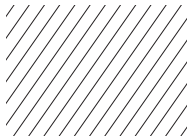




سند ملی رسانه



انجمن صنفی
روزنامه‌نگاران استان تهران
تابستان ۱۴۰۱





پیشگفتار

می‌گویند فرمانفرما برای سیدحسن مدرس پیام فرستاد که این اندازه پا روی دُم ما نگذارید. مدرس از همان طریق جواب داد که به فرمانفرما بگویید، حدود دُم حضرت والا باید معلوم باشد، زیرا من هر کجا پا می‌گذارم، دُم حضرت والا است. قضیه وضعیت نابسامان رسانه در ایران نیز اینگونه است، هر کجا نابسامانی می‌بینیم، به نحوی دُم رسانه رسمی در آنجاست و چاره‌ای جز پا گذاشتن بر روی آن نیست. اتفاقاً دُم رسانه نیز حدود ندارد و پدیده‌ای فراگیر است که مثل خون در تمام رگ‌های جامعه جریان دارد و اگر خون خیر و تحلیل و گزارش آن سالم باشد، بافت بدن را خوب تغذیه می‌کند و اگر ناسالم و آلوده باشد، همه بدن اجتماعی را درگیر خواهد کرد. از این رو رسیدگی به وضعیت رسانه و تدوین سند ملی رسانه در کشور بسیار ضروری می‌نماید، چون هر مشکلی را که در جامعه می‌بینیم به نحوی رد پای وضعیت ناهنجار رسانه در آنجا مشاهده می‌کنیم، مسأله فساد، مشکل آب، تخریب محیط زیست، شکاف دولت-ملت، سیاست‌های ناکارآمد، مدیریت‌های ضعیف و... خلاصه هر مسأله‌ای را که می‌بینیم، به ناچار و به نحوی پای همه روی دُم رسانه‌های رسمی گذاشته می‌شود.

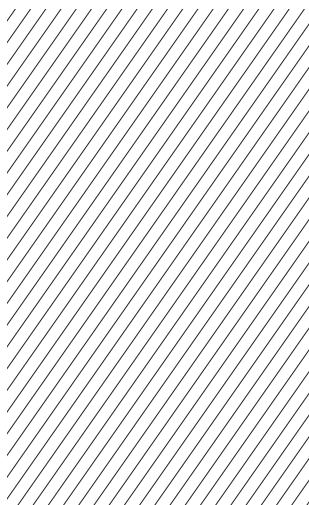
سیاست رسانه‌ای در ایران چنان متصلب و غیر منعطف نشان داده شده است که چراغ امید را برای ایجاد تحول در آن روشن نمی‌کند. با این حال نباید از کوشش دست برداشت. اگرچه می‌دانستیم که با تهیه یک سند ملی به تنهایی نمی‌توان گره چندان را از وضعیت رسانه‌های رسمی باز کرد، با این حال به عنوان اولین گام کوشیدیم که پیشنهاد تهیه یک سند رسمی در زمینه رسانه را طرح کنیم، بلکه توجه مقامات و جامعه بیش از آنچه که هست به این مسأله مهم و محوری جلب شود. از این رو در روز خبرنگار سال ۱۳۹۸ که به نشست دولت دعوت شده بودیم، پیشنهاد خود را برای تدوین سند ملی رسانه ارایه کردیم، ولی پس از گذشت یک سال هیچ پاسخ مثبت و اقدامی در این زمینه دیده نشد، تا اینکه هیأت مدیره انجمن صنفی روزنامه‌نگاران تصمیم گرفت رأساً بودجه‌ای را برای انجام این کار اختصاص دهد و گروهی را متولی انجام آن نماید. در نهایت در سال ۱۳۹۹ پیشنهاد شد که دکتر سعید ارکان‌زاده یزدی عهده‌دار انجام این مهم گردند و تحت راهنمایی شورای تدوین متشکل از آقایان دکتر حسن نمکدوست، دکتر محسن گودرزی و دکتر عبدالعلی رضایی کار را پیش برند، که در عمل و از اواسط کار آقای دکتر رضایی کمتر امکان مساعدت را یافتند.

براساس طرح مصوب، قرار گردید که این مطالعه در ذیل چهار گروه مطبوعات، رادیو و تلویزیون، رسانه‌های برخط و بالاخره شبکه‌های اجتماعی به صورت موازی و زیر نظر آقای ارکان‌زاده انجام شود. سپس براساس یافته‌های آنها، شورای مزبور عناصر اصلی سند ملی را استخراج و تدوین نهایی کند. در ویرایش نهایی سند ملی آقای حسین نوری‌نیا کمک فراوانی کردند. آنان که با پژوهش آشنا هستند به خوبی می‌دانند که انجام هماهنگ چهار پژوهش موازی، حتی اگر پرسش‌های آنها مشترک باشد، تا چه اندازه سخت و حتی ناشدنی است ولی در نهایت کوشیده شد که این ناهماهنگی به حداقل برسد. در مرحله ویرایش نهایی نیز سعی در ایجاد هماهنگی گردید، ولی به طور قطع همچنان عدم توازن مشهودی در میان چهار گزارش وجود دارد، البته می‌توان آنها را به عنوان آخرین گزارش‌هایی که در این چهار زمینه تهیه شده است در

نظر گرفت. در این میان و در ابتدای راه همکار محترم خانم شیده لالمی که مدیریت پژوهش بخش مطبوعات را عهده‌دار بودند، ما را تنها گذاشتند و به دیار باقی شتافتند و آقای ارکان‌زاده شخصاً عهده‌دار انجام این وظیفه شد. پس از این مرحله متن نهایی سند ملی رسانه تهیه و این متن به نظرخواهی بسیاری از کارشناسان حوزه رسانه گذاشته شد و نظرات اصلاحی آنان نیز اخذ گردید و به تصویب نهایی گروه تدوین رسید که تقدیم می‌شود. در اینجا وظیفه خود می‌دانیم که از هیأت مدیره و دبیر محترم انجمن صنفی روزنامه‌نگاران استان تهران به علاوه دوستان محترم شورای تدوین و آقای ارکان‌زاده و مدیران گروه‌های چهارگانه شامل آقایان پدرام الوندی، شهرام شریف و مهدی کاشفی‌فرد تشکر و سپاسگزاری نمایم.

هیئت مدیره

انجمن صنفی روزنامه‌نگاران استان تهران



مقدمه

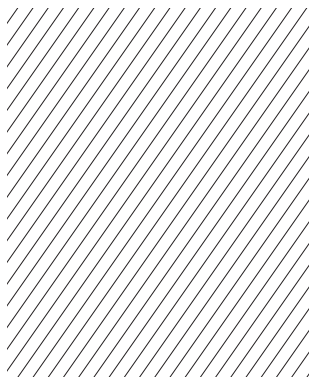
وضعیت رسانه‌های مدرن، به طور عام، و روزنامه‌نگاری، به طور خاص، از سرآغاز ورود به ایران همواره با چالش و مشکل همراه بوده و به رغم فراز و فرودهای مقطعی هیچ‌گاه به صورت پایدار حل نشده است. این مشکلات در هیچ دوره‌ای به درستی فهم و حل نشد، بلکه بر روی هم انباشته شد و امروز به یک بحران ریشه‌دار منتهی شده است. این بحران محدود به رسانه نیست و دامنه آن به دیگر حوزه‌های حیات اجتماعی سرایت کرده؛ به نحوی که به یکی از عوامل موثر در کنار دیگر مشکلات اجتماعی تبدیل شده است. برای مثال می‌توان به ناکارآمدی و فساد اشاره کرد. علاوه بر این، وضعیتی که رسانه در ایران امروز دارد، شکلی از بروز بحران بنیادین جامعه است. جامعه ایرانی در شرایط زوال همبستگی یا گسیختگی اجتماعی قرار دارد و جلوه‌های آن را می‌توان در کاهش ظرفیت اقتصادی، نابرابری، فقر و فساد فزاینده، بیکاری و بی‌ثباتی شغلی، گسترش سکنا‌ی نامتعارف و مسکن خودانگیخته، انواع تبعیض، نبود توافق بر سر شیوه سازمان‌یابی جامعه و ارزش‌های فراگیر و مورد توافق، فرسایش اعتماد اجتماعی، یأس اجتماعی، نارضایتی‌های اجتماعی،

تضعیف ارزش‌های اخلاقی، ضعف نهادهای هنجارفرست، تنوع شکاف‌های اجتماعی و هم‌پوشانی آن‌ها و... مشاهده کرد، به تبع و لاجرم، در چنین فضایی بحران نظام رسانه‌ای ایران بیش از پیش نمایان شده است.

این بحران، واجد ابعاد گوناگونی است که تمامی سطوح فعالیت رسانه‌های مدرن را در برمی‌گیرد. این ابعاد را می‌توان در نگاهی کلی سه ضلع مثلثی دانست که در ضلع قاعده آن نظام و گروه‌های سیاسی قرار دارد و دو ضلع دیگر شامل سازمان رسانه، مخاطبان و مردم می‌شود. رسانه در تعامل این سه ضلع با یکدیگر جایگاه خود را می‌یابد و رشد می‌کند و یا تضعیف می‌شود. ضلع یا سطح اول دو لایه دارد: نظام سیاسی، و گروه‌ها و احزاب. نظام سیاسی، عمدتاً رسانه را ابزاری برای ترویج ارزش‌های مطلوب خود می‌انگارد نگاه و رویکرد مشابهی که در گروه‌ها و احزاب نیز بازتولید شده است.

در ضلع دوم، بحران را می‌توان در سطح سازمان رسانه مشاهده کرد. رسانه به خاطر وضعیت متزلزل و ناپایداری توانایی انباشت سرمایه انسانی را ندارد و فراتر از آن قادر نیست به منزله یک نهاد اقتصادی پایدار دیدگاهی بلندمدت داشته باشد.

در ضلع سوم، با مخاطبانی مواجه هستیم که نقش و تأثیر رسانه‌های رسمی در سامان زندگی روزمره آنها کمتر و کمتر شده است. از این رو، یکی از مسایل مهم رسانه، مخاطبان آن هستند که به دلایل گوناگون از جمله گسترش رسانه‌های جدید، از حوزه نفوذ قبلی‌ها کاسته شده است.



نظام سیاسی

در این سطح اصلی‌ترین مشکل، کنترل سیاسی جامعه، به تبع استفاده از رسانه برای ترویج ارزش‌ها و هنجارهای رسمی است. این رویکرد به رسانه، کارکرد «تبلیغاتی» آن را بر کارکردهای دیگر از قبیل نقد و نظارت و آگاهی‌بخشی برتری و تقدم می‌بخشد. این تلقی از کارکرد رسانه به شکل‌گیری ساختار دوگانه رسانه‌های رسمی و غیر رسمی در جامعه ایرانی منجر شده است. بر این مبنا می‌توان دیگر مسایل و مشکلات ناشی از این سطح بحران را چنین برشمرد:

مالکیت و مدیریت اصلی‌ترین و فراگیرترین رسانه‌های داخلی و انحصار رادیو و تلویزیون،

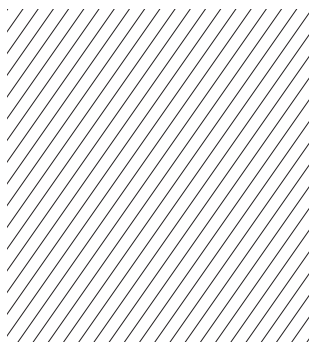
توزیع انواع رانتهای آشکار و پنهان و اعمال تبعیض اقتصادی به نفع رسانه‌های همسو با جهت‌گیری‌های نظام سیاسی،
طراحی و اجرای فرایندهای سانسور و اعمال سخت و صلب آن،
کنترل رسانه‌ها از طریق سازوکارهایی مثل تدوین و اعمال فرایندهای رسمی و غیر رسمی اخذ مجوز برای عموم فعالیت‌های رسانه‌ای،

توقیف رسانه‌های ناهمنوا و منتقد، و اادار کردن رسانه‌ها برای ترویج و تبلیغ ارزش‌های رسمی، بی‌انگیزگی برای سامان دادن نظام حقوقی حامی فعالیت آزادانه رسانه‌ها و دسترسی آزاد به اطلاعات و فرآیندهای حرفه‌ای رسانه‌ای، ممانعت و نیز هزینه‌زایی دیده‌بانی اجتماعی و انتشار اطلاعات خارج از ضوابط رسمی.

گروه‌های سیاسی و احزاب

احزاب و گروه‌های سیاسی فارغ از نوع ارزش‌هایی که دنبال می‌کنند، به رسانه کمابیش نگاهی مشابه حکومت دارند. دو مشکل اصلی در این مورد عبارتند از:

تضعیف ابعاد گوناگون نقش رسانه و رویکرد سیاست‌ورزی رسانه، جایگزینی رسانه با تشکیلات حزبی.



سازمان رسانه

بی‌ثباتی و حیات موقتی موسسات رسانه‌ای ناشی از نوع مواجهه و روابط نظام سیاسی در سطح کلان با رسانه‌ها است، این وضعیت سیاست‌های بلندمدت و سرمایه‌گذاری را برای آموزش و تولید محتوا و به تبع آن انباشت تجربه و سرمایه انسانی در رسانه با اختلال مواجه کرده است. این اختلال با ظهور رسانه‌های جدید و شکل‌گیری فضای نوینی در ارتباطات رسانه‌ای، از یک سو کارکرد رسانه‌های پیشین را بیش‌تر به چالش کشیده، و از سوی دیگر فرم و نوع پیام، عادات خواندن، ذائقه‌ها و نوع مخاطب را در این فضای جدید تغییر داده است. بخشی از این تغییر و رابطه نسبتاً یک طرفه مخاطب و رسانه به یک رابطه تعاملی تبدیل شده و مخاطب خود را در فضای رسانه جدید فعال و تولیدکننده پیام یافته است؛ فرآیندی که به تضعیف جایگاه رسانه‌های پیشاشبکه‌ای انجامیده است. مجموع این وضعیت مشکلات دیگری را نیز پدید آورده است:

خودسانسوری قبل و پس از انتشار و دروازه‌بانی انتشار برحسب هنجارهای رسمی، و از دست رفتن نقش دیدبانی و نظارت رسانه‌ها، نقض استقلال تحریریه‌ها و تولیدکنندگان محتوا توسط برخی عوامل سازمانی رسانه،

اعمال انواع فشارها از سوی گروه‌های ذی‌نفوذ، مالکان، صاحبان آگهی و پشتیبانان مالی بر محتواها و تولیدکنندگان، سوگیری آشکار در تولید و محتوای خبرها،

نابسندگی رسانه‌ها و روزنامه‌نگاری مستقل و ضعف شدید این نوع روزنامه‌نگاری،

عدم دسترسی مناسب به اطلاعات و فیلترینگ آن در سطوح گوناگون و عدم همکاری منابع رسمی و خبری در ارائه اخبار و اطلاعات،

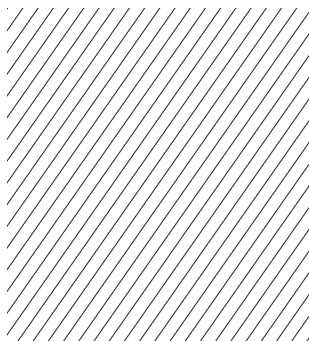
نابسندگی بودن سرمایه‌گذاری برای فعالیت‌های پیشرو رسانه‌ای،

فقدان سازوکارهای روزآمد حرفه‌ای‌گری، آموزش و کسب مهارت بویژه در ساختار جدید رسانه‌ای مولتی‌مدیا،

کمبود حضور نیروهای خبره در حوزه مولتی‌مدیا به دلیل فقدان زمینه در انگیزه‌های مالی و اثرگذاری حرفه‌ای،

فقدان تکثر و تنوع محتواها برای همه نوع ذائقه رسانه‌ای، و پایین بودن کیفیت تولیدات به لحاظ محتوایی و شکلی،

فاصله گرفتن بیشتر رسانه با نیازهای مخاطب و اولویت دادن به خواست حکومت و مالکان در تولید محتوا.



مخاطبان

رسانه با جو سیاسی موجود ارتباطی نزدیک دارد و موجب اقبال و یا افول توجه مردم به رسانه می‌شود. از این رو، رسانه باید بتواند در فاصله بین دو فضای اقبال و افول کارکرد رسانه‌ای خود را به منزله ضرورتی برای زندگی روزمره حفظ کند. این ضرورت ذیل کارکرد سیاسی رسانه تحقیر شده و از این رو، به میزان زیادی در سه سطح به فراموشی سپرده شده است:

اول- اطلاعات مرتبط و نیازمندی‌های زندگی روزمره،

دوم- وجوه سرگرمی و فراغتی،

سوم- تقویت ارتباط فرد با اجتماع محلی.

بنابر این مجموعه ای از عوامل در اندرکنش با یکدیگر، به ناتوانی رسانه در ایفای وظیفه‌های اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی، نظارت بر قدرت، انسجام‌بخشی اجتماعی و حتی تولید محتوای سرگرم‌کننده انجامیده و در نتیجه ضمن تضعیف پیوند رسانه با مخاطبان، بی‌اعتمادی و رویگردانی از رسانه‌های رسمی و انتقال مرجعیت رسانه‌ای به خارج و رسانه‌های غیر رسمی را به همراه داشته است.

افزون بر شرایط همیشگی و عمومی بحران‌زا برای رسانه‌ها، تحولات سه دهه اخیر در عرصه فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات، فضا و بافتار معمول حاکم بر رسانه‌های کشور را به شدت دستخوش تغییر کرده و بحران رسانه‌ای را عمیق‌تر و گسترده‌تر کرده است.

راهبردها و خط‌مشی‌ها

بر پایه آنچه گفته شد پیشنهاد می‌شود موضوعات زیر در دستور کار مراجع ذی‌ربط قرار گیرد:

در سطح نظام سیاسی

۱. حذف ضرورت اخذ مجوز برای فعالیت‌های رسانه‌ای کشور در همه عرصه‌ها و در زمینه رسانه‌های خبری به طور خاص،
۲. تدوین مقررات خاص براساس تأمین و نه تحدید آزادی رسانه برای تقویت رسانه‌های خبری و فعالیت‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و مسایل شغلی و استخدامی آنها،
۳. رسیدگی به تمامی اتهامات رسانه‌های خبری و روزنامه‌نگاران در دادگاه‌های علنی با حضور هیأت منصفه‌ای که بازتاب‌دهنده همه گرایش‌های موجود و انصاف جامعه باشد. برخورداری کامل آنان از داشتن و حضور وکیل در تمامی مراحل رسیدگی به اتهامات،

۴. منع توقیف و تعطیل رسانه‌ها و دستگیری روزنامه‌نگاران به صفت فعالیت حرفه‌ای آنان، مگر به حکم دادگاه صالحه و وجود مستندات قابل دفاع، حذف یا به حداقل رساندن مجازات توقیف رسانه‌ها از سوی دادگاه‌ها و جایگزین کردن حکم توقیف رسانه‌ها با مجازات‌های مالی در موارد احراز تخلف البته به نحوی که مانع ادامه فعالیت و موجب تعطیل رسانه و بیکاری روزنامه‌نگاران نشود،

۵. حذف انحصار حاکمیتی فعالیت‌های رادیو و تلویزیونی در ایران و امکان راه‌اندازی شبکه‌های خصوصی،

۶. ساماندهی و ممانعت از افزایش رسانه‌های حاکمیتی در تمامی انواع آن و در مقابل فراهم کردن فضای منصفانه و واقعی رقابت برای شکل‌گیری و توسعه رسانه‌های مستقل متنوع و متکثر،

۷. تضمین آزادی بیان در فعالیت‌های رسانه‌ای و مقابله با هرگونه سانسور و فیلترینگ،

۸. تضمین آزادی و حق دسترسی موسع به اطلاعات و انتشار آن، آزادی ارتباط شهروندان و دسترسی رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران به منابع خبری، حفظ منابع خبری و اسرار سازمانی،

۹. به رسمیت شناختن حرفه روزنامه‌نگاری مبتنی بر ماهیت فکری، فرهنگی و اجتماعی آن و برپایه رویکرد خیر اجتماعی،

۱۰. تدوین مقررات شغلی و استخدامی متناسب با حرفه روزنامه‌نگاری، از جمله در نظر گرفتن نظام طبقه‌بندی شغلی اختصاصی این حرفه،

۱۱. حمایت قانونی از شکل‌گیری نهادهای حرفه‌ای - صنفی منتخب، دموکراتیک و مستقل روزنامه‌نگاری،

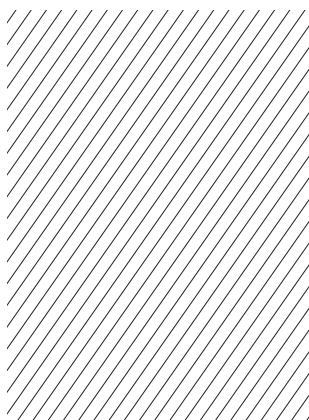
۱۲. توجه به رسانه به عنوان نهادی اجتماعی و رکن چهارم و مقوم مردم سالاری. در نتیجه تدابیر نظام سیاسی نباید به برخورد با این نهاد معطوف و تبدیل شود. با این رویکرد، تعطیلی رسانه جای خود را به انواع دیگر برخوردها خواهد سپرد،

۱۳. حمایت قانونی از شکل‌گیری نهاد مورد اجماع «شورای رسانه‌ها»، با هدف

راهبری و نظارت درون صنفی بر فعالیتهای حرفه‌ای رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران، و نیز برای پیگیری تأمین پیشنهادهای این سند، متشکل از نمایندگان واقعی رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران.

در سطح سازمان رسانه

۱۴. حمایت قانونی از نظام ارتقای شغلی منصفانه، دانش‌بنیان و تجربه‌گرا در تحریریه‌های رسانه‌های خبری
۱۵. به رسمیت شناختن و تضمین «حقوق مولف» و «حقوق نویسندگی» رسانه‌های خبری و روزنامه‌نگاران،
۱۶. تلاش برای تضمین استقلال تحریریه‌های رسانه‌ها و برقراری ممانعت‌های قانونی برای اعمال فشار از سوی اصحاب قدرت، گروه‌های ذی‌نفوذ، صاحبان آگهی و مدیران بر محتوای تحریری،
۱۷. تلاش برای تدوین سازوکارهای حمایت‌کننده قانونی از مشارکت روزنامه‌نگاران در مدیریت رسانه‌های خبری،
۱۸. به رسمیت شناختن «استعفای به قید وجدان» در مواردی که استعفا بر اثر تغییر خطمشی به روزنامه‌نگاران تحمیل می‌شود.



تهران خیابان شریعتی بالاتر از خیابان ظفر نبش کوچه کودکان غزه
پلاک ۴۸ طبقه اول

۰۲۱۲۶۷۲۰۱۲۸ - ۰۲۱۲۶۷۲۰۱۲۶

email info@tpja.ir



انجمن صنفی
روزنامه نگاران استان تهران
تابستان ۱۴۰۱