

## معنای منفعت عمومی در سیاست‌گذاری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۲۰

تاریخ تأیید: ۱۴۰۳/۰۵/۱۵

محسن بیسادی\*

### چکیده

دولت‌ها برای حل مسائل اجتماعی، منابع عمومی را برای تأمین منافع عمومی هزینه می‌کنند. اگر معنایی که سیاست‌گذار از منفعت عمومی در ضمن سیاست خود برداشت کرده است با معنایی که مخاطبان سیاست از عملکرد سیاست‌گذار در سیاستش برداشت کرده‌اند، هم‌تراز نباشد، آن سیاست، نمی‌تواند از موفقیت لازم برخوردار شود. مدیر رسانه، با مطالعه یک طرح یا یک سیاست، می‌تواند نقش واسط خود را بین سیاست‌گذار و عموم مردم ایفا کند. منفعت عمومی، آرمانی است که با گفت‌وگوی عمومی در مورد یک مسأله خاص، شکل گرفته است. در این فرآیند، ارزش‌های اجتماعی حداکثرسازی می‌شوند. البته این امر به آن معنا نیست که ارزش‌های اجتماعی، ماهیتی برساختی دارند؛ بلکه حداکثرسازی آن‌ها، متوقف بر تعامل و ارتباط افراد است. در این پژوهش برای اینکه بتوان مطالعه دقیق و عمیقی داشت، طرح صیانت از حقوق کاربران فضای مجازی، به‌عنوان مورد مطالعه، انتخاب شد. برای تحقیق، از روش تحلیل مضمون استفاده شد. نسخه‌های مختلف طرح صیانت، نظرات برخی از عموم کاربران فضای مجازی، کارشناسان و فعالان فضای مجازی، با روش نمونه‌گیری نظری، انتخاب و مطالعه شدند. در نتیجه مطالعه، پنج «ائتلاف معنایی»، شناسایی شد. هر ائتلاف، یک معنا را از مداخله سیاست‌گذار برداشت کردند. «اینترنت پاک»، «اینترنت منضبط»، «اینترنت مردمی»، «زدان اینترنت» و «مرگ اینترنت»، پنج معنایی بودند که در این ائتلاف‌ها برداشت شد. تفاوت این معانی، نشان‌دهنده فاصله ارتباطی زیادی است که بین ائتلاف‌های مختلف شکل گرفته است.

**واژه‌های کلیدی:** منفعت عمومی، مدیریت رسانه، سیاست‌گذاری، ارتباطات منفعت عمومی، طرح

صیانت.

\* دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، رشته مدیریت رسانه، دانشگاه باقرالعلوم (ع).

## مقدمه

جوامع مختلف با مسائل اجتماعی گوناگونی درگیر بوده و هستند. چگونگی پرداختن حکومت‌ها و دولت‌ها به این مسائل در قالب سیاست‌گذاری، از مؤلفه‌های اصلی کارآمدی و یا ناکارآمدی آن‌ها به حساب می‌آید. یک مسأله اجتماعی علاوه بر وجوه عینی آن، دارای جنبه‌هایی ذهنی نیز هست. وقتی یک پدیده به مسأله اجتماعی تبدیل می‌شود که در ادراک عمومی نسبت به ارزش‌های جامعه مشکلی جدی تصور شود و عموم مردم نسبت به آن پدیده احساس نگرانی داشته باشند. پس افکار عمومی و ذهنیت مردمی که سیاست تدوین‌شده به‌نوعی با زندگی آن‌ها تماس پیدا می‌کند، اهمیت زیادی دارد. مردم یک جامعه معمولاً از حل مسائل عمومی و کلان خود ناتوان بوده و به همین دلیل دولت‌ها را انتخاب می‌کنند تا آن‌ها با هزینه «منابع عمومی»، «منافع عمومی»<sup>۱</sup> را در هر مسأله‌ای تأمین کنند؛ اما اگر مؤلفه‌های معنایی شکل گرفته از یک مسأله در ذهن سیاست‌گذار با مؤلفه‌های معنایی افکار عمومی<sup>۲</sup> از آن مسأله انطباق لازم را نداشته

۱. سیاست‌گذاری، علمی وابسته به فرهنگ و جامعه‌ای است که در مورد آن می‌اندیشد. به این معنا که در هر جامعه بر اساس ارزش‌های اجتماعی آن جامعه نقطه مطلوب تعیین می‌شود. در جامعه ایرانی و به‌خصوص در بستر نظام جمهوری اسلامی هدف از سیاست‌گذاری، زمینه‌سازی تحصیل سعادت برای عموم مردم است. لذا اگر در این پژوهش از مضمون و یا اصطلاح «منفعت عمومی» استفاده می‌شود به این معنا نیست که وضعیت مطلوب در فرایند سیاست‌گذاری صرفاً تأمین مطلوبیت مادی عموم مردم است، بلکه نقطه مطلوب همان سعادت است که به‌نوعی تلفیقی از مطلوبیت مادی و معنوی است؛ اما از آن جهت که در این پژوهش مقصود، تحلیل معنایی وضعیت موجود موضوع سیاست‌گذاری است و اصطلاح رایج در علم سیاست‌گذاری برای موضوع خودش «منفعت عمومی» است؛ بنابراین از همین مضمون به‌صورت تسامحی استفاده می‌شود.

۲. منظور از افکار عمومی در این پژوهش ذهنیت همه مردم نیست. از آنجا که مقصود در این پژوهش تحلیل معنایی وضعیت موجود از ادراک سیاست‌گذار و مخاطب سیاست از منفعت عمومی است و این، گام اول برای ساخت وجود ارتباطی بین سیاست‌گذار و مخاطب سیاست است، مخاطب سیاست کسی است که هم‌ترازی معنایی او با سیاست‌گذار در موضوع منفعت عمومی، در پذیرش و عدم پذیرش اجتماعی از سیاست مؤثر است. در نتیجه وقتی در این پژوهش از افکار عمومی و یا مخاطب سیاست صحبت می‌شود منظور کسانی هستند که نقشی مؤثر در موافقت یا مخالفت عموم مردم و نهایتاً اجرایی شدن یک سیاست در فضای عمومی دارند.

باشند، سیاستی که صورت‌بندی و اجرا می‌شود نمی‌تواند نظر مردم را برآورده کند. اگر افکار عمومی با بخشی از سیاست همراهی نکند و یا با اصل آن مقابله کند، اجرای سیاست با مشکل مواجه شده و این امر می‌تواند بستر ساز مخدوش شدن مقبولیت سیاست‌گذار شود. همان‌طور که اشاره شد، دولت به‌عنوان وکیل از طرف مردم انتخاب می‌شود تا با استفاده از منابع عمومی، منافع عمومی را تأمین کند؛ بنابراین؛ لازم است مؤلفه‌های معنایی منفعت عمومی هم در نزد افکار عمومی و هم سیاست‌گذار شناسایی شود و سپس میزان انطباق این مؤلفه‌ها در میان افکار عمومی و سیاست‌گذار بررسی و سپس به یکدیگر نزدیک شوند و در این میان نقش رسانه در هم‌افسازي مردم و سیاست‌گذار حیاتی است.

یکی از کارکردهای اصلی رسانه، وساطت بین مردم و سیاست‌گذار است و به همین دلیل یکی از مسئولیت‌های حرفه‌ای مدیر رسانه، نقش‌آفرینی در کنار سیاست‌گذار است. پیش‌فرض این است که در اصل مسأله‌بودگی مسأله‌شکی نیست و مادامی‌که مسأله وجود دارد نمی‌توان آن را نادیده گرفت؛ چراکه مسأله در قالب یک نگرانی عمومی بروز کرده است. در صورت فقدان انطباق کامل بین مؤلفه‌های معنایی افکار عمومی و سیاست‌گذار، لازم است این مؤلفه‌ها به هم نزدیک شوند. از طرفی می‌توان با مدیریت افکار عمومی، ذهنیت آنان از منفعت عمومی را به سیاست‌گذار نزدیک کرد و نیز می‌توان سیاست‌گذار را به سمت افکار عمومی متمایل کرد. رسانه واجد ظرفیت نزدیک‌سازی دوجانبه مؤلفه‌های معنایی از منفعت عمومی است. البته پیش‌شرط ورود رسانه به برنامه‌سازی، داشتن شناخت کافی نسبت به تعریف طرفین از منفعت عمومی است. این شناخت به مدیر رسانه کمک می‌کند تا برای طراحی راهبرد مناسب برای سازمان خود نسبت به چگونگی مداخله در قبال مسائل عمومی، عملکرد مناسبی داشته باشد. البته با کسب این شناخت، مدیر رسانه افزون بر امکان تصویرسازی

مناسب از سیاست، می‌تواند در مرحله صورت‌بندی سیاست نیز در کنار سیاست‌گذار باشد تا اینکه اقتضائات ناظر به چگونگی اقناع افکار عمومی از ابتدا در تدوین سیاست ملاحظه شود.

فهمی که از یک مسأله یا سیاست پیشنهادی در ذهن افراد شکل می‌گیرد، نیازمند تحلیلی عمیق است. به این منظور از روش مطالعه موردی استفاده شده است. مورد مطالعه، «طرح صیانت از حقوق کاربران فضای مجازی» است. سیاست‌گذار در این طرح، قصد داشت به سامان‌دهی فضای مجازی و اصلاح ساختار مدیریتی حاکم بر آن بپردازد. یکی از مسائلی که مانع از موفقیت این طرح تشخیص داده شد، عدم فهم مشترک سیاست‌گذار و مخاطبان طرح صیانت از منفعت عمومی بود. ساخت معنای مشترک از منفعت عمومی کاری بود که رسانه می‌بایست در شکل‌گیری آن نقش بازی می‌کرد.

فهم افراد از یک سیاست متوقف بر درک مؤلفه‌های معنایی آن است. برای اینکه منظور از مؤلفه‌های معنایی مشخص شود، در قالب مثالی ساده‌سازی شده از «طرح صیانت» به یکی از مؤلفه‌های معنایی منفعت عمومی در فضای مجازی اشاره می‌شود. «لزوم سامان‌دهی و مدیریت فضای مجازی» یکی از محورهای طرح صیانت است. ممکن است سیاست‌گذار این معنا را با دغدغه‌ای سیاستی در قالب لزوم مشخص کردن سیاست‌گذار و تنظیم‌گر فهم کند تا بتواند در صورت لزوم، اقدامات لازم را در راستای مدیریت فضای مجازی انجام دهد؛ اما در مقابل ممکن است در افکار عمومی این مقوله به معنای اعمال اقتدار سیاست‌گذار و تلاش او برای اعمال محدودیت در فضای مجازی رمزگشایی شود؛ اما در عین حال ممکن است سامان‌دهی و مدیریت فضای مجازی به عنوان لزوم جلوگیری از نفرت‌پراکنی، آموزش اعمال خطرناک و نقض حقوق معنوی هنرمندان نزد افکار عمومی از مؤلفه‌های منفعت عمومی محسوب شود؛ بنابراین ممکن است به‌رغم یکسانی

ظاهری معنای مورد نظر از مسأله واحد، با بررسی عمیق تر معلوم شود تصور از مسأله متفاوت است.

در این پژوهش، روشی در اختیار مدیر رسانه قرار می گیرد که بتواند بین سیاست گذار و مخاطبان سیاست نقش واسطه داشته باشد. برای اینکه رسانه بتواند واسطه خوبی در این زمینه باشد دو گام را باید طی کند: گام اول این است که معنای منفعت عمومی در یک مسأله خاص از منظر بازیگران و ذی نفعان اصلی شناسایی شود. گام دوم آن است که سیاست های رسانه به نحوی تنظیم شود که با برنامه سازی مناسب معنای مشترکی از منفعت عمومی در آن مسأله خاص ساخته شود. این پژوهش به گام اول از این دو گام می پردازد.

### سؤال اصلی تحقیق

در طرح صیانت، چه معناهایی از منفعت عمومی بر بستر وساطت رسانه، بین سیاست گذار و مخاطبان این سیاست شکل گرفته است؟

### سؤال های فرعی

- چه معنایی از منفعت عمومی در نظر سیاست گذار طرح صیانت از منفعت عمومی در فضای رسانه ای ابراز شده است؟
- چه معنایی از منفعت عمومی در نظر مخاطبین طرح صیانت از منفعت عمومی در فضای رسانه ای ابراز شده است؟
- موارد اختلاف و اشتراک گونه های معنایی، در طرح صیانت، میان سیاست گذار و مخاطبان این سیاست چیست؟

## چارچوب مفهومی

منفعت عمومی در سیاست‌گذاری به‌خصوص در جوامع مردم‌سالار از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است؛ زیرا به‌عنوان راهنمای چگونگی تصمیم‌گیری و تدوین سیاست عمل می‌کند. منفعت عمومی کمک می‌کند که منابع عمومی به نفع جامعه به‌مثابه یک کل تخصیص پیدا کند، نه اینکه برای منافع محدود و یا گروه‌های خاص هزینه شوند. همچنین سیاست‌گذاران را در شناسایی نیازهای جامعه، تعیین اولویت‌ها و تصمیم‌گیری‌هایی که منعکس‌کننده آرمان‌های جمعی مردم است، راهنمایی می‌کند. علاوه بر این، منفعت عمومی می‌تواند به‌عنوان معیاری برای ارزیابی اثربخشی و تأثیر سیاست‌ها و اقدامات دولت عمل می‌کند. سیاست‌گذاران را ملزم می‌کند که پیامدهای کوتاه‌مدت و بلندمدت تصمیم‌های خود را بر جامعه و حتی نسل‌های آینده محاسبه کنند؛ اما دستیابی به این مسائل نیازمند این است که بتوانیم اطمینان حاصل کنیم که سیاست‌ها و اقدامات سیاست‌گذاران با منافع عمومی انطباق لازم را دارند. (Ghasemi, 2023)

یکی از انتقادات اصلی که به نظریه منفعت عمومی وارد می‌شود؛ کلی و نادقیق بودن آن است. گاهی در نقد این نظریه مبالغه می‌کنند و گاهی هم که نقدشان درست است، نتیجه‌گیری اشتباهی می‌کنند. اگر استدلال جیمز فسler<sup>۱</sup> را بپذیریم که منفعت عمومی بیشتر یک سازه ایده‌آل است تا یک سازه علمی، نقد به غیردقیق بودن آن چندان وارد نخواهد بود. علاوه بر این، ماهیت غیردقیق منفعت عمومی هیچ مشکل نظری و علمی بزرگ‌تری نسبت به دیگر مفاهیم ایده‌آل ایجاد نمی‌کند. (Bozeman, 2007)

1. James Fesler.

گفت‌وگویی که جان دیوئی<sup>۱</sup> و والتر لیپمن<sup>۲</sup> از دهه ۱۹۲۰ میلادی آغاز کردند، یکی از بحث‌های مهم در مورد مشکل توجه به منفعت عمومی، به‌خصوص در بستر دموکراسی‌های مشورتی است. اشکال معرفت‌شناسانه لیپمن این است که مردم و حتی روزنامه‌نگاران و متخصصان دچار کلیشه‌های ذهنی در فهم منفعت عمومی در یک موضوع خاص هستند. در نتیجه تشخیص استدلال‌های بهتر از بین استدلال‌های موجود در فضای عمومی به‌ویژه برای مردم تقریباً غیرممکن است.

دیوئی در ابتدا بدون توجه به اشکال بنیادین لیپمن برای حل مشکل پیچیدگی‌های اجتماعی، نوعی از روزنامه‌نگاری را پیشنهاد می‌کند که در آن روزنامه‌نگاران به مردم اطلاعات کافی را می‌دهند و ایشان را آگاه می‌کنند. لیپمن اعتقاد داشت این مشکل معرفت‌شناسانه است و نه اینکه ریشه در بی‌اخلاقی روزنامه‌داران و یا کمبود آگاهی مردم داشته باشد. در نتیجه برون‌رفتی از آن با استفاده از روش‌های کنترل اخلاقی و افزایش آگاهی وجود ندارد. در ادامه دیوئی اشکال معرفت‌شناسانه لیپمن را پذیرفت و برای برون‌رفت از آن یک علم اجتماعی جدید را پیشنهاد کرد که به معرفت‌سالاری منجر می‌شد و عملاً نقش مردم در تصمیم‌گیری را مخدوش می‌کرد. دیوئی برای حل این مشکل پیشنهاد می‌کند که اولاً، باید ساختار به نحوی طراحی شود که دانشمندان منفعت عمومی را بر منفعت شخصی مقدم کنند و ثانیاً، از رویکرد عمل‌گرایی تجربه‌گرا<sup>۳</sup> برای حل مشکل کلیشه‌های ذهنی استفاده کنند. (Friedman, 2020)

---

1. John Dewey.

2. Walter Lippmann.

۳. این رویکرد در بخش گونه‌شناسی منفعت عمومی توضیح داده خواهد شد.

## مفهوم‌شناسی منفعت عمومی

منافع عمومی یک جامعه در کلیتش، واجد ابهام است؛ اما در یک زمینه خاص این‌طور نیست. در یک مسأله خاص و در یک موقعیت خاص، منفعت عمومی به نتایجی از سیاست‌ها و اقدامات اشاره دارد که به بهترین وجه به بقا و رفاه بلندمدت یک جمع اجتماعی که به آن عموم گفته می‌شود، کمک می‌کند. در این تعریف تأکید بر نتایج است نه سیاست‌ها و اقدامات خاصی که محقق می‌شوند تا این نتایج به دست بیایند. این تمرکز متناسب با یک مفهوم ایده‌آل است. در نتیجه این مفهوم نمی‌تواند یک سیاست خاص را تأیید کند؛ بلکه فقط نشان می‌دهد که آرمان سیاست‌ها و اقدامات در این زمینه خاص چیست. اقدامات و سیاست‌ها می‌توانند به انگیزه رسیدن به این آرمان طراحی شده باشند. (Bozeman, 2007) از آن‌جهت که در این تعریف، منفعت عمومی، آرمان و هدف از سیاست‌ها و اقدامات سیاست‌گذاران است، فاصله‌گذاری خوبی بین وظیفه عموم مردم در مشارکت برای ساخت منفعت عمومی و وظیفه کارشناسان و سیاست‌گذاران در تدوین سیاست اتفاق می‌افتد. عموم مردم با اینکه مجالی برای مشارکت در ساخت اهداف و آرمان‌ها دارند، لزوماً مداخله‌ای در امور کارشناسی و تخصصی نخواهند داشت.

منفعت عمومی پاسخ عموم مردم با توجه به ارزش‌های اجتماعی به مشکلات و مسأله‌هاست. با توجه به اینکه هر مشکل یا مسأله اجتماعی ذی‌نفعان مختلف و متعارضی دارد، عملاً ارزش‌ها در تعارض با هم قرار می‌گیرند. سیاست‌گذار به دنبال حداکثرسازی این ارزش‌های متعارض و متضاد است. (Bozeman, 2007) دولت و سیاست‌گذار زمانی اجازه مداخله در حوزه خاص را پیدا می‌کند که هدف از اقدام و سیاست‌گذاری او امری عمومی باشد. دستیابی به منفعت عمومی که مفهوم مرکزی

سیاست گذاری عمومی است، هدف از سیاست گذاری است. در نتیجه منفعت عمومی، ارزش اجتماعی است که مقید به عمومیت شده باشد. در ادامه برای اینکه مفهوم منفعت عمومی روشن تر شود، مفاهیمی که به طور عموم در راستای آن به کار برده می شوند، بررسی می شوند:

### ارزش عمومی<sup>۱</sup>

مهم ترین تفاوتی که منفعت عمومی با ارزش های عمومی دارند؛ این است که منفعت عمومی یک ایده آل یا آرمان است، در حالی که ارزش های عمومی محتوایی مشخص و قابل شناسایی دارند. منفعت عمومی یک معنای کلی تر و غیرتشخص یافته است؛ اما همان طور که توضیح داده شد منفعت عمومی در هر صورت معنای مبهمی ندارد. (Bozeman, 2007)

### خیر جمعی<sup>۲</sup>

خیر جمعی، رفاه عمومی یا خیر عمومی عناوین مختلفی از این مفهوم هستند. خیر جمعی در ابتدا معانی خیرخواهانه ای را به ذهن متبادر می کند؛ اما امروزه منفعت عمومی بیشتر کاربرد پیدا کرده است. مفاهیم خیر جمعی، منفعت عمومی و کالای عمومی، ارتباط نزدیکی با هم دارند و لازم است این مفاهیم در کنار هم مورد بررسی قرار بگیرند. برخی این مفاهیم را به طور کامل مثل هم می دانند. برخی دیگر اشتراک هایی بین آنها در نظر می گیرند و برخی آنها را در تباین کامل با هم می بینند؛ اما تفاوت این مفاهیم بیشتر ناشی از نظریه های متفاوت سیاسی است و این تفاوت ها از تاریخچه استفاده از آنها قابل برداشت خواهد بود. (Simm, 2011)

---

1. Public value.

2. Common good.

## افکار عمومی<sup>۱</sup>

کارکرد اصلی دموکراسی نمایندگی، ارائه روش و راهکاری است که در آن خط‌مشی‌گذاری و افکار عمومی به‌صورت منظم به هم متصل شوند. باید توجه به افکار عمومی اتفاق بیفتد و ترجیحات مردم باید در سیاست‌ها منعکس شود. (Wlezien & Soroka, 2021) در بعضی موارد از توجه به افکار عمومی به‌عنوان شاخص مشروعیت سیاسی نام‌برده می‌شود. توجه به آن یعنی به نظری که در نظرسنجی‌ها و رسانه‌ها مطرح می‌شود، پاسخ داده شود. (Jorgensen & Bozeman, 2007)

افکار عمومی بیشتر نظرات عموم مردم در مورد ارزش‌های عمومی هستند؛ اما تمایز عمده آن‌ها در مقوله زمان است. افکار عمومی چه در نگرانی‌های مردم در مسائل اجتماعی و چه در جهت‌گیری‌های عموم مردم بسیار زودگذر هستند؛ اما ارزش‌های اجتماعی بسیار پایدارتر هستند. درست است که ارزش‌های عمومی هم تغییر می‌کنند؛ اما به‌طور معمول تغییرات در ارزش‌های عمومی بعد از تغییرات اجتماعی بزرگ و در گذر نسل‌ها اتفاق می‌افتد. (Bozeman, 2007)

## چارچوب تحلیلی معنای منفعت عمومی

ارتباطات منفعت عمومی، یک رویکرد نظری و عملی به ارتباطات است که می‌تواند در زمینه‌های مختلف اجتماعی، مسائل عمومی و موقعیت‌های مورد مناقشه، استفاده شود. این رویکرد ماهیتی ارتباطی دارد؛ یعنی به ایده‌های مختلف این اجازه را می‌دهد که به چالش کشیده شوند و در راستای حل و فصل کردن یک مسأله اجتماعی بحث شوند. نقش ارتباطات برای مدیریت و نظارت بر آنچه که منفعت عمومی را شکل می‌دهد، بسیار مهم است؛ زیرا نقش تصمیم‌گیرندگان برای گرفتن تصمیم نهایی و قضاوت در مورد تصمیم گرفته‌شده را پررنگ‌تر

1. Public opinion.

می‌کند. با انجام این کار انتظار تعهدات هنجاری در رسیدن به اجماع در مورد منفعت عمومی، به نفع یک رویکرد عمل‌گرایانه که هماهنگی بین فعالیت‌های اجتماعی را از طریق گفتمان و تحقیق بازتابی<sup>۱</sup> دنبال می‌کند، کنار گذاشته می‌شود. (Johnston, 2022)

بر اساس این دیدگاه، باید بحث در فضاهای عمومی و مادی<sup>۲</sup> رخ دهد. در این فضا پیوندی اساسی بین منفعت عمومی و ارتباطات شکل می‌گیرد؛ زیرا آن‌ها مکان‌های گفتمانی هستند که منفعت عمومی در آن‌ها مورد گفت‌وگو قرار می‌گیرد. این مکان‌ها می‌توانند اشکال مختلفی داشته باشند: خیابان‌ها، پارک‌ها، سالن‌های اجتماعات، اتاق‌هایی در پارلمان و دادگاه‌ها می‌توانند محلی برای شکل‌گیری چنین بحث‌هایی باشند. همچنین کانال‌های مختلف رسانه‌ای در اشکال مختلف به‌علاوه سایر اشکال کنش‌های مشورتی مانند هیئت منصفه شهروندان، شوراهای شهروندی و یا انجمن‌هایی که در مکان‌های مختلف تشکیل می‌شوند، می‌توانند بستر بحث و گفت‌وگو باشند. (Johnston, 2022)

داشتن زبان و ادبیات مشترک نقش مهمی در ساخت منفعت عمومی دارند. اقدام در جهت منفعت عمومی همیشه مستلزم بحث عمومی در مورد این است که چه چیزی و چرا اهمیت دارد؟ آنچه عموم مردم با عبارات و کلمات خاص درک می‌کنند، معنایی صرف نیست، به‌ویژه زمانی که منفعت عمومی در قالب کلمات بیان می‌شود. این درک مشترک امکان تفسیر و ظرفیت ارائه ادعاهای

---

۱. در تحقیق بازتابی محققان، قطعیت فلسفی و روش‌شناختی (که رویکرد جریان اصلی در علوم اجتماعی است) را زیر سؤال می‌برند. آن‌ها ادعا می‌کنند که همه انواع تحقیق به‌صورت پارادایمی دچار محدودیت شده‌اند؛ بنابراین ادعای دستیابی به حقیقت، مفروضاتی که در مورد واقعیت وجود دارد و روش‌هایی که در آن نظریه‌های دقیق تولید می‌شوند، باید به چالش کشیده شوند تا ناپایداری ذاتی دانش آشکار شود

۲. این همان فضایی است که جامعه‌شناسان به آن «عرصه بحث عمومی» و محققان منفعت عمومی و ارتباطات به آن «عرصه گفتمان» می‌گویند.

متقابل یا ضد روایت‌ها<sup>۱</sup> را فراهم می‌آورد که تنها از طریق عمومیت<sup>۲</sup>، مشورت<sup>۳</sup> و کشف<sup>۴</sup> امکان‌پذیر است. دیوئی، ادعا می‌کند مشورت به‌عنوان بخشی از تحقیق اجتماعی، کشف مسیرهای جدید را برای عمل ممکن می‌کند و در نتیجه آن، گاهی اوقات منافع مشترک زیربنایی آشکار می‌شود. عموم مردم از طریق ارتباط و اقدام مؤثری که به گوش و چشم تصمیم‌گیرندگان و جامعه می‌رسد، آگاهی را افزایش می‌دهند. ارتباطات عمل‌گرایانه، یادگیری را ممکن می‌کند و در نتیجه طیف وسیعی از راه‌حل‌ها به‌دست می‌آیند. (Johnston, 2022)

به نظر می‌رسد چارچوبی که جانستون و پیسکا در کتاب «ارتباطات منفعت عمومی؛ بحث‌های انتقادی و زمینه‌های جهانی» مطرح کردند برای این هدف مناسب باشد. ادعا این است که اگر ابعاد شش‌گانه‌ای که ایشان در این چارچوب معرفی می‌کنند محقق شود، عمومی‌سازی ارزش‌ها در مسائل اجتماعی اتفاق می‌افتد. این عمومی‌سازی به این معنا نیست که خدمات عمومی به‌صورت برابر به همه تعلق می‌گیرد. ممکن است دولت به برخی خدمات بیشتری به نسبت دیگران بدهد؛ اما مهم این است که عموم مردم پذیرفته باشند که ارزشی که این نوع از خدمت‌رسانی ایجاد می‌کند، حداکثر انتفاع را برای عموم مردم ایجاد خواهد کرد.

این چارچوب، اولاً انتقادی است؛ ثانیاً منفعت عمومی را در ترکیب با ارتباطات مطالعه می‌کند و ثالثاً معتقد است، مطالعه منفعت عمومی باید دیالکتیکی باشد؛ یعنی جهت‌گیری ابتدایی باید با پرسش باشد تا عکس‌العمل‌ها

- 
1. counter-narratives.
  2. publicness.
  3. deliberation.
  4. discovery.

و پاسخ‌ها در تقابل با سؤال بتواند دیالکتیک موردنظر برای مطالعه منفعت عمومی را شکل دهد. (Johnston & Pieczka, 2019)

ایشان برای ارتباطات منفعت عمومی شش بعد پیشنهاد می‌کنند: دسترسی، عمومیت، عقلانیت، گفتمان پایه، همه‌گیری و موفقیت در پیوند ارتباطات منفعت عمومی با دیگر کنش‌های اجتماعی. در ادامه هر کدام از این ابعاد توضیح داده می‌شود:

۱- **دسترسی**<sup>۱</sup>: منظور از دسترسی از طرفی حضور و مشارکت افراد در فضاهای عمومی است و از طرف دیگر توانایی درگیر شدن ایشان در فرآیند معناسازی منفعت عمومی است.

۲- **عمومیت**<sup>۲</sup>: این مؤلفه به انتقادی و یا غیر انتقادی بودن فضای عمومی توجه می‌کند. یکی از مهم‌ترین سؤال‌ها برای تحقیق عمومیت این است که آیا منافع و ارزش‌هایی که در فضای عمومی مورد گفت‌وگو قرار می‌گیرند به اندازه کافی عمومی هستند؟

۳- **عقلانیت**<sup>۳</sup>: عقلانیت یا عقلانی بودن به معنای چرایی مطلوبیت و یا درست بودن یک سیاست است. درستی یا نادرستی سیاست، مبتنی بر ارزش‌های اجتماعی است. در این رویکرد، عقلانیت یک مفهوم تاریخی دارد که بر اساس روایت‌های اخلاقی جامعه ادراک می‌شود.

۴- **گفتمان پایه**<sup>۴</sup>: در این بعد به تحلیل‌هایی از خط‌مشی اشاره می‌شود که گفتمان را به عنوان ابزار نظم‌دهنده، راهی برای درک واقعیت می‌داند. تأثیر

---

1. accessibility.

2. publicness.

3. rationality.

4. substantive anchoring.

گفتمان‌ها می‌تواند تا جایی ادامه پیدا کند که عموم مردم آنچه را که در واقع به آن نیاز دارند و منفعت آن‌هاست، منفعت خود نبینند.

۵- همه‌گیری<sup>۱</sup>: توجه به این بعد کمک می‌کند که از منظر سوم‌شخص به منفعت عمومی نگاه کنیم. به این معنا که در گفت‌وگو و تعامل بین طرفین ارتباطات منفعت عمومی، منفعت فردی طرفین ملاک قرار نگیرد بلکه منافع و ارزش‌هایی که مورد قبول عموم قرار گرفته‌اند، مبنا باشد.

۶- موفقیت در پیوند با دیگر کنش‌های اجتماعی<sup>۲</sup>: ارتباطات در رابطه دیالکتیکی با روش‌های دیگری است که به ساخت منفعت عمومی کمک می‌کنند. از جمله این روش‌ها می‌توان به سیاست‌گذاری اشاره کرد. هدف ارتباطات منفعت عمومی در یک مورد خاص این است که این امکان را برای روش‌های دیگر نیز فراهم کند که از معنای شکل گرفته در فضای عمومی، به‌طور مشروع استفاده کنند. این بُعد، موفقیت این مسأله را دنبال می‌کند. (Johnston & Pieczka, 2019)

### روش پژوهش

با توجه به اینکه مسأله این پژوهش به «تحلیل معنایی منفعت عمومی» ناظر است و نیز از آنجا که «مضمون‌سازی معانی»<sup>۳</sup> یکی از مهارت‌های عمومی در روش‌های کیفی است (Braun & Clarke, 2006)، از روش کیفی استفاده شده است. بنای این پژوهش آن است که منفعت عمومی را به‌عنوان «وجود ارتباطی» بین سیاست‌گذار و مخاطب سیاست، مضمون‌سازی کند.

1. inter-subjectivity.

2. Connectedness or links to other forms of action.

3. thematizing meanings.

راهبرد این پژوهش آن است که با مطالعه نسخه‌های طرح صیانت به‌عنوان یک سیاست فرهنگی و همچنین توضیح و تفسیر طراحان آن، می‌توان معنای مدنظر سیاست‌گذار از منفعت عمومی در طرح صیانت را برداشت کرد. در کنار این کار با مطالعه نظرات کارشناسان و فعالان اجتماعی که در موافقت و مخالفت این طرح به گفت‌وگو و ابراز نظر پرداختند و همچنین نظرات عده‌ای از مردم، معنای منفعت عمومی از طرح صیانت در نگاه مخاطبان این سیاست قابل‌برداشت است. از آنجایی که معنا در جهان اجتماعی، ماهیتی ارتباطی دارد، می‌توان چگونگی کیفیت ارتباط بین طراحان یک سیاست و مخاطبان آن را ارزیابی کرد.

پژوهشگران کیفی با شناسایی الگوهای موجود در داده‌ها، پدیده‌های گوناگون را بررسی می‌کنند. هر محقق با توجه به اهداف پژوهشی خود از رویکرد متناسب تحقیقش استفاده می‌کند؛ اما نقطه مشترک همه این رویکردها، شناسایی نقاط برجسته و مهم در داده‌هاست که به آن «مضمون» گفته می‌شود. تحلیل مضمون روشی است که در دستگاه‌ها و راهبردهای پژوهشی مختلف مانند قوم‌نگاری، مطالعه موردی، داده‌بنیاد، تحلیل گفتمان و روایت و پدیدارشناسی قابل استفاده است. (شیخ‌زاده و بنی‌اسد، ۱۳۹۹) همان‌طور که در ادامه خواهد آمد در این تحقیق از تحلیل مضمون با استفاده از رویکرد مطالعه موردی استفاده می‌شود.

در گام اول پژوهش، نسخه‌های متعدد طرح صیانت در کنار توضیحات و تفسیری که طراحان این طرح در دفاع از آن مطرح کرده‌اند به‌عنوان متنی که منعکس‌کننده معنای منفعت عمومی در منظر سیاست‌گذار است، تحلیل می‌شود.

در گام دوم، نظرات تعدادی از عموم مردم که در فضای عمومی و به‌خصوص در سایت کارزار در مورد طرح صیانت اعلام نظر کردند، موردبررسی قرار می‌گیرد.

در گام سوم، بر اساس یک مطالعه مقدماتی نظرات مخاطبین این طرح که فعالان اجتماعی هستند و در تأیید و یا رد آن اعلام نظر کردند، بررسی می‌شوند. این افراد بر اساس منظرشان به منفعت عمومی دسته‌بندی می‌شوند. نفراتی به نمایندگی از هر دسته انتخاب می‌شوند و نظراتشان در دفاع یا رد طرح صیانت مطالعه می‌شود. در گام چهارم معانی منفعت عمومی که در اطراف طرح صیانت و در قالب مدل شش بُعدی جانستون و پیسکا تحلیل شده بود، بین سیاست‌گذار و مخاطب سیاست مقایسه می‌شوند و سطح اختلاف احتمالی بین ایشان مورد بررسی قرار می‌گیرد.

### گزارش یافته‌های پژوهش

در این بخش، یافته‌های پژوهش در قالب معانی به‌دست آمده از ائتلاف‌های معنایی، با هم مقایسه شوند. این ائتلاف‌های معنایی، همان مضامین فراگیری هستند که در نتیجه مطالعه متون و با روش تحلیل مضمون به‌دست آمده‌اند. تفاوت زیاد در معنای ادراک شده مانع از این شده است که سیاست‌گذار بتواند در اجرای سیاست خود موفق شود. مخاطبان طرح صیانت معنای موردنظر سیاست‌گذاران را نپذیرفته‌اند و عملاً در مقابل پذیرش آن مقاومت کرده‌اند. در این بخش لازم است این تفاوت در معنای ادراک شده، تبیین شود. در ائتلاف اول که همه نسخه‌های طرح صیانت و تعدادی از طراحان و طرفداران طرح صیانت در آن هستند، معنای اینترنت پاک ادراک شده است. همان‌طور که مشخص است این معنا در حمایت از طرح صیانت است. به ارزش حیا و عفاف ارجاع می‌دهد و البته از ادبیات اخلاق‌گرایی برای تثبیت آن استفاده می‌کند. در این ائتلاف، ارزش سامان حقوقی و امنیتی، مفروض انگاشته شده است و هدف این است که از موضع قدرتمند برای سامان‌دهی حقوقی و امنیتی و تثبیت ارزش حیا و عفاف

در فضای مجازی استفاده شود. این گروه نگاهی پدران به مردم دارد. با اینکه در صدد حمایت و صیانت از حقوق مردم است، این امر را با رویکردی اقتدارگرایانه دنبال می‌کند. رویکرد این گروه و معنایی که از منفعت عمومی ابراز کردند، مورد پذیرش قرار نگرفت. با وجود این در نسخه‌های بعدی طرح صیانت هم این معنا دنبال شد. همچنین افرادی که در این ائتلاف از طرح صیانت حمایت کردند بر این معنا اصرار کردند. به خصوص در میان مخاطبان طرح صیانت که ارجاع به ارزش حیا و عفاف در فضای مجازی را بر نمی‌تابیدند، موجب انزوای این گروه و خاص‌بودگی ایشان شد.

ائتلاف دوم هم متشکل از مدافعان طرح صیانت بود؛ اما این گروه تلاش کردند با ادبیات و رویکرد دیگری برای دفاع از آن استفاده کنند. ایشان در اصل به ارزش حیا و عفاف که از خصوصیات ائتلاف قبلی بود، اشاره نکردند. این رویکرد در عمل باعث فاصله‌گذاری با گروه قبلی شد. این راهبرد موجب شد که در میدان گفت‌وگو از طرح صیانت بیشترین اقبال را در میان مدافعان جذب کنند. ایشان بر ارزش سامان حقوقی و امنیتی تمرکز کردند و عملاً جایگاه عقلانی‌تری برای خود فراهم کردند. با توجه به این نقطه‌نظر می‌توان گفت که ایشان معنای اینترنت منضبط را برای طرح صیانت ساختند.

دسته سوم تنها شامل یک نفر بود. دکتر ایزدخواه، نماینده مردم‌گرای مجلس شورای اسلامی، تنها فرد این دسته بود. به نظر می‌رسید ایشان پروژه تمرین حکمرانی مردمی را در قالب طرح صیانت هم پیگیری می‌کرد. ظاهراً این پروژه‌ای است که ایشان در دوره نمایندگی خود بر آن تمرکز کرده است. البته با اینکه ایشان بر حکمرانی تأکید دارد؛ اما آن را ابزاری صرفاً برای خدمت به عموم مردم می‌داند. در نتیجه ایشان اصلاً به ارزش‌های حیا و عفاف و همچنین سامان حقوقی و امنیتی اشاره نمی‌کند. مشخص است که ایشان هم مانند ائتلاف دوم بر مسأله حکمرانی تمرکز کرده است، اما به دنبال این است که ماهیت آن را

مردمی‌سازی کند؛ بنابراین معنای اینترنت مردمی از مشارکت ایشان در فضای عمومی قابل ادراک است.

ائتلاف چهارم که بیشترین افراد را به خود جذب کرده است، مخالف طرح صیانت است. این گروه هم مانند گروه دوم، بر ارزش سامان حقوقی و امنیتی تمرکز کرده است. با توجه به اینکه این گروه و گروه دوم بیشترین افراد را در میان مخالفان و موافقان طرح صیانت به خود جذب کرده‌اند، روشن می‌شود که اصلی‌ترین ارزشی که در فضای عمومی مسأله‌مند شده است، ارزش سامان حقوقی و امنیتی است. البته ایشان معتقدند که با تصویب طرح صیانت، این ارزش، در فضای اجتماعی تضعیف می‌شود. ایشان هم مانند گروه دوم و سوم، بر ارزش حیا و عفاف متمرکز نشده‌اند. با اینکه استفاده نادرست از اقتدارگرایی ریشه مشکل دانسته شده است، ارزش‌های شکوفایی اقتصادی و آزادی و حفظ حقوق مشروع هم در این گروه، مورد توجه هستند. معنایی که در نهایت می‌توان به این گروه در ادراک منفعت عمومی نسبت داد، زندان اینترنت است.

ائتلاف پنجم از کسانی تشکیل شده است که مسأله‌سازی طرح صیانت را برای عموم مردم فرماندهی کردند. همه افراد این گروه، کسانی هستند که مستقیم با مخاطب خود گفت‌وگو کردند. به عبارت دیگر ایشان کسانی نبودند که در بحث مستقیم با یک کارشناس مخالف وارد گفت‌وگو شوند. ایشان هم مخالف طرح صیانت بودند ولی ایشان برخلاف گروه چهارم چرایی مسأله‌مند شدن طرح صیانت را تحلیل نکرده‌اند. ایشان تلاش کردند این طرح را مسأله‌مند کنند و از منظر خودشان به نتایج تصویب طرح صیانت برای عموم مردم پردازند؛ به عبارت دیگر، ایشان برخلاف گروه‌های قبلی بر تقویت و تضعیف ارزش سامان حقوقی و امنیتی متمرکز نشده‌اند. ادعا می‌کنند به موجب تصویب طرح صیانت، اینترنت با محدودیت‌های جدی مواجه می‌شود و معنای این اتفاق، آن

است که کارکردهای سرگرمی، کسب و کار و دیگر فعالیت‌های مشروع دچار اختلال می‌شود. این وضعیت بحرانی تصویر می‌شود. در نتیجه معنای برداشت شده از منفعت عمومی در این گروه مرگ اینترنت است. با توضیحاتی که بیان شد روشن می‌شود که عملاً گروه‌های اول و سوم، نتوانستند نظرات زیادی را به خود جلب کنند. گروه پنجم فضای عمومی را در مورد طرح صیانت گرم کرد و بحث و گفت‌وگوی جدی بین گروه دوم و گروه چهارم شکل گرفت.

## فهرست منابع

1. Bozeman, B. (2007). Public Values and Public Interest Counterbalancing Economic Individualism. Georgetown University Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt2tt37c>
2. Ghasemi, J. (2023). Importance of Public Interest in Developing Policies and Governing Institutions. Journal of Political Sciences & Public Affairs, 11(2).
3. Johnston, J. (2022). Public Interest Communication.
4. A pragmatic approach. In G.O. Gonçalves, Evandro (Ed.), the Routledge.
5. Handbook of Nonprofit Communication. Routledge.
6. Johnston, J. & Gulliver, R. (2022). Public Interest Communication. The University of Queensland.
7. Johnston, J. & Pieczka, M. (2019). Public Interest Communication: Critical Debates and Global Contexts. In (pp. 1-6). <https://doi.org/10.4324/9781315185521-1>.
8. Simm, K. (2011) The Concepts of Common Good and Public Interest: From Plato to Biobanking Cambridge Quarterly of Healthcare Ethics, 20(4), 554-562. <https://doi.org/10.1017/S0963180111000296>.