



بررسی رویکرد دولت‌های اصلاحات و اصول‌گرا نسبت به

مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی

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

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۷/۲۰؛ تاریخ تأیید: ۱۴۰۱/۸/۴

چکیده

در ایران، سیاست رسانه‌های علاوه بر مراجع اصلی تأثیرگذار، از تغییر دولت‌ها نیز متأثر می‌شود؛ چراکه 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 اراده سیاسی، عواملی هستند که به شدت بر عمل سیاسی در ایران تأثیرگذار می‌باشند. در این پژوهش با نگرش فرآیندوار و تأثیر متقابل ساختار و اراده بر عمل سیاسی به این سؤال 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 زمینه اجرای سیاست‌های نظام جمهوری اسلامی ایران. چه می‌باشد. برای این کار، از رهیافت نظری میگردان با عنوان دولت قوی و جامعه 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 مؤلفه‌های 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 بازه زمانی ۱۳۷۶-۱۳۹۲ با استفاده از روش اسکن محیطی بررسی و مضامین مستخرج با استفاده از روش تحلیل موضوعی کدگذاری شدند. یافته‌ها نشان‌گر ۱۳ مخلفه به عنوان اساسی‌ترین سیاست رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در زمینه مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی و ۱۲ مؤلفه 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، نویسنده 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

سیاست رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران همواره تابعی از عوامل و نهادهایی بوده است که در روند تصمیم‌گیری و اتخاذ راهبردهای کلان تأثیر 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 مؤلفه‌های 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 تأثیرگذار، از تغییر دولت‌ها نیز متأثر می‌شود؛ چراکه 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 یک‌سو شاهد رشد و توسعه سریع اینترنت و از سوی دیگر شاهد ظهور گفتمانی با محوریت مردم‌سالاری و جامعه 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 اصول‌گرای عدالت‌محور بر فضای سیاسی ایران حاکم شد و فضای رسانه‌ای تحت تأثیر 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 به‌ویژه 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 تجدیدنظر 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 تأثیر تغییرات تکنولوژیک، شکل‌گیری و ظهور جریان‌ها مختلفی از

بطن اسلام‌گرایی، در قالب دولت‌ها بوده است. بر همین اساس می‌توان گفت که در بازه زمانی ۱۳۷۶-۱۳۸۴ «صلح‌گرایی مردم‌سالار» در قالب دولت اصلاحات و در بازه 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 عرصه مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی اتخاذ کردند.

در بررسی دولت‌ها برخی بر عوامل ساختاری و برخی دیگر بر عوامل ارادی تأکید 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 یک‌سو 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. چراکه 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، اگرچه ترسیم سیاست‌های رسانه‌ای در سطح حاکمیت شکل می‌گیرد و همه دولت‌ها در چارچوب مسیر ترسیم‌شده موظف به حرکت هستند، ولی رویکرد دولت‌ها در اجرای سیاست‌ها و خط‌مشی‌های رسانه‌ای ترسیم‌شده از اهمیت بسزایی برخوردار است. بر همین اساس، در این پژوهش، رویکرد دولت‌های اصلاحات و اصول‌گرا در زمینه مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی بررسی و دواعی و موانع و نقاط قوت و ضعف دولت‌ها در زمینه اجرای سیاست‌های نظام جمهوری اسلامی ایران مورد کنکاش قرار می‌گیرد.

ادبیات نظری و پیشینه 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 اراده 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 مؤلفه‌های 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 به‌قاعده 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 (به‌خصوص ملی) با اقدامات دولت مخالفت نمایند. در انگاره پیشنهادی میگدال، جامعه "ترکیبی از سازمان‌های اجتماعی" قلمداد می‌شود که هرکدام 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 کلیه 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، به‌ویژه توانایی آنها در عمل به سیاست‌های مصوب، تا حد زیادی با ساختار در ارتباط است. ناکارآمدی رهبران دولتی که با موانع

1. Migdal., J. S.

نفوذناپذیری برای اعمال سلطه 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 عرصه داخلی و خارجی مشاهده کرد. در عرصه داخلی تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در نظام سیاسی جمهوری اسلامی ایران تجلی ساختاری است که به صورت سلسله مراتبی از حوزه‌های ایدئولوژی نظام سیاسی، نهادهای کلان سیاست‌گذاری، عرصه برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری و عرصه 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 عرصه بین‌المللی ساختار جهانی قاعده 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 اراده کارگزاران به عنوان مهم‌ترین عوامل تغییرساز تأکید می‌کنند. اراده‌گرایی رویکردی است که اصالت را به کارگزاران و اراده 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 (وبر، ۱۳۸۲: ۸۴). اما این دیدگاه نیز با نقدهای مهمی مواجه است. از جمله این‌که 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 ساخته اراده 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 کم‌وبیش منعطف برای این ذهنیت و کنش‌ها تأکید می‌کنند (گیدنز، ۱۹۸۴: ۸۵). این دیدگاه سعی می‌کند از دو انگاری ساختاری و کارگزاری فاصله گرفته و آنها را سطوحی بداند که در

1. Marsh., D.

یکدیگر تأثیر و تأثر متقابل دارند. بر اساس این رویکرد، اگرچه فرد در درون ساختارها به سر می‌برد، ولی به وسیله ساختارهای مزبور تعیین پیدا نمی‌کند. زیرا فرد به طور دائم، در حال ساخته‌شدن است و محدود به ساختار نیست (معینی علمداری، ۱۳۸۵: ۶۳). نکته کلیدی در این دیدگاه آن است که حیات سیاسی نه مجموعه‌ای از کنش‌های فردی و نه مجموعه‌ای از ساختارها است. بلکه به‌مثابه فرآیندی در نظر گرفته شده است که مفهوم کلیدی آن عمل سیاسی به شمار می‌آید و دارای دو جنبه «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 یک‌سو و ویژگی‌های ارادی کارگزاران از سوی دیگر توجه کرد؛ بنابراین، باید عاملیت و ساختار را صرفاً وجوه مختلف کلیه اعمال سیاسی در نظر گرفت. در واقع، نگرش فرآیندوار جایگزین اراده‌گرایی و تعیین‌گرایی ساختاری می‌گردد (سیدمن، ۱۳۸۸: ۱۹۲).

هم‌چنین، در حوزه 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 وظیفه 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 حوزه ارتباطات و ظهور رسانه‌های نوین، رویکرد نوینی مطرح شده است که سیاست‌گذاری رسانه‌ای، حوزه 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 حوزه اصلی گسترده‌تر در سیاست‌گذاری رسانه‌ای وجود دارد.

این حوزه‌های اصلی عبارت‌اند از الف) سیاست‌گذاری محتوایی (تأثیرگذاری مستقیم بر ماهیت محتوای ارائه‌شده از سوی خروجی رسانه)، ب) سیاست‌گذاری ساختاری (تأثیرگذاری بر عناصر ساختاری بازارهای رسانه‌ای از جمله شرایط رقابتی، الگوی مالکیت و ابعاد مرتبط با ویژگی تأمین‌کنندگان 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 مؤسسات 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. به‌طورکلی، رسانه به عنوان یکی از تأثیرگذارترین ابزارها در حوزه 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 واسطه فناوری تجربی اشاره کرده‌اند. مطالعات تأکید 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 به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی در محیط‌های مختلف، رویکردها متفاوت بوده است (جدول ۱).

جدول ۱: چکیده پژوهش‌ها

عنوان تحقیق و پژوهش	سال انتشار و منبع	ارتباط با هدف و سؤال تحقیق
جهانی‌شدن و مواضع فرهنگی جمهوری اسلامی ایران از منظر ساختار - کارگزار	سعیده‌سادات گرامیان و محمدرضا پورقوشچی / ۱۳۹۴ / مطالعات راهبردی جهانی‌شدن	تأثیر عوامل خارجی بر عملکرد دولت‌ها
بررسی مقایسه‌ای رویکرد توسعه‌ای 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 حوزه مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی

1. Anthony Giddens
2. J. Thompson

عنوان تحقیق و پژوهش	سال انتشار و منبع	ارتباط با هدف و سؤال تحقیق
سیاست‌گذاری فرهنگی در ایران دوران اصلاحات از منظر انتقادی	شهرام‌نیا، امیرمسعود و چلمقانی، مرضیه / ۱۳۹۵ / پژوهش‌های سیاسی	شناسایی نوع نگاه دولت اصلاحات به حوزه مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی (تأثیر شعار دولت بر این حوزه)
سیاست‌های رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران: مؤلفه‌های کلیدی سیاست‌های مطبوعاتی	قلی‌زاده، محمدعلی / ۱۴۰۰ / ؟	شناسایی عوامل ساختاری مؤثر بر عملکرد دولت‌ها
نظام رسانه‌های ایران، جانشینی ناکامل رسانه‌های نوین و از جا در رفتگی شبکه رسانه‌ها	سوسن باستانی و دیگران / ۱۳۹۹ / فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات	شناسایی قوانین و سیاست‌های رسانه‌های در ایران و رابطه نظام سیاسی با رسانه
آینده سیاست‌گذاری رسانه‌ها در ایران	طالبیان، سارا / ۲۰۱۷ / دانشگاه هلسینکی	شناسایی رویکرد نظام نسبت به رسانه
مطالعات آینده و عدم قطعیت در سیاست‌های عمومی	وین‌من / ۲۰۱۳ / مجله الزوی‌بر	بررسی فرهنگ و ادبیات رسانه و سیاست‌گذاری صحیح آن
سیاست‌های وسیع رسانه‌ای آفریقای جنوبی	والاس چکوان / ۲۰۱۱ / مجله امرالد	شناسایی الگوها و نمونه‌های سیاست‌گذاری رسانه‌های در جهان
سیاست‌گذاری رسانه	فریدمن، دس / ۲۰۰۸ /	مدل‌های سیاست‌گذاری رسانه‌های
نظریات مقررات‌زدایی در رسانه‌ها	مکنزی، رابرت / ۲۰۰۳ /	شناسایی عوامل مؤثر بر رویکرد
رسانه 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 رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران در زمینه 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 رسانه‌های نظام جمهوری اسلامی ایران مستولی است، لذا چارچوب این تحقیق، در حوزه رویکرد سنتی به سیاست‌گذاری رسانه‌های قاب‌بندی می‌شود.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر، مبتنی بر سنت روش کیفی و رهیافت نهادی بوده و برای جمع‌آوری داده‌ها، روش مطالعه اسنادی مورد استفاده قرار گرفته است. با توجه به این‌که 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 حوزه 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 حوزه 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 حوزه 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 حوزه 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 اساسنامه 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 مبنای قرار دادن اصل ۱۱۰ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران که تعیین سیاست‌های کلی نظام را از اختیارات رهبری می‌شمارد، با مراجعه به

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

2. Thematic Analyze

سایت khamenei.ir، به عنوان منبع رسمی، بیانات رهبری در ارتباط با مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی گردآوری و مؤلفه‌های 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 مرحله 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 مؤلفه‌های سیاست رسانه‌ای ایران در حوزه 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 مرحله 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 داده اولیه مشخص شدند که در ۱۲ مقوله اصلی دسته‌بندی شدند. حاصل این دسته‌بندی‌ها در قالب مقوله‌ها را می‌توان رویکرد کلی دولت‌های اصلاحات و اصول‌گرا در زمینه مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی قلمداد نمود. در بررسی نقاط قوت و ضعف دولت‌ها نیز، به گردآوری اطلاعاتی از نوع کیفی و از طریق مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته با متخصصان این حوزه نیاز بود. از این‌رو، جامعه آماری افراد کلیدی و تأثیرگذاری بودند که مسئولیت مستقیم یا جهت‌دهنده و در پاره‌ای موارد

نقش مشاور را بر عهده داشته‌اند. بنا بر تجربه حرفه‌ای و با در نظر گرفتن تعداد مصاحبه‌شوندگان آگاه به این حوزه، نقطه 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 مکرراً 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. چراکه 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 مؤلفه‌های اساسی سیاست‌های رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در حوزه 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 عبارت‌اند از: (۱) تأمین 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) مواجهه فعال و خردمندانه کشور با رسانه‌های نوین؛ ۱۱) مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی مطبوعات؛ ۱۲) حاکمیت دین، فضیلت و اخلاق در مطبوعات؛ و ۱۳) ضرورت تنویر افکار عمومی و جلوگیری از تهاجم فرهنگی. دولت‌ها کنشگران بازاده‌ای هستند که ملزم به عمل در قالب سیاست‌های رسانه‌ای نظام در این حوزه هستند؛ به عبارت دیگر، سیاست‌های رسانه‌ای نظام در حوزه مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی، ساختاری را شکل می‌دهند که اگرچه دولت‌ها موظف به اجرای این سیاست‌ها هستند، لیکن، به عنوان کارگزار با اراده 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. توسعه سیاسی به عنوان شعار دولت اصلاحات در رقابت‌های انتخاباتی مطرح شد و خاتمی از طریق مفاهیم و مؤلفه‌هایی مانند جامعه چندصدایی، آزادی، قانون‌گرایی، سعه صدر و خردگرایی تلاش داشت جامعه را به سمت تحول حرکت دهد. نتیجه این تحول، شرایط را برای توسعه سیاسی و اجتماعی از طریق گسترش روابط فرهنگی با سایر ملل در سایه 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 منصفانه 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 توسعه 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 رانده شده 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 به‌تازگی 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. به‌گونه‌ای 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 زمینه فضای مجازی تدوین و تصویب شدند که مقوله نگاه اخلاقی به رسانه را می‌توان در همین راستا از داده‌های گردآوری شده استخراج کرد.

جدول ۲. رویکرد دولت اصلاحات

مقوله‌ها	کدها (تأکیدات 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 انتقادها 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
توسعه مطبوعات	رویکرد و اندیشه‌ای نو در اطلاع‌رسانی، توسعه 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 لوایح 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 دهه ۶۰ می‌دانستند. قبل از روی کار آمدن این دولت، گفتمان‌های توسعه 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 همه‌جانبه کشور» (احمدی‌نژاد، ۱۳۸۶: ۳۴). روی سخن وی نه با نخبگان، مدیران، تشکل‌های سیاسی و فعال جامعه مدنی، بلکه با توده مردم بود. در برنامه‌ریزی‌های اجرایی دولت نیز بیش از آن‌که دغدغه اقتصادی و سیاسی طرح گردد، دغدغه عموم مردم دیده می‌شد؛ بنابراین، گفتمان حاکم بر سیاست‌های این دولت با نام‌هایی همچون اصول‌گرای عدالت‌محور، آرمان‌گرای اصول‌محور یا گفتمان ایدئولوژیک ارزش‌محور شناخته شد. دکترین دولت اصول‌گرا را می‌توان گفتمان انقلابی-سنتی دانست که در آن نوعی تأکید بر ارزش‌های اولیه انقلاب و گرایش به سنت محوریت دارد. کلیدواژه‌های این گفتمان در حوزه فرهنگ و ارتباط با فرهنگ جهانی نیز عبارت است از: «تهاجم فرهنگی»، «امپریالیسم فرهنگی»، «شبیخون فرهنگی»، «استحاله فرهنگی»، «ناتوی فرهنگی» و نظایر آن (صدیق سروسناتی 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، اشاعه 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 به‌ویژه در حوزه 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 خلأ 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 تأکید داشته است.

جدول ۳. رویکرد دولت اصولگرا

مقوله‌ها	کدها (تأکیدات اصلی)	داده‌های اولیه
آزادی بیان	آزادی مطبوعات، تکثیرگرایی در رسانه، چندصدایی مطبوعات	توجه به آزادی مطبوعات، گسترش آزادی، اعتقاد به تکثر 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
اشاعه 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، 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، تخصص‌گرایی 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 خبرنگارانی 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 شایسته خود، ضرورت افزایش تیراژ نشریات، توجه بیش‌ازپیش به حمایت از نشریات محلی و الکترونیکی

در پاسخ به سؤال دوم پژوهش که بررسی نقاط قوت و ضعف دولت‌های مورد بررسی بود، یافته‌ها نشان داد که دولت اصلاحات محورهای همچون توسعه قانونمند جریان اطلاع‌رسانی کشور، حمایت از حقوق قانونی مطبوعات و روزنامه‌نگاران، پشتیبانی از فعالیت‌ها و نهادهای اطلاعاتی و ارتباطی و نیز ایجاد سازوکار مناسب رسانه‌ای برای ارتقای توانایی‌های ملی در قبال فرآیند جهانی‌سازی را به عنوان راهبردهای اساسی مدنظر قرار داده بود. در همین راستا، بسترسازی مطبوعات به منظور تعمیم فرهنگ و گفتگو و منطبقه‌گرایی 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 همه نظرات و اشخاص به‌ویژه خبرنگاران، توجه ویژه به حقوق شهروندی و آزادی رسانه و مطبوعات معطوف شده بود. نتیجه 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 مسؤولیت 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
توسعه دامنه خطوط قرمز (در اواخر دولت)	ارتقای سطح سواد رسانه‌ای در جامعه
صدور مجوز و رشد قارچ‌گونه مطبوعات با تمایلات جناحی و نه ملی	ایجاد فضای آزادی بیان، منطقی و قانونی در عرصه مطبوعات
قائل شدن نقش حزبی برای مطبوعات و فراهم شدن زمینه سوء	ایجاد فضا برای تأثیرگذاری مطبوعات در تحولات اجتماعی
سوءاستفاده سیاستمداران از ژورنالیسم حرفه‌ای	بخشیدن هویت، مقبولیت و مشروعیت جهانی به رسانه‌های داخلی
نامید شدن بخش مهمی از مخاطبان از کارآیی	شکل‌گیری روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و نهادهای مطبوعاتی مستقل

نقاط قوت	نقاط ضعف
ایجاد نشاط و امید سیاسی و بستر مناسب برای مشارکت جامعه فراهم آوردن زمینه‌های مناسب تصمیم‌گیری ارتقای آستانه تحمل دولت و شنیدن نظرات مخالفان تعدیل اپوزیسیون رادیکال از طریق ایجاد فضا در رسانه تدوین آیین‌نامه‌های متعدد در خصوص فعالیت‌های مطبوعاتی	مطبوعات در عرصه اصلاحات فرهنگی و اجتماعی توسعه‌نیافتگی حقوق سایبر و حقوق مالکیت معنوی بی‌ثباتی مدیریت (در معاونت مطبوعاتی) عدم هماهنگی سیاست‌های مخابراتی با سیاست‌های 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 پیشینه فکری و سیاسی این دولت به جریان راست-رادیکال برمی‌گشت، او در درجه اول علاقه‌مند به تحقق جدی بنیادگرایی در عرصه 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 قائل بود و از در مخالفت با فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی درمی‌آمد. چراکه 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 حوزه مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی، محسوب می‌گردد. تأکید دولت اصول‌گرا بر توزیع صدور مجوز نشریات در سطح استانی و شهرستانی، موجب اقبال به نشریات در شهرستان‌ها شد. اگرچه این امر یکی از نقاط قوت دولت محسوب می‌شود، اما علی‌رغم رشد کمی سریع، بسیاری از این نشریات از نظر امکانات نرم‌افزاری به‌ویژه ساختار رسانه‌ای حرفه‌ای، خبرنگار ماهر و متخصص، بهره‌گیری از سبک‌ها و تکنیک‌های جدید و حرفه‌ای در حوزه خبرنگاری و ... دچار ضعف‌های اساسی بودند. از سوی دیگر، شروع به کار این دولت، با رشد و گسترش شبکه جهانی وب و توسعه بیشتر شبکه‌های اجتماعی همراه بود. به دلیل نوبنیاد و وارداتی بودن اینترنت، غیر بومی بودن شبکه‌های اجتماعی و به‌ویژه 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 امکان‌پذیری، کنترل و نظارت و ضرورت حذف قابلیت‌های آسیب‌زا تأکید می‌شد. (۲) راهبرد جایگزینی یا راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی مجازی داخلی/ جایگزین: این راهبرد عرصه 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 اندیشه 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، شبکه ملی اطلاعات در سال ۱۳۸۹ اشاره کرد. تأسیس 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
توسعه دامنه خطوط قرمز در نشریات و تحدید تولید، توزیع و دسترسی آزاد به اطلاعات به دلیل محدودیت‌های سیاسی و حقوقی	اهتمام به اشاعه فرهنگ انقلاب اسلامی در مطبوعات
سوءاستفاده 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 شبکه 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 اراده سیاسی دولت‌ها شکل می‌گیرد. در واقع، دولت‌ها تحت تأثیر مجموعه‌ای از نظم‌های ساختاری در عرصه داخلی و خارجی قرار دارند. عرصه داخلی سیاست رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران تجلی ساختاری است که متأثر از موارد زیر می‌باشد: ایدئولوژی نظام سیاسی (ملهام از مبانی دینی و اسلام شیعی و اندیشه 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)، عرصه برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری (مجلس شورای اسلامی)، عرصه اجتماعی نظام سیاسی (آرای مردم) و عرصه اجرایی و جایگاه دولت (اجرای قوانین و عمل در چارچوب برنامه‌های مصوب توسط مجلس). در عرصه خارجی نیز دولت‌ها متأثر از امر جهانی‌شدن (ساختار جهانی و نظام بین‌الملل) می‌باشند که از طریق تأثیر بر قاعده هرم سیاسی (یعنی مردم جامعه) و نیز نهادهای قدرت در جهان (سازمان ملل و نهادهای وابسته) بر دولت‌ها تأثیر می‌گذارد (عاملی، ۱۳۹۱: ۱۹). بعد دیگر، عوامل ارادی است که اراده کارگزاران دولت، مبتنی بر معانی ذهنی، نیت و گفتمان‌های سیاسی خاص آنها است. اصولاً جریان‌ها و گروه‌های سیاسی مختلف با اندیشه‌های متفاوت در عرصه دولت حضور داشته‌اند. عرصه دولت محل ظهور کارگزاران مختلفی است که تلاش می‌کنند اهداف و جهت‌گیری‌های مورد نظر خود را به‌پیش ببرند.

با توجه به ساختار نظام جمهوری اسلامی ایران و سطوح و تعدد مراکز تصمیم‌گیری، سیاست‌ها به مثابه برون‌دادی نهادی هستند که در مدل سیاست‌گذاری نهادی شکل می‌گیرند و هرگونه تغییری در آنها موجب تغییر در خط‌مشی‌ها 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 شایسته 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،

آگاهی بخشی، افزایش تعلق اجتماعی، فرهنگ پذیری، تبلیغ، راهنمایی و راهبری، توسعه 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، جامعه 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 فناوری 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 تأثیر انقلاب اطلاعات در حوزه 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. به‌گونه‌ای 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 فناوری و رشد سریع اینترنت را نادیده گرفت که با بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی اولیه، توانست نقش مؤثری در شکل دادن به یک جامعه مدنی قوی و نوپا داشته باشد. وی با برداشتی که از دولت داشت، تمام تلاشش را برای تأسیس نهادهای مدنی و شکل‌گیری احزاب و توسعه 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 حوزه عمومی، راه دموکراسی را هموار کند. او غافل از این بود که بهتر آن است که به جای الگوبرداری از جوامع باز، حرکت از جامعه شکننده به جامعه بالغ صورت گیرد. معیار تمایز این دو جامعه 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 جامعه بالغ را طراحی کند. جامعه‌ای که امنیت آن به‌راحتی توسط جناح و گروه‌های مخالف دچار آسیب و تلاطم نشود. از همین جامعه شکننده دولت اصول‌گرایی سر کار آمد که درصد 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 گسترده این شبکه‌ها در افکار عمومی جامعه و درعین‌حال 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 جامعه مدنی و دولت شد و شکنندگی جامعه تداوم یافت. چراکه اگر میان حکومت مداخله‌گر و جامعه مدنی منتقد شکاف افتد، فضای عمومی به مفهوم هابرماسی آن تخریب می‌شود.

طبق نظریه 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، پوسته 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 فناوری‌های انضباطی و امنیتی (از جمله مسدودسازی و فیلترینگ، راه‌اندازی ارتش سایبری، افزایش نهادهای ناظر و ...) است.

با توجه به این‌که 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 دوره اصولگرایی به دست یافتن به انرژی صلح‌آمیز هسته‌ای تأکید فراوانی می‌شود، در سرمقاله‌های دوره اصلاحات چنین چیزی مشاهده نمی‌شود. این گسست و عدم تداوم در سیاست‌های رسانه‌ای نه‌تنها به تداوم شکل‌گیری جامعه قوی منجر نمی‌شود، بلکه منجر به هدر رفتن منابع، زمان و انرژی می‌شود که از این خصلت جامعه به عنوان «جامعه کوتاه‌مدت» یاد می‌شود. باید به این نکته مهم توجه داشت که اگرچه 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 وابسته به مسیر ترسیم‌گردیده 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 توسعه سیاسی به مثابه گامی برای تولید (در دولت اصلاحات) و عدالت به مثابه گامی برای توزیع (در دولت اصولگرا) در عرصه 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 فناوری تحول‌آفرین و پیدایش زیست‌بوم فضای رسانه‌ای است؛ بنابراین، برای دستیابی به زیست‌بوم منطبق با این شرایط، پیشنهاد 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، به‌ویژه 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 تأثیر این سیاست‌ها در عرصه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی و فرهنگی مشخص شود.
- ≠ جهت ترسیم مدل جامعی از میزان مداخله دولت در نظام رسانه‌ای، پژوهشی با عنوان بررسی تطبیقی نظام رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران و کشورهای درحال توسعه و توسعه‌یافته صورت گیرد.
- ≠ در راستای قانونمندی فضای مجازی و مطبوعاتی، ضمن هماهنگ کردن شبکه یکپارچه 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 ارائه بیانیه ارزش و مسیر حرکت جمهوری اسلامی ایران برای رسانه، گام مؤثری در این راستا تلقی می‌شود.

≠ برای ارائه تفسیری واحد از سیاست‌های رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران، نهادی به عنوان مفسر سیاست‌ها (متشکل از سیاست‌گذاران، مجریان و ناظران و نیز صاحب‌نظران) تعیین گردد. به‌گونه‌ای که با تغییر دولت‌ها برداشت‌های متفاوت و گاهاً 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؛ چراکه 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 زمینه تقویت بخش خصوصی در عرصه راه‌اندازی رسانه اعم از مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی اقدام شود.

≠ صاحب‌نظران عرصه رسانه معتقدند علت عمده 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 مؤثری 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 بهره‌برداری قرار گیرد.

اردستانی، حسین. (۱۳۸۲). عوامل مؤثر در شکل‌گیری نظریه 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 پس‌انقلابی و روندهای چهارگانه مؤثر 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 جهانی‌شدن؛ دو جهانی‌شدن‌ها و دو فضایی‌شدن‌ها، تهران، نشر سمت. فوزی یحیی (۱۳۹۵)، چارچوبی برای بررسی عوامل مؤثر 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 چاووشیان، 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 Makin. 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

