

# Public Organization Management

Vol. 14(1), (Series 55): 161-178/ 2026

 <https://doi.org/10.30473/ipom.2026.76977.5299>

E-ISSN: 2538-600X P-ISSN: 2322-522X

## ORIGINAL ARTICLE

### A Systems Approach to the Analysis and Evaluation of Digital Media Policymaking in Iran's Public Governance Framework

Sara Behzadi<sup>1\*</sup>, Ali Rajabzadeh Ghatari<sup>2</sup>, Hassan Soltani<sup>3</sup>, Mohsen Jajarmizadeh<sup>4</sup>, Saeed Razeghi<sup>5</sup>

1. Ph.D, Department of Management, Fars Science and Research Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran; lecture, Department of Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

2. Professor, Department of Management, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.

3. Associate Professor, Department of Management, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

4. Associate Professor, Department of Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

5. Assistant Professor, Department of Management, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

#### \*Correspondence

Sara Behzadi  
E-mail: [s.behzadi@pnu.ac.ir](mailto:s.behzadi@pnu.ac.ir)

Receive Date: 01/Oct/2025

Revise Date: 15/Feb/2026

Accept Date: 16/Feb/2026

#### How to cite

Behzadi, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Soltani, H., Jajarmizadeh, M., & Razeghi, S. (2026). A Systems Approach to the Analysis and Evaluation of Digital Media Policymaking in Iran's Public Governance Framework. *Public Organization Management*, 14(1), 161-178.

## EXTENDED A B S T R A C T

### Introduction

Over the last few decades, the rapid growth of digital media has profoundly reshaped communication systems, governance structures, and public policy-making processes worldwide. Platforms such as social media networks, messaging applications, and content-sharing infrastructures have evolved far beyond their initial function as auxiliary communication tools, now serving as influential socio-technical systems capable of shaping public opinion, political participation, administrative transparency, and cultural dynamics (van Dijck et al., 2018). Their pervasive presence in political, cultural, and social life has created both opportunities and challenges for policymakers and public administrators, necessitating the design of adaptive, resilient, and socially responsible governance frameworks.

Globally, countries have responded differently to these challenges. For instance, in Europe, multi-stakeholder governance models emphasize transparency, platform accountability, and citizen participation, while in East Asia, regulatory frameworks often prioritize control over content and national security considerations. These variations highlight the complex interplay between technological innovation, institutional structures, and socio-cultural factors in shaping digital media policies. Understanding these dynamics is crucial for designing policies that balance innovation, public interest, and regulatory effectiveness, particularly in contexts where governance systems are rapidly adapting to technological change.

In contemporary public management, digital media policy-making is increasingly recognized as a multidimensional governance issue, rather than a narrowly defined regulatory task. The proliferation of algorithmic content distribution, data-driven technologies, and platform-mediated interactions has intensified challenges related to accountability, data protection, content moderation, and institutional coordination (Napoli, 2023). Conventional policy instruments, originally designed for stable and predictable media environments, often prove insufficient to navigate the dynamic and interconnected landscape of digital ecosystems.

In Iran, these developments occur within a unique institutional, legal, and cultural framework. Widespread adoption of social media and digital communication technologies has transformed information exchange, civic engagement, and public discourse. Concurrently, digital media policy-making is characterized by centralized governance, fragmented regulatory responsibilities, and evolving interactions among government institutions, private actors, and civil society organizations. This complex environment is marked by uncertainty, contested problem definitions, and competing stakeholder interests, which pose significant challenges to traditional linear policy approaches.

Emerging technologies, such as artificial intelligence, blockchain, and advanced data analytics, further exacerbate this complexity by introducing additional governance challenges, including algorithmic decision-making, platform accountability, and the safeguarding of public values (Yuan et al., 2023). Linear, control-oriented frameworks are increasingly inadequate for addressing such multifaceted issues. Analytical approaches capable of accommodating complexity, multiple stakeholder perspectives, and systemic interactions are therefore essential for developing effective and sustainable digital media policies.

Despite growing scholarly interest in digital media governance, much of the existing literature

remains fragmented across disciplines. Legal and regulatory studies tend to focus on compliance, censorship, and platform responsibility, whereas technology-focused research emphasizes innovation, infrastructure, and data management (Flew et al., 2019). While these approaches provide valuable insights, they frequently overlook the interdependencies between technological, institutional, and socio-cultural dimensions of policy-making, which are critical for understanding the holistic functioning of digital media policies.

In Iran, research on digital media policy-making has largely relied on descriptive analyses or normative critiques, with limited attention to methodological frameworks capable of integrating diverse stakeholder perspectives and policy dimensions. Consequently, there exists a significant gap in understanding how digital media policies operate within a broader governance system, and how interactions among infrastructure, content regulation, and institutional arrangements influence policy effectiveness, coherence, and resilience.

Additionally, many existing policy evaluations implicitly assume that policy problems are clearly defined and stable. In reality, digital media policy-making involves ill-structured problems characterized by ambiguity, competing values, and rapidly evolving technologies. These conditions challenge conventional hard policy analysis methods that rely on predefined variables, linear causality, and static institutional assumptions (Mingers & White, 2010). Addressing this gap requires interpretive, participatory, and adaptive methodologies that can capture multiple worldviews and accommodate the evolving nature of policy contexts.

This study addresses these challenges by adopting a systems-based analytical framework that integrates Soft Systems Methodology (SSM) with Cognitive Mapping, allowing for a holistic evaluation of digital media policy-making in Iran. This approach enables the identification of causal relationships, stakeholder perceptions, and systemic interactions that are often overlooked in traditional analyses, providing a comprehensive understanding of complex policy environments.

The primary aim of this research is to evaluate digital media policy-making in Iran through a systems-based perspective that reflects the complexity, interdependence, and dynamic interactions of policy domains and governance actors. Instead of focusing solely on performance indicators, the study seeks to explore how policy processes emerge from the interactions among technological infrastructure, content governance, and institutional arrangements, as interpreted by multiple stakeholders.

The study is grounded in the conceptualization of digital media policy-making as a complex adaptive system, where changes in one domain such as infrastructure development, content regulation, or institutional coordination produce cascading effects across other domains, influencing institutional behavior, public trust, and governance outcomes. Accordingly, effective policy-making requires adaptive, learning-oriented approaches that emphasize systemic coherence and stakeholder collaboration rather than isolated interventions. This perspective aligns with contemporary public management theories that prioritize systems thinking, stakeholder engagement, and policy learning as essential components of governance in complex and dynamic environments.

## **Methodology**

This study employs a qualitative, exploratory research design, with Soft Systems Methodology serving as the primary analytical framework. SSM is particularly suitable for contexts characterized by complexity, uncertainty, and multiple stakeholders, as it emphasizes problem structuring, iterative learning, and the exploration of different worldviews rather than optimization based on predefined objectives (Checkland & Poulter, 2006).

The research process began with an extensive review of peer-reviewed literature on digital media governance, public policy-making, and systems-based approaches, providing a conceptual foundation for identifying key policy challenges and designing subsequent research stages. Semi-structured, in-depth interviews were conducted with fifteen experts in digital media, public administration, communication studies, and policy analysis in Iran. These interviews systematically captured stakeholder perceptions regarding regulatory challenges, institutional roles, and emerging technological trends. The selection of participants ensured diversity in expertise, professional experience, and perspectives, which was crucial for achieving a holistic understanding of the policy environment.

Data derived from the literature review and interviews were systematically coded to identify recurring themes, key concepts, and causal linkages. These elements were organized within the SSM framework to produce a structured representation of the policy situation. Cognitive Mapping was applied as a complementary method to visualize complex interactions, feedback loops, and the perceived interdependencies among stakeholders (Eden & Ackermann, 2013). The integration of Cognitive Mapping into the SSM process enabled the transition from exploratory problem analysis to structured evaluation, allowing for the identification of critical leverage points, systemic dependencies, and potential interventions for enhancing policy coherence and effectiveness.

### Findings

The study's findings indicate that digital media policy-making in Iran is shaped by the interplay of three interrelated dimensions: technological and infrastructural development, content governance, and legal-institutional frameworks.

Infrastructural development emerged as a foundational prerequisite for effective policy-making, affecting platform accessibility, content production capacity, and public engagement. However, findings suggest that infrastructural expansion without corresponding regulatory adaptation may exacerbate governance gaps and increase policy fragmentation, particularly in rapidly evolving digital environments. For instance, the deployment of new digital platforms without adequate oversight can result in unequal access, information silos, and reduced public participation.

Content governance represents a central area of policy tension. Digital media platforms facilitate cultural expression, civic engagement, and information dissemination, yet concerns regarding misinformation, ethical standards, and cultural sensitivities shape regulatory orientations. Overly restrictive content policies may constrain creativity and limit public participation, whereas balanced approaches that combine support for domestic content production with media literacy initiatives promote sustainable, socially responsible policy outcomes (Napoli, 2023).

The legal-institutional dimension mediates interactions between technological infrastructure and content governance. Fragmented institutional responsibilities and outdated legal frameworks limit policymakers' capacity to address emerging challenges such as data protection, platform accountability, and user rights. Effective governance requires enhanced coordination among governmental bodies, private actors, civil society organizations, and academic institutions (Flew et al., 2019). Cognitive Mapping revealed that stakeholder perceptions of institutional roles significantly affect policy implementation, highlighting the importance of clear role definition and collaborative governance.

### Discussion and Conclusion

The results underscore the analytical value of systems-based approaches in evaluating complex digital media policy domains. Conceptualizing policy-making as an interconnected system provides deeper insights into stakeholder interactions, causal mechanisms, and dynamic policy effects often overlooked in conventional analyses.

From a public management perspective, the study suggests that policymakers in Iran should adopt integrated strategies addressing technological, content, and institutional dimensions simultaneously. Improved coordination among regulatory bodies, alignment of legal frameworks with technological developments, and participatory policy design processes that incorporate diverse stakeholder perspectives can reduce policy fragmentation, enhance governance effectiveness, and strengthen policy legitimacy. Adaptive, learning-oriented approaches are essential for addressing complexity, uncertainty, and rapid technological evolution in digital media governance.

This study contributes to the literature on digital media governance and public management by demonstrating the operationalization of a systems-based approach for evaluating complex policy domains. By integrating Soft Systems Methodology with Cognitive Mapping, it provides a structured yet interpretive framework capable of capturing multidimensional, contested, and evolving aspects of digital media policy-making in Iran. The research offers both theoretical and practical insights, guiding scholars and policymakers in enhancing policy coherence, adaptability, and effectiveness within rapidly changing governance environments. The study exemplifies how qualitative systems methodologies can be applied to complex policy evaluations, highlighting the importance of stakeholder engagement, systemic thinking, and iterative learning for effective governance.

### KEYWORDS

Media, Digital Media, Media Policymaking, Soft Systems Methodology, Cognitive Mapping.



## تحلیل و ارزیابی خط‌مشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در نظام حکمرانی عمومی ایران با رویکردی سیستمی

سارا بهزادی<sup>۱\*</sup>، علی رجب‌زاده قطری<sup>۲</sup>، حسن سلطانی<sup>۳</sup>، محسن جاجرمی‌زاده<sup>۴</sup>، سعید رازقی<sup>۵</sup>

### چکیده

رشد شتابان رسانه‌های دیجیتال، خط‌مشی‌گذاری در این حوزه را به یکی از ارکان کلیدی حکمرانی تبدیل کرده است. پژوهش حاضر با هدف ارزیابی خط‌مشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران و ارائه چارچوبی برای بهبود این فرایند انجام شده است. این مطالعه از روش‌شناسی سیستم‌های نرم (SSM) و نگاشت‌شناختی (CM) برای تحلیل سیاست‌های رسانه‌ای بهره گرفته است. داده‌ها از طریق بررسی نظام‌مند مطالعات پیشین و مصاحبه‌های عمیق با ۱۵ نفر از خبرگان که با روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند، گردآوری شد. برای افزایش روایی، از اعتبارسنجی محتوا استفاده شد و پایایی داده‌ها از طریق تکنیک توافق بین کدگذاران تأیید گردید. داده‌ها با روش تحلیل محتوای کیفی و نگاشت‌شناختی تحلیل شدند. یافته‌ها نشان می‌دهند که خط‌مشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال تحت تأثیر بازیگران متعددی قرار دارد و تعامل مؤثر میان آن‌ها نقش کلیدی در موفقیت سیاست‌ها ایفا می‌کند. چالش‌های اصلی این حوزه شامل ضعف زیرساخت‌های فناوری، محدودیت‌های فرهنگی و نبود توازن در قوانین نظارتی است. همچنین، یافته‌ها نشان می‌دهند که سیاست‌های فعلی عمدتاً به رویکردهای محدودکننده متکی هستند، درحالی‌که می‌توانند از مدل‌های تعاملی‌تر و مشارکتی بهره ببرند. نتایج پژوهش بیانگر این است که اتخاذ رویکردی جامع که ابعاد فناوری، محتوایی و حقوقی را هم‌زمان مدنظر قرار دهد، می‌تواند موجب افزایش شفافیت، کارآمدی و هماهنگی میان ذی‌نفعان در خط‌مشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال شود. این مطالعه با ارائه چارچوبی تحلیلی، راهکارهایی برای بهینه‌سازی فرایند خط‌مشی‌گذاری و مدیریت رسانه‌های دیجیتال پیشنهاد می‌کند.

### واژه‌های کلیدی

رسانه، رسانه‌های دیجیتال، خط‌مشی‌گذاری رسانه‌ای، روش‌شناسی سیستم‌های نرم، نگاشت‌شناختی.

۱. دکتری، گروه مدیریت، پردیس علوم و تحقیقات فارس، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران و مربی، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.  
۲. استاد، گروه مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.  
۳. دانشیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، شیراز، ایران.  
۴. دانشیار، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.  
۵. استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، شیراز، ایران.

\*نویسنده مسئول: سارا بهزادی

رایانامه: [s.behzadi@pnu.ac.ir](mailto:s.behzadi@pnu.ac.ir)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۰۹

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۱۱/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۱/۲۷

### استناد به این مقاله:

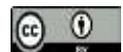
بهزادی، سارا؛ رجب‌زاده قطری، علی؛ سلطانی، حسن؛ جاجرمی‌زاده، محسن و رازقی، سعید (۱۴۰۴). تحلیل و ارزیابی خط‌مشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در نظام حکمرانی عمومی ایران با رویکردی سیستمی. فصلنامه علمی مدیریت سازمان‌های دولتی، ۱۴(۱)، ۱۶۱-۱۷۸.

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. © ۱۴۰۴ ناشر این مقاله، دانشگاه پیام نور است.

این مقاله تحت گواهی زیر منتشر شده و هر نوع استفاده غیرتجاری از آن مشروط بر استناد صحیح به مقاله و با رعایت شرایط مندرج در آدرس زیر مجاز است.

Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

<https://ipom.journals.pnu.ac.ir/>



## مقدمه

رسانه‌های دیجیتال در دهه اخیر در ایران چيست و الگوی مناسب برای خطمشی‌گذاری در این حوزه چگونه است؟ برای پاسخ به این پرسش، از ترکیب روش‌شناسی سیستم‌های نرم (SSM)<sup>۶</sup> و مدل نگاشت‌شناختی (CM)<sup>۷</sup> بهره گرفته شده است. این رویکرد امکان بررسی سیستمی مسائل و شناسایی عوامل مؤثر بر خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال را فراهم می‌کند و درک ساختارهای ذهنی و باورهای تصمیم‌گیرندگان و ذی‌نفعان کلیدی را تسهیل می‌نماید. در نهایت، این رویکرد به تدوین الگویی جامع برای خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران منجر می‌شود که ضمن توجه به پیچیدگی‌های اجتماعی و فنی، منافع تمامی ذی‌نفعان را نیز لحاظ می‌کند. یافته‌های این پژوهش می‌توانند سیاست‌گذاران، پژوهشگران و فعالان رسانه را در اتخاذ تصمیمات آگاهانه‌تر و مؤثرتر یاری کنند

## مبانی نظری

رسانه‌ها طیف گسترده‌ای از کارکردها را در برمی‌گیرند و در ابعاد اجتماعی، سیاسی و فرهنگی حیات معاصر نقش آفرین‌اند. تحولات ساختاری در رسانه‌های سنتی و ظهور رسانه‌های نوین را می‌توان پدیده‌ای همسو با دگرگونی‌های بنیادین جوامع دانست (حمزه‌پور، ۱۳۹۶). سیاست‌گذاری رسانه‌های مجموعه‌ای از مداخلات دولتی است که با هدف تأمین نیازهای اطلاعاتی و سرگرمی جوامع، به تنظیم ساختار، محتوا و زیرساخت نظام‌های ارتباطی می‌پردازد و در عین حال بر حفظ آزادی بیان تأکید دارد (ناپولی، ۲۰۲۴). این سیاست‌ها در سه دسته محتوایی، ساختاری و زیرساختی قابل تفکیک‌اند (ناپولی، ۲۰۲۴).

در دهه‌های اخیر، رسانه‌های دیجیتال به یکی از ارکان اصلی جوامع مدرن تبدیل شده و با ایجاد بسترهای نوین ارتباطی، تحولات گسترده‌ای در حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی رقم زده‌اند. شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه با تسهیل ارتباطات سریع و فراگیر، مرزهای جغرافیایی و فرهنگی را کمرنگ کرده‌اند (واهیودی و همکاران، ۲۰۲۳). در این پژوهش، رسانه‌های دیجیتال شامل شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها، سکوها، انتشار محتوا، رسانه‌های خبری برخط، خدمات پخش جریانی و بازی‌های آنلاین در ایران است که چارچوب تحلیل سه بُعد زیرساخت، محتوا و ساختار را شکل می‌دهد.

سیاست‌گذاری در این حوزه با چالش‌های جدی روبه‌روست؛ زیرا باید هم‌زمان آزادی بیان، امنیت ملی و حریم خصوصی را در نظر گیرد (گروسمن، ۲۰۲۲). از این رو، سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال فرایندی چندبعدی و پیچیده است که طراحی، اجرا و ارزیابی سیاست‌ها را در سه بُعد زیرساخت (فناوری‌ها و شبکه‌های توزیع)،

در جهان معاصر، رسانه‌های اجتماعی با فراهم کردن بستری جهانی برای بیان دیدگاه‌ها، نقش مهمی در شکل‌دهی افکار عمومی و تحولات سیاسی و اجتماعی ایفا می‌کنند (مایتری و همکاران، ۲۰۲۳). سرعت و سهولت تعاملات کاربران موجب کاهش مرزهای جغرافیایی و انتشار سریع اطلاعات شده است (اوست، ۲۰۲۳). امروزه رسانه‌های اجتماعی فراتر از یک ابزار ارتباطی عمل می‌کنند و به نیروی مؤثری در هدایت افکار عمومی و تأثیرگذاری بر تحولات اقتصادی و سیاسی تبدیل شده‌اند (گروسمن، ۲۰۲۲).

ظهور فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، به‌ویژه در تحلیل داده‌های کلان و تولید محتوا، شیوه تعامل کاربران و فرایند خطمشی‌گذاری در این حوزه را متحول کرده است (بونیکالتری و همکاران، ۲۰۲۳). این فناوری‌ها ابزارهای تحلیلی دقیقی در اختیار سیاست‌گذاران قرار می‌دهند که می‌توانند به تدوین سیاست‌هایی کارآمد و مبتنی بر داده کمک کنند. با توجه به رشد سریع رسانه‌های دیجیتال، بازنگری مستمر در سیاست‌ها ضروری است تا چالش‌هایی مانند حریم خصوصی، امنیت داده‌ها و رقابت در بازار دیجیتال به‌طور مؤثر مدیریت شوند (گروسمن، ۲۰۲۲). اهمیت این بازنگری، به‌ویژه در کشورهایی مانند ایران که با چالش‌های خاص فناوری و رفتار کاربران مواجه‌اند، دوچندان می‌شود.

گردآوری داده‌ها از ذی‌نفعان مختلف، از جمله کاربران و متخصصان، می‌تواند در شناسایی نقاط ضعف سیاست‌های موجود و ارائه راهکارهای مطلوب، مؤثر باشد. همچنین، استفاده از تجارب سایر کشورها راهنمای ارزشمندی برای مقابله با چالش‌های مشابه در خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال فراهم می‌آورد (واهیودی و همکاران، ۲۰۲۳). با گسترش سریع رسانه‌های اجتماعی، ایران نیز با چالش‌های نوین در خطمشی‌گذاری رسانه‌های مواجه شده است، از جمله نظارت بر محتوای نامناسب، حفاظت از حریم خصوصی کاربران و ایجاد توازن میان آزادی بیان و امنیت ملی.

مطالعات پیشین عمدتاً بر خطمشی‌گذاری در کشورهای توسعه‌یافته متمرکز بوده و به تجربه کشورهای در حال توسعه مانند ایران کمتر پرداخته‌اند. علاوه بر این، پژوهش‌های موجود غالباً جنبه‌های فنی و حقوقی را بررسی کرده و ابعاد اجتماعی و فرهنگی را نادیده گرفته‌اند. این امر نشان‌دهنده شکاف نظری در بررسی جامع خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران است.

این پژوهش با هدف پر کردن این خلأ نظری به دنبال پاسخ به این پرسش است که پیامدهای خطمشی‌گذاری دولتی در حوزه

1. Maitri et al
2. Ausat
3. Grossman
4. Bonicalzi et al
5. Wahyoedi et al

فناورانه، بومی‌سازی فناوری و بهره‌گیری از ظرفیت‌های علمی تأکید کردند.

فرخی و نادری‌نژاد (۱۳۹۸)، نشان دادند ارتقای خدمات دیجیتال و ظرفیت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری از اولویت‌های سیاست‌گذاری است. همچنین، نابرابری در دسترسی به زیرساخت‌ها می‌تواند شکاف‌های اجتماعی را تشدید کند (کاینجا، ۲۰۲۳).

فراتنه و همکاران (۲۰۲۴)، در مطالعه‌ای در آرژانتین، مکزیک و آفریقای جنوبی نشان دادند فقدان زیرساخت‌های جامع مانع کاهش نابرابری دیجیتال شده است؛ موضوعی که در ایران نیز اهمیت دارد. بُعد محتوایی؛ رسانه‌های دیجیتال بستر اصلی تولید و توزیع محتوا هستند و این بُعد جایگاهی محوری در سیاست‌گذاری دارد. لبافی (۱۳۹۴)، بر ضرورت بازنگری در مدیریت محتوای خبری برای افزایش اثربخشی رسانه تأکید کرد. فرهنگی، میرترابی و گلشنی (۱۳۹۸)، نشان دادند سیاست‌های فضای مجازی در ایران ترکیبی از رویکردهای سلیبی و ایجابی است و موفقیت آن به تولید محتوا، ارتقای سواد رسانه‌ای و مدیریت هوشمند وابسته است. اسماعیل‌تبار و همکاران (۱۳۹۵)، نیز توسعه محتوای اثربخش را عامل ارتقای آگاهی اجتماعی دانستند. در سطح بین‌المللی، یوان و همکاران (۲۰۲۳)، نشان دادند رسانه‌های اجتماعی می‌توانند مشارکت دیجیتال شهروندان را افزایش دهند، اما این امر به اعتماد فناورانه و رعایت حریم خصوصی وابسته است. آنان همچنین شفافیت محتوایی و رعایت حقوق دیجیتال را از عوامل کلیدی پذیرش عمومی سیاست‌ها معرفی کردند؛ امری که در ایران نیز برای تقویت اعتماد عمومی اهمیت دارد.

بُعد ساختاری؛ این بُعد به نحوه سازمان‌دهی و تنظیم‌گری سیاست‌گذاری دیجیتال مربوط است. پژوهش‌ها ناکارآمدی ساختارهای موجود، پراکندگی تصمیم‌گیری و ضعف انسجام نهادی را از چالش‌های اصلی می‌دانند. قنبری باغستان و انصاری (۱۳۹۸) چالش‌های انسجام نهادی و آزادی رسانه‌ای در هند را بررسی کرده‌اند که برای تحلیل وضعیت ایران نیز قابل توجه است. کریمی و نصراللهی کاسمانی (۱۳۹۸) بر نقش نهادهای ارتباطی در اسناد بالادستی ایران تأکید کردند. همچنین، بصیریان جهرمی و خانیکی (۱۳۹۳) پراکندگی شیوه‌های تصمیم‌گیری را مانع سیاست‌گذاری مؤثر در حوزه رسانه‌های اجتماعی دانستند. در بعد فرهنگی نیز، رن، گوا و لی (۲۰۲۴)، نشان دادند فناوری‌هایی مانند واقعیت مجازی می‌توانند در حفاظت و ترویج میراث فرهنگی مؤثر باشند؛ ظرفیتی که در ایران نیز می‌تواند به تقویت هویت فرهنگی کمک کند. افزون بر این، ترنر و بیکر (۲۰۱۹)، بر ضرورت رویکردهای انعطاف‌پذیر برای مدیریت پیچیدگی رسانه‌های دیجیتال تأکید کرده‌اند.

محتوا (ماهیت و کیفیت محتوای ارائه‌شده و سیانت از مخاطبان) و ساختار (شرایط رقابتی، الگوهای مالکیت و ویژگی‌های تأمین‌کنندگان محتوا) در برمی‌گیرد (ناپولی، ۲۰۰۹).

برای تحلیل چنین حوزه‌ای، نظریه پیچیدگی چارچوبی مناسب فراهم می‌کند؛ این نظریه بر تعاملات چندعاملی و پیامدهای غیرقابل‌پیش‌بینی در سیستم‌های پویا تأکید دارد (ترنر و بیکر، ۲۰۱۹). در کنار آن، نظریه ذی‌نفعان با تأکید بر شناسایی و لحاظ کردن دیدگاه گروه‌های مختلف، درک جامع‌تری از فرایند سیاست‌گذاری ارائه می‌دهد (فریمن، ۱۹۸۴؛ باومفیلد، ۲۰۱۶؛ برایسون، ۲۰۰۴).

با توجه به بدساختار بودن مسئله سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال، بهره‌گیری از رویکرد سیستم‌های نرم ضروری است. این رویکرد از طریق شناسایی ذی‌نفعان، ساختار مسئله و جریان‌های اطلاعاتی، فهم عمیق‌تری از وضعیت فراهم می‌کند (مینگرز، ۲۰۱۱؛ گلشاهی، رستگار، فیض و زارعی، ۱۴۰۱؛ سپهری‌راد، ۱۳۹۴). این رویکرد بر این اصل استوار است که افراد براساس تجربیات خود پدیده‌ها را متفاوت تفسیر می‌کنند و یادگیری از طریق بررسی موقعیت واقعی مسئله حاصل می‌شود (چکلند و هالول، ۱۹۹۸؛ فاطمی، آذر، مقبل‌باعرض و کدیور، ۱۴۰۱).

در تکمیل این رویکرد، نگاشت‌شناختی به‌عنوان ابزاری تحلیلی، امکان شناسایی ساختارهای ذهنی ذی‌نفعان و پیش‌بینی پیامدهای تصمیمات را فراهم می‌کند (برایسون، ۲۰۰۴). ترکیب این دو روش، زمینه طراحی سیاست‌های انعطاف‌پذیر و متناسب با پیچیدگی محیط رسانه‌های دیجیتال ایران را فراهم می‌سازد.

### پیشینه پژوهش

در سال‌های اخیر، تحول دیجیتال به یکی از محورهای اصلی سیاست‌گذاری عمومی تبدیل شده و رسانه‌های دیجیتال نقشی کلیدی در شکل‌دهی سیاست‌ها و تسهیل تعامل دولت و شهروندان ایفا می‌کنند. مطالعات تجربی نشان می‌دهد این تأثیرات را می‌توان در سه بُعد زیرساخت، محتوا و ساختار تحلیل کرد.

بُعد زیرساختی؛ زیرساخت‌های دیجیتال شامل شبکه‌های ارتباطی، پهنای باند و دسترسی فناورانه، پایه سیاست‌گذاری‌های دیجیتال محسوب می‌شوند. پژوهش‌ها نشان می‌دهند تحقق سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال مستلزم توسعه زیرساخت‌های بومی و همگرایی با فناوری‌های نوین است. محمدخانی و همکاران (۱۳۹۷)، پذیرش فناوری‌های نوین رسانه‌ای و نقش محتوای اثربخش در تحقق اهداف اجتماعی را بررسی کردند.

طباطبائیان و همکاران (۱۳۹۹)، نیز چالش‌های توسعه صنعت محتوای دیجیتال در ایران را شناسایی و بر توسعه زیرساخت‌های

در مجموع، سیاست‌گذاری مؤثر در رسانه‌های دیجیتال مستلزم توجه هم‌زمان به زیرساخت، محتوا و ساختار است. بهره‌گیری از رویکردهای تحلیلی منعطف مانند سیستم‌های نرم و نگاشت‌شناختی می‌تواند به فهم جامع‌تر مسئله و طراحی سیاست‌های کارآمدتر با در نظر گرفتن منافع ذی‌نفعان کمک کند.

### روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از حیث اجرا، توصیفی-اکتشافی است. هدف آن تحلیل وضعیت موجود چرخه سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال و ارائه الگویی مطلوب برای مدیریت و خط‌مشی‌گذاری در این حوزه است. داده‌ها از طریق دو شیوه گردآوری شد: مطالعات کتابخانه‌ای شامل مرور منابع و پژوهش‌های مرتبط و مطالعات میدانی از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختار یافته با خبرگان دانشگاهی و اجرایی.

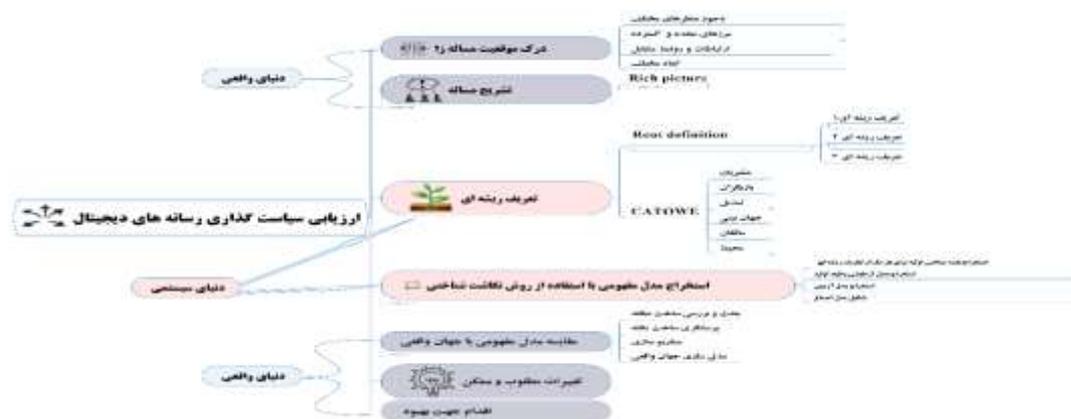
جامعه پژوهش شامل استادان متخصص حوزه رسانه و سیاست‌گذاری دیجیتال و نیز مدیران و کارشناسان سازمان‌هایی چون سازمان ملی فضای مجازی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی بود. نمونه‌گیری به صورت هدفمند و با تکمیل روش گلوله برفی انجام شد و تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت. در مجموع، با ۱۵ نفر از خبرگان مصاحبه شد.

به‌منظور حفظ محرمانگی، از ذکر نام افراد خودداری شد. از میان مشارکت‌کنندگان، ۶ نفر دارای سمت‌های مدیریتی یا تصمیم‌سازی، ۵ نفر کارشناس ارشد حوزه تنظیم‌گری و سیاست‌گذاری و ۴ نفر عضو هیئت‌علمی متخصص در سیاست‌گذاری رسانه و حکمرانی فضای مجازی بودند. سابقه حرفه‌ای آنان بین ۸ تا بیش از ۲۰ سال متغیر بود که بیانگر تجربه و دانش تخصصی کافی در حوزه مورد مطالعه است. تنوع نهادی و تخصصی مشارکت‌کنندگان امکان تحلیل مسئله از منظر تصمیم‌سازی، اجرا و تحلیل علمی را فراهم

ساخت. تحلیل داده‌ها با ترکیب سیستم‌های نرم (SSM) و نگاشت‌شناختی (CM) و با بهره‌گیری از نرم‌افزار MindManager انجام شد. این رویکرد ترکیبی، با توجه به ماهیت پویا و غیرخطی مسئله، امکان فهم عمیق‌تر و تحلیل جامع‌تر روابط و تعاملات را فراهم می‌کند.

برای اطمینان از اعتبار و قابلیت اتکای یافته‌ها، معیارهای متناسب با پژوهش‌های کیفی مبتنی بر SSM و نگاشت‌شناختی به کار گرفته شد. اعتبار مفهومی از طریق اتکا به چارچوب نظری SSM و اصول روش‌شناختی CM و نیز پیوند مدل‌های مفهومی با ادبیات نظری پیچیدگی، ذی‌نفعان و حکمرانی رسانه‌های دیجیتال تأمین شد. در راستای اعتبار عملیاتی، مصاحبه‌ها در چند مرحله بازبینی و مدل‌های مفهومی با مشارکت خبرگان اصلاح شد تا هم‌خوانی آن‌ها با واقعیت سیاستی تقویت شود. برای افزایش قابلیت اتکا، تمامی مراحل تحلیل از استخراج مفاهیم تا تدوین مدل نهایی مستندسازی شد و پیوند داده‌های اولیه با تفسیرها به صورت شفاف حفظ گردید. همچنین، با ارائه توصیفی روشن از بستر نهادی، امکان ارزیابی انتقال‌پذیری نتایج فراهم شد.

فرایند SSM شامل هفت گام اصلی است که در این پژوهش برای تحلیل چرخه سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال به کار گرفته شد (چکلند و پولتر، ۲۰۰۷). با توجه به محدودیت‌های مدل‌سازی در SSM، تلفیق آن با نگاشت‌شناختی امکان ارائه مدل‌های واقع‌بینانه‌تر را فراهم ساخت. نگاشت‌شناختی با اتکا به نظریه سازه شخصی کلی (۱۹۸۵) به شناسایی چارچوب‌های ذهنی ذی‌نفعان و تحلیل روابط علی-کمک می‌کند (کنی، ۱۹۸۴). ترکیب این دو رویکرد، زمینه شناسایی عوامل کلیدی، روابط علی و سازوکارهای بازخوردی در چرخه سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال و ارائه الگویی جامع و کارآمد را فراهم می‌سازد.



شکل ۱. نمودار ترکیبی روش‌شناسی سیستم‌های نرم و نگاشت‌شناختی

Figure 1. Combined Methodology Diagram of Soft Systems and Cognitive Mapping

## یافته‌های پژوهش

در ادامه، به تفصیل به تشریح گام‌های متدولوژی ترکیبی SSM و CM در زمینه خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال پرداخته می‌شود.

### گام اول: تشریح موقعیت مسئله‌ساز

نقطه آغاز در متدولوژی سیستم‌های نرم (SSM)، تشریح «موقعیت مسئله‌زا» است؛ مرحله‌ای که به جای ارائه تعریفی ساده، بر ترسیم تصویری چندبعدی از وضعیت واقعی تمرکز دارد (چکلند و ویتنر، ۲۰۰۶). در این مرحله، پرسش‌هایی نظیر عوامل شکل‌دهنده موقعیت و واقعیت‌های مرتبط با آن مطرح شد و دیدگاه‌های ذی‌نفعان کلیدی شناسایی گردید (آذر و همکاران، ۱۳۹۵).

نتایج نشان داد خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال ماهیتی پیچیده و چندلایه دارد و تنوع پلتفرم‌ها و بازیگران، طراحی سیاست‌های جامع را با دشواری مواجه کرده است. چالش‌ها در سه بُعد اصلی قابل دسته‌بندی‌اند:

**بُعد تنظیم‌گری:** شامل مسائل مربوط به هماهنگی نهادی، شفافیت وظایف، تعیین چارچوب‌های نظارتی، حفظ آزادی بیان و مقابله با محتوای مضر و غیرقانونی.

**بُعد محتوا:** دربرگیرنده موضوعاتی مانند کیفیت و تنوع محتوا، مسئولیت‌پذیری رسانه‌ای، اخلاق حرفه‌ای، حقوق شهروندی و حفظ تنوع فرهنگی.

**بُعد زیرساخت:** مرتبط با دسترسی به اینترنت پرسرعت، ظرفیت پهنای باند، زیرساخت‌های فنی و تأثیر جریان‌های فراملی اطلاعات بر سیاست‌گذاری داخلی.

برای واکاوی دقیق موقعیت مسئله‌زا، مصاحبه‌های ساختاریافته با خبرگان دانشگاهی و اجرایی انجام شد. یافته‌ها نشان داد عواملی چون مشارکت شهروندان، شفافیت تصمیم‌گیری، پاسخگویی نهادی، اعتماد عمومی، حمایت از رسانه‌های مستقل، رقابت سالم و پرهیز از انحصار از مؤلفه‌های کلیدی سیاست‌گذاری مطلوب هستند. این نتایج بر ضرورت ایجاد تعادل میان تنوع رسانه‌ای، عدالت اطلاعاتی و اعتماد عمومی تأکید دارند. با این حال، هنوز الگوی جامع و مورد اجماعی در این حوزه شکل نگرفته است.

تحلیل وضعیت ایران نشان‌دهنده چندگانگی نهادی، عدم انسجام سیاستی، غلبه نگاه مقطعی و محتوایی، ضعف زیرساختی، ناهماهنگی تنظیم‌گران و خلأهای قانونی است. به گفته یکی از خبرگان اجرایی: «سازمان‌ها هرکدام مستقل عمل می‌کنند و هماهنگی سیاستی وجود ندارد».

ذی‌نفعان کلیدی این حوزه شامل کاربران، تولیدکنندگان محتوا، نهادهای دولتی و فرهنگی، پلتفرم‌های داخلی، جامعه دانشگاهی و نهادهای قانون‌گذار هستند. یکی از خبرگان دانشگاهی اشاره کرد:

«کاربران و تولیدکنندگان محتوا معمولاً نقش اندکی در تصمیم‌سازی دارند».

مسائل محوری شناسایی‌شده عبارت‌اند از: ناهماهنگی نهادی، ابهام در سیاست‌های محتوایی، فقدان قانون جامع و به‌روز، رویکرد امنیتی و واکنشی، ضعف زیرساخت‌های ارتباطی و پایین بودن سواد رسانه‌ای. یکی از خبرگان بیان داشت: «سیاست‌ها اغلب واکنشی‌اند و چارچوب قانونی به‌روز نیست».

پیامدهای تداوم وضعیت موجود شامل کاهش اعتماد عمومی، افت اثربخشی رسانه‌های داخلی، گرایش کاربران به سکوهایی خارجی، افت کیفیت محتوا، کاهش مشارکت ذی‌نفعان و تضعیف حکمرانی رسانه‌ای است.

بر این اساس، نیازهای اساسی عبارت‌اند از: تدوین سیاست جامع و مشارکتی، تقویت هماهنگی نهادی، روزآمدسازی قوانین، توسعه زیرساخت‌های فنی و دانشی، ارتقای سواد رسانه‌ای و بازتعریف نقش تنظیم‌گری در فضای دیجیتال. به تعبیر یکی از خبرگان: «سیاست‌گذاری باید جامع، هماهنگ و با نقش تنظیم‌گری شفاف باشد».

### گام دوم: ترسیم تصویر گویا

در گام دوم پژوهش، با بهره‌گیری از رویکرد تصاویر گویا، بازنمایی جامع و همه‌جانبه‌ای از موقعیت مسئله‌زا ترسیم شد (آذر و ضرغامی فرد، ۱۳۹۲). این تصاویر، شامل نمودارها و بازنمایی‌های بصری و متنی، امکان شناسایی عناصر کلیدی مانند افراد دخیل، مسائل، فرایندها و روابط میان آن‌ها را فراهم می‌کنند.

چکلند و پولتر (۲۰۰۶)، چهار روش اصلی برای شناخت موقعیت مسئله‌زا معرفی کرده‌اند: ساخت تصاویر گویا؛ بازنمایی بصری موقعیت برای درک بهتر آن. تحلیل خودمداخله؛ شناسایی نقش افراد اصلی و ذینفعان. تحلیل اجتماعی؛ بررسی هنجارها، ارزش‌ها و نقش‌های اجتماعی مرتبط. تحلیل سیاسی؛ تمرکز بر توزیع قدرت میان بازیگران و روابط قدرت.

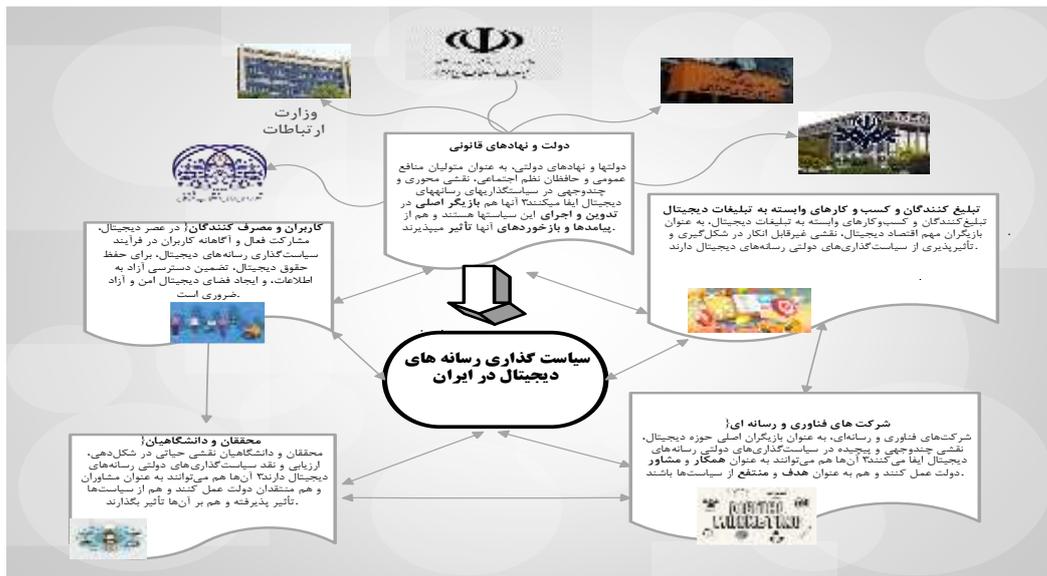
با استفاده از این رویکرد، تصویری غنی شده از موقعیت مسئله‌زای پژوهش ارائه شد که در آن وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و مرکز ملی فضای مجازی به‌عنوان نهادهای اصلی متولی خطمشی‌گذاری، نقش مسئله‌گشا را بر عهده دارند.

نظام خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران در دو سطح ذینفعان قابل بررسی است:

ذینفعان اولیه؛ سازمان‌ها و نهادهایی که به‌طور مستقیم در خطمشی‌گذاری دخیل هستند یا تحت تأثیر آن‌اند، از جمله مجلس شورای اسلامی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، سازمان صدا و سیما و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات.

تحلیل این گام نشان می‌دهد که درک کامل نقش هر گروه از ذی‌نفعان برای طراحی و اجرای سیاست‌های مؤثر و ایجاد تغییرات مثبت در نظام رسانه‌های دیجیتال ضروری است (چکلند و پولتر، ۲۰۰۶؛ آذر و زرغامی‌فرد، ۱۳۹۲).

ذی‌نفعان ثانویه؛ بازیگرانی که به‌طور غیرمستقیم بر خطمشی‌ها تأثیر می‌گذارند یا از آن‌ها تأثیر می‌پذیرند، شامل دستگاه‌های اجرایی دولتی و خصوصی، دانشگاه‌ها، مراکز آموزشی، خانواده‌ها و اقشار جامعه.



شکل ۲. تصویر گویا از موقعیت مسئله

Figure 2. Illustrative Image of the Problem Situation

**P:** هدف اصلی سیستم (آنچه سیستم برای تحقق آن طراحی شده است).  
**Q:** نحوه دستیابی به هدف با توجه به شرایط و محدودیت‌ها.  
**R:** نتیجه مطلوب یا هدف نهایی سیستم.  
 برای مسئله سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال، این مؤلفه‌ها به صورت زیر تعیین شد:  
**P:** کاهش چالش‌ها و مشکلات حوزه رسانه‌های دیجیتال.  
**Q:** وضع و اجرای دستورالعمل‌ها و سیاست‌های مرتبط.  
**R:** ارتقای کیفیت و اثربخشی خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال.

با استفاده از مدل کاتوو<sup>۱</sup> که شامل مؤلفه‌های؛ مشتری، بازیگر، تبدیل، جهان‌بینی، مالک و محدودیت‌های محیطی است پژوهشگر می‌تواند با تمرکز بر عناصر کلیدی سیستم، تحلیل دقیق و جامع از مسئله و راهکارهای مرتبط ارائه دهد.

**مشتریان:** در حوزه خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران، مشتریان سیستم شامل گستره‌ای وسیع از کنشگران اجتماعی هستند که تحت تأثیر سیاست‌ها قرار می‌گیرند. این گروه شامل کاربران نهایی و مصرف‌کنندگان محتوا، رسانه‌ها و تولیدکنندگان محتوا،

**گام سوم: تحلیل کاتوو و استخراج تعاریف ریشه‌ای**  
 در این مرحله، پژوهش از دنیای واقعی به دنیای مفهومی و سیستمی وارد شده و تلاش می‌کند یک تعریف ریشه‌ای از مسئله ارائه کند. تعریف ریشه‌ای، جمله‌ای است که ضمن مشخص کردن اهداف سیستم، بازیگران و کنشگران کلیدی را شناسایی می‌کند. این بازیگران شامل مشارکت‌کنندگان در سیستم، افرادی که از عملکرد آن تأثیر می‌پذیرند و کسانی که بر عملکرد سیستم اثرگذارند، می‌شوند. ارائه تعریف ریشه‌ای چارچوب مفهومی لازم برای درک دقیق مسئله و هدایت تحلیل‌های بعدی را فراهم می‌کند (سلمانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۶).

فرایند استخراج تعریف ریشه‌ای، یکی از حساس‌ترین و پیچیده‌ترین مراحل روش‌شناسی ترکیبی SSM و CM است و نیازمند دقت و رویکرد ساختارمند می‌باشد. پس از ترسیم تصاویر گویا و شناسایی اجزای کلیدی و روابط میان آن‌ها، بخشی از موقعیت مسئله برای مدل‌سازی انتخاب می‌شود، به‌گونه‌ای که ابعاد کلیدی مسئله پوشش داده شده و امکان مدیریت مؤثر فراهم شود.

در این مرحله، سیستم انتخاب شده می‌تواند با فرمول PQR بیان گردد:

**مالک:** مالک یا نهادهای دارای اختیار نهایی، قدرت تصمیم‌گیری و اجرای سیاست‌ها را در دست دارند. در ایران، مالکین اصلی شامل دولت جمهوری اسلامی ایران، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شورای عالی فضای مجازی و سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی هستند. شناخت نقش این مالکان، به فهم بهتر فرایند تصمیم‌گیری و ارائه پیشنهادهای مؤثر کمک می‌کند.

### محدودیت‌های محیطی

عوامل محیطی، متغیرهای خارجی هستند که بر تدوین و اجرای سیاست‌ها تأثیرگذارند و می‌توانند محدودیت یا فرصت ایجاد کنند. در ایران، این عوامل در شش دسته اصلی تقسیم‌بندی می‌شوند: قانونی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، تکنولوژیکی و سیاسی-سازمانی. شناخت دقیق این محدودیت‌ها، نخستین گام برای طراحی سیاست‌های مؤثرتر و کاهش اثرات منفی آنها است.

در جدول ۱، تعاریف ریشه‌ای مبتنی بر مدل کاتوو برای خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران به تفصیل ارائه شده است. این تحلیل، دیدگاهی جامع و سیستماتیک برای سیاست‌گذاران فراهم می‌آورد و امکان تدوین راهکارهای کارآمد و واقع‌بینانه را میسر می‌سازد.

شرکت‌های فناوری و ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی، دولت و نهادهای نظارتی، جامعه مدنی، تبلیغ‌کنندگان و کسب‌وکارها می‌شود. شناسایی دقیق نیازها و انتظارات این مشتریان، زمینه‌ساز طراحی سیاست‌های اثربخش و کارآمد است.

**بازیگران:** بازیگران سیستم، افراد یا گروه‌هایی هستند که نقش فعال در اجرای سیاست‌ها و ایجاد تغییر ایفا می‌کنند و مسئولیت پیاده‌سازی فرایندها و تأثیرگذاری بر نتایج را بر عهده دارند. در ایران، بازیگران کلیدی خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال شامل وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، رسانه‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال، شرکت‌های فناوری و ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی، قوه قضاییه، سازمان صدا و سیما و گروه‌های مدنی و حقوق بشری هستند.

**تبدیل:** تبدیل؛ فرایند گذار از وضعیت موجود به مطلوب است که با اجرای اقدامات و اصلاحات مشخص انجام می‌شود. در خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال ایران، این تبدیل شامل اصلاحات بنیادین در سیاست‌ها، مقررات، نظارت، زیرساخت‌ها و مشارکت ذی‌نفعان است و هدف آن بهبود کیفیت و عملکرد رسانه‌های دیجیتال است.

**جهان‌بینی:** جهان‌بینی، مجموعه ارزش‌ها و اصولی است که فرایند ارزیابی و تدوین سیاست‌ها را هدایت می‌کند. در این حوزه، جهان‌بینی بر آزادی بیان، حفاظت از حقوق دیجیتال، توسعه و نوآوری، توازن میان آزادی و امنیت، مشارکت فعال ذی‌نفعان و عدالت و شفافیت تأکید دارد.

### جدول ۱. تعاریف ریشه‌ای مبتنی بر مدل کاتوو

Table 1. Root Definitions based on the CATWOE Model

RD3 حوزه حقوقی و اجتماعی	RD2 حوزه محتوا	RD1 حوزه فناوری و زیرساخت	تعاریف ریشه‌ای منتج از تصویر غنی
کاربران و مصرف‌کنندگانی که نیازمند حفاظت از اطلاعات و حریم خصوصی خود در فضای دیجیتال هستند. رسانه‌ها و تولیدکنندگان محتوا. شرکت‌های فناوری و ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی. دولت و نهادهای ناظر. جامعه و گروه‌های مدنی. تبلیغ‌کنندگان و کسب‌وکارها.	کاربران و مصرف‌کنندگانی که محتوا را مصرف می‌کنند و از آن تأثیر می‌پذیرند، از جمله تبلیغ‌کنندگان و کسب‌وکارهایی که از محتوا برای جذب مشتری استفاده می‌کنند. رسانه‌ها و تولیدکنندگان محتوا. دولت و نهادهای ناظر.	کاربران و مصرف‌کنندگانی که با استفاده از زیرساخت‌های فناوری به رسانه‌های دیجیتال دسترسی پیدا می‌کنند، از جمله کسب‌وکارهایی که برای تبلیغات دیجیتال به این زیرساخت‌ها وابسته‌اند. شرکت‌های فناوری و ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی. دولت و نهادهای ناظر.	<b>مشتریان<sup>۱</sup> (C)</b>

## ادامه جدول ۱. تعاریف ریشه‌ای مبتنی بر مدل کاتوو

تعاریف ریشه‌ای منتج از تصویر غنی	RD1 حوزه فناوری و زیرساخت	RD2 حوزه محتوا	RD3 حوزه حقوقی و اجتماعی
بازیگران <sup>۱</sup> (A)	دولت و نهادهای دولتی (مانند وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و مرکز ملی فضای مجازی). شرکت‌های فناوری و رسانه‌ای. پژوهشگران و دانشگاهیان. سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی.	دولت و نهادهای دولتی (مانند وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و مرکز ملی فضای مجازی). شرکت‌های فناوری و رسانه‌ای. پژوهشگران و دانشگاهیان. سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی.	دولت و نهادهای دولتی (مانند مرکز ملی فضای مجازی). شرکت‌های فناوری و رسانه‌ای. پژوهشگران و دانشگاهیان. قوه قضاییه.
دگرگونی <sup>۲</sup> (T)	توسعه و بهبود زیرساخت‌های فناوری جهت پشتیبانی از رسانه‌های دیجیتال و تضمین دسترسی پایدار و کارآمد به خدمات دیجیتال. آموزش و افزایش آگاهی کاربران.	اعمال خطمشی‌گذاری و نظارت بر محتوای دیجیتال با هدف تضمین کیفیت، رعایت موازین اخلاقی و همسویی با ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی-فرهنگی. ارتقاء سواد رسانه‌ای و توانمندسازی مخاطبان در مواجهه با محتوای دیجیتال.	استقرار سازوکارهای حفاظت از حریم خصوصی و امنیت سایبری در تعاملات دیجیتال برای ایجاد محیطی امن و مبتنی بر اعتماد. اصلاح و تدوین قوانین و مقررات متناسب با فضای دیجیتال. تقویت نظارت و پیگیری در فضای دیجیتال. همکاری بین ذی‌نفعان در حکمرانی فضای دیجیتال. ارتقاء سواد رسانه‌ای و توانمندسازی کاربران برای صیانت از اطلاعات شخصی و امنیت سایبری.
جهان‌بینی <sup>۳</sup> (W)	تقویت و توسعه زیرساخت‌ها برای دسترسی گسترده‌تر به رسانه‌های دیجیتال و تسهیل رشد اقتصادی و فرهنگی. پیشرفت و نوآوری مستمر در حوزه فناوری. برقراری تعادل میان آزادی و امنیت در فضای دیجیتال. رعایت عدالت و شفافیت در حوزه رسانه‌های دیجیتال.	تأکید بر ترویج محتوای ارزشمند و اخلاقی در رسانه‌های دیجیتال برای پاسداشت ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی و مقابله با انتشار محتوای نامناسب. حفظ تعادل میان آزادی و امنیت در فضای دیجیتال. رعایت عدالت و شفافیت در حوزه رسانه‌های دیجیتال.	تضمین حریم خصوصی و امنیت کاربران به‌عنوان اصلی بنیادین برای جلب اعتماد عمومی به رسانه‌های دیجیتال. صیانت از آزادی بیان و دسترسی آزاد به اطلاعات. تأمین حقوق دیجیتال و حریم خصوصی کاربران. ایجاد تعادل میان آزادی و امنیت در فضای دیجیتال. مشارکت فعالانه ذی‌نفعان در حوزه رسانه‌های دیجیتال. رعایت عدالت و شفافیت در حوزه رسانه‌های دیجیتال.
مالک <sup>۴</sup> (O)	دولت و نهادهای وابسته که هدایت‌گر خطمشی‌گذاری و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها هستند. وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات. شورای عالی فضای مجازی. سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی.	دولت و نهادهای مسئول که وظیفه تنظیم و نظارت بر محتوا را بر عهده دارند. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. شورای عالی فضای مجازی.	دولت و نهادهای مربوطه که وظیفه تدوین و اجرای سیاست‌های حفاظت از حریم خصوصی و امنیت را بر عهده دارند. شورای عالی فضای مجازی.
محیط <sup>۵</sup> (E)	محدودیت‌های منابع مالی، ضرورت هماهنگی بین سازمانی، چالش‌های فنی و امنیتی و تأثیر سیاست‌های بین‌المللی.	گوناگونی فرهنگی و اجتماعی، محدودیت‌های مقررات و قوانین، فشارهای سیاسی و اجتماعی و چالش‌های نظارت بر حجم گسترده محتوای تولید شده.	تهدیدات سایبری، محدودیت‌های مقررات و قوانین، پیچیدگی‌های فنی و رقابت‌های بین‌المللی در حوزه فناوری. محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی. محدودیت‌های سیاسی.

- Actors
- Transformation
- World View
- Owner
- Environment

همکاری فعال کلیه ذی‌نفعان، سیاست‌ها و قوانین را با اهداف زیر تدوین و اجرا می‌کنند:

- حمایت از آزادی بیان و حقوق دیجیتال؛
- توسعه و نوآوری در فناوری و زیرساخت‌ها؛
- ایجاد تعادل میان آزادی و امنیت؛
- تضمین عدالت، شفافیت و پاسخگویی.

این فرایند با توجه به محدودیت‌ها و شرایط محیطی، تقویت زیرساخت‌ها، ارتقای دانش و آگاهی کاربران و تولیدکنندگان محتوا و افزایش شفافیت و پاسخگویی در نظارت و اجرای قوانین انجام می‌شود. تعریف ریشه‌ای جامع، با دربرگیری کلیه عناصر چارچوب کاتوو، اهداف، نقش‌ها، فرایندها و محدودیت‌ها را یکپارچه و هماهنگ نشان می‌دهد و زمینه تدوین سیاست‌ها و تغییرات مؤثر برای بهبود عملکرد رسانه‌های دیجیتال را فراهم می‌کند.

#### گام چهارم: ساخت مدل مفهومی و فرایند حصول اجماع نقشه شناختی

در این مرحله، براساس تعریف ریشه‌ای، مدل مفهومی «وظایف اولیه» نظام سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال طراحی شد تا فعالیت‌های بنیادین در سه بُعد زیرساخت، محتوا و ساختار نهادی شناسایی شود. این نظام شامل نهادهای سیاست‌گذار، تنظیم‌گران، شرکت‌های فناوری و تولیدکنندگان محتوا است که با بازطراحی سازوکارها، به بهبود دسترسی زیرساختی، ارتقای کیفیت و تنوع محتوای بومی، افزایش کارآمدی نهادی و تقویت مشارکت غیردولتی می‌پردازد.

فعالیت‌های اصلی شامل ارزیابی زیرساخت‌ها، تحلیل کیفیت محتوا، پایش تنظیم‌گری، شناسایی شکاف‌های نهادی و فناوریانه، تقویت هماهنگی نهادها، حمایت از تولید محتوا و پیش‌بینی سازوکارهای بازخورد بود. این مدل در تعامل با خبرگان اصلاح شد؛ برخی فعالیت‌ها افزوده و برخی ناسازگار حذف یا به سیاست‌گذاری بلندمدت منتقل گردید.

نتیجه این فرایند، «مدل اجماع وظایف اولیه» است که درکی مشترک از فعالیت‌های پایه موردنیاز برای حرکت نظام سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال به سوی وضعیت مطلوب ارائه می‌دهد (شکل ۳).

با بهره‌گیری از چارچوب مفهومی کاتوو، می‌توان تعاریف بنیادین خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال را ارائه کرد. در این چارچوب، هر تعریف ریشه‌ای با مشخص کردن هدف اصلی سیستم (P)، نحوه تحقق آن (Q) و نتیجه مورد انتظار (R) تدوین می‌شود.

#### RD1: حوزه فناوری و زیرساخت‌ها

تدوین خطمشی در حوزه فناوری و زیرساخت‌های رسانه‌های دیجیتال، فرایندی هدفمند است که بر ایجاد و ارتقای زیرساخت‌های فنی (P) از طریق اجرای سیاست‌های توسعه، نگهداری و امنیت این زیرساخت‌ها تمرکز دارد. دولت و نهادهای حاکمیتی با همکاری شرکت‌های فناوری مسئول اجرای آن هستند (Q). هدف نهایی ارتقای کیفیت و پایداری خدمات دیجیتال، دسترسی گسترده به فناوری‌های پیشرفته و حفاظت از شبکه‌ها در برابر تهدیدات امنیتی است (R).

#### RD2: حوزه محتوای رسانه‌های دیجیتال

خطمشی در حوزه محتوای رسانه‌های دیجیتال، فرایندی است که تولید و انتشار محتوا (P) را ساماندهی می‌کند. این فرایند از طریق اجرای سیاست‌های فرهنگی و رسانه‌ای و مشارکت دولت، نهادهای فرهنگی، شرکت‌های رسانه‌ای، تولیدکنندگان محتوا و کاربران انجام می‌شود (Q). هدف نهایی، ارتقای کیفیت و تنوع محتوا، حفظ آزادی بیان و تقویت فرهنگ رسانه‌ای است (R).

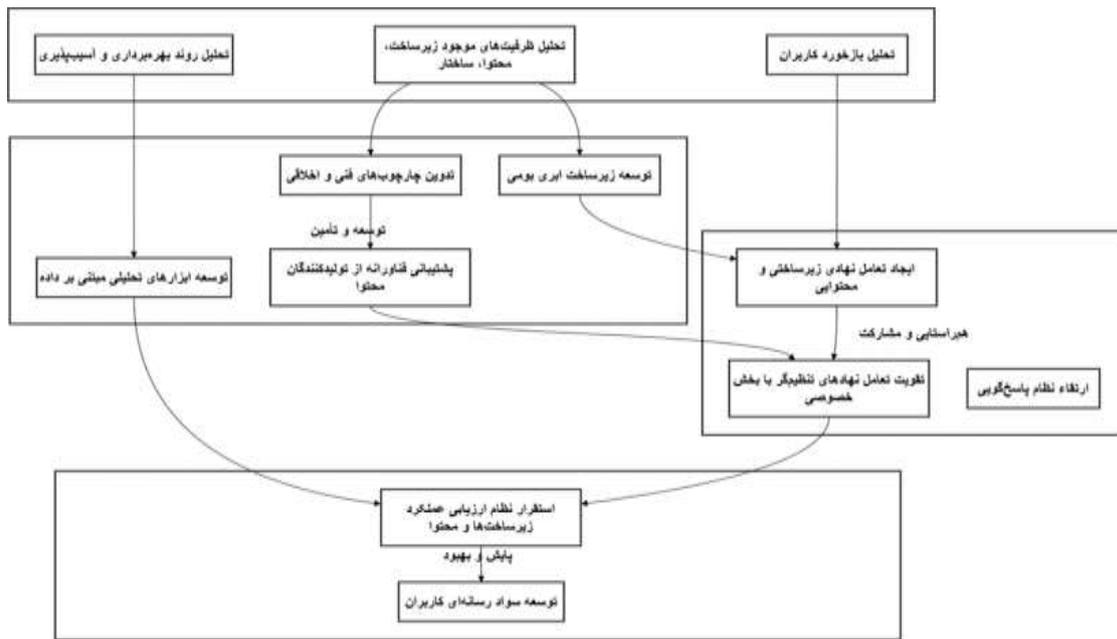
#### RD3: حوزه حقوقی و اجتماعی رسانه‌های دیجیتال

تدوین خطمشی در این حوزه شامل تنظیم و نظارت بر حقوق و مسائل اجتماعی مرتبط با رسانه‌ها (P) است. این امر از طریق تدوین و اجرای قوانین و مقررات با مشارکت دولت، نهادهای نظارتی و حقوقی، نهادهای اجتماعی و کاربران انجام می‌شود (Q). هدف نهایی، حفاظت از حقوق دیجیتال، تضمین حریم خصوصی و امنیت اطلاعات و ارتقای عدالت اجتماعی در فضای دیجیتال است (R).

#### تعریف ریشه‌ای جامع خطمشی‌گذاری رسانه‌های

##### دیجیتال در ایران

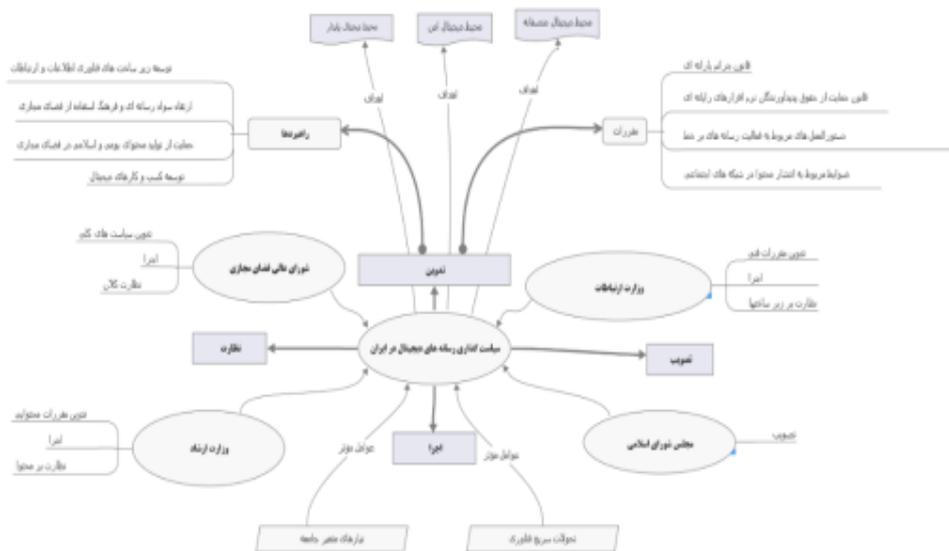
با تلفیق تعاریف ریشه‌ای و چارچوب کاتوو، خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران به صورت همه‌جانبه و مبتنی بر مشارکت تعریف می‌شود. دولت و نهادهای ذی‌ربط با



شکل ۳. مدل اجماع وظایف اولیه خط‌مشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال (بر مبنای تحلیل نگاشت‌شناختی)  
**Figure 3.** Consensus Model of Primary Policy-Making Tasks for Digital Media (based on Cognitive Mapping Analysis)

سانسور، اخلاق رسانه‌ای و استانداردهای محتوایی هستند و این عوامل بر خلاقیت و آزادی بیان آن‌ها اثر می‌گذارند. شرکت‌های رسانه‌ای برای تولید محتوای باکیفیت به زیرساخت‌ها و منابع مناسب نیاز دارند و سیاست‌های دولت در زمینه دسترسی به این زیرساخت‌ها، بر کیفیت و کمیت محتوای تولیدی تأثیر مستقیم دارد.

مدل مفهومی پژوهش (شکل ۴)، سه حوزه اصلی «محتوا»، «فناوری و زیرساخت» و «حقوقی و اجتماعی» را دربر می‌گیرد و پنج گروه کلیدی از عناصر ذی‌ربط را شامل می‌شود: «دولت و نهادهای دولتی»، «تبلیغ‌کنندگان و کسب‌وکارهای دیجیتال»، «شرکت‌های رسانه‌ای»، «تولیدکنندگان محتوا» و «محققان و دانشگاهیان». تولیدکنندگان محتوا به‌طور مستقیم تحت تأثیر سیاست‌ها و مقررات مرتبط با محتوا، از جمله قوانین



شکل ۴. مدل مفهومی خط‌مشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال  
**Figure 4.** Conceptual Model of Digital Media Policy-Making

برای انجام این مقایسه، پژوهشگران روش‌هایی مانند مباحثه غیررسمی، پرسش رسمی، سناریونویسی و ایجاد مدل دنیای واقعی با ساختاری مشابه مدل مفهومی پیشنهاد کرده‌اند (جورجیو، ۲۰۱۵). متدولوژی SSM با تأکید بر گفتگو و تعامل، فرایندی مشارکتی ارائه می‌دهد که تحلیل مسائل پیچیده، به‌ویژه در حوزه خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال، را کارآمد می‌سازد.

در جدول مقایسه‌ای ارائه شده، عوامل مؤثر بر خطمشی‌گذاری مطلوب شناسایی شده در مدل مفهومی با اقدامات عملی موجود (مانند فعالیت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان ملی فضای مجازی) مقایسه می‌شوند. این تحلیل امکان شناسایی تغییرات موردنیاز و ارائه پیشنهادها عملی برای بهبود اجرای خطمشی‌ها را فراهم می‌کند. نتایج این مرحله شامل مجموعه‌ای از توصیه‌ها برای اصلاح و ارتقای فرایندهای خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال است. نقشه شناختی خبرگان نیز در شکل ۵ ارائه شده است.

در گام‌های پنجم تا هفتم، پژوهش به جهان واقعی باز می‌گردد و مدل‌ها و تعاریف طراحی شده با شرایط واقعی مقایسه می‌شوند. تغییرات احتمالی شناسایی و برنامه‌های عملیاتی برای اجرا تدوین می‌گردد. روش سیستم‌های نرم (SSM) ماهیتی خطی ندارد و بازنگری و تکرار مراحل ضروری است؛ به طوری که یافته‌های گام پنجم ممکن است تحلیل‌ها و تعاریف اولیه را نیازمند اصلاح کنند (نیک‌قدم حجتی و همکاران، ۱۳۹۷). این رویکرد بازخوردی امکان بهبود مستمر مدل و افزایش سازگاری آن با واقعیت را فراهم می‌کند و به تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های عملیاتی دقیق‌تر و کارآمدتر منجر می‌شود.

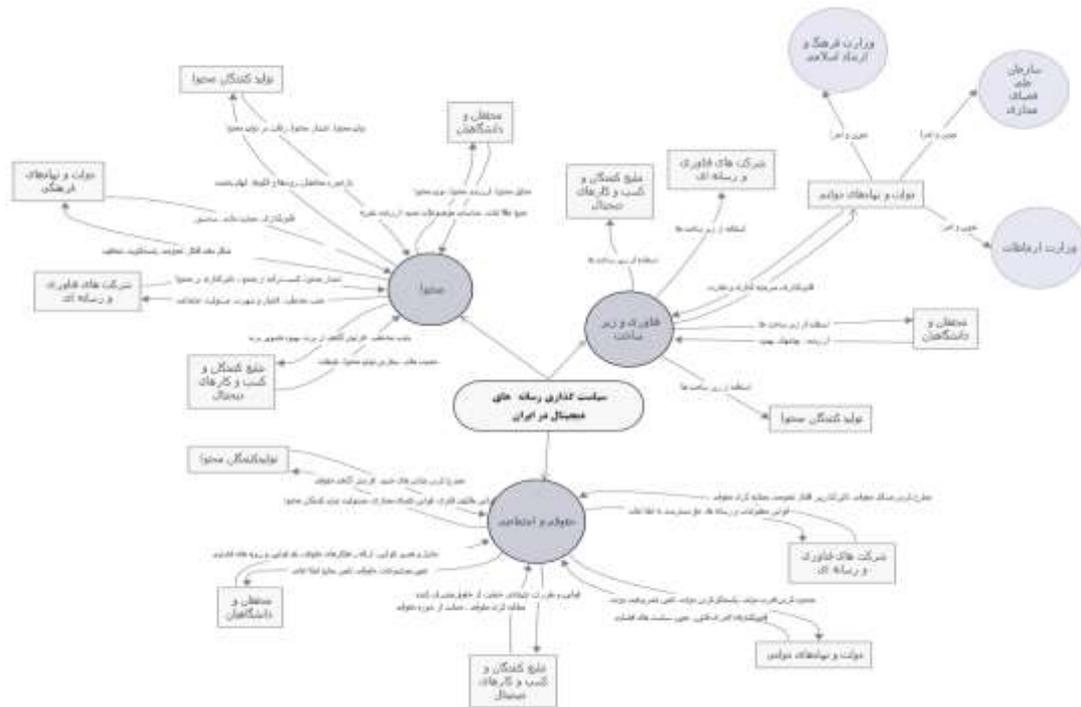
### گام پنجم: هم‌سنجی

در این مرحله، پژوهش به جهان واقعی باز می‌گردد تا ناسازگاری‌ها و تفاوت‌های احتمالی بین مدل‌های مفهومی و وضعیت موجود شناسایی شود (آذر، خسروانی و جلالی، ۱۳۹۵). این فرایند نقاط ضعف مدل‌ها را مشخص و اصلاحات لازم را پیشنهاد می‌کند و امکان طراحی راهکارهای عملی و اجرایی را فراهم می‌سازد.

جدول ۲. جدول استاندارد مقایسه‌ای برای هم‌سنجی مدل مفهومی با دنیای واقعی

Table 2. Standard Comparative Table for Benchmarking the Conceptual Model Against Reality

پیشنهاد‌های لازم	تغییرات موردنیاز	مقایسه با اقدامات عملی	مکانیسم اجرایی در دنیای واقعی	آیا در دنیای واقعی وجود دارند؟	عوامل مؤثر در مدل مفهومی
ایجاد قوانین جدید و ارتقای استانداردها و ایجاد سیستم‌های نظارتی کارآمد برای تضمین کیفیت محتوا	تقویت قوانین	متوسط	کنترل محتوا توسط دولت؛ برخی تولیدکنندگان با محدودیت‌های سانسور مواجه هستند.	بله	محتوا
افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فناوری و تقویت همکاری‌های بین‌بخشی.	بهبود زیرساخت‌ها	کم	زیرساخت‌های فناوری در حال توسعه؛ اما مشکلاتی مانند سرعت پایین اینترنت وجود دارد.	بله	فناوری و زیرساخت
اصلاحات قانونی برای حمایت بیشتر از حقوق کاربران و حفظ حریم خصوصی.	بازنگری قوانین	متوسط	مقررات حقوقی پیچیده؛ مشکلات حریم خصوصی و حقوق کاربران در برخی موارد نادیده گرفته می‌شود.	بله	حقوقی و اجتماعی



شکل ۵. نقشه شناختی خبرگان در خصوص عوامل مؤثر بر خط‌مشی‌گذاری مطلوب رسانه‌های دیجیتال

Figure 5. Cognitive Map of Experts Regarding the Factors Influencing Desirable Digital Media Policy-Making

این تغییرات به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که با استفاده از ظرفیت‌های موجود و با رویکرد واقع‌گرایانه، امکان بهبود سریع و مؤثر نظام سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال کشور را فراهم سازند. تغییرات شناسایی‌شده در بعد زیرساخت، شامل ایجاد نظام ارزیابی ملی زیرساخت، تقویت زیرساخت ابری بومی و تدوین چارچوب‌های فنی جامع است. در بعد محتوا، تدوین نظام حمایتی هدفمند برای تولیدکنندگان محتوا، توسعه سواد رسانه‌ای و بومی‌سازی ابزارهای تحلیلی می‌باشند و در بعد ساختار و تنظیم‌گری، ارتقای نظام پاسخ‌گویی، ایجاد تعاملات ساختاریافته با بخش خصوصی و تقویت همکاری‌های نهادی میان زیرساخت و محتوا است.

این تغییرات مسیر حرکت نظام سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال به سمت تعاملی، شفاف، پاسخگو، کارآمد و مبتنی بر مشارکت فعال تمامی ذی‌نفعان را هموار می‌کند.

**گام ششم و هفتم: شناسایی و ارائه راهکار برای تغییر**

این گام، مانند مرحله قبل، در دنیای واقعی شکل می‌گیرد و هدف آن شناسایی تغییرات مطلوب و عملی است که بتوانند شکاف میان وضعیت موجود و مدل اجماع وظایف اولیه را کاهش دهند. براساس یافته‌های مرحله پنجم، که مقایسه مدل اجماع با وضعیت واقعی سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران را شامل می‌شد، مجموعه‌ای از تغییرات پیشنهادی در سه بعد زیرساخت، محتوا و ساختار نهادی استخراج شد.

تغییرات شناسایی‌شده از طریق جلسات گفتگو، مصاحبه‌های تکمیلی و تحلیل اسناد بالادستی و مطالعات تطبیقی تدوین شده و در جداول ۳ تا ۵ ارائه گردیده‌اند. این تغییرات با رویکرد واقع‌گرایانه و استفاده از ظرفیت‌های موجود طراحی شده‌اند تا امکان بهبود سریع و مؤثر نظام سیاست‌گذاری فراهم شود.

جدول ۳. تغییرات مطلوب شناسایی شده در بعد زیرساخت رسانه‌های دیجیتال

Table 3. Identified Desirable Changes in the Digital Media Infrastructure Dimension

تغییرات مورد نیاز	وضعیت موجود	فعالیت مطلوب
تدوین بسته‌های مشوق، تسهیل سرمایه‌گذاری، تقویت مشارکت خصوصی	محدود و غیرمتمرکز	توسعه زیرساخت ابری بومی
تدوین اسناد بالادستی جامع با مشارکت بخش خصوصی	ناکافی و پراکنده	تدوین چارچوب‌های فنی و استانداردسازی
ایجاد سامانه ملی ارزیابی عملکرد زیرساخت‌های رسانه‌ای	فاقد سامانه رسمی	استقرار نظام ارزیابی عملکرد زیرساخت

جدول ۴. تغییرات مطلوب شناسایی شده در بعد محتوای رسانه‌های دیجیتال

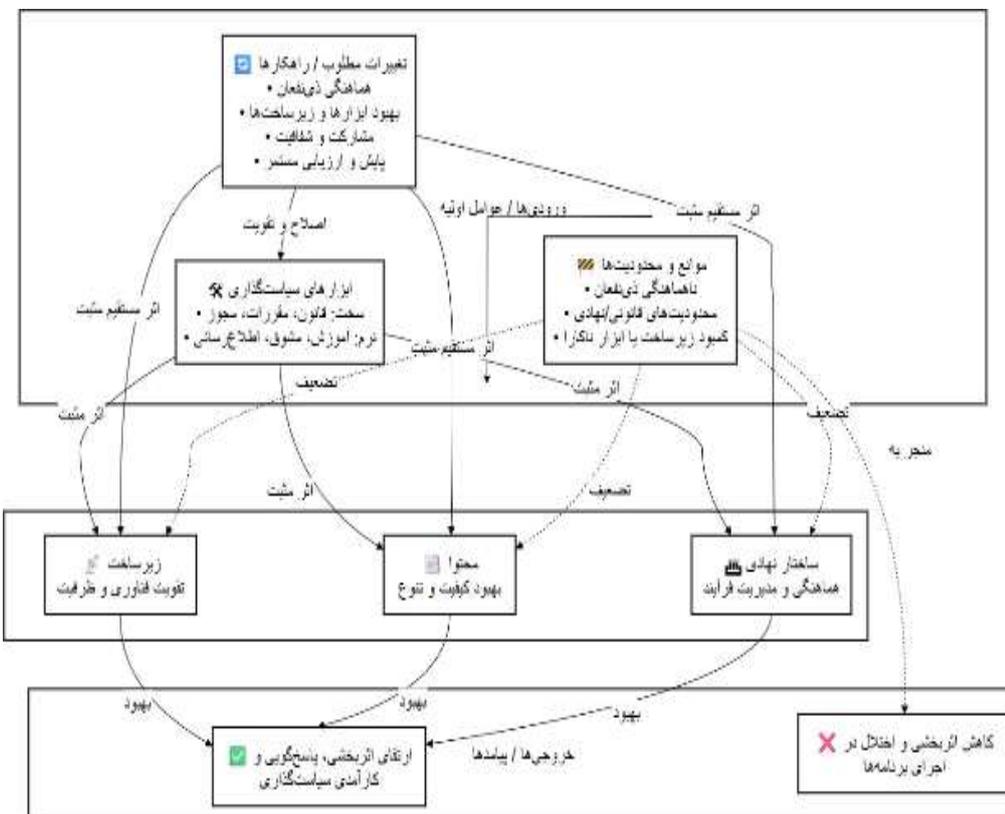
Table 4. Identified Desirable Changes in the Digital Media Content Dimension

فعالیت مطلوب	وضعیت موجود	تغییرات مورد نیاز
پشتیبانی فناورانه هدفمند از تولیدکنندگان محتوا	حمایت‌های پراکنده و محدود	تدوین نظام حمایتی هدفمند، ایجاد پنجره واحد محتوا
توسعه سواد رسانه‌ای و فرهنگ مشارکت	اقدامات محدود و غیریکپارچه	تدوین برنامه ملی آموزش سواد رسانه‌ای در همه سطوح
توسعه ابزارهای تحلیلی بومی محتوا	وابسته به خارج	بومی‌سازی ابزارهای تحلیلی محتوا، ایجاد زیرساخت داده‌های باز

جدول ۵. تغییرات مطلوب شناسایی شده در بعد ساختار و تنظیم‌گری رسانه‌های دیجیتال

Table 5. Identified Desirable Changes in the Digital Media Structure and Regulation Dimension

فعالیت مطلوب	وضعیت موجود	تغییرات مورد نیاز
ارتقای نظام پاسخ‌گویی نهادهای تنظیم‌گر	ضعیف، فاقد سازوکار شفاف	تدوین نظام پاسخ‌گویی رسمی، شفاف‌سازی فرایندهای تصمیم‌گیری
تقویت تعامل نهادهای تنظیم‌گر با بخش خصوصی	پراکنده و محدود	ایجاد کمیته‌های مشترک دائمی بین نهادهای دولتی و خصوصی
ایجاد تعامل نهادی بین زیرساخت و محتوا	ناکافی و بخشی	ایجاد ساختار هماهنگ بین نهادهای زیرساختی و محتوایی



شکل ۵. مدل نهایی برگرفته از نتایج پژوهش

Figure 6. Final Model Derived from the Research Results

### بحث و نتیجه‌گیری

در حوزه فناوری و زیرساخت، توسعه پایدار رسانه‌های دیجیتال نیازمند زیرساخت‌های مناسب، پایدار و به‌روز است. تحلیل‌ها نشان می‌دهد شرکت‌های فناوری برای ارائه خدمات نوآورانه به حمایت‌های سیاستی در زمینه سرمایه‌گذاری، توسعه پهنای باند و بهبود دسترسی نیاز دارند. دولت در این میان نقش تسهیل‌کننده ایفا می‌کند و سیاست‌های حمایتی می‌تواند بستر رقابت سالم در بازار دیجیتال را فراهم سازد. همچنین، تقویت

این پژوهش با هدف ارزیابی عوامل مؤثر بر خطمشی‌گذاری مطلوب رسانه‌های دیجیتال در ایران، از روش‌شناسی سیستم‌های نرم (SSM) و مدل نگاشت‌شناختی بهره‌گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهند که تحقق خطمشی‌گذاری کارآمد مستلزم اصلاحات و هماهنگی در سه بُعد کلیدی؛ فناوری و زیرساخت، محتوا و ساختار حقوقی-تنظیم‌گری است.

ارتباط میان دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی و صنایع فناوری می‌تواند نوآوری را تسریع و وابستگی به فناوری‌های خارجی را کاهش دهد. سیاست‌های نظارتی نیز، ضمن حمایت از رشد فناوری، باید از انحصارگرایی جلوگیری کرده و حقوق کاربران را حفظ کنند.

در حوزه محتوا، سیاست‌های تنظیمی زمانی اثربخش خواهند بود که تعادلی میان حمایت از تولیدکنندگان محتوا و حفظ آزادی بیان برقرار شود. مقررات سخت‌گیرانه ممکن است خلاقیت و تنوع محتوا را محدود کند، در حالی که نبود نظارت کافی می‌تواند به گسترش اطلاعات نادرست منجر شود. بنابراین، تحلیل‌ها بر ضرورت سیاست‌های محتوایی تأکید دارد که به‌طور همزمان از آزادی‌های فردی، منافع عمومی و شفافیت حمایت کنند. مشارکت فعال ذی‌نفعان مختلف، از جمله تولیدکنندگان محتوا، کاربران و نهادهای مدنی، نقش کلیدی در ارتقای کیفیت و مشروعیت سیاست‌ها دارد.

مقایسه یافته‌ها با پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که تمرکز این مطالعه بر درهم‌تنیدگی ابعاد فنی، نهادی و اجتماعی، شکافی را پوشش می‌دهد که در برخی مطالعات اخیر کمتر مورد توجه قرار گرفته است. برای مثال، پژوهش‌های واهبودی و همکاران (۲۰۲۳)، پاندياراج و راجا (۲۰۲۳)، عمدتاً بر مؤلفه‌های فنی و زیرساختی تمرکز داشته‌اند، در حالی که تحلیل حاضر نشان می‌دهد کارآمدی خط‌مشی‌گذاری در این حوزه وابسته به تعامل همزمان متغیرهای فناورانه با سازوکارهای نهادی و تنظیم‌گری است. همچنین، در مقایسه با رویکردهای متمرکز بر کنترل دولتی در آثار گروسمن (۲۰۲۲)، یافته‌های این پژوهش بر اهمیت سازوکارهای تعاملی میان دولت، کاربران و سایر ذی‌نفعان تأکید دارد. هم‌راستی نتایج با یافته‌های فراتنه و همکاران (۲۰۲۴)، درباره نابرابری‌های دیجیتال نیز نشان می‌دهد که شکاف‌های ساختاری و نهادی در کنار مؤلفه‌های فناورانه در شکل‌گیری پیامدهای سیاستی نقش تعیین‌کننده دارند. در این چارچوب، نوآوری پژوهش حاضر نه صرفاً در ارائه توصیه‌های سیاستی، بلکه در به‌کارگیری همزمان مدل نگاشت‌شناختی و SSM برای آشکارسازی منطقی‌های پنهان تصمیم‌سازی و اولویت‌بندی مداخلات سیاستی قابل تبیین است.

در بُعد حقوقی-اجتماعی، تدوین قوانین جامع در زمینه حقوق دیجیتال، حفاظت از حریم خصوصی کاربران، مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها و مقابله با محتوای مضر ضروری است. یکی از چالش‌های اصلی، ایجاد تعادل میان تأمین امنیت دیجیتال و حفظ آزادی‌های فردی است. قوانین در عین پیشگیری از سوءاستفاده‌های احتمالی، باید از حقوق شهروندان نیز محافظت کنند. یافته‌ها نشان می‌دهد تدوین سیاست‌ها زمانی کارآمد خواهد بود که مبتنی بر شواهد علمی، بازخورد ذی‌نفعان و تجربیات جهانی باشد تا چالش‌های پیچیده فضای دیجیتال به صورت نظام‌مند مدیریت شوند.

تحلیل‌های مبتنی بر روش‌شناسی سیستم‌های نرم و نگاشت‌شناختی نشان داد که مسائل سیاست‌گذاری این حوزه ماهیتی پیچیده، چندسطحی و میان‌بخشی دارند و نمی‌توان آن‌ها را صرفاً از طریق مداخلات بخشی یا مقررات مقطعی حل و فصل کرد. یافته‌های مرحله ششم SSM حاکی از آن است که تغییرات مطلوب و امکان‌پذیر در سه بُعد زیرساخت، محتوا و ساختار نهادی-تنظیم‌گری به‌شدت درهم‌تنیده هستند. توسعه زیرساخت‌های بومی و پایدار، ارتقای سواد رسانه‌ای، شفاف‌سازی چارچوب‌های حقوقی و اخلاقی محتوا و تقویت هماهنگی نهادی، به‌عنوان پیشران‌های اصلی بهبود شناسایی شدند. همچنین، تحلیل‌ها نشان داد برخی مداخلات پرهزینه و فناورانه، در غیاب بلوغ نهادی و زیرساختی، فاقد توجیه اجرایی و اثربخشی سیاستی خواهند بود.

برآیند تحلیل‌های تلفیقی در قالب «مدل اجماع وظایف اولیه نهایی» نشان می‌دهد که بهبود حکمرانی رسانه‌های

### پیشنهاد‌های پژوهش

براساس تحلیل‌های مرحله ششم روش سیستم‌های نرم (SSM) و نگاشت‌شناختی (CM)، تغییرات مطلوب و امکان‌پذیر در سه بُعد زیرساخت، محتوا و ساختار نهادی/تنظیم‌گری شناسایی شد. پیشنهاد‌های سیاستی و اجرایی حاصل از این تحلیل‌ها به شرح زیر ارائه می‌شوند:

#### ۱. محور زیرساخت

تقویت زیرساخت‌های فناورانه بومی و قابل‌اتکا: ایجاد و ارتقای سامانه‌های ملی برای مدیریت و پایش رسانه‌های دیجیتال، شامل پایگاه‌های داده، ابزارهای تحلیلی و شبکه‌های ارتباطی امن، به‌منظور حل مشکلات ناشی از ضعف زیرساخت‌های ارتباطی و پلتفرمی.

نابرابری‌های دیجیتال همچنان یکی از چالش‌های اساسی در خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال به شمار می‌رود. انجام پژوهش‌هایی که به بررسی عمیق‌تر عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مؤثر بر نابرابری دیجیتال در ایران بپردازند، می‌تواند به تدوین سیاست‌های جامع‌تر برای کاهش شکاف دیجیتال کمک کند. این مطالعات می‌توانند اثرات دسترسی به اینترنت، آموزش دیجیتال و توانمندی‌های فناورانه را در مناطق مختلف کشور تحلیل نمایند.

همچنین، با توجه به رشد فزاینده هوش مصنوعی در حوزه‌هایی نظیر مدیریت محتوا، شخصی‌سازی اطلاعات و پالایش داده‌ها، تحقیقات آینده می‌توانند نقش و پیامدهای استفاده از الگوریتم‌های هوش مصنوعی در خطمشی‌گذاری رسانه‌های دیجیتال را مورد بررسی قرار دهند. این پژوهش‌ها می‌توانند به تحلیل چگونگی به‌کارگیری الگوریتم‌های هوش مصنوعی در مدیریت محتوا، حفاظت از حریم خصوصی کاربران و تنظیم‌گری هوشمند فضای مجازی بپردازند.

با توجه به نقش زمینه‌های فرهنگی در شکل‌دهی به الگوهای حکمرانی در ایران، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده به بررسی نظام‌مند پیوند میان فرهنگ اسلامی و سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال بپردازند. تحلیل انعکاس ارزش‌ها و هنجارهای اسلامی در سازوکارهای تنظیم‌گری، مسئولیت پلتفرم‌ها و الگوهای مداخله دولت می‌تواند به تقویت چارچوب‌های بومی حکمرانی رسانه‌ای کمک کند.

با توجه به نقش نهادهای دینی در شکل‌دهی به گفتمان‌های فرهنگی در ایران، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده به بررسی کارکرد نهادهایی چون مساجد، هیئت‌های مذهبی و تشکل‌های فرهنگی در زیست‌بوم رسانه‌های دیجیتال بپردازند. تحلیل نحوه مشارکت این نهادها در تولید محتوا، هدایت افکار عمومی و اثرگذاری غیررسمی بر جهت‌گیری‌های سیاستی می‌تواند ابعاد کمتر بررسی‌شده حکمرانی رسانه‌ای را آشکار سازد.

### سپاسگزاری

در پایان، از تمامی اشخاص و نهادهایی که به هر نحو در انجام این پژوهش، از جمله از طریق حمایت علمی، اجرایی و ارائه نظرات ارزشمند، نویسندگان را یاری رسانده‌اند، صمیمانه سپاسگزاری می‌شود.

ارتقای ظرفیت فناورانه تولیدکنندگان محتوا: حمایت هدفمند از شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های فناوری بومی برای تولید و مدیریت محتوای دیجیتال، با هدف خودکفایی و نوآوری در فناوری.

بهبود هماهنگی میان فناوری و سیاست‌گذاری: تشکیل کمیته مشترک میان نهادهای دولتی و بخش خصوصی برای پایش پیشرفت فناوری و تطبیق آن با سیاست‌های ملی، جهت کاهش اثرات عدم انسجام نهادی.

### ۲. محور محتوا

تدوین چارچوب حقوقی و اخلاقی محتوای دیجیتال: تعیین استانداردها و ضوابط محتوا برای رفع ناهماهنگی و افزایش شفافیت در سیاست‌های محتوایی.

تقویت مشارکت ذی‌نفعان در تصمیم‌گیری محتوایی: برگزاری جلسات مشاوره‌ای و گروه‌های کارشناسی با حضور تولیدکنندگان محتوا، کاربران و نهادهای مدنی برای تعیین اولویت‌ها و استانداردها، به‌منظور افزایش مشروعیت و اثربخشی سیاست‌ها.

به‌کارگیری ابزارهای تحلیل محتوای هوشمند: توسعه سیستم‌های تحلیلی مبتنی بر فناوری‌های بومی برای پایش محتوا و پیشگیری از انتشار اطلاعات نادرست، بدون تکیه صرف بر سانسور.

### ۳. محور ساختار نهادی و تنظیم‌گری

تقویت هماهنگی نهادی میان ذی‌نفعان کلیدی: ایجاد شبکه همکاری میان نهادهای قانون‌گذار، اجرایی و فرهنگی/دانشگاهی برای هماهنگی سیاست‌ها و کاهش چندانگی نهادی.

ایجاد نهاد نظارتی مستقل: پایش عملکرد رسانه‌ها و رعایت حقوق کاربران به صورت شفاف و مستقل، به‌منظور افزایش اعتماد عمومی.

تدوین برنامه‌های آموزشی و ارتقای سواد رسانه‌ای هدفمند: افزایش توانمندی کاربران در تحلیل و استفاده مسئولانه از رسانه‌ها، با تمرکز بر گروه‌های کلیدی و محتوای آموزشی کاربردی.

تلفیق اقدامات مذکور در هر سه محور، با توجه به مدل اجماع وظایف اولیه نهایی، امکان‌پذیری و اثربخشی سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال را افزایش می‌دهد. این پیشنهادها نه تنها مسائل شناسایی‌شده در پژوهش را پوشش می‌دهند، بلکه مسیر عملیاتی برای بهبود و اصلاح حکمرانی رسانه‌های دیجیتال در ایران فراهم می‌آورند.

## References

- Ausat, A. M. A. (2023). The role of social media in shaping public opinion and its influence on economic decisions. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(1), 35-44. DOI: <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i1.37>
- Azar, A., Khosravani, F., & Jalali, R. (2016). *Soft operations research: Approaches to problem structuring (2nd ed.)* Tehran: Industrial Management Organization Press. (In Persian)
- Azar, A., & Zarghami Fard, M. (2013). An analysis of cognitive mapping method in structuring qualitative data of organizational studies. *Organizational Behavior Studies Quarterly*, 3(1-2), 159-185. (In Persian)
- basirianjahromi, H., khaniki, H. (2014). Iranian Policy Makers & Social Media Policy making Challenges, Patterns & Explanation of a Proposed Model. *Social Development & Welfare Planning*, 5(21), 25-70. (In Persian) <https://doi.org/10.22054/qjsd.2015.1421>
- Baumfield, V. S. (2016). *Stakeholder theory from a management perspective: Bridging the shareholder/stakeholder divide*. Stakeholder Divide (September 1, 2016), 31.
- Bonicalzi, S., De Caro, M., & Giovanola, B. (2023). Introduction: Digital Technologies and Human Decision-Making. *Topoi*, 42(3), 793-797. <https://doi.org/10.1007/s11245-023-09939-w>
- Bryson, J. M. (2004). What to do when stakeholders matter: stakeholder identification and analysis techniques. *Public management review*, 6(1), 21-53. <https://doi.org/10.1080/14719030410001675722>
- Checkland, P., & Holwell, S. (1998). *Information, systems and information systems: making sense of the field*. John Wiley & Sons, Inc.
- Checkland, P., & Poulter, J. (2007). *Learning for action: a short definitive account of soft systems methodology, and its use for practitioners, teachers and students*. John Wiley & Sons.
- Checkland, P., & Winter, M. (2006). Process and content: two ways of using SSM. *Journal of the Operational Research Society*, 57(12), 1435-1441. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jors.2602118>
- Esmail Tabar, Imani, Mohammad Naghi, & Salehi Amiri. (2016). Investigating the challenges of the press in Iran in order to present a desirable management model. *Socio-Cultural Changes*, 13(3), 17-37 (In Persian)
- Farhangi, M., Mirterabi, S., & Golshani, A. A. (2019). Explaining Cyberspace Policy-Making in the Islamic Republic of Iran (Requirements and Reform, within the Framework of Desired Goals in Higher-Level Documents). *Journal of Islamic Revolution Studies*, 8(3), 111-132. (In Persian)
- Farrokhi, & Naderi Nejad. (2019). Developments in cultural policymaking of virtual social networks in the Islamic Republic of Iran: A case study of the analysis of upstream documents (1991-2017). *Journal of Culture-Communication Studies*, 20(48), 113-134. (In Persian)
- Fatemi, S. Z., Azar, A., Moghbel BaArz, A., & Khadivar, A. (2022). Exploring the Concept of Strategic Renewal with Soft System Methodology. *Strategic Management Thought*, 13(1), (In Persian)
- Ferrante, P., Williams, F., Büchner, F., Kiesewetter, S., Chitsauko Muyambi, G., Uleanya, C., & Utterberg Modén, M. (2024). In/equalities in digital education policy–sociotechnical imaginaries from three world regions. *Learning, Media and Technology*, 49(1), 122-132. <https://doi.org/10.1080/17439884.2023.2237870>
- Georgiou, I. (2015). Unravelling soft systems methodology. *International Journal of Economics and Business Research*, 9(4), 415-436. <https://doi.org/10.1504/IJEBR.2015.069680>
- Ghanbari Baghestan, A., & Ansari, N. (2020). Media policy-making and its impact on the process of development: The case of Indian Media. *Cultural Studies & Communication*, 15(57), 141-168. (In Persian)
- Golshahi, B., Rastgar, A., Feiz, D., & Zarei, A. (2022). Architecture of model for Elites lifecycle optimization in Iran: CM and SSM Hybrid Algorithm Methodology. *Quarterly Journal of Social Development (Previously Human Development)*, 17(1), 93-120. (In Persian) DOI: [10.22059/IMJ.2018.262586.1007469](https://doi.org/10.22059/IMJ.2018.262586.1007469)

- Grossman, E. (2022). Media and policy making in the digital age. *Annual Review of Political Science*, 25(1), 443-461. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051120-103422>
- Hamzeh Pour, Ali. (2017). Intellectual and cultural influence and upcoming security challenges with emphasis on new media consumption in the country. *Afaq Amniat Quarterly*, 10(35), 121-156. (In Persian)
- Kainja, J. (2023). Legal and Policy Gaps Affecting Digital Rights in Malawi. *Journal of Humanities*, 31(1), 1-19. DOI:10.4314/jh.v31i1.1
- Karimi, M., Nasrollahi Kasmani, A. (2019). Position of communication entities in the upstream document of the Government of the Islamic Republic of Iran, *Rasaneh*, 30(1), 5-20. (In Persian)
- Kelly, R. B. (1985). Pathways of protein secretion in eukaryotes. *Science*, 230(4721), 25-32. DOI: 10.1126/science.2994224
- Kenny, V. (1984). An introduction to the personal construct psychology of George A. Kelly. *Irish Journal of Psychotherapy*, 3(1), 24-32. <https://psycnet.apa.org/record/1989-36478-001>
- Labafi, S. (2015). *Procedure of News Policy at the Iranian Presidential Elections*. University of Tehran. (In Persian)
- Maitri, W. S., Suherlan, S., Prakosos, R. D. Y., Subagja, A. D., & Ausat, A. M. A. (2023). Recent trends in social media marketing strategy. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 842-850. DOI: 10.33395/jmp.v12i1.12517
- Mingers, J. (2011). Soft OR comes of age-but not everywhere! *Omega*, 39(6), 729-741. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2011.01.005>
- Napoli, P. M. (2009). *Media diversity and localism: Meaning and metrics*. Taylor & Francis.
- Napoli, P. M. (2024). What Is Media Policy? *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 707(1), 29-45. <https://doi.org/10.1177/00027162231211387>
- Nik Qadam Hajati, S., Rajabzadeh Qatari, A., Alborzi, M., & Hassanzadeh, G. (2018). Representing and Structuring the Issue of Organizational Creativity Using Soft Systems Methodology. *Organizational Resource Management Research*, 7((4)), 181-203. (In Persian) DOR: 20.1001.1.22286977.1396.7.4.10.1
- Pandiyaraj, V., Raja, N. . (2024). Exploration and adoption of the generative AI in digital media production: A rural perspective International Conference on Innovative Techniques in Artificial Intelligence and Communication Technologies, <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.iCITAICT.2024.1328>
- Rahnavard, B., MohamadKhani, K., Farhanghi, A., Mohammad Davoudi, A. (2019). Designing a Management Model for Acceptance New Media Technologies (Media Convergence emphasis, *Management tomorrow*, 17(57), 125-134. [magiran.com/p1973204](http://magiran.com/p1973204) [in Persian]
- Ren, L., Guo, X., & Li, J. (2024). Innovation and Communication Strategy of Tianjin Kite Wei Intangible Cultural Heritage under Digital Media Technology. Proceedings of the 3rd International Conference on Educational Innovation and Multimedia Technology, EIMT 2024, March 29-31, 2024, Wuhan, China, <http://dx.doi.org/10.4108/eai.29-3-2024.2347760>
- Salmani Nejad, R., Azar, A., Moghabal Ba'arz, A., & Salehabadi, A. (2017). The application of soft systems methodology in structuring the financing issue through the Iranian capital market, case study: Tehran Stock Exchange. *Organizational Resource Management Studies*, 7((1)), 65-88. (In Persian) DOR: 20.1001.1.22286977.1396.7.1.2.7
- Sepehrirad, R., Rajabzadeh, A., Azar, A., Zarei, B. (2015). A Soft System Methodology Approach for Structuring Surveillance against Occupational Carcinogenic Exposures Problem (Case Study: Petroleum Industries). *Management Research in Iran*, 3(19), 167-190. (In Persian) DOR: 20.1001.1.2322200.1394.19.3.7.9
- Tabatabaieian, S. H., Hanafizadeh, P., Haji Mirza'i, H., & Safavi Jahromi, G. (2021). Challenges in policy making for digital content industry development in Iran. *Journal of Technology Development Management*, 8(4), 81-106. doi: 10.22104/JTDM.2021.4510.2647 . [in Persian]
- Tavallaei, R., Bamdad Soofi, J., Rashidi, M. M., Rezaeian, A., & Salehi Sadeghiani, J. (2014). Designing a knowledge network development model in the research and technology hubs of the

- oil industry using soft thinking approach and cognitive mapping. *Human Resource Management in Oil Industry Quarterly*, 6(20), 181-200. (In Persian)
- Turner, J. R., & Baker, R. M. (2019). Complexity theory: An overview with potential applications for the social sciences. *Systems*, 7(1), 4. <https://doi.org/10.3390/systems7010004>
- Wahyoedi, S., Suherlan, S., Rijal, S., Azzaakiyyah, H. K., & Ausat, A. M. A. (2023). Implementation of Information Technology in Human Resource Management. *Al-Buhuts*, 19(1), 300-318. <https://doi.org/10.30603/ab.v19i1.3407>
- Yuan, Y.-P., Dwivedi, Y. K., Tan, G. W.-H., Cham, T.-H., Ooi, K.-B., Aw, E. C.-X., & Currie, W. (2023). Government digital transformation: understanding the role of government social media. *Government Information Quarterly*, 40(1), 101775. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101775>