهنگی»^۴ می‌گوید متأثر از این دیدگاه است که مورد استقبال شرکت‌های رسانه‌ای و فرهنگی قرار گرفته است. در این دیدگاه دولت نقش متفاوتی دارد که تد گیلبر^۵ و دیوید آزرین^۶ آن را این‌گونه بیان می‌دارند:

۱. رقابت بین ارائه‌دهندگان خدمات؛ ۲. توانمندسازی شهروندان؛ ۳. تمرکز بر درون داده‌ها و برون داده‌ها؛ ۴. تمرکز بر اهداف سازمانی نه بر قوانین؛ ۵. تمرکز بر انتخاب مصرف‌کننده؛

1. Government Approach
2. Market-Oriented Approach
3. Bernard Miego
4. Capitalization of Cultural Production
5. Ted Gaelber
6. David Osborne

۶. پیشگیری از مسائل قبل از بروز؛ ۷. کسب پول؛ ۸. تمرکز زدایی از اقتدار و مدیریت مشارکتی؛ ۹. تمرکز بر مکانیسم‌های بازار؛ ۱۰. تسریع فعالیت‌های همه بخش‌های عمومی و خصوصی.

دیدگاه ارتباطی^۱

رویکرد ارتباطی بر دو آرمان جامعه مدنی و حوزه عمومی بنا شده است. حوزه عمومی به شرایط مباحثه و نمایندگی اشاره دارد و جامعه مدنی در مقابل مفهوم دولت اما غیرقابل تقلیل به بازار بوده و چیزی بین این دو است. این گفتمان که متأثر از هابرماس است با انتقاد از دو رویکرد گفتمان بازار و دولت، فرهنگ را در این گفتمان‌ها ابزار می‌دانند که یا برای شاخ و برگ دادن به سیستم دولت - ملت است یا اینکه ارزش‌ها را با ارزش مبادله از طریق اعمال اصول بازار بر همه چیز اقتصاد فرهنگ تقلیل داده است. این رویکرد با ارائه اصل حوزه عمومی که براساس عقلانیت ارتباطی است با ارائه سه اصل حقیقت (اجماع بر ماهیت عینی جهان)، توافق بین‌الذهانی (اشتراک در انجام امری که لازم الاجراست) و صمیمیت (احترام متقابل به نظرات یکدیگر) معتقد است که می‌توان امر فرهنگی را با فراهم آوردن فضا و شرایط آن به عموم مردم باز گرداند (گویگان، ۱۳۸۸: ۱۳۳-۱۲۶).

جدول ۱. دیدگاه‌های مطرح در حوزه سیاست‌پذیری یا سیاست‌ناپذیری فرهنگ

شاخص‌ها دیدگاه‌ها	تعریف فرهنگ	بازیگر اصلی سیاست‌گذاری فرهنگی	حیطه دخالت بازیگر اصلی در سیاست‌گذاری فرهنگی
دیدگاه دولتی	تعریف کلان از فرهنگ	دولت	دولت برای ایجاد نظم یا رضایت در مردم و در راستای اهداف ایدئولوژیکی خود از ابزار فرهنگ استفاده می‌کند.
دیدگاه بازار	تعریف خرد از فرهنگ	بازار	بازار به عنوان بستری است که با تعریف قواعد و رویه‌ها، ارزش‌های فرهنگی را مشخص می‌کند. دولت در این نگاه خود نیز به عنوان بازیگری هم سطح با بازیگران دیگر در بازار تعریف می‌شود.
دیدگاه ارتباطی	تعریف کلان از فرهنگ	حوزه عمومی	در این دیدگاه این مردم هستند که با تشکیل فضاهای عمومی به تبادل نظر و ایده با هم می‌پردازند و نوع سیاست فرهنگی و نیز ارزش‌ها را مشخص می‌کنند. در این دیدگاه دولت تنها به عنوان بازیگر هم سطح حوزه عمومی است که می‌تواند تنها دیدگاه خود را مطرح کند.

روش پژوهش

جهت‌گیری اصلی این پژوهش کاربردی و هدف آن اکتشافی است که با استفاده از روش اسنادی، اطلاعات مورد نیاز تحقیق جمع‌آوری شده و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. جامعه هدف این پژوهش را اسناد و مدارک مهم و بالادستی جمهوری اسلامی ایران در حوزه علم و فناوری و شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای و ... تشکیل می‌دهد. اسناد مورد مطالعه در این پژوهش را می‌توان به دو بخش تقسیم کرد. بخش اول مربوط به اسنادی است که در آنها از شبکه‌های اجتماعی یا شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه یاد شده و اشاره مستقیمی بدان صورت گرفته است. در مقابل بخش دوم شامل اسنادی است که در آنها به اسناد سیاستی بالادستی جمهوری اسلامی ایران که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفتند^۱ عبارت است از: ۱. سیاست‌های کلی نظام (مصوب مجمع تشخیص مصلحت نظام)؛ ۲. لوایح دولت؛ ۳. آئین‌نامه‌های دولت (مصوبات هیأت وزیران)؛ ۴. مصوبات و آئین‌نامه‌های داخلی مجلس؛ ۵. شورای عالی انقلاب فرهنگی؛ ۵. شورای عالی فضای مجازی؛ ۶. برنامه‌های توسعه (اول تا ششم).

در این راستا برای انجام تحلیل تماتیک ابتدا محورهای استخراجی مطرح شده و ذیل هر محور، جدول مربوط به همه بندهای ناظر به مسأله مذکور (شبکه‌های اجتماعی جدید) به صورت مبسوط توضیح داده شده است. شایان ذکر است جداول سیاستی شامل سه حوزه و محور است: ۱. محتوای (متن) سیاست: شامل بند یا ماده سیاستی ناظر به مسأله مرتبط به آن است؛ ۲. تحلیل سیاست: جان‌مایه و عصاره‌بند یا ماده سیاستی ناظر به مسأله ذیل آن می‌باشد؛ ۳. نام سند سیاستی: شامل سندی است که بند یا ماده سیاستی ناظر به مسأله مرتبط به آن، از این سند اخذ و استخراج شده است.

یافته‌های پژوهش

محور اول: بهره‌گیری از فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی و توسعه محتوا و خدمات کارآمد
این حوزه مربوط به سیاست‌هایی می‌شود که ناظر به بهره‌گیری از فرصت‌های فضای مجازی و توسعه محتوا و خدمات کارآمد در این عرصه منطبق بر ارزش‌ها و فرهنگ ایرانی - اسلامی و در راستای ترویج این ارزش‌ها و تقویت هویت ایرانی اسلامی است. در این زمینه به برخی از

۱. در زمینه بررسی اسناد بالادستی مرتبط از سامانه ملی قوانین و مقررات کشور (<http://www.dotic.ir>) استفاده شده است که در این راستا همه قوانین، آئین‌نامه‌ها، طرح‌ها و لوایح از سال ۱۳۷۰ تا ۱۳۹۶ مورد بررسی قرار گرفته است.

برنامه‌های تکفا، برنامه توسعه و کاربری فناوری ارتباطات و اطلاعات، بند نهم و دهم نقشه مهندسی کشور، بند اول اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، حکم نصب اعضای جدید شورای فضای مجازی از سوی مقام معظم رهبری (۱۳۹۴) بند نهم از وظایف شورا می‌توان اشاره کرد.

جدول ۱. محور اول: بهره‌گیری از فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی و توسعه محتوا و خدمات کارآمد در این عرصه منطبق بر ارزش‌ها و فرهنگ ایرانی - اسلامی

نام سند سیاستی	تحلیل سیاست	محتوای سیاست
برنامه توسعه و کاربری فناوری ارتباطات و اطلاعات (۱۳۸۲)	با سیاست‌گذاری واقعی و درست می‌توان به اهداف مذکور دست پیدا کرد.	- آرشيو دیجیتال محتوای فرهنگی و هنری کشور - ایجاد مسجد نت - توسعه خط و زبان در محیط رایانه‌ای - حمایت از تهیه و تامین محتوای الکتريکی فرهنگی - اسلامی
سیاست‌های کلی برنامه پنجم توسعه (۱۳۸۷)		استفاده بهینه از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی برای تحقق اهداف نظام
نقشه مهندسی کشور (۱۳۹۱) راهبرد کلان دهم راهبردهای ملی بند نهم	بر این اساس، فناوری اطلاعات و ارتباطات که اینترنت از مهم‌ترین مصادیق آن است در صورتی که	ایجاد، گسترش، ساماندهی، هدایت و استفاده بهینه از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی در تولید و مبادله محتوا و پیام‌ها و بسیج اقشار مختلف مردم براساس نقشه مهندسی فرهنگی در سطوح ملی و فراملی با تأکید بر منطقه و جهان اسلام
نقشه مهندسی کشور (۱۳۹۱) راهبرد کلان دهم راهبردهای ملی بند بیستم	بتوان به شکلی بهینه از آن استفاده کرد ابزاری برای تحقق	ایجاد و گسترش شبکه‌های مجازی ملی و بین‌المللی با محوریت موضوعات و ارزش‌های اسلام ناب در فضای مجازی
سیاست‌های کلی «شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای» ۱۳۷۷/۷/۱۱	اهداف فرهنگی نظام است.	حضور فعال و اثرگذار در شبکه‌های جهانی و حمایت از بخش‌های دولتی و غیردولتی در زمینه تولید و عرضه اطلاعات و خدمات ضروری و مفید با تأکید بر ترویج فرهنگ و اندیشه اسلامی.
اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران ۱۳۷۰/۱۲/۱۳	کامیابی در این موضوع منوط به سیاست‌گذاری درست درباره شبکه‌های اجتماعی است.	بازشناسی و ارزیابی موارث و سنن تاریخی و ملی در عرصه‌های مختلف دینی، علمی، ادبی و هنری و فرهنگ عمومی و نگاه‌بانی از مآثر و موارث اسلامی و ملی و حفظ و احیای دستاوردهای مثبت و ارزشمند تمدن اسلام در ایران
حکم نصب اعضای جدید شورای فضای مجازی از سوی مقام معظم رهبری (۱۳۹۴) بند نهم از وظایف شورا	این سیاست را می‌توان با گسترش شبکه‌های اجتماعی بومی محقق ساخت.	توسعه محتوا و خدمات کارآمد و رقابتی منطبق بر ارزش‌ها و فرهنگ اسلامی - ایرانی در تمام قلمروهای مورد نیاز

محور دوم: توسعه جامعه شبکه‌ای

این محور مربوط به سیاست‌هایی می‌شود که بر توسعه جامعه شبکه‌ای و تسهیل دسترسی آحاد مردم به خدمات شبکه و ایجاد فرصت‌های برابر و عادلانه در برخورداری از امکانات فاوا برای همه شهروندان تأکید دارند. در این زمینه می‌توان به بندهای از سیاست‌های کلی «شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای»، سند راهبردی نظام جامع فناوری اطلاعات کشور بیانیه ارزش‌ها بند دوم، سیاست‌های کلی «علم و فناوری» اشاره نمود.

جدول ۲. محور دوم: توسعه جامعه شبکه‌ای

نام سند سیاستی	تحلیل سیاست	محتوای سیاست
سیاست‌های کلی «شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای» ۱۳۷۷/۷/۱۱	اگر شبکه‌های اجتماعی داخلی گسترش یابد سیاست‌گذاری در این محور به اشکال مختلف دسترسی و بهره‌برداری بسیار آسان خواهد شد.	ایجاد و تقویت نظام حقوقی و قضایی متناسب با توسعه شبکه‌های اطلاع‌رسانی به‌ویژه در جهت مقابله کارآمد با جرائم سازمان‌یافته الکترونیکی.
سند راهبردی نظام جامع فناوری اطلاعات کشور (۱۳۸۷/۲/۸) بیانیه ارزش‌ها بند دوم	عدالت شبکه‌ای می‌تواند باعث عدالت اجتماعی و شفافیت در اطلاع‌رسانی شود.	گسترش عدالت اجتماعی و اطلاع‌رسانی شفاف
سیاست‌های کلی «شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای» ۱۳۷۷/۷/۱۱	لحاظ نیاز متقاضیان و با رعایت اولویت‌ها و مصالح ملی در جهت توسعه کمی و کیفی شبکه اطلاع‌رسانی ملی	توسعه کمی و کیفی شبکه اطلاع‌رسانی ملی و تأمین سطوح و انواع مختلف خدمات و امکانات این شبکه برای کلیه متقاضیان به تناسب نیاز آنان و با رعایت اولویت‌ها و مصالح ملی.
سند راهبردی نظام جامع فناوری اطلاعات کشور (۱۳۸۷/۲/۸) حوزه راهبردی شهروندان ایرانی	مثلاً با ایجاد سامانه‌های یکپارچه آموزشی در این شبکه، هم می‌توان افزایش آگاهی عمومی و سواد دیجیتالی کاربران کمک کرد و هم فرصتی برابر و عادلانه برای همه شهروندان در سراسر کشور ایجاد کرد.	فراهم کردن فرصت‌های برابر، عادلانه و امن فناوری اطلاعات برای همه شهروندان

ادامه جدول ۲. محور دوم: توسعه جامعه شبکه‌ای

نام سند سیاستی	تحلیل سیاست	محتوای سیاست
سیاست‌های کلی «علم و فناوری» (۱۳۹۳/۶/۲۹)	این مهم از طریق سیاست گذاری در زمینه توسعه جامعه شبکه‌ای و گسترش شبکه‌های اطلاع رسانی و اجتماعی محقق می‌شود.	توزیع عادلانه فرصت‌ها و امکانات تحصیل و تحقیق در آموزش عالی در سراسر کشور.
سیاست‌های کلی «علم و فناوری» (۱۳۹۳/۶/۲۹)		توسعه و تقویت شبکه‌های ارتباطات ملی و فراملی میان دانشگاه‌ها، مراکز علمی، دانشمندان و پژوهشگران و بنگاه‌های توسعه فناوری و نوآوری داخلی و خارجی و گسترش همکاری‌ها در سطوح دولتی و نهادهای مردمی با اولویت کشورهای اسلامی.
سند راهبردی جامعه اطلاعاتی ایران - حوزه راهبردی توسعه جامعه شبکه‌ای	در اینجا هم بر افزایش سطح و میزان استفاده از فناوری اطلاعات در زندگی روزمره و هم بر اهمیت محتوا در راستای تقویت هویت اسلامی - ایرانی و توسعه اجتماعی فرهنگی و سیاسی جامعه تأکید شده است.	تدوین راهبردها و راهکارهایی که به افزایش آمادگی جامعه برای حضور در دنیای شبکه‌ای بینجامد. این راهبردها باید بتواند به افزایش میزان استفاده برخط از فناوری اطلاعات به وسیله آحاد جامعه کمک کرده و ضمن افزایش میزان تولید و استفاده از محتوای فارسی، به افزایش میزان استفاده از فناوری اطلاعات در زندگی روزمره شهروندان و بکارگیری آن در محیط کار سازمان‌های دولتی و خصوصی کمک کند. علاوه بر این، این راهبردها باید بتواند به توسعه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، جامعه کمک کرده و هویت اسلامی - ایرانی را تقویت کرده و عدالت و ارزش‌های دیگر را در جامعه رشد و توسعه دهد.

محور سوم: حفظ امنیت و هویت فرهنگی ایرانی - اسلامی

در این حوزه باید سیاست‌هایی یاد کرد که ناظر به حفظ امنیت و هویت فرهنگی ایرانی - اسلامی بوده و بر صیانت از آسیب‌ها و تهدیدهای فضای مجازی تأکید دارند. می‌توان به بند اول از سیاست‌های کلی شبکه‌های اطلاع‌رسانی، بند سوم از بیانیه ارزش‌های سند راهبردی نظام جامع فناوری اطلاعات کشور، بند اول و دوم از اهداف کلان سند راهبردی امنیت فضای تولید و تبادل اطلاعات کشور، بند بیست و سوم از اقدامات ملی ذیل دهمین راهبرد کلان نقشه مهندسی فرهنگی کشور، بند ششم از وظایف شورای عالی فضای مجازی در حکم نصب اعضای جدید این شورا از سوی رهبر معظم انقلاب اشاره کرد.

جدول ۳. محور سوم: حفظ امنیت و هویت فرهنگی ایرانی - اسلامی

و صیانت از آسیب‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی

نام سند سیاستی	تحلیل سیاست	محتوای سیاست
سیاست‌های کلی «شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای» ۱۳۷۷/۰۷/۱۱	این سند به خوبی جنبه‌های منفی شبکه‌های اطلاع‌رسانی را یادآور شده است.	ایجاد، ساماندهی و تقویت نظام ملی اطلاع‌رسانی رایانه‌ای و اعمال تدابیر و نظارت‌های لازم به منظور صیانت از امنیت سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و جلوگیری از جنبه‌ها و پیامدهای منفی شبکه‌های اطلاع‌رسانی
سیاست‌های کلی «شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای» ۱۳۷۷/۰۷/۱۱	توسعه کمی و کیفی شبکه‌های اطلاع‌رسانی بومی می‌تواند مصالح و تهدیدهای فضای مجازی را به حداقل برساند.	توسعه کمی و کیفی شبکه اطلاع‌رسانی ملی و تأمین سطوح و انواع مختلف خدمات و امکانات این شبکه برای کلیه متقاضیان به تناسب نیاز آنان و با رعایت اولویت‌ها و مصالح ملی
مقررات و ضوابط شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای ۱۳۸۰/۰۸/۱۵	شبکه‌های اجتماعی جدید بومی شرایطی را فراهم می‌آورند که حقوق اجتماعی و فرهنگی کشور تأمین می‌گردد.	رعایت حقوق اجتماعی و صیانت فرهنگی و فنی کشور در این قلمرو
سند راهبردی امنیت فضای تولید و تبادل اطلاعات کشور ۱۳۸۴/۰۴/۲۵		صیانت از هویت دینی، ملی و ارزش‌های انسانی جامعه در فضای تولید و تبادل اطلاعات
نقشه مهندسی فرهنگی کشور (۱۳۹۱)	زمانی می‌توانیم برای بهره‌مندی از فرصت‌ها و صیانت از آسیب‌های اجتماعی برنامه‌ریزی مؤثر کرد که امکان حکمرانی در فضای مجازی برای سیاست‌گذاران داخلی وجود داشته باشد.	برنامه‌ریزی برای بهره‌گیری از فرصت‌ها و صیانت از آسیب‌ها و تهدیدهای ناشی از فضای مجازی
حکم نصب اعضای جدید شورای عالی فضای مجازی از سوی مقام معظم رهبری ۱۳۹۴/۰۶/۱۴		اهتمام ویژه به سالم‌سازی و حفظ امنیت همه جانبه فضای مجازی کشور و حفظ حریم خصوصی آحاد جامعه و مقابله مؤثر با نفوذ و دست‌اندازی بیگانگان در این عرصه

محور چهارم: رویکرد حمایتی نسبت به ظرفیت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری شبکه‌های اجتماعی داخلی

این محور ناظر به سیاست‌های حمایتی نسبت به ظرفیت‌های داخلی اعم از سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در حوزه تولید محتوا و سرویس‌های بومی است. در اسناد ذیل به بند چهارم از

سیاست‌های کلی شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای، راهبردهای کلان ارائه خدمات اطلاع‌رسانی و اینترنت در کشور، بند ششم اقدامات ملی راهبرد کلان پنجم - نقشه مهندسی فرهنگی کشور، حکم نصب اعضای جدید شورای فضای مجازی از سوی مقام معظم رهبری بند نهم از وظایف شورا اشاره شده است.

جدول ۴. محور چهارم: رویکرد حمایتی نسبت به ظرفیت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری شبکه‌های اجتماعی داخلی

نام سند سیاستی	تحلیل سیاست	محتوای سیاست
حکم نصب اعضای جدید شورای فضای مجازی از سوی مقام معظم رهبری (۱۳۹۴) بند نهم از وظایف شورا	این سیاست را می‌توان با گسترش شبکه‌های اجتماعی بومی محقق ساخت.	توسعه محتوا و خدمات کارآمد و رقابتی منطبق بر ارزش‌ها و فرهنگ اسلامی - ایرانی در تمام قلمروهای مورد نیاز
سیاست‌های کلی «شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای» ۱۳۷۷/۰۷/۱۱	توسعه کمی و کیفی شبکه‌های اطلاع‌رسانی بومی می‌تواند مصالح و تهدیدهای فضای مجازی را به حداقل برساند.	توسعه کمی و کیفی شبکه اطلاع‌رسانی ملی و تأمین سطوح و انواع مختلف خدمات و امکانات این شبکه برای کلیه متقاضیان به تناسب نیاز آنان و با رعایت اولویت‌ها و مصالح ملی.
راهبردهای کلان ارائه خدمات اطلاع‌رسانی و اینترنت در کشور (۱۳۷۹/۰۲/۰۷)	می‌توان برای استفاده از سرویس‌های مناسب داخلی، تعرفه‌های ترجیحی و پایین‌تری نسبت به نمونه‌های مشابه خارجی وضع کرد یا می‌توان بخشی از درآمد حاصل از ترافیک داده در دیتا سنتر داخلی را به تولیدکنندگان محتوا به شکل‌های مختلف تشویقی اختصاص داد.	حمایت از تولید و نشر محتوای سالم الکترونیکی
نقشه مهندسی فرهنگی کشور (۱۳۹۱) راهبرد کلان پنجم - اقدامات ملی بند ششم	می‌توان به اشکال مختلف نسبت به گسترش رسانه‌های اجتماعی بومی برای حمایت، ایجاد یا گسترش این تشکله‌ها بهره برد.	حمایت از ایجاد و گسترش تشکلهای مردم نهاد با محوریت موضوعات و ارزش‌های اسلام ناب در جامعه و فضای مجازی

ادامهٔ جدول ۴. محور چهارم: رویکرد حمایتی نسبت به ظرفیت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری شبکه‌های اجتماعی داخلی

نام سند سیاستی	تحلیل سیاست	محتوای سیاست
نقشه مهندسی فرهنگی کشور (۱۳۹۱) راهبرد کلان دهم راهبردهای ملی - بند سیزدهم	اعمال سیاست‌های تشویقی و حمایتی در این راستا می‌تواند بسیار مؤثر باشد.	حمایت از تولیدات ملی در حوزه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری و طراحی، تأمین و توسعه زیرساخت‌های فناوری‌های نوین اطلاعاتی، ارتباطی و رسانه‌ای
نقشه مهندسی فرهنگی کشور (۱۳۹۱) راهبرد کلان دهم راهبردهای ملی - بند سیزدهم		زمینه‌سازی و حمایت مؤثر از تولید محصولات سخت‌افزاری، نرم‌افزاری و دانش‌افزاری و صادرات آنها و تقویت صنایع داخلی در حوزهٔ فناوری اطلاعات و ارتباطات
نقشه مهندسی فرهنگی کشور (۱۳۹۱) راهبرد کلان دهم راهبردهای ملی - بند نوزدهم		برنامه‌ریزی برای حمایت، گسترش و سامان‌دهی شبکه‌های مجازی متعهد
آیین‌نامه سامان‌دهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال (۱۳۸۸/۰۴/۱۳)		حمایت از تهیه و انتشار بسته‌های نرم‌افزاری رسانه‌ای مروج فرهنگ اسلامی - ایرانی یا مؤثر در ارتقای اطلاعات و آگاهی‌های عمومی.

محور پنجم: مدیریت راهبردی شبکه‌های اجتماعی

این محور سیاست‌هایی را شامل می‌شود که بر هدایت و مدیریت راهبردی شبکه‌های اجتماعی، برای مقابله با جنگ نرم و مدیریت ادراک دشمن و حضور مؤثر و هدفمند کشور در تعاملات بین‌المللی شبکه‌های اجتماعی به‌منظور مقابله با سلطهٔ جهانی در این عرصه و ایجاد توازن قدرت در سطح بین‌الملل تأکید دارند. در این خصوص، می‌توان به بندهای چهارم و هفتم از سیاست‌های کلی شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای، بندهای اول و دهم از راهبردهای ملی و بندهای هجدهم و بیست و یکم از اقدامات ملی ذیل دهمین راهبرد کلان نقشه مهندسی فرهنگی کشور، سیاست‌های کلی «علم و فناوری» و حکم نصب اعضای جدید شورای عالی فضای مجازی از سوی مقام معظم رهبری (۱۳۹۴/۶/۱۴) بند سوم از وظایف شورا توجه نمود.

جدول ۵. محور پنجم: مدیریت راهبردی شبکه‌های اجتماعی

نام سند سیاستی	تحلیل سیاست	محتوای سیاست
سیاست‌های کلی «شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای» ۱۳۷۷/۷/۱۱	تأکید اصلی در این دو بند اولاً مربوط به حضور مؤثر ایران در شبکه‌های جهانی است و ثانیاً ناظر به اتحاد کشورهای اسلامی در زمینه شبکه‌های اطلاع‌رسانی است. این امر به ایجاد توازن در حوزه‌های شبکه‌های اجتماعی در برابر قدرت‌های مسلط جهانی خواهد انجامید.	حضور فعال و اثرگذار در شبکه‌های جهانی و حمایت از بخش‌های دولتی و غیردولتی در زمینه تولید و عرضه اطلاعات و خدمات ضروری و مفید با تأکید بر ترویج فرهنگ و اندیشه اسلامی.
سیاست‌های کلی «شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای» ۱۳۷۷/۷/۱۱		اقدام مناسب برای دستیابی به میثاق‌ها و مقررات بین‌المللی و ایجاد اتحادیه‌های اطلاع‌رسانی با سایر کشورها به‌ویژه کشورهای اسلامی به‌منظور ایجاد توازن در عرصه اطلاع‌رسانی بین‌المللی و حفظ و صیانت از هویت و فرهنگ ملی و مقابله با سلطه جهانی.
نقشه مهندسی فرهنگی کشور (۱۳۹۱) راهبرد کلان دهم - راهبردهای ملی - بند اول	آرایش رسانه‌ای روزآمد و هم‌افزا در فضای مجازی به واسطه تولیدات و ظرفیت‌های داخلی در حوزه سرویس و محتوا بیش از پیش امکان‌تجمیع و هم‌افزایی پیدا می‌کنند؛ به نحوی که بتواند رقابت با نمونه‌های مشابه خارجی داشته و در این حوزه برای کشور تولید قدرت نرم کند.	طراحی پیوسته و تقویت آرایش رسانه‌ای روزآمد و هم‌افزا در مقیاس ملی و فراملی دارای قابلیت رقابتی با رسانه‌های بین‌المللی در جهت تولید قدرت نرم و مقابله با جنگ نرم دشمن.
سیاست‌های کلی «علم و فناوری» (۱۳۹۳/۶/۲۹)		گسترش همکاری و تعامل فعال، سازنده و الهام بخش در حوزه علم و فناوری با سایر کشورها و مراکز علمی و فنی معتبر منطقه‌ای و جهانی بویژه جهان اسلام همراه با تحکیم استقلال کشور، با تأکید بر: ۱-۶ توسعه صنایع و خدمات مبتنی بر علوم و فناوری‌های جدید و حمایت از تولید و صادرات محصولات دانش بنیان و متکی بر فناوری‌های بومی بویژه در حوزه‌های دارای مزیت و ظرفیت، با اصلاح امر واردات و صادرات کشور.
نقشه مهندسی فرهنگی کشور (۱۳۹۱) راهبرد کلان دهم - راهبردهای ملی - بند دهم	راهبری فضای مجازی در چارچوب نقشه مهندسی کشور منجر به بومی‌سازی و بهینه‌کردن شبکه‌های اجتماعی می‌شود.	راهبری فضای مجازی در چارچوب مقتضیات راهبردی و نقشه مهندسی فرهنگی کشور (بند دهم).

شماره ۴، شماره ۸، زمستان ۱۳۹۸

ادامه جدول ۵. محور پنجم: مدیریت راهبردی شبکه‌های اجتماعی

نام سند سیاستی	تحلیل سیاست	محتوای سیاست
نقشه مهندسی فرهنگی کشور (۱۳۹۱) راهبرد کلان دهم - راهبردهای ملی - بند هجدهم	مدیریت فضای مجازی در داخل کشور کمک می‌کند زمینه حضور مؤثر و تأثیرگذار کشور در مناسبات فضای مجازی در تعاملات بین‌المللی در این حوزه افزایش می‌دهد.	انسجام بخشی و هم‌افزایی سیاست‌ها، برنامه‌ها و اقدامات برای افزایش سهم و تأثیرگذاری کشور در فضای مجازی
نقشه مهندسی فرهنگی کشور (۱۳۹۱) راهبردهای ملی - بند بیست و یکم		تلاش هدفمند برای مشارکت در مدیریت جریان منطقه‌ای و جهانی فضای مجازی
سیاست‌های کلی «علم و فناوری» (۱۳۹۳/۶/۲۹)		استفاده از ظرفیت‌های علمی و فنی ایرانیان مقیم خارج و جذب متخصصان و محققان برجسته سایر کشورها به‌ویژه کشورهای اسلامی حسب نیاز.
حکم نصب اعضای جدید شورای عالی فضای مجازی از سوی مقام معظم رهبری (۱۳۹۴/۶/۱۴) بند سوم از وظایف شورا	دستیابی به این مهم در سایه سیاست‌گذاری و اجرای درست سیاست‌ها امکان‌پذیر است.	ارتقای جمهوری اسلامی ایران به قدرت سایبری در تراز قدرتهای تأثیرگذار جهانی و برخورداری از ابتکار عمل و قدرت تعامل با دیگر کشورها در جهت شکل‌دهی به قواعد و قوانین مرتبط با فضای مجازی در عرصه جهانی با رویکرد اخلاق مدار و عادلانه

جدول ۶ نقاط قوت و ضعف سیاست‌گذاری فرهنگی شبکه‌های اجتماعی در کشور از ۱۳۷۰ تا کنون

نقاط ضعف	نقاط قوت
عدم اشاره به ابزارهای تحقق سیاست‌های فرهنگی در عرصه‌های مختلف دینی، علمی، ادبی و هنری و فرهنگ عمومی	تلاش جهت تدوین سیاست‌های فرهنگی در دهه هفتاد
عدم اهتمام به سیاست‌گذاری فرهنگی شبکه‌های اجتماعی در دهه هفتاد	اهتمام به وارد کردن ادبیات جدید سیاست‌گذاری در دهه هشتاد و نود
عدم توجه لازم به زیر ساخت‌های لازم جهت توسعه و ترویج شبکه‌های اجتماعی در کشور	توجه ویژه به ظرفیت‌های علمی در شبکه‌های مجازی

بحث و نتیجه‌گیری

تحولات سیاست‌گذاری فرهنگی شبکه‌های اجتماعی جدید در جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر اسناد بالادستی حاکی از آن است که پنج محور سیاستی در این حوزه شامل «بهره‌گیری از فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی و توسعه محتوا و خدمات کارآمد»، «توسعه جامعه شبکه‌ای»،

«حفظ امنیت و هویت فرهنگی ایرانی - اسلامی»، «رویکرد حمایتی نسبت به ظرفیت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری شبکه‌های اجتماعی داخلی» و «مدیریت راهبردی شبکه‌های اجتماعی» حائز اهمیت است. محور اول مربوط به سیاست‌هایی می‌شود که ناظر به بهره‌گیری از فرصت‌های فضای مجازی و توسعه محتوا و خدمات کارآمد در این عرصه منطبق بر ارزش‌ها و فرهنگ ایرانی - اسلامی و در راستای ترویج این ارزش‌ها و تقویت هویت ایرانی اسلامی است. محور دوم نیز مربوط به سیاست‌هایی می‌شود که بر توسعه جامعه شبکه‌ای و تسهیل دسترسی‌ها و خدمات شبکه و ایجاد فرصت‌های برابر و عادلانه در برخورداری از امکانات فاوا برای همه شهروندان تأکید دارند. در محور سوم باید سیاست‌هایی یاد کرد که ناظر به حفظ امنیت و هویت فرهنگی ایرانی - اسلامی بوده و بر صیانت از آسیب‌ها و تهدیدهای فضای مجازی تأکید دارند. محور چهارم نیز ناظر به سیاست‌های حمایتی نسبت به ظرفیت‌های داخلی اعم از سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در حوزه تولید محتوا و سرویس‌های بومی است. محور آخر (پنجم) سیاست‌هایی را شامل می‌شود که بر هدایت و مدیریت راهبردی شبکه‌های اجتماعی، برای مقابله با جنگ نرم و مدیریت ادراک دشمن و حضور مؤثر و هدفمند کشور در تعاملات بین‌المللی شبکه‌های اجتماعی به منظور مقابله با سلطه جهانی در این عرصه و ایجاد توازن قدرت در سطح بین‌الملل تأکید دارند. تحلیل نتایج حاکی از آن است که دهه هفتاد را می‌توان نمود دیدگاه دولتی در جمهوری اسلامی ایران دانست؛ چرا که شرایط بعد از جنگ اقتضا می‌کرد تا ویرانی‌های جنگ تا حد قابل توجه بهبود یابد. بنابراین، توجه به این امر مهم یعنی باورها و ارزش‌های هنجارشده مستلزم سیاست‌گذاری فرهنگی خاص خود است، در این راستا دیدگاه دولتی (خادمانه) را باید رویکرد غالب در این دوره دانست. دولت برای حفاظت از فرهنگ عمومی جامعه و ایجاد نظم و همسویی ایدئولوژیک در فرهنگ دخالت می‌کند. در دهه هشتاد و نود، با توجه به تحولات اجتماعی و سیاسی، رویکرد دولت بدین‌گونه است که با توجه به دیدگاه ارتباطی در سیاست‌گذاری فرهنگی، مردم که با تشکیل فضاهای عمومی به تبادل نظر و ایده با هم بپردازند و نوع سیاست فرهنگی و نیز ارزش‌ها را مشخص کنند. در این دیدگاه دولت تنها به عنوان بازیگر هم سطح حوزه عمومی است که می‌تواند تنها دیدگاه خود را مطرح کند. بعد از انقلاب اسلامی ایران، فرایند سیاست‌گذاری فرهنگی در زمینه‌های گوناگون فرهنگی با قوت و ضعف‌هایی در مقاطع مختلف سیاسی - اجتماعی همراه بوده و به تبع سیاست‌گذاری فرهنگی در حوزه‌های رسانه‌های جدید به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، گذشته از آنکه ضرورت مبنایی نظام‌سازی اسلامی

تحولات سیاست‌گذاری فرهنگی شبکه‌های اجتماعی... || ۱۳۱

– ایرانی است از هماهنگی و همسویی لازم دستگاه‌های ذی‌ربط برخوردار نبوده است. همچنین در این راستا اسنادی مانند سیاست‌های کلی شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای، سند راهبردی نظام جامع فناوری اطلاعات کشور، سند راهبردی امنیت فضای تولید و تبادل اطلاعات کشور، نقشه مهندسی فرهنگی کشور، وظایف شورای عالی فضای مجازی در حکم نصب اعضای جدید توسط رهبری بیشترین و مهم‌ترین بندهای سیاستی مرتبط با مسأله شبکه‌های اجتماعی مجازی را به خود اختصاص دادند.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع و ماخذ

- اجلای، پرویز (۱۳۷۹). **سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران**، تهران: نشر عترت.
- اشترینان، کیومرث (۱۳۹۱). **مقدمه‌ای بر روش سیاست‌گذاری فرهنگی**، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- امیر انتخابی، شهرد و دیگران (۱۳۹۶). «شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای سیاست‌گذاری فرهنگی رسانه‌ها در ایران»، **فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی**، شماره ۲۴: ۷۶-۵۷.
- امیرپور، مهناز و مریم گریوانی (۱۳۹۲). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان»، **فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی**، شماره ۳: ۳۹-۲۳.
- بصیریان جهرمی، حسین و هادی خانیکی (۱۳۹۳). «سیاست‌گذاران ایرانی و سیاست‌گذاری رسانه‌های اجتماعی: چالش‌ها، الگوها و ارائه یک مدل پیشنهادی»، **فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی**، شماره ۲۱: ۷۰-۲۵.
- پیروزمند، علیرضا (۱۳۸۹). **مبانی و الگوی مهندسی فرهنگی**، قم: فجر ولایت.
- حسینی، سیداحمد (۱۳۸۴). **طرح ساماندهی فعالیت‌های فرهنگی دستگاه‌ها و نهادهای دولتی فرهنگی**، تهران: کمیسیون فرهنگی شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۷). **سیاست‌های کلی «شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای»**، تهران: صدیق سروسناتی، رحمت‌الله و قاسم زاتری (۱۳۸۸). **چالش‌های برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران**، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.
- غلام‌پور آهنگر، ابراهیم (۱۳۸۶). **جایگاه دولت در عرصه فرهنگ**، (مجموعه مقالات اولین همایش ملی مهندسی فرهنگی، ج ۱ (مقالات بخش مفهوم‌شناسی و ابعاد مهندسی فرهنگی)). تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- گویان، جیم (۱۳۸۸). **بازاندیشی در سیاست فرهنگی**، ترجمه نعمت‌الله فاضلی، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- مختاریان‌پور، مجید (۱۳۹۱). **طراحی مدل اجرای سیاست فرهنگی مبتنی بر برنامه‌های توسعه کشور**، رساله دکتری مدیریت، دانشکده مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۷۰). **اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران**، تهران.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۸۰). **مقررات و ضوابط شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای**، تهران.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۸۲). **برنامه توسعه و کاربری فناوری ارتباطات و اطلاعات**، تهران.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۸۴). **سند راهبردی امنیت فضای تولید و تبادل اطلاعات کشور در محیط‌های رایانه‌ای**، تهران.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۸۷). **سیاست‌های کلی برنامه پنجم توسعه**، تهران.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۲). **نقشه مهندسی فرهنگی کشور**، تهران.

تحولات سیاست‌گذاری فرهنگی شبکه‌های اجتماعی... || ۱۳۳

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۸۷). **سند راهبردی نظام جامع فناوری اطلاعات جمهوری اسلامی ایران**، تهران.

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۳). **سیاست‌های کلی علم و فناوری**، تهران.
مطلبی، مسعود و اردشیر کاظمی و حوریه امجدی (۱۳۹۶)، «سیاست‌گذاری فرهنگی و رسانه‌های اجتماعی جدید در جمهوری اسلامی ایران؛ چالش‌ها و راهکارها»، **فصلنامه پژوهش‌های سیاسی و بین‌المللی**، شماره ۳۳: ۱۰۷-۷۹.
ملک محمدی، حمیدرضا (۱۳۸۵). «سیاست‌گذاری دانش و روش»، **فصلنامه سیاست داخلی**، شماره ۱: ۱۸۹-۱۷۷.
مولر، پیر (۱۳۷۸). «**سیاست‌گذاری عمومی**»، ترجمه حمیدرضا ملک محمدی، تهران: دادگستر.
میددی، مرتضی و سیروس علیدوستی و مریم نظری (۱۳۹۶). «مفهوم‌سازی عوامل موفقیت شبکه‌های اجتماعی برخط از دیدگاه کاربری و سیاست‌گذاری: مطالعه تحلیلی»، **فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی**، شماره ۲۲: ۸۱-۴۹.
هاشمی، محمدساجد و محمد هادی همایون (۱۳۹۶) «جایگاه شبکه ملی اطلاعات در سپهر سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران»، **فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی**، شماره ۲۳: ۱۳۲-۱۱۳.
همایون، محمد هادی و حامد فروزان (۱۳۸۸) «تبیین رابطه مطلوب حکومت و فرهنگ در جمهوری اسلامی ایران»، **دو فصلنامه دین و ارتباطات**، شماره ۳۶-۳۵: ۹۲-۶۳.

الوانی، سیدمهدی و فتاح شریف‌زاده (۱۳۸۸). **فرایند خط‌مشی‌گذاری عمومی**، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
وحید، مجید (۱۳۸۲) **سیاست‌گذاری و فرهنگ در ایران امروز**، تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران، انتشارات باز.
وحید، مجید (۱۳۸۰) «درآمدی بر سیاست‌گذاری عمومی»، **مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی**، شماره ۵۲: ۲۱۷-۱۸۵.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی