

An Analysis of Institutional Formation, Vulnerabilities, and Governance Challenges of Online Audio-Visual Platforms in Iran

Abdolrahim Ghaseminejad¹, Afsaneh Mozaffari², Abdolkarim Khayami³,
Mohammadsadeq Nasrollahi⁴

Received: Jun,13.2026;Accepted:Augu,12.2026

DOI: 10.22034/scm.2026.586477.2023

Abstract

The rapid evolution of communication technologies and the expansion of digital platforms have introduced new challenges to media governance systems across countries. In Iran, the growth of online audio-visual services and the emergence of video-on-demand (VOD) platforms have highlighted the need to reconsider existing media regulatory mechanisms. This study aims to identify and analyze the challenges and vulnerabilities of the regulatory system governing pervasive audio-visual services in Iran. The research adopts a qualitative content analysis approach based on documentary data, including expert discussions, policy documents, and published statements by stakeholders in this field. The data corpus encompasses perspectives from regulatory authorities, policymakers, private-sector actors, and media scholars. The findings indicate that the regulatory system for pervasive audio-visual services in Iran faces multi-level challenges that can be categorized into seven main groups: perceptual challenges related to understanding

¹ Ph.D. Student, Department of Social Communication Sciences, Faculty of Literature, Humanities and Social Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

ab.ghaseminejad@iau.ir

² Associate Professor, Department of Communication and Information Studies, Faculty of Literature, Humanities and Social Sciences, Science and Research, Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Corresponding Author

a.mozaffari@srbiau.ac.ir

³ Assistant Professor, Department of Communication and Media, Faculty of Islamic Studies, Culture and Communication, Imam Sadiq University (AS), Tehran, Iran

ab.khayami@isu.ac.ir

⁴ Associate Professor, Department of Culture and Government, Faculty of Islamic Studies, Culture and Communication, Imam Sadiq University (AS), Tehran, Iran

m.nasrollahi@isu.ac.ir

technological developments and media convergence; legal challenges arising from conceptual ambiguity and the absence of comprehensive legislation; structural challenges associated with potential conflicts of interest and the limited independence of the regulatory body; functional challenges concerning transparency and stakeholder participation; economic and market-related challenges; cultural and content-related challenges; and challenges related to relationships among actors within the media ecosystem. The results suggest that the persistence of these challenges may limit the effectiveness of the regulatory system and hinder the development of the digital media industry. Therefore, a comprehensive understanding of these vulnerabilities can provide a basis for rethinking media governance models in the era of digital platforms.

Keywords: Governance; Digital Platforms; Online Audio-Visual Services; Cyberspace Policy-Making; Pervasive Audio-Visual Services.

Introduction

Rapid advances in information and communication technologies have transformed traditional structures of media production, distribution, and consumption and created a new media ecosystem in which digital platforms play a central role. Online audiovisual services, particularly video-on-demand services and video-sharing platforms, have become important forms of emerging media. By providing convenient and personalized access to audiovisual content, these services have changed patterns of media consumption and challenged traditional broadcasting. In Iran, the expansion of Internet infrastructure, smartphone penetration, and the digital economy has accelerated the development of platforms such as Filimo, Namava, and Filmnet. This transformation has created opportunities for digital content while also generating regulatory challenges concerning content management, privacy, platform responsibility, competition, and cultural policy. The networked and algorithmic nature of digital platforms has complicated conventional models of media governance. The emergence of artificial intelligence has further increased the need for transparent and risk-based regulation. In Iran, these developments have occurred within a complex legal and institutional environment. The concept of “comprehensive audio and video in cyberspace” has entered policy documents and institutional decisions, but its scope and legal basis remain contested. Disagreements among governmental and regulatory institutions concerning authority over online audiovisual services have therefore become an important feature of Iranian media policy. Against this background, examining the

institutional formation and challenges of digital audiovisual governance is particularly important.

Purpose

The purpose of this research is to analyze the regulatory experience of online audiovisual services in Iran and the institutional development of governance. Specifically, the study reconstructs the historical process through which the governance system of online audiovisual platforms emerged and developed and identifies its major challenges and weaknesses. The research addresses two central questions: first, in what institutional and policy context, and through what mechanisms, did the regulatory system for online audiovisual services in Iran emerge and evolve? Second, what are the most important challenges and weaknesses of the current governance structure? The study seeks to clarify the development of media platform governance and institutional conflicts in Iran.

Methodology

The research employed a qualitative approach, using documentary research for data collection and qualitative content analysis for data analysis. The study population consisted of texts and documents related to the regulation of comprehensive audio and video services in cyberspace in Iran. Purposive sampling based on criterion sampling and maximum variation was employed. The inclusion criteria were relevance to regulatory challenges, institutional credibility, and the speaker's expertise and involvement in policymaking, implementation, or professional criticism. In total, 34 independent textual units were examined, including 15 laws, policy documents, regulations, instructions, and institutional texts, and 19 interviews, media conversations, official statements, and expert roundtables. The sources represented governmental institutions, private platform managers, professional associations, legal experts, academics, and media analysts. Each document was treated as a unit of analysis. The texts were repeatedly examined, meaning units were extracted and condensed, and initial codes were developed. Similar codes were continuously compared and organized into subcategories and major categories, followed by the extraction of broader themes. In total, 270 meaning units were identified. To enhance trustworthiness, the criteria proposed by Lincoln and Guba (1985) were applied through diverse sources, repeated examination, continuous comparison, and transparent documentation.

Findings

The findings can be organized around two overarching themes: the historical and institutional formation of the regulatory system, and the multidimensional challenges of digital audiovisual governance. Historically, the concept of “comprehensive audio and video” emerged as a domestically constructed and ambiguous concept without a clearly established international equivalent. Regulatory responses in the 2000s were largely reactive and included website filtering, the Digital Media Center, and the Computer Crimes Law. Subsequent projects such as Shima and Media Mehr did not establish a sustainable governmental model. A major turning point occurred in 2015, when regulatory authority over comprehensive audio and video in cyberspace was assigned to the Islamic Republic of Iran Broadcasting organization. The establishment of the Regulatory Authority of Audio and Video Media in Cyberspace (SATRA) in 2017 represented a further step toward institutionalization. SATRA subsequently expanded its role in licensing and supervising platforms, although disputes concerning jurisdiction continued. The second theme concerns multidimensional challenges, including conceptual gaps regarding media convergence; legal uncertainty resulting from the absence of a comprehensive law and overlapping jurisdictions; structural problems associated with conflicts of interest and limited institutional independence; operational weaknesses involving transparency, accountability, and stakeholder participation; economic instability and investment risks; cultural concerns; and distrust between private platforms and governmental actors. Overall, the findings portray a regulatory ecosystem that remains institutionally unsettled and contested.

Conclusion

The results show that governance of online audiovisual platforms in Iran has developed gradually and contentiously, moving from reactive measures toward a formalized structure centered on SATRA. However, institutionalization has not eliminated fundamental legal, structural, operational, economic, and cultural challenges. The absence of a comprehensive legal framework, overlapping responsibilities, potential conflicts of interest, limited transparency and stakeholder participation, and regulatory uncertainty have contributed to an unstable governance environment. The study suggests that effective governance requires attention to interactions among public institutions, private platforms, professional actors, and other stakeholders. Accordingly, moving from hierarchical regulation toward a more participatory and platform-oriented governance model, with clearer

distinctions between governmental, regulatory, and operational roles, appears necessary for addressing the changing digital media environment.

Novelty

The novelty of this research lies in combining analysis of the historical and institutional formation of online audiovisual regulation in Iran with a multidimensional analysis of its current challenges. Unlike studies mainly describing institutional structures or legal issues, this study reconstructs the development process through diverse documentary sources and connects institutional development with conceptual, legal, institutional, operational, economic, and cultural challenges in the Iranian digital media ecosystem and contemporary regulatory environment and its institutional transformation.

References

- Akhavan, M., Roshandel Arbatani, T., Khajeheian, D., & Aghili, V. (2022). Designing the governance framework for audio and video in the Islamic Republic of Iran. *Journal of Visual and Auditory Media*, 4(2), 45–63. [In Persian]
- Albarran, A. B. (2013). *Management of electronic media** (4th ed.). Cengage Learning.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31*(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>.
- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: An analytic tool for qualitative research. *Qualitative Research*, 1*(3), 385–405.
- Audio and Video Regulatory Authority (Satra). (2023). *Reports and policy documents in the field of audio and video*. Tehran: Islamic Republic of Iran Broadcasting. [In Persian]
- Baldwin, R., Cave, M., & Lodge, M. (2012). *Understanding regulation: Theory, strategy, and practice* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Balleisen, E. J. (2017). *Policy shock*. Cambridge University Press.
- Bevir, M. (2013). *A theory of governance*. University of California Press.
- Black, J., & Baldwin, R. (2010). Really responsive risk-based regulation. *Law & Policy*, 32 (2), 181–213.
- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond*. Peter Lang.
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society* (2nd ed.). Blackwell.
- Chen, Y., & Zhang, X. (2021). Digital video platforms governance in China. *Journal of Digital Media & Policy*, 12 (3), 245–263. https://doi.org/10.1386/jdmp_0057_1
- Cohen, J. E. (2019). *Between truth and power*. Oxford University Press.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection*. Stanford University Press.
- DiploFoundation. (2025). *Digital governance in the age of AI: Emerging norms and regulatory challenges*. DiploFoundation.

<https://www.diplomacy.edu/publications/digital-governance-ai-2025/>.

- Dwyer, T. (2010). Media convergence. In R. Burnett & J. W. Marshall (Eds.), *Understanding media studies** (pp. 234–250). Sage.
- Esmailian, M., Pourezzat, A. A., & Nazemi, A. (2017). Investigating the conflicts of Iranian audio-visual media actors in a five-year horizon using actor behavior analysis. *Socio-Cultural Strategy*, 6(23), 31–51. [In Persian]
- European Union. (2024). Regulation (EU) 2024/1689 laying down harmonised rules on artificial intelligence (AI Act). Official Journal of the European Union. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj>.
- Evans, P., & Gawer, A. (2016). *The rise of the platform enterprise*. Emerald.
- Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction* (2nd ed.). Sage.
- Ghasemzadeh Iraqi, M., Khojasteh Bagherzadeh, S., & Shahmohammadi Salmani, A. (2020). Examining self-regulation capacities in online video platforms. *Digital Communication Studies*, 6(3), 77–98. [In Persian]
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet*. Yale University Press.
- Gorwa, R. (2019). What is platform governance? *Information, Communication & Society*, 22(6), 854–871. <https://doi.org/10.1080/1369118.2019.1573914>
- Helberger, N., Pierson, J., & Poell, T. (2020). Governing online platforms. *The Information Society*, 36(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/01901326.2019.1691550>
- Helmond, A. (2015). The platformization of the web. *Social Media + Society*, 1*(2), 1–11. <https://doi.org/10.563/5115603080/10.1177>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. NYU Press.
- Kaye, D. (2019). *Speech police*. Columbia Global Reports.
- Kooiman, J. (2003). *Governing as governance*. Sage.
- Levi-Faur, D. (2011). Regulation and regulatory governance. In D. Levi-Faur (Ed.), *The Oxford handbook of governance* (pp. 403–418). Oxford University Press.
- Majone, G. (1994). The rise of the regulatory state in Europe. *West European Politics*, 17(3), 77–101.
- Marsden, C. T. (2011). *Internet co-regulation*. Cambridge University Press.
- Namdarian, L., & Khedmatgozar, H. (2024). Examining the governance system of audio and video media services in Iran based on the institutional mapping of upstream documents. *Strategic and Macro Policies*, 12(48), 963–1002. [In Persian]
- Napoli, P. M. (2011). *Audience evolution*. Columbia University Press.
- Napoli, P. M., & Caplan, R. (2017). Why media governance matters. *Media and Communication*, 5(2), 1–10.
- Nasrollahi, M., Khayami, A., Zolfaghari, M., & Zaroudi, F. (2023). Strategies and actions of the country's governance system in the video sector... [Incomplete citation]. [In Persian]
- OECD. (2020). *Digital platforms and governance: Emerging trends*. OECD Publishing.
- Pierre, J., & Peters, B. G. (2000). *Governance, politics and the state*. Macmillan.

- Posner, R. A. (1974). Theories of economic regulation. *Bell Journal of Economics and Management Science, 1(2), 335-358.
- Rhodes, R. A. W. (1996). The new governance. Political Studies, 44 (4), 652-667.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-1007.1996.tb01747.x>
- Rhodes, R. A. W. (1997). Understanding governance. Open University Press.
- Rochet, J.-C., & Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. Journal of the European Economic Association, 1 (4), 990-1029.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-1007.2003.tb01747.x>
- Srnicek, N. (2017). Platform capitalism. Polity Press.
- Stigler, G. J. (1971). The theory of economic regulation. Bell Journal of Economics and Management Science, 2 (1), 3-21.
- Suzor, N. (2019). Lawless. Cambridge University Press.



سال پانزدهم / بهار ۱۴۰۵

مقاله پژوهشی

تحلیل تکوین نهادی و آسیب‌ها و چالش‌های حکمرانی سکوهای صوتی و تصویری آنلاین در ایران

عبدالرحیم قاسمی نژاد^۱، افسانه مظفری^۲، عبدالکریم خیامی^۳، محمدصادق نصراللهی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۰۵، تاریخ تایید: ۱۴۰۲/۰۵/۰۵

DOI: 10.22034/scm.2026.586477.2023

چکیده

تحولات سریع فناوری‌های ارتباطی و گسترش پلتفرم‌های دیجیتال، نظام حکمرانی رسانه‌ای در کشورهای مختلف را با چالش‌های جدیدی مواجه ساخته است. در ایران نیز توسعه خدمات صوتی و تصویری برخط و شکل‌گیری پلتفرم‌های نمایش درخواستی، ضرورت بازاندیشی در سازوکارهای تنظیم‌گری رسانه‌ای را برجسته کرده است. پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تحلیل چالش‌ها و آسیب‌های نظام تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در ایران انجام شده است. این پژوهش با بهره‌گیری از روش تحلیل محتوای کیفی و بر اساس داده‌های اسنادی شامل گفتگوهای تخصصی، اسناد سیاستی و اظهارنظرهای منتشرشده از سوی کنشگران و صاحب‌نظران این حوزه انجام شده است. جامعه داده‌ای پژوهش طیفی از دیدگاه‌های مدیران نهادهای تنظیم‌گر، سیاست‌گذاران، فعالان بخش خصوصی و پژوهشگران حوزه رسانه را دربر می‌گیرد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که نظام تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در ایران با مجموعه‌ای از چالش‌های چندسطحی مواجه است که در هفت دسته اصلی قابل طبقه‌بندی هستند: چالش‌های ادراکی در فهم تحولات فناورانه و همگرایی رسانه‌ای، چالش‌های قانونی ناشی از ابهام مفهومی و فقدان قانون جامع، چالش‌های ساختاری مرتبط با تعارض منافع و عدم استقلال نهاد تنظیم‌گر، چالش‌های عملکردی در حوزه شفافیت و مشارکت ذی‌نفعان، چالش‌های اقتصادی و بازار، چالش‌های محتوایی و فرهنگی، و چالش‌های مربوط به روابط میان بازیگران این زیست‌بوم. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که استمرار این چالش‌ها می‌تواند کارآمدی نظام تنظیم‌گری و توسعه صنعت رسانه‌های دیجیتال در کشور را با محدودیت مواجه سازد. از این‌رو، شناخت دقیق این آسیب‌ها می‌تواند زمینه‌ساز بازاندیشی در الگوی حکمرانی رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها باشد.

واژه‌های کلیدی: حکمرانی، سکوهای مجازی، خدمات صوتی و تصویری آنلاین، سیاستگذاری فضای مجازی، صوت و تصویر فراگیر.

^۱ دانشجوی دکتری، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران؛ ab.ghaseminejad@iau.ir

^۲ دانشیار، گروه علوم ارتباطات و دانش‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی و اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) a.mozaffari@sbiau.ac.ir

^۳ استادیار، گروه ارتباطات و رسانه، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، تهران، ایران؛ ab.khayami@isu.ac.ir

^۴ دانشیار، گروه فرهنگ و دولت، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، تهران، ایران؛ m.nasrollahi@isu.ac.ir

مقدمه

تحولات شتابان فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در دهه‌های اخیر، ساختارهای سنتی تولید، توزیع و مصرف محتوا را دگرگون ساخته و زمینه شکل‌گیری نوعی زیست‌بوم رسانه‌ای جدید را فراهم آورده است که در آن پلتفرم‌های دیجیتال نقش محوری ایفا می‌کنند. این پلتفرم‌ها به‌عنوان زیرساخت‌های نوین ارتباطی، امکان تعامل، تولید و توزیع محتوا را در مقیاسی گسترده و با سرعتی بی‌سابقه فراهم کرده‌اند و به همین دلیل، به یکی از عناصر اصلی تحولات فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی در عصر دیجیتال تبدیل شده‌اند. در میان انواع گوناگون پلتفرم‌های دیجیتال، خدمات صوتی و تصویری آنلاین به‌ویژه سکوهایی نمایش ویدیوی درخواستی^۱ و سکوهایی اشتراک ویدئو، از مهم‌ترین مصادیق رسانه‌های نوظهور به شمار می‌آیند که طی سال‌های اخیر رشد قابل توجهی در سطح جهانی تجربه کرده‌اند. این خدمات با فراهم‌سازی امکان دسترسی آسان، سریع و شخصی‌سازی‌شده به محتوای دیداری و شنیداری، الگوهای سنتی مصرف رسانه‌ای را دگرگون ساخته و جایگاه رسانه‌های خطی و پخش سنتی را با تغییرات اساسی مواجه کرده‌اند (کاتلس^۲، ۲۰۱۰).

در ایران نیز همزمان با گسترش زیرساخت‌های اینترنتی، افزایش ضریب نفوذ تلفن‌های هوشمند و توسعه اقتصاد دیجیتال، استفاده از خدمات صوتی و تصویری آنلاین با سرعت چشمگیری افزایش یافته است. شکل‌گیری و توسعه سکوهایی نظیر فیلیمو، نماوا، فیلمنت و دیگر خدمات ارائه‌دهنده محتوای ویدیویی، نشان‌دهنده ظهور یک بازار جدید رسانه‌ای در کشور است که در آن تولیدکنندگان محتوا، پلتفرم‌های توزیع، کاربران و نهادهای حاکمیتی در تعامل با یکدیگر قرار گرفته‌اند. این تحولات از یک سو فرصت‌هایی قابل توجه برای توسعه صنعت محتوای دیجیتال، افزایش تنوع رسانه‌ای و گسترش دسترسی عمومی به محصولات فرهنگی فراهم آورده است و از سوی دیگر، چالش‌های جدیدی را در حوزه سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری رسانه‌ای پدید آورده است.

یکی از ویژگی‌های بنیادین پلتفرم‌های دیجیتال، ماهیت شبکه‌ای، فرامرزی و الگوریتم‌محور آن‌هاست. برخلاف رسانه‌های سنتی که دارای ساختارهای کنترل‌پذیر و متمرکز بودند، پلتفرم‌های معاصر در محیطی پویا و مبتنی بر هوش مصنوعی مولد فعالیت می‌کنند که در آن

^۱ Video on Demand

^۲ Castells

مرز میان واقعیت و محتوای مصنوعی به شدت کمرنگ شده است. ظهور ابزارهای تولید محتوا توسط هوش مصنوعی، سرعت و حجم توزیع داده‌ها را به سطحی بی‌سابقه رسانده و چالش‌هایی محتوایی را به کانون مباحث حکمرانی تبدیل کرده است. این تحولات فناورانه موجب شده است که شیوه‌های سنتی حکمرانی، ناکارآمد جلوه کرده و نیاز به چارچوب‌های تنظیم‌گری مبتنی بر ریسک و شفافیت، بیش از پیش ضروری گردد (کمیسیون اروپا، ۲۰۲۴؛ بنیاد دیپلو، ۲۰۲۵). در بسیاری از کشورها، گسترش پلتفرم‌های دیجیتال موجب شده است که دولت‌ها و نهادهای تنظیم‌گر به بازتعریف نقش‌ها و ابزارهای سیاست‌گذاری در حوزه رسانه بپردازند؛ زیرا مسائل مرتبط با مدیریت محتوا، حفاظت از داده‌های کاربران، صیانت از حریم خصوصی، مسئولیت پلتفرم‌ها در قبال محتوای منتشرشده و نیز رقابت در بازارهای دیجیتال، همگی ابعاد تازه‌ای از حکمرانی رسانه‌ای را مطرح کرده‌اند (OECD, ۲۰۲۰).

در ایران، این تحولات در بستری شکل گرفته است که از نظر حقوقی و نهادی با پیچیدگی‌های خاصی همراه است. توسعه سریع خدمات صوتی و تصویری آنلاین در سال‌های اخیر^۱ موجب شده است که بحث درباره نحوه تنظیم‌گری این حوزه به یکی از موضوعات مهم در سیاست‌گذاری رسانه‌ای کشور تبدیل شود. در این میان، مفهوم «صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی» به عنوان یکی از مفاهیم کلیدی در سیاست‌گذاری رسانه‌ای مطرح شده و به تدریج در اسناد و تصمیمات نهادهای مختلف وارد شده است. با این حال، از ابتدای شکل‌گیری این مفهوم، ابهاماتی در خصوص دامنه و مصادیق آن وجود داشته است که همین امر به شکل‌گیری مناقشات نهادی میان دستگاه‌های مختلف انجامیده است. اختلاف نظر میان نهادهای حاکمیتی و دولتی درباره مرجع تنظیم‌گر خدمات صوتی و تصویری آنلاین، یکی از مهم‌ترین نمودهای این وضعیت بوده است. در سال‌های گذشته، بحث درباره صلاحیت سازمان صداوسیما در تنظیم‌گری این حوزه و شکل‌گیری نهاد تنظیم‌گر مرتبط با آن، به یکی از محورهای اصلی منازعات نهادی در حوزه سیاست‌گذاری رسانه‌ای تبدیل شده است (سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر، ۱۴۰۲).

^۱ براساس آخر آمار سال ۱۴۰۴ که از سوی مرکز تحقیقات بازار سکوی «فیلمو» اعلام شده است، بازار سکوی ویدیوی درخواستی در ایران ۱۳٫۵ میلیون کاربر دارد. البته تعداد کاربر نشان‌دهنده تمام دسترسی به محتوا نیست و در حقیقت تنها ۱۷ درصد جمعیت (۱۳٫۵ میلیون نفر) مخاطب محتوای این سکوها نیستند. بلکه میزان تماشای خارج از پلتفرم محتوای این سکوها دوبرابر این میزان است و ۳۴ درصد از مردم، محتواهای این پلتفرم‌ها را به صورت غیرقانونی تماشا می‌کنند.

این مناقشات نهادی، علاوه بر ایجاد ابهام در حوزه‌های صلاحیتی نهادهای مختلف، پیامدهایی برای فعالیت پلتفرم‌های دیجیتال نیز به همراه داشته است. در شرایطی که صنعت محتوای آنلاین در ایران در حال رشد و گسترش است، نبود یک چارچوب منسجم و مورد توافق برای تنظیم‌گری می‌تواند بر فضای کسب‌وکار این حوزه تأثیر بگذارد و موجب بروز عدم قطعیت در فعالیت بازیگران بازار شود. از سوی دیگر، افزایش حجم و تنوع محتوای منتشرشده در پلتفرم‌های ویدیویی، ضرورت وجود ضوابط و سازوکارهای مشخص برای نظارت بر محتوای دیجیتال را بیش از پیش برجسته کرده است. این مسئله به‌ویژه در جامعه‌ای که رسانه‌ها نقش مهمی در شکل‌دهی به هنجارهای فرهنگی و اجتماعی دارند، از اهمیت قابل توجهی برخوردار است. در عین حال، نحوه مداخله نهادهای تنظیم‌گر در این حوزه همواره با پرسش‌هایی درباره حدود و شیوه‌های نظارت بر رسانه‌های دیجیتال همراه بوده است.

از سوی دیگر، گسترش فناوری‌های دیجیتال و پلتفرم‌های مبتنی بر داده، مسائل تازه‌ای را در حوزه حکمرانی رسانه‌ای مطرح کرده است. موضوعاتی همچون نحوه جمع‌آوری و پردازش داده‌های کاربران، شیوه‌های مدیریت و پالایش محتوا، و مسئولیت پلتفرم‌ها در قبال فعالیت کاربران، از جمله موضوعاتی هستند که در ادبیات تنظیم‌گری پلتفرم‌ها به طور گسترده مورد توجه قرار گرفته‌اند. در نبود چارچوب‌های شفاف و سازوکارهای نظارتی مؤثر، احتمال بروز مشکلاتی همچون نقض حریم خصوصی کاربران، سوءاستفاده از داده‌های شخصی و کاهش شفافیت در عملکرد پلتفرم‌ها افزایش می‌یابد که این امر می‌تواند اعتماد عمومی به خدمات دیجیتال را تحت تأثیر قرار دهد (ژیلسپی^۱، ۲۰۱۸).

از منظر مطالعات حکمرانی نیز پلتفرم‌های دیجیتال به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عرصه‌های نوین تنظیم‌گری شناخته می‌شوند. در ادبیات حکمرانی رسانه‌ای تأکید می‌شود که تنظیم‌گری پلتفرم‌ها به دلیل پیچیدگی‌های فناوری و تنوع بازیگران، نیازمند درک دقیق از تحولات نهادی، حقوقی و سیاستی در این حوزه است. به همین دلیل، مطالعه روندهای تاریخی و نهادی شکل‌گیری نظام‌های تنظیم‌گری می‌تواند به فهم بهتر چالش‌ها و مسائل موجود کمک کند. در ایران نیز مطالعه سیر تحول سیاست‌ها و نهادهای مرتبط با تنظیم‌گری خدمات صوتی و تصویری آنلاین، امکان تحلیل دقیق‌تر ساختارهای حکمرانی رسانه‌ای در فضای دیجیتال را فراهم می‌سازد.

^۱ Gillespie

بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف تحلیل تجربه تنظیم‌گری خدمات صوتی و تصویری آنلاین در ایران و مطالعه روند تکوین نهادی این حوزه انجام شده است. تمرکز اصلی پژوهش بر واکاوی فرایند شکل‌گیری نهادها و سازوکارهای تنظیم‌گری مرتبط با صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی و نیز شناسایی مهم‌ترین چالش‌ها و آسیب‌های نظام تنظیم‌گری در این حوزه است. پرسش اصلی پژوهش آن است که شکل‌گیری و تحول نهادی نظام تنظیم‌گری خدمات صوتی و تصویری آنلاین در ایران چگونه رقم خورده و این نظام با چه چالش‌ها و آسیب‌هایی مواجه است. در همین راستا، دو سؤال محوری مورد بررسی قرار می‌گیرد. نخست، این نظام در چه بسترها و سازوکارهای نهادی و سیاستی شکل گرفته و تکامل یافته است؛ و دوم، مهم‌ترین چالش‌ها و آسیب‌های موجود در ساختار تنظیم‌گری خدمات صوتی و تصویری آنلاین در کشور چیست.

مطالعات پیشین

ادبیات پژوهشی مرتبط با حکمرانی و تنظیم‌گری سکوهای دیجیتال و خدمات صوتی و تصویری آنلاین در سال‌های اخیر به‌طور قابل توجهی گسترش یافته است. این مطالعات عمدتاً در سه محور اصلی قابل دسته‌بندی هستند: نخست، پژوهش‌هایی که به مطالعه ساختار حکمرانی و نظام نهادی رسانه‌های دیجیتال پرداخته‌اند؛ دوم، مطالعاتی که بر روابط میان بازیگران و چالش‌های تنظیم‌گری تمرکز دارند؛ و سوم، پژوهش‌هایی که در سطح بین‌المللی به تحلیل تحولات سیاستگذاری پلتفرم‌ها و مدل‌های حکمرانی دیجیتال پرداخته‌اند. مرور این ادبیات نشان می‌دهد که با وجود پیشرفت‌های نظری و تجربی، هنوز پرسش‌های مهمی درباره نحوه سازمان‌دهی حکمرانی پلتفرم‌های رسانه‌ای و چگونگی مدیریت تعارضات نهادی در این حوزه باقی مانده است.

در میان پژوهش‌های داخلی، بخشی از مطالعات به مطالعه ساختار نهادی حکمرانی رسانه‌های صوتی و تصویری در ایران پرداخته‌اند. نامداریان و خدمتگزار (۱۴۰۳) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی نظام حکمرانی خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر در ایران بر پایه نگاشت نهادی اسناد بالادستی»، با استفاده از روش نگاشت نهادی و تحلیل اسناد بالادستی، تصویری از شبکه نهادهای دخیل در حکمرانی خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر ارائه کرده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که نظام حکمرانی این حوزه در ایران ماهیتی چندسطحی دارد و قدرت

تصمیم‌گیری میان نهادهای مختلف توزیع شده و برخی نهادها در حوزه‌هایی مانند سیاستگذاری، تنظیم‌گری و ارائه خدمات رسانه‌ای نقش غالب‌تری دارند، در حالی که هماهنگی میان نهادها نسبتاً ضعیف است.

پژوهش‌های دیگری نیز بر مطالعه تحولات سیاستگذاری و تنظیم‌گری در صنعت نمایش ویدیویی آنلاین تمرکز داشته‌اند. نصراللهی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی تحت عنوان «راهبردها و اقدامات نظام حکمرانی کشور در بخش ویدیوی درخواستی» با مطالعه روندهای سیاستگذاری در حوزه شبکه نمایش خانگی و خدمات ویدیوی درخواستی طی بیش از یک دهه، نشان می‌دهند که سیاستگذاری این حوزه در ایران عمدتاً به‌صورت واکنشی و غیرهماهنگ شکل گرفته است. به‌گفته آنان، رشد سریع فناوری‌های دیجیتال و تغییر الگوهای مصرف رسانه‌ای موجب شده است که نهادهای سیاستگذار نتوانند به‌موقع با تحولات فناورانه سازگار شوند.

در کنار مطالعات نهادی، برخی پژوهش‌ها بر تحلیل تعاملات میان بازیگران و تعارض منافع در نظام حکمرانی رسانه‌های دیجیتال تمرکز کرده‌اند. اسماعیلیان، پورعزت و ناظمی (۱۴۰۱) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی مناقشات بازیگران رسانه‌های صوتی-تصویری ایران در افق پنج‌ساله با روش تحلیل رفتار بازیگران» با بهره‌گیری از روش تحلیل رفتار بازیگران، شبکه‌ای از ذی‌نفعان حوزه رسانه‌های صوتی و تصویری را شناسایی کرده و تعاملات و تعارض‌های میان آنان را مطالعه کرده‌اند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که بازیگران مختلف—از نهادهای دولتی گرفته تا بخش خصوصی و کاربران—دارای منافع و اولویت‌های متفاوتی هستند که در بسیاری از موارد با یکدیگر در تعارض قرار می‌گیرد. این تعارض منافع، به‌ویژه در شرایطی که سازوکارهای مؤثر برای حل اختلافات نهادی وجود ندارد، می‌تواند به کاهش کارآمدی سیاستگذاری و کندی فرآیند تصمیم‌گیری منجر شود.

گروه دیگری از پژوهش‌های داخلی به مطالعه الگوهای تنظیم‌گری و نقش صنعت در مدیریت پلتفرم‌های دیجیتال پرداخته‌اند. قاسم‌زاده عراقی، خجسته باقرزاده و شاه‌محمدی سلمانی (۱۳۹۹) با تمرکز بر پلتفرم‌های ویدیویی آنلاین، ظرفیت‌های خودتنظیم‌گری صنعت را در مدیریت محتوا و رفتار کاربران مطالعه کرده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که خودتنظیم‌گری در بسیاری از کشورها به‌عنوان مکمل تنظیم‌گری دولتی مورد استفاده قرار گرفته و می‌تواند در ارتقای مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها نقش مهمی ایفا کند.

در همین راستا، اخوان و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی تحت عنوان «طراحی چارچوب حکمرانی صوت و تصویر فراگیر در ایران»، بر ضرورت شکل‌گیری یک مدل حکمرانی مشارکتی تأکید کرده‌اند. آنان استدلال می‌کنند که پراکندگی نهادی و ابهام در تقسیم وظایف میان سازمان‌های مختلف از مهم‌ترین چالش‌های سیاستگذاری رسانه‌ای در کشور است.

در سطح بین‌المللی نیز پژوهش‌های گسترده‌ای درباره حکمرانی پلتفرم‌ها و تنظیم‌گری رسانه‌های دیجیتال انجام شده است. بخشی از این مطالعات به مطالعه ابعاد حقوقی و اخلاقی حکمرانی پلتفرم‌ها می‌پردازند (کی^۱، ۲۰۲۴). در پژوهشی درباره پاسخگویی الگوریتمی و حقوق بشر استدلال می‌کند که الگوریتم‌های پلتفرم‌ها نقش مهمی در شکل‌دهی جریان اطلاعات دارند و در نتیجه می‌توانند بر حقوق بنیادینی مانند آزادی بیان و حق دسترسی به اطلاعات تأثیر بگذارند. مطالعات دیگری نیز به ارزیابی تحولات مقررات‌گذاری پلتفرم‌ها در سال‌های اخیر پرداخته‌اند. گورو و اش^۲ (۲۰۲۳) با تحلیل روندهای سیاستگذاری پس از سال ۲۰۲۰ نشان می‌دهند که بسیاری از کشورها در حال آزمایش مدل‌های جدید حکمرانی پلتفرم‌ها هستند. آنان سه رویکرد اصلی را در این زمینه شناسایی می‌کنند: مقررات دولتی سخت، مدل‌های اصلاح‌شده خودتنظیم‌گری، و الگوهای مشارکتی که در آن دولت، صنعت و جامعه مدنی به‌صورت مشترک در فرآیند تنظیم‌گری مشارکت دارند.

در برخی کشورها نیز مدل‌های متفاوتی از حکمرانی دیجیتال شکل گرفته است. برای مثال، چن و ژانگ^۳ (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای درباره سیاستگذاری پلتفرم‌های ویدیویی در چین نشان می‌دهند که دولت این کشور از طریق سازوکارهای نظارتی متمرکز و مقررات الزام‌آور تلاش کرده است فعالیت پلتفرم‌ها را با اهداف فرهنگی و سیاسی خود هماهنگ کند.

در مرور پژوهش‌های پیشین مشخص می‌شود که مطالعات داخلی عمدتاً بر توصیف ساختارهای نهادی، شناسایی بازیگران و تحلیل‌های حقوقی یا نهادی تمرکز داشته‌اند و کمتر به تجربه زیسته کنشگران و روند تاریخی تکوین نهاد تنظیم‌گر پرداخته‌اند. در نتیجه، خلأ اصلی در ادبیات موجود، فقدان یک تحلیل تجربه‌نگارانه و فرآیندی از شکل‌گیری و تحول نظام تنظیم‌گری در این حوزه است که بتواند هم‌زمان چالش‌ها و آسیب‌های عملی آن را آشکار سازد. پژوهش حاضر با تمرکز بر بازسازی مسیر شکل‌گیری تنظیم‌گری خدمات صوتی و

¹ Kaye

² Gorwa & Ash

³ Chen & Zhang

تصویری آنلاین در ایران و تحلیل تجربه‌ها و چالش‌های آن در ابعاد مختلف، در پی پر کردن این خلأ پژوهشی است.

مبانی نظری

تحولات فناورانه در دهه‌های اخیر موجب شکل‌گیری محیطی نوین در عرصه ارتباطات و رسانه شده است؛ محیطی که در آن مرزهای میان فناوری، رسانه، اقتصاد و سیاست به‌طور فزاینده‌ای در هم تنیده شده‌اند. در چنین بستری، مفاهیمی همچون حکمرانی، پلتفرم‌های دیجیتال و تنظیم‌گری به عناصر کلیدی در تحلیل ساختارهای قدرت، سیاست‌گذاری و مدیریت فضای مجازی تبدیل شده‌اند. درک تحولات مرتبط با خدمات صوتی و تصویری آنلاین و سکوهای دیجیتال مستلزم توجه به این مفاهیم و چارچوب‌های نظری مرتبط با آن‌هاست. از این‌رو، مبانی نظری پژوهش حاضر بر سه محور اصلی استوار است: مفهوم حکمرانی و تحول آن در عصر دیجیتال، مفهوم و کارکرد پلتفرم‌های دیجیتال، و نظریه‌ها و الگوهای تنظیم‌گری رسانه‌ای در محیط‌های دیجیتال. افزون بر این، برای تحلیل تحولات ساختاری رسانه در بستر فناوری‌های نوین، از نظریه همگرایی رسانه‌ها و نظریه حکمرانی پلتفرمی نیز بهره گرفته شده است.

این چارچوب نظری به این دلیل انتخاب شده است که تحلیل حکمرانی خدمات صوتی و تصویری آنلاین تنها با اتکا بر ساختار دولت قابل فهم نیست و نیازمند بررسی هم‌زمان سه سطح «تحول مفهوم حکمرانی»، «اقتصاد و منطق پلتفرمی» و «الگوهای تنظیم‌گری دیجیتال» است؛ زیرا سکوهای آنلاین در نقطه تلاقی این سه حوزه عمل می‌کنند و هرگونه تحلیل نهادی بدون توجه به این شبکه نظری ناقص خواهد بود.

در ادبیات علوم سیاسی، مدیریت عمومی و مطالعات ارتباطات، مفهوم «حکمرانی» طی چند دهه گذشته به یکی از مفاهیم محوری در تحلیل نحوه اداره جوامع و سازماندهی روابط قدرت تبدیل شده است. این مفهوم برخلاف برداشت سنتی از «حکومت» که عمدتاً بر اقتدار رسمی دولت و اعمال قدرت از بالا به پایین تأکید دارد، به شبکه‌ای از روابط، نهادها و فرایندهای تصمیم‌گیری اشاره می‌کند که در آن بازیگران متعددی از جمله دولت، بخش خصوصی و جامعه مدنی در هدایت امور عمومی مشارکت دارند (رودز^۱، ۱۹۹۶؛ کویمن^۲، ۲۰۰۳). در این چارچوب،

^۱ Rhodes

^۲ Kooiman

حکمرانی سازوکاری برای هماهنگی میان مجموعه‌ای از کنشگران است که هر یک در سطوح مختلف اجتماعی، اقتصادی و نهادی در شکل‌دهی به سیاست‌ها و اجرای آن‌ها نقش دارند. با گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ظهور جامعه شبکه‌ای، مفهوم حکمرانی نیز دستخوش تحول شد و به حوزه‌هایی همچون حکمرانی شبکه‌ای، حکمرانی چندسطحی و حکمرانی دیجیتال گسترش یافت. کاستلز در نظریه جامعه شبکه‌ای نشان می‌دهد که ساختار قدرت در عصر اطلاعات از الگوی سلسله‌مراتبی سنتی فاصله گرفته و به شبکه‌های پیچیده‌ای از تعاملات میان سازمان‌ها، شرکت‌ها و کاربران تبدیل شده است (کاستلز^۱، ۲۰۰۰). در چنین ساختاری، دولت‌ها دیگر تنها بازیگران تعیین‌کننده نیستند، بلکه نقش آن‌ها بیشتر در قالب هماهنگ‌کننده، تسهیل‌گر و تنظیم‌گر تعریف می‌شود (پیر و پیترز^۲، ۲۰۰۰). از همین رو، حکمرانی بیشتر به‌عنوان فرایند مدیریت تعاملات میان مجموعه‌ای از بازیگران تفسیر می‌شود. در ادبیات نظری، تمایز میان مفاهیم «Governance» و «Government» نقش مهمی در درک تحول حکمرانی داشته است. «Government»، به ساختار رسمی دولت اشاره دارد، در حالی که «Governance» مجموعه‌ای گسترده از قواعد، نهادها، شبکه‌ها و فرایندهای تصمیم‌گیری رسمی و غیررسمی را در بر می‌گیرد (بویر^۳، ۲۰۱۳). رودز^۴ (۱۹۹۷) حکمرانی را نظام شبکه‌ای تعاملات می‌داند که روابط مبتنی بر مذاکره و همکاری جایگزین الگوهای دستوری می‌شوند. در فضای مجازی نیز حکمرانی اینترنت بر چندبازیگری بودن، اهمیت قواعد مشترک و ماهیت شبکه‌ای تأکید دارد (اجلاس جهانی جامعه اطلاعاتی، ۲۰۰۵).

در کنار مفهوم حکمرانی، ظهور پلتفرم‌های دیجیتال به‌عنوان زیرساخت‌های ارتباطی و اقتصادی جدید، منطق اقتصاد رسانه را دگرگون کرده است (گیلسپی^۵، ۲۰۱۸؛ سرنیک^۶، ۲۰۱۷). پلتفرم‌ها ساختارهای نهادی‌ای هستند که بر پایه اقتصاد داده‌محور شکل گرفته‌اند و از طریق جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها قدرت اقتصادی و اطلاعاتی قابل توجهی به دست می‌آورند. این ساختار چندوجهی باعث شده است که پلتفرم‌ها به زیرساخت‌های حیاتی اقتصاد دیجیتال

¹ Castells

² Pierre & Peters

³ Bevir,

⁴ Rhodes

⁵ Gillespie

⁶ Smicek

تبدیل شوند (روشه و تیرو^۱، ۲۰۰۳) و برخی پژوهشگران این وضعیت را «قدرت پلتفرمی» نامیده‌اند (کولدرای و مخیاس^۲، ۲۰۱۹).

پلتفرم‌ها خود به نوعی نهاد حکمرانی تبدیل شده‌اند؛ آن‌ها از طریق الگوریتم‌ها، سیاست‌های محتوایی و قواعد استفاده، رفتار کاربران و جریان اطلاعات را مدیریت می‌کنند. گوروا^۳ (۲۰۱۹) این وضعیت را «حکمرانی پلتفرمی» می‌نامد و سه سطح را معرفی می‌کند: حکمرانی در پلتفرم‌ها، حکمرانی از طریق پلتفرم‌ها و حکمرانی بر پلتفرم‌ها. در سطح سوم، دولت‌ها تلاش می‌کنند فعالیت پلتفرم‌ها را از طریق قوانین و مقررات هدایت کنند (هلبرگر^۴ و همکاران، ۲۰۲۰).

در چنین شرایطی، مفهوم تنظیم‌گری به ابزار اجرایی حکمرانی برای هدایت رفتار بازیگران تبدیل شده است (بالدوین، کیو و لاج^۵، ۲۰۱۲). شکل‌گیری نظام‌های تنظیم‌گری مدرن به تحولات صنعتی قرن نوزدهم بازمی‌گردد (فوگل^۶، ۱۹۹۶) و در نیمه دوم قرن بیستم، دولت‌ها وظیفه اصلی خود را در تدوین قواعد و نظارت بر بازار تعریف کردند (ماژون^۷، ۱۹۹۷). نظریه «منفعت عمومی» تنظیم‌گری را ابزار اصلاح شکست‌های بازار می‌داند (پاسنر^۸، ۱۹۷۴)؛ در حالی که نظریه «تسخیر تنظیم‌گری» استدلال می‌کند که نهادهای تنظیم‌گر ممکن است تحت سلطه گروه‌های قدرتمند قرار گیرند (استیگلر^۹، ۱۹۷۱). در سال‌های اخیر، رویکردهای نوینی همچون هم‌تنظیمی و تنظیم‌گری الگوریتمی مطرح شده‌اند (مارسدن^{۱۰}، ۲۰۱۱؛ یانگ^{۱۱}، ۲۰۱۸).

نظریه همگرایی رسانه‌ها نیز چارچوبی مهم برای تحلیل تحولات محیط رسانه‌ای در عصر دیجیتال است. جنکینز همگرایی رسانه‌ای را فرایند ادغام فناوری‌ها، صنایع و محتواها می‌داند (جنکینز^{۱۲}، ۲۰۰۶). این تحول باعث مرکززدایی تولید محتوا، تغییر مدل‌های اقتصادی رسانه و افزایش پیچیدگی‌های تنظیم‌گری شده است (ناپولی^{۱۳}، ۲۰۱۱). کاربران امروز خود

¹ Rochet & Tirole

² Couldry & Mejias

³ Gorwa

⁴ Helberger

⁵ Baldwin, Cave, & Lodge

⁶ Vogel

⁷ Majone

⁸ Posner

⁹ Stigler

¹⁰ Marsden

¹¹ Yeung

¹² Jenkins

¹³ Napoli

تولیدکننده محتوا هستند و مرز میان تولیدکننده و مصرف‌کننده تا حد زیادی از میان رفته است (برونز^۱، ۲۰۰۸). در نتیجه، نظام‌های تنظیم‌گری سنتی با چالش‌های جدیدی مواجه شده‌اند (سوزور^۲، ۲۰۱۹).

بر این اساس، تحلیل حکمرانی خدمات صوتی و تصویری آنلاین مستلزم توجه هم‌زمان به تحولات فناوری، ساختارهای اقتصادی پلتفرم‌ها و سازوکارهای تنظیم‌گری است. ترکیب نظریه همگرایی رسانه‌ها و نظریه حکمرانی پلتفرمی امکان درک دقیق‌تر این تعاملات را فراهم می‌سازد و چارچوبی مفهومی برای تحلیل تحولات سیاست‌گذاری رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها ارائه می‌دهد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با رویکردی کیفی و با هدف تبیین و تحلیل تکوین نهادی و چالش‌های حکمرانی خدمات صوتی و تصویری آنلاین در ایران انجام شده است. با توجه به ماهیت مسئله پژوهش که ناظر بر فهم الگوهای معنایی، گفتمان‌های نهادی و سازوکارهای تنظیم‌گری در بستر اسناد و اظهارات رسمی است، از روش اسنادی برای گردآوری داده‌ها و از تحلیل محتوای کیفی برای تحلیل آن‌ها استفاده شده است. منطق روش‌شناختی پژوهش مبتنی بر دو مرحله اصلی «گردآوری داده‌ها» و «تحلیل داده‌ها» بوده و تلاش شده است تا فرایند تبدیل داده‌های متنی به مقولات و مضامین تحلیلی به‌صورت نظام‌مند و شفاف صورت گیرد.

گردآوری داده‌ها

برای جمع‌آوری داده‌های کیفی این پژوهش از روش اسنادی (کتابخانه‌ای) استفاده شده است که روشی مناسب برای انجام مطالعات اکتشافی به شمار می‌رود. در این پژوهش، استفاده از روش اسنادی به معنای بهره‌برداری از قوانین و مقررات، اسناد سیاستی، آیین‌نامه‌ها، دستورالعمل‌ها، گزارش‌های نهادی و به‌طور ویژه و متمرکز، متون مربوط به گفت‌وگوهای منتشرشده در رسانه‌ها، مصاحبه‌ها، نشست‌ها و میزگردهای تخصصی، یادداشت‌ها و اظهارنظرهای کارشناسان حقیقی و حقوقی است. این افراد شامل مدیران دستگاه‌های اجرایی و نهادهای تنظیم‌گر، مدیران سکوی مجازی ارائه‌دهنده خدمت (VOD) ها، فعالان صنفی، کارشناسان حقوقی و پژوهشگران اندیشکده‌های تخصصی بوده‌اند.

¹ Bruns

² Suzor

جامعه مورد مطالعه و منطق نمونه‌گیری

جامعه مورد مطالعه در این پژوهش، کلیه متون، اسناد و داده‌های متنی مرتبط با موضوع تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی در ایران را دربر می‌گیرد. با توجه به ماهیت کیفی و اکتشافی پژوهش، منطق نمونه‌گیری از نوع نمونه‌گیری هدفمند (مبتنی بر معیار و تنوع بیشینه) بوده است.

در این چارچوب، معیارهای ورود اسناد و متون به فرایند تحلیل عبارت بودند از: (۱) ارتباط مستقیم و معنادار با موضوع چالش‌ها و دلالت‌های تنظیم‌گری، (۲) اعتبار و جایگاه نهادی تولیدکننده متن، و (۳) سطح تخصص گوینده و میزان ارتباط او با عرصه سیاست‌گذاری، اجرا یا نقد تخصصی.

بر اساس این منطق و تا زمان دستیابی به کفایت مفهومی و «اشباع تحلیلی» (زمانی که داده‌های جدید، مفهوم متمایزی به تحلیل نمی‌افزودند)، در مجموع ۳۴ واحد متنی مستقل مورد بررسی قرار گرفت. این منابع شامل ۱۵ قانون، سند سیاستی و دستورالعمل و متون نهادی، و ۱۹ متن از مصاحبه‌ها، گفت‌وگوهای رسانه‌ای، اظهارنظرهای رسمی و میزگردهای تخصصی بوده است.

انتخاب این ترکیب متنوع از منابع (تنوع بیشینه) که شامل دیدگاه‌های رسمی حاکمیتی، کنشگران بخش خصوصی، و تحلیلگران رسانه‌ای است، تضمین کرد که تصویری چندبعدی از مسئله شکل بگیرد.

واحد تحلیل در این پژوهش، هر متن یا سند مستقل مرتبط با موضوع بوده و در درون آن، «واحدهای معنا» استخراج شده‌اند. انتخاب منابع به‌صورت تدریجی و همزمان با فرایند تحلیل انجام شده است؛ بدین ترتیب پژوهشگر با بررسی اولیه متون و استخراج مقولات مقدماتی، در مراحل بعدی به سراغ منابع و مصاحبه‌هایی رفته است که بتوانند به تدقیق یا غنای مقولات در حال شکل‌گیری کمک کنند.

تنوع منابع مورد استفاده، طیفی از دیدگاه‌های رسمی و غیررسمی را دربر می‌گیرد و شامل مواضع نهادهای سیاست‌گذار و تنظیم‌گر، مدیران بخش خصوصی، نمایندگان صنوف، کارشناسان دانشگاهی و تحلیلگران رسانه‌ای است. این تنوع به شکل‌گیری تصویری چندبعدی از مسئله حکمرانی صوت و تصویر فراگیر کمک کرده و زمینه لازم برای تحلیل جامع‌تر روابط نهادی و تعارضات موجود را فراهم ساخته است.

تحلیل داده‌ها

برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل محتوای کیفی^۱ استفاده شده است. تحلیل محتوای کیفی روشی نظام‌مند برای شناسایی، کدگذاری و طبقه‌بندی الگوهای معنایی در داده‌های متنی است و امکان استخراج مفاهیم و مقولات را به صورت استقرایی از دل داده‌ها فراهم می‌کند (Hsieh & Shannon, 2005; Graneheim & Lundman, 2004). در رویکرد قراردادی، چارچوب مفهومی از پیش تعیین‌شده‌ای بر داده‌ها تحمیل نمی‌شود، بلکه مقولات و مضامین بر اساس تحلیل مستمر متون شکل می‌گیرند.

فرایند تحلیل در چند گام انجام شده است. در گام نخست، متون منتخب به صورت مکرر مطالعه شده‌اند تا درک جامعی از کلیت داده‌ها حاصل شود. در این مرحله، واحدهای تحلیل و واحدهای معنا مشخص گردید. در گام دوم، واحدهای معنایی مرتبط با پرسش‌های پژوهش استخراج و پس از فشرده‌سازی، به کدهای اولیه تبدیل شدند. کدگذاری به صورت باز و مبتنی بر داده‌ها انجام شد و تلاش شد مفاهیم استخراج‌شده بیشترین نزدیکی را با محتوای اصلی متون داشته باشند.

در مرحله بعد، کدهای مشابه از نظر معنایی با یکدیگر مقایسه و در قالب زیرمقوله‌ها و سپس مقولات اصلی دسته‌بندی شدند. این فرایند با استفاده از مقایسه مستمر میان کدها انجام گرفت و برخی کدها ادغام یا بازتعریف شدند تا انسجام درونی مقولات حفظ و تمایز میان آن‌ها تقویت شود. در نهایت، از خلال مطالعه روابط میان مقولات، مضامین کلان پژوهش استخراج شد. این مضامین بیانگر الگوهای غالب در گفتمان تنظیم‌گری خدمات صوت و تصویر فراگیر در ایران بوده و چارچوب تحلیلی نهایی پژوهش را شکل داده‌اند.

تحلیل داده‌ها به صورت همزمان با گردآوری منابع انجام شده و حرکت رفت‌وبرگشتی میان داده‌ها و مقولات، امکان اصلاح و تدقیق مستمر چارچوب تحلیلی را فراهم ساخته است. این رویکرد به افزایش انسجام نظری و عمق تحلیلی یافته‌ها کمک کرده است.

اعتبار و اعتمادپذیری

برای ارزیابی کیفیت یافته‌های کیفی، از معیارهای اعتمادپذیری پیشنهادی لینکلن و گوبا (۱۹۸۵) شامل اعتبار، قابلیت اتکا، تأییدپذیری و انتقال‌پذیری استفاده شده است. به منظور تقویت اعتبار، از

^۱ Conventional Content Analysis

منابع متنوع و دیدگاه‌های متفاوت استفاده شده و فرایند کدگذاری و مقوله‌بندی با مطالعه مکرر داده‌ها و مقایسه مستمر میان آن‌ها انجام شده است. همچنین مراحل تحلیل به صورت دقیق مستندسازی شده تا مسیر شکل‌گیری مضامین قابل پیگیری باشد.

قابلیت اتکا از طریق تبعیت از یک چارچوب مشخص تحلیل محتوای کیفی و اجرای گام‌به‌گام فرایند تحلیل تأمین شده است. برای افزایش تأییدپذیری، تحلیل‌ها مستند به داده‌های منتشرشده و قابل ارجاع بوده و پیوند میان داده‌ها و تفسیرها به صورت شفاف حفظ شده است. در نهایت، با ارائه توصیف دقیق زمینه پژوهش، نوع منابع و شیوه تحلیل، امکان قضاوت درباره میزان انتقال‌پذیری یافته‌ها به زمینه‌های مشابه فراهم شده است.

بر این اساس، روش‌شناسی پژوهش حاضر با اتکا بر داده‌های مستند و تحلیل نظام‌مند کیفی، چارچوبی معتبر برای فهم تکوین نهادی و چالش‌های حکمرانی خدمات صوتی و تصویری آنلاین در ایران فراهم ساخته است.

یافته‌های پژوهش

برای تحلیل داده‌ها از رویکرد تحلیل محتوای کیفی استفاده شد. در مرحله نخست، اسناد، گزارش‌ها، مصاحبه‌های منتشرشده و متون مرتبط با سیاستگذاری و تنظیم‌گری رسانه‌های دیجیتال در ایران چندین بار مطالعه شد تا بخش‌های مرتبط با مسئله پژوهش شناسایی گردد. در این فرایند، گزاره‌های معنادار مرتبط با حکمرانی سکوهاي دیجیتال و به‌ویژه خدمات صوتی و تصویری آنلاین به‌عنوان «واحد‌های معنا» استخراج شد. سپس برای هر واحد معنا کدهای اولیه‌ای تدوین گردید که بیانگر مفهوم مرکزی آن گزاره بودند.

در مرحله بعد، کدهای اولیه با روش مقایسه مستمر با یکدیگر واکاوی شدند و بر اساس شباهت‌های مفهومی در قالب زیرمقوله‌ها و مقولات سازمان‌دهی شدند. طی این فرایند، برخی کدها ادغام، برخی تفکیک و برخی حذف شدند تا ساختار تحلیلی منسجمی شکل گیرد. در مجموع، ۲۷۰ واحد معنایی شناسایی شد که مبنای شکل‌گیری مقولات تحلیلی قرار گرفت.

با توجه به اینکه پژوهش حاضر با هدف تحلیل تکوین نهادی و آسیب‌ها و چالش‌های حکمرانی سکوهاي دیجیتال در ایران با تأکید بر خدمات صوتی و تصویری آنلاین تدوین شده است، در این مقاله صرفاً آن دسته از کدهای اولیه مورد تحلیل قرار گرفته‌اند که به‌طور مستقیم با ابعاد «تکوین نهادی» و «چالش‌ها و آسیب‌های حکمرانی» مرتبط بوده‌اند. بدین ترتیب،

کدهای ناظر بر «راهِبردها، پیشنهادها و الزامات سیاستی» که بخشی از نتایج پژوهش اصلی را تشکیل می‌دادند، از دامنه تحلیل این مقاله خارج شده و در قالب مقاله‌ای مستقل مورد واکاوی قرار خواهند گرفت.

در نتیجه این بازتفکیک تحلیلی، مجموعه کدهای مرتبط با مسئله مقاله حاضر مجدداً مورد بازبینی و تجمیع قرار گرفت و بر اساس اشتراکات مفهومی در قالب مقولات میانی سامان‌دهی شد. تحلیل این کدها نشان داد که یافته‌های مرتبط با موضوع مقاله در دو مضمون فراگیر قابل سازمان‌دهی است: نخست، «تاریخچه و تکوین نهادی حکمرانی خدمات صوتی و تصویری آنلاین در ایران» و دوم، «چالش‌ها و آسیب‌های نظام حکمرانی سکوهای صوتی و تصویری دیجیتال». این دو مضمون چارچوب اصلی تحلیل یافته‌های پژوهش را شکل می‌دهند. کدهای محوری و مضامین فراگیر (یکپارچه ساز) در جدول به تفکیک مورد اشاره قرار گرفته اند.

مفاهیم و نشانه‌های استخراج شده از متن	کدهای محوری	مقوله یکپارچه‌ساز
نوظهور بودن واژه، فقدان معادل بین‌المللی، بر ساخت داخلی بر پایه تفسیر اصل ۴۴ قانون اساسی	خاستگاه و ابهام ذاتی مفهوم «صوت و تصویر فراگیر»	تکوین تاریخی و نهادی نظام تنظیم‌گری در ایران
فیلترینگ دهه ۸۰، فعالیت‌های اولیه مرکز رسانه‌های دیجیتال، تمرکز بر جنبه‌های کیفی (قانون جرائم رایانه‌ای).	اقدامات اقتضائی و واکنشی پیش از ساختار جدید	
پروژه‌های «شیمای» و «رسانه مهر»، ضعف مدیریت پروژه، عدم درک پویایی بازار و نیاز مخاطب.	شکست پروژه‌های انحصاری و دولتی (IPTV/OTT)	
مرقومه رهبری در سال ۹۴ (نقطه عطف)، درج در قانون بودجه ۱۴۰۰، مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی و قانون برنامه هفتم.	مرجعیت‌بخشی حاکمیتی و نقاط عطف قانونی	
شکل‌گیری ساترا در سال ۹۶، الگوبرداری از نهادهای مستقل (آفکام)، گذار از رویکرد تحکمی به تعاملی در دوره اول.	تطور ساختاری ساترا و تلاش برای نهادسازی	
انتقال مرجعیت از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به ساترا، تسلط بر سه‌گانه «مجوز پلتفرم، ساخت و انتشار».	تثبیت تدریجی جایگاه مجوزدهی	
فهم نادرست از همگرایی رسانه‌ای، خلط مفهوم «حکمرانی» با «حکومت‌داری»، عدم درک تغییر	شکاف ادراکی و چالش‌های شناختی	آسیب‌شناسی و

مفاهیم و نشانگرهای استخراج‌شده از متن	کدهای محوری	مقوله یکپارچه‌ساز
نقش فرستنده/گیرنده.		چالش‌های چندبعدی نظام حکمرانی
فقدان قانون جامع رسانه‌های نوین، تداخل قوانین و صلاحیت‌ها، ضعف در ضمانت اجرایی تصمیمات.	بن‌بست‌های حقوقی و لرزانی بنیان‌های قانونی	
تعارض منافع (رقیب‌بودن صداوسیما)، عدم استقلال مالی و مدیریتی ساترا، موازی‌کاری نهادهای عالی (شورای عالی فضای مجازی، ارشاد و ...).	معماری پرمناقشه ساختاری و نهادی	
ضعف شفافیت و پاسخگویی، عدم مشارکت واقعی صنف، سیاست‌زدگی و تأثیرپذیری از منازعات سیاسی.	آسیب‌های عملکردی و فرآیندی تنظیم‌گر	
فرار سرمایه و کاهش امنیت سرمایه‌گذاری، رقابت نابرابر (انحصار آرشیو)، چالش نقض مالکیت فکری (رایت محتوای خارجی).	ناپایداری اقتصادی و مخاطرات بازار	
بازاری‌شدن فرهنگ، چالش «فشر خاکستری» و تنوع ضوابط، نگرانی از فروپاشی وحدت روایی و هویت ملی.	دغدغه‌های محتوایی و تضادهای فرهنگی	
فضای بی‌اعتمادی و نگاه تقابلی میان بخش خصوصی و حاکمیت، عدم بلوغ رسانه‌ای در هر دو سمت.	بحران روابط و فقدان بلوغ زیست‌بوم	

تاریخچه و تکوین نهادی حکمرانی خدمات صوتی و تصویری آنلاین در ایران

تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که شکل‌گیری نظام حکمرانی سکوهاى صوتی و تصویری آنلاین در ایران در بستر تحولات گسترده فناوری‌های ارتباطی و گسترش رسانه‌های مبتنی بر اینترنت شکل گرفته است. ظهور پلتفرم‌های پخش آنلاین ویدئو و تغییر الگوهای مصرف رسانه‌ای، ساختارهای سنتی حکمرانی رسانه‌ای را با چالش مواجه کرده و ضرورت ایجاد سازوکارهای جدید تنظیم‌گری را در دستور کار سیاستگذاران قرار داده است.

یکی از مهم‌ترین یافته‌های پژوهش به نحوه شکل‌گیری مفهوم «صوت و تصویر فراگیر» در نظام سیاستگذاری رسانه‌ای کشور مربوط می‌شود. این مفهوم در ادبیات سیاستگذاری ایران به‌عنوان مبنایی برای تنظیم‌گری رسانه‌های صوتی و تصویری در فضای مجازی مطرح شده است. با این حال، برخلاف بسیاری از مفاهیم رایج در ادبیات بین‌المللی حکمرانی رسانه، این اصطلاح معادل مشخص و تثبیت‌شده‌ای در ادبیات جهانی ندارد و بیشتر در چارچوب تحولات نهادی داخلی شکل گرفته است.

برجسته شدن این مفهوم به مرقومه مقام معظم رهبری در سال ۱۳۹۴ بازمی‌گردد که در آن مسئولیت تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی به سازمان صدا و سیما واگذار شد. این تصمیم را می‌توان نقطه عطفی در روند تکوین نهادی حکمرانی سکوهای صوتی و تصویری آنلاین در ایران دانست. در عین حال، ریشه‌های این رویکرد به تفسیر شورای نگهبان از اصل ۴۴ قانون اساسی بازمی‌گردد که پخش برنامه‌های صوتی و تصویری را در انحصار سازمان صدا و سیما قرار داده است. با گسترش رسانه‌های دیجیتال، دامنه و مصادیق این انحصار با ابهام‌ها و تفسیرهای متفاوتی مواجه شد.

مطالعه داده‌ها نشان می‌دهد که تلاش برای تنظیم‌گری محتوای صوتی و تصویری در فضای مجازی پیش از شکل‌گیری ساختارهای جدید حکمرانی نیز وجود داشته است. در دهه ۱۳۸۰، مواجهه حاکمیت با چالش‌های رسانه‌های اینترنتی عمدتاً در قالب اقدامات موردی و واکنشی مانند مسدودسازی برخی وبسایت‌ها صورت می‌گرفت. در ادامه، ایجاد مرکز رسانه‌های دیجیتال در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و تصویب قانون جرائم رایانه‌ای در سال ۱۳۸۸ تلاش‌هایی برای ایجاد چارچوب‌های قانونی در این حوزه محسوب می‌شود. با این حال، این اقدامات بیشتر بر جنبه‌های کنترلی و کیفری متمرکز بود و هنوز سازوکار جامعی برای حکمرانی رسانه‌های دیجیتال شکل نگرفته بود.

در دهه ۱۳۹۰، با گسترش فناوری‌های پخش آنلاین و ظهور پلتفرم‌های نمایش درخواستی، فضای رسانه‌ای کشور وارد مرحله جدیدی شد. سازمان صدا و سیما در این دوره تلاش کرد با راه‌اندازی پروژه‌هایی در حوزه تلویزیون اینترنتی حضور خود را در این عرصه تقویت کند. با این حال، برخی از این تجربه‌ها به دلایلی مانند تغییرات سریع فناوری و ضعف در مدل‌های کسب‌وکار با موفقیت کامل همراه نشدند. در مقابل، پلتفرم‌های خصوصی نمایش درخواستی به تدریج رشد کردند و سهم قابل توجهی از بازار مصرف محتوای ویدئویی آنلاین را به خود اختصاص دادند.

در چنین شرایطی، واگذاری مسئولیت تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر به سازمان صدا و سیما در سال ۱۳۹۴ به‌عنوان اقدامی برای ساماندهی این حوزه تلقی شد. در ادامه این روند، سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی (ساترا) در سال ۱۳۹۶ تأسیس شد تا به‌عنوان بازوی تخصصی تنظیم‌گری در حوزه سکوهای صوتی و تصویری آنلاین فعالیت

کند. مأموریت اصلی این نهاد، تنظیم فعالیت پلتفرم‌هایی تعریف شد که خدمات پخش محتوای صوتی و تصویری را در بستر اینترنت ارائه می‌کنند.

در مراحل بعدی، ساختار تنظیم‌گری این حوزه به تدریج تثبیت شد. از جمله تحولات مهم می‌توان به انتقال فرآیند صدور مجوز برخی پلتفرم‌های نمایش درخواستی به ساترا و گسترش دامنه نظارت این نهاد بر تولید و انتشار محتوا اشاره کرد. درج مرقومه رهبری در قانون بودجه سال ۱۴۰۰ نیز نقش این نهاد را در فرآیند تنظیم‌گری رسانه‌های صوتی و تصویری آنلاین تقویت کرد.

با وجود این تحولات، داده‌های پژوهش نشان می‌دهد که تکوین نهادی حکمرانی سکوهای دیجیتال در ایران همچنان با اختلاف نظرها و مناقشات نهادی همراه بوده است. برخی از کارشناسان و فعالان این حوزه بر ضرورت تقویت نقش نهاد تنظیم‌گر تأکید دارند، در حالی که برخی دیگر نسبت به حدود صلاحیت‌ها و مبانی قانونی این ساختار دیدگاه‌های انتقادی مطرح کرده‌اند. این اختلاف نظرها نشان می‌دهد که فرآیند تثبیت نهادی حکمرانی سکوهای صوتی و تصویری آنلاین در ایران هنوز در حال شکل‌گیری و تکامل است.

چالش‌ها و آسیب‌های حکمرانی سکوهای صوتی و تصویری دیجیتال

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که حکمرانی سکوهای دیجیتال در حوزه خدمات صوتی و تصویری آنلاین در ایران با مجموعه‌ای از چالش‌های چندبعدی مواجه است. این چالش‌ها ابعاد مفهومی، قانونی، نهادی، اجرایی، اقتصادی و فرهنگی را دربر می‌گیرد و بر کارآمدی نظام حکمرانی این حوزه تأثیرگذار است.

یکی از نخستین چالش‌ها به سطح مفهومی و ادراکی مربوط می‌شود. تحولات سریع فناوری‌های رسانه‌ای و شکل‌گیری الگوهای جدید تولید و مصرف محتوا، چارچوب‌های سنتی حکمرانی رسانه را با چالش مواجه کرده است. همگرایی رسانه‌ها و ظهور سکوهای دیجیتال موجب شده است که مرزهای میان رسانه‌های سنتی و رسانه‌های آنلاین تا حد زیادی کمرنگ شود. در چنین شرایطی، برخی از سیاست‌ها و مقررات مبتنی بر الگوهای پیشین حکمرانی رسانه‌ای، با پیچیدگی‌های محیط رسانه‌ای جدید سازگار نیستند.

دسته دیگری از چالش‌ها به حوزه قانونی مربوط می‌شود. یکی از مسائل اصلی در این زمینه، ابهام در تعریف و تعیین مصادیق صوت و تصویر فراگیر است. نبود تعریف دقیق و مورد

توافق از این مفهوم موجب شده است که در برخی موارد تفسیرهای متفاوتی درباره دامنه شمول آن ارائه شود. علاوه بر این، فقدان یک قانون جامع برای حکمرانی رسانه‌های دیجیتال باعث شده است که تنظیم‌گری این حوزه بر مجموعه‌ای از قوانین پراکنده و تفاسیر حقوقی متکی باشد.

از منظر نهادی نیز چالش‌هایی در ساختار حکمرانی این حوزه مشاهده می‌شود. یکی از مهم‌ترین این چالش‌ها، مسئله تعارض منافع بالقوه در ساختار تنظیم‌گری است؛ زیرا نهادی که مسئولیت تنظیم‌گری را بر عهده دارد، به‌طور همزمان در عرصه تولید و پخش محتوا نیز حضور دارد. برخی از فعالان صنعت رسانه این وضعیت را عاملی می‌دانند که ممکن است رقابت میان بازیگران بازار را تحت تأثیر قرار دهد. در کنار این مسئله، وابستگی ساختاری نهاد تنظیم‌گر به سازمان صدا و سیما نیز موضوع استقلال تنظیم‌گری را به یکی از محورهای بحث تبدیل کرده است.

همچنین وجود نهادهای متعدد در حوزه حکمرانی فضای مجازی از دیگر چالش‌های ساختاری محسوب می‌شود. نهادهایی مانند شورای عالی فضای مجازی، مرکز ملی فضای مجازی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سایر دستگاه‌های مرتبط هر یک بخشی از مسئولیت‌های سیاست‌گذاری یا نظارت را بر عهده دارند. این وضعیت در برخی موارد به تداخل وظایف یا موازی‌کاری نهادی منجر شده و تعامل فعالان بخش خصوصی با ساختار حکمرانی را پیچیده‌تر کرده است.

در سطح اجرایی نیز برخی چالش‌ها مطرح شده است. از جمله این موارد می‌توان به نگرانی درباره شفافیت فرآیندهای تصمیم‌گیری، محدود بودن مشارکت ذی‌نفعان در تدوین مقررات و طولانی بودن برخی فرآیندهای اداری اشاره کرد. این مسائل می‌تواند بر نحوه تعامل میان نهاد تنظیم‌گر و سکوهای دیجیتال تأثیر بگذارد.

از منظر اقتصادی نیز وضعیت حکمرانی این حوزه با چالش‌هایی همراه است. بی‌ثباتی مقررات یا تغییرات مکرر در سیاست‌ها می‌تواند بر فضای سرمایه‌گذاری در صنعت سکوهای دیجیتال تأثیرگذار باشد. برخی از فعالان این صنعت معتقدند که ابهام در چارچوب‌های تنظیم‌گری ممکن است بر توسعه بازار خدمات صوتی و تصویری آنلاین اثر بگذارد. علاوه بر این، موضوعاتی مانند رقابت میان بازیگران مختلف بازار و مسئله حقوق مالکیت فکری نیز در زمره مسائل اقتصادی مهم این حوزه قرار دارند.

در بعد فرهنگی نیز نگرانی‌هایی درباره پیامدهای اجتماعی و فرهنگی محتوای منتشرشده در سکوهای دیجیتال مطرح شده است. برخی از کارشناسان بر ضرورت توجه به تأثیرات فرهنگی و ارزشی این محتواها تأکید کرده‌اند و موضوعاتی مانند بازنمایی خشونت، تغییر الگوهای فرهنگی و تجاری شدن تولیدات فرهنگی را از جمله دغدغه‌های قابل توجه در این حوزه دانسته‌اند.

در نهایت، روابط میان بازیگران مختلف زیست‌بوم رسانه‌ای نیز یکی از ابعاد مهم چالش‌های حکمرانی این حوزه است. اختلاف دیدگاه میان نهادهای تنظیم‌گر، سیاستگذاران و فعالان بخش خصوصی در برخی موارد به شکل‌گیری فضای بی‌اعتمادی منجر شده است. همچنین تفاوت نگرش‌ها درباره میزان مداخله دولت در تنظیم فعالیت سکوهای دیجیتال از دیگر عوامل شکل‌دهنده این چالش‌ها محسوب می‌شود.

در مجموع، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که حکمرانی سکوهای صوتی و تصویری آنلاین در ایران در مرحله‌ای از تحول نهادی قرار دارد؛ مرحله‌ای که در آن تلاش برای سازگاری با تحولات فناوری و گسترش سکوهای دیجیتال با مجموعه‌ای از چالش‌های مفهومی، قانونی و نهادی همراه شده است. تحلیل این وضعیت می‌تواند تصویری روشن‌تر از مسیر تکوین نهادی حکمرانی رسانه‌های دیجیتال در کشور ارائه دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تحلیل نظام‌مند نظام حکمرانی سکوهای صوتی و تصویری آنلاین در ایران و با تمرکز بر تبیین روند تکوین نهادی و آسیب‌شناسی چالش‌های این حوزه به انجام رسیده است. هدف غایی این مطالعه، استخراج درس‌آموخته‌های سیاستی برای گذار از «تنظیم‌گری سنتی» به «حکمرانی پلتفرمی هوشمند و مشارکتی» بود. یافته‌های این پژوهش در دو محور کلان «تکوین تاریخی نهادی» و «آسیب‌شناسی چندبعدی» دسته‌بندی می‌شوند. در بُعد تاریخی، نتایج نشان داد که مفهوم «صوت و تصویر فراگیر» با یک ابهام ذاتی و برساخت داخلی شکل گرفته است؛ روندی که از اقدامات واکنشی دهه ۸۰ به سمت مرجعیت‌بخشی به سازمان صداوسیما پس از مرقومه سال ۱۳۹۴ و تأسیس ساترا در سال ۱۳۹۶ حرکت کرد. این فرایند اگرچه تلاشی برای تمرکزگرایی بود، اما به دلیل فقدان زیرساخت نظری و اجماع ملی، به تداوم مناقشات میان نهادی انجامید.

تحلیل داده‌ها در بخش آسیب‌شناسی بیانگر آن است که نظام حکمرانی فعلی با بن‌بست‌های حقوقی ناشی از فقدان قانون جامع، معضلات ساختاری به‌ویژه تعارض منافع صداوسیما به عنوان رقیب و تنظیم‌گر، و همچنین چالش‌های عملکردی همچون ضعف در شفافیت و مشارکت صنفی روبروست. این چالش‌ها با ناپایداری‌های اقتصادی و تهدید امنیت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی پیوند خورده و در کنار دغدغه‌های فرهنگی، وضعیتی از «گذار پرمناقشه» را ایجاد کرده است. در پاسخ به پرسش اصلی پژوهش، باید گفت که برون‌رفت از این وضعیت در گرو تغییر پارادایم از تنظیم‌گری تحکمی به تنظیم‌گری مشارکتی است. حکمرانی مطلوب در این حوزه، مستلزم تفکیک دقیق نقش‌های حاکمیتی، تنظیم‌گری و تصدی‌گری است تا پلتفرم‌ها در یک زیست‌بوم هم‌افزا فعالیت کنند؛ امری که با ظهور هوش مصنوعی مولد و تغییرات فناورانه، ضرورتی دوجندان یافته است.

نوآوری اصلی این رساله در استخراج «مدل چالش‌های چندبعدی» و پیوند میان تاریخچه تکوین نهادی و آسیب‌های عملکردی است. بر خلاف مطالعات پیشین، این پژوهش با تکیه بر منابع روزآمد (۲۰۲۴ و ۲۰۲۵) و تحلیل تحولات اخیر، توانسته است ضمن ارائه تصویری از چالش‌های حکمرانی دیجیتال در عصر هوش مصنوعی، به سندی راهنما برای سیاست‌گذاران تبدیل شود. البته این پژوهش نیز همانند هر مطالعه کیفی، محدودیت‌هایی نظیر حساسیت موضوعی و دسترسی محدود به برخی اسناد طبقه‌بندی شده، سرعت بالای تغییرات فناورانه و قطبی بودن فضای کنشگران را در مسیر خود داشته که سعی شد با اتخاذ رویکردی انتقادی و جامع، تأثیر این محدودیت‌ها بر اعتبار علمی نتایج به حداقل برسد.

در نهایت، بر اساس یافته‌های حاصله، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی با تمرکز بر نظام‌های تطبیقی حل تعارض منافع، تحلیل حکمرانی الگوریتمیک و هوش مصنوعی در پلتفرم‌ها، بررسی تأثیر انحصارات دولتی بر اقتصاد سیاسی محتوا و همچنین سنجش کمی اعتماد کاربران به سیاست‌های تنظیم‌گری، مسیر توسعه دانش در این حوزه را هموار سازند. این مسیر پیشنهادی، می‌تواند زمینه‌ساز دستیابی به الگویی پایدار و بومی در حکمرانی سکوهاى آنلاین باشد.

منابع

- اخوان، م.، روشندل اربطانی، ط.، خواجه‌ایان، د.، و عقیلی، و. (۱۴۰۱). طراحی چارچوب حکمرانی صوت و تصویر فراگیر در جمهوری اسلامی ایران. مجله رسانه‌های دیداری و شنیداری، ۴(۲)، ۴۵-۶۸.
- سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر (ساترا). (۱۴۰۲). گزارش‌ها و اسناد سیاستی حوزه صوت و تصویر فراگیر. تهران: سازمان صدا و سیماي جمهوری اسلامی ایران.
- اسماعیلیان، م.، پورعزت، ع.ا.، و ناظمی، ا. (۱۳۹۶). بررسی مناقشات بازیگران رسانه‌های صوتی-تصویری ایران در افق پنج‌ساله با روش تحلیل رفتار بازیگران. راهبرد اجتماعی-فرهنگی، ۶(۲۳)، ۳۱-۵۱.
- قاسم‌زاده عراقی، م.، خجسته باقرزاده، س.، و شاه‌محمدی سلمانی، ع. (۱۳۹۹). بررسی ظرفیت‌های خودتنظیم‌گری در پلتفرم‌های ویدیویی آنلاین. *مطالعات ارتباطات دیجیتال، ۶(۳)، ۷۷-۹۸.
- نامداریان، ل.، و خدمتگزار، ح. (۱۴۰۳). بررسی نظام حکمرانی خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر در ایران بر پایه نگاشت نهادی اسناد بالادستی. سیاست‌های راهبردی و کلان، ۱۲(۴۸)، ۹۶۳-۱۰۰۲.
- نصراللهی، م.، خیامی، ع.، ذوالفقاری، م.، و زرودی، ف. (۱۴۰۲). راهبردها و اقدامات نظام حکمرانی کشور در بخش ویدیوی درخواستی (شبکه نمایش خانگی) از ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۳. مجله مطالعات راهبردی، ۱۵(۱)، ۱۱۲-۱۳۵.
- Akhavan, M., Roshandel Arbatani, T., Khajeheian, D., & Aghili, V. (2022). Designing the governance framework for audio and video in the Islamic Republic of Iran. *Journal of Visual and Auditory Media*, 4(2), 45-68. [In Persian]
- Albarran, A. B. (2013). *Management of electronic media** (4th ed.). Cengage Learning.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31*(2), 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>.
- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: An analytic tool for qualitative research. *Qualitative Research*, 1*(3), 385-405.
- Audio and Video Regulatory Authority (Satra). (2023). *Reports and policy documents in the field of audio and video*. Tehran: Islamic Republic of Iran Broadcasting. [In Persian]
- Baldwin, R., Cave, M., & Lodge, M. (2012). *Understanding regulation: Theory, strategy, and practice* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Balleisen, E. J. (2017). *Policy shock*. Cambridge University Press.
- Bevir, M. (2013). *A theory of governance*. University of California Press.
- Black, J., & Baldwin, R. (2010). Really responsive risk-based regulation. *Law & Policy*, 32 (2), 181-213.
- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond*. Peter Lang.
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society* (2nd ed.). Blackwell.
- Chen, Y., & Zhang, X. (2021). Digital video platforms governance in China. *Journal of Digital Media & Policy*, 12 (3), 245-263. https://doi.org/10.1386/jdmp_0057_1

- Cohen, J. E. (2019). *Between truth and power*. Oxford University Press.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection*. Stanford University Press.
- DiploFoundation. (2025). *Digital governance in the age of AI: Emerging norms and regulatory challenges*. DiploFoundation.
<https://www.diplomacy.edu/publications/digital-governance-ai-2025/>.
- Dwyer, T. (2010). Media convergence. In R. Burnett & J. W. Marshall (Eds.), *Understanding media studies** (pp. 234–250). Sage.
- Esmailian, M., Pourezat, A. A., & Nazemi, A. (2017). Investigating the conflicts of Iranian audio-visual media actors in a five-year horizon using actor behavior analysis. *Socio-Cultural Strategy*, 6(23), 31–51. [In Persian]
- European Union. (2024). Regulation (EU) 2024/1689 laying down harmonised rules on artificial intelligence (AI Act). Official Journal of the European Union. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj>.
- Evans, P., & Gawer, A. (2016). *The rise of the platform enterprise*. Emerald.
- Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction* (2nd ed.). Sage.
- Ghasemzadeh Iraqi, M., Khojasteh Bagherzadeh, S., & Shahmohammadi Salmani, A. (2020). Examining self-regulation capacities in online video platforms. *Digital Communication Studies*, 6(3), 77–98. [In Persian]
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet*. Yale University Press.
- Gorwa, R. (2019). What is platform governance? *Information, Communication & Society*, 22(6), 854–871. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1573914>
- Helberger, N., Pierson, J., & Poell, T. (2020). Governing online platforms. *The Information Society*, 36(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/01972243.2019.1691570>
- Helmond, A. (2015). The platformization of the web. *Social Media + Society*, 1*(2), 1–11.
<https://doi.org/10.563/51156030801011177>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. NYU Press.
- Kaye, D. (2019). *Speech police*. Columbia Global Reports.
- Kooiman, J. (2003). *Governing as governance*. Sage.
- Levi-Faur, D. (2011). Regulation and regulatory governance. In D. Levi-Faur (Ed.), *The Oxford handbook of governance* (pp. 403–418). Oxford University Press.
- Majone, G. (1994). The rise of the regulatory state in Europe. *West European Politics*, 17(3), 77–101.
- Marsden, C. T. (2011). *Internet co-regulation*. Cambridge University Press.
- Namdarian, L., & Khedmatgozar, H. (2024). Examining the governance system of audio and video media services in Iran based on the institutional mapping of upstream documents. *Strategic and Macro Policies*, 12(48), 963–1002. [In Persian]
- Napoli, P. M. (2011). *Audience evolution*. Columbia University Press.
- Napoli, P. M., & Caplan, R. (2017). Why media governance matters. *Media and Communication*, 5(2), 1–10.

- Nasrollahi, M., Khayami, A., Zolfaghari, M., & Zaroudi, F. (2023). Strategies and actions of the country's governance system in the video sector... [Incomplete citation]. [In Persian]
- OECD. (2020). Digital platforms and governance: Emerging trends. OECD Publishing.
- Pierre, J., & Peters, B. G. (2000). Governance, politics and the state. Macmillan.
- Posner, R. A. (1974). Theories of economic regulation. *Bell Journal of Economics and Management Science, ۵*(۲), ۳۳۵-۳۵۸.
- Rhodes, R. A. W. (1996). The new governance. Political Studies, ۴۴ (۴), ۶۵۲-۶۶۷.
<https://doi.org/10.1111/j.9248.1996-1467.tb01747.x>
- Rhodes, R. A. W. (1997). Understanding governance. Open University Press.
- Rochet, J.-C., & Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. Journal of the European Economic Association, 1 (4), 990-1029.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2003.00111.x>
- Srnicek, N. (2017). Platform capitalism. Polity Press.
- Stigler, G. J. (1971). The theory of economic regulation. Bell Journal of Economics and Management Science, 2 (1), 3-21.
- Suzor, N. (2019). Lawless. Cambridge University Press.