

شناسایی راهبردهای مؤثر بر تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی^۱

لطف‌اله سیاهکلی^۲؛ سید مرتضی موسویان^۳؛ حامد حاجی ملامیرزایی^۴

تاریخ ارسال: ۱۴۰۴/۰۹/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۸/۱۰

چکیده

هدف این پژوهش، شناسایی مهم‌ترین راهبردهای مؤثر بر تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی است. برای دستیابی به این هدف، راهبردهای اجرایی نظام‌های تنظیم‌گری در چهارچوب رویکردهای تحمیلی، تنظیم‌گری پاسخگو، مبتنی بر ریسک و مبتنی بر اصول و استانداردها بررسی شدند. پژوهش با بهره‌گیری از روش آمیخته و با ترکیب روش کیفی (تحلیل محتوای کیفی) و روش کمی (برازش مدل) انجام شده است. جامعه آماری شامل ۱۸ نفر از متخصصان، مدیران سکوها، بخش خصوصی، سیاست‌گذاران و مدیران دولتی-حاکمیتی است که براساس نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند. در بخش کمی، ۱۳۴ تن از خبرگان حوزه رسانه و فضای مجازی براساس نمونه‌گیری غیراحتمالی انتخاب شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد که راهبردهای مؤثر تنظیم‌گری در چهار دسته اصلی تقنینی، نظارتی، تنبیهی و تسهیل قابل دسته‌بندی هستند. راهبرد تقنینی، بر پایه شواهد محوری، مشورت با ذی‌نفعان و تلفیق مقررات سخت و نرم، مقرراتی منعطف و کارآمد را ایجاد می‌کند. راهبرد نظارتی از طریق ممیزی محتوا، صدور مجوز و نظام رده‌بندی سنی، بر چرخه فعالیت خدمات رسانه‌ای نظارت و آن را تعدیل می‌کند. راهبرد تنبیهی با ابزارهایی از محدودیت‌های دسترسی، انتشار و جریمه تا تعلیق مجوز، با متخلفان برخورد می‌کند و نهایتاً راهبرد تسهیل‌گری با اقدامات حمایتی و انگیزشی، به توسعه و توانمندسازی بازیگران حوزه رسانه می‌پردازد.

واژه‌های کلیدی

تنظیم‌گری، صوت و تصویر، حکمرانی رسانه، فضای مجازی.

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

۲. دانشجوی دکتری مدیریت راهبردی فضای سایبر، دانشکده امنیت ملی، دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

ls.siahkali@gmail.com

۳. دانشیار گروه مدیریت راهبردی فضای سایبر، دانشکده امنیت ملی، دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران.
info@mousavian.ir

۴. دانشیار گروه تاریخ و تمدن اسلامی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
hamed.mollamirzaee@sndu.ac.ir

مقدمه

گذار از «عصر ارتباطات» به «عصر اطلاعات»، تحول مهمی را در نحوه تولید، اشتراک و استفاده از رسانه‌ها را نشان می‌دهد (Castells, 2013). عصر ارتباطات که با ظهور تلویزیون، رادیو و رسانه‌های آغاز شد، عمدتاً بر پخش اطلاعات به مخاطبان انبوه متمرکز از طریق زیرساخت‌های برودکست متمرکز بود. با پیشرفت فناوری، ظهور اینترنت و سکوه‌های دیجیتال، ظهور عصر اطلاعات پدید آورد که در آن افراد دسترسی گسترده‌ای را به حجم وسیعی از خدمات رسانه‌ای و غیر رسانه‌ای پیدا کردند و امکان تغییر از مصرف غیرفعال به مشارکت فعال در نحوه انتخاب کاربران را فراهم کرد. شواهد میدانی نیز نشان‌دهنده آن است که رسانه‌های جدید بر رسانه سنتی غلبه پیدا کرده‌اند، به‌طور مثال «یوتیوب» با بیش از ۲.۷ میلیارد کاربر فعال ماهانه در سراسر جهان، به‌عنوان یکی از سکوه‌های غالب و پرنفوذ رسانه‌های دیجیتال تبدیل شده است (George, 2025). این سکو در بسیاری از بازارها به بخشی لاینفک از مصرف روزانه رسانه تبدیل شده است. سرویس «نتفلیکس»^۱ به‌عنوان یک خدمت درخواستی (VOD) در سال‌های اخیر، توانسته بیش از ۲۴۷ میلیون مشترک در بیش از ۱۹۰ کشور جهان را جذب نماید (Jati & Serenade, 2024). این آمارها نشان‌دهنده تأثیرات گسترده فناوری‌های نوین بر نظام‌های تولید، توزیع، مصرف رسانه‌ای در سراسر جهان است. با وجود این، به نظر می‌رسد توسعه فناوری‌های جدید نظیر هوش مصنوعی انسان را وارد عصر جدیدی به نام عصر «تبادل» یا «مبادله» نموده‌است. در عصر مبادله، سکوها، با خلق مشترک ارزش و دانش عرصه حیات اجتماعی را به گونه شکل می‌دهند که در آن کاربران نه تنها اطلاعات را دانش تبدیل می‌کنند، بلکه در تبادلات، خدمات ایده‌ها در زمان واقعی به مشارکت گرفته و تعاملات اقتصادی و اجتماعی را تغییر می‌دهند. از این منظر به نظر می‌رسد که فضای جدید قادر به انتقال اطلاعات است عصر ارتباطات مقدمه برای عصر تبادلات است و مقدمه‌ای برای آن است (Dijck et al., 2019)

1. Netflix.

با این حال، این تحولات چالش‌های مهمی را ایجاد نموده که غلبه بر آن نیازمند حکمرانی خوب است. سرعت در جریان اطلاعات می‌تواند منجر به اطلاعات نادرست، نگرانی در مورد حفظ حریم خصوصی داده‌ها و دسترسی نابرابر به فناوری شود که به‌طور بالقوه شکاف‌های دیجیتالی و هوش را تشدید می‌کند (Helberger et al, 2017). تنظیم‌گری در عصر مبادله برای تضمین عدالت، حمایت از حقوق فردی و ترویج شفافیت بسیار مهم است. همان‌طور که در این چشم‌انداز پیچیده حرکت می‌کنیم، ایجاد اقدامات نظارتی مؤثر برای بهره‌گیری از مزایای عصر مبادله و در عین حال کاهش خطرات آن، ویژگی اصلی حکمرانی خردمندانه در فضای مجازی خواهد بود و تضمین‌کننده آن است که تکامل زیست بوم جدید اطلاعاتی شکل گرفته در خدمت منافع و مصالح عمومی جامعه باشد.

فضای کشور ما نیز از این قاعده مستثنی نبوده است و مسئله تحولات فناورانه در خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر و سکوه‌های اشتراک‌گذاری ویدیو به قانون بحث‌های سیاستی- قانونی در بخش رسانه در جمهوری اسلامی تبدیل شده است. افزایش محتوای تولید شده توسط کاربر و گسترش سرویس‌های استریم نه تنها نحوه مصرف کاربران را تغییر داده، بلکه تأثیرات آن بر جامعه را تا ساحت پنهان زندگی کشانده و در نهایت سبک زندگی را تحت تأثیر قرار داده است. امروز این خدمات نقش مهمی در شکل‌دهی روایت‌های فرهنگی، تأثیرگذاری بر افکار عمومی و اقتصاد ملی را دارند و بدین‌سان تنظیم‌گری مؤثر برای محافظت از کاربران و تضمین یک میدان بازی منصفانه برای ارائه‌دهندگان محتوا و خدمات ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. یکی از ابتکارات سیاستی در حوزه رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر، مأموریت اجرای تنظیم‌گری به سازمان صداوسیما از سوی رهبر معظم انقلاب بوده است. این امر که برآمده از تفسیر شورای نگهبان در خصوص اصول چهل و چهارم (۴۴) و یکصد و هفتاد و پنجم (۱۷۵) قانون اساسی بوده، آغازگر یا هسته مرکزی رویکرد حقوقی کشور و ایجاد سازوکار نظارتی برای سامان‌دهی و انطباق نظام ارتباطی- رسانه‌ای کشور در بخش صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی می‌باشد. مدیریت فضای مجازی و همگام کردن آن با سازمان صداوسیما ملی از طریق اعمال مقررات و ارائه راهکارهایی برای

استفاده شایسته از این فضا و سامان‌دهی مشکلات آن، دغدغه مهم مسئولان نظام جمهوری اسلامی ایران و کارشناسان این حوزه است. تاکنون نیز کارشناسان مختلف، طرح‌های متنوعی برای آن ارائه کرده‌اند، اما به سبب چندلایه بودن مشکلات این فضا، طرح‌های تک‌نگر متخصصان علوم مختلف نتوانسته آن‌طور که انتظار می‌رود برای مدیریت فضای سایبری مؤثر باشد. مقررات مربوط به این حوزه، با وضعیت کنونی جامعه انطباق ندارد و نمی‌تواند مؤثر واقع گردد. در عمل نیز قانون‌گذاران و نیز مجریان این قوانین در برقراری نظم و رعایت اعتدال و حفظ حقوق افراد جامعه کم‌توفیق هستند. به همین دلیل، این پژوهش طرح نظام جامع تنظیم مقررات فضای مجازی را از طریق مطالعات و کارشناسی‌های انجام‌شده بررسی می‌کند و به‌جای کارشناسان فردی، بر کارشناسی گروهی متشکل از فعالین در این شبکه‌ها و شبکه‌های ملی، مدیران و برنامه‌ریزان رسانه‌ملی، کارشناسان و محققین این فضا و مجریان قانون و نیز نمایندگان مردمی تأکید می‌کند. در واقع، تنظیم‌گری، به‌عنوان مرجعی برای بهره‌بردارهای تازه‌وارد و بهره‌بردارهای قدیمی است و هم‌زمان با گسترش سازمان‌های تنظیم‌گر، چشم‌انداز این مسئله نیز باید موردتوجه قرار گیرد. هنگامی که نهاد تنظیم‌گر تشخیص دهد که سوءاستفاده‌ای در رسانه‌های صوتی و تصویری رخ داده است، باید چهارچوب‌های قانونی مؤثری را برای اصلاح وضعیت به وجود آمده در این حوزه فراهم کند که این مهم، بدون توجه به مشکلات جاری فضای مجازی کشور میسر نخواهد شد که برخی از آنها عبارت‌اند از:

- ❖ عدم طراحی معماری نهادی تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر؛
- ❖ گرایش طبیعی محتوای فضای مجازی به سمت ناسالم بودن به‌دلیل اقتضائات خاص خود؛
- ❖ تداخل در وظایف دستگاه‌ها در حوزه تنظیم‌گری که موجب ولنگاری وضع موجود شده؛
- ❖ شفاف نبودن یا خلأ در قواعد و قوانین مرتبط با حکمرانی رسانه‌ای در فضای مجازی؛

شناسایی راهبردهای مؤثر بر تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی

- ❖ چالش در تعریف مفهوم منفعت عمومی و تنش میان منافع اقتصادی و فرهنگی؛
- ❖ سردرگمی کسب‌وکارها و خدمات عرصه صوت و تصویر فراگیر به دلیل پیش‌بینی‌ناپذیر بودن رفتارهای نهاد تنظیم‌گر؛
- ❖ آشفتگی در نظام مسئولیت حقوقی رسانه‌های کاربرمحور؛
- ❖ ضعف در هدایت‌گری جریان تولید، تأمین، انتشار و مصرف انبوه محتوا؛
- ❖ عدم تجهیز نظام تنظیم‌گری به ابزارهای تسهیل‌گری، انگیزشی و بازدارنده به‌شکل توأمان.

در این راستا، طراحی یک نظام جامع تنظیم‌گری که بتواند هم‌زمان آسیب‌ها، خلأهای حقوقی و نیازهای آتی این عرصه را شناسایی کند، ضروری به نظر می‌رسد. چنین نظامی باید با تکیه بر رویکردی مدیریتی و بهره‌گیری از علوم ارتباطات، الگویی کارآمد و بومی برای تنظیم‌گری محتوای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی، با تأکید بر نقش محوری رسانه ملی طراحی کند. این الگو می‌بایست در چهارچوب حقوق مردم، مصالح جامعه، پایداری حکومت و حفظ نظم عمومی، راهبردهای کلانی را مورد توجه قرار دهد. از یک سو، حضور سازمان صداوسیما به‌عنوان پخش‌کننده فراگیر و رسمی رسانه‌ای در کشور امری اجتناب‌ناپذیر و ضروری است و باید همچنان به ایفای این نقش ادامه دهد. از سوی دیگر، با توجه به فراگیری فضای مجازی و افزایش روزافزون کاربران آن و همچنین فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از این فضا برای صداوسیما، لازم است این سازمان با بهره‌گیری از یک طرح راهبردی، علاوه بر حفظ مزیت پخش گسترده خود، از ظرفیت‌های سکوی داخلی نیز در راستای تحقق یک زیست‌بوم رسانه‌ای بالغ و پایدار بهره‌برد. این پژوهش در پی آن است تا با شناسایی راهبردهای مؤثر تنظیم‌گری در حوزه صوت و تصویر فراگیر، پشتوانه‌ای علمی و سیاستی برای اقدامات آتی رسانه ملی فراهم آورد و زمینه را برای اجرای کامل فرمان مقام معظم رهبری و رفع نگرانی‌های ایشان، همچنین سامان‌بخشی به فضای مجازی کشور، مهیا سازد.

پیشینه پژوهش

در سال‌های اخیر، پژوهش‌های متعددی پیرامون موضوع تنظیم‌گری رسانه‌ها در ایران انجام شده‌اند که هر یک از منظره‌های گوناگون به بررسی ابعاد حقوقی، اجتماعی، فرهنگی و سیاست‌گذاری این حوزه پرداخته‌اند. این مطالعات تلاش کرده‌اند تا با تحلیل ساختارهای موجود، چالش‌ها و فرصت‌های تنظیم‌گری رسانه‌ای را در کشور شناسایی کرده و راهکارهایی برای بهبود آن ارائه دهند. در ادامه، به تحلیل و بررسی برخی از این پژوهش‌ها از جنبه‌های مختلف می‌پردازد. این جنبه‌ها شامل مسئله‌محوری پژوهش، روش‌شناسی به‌کاررفته، یافته‌های کلیدی و پیشنهادات ارائه‌شده هستند. هدف از این تحلیل، دستیابی به درک جامع‌تر از وضعیت تنظیم‌گری رسانه‌ها در ایران و شناسایی مسیرهای بهینه برای توسعه خدمات و محتوای داخلی است.

حسنی (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان حکمرانی و تنظیم‌گری سکوه‌های ویدیویی در ایران؛ از منازعه بر سر نهاد متولی تا تعدیل محتوا، به بررسی چالش‌های حقوقی و فناورانه در تنظیم‌گری سکوه‌های ویدیویی کاربرساخته در ایران می‌پردازد و با تمرکز بر آپارات، سه سطح مناقشه شامل تعریف محتوای ویدیویی، تعیین نهاد تنظیم‌گر و شیوه تعدیل محتوا را تحلیل می‌کند. نویسنده پیشنهاد می‌دهد که یک قانون جامع ارتباطات تدوین شده و نهاد کلان تنظیم‌گر با در نظر گرفتن تحولات فناورانه تأسیس شود. مزیت علمی این پژوهش، تحلیل چندلایه و دقیق مناقشات حقوقی و نهادی در تنظیم‌گری رسانه بوده لیکن تمرکز صرف بر یک سکو خاص (آپارات) ممکن است از تعمیم‌پذیری نتایج بکاهد.

گاپله و همکاران (۱۴۰۴) با عنوان در پژوهشی با عنوان الگوی حکمرانی تنظیم‌گری رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر ایران با استفاده از نظریه‌پردازی داده‌بنیاد و مصاحبه با خبرگان، به طراحی الگوی پارادایم برای تنظیم‌گری رسانه‌های صوت و تصویر در ایران می‌پردازد. پژوهش شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر و کنش‌ها را بررسی کرده و شاخص‌هایی مانند استقلال، پاسخ‌گویی و شفافیت را برای نهاد تنظیم‌گر پیشنهاد می‌دهد. دستاورد مهم این پژوهش، ساختار منسجم نظری و ارائه چهارچوب جامع برای تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در ایران بوده است.

قاسمزاده و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان الگوی حکمرانی در سکوه‌های ویدیویی آنلاین با تأکید بر نقش صنعت، با هدف ارائه الگویی علمی برای حکمرانی مشارکتی در سکوه‌های ویدیویی آنلاین، از روش داده‌بنیاد و مصاحبه با خبرگان بهره‌گرفته است. یافته‌ها این پژوهش نشان می‌دهد که تحقق منفعت عمومی نیازمند ایفای مسئولیت اخلاقی، حقوقی و اجتماعی صنعت رسانه از طریق تدوین حقوق نرم و سازوکارهای انگیزشی و داوری حقوقی است. نقطه قوت این پژوهش، ارائه شواهد متعددی از نظام‌های خود تنظیم‌گری و تنظیم‌گری مشارکتی در سطح اتحادیه اروپا بوده است اما چگونگی اجرا و پیاده‌سازی این تجارب در بستر حقوقی-سیاستی ایران راهکارهایی عملیاتی ارائه نشده است.

نصراللهی (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان الگوی سیاست‌های مطلوب پالایش (فیلترینگ) فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران، به بررسی منازعات پیرامون پالایش فضای مجازی در ایران می‌پردازد و با استفاده از مصاحبه با خبرگان و تحلیل مضمونی، سه الگوی سیاستی برای بهبود پالایش ارائه می‌کند. این الگوها شامل پالایش حاکمیتی اصلاح‌شده، پالایش غیرمتمرکز مردمی و پالایش فرهنگی-ارتباطی هستند که بر مفاهیمی مانند خودپالایشی و رتبه‌بندی محتوا تأکید دارند. نقطه اتکای این پژوهش، ارائه الگوهای متنوع و نوآورانه برای سیاست‌گذاری پالایش فضای مجازی در سطح نظری بوده است، اما به‌مانند پژوهش قبل برای چگونگی اجرا و پیاده‌سازی این تجارب در بستر حقوقی-سیاستی ایران راهکارهایی عملیاتی ارائه نشده است.

اسماعیلیان (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان ارائه الگویی برای نهاد تنظیم‌گر رسانه‌های نوین صوتی تصویری بر پایه روش تصمیم‌گیری پابرجا به ارائه الگویی برای نهاد تنظیم‌گر رسانه‌های نوین در ایران می‌پردازد. یافته‌ها نشان می‌دهد که نهاد تنظیم‌گر مستقل و همگرا با مشارکت مردمی و جداسازی خطمشی‌گذاری از تنظیم‌گری، می‌تواند الگویی پایدار برای آینده رسانه‌ها باشد. ویژگی شاخص این پژوهش، تفکیک قائل شدن میان ساختار وضع مقرر یا سیاست‌گذاری و سازمان اجرایی نهاد تنظیم‌گر است، اما علی‌رغم این جزئیاتی از چگونگی تشکیل این نهاد تنظیم‌گری براساس چهارچوب‌های قانونی کشو ارائه نکرده است.

در جمع‌بندی نهایی، باید به این نکته اشاره کرد که تحقیقات داخلی سهم به‌سزایی در شناسایی چالش‌ها، مدل‌سازی نظری و تبیین اصول اساسی تنظیم‌گری رسانه‌ای در ایران داشته‌اند. با این حال، عمدتاً از فقدان عمق کافی در جنبه‌های عملی و عملیاتی رنج می‌برند. مهم‌ترین محدودیت این مطالعات، کلان‌نگر بودن آنها و فقدان نگاه خرد (بخشی) و همچنین در برخی موارد، غفلت از استفاده از روش‌شناسی میدانی و مطالعه موردی است. بسیاری از این مطالعات تنها بر یک جنبه مانند خودتنظیم‌گری یا نظارت تمرکز کرده‌اند و نگاهی جامع، نظام‌مند و چندوجهی به موضوع تنظیم‌گری نداشته‌اند. علاوه بر این، غفلت از بافت پیچیده سیاسی-فرهنگی ایران و تعامل ذی‌نفعان مختلف نیز از نقاط ضعف این مطالعات است. از سوی دیگر، نقاط قوت آنها را می‌توان در معرفی و بومی‌سازی مفاهیم اساسی حکمرانی و تنظیم مقررات، شناسایی اولیه چالش‌های نهادی و زمینه‌سازی برای مطالعات عمیق‌تر یافت.

چهارچوب نظری

تنظیم‌گری، مفاهیم، نظریه و انواع آن

مفهوم تنظیم‌گری دارای ابعاد چندگانه است و فاقد تعریفی جهان‌شمول و مورد توافق میان تمامی رشته‌های علمی می‌باشد. با این حال، اجماع نسبی وجود دارد که «الگوی کلاسیک تنظیم‌گری» شامل مداخله‌ای عمدی و مستقیم از سوی بازیگران عمومی در فعالیتهای اقتصادی بخش خصوصی است که مشتمل بر تعیین مقررات، استانداردها و نظارت حقوقی بر اجرای آنها می‌شود (Koop & Lodge, 2017). سه نظریه اصلی تبیین‌کننده مفهوم تنظیم‌گری عبارت‌اند از نظریه منافع عمومی^۱، نظریه اقتصادی شیکاگو^۲ و نظریه انتخاب عمومی^۳ (Hertog, 1999). این نظریه‌ها به تبیین و پیش‌بینی چگونگی و مکان وقوع تنظیم‌گری در حوزه اقتصادی و اجتماعی می‌پردازند. تنظیم‌گری در واقع به معنای کنترل دولت بر کنش افراد از طریق الزامات قانونی و تأثیرگذاری بر ورودی‌های بازار،

1. Public Interest Theory.
2. Chicago School Theory.
3. Public Choice Theory.

قیمت‌ها و استانداردهاست (Mondal, 2019). طبق نظریه منفعت عمومی، تنظیم‌گری دولتی ابزاری برای غلبه بر معایب رقابت ناکامل، عملکرد بازار نامتعادل، بازارهای گم‌شده و نتایج نامطلوب بازار است (قاسمزاده و همکاران، ۱۴۰۰)؛ نظریه شیکاگو، فرض می‌کند که تنظیم‌گری در درجه اول به ایجاد تعادل بین منافع گروه‌های ذی‌نفع و تنظیم ساختارهای مازاد در بازار نظارتی کمک می‌کند (اسماعیلیان و ناظمی، ۱۳۹۷). در واقع، این دو دیدگاه یعنی منافع عمومی و نظریه تسخیر (که از دل نظریه شیکاگو طرح شده)، ماهیتاً هنجاری تلقی می‌شوند، در حالی که نظریه انتخاب عمومی تنظیم‌گری را ابزاری برای مشروعیت، به‌عنوان رویکردی واقع‌گرایانه مطرح می‌شود. تکامل مفهوم تنظیم‌گری در حوزه‌های گوناگونی از محیط‌زیست و حقوق تا اقتصاد، جامعه‌شناسی و علوم سیاسی به‌صورت غیرخطی صورت گرفته است. این تفاوت‌ها عمدتاً ناشی از روش‌های متفاوت مداخله و تنظیم در هر حوزه است. درک این دیدگاه‌های متنوع برای تحلیل دقیق سیاست‌های عمومی و طراحی مداخلات مؤثر، به‌ویژه در حوزه تنظیم‌گری رسانه، امری ضروری محسوب می‌شود.

ساختارهای نظارتی در حوزه‌های مختلف، از الگوی سنتی تنظیم‌گری دولتی به‌سمت اشکال نوینی مانند خودتنظیم‌گری، تنظیم‌گری مشترک و فرانتظیم‌گری^۱ تکامل یافته‌اند (Black, 2019). تنظیم‌گری مقرراتی به سازوکارهای که مستقیماً توسط مقامات دولتی یا سازمان‌های دولتی وضع و اجرا می‌شوند. این مقررات شامل قوانین، مقررات و سازوکارهای رسمی انطباق است که توسط نهادهای قانون‌گذاری برای کنترل رفتارها، حفاظت از منافع عمومی ایجاد می‌شوند. خودتنظیم‌گری به نظامی اشاره دارد که در آن انجمن‌های حرفه‌ای، مسئولیت اداره و نظارت بر خود را بر عهده می‌گیرند؛ در حالی که تنظیم مشترک، برای این انجمن‌ها در چهارچوبی قانونی، نقش‌های رسمی تعریف می‌کند (Black, 2019; Latzer et al., 2004).

شواهد تجربی تنظیم‌گری در سراسر جهان به‌ویژه در کشورهای اروپایی، نشان‌دهنده آن است که تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای غالباً به شیوه‌ای ترکیبی اجرا می‌شود که هر سه مدل تنظیم‌گری دولتی، خودتنظیم‌گری و تنظیم‌گری مشارکتی

1. Meta-Regulation.

در کنار هم عمل می‌کنند. به‌عنوان نمونه، آف‌کام^۱ به‌عنوان نهاد دولتی تنظیم‌گر در بریتانیا، چهارچوب قانونی و سیاستگذاری‌های اصلی را تدوین و اجرا می‌کند تا اطمینان حاصل شود رسانه‌ها طبق مقررات فعالیت می‌کنند و حقوق مخاطبان حفظ می‌شود. در عین حال، نهادهایی مانند نیکام^۲ در هلند خودتنظیم‌گری را تقویت می‌کنند؛ در هلند، مسئولیت حمایت از مخاطبان زیر سن قانونی به‌صورت مشترک بر عهده «کمیساریای ملی نظارت بر رسانه‌ها» (CvdM) و «مؤسسه طبقه‌بندی رسانه‌های جمعی و بصری» (NICAM) گذاشته شده است. براساس قانون رسانه‌های مصوب سال ۲۰۰۸، تمامی رسانه‌های عمومی و خصوصی که قصد پخش خطی محتوای صوتی و تصویری را دارند، ملزم به عضویت در NICAM و رعایت ضوابط تعیین‌شده توسط این نهاد در خصوص رده‌بندی سنی هستند (Arnold, 2019). از سوی دیگر، تنظیم‌گری مشارکتی نیز به‌ویژه در مقابله با چالش‌های رسانه آنلاین و فناوری‌های دیجیتال اهمیت یافته است؛ برای نمونه، بنیاد دیده‌بان اینترنت (IWF) در بریتانیا با همکاری دولت و بخش خصوصی به فرایندهای حذف و کنترل محتوای مجرمانه و مضر را از طریق فناوری‌های نظارتی کمک می‌کند؛ این الگو نمونه‌ای بارز از تنظیم‌گری مشارکتی است که پیوند میان نظارت دولتی و خودتنظیم‌گری صنعت در مقابله با موضوعات پیچیده از جمله محتوای حساس را نشان می‌دهد (قاسم‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰). تحقیقات و تجربیات عملی نشان می‌دهند که این مدل‌های ترکیبی به‌دلیل سازگاری با پیچیدگی‌ها و سرعت تغییرات فناوری رسانه‌ای، در کشورهای مختلف از جمله کشورهای اروپایی مؤثرتر و پایدارتر بوده‌اند. این الگوها به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که همگام با تحولات جامعه (توزیع قدرت در لایه‌های افقی) و بر پایه مشارکت تمامی گروه‌های مؤثر ذینفع، عمل می‌کنند.

حکمرانی رسانه‌ای و تنظیم‌گری

بخش دیگر رویکردهای تبیین‌کننده ادبیات تنظیم‌گری از منظر تفکر نهادی نشئت می‌گیرد؛ این رویکرد در ارتباط با مفهوم حکمرانی^۳ شکل گرفته است؛ در

1. Ofcom.

2. NICAM (Age classification).

3. Governance.

واقع، با تغییر از الگوی سنتی «دولت متمرکز»^۱ به الگوی جدید «حکمرانی»، ماهیت تنظیم‌گری نیز دچار تحولی اساسی شده است. در این فرایند گذار، تنظیم‌گری دیگر به روش‌های مستقیم و دستوری قدیم بسنده نمی‌کند و به‌عنوان یک فرایند فعال و مشارکتی شناخته می‌شود. در این فرایند، نهادهای مستقل تنظیم‌گر با همکاری شبکه‌ای گسترده شامل بخش خصوصی، جامعه مدنی و دیگر ذی‌نفعان در قالب حکمرانی چندذینفعی^۲ ایفای نقش می‌کنند (Schleifer, 2019). در این الگو نهادهای تنظیم‌گر به‌جای به‌کارگیری کنترل ابزارهای مستقیم، با «معماری نهادی تنظیم‌گری»^۳، منجر به ایجاد شکل ترکیبی و نوینی نیز شده که «آژانس‌های شبکه‌ای» نامیده می‌شوند (Levi-Faur, 2013). در چنین شرایطی در کنار ابزارهای سنتی تنظیم‌گری اعم از وضع مقررات، نظارت حقوقی، تسهیل‌گری، تنظیم‌گری که بر پایه شواهد^۴ بنا شده و از فناوری‌های نوین مانند علم داده استفاده می‌کنند، این روش‌ها راه‌حل‌های مؤثری برای مواجهه با چالش‌های پیچیده نظارتی به ارائه می‌دهند. این روش‌ها به‌طور ذاتی با الزامات تنظیم‌گری مؤثر هماهنگ هستند، زیرا امکان تحلیل دقیق‌تر، نظارت هوشمند و اتخاذ تصمیمات مبتنی بر داده‌های عینی را برای نهادهای نظارتی فراهم می‌کنند (Cabugueira, 2020). این تحولات مفهومی و نهادی در حوزه تنظیم‌گری، در عمل مستلزم بازتعریف سازوکارهای اجرایی و الگوهای عملیاتی است.

شیوه‌های اجرا و پیاده‌سازی تنظیم‌گری

تنظیم‌گری ابزاری حیاتی برای حصول اطمینان از اینکه صنایع، بازارها و خدمات عمومی به شیوه‌ای منصفانه، ایمن و کارآمد عمل می‌کنند، است. تنظیم‌گری مؤثر نه تنها به قوانین تعریف شده نیاز دارد، بلکه به سازوکارهای اجرایی قوی نیز نیاز دارد. بالدوین و همکاران (۲۰۱۰) در کتاب فهم تنظیم‌گری چهار رویکرد کلیدی برای اجرا و پیاده‌سازی را از یکدیگر تفکیک می‌کنند:

1. Government.
2. Multistakeholder Governance.
3. Regulatory Architecture.
4. Data-driven Regulation.

تنظیم‌گری تحمیلی^۱

اجرا، بُعد حیاتی چهارچوب‌های نظارتی است که تضمین می‌کند نهادها به قوانین و استانداردهای تعیین شده پایبند باشند. ابزارهای اجرایی بسته به ماهیت حوزه نظارتی، ویژگی‌های نهادهای تحت نظارت و اهداف مرجع تنظیم‌کننده، می‌توانند شکل‌های بسیار متفاوتی به خود بگیرند. بالدوین، کیو و لاج تأکید می‌کنند که طراحی استراتژی‌های اجرایی کارآمد نه تنها برای حفظ اعتبار نهادهای نظارتی ضروری است، بلکه نقش کلیدی در دستیابی به اهداف کلان سیاستی در حوزه عمومی ایفا می‌کند (Baldwin et al., 2010). این رویکرد، مبتنی بر روش‌های سنتی نظارتی است که بر اعمال قوانین از طریق ابزارهای تنبیهی و دستوری تمرکز دارد. در این الگو، تنظیم‌کنندگان با استفاده از جریمه‌ها، مجازات‌ها، یا تهدید به تعلیق مجوزها، سعی در وادار کردن نهادها به رعایت قوانین دارند؛ به‌طور مثال در حوزه محیط‌زیست، اگر کارخانه‌ای آلاینده‌ها را بیش از حد مجاز منتشر کند، تنظیم‌گر مستقیم آن را جریمه یا تعطیل می‌کند. این روش ممکن است به «مقاومت منفعلانه» یا کاهش مشارکت نهادها بینجامد، چرا که رابطه تنظیم‌کننده و تنظیم‌شونده را خصمانه می‌کند. یکی از چالش این رویکرد، دشواری در نظارت بر پایبندی سازمان‌ها به قوانین است. مراجع تنظیم‌گر اغلب در تضمین اجرای تعهدات توسط نهادها به‌ویژه در شرایطی که منابع مالی یا انسانی محدود است یا سازمان‌ها در محیط‌های پیچیده و پویا فعالیت می‌کنند با مشکلات جدی روبه‌رو می‌شوند. تفاوت در سطح پایبندی سازمان‌ها به قوانین، فرایند اجرای مقررات را دشوارتر می‌کند. این امر موجب می‌شود تنظیم‌کنندگان ناچار شوند به‌جای اتخاذ رویکردهای یکسان، راهکارهای منعطف و خاص هر صنعت را طراحی کنند تا با شرایط متنوع سازگار شوند. این امر به‌ویژه در بخش‌هایی که چشم‌انداز نظارتی به‌دلیل پیشرفت‌های تکنولوژیکی یا تغییرات در پویایی بازار به‌طور مداوم در حال تغییر است، اهمیت دارد (Baldwin et al., 2010).

1. Enforcing Regulation.

تنظیم‌گری پاسخگو^۱

تنظیم‌گری پاسخگو یک رویکرد نظارتی است که مداخلات را براساس رفتار و نگرش نهادهای تحت نظارت تنظیم می‌کند (Braithwaite et al., 2007). این رویکرد از یک «هرم استراتژی» استفاده می‌کند که در پایین‌ترین سطح آن، اقدامات کمتر اجباری (مانند گفتگو و راهنمایی) و در سطوح بالاتر، مداخلات سخت‌گیرانه‌تر (مانند جریمه یا محدودیت فعالیت) قرار می‌گیرند. تمرکز اصلی این روش بر انعطاف‌پذیری، گوش دادن به نهادها و انتخاب مشورتی راهکارهای نظارتی است تا متناسب با شرایط، بهترین استراتژی اجرا شود (Braithwaite, 2016). تنظیم‌گری پاسخگو تنها به تعامل با نهادها محدود نمی‌شود، بلکه تنظیم‌کنندگان را تشویق می‌کند تا به عوامل گوناگونی مانند رویه‌های عملیاتی شرکت‌ها، شرایط محیطی سازمان‌ها و کارآمدی ابزارهای نظارتی نیز توجه کنند (Baldwin & Black, 2008). برای نمونه، در حوزه مالیات، این رویکرد می‌کوشد با رفتار احترام‌آمیز با مؤدیان، برخورد سازنده با مقاومت‌ها و اعمال مداخلات شدیدتر در صورت لزوم، سطح تمکین مالیاتی را بهبود بخشد. اگرچه مطالعات نشان می‌دهند این روش می‌تواند نسبت به رویکردهای دستوری سنتی (از بالا به پایین) اثربخش‌تر باشد، اما موفقیت آن به‌دقت در انتخاب راهبردهای مداخله‌ای وابسته است. به عبارت دیگر، تنظیم‌کنندگان باید بتوانند با تحلیل دقیق شرایط، از میان گزینه‌های هرم استراتژی، مناسب‌ترین راهکار را انتخاب کنند تا به نتیجه مطلوب برسند (Braithwaite, 2016).

آیزر و بریتویت^۲ از چنین راهبردهایی به‌عنوان یک استراتژی «مقابله به مثل» یاد می‌کنند که در آن ترکیبی از تنبیه و تشویق استفاده می‌شود و به‌احتمال زیاد مؤثر است. همان‌طور که توسط آیزر و بریتویت مطرح شد، فرهنگ‌های تنظیم‌گری می‌توانند با استفاده از پیام‌رسانی هوشمندانه توسط نهادهای مقررات گذار انتقال داده شوند. به این ترتیب که هرگونه تشدید عدم رعایت قوانین توسط صنایع یا گروه‌های جمعی، می‌تواند با تشدید مجازات توسط دولت پاسخ داده شود. در نتیجه، یک راهبرد تنظیم‌گری حاصل می‌شود که در آن مداخله دولت

1. Responsive Regulation.

2. Ian Ayres and John Braithwaite.

بیشتر می‌باشد. این موضوع به بهترین وجه در شکل زیر نشان داده شده است (قاسم‌زاده، ۱۴۰۱).



شکل ۱- نمونه هرم مراحل اجرایی (منبع: Baldwin et al., 2010)

تنظیم‌گری مبتنی بر ریسک^۱

تنظیم‌گری مبتنی بر ریسک (RBR) رویکردی است که می‌کوشد با سازگار کردن اقدامات نظارتی با میزان خطر واقعی ناشی از بخش‌ها یا فعالیت‌های مختلف، کارایی نظام نظارتی را افزایش دهد (Molfetas & Grava, 2020). این رویکرد در تقابل با تنظیم‌گری دستوری و سخت‌گیرانه قرار دارد و به جای آن، بر تعیین اهداف کلی و مدیریت ریسک‌های احتمالی تمرکز می‌کند؛ به گونه‌ای که هم صرفه اقتصادی داشته باشد و هم محدودیت‌های ریسک‌پذیری را در نظر بگیرد (Flüeler & Seiler, 2003). در چهارچوب این الگو، مراجع نظارتی باید سطح ریسک قابل‌قبول در هر حوزه را مشخص کنند و به‌نوعی خود مسئولیت مدیریت ریسک را بر عهده بگیرند؛ مطالعات انجام شده در کشورهای و صنایع مختلف، قابلیت اجرای این رویکرد را بررسی کرده و هم زمان با شناسایی مزایای آن (مانند کاهش هزینه‌ها)، چالش‌های عملیاتی آن (مانند پیچیدگی فنی) را نیز برجسته ساخته‌اند (Black, 2010). اگرچه این رویکرد از نظر نظری جذاب و از جنبه اقتصادی توجیه‌پذیر است، اما اجرای آن پرسش‌های فنی و حقوقی چالش برانگیزی را به‌همراه دارد. هدف نهایی تنظیم‌گری

1. Risk-Based Regulation.

مبتنی بر ریسک دستیابی به سطح بالاتری از کیفیت با هزینه کمتر است، اما موفقیت آن شدیداً به فضای سیاسی حاکم وابسته است و نیازمند ارزیابی دقیق ریسک‌های نهفته در خود چهارچوب نظارتی است (Black, 2010).

تنظیم‌گری مبنی بر استانداردها

در این رویکرد، چهارچوب‌های نظارتی نه بر پایه قوانین دقیق و جزئی‌نگر، بلکه حول محور اصول کلان و استانداردهای عمومی طراحی می‌شوند. برخلاف تصور رایج، استفاده از استانداردها تنها محدود به مدل‌های فرمان-کنترل نیست و حتی در مواردی که مشوق‌ها (و نه تحریم‌ها) پایه اصلی نظام تنظیم‌گری را تشکیل می‌دهند نیز به کار می‌روند. ویژگی کلیدی این رویکرد، تأکید بر دستیابی به نتایج مطلوب از طریق ایجاد سازوکارهای تسهیل، توانمندساز و تشویق‌محور است، نه صرفاً متکی بر اعمال مجازات و تحریم. این روش انعطاف بیشتری به تنظیم‌شوندگان می‌دهد تا با در نظر گرفتن شرایط خاص خود، راهکارهای مناسبی برای انطباق با اصول کلان ارائه دهند و در عین حال، امکان نوآوری و پاسخ‌گویی به تغییرات پویای محیطی را نیز فراهم می‌کند (Baldwin et al., 2010).

روش پژوهش

این پژوهش با تأکید بر روش آمیخته انجام شده است. روش‌شناسی آمیخته، با تلفیق رویکردهای کیفی و کمی، چهارچوبی جامع برای تحلیل پرسش‌های پژوهشی فراهم می‌آورد. در حوزه مطالعات تنظیم‌گری رسانه‌ها این روش‌شناسی به‌طور فزاینده‌ای برای درک پیچیدگی تأثیرات تنظیم‌گری و دریافت دیدگاه‌های ذی‌نفعان مختلف به کار گرفته می‌شود. مؤلفه کیفی این روش (شامل مصاحبه‌های عمیق و تحلیل محتوای کیفی) امکان کشف زمینه‌های فرهنگی، نهادی و فرایندی تنظیم‌گری را فراهم می‌کند و بینشی غنی از انگیزه‌ها، سازوکارها و ادراکات فعالان این عرصه ارائه می‌دهد. در مقابل، مؤلفه کمی (مانند پیمایش و مدل‌سازی آماری) به تولید داده‌های ساختاریافته، قابل سنجش و تعمیم‌پذیر می‌پردازد که می‌توانند نتایج را به‌شکلی نظام‌مند نشان دهند (Nair & Prem, 2020).

با توجه به گردآوری داده‌های کیفی از طریق تحلیل محتوای کیفی در مرحله اول و تکمیل آن با داده‌های کمی به‌روش پیمایش در مرحله بعد، این پژوهش از نوع پژوهش آمیخته اکتشافی محسوب می‌شود. برای گردآوری اطلاعات و داده‌ها از مصاحبه غیر ساختارمند و و پیمایش اجتماعی به‌کمک پرسشنامه برخط استفاده شد.

بخش کیفی

برای تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش در بخش کیفی از روش تحلیل محتوای کیفی به کار گرفته شد. تحلیل محتوای کیفی، به‌عنوان یک روش پژوهشی پرکاربرد، با دو رویکرد استقرایی و قیایی به بررسی داده‌های متنی می‌پردازد. الویی و کینگاس (۲۰۰۸) این فرایند را در سه مرحله آماده‌سازی (کدگذاری)، سازمان‌دهی (فهرست کردن و گروه‌بندی) و گزارش‌دهی (دسته‌بندی و انتزاع) دسته‌بندی کرده‌اند؛ در رویکرد استقرایی که زمانی به کار می‌رود که دانش پیشین محدودی وجود دارد، مفاهیم مستقیماً از داده‌ها استخراج می‌شوند، درحالی‌که تحلیل قیاسی به آزمون نظریه‌های موجود یا مقایسه مقوله‌ها در دوره‌های زمانی مختلف می‌پردازد. این روش با بهره‌گیری از مفاهیمی همچون محتوای آشکار و نهان، واحدهای معنایی، کدها، مقوله‌ها و درون‌مایه‌ها، امکان خلاصه‌سازی و انتزاع داده‌ها را فراهم می‌سازد (Graneheim & Lundman, 2004).

بخش کمی

در مرحله دوم این پژوهش، از رهیافت کمی بهره گرفته شد و به‌منظور اعتبارسنجی یافته‌های کیفی مرحله اول (راهبردهای استخراج شده از تحلیل محتوا)، از روش برازش مدل با استفاده از نرم‌افزار اسمارت‌پی‌ال‌اس (Smart PLS) استفاده گردید.

جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش در بخش کیفی با توجه به ماهیت چند ذینفعی و پیچیدگی ابعاد حکمرانی شامل ۱۸ نفر افراد دارای دانش تخصصی (افراد متخصص و خبره با تخصص در تنظیم‌گری) و تجربه حکمرانی (اعضایی با تجربه قانون‌گذاری،

شناسایی راهبردهای مؤثر بر تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی

سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری در حوزه فضای مجازی) و تجربه کاربردی (اعضایی از مدیران رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در ایران) در حوزه‌های تنظیم‌گری و رسانه‌های نوین بود که براساس نمونه‌گیری نمونه‌گیری عمدی یا قضاوتی انتخاب شدند. در این پژوهش، مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت که پس از ۱۸ مصاحبه محقق شد. برای سنجش پایایی، از روش توافق بین کدگذاران با مشارکت دو کدگذار مستقل استفاده شد. پس از آموزش، هر دو به‌صورت موازی بخشی از داده‌ها را کدگذاری کردند. از ۱۰۰ کد ثبت‌شده توسط کدگذار دوم، ۷۲ کد (۷۲٪) با کدهای پژوهشگر اصلی مطابقت داشت که نشان‌دهنده توافق قابلقبول (بالا تر از معیار ۷۰٪) و پایایی مطلوب تحقیق است. این نتیجه، انسجام درونی و ثبات تحلیلی یافته‌ها را تأیید می‌کند.

جدول ۱- جامعه آماری بخش کیفی

مصاحبه‌شونده	سابقه و تخصص	جنسیت	تعداد / فراوانی	شیوه نمونه‌گیری
سیاست‌گذار و قانون‌گذاران	اعضای شوراهای عالی و نهادهای حاکمیتی	مرد	۳	غیر احتمالی- هدفمند
مدیران اجرایی- عملیاتی	مدیران دولتی رسانه و فضای مجازی	مرد	۸	غیر احتمالی- هدفمند
مدیران سکوها و خدمات	مدیران بخش خصوصی رسانه و فضای مجازی (VOD)	مرد	۷	غیر احتمالی- هدفمند

روش نمونه‌گیری در فاز کمی هدفمند و از نوع در دسترس غیر احتمالی می‌باشد. پرسشنامه در میان کارشناسان حوزه رسانه، فضای مجازی و سیاست‌گذاری توزیع شد. ۱۴۵ پرسشنامه جمع‌آوری شد که از میان آنها ۱۳۴ پرسشنامه مبنای تحلیل داده‌ها قرار گرفت.

تحلیل داده‌ها

بخش اول: کدگذاری باز

کدگذاری توصیفی مرحله اول در روش تحلیل محتوای کیفی است که به شناسایی و استخراج اولیه کدها از داده‌های گردآوری‌شده می‌پردازد. در این مرحله،

پژوهشگر داده‌ها را به بخش‌های کوچک‌تر تقسیم می‌کند هدف از کدگذاری توصیفی این است که بررسی دقیق و عمیقی بر روی داده‌ها انجام گیرد و به کدهایی دست یافت که به تحلیل‌های بعدی کمک کند. در این مرحله نکات کلیدی ویژه استخراج شده از مصاحبه‌ها و طی کدگذاری اولیه استخراج شد.

جدول ۲- نمونه‌ای از کدگذاری توصیفی پژوهش

ردیف	گزاره	کد
۱	الزامات حاکم بر سکوه‌های اشتراک ویدئو یکی از اصلی حوزه‌های مقررات‌گذاری رسانه‌های جدید می‌باشد. در حال حاضر در نظام مسئولیت حقوقی رسانه‌های کاربرمحور یک آشفتگی وجود دارد (مصاحبه ۶-).	مسئولیت حقوقی کاربرمحور
۲	یکی از اقدامات ویژه تنظیم‌گری توسعه نظام رده‌بندی سنی است. رده‌بندی با هدف کاهش آسیب‌های احتمالی و ارتقای امنیت روانی افراد، به ایجاد هنجارهای صحیح در مصرف محتوا انجام می‌شود (مصاحبه ۱-).	نظام رده‌بندی سنی
۳	سیستم کنترل والدین یک ابزار مهم نظارتی بر پایه فناوری است، ما از این طریق والدین را قادر می‌کنیم بر مصرف کودکان‌شان نظارت داشته‌باشند (مصاحبه ۱۵-).	نظارت والدینی
۴	یکی از ابزار حمایتی که بسیار تأثیرگذار است معافیت‌های مالیاتی است که نیاز به مصوبه مجلس شورای اسلامی دارد (مصاحبه ۱-).	معافیت‌های مالیاتی
۵	ما به‌عنوان یک رسانه که می‌خواهیم در حیطه ساترا عمل کنیم نیاز به حمایت داریم. تأمین زیرساخت‌های فنی مثل دیتا سنتر و یا پهنا‌ی باند می‌تواند خیلی به ما کمک کند (مصاحبه ۱۷-)	حمایت‌های زیرساختی
۶	امروزه تأمین مالی، یکی از مهم‌ترین مسائل مدیریت سازمان رسانه‌ای است. امروزه ما شاهد تغییر مدل‌های سنتی تأمین مالی و افزایش مشارکت گروه‌های مالی جمعی شده است (مصاحبه ۹-).	تأمین مالی جمعی
۷	ممیزی به جلوگیری از انتشار محتوای مضر و غیر مناسب کمک می‌کند و سلامت روانی و اجتماعی مخاطبان را حفظ را تأمین می‌کند (مصاحبه ۱۱-).	ممیزی محتوا
۸	صدور مجوز از این حیث ابزار تنظیم‌گری است که می‌تواند که ابزاری برای ورود به بازار باشد؛ چه کسی و با چه ویژگی‌هایی می‌تواند به بازار ورود کند (مصاحبه ۹-)	صدور مجوز
۹	چگونه می‌توان دغدغه‌های حاکمیت را به مسائل عمومی تبدیل کرد، پاسخ به این سؤال عبارت است از طریق حلقه‌های میانی (مصاحبه ۷-)	حلقه‌های میانی
۱۰	یکی از کارهایی که نیاز مهمی است به‌ویژه در رسانه‌های کاربرمحور، بحث تأیید سن و هویت کاربران است (مصاحبه ۱-)	احراز هویت

بخش دوم: استخراج مفاهیم و گروه‌بندی

گام دوم در روش تحلیل محتوای کیفی، ایجاد مفاهیم (مقوله‌ها) و دسته‌بندی انجام می‌پذیرد که طی آن کدهای مشابه یا مرتبط ذیل سرفصل‌های کلی‌تر و با مرتبه بالاتر دسته‌بندی می‌شوند. هدف از این گروه‌بندی، کاهش تعداد مقوله‌ها از طریق تلفیق موارد مشابه و تشکیل مقوله‌های جامع‌تر است در این مرحله، کدها و مفاهیم مشابه با یکدیگر تلفیق شده و در قالب دسته‌ها یا مقوله‌های منسجمی سازمان‌دهی می‌شوند. هدف اصلی از این فرایند، ایجاد چهارچوبی نظام‌مند برای توصیف دقیق پدیده و تعمیق درک پژوهشگر از محتوای مورد تحلیل است.

راهبردهای نمایندگی و مشارکت در حکمرانی

براساس قوانین و مقررات کشور، سازمان صداوسیما یکی از ارکان حاکمیتی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. صداوسیما به‌عنوان مرجع فرهنگی-سیاسی نه‌تنها مهم‌ترین رسانه حاکمیتی کشور بلکه به‌عنوان یکی از نهاد تأثیر گذار در سیاست‌گذاری کلان به‌شمار می‌رود. عضویت حقیقی ریاست این سازمان در شوراهای عالی انقلاب فرهنگی و فضای مجازی نشانگر اهمیت و جایگاه این سازمان در کلیت حکمرانی کشور است.

جدول ۳- کدها، مفاهیم، گروه‌بندی و راهبرد احصاشده نمایندگی

کدها	مفاهیم	گروه‌بندی	راهبرد احصا شده
تعیین مصادیق مجرمانه- مسدود سازی-هماهنگی بین دستگاهی	کارگروه مصادیق مجرمانه	مشارکت در حکمرانی	نمایندگی در حکمرانی
شورای عالی- کمیسیون عالی تنظیم مقررات- کمیسیون سکوها- سیاست‌گذاری مجازی- تسهیم درآمدهای ترافیکی- تعرفه‌گذاری	شورای عالی فضای مجازی		
تدوین اصول سیاست فرهنگی- ارتقای تبلیغات دینی - حمایت از فعالیتهای هنری- سیاست‌گذاری کلان- اصول حاکم بر تنظیم‌گر	شورای عالی انقلاب فرهنگی		

راهبردهای تقنینی

امروزه راهبردهای مقررات‌گذاری در حکمرانی رسانه‌ای از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. براساس یافته‌های پژوهش حفاظت از حقوق کاربران، آزادی بیان، ترویج تنوع و تکتگر محتوا، دسترسی به اطلاعات و خدمات از جمله مهم‌ترین کارکردهای تنظیم‌گری در عصر رسانه‌های نوین می‌باشد. مقررات‌گذاری، با تعیین حدود و ثغور و خطوط قرمز (نبایدها)، شفافیت و مسئولیت‌پذیری رسانه‌ها را افزایش داده و از ایجاد انحصار در بازار جلوگیری می‌کند. همچنین، با تعریف مسئولیت‌ها کاربران و سکوها از انتشار محتوای مضر و نادرست جلوگیری می‌کند. همچنین راهبرد وضع مقررات، با استفاده از فناوری‌های نوین، فرصتی مناسب را برای جمع‌آوری نظرات و مشارکت مؤثر (جمع‌سپاری) در روند تنظیم‌گری فراهم می‌کند.

جدول ۴- کدها، مفاهیم، گروه‌بندی و راهبرد احصاشده تقنینی

کدها	مفاهیم	گروه‌بندی	راهبرد احصا شده
مقررات تولید و انتشار محتوا، مقررات حقوق مصرف‌کنندگان و پدیدآوردگان، مقررات حفاظت از حقوق کودکان، مسئولیت سکوها- حفاظت از داده‌ها- شفافیت الگوریتم‌ها	مقرره‌گذاری	راهبردهای تقنینی	وضع مقررات
بی‌طرفی شبکه-پایش و پالایش- الزامات مالکیت معنوی- رده‌بندی- شفافیت- ایجاد سازوکار شکایات و رسیدگی	مقررات مسئولیت حقوقی سکوهای کاربرمحور		
استاندارهای فنی- صدا و تصویر- کیفیت تصویر- استانداردهای قابلیت دسترسی- استانداردهای فرمت و کدک‌ها	مقررات فناوری و الزامات ارائه خدمت		
استفاده از ظرفیت ذی‌نفعان- توانمند سازی- اطلاع‌رسانی- مشارکت جامعه- مشارکت فعالان- تشکیل کارگروه‌ها- جلسات عمومی بررسی مقررات	جمع‌سپاری		
فناوری جمع‌سپاری- سامانه‌های دریافت پیشنهادها، سکوهای مشارکت عمومی- رأی‌گیری الکترونیکی- شبیه‌سازی اثرات مقررات	فناوری‌های تقنینی		
رقابت- انحصار- سهم غالب- ادغام و تملک- تبلیغات- چهره‌ها- قیمت‌گذاری- چهره‌های مشهور	مقررات رقابت، تبلیغات و ارتباطات تجاری		

راهبردهای حمایتی

راهبردهای حمایتی و تسهیل‌گری در تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای نقش بسزایی در توسعه این خدمات دارند. براساس یافته‌های پژوهش معافیت‌های مالیاتی، تسهیلات تأمین مالی، مشوق‌های تبلیغاتی ترویجی و تأمین زیرساخت‌های فناورانه از جمله ابزارهای حمایتی و تسهیل‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر می‌باشد. معافیت‌های مالیاتی از اقدامات تسهیل‌گرانه است که به رسانه‌ها کمک کنند تا منابع مالی بیشتری را برای تولید محتوای باکیفیت و نوآورانه اختصاص دهند. تسهیلات تأمین مالی نیز به‌عنوان یک ابزار حیاتی، امکان سرمایه‌گذاری در پروژه‌های جدید و فناوری‌های پیشرفته را فراهم می‌کند؛ مشوق‌های تبلیغاتی ترویجی علاوه بر ترویج و تبلیغ رسانه‌ها در سایر محیط‌های رسانه‌ای، به ارتقای آگاهی عمومی درخصوص محتوای مرتبط و مفید سکوها، توسعه مصرف رسانه‌های داخلی و سهم بالاتر آنها بازار محتوا منجر خواهد شد. در نهایت، تأمین زیرساخت‌های فناورانه امکان دسترسی راحت‌تر به اطلاعات و سرویس‌های رسانه‌ای را فراهم می‌نماید.

جدول ۵- کدها، مفاهیم، گروه‌بندی و راهبرد احصاشده حمایتی

کدها	مفاهیم	گروه‌بندی	راهبرد احصا شده
مالیات‌های مستقیم- معافیت‌های مالیاتی پلکانی- معافیت مالیاتی برای سرمایه‌گذاران محتوا- تخفیف مالیاتی برای تولیدکنندگان محتوای بومی	معافیت‌های مالیاتی	راهبردهای حمایتی	راهبردها
وام- تسهیلات- تأمین مالی جمعی- صندوق اختصاصی- صندوق نوآوری و شکوفایی- ضمانت‌نامه‌های اعتباری- تسهیم درآمد ترافیکی	تسهیلات تأمین مالی		
تبلیغات رسانه‌ملی- برنامه‌سازی در رسانه‌ملی- تبلیغات محیطی- تبلیغات شهری- حمایت از حضور در نمایشگاه‌ها	مشوق‌های تبلیغاتی ترویجی		
خدمات ابری- سرور- پهنای باند- تجهیزات شبکه- مراکز داده اختصاصی- استخرهای محتوایی- توسعه 5G	تأمین زیرساخت‌های فناورانه		

راهبردهای نظارتی

راهبردهای نظارتی در تنظیم‌گری محتوای صوت و تصویر فراگیر نقش مهم و کاربردی را در تضمین کیفیت، سلامت و سودمندی اجتماعی محتوا ایفا می‌کند. براساس یافته‌های پژوهش هدایت‌گری محتوا، کارگروه‌های ممیزی، نظام رده‌بندی سنی و صدور مجوز چهار ابزار مهم نظارتی می‌باشد. کارگروه‌های هدایت‌گری محتوا، به‌عنوان نهادهای ناظر، وظیفه نظارت بر محتوای تولید شده در رسانه‌ها را بر عهده دارند و با ایجاد چهارچوب‌های حرفه‌ای و اخلاقی به تولیدکنندگان کمک می‌کنند تا محتوای خود را متناسب با نیازهای اجتماعی و فرهنگی تولید کنند. رده‌بندی سنی محتوا ابزاری مؤثر در تنظیم‌گری رسانه‌ای است که به والدین و مخاطبان کمک می‌کند تا محتوای مناسب برای سنین مختلف را شناسایی و انتخاب کنند. ابزار ممیزی محتوا با محدود کردن محتوای مغایر با اخلاق عمومی و تعیین چهارچوب‌های لازم برای ورود فعالان به بازار رسانه، از طریق سازوکار صدور مجوز، نقش اساسی در حفظ سلامت فضای رسانه‌ای ایفا می‌کند.

جدول ۶- کدها، مفاهیم، گروه‌بندی و راهبرد احصاشده نظارتی

راهبرد احصاء شده	گروه‌بندی	مفاهیم	کدها
نظارت و هدایت	ابزارهای نظارتی	ممیزی محتوا	حذف محتوای جنسی- خشونت- مواد مخدر- اوهام و خرافات- تحقیر قوای نظامی و امنیتی- بد زبانی- تحریک- ترس و وحشت، بازنمایی غیر صحیح، اشاعه منکرات، نقض حریم خصوصی، حذف محتوای تبعیض‌آمیز-حذف محتوای نقض مالکیت فکری-حذف محتوای اخبار جعلی
		هدایت‌گری محتوا	تحقق اهداف فرهنگی و اجتماعی- اندیشه‌ورزی- هدایت فیلم‌نامه- نظارت کیفی- خانواده محوری-حمایت از تولید محتوای بومی- هدایت سوژه‌های محتوایی- اعطای مشوق برای محتوای ارزش‌آفرین-ایجاد بانک ایده
		صدور مجوز	مجوز فعالیت و راه‌اندازی- مجوز انتشار- مجوزهای تولید- مجوزهای تبلیغات- سیستم اعلان، اجازه فعالیت- مجوز محتوای ویژه-گواهی صلاحیت حرفه‌ای تولیدکنندگان- مجوز واردات و دوبله محتوای خارجی
		رده‌بندی سنی	گروه‌های سنی- حیطه‌های دسترسی- توصیف‌گرها و علائم راهنمایی- ارزیابی محتوا- الگوریتم‌های هوشمند- سامانه احراز سن-محدودیت‌های زمانی پخش براساس گروه سنی

راهبردهای بازدارندگی

بازدارندگی نقش اساسی در چهارچوب‌های نظارتی حاکم بر خدمات رسانه‌ای ایفا می‌کند و به‌عنوان یک اصل راهنما برای اطمینان از انطباق و حفظ استانداردها در صنعت عمل می‌کند. ابزارهای بازدارندگی و تحریم‌ها با هدف جلوگیری از نقض مقررات و استانداردها با اعمال مجازات برای عدم رعایت آن صورت می‌پذیرد. از طریق این سازوکارها نهاد تنظیم‌گر قادر خواهند بود تا محیط رسانه‌ای منصفانه و مسئولانه و پایدار را که هم به نفع ارائه‌دهندگان و هم برای مصرف‌کنندگان است، فراهم آورند. براساس یافته‌های پژوهش مهم‌ترین مولفه‌های تشکیل‌دهنده این مفهوم عبارت‌اند از: ۱- تعلیق مجوزها؛ ۲- محدودیت‌های خدماتی؛ ۳- محدوده‌های فنی؛ ۴- جریمه‌های مالی؛ و ۵- محدودیت‌های برای تولید و انتشار می‌باشد.

جدول ۷- کدها، مفاهیم، گروه‌بندی و راهبرد احصاشده بازدارندگی

راهبرد احصاء شده	گروه‌بندی	مفاهیم	کدها
بازدارندگی	راهبردهای تنبیهی	جریمه‌های مالی	استرداد وجوه مالی- جریمه‌ها درصدی از مجموع درآمدها- تعیین جریمه- جریمه‌های روزانه- پاداش‌های گزارش‌دهی- جریمه‌های پلکانی
		محدودیت در فعالیت، تولید و انتشار	محدودیت تولید محتوای حرفه‌ای- انتشار محتوای جدید- تبلیغ جدید- حذف محتوای پرطرفدار از کاتالوگ- محدودیت در پخش زنده- ممنوعیت مشارکت
		محدودیت‌های فنی	عدم محاسبه مصرف ترافیک و کاهش پهنای باند-سرعت اینترنت- محدودیت در دسترسی به API-حذف از استورها- محدودیت در حجم آپلود
		محدودیت خدماتی	درگاه پرداخت- نماد اعتماد الکترونیک-تعلیق خدمات پشتیبانی-عدم استفاده از خدمات ابری داخلی
		تعلیق مجوز	لغو- ابطال مجوز- تعلیق بخشی از مجوز-ممنوعیت انتقال مجوز
		محدودیت‌های دسترسی	محدودیت‌های منطقه‌ای- سنی- زمانی- محدودیت براساس نوع دستگاه- محدودیت در تعداد اتصال هم‌زمان- محدودیت محتوای پرمبوم

راهبردهای فناورانه

امروزه فناوری نظارتی (RegTech) به مثابه ابزاری مهم به‌طور فزاینده‌ای در تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای، افزایش انطباق، افزایش امنیت و سلامت محتوا ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. با رشد شتابان محتوا در انواع خدمات رسانه‌ای و سکوه‌های دیجیتال، فناوری‌های نظارتی ابزارهایی نقش برجسته‌ای در نظارت و تجزیه و تحلیل حجم وسیعی از داده‌ها ایفا می‌کند. از قابلیت‌های کلیدی آن می‌توان به نظارت بلادرنگ، خودکارسازی فرایندهای انطباق و اتخاذ تصمیمات مدیریت ریسک مبتنی بر داده اشاره کرد. گزارش‌دهی هوشمند و نظارت در زمان واقعی بر محتوا، سازمان‌های رسانه‌ای را قادر می‌سازد تا به‌سرعت خطرات را شناسایی و آنها را کاهش دهند. علاوه بر این، فناوری‌های نظارتی اقدامات امنیتی را با استفاده از ابزارهای پیشرفته مانند هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی برای شناسایی پیشگیرانه محتوای مضر، اطلاعات نادرست یا نقض مالکیت فکری افزایش می‌دهند. این امر محیط ایمن تری را برای تولید کنندگان و کاربران فراهم می‌کند. براساس یافته‌های پژوهش خطوط مستقیم، سامانه‌های گزارش‌دهی درون و بیرون سکویی، سامانه‌های تشخیص محتوای مجرمانه، سامانه‌های تشخیص مالکیت فکری، پرچم‌گذاری محتوا، سیستم‌های تأیید سن و هویت و ابزارهای کنترل والدین از مهم‌ترین ابزارهای فناوری‌محور می‌باشد.

جدول ۸- کدها، مفاهیم، گروه‌بندی و راهبرد احصاشده فناوری

راهبرد احصاء شده	گروه‌بندی	مفاهیم	کدها
فناوری نظارتی		هات لاین	گزارش مستقیم- گزارش تخلفات- رمزگذاری- هش تصویر- گزارش‌دهی مستقیم- خط اضطراری- رسیدگی فوری- رمزگذاری ارتباطات
		سامانه‌های گزارش‌دهی	گزارش‌های کاربران- حذف محتوای مضر- شناسایی محتوا مجرمانه- رابطه میان سکو و کاربر- هشدار و اطلاع‌رسانی- اقدام فوری
		سامانه‌های تشخیص محتوای غیراخلاقی	یادگیری هوشمند- آموزش مبتنی بر ماشین- نظارت هوشمند- الگوریتم- فیلتر هوشمند تصاویر- تشخیص گفتار- آنالیز متون و نظرات

راهبرد احصاء شده	گروه‌بندی	مفاهیم	کدها
فناوری نظارتی	راهبردهای فناوری‌محور	سامانه‌های تشخیص مالکیت فکری	تشخیص لوگو- شناسه محتوا- اثر انگشت- تشخیص مالکیت فکری- نظارت انسانی-شناسایی لوگو-ردیابی انتشار محتوا- ربات‌های پایش تلگرام.
		ابزارهای پرچم‌گذاری و پرچسب‌گذاری	آموزش و آگاهی‌رسانی-تعریف معیارها- پرچم‌گذاری- پرچسب‌گذاری محتوا- نظارت کاربران- امتیازدهی اعتبار محتوا
		سامانه‌های احراز هویت و سن	تشخیص سن- هویت- شناسایی کاربران- جلوگیری از حساب‌های جعلی- احراز هویت دو مرحله‌ای- برای برآورد سن- تحلیل چهره
		کنترل والدین	مدیریت زمان استفاده- مدیریت دسترسی کودک به رسانه- نظیبات حریم خصوصی- نظارت والدین- پروفایل کودک- قفل برنامه‌ها- محدودیت جستجو

راهبردهای انگیزشی

ابزارهای انگیزشی مانند خدمات آموزشی و یادگیری و همچنین خدمات توسعه بازار، به‌عنوان ابزارهای نرم در تنظیم‌گری محتوا و خدمات رسانه‌ای، نقش حیاتی و غیرقابل انکاری در حکمرانی رسانه‌ای دارند. براساس یافته‌های پژوهش، این ابزارهای انگیزشی شامل آموزش و یادگیری و همچنین توسعه بازار می‌شوند. خدمات آموزشی و یادگیری که بر مهارت‌ها تمرکز دارند، می‌توانند به سکوها و رسانه‌ها کمک کنند تا فعالیت‌های خود را با چهارچوب‌های مشخص شده هماهنگ کنند. برنامه‌های آموزشی می‌توانند بر جنبه‌های مختلفی مانند الزامات مرتبط با محتوا، رعایت استانداردهای اخلاقی و فناوری‌های نوظهور تمرکز نمایند. از سوی دیگر، خدمات توسعه بازار با تأکید بر ایجاد یک محیط مناسب برای رقابت منصفانه و نوآوری، می‌توانند به شکل‌گیری یک اکوسیستم سالم، بالغ و پایدار کمک کنند. این خدمات شامل فراهم کردن منابع برای استارت‌آپ‌ها، تسهیل دسترسی به منابع مالی، ترویج همکاری میان فعالان صنعت و برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی هستند.

جدول ۹- کدها، مفاهیم، گروه‌بندی و راهبرد احصاشدهٔ انگیزشی

کدها	مفاهیم	ویژگی مشترک	راهبرد احصاء شده
	دوره‌های آموزشی- نشست‌های تخصصی- کارگاه‌های آموزشی- بوت کمپ- مدارس- مهارت ارزیابی محتوا- مدیریت اقتصادی- کارآموزی در محیط واقعی- مربی‌گری و منتورشیپ	راهبردهای انگیزشی	انگیزش محوری
	برگزاری نمایشگاه- استارت‌آپ‌ها- نوآوری- تحقیق توسعه- جشنواره- ارائه گرنت- شبکه‌سازی- رویداد پیچینگ- مراکز شتاب‌دهی	خدمات توسعه بازار	

راهبردهای مشارکتی (خودتنظیم‌گری و تنظیم‌گر مشارکتی)

راهبردهای مشارکتی به‌عنوان ابزارهایی برای توزیع قدرت در ساختارهای افقی، به‌ویژه در زمینه خودتنظیم‌گری و تنظیم‌گری مشارکتی از طریق نهادهای اجتماعی، نقش مهمی در حکمرانی رسانه‌ای، افزایش پاسخ‌گویی و ارتقا مشارکت ایفا می‌کنند. این رویکردها به ذی‌نفعان، از جمله سازمان‌های رسانه‌ای، مخاطبان و نهادهای نظارتی این امکان را می‌دهند که به‌طور مؤثر در فضای رسانه‌ای همکاری کنند. براساس یافته‌های تحقیقات، توسعه نظام‌های خودتنظیم‌گری و هم‌تنظیم‌گری نقش برجسته‌ای در پیشبرد قانون‌مداری داخلی ایفا می‌کند. همچنین، تنظیم‌گری اجتماعی با مشارکت دادن نهادهای مدنی و اجتماعی، به‌شکل مؤثری کاربران و جامعه را در فرایندهای تنظیم‌گری دخالت می‌دهد.

جدول ۱۰- کدها، مفاهیم، گروه‌بندی و راهبرد احصاشدهٔ مشارکت‌محوری

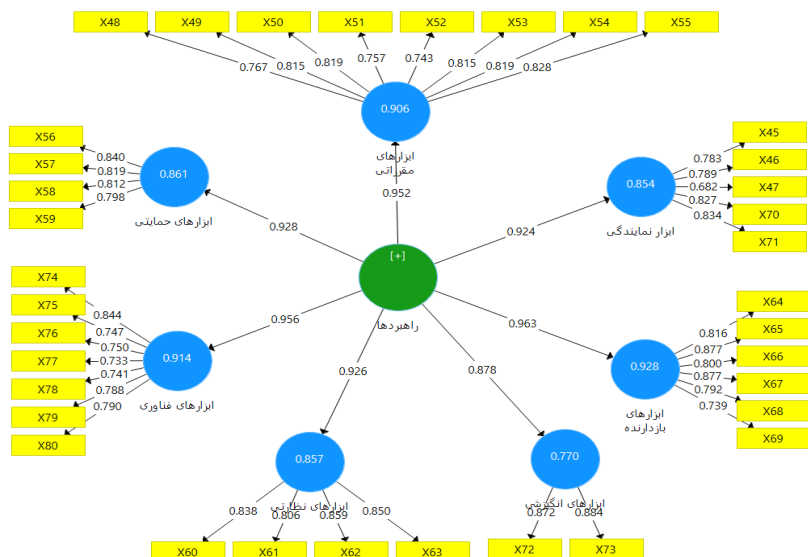
کدها	مفاهیم	ویژگی مشترک	راهبرد احصاء شده
تدوین قوانین نرم- توسعه قانون مداری داخلی- مشارکت در تنظیم‌گری- پاسخگویی- نظارت درونی- نهادی صنفی- منشورهای اخلاق حرفه‌ای- کدهای رفتاری- توصیه‌گرها	خودتنظیم‌گری و تنظیم‌گری مشارکتی	راهبردهای مشارکتی	مشارکت محوری
مشارکت جامعه- سمن‌ها- مردمی سازی- نهادهای مدنی- تشکل‌های علمی- حلقه‌های میانی- کمپین‌های عمومی- گزارش‌های مردمی- تشکیل شورای مشورتی	تنظیم‌گری اجتماعی		

بخش سوم: انتزاع

انتزاع به معنای تدوین توصیفی کلی از موضوع پژوهش از طریق شکل‌دهی به مقوله‌ها است. در این فرایند، مقوله‌های فرعی در ذیل مقوله‌های اصلی سازمان می‌یابند تا توصیفی جامع و مفهومی از پدیده مورد مطالعه ارائه گردد. این سازمان‌دهی نظام‌مند، درک عمیق‌تری از پدیده را ممکن ساخته و امکان تولید دانش از داده‌های پراکنده اولیه را فراهم می‌سازد. براساس یافته‌های پژوهش حاضر، راهبردهای تنظیم‌گری در قالب هفت مقوله اصلی طبقه‌بندی شده‌اند که عبارت‌اند از: راهبردهای تقنینی، نظارتی، بازدارندگی، حمایتی، فناورانه، انگیزشی و مشارکتی.

تحلیل کمی داده‌ها

پس از تحلیل کیفی، تحلیل داده‌های گردآوری شده توسط پرسشنامه در این بخش گزارش شده است. در شکل ۲ ضرایب بارهای عاملی ارائه شده است. در این الگو، ۷ متغیر پنهان (متغیرهای اصلی تحقیق) توسط ۳۶ متغیر مشاهده شده (سؤالات پرسشنامه) تبیین و اندازه‌گیری شده است. بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شود که اگر این مقدار برابر یا بیشتر از ۰/۵ باشد مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر است و پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری مورد قبول است. همچنین در صورتی که مقدار سطح معنی داری تی از ۰/۰۵ بیشتر باشد مشخص می‌شود رابطه بین سازه‌ها معنادار می‌باشد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی نشان داد تمامی بارهای عاملی معنادار بوده و در این راستا تمامی شاخص‌های شناسایی شده به صورت معناداری هفت راهبرد را تبیین می‌نمایند. راهبرد بازدارنده بیشترین و ابزارهای انگیزشی کمترین تأثیر را در تبیین راهبردهای تنظیم‌گری داشتند.



شکل ۲- ضرایب بارهای عاملی

جدول ۱۱- تحلیل عاملی تأییدی

راهبرد	بار عاملی	خطای استاندارد	سطح معنی‌داری تی	سطح معنی‌داری
X45 -> نمایندگی	۰/۷۸۳	۰/۰۴۶	۱۶/۹۶۷	۰/۰۰۰
X46 -> نمایندگی	۰/۷۸۹	۰/۰۳۰	۲۵/۹۱۲	۰/۰۰۰
X47 -> نمایندگی	۰/۶۸۲	۰/۰۵۷	۱۱/۹۲۹	۰/۰۰۰
X70 -> نمایندگی	۰/۸۲۷	۰/۰۳۲	۲۶/۰۱۷	۰/۰۰۰
X71 -> نمایندگی	۰/۸۳۴	۰/۰۳۵	۲۳/۸۶۸	۰/۰۰۰
X48 -> مقرراتی	۰/۷۶۷	۰/۰۴۲	۱۸/۴۶۹	۰/۰۰۰
X49 -> مقرراتی	۰/۸۱۵	۰/۰۳۳	۲۴/۷۱۷	۰/۰۰۰
X50 -> مقرراتی	۰/۸۱۹	۰/۰۴۱	۲۰/۰۷۷	۰/۰۰۰
X51 -> مقرراتی	۰/۷۵۷	۰/۰۴۹	۱۵/۴۸۹	۰/۰۰۰
X52 -> مقرراتی	۰/۷۴۳	۰/۰۴۴	۱۶/۸۲۰	۰/۰۰۰
X53 -> مقرراتی	۰/۸۱۵	۰/۰۳۶	۲۲/۹۲۹	۰/۰۰۰
X54 -> ابزارهای مقرراتی	۰/۸۱۹	۰/۰۳۴	۲۴/۲۳۱	۰/۰۰۰
X55 -> مقرراتی	۰/۸۲۸	۰/۰۳۵	۲۳/۴۵۱	۰/۰۰۰

شناسایی راهبردهای مؤثر بر تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی

سطح معنی‌داری	سطح معنی‌داری تی	خطای استاندارد	بار عاملی	راهبرد
۰/۰۰۰	۲۷/۴۲۸	۰/۰۳۱	۰/۸۴۰	۳۵۶ -> حمایتی
۰/۰۰۰	۲۰/۸۶۲	۰/۰۳۹	۰/۸۱۹	۳۵۷ -> حمایتی
۰/۰۰۰	۲۲/۰۷۸	۰/۰۳۷	۰/۸۱۲	۳۵۸ -> حمایتی
۰/۰۰۰	۲۰/۳۲۶	۰/۰۳۹	۰/۷۹۸	۳۵۹ -> حمایتی
۰/۰۰۰	۲۵/۵۷۲	۰/۰۳۳	۰/۸۳۸	۳۶۰ -> نظارتی
۰/۰۰۰	۲۱/۵۱۰	۰/۰۳۷	۰/۸۰۶	۳۶۱ -> نظارتی
۰/۰۰۰	۲۹/۲۵۰	۰/۰۲۹	۰/۸۵۹	۳۶۲ -> نظارتی
۰/۰۰۰	۳۱/۸۲۶	۰/۰۲۷	۰/۸۵۰	۳۶۳ -> نظارتی
۰/۰۰۰	۲۴/۷۴۹	۰/۰۳۳	۰/۸۱۶	۳۶۴ -> بازدارنده
۰/۰۰۰	۴۱/۹۶۴	۰/۰۲۱	۰/۸۷۷	۳۶۵ -> بازدارنده
۰/۰۰۰	۱۹/۳۰۲	۰/۰۴۱	۰/۸۰۰	۳۶۶ -> بازدارنده
۰/۰۰۰	۳۸/۳۰۵	۰/۰۲۳	۰/۸۷۷	۳۶۷ -> بازدارنده
۰/۰۰۰	۲۱/۶۴۲	۰/۰۳۷	۰/۷۹۲	۳۶۸ -> بازدارنده
۰/۰۰۰	۱۵/۲۶۷	۰/۰۴۸	۰/۷۳۹	۳۶۹ -> بازدارنده
۰/۰۰۰	۳۴/۶۸۵	۰/۰۲۵	۰/۸۷۲	۳۷۲ -> انگیزشی
۰/۰۰۰	۴۰/۸۲۰	۰/۰۲۲	۰/۸۸۴	۳۷۳ -> انگیزشی
۰/۰۰۰	۳۳/۷۸۰	۰/۰۲۵	۰/۸۴۴	۳۷۴ -> فناوری
۰/۰۰۰	۱۶/۶۰۰	۰/۰۴۵	۰/۷۴۷	۳۷۵ -> فناوری
۰/۰۰۰	۱۴/۶۳۳	۰/۰۵۱	۰/۷۵۰	۳۷۶ -> فناوری
۰/۰۰۰	۱۶/۶۸۷	۰/۰۴۴	۰/۷۳۳	۳۷۷ -> فناوری
۰/۰۰۰	۱۵/۳۸۳	۰/۰۴۸	۰/۷۴۱	۳۷۸ -> فناوری
۰/۰۰۰	۲۱/۶۵۳	۰/۰۳۶	۰/۷۸۸	۳۷۹ -> فناوری
۰/۰۰۰	۲۰/۶۵۵	۰/۰۳۸	۰/۷۹۰	۳۸۰ -> فناوری

شاخص‌های برآزش مدل در جدول شماره ۱۲ گزارش شده است. با توجه به بزرگ‌تر بودن مقدار دو شاخص ضریب پایایی ترکیبی و ضریب آلفا کرونباخ از میزان ۰/۷ برای تمامی متغیرها مشخص می‌شود که متغیرهای موردبررسی در وضعیت مطلوب قرار گرفته‌اند. دامنه پایایی گزارش شده بین ۰/۷۰۳ تا ۰/۹۱۷ گزارش شده است. کمترین مقدار پایایی برای راهبرد انگیزشی و بیشترین آن برای راهبرد مقرراتی گزارش شده است. مقدار ضریب آلفا کرونباخ برای متغیر راهبردها به میزان ۰/۹۷۹

گزارش شده است. همچنین میانگین واریانس استخراجی در تمامی متغیرهای تحقیق از میزان ۰/۵ بالاتر بوده و از این رو روایی همگرا مورد تأیید قرار گرفت. دامنه میانگین واریانس استخراجی از ۰/۵۹۵ تا ۰/۷۷۱ گزارش شده است. میانگین واریانس استخراجی برای متغیر راهبردها نیز میزان ۰/۵۷۳ گزارش شد.

جدول ۱۲- شاخص‌های برازش مدل

میانگین واریانس استخراجی	ضریب پایایی ترکیبی	ضریب آلفا کرونباخ	
۰/۶۱۶	۰/۸۸۹	۰/۸۴۳	راهبرد نمایندگی
۰/۷۷۱	۰/۸۷۱	۰/۷۰۳	راهبرد انگیزشی
۰/۶۶۹	۰/۹۲۴	۰/۹۰۰	راهبرد بازدارنده
۰/۶۶۸	۰/۸۹۰	۰/۸۳۴	راهبرد حمایتی
۰/۵۹۵	۰/۹۱۱	۰/۸۸۶	راهبرد فناوری
۰/۶۳۴	۰/۹۳۲	۰/۹۱۷	راهبرد مقرراتی
۰/۷۰۳	۰/۹۰۴	۰/۸۵۹	راهبرد نظارتی
۰/۵۷۳	۰/۹۸۰	۰/۹۷۹	راهبردها

روایی واگرا براساس روش فورنل و لاکر بررسی شده است که این آماره زمانی در سطح قابل قبول است که میزان جذر میانگین واریانس استخراجی برای هر یک از متغیرها بیشتر از ضریب همبستگی میان آنها باشد. نتایج جدول ۱۳ نشان داد روایی واگرایی مورد تأیید است

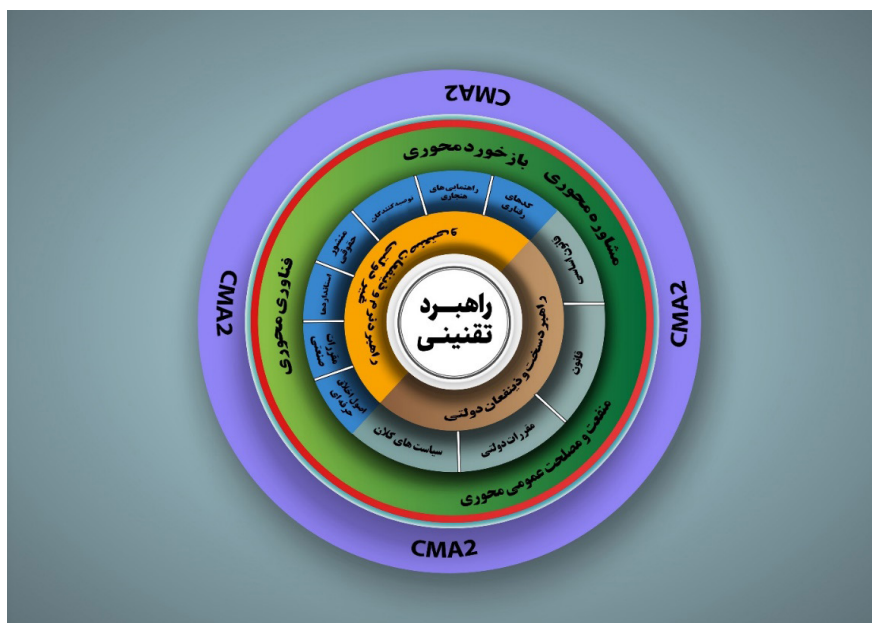
جدول ۱۳ - روایی واگرا

راهبرد نظارتی	راهبرد مقرراتی	راهبرد فناوری	راهبرد حمایتی	راهبرد بازدارنده	راهبرد انگیزشی	راهبرد نمایندگی	
						۰/۷۸۵	راهبرد نمایندگی
					۰/۸۷۸	۰/۶۴۹	راهبرد انگیزشی
				۰/۸۱۸	۰/۶۳۸	۰/۶۸۶	راهبرد بازدارنده
			۰/۸۱۸	۰/۶۷۵	۰/۶۲۳	۰/۶۲۶	راهبرد حمایتی
	۰/۷۷۱	۰/۶۶۴	۰/۶۱۲	۰/۶۲۱	۰/۶۷۷	۰/۶۷۷	راهبرد فناوری
۰/۷۹۶	۰/۶۷۷	۰/۶۷۲	۰/۶۹۳	۰/۶۹۴	۰/۶۵۹	۰/۶۵۹	راهبرد مقرراتی
۰/۸۳۸	۰/۷۰۳	۰/۷۰۹	۰/۶۳۸	۰/۶۶۹	۰/۶۶۲	۰/۶۱۶	راهبرد نظارتی

نتیجه‌گیری

اگر نظام رسانه‌ای کشور را در قالب چهار لایه (۱) لایه سیاست‌گذاری؛ (۲) لایه قانون‌گذاری (۳) لایه تنظیم‌گری و (۴) لایه ارائه خدمات طبقه‌بندی نماییم. ارتباط ارگانیک میان این لایه‌ها می‌تواند منجر به حکمرانی خردمندانه در فضای مجازی شود. براساس یافته‌های پژوهش، یکی از عناصر ارتباط ارگانیک و اتصال صحیح نظام تنظیم‌گر با سایر لایه‌های نظام حکمرانی، ابزار نمایندگی و مشارکت نهاد تنظیم‌گر با سایر اجزا نظام حکمرانی است. از آنجاکه سازمان صداوسیما دارای عضویت حقوقی در شوراهای عالی فضای مجازی، شوراهای عالی انقلاب فرهنگی، کارگروه مصادیق مجرمانه، شوراهای معین انقلاب فرهنگی و کمیسیون عالی تنظیم مقررات مرکز ملی فضای است. بهره‌گیری از نمایندگی و مشارکت در این نهادها به‌عنوان یک ابزار برای دستیابی به اهداف سازمان یا نهاد تنظیم‌گر به کارایی و اثر بخشی بیشتر نهاد تنظیم‌گر تبدیل خواهد شد. در نهایت راهبردهای تنظیم‌گری در حوزه خدمات رسانه‌ای را می‌توان در قالب چهار کلان‌راهبرد تقنینی، نظارتی، تنبیهی و تسهیلی- حمایتی طبقه‌بندی نمود.

راهبردهای تقنینی (شکل ۳) به مجموعه روش‌ها و رویکردهای نظام‌مندی اطلاق می‌شود که با هدف بهبود کیفیت، کارایی و پاسخ‌گویی در یک نظام حقوقی به کار گرفته می‌شوند. این راهبردها شامل چهار رکن اصلی هستند؛ تدوین مقررات مبتنی بر شواهد عینی و داده‌های دقیق، مشاوره فعال با ذی‌نفعان مختلف برای تدوین مقررات منصفانه، ارزیابی تأثیرات قانونی (RIA) برای سنجش پیامدهای احتمالی مقررات پیش از اجرا و بهره‌گیری از فناوری (قانون‌گذاری الکترونیک) برای افزایش شفافیت، دقت و مشارکت در فرایند تقنین است. این اصول در کنار یکدیگر چهارچوبی کارآمد برای تنظیم‌گری رسانه‌ها فراهم می‌آورند که هدف نهایی آن تضمین منافع کاربران، ارائه‌دهندگان خدمات و حاکمیت است.



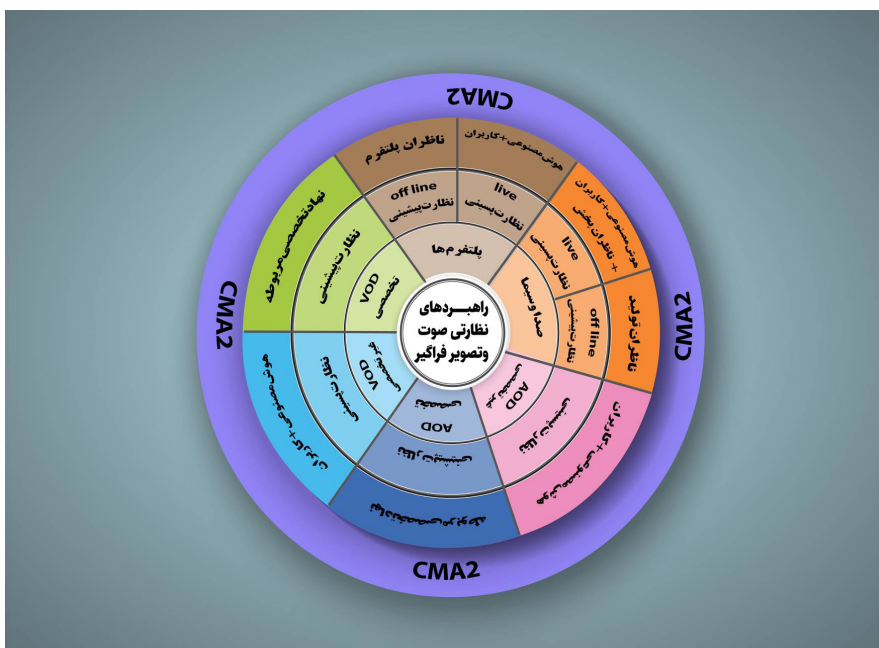
شکل ۳- شماطیک راهبرد تقنینی

ابزارهای نظارتی و پیشینی

براساس داده و یافته‌های پژوهش، یکی دیگر از اجزای راهبردهای اجرا و پیاده سازی نظام تنظیم‌گری، ابزارهای نظارتی می‌باشد، این راهبردها شامل «راهبردها ممیزی محتوا»، «ابزار صدور مجوز»، «نظام درجه‌بندی و رتبه‌بندی سنی» و «ابزارهای هدایت‌گری» می‌شود. ابزار ممیزی محتوا به‌ویژه در نظارت‌های پیشینی در فرایند تولید و انتشار نقش مهمی را در سلامت محتوا ایفا می‌نماید. ابزار صدور مجوز نیز به مثابه یک ابزارهای تنظیم‌گرانه شامل صدور مجوز فعالیت رسانه، تولید محتوا، انتشار محتوا و مجوز دهی در زنجیره ارزش خدمات و محتوای فضای مجازی می‌شود. ابزار رده‌بندی سنی نیز از جمله ابزارهای ضروری برای طبقه‌بندی محتواست و امکان محافظت از خردسالان، ترویج انتخاب آگاهانه محتوا، نظارت والدین بر استفاده از محتوا و خدمات رسانه‌ای را فراهم می‌آورد. ابزار هدایت‌گری نیز به هدایت محتوا به سمت محورهای خط سبز (بایدها) و نه خطوط قرمز (نبایدها) منجر می‌شود.

شناسایی راهبردهای مؤثر بر تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی

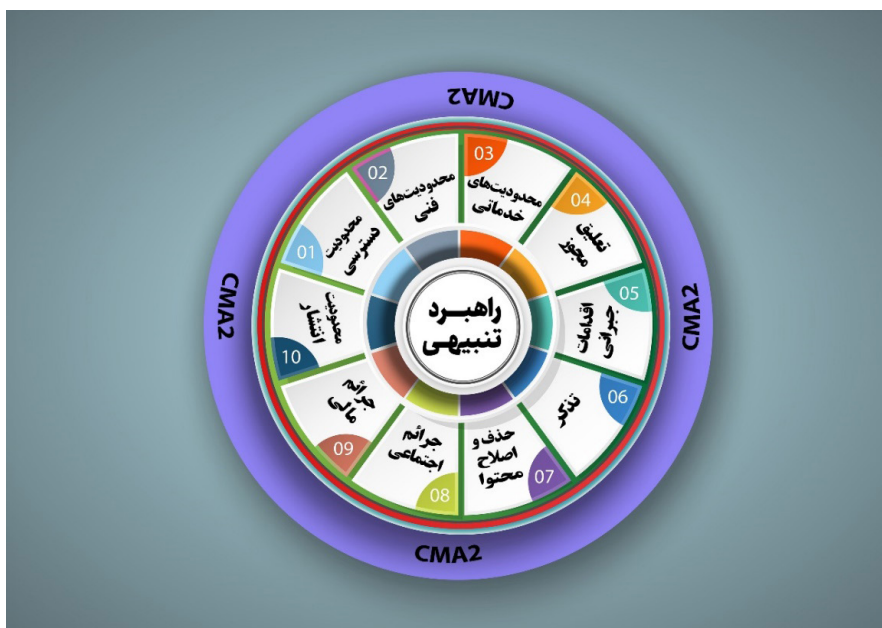
با گسترش استفاده از رسانه‌های جدید، استفاده از فناوری نظارتی یا تنظیم‌پار (RegTech) با هدف افزایش سلامت محتوا و انطباق محتوا را در سکوها اشتراک‌گذاری اهمیت پیدا کرده است. درواقع با استفاده از این ابزار هم سکوها می‌توانند به‌شکل مؤثرتری، این ابزارها را در تعدیل‌گری محتوا به‌کارگیرند و هم در عین حال نهادهای نظارتی اطمینان حاصل کنند که سکوها چقدر به اصول و چهارچوب‌های طراحی شده از سوی نهاد تنظیم‌گر پایبند هستند. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده آن است که «سامانه هوشمند تشخیص محتوای متخلفانه»، «سازوکارهای گزارش‌دهی»، «خطوط اضطراری»، «سامانه کنترل والدین»، «سامانه احراز هویت و سن»، «سامانه‌های تشخیص مالکیت فکری» و «پرچم و برچسب‌گذاری محتوا» از مهم‌ترین ابزارهای فناورانه برای نظارت بر محتوا و خدمات در رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر می‌باشد.



شکل ۴- شماتیک راهبرد نظارتی

ابزارهای بازدارنده و تنبیهی

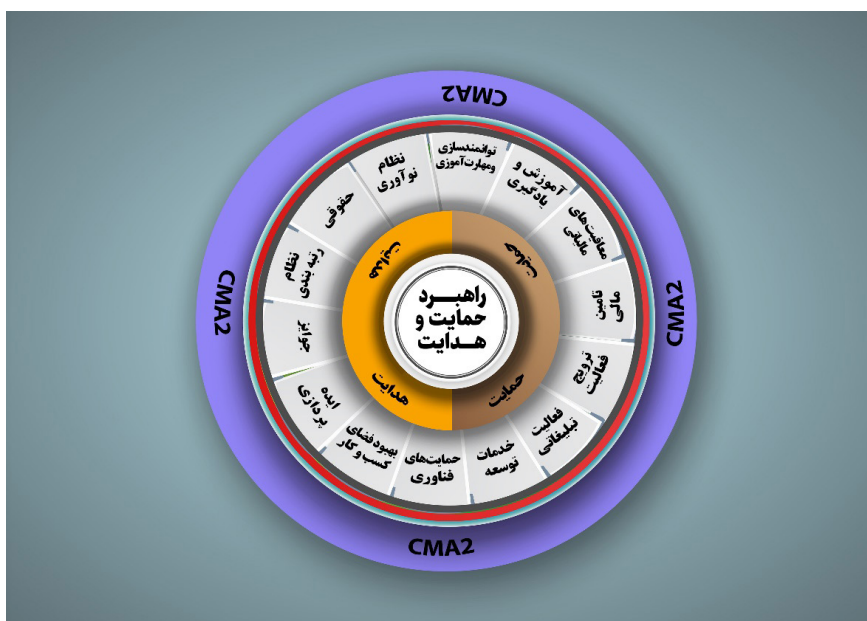
بازدارندگی منطبق اساسی نهاد تنظیم‌گر می‌باشد. زمانی یک تنظیم‌گر می‌تواند سطح بالایی از کارایی و اثر بخشی را از خود نشان دهد که توانایی اعمال اراده بر بازیگران تحت تنظیم خود را داشته‌باشد و یا به‌عبارتی قدرت مقابله با مثل با بازیگرانی که چهارچوب‌های قانونی را رعایت نمی‌کنند را داشته‌باشد. براساس یافته‌های پژوهش بازدارندگی یعنی قدرت تنبیهی از سوی نهاد تنظیم‌گر و استفاده از طیفی از اقدامات پیشگیرانه برای ایجاد بازدارندگی رسانه‌های خاکی. براساس نتایج پژوهش مهم‌ترین اقدامات بازدارنده نهاد تنظیم‌گر عبارت‌اند از «ایجاد محدودیت در حیطه‌های دسترسی (محدودیت‌های منطقه‌ای، سنی و زمانی)»، «ایجاد فنی (عدم محاسبه مصرف ترافیک و کاهش پهنای باند و سرعت اینترنت)»، «ایجاد محدودیت خدماتی (مسدود سازی درگاه پرداخت و نماد اعتماد الکترونیک)»، «ایجاد محدودیت یا ممنوعیت برای مؤسسات یا شرکت‌های تبلیغاتی برای استفاده از سکوی متخلف برای تبلیغات»، «جریمه‌های نقدی» و «تعلیق مجوز».



شکل ۵- شماتیک راهبرد تنبیهی

راهبردهای حمایتی و تسهیل‌گری

راهبردهای حمایتی، تسهیل‌گری، انگیزشی و توانمندسازی، نقش کلیدی در هدایت محتوا و خدمات به‌سوی انطباق با ارزش‌های ایرانی-اسلامی و همچنین پایداری خدمات داخلی ایفا می‌کنند. این ابزارها با هدف حمایت از فعالان و کارآفرینان عرصه صوت و تصویر فراگیر، به ارتقای تنوع، نوآوری، کیفیت و پایداری اقتصادی در زیست‌بوم رسانه‌ای کشور می‌پردازند. براساس یافته‌های پژوهش، مهم‌ترین مصادیق این راهبردها شامل ابزارهای حمایتی و تسهیل‌گرانه (مانند معافیت‌های مالیاتی، اعطای تسهیلات مالی، مشوق‌های تبلیغی-ترویجی و تسهیلات فنی-زیرساختی) و ابزارهای انگیزشی و توانمندساز (شامل خدمات آموزش و یادگیری، توسعه بازار، شبکه‌سازی و مشاوره و عارضه‌یابی) هستند که در کنار هم به ایجاد یک چشم‌انداز رسانه‌ای پیشرو در سطوح داخلی، منطقه‌ای و جهانی کمک می‌کنند.



شکل ۶- شمایک راهبرد حمایتی

پیشنهاد‌های سیاستی

براساس نتایج این تحقیق، پیشنهاد‌های سیاستی زیر برای ایجاد و افزایش کارایی نهاد تنظیم‌گر صوت و تصویر فراگیر ارائه می‌شود:

۱. استقرار نظام جامع تنظیم مقررات خدمات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی با محوریت «نهاد تنظیم‌گر مستقل» با شخصیت حقوقی مؤسسه دولتی وابسته به سازمان صداوسیما (دارای استقلال کارکردی، مالی و منابع انسانی).
۲. طراحی سازوکار وضع مقررات و رسیدگی به تخلفات برای نهاد تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی از طریق اعطای صلاحیت مقررات‌گذاری و نظارت بر اجرای آن از طریق مجلس شورای اسلامی.
۳. طراحی چهارچوب تقنینی مبتنی بر شواهد و مشارکت از طریق توسعه سامانه‌های مقررات‌گذاری الکترونیک برای تسهیل مشارکت ذی‌نفعان اعم فعالان بازار و بخش‌های عمومی.
۴. تعیین اهداف راهبردی برای نظام جامع تنظیم مقررات خدمات صوت و تصویر فراگیر با محوریت افزایش ترافیک داخلی، کاهش ترافیک بین‌الملل، افزایش تولید محتوای حرفه‌ای و توسعه زیست بوم رسانه‌های کاربرمحور و طراحی سازوکارهای ارزیابی آن.
۵. توسعه نظارت هوشمند با استفاده از فناوری (RegTech) با هدف توسعه خودتنظیم‌گری، افزایش مسئولیت سکوها و کاهش بار نظارتی نهاد تنظیم‌گر.
۶. طراحی طیفی از اقدامات بازدارنده به‌صورت پلکانی و اعمال محدودیت‌های هدفمند برای سکوهایی متخلف به‌منظور تأثیرگذاری بر مدل درآمدی آنها.
۷. ترویج راهبردهای تسهیل‌گری و توانمندسازی بازیگران داخلی از طریق ارائه بسته‌های حمایتی شامل معافیت‌های مالیاتی، تسهیلات مالی و فنی و مشوق‌های تبلیغی- ترویجی برای تولیدکنندگان محتوای ایرانی- اسلامی.
۸. ایجاد نظام انگیزشی برای سکوهایی صوت و تصویر فراگیر از طریق نظام ارزیابی و رتبه‌بندی و تسهیم درآمدهای حاصل از ترافیک بر مبنای آن.

فهرست منابع

اسمعیلیان، ملیحه؛ و ناظمی، امیر. (۱۳۹۷). «ارائه الگویی برای نهاد تنظیم‌گر رسانه‌های نوین صوتی تصویری بر پایه روش تصمیم‌گیری پابرجا»، مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی، ۸(۲۶)، ۱۱۹-۱۳۶.

حسینی، حسین (۱۴۰۳). «حکمرانی و تنظیم‌گری سکوه‌های ویدیویی در ایران: از منازعه بر سر نهاد متولی تا تعدیل محتوا»، حقوق فناوری‌های نوین، ۵(۱۰)، ۳۳-۴۸.

قاسمزاده عراقی، مرتضی؛ خجسته، حسن؛ و سلمانی شاه‌محمدی، عبدالرضا (۱۴۰۰). «ارائه الگوی حکمرانی در سکوه‌های ویدیویی آنلاین با تأکید بر نقش صنعت (خودتنظیم‌گری)»، مطالعات بین‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، ۱۱(۲)، ۲۷۵-۳۰۶.

گاپله، محمد؛ خجسته باقرزاده؛ حسن؛ و رسولی، محمدرضا (۱۴۰۴). «الگوی حکمرانی تنظیم‌گری رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر ایران»، فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۲۶(۶۹)، ۴۳-۷۹.

مختاریان‌پور، مجید (۱۳۹۳). «عوامل تسهیل‌کننده اجرای موفق سیاست‌های فرهنگی کشور؛ مبتنی بر تجربیات برنامه‌های توسعه اول تا چهارم»، فصلنامه علمی پژوهشی راهبرد فرهنگ، ۷(۲۷)، ۳۳-۶۲.

نصراللهی، محمدصادق (۱۳۹۹). «الگوی سیاست‌های مطلوب پالایش (فیلتربینگ) فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران»، مطالعات رسانه‌های نوین، ۶(۲۳)، ۱۱۵-۱۵۴.

Baldwin, R., Cave, M., & Lodge, M. (2010). *The Oxford handbook of regulation*. Oxford Handbooks Online.

Baldwin, R., & Black, J. (2008). Really responsive regulation. *The modern law review*, 71(1), 59-94.

Black, J. (2010). *The rise, fall and fate of principles-based regulation*. In *Law reform and financial markets*. Edward Elgar Publishing.

Braithwaite, J. (2016). *Restorative justice and responsive regulation: The question of evidence*. RegNet Research Paper, (2016/51).

- Braithwaite, J., Coglianese, C., & Levi-Faur, D. (2007). *Can regulation and governance make a difference?*. Regul. & Governance, 1, 1.
- Burri, M. (2014). *Regulating Code: Good Governance and Better Regulation in the Information Age*, by Ian Brown and Christopher T. Marsden. In: Oxford University Press.
- Cabugueira, M. (2020). Data and artificial intelligence for better and intelligent regulation. *UL-P Law Review-Revista de Direito da UL-P*, 14(1), 7-7.
- Castells, M. (2013). *Communication power*. OUP Oxford.
- Coutinho, D. R., Kira, B., Lessa, M. R., & de Castro, H. A. (2017). Participatory democracy and law-making in contemporary Brazil. *The Theory and Practice of Legislation*, 5(3), 225-243.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of advanced nursing*, 62(1), 107-115.
- Flueler, T., & Seiler, H. (1999, October). Risk-based regulation: a suitable concept to legislate and regulate technical risks? Evaluation of various case studies in Switzerland. In Risk Analysis: Facing the New Millennium. Proc. SRA-Europe 9th Annual Conference, Rotterdam, Oct (pp. 10-13).
- Flüeler, T., & Seiler, H. (2003). Risk-based regulation of technical risks: lessons learnt from case studies in Switzerland. *Journal of Risk Research*, 6(3), 213-231.
- Furnémont, J. F., & Smokvina, T. K. (2017). *European co-regulation practices in the media: Comparative analysis and recommendations with a focus on the situation in Serbia*. *Доступно на*: <https://www.rem.rs/uploads/files/Baners/Evropska>, 20.
- Furnémont, J. F., & Smokvina, T. K. (2017). *European co-regulation practices in the media: Comparative analysis and recommendations with a focus on the situation in Serbia*.

- George, A. S. (2025). YouTube as the New Television: The Evolution of Content Consumption in the Digital Age. *Partners Universal Innovative Research Publication*, 3(3), 1-19.
- Graneheim, U. H., & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse education today*, 24(2), 105-112.
- Helm, R. K., & Nasu, H. (2021). Regulatory responses to 'fake news' and freedom of expression: Normative and empirical evaluation. *Human Rights Law Review*, 21(2), 302-328.
- Hertog, J.D. (1999). *General Theories of Regulation*. <https://www.semanticscholar.org/paper>
- J. Black,(2019). Regulatory Structures. *Environmental Sustainability for Engineers and Applied Scientists*, pp. 170 – 197
- Jati, I. M., & Serenade, V. (2024). Netflix's Global Market Entry and Adaptation Strategies Critical Review. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 932-936.
- Koop, C., & Lodge, M. (2017). What is regulation? An interdisciplinary concept analysis. *Regulation & Governance*, 11(1), 95-108.
- Latzer, M., Just, N., Saurwein, F., & Slominski, P. (2003). Regulation remixed: institutional change through self and co-regulation in the mediamatics sector. *Communications & Strategies*, 50(2), 127-157.
- Latzer, M., Just, N., Saurwein, F., & Slominski, P. (2003). Regulation remixed: institutional change through self and co-regulation in the mediamatics sector. *Communications & Strategies*, 50(2), 127-157.
- Levi-Faur, D. (2013). *Regulatory networks and regulatory agencification: Towards a single European regulatory space*. In Agency Governance in the EU (pp. 32-51). Routledge.
- Molfetas-Lygkiaris, A., & Grava, L. N. (2020). *Risk-Based Approaches to Business Regulation: A Note for Reformers*.

- Mondal, M. (2019). *Regulation of the State Systems: A Conceptual Framework*.
- Nair, S. S., & Prem, S. S. (2020). A framework for mixed-method research. *Shanlax International Journal of Management*, 8(2), 45-53.
- Oliveira, R.R. (2014). *Dos conceitos de regulação às suas possibilidades*. *Saude E Sociedade*, 23, 1198-1208.
- Schleifer, P. (2019). Varieties of multi-stakeholder governance: selecting legitimation strategies in transnational sustainability politics. *Globalizations*, 16(1), 50-66.
- Selznick, P. (1985). Focusing organizational research on regulation. *Regulatory policy and the social sciences*, 1(1), 363-367.
- Shaffer, G., & Pollack, M. A. (2008). How Hard and Soft Law Interact in International Regulatory Governance: Alternatives, *Complements and Antagonists*.
- Van Dijck, J., Nieborg, D., & Poell, T. (2019). Reframing platform power. *Internet Policy Review*, 8(2), 1-18.
- Van, José, Thomas Poell, and Martijn De Waal. The platform society: Public values in a connective world. *Oxford university press*, 2018.
- Weinand, J. (2018). *Implementing the EU Audiovisual Media Services Directive*. Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Arnold, D. (2019). Involvement of private and civil society actors in media regulation processes: A comparison of all European Union member states. In *Media Accountability in the Era of Post-Truth Politics* (pp. 181-195). Routledge.