

Structuring of Digital Media Policy through the Use of Cognitive Mapping and Soft Systems Methodology

Sara Behzadi¹, Ali Rajabzadeh Ghatari², Hassan Soltani^{3*}, Mohsen Jajarmizadeh⁴, and Saeed Razeghi⁵

1. Ph.D. Candidate., Management and cultural planning, Fars Science and Research Branch, Islamic Azad University, Fars, Iran & Department of Management, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.
2. Prof. Faculty of Management Tarbiat Modares University, Tehran. Iran.
3. Associate Prof. Faculty of Department of Management, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.
4. Associate Prof. Faculty of Department of Management, Payam e Noor University, Tehran, Iran.
5. Assistant Prof. Faculty of Department of Management, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

OPEN ACCESS

Article type: Research Article

*Correspondence: Hassan Soltani
hassan.soltani@iau.ac.ir

Received: November 23, 2024

Accepted: March 1, 2025

Published: Winter 2025

Citation: Behzadi, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Soltani, H., Jajarmizadeh, M., Razeghi, S. (2025). Structuring of Digital Media Policy through the Use of Cognitive Mapping and Soft Systems Methodology. *Journal of Management and Sustainable Development Studies*, 4(4), 247-275.

Publisher's Note: MSDS stays neutral with regard to jurisdictional claims in published material and institutional affiliations.



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This paper seeks to analyze and contrast governmental policies about digital media from the past decade to establish an appropriate framework for future policymaking. This study has assessed digital media policymaking through the application of soft systems approach and cognitive mapping as analytical instruments. This method provides a thorough framework for evaluating policy performance in this domain, highlighting its advantages and disadvantages. The requisite data for constructing the research's conceptual model were obtained via a systematic evaluation of prior studies and comprehensive interviews with experts and specialists in the domain of digital media. This study's originality is in the amalgamation of theoretical insights with operational instruments, enhancing the transparency and efficacy of governing in digital media. The results demonstrate that diverse stakeholders, such as the government, business enterprises, media advocates, and the general populace, assume distinct roles in the digital media policymaking process. Effective engagement with these groups is deemed a crucial element in developing successful policy. The research findings indicated that optimal policymaking in digital media necessitates major reforms in three primary domains: technology and infrastructure, content, and legal aspects. The advancement of new technologies and the enhancement of digital infrastructure immediately influence content generation and dissemination, offering a broader array of tools for content creators. Consequently, it is imperative to establish a holistic and coordinated strategy that encompasses all technological, content, and legal aspects for effective policymaking in this domain.

Keywords: Media, Digital Media, Media Policy, Soft Systems Methodology, Cognitive Mapping.

DOI: [10.71572/msds.2025.1197316](https://doi.org/10.71572/msds.2025.1197316)

Extended Abstract

Introduction

The swift proliferation of digital media in the modern global context has rendered policy-making in this area essential for good governance. It is essential to evaluate the effects of these policies on public interests and their congruence with society's changing requirements. Social media, originally identified as communication instruments, have evolved into a formidable influence in forming public opinion and affecting social, political, and economic occurrences (Grossman, 2022). The domain of digital media policy in Iran is experiencing substantial transition owing to the swift progression of emerging technologies, including artificial intelligence, blockchain, and the Internet of Things. These advances provide exceptional prospects for the expansion of the digital economy; however, they also introduce intricate issues in digital governance, privacy protection, cybersecurity, and the enhancement of media literacy.

This article seeks to examine and contrast governmental policies about digital media from the past decade to suggest a suitable framework for future policy development. The study aims to refine decision-making and augment cooperation among stakeholders through a comprehensive analysis of diverse field elements and the proposal of novel techniques. In recent years, the constraints of research procedures reliant on inflexible approaches have become increasingly apparent. These limits relate not to the accuracy or validity of the quantitative approaches used, but to their ineffectiveness in addressing complicated and diverse issues. Due to the complex nature of digital media policy-making, which includes various stakeholders, it is essential to use alternative and more adaptable techniques. Moreover, acknowledging the significance of digital media policy formulation for the regulation and supervision of digital platforms, the utilization of soft operations research methodologies can produce more profound, complete, and reliable results. Soft systems thinking asserts that individuals interpret events variably, influenced by their experiences, cognitive frameworks, and knowledge (Fatemi et al., 2022).

Theoretical framework

Digital media have emerged as a crucial foundation of contemporary civilizations, instigating substantial transformations across multiple domains. Social networks have obscured geographical and cultural boundaries by enabling communication. (Wahyoedi et al., 2023) Iran has also experienced similar tendency; nonetheless, policymaking in this domain encounters obstacles. Effective regulation in digital media necessitates the safeguarding of freedom of expression while ensuring national security and user privacy. (Grossman, 2022) In Iran, officials have consistently endeavored to establish equilibrium among these forces. Complexity theory is a foundational framework in the understanding of intricate systems, encompassing digital media. Turner and Baker, 2019 Digital media, owing to their multifaceted and dynamic characteristics, necessitate adaptable analytical methodologies. The stakeholder theory assists policymakers in recognizing diverse groups associated with digital media and evaluating their viewpoints (Baumfield, 2016; Bryson, 2004; Ferrante et al., 2024). Stakeholders comprise users, technological firms, governmental entities, and civil organizations. In Iran, substantial conflicts exist among the interests of many groups. Policymakers must endeavor to establish equilibrium among these opposing interests. Due to the intricacies of policymaking in digital media, the application of the Soft Systems Methodology (SSM) is imperative (Golshahi et al., 2022; Mingers, 2011). Soft systems thinking, focusing on a clear comprehension of the problem structure, facilitates a more thorough examination of complex systems. Cognitive mapping, alongside soft systems thinking,

serves as an analytical instrument that aids policymakers in comprehending the mental frameworks and convictions of stakeholders (Bryson, 2004). The integration of these two methodologies assists policymakers in formulating data-informed and implementable policies. (Checkland & Holwell, 1998; Fatemi et al., 2022).

Methodology

This study uses a mixed-method approach, combining Soft Systems Methodology (SSM) and Cognitive Mapping (CM), to analyze policy performance in digital media. Data was obtained through systematic evaluation of prior studies and interviews with experts. The study's unique approach combines theoretical ideas with practical instruments, enhancing transparency and efficacy in digital media governance. The dynamic nature of this methodology allows for flexible activities, allowing for a more comprehensive examination of complex challenges in digital media policymaking. The statistical population includes specialists and academic and executive media sector authorities, selected using purposive sampling and the snowball sampling approach for data collection. This methodological integration enhances understanding of the complex challenges in digital media policymaking.

Discussion and Results

The study highlights the importance of diverse stakeholders in the development of digital media policy, including government, businesses, media advocates, and the general public. The potential of digital media for community communication can enhance public engagement and transparency in decision-making processes. However, the cultural aspect is a primary challenge, as content limitation measures often neglect internal cultural capabilities. The intentional use of digital media can effectively promote Iranian culture internationally. The theory can serve as a framework for identifying and assessing the diverse requirements and expectations of stakeholders in digital media policymaking. Policymakers can use this technique to identify governments, technology firms, users, civil society organizations, and researchers, and develop policies that meet their needs. The advancement of new technologies and digital infrastructure has influenced content generation and dissemination, but they also present challenges, such as legislative constraints and their impact on innovation and freedom of expression. Legal and societal frameworks are crucial in governing norms related to digital information, balancing freedom of expression and access to information while regulating harmful content. The progression of digital technologies necessitates a reassessment of current legislation and the formulation of new regulations addressing privacy, cybersecurity, and user rights. A holistic approach that encompasses all technological, content-related, and legal dimensions is essential for effective governance in this domain.

Conclusion

The research findings demonstrated that optimal policymaking in digital media necessitates major reforms in three primary domains: technology and infrastructure, content, and legal considerations. Policymaking in digital media requires a thorough and multidimensional strategy that addresses technological, content, and legal dimensions concurrently. Enhancing digital infrastructure, promoting the creation of local and high-quality content, establishing clear and effective legislation, and improving digital literacy among individuals are crucial measures for fostering a robust and vibrant virtual environment. Collaboration and coordination among government, business sector, civil

society, and academic institutions are essential for the formulation and implementation of effective policies in this domain.

Contribution of authors

All authors have participated in this research in equal proportion.

Ethical approval

Written informed consent was obtained from the individuals for their anonymized information to be published in this article.

Conflict of interest

No conflicts of interest are declared by the authors.



مطالعات مدیریت و توسعه پایدار

سال چهارم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۳ - صفحه ۲۷۵-۲۴۷

Homepage: <https://sanad.iau.ir/journal/msds> - eISSN: 2783-4395

ساختاردهی سیاست گذاری رسانه‌های دیجیتال با استفاده از روش‌شناسی سیستم‌های نرم و با رویکرد نگاشت شناختی

سارا بهزادی^۱، علی رجب زاده قطری^۲، حسن سلطانی^{۳*}، محسن جاجرمی زاده^۴ و سعید رازقی^۵

۱. دانشجوی دکترا، مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، پردیس علوم و تحقیقات فارس، دانشگاه آزاد اسلامی، فارس، ایران و گروه مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.
۲. استاد گروه مدیریت دانشکده مدیریت دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
۳. دانشیار گروه مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.
۴. دانشیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
۵. استادیار گروه مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

چکیده: رشد شتابان رسانه‌های دیجیتال، سیاست‌گذاری در این حوزه را به یکی از ارکان کلیدی حکمرانی تبدیل کرده است. پژوهش حاضر با هدف ارزیابی سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران و ارائه چارچوبی برای بهبود این فرآیند انجام شده است. این مطالعه از روش‌شناسی سیستم‌های نرم (SSM) و نگاشت شناختی (CM) برای تحلیل سیاست‌های رسانه‌های 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 نگاشت شناختی تحلیل شدند. یافته‌ها نشان می‌دهند که سیاست‌گذاری 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 سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال شود. این مطالعه با ارائه چارچوبی تحلیلی، راهکارهایی برای بهینه‌سازی فرآیند سیاست‌گذاری و مدیریت رسانه‌های دیجیتال پیشنهاد می‌کند.

دسترسی آزاد

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

*نویسنده مسئول: حسن سلطانی

hassan.soltani@iau.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۱

تاریخ انتشار: زمستان ۱۴۰۱

استناد: بهزادی، سارا. رجب‌زاده قطری، علی. سلطانی، حسن. جاجرمی‌زاده، محسن، رازقی، سعید. (۱۴۰۳). ساختاردهی سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال با استفاده از روش‌شناسی سیستم‌های نرم و با رویکرد نگاشت شناختی. فصلنامه مطالعات مدیریت و توسعه پایدار، ۴(۴)، ۲۷۵-۲۴۷.

یادداشت ناشر: MSDS درخصوص ادعاهای قضایی در مطالب منتشر شده و وابستگی‌های سازمانی بی‌طرف می‌ماند.



© 2025 by the authors. کی‌رایت

Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

واژگان کلیدی: رسانه، رسانه‌های دیجیتال، سیاست‌گذاری رسانه‌ای، روش‌شناسی سیستم‌های نرم، نگاشت شناختی.

DOI: [10.71572/msds.2025.1197316](https://doi.org/10.71572/msds.2025.1197316)

مقدمه

در جهان امروز، رسانه‌های اجتماعی با ایجاد بستری جهانی برای بیان دیدگاه‌ها، نقشی اساسی در شکل‌دهی افکار عمومی و تحولات سیاسی-اجتماعی ایفا کرده‌اند (Maitri et al., 2023). سرعت و سهولت تعاملات کاربران، مرزهای جغرافیایی را کمرنگ کرده و به انتشار سریع اطلاعات کمک کرده است (Ausat, 2023). رسانه‌های اجتماعی دیگر صرفاً ابزار ارتباطی نیستند، بلکه به نیرویی تأثیرگذار در هدایت افکار عمومی و تحولات اقتصادی-سیاسی بدل شده‌اند (Grossman, 2022). ظهور فناوری‌هایی همچون هوش مصنوعی، به‌ویژه در تحلیل کلان‌داده‌ها و تولید محتوا، شیوه تعامل کاربران و سیاست‌گذاری در این حوزه را متحول کرده است (Bonicalzi et al., 2023). این فناوری‌ها ابزارهای تحلیلی دقیقی در اختیار سیاست‌گذاران قرار داده‌اند که به تدوین سیاست‌هایی کارآمد و مبتنی بر داده کمک می‌کنند. با رشد سریع رسانه‌های دیجیتال، بازنگری مستمر سیاست‌ها ضروری است تا چالش‌هایی مانند حریم خصوصی، امنیت داده‌ها و رقابت در بازار دیجیتال مدیریت شوند (Grossman, 2022). اهمیت این ارزیابی، به‌ویژه در کشورهایی مانند ایران که با چالش‌های خاصی مواجه هستند، به دلیل تغییرات سریع فناوری و رفتار کاربران دوچندان می‌شود. در این راستا، گردآوری داده‌ها از ذی‌نفعان مختلف از جمله کاربران و متخصصان، می‌تواند در شناسایی نقاط ضعف سیاست‌های موجود و بهبود آن‌ها مؤثر باشد. همچنین، استفاده از تجربیات سایر کشورها راهنمایی ارزشمند برای مقابله با چالش‌های مشابه در سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال خواهد بود (Wahyoedi et al., 2023). با گسترش سریع رسانه‌های اجتماعی، چالش‌های جدیدی در سیاست‌گذاری رسانه‌ای ایجاد شده که ایران نیز از آن مستثنی نبوده است. سیاست‌گذاری‌های موجود با چالش‌هایی همچون نظارت بر محتوای نامناسب، حفاظت از حریم خصوصی کاربران و ایجاد تعادل میان آزادی بیان و امنیت ملی مواجه‌اند. مطالعات پیشین عمدتاً بر سیاست‌گذاری در کشورهای توسعه‌یافته تمرکز داشته و به تجربه کشورهای در حال توسعه مانند ایران کمتر پرداخته‌اند. همچنین، این پژوهش‌ها غالباً جنبه‌های فنی و حقوقی را بررسی کرده و ابعاد اجتماعی و فرهنگی را نادیده گرفته‌اند. این مسئله نشان‌دهنده شکاف نظری در بررسی جامع سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران است.

این پژوهش درصدد پر کردن این خلأ نظری و پاسخ به این پرسش است که؛ پیامدهای سیاست‌گذاری دولتی در حوزه رسانه‌های دیجیتال در دهه اخیر در ایران چیست و الگوی مناسب برای سیاست‌گذاری در این حوزه چگونه است؟ برای پاسخ به این پرسش، از روش‌شناسی سیستم‌های نرم و مدل نگاشت شناختی استفاده شده است. این ترکیب روش‌شناختی امکان بررسی سیستمی مسائل را فراهم کرده و عوامل مؤثر بر سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال را شناسایی می‌کند. همچنین، مدل نگاشت شناختی درک ساختارهای ذهنی و باورهای تصمیم‌گیران و ذی‌نفعان کلیدی را تسهیل می‌کند. این رویکرد به تدوین الگویی جامع برای سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران منجر می‌شود که ضمن توجه به پیچیدگی‌های اجتماعی و فنی، منافع کلیه ذی‌نفعان را نیز لحاظ کند. یافته‌های این پژوهش می‌تواند سیاست‌گذاران، پژوهشگران و فعالان رسانه را در اتخاذ تصمیمات آگاهانه‌تر و مؤثرتر یاری کند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در دهه های اخیر، رسانه های دیجیتال به یکی از ارکان اساسی جوامع مدرن تبدیل شده اند. این رسانه ها با فراهم آوردن بسترهای ارتباطی نوین، تغییرات عمده ای در حوزه های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ایجاد کرده اند. به ویژه شبکه های اجتماعی، با تسهیل ارتباطات سریع و گسترده، مرزهای جغرافیایی و فرهنگی را به میزان قابل توجهی کمرنگ کرده اند (Wahyoedi et al., 2023). با این حال، سیاست گذاری در این حوزه با چالش های قابل توجهی روبه رو بوده است. سیاست گذاری مؤثر در رسانه های دیجیتال مستلزم رویکردی است که بتواند به طور هم زمان آزادی بیان را حفظ کرده و در عین حال امنیت ملی و حریم خصوصی کاربران را تضمین کند (Grossman, 2022).

تئوری پیچیدگی^۱ یکی از نظریات اساسی در تحلیل سیستم های پیچیده، از جمله رسانه های دیجیتال، محسوب می شود. این تئوری تأکید دارد که سیستم های پیچیده از اجزا و عوامل متعددی تشکیل شده اند که به طور متقابل بر یکدیگر اثر می گذارند و این تعاملات غالباً به صورت غیرقابل پیش بینی ظاهر می شوند (Turner & Baker, 2019). در این زمینه، رسانه های دیجیتال به دلیل ماهیت چندبعدی و پویای خود، نیازمند رویکردهای تحلیلی انعطاف پذیر و سازگار هستند که بتوانند به تغییرات سریع در این حوزه پاسخ دهند. در کنار تئوری پیچیدگی، تئوری ذینفعان^۲ نیز به عنوان چارچوبی مؤثر، سیاست گذاران را قادر می سازد تا گروه های مختلف مرتبط با رسانه های دیجیتال را شناسایی کرده و دیدگاه های آنها را در فرآیند تصمیم گیری لحاظ کنند. این تئوری که اولین بار توسط ادوارد فریمن در سال ۱۹۸۴ معرفی شد، به طور گسترده در حوزه های مدیریت و سیاست گذاری به کار گرفته شده است. اساس این تئوری بر این اصل استوار است که هر سازمان یا نهاد باید در سیاست گذاری ها و تصمیم گیری های خود، منافع و دیدگاه های تمامی ذینفعان را مدنظر قرار دهد (Baumfield, 2016).

با توجه به اینکه مسئله اصلی این پژوهش، یعنی سیاست گذاری در حوزه رسانه های دیجیتال، یک مسئله «ساختار نیافته» و پیچیده است، بهره گیری از رویکرد تفکر سیستمی نرم (SSM) برای شناسایی ساختار مسئله، نقش آفرینان کلیدی و جریان های اصلی اطلاعات ضروری به نظر می رسد. تفکر سیستمی نرم با تأکید بر درک دقیق ساختار مسئله، امکان تحلیل جامع تر سیستم ها یا سازمان های پیچیده را فراهم می کند و یافته های آن می تواند در تصمیم گیری های کلان به مدیران و سیاست گذاران کمک کند. این رویکرد به ویژه برای بهبود وضعیت سیستم های اجتماعی پیچیده نظیر رسانه های دیجیتال بسیار مناسب است. همان طور که مینگرز (۲۰۱۱) اشاره کرده است، مسائل ساختار نیافته دارای ویژگی هایی نظیر وجود ذینفعان متنوع، ابعاد گوناگون، منابع مبهم یا متناقض، عوامل ناشناخته و عدم قطعیت هستند. این ویژگی ها باعث می شوند که ابزارهای کلاسیک قادر به حل چنین مسائلی نباشند (Mingers, 2011). تفکر سیستمی نرم با شناسایی ویژگی ها و ساختار این مسائل و ارائه درکی روشن از وضعیت موجود، به بهبود و بازطراحی ساختار سیستم های اجتماعی کمک می کند (Golshahi et al., 2022). این رویکرد، با تمرکز بر تحلیل

¹ Complexity Theory

² Stakeholder Theory

ماهیت و ساختار مسائل، به سیاست‌گذاران امکان می‌دهد در مواجهه با موقعیت‌های پیچیده و مسئله‌زاد، راه‌حل‌های مؤثری ارائه دهند (Sepehrirad et al., 2015). در این پژوهش، سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال به‌عنوان یک مسئله «بده‌ساختار» تلقی می‌شود. ایده اصلی تفکر سیستمی نرم بر این اصل استوار است که افراد براساس تجربیات، پیش‌زمینه‌های ذهنی و دانش خود، پدیده‌ها را به‌صورت متفاوتی تفسیر می‌کنند (Fatemi et al., 2022). این روش که توسط چکلند^۱ و همکارانش در دانشگاه لنکستر توسعه یافت، نوعی «اقدام‌پژوهی» محسوب می‌شود که با بررسی شرایط واقعی مسئله، منجر به یادگیری و درک عمیق‌تر آن می‌شود (Checkland & Holwell, 1998). علاوه بر تفکر سیستمی نرم، مدل نگاشت شناختی نیز ابزاری تحلیلی است که به سیاست‌گذاران کمک می‌کند تا ساختارهای ذهنی و باورهای ذینفعان مختلف را بهتر درک کرده و اثرات تصمیمات خود را پیش‌بینی کنند (Bryson, 2004). این روش با شفاف‌سازی دیدگاه‌ها و باورهای مختلف، امکان مدیریت تضاد منافع میان ذینفعان را فراهم می‌کند. در زمینه سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران، که تحت تأثیر عوامل پیچیده داخلی و بین‌المللی قرار دارد، ترکیب این دو رویکرد به سیاست‌گذاران کمک می‌کند تا راهکارهای مبتنی بر داده و قابل اجرا تدوین کنند. با توجه به پیچیدگی‌های ذاتی رسانه‌های دیجیتال، تنوع ذینفعان و تضاد منافع موجود، استفاده از روش‌شناسی سیستم‌های نرم و مدل نگاشت شناختی به سیاست‌گذاران ایرانی امکان می‌دهد تا مسائل را به‌صورت جامع تحلیل کرده و سیاست‌هایی انعطاف‌پذیرتر و کارآمدتر برای مدیریت چالش‌های این حوزه تدوین کنند. این رویکردها با در نظر گرفتن منافع تمامی ذینفعان، سیاست‌هایی مؤثرتر و متناسب با شرایط خاص ایران پیشنهاد می‌دهند.

پیشینه پژوهش

در سال‌های اخیر، تحول دیجیتال به یکی از محورهای اصلی سیاست‌گذاری دولتی تبدیل شده است. رسانه‌های دیجیتال و فناوری‌های ارتباطی نقش کلیدی در شکل‌دهی سیاست‌ها و تسهیل ارتباط بین دولت و شهروندان ایفا می‌کنند. به‌عنوان نمونه، یان و همکاران (۲۰۲۳)، در پژوهشی نشان دادند که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان ابزاری برای ارتقای مشارکت دیجیتال شهروندان در پروژه‌های دولتی عمل کنند. این پژوهش تأکید می‌کند که در سیاست‌گذاری دیجیتال، اعتماد به فناوری و توجه به نگرانی‌های مرتبط با حریم خصوصی از عوامل حیاتی برای پذیرش عمومی رسانه‌های دیجیتال محسوب می‌شوند. با پیشرفت تکنولوژی‌های دیجیتال، چالش‌های اخلاقی و قانونی نیز افزایش یافته است. پژوهشی که به بررسی چالش‌های حقوقی و سیاست‌گذاری‌های مربوط به حقوق دیجیتال پرداخته، نشان می‌دهد که در بسیاری از کشورها، حقوق کاربران در فضای دیجیتال به‌طور کامل رعایت نمی‌شود (Yuan et al., 2023). کاینجا (۲۰۲۳)، در مقاله‌ای تأکید کرده است که در کشورهایی مانند مالووی، چارچوب‌های قانونی ضعیف و هزینه‌های بالای دسترسی به اینترنت از موانع عمده در تحقق حقوق دیجیتال به شمار می‌روند. این چالش‌ها در ایران نیز اهمیت زیادی دارند، چرا که نیاز به سیاست‌گذاری‌های جامع و شفاف برای حفاظت از حقوق دیجیتال کاربران و

¹ Checkland

تضمین حریم خصوصی آن‌ها کاملاً احساس می‌شود. تدوین چنین سیاست‌هایی می‌تواند به رفع خلأهای موجود در این حوزه و ارتقای سطح اعتماد عمومی به فناوری‌های دیجیتال کمک کند. نابرابری در دسترسی به فناوری‌های دیجیتال یکی از چالش‌های اساسی در سیاست گذاری رسانه‌های دیجیتال است. تحقیقات نشان می‌دهد که این نابرابری می‌تواند به تشدید شکاف‌های اجتماعی منجر شود (Kainja, 2023). مطالعه‌ای توسط فرانته و همکاران (۲۰۲۴)، در کشورهایی مانند آرژانتین، مکزیک و آفریقای جنوبی نشان داده است که علی‌رغم پیشرفت‌های فناورانه، سیاست‌های آموزشی دیجیتال هنوز نتوانسته‌اند به‌طور کامل نابرابری‌های اجتماعی را کاهش دهند. در ایران نیز، سیاست‌گذاری‌های دیجیتال باید به‌گونه‌ای طراحی شوند که نابرابری‌های دیجیتال را کاهش داده و دسترسی همگانی به اینترنت و فناوری‌های دیجیتال را تسهیل کنند. فناوری‌های دیجیتال علاوه بر تأثیرات اجتماعی و سیاسی، در حوزه فرهنگی نیز نقشی چشمگیر ایفا می‌کنند (Ferrante et al., 2024). رن و همکاران (۲۰۲۴)، در پژوهشی نشان داده‌اند که استفاده از فناوری‌هایی نظیر واقعیت مجازی می‌تواند ابزاری مؤثر در حفظ و ترویج میراث فرهنگی باشد. این مطالعه به بررسی کاربرد رسانه‌های دیجیتال در حفظ و انتقال مهارت‌های دستی سنتی، مانند ساخت بادبادک‌های سنتی در چین، پرداخته است (Ren et al., 2024). در ایران نیز، فناوری‌های دیجیتال پتانسیل بالایی برای ترویج و حفاظت از میراث فرهنگی دارند. این فناوری‌ها می‌توانند به‌عنوان ابزاری برای مستندسازی، آموزش و انتقال دانش مرتبط با هنرها و مهارت‌های سنتی به نسل‌های آینده به کار گرفته شوند و در عین حال به تقویت هویت فرهنگی کمک کنند. ترنر و بیکر (۲۰۱۹)، در پژوهشی به کاربرد نظریه پیچیدگی در سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال پرداخته‌اند و تأکید کرده‌اند که این سیستم‌ها به دلیل ویژگی‌های پیچیده و غیرخطی خود، چالش‌هایی جدی برای تحلیل و سیاست‌گذاری ایجاد می‌کنند. این مطالعه نشان می‌دهد که ماهیت پیچیده رسانه‌های دیجیتال، نیازمند رویکردهای سیاست‌گذاری است که بتواند این پیچیدگی‌ها را درک کرده و مدیریت کند. آن‌ها همچنین تأکید کرده‌اند که برای سیاست‌گذاری در این حوزه باید از روش‌های نوآورانه بهره گرفت تا بتوان به‌طور مؤثر به مسائل ناشی از پیچیدگی و تغییرات سریع این سیستم‌ها پاسخ داد. چنین رویکردهایی می‌توانند سیاست‌گذاران را در تدوین تصمیماتی کارآمدتر و سازگار با ماهیت پویای رسانه‌های دیجیتال یاری دهند (Turner & Baker, 2019).

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف و نتیجه، یک تحقیق کاربردی و از نظر شیوه اجرا، توصیفی از نوع اکتشافی است. هدف اصلی این مطالعه، توصیف وضعیت موجود در زمینه فرایندهای چرخه سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال و ارائه الگویی مطلوب برای سیاست‌گذاری در این حوزه، با توجه به کمبود اطلاعات موجود، است. در این پژوهش از دو روش گردآوری اطلاعات استفاده شده است. روش نخست، مطالعات کتابخانه‌ای؛ که شامل بررسی منابع موجود در حوزه سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال و موضوعات مرتبط می‌شود. روش دوم، مطالعات میدانی؛ که از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان و صاحب‌نظران دانشگاهی و اجرایی در حوزه رسانه انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل دو گروه از

خبرگان و صاحب‌نظران است. گروه نخست، اساتید دانشگاهی متخصص در این حوزه هستند که به‌عنوان خبرگان دانشگاهی در این پژوهش مشارکت داشته‌اند. گروه دوم، مدیران و کارشناسان سازمان‌های اجرایی از جمله سازمان ملی فضای مجازی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، و سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی هستند که به‌عنوان خبرگان اجرایی در این پژوهش حضور داشته‌اند. این افراد از طریق روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند و با تشکیل یک پنل خبرگان، در فرایند پژوهش نقش ایفا کرده‌اند. برای تکمیل فرایند نمونه‌گیری، از روش گلوله‌برفی استفاده شده است. در این روش، پس از انجام مصاحبه با چند نفر از خبرگان، از آن‌ها درخواست شد که افراد مطلع دیگری را معرفی کنند. این فرایند تا زمانی ادامه یافت که اشباع نظری حاصل شد. اشباع نظری زمانی رخ می‌دهد که با افزایش تعداد مصاحبه‌ها، اطلاعات جدید مرتبط با موضوع پژوهش به حداقل برسد. در این تحقیق، داده‌ها از طریق مراجعه به جامعه آماری مذکور و انجام مصاحبه با ۱۵ نفر از افراد منتخب گردآوری شده است.

در این مطالعه، از رویکرد ترکیبی روش‌شناسی سیستم‌های نرم (SSM) و مدل نگاشت شناختی (CM)، همراه با به‌کارگیری نرم‌افزار MindManager، برای تحلیل موقعیت‌های مسئله‌زا استفاده شده است. با توجه به ماهیت پویا و انعطاف‌پذیر این رویکرد ترکیبی، فعالیت‌ها در قالب یک ترتیب خطی و از پیش تعیین‌شده انجام نمی‌شوند، بلکه متناسب با نیازها و شرایط پژوهش تنظیم می‌گردند. این ترکیب روش‌شناختی، امکان تحلیل جامع‌تر و درک عمیق‌تری از مسائل پیچیده سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال را فراهم می‌آورد.

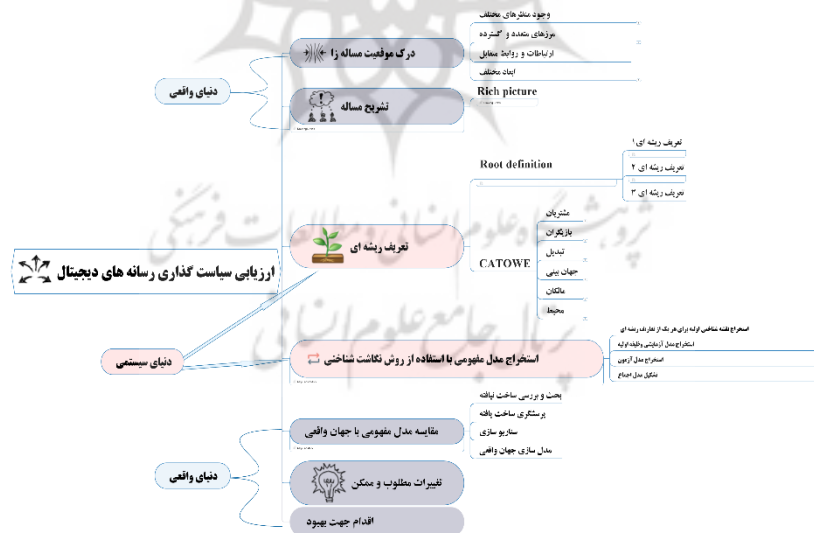
اگرچه نقطه شروع در این چرخه با «شناخت موقعیت مسئله‌زا» آغاز می‌شود، اما در فرآیند روش‌شناسی سیستم‌های نرم (SSM)، فعالیت‌های مختلف به‌طور همزمان و در چند مرحله موازی پیش می‌روند. این انعطاف‌پذیری به پژوهشگر امکان می‌دهد تا ابعاد مختلف مسئله را به‌صورت جامع‌تر بررسی کرده و بینش عمیق‌تری نسبت به آن کسب کند. به گفته چکلند و پولتر^۱ (۲۰۰۷)، فرآیند SSM شامل هفت گام اصلی است که در این پژوهش نیز از آن‌ها برای حل مسئله سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال استفاده شده است. با این حال، با توجه به محدودیت‌های ذاتی این روش در مرحله مدل‌سازی، پیشنهاد چکلند مبنی بر ترکیب SSM با رویکردهای مکمل مدل‌سازی، اهمیت ویژه‌ای دارد. این ترکیب می‌تواند به رفع نقاط ضعف روش‌شناسی سیستم‌های نرم و ایجاد مدل‌هایی جامع‌تر و واقع‌بینانه‌تر از سیستم‌های پیچیده کمک کند (Checkland & Poulter, 2007). در این پژوهش، برای غنی‌تر کردن تحلیل‌ها و پوشش محدودیت‌های مدل‌سازی در SSM، از رویکرد ترکیبی SSM و نگاشت شناختی (CM) استفاده شده است. ترکیب این دو رویکرد امکان ارائه مدل‌های مفهومی دقیق‌تر و جامع‌تری از سیستم سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال را فراهم می‌آورد. بهره‌گیری از نگاشت شناختی به شناسایی عوامل کلیدی، روابط علی و بازخوردهای موجود در این سیستم پیچیده کمک می‌کند و به ارائه الگویی مطلوب‌تر و کارآمدتر برای سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال منجر می‌شود. نگاشت شناختی با تکیه بر نظریه «سازه شخصی» کلی^۲ (۱۹۸۵)، سعی دارد تا از مداخله و سوگیری محقق در فرآیند تفسیر سازه‌های پژوهش

^۱ Checkland & Poulter

^۲ Kelly

کیفی بکاهد. این تکنیک با تأکید بر «نظرات و دیدگاه‌های شرکت‌کنندگان»، اعتبار و قابلیت اعتماد یافته‌ها را افزایش می‌دهد. این ویژگی به‌ویژه در مطالعات کیفی که هدف آن‌ها درک عمیق معانی و تفاسیر افراد از پدیده‌ها است، اهمیت فراوانی دارد (Kelly, 1985). نظریه سازه شخصی، که توسط کلی ارائه شد، چارچوبی را برای تحلیل دیدگاه‌های مختلف افراد فراهم می‌کند. بر اساس این نظریه، افراد برای فهم و تفسیر دنیای پیرامون خود، به‌صورت فعالانه سازه‌های ذهنی منحصر به فردی می‌سازند که بر پایه تجربیات، ارزش‌ها و باورهای شخصی شکل می‌گیرند. این سازه‌ها به‌عنوان ابزارهایی برای درک وقایع و پیش‌بینی رویدادها عمل می‌کنند و در نگاشت شناختی نیز برای ترسیم چارچوب‌های ذهنی و تحلیل تصمیم‌گیری‌های پیچیده به‌کار گرفته می‌شوند (Kenny, 1984). ترکیب SSM و CM در این پژوهش، رویکردی قدرتمند برای تحلیل مسائل پیچیده در حوزه سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال فراهم کرده است و انتظار می‌رود این روش بتواند در تدوین سیاست‌های جامع و مؤثر نقشی کلیدی ایفا کند.

همان‌طور که در نمودار شماره ۱ مشاهده می‌شود، در این پژوهش از نمودار ترکیبی SSM و CM برای تحلیل موقعیت مسئله‌زا استفاده شده است. این رویکرد ترکیبی به دلیل ماهیت پویا و انعطاف‌پذیر خود، امکان بررسی عمیق‌تر و جامع‌تر مسائل پیچیده را فراهم می‌آورد. برخلاف روش‌های سنتی که بر ترتیب خطی و از پیش تعیین‌شده فعالیت‌ها تأکید دارند، این رویکرد به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا فعالیت‌های مختلف را به‌طور هم‌زمان و متناسب با نیازهای مسئله پیش ببرد.



نمودار ۱. نمودار ترکیبی روش شناسی سیستم های نرم و نگاشت شناختی (Source:By author)

یافته‌های پژوهش

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

گام اول: تشریح موقعیت مسأله ساز

گام نخست در متدولوژی ترکیبی SSM و CM، «تشریح موقعیت مسئله‌زا» است. این مرحله بر شناسایی، کشف و تحلیل جامع ابعاد مختلف موقعیت مورد مطالعه در دنیای واقعی تمرکز دارد. به بیان دیگر، به جای ارائه یک تعریف مختصر و ساده از مسئله، تلاش می‌شود تا پیچیدگی‌ها و ابهامات مرتبط با موقعیت به صورت جامع مورد بررسی قرار گیرد (Checkland & Winter, 2006). در این راستا، پرسش‌هایی نظیر «چه عواملی منجر به شکل‌گیری این موقعیت شده‌اند؟» و «حقایق مرتبط با این موقعیت کدام‌اند؟» مطرح می‌شود. علاوه بر این، شناسایی دیدگاه‌ها و نظرات ذینفعان و بازیگران کلیدی در ارتباط با موقعیت و عوامل تأثیرگذار بر آن، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (Azar et al., 2016).

تحلیل موقعیت مسئله‌زا در این پژوهش، نشان‌دهنده پیچیدگی‌های ذاتی سیاست‌گذاری در حوزه رسانه‌های دیجیتال است. تنوع گسترده این رسانه‌ها، از جمله شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری محتوا، تدوین و اجرای سیاست‌های جامع و کارآمد را چالش‌برانگیز کرده است. سیاست‌گذاری رسانه‌ای شامل طراحی و اجرای راهبردهایی است که رسانه‌ها را در جهت دستیابی به اهداف و ارزش‌های تعیین شده هدایت کند. ابعاد اصلی چالش‌های سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در این پژوهش در سه محور اصلی بررسی شده است: **بعد نظارتی (حقوقی)**؛ نهادهای نظارتی مسئولیت کلیدی در تدوین، اجرا و ارزیابی سیاست‌های مرتبط با رسانه‌های دیجیتال بر عهده دارند. رویکردهای نهادی و فرآیندی در سیاست‌گذاری، بر اهمیت هماهنگی میان این نهادها و شفافیت در وظایف و مسئولیت‌ها تأکید دارند. چالش‌های مهم در این بعد شامل تعیین چارچوب‌های نظارت، حفظ آزادی بیان و مقابله با محتوای مضر و غیرقانونی است. **بعد محتوایی**؛ چالش‌های مرتبط با محتوا، موضوعاتی مانند تنوع و حجم گسترده محتوا، کیفیت محتوا، محتوای مضر و غیرقانونی، ترویج ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، و حفظ تنوع فرهنگی را شامل می‌شود. سیاست‌گذاری در این حوزه نیازمند رویکردی جامع است که علاوه بر حمایت از آزادی بیان و دسترسی به اطلاعات، به مسئولیت‌پذیری، اخلاق رسانه‌ای و حفاظت از حقوق شهروندی نیز توجه کند. **بعد زیرساختی**؛ زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، از جمله دسترسی به اینترنت پرسرعت و پهنای باند کافی، نقشی اساسی در توسعه رسانه‌های دیجیتال و اجرای سیاست‌های مرتبط دارند. عوامل خارجی و فراملی، نظیر سیاست‌های شرکت‌های فناوری اطلاعات و جریان‌های جهانی اطلاعات، تأثیر چشمگیری بر سیاست‌گذاری داخلی دارند. علاوه بر این، موضوعاتی مانند کارآفرینی دیجیتال و ادغام فناوری‌های دیجیتال با دیگر حوزه‌ها، سیاست‌گذاری را با تغییرات بنیادین مواجه می‌سازد. نتیجه‌گیری گام نخست: این مرحله به ارائه تحلیلی جامع از چالش‌ها و فرصت‌های موجود در سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال کمک می‌کند. با تمرکز بر ابعاد نظارتی، محتوایی و زیرساختی، این گام دیدگاهی چندبعدی به سیاست‌گذاران ارائه می‌دهد که به تدوین سیاست‌هایی متوازن و مؤثر منجر می‌شود و نیازهای متنوع این حوزه را پاسخگو خواهد بود.

برای تبیین دقیق‌تر موقعیت مسئله‌زا و شناسایی چالش‌ها و راهکارهای سیاست‌گذاری بهینه در حوزه رسانه‌های دیجیتال، در این مرحله از پژوهش، مصاحبه‌های ساختاریافته‌ای با گروهی از نخبگان دانشگاهی و اجرایی فعال در حوزه

رسانه انجام شد. هدف اصلی این مصاحبه‌ها، گردآوری دیدگاه‌ها، تجربیات، و پیشنهادات این متخصصان در زمینه سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال و بهره‌گیری از دانش و تجربیات آن‌ها برای تدوین راهکارهای کارآمد بود. این پژوهش با هدف بررسی چالش‌ها و شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر تدوین و اجرای سیاست‌های مطلوب در حوزه رسانه‌های دیجیتال انجام شده است. در این راستا، با بهره‌گیری از رویکردی دوگانه، ابتدا وضعیت مسئله‌زا مورد تحلیل قرار گرفته و سپس از طریق مصاحبه‌هایی با نخبگان علمی و اجرایی کشور، دیدگاه‌ها و نظرات آن‌ها درباره عوامل مؤثر بر سیاست‌گذاری مطلوب در این حوزه جمع‌آوری شده است. یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که طیفی از عوامل در شکل‌دهی به سیاست‌های مطلوب در حوزه رسانه‌های دیجیتال نقش دارند. از جمله مهم‌ترین این عوامل شامل مشارکت فعالانه شهروندان در فرایند سیاست‌گذاری، شفافیت در اطلاع‌رسانی و فرآیندهای تصمیم‌گیری، پاسخگویی نهادهای ذی‌ربط به مطالبات و انتقادات عمومی، تقویت اعتماد عمومی به سیاست‌ها و اقدامات دولت در حوزه رسانه‌های دیجیتال، حمایت از شکل‌گیری و فعالیت رسانه‌های مستقل و غیر دولتی، ایجاد فضای رقابتی سالم و عادلانه میان رسانه‌های مختلف، جلوگیری از انحصارطلبی و تک‌صدایی در فضای اطلاعاتی و ارتباطی و همچنین اتخاذ رویکرد آبشاری در تدوین و اجرای سیاست‌های رسانه‌های دیجیتال است. این عوامل به‌طور کلی بر اهمیت شفافیت، پاسخگویی، و مشارکت ذینفعان تأکید داشته و نشان‌دهنده نیاز به سیاست‌هایی است که تعادل میان تنوع رسانه‌ای، عدالت اطلاعاتی، و اعتماد عمومی را برقرار کنند. با وجود اهمیت شناسایی عوامل مؤثر بر سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال، همچنان الگوی جامع و مورد اجماعی در این حوزه وجود ندارد. از این رو، پژوهش حاضر در تلاش است تا با بررسی و تحلیل دیدگاه‌های مختلف نخبگان علمی و اجرایی، گامی در راستای پر کردن این خلاء بردارد و به ارائه تصویری شفاف‌تر از چالش‌ها و راهکارهای پیش رو در زمینه سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال بپردازد.

گام دوم: ترسیم تصویر گویا

در گام دوم، با استفاده از رویکرد «تصاویر گویا» به‌عنوان ابزاری برای درک جامع‌تر مسئله، به ترسیم تصویری واضح و همه‌جانبه از موقعیت مورد مطالعه پرداخته می‌شود. این تصاویر گویا، که می‌توانند شامل بازنمایی‌های متنی یا بصری مانند کاریکاتور باشند، به تصویر کشیدن عناصر کلیدی موقعیت از جمله افراد درگیر، مسائل و مشکلات، فرآیندها و روابط میان این عناصر را تسهیل می‌کنند (Azar & Zarghami Fard, 2013). چکلند و پولتر در کتاب «یادگیری برای عمل» چهار روش را برای شناخت موقعیت مسئله‌زا معرفی کرده‌اند که شامل «ساخت تصاویر گویا» و سه نوع بررسی با عناوین «تحلیل خود مداخله»، «تحلیل اجتماعی» و «تحلیل سیاسی» می‌باشد. ساخت تصاویر گویا به ارائه بازنمایی بصری از موقعیت برای درک بهتر آن می‌پردازد. تحلیل خود مداخله نقش افراد اصلی و ذینفعان را در موقعیت مسئله‌زا مشخص می‌کند. تحلیل اجتماعی به شناسایی هنجارها، ارزش‌ها، و نقش‌های اجتماعی مرتبط می‌پردازد. و در نهایت تحلیل سیاسی تمرکز خود را بر چگونگی توزیع قدرت میان بازیگران و روابط قدرت در موقعیت مورد نظر قرار می‌دهد. نمودار شماره ۲ تصویر غنی‌شده‌ای از موقعیت مسئله‌زای پژوهش را بر اساس این رویکرد ارائه می‌دهد.



نمودار ۲. تصویر گویا از موقعیت مسأله (Source: By author)

از آن جایی که این پژوهش با هدف بررسی موقعیت مسئله‌زا و شناسایی عوامل مؤثر بر مطلوبیت سیاست گذاری در حوزه رسانه های دیجیتال انجام شده است و همانطور که در تصویر گویا نشان داده شده است، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و مرکز ملی فضای مجازی به عنوان نهادهای اصلی متولی سیاست گذاری در این حوزه، نقش «مسئله‌گشا» را بر عهده دارند.

نظام سیاست گذاری رسانه های دیجیتال در کشور را می توان در دو سطح ذی نفعان اولیه و ذی نفعان ثانویه مورد بررسی قرار داد. ذی نفعان اولیه سازمانها و نهادهایی هستند که به طور مستقیم در فرایند سیاست گذاری دخیل بوده و یا از آن تأثیر می پذیرند. مهم ترین نهادهای این گروه عبارتند از مجلس شورای اسلامی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات. ذی نفعان ثانویه شامل مجموعه ای از بازیگران است که اگرچه به طور مستقیم در سیاست گذاری مشارکت ندارند، اما به واسطه تأثیرات غیرمستقیم از سیاست های اتخاذ شده یا اثرگذاری بر اجرا و پیاده سازی این سیاستها، نقش مهمی ایفا می کنند. این ذی نفعان شامل دستگاه های اجرایی دولتی و خصوصی، دانشگاهها و مراکز علمی، مدارس و نهادهای آموزشی، خانوادهها و اقشار مختلف جامعه می باشند. ذی نفعان ثانویه به دلیل تأثیرات غیرمستقیمی که بر سیاست گذاریها دارند یا از آنها می پذیرند، به

عنوان بازیگران کلیدی در این حوزه شناخته می‌شوند. نقش این گروه در تضمین موفقیت اجرای سیاست‌ها و ایجاد تغییرات مثبت در نظام رسانه‌های دیجیتال حائز اهمیت است.

گام سوم: تحلیل کاتوو و استخراج تعاریف ریشه‌ای

در این مرحله، با عبور از دنیای واقعی و ورود به دنیای مفهومی و سیستمی، «تعریف ریشه‌ای» از مسئله ارائه می‌شود. تعریف ریشه‌ای جمله‌ای است که با تبیین اهداف سیستم موردنظر، به معرفی بازیگران و کنشگران کلیدی که در موقعیت مسئله‌زا نقش دارند، می‌پردازد.

این بازیگران عبارت‌اند از مشارکت‌کنندگان در سیستم، افراد و گروه‌هایی که از سیستم تأثیر می‌پذیرند و همچنین افراد و گروه‌هایی که بر عملکرد سیستم تأثیرگذارند. این تعریف ریشه‌ای، چارچوبی مفهومی برای درک بهتر مسئله و هدایت مراحل بعدی تحلیل ارائه می‌دهد. فرایند استخراج و تدوین تعریف ریشه‌ای، به عنوان یکی از مراحل حساس و پیچیده در این روش شناسی، نیازمند دقت بالا و رویکردی ساختارمند است. پس از ترسیم تصویر گویا و شناسایی اجزای اصلی موقعیت مسئله‌زا و روابط میان آن‌ها، گام بعدی انتخاب بخشی از این موقعیت برای مدل‌سازی و تدوین تعریف ریشه‌ای است. این انتخاب باید به شکلی هدفمند انجام شود که ضمن پرداختن به ابعاد کلیدی و اصلی مسئله، امکان مدیریت و کنترل مؤثر آن را نیز فراهم کند (Salmani Nejad et al., 2017). چنین رویکردی، به تحلیل دقیق‌تر مسئله و ارائه راهکارهای عملیاتی و کارآمد کمک می‌کند. به عبارت دیگر، در این مرحله لازم است بر اساس عناصر و روابط مشخص شده در تصویر گویا، موضوع یا فعالیت معینی به‌عنوان هسته مرکزی مدل انتخاب شود و سیستمی برای مدیریت یا اجرای آن طراحی گردد. این سیستم می‌تواند با ساختاری ساده تعریف شود؛ «سیستمی که P را از طریق Q برای دستیابی به R انجام می‌دهد». در این ساختار P نشان‌دهنده هدف اصلی سیستم یا آنچه که سیستم برای دستیابی به آن طراحی شده است می‌باشد، Q نحوه دستیابی به هدف با در نظر گرفتن شرایط و محدودیت‌های موجود را تبیین می‌کند و R نتیجه مطلوب یا هدف نهایی که سیستم در نهایت به دنبال تحقق آن است را نشان می‌دهد (Salmani Nejad et al., 2017). با توجه به فرمول PQR و در نظر گرفتن «کاهش چالش‌ها و مشکلات حوزه رسانه‌های دیجیتال» به‌عنوان P، «وضع و اجرای دستورالعمل‌های مرتبط» به‌عنوان Q و «ارتقای کیفیت سیاست‌گذاری در زمینه رسانه‌های دیجیتال» به‌عنوان R، امکان ارائه تعاریف ریشه‌ای متعددی وجود دارد. بر این اساس، تعاریف ریشه‌ای مبتنی بر مدل CATWOE عبارتند از:

مشتریان

در حوزه سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران، «مشتریان» مفهومی گسترده و چند وجهی دارد و طیف وسیعی از کنشگران اجتماعی را در بر می‌گیرد که به انحاء مختلف تحت تأثیر این سیاست‌گذاری‌ها قرار می‌گیرند و

شامل کاربران نهایی (مصرف‌کنندگان محتوا)، رسانه‌ها و تولیدکنندگان محتوا، شرکت‌های فناوری و ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی، دولت و نهادهای نظارتی، جامعه و گروه‌های مدنی، تبلیغ‌کنندگان و کسب‌وکارها می‌باشد.

بازیگران

در چارچوب مدل CATWOE، «بازیگران» به عنوان عناصر انسانی یا گروهی تعریف می‌شوند که نقش فعالی در اجرای تغییرات و سیاست‌گذاری‌های از پیش تعیین‌شده ایفا می‌کنند. این افراد یا گروه‌ها، مسئولیت اجرای فرآیندها، پیاده‌سازی عملیاتی سیاست‌ها و در نهایت، تأثیرگذاری بر نتایج و پیامدهای مورد انتظار را بر عهده دارند. بازیگران در سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران؛ وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، رسانه‌های دیجیتال و پلتفرم‌های آنلاین، شرکت‌های فناوری و ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی، قوه قضاییه، سازمان صدا و سیما، گروه‌های مدنی و حقوق بشری هستند.

تبدیل

تبدیل یا فرآیند تغییر در مدل CATWOE، به معنای گذار از وضعیت فعلی به وضعیت مطلوب از طریق اجرای مجموعه‌ای از اقدامات و فرآیندهای مشخص است. تبدیل در سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران به مجموعه‌ای از تغییرات و اصلاحات بنیادین در حوزه‌های مختلف از جمله سیاست‌ها، مقررات، نظارت، زیرساخت‌ها و مشارکت ذی‌نفعان اشاره دارد که با هدف ارتقاء و بهبود وضعیت رسانه‌های دیجیتال در ایران صورت می‌گیرد.

جهان‌بینی

جهان‌بینی در سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران، مبتنی بر مجموعه‌ای از ارزش‌ها و اصول بنیادین است که فرآیند ارزیابی و تدوین سیاست‌ها و تغییرات را هدایت می‌کنند. این جهان‌بینی شامل مفاهیمی چون آزادی بیان، حفاظت از حقوق دیجیتال، توسعه و نوآوری، توازن میان آزادی و امنیت، مشارکت فعال ذی‌نفعان، و عدالت و شفافیت می‌باشد.

مالک

در سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران، نهادها و سازمان‌های دارای قدرت و اختیار نهایی در تصمیم‌گیری و اجرای سیاست‌ها به عنوان مالکان اصلی عرصه سیاست‌گذاری شناخته می‌شوند. نهادهای حکومتی و دولتی، از جمله 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، از طریق تدوین و اجرای قوانین و مقررات، بر این حوزه تسلط دارند. شناخت دقیق ساختار قدرت و نقش مالکان اصلی، به درک بهتر فرآیندهای تصمیم‌گیری و ارائه پیشنهادات مؤثر برای بهبود سیاست‌گذاری کمک می‌کند.

محدودیت های محیطی

عوامل محیطی شامل متغیرهای خارجی هستند که بر فرآیند تدوین و اجرای سیاست ها تأثیرگذار بوده و می توانند محدودیت ها یا فرصت هایی برای پیاده سازی و اثربخشی سیاست ها ایجاد کنند. در حوزه سیاست گذاری رسانه های دیجیتال در ایران، عوامل محیطی به شش دسته کلی تقسیم می شوند: قانونی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، تکنولوژیکی، و سیاسی-سازمانی. شناخت دقیق این عوامل، گام اول برای تدوین سیاست های مؤثرتر و کاهش تأثیرات منفی آنها است. در جدول شماره ۱ تعاریف ریشه ای مبتنی بر مدل کاتوو بیان شده است.

جدول ۱. تعاریف ریشه ای مبتنی بر مدل کاتوو (Source:By author)

RD3 حوزه حقوقی و اجتماعی	RD2 حوزه محتوا	RD1 حوزه فناوری و زیرساخت	تعاریف ریشه ای منتج از تصویر غنی
کاربران و مصرف کنندگانی که نیازمند حفاظت از اطلاعات و حریم خصوصی خود در فضای دیجیتال هستند. رسانه ها و تولیدکنندگان محتوا. شرکت های فناوری و ارائه دهندگان خدمات اینترنتی. دولت و نهادهای ناظر. جامعه و گروه های مدنی. تبلیغ کنندگان و کسب و کارها.	کاربران و مصرف کنندگانی که محتوا را مصرف می کنند و از آن تأثیر می پذیرند، از جمله تبلیغ کنندگان و کسب و کارهایی که از محتوا برای جذب مشتری استفاده می کنند. رسانه ها و تولیدکنندگان محتوا. دولت و نهادهای ناظر.	کاربران و مصرف کنندگانی که با استفاده از زیرساخت های فناوری به رسانه های دیجیتال دسترسی پیدا می کنند، از جمله کسب و کارهایی که برای تبلیغات دیجیتال به این زیرساخت ها وابسته اند. شرکت های فناوری و ارائه دهندگان خدمات اینترنتی. دولت و نهادهای ناظر.	مشتریان ^۱ (C)
دولت و نهادهای دولتی (مانند مرکز ملی فضای مجازی). شرکت های فناوری و رسانه ای. پژوهشگران و دانشگاهیان. قوه قضاییه.	دولت و نهادهای دولتی (مانند وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و مرکز ملی فضای مجازی). شرکت های فناوری و رسانه ای. پژوهشگران و دانشگاهیان. سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی.	دولت و نهادهای دولتی (مانند وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و مرکز ملی فضای مجازی). شرکت های فناوری و رسانه ای. پژوهشگران و دانشگاهیان. سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی.	بازیگران ^۲ (A)
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 ذی نفعان در حکمرانی	اعمال سیاست گذاری و نظارت بر محتوای دیجیتال با هدف تضمین کیفیت، رعایت موازین اخلاقی و همسویی با ارزش ها و هنجارهای اجتماعی-فرهنگی. ارتقاء سواد رسانه ای و توانمندسازی مخاطبان در مواجهه با محتوای دیجیتال.	توسعه و بهبود زیرساخت های فناوری جهت پشتیبانی از رسانه های دیجیتال و تضمین دسترسی پایدار و کارآمد به خدمات دیجیتال. آموزش و افزایش آگاهی کاربران.	دگرگونی ^۳ (T)

¹ Customers

² Actors

³ Transformation

RD3 حوزه حقوقی و اجتماعی	RD2 حوزه محتوا	RD1 حوزه فناوری و زیرساخت	تعاریف ریشه‌ای منتج از تصویر غنی
فضای دیجیتال. ارتقاء سواد رسانه‌ای و توانمندسازی کاربران برای صیانت از اطلاعات شخصی و امنیت سایبری.			
تضمین حریم خصوصی و امنیت کاربران به عنوان اصلی بنیادین برای جلب اعتماد عمومی به رسانه‌های دیجیتال. صیانت از آزادی بیان و دسترسی آزاد به اطلاعات. تامین 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.	تاکید 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.	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.	جهان بینی ^۱ (W)
دولت و نهادهای مربوطه که وظیفه تدوین و اجرای سیاست‌های حفاظت از حریم خصوصی و امنیت را بر عهده دارند. شورای عالی فضای مجازی.	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 وابسته که هدایت‌گر سیاست‌گذاری و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها هستند. وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات. شورای عالی فضای مجازی. سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی.	مالک ^۲ (O)
تهدیدات سایبری، محدودیت‌های مقررات و قوانین، پیچیدگی‌های فنی، و رقابت‌های بین‌المللی در حوزه فناوری. محدودیت‌های فرهنگی و اجتماعی. محدودیت‌های سیاسی.	گوناگونی فرهنگی و اجتماعی، محدودیت‌های مقررات و قوانین، فشارهای سیاسی و اجتماعی، و چالش‌های نظارت بر حجم گسترده محتوای تولید شده.	محدیت‌های منابع مالی، ضرورت هماهنگی بین سازمانی، چالش‌های فنی و امنیتی، و تاثیر سیاست‌های بین‌المللی.	محیط ^۳ (E)

با بهره‌گیری از چارچوب مفهومی کاتوو، می‌توان تعاریف بنیادینی را برای سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال ارائه نمود:

- RD1^۴: تدوین خط‌مشی‌ها در حوزه فناوری و زیرساخت‌های مورد نیاز رسانه‌های دیجیتال، یک فرآیند هدفمند است که بر ایجاد و ارتقای زیرساخت‌های فنی لازم برای رسانه‌های دیجیتال (P) از طریق تدوین

^۱ World View

^۲ Owner

^۳ Environment

^۴ Root Definition

و اجرای سیاست‌های مربوط به توسعه، نگهداری و حفظ امنیت این زیرساخت‌ها تمرکز دارد. دولت و نهادهای حاکمیتی با همکاری شرکت‌های فعال در حوزه فناوری و زیرساخت مسئولیت اجرای این سیاست‌ها را بر عهده دارند (Q). هدف نهایی از این فرآیند، ارتقای سطح کیفی و پایداری خدمات دیجیتال، فراهم‌سازی دسترسی گسترده به فناوری‌های پیشرفته و حفاظت از شبکه‌ها و سیستم‌ها در برابر تهدیدات امنیتی (R) می‌باشد.

- RD2: تدوین خط‌مشی در حوزه محتوای رسانه‌های دیجیتال، فرآیندی است که طی آن تولید و انتشار محتوای دیجیتال (P) ساماندهی و هدایت می‌شود. این فرآیند از طریق تدوین و اجرای سیاست‌های فرهنگی و رسانه‌ای و با مشارکت دولت، نهادهای فرهنگی، شرکت‌های رسانه‌ای، تولیدکنندگان محتوا و کاربران صورت می‌گیرد (Q). هدف نهایی از این فرآیند، ارتقای سطح کیفی و تنوع محتوای دیجیتال، حفظ و حراست از آزادی بیان و تقویت و غنای فرهنگ رسانه‌ای در جامعه است (R).

- RD3: تدوین خط‌مشی در حوزه حقوقی و اجتماعی رسانه‌های دیجیتال، فرآیندی است که طی آن حقوق و مسائل اجتماعی مرتبط با این رسانه‌ها (P) تنظیم و نظارت می‌شوند. این فرآیند از طریق تدوین و اجرای قوانین و مقررات حقوقی و اجتماعی و با مشارکت دولت، نهادهای نظارتی و حقوقی، نهادهای اجتماعی و کاربران صورت می‌گیرد (Q). هدف نهایی از این فرآیند، حفاظت از حقوق دیجیتال، تضمین حریم خصوصی و امنیت اطلاعات کاربران و گسترش و ارتقای عدالت اجتماعی در فضای دیجیتال است (R).

به‌کارگیری مدل تحلیلی کاتو در تدوین این تعاریف، زمینه‌ساز اتخاذ رویکردی جامع به مقوله سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران خواهد بود. تحلیل مبتنی بر این مدل، با لحاظ نمودن تمامی جوانب و متغیرهای اثرگذار، امکان تدوین راهبردهای کارآمد در جهت توسعه و بهبود این حوزه را فراهم می‌سازد.

تعریف ریشه‌ای جامع برای سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران با استفاده از مدل CATWOE

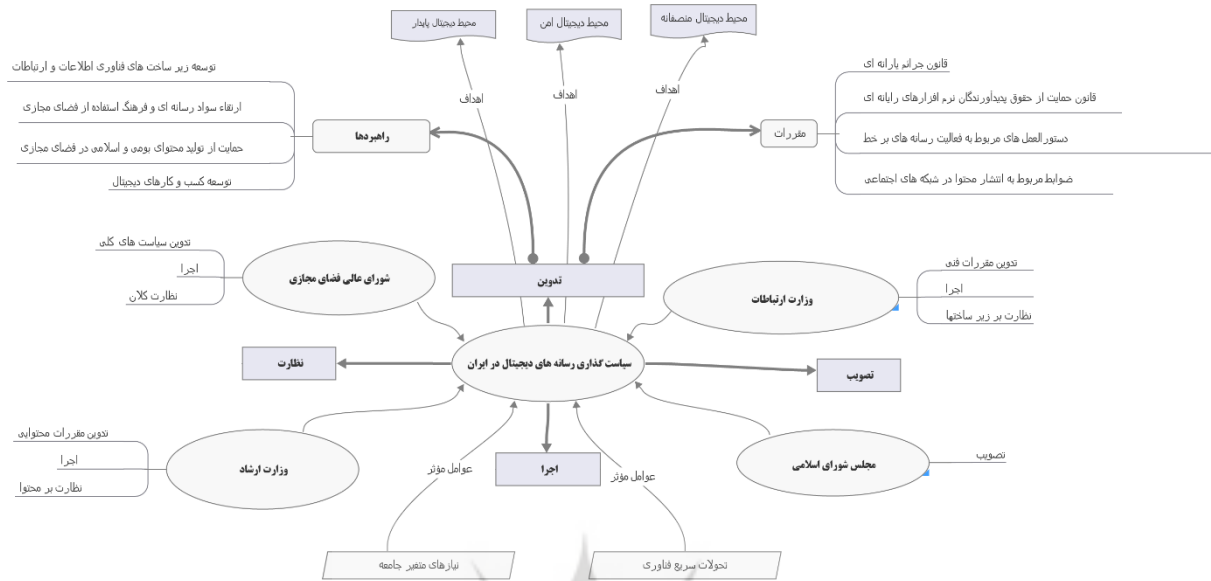
با بهره‌گیری از تعاریف ریشه‌ای پیشین و با اتکا به چارچوب تحلیلی CATWOE، تعریف جامعی از سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران ارائه خواهد شد. سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران، فرآیندی همه‌جانبه و مبتنی بر مشارکت است که در آن، دولت و نهادهای ذی‌ربط، با همکاری فعال کلیه ذی‌نفعان، به دنبال تدوین و اجرای سیاست‌ها و قوانینی هستند که حمایت از آزادی بیان، حفظ حقوق دیجیتال، توسعه و نوآوری در حوزه فناوری، ایجاد تعادل میان آزادی و امنیت، و همچنین تضمین عدالت و شفافیت در اجرای سیاست‌ها را هدف قرار می‌دهد. این فرآیند می‌بایست با لحاظ نمودن محدودیت‌های محیطی و شرایط موجود، بهبود و تقویت زیرساخت‌ها، ارتقای سطح آگاهی و دانش کاربران و تولیدکنندگان محتوا، و همچنین افزایش شفافیت و پاسخگویی در نظارت و اجرای قوانین، به انجام برسد.

این تعریف ریشه‌ای جامع، با در بر گرفتن کلیه عناصر چارچوب CATWOE، به بیانی یکپارچه و هماهنگ، اهداف، نقش‌ها، فرایندها و محدودیت‌های موجود در حوزه سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران را تبیین می‌نماید. این

تعریف، امکان شناسایی و تدوین دقیق تر و جامع تر سیاست‌ها و تغییرات لازم را فراهم ساخته و مسیر حرکت به سوی بهبود و پیشرفت در زمینه رسانه‌های دیجیتال را مشخص می‌سازد.

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

با بهره‌گیری از تعاریف ریشه‌ای و قواعد سیستمی، در متدولوژی سیستم‌های نرم (SSM)، یک مدل مفهومی طراحی می‌شود. این مدل به نموداری اطلاق می‌شود که فعالیت‌ها و ارتباطات بین آن‌ها را برای تبیین فرآیند حل مسئله یا دستیابی به اهداف مشخص نمایش می‌دهد. مدل مفهومی باید شامل پنج تا نه فعالیت اصلی باشد که به صورت منطقی و بر اساس وابستگی‌های متقابل به یکدیگر مرتبط هستند. استفاده از نمایش روابط علی در این مدل، شناسایی مفاهیم نامرتب و عوامل کلیدی تأثیرگذار بر تصمیم‌گیری را تسهیل می‌کند (Azar et al., 2016). در مرحله فعلی پژوهش، با استفاده از رویکرد سیستم‌های نرم و ابزار نگاشت شناختی، مدل مفهومی برای ارزیابی سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال استخراج شده است. در این بخش، به منظور ارائه تصویری ساختارمند از موضوع تحقیق، از روش نگاشت شناختی به عنوان ابزاری مؤثر برای گردآوری، سازماندهی و نمایش اطلاعات مرتبط استفاده شده است. عوامل مختلف شناسایی شده، بر اساس تعریف ریشه‌ای و نتایج مصاحبه با گروه‌های فکری، در قالب یک نقشه شناختی سازماندهی شده‌اند که روابط میان عوامل کلیدی را به وضوح نمایش می‌دهد. برای دستیابی به توافق نسبی میان خبرگان و ذی‌نفعان در ارتباط با مدل مفهومی، فرآیند طراحی مدل اجماع وظایف اولیه آغاز شد. در این فرآیند ابتدا افراد مطلع و تأثیرگذار در حوزه سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال شناسایی و انتخاب شدند. سپس این افراد در قالب یک مدل جداگانه به عنوان «مدل وظایف اولیه آزمایشی» سازماندهی شدند. و در مرحله بعد بر اساس تعریف ریشه‌ای استخراج شده، «مدل آزمون» طراحی شد که تمام عوامل موجود در مدل وظایف اولیه آزمایشی و عوامل دیگر مرتبط را در بر می‌گرفت. در صورت عدم قابلیت قبول مدل وظایف اولیه آزمایشی، فرآیند به مرحله استخراج مجدد تعریف ریشه‌ای و اصلاح مدل آزمون بازمی‌گردد (Tavallaei et al., 2014). در غیر این صورت، فرآیند ساخت مدل اجماع وظایف اولیه آغاز می‌شود. در نهایت، با تکمیل این فرآیند، یک مدل مفهومی جامع و مورد توافق ارائه می‌شود که امکان تحلیل دقیق تر و تصمیم‌گیری‌های کارآمدتر را فراهم می‌کند. نمودار شماره ۳، بیانگر مدل مفهومی تحقیق حاضر است.



نمودار ۳. مدل مفهومی سیاست گذاری رسانه های دیجیتال (Source: By author)

در گام های پنجم تا هفتم، فرآیند به جهان واقعی بازمی گردد و مدل (ها) طراحی شده با شرایط واقعی مقایسه می شوند. در این مرحله، تغییرات احتمالی شناسایی و برای اجرای آن ها، یک برنامه عملیاتی طراحی و به اجرا در می آید. باید توجه داشت که روش سیستم های نرم (SSM) در عمل به صورت خطی و مرحله به مرحله پیش نمی رود، بلکه در بسیاری از موارد، تکرار مراحل مختلف ضروری است. مثلاً، مباحث مطرح شده در گام پنجم ممکن است منجر به بازنگری در تحلیل ها و تعاریف اولیه شود (Nik Qadam Hajati et al., 2018). این رویکرد تکرار شونده، به بهبود مستمر مدل و افزایش تطابق آن با شرایط واقعی کمک می کند.

گام پنجم: هم سنجی

مرحله پنجم الگوی ترکیبی به مقایسه مدل های مفهومی استخراج شده با دنیای واقعی اختصاص دارد. در این مرحله، روش شناسی به جهان واقعی بازمی گردد و تفاوت ها و ناسازگاری های احتمالی بین مدل های مفهومی و وضعیت واقعی سنجیده می شود (Azar et al., 2016). این فرآیند به شناسایی نقاط ضعف مدل ها، اصلاحات لازم و تطبیق بهتر آن ها با شرایط واقعی کمک می کند تا راهکارهای عملی و اجرایی طراحی شوند. برای انجام این مقایسه، محققان روش های مختلفی را پیشنهاد کرده اند، از جمله این روش ها می توان به مباحثه غیررسمی، پرسش رسمی، سناریو نویسی و ایجاد مدل دنیای حقیقی با ساختاری مشابه مدل مفهومی ارائه شده توسط چکلند اشاره کرد (Georgiou, 2015). همچنین، متدولوژی سیستم های نرم (SSM) به دلیل تأکید بر مباحثه و گفتگو به عنوان محرک اصلی پیشرفت، یک فرآیند مشارکتی است. این ویژگی، این روش را برای حل مسائل پیچیده و موارد مسئله ساز به شیوه های تعاملی و کارآمد مناسب می سازد.

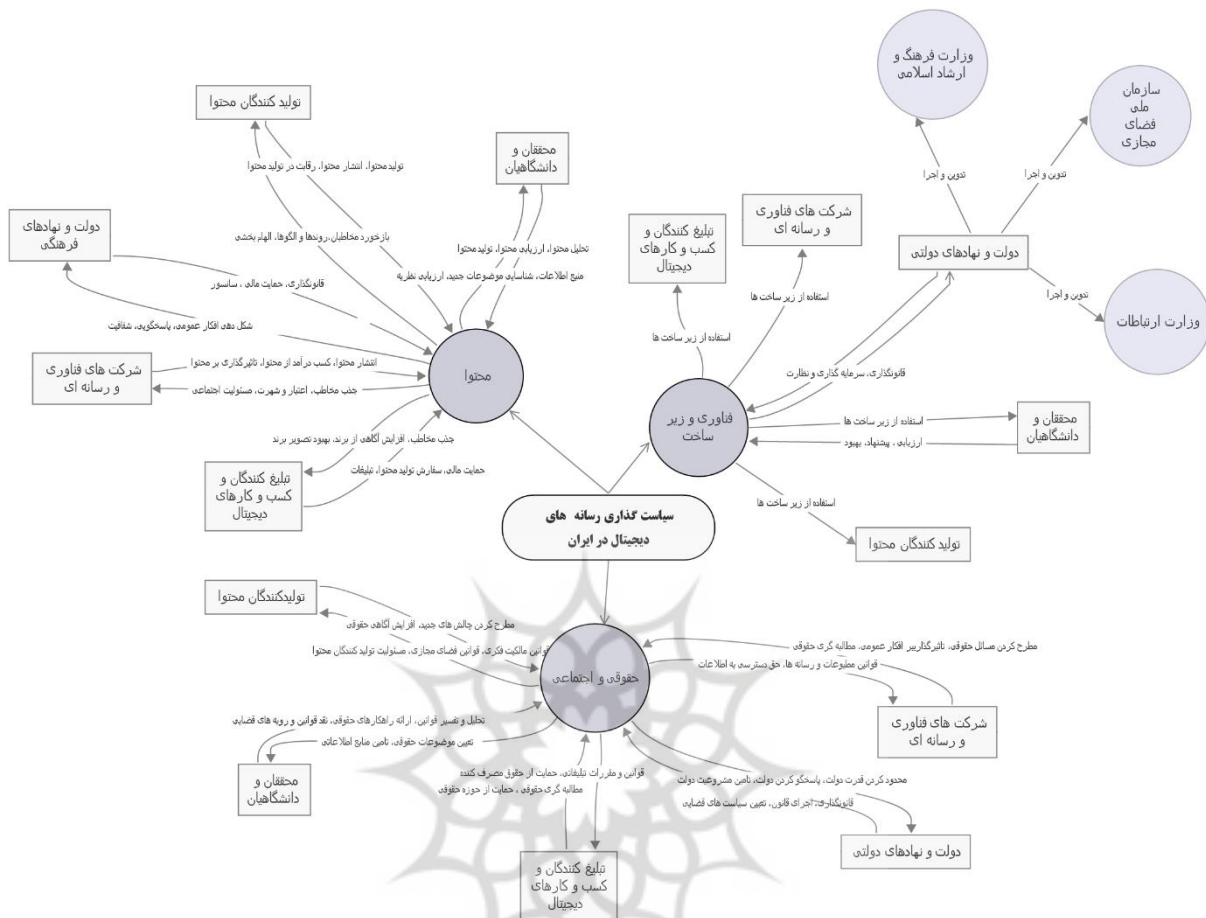
جدول ۲. جدول استاندارد مقایسه‌ای برای هم‌سنجی مدل مفهومی با دنیای واقعی (Source:By author)

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

با بهره‌گیری از جدول مقایسه‌ای و تحلیل تفصیلی، می‌توان تغییرات و پیشنهادات لازم برای بهبود سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال در ایران را شناسایی کرد. این تحلیل، سیاست‌گذاران را در تدوین و اجرای سیاست‌های مؤثرتر یاری می‌رساند. جدول مقایسه‌ای ذکر شده با هدف پاسخ‌گویی به سوالات زیر طراحی شده است:

- آیا عوامل شناسایی شده در مدل مفهومی به‌عنوان عوامل مؤثر بر سیاست‌گذاری مطلوب رسانه‌های دیجیتال، در دنیای واقعی نیز وجود دارند؟
- در صورت وجود، این عوامل با چه مکانیسمی در دنیای واقعی اجرا می‌شوند؟

در این جدول، عوامل مؤثر بر سیاست‌گذاری مطلوب رسانه‌های دیجیتال که در مدل مفهومی شناسایی شده‌اند، با اقدامات عملی در دنیای واقعی (مانند فعالیت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان فضای مجازی) مقایسه می‌شوند. این مقایسه، به شناسایی تغییرات مورد نیاز برای اجرای اثربخش سیاست‌گذاری و ارائه پیشنهادات لازم منجر می‌شود. نتایج حاصل از این مرحله، مجموعه‌ای از پیشنهادات برای ایجاد تغییر در زمینه اجرای فرایندهای سیاست‌گذاری مطلوب رسانه‌های دیجیتال ارائه می‌دهد. در ادامه نقشه شناختی خبرگان در نمودار شماره ۴ به تصویر کشیده شده است.



نمودار ۴. نقشه شناختی خبرگان در خصوص عوامل موثر بر سیاست گذاری مطلوب رسانه های دیجیتال (Source:By author)

گام ششم و هفتم: شناسایی و ارائه راه کار برای تغییر

با توجه به مراحل پیشین و مطالعات صورت گرفته، ارائه پیشنهادات عملی و در چارچوب اختیارات مدیران ارشد برای اجرای بهینه سیاست گذاری رسانه های دیجیتال ضروری به نظر می رسد. بدین منظور، پس از برگزاری جلسات متعدد و با مشارکت اعضای تیم پروژه، پیشنهاداتی برای تغییرات لازم در فرآیند سیاست گذاری رسانه های دیجیتال ارائه شده است.

مدل مفهومی ارائه شده در این پژوهش، از سه حوزه اصلی «محتوا»، «فناوری و زیرساخت» و «حقوقی و اجتماعی» تشکیل شده و پنج گروه اصلی از عناصر را در بر می گیرد: «دولت و نهادهای دولتی»، «تولید کنندگان محتوا» و «محققان و دانشگاهیان».

تولید کنندگان محتوا به طور مستقیم تحت تأثیر سیاست گذاری های مرتبط با محتوا از جمله مقررات سانسور، اخلاق رسانه ای و استانداردهای محتوایی قرار دارند که می توانند بر خلاقیت و آزادی بیان آنها تأثیرگذار باشند. شرکت های

رسانه‌ای برای تولید و انتشار محتوا به زیرساخت‌های قوی نیاز دارند و سیاست‌گذاری‌های دولت در زمینه دسترسی به زیرساخت‌ها و منابع بر کیفیت و کمیت محتوای تولیدی تأثیر می‌گذارد.

تبلیغ‌کنندگان برای تبلیغ محصولات و خدمات خود به محتوای تولید شده توسط رسانه‌ها و تولیدکنندگان محتوا نیاز دارند و سیاست‌گذاری‌های محدودکننده یا کنترل‌کننده محتوا، استراتژی‌های تبلیغاتی و کارایی آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. دولت و نهادهای دولتی از طریق سیاست‌گذاری، میزان کنترل بر محتوا را با ابزارهایی مانند مقررات جلوگیری از انتشار محتوای نامناسب یا ترویج محتوای خاص، تنظیم می‌کنند که این امر بر تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان محتوا تأثیر می‌گذارد.

شرکت‌های فناوری برای توسعه و ارائه خدمات به زیرساخت‌های مناسب نیاز دارند و سیاست‌گذاری‌های دولت در این حوزه، توانایی آنها در ارائه خدمات نوآورانه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. سیاست‌های حامی توسعه زیرساخت‌های فناوری، به رشد و پیشرفت صنعت رسانه‌های دیجیتال کمک می‌کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف ارزیابی عوامل مؤثر بر سیاست‌گذاری مطلوب رسانه‌های دیجیتال در ایران، از روش‌شناسی سیستم‌های نرم (SSM) و مدل نگاشت شناختی بهره گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهند که تحقق سیاست‌گذاری کارآمد در این حوزه مستلزم اصلاحات در سه بُعد کلیدی است: فناوری و زیرساخت، محتوا، و مسائل حقوقی. در حوزه فناوری و زیرساخت، توسعه پایدار رسانه‌های دیجیتال نیازمند زیرساخت‌های مناسب، پایدار و به‌روز است. شرکت‌های فناوری برای ارائه خدمات نوآورانه به حمایت‌های سیاستی در زمینه سرمایه‌گذاری، توسعه پهنای باند و بهبود دسترسی نیاز دارند. دولت باید نقش تسهیل‌کننده‌ای ایفا کند و از طریق سیاست‌های حمایتی، بستر رقابت سالم را در بازار دیجیتال فراهم سازد. همچنین، تقویت ارتباط میان دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی و صنایع فناوری می‌تواند به تسریع نوآوری و کاهش وابستگی به فناوری‌های خارجی کمک کند. از سوی دیگر، سیاست‌های نظارتی باید به‌گونه‌ای تدوین شوند که ضمن حمایت از رشد فناوری، مانع از انحصارگرایی و تضییع حقوق کاربران شوند.

در حوزه محتوا، سیاست‌های تنظیمی باید به تعادلی میان حمایت از تولیدکنندگان محتوا و حفظ آزادی بیان در عین نظارت مؤثر بر محتوا دست یابند. مقررات سخت‌گیرانه می‌تواند خلاقیت و تنوع محتوا را محدود کند، در حالی که نبود نظارت کافی می‌تواند زمینه‌ساز گسترش اطلاعات نادرست و محتوای مضر باشد. بنابراین، سیاست‌های محتوایی باید در راستای حمایت از آزادی‌های فردی، حفظ منافع عمومی و تقویت شفافیت تدوین شوند. مشارکت فعال ذینفعان مختلف از جمله تولیدکنندگان محتوا، کاربران، و نهادهای مدنی در فرآیند سیاست‌گذاری، نقش مهمی در ارتقای کیفیت سیاست‌ها و افزایش مشروعیت آنها دارد.

در بُعد حقوقی، تدوین قوانین جامع در زمینه حقوق دیجیتال، حفاظت از حریم خصوصی کاربران، مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها و مقابله با محتوای مضر، از ضرورت‌های اصلی سیاست‌گذاری است. یکی از چالش‌های کلیدی در این حوزه،

یافتن تعادل میان تأمین امنیت دیجیتال و حفظ آزادی های فردی است. قوانین باید به گونه ای طراحی شوند که از سوء استفاده های احتمالی جلوگیری کرده و همزمان از حقوق شهروندان در فضای دیجیتال محافظت کنند. تدوین این سیاست ها باید مبتنی بر شواهد علمی، بازخوردهای ذینفعان مختلف و تجربیات جهانی باشد تا بتواند چالش های پیچیده فضای دیجیتال را مدیریت کند.

مقایسه نتایج این پژوهش با مطالعات پیشین نشان می دهد که این تحقیق، رویکردی جامع تر و چندبُعدی به سیاست گذاری رسانه های دیجیتال ارائه داده است. برخلاف مطالعات واهیودی و همکاران (۲۰۲۳) و پاندیاراج و راجا (۲۰۲۳) که عمدتاً بر جنبه های فنی و تکنولوژیکی تمرکز دارند، این پژوهش با استفاده از مدل های تحلیلی، به بررسی پیچیدگی های سیاست گذاری و تضاد منافع میان ذینفعان پرداخته است (Pandiyaraj & Raja, 2024; Wahyoedi et al., 2023). همچنین، در حالی که پژوهش های گروسمن (۲۰۲۲) و جونز (۲۰۲۳) بیشتر بر سیاست های کنترل دولتی تمرکز دارند، این مطالعه تعاملات میان دولت، کاربران و سایر ذینفعان را از دریچه رویکرد سیستمی نرم و مدل نگاشت شناختی بررسی می کند (Grossman, 2022).

علاوه بر این، نتایج این تحقیق با یافته های فرانته و همکاران (۲۰۲۴) درباره نابرابری های دیجیتال در کشورهای در حال توسعه هم راستا است، اما نوآوری اصلی این پژوهش در استفاده از مدل های شناختی و سیستم های نرم برای تحلیل عمیق تر این چالش ها و ارائه راهکارهای جامع است (Ferrante et al., 2024). همچنین، در مقایسه با مطالعه کاینجا (۲۰۲۳) درباره چالش های حقوق دیجیتال در مالووی، این پژوهش به بررسی دقیق تر سیاست های کارآمد برای حفاظت از حقوق دیجیتال و حریم خصوصی در ایران پرداخته است (Kainja, 2023). برخلاف پژوهش رن و همکاران (۲۰۲۴) که به نقش رسانه های دیجیتال در حفاظت از میراث فرهنگی پرداخته، این تحقیق چالش های سیاست گذاری در مدیریت فضای دیجیتال را در ابعاد وسیع تری مورد توجه قرار داده است (Ren et al., 2024).

در مجموع، این پژوهش نشان می دهد که سیاست گذاری مطلوب رسانه های دیجیتال در ایران باید بر پایه تعامل میان ابعاد فناورانه، محتوایی و حقوقی تدوین شود. دولت باید در حوزه فناوری و زیرساخت، نقش تسهیل کننده داشته باشد و در حوزه محتوا، تعادل میان نظارت و آزادی بیان را حفظ کند. در بُعد حقوقی نیز، تدوین قوانین شفاف و جامع می تواند همزمان از حقوق کاربران حمایت کند و زمینه ساز رشد کسب و کارهای دیجیتال باشد. استفاده از رویکردهای تحلیلی چندلایه و تفکر سیستمی در این پژوهش، نشان داده است که سیاست گذاری رسانه های دیجیتال نباید صرفاً بر یک بُعد خاص متمرکز باشد، بلکه باید با نگاهی جامع و میان رشته ای، منافع تمامی ذینفعان را در نظر بگیرد و به تحقق حکمرانی مطلوب در فضای دیجیتال کمک کند.

پیشنهادات

پیشنهادات زیر، بر اساس تجربیات موفق جهانی، اصول نظری پژوهش حاضر و چالش های خاص ایران در حوزه رسانه های دیجیتال، تدوین شده اند:

ایجاد یک چارچوب قانونی که به حفاظت از حقوق دیجیتال کاربران، امنیت ملی و نوآوری فناوری اطلاعات توجه داشته باشد، ضروری است. این چارچوب باید شامل قوانین مرتبط با حریم خصوصی کاربران، حفاظت از داده‌ها و امنیت سایبری باشد. در این راستا، الگوبرداری از قوانین بین‌المللی مانند GDPR^۱ اتحادیه اروپا، که به حفاظت از حریم خصوصی کاربران توجه ویژه دارد، می‌تواند مدل مناسبی برای ایران باشد. تدوین این چارچوب با همکاری تمام ذینفعان (دولت، شرکت‌های فناوری، نهادهای مدنی) صورت بگیرد.

در راستای کاهش نابرابری در دسترسی به اینترنت دولت باید به سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در مناطق محروم و روستایی بپردازد. اجرای پروژه‌های باند پهن ملی برای گسترش دسترسی به اینترنت در مناطق دورافتاده و بهبود کیفیت اینترنت در این مناطق، می‌تواند به توسعه همگانی کمک کند.

ایجاد سازوکارهای شفافیت در فرآیندهای سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال برای اعتمادسازی بین کاربران و دولت ضروری است. نظرسنجی عمومی و مشاوره با نهادهای مدنی و انجمن‌های کاربری پیش از تصویب قوانین جدید، می‌تواند مشارکت عمومی را در تصمیم‌گیری افزایش دهد.

تشکیل یک نهاد مستقل نظارتی برای نظارت بر عملکرد رسانه‌های دیجیتال، رعایت حقوق کاربران و تضمین آزادی بیان پیشنهاد می‌شود. این نهاد باید به‌طور مستقل از دولت عمل کند و گزارش‌های شفاف و عمومی ارائه دهد.

یکی از مهم‌ترین ابزارها برای مواجهه با چالش‌های مرتبط با رسانه‌های دیجیتال، افزایش سطح سواد رسانه‌ای و دیجیتال در جامعه است که به کاهش انتشار اطلاعات نادرست و ارتقاء آگاهی کاربران کمک می‌کند. ایجاد دوره‌های آموزش آنلاین و برنامه‌های آگاهی‌رسانی در مدارس و دانشگاه‌ها درباره حریم خصوصی، امنیت دیجیتال و استفاده مسئولانه از رسانه‌های اجتماعی پیشنهاد می‌شود.

در سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال، به‌جای تمرکز بر سانسور محتوا، استفاده از فناوری‌های هوش مصنوعی برای مدیریت و پالایش محتوا پیشنهاد می‌شود. هوش مصنوعی می‌تواند به بهبود فرایندهای پالایش محتوا و پیشگیری از انتشار اطلاعات نادرست یا مخرب کمک کند، بدون آنکه به حقوق کاربران تجاوز شود. بعنوان مثال: توسعه و استفاده از فناوری‌های هوش مصنوعی بومی برای تحلیل و پالایش محتوای رسانه‌های اجتماعی و کاهش نیاز به سانسور گسترده. ایران باید به‌طور فعال در تعاملات بین‌المللی در حوزه سیاست‌گذاری رسانه‌های دیجیتال شرکت کند و سیاست‌های خود را با توجه به استانداردهای جهانی به‌روزرسانی کند. این تعاملات می‌تواند به بهره‌گیری از تجربیات جهانی و رفع چالش‌های بومی در ایران کمک کند.

دولت باید سرمایه‌گذاری‌های بیشتری در فناوری‌های نوآورانه مانند هوش مصنوعی، بلاک‌چین و اینترنت اشیا (IoT)^۲ انجام دهد. ایجاد مراکز نوآوری دیجیتال و شتاب‌دهنده‌های فناوری در همکاری با بخش خصوصی و دانشگاه‌ها برای توسعه پروژه‌های فناوری محور و پشتیبانی از استارت‌آپ‌های نوپا.

^۱ General Data Protection Regulation

^۲ Internet Of Things

پیشنهادات برای تحقیقات آینده

نابرابری های دیجیتال همچنان یکی از چالش های اصلی در سیاست گذاری رسانه های دیجیتال است. تحقیقاتی که به بررسی دقیق تر عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مؤثر بر نابرابری دیجیتال در ایران بپردازند، می توانند به تدوین سیاست های جامع تری برای کاهش شکاف های دیجیتال کمک کنند. این تحقیق می تواند به تحلیل اثرات دسترسی به اینترنت، آموزش دیجیتال، و توانمندی های فناوری در نقاط مختلف کشور بپردازد.

با توجه به رشد روزافزون هوش مصنوعی (AI) در حوزه مدیریت محتوا، شخصی سازی اطلاعات، و پالایش داده ها، تحقیقات آینده می توانند به بررسی نقش و تأثیر AI در سیاست گذاری رسانه های دیجیتال بپردازند. این تحقیق می تواند به تحلیل چگونگی به کارگیری الگوریتم های AI در مدیریت محتوا و حفاظت از حریم خصوصی کاربران در فضای مجازی بپردازد.

مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان به نسبت سهم برابر در این پژوهش مشارکت داشته اند.

تأیید اخلاقی

رضایت کتبی آگاهانه از افراد برای انتشار اطلاعات ناشناس آنها در این مقاله اخذ شده است.

تعارض منافع

هیچ گونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است.

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. <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i1.37>
- Azar, A., Khosravani, F., & Jalali, R. (2016). *Soft operations research: Approaches to problem structuring* (2 ed.). Industrial Management Organization Press. Tehran. <https://shorturl.at/dtORU> [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. https://obs.sinaweb.net/article_12434.html?lang=en [In Persian]
- Baumfield, V. S. (2016). Stakeholder theory from a management perspective: Bridging the shareholder/stakeholder divide. *Stakeholder Divide*. <https://ssrn.com/abstract=2864191>
- Bonicalzi, S., De Caro, M., & Giovanola, B. (2023). Introduction: Digital Technologies and Human Decision-Making. *I. 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. <https://shorturl.at/C6DvE>
- 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. <https://shorturl.at/nwkBA>
- 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>
- Fatemi, S. Z., Azar, A., Moghbel Ba'Arz, A., & Khadivar, A. (2022). Exploring the Concept of Strategic Renewal with Soft System Methodology. *Strategic Management Thought*, 13(1). <https://sid.ir/paper/129841/en> [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/IJEER.2015.069680>
- 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. <https://doi.org/10.22059/IJSD.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>
- Kainja, J. (2023). Legal and Policy Gaps Affecting Digital Rights in Malawi. *Journal of Humanities*, 31(1), 1-19. <https://doi.org/10.4314/jh.v31i1.1>
- Kelly, R. B. (1985). Pathways of protein secretion in eukaryotes. *Science*, 230(4721), 25-32. <https://doi.org/10.1126/science.2994224>
- Kenny, V. (1984). An introduction to the personal construct psychology of George A. Kelly. *Irish Journal of Psychotherapy*. <https://psycnet.apa.org/record/1989-36478-001>
- 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. <https://doi.org/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>
- 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. <https://doi.org/20.1001.1.22286977.1396.7.4.10.1> [In Persian]
- 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.iICITAICT.2024.1328>
- 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*, 29–31. <https://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. <https://doi.org/20.1001.1.22286977.1396.7.1.2.7> [In Persian]

- 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. <https://doi.org/20.1001.1.2322200.1394.19.3.7.9> [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. <http://iieshrm.ir/article-1-364-fa.html>
- 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>

