

طراحی مدل تعامل بهینه صداوسیما با نظام خط مشی گذاری تقنینی ایران

علی علیلو*، علی اکبر فرهنگی** و مجتبی امیری***

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۶/۲۸	تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۱/۵	شماره صفحه: ۴۱-۶۸
-------------------	-------------------------	------------------------	-------------------

این پژوهش با هدف طراحی مدل تعامل بهینه صداوسیما با نظام خط مشی گذاری تقنینی کشور انجام شده است. راهبردهای این پژوهش مبتنی بر نظریه داده بنیاد است. مشارکت کنندگان خبرگان حوزه رسانه و قانون گذاری شامل اساتید دانشگاهی، اعضای کمیسیون فرهنگی مجلس، مرکز پژوهش های مجلس و مدیران ارشد سازمان صداوسیما در محدوده شهر تهران بود. از ۱۰ نفر مصاحبه به عمل آمد و داده ها از طریق نظریه داده بنیاد تحلیل شد. از ۱۸۶ گزاره معنادار، ۲۱۲ کد استخراج شد که با حذف موارد تکراری ۱۶۸ خرده مقوله و ۳۵ مقوله محوری استخراج شد.

مهمترین شرایط علی مؤثر بر تعامل بهینه شامل پویایی محیطی، نبود قانون و چارچوب مشخص، جهت گیری های سیاسی، ضعف ساختارها و فرایندها و غلبه منافع شخصی / حزبی بر منافع ملی مشخص شد. مهمترین عوامل زمینه ای شناسایی شده نقش آفرینی صداوسیما در کنار قوای سه گانه، نقش آفرینی اثربخش مجلس شورای اسلامی و حاکمیت سلابیق بر ضوابط مدیریتی بود. همچنین چهار عامل مسائل بودجه ای، مداخله دستگاه های نظارتی و قوای سه گانه، اسناد بالادستی کشور و مطالبات عمومی به عنوان شرایط مداخله گر احصا شد. مهمترین راهبردهای تعامل بهینه، شناسایی فرصت های بهبود تعامل، ترسیم و ارتقای جایگاه مجلس از طریق رسانه، حفظ استقلال عملکردی صداوسیما، تغییر رویکرد منفعل صداوسیما و ایفای نقش تحلیلی و مشاور برای مجلس، طراحی سازوکارهای نظارتی و سازماندهی برای صداوسیما، فضا سازی برای تعامل سازنده، برنامه ریزی آموزشی همزمان در مجلس و صداوسیما، تدوین قانونی جامع و مانع، ایجاد قابلیت حسگری توسط صداوسیما، مشارکت رسانه و مجلس در تشکیل کارگروه ها، اتاق های فکر، فراکسیون ها و کمیته های مشترک، برنامه ریزی منظم و ادواری صداوسیما برای مطالبه گری و نظارت و کمک صداوسیما به تصمیم سازی مجلس بود. مهمترین پیامدهای تعامل بهینه نیز رشد سرمایه اجتماعی، کم رنگ شدن تلقی جانبدارانه صداوسیما در جامعه، نیل به اولویت های نظام جمهوری اسلامی، افزایش همگرایی صداوسیما و مجلس و بهبود عملکرد مجلس و صداوسیما بود.

کلیدواژه ها: تعامل بهینه؛ رسانه؛ خط مشی گذاری تقنینی؛ نظریه داده بنیاد

* دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشکده پردیس بین المللی ارس، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)؛

Email: ali.aliloo1940@gmail.com

Email: aafarhangi@ut.ac.ir

Email: mamiry@ut.ac.ir

** استاد دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران؛

*** دانشیار دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران؛

مقدمه

مطالعه پدیده خط‌مشی‌گذاری رسانه‌ای و چگونگی تدوین یک مدل خط‌مشی رسانه‌ای مناسب برای پیشبرد خواسته‌ها و انتظارات و دستیابی به اهداف مطلوب از موارد پراهمیت در حوزه مطالعات رسانه به شمار می‌رود. در بُعد راهبرد اصولاً رسانه با سیاست‌های حاکمیتی یکی است. آنچه که خط‌مشی سیاسی یک کشور قلمداد می‌شود، خط‌مشی سیاسی رسانه نیز محسوب می‌شود. در بُعد تاکتیکی و ادواتی که رسانه مورد استفاده قرار می‌دهد، رسانه و حاکمیت با یکدیگر متفاوت هستند. سیاست‌های تدوین شده توسط حاکمیت به همه دستگاه‌ها ابلاغ شده و آنها از این سیاست‌ها به‌عنوان سند ملی استفاده می‌کنند. خط‌مشی به رسانه القا می‌کند که مخاطب، افکار عمومی است. افکار عمومی می‌تواند بر سیاستگذار اثرگذار باشد و با هدف ارتباط برقرار کند. از این رو رسانه اهمیت دارد زیرا مردم از طریق آن و در غالب حکومت‌های دموکراتیک می‌توانند بر حاکمیت تأثیرگذار باشند. در درون خط‌مشی‌گذاری، منافع مورد نظر حاکمیت باید به زبان رسانه تبدیل شود تا وقتی مردم آن را در قالب محتوای رسانه‌ای دریافت می‌کنند، واکنشی حاصل می‌شود که تا اندازه‌ای مطابق با انتظارات سیاستگذاران باشد. ازسوی دیگر چنانچه در کشور رسانه‌های مستقلی وجود داشته باشد، هر یک از رسانه‌ها از حزبی خاص حمایت کرده و در نهایت سیاست‌هایی را که آن حزب دنبال می‌کند، ترویج و پیگیری می‌کنند، زیرا آن حزب خاص دنباله‌رو آن نظام است، احتمالاً بخشی از سیاست‌های آن نظام را در درون خود می‌گنجاند. بنابراین هر رسانه مستقل و یا به ظاهر مستقل کماکان از سیاست‌های نظام حکومتی که در حوزه جغرافیایی‌اش حضور دارد پیروی می‌کند. اما در صورتی که رسانه مستقلی در کشور نباشد، این امکان وجود دارد که احزاب تحت نظارت حاکمیت بتوانند در قالب صداوسیما نقش‌آفرینی کرده و از جایگاهی مختص به خود برای ارائه دیدگاه‌ها، نظرها و جهت‌گیری‌های خود برخوردار شوند. مصداق این حالت را می‌توان در انتخابات ریاست جمهوری مشاهده کرد که نمایندگان احزاب مختلف قادرند به بیان نظر و برنامه‌های حزب متبوع خود بپردازند. نظریه ساختار - کارگزار، به دلیل تأکید همزمان بر عناصر ساختاری و کارگزاری و امکان تعامل میان آنها می‌تواند به‌عنوان چارچوبی تلفیقی برای

تحلیل تعامل رسانه و نظام خط‌مشی‌گذاری کشور به کارگرفته شود. براساس این نظریه، ساختار به کارگزار دیکته می‌کند که چه انجام دهد و برای آن کارگزار نقش تعیین می‌کند و کارگزار نیز همان را دنبال می‌کند (حقیقت، ۱۳۸۹: ۱۵۱). بنابراین خط‌مشی‌های مربوط به حوزه رسانه نه محصول هماهنگی کامل میان عناصر ساختاری و کارگزاری است و نه ناشی از تقابل میان این عناصر است، بلکه نتیجه تعامل پویایی است که میان عناصر ساختاری و کارگزاری در یک رابطه متقابل وجود دارد. شکل‌گیری چنین وضعیتی نیز جبری نیست، بلکه ناشی از کنش و واکنشی است که در طول زمان میان جامعه و حاکمیت رخ می‌دهد. رسانه به‌عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر سیاستگذاری مطرح است. رسانه در تعامل با سیاستگذار است و تعیین می‌کند که این راهبردهای تعریف شده قابل اجرا هست و یا اجرائدنی نیست. اصولاً در حوزه رسانه، می‌توان به سه نوع خط‌مشی اشاره کرد که به قوای سه‌گانه هئیت حاکمه مربوط می‌شود به طوری که هر یک متناسب با حوزه فعالیت، اختیار و عملکرد خود، خط‌مشی‌هایی را به این شرح تهیه و تدوین می‌کنند:

الف) خط‌مشی‌های قضایی؛ ب) خط‌مشی‌های اجرایی، و ج) خط‌مشی‌های تقنینی (الوانی و شریف‌زاده، ۱۳۹۴: ۸).

در این میان خط‌مشی‌گذاری تقنینی محور بحث در پژوهش حاضر به شمار می‌رود. بررسی مدل‌های مختلف خط‌مشی‌گذاری عمومی نشان می‌دهد که گرچه به دلیل جایگاه خاص و انحصاری صداوسیما در قانون اساسی و مجموعه شرایط فرهنگی و اجتماعی کشور، اعمال برخی از آنها برای سیاستگذاری، نظارت و ارزیابی برنامه‌ها دچار ناسازگاری بنیادین است، ولی بسیاری از انواع آن قابل استفاده و بهره‌برداری است. نظام رسانه‌ای کشورهای مختلف جهان نیز هر یک متناسب با اقتضائات، برخی شیوه‌ها را برای تعیین خط‌مشی‌های رسانه‌ای خود به‌استخدام درآورده‌اند. در شرایط کنونی هم در سطح کلان نظام تصمیم‌گیری کشور و هم در سطح صداوسیما، جای خالی تطبیق روش‌های نظارت، ارزیابی، ارزشیابی و کنترل برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی با مدل‌های مختلف خط‌مشی‌گذاری عمومی احساس می‌شود. نظارت بر صداوسیما را می‌توان در سطوح مختلفی دسته‌بندی کرد. براساس قانون اساسی، نصب و عزل رئیس صداوسیما از اختیارات رهبری است. از این رو

می‌توان در سطح اول عالی‌ترین وجه نظارت بر فعالیت‌های آن سازمان را از آن رهبری نظام دانست. در سطح دوم، شورای نظارت بر صداوسیما این وظیفه را به عهده دارد. شورایی متشکل از ۶ نفر که هر دو نفر از آنها به نمایندگی از سوی یکی از قوای سه‌گانه عضو این شورا هستند. تفاوت این دو سطح از دیگر سطوح نظارتی، پشتوانه قانونی آنها در بالاترین سند ملی کشور یعنی قانون اساسی است. در سطح سوم، مرکز نظارت و ارزیابی این سازمان مأموریت دارد تا بر برنامه‌های پخش شده از شبکه‌های گوناگون سازمان نظارت کند. سطح چهارم، شامل ادارات کلی است که با عناوین مختلف در هر یک از معاونت‌های صداوسیما تشکیل شده و یکی از وظایف آنها نظارت بر فعالیت‌های برنامه‌سازی و پخش شبکه‌ها است. در سطح پنجم که رابطه مستقیمی با حوزه تولید برنامه‌ها دارد، واحد «نظارت» و یا «پخش» شبکه‌ها به بازشنوایی و بازبینی برنامه‌ها قبل و گاهی پس از پخش می‌پردازد.

سیاستگذاری برای این سازمان فرایندی پیچیده است و مدت زمانی طولانی را برای اجرا مدنظر دارد. تدوین چارچوب‌های روشن، غیرمبهم، جامع و قابل اطمینان از ضروریات اساسی آن تلقی می‌شود و به همین دلیل شناسایی مفاهیم و مبانی بنیادین آن، از جمله مسائلی است که باید مورد توجه قرار گیرد. به رغم اهمیت موضوع خط‌مشی‌گذاری تقنینی و ارتباط آن با صداوسیما، هیچ مطالعه‌ای تعامل بهینه این دو را بررسی نکرده است. بنابراین طراحی و تدوین مدلی به‌منظور ایجاد تعامل بهینه میان صداوسیما و نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی احساس می‌شود. یکی از مهمترین راه‌های مواجهه با مشکلات نظام رسانه، خط‌مشی‌گذاری صحیح در این زمینه از سوی نهادهای سیاستگذار است. برای دستیابی به این مهم باید وضعیت موجود در فرایند خط‌مشی‌گذاری کشور شناسایی و در رفع نارسایی‌های این فراگرد با توجه به شرایط موجود برآمد. بررسی نظریات و دیدگاه‌های فرایند خط‌مشی‌گذاری، بیانگر این است که یک مدل تعاملی بهینه در نظام رسانه و خط‌مشی‌گذاری تقنینی در ایران وجود ندارد تا بتوان با استفاده از آن در امر سیاستگذاری بر مشکلات کلان در نظام رسانه‌ای کشور فائق آمد.

مطالعه حاضر تلاش دارد با طراحی مدلی برای تعامل بهینه نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی و صداوسیما، دو هدف را دنبال کند: الف) تعیین مؤلفه‌های مدل تعامل بهینه

نظام رسانه و خط‌مشی‌گذاری کشور و ب) تعیین روابط بین مؤلفه‌های مدل تعامل بهینه نظام رسانه و خط‌مشی‌گذاری کشور. سؤال اساسی این پژوهش این است که تعامل بهینه صداوسیما و مجلس در چه شرایطی شکل می‌گیرد و مدل این تعامل دارای چه ابعاد و مؤلفه‌هایی است؟

۲. خط‌مشی‌گذاری تقنینی

خط‌مشی‌الگوی عملی (نه انتزاعی) پایدار (نه مقطعی) است که انتظارات مختلف و گاه متناقض اجتماعی و عمومی را پاسخ می‌دهد و برای جلب همکاری در حل مسائل انگیزه ایجاد می‌کند. عده‌ای معتقدند که خیلی از خط‌مشی‌ها به واسطه کمبود منابع و امکانات به وجود می‌آید. در یک طبقه‌بندی خط‌مشی براساس قوای سه‌گانه هیئت حاکمه به شرح ذیل است (الوانی و شریف‌زاده، ۱۳۹۴: ۳۴):

الف) خط‌مشی‌های قضایی^۱: توسط قوه قضائیه و دادگاه‌ها تدوین می‌شود، مانند آرای دیوان عالی کشور و دستورالعمل‌های قوه قضائیه که سبب وحدت رویه در رسیدگی به دعاوی می‌شود.

ب) خط‌مشی‌های اجرایی^۲: تهیه شده توسط سازمان‌های قوه مجریه در قالب آیین‌نامه‌ها، تصویب‌نامه و بخشنامه‌های وزارتخانه‌ها یا هیئت دولت.

ج) خط‌مشی‌های تقنینی^۳: به وسیله نمایندگان مجلس قانونگذاری در قالب طرح یا لایحه مطرح و تصویب می‌شوند (مانند قوانین موضوعه).

در واقع این خط‌مشی‌ها توسط مراجع قانونی و مسئولان ذی صلاح سازمان‌های حاکم تدوین می‌شود. یکی از متخصصان برجسته مطالعات پارلمانی، فرایند خط‌مشی‌گذاری را به این معنا به چهار مرحله تقسیم می‌کند: الف) مرحله شکل‌گیری یک سیاست یا پیشنهاد تقنینی است که براساس نیازها، مسائل و ضرورت‌هایی مطرح می‌شود که اغلب دستگاه‌ها،

1. Judicial Policies

2. Executive Policies

3. Legislative Policies

مقامات، مدیران اجرایی، نمایندگان مجلس، احزاب سیاسی و گروه‌های همسو، وضع قانون را ضروری می‌دانند. ب) مرحله پیشنهاد در قالب یک طرح یا لایحه است که برحسب مورد در قوه مقننه یا مجریه انجام می‌شود و بیشتر جنبه فنی - حقوقی دارد که این دو مرحله را می‌توان مرحله پیشا - قانونگذاری^۱ نامید؛ جایی که بیشتر در قلمرو قدرت قوه مجریه، احزاب و سایر نهادهای خارج از مجلس قرار دارد. ج) مرحله مذاکره، شور و چانه‌زنی درباره محتوا، جزئیات گزینه‌ها و پیشنهادهای تقنینی در کمیسیون‌ها و صحن علنی و در نهایت تصویب آن است. این مرحله چون تمام مراحل آن در نهاد قانونگذاری انجام می‌شود، مرحله قانونگذاری^۲ خوانده می‌شود. در این مرحله فشار نیروهای سیاسی به داخل مجلس منتقل و سرنوشت یک پیشنهاد تقنینی را اعم از اینکه از دولت ناشی شده باشد یا مجلس تعیین می‌کند. ج) این مرحله که به اجرا و نظارت بر نحوه اجرای خط‌مشی‌ها و قوانین اختصاص دارد، مرحله پس‌ا‌قانونگذاری^۳ نامیده می‌شود. این مرحله در فرایند خط‌مشی‌گذاری از آن جهت مهم است که اولاً قوه مقننه بر نحوه اجرای سیاست‌های مصوب خود نظارت و رفتار قوه مجریه را در اجرای آنها ارزیابی می‌کند و ثانیاً قانونگذاران می‌توانند با ارزیابی آثار سیاست‌های مصوب، اقدام بعدی خود را طرح‌ریزی کنند. این اقدام می‌تواند تداوم و تأکید بر یک سیاست پیشین، تصحیح، تکمیل و یا تغییر و بازنگری اساسی در آن باشد (نورتن، ۱۳۹۰: ۳۴). انجام فرایند یاد شده اغلب مهمترین کارکرد قوه مقننه تلقی می‌شود.

۳. پیشینه پژوهش

با بررسی‌هایی که پیرامون تحقیقات انجام شده صورت گرفت، تحقیقی که عیناً مشابه تحقیق حاضر باشد، مشاهده نشد. بنابراین در ادامه به برخی از تحقیقات انجام شده که از لحاظ قلمرو موضوعی و یا قلمرو مکانی تا حدودی شبیه به این تحقیق باشد، اشاره می‌شود.

-
1. Pre-legislative
 2. Legislative
 3. Post-legislative

قربانی‌زاده و دیگران (۱۳۹۶) تلاش کردند تا فرایند خط‌مشی‌گذاری کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان را با بهره‌گیری از راهبرد داده‌بنیاد مورد بررسی و مطالعه قرار دهند. داده‌ها طی مصاحبه با ۲۳ نفر از خبرگان فرهنگی شامل مدیران، کارشناسان، مربیان و اساتید دانشگاه به دست آمد و تحلیل آنها اثربخشی تولیدات و خدمات فرهنگی را به‌عنوان مقوله یا پدیده محوری لحاظ کرد. شریف‌زاده و دیگران (۱۳۹۵) تلاش کردند الگوی طرح تدوین خط‌مشی‌های مراکز فرهنگی با شناسایی عوامل تأثیرگذار بر خط‌مشی‌های ابلاغی به مراکز استانی را ارائه کنند. یافته‌های تحقیق نشان داد که در استان‌های مورد مطالعه عوامل متعدد و متفاوتی بر خط‌مشی‌های مراکز فرهنگی تأثیر می‌گذارند که از جمله آنها می‌توان به تأثیر افکار عمومی، نخبگان علمی، نهادها و پایگاه‌های دینی و حکومتی، میل و نیاز مخاطبان، آداب و رسوم و موارد دیگر اشاره کرد. محمدی فاتح و دیگران (۱۳۹۵) برای تبیین ابعاد ظرفیت خط‌مشی‌گذاری در قوه مجریه، به ارائه مدلی متناسب با اقتضائات نظام اداری کشور پرداختند. داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختارمند با متخصصان خط‌مشی‌گذاری قوه مجریه گردآوری شد. براساس یافته‌های اکتشافی پدیده محوری، ظرفیت خط‌مشی‌گذاری نام گرفته که عوامل نهادی، زیرساخت‌ها، قابلیت‌های خط‌مشی‌گذاری و تعاملات محیطی مشارکت‌جویانه به‌عنوان شرایط علی ظرفیت خط‌مشی‌گذاری تعیین شد. همچنین مقوله خط‌مشی‌گذاری خوب و محتوای خوب خط‌مشی به‌عنوان راهبرد اصلی در پاسخگویی به پدیده محوری شناسایی شد. ظرفیت سازمانی قوه مجریه، ظرفیت مدیریتی و ظرفیت‌های فردی فرانش، به‌عنوان شرایط خاص تحقق خط‌مشی‌گذاری خوب، و عوامل بین‌المللی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فناوری کشور هم به‌عنوان شرایط عام تحقق این راهبرد شناسایی شد. پیامد اجرای خط‌مشی‌گذاری خوب در سه دسته پیامدهای سازمانی، ملی و ذی‌نفعان نامگذاری شد.

رضایی (۱۳۹۴) نیز به بررسی «مکانیسم تأثیرگذاری رسانه‌ها بر فرایند دستور کارسازی در جریان خط‌مشی‌گذاری عمومی» پرداخت. وی سه مکانیسم برجسته‌سازی، چارچوب‌سازی و زمینه‌چینی را به منزله مدل‌هایی که رسانه‌های جمعی حین پوشش‌های خبری خود از آنها استفاده می‌کنند، به کار گرفت. نتیجه آنکه جراید مورد بررسی هر یک به

شیوه‌ای متناسب با اصول سازمانی و قواعد رسانه‌ای خاص خود، هدفمندی یارانه‌ها را در اولویت خود قرار داده و هر کدام به طریقی از سه مکانیسم یاد شده بهره برده‌اند. هر یک از این شیوه‌ها از یک سو بیانگر چگونگی نگرش و بازتاب موضوع یارانه‌ها نزد افکار عمومی (و برعکس) بوده و از سوی دیگر روشنگر تعامل میان رسانه و خط‌مشی‌گذاری است.

کلینج و کوتانج^۱ (۲۰۱۸) به بررسی تأثیر توجه رسانه‌ای بر فرایندهای حکمرانی پرداخته و دیدگاه‌های جدیدی را برای یکپارچگی نظریه‌پردازی‌شان در مورد حکمرانی ارائه کردند. محققان تنشی را میان منطق پشت پرده (دنیای حکمرانی و شبکه‌ها) و منطق پس پرده (دنیای رسانه) شناسایی کردند. این تنش نیازمند رهبران و مدیران (شبکه‌ای) نوین برای مشارکت در یک عمل متعادل‌کننده میان الزامات منطق رسانه‌ای و منطق جامعه شبکه‌ای امروزی است؛ چطور به شبکه‌ها متصل شد و رهبری قوی بود.

رایس و دیگران^۲ (۲۰۱۷) با استفاده از نظرسنجی و نیز تحلیل عاملی تأییدی، ۶ مؤلفه سیاستگذاری رسانه‌ای سازمانی را در رابطه با این مفهوم شناسایی کردند که عبارتند از: فراگیر بودن، ویرایش‌پذیری^۳، خودارائه‌کنندگی^۴، جستجوپذیری، در معرض دید بودن و آگاهی بخشی. چسنی^۵ (۲۰۱۵) بر این اعتقاد است که فرایند سیاستگذاری رسانه‌ای به شدت در معرض فساد قرار دارد که می‌تواند حاصل پیوند: سیاست، سیستم خبررسانی رسانه‌ای سازمانی و صنعت سرگرمی باشد که باید سریعاً در معرض افشا قرار گیرد.

مک‌کالم و والر^۶ (۲۰۱۳) به بررسی نحوه تأثیرگذاری رسانه بر خط‌مشی‌گذاری عمومی در استرالیا پرداختند. محققان از طریق مصاحبه با طیف وسیعی از بازیگران عرصه سیاست و خط‌مشی‌گذاری به بحث در مورد سه عامل متعامل در سیاستگذاری رسانه‌محور

1. Klijn and Korthagen

2. Rice et al.

3. Editability

4. Self-presentation

5. Chesney

6. McCallm and Waller

پرداختند: الف) اهداف سیاسی و خط‌مشی‌گذاری دولت هوارد^۱ برای امور عمومی، ب) خط‌مشی‌گذاری‌های بروکراتیک فزاینده رسانه‌ای و ج) افزایش سخنگویان بومی محافظه‌کار به‌عنوان بازیگران اصلی در بحث خط‌مشی‌گذاری‌های عمومی. محققان این‌گونه نتیجه‌گیری می‌کنند که این عوامل در تعامل با یکدیگر، سهم قابل توجهی در اعمال قدرت رسانه در فرایند خط‌مشی‌گذاری عمومی دارند.

چین^۲ (۲۰۱۱) به بررسی نقش‌های چندجانبه رسانه‌های ایالتی و مقامات رسمی در ایالت گواندونگ چین در فرایند خط‌مشی‌گذاری ملی و الگوهای آنها در تأثیرگذاری خط‌مشی از طریق پیاده‌سازی و یادگیری از خط‌مشی پرداخت. تحلیل‌ها نشان داد الف) به‌رغم اینکه فضای اندکی برای رسانه‌های ایالتی جهت شرکت در تدوین خط‌مشی ملی وجود داشت، آنها بصیرت زیادی در زمینه پیاده‌سازی خط‌مشی داشتند، ب) ورودی خط‌مشی بیشتر از طریق فرایند یادگیری خط‌مشی است و ج) فرایند یادگیری خط‌مشی در گواندونگ نه تنها تابعی از یک سازوکار واکنشی برای مشروعیت‌بخشی به خط‌مشی‌های قبلی است، بلکه پلتفرمی قانونی و مشروعی برای رسانه‌های ایالتی جهت مذاکره با دولت مرکزی در زمینه تغییر سیاست و مشوق‌های سیاستی فراهم می‌آورد. مروری بر پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که در هیچ‌یک از مطالعات قبلی داخلی و خارجی تعامل بهینه رسانه و مجلس مورد بررسی قرار نگرفته است. بنابراین فقدان یک الگوی تعاملی مناسب و پارامترهای کلیدی در آن به‌عنوان مهمترین شکاف نظری و تجربی در تحقیقات قبلی احساس می‌شود.

۴. روش پژوهش

براساس فرایند پژوهش ساندرز، لیوایز و ترنهیل^۳ (۲۰۱۶) این پژوهش از منظر فلسفه از نوع تفسیرگراست، چرا که محققان بر شکل‌گیری پدیده تعامل بهینه رسانه و قوای مقننه تأکید دارند. از منظر رویکرد، برای مطالعه تعامل بهینه از استقرا استفاده شد. راهبرد پژوهش نیز

1. Howard

2. Chin

3. Saunders, Lewis and Thornhill

نظریه داده بنیاد است. براساس لایه انتخاب روش، مبتنی بر نظریه داده بنیاد و تک روشی^۱ به شمار می رود؛ زیرا این پژوهش از نوع اکتشافی بوده و داده های مورد نیاز در یک مقطع زمانی خاص (۱۳۹۷) گردآوری شده است؛ بنابراین از نوع تک مقطعی به شمار می رود. از منظر رویه های گردآوری داده، از ابزار مصاحبه استفاده شده است. مشارکت کنندگان همه خبرگان حوزه رسانه و قانونگذاری شامل اساتید دانشگاهی در رشته مدیریت رسانه، اعضای کمیسیون فرهنگی مجلس، مرکز پژوهش های مجلس و مدیران ارشد سازمان صداوسیما در محدوده شهر تهران است. برای مصاحبه با افراد کلیدی پرسش نامه های مصاحبه و روش های دسترسی به آنها تهیه شد. ماهیت مصاحبه ها از نوع باز بود. برای انتخاب افراد مصاحبه شونده چهار معیار مدنظر قرار گرفت:

- الف) کلیدی بودن (داشتن دانش و تجربه کافی در زمینه نظام خط مشی گذاری تقنینی و رسانه)،
- ب) تنوع (فعالیت در سازمان ها و نهادهای مختلفی همچون دانشگاه، مجلس و صداوسیما)،
- ج) شناسایی شدن توسط سایرین (شناخته شدن به عنوان افرادی صاحب نظر و دارای تبحر کافی در حوزه خط مشی گذاری تقنینی و یا رسانه)،
- د) موافقت برای مشارکت در فرایند پژوهش.

برای انتخاب نمونه از ترکیب روش های هدفمند قضاوتی و روش گلوله برفی استفاده شد. در این روش کار از خبرگان در محدوده شهر تهران، که از معیارهای لازم (داشتن حداقل ۱۰ سال سابقه کاری در صداوسیما یا مجلس، مشارکت مستقیم در تعاملات رسانه و مجلس) برخوردار بودند، شروع شده و ضمن انجام مصاحبه، از آنها خواسته شد تا سایر مدیران صاحب نظر در این زمینه را معرفی کنند. از طرفی کفایت نمونه گیری با روش نمونه گیری نظری محقق شده است و مصاحبه های عمیق تا جایی پیش می رود که اشباع نظری (کد جدیدی مشاهده نشود) حاصل شود. در مجموع از ۱۰ نفر مصاحبه به عمل آمد. نیمی از مصاحبه شوندگان دارای مدرک دکترا و نیمی دیگر دارای مدرک کارشناسی ارشد بودند. میانگین سابقه کار خبرگان در صداوسیما و مجلس هجده سال بود. همچنین نیمی از

خبرگان در صداوسیما و نیمی دیگر در مجلس مشغول به فعالیت بوده و دارای مسئولیت بودند. در مصاحبه باید با توجه به فرایند انجام آن مورد توجه قرار گیرد تا نتایج به دست آمده موثق و قابل اتکا باشند. در طراحی سؤالات مصاحبه تلاش شد تا سؤالات بدون ابهام باشند. همچنین داده‌های کسب شده در جریان مصاحبه توسط محقق به دقت و به صورت مستمر کنترل و پیاده‌سازی شد. برای محاسبه پایایی مصاحبه‌ها، از پایایی بازآزمون استفاده شد. در پایایی بازآزمون، تعدادی از مصاحبه‌ها به عنوان نمونه انتخاب و هر کدام از آنها در فاصله زمانی معینی (بین پنج تا سی روز) مجدداً کدگذاری و سپس کدهای تشخیص داده شده با یکدیگر مقایسه شدند. بنابراین قدرت ثبات کدگذار مورد ارزیابی قرار گرفت. در هر کدام از مصاحبه‌ها، کدهایی که با هم شبیه بودند به عنوان توافق و کدهای غیرمشابه به عنوان عدم توافق مشخص شده‌اند. از فرمول زیر برای تعیین پایایی کدگذاری‌ها استفاده شد:

$$\text{درصد پایایی آزمون} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

در این مطالعه سه مصاحبه انتخاب شد و پژوهشگر هر کدام از آنها را دو بار در یک فاصله زمانی چهارده‌روزه مجدداً کدگذاری کرد. تعداد کل کدها در فاصله زمانی دوهفته‌ای برابر با ۹۳ و تعداد کل توافقات بین کدها برابر با ۴۳ است. میزان پایایی بازآزمون ۹۲/۴۷ درصد بود و با توجه به بیشتر بودن آن از حداقل مقدار پیشنهاد شده ۶۰ درصد، می‌توان گفت که مصاحبه از پایایی لازم و کافی برخوردار است.

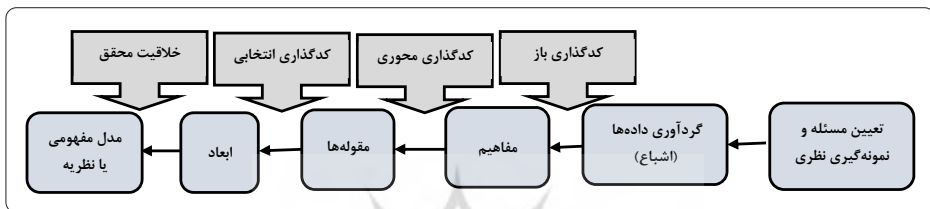
جدول ۱. محاسبه پایایی بازآزمون (شاخص ثبات)

ردیف	کد مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی آزمون (به درصد)
۱	E1	۳۲	۱۵	۲	۹۳/۸
۲	E5	۲۷	۱۳	۱	۹۶/۳
۳	E8	۳۴	۱۵	۴	۸۸/۲
	کل	۹۳	۴۳	۷	۹۲/۴۷

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

برای تحلیل داده‌ها از روش نظریه برخاسته از داده‌ها استفاده شد. طرح منظم نظریه برخاسته از داده‌ها بر استفاده از مراحل تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی تأکید دارد و همچنین به عرضه پارادایم منطقی یا تصویر تجسمی از نظریه در حال تکوین می‌پردازد. شکل زیر خلاصه از فرایند کدگذاری در نظریه برخاسته از داده‌ها را نشان می‌دهد.

شکل ۱. فرایند اجرای نظریه داده‌بنیاد



برای بررسی اعتبار یافته‌ها، بر اساس معیارهای لینکلن و گوبا^۱ شامل انتقال‌پذیری، تأییدپذیری و اعتبارپذیری اقدام شد. به منظور ارتقای سطح اعتبارپذیری مصاحبه، محقق به اتخاذ رویه‌هایی همچون طراحی و تدوین دقیق سؤالات برای مصاحبه، برنامه‌ریزی دقیق و زمانبندی شده برای انجام مصاحبه‌های مورد نظر، مطرح کردن دقیق سؤالات برای مصاحبه‌شونده و جهت‌دهی به او برای دریافت پاسخ‌های دقیق‌تر پرداخت. همچنین محقق دقت کافی را در تهیه گزارش و مکتوب کردن پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان به کار گرفته است. به این ترتیب که به دقت اطلاعات صوتی گردآوری شده در حین انجام مصاحبه‌ها را ضبط کرده و در گام بعدی اقدام به تهیه نسخه متنی کرده است. برای ارتقای سطح انتقال‌پذیری به منظور تحلیل داده‌ها، از رویه‌های مخصوص کدگذاری و تحلیل نمادها که در قالب کدگذاری‌های باز و محوری در نظریه داده‌بنیاد از آن یاد می‌شود، استفاده شده است. در نهایت برای افزایش سطح تأییدپذیری، محقق تلاش کرد با توجه به اهداف پژوهش سؤالات مصاحبه را به ترتیب و در قالب منطق منظمی بپرسد. در تمامی فعالیت‌ها شامل انجام مصاحبه، نسخه‌برداری، کدگذاری داده‌ها و تفسیر یافته‌ها سعی شد تا دقت بالایی لحاظ شود.

1. Lincoln and Goba

۵. یافته‌ها

هر یک از مصاحبه‌ها دارای تعداد متفاوتی از گزاره‌ها بودند؛ به طوری که در یک مصاحبه ۲۳ گزاره معنادار و در مصاحبه‌ای فقط هشت گزاره معنادار استخراج شد. به طور میانگین، هر مصاحبه حدود دوازده گزاره معنادار داشت. در مجموع ۲۱۵ گزاره کلامی شناسایی شد که از این تعداد ۱۸۶ گزاره معنادار بودند. از ۱۸۶ گزاره معنادار این مصاحبه‌ها، ۲۱۲ کد استخراج شد که با حذف موارد تکراری ۱۶۸ خرده‌مقوله و ۳۵ مقوله محوری یا مقوله هسته‌ای استخراج شده است. پاسخ‌دهندگان در پاسخ به سوالات مرتبط با بُعد عوامل علی مدل پارادایمی به تشریح عوامل اصلی مؤثر بر تعامل بهینه صداوسیما با نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی کشور پرداختند. عوامل علی، مقوله‌هایی (شرایطی) هستند که مقوله اصلی (تعامل بهینه) را تحت تأثیر قرار می‌دهند و به وقوع یا گسترش پدیده (تعامل بهینه) مورد نظر می‌انجامد. کدهای اولیه از تحلیل جملات و دیدگاه‌های این افراد استخراج شد. در مجموع ۳۲ خرده‌مقوله برای بُعد شرایط علی مشخص شد.

جدول ۲. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده برای شرایط علی

مقوله محوری	مفاهیم متناظر دسته‌بندی شده	کدهای نهایی (خرده‌مقوله‌ها)	
شرایطی	تلاطم و بویایی در محیط	تغییر و تحول در شرایط محیط رسانه	
		تغییر در انتظارات از صداوسیما و ناتوانی در تأمین آنها	
		اثرگذاری فضای مجازی بر ریزش مخاطبان صداوسیما	
	فقدان قوانین جامع و مانع و چارچوب مشخص تعامل	تصویب قوانین بدون در نظر گرفتن استقلال صداوسیما	طرح‌ها و پیش‌نویس‌های ناقص و ضعیف و بعضاً مغایر با قانون اساسی برای اداره و نظارت بر صداوسیما
			نبود قانون مشخص برای صداوسیما شامل چارچوب وظایف، مأموریت، حدود و ثغور مسئولیت، نحوه پاسخگویی و ارزیابی و نظارت
			مشخص نبودن حدود اختیارات و وظایف صداوسیما در قالب قانون
			انحصاری بودن صداوسیما
			سلیقه‌ای بودن تعاملات و چارچوب‌ها
			نبود یک چارچوب حاکم بر روابط مجلس و رسانه

مقوله محوری	مفاهیم متناظر دسته بندی شده	کدهای نهایی (خرده مقوله‌ها)
	وجود جهت‌گیری‌های سیاسی / جناحی	موضع انفعالی صداوسیما در قبال مجلس در حد تربیون قانونگذاری
		اتخاذ راهبرد محافظه‌کارانه
		سیاست‌زدگی مجلس و غلبه نگاه سیاسی - جناحی بر نگاه فرابخشی آن
		برخورد سلیقه‌ای و جناحی صداوسیما در قبال نمایندگان مجلس وابسته به جناح‌های مختلف
		حضور‌گزینشی نمایندگان مجلس در صداوسیما
	ضعف در ساختارها و فرایندها	انتخاب اشتباه وکلای مجلس از سوی موکلین
		تغییر در جریان و دیدگاه‌های سیاسی اکثریت مجلس
		وجود برخی سوء تفاهمات بین صداوسیما و نمایندگان
		روابط ناسالم مالی خارج از چارچوب
	تحمیل‌ها و فشارهای بیرونی	عدم شناخت کافی مدیران و برنامه‌سازان نسبت به جایگاه واقعی نظام تقنینی کشور
		تعامل افراطی با یک قوا در مقایسه با سایر قوا
		فشارهای قدرت / هیئت حاکم و جانبداری‌های سیاسی
		اعمال نفوذ ذی‌نفعان قانونگذاری
		سوق یافتن صداوسیما به سمت هیئت دولت حاکم
		وجود نظام تعاملی مبتنی بر لایوشانی نه هم‌افزایی
انتظارات و توقعات خارج از حیطه قانونگذاری و نظارت نمایندگان مجلس		
غلبه منافع شخصی / حزبی بر منافع ملی	اولویت دادن به منافع شخصی، گروهی، حزبی و منطقه‌ای به جای منافع و مصالح ملی	
	استفاده نمایندگان از تربیون رسانه برای افزایش شهرت یا محبوبیت به جای وظایف تقنینی	
	استفاده ابزاری از ظرفیت‌های طرف مقابل در جهت مصالح خود	
	وجود روابط شخصی در تعامل مجلس و رسانه	
	بده-بستان‌های شخصی، گروهی و یا جناحی	
تعارض منافع		

مأخذ: همان.

شرایط مداخله‌گر به‌منزله شرایط ساختاری است که به پدیده تعامل بهینه صداوسیما با نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی کشور تعلق دارند و بر راهبردهای کنش و واکنش اثر می‌گذارند.

مصاحبه‌شوندگان در پاسخ به سؤالات مرتبط با بُعد شرایط مداخله‌گر مدل پارادایمی به تشریح شرایط خاصی پرداختند که در آن راهبردهای مربوط به تعامل بهینه صداوسیما با نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی کشور پیاده می‌شود. پانزده خرده‌مقوله نیز برای شرایط مداخله‌گر شناسایی شد.

جدول ۳. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده برای شرایط مداخله‌گر

مقوله محوری	مفاهیم متناظر دسته‌بندی شده	کدهای نهایی (خرده‌مقوله‌ها)		
شرایط مداخله‌گر	مسائل بودجه‌ای	بودجه‌بندی و بودجه‌ریزی درست، منطقی و آینده‌نگرانه مجلس برای صداوسیما		
		وابستگی بودجه‌ای رسانه به مجلس و دولت		
	مداخله دستگاه‌های نظارتی و قوای سه‌گانه	جایگاه نظارتی شورای نگهبان	جایگاه نظارتی مجمع تشخیص مصلحت نظام	
			ابزارهای نظارتی، کنترلی و مشورتی مثل دیوان محاسبات	
		مصوبات شورای عالی امنیت ملی	نظارت استطلاعی شورای نظارت بر صداوسیما	
		منافع قوای سه‌گانه و نظارت جهت‌گیرانه آنها بر صداوسیما	جایگاه دولت و قوه قضائیه به‌عنوان مجریان قانون	
		مداخله دولت بین مجلس و صداوسیما	سیاست‌های کلان نظام	
		اسناد بالادستی کشور	منویات مقام معظم رهبری	رگولاتوری رسانه ذیل نظر رهبری
			قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران	مطالبات عمومی و حقوق مردم
		مطالبات عمومی		

مأخذ: همان.

جدول ۴ شامل کدهای استخراج شده مربوط به شرایط زمینه‌ای مؤثر بر اجرای راهبردهای مرتبط با تعامل بهینه صداوسیما با نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی کشور است. شرایط زمینه‌ای نشانگر مجموعه شرایط خاصی است که در آن راهبردها اجرا می‌شود. شرایط زمینه‌ای؛ راهبردها را در درون زمینه خاصی (تعامل) سهولت

بخشیده و یا آنها را محدود می‌کنند. در نهایت هشت خرده‌مقوله برای شرایط زمینه‌ای احصا شد.

جدول ۴. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده برای شرایط زمینه‌ای

مقوله محوری	مفاهیم متناظر دسته‌بندی شده	کدهای نهایی (خرده‌مقوله‌ها)
س ب ج د ه و ز	نقش‌آفرینی صداوسیما در کنار قوای سه‌گانه	نقش صداوسیما در ایجاد انگیزش در نمایندگان مجلس رویکرد صداوسیما به جناح‌های سیاسی
	نقش‌آفرینی اثربخش مجلس شورای اسلامی	نقش نمایندگان مجلس
		ظرفیت‌های کمیسیون‌های تخصصی مجلس به‌ویژه کمیته فرهنگی
		ظرفیت متنوع و متکثر بدنه کارشناسی مجلس و توانمندی پژوهشی مرکز پژوهش‌های مجلس
		ظرفیت‌های دیوان محاسبات کشور
	حاکمیت سلیق بر ضوابط مدیریتی	اعمال مدیریت سلیقه‌ای در صداوسیما یا مجلس انتخاب سلیقه‌ای مدیران ارشد

مأخذ: همان.

از خبرگان در خصوص تعریفشان از پدیده تعامل بهینه صداوسیما و نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی پرسیده شد که هر یک تعبیری از تعامل بهینه داشتند. با استفاده از شاخص‌های مطرح شده توسط خبرگان برای تعامل بهینه می‌توان این تعریف را ارائه کرد: «تعامل بهینه به منزله تعامل همزمان رسمی و غیررسمی، مستقیم و بدون واسطه، نظارت متقابل و اثرگذاری مثبت صداوسیما و نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی بر یکدیگر است. این تعامل مستلزم حفظ استقلال این سازمان به‌عنوان قوه چهارم زیر نظر مستقیم رهبر و در نتیجه فرابخشی و فرا جناحی بودن صداوسیماست. در این تعامل، اثرگذاری مجلس و رسانه بر یکدیگر فارغ از خواسته‌های شخصی مدیران جهت دستیابی به یک صداوسیمای استاندارد حائز اهمیت است.» دو مؤلفه مهم برای تعامل بهینه شناسایی شد: الف) مؤلفه سازمانی / ساختاری و حقوقی: در ساختار صداوسیما معاونت حقوقی و پارلمانی وجود دارد که بیشتر در جهت ارتباط درون سازمانی با مجلس شورای اسلامی عمل می‌کند و

سعی دارد در تدوین قوانین مربوط به صداوسیما و ارتباط با نمایندگان مجلس مؤثر عمل کند. (ب) مؤلفه همکاری، هماهنگی و حمایت متقابل: باور نظام تقنینی کشور به قدرت نرم رسانه به‌عنوان رکن چهارم دموکراسی و استفاده مدیران رسانه از ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل مجلس، کلیدواژه اصلی مؤلفه‌های همکاری و هماهنگی است. مشکل تعامل ضعیف بین دو ارگان حاکمیتی این است که گاه مجلس، جایگاه و اهمیت صداوسیما را در توسعه همه‌جانبه کشور و حتی اجرای قوانین موضوعه نادیده می‌گیرد. جدول زیر دربرگیرنده گزاره‌های کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها درخصوص راهبردهای پیشنهادی در جهت تعامل بهینه این سازمان با نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی کشور است. راهبردها مبتنی بر کنش‌ها و واکنش‌هایی برای کنترل، اداره و برخورد پدید آمده مورد نظر (تعامل بهینه) هستند. در مجموع ۵۳ خرده‌مقوله در رابطه با راهبردهای تعامل بهینه شناسایی شد.

جدول ۵. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده برای راهبردها

مقوله محوری	مفاهیم متناظر دسته‌بندی شده	کدهای نهایی (خرده‌مقوله‌ها)		
مشارکت	برنامه‌ریزی منظم و ادواری صداوسیما برای مطالبه‌گری و نظارت	تدوین برنامه مدون و ادواری در معاونت حقوقی و پارلمانی صداوسیما برای هر دوره مجلس برای به چالش کشیدن نمایندگان		
	کمک صداوسیما به تصمیم‌سازی مجلس	مطالبه‌گری و نظارت کلان با نمایندگان و افراد مؤثر مجلس و ارائه گزارش از برنامه‌های مصوب		
	مشارکت رسانه و مجلس در تشکیل کارگروه‌ها، اتاق‌های فکر، فراکسیون‌ها و کمیته‌های مشترک	کمک صداوسیما به انعکاس نقاط قوت و ضعف مجلس توسط صداوسیما در نقش ناظر	کمک صداوسیما به شکل‌گیری یک مجلس کارآمد و بافضیلت	
		مشارکت رسانه و مجلس در تشکیل کارگروه‌ها، اتاق‌های فکر، فراکسیون‌ها و کمیته‌های مشترک	نقش‌آفرینی صداوسیما در خط‌مشی‌گذاری تقنینی از طریق تشکیل کمیته مشترک در هر دوره از مجلس با حضور برخی نمایندگان و مسئولان صداوسیما	به‌کارگیری افراد فرهیخته، نخبگان رسانه‌ای و نمایندگان ادوار گذشته مجلس در قالب کمیته مشترک مجلس و صداوسیما
			تشکیل کارگروه‌های تخصصی در مجلس و صداوسیما	
			ایجاد یک گروهی علمی در صداوسیما برای انتقال مطالبات مردم به مجلس	
			ایجاد اتاق فکر برای شناسایی مسائل نظام	
			تشکیل فراکسیون صداوسیما در مجلس	
			تشکیل کمیسیون‌ها و کمیته‌های مشترک بین رسانه و مجلس جهت تأمین انتظارات متقابل	

مقوله محوری	مفاهیم متناظر دسته‌بندی شده	کدهای نهایی (خرده‌مقوله‌ها)
	ایجاد قابلیت حسگری توسط صداوسیما	رصد محیط و انعکاس لزوم اصلاح و یا تدوین قوانین توسط صداوسیما
		صدای مردم دانستن صداوسیما توسط مجلس با هدف انعکاس درست واقعیت‌های جامعه
		برگزاری و پخش مناظره میان نمایندگان در مورد مشکلات عموم مردم
تدوین قانونی جامع، مانع و فراگیر با لحاظ کردن الزامات چندگانه	تدوین چارچوب مدون و مصوب برای تعامل	تدوین قانونی برای اداره صداوسیما صرفاً توسط مجلس با توجه به سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای موجود
		تدوین قانونی جامع و مانع برای حفظ مجموعه مرجع و ایجاد تفکیک بین زیرمجموعه‌ها با هدف نقد یا تقویت آنها
		انعکاس مطالبات صداوسیما توسط مجلس در قالب قانون
		بررسی عملکرد پیشین قوانین نانوشته موجود و حدود اختیارات صداوسیما
		ارائه اطلاعات صحیح به مجلس توسط رسانه برای نوشتن قانون
		تدوین قانون برای فضای مجازی به دلیل نقش مهم آن در جریان‌سازی
		تصمیم‌گیری در مورد نحوه اداره صداوسیما در داخل سازمان
		اطلاع‌رسانی مستقیم و به روز به نمایندگان از طریق ابزارهای تکنولوژیکی مثل برنامه‌های موبایلی
		آموزش خبرنگاران آشنا به نظام تقنینی
		ارتقا دادن سطح آگاهی و اشراف رسانه‌ای نمایندگان
برنامه‌ریزی آموزشی همزمان در مجلس و صداوسیما	برنامه‌ریزی آموزشی	قرار گرفتن برنامه‌های آموزشی رسانه در اختیار نمایندگان مجلس برای ارتقای اطلاعات جهت قانونگذاری بهتر
		تبلیغ و ترویج فرهنگ قانون‌مداری در صداوسیما
		برگزاری دوره‌های آموزشی در مجلس و صداوسیما
		توجه همزمان به کارکردهای اطلاع‌رسانه‌ای، آموزشی و تحلیلی
		ایجاد فرصت عادلانه و برابر در تخصیص تربیون به نمایندگان وابسته به جناح‌های سیاسی مختلف برای انعکاس برنامه‌های خود
فضاسازی جهت تعامل سازنده رسانه و مجلس	فضاسازی جهت تعامل	ارتقای انتظارات مجلس از صداوسیما در زمینه فرهنگ‌سازی و بسترسازی برای توسعه کشور به جای کار سیاسی
		داشتن رویکرد و برخورد فراجناحی هم‌ازسوی مجلس و هم صداوسیما
		پاسخگو بودن مجلس و صداوسیما (به یکدیگر و مردم)

مقوله محوری	مفاهیم متناظر دسته‌بندی شده	کدهای نهایی (خرده‌مقوله‌ها)
	طراحی سازوکارهای نظارتی و سازماندهی برای صداوسیما	اعمال نظارت استصوابی بر صداوسیما
		توزیع متناسب و متوازن ظرفیت‌های رسانه بین قوای سه‌گانه
		عدم تحمیل نیرو در سطح مدیریتی از سوی مجلس به رسانه
		ممیزی محتوای تولید شده توسط صداوسیما در جهت تأمین اهداف فرهنگی
تغییر رویکرد منفعل صداوسیما و ایفای نقش تحلیلگر و مشاور برای مجلس	تغییر رویکرد منفعل صداوسیما و ایفای نقش تحلیلگر و مشاور برای مجلس	اتخاذ راهبرد تهاجمی و فعال با تبدیل نقش رسانه از اطلاع‌رسانی صرف
		رخداد‌های قانونگذاری به نقش تحلیلگر و مشورت‌دهنده به مجلس و مطالبه‌گری تقنینی توسط نخبگان رسانه‌ای
		ارائه سفارش از سوی مجلس به صداوسیما برای حل مسائل نظام
		نگارش پیوست رسانه‌ای
تلاش در جهت حفظ استقلال عملکردی صداوسیما	تلاش در جهت حفظ استقلال عملکردی صداوسیما	پذیرش جایگاه صداوسیما به‌عنوان قوه چهارم نظام
		زمینه‌سازی برای تحقق عملکرد مستقل صداوسیما
		حفظ استقلال صداوسیما از احزاب سیاسی و حاکمیت کشور
ترسیم و ارتقای جایگاه مجلس از طریق سازوکارهای مختلف رسانه‌ای	ترسیم و ارتقای جایگاه مجلس از طریق سازوکارهای مختلف رسانه‌ای	ترسیم جایگاه نمایندگان مطلوب برای مردم توسط رسانه
		ترسیم جایگاه مجلس به معنای واقعی در رأس امور بودن جایگاه قانونگذاری توسط صداوسیما
		شناسایی و تبیین جایگاه چرخه قانونگذاری در کشور
		تلاش صداوسیما در جهت انعکاس برنامه‌های نمایندگان استان‌های مختلف به مردم
		انعکاس به موقع و شفاف خدمات، عملکرد تقنینی و نظارتی مجلس
		بارتاب رسانه‌ای پایه پژوهشی، عقلایی و منطقی قوانین، مصوبات و فعالیت نمایندگان در کمیسیون‌های مجلس
		ایفای نقش تنظیم‌کننده روابط مجلس و صداوسیما توسط معاونت حقوقی و پارلمانی رسانه
شناسایی فرصت‌های بهبود تعامل رسانه و مجلس	شناسایی فرصت‌های بهبود تعامل رسانه و مجلس	استفاده صداوسیما از نظرهای کارشناسی نمایندگان مجلس
		ارتباط نزدیک مدیران رسانه و نمایندگان برای شناخت بیشتر از ظرفیت‌ها و نقاط قوت و ضعف یکدیگر
		شناسایی راهکارهای مطلوب تعامل مجلس و صداوسیما

نتایج کدگذاری مربوط به پیامدهای راهبردها در جدول زیر ارائه شده است. پیامدها را همواره نمی‌توان پیش‌بینی کرد و الزاماً همان‌هایی نیستند که افراد قصد آن را داشته‌اند. از تحلیل جملات و دیدگاه‌های این افراد، کدهای اولیه استخراج و ۳۲ خرده‌مقوله برای پیامدهای تعامل بهینه صداوسیما با نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی احصا شد.

جدول ۶. مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده در پیامدها

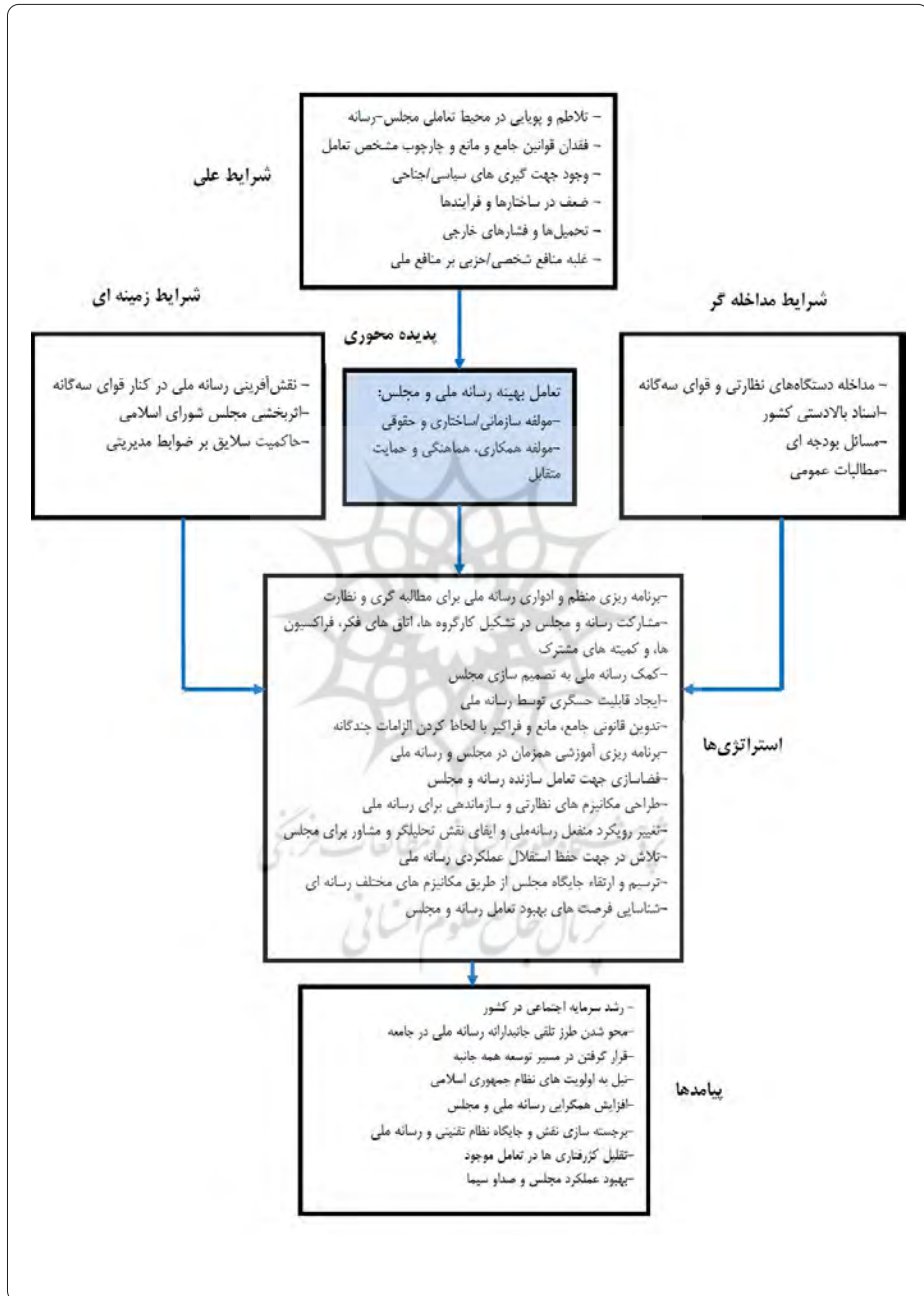
مقوله محوری	مفاهیم متناظر دسته‌بندی شده	کدهای نهایی (خرده‌مقوله‌ها)
	رشد سرمایه اجتماعی در کشور	افزایش اعتماد عمومی مردم به مجلس و نظام جمهوری اسلامی
		افزایش مشارکت اجتماعی و سیاسی در کشور
		افزایش انسجام سیاسی کشور
		تقویت رابطه نظام با مردم
کمرنگ شدن تلقی جانبدارانه صداوسیما در جامعه		توسعه وحدت ملی
		افزایش محبوبیت صداوسیما میان مردم
		مرتفع شدن تفکرات و قضاوت‌های جامعه در خصوص رفتار جناحی و گزینشی صداوسیما
		حل مشکلات اقتصادی - فرهنگی
قرار گرفتن در مسیر توسعه همه‌جانبه (اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی)		تأمین حداکثری خواسته‌های مردم
		کمک به توسعه اقتصادی، سیاسی و فرهنگی کشور
		افزایش شناخت نمایندگان مجلس از جامعه و مشکلات واقعی مردم در نیاز به برخی قوانین از طریق صداوسیما
		نیل به منویات امنیت ملی
نیل به اولویت‌های نظام جمهوری اسلامی		حرکت به سمت حفظ منافع ملی
		اولویت یافتن مصالح کلی نظام در مجلس و صداوسیما
		ایجاد پایگاه مستحکم انقلاب و اسلام در برابر تهدیدهای فزاینده دشمنان
		تخصیص سهم متناسب قوا از اطلاع‌رسانی
افزایش همگرایی صداوسیما و مجلس		حصول توافق میان صداوسیما و مجلس بر خط‌مشی‌ها
		افزایش مشارکت رسانه و مجلس در رفع نیازهای جامعه
		ایجاد شناخت متقابل مجلس و صداوسیما نسبت به اهداف و مأموریت‌های یکدیگر

مقوله محوری	مفاهیم متناظر دسته‌بندی شده	کدهای نهایی (خرده‌مقوله‌ها)
	برجسته‌سازی نقش و جایگاه نظام تقنینی و صداوسیما	برجسته شدن ضرورت قانونگذاری
		دمیده شدن روح قانون در کشور
		ارتقا و تقویت جایگاه قانونگذاری و جریان سازی رسانه‌ای در جامعه
		ارتقای وضعیت تقنینی کشور
		حفظ شئن و جایگاه صداوسیما به‌عنوان دانشگاه عمومی و مجلس به‌عنوان عصاره
		پیااده‌سازی بهینه نقش صداوسیما به‌عنوان دانشگاهی عمومی
		دستیابی مجلس به جایگاه مناسب با پوشش رسانه‌ای مناسب
تقلیل کز رفتاری‌ها در تعامل موجود		به حداقل رسیدن تعارض منافع
		به حداقل رسیدن رانت
		کاهش اظهارنظرها و اعمال سلیقه‌های شخصی
بهبود عملکرد مجلس و صداوسیما		شناسایی بهتر خلأهای قانونی
		حفظ استقلال صداوسیما
		موفقیت صداوسیما در جریان جنگ نرم

مأخذ: همان.

مدل نظری «تعامل بهینه رسانه ملی با نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی ایران» مطابق با ابعاد مدل پارادایمی در شکل زیر مشاهده می‌شود. پس از تدوین مدل پارادایمی برای افزایش اعتبار مدل، مدل پارادایمی در اختیار خبرگانی قرار گرفت که با حوزه خط‌مشی‌گذاری تقنینی و رسانه‌آشنایی داشتند. از این خبرگان خواسته شد که در مورد فرایند تدوین و مدل نهایی نظرهای خود را ارائه دهند؛ بیشتر آنها مدل را تأیید کردند و بعضی نیز نظرهای اصلاحی داشتند که در فرایندی رفت‌وبرگشت، اصلاحات اعمال و نظر نهایی آنها دریافت شد. با توجه به اینکه از نظریه داده‌بنیاد به شیوه اشتراوس و کوربین استفاده شده؛ چارچوب مورد نظر شامل اجزای شرایط علی، پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهاست.

شکل ۲. مدل پارادایمی تعامل بهینه رسانه ملی و نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی ایران



۶. جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف این پژوهش ارائه مدلی پارادایمی از بساخت‌های شخصی خبرنگاران رسانه‌ای و نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی کشور بوده است. مدل نظری حاصل از این پژوهش مطرح می‌کند عوامل متعددی بر تعامل بهینه رسانه ملی و نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی تأثیرگذار بوده که برای مواجهه با آنها اقدامات خاصی باید انجام داد و اجرای این اقدامات و راهبردها چنانچه در بسترهای مناسب رخ دهد، پیامدهای مطلوبی به ارمغان خواهد آمد. مدل پارادایمی پژوهش و غالب عناصر موجود در آن، برای اولین بار مورد توجه قرار گرفته است. در واقع این اولین مطالعه‌ای است که تعامل بهینه رسانه و نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی را بررسی کرده است. براساس یافته‌های پژوهش می‌توان پیشنهادهایی را به مدیران و تصمیم‌گیرندگان رسانه ملی و مجلس درخصوص دستیابی به یک تعامل بهینه ارائه کرد. برنامه‌ریزی منظم و ادواری رسانه ملی برای مطالبه‌گری و نظارت از مهمترین راهبردهایی است که باید در دستور کار مدیران رسانه قرار گیرد. در این راستا اقداماتی همچون تدوین برنامه مدون و ادواری در معاونت حقوقی و پارلمانی صداوسیما برای هر دوره مجلس برای به چالش کشیدن نمایندگان و نیز مطالبه‌گری و نظارت رسانه ملی بر مجلس با سازوکارهایی مثل برگزاری نشست‌های کلان با نمایندگان و افراد مؤثر مجلس و ارائه گزارش از برنامه‌های مصوب را می‌توان اتخاذ کرد. از دیگر راهبردهای پیشنهادی، کمک رسانه ملی به تصمیم‌سازی مجلس بود. از این‌رو می‌توان اقداماتی همچون انعکاس نقاط قوت و ضعف مجلس توسط رسانه ملی در نقش ناظر و کمک صداوسیما به شکل‌گیری یک مجلس کارآمد و بافضیلت را در پیش گرفت. مشارکت رسانه و مجلس در تشکیل کارگروه‌ها، اتاق‌های فکر، فراکسیون‌ها، و کمیته‌های مشترک از دیگر راهبردهای احصا شده بود. بنابراین برای پیاده‌سازی این راهبرد می‌توان اقداماتی همچون نقش‌آفرینی رسانه ملی در خط‌مشی‌گذاری تقنینی از طریق تشکیل کمیته مشترک در هر دوره مجلس با حضور نمایندگان و مسئولین رسانه ملی، به‌کارگیری افراد فرهیخته، نخبگان رسانه‌ای و نمایندگان ادوار گذشته مجلس در قالب کمیته مشترک مجلس و رسانه ملی، تشکیل فراکسیون رسانه ملی در مجلس و تشکیل کمیسیون‌ها و کمیته‌های مشترک میان رسانه و مجلس جهت

تأمین انتظارات متقابل را اجرا کرد. راهبرد پیشنهادی دیگر ایجاد قابلیت حسگری توسط صداوسیماست. چنین راهبردی مستلزم اقداماتی از قبیل رصد محیط و انعکاس لزوم اصلاح و یا تدوین قوانین توسط رسانه ملی، صدای مردم دانستن صداوسیما توسط مجلس با هدف انعکاس درست واقعیت‌های جامعه و برگزاری و پخش مناظره میان نمایندگان در مورد مشکلات عموم مردم است. یک راهبرد اثربخش که مورد اقبال بسیاری از خبرنگاران رسانه و مجلس بود؛ تدوین قانونی جامع، مانع و فراگیر با لحاظ کردن الزامات چندگانه بود. این راهبرد با اقداماتی از قبیل تدوین چارچوب مدون و مصوب برای تعامل، تدوین قانونی برای اداره صدا و سیما صرفاً توسط مجلس با توجه به سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای موجود، انعکاس مطالبات رسانه ملی توسط مجلس در قالب قانون، ارائه اطلاعات صحیح به مجلس توسط رسانه برای نوشتن قانون و تصمیم‌گیری در مورد نحوه اداره صداوسیما در داخل سازمان به وقوع می‌پیوندد. در راستای ایجاد تعامل بهینه، اتخاذ راهبرد برنامه‌ریزی آموزشی همزمان در مجلس و رسانه ملی ضروری است که از طریق اطلاع‌رسانی مستقیم و به روز به نمایندگان از طریق ابزارهای تکنولوژیکی مثل برنامه‌های موبایلی، ارتقا دادن سطح آگاهی و اشراف رسانه‌ای نمایندگان، قرار گرفتن برنامه‌های آموزشی رسانه ملی در اختیار مجلس برای ارتقای سطح اطلاعات جهت قانونگذاری و تبلیغ و ترویج فرهنگ قانون‌مداری محقق می‌شود. در راستای تحقق راهبرد فضاسازی برای تعامل سازنده رسانه و مجلس نیز پیشنهاد می‌شود که فرصت عادلانه و برابر در تخصیص تربیون به نمایندگان وابسته به جناح‌های سیاسی مختلف جهت انعکاس برنامه‌های خود داده شود، انتظارات مجلس از صداوسیما در زمینه فرهنگ‌سازی و بسترسازی برای توسعه کشور به جای کار سیاسی ارتقا یابد و رویکرد فراجناحی هم‌ازسوی مجلس و هم رسانه ملی اتخاذ شود. تعامل بهینه با اتخاذ راهبرد طراحی سازوکارهای نظارتی و سازماندهی برای صداوسیما تسهیل می‌شود. به این ترتیب باید اقداماتی از قبیل اعمال نظارت استصوابی بر رسانه ملی، توزیع متناسب و متوازن ظرفیت‌های رسانه بین قوای سه‌گانه، عدم تحمیل نیرو در سطح مدیریتی توسط مجلس به رسانه و ممیزی محتوای تولید شده توسط صداوسیما در جهت تأمین اهداف فرهنگی انجام شود. تغییر رویکرد منفعل صداوسیما و ایفای نقش تحلیلگر و مشاور برای

مجلس، راهبرد پیشنهادی دیگر در جهت شکل‌گیری تعامل بهینه است که با اقداماتی همچون تبدیل نقش رسانه از اطلاع‌رسانی صرف رخدادهای قانونگذاری به نقش تحلیلگر و مشورت‌دهنده به مجلس و مطالبه‌گری تقنینی توسط نخبگان رسانه‌ای، ارائه سفارش ازسوی مجلس به رسانه ملی در جهت حل مسائل نظام و نگارش پیوست رسانه‌ای میسر می‌شود. یکی از مهمترین راهبردها تلاش در جهت حفظ استقلال عملکردی رسانه ملی است. بنابراین باید تلاش‌هایی از قبیل پذیرش جایگاه صداوسیما به‌عنوان قوه چهارم نظام، زمینه‌سازی برای تحقق عملکرد مستقل رسانه ملی و حفظ استقلال صداوسیما از احزاب سیاسی و حاکمیت کشور انجام شود. همچنین ترسیم و ارتقای جایگاه مجلس از طریق سازوکارهای مختلف رسانه‌ای حائز اهمیت است که خود مستلزم ترسیم جایگاه نمایندگان مطلوب برای مردم توسط رسانه، ترسیم جایگاه مجلس به معنای واقعی در رأس امور بودن جایگاه قانونگذاری توسط رسانه ملی، شناسایی و تبیین جایگاه چرخه قانونگذاری در کشور، تلاش رسانه ملی در جهت انعکاس برنامه‌های نمایندگان استان‌های مختلف به مردم و انعکاس به موقع و شفاف خدمات و عملکرد تقنینی - نظارتی مجلس است. به‌عنوان آخرین راهبرد پیشنهادی می‌توان به شناسایی فرصت‌های بهبود تعامل رسانه و مجلس اشاره کرد. این راهبرد نیز با پیمودن گام‌هایی همچون ایفای نقش تنظیم‌کننده روابط مجلس و صداوسیما توسط معاونت حقوقی و پارلمانی رسانه، استفاده رسانه ملی از نظرهای کارشناسی نمایندگان مجلس، ارتباط نزدیک مدیران رسانه و نمایندگان در جهت شناخت بیشتر از ظرفیت‌ها و نقاط قوت و ضعف یکدیگر و شناسایی راهکارهای مطلوب تعامل مجلس و رسانه ملی محقق خواهد شد.

این پژوهش با محدودیت‌هایی روبه‌رو بود که یکی از آنها تعمیم‌پذیری نتایج است. این مطالعه بر نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی ایران و نیز رسانه ملی انجام شده است و در نتیجه، مدل بومی طراحی شده منحصر به ایران است. بنابراین نمی‌توان نتایج آن را به سایر کشورها تعمیم داد. با توجه به اینکه در این تحقیق صرفاً بر تعامل رسانه ملی و نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی تمرکز شده بود و سایر رسانه‌های فناوری محور (فضای مجازی) در نظر گرفته نشد؛ از این رو پیشنهاد می‌شود که تعامل بهینه در قالب مطالعه‌ای میدانی -

تطبیقی نیز مورد بررسی قرار گیرد. به این ترتیب امکان مقایسه سازوکارهای تعامل بهینه در رسانه ملی و رسانه‌های فناوری محور فراهم می‌شود. پیشنهاد می‌شود که مطالعه‌ای تطبیقی در زمینه تعامل رسانه ملی و نظام خط‌مشی‌گذاری تقنینی در دو یا چند کشور با ساختار حاکمیتی مشابه با ایران انجام شود تا نه تنها قابلیت تعمیم‌پذیری یافته‌ها افزایش یابد، بلکه امکان مقایسه وضعیت تعامل رسانه و مجلس در آنها، علل شکل‌گیری اقدامات مورد نیاز، عوامل مؤثر بر اجرای این راهبردها و نتایج مطلوب این تعامل بهینه فراهم شود.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع و مأخذ

۱. الوانی، سیدمهدی و فتاح شریف‌زاده، (۱۳۹۴). *فرایند خط‌مشی‌گذاری عمومی*، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
۲. حقیقت، سیدصادق (۱۳۸۹). «مسئله ساختار/کارگزار در علوم اجتماعی»، فصلنامه *روش‌شناسی علوم انسانی*، سال ۱۶، ش ۶۴ و ۶۵.
۳. رضایی، رامین (۱۳۹۴). «مکانیسم تأثیرگذاری رسانه‌ها بر فرایند دستورکارسازی در جریان خط‌مشی‌گذاری عمومی»، فصلنامه *رسالت مدیریت دولتی*، سال ۴، ش ۱۱ و ۱۲.
۴. روشندل اربطانی، طاهر و افشین امیدی (۱۳۹۴). «شناسایی نقش‌های رسانه در فرایند خط‌مشی‌گذاری عمومی»، اولین کنفرانس ملی مدیریت دولتی ایران، قابل دسترس در:
https://www.civilica.com/Paper-CIPA01-CIPA01_049.html.
۵. شریف‌زاده، فتاح، میرعلی سیدنقوی، وجه‌الله قربانی‌زاده و محمدعلی مختاری (۱۳۹۵). «آسیب‌شناسی خط‌مشی‌های فرهنگی مراکز استانی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران»، چشم‌انداز مدیریت دولتی، ش ۲۶.
۶. عباسی، طیبه (۱۳۹۴). «فرایند خط‌مشی عمومی و کارکردهای رسانه‌های عمومی»، نخستین کنفرانس ملی مدیریت دولتی ایران، تهران، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران قابل دسترس در:
https://www.civilica.com/Paper-CIPA01-CIPA01_058.html.
۷. قربانی‌زاده، وجه‌الله، فتاح شریف‌زاده، داوود حسن‌پور و محمود مروج (۱۳۹۶). «ارائه الگوی خط‌مشی‌گذاری سازمان‌های فرهنگی (مورد مطالعه: کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان)»، فصلنامه *سیاست‌گذاری عمومی*، دوره ۳، ش ۳.
۸. محمدی فاتح، اصغر، حسن دانایی‌فرد، فرج‌الله رهنورد و لطف‌الله فروزنده (۱۳۹۵). «طراحی مدلی برای ارتقای ظرفیت خط‌مشی‌گذاری در قوه مجریه کشور»، فرایند مدیریت و توسعه، دوره ۲۹، ش ۳.
۹. نورتن، فیلیپ (۱۳۹۰). *پارلمان در یک نگاه*، در *گفتارهایی در قانون و قانونگذاری*، تألیف و ترجمه: حسن وکیلان، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
10. Chesney, R. (2015). *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*, The New Press, New York.

11. Chin, Y.C. (2011). "Policy Process, Policy Learning and the Role of the Provincial Media in China, Media", *Culture and Society*, Vol. 33, No. 2.
12. Klijn, E. and I. Korthagen (2018). "Governance and Media Attention: A Research Agenda about How Media Affect (Network) Governance Processes", *Perspectives on Public Management and Governance*, Vol. 1, No. 2.
13. McCallum, K. and L. Waller (2013). "The Intervention of Media Power in Indigenous Policy-Making", *Media International Australia*, Vol 149, No. 1.
14. Rice, R., S.Evans, K. Pearce and J. Treen (2017). "Organizational Media Affordances: Operationalization and Associations with Media Use", *Journal of Communication*, Vol. 67, No. 1.
15. Saunders, M., P. Lewis and A. Thornhill (2016). *Research Methods for Business Students* (7th Edition), Harlow, Pearson.

