

نگاشت نهادی حکمرانی رسانه‌های صوتی و تصویری برخط در ایران^۱

محمد گاپله^۲؛ حسن خجسته باقرزاده^۳؛ محمدرضا رسولی^۴

تاریخ ارسال: ۱۴۰۲/۰۵/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۰۹

چکیده

در اهمیت نگاشت نهادی-کارکردی حوزه رسانه‌های کشور ایران می‌توان گفت ازجمله مقدمات سیاست‌گذاری آن است که تمامی بازیگران و ارکان تشکیل‌دهنده‌ی این نظام بر اساس کارکردهای حکمرانی، شناسایی‌شده و روابط، جایابی و تعاملات میان آن‌ها موردبررسی و تحلیل قرار گیرد. لذا هدف اصلی این پژوهش نگاشت نهادهای فعال در کارکردهای حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر در ایران است. حکمرانی نوین خود شامل انواع کارکردهای سیاست‌گذاری، تسهیلگری، تنظیم‌گری، ارائه خدمات و بازتوزیع منابع است. این تحقیق با روش نگاشت نهادهای موجود در حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر در ایران را طبق کارکردهای حکمرانی موردبررسی قراردادده و بر اساس مدل تحلیل ذی‌نفعان بازیگران را تجزیه‌وتحلیل کرده است. نگاشت نهادهای فعال رسانه‌ای بر اساس اهداف کارکردهای حکمرانی از طریق مصاحبه با ۱۴ نفر خبره و متخصص رسانه از طریق نمونه‌گیری هدفمند تا اشباع نظری با پرسشنامه در سطوح نهادهای حاکمیتی (فراقوه‌ای)، سه قوه مجریه، مقننه و قضائیه و بخش‌های عمومی غیردولتی و بخش خصوصی، ترسیم گردید. در نتیجه بازیگران اصلی بر اساس مدل تحلیلی نگاشت ذی‌نفعان تجزیه‌وتحلیل افقی، عمودی و کل‌نگر شد و درنهایت توصیه‌های سیاستی برای عزیمت به سمت مسیر توسعه سیاست‌گذاری و مدیریت راهبردی عرصه رسانه‌ای کشور و به‌طور خاص حوزه رسانه‌های صوت و تصویر برخط براساس کارکردهای حکمرانی و بخش نهادها ارائه شد.

واژه‌های کلیدی

حکمرانی رسانه، نگاشت نهادی، رسانه‌های صوت و تصویر، سیاست‌گذاری رسانه، تحلیل ذی‌نفعان، تنظیم‌گری رسانه.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.

۲. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

mohammadgapleh@gmail.com

۳. استاد گروه رادیو، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
khajastehhasan@yahoo.com

۴. دانشیار گروه ارتباطات و رسانه، دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

moh.rasouli@iauctb.ac.ir

مقدمه

به‌منظور شناخت نظام حکمرانی رسانه‌های صوتی و تصویری در ایران می‌توان به نقش شبکه‌های ارتباطی بین نهادهای موجود، تأثیر و تأثرات آنها نسبت به یکدیگر، نقش، نوع و کیفیت کارکردهای حکمرانی آنها را به‌عنوان عاملی مؤثر و کلیدی اشاره کرد. به این ترتیب یکی از روش‌های مهم در فهم کلیت نظام حکمرانی، نگاشت نهادهای فعال و مؤثر است که به‌منظور رصد و تبیین شبکه روابط سازنده موجود میان نهادها در سپهر حکمرانی رسانه‌ای کشور ضرورتی تشکیک‌ناپذیر می‌نماید. از این رهگذر می‌توان به این موارد پی برد: شناسایی کامل نهادهای فعال رسانه‌ای، نقش و تأثیر آنها در وظایف کارکردهای حکمرانی رسانه‌ای کشور، تعداد نهادهای فعال، تفکیک بخش نهادهای مرتبط، شناسایی نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای کارکردهای حکمرانی نهادهای رسانه‌ای در پیشبرد اهداف و چشم‌اندازهای موردانتظارشان (در جهت ارائه یک نقشه راه کامل به‌منظور سیاست‌گذاری صحیح و ارائه راهبردهای رسانه‌ای در حکمرانی).

بسیاری از صاحب‌نظران نگاشت نهادی^۱ را چهارچوبی خاص و مناسب برای بررسی شبکه همکاری‌های علمی و فنی و تدوین سیاست‌هایی در جهت اطمینان بخشی از وجود روابط لازم بین نهادها می‌دانند (طباطبائیان، انتظار، ۱۳۸۷: ۱). علاوه بر آن، نگاشت نهادی بینش مفیدی را درباره چیدمان نهادی موجود در یک کشور را برای سیاست‌گذاری به وجود می‌آورد و اطلاعاتی فراتر از آمارها ارائه می‌دهد. به این ترتیب با استفاده از نگاشت نهادی می‌توان هم‌پوشانی، نقایص و عدم تطابق وظایف نهادها را در حکمرانی کشور شناسایی نمود. همچنین نگاشت نهادی می‌تواند به بهبود هماهنگی سیاست‌ها، افزایش شفافیت و کاهش عدم هماهنگی‌ها کمک کند و از این طریق خلأهای سازمانی را به نمایش بگذارد (کلانتری و منتظر، ۱۳۹۵: ۵۷). دیگر آن که نگاشت نهادی با ترسیم نقشه جامعی از وضع موجود، موجب شناسایی اهم قوت‌ها و ضعف‌های چرخه عملکردی و شبکه روابط میان نهادها/ سازمان‌ها می‌شود و به تبیین علل ایجاد نقاط ضعف و قوت

1. Media governance

2. Institutional mapping

ساختاری و کارکردی موجود می‌پردازد، لذا از این جهت می‌توان حلقه‌های محتمل مفقوده را به کمک نهادسازی یا شبکه‌سازی هم‌گراشده نهادها یا با قانون‌گذاری و قانون‌زدایی شناسایی و در نهایت مسائل و چالش‌ها را مرتفع کرد (خاجی، ۱۳۹۶: ۱۷). لذا در این پژوهش، به‌منظور نگاشت نهادهای فعال و مؤثر در عرصه حکمرانی رسانه‌های ایران از برش نهادی- کارکردی استفاده شده است.

در تشریح ضرورت و اهمیت نگاشت نهادی- کارکردی می‌توان گفت از جمله مقدمات سیاست‌گذاری در حوزه حکمرانی رسانه‌های کشور ایران آن است که تمامی اجزا و ارکان تشکیل‌دهنده این نظام براساس کارکردهای حکمرانی شناسایی شده و روابط و تعاملات میان آنها مورد بررسی دقیق قرار گیرد. برای مثال، به‌منظور شناخت حکمرانی و سیاست‌گذاری در حوزه رسانه‌های ایران نخست لازم است بدانیم چه نهادهایی در عرصه رسانه‌های ایران فعالیت دارند؟ نهادها/ سازمان‌های کلیدی و مؤثر کدام‌یک هستند؟ کارکردهای حکمرانی هریک از نهادهای مذکور چیست؟ و هر یک از نهادهای مذکور چه نوع ارتباطاتی و در چه سطوحی با یکدیگر برقرار می‌سازند؟ آیا نهادهای مربوطه این کارکرد را در نسبت نهادهای دیگر به‌درستی ایفا می‌کنند؟ نقش نهادها به‌عنوان ذی‌نفعان رسانه‌ای در این نگاشت چگونه است؟ پاسخ به این پرسش‌ها درگرو ترسیم نگاشت نهادی است.

هدف اصلی این پژوهش، ترسیم نگاشت نهادهای فعال در کارکردهای حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر در ایران است. سؤال اصلی تحقیق عبارت است از: چه نهاد و سازمان‌هایی، متولی (نگاشت نهادی) کارکردهای حکمرانی در عرصه رسانه‌های صوت و تصویر در ایران هستند؟ سؤال‌های فرعی عبارت‌اند از: ۱- این نهادهای رسانه‌های صوت و تصویر در عرصه حکمرانی دارای چه کارکردی هستند؟ ۲- براساس تحلیل ذی‌نفعان و نگاشت نهادی حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر چه پیشنهاد‌های سیاست‌گذاری می‌توان ارائه نمود؟

پیشینه پژوهش

اغلب پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه نگاشت نهادی- کارکردی در ایران مربوط به حوزه نظام نوآوری بوده است که (قاضی نوری و همکاران، ۱۳۹۷) به آسیب‌شناسی نظام نوآوری صنایع فرهنگی کشور براساس کاربرد «نگاشت نهادی»

و «تحلیل ذی‌نفعان» پرداخته است. همچنین قاضی نوری و قاضی نوری، ۱۳۸۷ به موضوع اصلاح نظام ملی نوآوری ایران با تکیه بر مطالعه تطبیقی کشورهای منتخب پرداخته که برای این مطالعه تطبیقی از روش نگاشت نهادی استفاده شده است (کلانتری و منتظر، ۱۳۹۵). در تحقیق وحیدی منفرد و علی احمدی (۱۳۹۶)، نگاشت نهادی ملی مسائل استراتژیک نظام علم و فناوری کشور مشخص شده است.

همچنین براساس تحقیق هداوند، فاتح راد و طباطبائی‌ان (۱۳۹۵)، به‌منظور ترسیم تصویر کلان از وضعیت سیاست‌گذاری نظام ملی نوآوری لازم است فرایند سیاست‌گذاری از طراحی تا اجرا و نیز سیستم نظارت و ارزیابی مورد تحلیل قرار گیرد. در این مقاله، فرایند سیاست‌گذاری در نظام ملی نوآوری ایران با استفاده از چهارچوب نگاشت نهادی موردبررسی قرار گرفته است. هرچند اخوان (۱۴۰۱) در رساله خود به موضوع طراحی الگوی حکمرانی صوت و تصویر فراگیر در جمهوری اسلامی ایران پرداخته، ولی خلأ پرداختن به ادبیات حکمرانی و حکمرانی رسانه نمایان است و فاقد یک مدل سازگار با الگوهای حکمرانی ایرانی است. درزمینه حکمرانی رسانه نیز پیشینه پژوهش داخلی مرتبطی یافت نشد. برای تدقیق مباحث حکمرانی رسانه در ادامه از نظریه (اوشالوم جینوسار^۱ ۲۰۱۳) استفاده شده است. بنابراین مطالعه حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر در ایران با رویکرد نگاشت نهادها در کارکردهای حکمرانی آن با خلأ روبه‌روست و ترسیم نگاشت می‌تواند نقشه راهی را برای اعمال سیاست‌گذاری‌ها و ارائه راهبردی کلان به دست دهد و فراتر از این، تحلیل ذی‌نفعان و ارائه توصیه‌های سیاستی، می‌تواند به بهتر شدن حکمرانی رسانه تراز جمهوری اسلامی ایران بینجامد.

چهارچوب نظری

حکمرانی: چیستی و ابعاد آن

حکمرانی در معنای امروزی آن و ادبیات مرسوم در مطالعات حکمرانی و سیاست‌گذاری، مفهومی چندوجهی و پیچیده است (امامیان، ذوالفقاری، زمانیان، محمدزاده، ۱۳۹۷: ۳). این پیچیدگی و چندوجهی بودن خود باعث شده که از این

1. Avshalom Ginosar

مفهوم تعاریف متعددی ارائه شده باشد؛ تعاریفی که بعضاً دارای هم‌پوشانی و یا این‌همانی بسیار هستند یا با یکدیگر از بُعدی نهادی تفاوت جدی دارند. اما به‌طورکلی آنچه باعث به وجود آمدن این مفهوم و معنای امروزی آن در ادبیات سیاست‌گذاری شده، چرخش و نوع تعامل متفاوت بین بازیگران نظام حکمرانی است. به‌گونه‌ای که حکمرانی را تعبیر به فرایندی جدید در اداره یا نگاه و شرایطی جدید در ساماندهی می‌کنند (رودز، ۲۰۰۷: ۱۲۴۶). هنگامی که از حکمرانی صحبت به میان می‌آید، منظور اعمال قدرت توسط دولت مرکزی و یا موارد شبیه به آن به‌تنهایی نیست. حکمرانی در خود دارای مفهوم اعمال قدرت چندگانه است. ریشه این نوع نگاه را باید در شکست دولت‌های متمرکز و شکست سیاست‌های رفاهی در اروپا، تبدیل‌شدن کارکردهای دولت به واحدهای کوچک‌تر و حضور جدی‌تر بخش خصوصی خارج از دولت و بخش عمومی دانست. ظهور لایه‌های نسبتاً جدید از بازیگران با کارکردهای نامتمرکز، در این فرایند ایجاد شده یا بازتولید شدند، این نوع از بازیگران به‌مرور نیازمند بازتعریف کارکردهای خود در کنار یکدیگر برای ایجاد نوعی از شبکه ایفای کارکرد شدند. این نوع از ظهور و بروز بازیگران و بازتعریف کارکردها پایه اصلی شکل‌گیری مفهوم حکمرانی به معنای فعلی آن است (بویر، ۲۰۱۳: ۲۰۸). در این نگاه، حکمرانی در برابر مفهوم «دولت» قرار می‌گیرد؛ دولتی که به شکلی متمرکز دارای قدرت است و مکانیزم‌های اصلی و رسمی از خلال آن می‌گذرد. حکمرانی اما به هرگونه مکانیزم اعمال قدرت، توسط هر بازیگری در یک نظام اشاره دارد (رودز، ۲۰۰۷: ۱۲۴۴-۱۲۴۵)؛ خواه رسمی باشد یا غیررسمی، خواه قانونی باشد یا غیرقانونی، خواه داخل یک سازمان باشد یا در سطوح محلی.

هرچند حکمرانی در حوزه‌ها و نهادهای مختلف همچون رسانه، سیاست خارجی و... معنا پیدا می‌کند اما ریشه آن را باید در نهاد اقتصاد و حوزه انرژی جست. نگاه اقتصاد کلاسیک و نوکلاسیک بر خود پدیدارها و تحلیل آنها به شکلی متمایز و بدون در نظر گرفتن ساختارها و تأثیر دیگر بازیگران نهاد و نظام به‌عنوان یک کل بود (بویر، ۲۰۱۳: ۱۳۴). در اقتصاد نهادگرا، ریشه توسعه بازارها و صنایع مختلف با کمک نقش نهادهای رسمی و غیررسمی و مکانیزم‌های مرتبط با آن موردبررسی

1. Rhodes
2. Bevir

قرار می‌گیرد. برخی نظریات ذیل این مکتب به نقش نهادها در توسعه به صورت کلی و برخی به نقش نهادهایی همچون بازارهای سرمایه در تحلیل‌ها تکیه دارند (جعفری صمیمی، محمدی و صیادزاده، ۱۳۸۶: ۷۸).

حکمرانی نیز هرچند مفهومی بینارشته‌ای است و از اقتصاد، علوم سیاسی، علوم اجتماعی، مدیریت و برخی دیگر رشته‌ها در آن تأثیر و تأثر داشته‌اند، اما می‌توان ردپای این نوع از نگاه نهادگرا را در ادبیات آن به صورت ثابت دید. در حکمرانی، تکیه اصلی در صورت‌بندی مسائل و تحلیل، آشکال نهادی هماهنگی یا تعامل جمعی میان بازیگران مختلف برای ایجاد و الزام به قواعد رسمی یا غیررسمی است. بر همین اساس، در حکمرانی بر دو مؤلفه اصلی ساختاری (نهادینه‌سازی) و فرایندها و کارکردها (تعامل جمعی) به عنوان دو عنصر اصلی سازنده نظام‌های حکمرانی تمرکز می‌شود (رایز، بارزل و دراودا، ۲۰۱۸: ۹). هنگامی که صحبت از تحلیل‌های حکمرانی می‌شود، نقش بازیگران مختلف دولتی و غیردولتی در ایفای کارکردهای مختلف نوعی از تعامل و اشتراک قدرت میان آنهاست.

تعدد تعاریف حکمرانی

برخی با سبقه علوم سیاسی، آن را حکومت‌داری یا شیوه اعمال قوانین تعریف کرده‌اند (پاپیس^۱، ۲۰۱۰: ۱۳۵)، برخی دیگر آن را فرایند شکل‌دهی به سیاست^۲ دانسته‌اند که در آن، قدرت میان بخش دولتی و غیردولتی به اشتراک گذاشته می‌شود (تریب، بار و فالکنر، ۲۰۰۷: ۲۲). برخی دیگر آن را به معنای نظام توزیع قدرت اعمال حاکمیت و استفاده از تمام ظرفیت‌های اجتماعی برای پیشبرد امور عمومی (امامیان، ذوالفقاری، زمانیان، محمدزاده، ۱۳۹۷: ۸) و فرایندهای حکومت‌داری در نظر گرفته‌اند؛ خواه توسط دولت باشد، خواه توسط بخش‌های غیردولتی، خواه توسط سازمان رسمی باشد و یا مجاری غیررسمی یا قلمرو و خواه از طریق قوانین، هنجارها، قدرت یا زبان (مشرق و رحمان، ۲۰۱۵؛ صالح‌نیا و احمدی، ۱۴۰۱: ۹۵). هافی^۴ نیز حکمرانی را مربوط به فرایند تصمیم‌گیری بین بازیگران درگیر در یک مسئله جمعی که منجر به خلق، تقویت

1. Risse, Borzel and Draude
2. Puppis
3. Policy
4. Hufty

یا بازتولید هنجارها و نهادهای اجتماعی می‌داند و از بازیگر (ساختار)، هنجارها و قواعد، کارکردها؛ به‌عنوان عناصر اصلی حکمرانی یاد می‌کند (۲۰۱۱: ۴۱۳).

با این حال، عنصر نهاد، یک عنصر مشترک در اغلب تعاریف و ادبیات مربوط به حکمرانی است. لذا تعریف پذیرفته‌شده از حکمرانی در این مقاله؛ تعریف (رودز، ۱۹۹۶، ۲۰۰۷) است که بیان می‌دارد از جنبه نهادی، حکمرانی به ساختارها و قوانین و همچنین به ذی‌نفعان مختلفی مانند بازیگران دولتی، بازیگران عمومی و خصوصی اشاره دارد. این بازیگران به‌عنوان شرکای برابر در شکل‌دهی و اجرای سیاست‌ها و مقررات عمومی مورد خطاب قرار می‌گیرند (جینوسار، ۲۰۱۳: ۳۵۷).

انواع و سطوح حکمرانی

برای مفهوم حکمرانی انواع مختلفی از منظرهای مختلف ارائه‌شده است. برخی (انسل و تورفینگ^۱، ۲۰۱۶: ۴۴۶-۵۵۵؛ رایز، بارزل و دراود، ۲۰۱۸: ۳۳۳-۳۱۲) مبانی تقسیم‌بندی انواع حکمرانی را می‌توان این‌گونه بیان کرد:

۱. براساس سلسله‌مراتب و چندسویه بودن: در این نوع از نگاه، انواع حکمرانی شبکه‌ای^۲، حکمرانی مشارکتی^۳، حکمرانی سلسله‌مراتبی^۴، حکمرانی چندسطحی^۵ و دیگر انواع آن قرار می‌گیرد. این نوع از دسته‌بندی، عموماً براساس لایه‌های اعمال قدرت و یا یک‌سویه و سلسله‌مراتبی بودن و چندسویه بودن آن محسوب می‌شود.

۲. براساس حوزه جغرافیایی: در این نوع از دسته‌بندی انواع حکمرانی، حکمرانی محلی^۶، شهری^۷، ملی، منطقه‌ای^۸، فراملی^۹ و بین‌المللی را منظور

1. Ansell and Torfing
2. Network governance
3. Collaborative governance
4. Hierarchy
5. Multi-level governance
6. Local
7. Urban
8. Regional
9. Supernational

قرار می‌دهد که همان‌گونه که مشخص است، گستره جغرافیایی اعمال حکمرانی توسط بازیگران نظام حکمرانی را نشان می‌دهد.

۳. براساس خرد یا کلان بودن: هرچند عموماً حکمرانی در سطوح گسترده محل بحث قرار می‌گیرد، اما انواعی چون حکمرانی شرکتی^۱ (درون یک سازمان) یا موارد شبیه به آن نیز یکی از دسته‌بندی‌های ارائه‌شده در انواع حکمرانی محسوب می‌شوند

کارکردهای مختلف نظام حکمرانی

در نظام حکمرانی نوین، انواع بازیگران بسته به نوع خود از کارکرد یا کارکردهای خاصی برخوردارند و حضور آنها در یک نظام حکمرانی به معنای ایفای این کارکرد توسط آنهاست. به‌طور کلی کارکردهای اصلی نظام حکمرانی نوین عبارت‌اند از:

۱. **سیاست‌گذاری**^۲: سیاست‌گذاری شامل فرایندی سیاسی- تخصصی برای شکل‌دهی به اهداف و بایدها و نبایدهای پیش روی جامعه و تطبیق اهداف بازیگران مختلف نظام حکمرانی است. تعیین منافع عمومی و اهداف بلندمدت جامعه در این کارکرد محقق می‌شود (امامیان و همکاران، ۱۳۹۷: ۹). این شکل‌دهی می‌تواند در قالب‌هایی چون قانون و مراحل مختلف تدوین آن نیز باشد.

۲. **تنظیم‌گری**^۳: تنظیم‌گری به معنای سنتی آن شامل انواع مداخلات دولت به‌منظور تحقق اهداف حاکمیت است. هدف از این مداخلات تحقق منافع عمومی و حفاظت از آنهاست (امامیان و همکاران، ۱۳۹۷: ۹). تنظیم‌گری عبارت است از عمل قاصدانه و مستمر بخش عمومی یا خصوصی که براساس معیارهای مشخص برای تأثیر گذاشتن و شکل دادن به رفتار تنظیم‌شونده یا جریان امور یا وقایع؛ در موضوعات اقتصادی یا اجتماعی؛ با مشارکت ذی‌نفعان؛ با هدف تأمین منافع، خیر و رفاه عمومی (که متضمن تأمین بینه تولید و توزیع کالا و خدمت و حمایت‌های اجتماعی باشد) وضع می‌شود و پایش یا اجرای آن توسط نهاد تنظیم‌گر و یا با مشارکت

6. Corporate governance

2. Policy-making

3. Regulation

نگاشت نهادی حکمرانی رسانه‌های صوتی و تصویری برخط در ایران

ذی‌نفعان انجام می‌شود (هداوند و جم، ۱۴۰۰: ۲۳۶). مکانیزم‌های مختلف تنظیم‌گری، مواردی چون صدور مجوز، مقررات‌گذاری و اجرایی‌سازی آنها، نظارت بر حسن اجرای مقررات و عدم بروز تخلفات و پیا رفتارهای مغایر با منافع عمومی و مجازات و تنبیه است.

۳. **تسهیل‌گری**^۱: مجموعه اقدامات بازیگران دولتی و غیردولتی برای توانمندسازی بازیگران صنعت برای فعالیت اثربخش و ایجاد هم‌افزایی از راه‌های مالی و غیرمالی را تسهیل‌گری در نظام حکمرانی گویند. یکی از ابعاد اصلی تسهیل‌گری، فراهم آوردن زیرساخت مناسب برای فعالیت بازیگران است (امامیان و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۰).

۴. **ارائه کالا و خدمات**^۲: ارائه کالا یا خدمات که سنتی‌ترین کارکرد نظام حکمرانی است، به معنای همان تأمین کالا، رفاه، امنیت، منابع و ارائه آنها به مردم و مصرف‌کنندگان است (امامیان و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۰).

۵. **باز توزیع منابع**^۳: انتقال اولیه ثروت و منابع مالی از فردی به فرد یا افراد دیگر از طریق مکانیزم‌هایی چون مالیات، ارائه خدمت عمومی یا خیریه با هدف کاهش عدم مساوات میان شهروندان بازتوزیع منابع در نظام حکمرانی محسوب می‌شود که عموماً توسط دولت یا برخی نهادهای عمومی صورت می‌پذیرد (امامیان و همکاران، ۱۳۹۷: ۹).

از این پنج کارکرد حکمرانی به‌عنوان مبنای اساسی کارکردهای حکمرانی در نگاشت نهادی- کارکردی استفاده‌شده است.

صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی

یکی از مناقشه‌برانگیزترین مفاهیم موجود حوزه پلتفرم‌های رسانه‌ای ایران، فقدان «تعریف» صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی است که با توجه به شاخص‌ها و حدودو ثغور آن موجب تعارض منافع نهادها در حوزه عملکردی وظایف

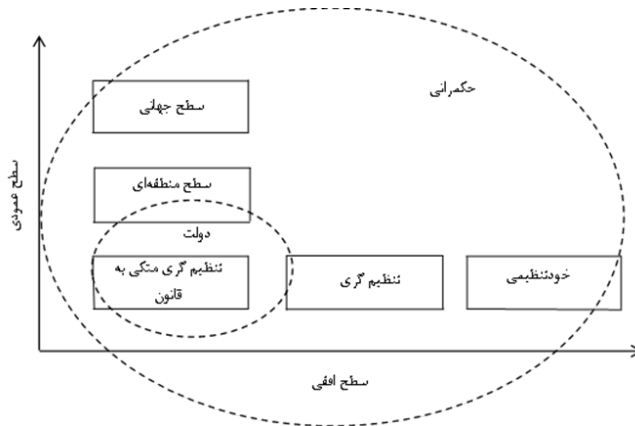
1. Facilitation
2. Service provision
3. Redistribution of resources

محوه قانونی آنها خواهد شد، لذا در ارائه این مفهوم، پژوهشگران به بررسی تعریف صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی براساس اسناد سازمان ساترا^۱ کردند:

صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی: هرگونه فعالیت که محتوای صوتی، تصویری یا داده‌های همراه با آنها یا ترکیبی از آنها را از طریق فضای مجازی (درگاه اینترنتی) برای دسترسی عموم انتشار دهد، صوت و تصویر فراگیر محسوب می‌شود و هر شخص حقیقی یا حقوقی که تحت نام یا نشان مشخص با هدف تجاری یا غیرتجاری، به صورت کاربرمحور یا ناشرمحور در این زمینه فعالیت داشته باشد، در زیرمجموعه آن جای می‌گیرد.

حکمرانی رسانه

حکمرانی رسانه در ادبیات ارتباطی و رسانه‌ای، مفهومی مهم و درعین حال مبهم است (پاپیس، ۲۰۱۰: ۱۳۵). برخی از محققان ارتباطات و رسانه، این اصطلاح را چهارچوب سامانه‌های کنترل ارتباطات توصیف می‌کنند (فریدمن^۲، ۲۰۰۸: ۱۴). برخی دیگر نیز آن را به‌عنوان جایگزینی برای «سیاست‌گذاری رسانه‌ای» و/یا «تنظیم‌گری رسانه‌ای» به کار می‌برند (داهیننس، منسل و ساریکاکیس^۴، ۲۰۱۰).



شکل ۱- حکمرانی رسانه به مثابه گسترش افقی و عمودی دولت

(منبع: پاپیس، ۲۰۰۷: ۳۳۱)

۱. سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی (ساترا)

2. Freedman

3. Media Regulation

4. D'Haenens, Mansell and Sarikakis

پاییس مفهوم حکمرانی رسانه‌ها را به معنای گسترش افقی و همچنین عمودی دولت می‌داند؛ بنابراین حکمرانی را می‌توان به‌عنوان ساختار نظارتی به‌عنوان یک کل، ترکیبی از اشکال هماهنگی میان بخش‌های عمومی و خصوصی، سلسله‌مراتبی و شبکه‌ای درک کرد. مفهوم حکمرانی رسانه از منظر پاییس با در بر گرفتن همه اشکال قوانینی که هدف آنها سامان‌دهی دستگاه‌های رسانه‌ای است، شکل می‌گیرد (۲۰۱۰: ۱۳۹-۱۴۰).

این پژوهش از لحاظ ماهیت حکمرانی به سطوح نهادهای حاکمیتی (فراقوه‌ای)، سه قوه مجریه، مقننه و قضائیه و بخش‌های عمومی غیردولتی و بخش خصوصی در کشور ایران قائل است و به حکمرانی چند سطحی که شامل بخش‌های رسانه‌ای فراملی و بین‌المللی که در خارج از جغرافیای کشور ایران قرار می‌گیرد، نمی‌پردازد.

تفاوت سیاست، تنظیم‌گری و حکمرانی رسانه

در این مرحله، تفکیک چند مفهوم شبیه و مرتبط به یکدیگر که معمولاً همراه باهم یا به‌جای یکدیگر استفاده می‌شوند، مفید به نظر می‌رسد؛ سیاست، تنظیم‌گری و حکمرانی. اگر سیاست رسانه‌ای حوزه وسیع‌تری را پیشنهاد می‌کند که در آن ایده‌ها و مفروضات مختلفی در مورد ساختار و رفتار مطلوب در گردش است، آن گاه تنظیم‌گری به مکانیسم‌های نهادی خاص برای تحقق این اهداف اشاره می‌کند (فریدمن، ۲۰۰۸: ۱۳). آبرامسون^۱ بیان می‌کند که تنظیم‌گری رسانه از سیاست رسانه‌ای سرچشمه می‌گیرد: جایی که سیاست نقش دولت را در به وجود آوردن فضای رسانه‌ای ترجیحی خود مشخص می‌کند، تنظیم‌گری ابزاری است که از طریق آن دولت بر فعالیت‌های بازیگران غیردولتی مطابق با سیاست خود اقدام به نظارت و آنها را کنترل یا محدود می‌کند. «(۲۰۰۱: ۳۰۱-۳۰۲). بنابراین، تنظیم‌گری شامل استقرار ابزارهای خاص و الزام‌آوری همچون سهمیه‌ها، محدودیت‌های مالکیت، قوانین رقابت، و غیره است که برای مداخله در بازارها و نظام‌های رسانه‌ای استفاده می‌شود.

بنابراین، حکمرانی هم از نظر مکانی و هم از نظر ابزاری از تنظیم‌گری گسترده‌تر است و نه تنها به قوانین رسمی و الزام‌آور اشاره دارد، بلکه به مکانیسم‌های

1. Abramson

غیررسمی متعدد، داخلی و خارجی رسانه‌ها نیز اشاره دارد، که توسط آنها به سمت اهداف متعدد (و اغلب ناسازگار) هدایت می‌شوند (مک کوئیل، ۲۰۰۵: ۲۳۴). به‌صورت خلاصه تفاوت این سه مفهوم به شرح زیر است:

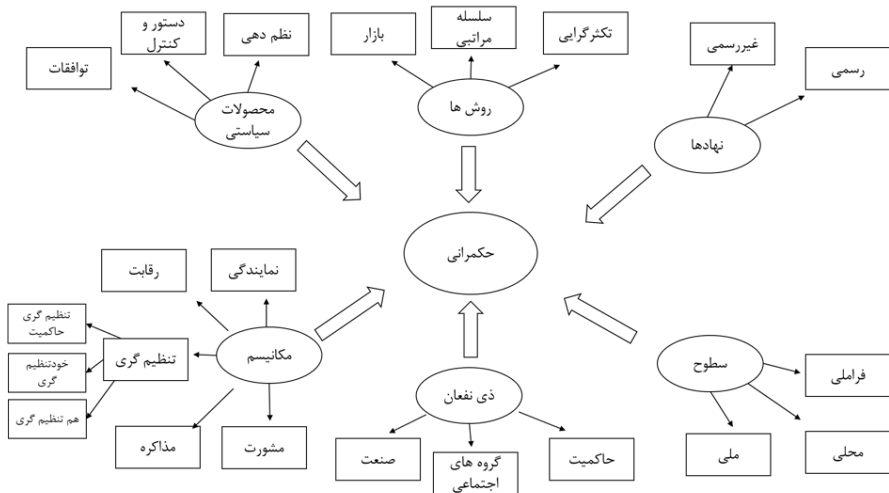
- ❖ سیاست رسانه‌ای به توسعه اهداف و هنجارهایی اشاره دارد که منجر به ایجاد ابزارهایی می‌شود که برای شکل دادن به ساختار و رفتار سامانه‌های رسانه‌ای طراحی شده‌اند.
- ❖ تنظیم‌گری رسانه‌ای بر عملکرد ابزارهای خاص و اغلب الزام‌آور قانونی که برای دستیابی به اهداف سیاست تعیین‌شده در رسانه‌ها مستقر می‌شوند، تمرکز دارد.
- ❖ حکمرانی رسانه به مجموع سازوکارها اعم از رسمی و غیررسمی، هم در سطح ملی و فراملی، متمرکز و پراکنده اطلاق می‌شود که هدف آن سازمان‌دهی سامانه‌های رسانه‌ای براساس حل‌وفصل بحث‌های سیاست رسانه‌ای است (فریدمن، ۲۰۰۸: ۱۴).

چهارچوب مفهومی حکمرانی از منظر جینوسار^۲

جینوسار (۲۰۱۳) برای فهم بهتر حکمرانی، چهارچوب مفهومی شامل شش مؤلفه را پیشنهاد می‌دهد: ایدئولوژی در رابطه با شیوه‌های حکمرانی، نهادها (یا ساختارهایی) که از طریق آنها فعالیت حاکم انجام می‌شود، سطوح فعالیت، انواع ذی‌نفعان، مکانیسم‌های عملیات و محصولات و نتایج حکمرانی.

اولین مؤلفه، ایدئولوژی حکمرانی است که به ارزش‌ها و هنجارهایی اشاره دارد که بر شبکه سیاستی مربوطه به‌عنوان یک کل و هر یک از اعضای آن حاکم است. در اینجا سه بخش اصلی وجود دارد: سلسله‌مراتب، بازار و کنترل‌گرایی.

1. McQuail
2. Ginosar



شکل ۲- چهارچوب مفهومی حکمرانی

(منبع: جینوسار، ۲۰۱۳: ۳۶۷)

دومین جزء چهارچوب، نهادهایی است که فرایندهای سیاست‌گذاری در آنها انجام می‌شود. سه دسته اصلی این جزء عبارت‌اند از مؤسسات رسمی، غیررسمی و ترکیبی. سطوح فعالیت سیاست، اعم از تدوین، اجرا و یا اجرای سیاست، جزء سوم چهارچوب است. برخلاف شیوه سنتی سلسله‌مراتبی، چنین فعالیت‌هایی براساس مفهوم حکمرانی نه تنها در سطح ملی قابل انجام است، بلکه تدوین و اجرای سیاست می‌تواند در سطوح فرعی (محلی) و نیز در سطوح فراملی (منطقه‌ای و بین‌المللی) انجام شود. علاوه بر این، براساس ایده حکمرانی، سیاست‌گذاری در تمام مراحل آن (تدوین، نظارت و اجرا) می‌تواند به‌طور هم‌زمان در سطوح مختلف انجام شود. ذی‌نفعان جزء چهارم چهارچوب هستند. این بارزترین ویژگی ماهیت تکثرگرایان حکمرانی است. بازیگران می‌توانند نهادهای دولتی سنتی (اداره‌های دولتی، کمیته‌های پارلمانی، دادگاه‌ها، مقامات نظارتی و غیره)، نهادهای رسمی فراملی (سازمان‌های سازمان ملل، نهادهای مختلف اتحادیه اروپا و غیره)، شرکت‌های خصوصی (محلی و بین‌المللی)، ملی، انجمن‌های صنعتی و حرفه‌ای بین‌المللی و سازمان‌های عمومی و اجتماعی باشند. این ترکیب از بازیگران می‌تواند

در هر مرحله از فرایند سیاست‌گذاری (تدوین، نظارت و اجرا) فعال باشد. مکانیسم اجرا، جزء پنجم این چهارچوب است. در حالت سلسله‌مراتبی سنتی «فرماندهی و کنترل» مکانیسم غالب است. در حالت بازار «خالص»، رقابت تنها حالت اجراست. در مقابل، در شیوه‌های غیرسلسله‌مراتبی حکمرانی، مکانیسم‌های عملیاتی مختلفی می‌تواند وجود داشته باشد که پیامدهای ماهیت چند سطحی و چند کنش‌گری حکمرانی است. مقوله‌های اصلی عبارت‌اند از مقررات در اشکال مختلف آن (تنظیم‌گری حاکمیت و همچنین خودتنظیمی و هم‌تنظیمی)، مذاکره، تفویض اختیار و مشورت که ممکن است دو یا چند مورد از این مکانیسم‌ها به‌طور هم‌زمان انجام شوند. درنهایت، محصولات یا نتایج فرایند سیاست‌ششمین جزء چهارچوب است. سه دسته اصلی عبارت‌اند از: سیاست اجباری دولتی (کنترل)، توافق رسمی (گاهی با پشتوانه قانون)، و ترتیبات غیررسمی. معمولاً سیاست‌ها (به معنای محدود و سنتی این اصطلاح) محصول نهادهای رسمی (در همه سطوح) هستند و علی‌رغم عدم تأیید همه ذی‌نفعان مربوطه، اجباری‌اند (جینوسار، ۲۰۱۳: ۳۶۷-۳۶۹).

استفاده از مدل چهارچوب مفهومی حکمرانی جینوسار و مؤلفه‌های آن مبتنی بر مسئله اصلی پژوهش است و پژوهشگران از این چهارچوب مفهومی حکمرانی در تهیه نگاشت نهادی حکمرانی رسانه‌ای و تجزیه و تحلیل ذی‌نفعان براساس مؤلفه‌های نهادهای رسمی و غیررسمی در سطوح ملی و محلی و برای بخش‌بندی ذی‌نفعان در ساختار حاکمیتی، قوه‌های مجریه، مقننه، قضائیه، عمومی غیردولتی و بخش خصوصی و براساس محصولات سیاستی و مکانیسم‌های حکمرانی در جهت احصای کارکردهای حکمرانی رسانه‌ای استفاده شده است.

چیستی و کاربردهای نگاشت در تحلیل نهادها و بازیگران

شناخت وضع موجود و درک شکافتگی‌های فعلی با وضعیت ایده‌آل و مطلوب، پیش‌نیاز هرگونه سیاست‌گذاری است. در تدوین سیاست‌های نظام حکمرانی رسانه‌ای باید دقت شود که تمامی اجزای لازم موجود بوده و روابط و تعاملات مناسبی میان آنها برقرار باشد. برای این منظور، چهارچوب خاصی نیاز است که اولاً کارکردها و فعالیت‌های نهادی لازم را فهرست کرده ثانیاً سازمان‌ها و نهادهای فعال

در حوزه کارکرد حکمرانی مشخص‌شده و ثالثاً نوع تعامل و ارتباط بین آنها ترسیم گردد. این چهارچوب خاص، نگاشت نهادی نامیده می‌شود. که در واقع، نمایی ساده و درعین‌حال، جامع از وضعیت موجود نظام حکمرانی رسانه‌های کشور است که با ترسیم و بررسی آن می‌توان به نقایص موجود و روابط میان اجزای نظام را شناسایی و تحلیل کرد.

گراین نگاشت نهادی را استعاره‌ای خوب برای تمرین کشف روابط نهادی ارائه می‌دهد که منجر به شناسایی ویژگی‌ها قابلیت‌های مهم ضروری سازمان‌ها (در اینجا به‌عنوان بازیگران اصلی شناخته می‌شود)، نشان دادن روابط بین سازمان‌ها، قدرت‌ها، قوانین و روابط اجتماعی، جایابی هر سازمان نسبت به سازمان‌های دیگر، تعیین حدود کارکردی که امری حیاتی است، می‌گردد (گرین، ۲۰۰۷؛ مک فادن^۲، پریست^۳ و گرین، ۲۰۱۰: ۴).

نگاشت نهادی به درک توزیع قدرت موجود می‌پردازد. نگاشت نهادی را می‌توان زیرمجموعه محدودتری از مشارکت ذی‌نفعان در نظر گرفت. نگاشت نهادی بر روی بازیگران کلیدی، تعاملات آنها، جایگاهی که قدرت در آن قرار دارد، افرادی که بر تصمیمات تأثیر می‌گذارند و توانایی تصمیم‌گیری دارند و همچنین بررسی منابع تأمین مالی، تمرکز می‌کند. چنین نگاشت‌هایی نشان می‌دهند که چه کسی به‌موجب مقام و منصب خود در یک سازمان یا مشارکت در یک نهاد، حق دارد بگوید چه کسی چه کاری انجام دهد. درواقع، نگاشت ذی‌نفعان و نگاشت نهادی نباید به‌عنوان دو فرایند مجزا در نظر گرفته شوند، بلکه دوروی یک سکه هستند. دو بعد از یک چهارچوب تحلیلی، به‌این‌ترتیب، آنها نه‌تنها یک ابزار تحلیلی و تحقیقی کارآمد، بلکه یک ابزار راهبردی ضروری را نیز تشکیل می‌دهند. نگاشت یک ابزار اساسی برای دستیابی به درک نقش بالقوه ذی‌نفعان و نهادهای درگیر، برای شناسایی ائتلاف‌های بالقوه حمایت از پروژه‌ها، برای ساخت سناریوها و راهبردها، و برای ارزیابی ریسک‌های وابسته است که اگر با مشارکت ذی‌نفعان انجام شود این فرایند می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد مشروعیت و ضرورتی برای مسئولیت سیاسی

1. Green
2. McFadden
3. Priest

نیز شود (آلیگیکا، ۲۰۰۶: ۸۰).

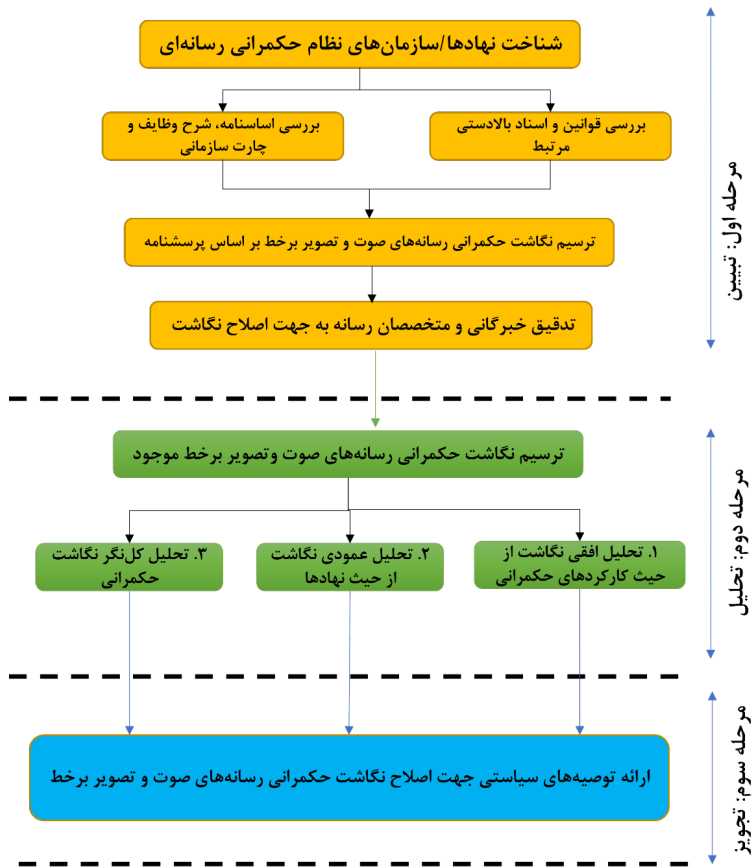
با توجه به این تعاریف، می‌توان گفت نگاشت حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر برخط در ایران، طرحی است که در نگاهی جامع همه بازیگران اصلی در عرصه حکمرانی رسانه، جایگاه، تعاملات رسمی، اهداف، ابزارها و کارکردهای آنها را در سطح ملی نشان می‌دهد.

از بین روش‌های مرسوم در مطالعات نگاشت نهادی (کلانتری، منتظر، ۱۳۹۵: ۶۹)، ۱. نگاشت براساس استفاده از کارکردها؛ ۲. نگاشت براساس استفاده از ماتریس‌های چهارگانه (هدف- ابزار، نهاد- ابزار، تعاملات نهادی و هدف- نهاد)؛ ۳. نگاشت براساس استفاده ترکیبی از دو روش قبل (استفاده توأمان از کارکردها و ماتریس نهاد- کارکرد)، در این پژوهش از روش سوم یعنی نگاشت براساس استفاده ترکیبی از کارکردهای حکمرانی و ماتریس نهاد - کارکرد به صورت کیفی برای ترسیم نهادهای فعال در عرصه رسانه‌های صوت و تصویر برخط در ایران استفاده شده است. در برش نهادی- کارکردی، تمامی ذی‌نفعان/ بازیگران براساس قوانین، اسناد بالادستی، شرح وظایف و چهارچوب سازمانی، اساسنامه و... نگاشت شده‌اند.

نگاشت نهادی بینش مفیدی را درباره چیدمان خاص نهادی یک کشور برای سیاست‌گذاری به وجود می‌آورد و اطلاعاتی فراتر از آمارها ارائه می‌دهد. به این ترتیب با استفاده از نگاشت نهادی می‌توان عدم تطابق، همپوشانی و نقایص برنامه‌های پشتیبانی را ملاحظه کرد. همچنین می‌توان از آن به عنوان ابزاری مفید برای یادگیری سیاست با توجه به روش‌ها استفاده کرد. چیدمان مناسب نهادی به بهبود هماهنگی سیاست‌ها، افزایش شفافیت و کاهش عدم تطابق نظام‌مند کمک می‌کند. از سوی دیگر یکی از کاربردهای مفید نگاشت نهادی، رهگیری جریان دانش ضمنی است (OECD, 1999) و به طور معمول خلأهای سازمانی را به نمایش می‌گذارد. بنابراین نهادسازی (ایجاد سازمان‌های رسمی غایب در نظام) از متداول‌ترین توصیه‌های سیاستی در این دسته از مطالعات است. با وجود این، رویکرد نگاشت نهادی در مطالعات سیاست‌گذاری دارای ضعف‌هایی است که در زیر به برخی از آنها اشاره شده است: (ریاحی، قاضی نوری، ۱۳۹۲؛ کلانتری، منتظر، ۱۳۹۵: ۵۷-۵۸). ۱. عدم توجه به کیفیت تعاملات نهادی؛ ۲. نادیده گرفتن تعاملات

نگاشت نهادی حکمرانی رسانه‌های صوتی و تصویری برخط در ایران
 غیررسمی؛ ۳. توجه ویژه (و در بسیاری از موارد، توجه صرف) به نهادهای فیزیکی و
 کمبود توجه به نهادهای سخت و نرم.

به این ترتیب ضمن بهره‌گیری از نقاط قوت نگاشت نهادی باید تلاش شود
 تا نقاط ضعف استفاده از این روش تا حد ممکن برطرف شود. لذا در این مقاله
 محققان برای بررسی کیفیت و میزان روابط بین نهادهای حکمرانی
 در عرصه رسانه‌های صوت و تصویر و ارائه توصیه‌های سیاستی از تحلیل ذی‌نفعان استفاده کرده است.



شکل ۳- مدل اجرایی تحقیق

(منبع: ترخیصی از زمانیان، قانعی و ناطقی، ۱۳۹۹: ۴۳)

همچنین در پیاده‌سازی توصیه‌های سیاستی مطالعات نگاشت نهادی، توجه به نقاط ضعف یادشده مورد تأکید است. این توصیه‌های سیاستی می‌تواند به تفکیک درباره هر کارکرد حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر برخط ارائه گردد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به اینکه به نگاشت نهادی حکمرانی رسانه‌های صوتی و تصویری در ایران می‌پردازد، از حیث هدف کاربردی بوده و از نوع کیفی و به‌صورت توصیفی است. در گام اول پژوهش، ترسیم نگاشت نهادی از طریق مطالعات کتابخانه‌ای صورت پذیرفته و برای تدقیق آن پرسشنامه نگاشت (جدول ۱) با ۴ نفر از خبرگان (اساتید دانشگاهی) و ۱۰ نفر از متخصصین و صاحب‌نظران علمی فعال در این حوزه تا اشباع جدول نگاشت از لحاظ نهادهای مرتبط، صورت پذیرفته است. در حقیقت با تدقیق خبرگانی و متخصصانی که پرسشنامه را تکمیل کردند، موارد اختلافی در حوزه نهادها و کارکردهای حکمرانی احصا و نگاشت نهادی با توجه به وضع موجود ترسیم‌شده است. گام دوم نیز به‌منظور تحلیل نگاشت نهادی برداشته‌شده است. در این مرحله براساس مدل (مهریزی، قاسم زاده و مولاس گالارت، ۲۰۰۹) برای ترسیم و تجزیه و تحلیل نگاشت نهادی استفاده‌شده است. این مدل دارای مرحله ۱: تعیین اهداف سیاستی، مرحله ۲: شناسایی و توصیف ذی‌نفعان، مرحله ۳: توسعه ماتریس ذی‌نفعان-هدف، مرحله ۴: تجزیه و تحلیل عمودی، مرحله ۵: تجزیه و تحلیل افقی، مرحله ۶: تجزیه و تحلیل کل‌نگر است. این مدل یک چهارچوب ارزیابی نگاشت ذی‌نفعان را به‌عنوان یک چهارچوب تحلیلی پیشنهاد می‌کند. لذا نهادهای فعال در حوزه حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر شناسایی گردیده و پس از بررسی نظرات نخبگان و متخصصان، در سه بخش نگاشت نهادی از منظر کارکرد حکمرانی و نهاد-کارکرد و کل‌نگر، تجزیه و تحلیل شد و در گام آخر توصیه‌های سیاستی، جمع‌بندی و ارائه گردید. ارائه این نکته لازم است که در این پژوهش از سه مرحله اول این مدل در راهبرد ترسیم نگاشت نهادی-کارکردی حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر و از سه مرحله بعدی در راهبرد تجزیه و تحلیل ذی‌نفعان برای ارائه نتایج (توصیه سیاستی) از نگاشت نهادی استفاده‌شده است.

جدول ۱- پرسشنامه نگاشت حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر برخط در ایران

بخش خصوصی	عمومی غیردولتی			قوه قضائیه			قوه مقننه			قوه مجریه			حاکمیتی (فراقوه‌ای)			نهادها و سازمان‌ها	کارکردهای نظام حکمرانی
	نهاد ب.ج.	نهاد الف	نهاد ب.ج.	نهاد الف	نهاد ب.ج.	نهاد الف	نهاد ب.ج.	نهاد الف	نهاد ب.ج.	نهاد الف	نهاد ب.ج.	نهاد الف	نهاد ب.ج.	نهاد الف			
																سیاست‌گذاری	
																تسهیل‌گری	
																تنظیم‌گری	
																ارائه خدمات	
																باز توزیع	

روش انجام نگاشت نهادی

مهریزی، قاسم‌زاده و مولاس گالارت (۲۰۰۹: ۴۳۰-۴۳۴) یک چهارچوب ارزیابی نگاشت ذی‌نفعان را به‌عنوان یک چهارچوب تحلیلی پیشنهاد می‌کند که در شش مرحله سازمان‌دهی شده است و به‌عنوان یک ابزار تحلیلی از ماتریسی استفاده می‌کند که در سطرها؛ اهداف سیاستی (کارکردهای حکمرانی) را به ستون‌ها؛ ذی‌نفعان مربوطه (نهادها) وصل می‌کند.

مرحله ۱: تعیین اهداف سیاستی

اهداف سیاستی ممکن است در سطوح مختلف (ملی، منطقه‌ای، سازمانی) دنبال شوند و ممکن است از عمومی به خصوصی تغییر کنند (هاگوود، ۱۹۸۴). اهداف دارای جامعیت و عدم هم‌پوشانی برای قرار گرفتن در این بخش است. کارکردهای حکمرانی به‌عنوان اهداف سیاستی برای نگاشت نهادی حکمرانی و دسته‌بندی ذی‌نفعان در سطح ملی در این پژوهش در نظر گرفته شده است.

مرحله ۲: شناسایی و توصیف ذی‌نفعان

گام دوم شناسایی نهادهایی است که سیاست‌ها (کارکردهای حکمرانی) را تحت تأثیر می‌گذارد یا تأثیر می‌پذیرد. ذی‌نفعان نقش‌های سیاستی مختلفی را ایفا خواهند کرد: برخی نهادهای حاکمیتی (فراقوه‌ای)، مجریه، قانون‌گذار و قضائیه هستند و برخی ذینفع دیگر ممکن است جزء نهادهای عمومی و خصوصی باشد.

ذی‌نفعان می‌توانند تأثیر مستقیم یا غیرمستقیم بر طراحی سیاست داشته باشند. برخی ممکن است سیاست را ترویج و حمایت کنند درحالی‌که برخی دیگر ممکن است به‌جای کمک به دستیابی اهداف سیاستی، مانع ایجاد کنند. چنین پیچیدگی باید برطرف شود. علاوه بر شناسایی، ما باید ذی‌نفعان را از طریق سه بعد توصیف کنیم: مأموریت‌ها، ظرفیت‌ها و منافع آنها (کلوین، ۲۰۰۰: ۱۱۲).

در این مرحله از شناسایی و توصیف ذی‌نفعان برای قرارگیری در نگاشت نهادی براساس کارکردهای حکمرانی از طریق پرسشنامه و ناظر بر قوانین، اسناد بالادستی، شرح وظایف و چهارچوب سازمانی، اساسنامه و... استفاده شده است.

مرحله ۳: توسعه ماتریس ذی‌نفعان- هدف (کارکردها)

یک ماتریس $n \times m$ ایجاد می‌شود که در آن 'n' تعداد گروه‌های ذینفع شناسایی‌شده و 'm' تعداد اهداف (کارکردهای حکمرانی) است. ماتریس مملو از «برنامه‌های عملیاتی^۲» است که از طریق آن ذی‌نفعان مختلف به کارکردهای حکمرانی متفاوت دست می‌یابند.

یک «برنامه عملیاتی» را می‌توان به‌عنوان یک دوره برنامه عملی برنامه‌ریزی‌شده برای دستیابی به کارکردهای حکمرانی تعریف کرد. تحلیلگر، برنامه‌های عملیاتی را به سلول‌های ماتریس با توجه به گروه ذینفعی که انتظار می‌رود اقدامات و کارکردهای حکمرانی را انجام دهد، اختصاص می‌دهد.

مرحله ۴: تجزیه و تحلیل عمودی

تجزیه و تحلیل نهادها (ستون‌ها) به دنبال ارزیابی (۱) میزان سازگاری برنامه‌های

1. Kelvin
2. Action plan

عملیاتی تعیین‌شده به هر بازیگر متناسب با مأموریت‌های آن نهاد است. (۲) آیا وظایف محول شده به یک‌نهاد ممکن است فراتر از توانایی‌های آن باشد (تناسب بین قابلیت‌های سازمانی و کارکردهای حکمرانی تعیین‌شده) و (۳) آیا نهادها وظایف محول شده را در راستای برنامه‌ها و منافع خود می‌یابند.

اگرچه گاهی اوقات عدم تطابق بین فعالیت‌های محول شده به یک‌نهاد و مأموریت‌های آن می‌تواند در نظر گرفته شود، به‌عنوان مثال، از آنجایی‌که هیچ نهاد دیگری نمی‌تواند این وظیفه را بهتر انجام دهد، مداخلاتی که خارج از محدوده طبیعی فعالیت یک سازمان هستند باید با دقت موردتوجه قرار گیرند زیرا می‌توانند منجر به تعارض بین نهادها شوند.

مرحله ۵: تجزیه و تحلیل افقی

تحلیل افقی (سطرها) شامل مطالعه هر یک از کارکردهای حکمرانی و ارزیابی است. تحلیل افقی شامل مطالعه هر یک از کارکردهای حکمرانی و ارزیابی اینکه آیا برای هر کارکرد حکمرانی، برنامه‌های عملیاتی باهم انجام‌شده است یا خیر. در اینجا شناسایی کارکردهای حکمرانی برای دستیابی به نهادهای فعال و با در نظر گرفتن شرایط زمینه‌ای و نقش فعال نهادها متصور است.

مرحله ۶: تجزیه و تحلیل کل‌نگر

این نگاشت‌ها می‌تواند نشان دهد که برخی از نهادها دارای منافع و ظرفیت‌ها در زمینه حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر برخط در طراحی اولیه سیاست‌ها و راهبردهای کلان‌گنجانده نشده‌اند.

علاوه بر این، در حوزه‌های نوظهور، مانند ترویج و حمایت از فناوری‌های جدید، این احتمال وجود دارد که ساختار نهادی موجود، ابزار و قابلیت‌های کافی برای اجرای سیاست‌ها و راهبردهای کلان را فراهم نکند. هدف تجزیه و تحلیل کل‌نگر این است که (۱) برای کدام اهداف خاص (کارکردهای حکمرانی) و وظایف خاص نیاز داریم تا نهادهای جدید بسازیم یا تغییراتی را در ساختار نهادی فعلی را از نظر مأموریت و ظرفیت‌های ذی‌نفعان موجود ایجاد کنیم و برعکس، (۲) نهادهایی را شناسایی کنید که اگرچه ابتدا در نگاشت گنجانده شده‌اند، اما باید از فرایند کنار

نگاشت نهادی حکمرانی رسانه‌های صوتی و تصویری برخط در ایران

گذاشته شوند زیرا هیچ نقش مرتبطی برای آنها در دستیابی به اهداف سیاستی (کارکردهای حکمرانی) یافت نمی‌شود (شناسایی نهادهای اضافی).

جدول ۲- نمونه‌ای از افراد پاسخگو به پرسشنامه برای تدقیق نگاشت نهادی حکمرانی رسانه

نمونه	تعداد	گروه‌های پاسخگو
استاد تمام (۲ نفر)، دانشیار (۲ نفر)	۴ نفر	خبرگان علمی
دانشجویان دکتری در رشته سیاست‌گذاری (۲ نفر)، مطالعات فرهنگ و رسانه (۲ نفر)، مدیریت رسانه (۲ نفر)، فرهنگ و ارتباطات (۱)، مطالعات رادیو و تلویزیون (۱) و ارتباطات (۱)، علوم شناختی (۱)	۵ نفر	متخصصان رسانه و صاحب‌نظران علمی

یافته‌های پژوهش

در جداول زیر نگاشت نهادی حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر براساس بخش‌بندی سطوح نهادها ارائه شده است:

جدول ۳- نگاشت نهادی بخش حاکمیتی در حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر

بخش حاکمیتی (فراقوه‌ای)										نهادهای سازمان‌ها	
آستان قدس رضوی	نیروهای مسلح	سازمان تبلیغات اسلامی	سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران	شورای نظارت بر سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی	شورای عالی انقلاب فرهنگی	شورای عالی امنیت ملی	شورای عالی فضای مجازی	شورای نگهبان	مقام معظم رهبری	مجمع تشخیص مصلحت نظام	کارکردهای نظام حکمرانی
			(سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران) - اصل ۱۷۵، ق ۱		(شورای عالی انقلاب فرهنگی) - فرمان امام خمینی (ره) ۱۳۶۳	(شورای عالی امنیت ملی) - اصل ۱۷۶، ق ۱	(کمیسیون ارتقاء تولید محتوا) - حکم رهبری ۱۳۹۰		(دقیق‌تر مقام معظم رهبری) - اصل ۹، ماده ۱، ق ۱	(کمیسیون علمی، فرهنگی و اجتماعی) - اصل ۱۲، ق ۱	سیاست‌گذاری

جدول ۵- نگاشت نهادی بخش نهادهای عمومی غیردولتی و خصوصی در حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر

بخش خصوصی	عمومی غیردولتی			نهادهای سازمان‌ها
	انجمن‌ها و نهادهای مدنی	اصناف و اتحادیه‌ها	شهرداری	کارکردهای نظام حکمرانی
				سیاست‌گذاری
			سازمان فرهنگی هنری شهرداری	تسهیل‌گری
	(انجمن صنفی شرکت‌های نمایش ویدیوی برخط) - مستند به ماده ۱۳۱ قانون کار	اتحادیه کسب‌وکارهای فضای مجازی - تشکیل شده از ماده ۸۷ قانون نظام صنفی		تنظیم‌گری
تمامی رسانه‌های VOD OTT IPTV و AOD در ایران	(انجمن تخصصی کودک و رسانه) - اساسنامه ۱۳۹۸ (انجمن سواد رسانه‌ای ایران) - اساسنامه ۱۳۹۶ (جمعیت توسعه گران فضای مجازی پاک: فمپ)	(جامعه اصناف سینمای ایران: خانه سینما) - اساسنامه خانه سینما ۱۳۹۲	سازمان فرهنگی هنری شهرداری	ارائه خدمات
				بازتوزیع

با توجه به ترسیم نگاشت نهادی و تعداد کارکردهایی که هر نهاد بر عهده داشت، جواب سؤال اصلی تحقیق داده شد. با استفاده از نمودار تار عنکبوتی، مؤثرترین نهادهای فعال، پر متولی‌ترین و کم متولی‌ترین حوزه‌های کارکردی از طریق این نمودار شناسایی شدند و تعداد کارکردهای نظام حکمرانی در نهادها و نقش تعداد نهادها در کارکردهای نظام حکمرانی نیز مشخص و بررسی و تحلیل شد تا جواب سؤال فرعی اول داده شود و در انتها با ارائه توصیه‌های سیاستی سؤال فرعی آخر مقاله پاسخ داده شد. نتایج برآمده از تحلیل نگاشت‌ها در ادامه نشان داده شده است:

یافته‌ها در تجزیه و تحلیل افقی

تعداد کارکردهای نظام حکمرانی در نهادها



شکل ۴- تعداد کارکردهای نظام حکمرانی در نهادها

کارکرد سیاست‌گذاری

بیشتر نهادهای حاکمیتی در این بخش از کارکرد فعال هستند. همان‌طور که هیچ‌یک از نهادهای قوه مجریه، قضائیه، عمومی غیردولتی و خصوصی فعالیتی در این بخش از کارکرد حکمرانی ندارند. می‌توان از نهادهای دیگر فعال به‌عنوان بازیگران صنعت رسانه‌ای به منظور تطبیق تصمیم‌گیری سیاستی و اجرای سازی آن استفاده کرد.

کارکرد تسهیل‌گری

به‌طور مستقیم، نهادی که عامل اصلی کارکرد تسهیل‌گری برای خدمت به رسانه‌ها باشد، فقط سازمان ساترا است و شاهد کمبود نهادها در تقویت اثرگذاری این کارکرد هستیم. لذا نیازمند تقویت فعال و تخصیص بودجه به نهادها هستیم، چراکه با ایجاد نقشی بیشتر، نهادهای حاکمیتی هم می‌توانند کارکردی در این بخش داشته باشند.

کارکرد تنظیم‌گری

تجمع نهادها در کارکردهای حکمرانی در بخش تنظیم‌گری و ارائه خدمات است. ازدحام و پراکندگی نهادها نیز در این بخش مشهود است. به علت کثرت نهادها در این بخش نیازمند تعیین شفاف وظایف، ساختارها و شناسایی کارکردها و کژکارکردها هست، در برخی نهادها تعارض منافع مانع پیشبرد رسیدن به اهداف آنها می‌شود. ازدحام نهادها خود عاملی برای تورم وظایف درون و برون‌سازمانی می‌شود و به چنبدسته‌شدن و کاهش عملکرد و بهره‌وری نیز منجر می‌شود.

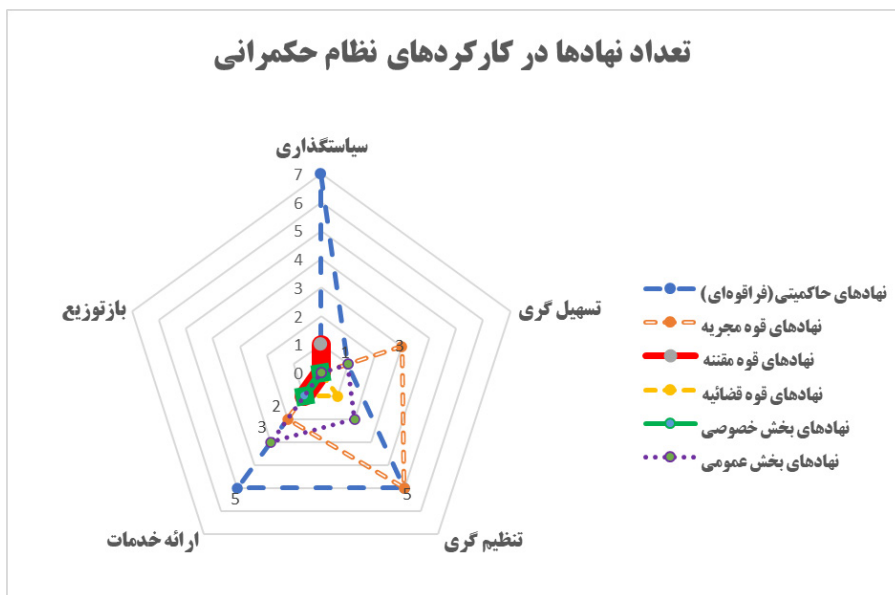
کارکرد ارائه خدمت

با توجه به مفهوم این کارکرد، انتظار می‌رود نهادهای موجود در قوه مجریه و حاکمیتی حضوری پررنگ‌تر در این بخش داشته باشند و در حقیقت بازویی مکمل برای تقویت بخش خصوصی رسانه‌ها شود. کارکرد حکمرانی ارائه خدمات باید تقویت شود به صورتی که تمامی دیگر کارکردهای حکمرانی در خدمت این کارکرد باشند.

کارکرد بازتوزیع

تقریباً هیچ نهادی در این زمینه کارکرد حکمرانی بازتوزیعی فعال نیست. کارکرد بازتوزیع نیازمند اختصاص نهادهایی برای ایجاد ارائه خدمت عمومی، عدالت در توزیع منابع مالی هست. در ایران هرچند سازمان ساترا متولی این امر هست ولی به صورت عملیاتی این نقش فعال نشده است و نیازمند اجرایی سازی دقیق آن در زمینه مالی، غیرمالی به رسانه‌ها و ارائه خدمت عمومی هست. باید یکی از سازمان‌ها در ایران همچون سازمان ساترا در این زمینه فعال شود تا بتوان بستری برای بازتوزیع و نظارت بر آن در جهت خدمت به رسانه‌های خصوصی داشت. ارائه خدمت عمومی و... برای کارکرد بازتوزیع نیاز اساسی و ضروری به نهادهایی را دارد که با ایجاد بستری مناسب در این زمینه فعال شوند و علاوه بر دارا بودن وظایفی شفاف، دارای جایگاه قانونی نیز باشند.

یافته‌ها در تجزیه و تحلیل عمودی



شکل ۵- تعداد نهادها در کارکردهای نظام حکمرانی

یافته‌ها در ۳ بخش به صورت زیر آمده است:

الف) نهادهای حاکمیتی (فراقوه‌ای):

اغلب نهادها اکثراً در جایگاه درست خود قرار دارند و در کارکرد سیاست‌گذاری حضوری فعال دارند همچنین ازدیاد نهادها در بخش تنظیم‌گری قابل مشاهده هست و با توجه به کم‌کارکردی در بخش تسهیل‌گری و بازتوزیع نیازمند ایفای نقش جدی نهادهای حاکمیتی در این زمینه است.

تسهیل‌گری جزء کم‌نهادترین‌هاست و برای ایجاد رقابت- تولید محتوای فاخر و ایرانی- اسلامی نیازمند تقویت این کارکرد هستیم. جلوگیری از انحصار (نیازمند تخصیص بودجه به نهادهای متولی برای ایجاد رقابت)

عمده نگاه‌ها در این نهادها به جای دیدگاه ایجابی، دیدگاه سلبی است.

۷ تا از ۸ نهاد در بخش کارکرد حکمرانی سیاست‌گذاری، نهادهای فراقوه‌ای هستند

(بیشترین کارکرد نهادهای فراقوه‌ای در قسمت سیاست‌گذاری است).

حضور صنعتگران رسانه‌ای بخش خصوصی که به‌طور عملیاتی درگیر مسائل روز رسانه‌ای هستند، در بخش کارکرد حکمرانی سیاست‌گذاری اجتناب‌ناپذیر است.

ب) نهادهای قوه‌های مجریه، مقننه و قضائیه:

- قوه مجریه:

با توجه به ماهیت نهادها در قوه مجریه که به‌صورت اجرایی در ایران است، علاوه بر فقدان نهاد سیاست‌گذار، در کارکرد حکمرانی ارائه خدمت نیز کمترین نهاد اثرگذار رادارند.

- قوه مقننه:

کمک به کارکرد حکمرانی باز توزیع منابع ملی با قانون‌گذاری، حضور فعال در تسهیل‌گری (ایجاد وظیفه برای یک‌نهاد در این بخش).

- قوه قضائیه:

این قوه در بخش کارکردهای حکمرانی ارائه خدمات و تنظیم‌گری به‌صورت پسینی فعال است.

ج) نهادهای عمومی غیردولتی و بخش خصوصی:

با توجه به ماهیت نهادهای عمومی غیردولتی و نهادهای خصوصی بدیهی است که در کارکرد حکمرانی ارائه خدمات فعال باشند. ولی با توجه به نگاشت موجود در هیچ‌یک از کارکردهای حکمرانی به‌غیراز خدمات دارای نقشی فعال و سازنده نیستند.

- در بخش عمومی و غیردولتی:

استفاده از تنظیم‌گری مشارکتی و خودتنظیم‌گری نیاز هست و در کارکرد حکمرانی سیاست‌گذاری حضوری فعال داشته باشند.

- در بخش خصوصی:

نهادهای خصوصی باید شامل کارکرد حکمرانی بازتوزیع بشوند.

یافته‌ها در تجزیه و تحلیل کل‌نگر:

زیر بار بردن کارکردهای حکمرانی در نهادهایی که به لحاظ وظیفه‌ای توانایی افزایش ظرفیت کارکردها را دارند.

آنچه مشهود است می‌توان تمامی ظرفیت‌های نهادها را در تمامی کارکردها فعال و تقویت کرد همچنین تغییر حضور عمده نهادها از رویکرد سلبی در عرصه حکمرانی رسانه‌ها به سمت رویکرد ایجابی الزامی اساسی است.

ساده‌سازی قوانین موجود، قانون‌زدایی و افزایش تسهیل‌گری به منظور حمایت از بخش خصوصی در راستای تولید محتوای رسانه‌ای بومی ضروری است.

شبکه‌سازی و تقویت ارتباط بین نهادهای رسانه‌ای و مراکز علمی-تحقیقاتی مثل دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها و... منجر به نزدیکی و شفافیت تصمیم‌گیری بیشتر صنعت رسانه، نهادهای حاکمیتی و بهبود روابط با این مراکز خواهد شد.

جلوگیری از تعارض منافع با ادغام نهادهای دارای کارکرد مشترک و هم‌پوشان و استفاده از ضرورت هم‌گرایی در وظایف کارکرد نهادها به جهت تسهیل‌گری و ادغام نهادهای کم کارکرد در سایر نهادها ضرورتی است که باید مسئولین امر در راهبردهای حکمرانی ترتیب اثر بدهند.

نتیجه‌گیری

حکمرانی نوین خود شامل انواع کارکردهای سیاست‌گذاری، تسهیل‌گری، تنظیم‌گری، ارائه خدمات و بازتوزیع منابع است. در این تحقیق نگاشت حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر در ایران براساس کارکردهای حکمرانی موردبررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نگاشت نهادهای فعال رسانه‌ای در کارکردهای حکمرانی از طریق پرسشنامه با ۱۴ نفر خبره و متخصص رسانه ترسیم شد. در ادامه بازیگران اصلی براساس مدل تحلیلی نگاشت ذی‌نفعان تجزیه و تحلیل و توصیه‌های سیاستی برای حل آنها ارائه شده است.

جدول ۶- توصیه‌های سیاستی براساس نگاشت نهادی حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر برخط در ایران

توصیه‌های سیاستی		
در بخش کارکردهای حکمرانی	سیاست‌گذاری	❖ استفاده از بازیگران صنعت رسانه‌ای به جهت تطبیق تصمیم‌گیری در کارکرد سیاست‌گذاری و اجرایی‌سازی آن
	تسهیل‌گری	❖ اقدام به ایفای نقشی فعال در حوزه کارکرد حکمرانی تنظیم‌گری توسط نهادهای حاکمیتی ❖ فعال شدن نقش تسهیل‌گری نهادهای موظف در عمل و اجرایی‌سازی آن ❖ قوه مقننه باید با قانون‌گذاری کمک به توانمندسازی رسانه‌ها کند ❖ قوه قضائیه با نقش پیشینی می‌تواند کمک به تعارضات بین نهادی بکند ❖ افزایش نهادسازی در این کارکرد پیشنهاد می‌شود
	تنظیم‌گری	❖ هم‌گرایی در حوزه تنظیم‌گری و واگرایی در حوزه ارائه خدمات و تقویت دیگر کارکردها در خدمت به این کارکرد ❖ قوه مقننه اقدام به قانون‌گذاری به منظور ایجاد مشروعیت برای نهادهای تنظیم‌گری در ایران کند. ❖ تدقیق شفاف وظایف نهادها، جلوگیری از تعارض منافع، ایجاد مشروعیت اجتماعی و نهادزدایی در این کارکرد موردنظر است. ❖ پاسخگویی نهادهای فعال در زمینه کارکرد تنظیم‌گری و اعلان به مراجع رسمی، ذی‌ربط و مردم و همچنین پذیرش مسئولیت اجتماعی باید جزئی از کارکردهای نهادهای فعال در این بخش باشد
	ارائه خدمات	❖ فعال کردن نهادی از بخش قوه مجریه و حاکمیتی به‌عنوان متولی کارکرد بازتوزیع ❖ تقویت خدمت به رسانه‌های عمومی و خصوصی و ایجاد فرایند نظارت بر آن
بازتوزیع		❖ فعال شدن عملیاتی تک نهاد موجود (سازمان ساترا) در کارکرد بازتوزیع ❖ پیشنهاد اضافه شدن نهادهای بیشتری در کارکردهای بازتوزیعی (علاوه بر سازمان ساترا) برای ایجاد عدالت در ارائه خدمات عمومی، مالیات و... ❖ ایجاد نهادی در متن دولت برای اختصاص و انتقال منابع ملی به رسانه‌ها ❖ بهره‌گیری از نهادهای عمومی غیردولتی برای کمک به کارکرد بهتر بازتوزیع

توصیه‌های سیاستی		
<ul style="list-style-type: none"> ❖ سازمان صداوسیما با توجه به حضور فعال در تمامی کارکردها نیازمند ارتقا، تقویت و نگاه ویژه به این سازمان است. ❖ با توجه به جایگاه و اسناد بالادستی، نهادهای شورای عالی فضای مجازی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، سازمان تبلیغات باید حضوری جدی‌تر در کارکردهای تسهیل‌گری و بازتوزیع داشته باشند. ❖ باید به سمت تنظیم‌گری با رویکرد ایجابی رفت. ❖ تعارض منافع زیاد، همپوشانی و تداخل وظایف زیاد، نیازمند هم‌گرایی در وظایف و حتی تعداد نهادها هست. ❖ این بخش، نیازمند مقررات‌زدایی و تنظیم مقررات و همچنین نیازمند نگاه ایجابی به صنعت رسانه نیز هست. ❖ در بخش حکمرانی باز توزیعی باید با توجه به مفهوم این بخش در عمل انجام و اجرایی شود، باید نهادهایی متولی بخش حکمرانی باز توزیعی شوند که بتوان منابع ملی را به سمت تولید محتوای داخلی و رشد رسانه‌های مبتدی و کم‌برخوردار سوق داد. 	<p>نهادهای حاکمیتی</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ تقویت جایگاه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در کارکردهای حکمرانی ضروری است ❖ معرفی یک‌نهاد فعال در بخش قوه مجریه در کارکرد سیاست‌گذاری نیاز به فعال‌سازی ظرفیت نهادهای بیشتری در بخش ارائه خدمات هست. ❖ وزارت دادگستری در تسهیل‌گری، وزارت ارتباطات و فناوری در سیاست‌گذاری و بازتوزیع نقشی فعال ایفا نمایند. 	<p>قوه مجریه</p>	در بخش نهادها
<ul style="list-style-type: none"> ❖ قوه مقننه می‌تواند خود به‌عنوان تسهیل‌گری قوی اقدام به قانون‌گذاری به جهت حمایت از رسانه‌ها و کمک به آنها بکند ❖ به‌واسطه قانون‌گذاری نهادهای متولی در کارکرد حکمرانی بازتوزیع را بیشتر کند. ❖ اقدام به شفاف‌سازی وظایف نهادها و بیشتر کردن نهادهای متولی کارکرد حکمرانی بازتوزیع از طریق قانون‌گذاری کند. 	<p>قوه مقننه</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ با توجه به گسترش روزافزون رسانه‌ها و ظهور بازیگران جدید و همچنین فناوری‌های نوین شایسته است که قوه قضائیه در ارائه خدمات و تنظیم‌گری نه به‌صورت پسینی بلکه به‌صورت پیشینی نیز با رویکرد ایجابی به عرصه فرایند تولید و توزیع رسانه توجه کنند. ❖ در بخش تسهیل‌گری با رویکرد ایجابی اقدام به حمایت از رسانه‌ها کند. 	<p>قوه قضائیه</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ پیشنهاد می‌شود که در بخش خصوصی نهادهایی در کارکرد حکمرانی سیاست‌گذاری نقشی فعال داشته باشند. ❖ از حضور نهادهای عمومی غیردولتی در کارکرد حکمرانی تنظیم‌گری به منظور توسعه مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌های رسانه‌ای نوین، ظهور بازیگران جدید با رویکرد خودتنظیم‌گری استفاده شود. ❖ در کارکرد حکمرانی سیاست‌گذاری نقشی فعال و تقویت‌شده داشته و در کارکرد حکمرانی تنظیم‌گری با الگوی خودتنظیم‌گری و مشارکتی حضورداشته باشند. 	<p>عمومی و خصوصی</p>	

توصیه‌های سیاستی	
❖ در نهادهای فرا قوه‌ای به نظر می‌رسد در قسمت نیروهای مسلح، یک‌نهاد رسانه‌ای در ذیل ارتش جمهوری اسلامی ایران به جهت ایفای نقش رسانه‌ای به‌شدت خالی است.	به‌صورت کلی
❖ برای رسیدن به تولید محتوای ایرانی- اسلامی و با تولید محتوای فاخر نیازمند به ارائه خدمات و تسهیلات بیشتر هستیم.	
❖ شاید بتوان تمامی ظرفیت‌های نهادهای فعال در حوزه تنظیم‌گری رسانه‌های صوت و تصویر را فعال و در تمامی جنبه‌ها به‌کارگیری کرد.	
❖ نیاز اساسی به تغییر عمده نگاه‌ها و رویکردها در عرصه حکمرانی رسانه‌های صوت و تصویر از سلبی و حرکت به سمت رویکرد ایجابی است.	
❖ ادغام نهادهای دارای کارکرد هم‌پوشان ضروری است.	
❖ ترویج فرهنگ هم‌گرایی وظایف نهادهای کم کارکرد و ادغام در سایر نهادها و هم‌افزایی با تعامل و آموزش نیز ضروری است.	
❖ جلوگیری از ایجاد تعارض منافع با ایجاد زیرساخت‌های قانونی لازم	
❖ شبکه‌سازی و تقویت ارتباط بین صنعت رسانه، نهادهای حاکمیتی و مراکز علمی-تحقیقاتی	

حال با فرض رفع کاستی‌ها و خلأهای موجود شناسایی شده می‌توان با بهره‌گیری از توصیه‌های سیاستی برای پیشبرد، هماهنگی، هم‌گرایی مأموریت‌ها، وظایف و ظرفیت‌ها، حل تعارضات منافع سازمانی و شفاف شدن نقش فعال نهادها در حکمرانی رسانه به سمت مسیر توسعه سیاست‌گذاری و مدیریت راهبردی عرصه رسانه‌ای کشور و به‌طور خاص حوزه رسانه‌های صوت و تصویر می‌توان قدم برداشت.

پیشنهادها

به‌منظور شفاف نمودن بهتر کارکردهای حکمرانی مربوطه به رسانه، پیشنهادهای زیر به محققان، سیاست‌گذاران و مسئولان رسانه‌ای کشور ارائه می‌شود:

- ❖ ارائه نقش رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی در زیرکارکردهای حکمرانی؛
- ❖ طراحی الگوی نظام تسهیل‌گری رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی؛
- ❖ طراحی اصول، الزامات و نظام سیاست‌گذاری رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی؛

- ❖ نگاشت نهادهای حاکمیتی در زیرکارکردهای حکمرانی؛ سیاست‌گذاری، تسهیل‌گری، تنظیم‌گری، ارائه خدمات و بازتوزیع منابع؛
- ❖ ارائه تحلیل ذی‌نفعان حاکمیتی در زیرکارکردهای حکمرانی؛ سیاست‌گذاری، تسهیل‌گری، تنظیم‌گری، ارائه خدمات و بازتوزیع؛
- ❖ ارائه نقشه جامع و پویای رسانه‌های کشور ایران به‌منظور آمادگی در مواجهه با مسائل نوپدید مثل تولید محتوای رسانه‌های توسط هوش مصنوعی.

فهرست منابع

۱. اخوان، منصوره (۱۴۰۱). *طراحی الگوی حکمرانی صوت و تصویر فراگیر در جمهوری اسلامی ایران*، رساله دکتری مدیریت رسانه دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
۲. امامیان، سیدمحمدصادق؛ ذوالفقاری، امیراحمد؛ محمدزاده، احسان؛ و زمانیان، مرتضی (۱۳۹۷). *نظام ملی تنظیم‌گری، ۱. مفهوم تنظیم‌گری و ارتباط آن با نظام حکمرانی*، تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
۳. جعفری صمیمی، احمد؛ محمدی، مهدی؛ و صیادزاده، علی (۱۳۸۶). «روش‌شناسی اقتصاد نهادگرا»، *مجله دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه سمنان*، ۶(۱۸). ۷۵-۸۸.
۴. خاجی، محمد (۱۳۹۶). «ضرورت بهره‌گیری از ظرفیت نگاشت نهادی در سیاست‌گذاری عمومی»، نشریه حکمتانه، سال دوم، شماره ۱۵، ۱۶-۱۹.
۵. ریاحی، پریسا؛ و قاضی‌نوری، سید سپهر (۱۳۹۲). *مقدمه‌ای بر نظام نوآوری (رویکردی گسترده)*، تهران: مرکز نشر دانشگاهی، چاپ اول.
۶. زمانیان، مصطفی؛ قانعی، مصطفی؛ و ناطقی، مزّده (۱۳۹۹). «بررسی نگاشت نهادی نظام تنظیم‌گری زیست‌فناوری در ایران؛ مطالعه موردی: غذا و داروی مبتنی بر زیست‌فناوری»، *فصلنامه سیاست‌گذاری عمومی*، ۶(۱)، ۳۷-۵۹. doi: ۲۰۲۰/۷۶۹۸۸.jppolicy/۱۰/۲۲۰۵۹
۷. صالح‌نیا، علی؛ و احمدی، رضا (۱۴۰۱). *شناسایی و اولویت‌بندی چالش‌های*

- حکمرانی در جمهوری اسلامی ایران، *فصلنامه مطالعات راهبردی*، ۲۵(۹۵)، ۸۹-۱۲۶.
۸. طباطبائی‌ان، سید حبیب‌الله؛ و انتظاری، محمد (۱۳۸۷). «مطالعه موردی نگاشت نهادی نوآوری در صنعت برق کشور»، *فصلنامه سیاست علم و فناوری*، سال اول، شماره ۱.
۹. قاضی نوری، سید سپهر؛ و قاضی نوری، سید سروش (۱۳۸۷). «استخراج راهکارهای اصلاح نظام ملی نوآوری ایران با تکیه بر مطالعه تطبیقی کشورهای منتخب»، *سیاست علم و فناوری*، (۱)، ۵۳-۶۴.
۱۰. قاضی‌نوری، سیدسپهر؛ ملکی‌فر، سیاوش؛ قانع‌راد، سید محمدمین؛ و موسوی، آرش (۱۳۹۷). «آسیب‌شناسی سیستماتیک نظام نوآوری صنایع فرهنگی کشور؛ کاربرد «نگاشت نهادی» و «تحلیل ذی‌نفعان»، *فصلنامه علمی پژوهشی راهبرد فرهنگ*، ۱۱(۴۱)، ۷-۴۴. doi: 10.22034/jsfc/10/22034-7-44
۱۱. کلانتری، اسماعیل؛ و منتظر، غلامعلی (۱۳۹۵). «مفاهیم، رویکردها و روش‌های نگاشت نهادی (با تأکید بر مطالعات نظام نوآوری)»، *رهیافت*، ۲۶ (۶۲).
۱۲. وحیدی منفرد، امین؛ و علی احمدی، علیرضا (۱۳۹۶). «نگاشت نهادی ملی در نظام علم و فناوری ایران با استفاده از مدل سیستمی مدل سیستم مانا جهت تحقق اسناد بالادستی»، *پژوهش‌های مدیریت در ایران*، دوره بیست و یکم، شماره ۴، ۲۹-۴۸.
۱۳. هداوند، مرضیه؛ فاتح راد، مهدی؛ و طباطبائی‌ان، سیدحبیب‌الله (۱۳۹۵). «تحلیل فرایند سیاست‌گذاری در نظام ملی نوآوری ایران با استفاده از چهارچوب نگاشت نهادی»، *سیاست‌های راهبردی و کلان*، ۴(۱۶)، ۱-۱۸.
۱۴. هداوند، مهدی؛ و جم، فرهاد (۱۴۰۰). *مفهوم دولت تنظیم‌گر: تحلیل تنظیم‌گری به‌مثابه ابزار حکمرانی، فصلنامه علمی راهبرد*، ۳۰(۲)، ۲۲۷-۲۶۶.
15. Abramson, B. D. (2001). Media policy after regulation?. *International journal of cultural studies*, 4(3), 301-326.

16. Aligica, P. D. (2006). Institutional and Stakeholder Mapping: Frameworks for Policy Analysis and Institutional Change. *Public Organization Review*, 6(1), 79–90. doi:10.1007/s11115-006-6833-0
17. Ansell, C. & Torfing, J. (2016). **Handbook on Theories of Governance**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
18. Bevir, M. (2013). *A Theory of Governance*. California: University of California Press.
19. D'Haenens, L., Mansell, R., & Sarikakis, K. (2010). Editor's introduction. *Communication, Culture & Critique*, 3(2), 131–133. <https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2010.01071.x>.
20. Freedman, D. (2008). *The politics of media policy*. Polity.
21. Ginosar, A. (2013). Media governance: A conceptual framework or merely a buzz word?. *Communication Theory*, 23(4), 356–374. <https://doi.org/10.1111/comt.12026>
22. Green, C. (2007) *Mapping the field: the landscapes of governance*. 2007. SWITCH report [online] Available at www.switchurbanwater.eu
23. Hogwood, B. A. L. G. (1984) *Policy Analysis for Real World*. Oxford: Oxford University Press.
24. Hufty, M. (2011). Investigating policy processes: the governance analytical framework (GAF). *Research for sustainable development: Foundations, experiences, and perspectives*, 403–424. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2019005>.
25. Kelvin, A. (2000). How stakeholders with various preferences converge on acceptable investment programs. *Evaluation and Program Planning*, 23(1), 105–113. [https://doi.org/10.1016/S0149-7189\(99\)00047-6](https://doi.org/10.1016/S0149-7189(99)00047-6).

26. McFadden, L., Priest, S. and Green, C. (2010) *Introducing institutional mapping: A guide for SPICOSA scientists*, Spicosa Project Report, London, Flood Hazard Research Centre, Middlesex University.
27. McQuail, D. 2005: *Mass Communication Theory*, 5th edn. London: Sage.
28. Mehrizi, M. H. R., Ghasemzadeh, F., & Molas-Gallart, J. (2009). Stakeholder Mapping as an Assessment Framework for Policy Implementation. *Evaluation*, 15(4), 427–444. doi:10.1177/1356389009341731
29. OECD. 1999. *Managing National Innovation System*, Paris.
30. Puppis, M. (2007). Media governance as a horizontal Extension of media regulation: *The importance of self- and co-regulation*. *Communications*, 32(3), 330–336, doi: 10.1515/COMMUN.2007.020.
31. Puppis, M. (2010). Media governance: A new concept for the analysis of media policy and regulation. *Communication, Culture & Critique*, 3(2), 134-149. <https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2010.01063.x>
32. Rhodes, R. A.W. (1996). The new governance: Governing without government. *Political Studies*, 44(4), 652–667. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1996.tb01747.x>
33. Rhodes, R. (2007). Understanding Governanace: Ten Years on. *Organization Studies*. 28(08): 1243–1264. <https://doi.org/10.1177/0170840607076586>
34. Risse, T & Borzel, T & Draude, A (2018). *The Oxford Handbook of Governance and Limited Statehood*. UK: Oxford University Press.
35. Treib, O & Bahr, H & Falkner, G (2007). Modes of Governance: Towards a Conceptual Clarification. *Journal of European Public Policy*. 14:1,1-20.