

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

بررسی مسائل مطبوعات ایران
(تهران، خردادماه ۱۳۷۷)

۱

مجموعه مقالات دومین سمینار

بررسی مسائل مطبوعات ایران

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها
تهران ۱۳۸۷

سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران (دومین: ۱۳۷۷: تهران)
مجموعه مقالات دومین سمینار بررسی مطبوعات ایران، تهران، خرداد ماه ۱۳۷۷. - تهران: وزارت
فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۷.
ج۲. (۹۶۲ ص).

ISBN 964-6757-52-9 (2V.set)

ISBN 964-6757-5۰-۲ (V.1)

ISBN 964-6757-51-0 (V.2)

فهرست نویسی براساس اطلاعات فیبا (فهرست نویسی پیش از انتشار).
کتابنامه.

۱. مطبوعات - ایران - کنگره‌ها. الف. ایران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. مرکز مطالعات و

تحقیقات رسانه‌ها. ب. عنوان: بررسی مسائل مطبوعات ایران.

۰۷۹/۵۵

PN ۵۴۴۹۹ / آ الف ۳

کتابخانه ملی ایران

۷۷ - ۵۴۲۳

م



وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها

مجموعه مقالات دومین سمینار

بررسی مسائل مطبوعات ایران

(جلد اول)

چاپ اول: تابستان ۱۳۷۷

چاپ به صورت e-book : ۱۳۸۷

شابک ۹۷۸-۹۶۴-۶۷۵۷-۵۰-۲ ISBN 978-964-6757-50-2

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱، صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷
تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

پیشگفتار

شتاب روزافزون تغییر و تحولات در دنیای ارتباطات از یک سو و رشد ناکافی وسایل ارتباط جمعی (به ویژه مطبوعات) و دانش، نیروی انسانی متخصص و زیرساخت‌های مربوط به آن در جامعه ما از سوی دیگر، ضرورت بررسی مداوم نیازها، مسائل و مشکلات این عرصه را مورد تأکید قرار می‌دهد. سمینار «بررسی مسائل مطبوعات ایران» با عنایت به چنین ضرورت‌هایی شکل گرفت.

نخستین سمینار، هفت سال پیش در اسفندماه ۱۳۶۹ با هدف طرح دیدگاه‌های مختلف درباره مسائل و مشکلات مطبوعات، ایجاد زمینه برای شناخت نقاط قوت و ضعف مطبوعات و کمک به برنامه‌ریزی در مورد آینده مطبوعات تشکیل شد. دستاورد نخستین سمینار آگاهی از صورت کلان و کلی مسائل مطبوعات از دیدگاهی کمابیش نظری بود که زمینه برخی تحقیقات اولیه و اکتشافی را در مورد مهم‌ترین نیازها و مسائل مطبوعات فراهم کرد.

پس از گذشت هفت سال، دومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران در شرایطی تشکیل شد که جامعه ما تحولات شگرفی را از نظر سیاسی و فرهنگی پشت سر گذاشته است و امروز گسترش مشارکت، قانون‌گرایی، تعمیق آزادی‌های قانونی و حقوق شهروندی و تحکیم پایه‌های جامعه مدنی در صدر برنامه‌های رئیس جمهور منتخب مردم است.

در چنین جامعه‌ای، مطبوعات از جایگاهی ویژه برخوردارند. بررسی نقشها و کارکردهای مطبوعات از مهم‌ترین اهداف دومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران بوده است. علاوه بر این، در دومین سمینار گذر از کلیات و دستیابی به صورت مشخص و دقیق‌تری از مسائل مطبوعات، از دیدگاهی حرفه‌ای، مورد توجه قرار گرفت و تلاش شد از رهگذر تعیین تقدم‌های تحقیقاتی در بررسی مسائل مبتلابه مطبوعات، زمینه برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در این حوزه آماده‌تر شود.

این اهداف پس از جلسات و رایزنیهای متعدد با مدیران مسئول جراید، استادان، کارشناسان و روزنامه‌نگاران کشور به طرح اجرایی مشخصی برای برگزاری سمینار حول محورهای: مطبوعات و جامعه مدنی؛ مسائل ساختاری و اقتصادی مطبوعات؛ مطبوعات، حاکمیت قانون و استقلال حرفه‌ای؛ مسائل آموزش روزنامه‌نگاری در ایران؛ مطبوعات و اخلاق حرفه‌ای؛ و مطبوعات و افکار عمومی منجر شد. سپس دو کمیته اجرایی و علمی مرکب از دست‌اندرکاران جراید، استادان رشته ارتباطات و روزنامه‌نگاری و نمایندگان از انجمن صنفی روزنامه‌نگاران و مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها جهت آماده‌سازی مقدمات برگزاری سمینار تشکیل شد. پس از انتشار فراخوان در روزنامه‌های کثیرالانتشار، از اول اسفند تا ۱۵ اردیبهشت سال ۱۳۷۶ نزدیک به صد مقاله به دبیرخانه سمینار رسید که هیئت داوران سمینار متشکل از ۱۱ نفر از استادان، روزنامه‌نگاران و صاحب‌نظران ارتباطات طی ۶۰۰ ساعت، براساس دو فرم داوری حاوی معیارهای علمی و تجربی، به ارزیابی مقالات پرداختند و در نهایت ۴۶ مقاله برای ارائه در سمینار انتخاب شد. علاوه بر مقاله‌های ارائه شده در سمینار، دو مقاله آقایان دکتر حمید مولانا و مرتضی کریمیان نیز در این کتاب به چاپ رسیده است.

مقالات برگزیده طی روزهای ۴، ۵ و ۶ خردادماه در جلساتی منظم و با حضور مسئولان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مدیران مسئول جراید، دست‌اندرکاران مطبوعات، روزنامه‌نگاران و دانشجویان ارتباطات و علوم اجتماعی ارائه و مورد بحث و بررسی قرار گرفت. اینک حاصل آن جلسات در مجموعه مقالات دومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌گیرد تا به عنوان تجربه‌ای ارزشمند، مبنای بحثهای کارشناسی، برنامه‌ریزی و سیاستگذاری عالمانه‌تر قرار گیرد.

برگزاری سمیناری در این ابعاد، با برنامه‌ریزی فشرده و در زمانی در حدود ۱۰۰ روز، محصول کار فشرده و صادقانه اعضای محترم شورای علمی — پژوهشی مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، داوران مقالات، ارائه‌کنندگان پژوهشها و کمیته اجرایی برگزارکننده سمینار است. جا دارد در اینجا از یکایک این عزیزان قدردانی کنیم و امیدوار باشیم که تلاش صادقانه آنان کمکی به ارتقای کیفیت مطبوعات ایران محسوب گردد.

احمد بورقانی
معاون امور مطبوعاتی و تبلیغاتی
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

فهرست مطالب

عنوان

صفحه

- گزارش دبیر علمی سمینار / دکتر کاظم معتمد نژاد ۸
- سخنرانی معاون امور مطبوعاتی و تبلیغاتی / احمد بورقانی ۱۰
۱. مطبوعات و جامعه مدنی
- بررسی شرایط پیشرفت نشریات مستقل و کثرت‌گرا / دکتر کاظم معتمد نژاد ۱۳
- نقش مطبوعات در توسعه ملی ایران / عباس عبدی ۴۷
- مطبوعات اسلامی و جامعه اسلامی / پروفیسور حمید مولانا ۵۳
- مطبوعات و توسعه سیاسی / سید محمد مهدیزاده ۵۸
- روزنامه‌نگاری انتقادی! / دکتر مهدی محسنیان‌راد ۶۹
- مطبوعات جامعه مدنی / علیرضا فرهمند ۷۴
- جایگاه مطبوعات در تحقق جامعه مدنی ایران / دکتر مسعود سپهر ۸۲
۲. مسائل ساختاری و اقتصاد مطبوعات
- دولت؛ عامل اصلی بازدارندگی توسعه مطبوعات / حمیدرضا رضایی ۹۱
- موانع اقتصادی - اجتماعی انتشار نشریه‌های مستقل ۹۸
- دانشورانه - روشنفکرانه در ایران / علی میرزایی ۱۰۸
- توسعه نیافتگی روزنامه‌های یومیه ایران ۱۱۱
- به عنوان یک مسئله اجتماعی / دکتر مسعود حاجی‌زاده میمندی ۱۱۸
- مصرف سرانه مطبوعات در خانوارهای ایرانی ۱۲۸
- شهرهای همدان، اراک، بوشهر / دکتر احمد رجب‌زاده ۱۳۸
- بررسی آگهی‌های بازرگانی در مطبوعات ایران و نقش آن در تأمین مالی آنها / فرهاد محمدی ۱۳۴
- سهم هزینه مطبوعات در سبد مصرفی خانوارهای ایرانی / رجبعلی مزروعی ۱۵۷

- ۱۶۳ بررسی معضلات چاپ مطبوعات / خسرو طالبزاده
- ۱۷۰ مسائل چاپ مطبوعات / مرتضی کریمیان
- ۱۸۱ نقش پست در مطبوعات / داود زارعیان

۳. مطبوعات، حاکمیت قانون و استقلال حرفه‌ای

- ۱۹۶ آزادی مطبوعات از اخلاق تا حقوق / کامبیز نوروزی
- ۲۰۰ نظری بر جایگاه هیئت نظارت بر مطبوعات در قانون سال ۶۴ / ابوالفضل نیکوکار
- ۲۰۶ تذکر به مطبوعات از سلیقه تا قانون / شعبانعلی بهرامپور
- ۲۱۶ دادگاه صالحه در جرایم مطبوعاتی / حمید مقدم فر
- ۲۲۲ هیئت نظارت بر مطبوعات (تحلیل و نقد حقوقی) دکتر محسن اسماعیلی
- ۲۳۶ نگرشی بر جایگاه مطبوعات در مذاکرات مجلس خبرگان
- بررسی نهایی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران / محسن خلیلی
- زمینه‌های سؤ تفاهم میان مطبوعات و مسئولان و انعکاس آن در قوانین مطبوعات / علی‌اکبر قاضی‌زاده
- ۲۴۶ قاضی‌زاده
- ۲۵۷ تشکل‌های حرفه‌ای مطبوعات / مهدی بهشتی‌پور
- مبانی استقلال حقوقی حرفه روزنامه‌نگاری؛ نظرسنجی از روزنامه‌نگاران شاغل در واحدهای مطبوعاتی ایران /

- ۲۸۰ حسن نمک‌دوست تهران
- ۳۲۰ استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران از رویا تا واقعیت / امیدعلی مسعودی
- ۳۳۲ فرهنگ سیاسی نخبگان و تأثیر آن بر توسعه مطبوعات / محسن آرمین
- ۳۳۷ استقلال حرفه روزنامه‌نگاری در طلیعه جامعه مدنی / محمدمهدی فرقانی
- رضایت شغلی روزنامه‌نگاران؛ بررسی نگرش روزنامه‌نگاران نسبت به حرفه
- ۳۵۰ روزنامه‌نگاری / عبدالرضا زکوت روشندل
- ۳۸۲ راهبردها و موانع تحول کیفی مطبوعات ایران / مجید محمدی

گزارش دبیر علمی سمینار

دکتر کاظم معتمدنژاد

قبل از هر چیز باید از سروران، استادان و همکاران گرامی تشکر کنم که لطف کردند و به این جلسه تشریف آوردند. بویژه از تشریف فرمایی جناب آقای دکتر مهاجرانی وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی سپاسگزاری می‌کنم که با عنایتهای بی‌دریغ خود در برگزاری دومین سمینار مشوق ما بودند. از جناب آقای بورقانی هم باید تشکر کنم؛ زحمات ایشان به ما کمک کرد که در مدت کمی بتوانیم مقدمات برگزاری این سمینار را فراهم کنیم. همکاران هیئت علمی و هیئت اجرایی سمینار هم زحمات فراوانی کشیدند و بنده خود کمترین سهم را داشتم. البته ایشان لطف کردند و نام مرا نیز در اینجا گنجانده‌اند، در حالی که بنده مشارکت مهمی نداشتم و خوشحال می‌شدم که فرد دیگری فعالیت‌های همکاران را در این زمینه بیان می‌کردند. آقای رضایی مدیر مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، جناب آقای زارع در کنار ایشان، همکاران دانشگاهی، آقایان دکتر بدیعی، دکتر محسنیان راد، خانیکی، دکتر معیدفر، دکتر محسنی، همکاران ما در انجمن صنفی روزنامه‌نگاران جناب آقای مهندس عبدی و جناب آقای مزروعی در این زمینه کمک کردند و آقای بیات دبیر اجرایی سمینار زحمات فراوانی کشیدند. از تک تک همکاران شخصاً تشکر می‌کنم. اگر زحمات این همکاران نبود، با این سرعت و در این سطح نمی‌توانستیم مقدمات سمینار را فراهم کنیم.

پس از سپاسگزاری مقدماتی، خلاصه‌ای از سابقه نخستین سمینار را مطرح می‌کنیم. نخستین سمینار را زمانی که جناب آقای خاتمی مسئولیت وزارت فرهنگ و ارشاد را به عهده داشتند برگزار کردیم. در آن شرایط مساعد این امکان فراهم شد که مجموعه‌ای از مطالعات، تحقیقات و فعالیت‌های علمی برای بهبود وضع مطبوعات، در سال ۱۳۶۸ در ساختمان ستاد تبلیغات جنگ صورت بگیرد. به همراه همکاران دانشگاهی، آقایان دکتر بدیعی، دکتر محسنیان راد، مرحوم دکتر اسدی و دکتر مولانا که چند هفته‌ای در تهران بودند، مطالعات مقدماتی را شروع کردیم و

به دنبال این مطالعات، معاونت امور مطبوعاتی و تبلیغاتی در وزارتخانه شکل گرفت و پس از آن به همراه همکاران معاونت مطبوعاتی آقای مهندس امین زاده و آقای خانیکی، دو مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها و مرکز گسترش آموزش رسانه‌ها که همکاران مسئولیتش را به عهده داشتند زیر نظر این معاونت ایجاد شد. به موازات این اقدامات، مجلهٔ *رسانه* تأسیس شد که چنان که می‌دانید، انتشار آن تا امروز، نقش بسیار مهمی در پیشبرد اهداف مربوط به توسعهٔ مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی در ایران داشته است. در پی این اقدامات توانستیم به همراه همکاران معاونت امور مطبوعاتی و تبلیغاتی، مقدمات برگزاری نخستین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران را در سال ۱۳۶۸ فراهم کنیم. برگزاری سمینار بخشی از یک مجموعه فعالیت مطالعاتی و تحقیقاتی بود که به منظور توسعهٔ مطبوعات ایران صورت گرفت و قرار بود این برنامه‌ها دنبال شود. خوشبختانه این برنامه‌ها شروع شد و در بعضی از زمینه‌ها هم کارهای مهمی صورت گرفت که منتشر شد. این فعالیتها تا سالهای اخیر هم ادامه پیدا کرده است، اما متأسفانه به علت فراهم نبودن امکانات لازم، سرعت پیشرفت آن کم بوده است. حال که خوشبختانه در این موقعیت جدید مستقر شده‌ایم باید هدفهای قبل را تعقیب کنیم. حمایت‌های کلی رئیس جمهور محترم و مخصوصاً پشتیبانی خاص وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی باعث شد که بتوانیم برنامه‌های گذشته را از سر بگیریم و آنها را با دلگرمی بیشتری پیش ببریم. به این منظور از چند ماه پیش مقدمات برگزاری این سمینار فراهم شد و در طی زمستان گذشته جلسات فراوانی تشکیل شد. بیش از ۱۰۰ مقاله به دبیرخانهٔ سمینار رسید و همکاران دانشگاهی مقالات را در طول ۶۰۰ ساعت کار، بررسی کردند و از میان مقالات مختلف، ۴۶ مقاله انتخاب شد که در این ۳ روز عرضه خواهد شد. با توجه به برنامهٔ اعلام شده، مقالات در چهار محور عرضه خواهد شد: محور اول مربوط به آزادی مطبوعات، حاکمیت قانون و دولت است؛ محور دوم مربوط به مسائل ساختاری، مسائل اقتصادی و مدیریت مطبوعات است؛ محور سوم مربوط به مسائل استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و بالاخره محور چهارم مربوط به مطبوعات، افکار عمومی و فرهنگ عمومی است. در این سه روز مقالاتی دربارهٔ محورهای مذکور عرضه خواهد شد و امیدوارم که حضار محترم، همکاران و علاقه‌مندان بتوانند از مقالات استفاده کنند.

موقعیت را مغتنم می‌شمارم و توجه شما را جلب می‌کنم به اینکه امروز ما از یک موقعیت ممتاز برخوردار شده‌ایم. در این چند ماهی که از انتخابات ریاست جمهوری می‌گذرد و برای

پیشبرد جامعه مدنی وضع مساعدی ایجاد شده، فضای عمومی مطلوب فعالیت مطبوعاتی نیز فراهم شده است. آزادی مطبوعات گسترش یافته و ما شرایطی پیدا کرده‌ایم که تصور می‌کنم تا به حال در تاریخ مطبوعات سابقه نداشته است. من با توجه به مطالعات مختصر تاریخی خود، گمان می‌کنم که ما در ایران هیچ‌وقت این تعداد روزنامه نداشته‌ایم. در حال حاضر — بنا به گفته آقای بورقانی — ما ۳۲ روزنامه در تهران و ۱۰ یا ۱۲ روزنامه نیز در شهرستان داریم. ما در مساعدترین موقعیتها این همه روزنامه نداشتیم و این را در نظر بگیریم که در بیشتر کشورهای دنیا، حتی کشورهای پیشرفته از جمله در ایالات متحده آمریکا، در طول ۱۵ سال اخیر، هم تعداد نشریات روزانه و هم خوانندگان نشریات کم شده و به‌طور کلی تیراژ مطبوعات پایین آمده است. به این ترتیب موقعیتی استثنایی داریم و باید قدرش را بدانیم و به گونه‌ای از این موقعیت بهره‌برداری کنیم که بتوانیم در آینده به‌طور مداوم مطبوعات را در جهات مختلف توسعه دهیم.

سخنرانی معاون امور مطبوعاتی و تبلیغاتی

احمد بورقانی

در آغاز این سخنان کوتاه میل دارم به نکته‌ای اشاره کنم که فکر می‌کنم در جهت‌گیری افکار ما نسبت به مسائل مطبوعات ایران نقشی تعیین کننده دارد. معمولاً وقتی از مسئله و مشکل سخن می‌گوییم، وجود وضعیتی غیرعادی و نابه‌نجار را متصور می‌شویم و گویی وضعیتی یا وضعیتی منفی در جایی هست و این ضعف متوجه عملکرد کسی یا گروهی است. بر همین اساس ممکن است عکس‌العمل‌های دفاعی هم از طرف مقابل شکل بگیرد.

بنده می‌خواهم بر این نکته تأکید کنم که مسئله و مشکل جزئی از واقعیت زندگی اجتماعی ماست و جامعه بی‌مسئله و فاقد مشکل بر روی زمین وجود ندارد. بهشت الهی از زندگی زمینی ما متفاوت است و تلاش ما در راه رشد معنوی و اخلاقی و علمی سیری نامحدود است. بر این اساس وقتی از مسائل مطبوعات ایران سخن می‌گوییم، فاصله‌ای را یادآور می‌شویم که بین آرمانها و وضعیت ایده‌آل ما و واقعیت موجود وجود دارد و این وضعیت ایده‌آل هم به طور عمده جنبه‌الگوی ذهنی دارد. بنابراین بحث و گفتگو درباره‌ی مسائل و مشکلات مطبوعات ایران، مقدمه‌ی تلاش برای ایجاد تغییر و حرکت به سوی وضعیتی بهتر و عقلانی‌تر است. به طور قطع، هدف برجسته کردن ضعفها و کاستیها نیست. ان‌شاءالله می‌کوشیم با بسیج فکر جمعی و تلاش صادقانه‌ی اهل مطبوعات و صاحب‌نظران این حوزه، چشم‌انداز روشن‌تری را در پیش‌رو قرار دهیم. اندیشه‌ی برگزاری این سمینار در همان نخستین ماههای پس از تصدی مسئولیت بنده در معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی شکل گرفت. می‌دانید که در سالهای پس از جنگ تعداد عناوین و تیراژ مطبوعات ما به مرور زمان روبه‌رو رشد بوده است. امروز بیش از ۸۰۰ عنوان نشریه با تیراژی در حدود ۲ میلیون نسخه در روز در کشور ما منتشر می‌شود. مشکلی که ما به آن توجه کردیم این است که تأسیسات زیربنایی مربوط به کار مطبوعات (یعنی ظرفیت چاپ، ظرفیت تولید کاغذ مخصوص روزنامه و مجله، نظام توزیع، نظام اطلاع‌رسانی ملی و نظام

آموزشی و تربیت نیروی متخصص مطبوعات) متناسب با این رشد کمی، تحول نیافته است. این فاصله و شکاف، یکی از مهم‌ترین مسائل مطبوعات ماست. در عین حال این مسئله در فضای کلی‌تر اجتماعی و اقتصادی ما به درستی قابل فهم است. می‌دانید که سهم هزینه‌های فرهنگی از سبد مصرف خانوارهای ما سهم بسیار اندکی است. می‌دانید که سهم بودجه بخش فرهنگ در کل بودجه سالانه کشور ما بسیار اندک است. می‌دانید که سازوکار حمایت‌های دولتی از بخش فرهنگی — که حتی در سخت‌ترین شرایط اقتصادی این سالها هم ادامه یافته است — بر بررسی‌های کارشناسانه و علمی دقیق و برنامه‌ریزی منسجم و همه‌جانبه‌ای استوار نبوده است. بخش عمده حمایتها متوجه تولیدکنندگان بوده است و کمتر به اشکال غیرمستقیم کمک (یعنی کمک به مصرف‌کننده نهایی، یا کمک به شکل آموزش نیروی انسانی و تجهیز مطبوعات به فن‌آوری روز) اندیشیده‌ایم. مسئله اساسی در این حوزه، سرمایه‌گذاری ناکافی در توسعه و نوسازی زیربنای و تربیت نیروی انسانی متخصص است. در حوزه مسائل سیاسی، همان‌طور که وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی هم قبلاً گفته‌اند، مطبوعات ما در غیاب احزاب و تشکلهای صنفی، گه‌گاه بار وارد شدن در رقابتها و جدلهای سیاسی را نیز بر دوش کشیده‌اند و به همین دلیل نتوانسته‌اند به اندازه کافی به سایر نقشها و کارکردهای خود پردازند. به این ترتیب بخشی از نیازهای مخاطبان مطبوعات در قلمرو اطلاع‌رسانی، پرکردن اوقات فراغت، آموزش و تربیت اجتماعی و سیاسی، تأمین نشده است.

در حوزه مسائل حقوقی و قانون، به همت مجلس شورای اسلامی در سال ۱۳۶۴ قانونی به تصویب رسیده است که از بسیاری جهات حامی آزادیهای قانونی و مشروع مطبوعات است، سانسور و کنترل قبل از چاپ را صریحاً منع می‌کند و رسیدگی به جرایم مطبوعاتی را در صلاحیت مراجع صالح قضایی می‌داند. اما در همین قانون مواردی مثل نقش هیئت نظارت بر مطبوعات وجود دارد که نیازمند تصریح و تدقیق است.

در سایر حوزه‌ها نیز مسائلی از این دست وجود دارد که یافتن راه‌حلی برای آنها نیازمند مشارکت روزنامه‌نگاران و صاحب‌نظران و اندیشه‌مندان جامعه است.

امیدوارم این سمینار، با فراهم ساختن امکان طرح دیدگاههای مختلف درباره مسائل مطبوعات ایران، یعنی امکان‌پذیر کردن نگرش به مسئله از ابعاد و زوایای گوناگون، زمینه نزدیک

شدن دیدگاهها و دستیابی به وفاق در مورد اصل مسائل و راههای اصلاح و رفع مشکلات را مهیا کند.

از تلاش همکارانم در مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها و هیئت علمی سمینار و به ویژه دبیر محترم آن تشکر می‌کنم.

۱

مطبوعات و جامعه مدنی

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱ صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵
تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

بررسی شرایط پیشرفت نشریات مستقل و کثرت‌گرا

دکتر کاظم معتمدنژاد

مقدمه

مطالعه و تحقیق در مورد پیشرفت و گسترش مطبوعات ایران در دوره پس از پیروزی انقلاب اسلامی — که نخستین بار در «بهار آزادی» این انقلاب در اواخر دهه ۱۳۵۷ و اوایل ۱۳۵۸، به خودنمایی پرداخت و در سالهای اخیر پس از پایان جنگ عراق علیه ایران، تجربه جدید گسترده و پایداری را دنبال می‌کند — به لحاظ شناخت عینی این پدیده و ضرورت معرفی آن در سطح جهانی، اهمیت فراوانی یافته است. به همین جهت، در پی مناسباتی که از سال ۱۳۷۲، پس از پیشنهاد گروه علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی، برای تأسیس «مرکز مطالعات و تحقیقات ارتباطات در آسیای مرکزی» به «سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد» (یونسکو) با این سازمان ایجاد شد و در جریان مسافرت تابستان ۱۳۷۳ هیئت اعزامی سازمان یاد شده، راجع به بررسی امکان تأسیس این مرکز و تهیه و ارائه گزارش مربوط به آن از سوی هیئت مذکور و پاسخ به این گزارش، ادامه یافت،^۱ طرح پژوهشی ویژه‌ای، با عنوان «توسعه مطبوعات مستقل و کثرت‌گرا در ایران»، مورد توجه قرار گرفت.

این طرح پژوهشی که در بهمن‌ماه ۱۳۷۴، در مذاکره مستقیم با مدیر بخش ارتباطات «یونسکو»، به عنوان پیشنهاد گروه علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی و نمونه پیشگام همکاریهای مطالعاتی و تحقیقاتی مشترک آینده ارائه شد، با استقبال مسئولان بخش مذکور روبه‌رو گردید. در این مذاکره توافق به عمل آمد که پس از عرضه پیش‌طرح تحقیق و بررسی و تصویب آن از سوی بخش ارتباطات آن سازمان، طرح مذکور با پشتیبانی «یونسکو» و همکاری مشورتی «انستیتوی مطبوعات» دانشگاه پاریس^۲، به‌وسیله دانشگاه علامه طباطبایی و مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، به‌مورد اجرا درآید.

در پیش‌طرح مورد نظر، که در اسفندماه ۱۳۷۴ به بخش ارتباطات «یونسکو» تسلیم شد، مطالب و نکات زیر، طرف توجه واقع شده‌اند:

۱. اهمیت و ضرورت طرح

در این طرح، با تکیه بر تحولات وسایل ارتباط جمعی در سالهای بعد از انقلاب اسلامی، چگونگی پیشرفت و گسترش مطبوعات در دوره پس از پایان جنگ عراق علیه ایران (از ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۰)، مورد بررسی قرار گرفته است. در این زمینه، به دگرگونیهای زیر، توجه خاص معطوف شده است:

۱. فراوانی و گوناگونی روزنامه‌ها و مجله‌ها و از جمله، نشریه‌های دوره‌ای تخصصی؛

۲. تعدد و تنوع نهادها، سازمانها، گروهها، انجمنها و افراد منتشر کننده نشریات؛

۳. توسعه مندرجات انتقادآمیز در بسیاری از روزنامه‌ها و مجله‌ها؛

۴. تجربه جدید دادرسی جرائم مطبوعاتی در دادگاههای دادگستری با حضور هیئت منصفه؛

۵. قابلیت توجیه استقلال و کثرت‌گرایی و آزادی نسبی مطبوعات ایران. بر مبنای واقعیتهای موجود، معیارهای علمی سنجش استقلال و انتقادگری مطبوعات و اظهارنظرهای منابع تخصصی غربی.

باتوجه به ویژگیهای یاد شده، تحولات مطبوعات ایران، با سیاستها و برنامه‌های ارتباطی جدید «یونسکو» — که از سال ۱۹۸۹، به موازات فروریختن دیوار برلن و از میان رفتن ابرقدرت جهانی اتحاد جماهیر شوروی، مورد توجه قرار گرفته‌اند و بر یک «استراتژی نوین ارتباطی» استوار شده‌اند — نیز قابل انطباق‌اند. به موجب این استراتژی، که بر مبنای اساسنامه «یونسکو»، برای آزادی اندیشه و بیان، مقام برجسته‌ای قائل شده است، آزادی مطبوعات و اطلاعات و جریان آزاد اطلاعات در داخل کشورها و در سطح جهانی و توسعه مطبوعات و سایر وسایلی ارتباطی مستقل و کثرت‌گرا، از مبانی پیشرفت دموکراسی و توسعه ملی شناخته شده‌اند. برگزاری سمینارهای منطقه‌ای «یونسکو» درباره «پیشبرد مطبوعات و سایر وسایل ارتباطی مستقل و کثرت‌گرا»، که در سالهای ۱۹۹۱، ۱۹۹۲، ۱۹۹۴، ۱۹۹۶ و ۱۹۹۷ برای آفریقا، آسیا، آمریکای لاتین، کشورهای عربی و اروپای شرقی ترتیب یافتند نیز در جهت اجرای هدفهای «استراتژی نوین» مذکور بوده است. در اعلامیه‌های سمینارهای یادشده، ضمن تأکید بر اصول کلی استراتژی

نوین ارتباطی «یونسکو»، رهنمودهای اجرایی و برنامه‌های عملیاتی آن نیز مشخص شده‌اند.^۲ لازم به یادآوری است که در بیست و هشتمین اجلاس کنفرانس عمومی «یونسکو» (پاییز ۱۹۹۵)، تمام دولتهای عضو این سازمان، مندرجات اعلامیه‌های یاد شده را (غیر از اعلامیه‌های دو سمینار اخیر که هنوز در آن تاریخ تشکیل نشده بودند) به عنوان مصوبات خود پذیرفته‌اند.

۲. هدف‌های درازمدت

هدف‌های اساسی این تحقیق، کمک به ارتقای مبانی دموکراسی و زمینه‌های توسعه ملی (با در نظر گرفتن استراتژی نوین ارتباطی «یونسکو») و حفظ و حراست هویت فرهنگی ایران، از طریق گسترش مطبوعات و سایر وسایل ارتباطی مستقل و کثرت‌گرا، در نظر گرفته شده‌اند. به این جهت، ضمن در نظر گرفتن لازم و ملزوم بودن توسعه سیاسی و آزادی و استقلال مطبوعات، به مسائل زیر در جهت تسهیل راه‌های نیل به هدف‌های درازمدت پیشرفت دموکراسی و توسعه ملی، توجه فراوان مبذول گردیده است:

۱. بهبود کیفیت آموزش علوم ارتباطات، به‌ویژه روزنامه‌نگاری، ایجاد مراکز و دوره‌های آموزشی بیشتر در این زمینه، تأسیس و توسعه مراکز اطلاعات علمی تخصصی و تدارک امکانات پژوهشی بنیادی و کاربردی.

۲. ایجاد زمینه مطلوب برای بهبود فضای عمومی آزادی مطبوعات و اطلاعات و کمک به اصلاح قوانین مطبوعاتی، به منظور تحکیم و تضمین مبانی این آزادیها و پیشبرد حاکمیت قانون در این زمینه.

۳. کمک به ارتقا و استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، از طریق تسهیل تدوین پیش طرح قانون استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، ایجاد شورای عالی مطبوعات و تدوین منشور اصول اخلاقی و شرافتی حرفه‌ای، با همکاری روزنامه‌نگاران و متخصصان.

۴. مساعدت به تأمین استقلال اقتصادی مطبوعات، با در نظر گرفتن محدودیتهای وابستگی به دولت، خطر انحصارها، اهمیت تبلیغات بازرگانی، ضرورت نهادی شدن کمک‌های دولتی به مطبوعات.

۵. افزایش کارآیی مطبوعات در جهت کمک به توسعه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی کشور، باتوجه به بهبود و پیشرفت کمی و کیفی روزنامه‌ها و مجله‌ها و پیش‌بینی نقش توسعه‌ای هرچه مؤثرتر آنها در قالب سیاست‌گذاریها و برنامه‌ریزیهای ارتباطی ملی.

۳. هدفهای فوری و کوتاه‌مدت

بررسی پیشرفت مطبوعات ایران، در دوره زمانی پس از برگزاری سمینار *آلماتا* (اکتبر ۱۹۹۲) و صدور اعلامیه آن راجع به «وسایل ارتباطی مستقل و کثرت‌گرای آسیایی» ضروری به نظر می‌رسد. به این منظور، طرح تحقیق مورد نظر، به نکات زیر توجه خاص کرده است:

۱. مطالعه دقیق وضع مطبوعات مستقل و کثرت‌گرا در ایران: تحول مطبوعات و حوزه نفوذ آنها، شناخت حرفه روزنامه‌نگاری، خوانندگان مطبوعات، روابط دولت و مطبوعات، آثار اجتماعی مطبوعات؛

۲. شناخت و بررسی موانع حقوقی و اداری تأسیس و اداره روزنامه‌ها، مدیریت مؤسسات مطبوعاتی، مسائل محدودیتها و خودسانسوریه‌ها، استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و ایجاد و توسعه انجمنهای حرفه‌ای صاحبان و مدیران مطبوعات و اتحادیه‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاران؛

۳. شناخت و بررسی موانع اقتصادی و مشکلات فنی مؤسسات مطبوعاتی و توزیع روزنامه‌ها؛
۴. مطالعه و بررسی درباره توسعه منابع خبری مستقل، بهبود سازمانهای آگهی‌های بازرگانی و ارتقای کار دفاتر روابط عمومی؛

۵. کمک به پیشرفت و گسترش آموزش روزنامه‌نگاری و تربیت تخصصی روزنامه‌نگاران؛
۶. برگزاری سمینارها و میزگردها با شرکت روزنامه‌نگاران، مدیران مطبوعات، استادان و متخصصان ارتباطات و مسئولان دولتی، به منظور از میان بردن موانع توسعه مطبوعات؛
۷. ترتیب‌دهی گردهماییهای مطالعاتی برای دانشجویان رشته علوم ارتباطات با شرکت همکاران حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، به منظور بسیج بهتر نیروی انسانی و امکانات مادی مساعد برای شکوفایی مطبوعات؛

*

در مقاله حاضر که برای بررسی کلی درباره مسائل توسعه مطبوعات ایران و به‌عنوان مقدمه طرح پژوهشی موردنظر راجع به پیشرفت و گسترش نشریات مستقل و کثرت‌گرا، تهیه و تدوین شده

است، طی چند مبحث و به ترتیب، مبانی نظری آزادی مطبوعات، توسعه نیافتگی تناقض آمیز مطبوعات ایران، مطبوعات ایران و میراث تاریخی حکومت‌های استبدادی و خودکامه و مسائل کنونی مطبوعات ایران، تشریح گردیده‌اند. نتیجه‌گیری نهایی این مباحث در زمینه چشم‌انداز آینده مطبوعات ایران، در پایان مقاله، ارائه شده است.

بخش یکم

مبانی نظری آزادی و استقلال مطبوعات

شالوده توسعه مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی در کشورهای جهان سوم، در نخستین سالهای فعالیت بخش ارتباطات «یونسکو» در اواخر دهه ۱۹۴۰ و سالهای دهه ۱۹۵۰، براساس نظام مطبوعاتی آزادی‌گرا و با توجه به اساسنامه این سازمان و ماده ۱۹ اعلامیه جهانی حقوق بشر، بر آزادی مطبوعات و اطلاعات استوار شده بود. به همین جهت هم گزارش اولین تحقیقات سازمان ملل متحد درباره وضع ارتباطات جمعی در ممالک در حال توسعه، با عنوان «آزادی اطلاعات»^۳ ارائه گردیده بود. کوششهای بعدی یونسکو برای کمک به توسعه وسایل ارتباطی در مناطق مختلف جهان سوم، که در اواخر دهه ۱۹۵۰ و اوایل دهه ۱۹۶۰ به برگزاری کنفرانس‌های منطقه‌ای خاص در این زمینه منتهی شده بودند و همچنین گزارش معروف یونسکو به مجمع عمومی ملل متحد در سال ۱۹۶۱، که در آن معیارها و حداقلهای خاص برای توسعه یافتگی وسایل ارتباط جمعی در کشورهای در حال توسعه (۱۰۰ نسخه روزنامه روزانه برای هر ۱۰۰۰ نفر جمعیت، ۵۰ دستگاه گیرنده رادیو برای هر ۱۰۰۰ نفر جمعیت، ۲۰ دستگاه گیرنده تلویزیون برای هر ۱۰۰۰ نفر و ۲۰ صندلی سینما برای هر ۱۰۰۰ نفر) توصیه گردیده بود،^۴ نیز بر همین اساس و با تأکید بر آزادی مطبوعات و اطلاعات، صورت گرفته بودند.

۱. مقام مطبوعات آزاد، مستقل و کثرت‌گرا در استراتژی نوین ارتباطی «یونسکو»

سیاستها و برنامه‌های ارتباطی کنونی یونسکو نیز پس از کوششهای بیست‌ساله دولتهای جهان سوم و دولتهای سوسیالیستی (در فاصله سالهای ۱۹۶۹ تا ۱۹۸۹)، در جهت مقابله با نابرابری ارتباطات جهانی و معارضة با عدم تعادل اطلاعات بین‌المللی و هواداری از برقراری نظم نوین جهانی اطلاعات و ارتباطات، بار دیگر با توجه به «استراتژی نوین ارتباطی» این سازمان، بر آزادی

مطبوعات و اطلاعات و جریان آزاد اطلاعات در سطح داخلی کشورها و در سطح جهانی، استوار گردیده‌اند. بر مبنای همین استراتژی، آزادی مطبوعات و اطلاعات، از شرایط اصلی تأمین دموکراسی و توسعه ملی در کشورهای جهان سوم شناخته شده است.

باید یادآور شد که از اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی، به دنبال فروپاشی نظام سوسیالیستی مطلق‌گرای اتحاد جماهیر شوروی و کشورهای وابسته به آن در اروپای شرقی، کوششهای سازمان ملل متحد برای پیشرفت و گسترش «آزادیهای اساسی فرد و حقوق بشر» با برخورداری از پشتیبانی قدرتهای بزرگ سرمایه‌داری غربی، اهمیت بیشتری یافته‌اند. به طوری که «سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد» (یونسکو) امکان یافته است با استفاده از شرایط جدید جهانی، یک «استراتژی نوین ارتباطی» به مورد اجرا بگذارد و بر مبنای آن، مانند نخستین سالهای پس از تأسیس این سازمان و همچون دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰، مسئله آزادی مطبوعات و اطلاعات و جریان آزاد اطلاعات را در سرلوحه برنامه‌های ارتباطی خود قرار دهد.

به همین جهت، «یونسکو» از سال ۱۹۹۱، به منظور تحقق هدفهای خاص «استراتژی نوین ارتباطی» خویش و برای پیشبرد «جریان آزاد اندیشه، از طریق کلام و تصویر در میان کشورها و در درون هر کشور»، فعالیتهای تازه‌ای شروع کرده است و برای کمک به پیشرفت «مطبوعات و سایر وسایل ارتباطی آزاد، مستقل و کثرت‌گرا» در سراسر جهان، به برگزاری سمینارهای منطقه‌ای دست زده است.

در اعلامیه‌های نهایی این سمینارها که نخستین بار در بهار ۱۹۹۱ در ویندهوک مرکز جمهوری نامیبیا در آفریقا، دومین بار در پاییز ۱۹۹۲ در آلماتا مرکز جمهوری تازه استقلال یافته قزاقستان در آسیای مرکزی برای منطقه آسیا و اقیانوسیه، سومین بار در بهار سال ۱۹۹۴، در سانتیاگو مرکز کشور شیلی در آمریکای لاتین، چهارمین بار در زمستان ۱۹۹۶ در صنعا مرکز جمهوری یمن و پنجمین بار در بهار ۱۹۹۷ در صوفیه، مرکز بلغارستان تشکیل شدند، با یادآوری اهمیت فراوان مقابله با موانع حقوقی انتشار آزادانه مطبوعات، بر ضرورت از میان برداشتن «اجازه قبلی» دولتها برای تأسیس و اداره روزنامه‌ها و سایر نشریه‌های دوره‌ای، تأکید گردیده است.

در اعلامیه نهایی سمینار آلماتا راجع به «پیشبرد وسایل ارتباطی مستقل و کثرت‌گرای آسیایی» — که در جریان تبادل نظرها و بررسیهای آن درباره «کنترل مطبوعات از طریق اجازه

قبلی و خودسانسوری»، در تمام منطقه آسیا و اقیانوسیه، فقط کشورهای اندونزی، سنگاپور، مالزی و ایران، دارای شیوه «اجازه قبلی» معرفی شدند^۵ — به ممالک آسیایی و به ویژه آسیای مرکزی توصیه گردیده است که «برای جانشین ساختن قوانین قبلی با قوانین جدید تحکیم کننده حقوق مربوط به آزادی بیان، آزادی عقیده، دستیابی به اطلاعات و آزادی مطبوعات، از مشاوره کارشناسی و معاضدت حقوقی، به منظور تدوین طرحهای قانونی، استفاده کنند».

در «اعلامیه ویندهوک راجع به پیشبرد مطبوعات مستقل و کثرت گرای افریقایی، مورخ ۳ ماه مه ۱۹۹۱»^۶ — که اتلاق «روز جهانی آزادی مطبوعات» نیز به موجب تصویب مجمع عمومی ملل متحد بر ۱۹۹۳، به همین مناسبات انتخاب شده است — سه بند اول آن به تعریف آزادی، استقلال و کثرت گرایی مطبوعات، اختصاص یافته اند.

بند یک اعلامیه، در مورد «آزادی مطبوعات» چنین پیشبینی کرده است:

«در انطباق با ماده ۱۹ اعلامیه جهانی حقوق بشر، ایجاد، حفظ و تحکیم مطبوعات مستقل، کثرت گرا و آزاد، برای توسعه و حفظ دموکراسی در یک کشور و برای توسعه اقتصادی، جنبه اساسی دارد.»

در بند ۲ اعلامیه، مفهوم «مطبوعات مستقل» ارائه گردیده است. در این ماده گفته شده است:

«منظور ما از مطبوعات مستقل، مطبوعاتی مستقل از کنترل دولتی، سیاسی و اقتصادی، یا مستقل از کنترل مواد و ملزومات و زیرساختهای اساسی برای تولید و توزیع روزنامهها، مجلهها و نشریههای دوره‌ای است.»

بند ۳ اعلامیه، برای معرفی مفهوم «مطبوعات کثرت گرا» چنین بیان داشته است:

«معنای مورد نظر ما از مطبوعات کثرت گرا، پایان انحصارها از هر نوع و وجود تعداد هرچه بیشتر روزنامهها، مجلهها و نشریههای دوره‌ای است که گسترده هرچه وسیع تر عقاید در داخل اجتماع را منعکس کنند.»^۷

۲. اصول سه گانه نظام مطبوعاتی آزادی گرا

برای شناخت بیشتر مظاهر آزادی گرایی استراتژی نوین ارتباطی «یونسکو»، باید اصول نظام مطبوعاتی حاکم بر کشورهای غربی را طرف توجه قرار داد. به عبارت دیگر، اصول مورد نظر در

استراتژی مذکور، که آزادی، استقلال و کثرت‌گرایی مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی را دربرمی‌گیرند، ارکان سه‌گانه نظام آزادی‌گرا به شمار می‌روند. به‌طور کلی، نظام آزادی‌گرای مطبوعات، بر سه اصل اساسی استوار است:

الف. آزادی مطبوعات و اطلاعات

نخستین اصل نظام آزادی‌گرا، که آزادی تأسیس و فعالیت مطبوعات و با شرایط معینی، وسایل ارتباط جمعی دیگر را شامل می‌شود، از انقلاب‌های انگلستان (۱۶۸۸-۸۹)، ایالات متحده (۱۷۷۶) و فرانسه (۱۷۸۹) سرچشمه گرفته است. به همین لحاظ، لغو ضرورت اجازه قبلی انتشار و سانسور مطبوعات، که برای اولین بار در سال ۱۶۹۵ در انگلستان صورت گرفت، ماده ۱۱ اعلامیه حقوق بشر و شهروند انقلاب کبیر فرانسه (اوت ۱۷۸۹)، در مورد معرفی آزادی مطبوعات به عنوان گرانبهاترین آزادی انسانی و ذکر زمینه‌ها و محدودیتهای قانونی این آزادی و بالاخره، نخستین اصلاحیه قانون اساسی ایالات متحده (۱۷۹۱)، که کنگره این کشور را از وضع قانون برای محدودیت آزادی گفتار و آزادی مطبوعات ممنوع کرده است، از مبانی مهم آزادی تأسیس و انتشار مطبوعات و نیز آزادی اطلاعات محسوب می‌شوند.^۱

آزادی فعالیت مطبوعات در نخستین قانون اساسی ایران، و متمم آن، که پس از پیروزی انقلاب مشروطیت به تصویب رسیدند، نیز پیش‌بینی شده بود.

در اصل ۱۳ قانون اساسی مذکور (مصوب ۱۳ ذی‌قعدة ۱۳۲۴ هجری قمری) چنین آمده بود:

«... تمام مذاکرات مجلس را، روزنامه‌جات می‌توانند به طبع برسانند، بدون تحریف و تغییر معنی، تا عامه‌ناس از مباحث مذاکره و تفصیل گزارش‌ها، مطلع شوند. هرکس صلاح‌اندیش در نظر داشته باشد، در روزنامه عمومی بنگارد، تا هیچ امری از امور، در پرده و بر هیچ کس مستور نماند. لهذا عموم روزنامه‌جات، مادامی که مندرجات آنها مخل اصلی از اصول اساسیه دولت و ملت نباشد، مجاز و مختارند که مطالب مفید عام‌المنفعه را همچنان مذاکرات مجلس و صلاح‌اندیشی خلق را بر آن مذاکرات، به طبع رسانیده، منتشر نمایند و اگر کسی در روزنامه‌جات و مطبوعات برخلاف آنچه ذکر شده

و به اغراض شخصی، چیزی طبع نماید یا تهمت و افترا بزند، قانوناً مورد استنطاق و محاکمه و مجازات خواهد شد.»

در متمم قانون اساسی انقلاب مشروطیت (مصوب ۲۹ شعبان ۱۳۲۵) هم به موجب اصل بیستم آن، آزادی مطبوعات به طور دقیق تر و جامع تر، برسمیت شناخته شده بود. در این اصل، چنین پیش‌بینی گردیده بود:

«عامه مطبوعات، غیر از کتب ضلال و مواد مضره به دین مبین، آزاد و ممیزی در آنها ممنوع است. ولی هرگاه چیزی مخالف قانون مطبوعات در آنها مشاهده شود، نشردهنده یا نویسنده، بر طبق قانون مطبوعات، مجازات می‌شود. اگر نویسنده، معروف و مقیم ایران باشد، ناشر و طابع و موزع از تعرض مصون هستند.»

در اصل ۷۹ متمم قانون اساسی هم ضرورت دادرسی جرائم مطبوعاتی با حضور هیئت منصفه، در نظر گرفته شده بود:

«در مورد تقصیرات سیاسی و مطبوعات، هیئت منصفین در محاکم، حاضر خواهند بود.»

در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران (مصوب ۱۳۵۸ شمسی)، نیز بر طبق اصل ۲۴ آن، آزادی مطبوعات بدین ترتیب پیش‌بینی شده است:

«نشریات و مطبوعات در بیان مطالب آزادند، مگر آنکه مخل به مبانی اسلام یا حقوق عمومی باشد. تفصیل آن را قانون معین می‌کند.»

برای تحکیم آزادی مطبوعات و حمایت قانونی آن، در اصل ۱۶۸ قانون اساسی جدید نیز ضرورت دادرسی جرائم مطبوعاتی در حضور هیئت منصفه به این شرح پیش‌بینی شده است:

«رسیدگی به جرائم سیاسی و مطبوعاتی علنی است و با حضور هیئت منصفه در محاکم دادگستری صورت می‌گیرد و نحوه انتخاب، شرایط، اختیارات هیئت منصفه ... را قانون براساس موازین اسلامی معین می‌کند.»

اصل آزادی تأسیس و اداره مطبوعات، که به بهترین وجه در قانون مطبوعات ۲۹ ژوئیه ۱۸۸۱ فرانسه، معروف به «منشور آزادی مطبوعات» انعکاس یافته است، در نخستین قانون مطبوعات ایران (مصوب ۵ محرم ۱۳۲۶ هجری قمری) هم با اقتباس از آن، پیش‌بینی شده بود.

براساس این اصل، ضرورت کسب امتیاز نشر مطبوعات از دولت و همچنین سانسور مندرجات مطبوعات به وسیله دولت، لغو گردیده است. در این مورد، در کنار اصل آزادی انتشار مطبوعات، محدودیتهای این اصل، که به جرایم مطبوعاتی معروف‌اند و نیز موارد استثنا شده از آن، که استثنای آزادی مطبوعات نامیده می‌شوند و وضع خاص نشریات در زمان جنگ، حکومت نظامی و حالت فوق‌العاده و نیز برخی نشریات مانند نشریات کودکان و نوجوانان و نشریات خارجی را دربرمی‌گیرند، پیش‌بینی شده‌اند.

قوانین مطبوعاتی فرانسه و بسیاری از کشورهای دیگر و نیز میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی — که در نوامبر سال ۱۹۶۶ در مجمع عمومی ملل متحد به تصویب رسیده است — موارد زیر را به عنوان محدودیتها یا جرایم مطبوعاتی در نظر گرفته‌اند:

۱. مطالبی که استقلال و حاکمیت ملی و تمامیت ارضی و نظم و امنیت عمومی کشور را تهدید می‌کنند.

۲. مطالبی که به سلامت و آسایش جامعه لطمه می‌زنند.

۳. مطالبی که به اخلاق حسنه و عفت عمومی خدشه‌وارد می‌نمایند.

۴. مطالبی که به حیثیت و حرمت فردی و زندگی خصوصی افراد آسیب می‌رسانند.

محدودیتهای مطبوعاتی چهارگانه فوق، در قوانین مطبوعاتی بعد از دوره انقلاب مشروطیت ایران (قانون مطبوعات مصوب ۵ محرم ۱۳۲۶ هجری قمری، لایحه قانونی مطبوعات مصوب بهمن ماه ۱۳۳۱ شمسی و لایحه قانونی مصوب مرداد ماه ۱۳۳۴ شمسی) و همچنین دو قانون مطبوعات پس از انقلاب اسلامی (لایحه قانونی مطبوعات مصوب مردادماه ۱۳۵۸ و قانون مطبوعات مصوب اسفند ماه ۱۳۶۴) پیش‌بینی گردیده‌اند.

ب. استقلال مطبوعات و بی‌طرفی روزنامه‌نگاران

دومین اصل نظام آزادی‌گرا، استقلال مطبوعات و دیگر وسایل ارتباط جمعی و همچنین بی‌طرفی و عینی‌گرایی روزنامه‌نگاران را در بر می‌گیرد. در مورد استقلال مطبوعات، بر عدم وابستگی

سیاسی و اقتصادی روزنامه‌ها و مجله‌ها و سایر وسایل ارتباطی به دولت‌ها و انحصارهای اقتصادی خصوصی تکیه می‌شود. بی‌طرفی و عینی‌گرایی فعالیت روزنامه‌نگاری جنبه حرفه‌ای دارد و پس از جنگ جهانی اول و مخصوصاً در ایالات متحده آمریکا، برای خنثی کردن عوارض منفی روزنامه‌نگاری جنجالی و «مطبوعات زرد»، از سوی سازمانها و انجمنهای ناشران مطبوعات و همچنین بعضی از سندیکاها و اتحادیه‌های روزنامه‌نگاران غربی، در چارچوب اصول اخلاقی و شرافت حرفه‌ای روزنامه‌نگار، ترویج شده است. بر مبنای اصل اخیر، روزنامه‌نگاران وظیفه دارند رویدادها را به‌طور عینی و واقعی و با بی‌طرفی و استقلال فکری منعکس سازند و از ذهنی‌گرایی و غرض‌ورزی و مداخله دادن نظریات شخصی و یا تحمیلی در ارائه اخبار و گزارش‌های خبری پرهیز کنند، تا بتوانند اطلاعات صحیح در اختیار مخاطبان بگذارند و به شناخت حقیقت کمک نمایند.

پ. کثرت‌گرایی مطبوعات

سومین اصل نظام آزادی‌گرا، شامل تعدد مطبوعات و وسایل ارتباطی دیگر است که خود از اصل حقوقی آزادی انتشار ناشی می‌شود. این اصل، طبق نظریات اندیش‌مندان آزادی‌گرا، از یک طرف بر نفی قدرت آمرانه و انحصار حقیقت‌جویی و تحمیل دیدگاه واحد و از طرف دیگر، بر ضرورت تعدد مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی، در قالب نوعی «خوش‌بینی تردید‌آمیز»^۹ نسبت به فعالیت آنها، استوار است. در مورد اخیر، بر اساس بدبینی کلی درباره فعالیت یک مرکز واحد ارتباطات جمعی و برای جلوگیری از انحصار اطلاعات و اخبار و تبدیل آنها به پیامهای تبلیغاتی، فراوانی و گوناگونی منابع و وسایل و پیامهای خبری، ضروری شناخته می‌شود و بر مبنای خوشبینی در زمینه رقابت اقتصادی آزادانه مؤسسات و وسایل مختلف ارتباطی و خبری، امکان انتخاب اخبار خوب و موفقیت صحیح‌ترین اخبار در میان مخاطبان، مورد تأکید قرار می‌گیرد.

اهمیت کثرت‌گرایی وسایل ارتباط جمعی در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران نیز به طور صریح مورد تأکید قرار گرفته است.

در بخشی از مقدمه قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، که به «وسایل ارتباط جمعی» اختصاص یافته، ضمن اشاره به نقش این وسایل در جهت روند تکاملی انقلاب و خدمت به

اشاعه فرهنگ اسلامی، از ضرورت بهره‌جویی از «برخورد سالم اندیشه‌های متفاوت»، به شرح زیر سخن به میان آمده است:

«وسایل ارتباط جمعی بایستی در جهت روند تکاملی انقلاب اسلامی در خدمت اشاعه فرهنگ اسلامی قرار گیرد و در این زمینه، از برخورد سالم اندیشه‌های متفاوت بهره جوید و از اشاعه و ترویج خصت‌های تخریبی و ضد اسلامی، جداً پرهیز کند.»

در پایان این مبحث راجع به اصول سه‌گانه نظام آزادی‌گرا، باید خاطر نشان ساخت که متفکران انتقادنگر نظام دموکراسی غربی، در تجزیه و تحلیل اصول آزادی مطبوعات، یادآوری می‌کنند که اصل آزادی انتشار مطبوعات، به سبب تمرکز اقتصادی وسایل ارتباط جمعی و انحصارطلبی سرمایه‌داری در این زمینه، تحقق پیدا نمی‌کند. اصل استقلال مطبوعات و بی‌طرفی و عینی‌گرایی در فعالیت خبری روزنامه‌نگاران هم، تحت تأثیر شرایط و اوضاع و احوال گوناگون اجتماعی و باورها و پندارهای شخصی آنان و فشارهای مستقیم و غیرمستقیم حرفه‌ای، عملاً امکان‌پذیر نیست.

اصل تعدد مطبوعات نیز به علت سلطه ایدئولوژی حاکم بر جامعه، جنبه ظاهری دارد و به‌طور غیرمستقیم بر تحمیل الگوها و ارزشهای سیاسی و اجتماعی و فرهنگی نظام سرمایه‌داری، تأثیر قاطع می‌گذارد.^{۱۰}

۳. معیارهای سنجش آزادی و استقلال مطبوعات

سنجش میزان آزادی و محدودیت مطبوعات در کشورهای مختلف جهان، از اواخر دهه ۱۹۵۰ مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است.

در سال ۱۹۶۰ ریموند نیکسون، استاد معروف روزنامه‌نگاری در امریکا، که در اواسط دهه ۱۳۳۰ هجری شمسی برای تدریس روزنامه‌نگاری در کلاسهای آزاد دانشگاه تهران به ایران آمده بود، نخستین نتایج تحقیقی را که درباره وضع آزادی مطبوعات در ۸۵ کشور دنیا انجام داده بود، منتشر کرد.^{۱۱} وی پس از آن، با دقت‌تر کردن شیوه پژوهش و حوزه و نمونه‌های بررسی خود، تحقیق دیگری در طول سالهای ۶۴-۱۹۶۳ به عمل آورد که نتایج آن در سال ۱۹۶۵ انتشار یافت.

۱۲

در دو تحقیق مذکور، تنها به طبقه‌بندی کشورها از لحاظ میزان و سطح آزادی مطبوعات توجه شده بود و سنجش این آزادی که مستلزم یک معیار واحد و جامع برای اندازه‌گیری درجه آزادی مطبوعات در هر کشور است، مورد نظر قرار نگرفته بود.

در سال ۱۹۶۶ «مرکز آزادی اطلاعات مدرسه روزنامه‌نگاری دانشگاه میسوری»^{۱۳} به یک بررسی جهانی درباره آزادی مطبوعات، به سرپرستی پروفیسور رالف لوونشتاین^{۱۴} اقدام کرد. در شروع این بررسی، مرکز یاد شده تصمیم داشت که آن را هر سال به صورت منظم انجام دهد، تا علاوه بر در اختیار داشتن شاخص اندازه‌گیری آزادی مطبوعات، احتمالاً نوعی «پیش‌نشان»^{۱۵} دگرگونی سیاسی در کشورهای جهان را نیز به دست آورد.

الف. مطبوعات آزاد و تحت کنترل

«مرکز آزادی اطلاعات»، بررسی مورد نظر خود را با توجه به تعریفی که درباره «مطبوعات آزاد» و «مطبوعات تحت کنترل» تدوین کرده بود، انجام داد:

۱. «مطبوعات کاملاً آزاد، آن‌چنان مطبوعاتی هستند که در آن، روزنامه‌ها، نشریات دوره‌ای، خبرگزاریها، کتابها و رادیو و تلویزیون از استقلال و قابلیت انتقاد به صورت مطلق برخوردارند، به استثنای موارد پیش‌بینی شده در قوانین مربوط به افترا و مطالب مستهجن. چنین مطبوعاتی، دارای مالکیت تمرکز یافته، واحدهای اقتصادی حاشیه‌ای یا مقررات‌گذاری خود سازمان داده، نیستند.»

۲. «مطبوعات کاملاً تحت کنترل، آن‌چنان مطبوعاتی هستند که از استقلال و قابلیت انتقاد برخوردار نیستند. در چنین مطبوعاتی، روزنامه‌ها، نشریه‌های دوره‌ای، کتابها، خبرگزاریها، و رادیو و تلویزیون به طور کامل و به صورت مستقیم یا غیرمستقیم از سوی دولت، ارکان خود مقررات‌گذاری یا مالکیت‌های تمرکز یافته، کنترل می‌شوند.»^{۱۶}

ب. معیارهای استقلال و قابلیت انتقاد مطبوعاتی

در بررسی مذکور، عوامل زیر بر اساس جامعیت فراگیری و مقایسه‌ای آنها، برای سنجش آزادی مطبوعات، انتخاب شده بودند:

۱. کنترل‌های قانونی مطبوعات، غیر از قوانین مربوط به افترا و مطالب مستهجن (شامل قوانین مربوط به سانسور، بی‌احترامی، تصحیح و توضیح اجباری، توقیف و تعطیل نشریات، زندگی خصوصی، امنیت، تحریک به شورش و غیره)؛
۲. کنترل‌های خارج از قانون (تهدید، خشونت، حبس، مصادره و غیره)؛
۳. قوانین مربوط به افترا؛
۴. مقررات گذاری خود سازمان داده (شوراهای مطبوعاتی، دادگاههای شرافتی)؛
۵. کارکنان خبری و تحریریه‌ای (در تمام وسایل ارتباط جمعی)، مورد اخراج، تأیید و انتصاب به وسیله دولت؛
۶. ترجیح‌گرایی و استثناگذاری در دادن اخبار دولتی؛
۷. وسایل ارتباط جمعی دارای امکان استفاده از خدمات خبرگزاریهای خارجی؛
۸. کنترل دولت بر خبرگزاریهای داخلی؛
۹. رسانه‌های چاپی ملزم به کسب اجازه انتشار از دولت؛
۱۰. کنترل دولت بر پخش و توزیع، بدون در نظر گرفتن سرویس‌های پستی؛
۱۱. درجه انتقاد مطبوعات راجع به مسئولان حکومتی محلی و منطقه‌ای و مقامات رسمی داخل کشور؛
۱۲. درجه انتقاد مطبوعات از دولت ملی و مقامات رسمی در داخل کشور؛
۱۳. مالکیت دولتی یا «حزب دولتی» بر وسایل ارتباطی (از جمله، رادیو، تلویزیون و خبرگزاریهای داخلی)؛
۱۴. ممنوعیت نشریات احزاب سیاسی مخالف؛
۱۵. واحدهای رادیو و تلویزیون و مطبوعات تحت مالکیت شبکه‌ها و گروهها (مالکیت متمرکز)؛
۱۶. کنترل دولت بر کاغذ؛
۱۷. کنترل دولت بر مبادلات ارزی خارجی و یا تهیه تجهیزات چاپی؛
۱۸. یارانه‌های دولتی یا رشوه به مطبوعات و کنارکنان خبری؛
۱۹. پاداش‌های دولتی به وسایل ارتباط جمعی؛
۲۰. وابستگی وسایل ارتباط جمعی به آگهی‌های دولتی؛
۲۱. نرخ مالیات مطبوعات (سطح بالا یا پایین آن) در مقایسه با فعالیت‌های اقتصادی دیگر؛

۲۲. فشارهای ناشی از اتحادیه‌های کارگری (در تحت تأثیر قرار دادن سیاست تحریریه‌ای، در توقف انتشار)؛

۲۳. تعداد واحدهای مطبوعاتی حاشیه‌ای (نامطمئن از لحاظ اقتصادی).
مجموعه عوامل بالا به عنوان معیارهای «استقلال و قابلیت انتقاد مطبوعات»^{۱۷} در نظر گرفته شده بودند.^{۱۸}

در بررسیهای مربوط به آزادی و کنترل مطبوعات در کشورهای جهان، تحقیقات دیوید ویور امریکایی، استاد روزنامه‌نگاری مدرسه روزنامه‌نگاری دانشگاه ایندیانا، در مورد «مطبوعات و کنترل دولت» و «آزادی مطبوعات، وسایل ارتباط جمعی و توسعه» در دهه‌های ۱۹۵۰، ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، که نخستین نتایج آنها ابتدا در رساله دکترای او در سال ۱۹۷۴ در دانشگاه کارولینای شمالی عرضه شد و سپس دنباله‌های آنها در سالهای بعد در مجله‌های تخصصی انتشار یافتند، نیز از اهمیت خاصی برخوردارند.^{۱۹}

بخش دوم

توسعه‌نیافتگی تناقض‌آمیز مطبوعات ایران

نگاهی کلی به وضعیت مطبوعات کنونی ایران، به خوبی نشان می‌دهد که در دوره پس از پیروزی انقلاب اسلامی، پیشرفت قابل ملاحظه‌ای در این زمینه پدید آمده است. در سالهای اخیر، مخصوصاً افزایش تعداد روزنامه‌ها و مجله‌ها، جالب توجه بوده است. به طوری که انتشار بیش از ۸۰۰ نشریه دوره‌ای در بهار سال ۱۳۷۷،^{۲۰} معرف آن است که تعداد این نشریات، نسبت به دوره پیش از انقلاب، تقریباً پنج برابر شده است. این امر نشانه توسعه کمی مطبوعات ایران است. بررسی محتویات نشریات کنونی هم مشخص می‌سازد که در بعضی زمینه‌ها، به‌ویژه انتشار مجله‌های تخصصی، سطح کیفیت آنها، ارتقا یافته است و در انتشار مجله‌های فرهنگی و هنری و

مجله‌های اجتماعی و هنری و به‌خصوص مجله‌های انتقادنگر در برابر سیاستهای دولتی، نیز توسعه کیفی قابل ملاحظه‌ای صورت گرفته است.

باوجود این تحول مثبت که به‌نحوی پیشرفت نوعی نشریات مستقل و کثرت‌گرا را نیز در بر دارد، مطبوعات ایران بدون تردید هنوز نتوانسته‌اند نقش واقعی خود را در توسعه و پیشرفت جامعه در دوره پس از انقلاب ایفا کنند و از این لحاظ، انگیزه‌های لازم برای جلب انبوه خوانندگان و شکوفایی بیشتر مطبوعات و مخصوصاً روزنامه‌های روزانه که در میان نشریات دوره‌ای، مهم‌ترین تأثیرگذاران اجتماعی به‌شمار می‌روند، فراهم نشده‌اند.

۱. تعارض عقب‌ماندگی مطبوعات با شاخصهای توسعه اقتصادی و فرهنگی
بررسی اجمالی وضع کنونی مطبوعات ایران و به‌ویژه روزنامه‌های روزانه، به آسانی تناقض موجود بین امکانات بالقوه خوانندگان و استفاده محدود فعلی آنها از نشریات را آشکار می‌سازد. برای درک بیشتر معنای واقعی این تناقض، یادآوری شاخصهای اصلی توسعه اقتصادی—اجتماعی ایران امروز، ضروری است. در واقع، ایران در سال ۱۳۷۳ (۱۹۹۴)، طبق گزارش‌های رسمی منتشر نشده دولتی^{۲۱} و منابع سازمان ملل متحد، بیش از ۶۰ میلیون نفر جمعیت داشته است. به موجب گزارش‌های دولتی،^{۲۲} بیش از ۷۰ درصد جمعیت ایران در اواخر سال ۱۳۷۳ (۱۹۹۵) باسواد بوده‌اند و کلاً آمادگی مطالعه روزنامه‌ها را داشته‌اند. سطح توسعه اقتصادی ایران و قدرت خرید بخش اعظم مردم آن نیز در مقایسه با بسیاری از کشورهای منطقه به‌نحوی است که برای آنها امکان مالی دسترسی به مطبوعات را تا حدود زیادی فراهم می‌کند.

اما اگر حداقل توسعه‌یافتگی مطبوعات کشورهای جهان سوم (۱۰۰ نسخه روزنامه برای ۱۰۰۰ نفر) که در گزارش سال ۱۹۶۱ «یونسکو» به مجمع عمومی ملل متحد توصیه شده بود، طرف توجه واقع شود و با وضع کنونی روزنامه‌ها در ایران مقایسه گردد، شکاف بسیار فاحش آن با حداقل مذکور مشخص می‌شود.

با در نظر گرفتن حداقل موردنظر سازمان ملل متحد برای توسعه‌یافتگی مطبوعات در کشورهای جهان سوم، ۶۰ میلیون نفر جمعیت ایران، به ۶ میلیون نسخه روزنامه نیاز دارند. در حالی که در واقع، وضع مطبوعات روزانه ایران، در مقایسه با سطح توسعه‌یافتگی رادیو و تلویزیون در کشور و همچنین سطح توسعه روزنامه‌های روزانه در کشورهای بزرگ دیگر منطقه،

بسیار ضعیف و پایین است و با حداقل مورد توصیه ملل متحد، درباره ۱۰۰ نسخه روزنامه روزانه برای ۱۰۰۰ نفر، فاصله زیادی دارد.

باید یادآوری کرد که برحسب برآوردهای دولتی در سال ۱۳۷۳ (۱۹۹۴) تیراژ کل روزنامه‌های روزانه ایران از ۱/۵ میلیون نسخه تجاوز نمی‌کرد^{۳۳} و حتی برخی از محافل حرفه‌ای مطبوعاتی، در آن سال تیراژ مذکور را کمتر از یک میلیون نسخه می‌دانستند. بدین ترتیب، برای هر یک‌هزار نفر جمعیت در ایران، به جای ۱۰۰ نسخه روزنامه روزانه، با توجه به ارزیابی‌های دوگانه مذکور، فقط ۲۵ یا ۱۷ نسخه روزنامه وجود داشتند.

۲. مقایسه مطبوعات ایران با مطبوعات ترکیه و مصر

برای مشخص ساختن توسعه نیافتگی «تناقض آمیز» مطبوعات ایران، مقایسه وضع کنونی آن با وضع مطبوعات مصر و ترکیه، جالب توجه به نظر می‌رسد. زیرا این سه کشور، با در نظر گرفتن ویژگی‌های تاریخی و فرهنگی تقریباً مشابه و مخصوصاً تجربیات مشترک آنها در زمینه تماس با غرب و نوسازی در طول دو قرن اخیر، می‌باید در زمینه توسعه وسایل ارتباط جمعی و به‌ویژه مطبوعات، که قدیم‌ترین آنهاست، از سطح نسبتاً همسانی برخوردار باشند.

پیش از هر چیز، انتشار تقریباً همزمان نخستین نشریات دوره‌ای چاپی در مصر (سال ۱۸۲۸ میلادی)، ترکیه (سال ۱۸۳۱ میلادی) و ایران (سال ۱۸۳۷ میلادی)، معیار مهمی برای مشابه شناختن تجربه‌های سه‌گانه آنها به‌شمار می‌رود. علاوه بر آن، اهمیت سیاسی-اجتماعی نسبتاً هم‌نواخت این کشورها در زمان حاضر، به لحاظ تعداد جمعیت و نیز مقام خاص آن در منطقه خاورمیانه، به‌عنوان سه کشور بزرگ این منطقه هم معیار مهم دیگری برای امکان مقایسه آنها محسوب می‌شود.

براساس اطلاعات مندرج در *سالنامه آماری یونسکو* در سال ۱۹۹۳، تیراژ کل روزنامه‌های روزانه و نیز درصد انتشار نسخه‌های آنها برای یک‌هزار نفر جمعیت، در ترکیه و مصر، از ایران بالاتر بوده است. به موجب این اطلاعات، در سال ۱۹۹۰، روزنامه‌های روزانه دو کشور مذکور، به ترتیب ۴/۵ میلیون و ۳/۵ میلیون نسخه تیراژ داشته‌اند و درصدهای انتشار نسخه‌های این روزنامه‌ها برای هر یک‌هزار نفر جمعیت هم به ترتیب ۷۱ و ۵۷ نسخه بوده است. در صورتی که

در همان سال، بر طبق مأخذ یادشده، تیراژ کل روزنامه‌های روزانه ایران، از ۱/۵ میلیون نسخه و درصد انتشار نسخه‌های آنها برای هر یک هزار نفر، از ۲۶ نسخه تجاوز نمی‌کرده است.

الف. پایین بودن تعداد روزنامه‌ها

همچنین باید خاطر نشان ساخت که از لحاظ تعداد روزنامه‌های روزانه هم در سال ۱۹۹۰، بین ترکیه و ایران، در مقایسه با تیراژ کل و تعداد نسخه‌های منتشر شده برای یک هزار نفر جمعیت، در دو کشور، فاصله بسیار بیشتری وجود داشته است. زیرا به موجب مأخذ مذکور، در آن سال در ترکیه ۳۹۹ روزنامه روزانه انتشار می‌یافته است و حال آنکه تعداد روزنامه‌های روزانه ایران به ۲۱ عنوان محدود بوده است.

وضع روزنامه‌های روزانه ایران، در مقایسه با ترکیه و مصر در سال ۱۹۹۰

نام کشور	جمعیت	تعداد روزنامه‌های روزانه	تیراژ کل روزنامه‌های روزانه	نسخه‌های روزنامه‌های روزانه برای ۱۰۰۰ نفر
- ترکیه	۵۷/۳۲۶/۰۰۰	۳۹۹	۴/۰۰۰/۰۰۰	۷۱
- مصر	۵۴/۶۸۸/۰۰۰	۱۴	۳/۵۰۰/۰۰۰	۵۷
- ایران	۵۷/۲۷۲/۰۰۰	۲۱	۱/۵۰۰/۰۰۰	۲۶

مأخذ: سالنامه آماری یونسکو، ۱۹۹۳، (پاریس: یونسکو، ۱۹۹۳).

در عین حال نباید از نظر دور داشت که در طی سالهای اخیر، تعداد روزنامه‌های روزانه ایران، در مقایسه با دوره پیش از انقلاب اسلامی و حتی در مقایسه با دوره جنگ عراق علیه ایران،

افزایش بسیار چشمگیری داشته است. به طوری که در اوایل سال ۱۹۹۵، ۲۵ روزنامه یومیه در کشور منتشر می شده‌اند که ۱۷ روزنامه آنها متعلق به تهران بوده‌اند.^{۲۴} در حالی که در آستانه انقلاب اسلامی، تعداد روزنامه‌های روزانه پایتخت ایران، از ۹ روزنامه تجاوز نمی کرد.^{۲۵} این وضع، در سالهای پس از انقلاب اسلامی، تجدید شد. زیرا بعد از یک دوره کوتاه شکوفایی مطبوعات که در جریان «بهار آزادی»، در بهار و تابستان سال ۱۳۵۸ (۱۹۷۹)، پدید آمد و سپس یک دوره نسبتاً مساعد ادامه حیات مطبوعات، که بین پاییز ۱۳۵۸ (۱۹۷۹) و شروع جنگ عراق و ایران در آخر تابستان ۱۳۵۹ (۱۹۸۰) به طول انجامید، به علت ایجاد محدودیت‌های جدید علیه انتشار مطبوعات و تعطیل تمام روزنامه‌های غیر دولتی در بهار ۱۳۶۰ (۱۹۸۱)، تعداد روزنامه‌های روزانه تهران به ۶ روزنامه تقلیل یافت.^{۲۶}

ب. ضعف تیراژ روزنامه

در کنار تعداد بسیار پایین تر روزنامه‌های روزانه ایران، نسبت به روزنامه‌های ترکیه، باید به ضعف تیراژ روزنامه‌های یومیه کشور که در واقع معرف نوعی دیگر از عقب ماندگی آنها به شمار می رود نیز اشاره کرد. این ویژگی منفی، در مقایسه با روزنامه‌های روزانه مصر هم وجود دارد. نگاهی سریع به تحول مطبوعات ترکیه و مصر در دوره بعد از جنگ جهانی دوم، به روشنی وجود روزنامه‌های روزانه دارای تیراژ نسبتاً بالا و در حدود یک میلیون نسخه در هر دو کشور را مشخص می سازد.^{۲۷} در حالی که در ایران، صرف نظر از یک دوره بسیار کوتاه در جریان انقلاب اسلامی (۱۹۷۸-۷۹)، که تیراژ دو روزنامه بزرگ و قدیمی تهران — کیهان و اطلاعات — هر کدام به حدود یک و نیم میلیون نسخه بالغ شده بود، نه در دوره رژیم سابق و نه در دوره کنونی، هرگز تیراژ روزنامه‌های روزانه به چنین سطحی نرسیده و از حدود ۳۵۰،۰۰۰ تا ۴۵۰،۰۰۰ نسخه، تجاوز نکرده است.

در میان روزنامه‌های روزانه نسبتاً گوناگون ترکیه، روزنامه حریت، که «... در واقع، روزنامه اول بازار مطبوعات روزانه این کشور است، ... روزهای یکشنبه در یک میلیون نسخه منتشر می شود...».^{۲۸} روزنامه‌های روزانه بزرگ دیگر ترکیه، شامل صباح، ترکیه، ملیت و میدان هستند. این چهار روزنامه، در سال ۱۹۹۱، به ترتیب، ۷۸۰،۰۰۰، ۷۸۵،۰۰۰، ۶۷۰،۰۰۰ و ۶۵۰،۰۰۰ نسخه تیراژ داشته‌اند.^{۲۹}

در مصر نیز روزنامه‌های روزانه با تیراژی نسبتاً بالا، منتشر می‌شوند. بزرگترین روزنامه‌های روزانه مصر که همه آنها در قاهره انتشار می‌یابند، شامل *الاهرام*، *الاجبار* و *الجمهورية* اند که به ترتیب در ۰۰۰،۹۰۰،۰۰۰، ۸۰۰، ۰۰۰،۶۵۰ نسخه به چاپ می‌رسند.^{۳۰}

اما در ایران، تیراژ روزنامه‌های روزانه، از تیراژهای یاد شده برای روزنامه‌های ترکیه و مصر بسیار پایین‌تر است. در واقع، بالاترین تیراژ موجود متعلق به روزنامه همشهری است که از زمستان ۱۳۷۲ از سوی شهرداری تهران انتشار می‌یابد و از دی‌ماه ۱۳۷۴ با تیراژ بیشتر از ۳۰۰،۰۰۰ نسخه و از دی‌ماه ۱۳۷۵ با تیراژ بیش از ۴۰۰،۰۰۰ نسخه چاپ می‌شود. تیراژ دو روزنامه قدیمی تهران، *اطلاعات* و *کیهان*، که پس از سقوط رژیم سلطنتی نیز همچنان به حیات خود ادامه داده‌اند، به طوری که در محافل حرفه‌ای گفته می‌شود، از ۲۰۰ هزار نسخه تجاوز نمی‌کند و روزنامه‌های روزانه تازه‌ای که در دوره پس از انقلاب و بیشتر در سالهای بعد از پایان جنگ عراق و ایران، به وجود آمده‌اند، نیز اغلب در تیراژهای حدود ۲۰ تا ۳۰ هزار نسخه و در موارد استثنایی مانند روزنامه‌های *سلام* و *ایران* در حدود ۱۰۰ هزار نسخه و بیش از ۱۰۰ هزار نسخه، منتشر می‌شوند. در این میان، پدیده افزایش سریع تیراژ روزنامه جامع، که در زمستان ۱۳۷۶ شروع به انتشار کرده و در اردیبهشت ۱۳۷۷، تعداد نسخه‌های چاپی خود را ۱۵۰،۰۰۰ اعلام نموده است، اخیراً جالب توجه شده است.

بررسی تطبیقی وضعیت مطبوعات ایران و ترکیه، این نتیجه را به دست می‌دهد که نه تنها تعداد و تیراژ روزنامه‌های روزانه ترکیه بر ایران برتری دارند، بلکه روزنامه‌های غیر روزانه و نشریه‌های دوره‌ای دیگر آن کشور نیز نسبت به ایران، سطح توسعه بسیار بالاتری دارند. براساس مندرجات *سالنامه آماری یونسکو* در سال ۱۹۹۳، تعداد روزنامه‌های غیرروزانه و تعداد مجله‌ها و نشریه‌های دوره‌ای مختلف ترکیه در سال ۱۹۹۰، به ترتیب ۸۷۲ و ۱۳۲۵ عنوان بوده‌اند، در حالی که در همان سال، در ایران فقط ۵۰ روزنامه غیرروزانه و ۳۱۸ نشریه دوره‌ای دیگر انتشار می‌یافتند.^{۳۱}

پ. برتری اتومبیل بر مطبوعات

برای مشخص‌تر ساختن «توسعه نیافتگی تناقض آمیز» مطبوعات ایران، بررسی مقایسه‌ای برخی از شاخصهای اجتماعی - اقتصادی سه کشور موردنظر - ترکیه، مصر و ایران - نتایج جالبی

به دست می‌دهد. این بررسی، به نحوی شگفت‌انگیز، پایین‌تر بودن بعضی از جنبه‌های کاربرد وسایل ارتباطی ایران را، با وجود بالاتر بودن درآمد اقتصادی و قدرت خرید مردم این کشور نسبت به ترکیه و مصر، آشکار می‌سازد.

مقایسه برخی شاخصهای اساسی توسعه، در چاپ سال ۱۹۹۴ «گزارش درباره توسعه در جهان» و «گزارش جهانی توسعه انسانی»، که به ترتیب از سوی «بانک جهانی» و «برنامه توسعه ملل متحد» منتشر شده‌اند، برتری «تولید ناخالص ملی» سرانه ایران (۲۲۰۰ دلار) نسبت به ترکیه (۱۹۸۰ دلار) و مصر (۶۴۰ دلار) را به خوبی نشان می‌دهد. در همین جهت، مقایسه شاخصهای مذکور، بالاتر بودن تعداد اتومبیل‌های شخصی در ایران، در مقایسه با ترکیه و مصر را، مشخص می‌کند. در حالی که در مورد کاربرد کاغذ چاپ و تحریر، مصرف دو کشور اخیر در سال ۱۹۹۴، بیش از دو برابر مصرف ایران بوده است. هرچند که از لحاظ انتشار کتاب، ایران بر مصر برتری داشته و با ترکیه، فاصله زیادی نداشته است. در زمینه تعداد دستگاههای تلفن نیز ایران در همان سال وضعی تقریباً مشابه مصر را دارا بوده، اما از ترکیه بسیار عقبتر بوده است.

وضع اجتماعی - اقتصادی ایران در مقایسه با ترکیه و مصر

باتوجه به چند شاخص مهم توسعه^{۳۲}

نام کشور	جمعیت در سال	نسبت افراد	تولید	مصرف کاغذ	تعداد	تعداد	تعداد
ترکیه	۱۹۹۲	باسواد در	ناخالص ملی	برای ۱۰۰۰	عنوان‌های	دستگاه‌های	اتومبیل‌های
ایران	سال ۱۹۹۲	سرانه به دلار	برای ۱۰۰۰	نفر بر مبنای	کتاب‌های	تلفن برای	شخصی برای
مصر	در سال	در سال	تن در سال	متنشر شده	۱۰۰ نفر،	۱۰۰ نفر در	۱۰۰ نفر در
	۱۹۹۱	۱۹۹۱	۱۹۹۰	برای ۱۰۰	جمعیت در	سال‌های	سال ۱۹۹۰
	۱۹۹۰	نفر، در سال	۱۹۹۰	نفر، در سال	۱۹۹۰-۱۹۹۲		
	۵۷/۳۲۶/۰۰۰	%۷۲	۱۹۸۰	۴/۷	۱۰/۹	۲۰/۳	۳/۶
			دلار				
	۵۷/۲۷۲/۰۰۰	%۵۴	۲۲۰۰	۲/۰	۸/۱	۴/۸	۴/۷
			دلار				
	۵۴/۶۸۸/۰۰۰	%۴۸	۶۴۰ دلار	۴/۶	۳/۰	۴/۶	۲/۶

- Rapport sur le Développement dans le Monde, 1994: Une Wbrastructure pour le Dèuelpement. Washington: Banque Mondiale, 1994, pp. 172, 173.
- Rappoart Mondial sur le Dèveloppement Hllmain, 1994. New York, Programme des Nation Unies pour le Dèveloppement. Paris: Ecomonica, 1994, pp. 109, 176, 177.

تمام مقایسه‌های مربوط به وضع مطبوعات و همچنین سایر وسایل ارتباط جمعی — سینما، رادیو و تلویزیون — و برخی شاخصهای فرهنگی و ارتباطی دیگر در ایران و ترکیه و مصر — سه کشور بزرگ خاورمیانه — توسعه نیافتگی ارتباطات جمعی و به‌ویژه مطبوعات را، به‌رغم شرایط اقتصادی مساعدتر ایران مشخص می‌سازند.

در برابر این «عقب‌ماندگی تناقض آمیز» و برای یافتن علل اساسی آن، مطالعه عمیق تجربه‌های تاریخی، عملکردهای اجتماعی و مسائل بنیادی وسایل ارتباط جمعی ایران و به‌خصوص مطبوعات، ضروری است. با چنین مطالعه‌ای می‌توان ریشه‌های اصلی و عوارض کنونی این توسعه نیافتگی را در ایران امروز، معرفی کرد و مورد تجزیه و تحلیل قرار داد.^{۳۳}

بخش سوم

مطبوعات ایران و میراث تاریخی استبداد و خودکامگی

به طور کلی، روزنامه‌نگاری کنونی ایران محصول اوضاع و احوال خاص ۱۶۰ سال اخیر کشور است. مطبوعات ما از آغاز، متأسفانه در شرایط نامطلوب تقلید سطحی از غرب و بی‌توجهی به هویت فرهنگ ملی، ایجاد شدند. در دهه سوم قرن گذشته در ترکیه عثمانی و ایران قاجاری، که به صورت دو کشور ظاهراً مستقل شرقی باقی مانده بودند، و همچنین مصر، زمامداران وقت این کشورها برای حفظ قدرت خود و گروههای حاکم آن زمان نیز برای حفظ موقعیت خویش، به تجددخواهی غربی روی آوردند و ضمن اقتباس از نهادهای گوناگون غربی آن دوره، «روزنامه» هم دایر کردند. زمانی که در محرم ۱۲۵۳ هـ. ق (ماه مه ۱۸۳۷) نخستین روزنامه در ایران دایر شد، ما به طور مشخص صاحب روزنامه رسمی، دولتی یا استبدادی شدیم، در حالی که مطبوعات اروپا به آخرین مرحله تحولشان رسیده بودند. آنها در آن زمان، دو دوره مطبوعات استبدادی و مطبوعات انقلابی را پشت سر گذاشته، وارد مرحله مطبوعات خبری و تجارتي شده بودند که اکنون هم ادامه دارد. بدین ترتیب ما در عصر مطبوعات تجارتي غربی، تحت جاذبه مطبوعات انقلابی قبل از آن، روزنامه استبدادی دایر کردیم.^{۳۴}

۱. از دوره استبداد تا شکست انقلاب مشروطیت و استقرار دیکتاتوری
اگر دوره ۷۰ ساله مطبوعات استبدادی ایران، از زمان تأسیس روزنامه کاغذ اخبار میرزا صالح شیرازی، تا سال ۱۳۲۴ هـ ق (۱۹۰۶) را که انقلاب مشروطیت پدید آمد، دنبال کنیم، ملاحظه می‌نمائیم که در این مدت به سبب شرایط اختناق حاکم بر کشور، به هیچ‌وجه امکان رشد فرهنگ فراهم نشد. در آن دوره طولانی کسی نمی‌توانست اظهار عقیده مستقل کند، در حالی که برای رشد مطبوعات، فضای عمومی مطلوب و آزاد لازم است. در این ۷۰ سال هرگز فضای مناسبی در ایران، برای مطبوعات ما به وجود نیامد و فقط در خارج از کشور، روزنامه‌های تبعیدی، یعنی روزنامه‌های مخالف استبداد امکان فعالیت داشتند که حتی آنها هم با دشواریهای فراوانی وارد کشور می‌شدند. در تاریخ نمونه‌هایی ثبت شده‌اند و نشان می‌دهند که کسانی که این روزنامه‌ها را مطالعه می‌کردند، با چه مشکلات و فشارهایی روبه‌رو بودند. به گونه‌ای که برخی از مبارزان سیاسی آن دوره را به علت مطالعه همان روزنامه‌ها از میان بردند. زمانی که انقلاب مشروطیت تحقق یافت، به دلایلی مختلف، عمر آزادی مطبوعات کوتاه بود. چند ماه پس از امضای فرمان مشروطیت، استبداد صغیر پیش آمد و مجلس به توپ بسته شد و عده‌ای از روزنامه‌نگاران در باغ شاه اعدام شدند. مطبوعات آزاد، نخستین شهدای خود را در آن موقع دادند. پس از سقوط محمدعلی شاه، وضع مملکت به علت اختلافهایی که بین رهبران مشروطیت به وجود آمد، به جایی کشیده شد که در واقع انقلاب شکست خورد. عوامل خارجی، از قبیل رقابت روس و انگلیس در ابتدا و اتحاد بعدی آنها قبل از جنگ جهانی اول علیه استقلال ایران، وقوع جنگ جهانی مذکور و بی‌ثباتی و آشفتگی داخل مملکت، همه و همه باعث شدند که نتوانیم از انقلاب مشروطیت به شیوه‌های درست بهره‌برداری کنیم.

الف. دوره رضاشاه

تشکیل دولت جدید شوروی در پایان جنگ اول، سبب شد که ایران در سیاست جهانی موقعیت حساس‌تری پیدا کند: به دنبال آن، بر اثر نگرانی انگلستان از توسعه نفوذ کمونیسم به ایران، کودتای اسفند ۱۲۹۹ صورت گرفت و رضاخان به قدرت رسید. با روی کار آمدن رضاخان، مطبوعات وضع نامطلوبی پیدا کردند و برخوردهای بسیار خشنی علیه روزنامه‌نگاران صورت گرفت. در سالهای آخر حکومت وی، هیچ روزنامه‌ای در مملکت باقی نمانده بود. حتی

روزنامه‌های مخالف خارج کشور هم تعطیل شده بودند. پس از سقوط رضاخان در شهریور ۱۳۲۰، مثل زمان مشروطه یا بعد از سقوط محمدعلی شاه، یک انفجار آزادی ایجاد شد. به صورتی که بعد از ۲۰ سال اختناق، امکان انتشار مجدد روزنامه‌ها پدید آمد. اما از آنجا که به علت محدودیتهای طولانی گذشته، فرهنگ روزنامه‌نگاری در مملکت به وجود نیامده بود، بسیاری از روزنامه‌نگاران آن دوره، روزنامه‌ها را وسیله‌ای برای اخاذی و تسویه حسابهای شخصی قرار دادند. بعضی سعی کردند برای اینکه از دولتهای وقت، امتیازهای اقتصادی و پروانه خرید و فروش بگیرند، از روزنامه‌ها بهره‌برداری غیراصولی به عمل آورند. این، تجربه بسیار تلخی بود. بعد هم شرایط بحرانی مملکت، حضور نیروهای خارجی، مسئله آذربایجان و مشکلات آن دوره، رقابت دولتهای بزرگ بر سر آذربایجان و نیز تمام ایران و مسائل مربوط به نفت، در مجموع، وضعیتی را فراهم ساخت که مطبوعات نتوانستند جز در بعضی از موارد استثنایی، رشد کنند.

ب. کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ و سقوط حکومت دکتر مصدق
زمانی که مبارزه‌های مربوط به ملی شدن صنعت نفت پیش آمد، شاید برای سومین بار بعد از انقلاب مشروطیت، به خاطر حضور موقت مردم در صحنه، فضای مساعدی برای پیشرفت مطبوعات فراهم شد. با آزادی نسبی مطبوعات، تعداد روزنامه‌ها افزایش یافت. تیراژ روزنامه‌ها هم در آن زمان و با وجود درصد بالای بی‌سوادی، به طور نسبی خوب بود. اما کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ و استقرار حکومت سرکوب و اختناق و سانسور مطبوعات در طول ۲۵ سال پیش از انقلاب اسلامی، همه امکانات را برای رشد مطلوب روزنامه‌نگاری در مملکت سلب کرد.^{۳۵}

۲. تحول مطبوعات در دوره پس از انقلاب اسلامی
برای درک علل «توسعه نیافتگی تناقض‌آمیز» مطبوعات ایران که شدیداً تحت تأثیر میراث منفی سرکوب و اختناق حاکم بر کشور در طول یک قرن و نیم گذشته بوده است، بررسی تحول و عملکرد آنها در دوره بعد از انقلاب اسلامی نیز ضروری است.

در واقع در حدود ۲ سال پس از پیروزی انقلاب اسلامی، به سبب تضادهای داخلی و شرایط جنگ تحمیلی، بار دیگر، مانند دوره بعد از انقلاب مشروطیت، فعالیت مطبوعات به مسیر

محدودیتها، که با آرمانهای مبارزات انقلابی و نیز با هدفهای مندرج در قانون اساسی جدید ایران تضاد داشت، کشیده شد. اما پس از پایان جنگ و آغاز نوسازی کشور، نشانه‌های روشنائی تازه‌ای در افق فعالیت‌های مطبوعاتی کشور، پدیدار گردیدند و امیدهای نوینی برای آزادی و استقلال و کثرت‌گرایی آنها، ایجاد شدند.

در چارچوب بررسی تحول مطبوعات ایران در سالهای بعد از استقرار جمهوری اسلامی، می‌توان چهار دوره خاص را از هم متمایز ساخت. نخستین دوره، «بهار آزادی» و دوران آزادی نسبی متعاقب آن را — که از زمستان ۱۳۵۷ تا آخر تابستان ۱۳۵۹ (۸۰-۱۹۷۹) و زمان آغاز جنگ عراق علیه ایران، به طول انجامید — دربرمی‌گیرد. دومین دوره، سالهای ادامه جنگ عراق و ایران از پاییز ۱۳۵۹ تا تابستان ۱۳۶۷ را شامل می‌شود که با محدودیت‌های جدید مطبوعاتی همراه بوده است. سومین دوره، که از پاییز ۱۳۶۸ و شروع دوران بازسازی کشور آغاز شده و تا زمان هفتمین انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران در خرداد ۱۳۷۶ ادامه داشته، معرف نوعی فضای سیاسی و فرهنگی مساعد برای پیشرفت و گسترش مطبوعات بوده است. چهارمین دوره، از شروع کار کابینه حجت‌الاسلام والمسلمین سیدمحمد خاتمی رئیس جمهوری کنونی در شهریور ماه ۱۳۷۶ آغاز گردیده است و نشانگر پیشبرد جامعه مدنی و توسعه سیاسی ایران و توجه بیشتر به فضای عمومی مطلوب آزادی، استقلال و کثرت‌گرایی مطبوعات به شمار می‌رود.

الف. مطبوعات در دوره «بهار آزادی» و پس از آن: ۱۳۵۷-۵۹

انقلاب اسلامی ایران، از همان آغاز، به بازبانی آزادیهای سرکوب شده در دهه‌های پس از انقلاب مشروطیت توجه فراوان داشت. به همین لحاظ در طول این انقلاب، مبارزات مربوط به آزادی بیان و آزادی مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی، دامنه گسترده‌ای پیدا کرد. اعتصابهای روزنامه‌نگاران در آخر تابستان و در طول پاییز ۱۳۵۷، که تا زمان سقوط رژیم سلطنتی در اوایل زمستان آن سال ادامه یافتند، در ایجاد فضای مطلوب فعالیت آزاد مطبوعات و پیدایش «بهار آزادی» در تمام زمینه‌های سیاسی و فرهنگی و اجتماعی، نقش تعیین‌کننده‌ای داشتند. به طوری که از دی ماه آن سال تا تابستان سال بعد، صدها روزنامه و مجله و نشریه دوره‌ای، به صورت کاملاً آزاد و بدون محدودیت دولتی، در تهران و سایر شهرها انتشار یافتند.

هر چند از اواسط تابستان ۱۳۵۸، با تصویب لایحه قانونی جدید مطبوعات از سوی شورای انقلاب، تعدادی از روزنامه‌ها و مجله‌ها به استناد عدم دریافت اجازه انتشار از وزارت «ارشاد ملی» وقت، توقیف و تعطیل شدند، در عین حال تا اواخر تابستان سال بعد، که جنگ عراق علیه ایران آغاز شد، تعداد زیادی از روزنامه‌ها و مجله‌ها همچنان به فعالیتهای خود ادامه دادند.

ب. مطبوعات در دوره جنگ عراق و ایران : ۱۳۵۹-۶۷

از اواخر تابستان سال ۱۳۵۹ با تشدید تحرکات خشونت‌آمیز در برخی مناطق کشور و شروع جنگ عراق علیه ایران، روند محدودیتهای مطبوعاتی، شدت بیشتری یافت. در آغاز این دوره در مهرماه و سپس در اسفندماه سال ۱۳۵۹ تعدادی از نشریات سازمان‌های سیاسی و چند روزنامه تعطیل گردیدند. به دنبال آن، وزارت ارشاد اسلامی در فروردین ۱۳۶۰، طی اطلاعیه‌ای مدیران مطبوعات را به تجدید اجازه انتشار آنها ملزم کرد و از صاحبان چاپخانه‌ها خواست تا از چاپ روزنامه‌ها و مجله‌های فاقد اجازه جدید خودداری کنند. مدتی بعد، به توصیه «شورای میانجی‌گری مطبوعات» که در اواخر اسفند ماه ۵۹ برای حل اختلافات دولت و مدیران روزنامه‌ها تشکیل شده بود^{۳۱}، در ۱۶ خرداد ۱۳۶۰، با حکم دادستان انقلاب اسلامی تهران ۶ روزنامه روزانه و نشریه هفتگی وابسته به گروههای مخالف، تعطیل گردیدند.

بدین ترتیب، در اواخر بهار ۱۳۶۰، تعداد روزنامه‌ها و نشریات دوره‌ای ایران، که در دوران «بهار آزادی» از ۲۰۰ نشریه تجاوز کرده بود، به موجب صورت منتشر شده از سوی وزارت ارشاد اسلامی در همان زمان، به ۶۲ نشریه کاهش یافت.

از آن پس، در تهران، تنها چهار روزنامه روزانه فارسی، شامل دو روزنامه عصر - اطلاعات و کیهان - و دو روزنامه صبح - جمهوری اسلامی و صبح آزادگان - به انتشار خود ادامه دادند. در این زمان، در کنار روزنامه‌های روزانه، فقط ۸ نشریه هفتگی شامل سروش (وابسته به سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران) جوانان/امروز، اطلاعات هفتگی و راه زینب (وابسته به گروه مطبوعاتی اطلاعات) و زن روز (وابسته به گروه مطبوعاتی کیهان) و همچنین امت (ارگان جمعیت مسلمانان مبارز) اتحاد (وابسته به حزب توده) و اتحاد مردم (ارگان اتحاد دموکراتیک مردم ایران) منتشر می‌شدند، که سه نشریه اخیر هم، چند ماه بعد، تعطیل گردیدند.

از آن پس، با کاهش تعداد روزنامه‌ها و مجله‌ها، تیراژ مطبوعات نیز کاهش فراوان یافت. به گونه‌ای که تیراژ روزنامه‌های اطلاعات و کیهان، که پس از پیروزی انقلاب، هر کدام مدتی بیش از یک میلیون نسخه، به چاپ می‌رساندند، به یک پنجم و حتی کمتر از آن تقلیل پیدا کرد. باید یادآوری کرد که تشدید محدودیتهای مطبوعاتی در این دوره، بیشتر تحت تأثیر رقابتها و مخاصمات سیاسی گروههای خواستار قدرت و مخصوصاً برخوردهای خشونت‌آمیز و ترور دسته‌جمعی رهبران سیاسی و مذهبی در تابستان ۱۳۶۰ صورت گرفت و جنگ عراق علیه ایران نیز بر ادامه آن، تأثیر گذاشت

ب. مطبوعات در دوره بازسازی اقتصادی: ۱۳۶۸-۷۶

پس از پایان جنگ عراق و ایران در تابستان ۱۳۶۷ و آغاز دوره بازسازی کشور در سال ۱۳۶۸، فضای سیاسی - فرهنگی نسبتاً مساعدی برای فعالیت مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی پدید آمد.

یک سال بعد از پایان جنگ، با تغییرات جدید سیاسی در مدیریت دولت و به ویژه تجدیدنظر در قانون اساسی، که به برقراری نوعی نظام ریاستی و روی کار آمدن حکومت حجت‌الاسلام والمسلمین علی‌اکبر هاشمی رفسنجانی منتهی شد، دگرگونیهای مهمی در فعالیتها و عملکردهای وسایل ارتباط جمعی و مخصوصاً مطبوعات، ایجاد گردیدند.

در این میان، به دنبال تأسیس «معاونت مطبوعاتی و تبلیغاتی» وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، که از سال ۱۳۶۱، همچنان به وسیله حجت‌الاسلام والمسلمین سیدمحمد خاتمی اداره می‌شد، تعداد روزنامه‌ها و نشریات دوره‌ای، رو به افزایش گذاشت. در طول سالهای ۷۰-۱۳۶۹، در شرایط بهبود فضای سیاسی - فرهنگی کشور، از سوی معاونت مطبوعاتی و تبلیغاتی تازه تأسیس وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، خط مشیهای نوینی، در جهت تجدید فعالیت و توسعه مطبوعات به اجرا گذاشته شدند.

در میان این خط مشیها، مخصوصاً به کاهش سختگیریهای شدید قبلی نسبت به صدور اجازه‌نامه انتشار نشریات و همچنین اختصاص کمک مالی ویژه به مطبوعات، از طریق توزیع کاغذ ارزان‌قیمت بین روزنامه‌ها و مجله‌ها و همچنین ایجاد تسهیلات برای تهیه تجهیزات فنی

چاپ مورد نیاز مؤسسات مطبوعاتی و به خصوص مؤسسات مطبوعاتی جدید، توجه زیادی معطوف گردید.

به موازات آن، تصمیمات تازه‌ای نیز برای تأسیس یک «مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها»، به منظور بررسی و ارزیابی مسائل جاری وسایل ارتباط جمعی و به‌ویژه مطبوعات و نیز ایجاد یک «مرکز گسترش آموزش رسانه‌ها»، برای آموزش و بازآموزی روزنامه‌نگاران، اتخاذ شدند. به دنبال این تصمیمها، دو مرکز مذکور در سال ۱۳۶۹ با همکاری هیئت علمی گروه علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی در تهران، فعالیتهای خود را آغاز کردند.

ایجاد نخستین مجله ارتباطی تخصصی، به نام «رسانه»، در سال ۱۳۶۹، به منظور انتشار مقاله‌ها و گزارشهای مربوط به مطالعات و تحقیقات ارتباطات و وسایل ارتباط جمعی و برگزاری «نخستین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران» در اسفند ۱۳۶۹، کوششهای جدید معاونت مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در راه توسعه مطبوعات و بهبود شرایط روزنامه‌نگاری کشور را، گسترده‌تر کردند.

این خط مشیها و کوششها، به زودی باعث شکوفایی بی‌سابقه روزنامه‌ها و مجله‌ها و سایر نشریات دوره‌ای در تهران و چند شهر بزرگ ایران شدند. به‌گونه‌ای که تعداد نشریات دوره‌ای ایران، که در طول سالهای ۱۳۶۷-۱۳۶۰، از حدود نزدیک به ۳۰۰ نشریه، به کمتر از ۱۰۰ نشریه، کاهش یافته بود،^{۳۷} در سالهای ۷۳-۱۳۷۱، به تعداد بی‌سابقه ۵۵۰ عنوان، افزایش پیدا کرد.

در این دوره مخصوصاً تعداد روزنامه‌های روزانه، افزایش قابل ملاحظه‌ای یافت. باید یادآور شد که در تمام طول سالهای ۱۳۶۰ تا ۱۳۶۷، غیر از روزنامه روزانه ابرار که در سال ۱۳۶۴، به جای روزنامه صبح آزادگان ایجاد شده بود، تنها روزنامه رسالت در تهران تأسیس گردید. در صورتی که از اوایل دوره اخیر، همان‌گونه که قبلاً هم یادآوری شد، تعداد روزنامه‌های روزانه به طور منظم در حال افزایش بود.

در میان روزنامه‌های روزانه تازه تهران در این دوره، روزنامه سلام وابسته به مجمع روحانیون مبارز که در سال ۱۳۷۰ تأسیس شده است، روزنامه همشهری که از سال ۱۳۷۲ از سوی شهرداری تهران انتشار می‌یابد و روزنامه ایران که از سال ۱۳۷۳ به وسیله خبرگزاری جمهوری اسلامی منتشر می‌شود، مهم‌ترین آنها، به شمار می‌روند.

ت. مطبوعات در دوره بعد از هفتمین انتخابات ریاست جمهوری در خرداد ۱۳۷۶ در دوره جدید پیشرفت و گسترش مطبوعات ایران، که از زمان پس از انتخابات هفتمین دوره ریاست جمهوری اسلامی در دوم خرداد ۱۳۷۶ و آغاز زمامداری حجت‌الاسلام والمسلمین سیدمحمد خاتمی شروع شده است، تحت تأثیر فضای عمومی بسیار مساعد مبتنی بر سیاست‌های پیشبرد جامعه مدنی و قانون‌گرایی در کشور، تعداد و تیراژ روزنامه‌ها و نشریات دوره‌ای، افزایش بی‌سابقه‌ای یافته‌اند و به موازات آن، اوضاع و احوال مطلوبی برای آزادی مطبوعات و فعالیتهای روزنامه‌نگاران ایجاد شده‌اند.

از مهم‌ترین تحولاتی که در نخستین ماههای حکومت رئیس جمهوری جدید، از زمان تشکیل و آغاز کار کابینه تازه در شهریور ماه ۱۳۷۶ تا اوایل خرداد ماه ۱۳۷۷، در مورد مطبوعات صورت گرفته‌اند، می‌توان موارد زیر را یادآوری کرد:

۱. تشکیل نخستین «انجمن حرفه‌ای روزنامه‌نگاران ایران» در دوره پس از انقلاب اسلامی، که چند هفته بعد از شروع کار دولت جدید در مهرماه ۱۳۷۶، تحقق یافت، موفقیت عمده‌ای در راه تأمین استقلال حرفه روزنامه‌نگاری محسوب می‌شود.

لازم به یادآوری است که «سندیکای نویسندگان و خبرنگاران» دوره رژیم سابق، که در سال ۱۳۴۱ تأسیس شده بود و تنها سازمان حرفه‌ای روزنامه‌نگاران ایران در آن دوره به شمار می‌رفت، دو سال پس از سقوط رژیم مذکور، فعالیتهای خود را متوقف کرده بود و در طول حدود ۱۸ سال اخیر تا پیش از ایجاد انجمن تازه، به سبب نبود هیچ سازمان حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در ایران، هیچ اقدامی برای حمایت از استقلال این حرفه امکانپذیر نبود. در ماههای اخیر، این انجمن کوششهای مهمی در جهت بهبود شرایط کار روزنامه‌نگاران انجام داده است، که از میان آنها، می‌توان از اقدامهای مختلف برای حمایت از آزادی فعالیت روزنامه‌نگاران و مشارکت در هیئت تعیین جوایز بهترین روزنامه‌نگاران در جشنواره مطبوعاتی سالانه کشور نام برد.

۲. تجدید ترکیب اعضای هیئت منصفه محاکمات مطبوعاتی، که باعث شده است برخلاف چند سال اخیر، در این هیئت استقلال نظر بیشتری نسبت به پرونده‌های مطرح شده پدید آید، نیز اهمیت خاصی دارد. زیرا در آخرین محاکمات مطبوعاتی، در زمستان ۱۳۷۶ و بهار ۱۳۷۷،

نسبت به گذشته آرای مساعدتری به نفع روزنامه‌نگاران انتقادگر، صادر گردیده است. به‌ویژه موضوع جالب توجه در این زمینه، پخش تلویزیونی محاکمات مطبوعاتی با حضور هیئت منصفه است، که در همان روز در ساعات آخر شب، از شبکه ۵ صورت می‌گیرد.

۳. افزایش سریع تعداد نشریات دوره‌ای و مخصوصاً روزنامه‌های روزانه در ماههای اخیر (پاییز و زمستان ۱۳۷۶) هم بسیار چشم‌گیر بوده است. به طوری که تعداد روزنامه‌های روزانه تهران به بیش از ۳۰ نشریه رسیده است.

در اوایل بهار ۱۳۷۷، براساس اظهارات اخیر معاون مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تعداد کل روزنامه‌ها و مجله‌های در حال انتشار کشور، از ۸۵۰ نشریه تجاوز کرده است و تیراژ کل روزنامه‌های روزانه نیز برای اولین بار، در دوره پس از «بهار آزادی» و نخستین ماههای بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، از دو میلیون نسخه فراتر رفته است.

۴. برگزاری «دومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران» در اوایل خرداد ماه ۱۳۷۷ را نیز باید از اقدامات مهم همکاران رئیس جمهوری جدید در راه پیشرفت و توسعه آزادی مطبوعات به حساب آورد. لازم به یادآوری است که در زمان تشکیل نخستین سمینار مربوط به این موضوع، که در اسفند ماه ۱۳۶۹ در دوره تصدی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به وسیله رئیس جمهوری کنونی برگزار شد، پیش‌بینی گردیده بود که این سمینار هر دو سال یک بار تشکیل شود و تحول مسائل مهم مطبوعات ایران را، که آزادی مطبوعات در رأس آنها مطرح شده بود، پی‌گیری کند. اما در عمل، در طول سالهای اخیر، برگزاری مجدد این سمینار برای بحث و بررسی در مورد مسائل مهم مطبوعات ایران، متوقف مانده بود.

در برنامه «دومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران»، علاوه بر موضوع آزادی مطبوعات و ضرورت حمایت قانونی آن، که همچنان به عنوان مهم‌ترین مسئله در صدر مسائل اساسی مطبوعات جای گرفته است، توجه خاصی نیز به «مطبوعات و جامعه مدنی و مطبوعات و توسعه سیاسی در ایران»، که زمینه‌ساز شرایط بنیادی توسعه مطبوعات آزاد و مستقل و کثرت‌گرا به شمار می‌روند، معطوف شده است.

※

به دنبال بررسی سیر تحول مطبوعات ایران در دوره پس از انقلاب اسلامی، باید خاطر نشان ساخت که با وجود فضای عمومی مطلوب کنونی برای فعالیت مطبوعات، در شرایط عملکرد

جاری و با وجود مسائل گوناگون آنها، چه از لحاظ ساختاری و سیاسی - اقتصادی و چه از جهت حرفه‌ای و تخصصی، کمک مؤثر روزنامه‌ها و مجله‌ها و سایر نشریه‌های دوره‌ای به تحقق هدفهای توسعه ملی و تحکیم استقلال فرهنگی کشور، امکانپذیر نیست. بنابراین، برای جلب خوانندگان بالقوه به سوی نشریات پرجاذبه‌تر و تقویت افکار عمومی در جهت مشارکت سیاسی و اجتماعی آگاهانه مردم در پیشبرد برنامه‌های توسعه ایران، باید پیش از هر چیز، برای حل مسائل مهم مطبوعات و از میان بردن توسعه نیافتگی تناقض‌آمیز آنها به چاره‌جویی پرداخت.

بخش چهارم

مسائل کنونی مطبوعات ایران

در بررسی وضع فعلی مطبوعات ایران و جستجوی راههای مقابله با توسعه نیافتگی تناقض‌آمیز آنها، باید مسائل اساسی مطبوعات را که شامل تأمین فضای عمومی مطلوب برای آزادی مطبوعات، حمایت قانونی این آزادی، حفظ استقلال اقتصادی مؤسسات مطبوعاتی و نهادی‌سازی کمکهای دولت به آنها می‌شوند و مسائل تخصصی و حرفه‌ای آنها که آموزش تخصصی، استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، شرایط مالکیت اقتصادی و مدیریت اختصاصی مؤسسات مطبوعاتی و نیز چگونگی فعالیت مؤسسات و سازمانهای وابسته به آنها، مانند خبرگزاریها، مؤسسات تبلیغاتی و سازمانهای توزیع مطبوعات و همچنین مسائل خاصی چون پیشرفت و گسترش مطبوعات محلی، مطبوعات کودکان و نوجوانان، مطبوعات عامه‌پسند، نقش مطبوعات در توسعه ملی، مطبوعات و مقابله با سلطه فرهنگی و ارتباطی... را در برمی‌گیرند، طرف توجه قرار داد.

۱. مسائل اساسی مطبوعات

به منظور بررسی عناصر اصلی فضای مساعد و مطلوب برای فعالیت مطبوعات و وسایل ارتباط جمعی دیگر، به ترتیب، اصل سیاسی - حقوقی «آزادی مطبوعات» و سایر وسایل ارتباطی، شیوه حقوقی «حمایت قانونی آزادی» مذکور از طریق قوه قضائیه و نیز اصل اقتصادی - اجتماعی

«استقلال مالی» مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی و مقابله با سلطه انحصاری بر آنها و همچنین نهادی سازی رویه‌های سیاسی - اقتصادی «کمک مالی دولت» به مطبوعات و وسایل ارتباطی دیگر، یادآوری می‌کردند.

الف. آزادی مطبوعات

با توجه به آنکه رشد و ارتقای مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی، بیش از هر چیز به آزادی تأسیس و اداره آنها و فعالیت آزادانه روزنامه‌نگاران و سایر ارتباط‌گران وابسته است، باید در مورد بهبود شرایط لازم در این زمینه، مطالعات گسترده‌ای صورت گیرد. بدین منظور، تحقیق راجع به ریشه‌های تاریخی عدم رشد آزادی مطبوعات، عوامل و شرایط خودسانسوری و پرهیز از انتقادگری در میان روزنامه‌نگاران، توهمها و سوءتفاهمهای مسئولان دولتی راجع به نقشهای واقعی مطبوعات و وسایل ارتباط جمعی دیگر، ضرورت شناخت بیشتر مخاطبان ارتباطات جمعی دربارهٔ رسالتها و مسئولیتهای اجتماعی مطبوعات و سایر وسایل ارتباطی و همچنین لازم و ملزوم بودن آزادی مطبوعات و اطلاعات و گسترش سوءتفاهمهای مسئولان دولتی راجع به نقشهای واقعی مطبوعات و وسایل ارتباط جمعی دیگر، ضرورت شناخت بیشتر مخاطبان ارتباطات جمعی دربارهٔ رسالتها و مسئولیتهای اجتماعی مطبوعات و سایر وسایل ارتباطی و همچنین لازم و ملزوم بودن آزادی مطبوعات و اطلاعات و گسترش مشارکتهای سیاسی و نیز نقش حاکمیت قانون در حمایت و حراست از این آزادی اهمیت خاص خواهد داشت.

در این زمینه، به لحاظ مطالعات تاریخی، می‌توان چگونگی تأسیس نخستین روزنامه‌های ایران در شرایط استبدادی دورهٔ سلطنت قاجار را با در نظر گرفتن وضع مطبوعات غربی مورد تقلید - که دویست سال پس از ایجاد اولین روزنامه‌های دولتی و چند دهه بعد از مطبوعات آلمانی دوران انقلابهای دموکراتیک غربی، به روزنامه‌های خبری/تجاری تبدیل شده بودند - بررسی کرد و مشخصات آنها را به عنوان عوامل تحکیم قدرت سیاسی مطلق وقت و مجراهای انتقال تجدد اروپا به جامعهٔ قدیمی ایران تجزیه و تحلیل نمود.

توجه به سیر تحول مطبوعات در اواخر این دوره، ظهور روزنامه‌های تبعیدی در خارج کشور، نقش روزنامه‌نگاران در انقلاب مشروطیت، چگونگی تدوین اصول و مقررات خاص فعالیت مطبوعات در قانون اساسی و متمم قانون اساسی دورهٔ مشروطیت و تصویب نخستین

قانون مطبوعات ایران (با اقتباس از قانون مطبوعات وقت فرانسه) نیز در این مطالعات حائز اهمیت است.

بررسی تحولات بعدی، شامل دورانهای بسیار کوتاه آزادی نسبی مطبوعات در دوره‌های طولانی اختناق و سانسور سیاسی، تحت تأثیر استبداد صغیر، توسعه مداخلات روس و انگلیس در ایران، بروز جنگ جهانی اول و اشغال ایران، کودتای ۱۲۹۹ و ظهور و سقوط دیکتاتوری رضاخان و اوضاع و احوال خاص مطبوعات در سالهای پس از شهریور ۱۳۲۰ تا کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ و مخصوصاً وضع نامطلوب آنها در بیست و پنج سال آخر رژیم سابق، می‌تواند به شناخت بیشتر شرایط کنونی به عنوان میراث گذشته و کوشش در راه از میان بردن آثار و عوارض منفی آن، کمک کند.^{۳۸}

ب. حمایت قانونی مطبوعات

نقش حساس حاکمیت قانون در تأمین «فضای عمومی» مساعد و مطلوب فعالیتهای مطبوعاتی ایجاب می‌کند که درباره مقررات حقوقی و قوانین و آیین‌نامه‌ها و اساسنامه‌های متعدد و مختلف مربوط به مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی، بررسیهای جامعی صورت گیرد و با در نظر گرفتن کمبودها و ناهماهنگیهای موجود و با استفاده از تجربیات بسیاری از کشورهای دنیا در دهه‌های اخیر، برای تهیه و تدوین قوانین همگون و هماهنگ در زمینه مطبوعات، خبرگزاری و رادیو و تلویزیون و سینما، پیشنهادهای جدیدی ارائه شود.

به موازات کوشش در جهت تهیه و تدوین قوانین همگون و هماهنگ جدید، بررسی درباره شرایط تحکیم حاکمیت قانون و تأمین هر چه بیشتر استقلال قضایی، در جهت فراهم آوردن فضای هر چه مساعدتر برای فعالیتهای مطبوعات نیز، شایان توجه است.

در این زمینه، کوششهای مثبتی که اخیراً در حمایت قانونی از آزادی فعالیت مطبوعات کشور صورت گرفته و سبب شده تا شرایط مساعدی برای رسیدگی به جرایم مطبوعاتی در حضور هیئت منصفه در دادگاههای دادگستری فراهم گردد، مغتنم به شمار می‌رود. بدین گونه، برای نخستین بار، در طی دوره طولانی پس از انقلاب مشروطیت، که پیش‌بینی‌های قانونی مربوط به تعقیب این جرایم در حضور هیئت منصفه به اجرا در نمی‌آمدند، مطبوعات توانسته‌اند از حمایت قانونی برخوردار شوند.

ب. استقلال اقتصادی مطبوعات

ضرورت حفظ و حراست آزادی مطبوعات و اطلاعات و حمایت قانونی و قضایی آن، بیشتر بر جنبه‌های سیاسی این آزادی، برای مقابله در برابر امکانات اعمال قدرت دولت و جلوگیری از مداخله‌های غیراصولی در این زمینه استوار است. اما در عمل، تجربه فعالیت‌های مطبوعات و وسایل ارتباطی دیگر در دو قرن اخیر نشان داده است که آزادی مطبوعات و اطلاعات تنها از سوی قدرت سیاسی دولت تهدید نمی‌شود، بلکه در بسیاری از کشورها، که این تهدید از میان رفته و یا لاقلاً کاهش یافته است، چنین وضعی ناشی از تمرکز اقتصادی مطبوعات و سایر مؤسسات ارتباطی و ایجاد انحصارهای بزرگ فراگیر در تمام زمینه‌های ارتباطات و کثرت و تعدد مطبوعات به عنوان یکی از مظاهر مهم دموکراسی بوده است. به گونه‌ای که در عرصه فعالیت مطبوعات، تحت تأثیر منافع خاص سرمایه‌داری، که فقط به افزایش سطح آگهی‌های تجارتي و تأمین سودهای کلان مالی می‌اندیشد، آزادی و استقلال روزنامه‌ها و مجله‌های حامی منافع و مصالح عمومی، که در گذشته در معرض مداخله‌های دولت قرار داشته‌اند، در برابر مقتضیات منفعت‌جویی مؤسسات انحصارگر، بیش از پیش کاهش یافته‌اند و در موارد بسیار، به‌ویژه در پایتخت‌ها و شهرهای بزرگ کشورهای مرکزی سرمایه‌داری، لطمه فراوان دیده‌اند.

به همین جهت، در برخی از ممالک غربی و از جمله در فرانسه، در دوره پس از جنگ جهانی دوم، کوشش‌های مختلفی برای مقابله با خطرات تمرکز اقتصادی مطبوعات و سایر وسایل ارتباطی دیگر، صورت گرفته است، که اگرچه قاطعیت نداشته، تا حدودی از توسعه سوءاستفاده‌های بسیار فاحش مؤسسات انحصارگر حاکم بر وسایل ارتباطی، جلوگیری کرده است. توجه قوانین مطبوعاتی جدید ایران در دوره پس از پیروزی انقلاب اسلامی، به ضرورت ایرانی بودن سرمایه صاحبان مؤسسات مطبوعاتی کشور، نشانه‌ای از وقوف به خطر انحصارهای اقتصادی سرمایه‌های خارجی در فعالیت‌های ارتباطی کشور است. تجربیات اخیر کشورهای اروپای شرقی در واگذاری بسیاری از مؤسسات مطبوعاتی به انحصارهای ارتباطی غربی و تهدیدهای تازه‌ای که در این زمینه در ممالک جدید آسیای مرکزی و قفقاز پدید آمده است، هوشیاری و دوراندیشی بیشتری را برای تحکیم استقلال مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی ایجاب می‌کنند.

ت. کمکهای مالی دولت به مطبوعات

در دوره معاصر، دولتها نه تنها با احترام به آزادی مطبوعات و سایر وسایل ارتباطی و حمایت قانونی از آنها، فضای مساعد برای فعالیت این وسایل را فراهم می کنند، بلکه وظیفه دارند با در نظر گرفتن سهم ارتباطات جمعی در تأمین خدمات عمومی مورد نیاز جامعه، به ویژه آگاهی رسانی و آموزش دهی همگانی، به مسائل و مشکلات مالی آنها نیز توجه کنند. به همین جهت، در بودجه های سالانه دولتی، کمکهای مالی گوناگونی برای وسایل ارتباطی و مخصوصاً روزنامه ها و مجله ها، پیش بینی می گردد.

کمکهای مالی دولتی به وسایل ارتباط جمعی، شامل کمکهای غیرمستقیم و کمکهای مستقیم می شود. کمکهای غیرمستقیم، مانند معافیت یا تخفیف مالیاتی و گمرکی، تخفیف نرخ محمولات پستی مطبوعاتی، تخفیف نرخ تلگراف و تلکس و مکالمات تلفنی، تخفیف بهای کاغذ و تجهیزات و لوازم چاپ و نظایر آنها، معمولاً تمام مطبوعات و برخی وسایل ارتباطی دیگر را در برمی گیرد. از کمکهای مالی مستقیم، روزنامه ها و مجله های عمومی و تخصصی بدون آگهی یا کم آگهی، فرستنده های رادیویی و تلویزیونی پخش کننده برنامه های فرهنگی و هنری که از پخش آگهی های تجارتي خودداری می کنند و همچنین بعضی مؤسسات نشر کتاب، نظیر کتابهای آموزشی و کتابهای کودکان و مؤسسات سینمایی تولید و نمایش فیلمهای تجربی - هنری یا مستند و خبری، استفاده می کنند. در برخی از کشورهای غربی و مخصوصاً ممالک اسکاندیناوی، کمکهای مستقیم دولتها به وسایل ارتباط جمعی بسیار گسترده است. در اغلب این کشورها، کمکهای مستقیم دولتی بدون هدفهای خاص سیاسی و به دور از توقع هواداری از دولت یا عدم مخالف با آن، تأمین می شود. به طوری که در فرانسه، روزنامه معروف *اومانیتیه* (بشریت)، ارگان رسمی حزب کمونیست آن کشور، که اغلب در صف مخالفان دولت است، نیز مانند روزنامه *لاکروآ* (صلیب)، وابسته به سازمانهای کاتولیکی فرانسه، به سبب کمبود آگهی ها و پایین بودن تیراژ، از کمکهای مستقیم دولت برخوردار است.

در ایران، که کمکهای غیرمستقیم - هرچند، به صورت محدود- از گذشته وجود داشته و در سالهای اخیر نیز در مورد تأمین کاغذ و تجهیزات و لوازم چاپ و حتی امکانات دیگر، مانند موتورسیکلت و اتومبیل و مینی بوس، گسترش یافته است، توجه به کمکهای مستقیم، بدون لطمه زدن به استقلال مطبوعات و سایر وسایل ارتباطی، امری ضروری است. گسترش این گونه کمکها می تواند در بهبود کیفی محتوای روزنامه ها و مجله ها مؤثر واقع شود. با استفاده از چنین کمکهایی می توان با انتشار غیراصولی آگهی ها در روزنامه ها و مجله ها، به مقابله پرداخت و از آثار نامطلوب گسترش آگهی های فرصت طلبانه و خودنمایانه و نیز آگهی های مروج ارزشهای نامطلوب جوامع مصرفی سرمایه داری، جلوگیری به عمل آورد.

۲. مسائل تخصصی و حرفه‌ای مطبوعات

به موازات مطالعه و تحقیق دربارهٔ عناصر اساسی ضروری برای ایجاد محیط مساعد و مطلوب فعالیت‌های مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی، باید عوامل تخصصی و حرفه‌ای بسیاری را که از لوازم اصلی موفقیت و پیشرفت آنها محسوب می‌شوند نیز مورد مطالعه قرار داد:

الف. آموزش تخصصی روزنامه‌نگاران

در این زمینه، باید کمبودهای کنونی و ضرورت بهبود و هماهنگی برنامه‌های آموزشی دانشگاهی در سطح‌های فوق دیپلم، لیسانس و فوق لیسانس مورد توجه واقع شود. اگرچه توجه خاص به تربیت روزنامه‌نگاران و متخصصان روابط عمومی و تبلیغات در این میان اهمیت خاص دارد، اما با در نظر گرفتن وسعت دامنهٔ نفوذ برنامه‌های مختلف رادیو و تلویزیون، پیشرفت سینما و تکنیک‌های جدید تهیه و توزیع پیام‌های ارتباطی و نیز مقام ممتاز نشر کتاب در جامعهٔ کنونی ایران، بررسی مشکلات متعدد تربیت انواع نیروهای انسانی ارتباط‌گر، و جستجوی راه‌حلهای آن از طریق برنامه‌های آموزشی دانشگاهی و یا آموزش‌های تخصصی و به‌آموزی نیز ضروری است. در کنار مسائل آموزش، بررسی شرایط بهبود وضع پژوهش‌های مطبوعات و ارتباطی، نشر کتابها و مجله‌های تخصصی و ایجاد مراکز اسناد و بانک‌های اطلاعات در این زمینه نیز اهمیت شایان توجه دارد و بدون تردید چنین توجهی، به پیشرفت برنامه‌های مهم مطبوعات و ارتباطات در سطح مملکت کمک خواهد کرد.

باید یادآوری کرد که در سالهای اخیر، در این زمینه گام‌های مثبتی برداشته شده است که مهم‌ترین آنها، احیای استقلال رشتهٔ علوم ارتباطات در سطح لیسانس با دو شاخهٔ روزنامه‌نگاری و روابط عمومی، تأسیس دوره‌های فوق‌لیسانس و دکترای علوم ارتباطات در دانشگاه علامه طباطبائی، تأسیس دورهٔ لیسانس علوم ارتباطات در دانشگاه تهران و تشکیل کلاس‌های روزنامه‌نگاری حین خدمت در مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، به شمار می‌رود.

ب. استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری

بررسی دربارهٔ وضع کنونی همکاران ارتباطات جمعی و شرایط ایجاد اطمینان شغلی برای روزنامه‌نگاران و جلب مسئولیت بیشتر آنان به ایفای خدمات اجتماعی از طریق وسایل ارتباطی،

باید براساس ضرورت همکاری دولت و سازمانهای حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در این زمینه دنبال شود. از این لحاظ از یک سو، مطالعه در مورد تهیه قوانین مربوط به استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، تعریف قانونی روزنامه‌نگار، نهاد مستقل صدور کارت هویت حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، شرایط اشتغال به این حرفه و حرفه‌های وابسته، حداقل حقوق و طبقه‌بندی شغلی روزنامه‌نگار، قراردادهای کار دسته‌جمعی روزنامه‌نگاری و مقررات دیگر مکمل آنها ضروری خواهد بود و از سوی دیگر، بررسی شرایط تشویق روزنامه‌نگاران به توسعه فعالیت انجمنها و اتحادیه‌های خاص حرفه‌ای و تهیه مقدمات ایجاد نظام حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، تدوین اصول اخلاقی و شرافتی این حرفه و نیز تأسیس یک شورای عالی مطبوعات. باید خاطر نشان ساخت که با تشکیل انجمن صنفی روزنامه‌نگاران ایران در پاییز ۱۳۷۶، گام بسیار مهمی در راه تحقق هدفهای استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری برداشته شده است.

به موازات مطالعه در مورد شرایط استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، می‌توان درباره استقلال و ارتقای شغلی ارتباط‌گران دیگر و مخصوصاً برنامه‌سازان رادیو و تلویزیون، سینماگران و سایر آفرینندگان فرهنگی و هنری و همچنین متخصصان روابط عمومی و تبلیغات بازرگانی نیز به بررسی پرداخت.

پ. سازماندهی اقتصادی و مدیریت مؤسسات مطبوعات اهمیت و حساسیت اداره وسایل ارتباط جمعی و سایر امکانات ارتباطی جدید، در جوامع معاصر و نیز مشخصات ویژه ارتباطات ایران در دوره پس از پیروزی انقلاب اسلامی، لزوم مطالعه و بررسی در جهت بهبود شرایط سازماندهی اقتصادی و مدیریت اختصاصی مطبوعات و سایر وسایل ارتباطی و هماهنگی‌ها و همسویی‌های آنها را امری بدیهی جلوه می‌دهد. اگرچه در برخی دیگر از زمینه‌های تحقیقی یاد شده نیز به طور غیرمستقیم، مسائل مربوط به سازماندهی و مدیریت مطبوعات و ارتباطات جمعی دیگر مطرح می‌شوند، در عین حال، توجه مخصوص به این زمینه حساس نیز ضروری است. از این لحاظ باید عملکردهای گذشته و تجربیات کشورهای دیگر و از آن جمله مشارکت روزنامه‌نگاران و سایر ارتباط‌گران در امر مدیریت مؤسسات مطبوعاتی و ارتباطی نیز مورد نظر قرار گیرد و به طور دقیق و مشخص، راجع به شرایط اقتصادی و شیوه‌های صحیح مدیریت گروههای بزرگ مطبوعاتی و خبرگزاری جمهوری اسلامی و سایر مراکز خبری،

برخی بخشهای تخصصی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و فعالیتهای سینمایی و همچنین تشکیلات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، بررسیهای لازم به عمل آید.

در همین مورد، مدیریت دفاتر روابط عمومی، مؤسسات تبلیغات بازرگانی، چاپخانه‌ها، واحدهای تهیه کاغذ و نیز مؤسسات توزیع مطبوعات و نظایر آن نیز باید طرف توجه واقع شود.

ت. فعالیت مؤسسات ارتباطی وابسته به مطبوعات

در کنار مؤسسات مطبوعاتی و ارتباطی دیگر، مسائل مربوط به فعالیت مؤسسات وابسته به آنها، که به منزله بازوان یاری‌دهنده این وسایل، مکمل فعالیت آنها هستند، نیز اهمیت ویژه‌ای دارد و باید مورد بررسی قرار گیرد.

مؤسسات وابسته به مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی، شامل خبرگزاریها، چاپخانه‌ها، دفاتر و مؤسسات روابط عمومی، مراکز و بنگاههای تبلیغات بازرگانی، بانکهای اطلاعاتی، سازمانهای تهیه کاغذ و تجهیزات و لوازم چاپ و سایر لوازم مورد نیاز، همچون دوربین، فیلم و نوارهای صوتی و تصویری و همچنین، مؤسسات توزیع و پخش مطبوعات‌اند که هر کدام شرایط و زمینه‌های ویژه فعالیت تخصصی خویش را دارند:

۱. در دوره پس از انقلاب اسلامی، دو خبرگزاری، شامل خبرگزاری جمهوری اسلامی و واحد مرکزی خبر، در ایران فعالیت دارند. از دو خبرگزاری کنونی ایران، خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران دارای استقلال نسبی است و صرف‌نظر از وابستگی حقوقی آن به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی— که در اساسنامه برجای مانده از سازمان خبرگزاری پارس سابق، به سبب ترکیب شورای عالی این سازمان و ریاست آن از طریق وزیر مذکور، پیش‌بینی شده است— در فعالیتهای و عملکردهای خود، مستقل به‌نظر می‌رسد. این خبرگزاری با وجود گسترش فعالیتهای آن در دوره پس از پیروزی انقلاب اسلامی، مسائل خاصی دارد که مهم‌ترین آنها کمبود نیروی انسانی متخصص است. خبرگزاری دیگر «واحد مرکزی خبر»— وابسته به سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی است. در مورد این خبرگزاری، باید خاطر نشان ساخت که علاوه بر ضعف نیروی انسانی، مشکلات گوناگون سازمان صدا و سیما

و از جمله عدم استفاده کافی از گزارشهای تصویری، به ویژه در سطح بین‌المللی نیز به پیشرفت آن لطمه وارد می‌کند.

لازم به یادآوری است که اکنون با توجه به افزایش تعداد نشریات دوره‌ای ایران و برای کمک به تعدد و تنوع منابع خبری آنها، ضرورت تأسیس خبرگزاریهای مستقل با همکاری مؤسسات مطبوعاتی نیز اهمیت یافته است.

۲. چاپخانه‌های کشور، هم در سطح واحدهای دولتی و هم در سطح واحدهای خصوصی، مسائل مختلفی دارند. اما با توجه به اصل خصوصی بودن فعالیتهای نشر کتاب و مطبوعات، مشکلات چاپخانه‌های خصوصی، مهمتر است. در حال حاضر، چاپخانه‌ها بیشتر با کمبود تجهیزات و لوازم فنی مورد نیاز روبه‌رو هستند. بسیاری از چاپخانه‌های خصوصی به سبب دشواریهای مالی و محدودیتهای ارزی سالهای اخیر موفق نشده‌اند از امکانات تکنولوژیهای نوین حروفچینی و چاپ بهره‌مند شوند. به همین جهت، بر اثر فرسودگی ماشینهای قدیمی، کارایی لازم را ندارند. مشکلات مربوط به کمبود و گرانی کاغذ و زینک و مرکب و شرایط نامساعد نشر کتاب، که اخیراً بیشتر باعث گرانی فوق‌العاده بهای کتابها شده است نیز به وضع اقتصادی چاپخانه‌ها لطمه وارد می‌سازد. ضعف نیروی انسانی متخصص از مسائل مهم چاپخانه‌ها به شمار می‌رود و ضرورت توجه بیشتر به ایجاد و توسعه دوره‌های آموزشی خاص آن را ایجاب می‌نماید. مسائل و مشکلات چاپخانه‌ها در شرایط کنونی که نسبت به سالهای پیش، تعداد روزنامه‌ها و مجله‌های کشور افزایش یافته است، می‌تواند در پیشرفت و گسترش مطبوعات، آثار منفی برجای گذارد.

۳. بهبود فعالیتهای روابط عمومی وزارتخانه‌ها و سازمانهای دولتی، در سالهای اخیر، طرف توجه قرار گرفته است. اما در عمل، به علل مختلف و از جمله عدم توجه کافی مدیران در سطحهای گوناگون به اهمیت روابط عمومی در پیشبرد برنامه‌های سازمان تحت مسئولیت آنها، متصدیان دفاتر روابط عمومی، نمی‌توانند نقش مطلوب خویش را در این زمینه ایفا کنند و با مطبوعات و سایر وسایل ارتباطی، همکاریهای مثبتی برقرار سازند.

عدم توجه به ضرورت تخصص حرفه‌ای کارشناسان روابط عمومی و بی‌اعتنایی به لزوم آموزش این رشته در مؤسسات عالی آموزشی و دانشگاهها، که حتی در دوره پس از پیروزی انقلاب، به حذف رشته مذکور از برنامه‌های آموزش عالی منتهی گردید، به تربیت متخصصان

مورد نیاز کشور در این زمینه، لطمات شدیدی وارد کرده است. خوشبختانه در سالهای اخیر، بر اثر کوششهای گروه علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی - که برنامه‌های دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی سابق را دنبال می‌کند - بار دیگر آموزش این رشته در سطح دانشگاهی از سر گرفته شده است و دانشجویان علاقه‌مند به آن، می‌توانند در دوره لیسانس علوم ارتباطات، در کنار دانشجویان روزنامه‌نگاری، در شاخه تخصصی روابط عمومی تحصیل کنند.

تأسیس انجمن روابط عمومی ایران - که از چند سال پیش با کوشش و همکاری مسئولان بخشهای روابط عمومی مؤسسات دولتی و خصوصی و به‌ویژه فارغ‌التحصیلان سابق دوره لیسانس روابط عمومی دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی شروع به فعالیت کرده است - نیز در بهبود شرایط کار دفاتر روابط عمومی و توجه بیشتر به پیشرفت آنها، که به نوبه خود بر ارتقای سطح مدیریت بخشهای دولتی و خصوصی و همچنین کمک به انجام وظایف روزنامه‌نگاران تأثیر می‌گذارد، مؤثر خواهد بود.

۴. فعالیتهای تبلیغات بازرگانی که در نخستین سالهای پس از پیروزی انقلاب و در طول جنگ تحمیلی عراق علیه ایران، عملاً راکد و حتی متوقف شده بود، در سالهای اخیر از سر گرفته شده است و به همین لحاظ مؤسسات تازه فراوانی برای دنبال کردن این فعالیتهای تأسیس گردیده‌اند و جای مؤسسات قدیمی را که اغلب بر اثر رکود ناگهانی فعالیتهای تبلیغاتی و همچنین عدم همگونی و هماهنگی آنها با هدفها و آرمانهای انقلاب اسلامی ایران تعطیل شده بودند، پر کرده‌اند. در اوضاع و احوال کنونی، فعالیت تبلیغات بازرگانی کشور با تعارضها و دشواریهای مختلفی روبه‌روست. از یک سو، تحت تأثیر شرایط انقلاب و ضرورت مقابله با شیوه‌های غیراصولی و ارزشهای نامطلوب زندگی جوامع مصرفی سرمایه‌داری و لزوم جلوگیری از گسترش نیازهای کاذب - که بر اثر شیوه‌های تبلیغات بازرگانی معمول در کشورهای غربی پدید می‌آید. - نگرشهای فکری مساعدی نسبت به این گونه تبلیغات وجود ندارند. از سوی دیگر، با تمام تأکیدهایی که در برخی از متنهای قانونی و مقررات مربوط به وسایل ارتباطی و به‌ویژه آیین‌نامه فعالیت مؤسسات تبلیغات بازرگانی، بر کاربردهای نامطلوب آگهی‌های تجارتي مشاهده می‌شود، آگهی‌های مربوط به کالاها و خدمات غیرضروری یا تفریحی و تجملی، اخیراً گسترش سریعی پیدا کرده است. تا جایی که می‌توان گفت سطح کمی آگهی‌های تجارتي در برخی از روزنامه‌های بزرگ روزانه، گاهی بر سطح کمی آنها در دوره

پیش از انقلاب هم فزونی یافته است. علاوه بر این، بعضی آگهی‌ها، مانند آگهی‌های تبریک و تسلیت — که صفحه اول و صفحات داخلی روزنامه‌های روزانه را می‌پوشانند و اغلب معرف فرصت‌طلبی‌ها و خودنمایی هستند — با اصول اخلاقی و آرمانهای انقلابی تعارض دارند. آگهی‌های بازرگانی پخش شده از برنامه‌های سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و مخصوصاً آگهی‌های مربوط به بانکها نیز چه از جهت طولانی بودن زمان آنها و چه عدم انطباق آنها با هدفها و آرمانهای انقلاب، قابل انتقادند.^{۳۹}

تبلیغات بازرگانی هم مانند روابط عمومی، به تربیت متخصصان نیاز دارد. به همین لحاظ باید در سطح آموزش دانشگاهی، برای این رشته نیز برنامه‌های خاصی پیش‌بینی شود. بدیهی است که در محتوای این برنامه‌ها باید از تقلید شیوه‌های تبلیغات بازرگانی معمول در کشورهای سرمایه‌داری اجتناب شود و به ضرورت‌های ملی، توجه گردد.

۵. سازمانهای تهیه کاغذ و تجهیزات فنی چاپ و مؤسسات مشابه هم که با مساعدت و همکاری دولتها اداره می‌شوند، به پیشرفت و گسترش فعالیتهای مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی، کمکهای بسیار مؤثری می‌کنند. در دوره پس از پیروزی انقلاب و به‌ویژه در سالهای جنگ تحمیلی عراق علیه ایران، از طریق وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزارت بازرگانی و همکاری اتحادیه ناشران کتاب و مؤسسات مطبوعاتی، کوششهای مهمی برای تأمین کاغذ مورد نیاز کتابها و روزنامه‌ها و مجله‌ها صورت گرفته است. در عین حال، مشکلات گوناگونی در این زمینه وجود دارند و کمبود و گرانی کاغذ، به توسعه مطبوعات لطمه وارد می‌سازد. در مورد تأمین تجهیزات و لوازم چاپ و همچنین تدارک فیلم و نوارهای صوتی و تصویری و دوربین و لوازم دیگر مورد نیاز سینما و رادیو و تلویزیون، باید تسهیلات و کمکهای دولتی بیشتری در اختیار وسایل ارتباط جمعی گذاشته شود. در اغلب کشورها — همان‌طور که یادآوری گردید — دولتها در این زمینه‌ها برنامه‌های کمک به وسایل ارتباط جمعی را مورد حمایت مداوم قرار می‌دهند و در برنامه‌های توسعه ملی و بودجه‌های سالانه، مبالغ هنگفتی را برای این‌گونه کمکها پیش‌بینی می‌کنند و طبیعی است که در ایران نیز باید به این امر توجه بیشتری مبذول گردد.

۶. مؤسسات توزیع و پخش روزنامه‌ها نیز در موفقیت و پیشرفت مطبوعات نقش مهمی دارند. تأمین هزینه‌های توزیع روزنامه‌ها و مجله‌ها در اقتصاد مطبوعات اهمیت حیاتی دارد.

به گونه‌ای که بسیاری از مطبوعات جدید در کشورهای مختلف دنیا، به سبب عدم امکان تأمین مخارج سنگین پخش نسخه‌های آنها در حوزه‌های ملی و محلی موردنظر، در همان آغاز فعالیت خود با شکست روبه‌رو می‌شوند و تعطیل می‌گردند. در بعضی از ممالک غربی، تحت تأثیر سلطه انحصاری مؤسسات توزیع مطبوعات، که سهم بسیار بالایی از بهای مطبوعات را به خود اختصاص می‌دهند، روزنامه‌ها و مجله‌های مستقل و کم‌آگهی وضعیتی بحرانی می‌یابند و به تعطیل کشیده می‌شوند.

در ایران متأسفانه در دوره پیش از انقلاب به علت محدودیتهای گوناگون دولتی در راه تأسیس و توسعه مطبوعات، نسبت به توزیع و پخش روزنامه‌ها و مجله‌ها نیز کمکی صورت نمی‌گرفت و حتی در آن کارشکنی می‌شد. و بعضی از سازمانهای خصوصی ایجاد شده در این زمینه هم تنها به سبب وابستگی به حکومت یا حزب حاکم وقت از حمایت دولت برخوردار می‌گردیدند. دو گروه بزرگ مطبوعاتی، شامل اطلاعات و کیهان نیز با امکانات خاص خود، شبکه توزیع و پخش نشریات خویش را اداره می‌کردند. اکنون با ایجاد شرایط مساعد برای افزایش تعداد روزنامه‌ها و مجله‌ها و جلب توجه خوانندگان به مطالعه آنها، دولت باید برای مسائل و مشکلات موجود در توزیع مطبوعات کشور، مخصوصاً برای شهرستانها، پیش‌بینی‌های مناسب و مؤثری معمول دارد.^{۴۰}

۳. مسائل خاص مطبوعات

علاوه بر مسائل اساسی و مسائل تخصصی و حرفه‌ای مطبوعات، که در صفحات قبل مورد بررسی قرار گرفت، مطالعه و تحقیق درباره برخی مسائل خاص آنها نیز بسیار ضروری است. در میان مسائل اخیر، می‌توان برای پیشرفت و گسترش مطبوعات محلی، که در تمام کشورهای جهان طرف توجه فراوان قرار دارد و همچنین بهبود وضع مطبوعات ورزشی، مطبوعات کودکان، نوجوانان و جوانان و مطبوعات عامه‌پسند، اهمیت فراوانی در نظر گرفت.

علاوه بر زمینه‌های اخیر، بررسی نقش و کاربرد مطبوعات در برنامه‌های توسعه ملی و به‌ویژه توجه به مقام مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی در برنامه سوم توسعه و برنامه ۲۵ ساله توسعه کشور و نیز مطالعه درباره گسترش بیشتر اخبار توسعه در ارتباطات جمعی ایران، باید

طرف توجه قرار گیرد. به موازات آنها، بررسی راجع به وظایف مطبوعات در مقابله با سلطه فرهنگی و ارتباطی جهانی هم حائز اهمیت است.

مطالعات و تحقیقات در زمینه محتویات و مندرجات مطبوعات و چگونگی هماهنگی آنها با نیازهای واقعی و منافع ملی کشور و شناخت خوانندگان و آثار اجتماعی مطبوعات و استفاده از این بررسیها در راه اعتلای کیفیت روزنامه‌ها و مجله‌ها نیز باید مورد توجه واقع شود.

نتیجه‌گیری: چشم‌انداز توسعه مطبوعات مستقل و کثرت‌گرا با ارزیابی کوشش‌های مثبتی که در سالهای اخیر، بعد از پایان جنگ عراق و ایران، در جهت ایجاد «فضای عمومی» مساعد توسعه مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی، صورت گرفته است، می‌توان به این نتیجه رسید که بین هدفها و سیاستهای ملی جدید ایران، برای مقابله با «توسعه نیافتگی تعارض آمیز مطبوعات» و فراهم آوردن شرایط تقویت و تحکیم آزادی مطبوعات و تأمین استقلال اقتصادی آنها و نیز بهبود آموزش روزنامه‌نگاری و پیشرفت استقلال حرفه‌ای آن از یک سو و هدفها و خط مشیهای ارتباطی نوین «یونسکو» در سطح جهانی، به صورت منعکس شده در اعلامیه سمینار آلماتا، (اکتبر ۱۹۹۲) راجع به پیشبرد وسایل ارتباط مستقل و کثرت‌گرای آسیایی از سوی دیگر، نوعی همگونی و هماهنگی وجود دارد.

در واقع، اغلب هدفها و توصیه‌های مندرج در اعلامیه سمینار آلماتا (شامل قانونگذاری برای تضمین آزادی بیان و مطبوعات و اطلاعات و از میان بردن موانع تأسیس نشریات جدید، تأمین امکانات بیشتر برای کمک به جریان آزاد اطلاعات، بهبود آموزش مهارتهای حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و اصول مدیریتی مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی، تأمین استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری از طریق ایجاد و توسعه اتحادیه‌ها و سندیکاهای روزنامه‌نگاران و انجمنهای مدیران و ناشران و همچنین حمایت از حفظ امنیت و سلامت روزنامه‌نگاران برای انجام وظایف آنان و بالاخره، توجه به موانع اقتصادی توسعه مطبوعات مستقل و متنوع و راههای مقابله با آنها) در حدود دو سال پیش از تشکیل این سمینار، در «نخستین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران»، که در زمستان ۱۳۶۹ در تهران برگزار شد، مطرح گردید.^{۴۱}

در سمینار اخیر، مسائل اساسی و حرفه‌ای و تخصصی مطبوعات ایران در دوازده زمینه گوناگون، با ارائه ۳۰ مقاله از سوی محققان و متخصصان ایرانی، مورد بررسی و ارزیابی قرار

گرفت. در جلسات سمینار در رأس زمینه‌های بررسی شده، به فضای مطلوب آزادی مطبوعات، تحکیم حاکمیت قانون و لزوم تجدیدنظر در قوانین مطبوعاتی و تأمین استقلال اقتصادی مطبوعات و کمکهای دولتی، پرداخته شده و در کنار آنها، آموزش روزنامه‌نگاران، استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، مدیریت مؤسسات مطبوعاتی و فعالیت مؤسسات وابسته به مطبوعات (شامل خبرگزاریها، دفاتر روابط عمومی و آژانس‌های تبلیغات بازرگانی)، تهیه و توزیع کاغذ و تجهیزات چاپ و توزیع و پخش مطبوعات، مورد تجزیه و تحلیل واقع شدند. به موازات آنها، موضوعهای مهمی چون مطبوعات و توسعه ملی، مطبوعات و امنیت ملی، مطبوعات و تهاجم فرهنگی، شناخت خوانندگان و بهره‌مندی از مطبوعات نیز مطرح گردیدند.

هر چند پس از آن، برای اجرای هدفهای مورد توجه سمینار و توصیه‌های نهائی آن، به منظور جستجوی راه‌حلهای مسائل مطرح شده از سوی سازمانهای اجرائی دولتی و مؤسسات مطبوعاتی و ارتباطاتی، هیچ خط مشی و برنامه مشخصی پدید نیامد و هیچ اقدام مستقیمی در این زمینه، صورت نگرفت، اما در عمل، تأثیر غیرمستقیم سمینار، به تدریج به خودنمایی پرداخت. به طوری که چند ماه بعد در پائیز ۱۳۷۰، برای اولین بار در ایران، دادرسی جرایم مطبوعاتی در حضور هیئت منصفه، شروع شد. زیرا با آنکه پس از انقلاب مشروطیت به موجب متمم قانون اساسی مصوب ۱۳۲۵ هجری قمری، ضرورت حضور هیئت منصفه در دادرسیهای مطبوعاتی ضروری شناخته شده بود، در طول ۷۰ سال فاصله آن تا زمان پیروزی انقلاب اسلامی، هرگز چنین امری تحقق نیافته بود و بعد از ایجاد جمهوری اسلامی هم با وجود پیش‌بینی این ضرورت بر مبنای اصل ۱۶۸ قانون اساسی جدید، برای آن نمونه عملی فراهم نگردیده بود.

توجه به تجدید نظر در قانون مطبوعات، که در سال ۱۳۷۴، در طول چندین ماه، محققان و متخصصان و روزنامه‌نگاران و سیاستمداران را به بحث درباره بهبود شرایط انتشار روزنامه‌ها و مجله‌ها و رفع موانع آن مشغول ساخت و یک برنامه پژوهشی جدید مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، برای بررسی «مبانی حقوقی آزادی مطبوعات»، به منظور کمک به تدوین قانون جدید مطبوعات را به همراه آورد، می‌تواند در جهت مساعدتر شدن فضای عمومی آزادی مطبوعات و حاکمیت قانون، معرفی شود.

با در نظر گرفتن تحولات مثبت یاد شده در فضای عمومی مطلوب آزادی مطبوعات در ایران، باید امیدوار بود که یکی از مهم‌ترین موانع نهادی این آزادی، که ضرورت کسب اجازه

قبلی برای تأسیس و انتشار روزنامه‌هاست و میراث نامطلوب بازمانده از نظامهای استبدادی و خودکامه پیشین ایران بشمار می‌رود نیز به زودی، با پی‌گیری برنامه دولت جدید، برای تجدیدنظر در قانون مطبوعات، از میان برداشته شود.

بحث‌های مداوم سالهای اخیر در مورد ضرورت نهادی شدن کمکهای دولتی به مطبوعات، تأکید اخیر مسئولان دولتی بر اهمیت گسترش فعالیت تشکلهای حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، شروع بررسیهای جدید برای تهیه مقررات قانونی تازه تبلیغات بازرگانی، نیز همه نشانه‌های آمادگی بیش از پیش، برای اقدام به حل مسائل مطبوعات ایران محسوب می‌شوند. بهبود وضع آموزش روزنامه‌نگاری، که علاوه بر گسترش آن در دوره‌های لیسانس و فوق لیسانس، با ایجاد دوره دکتری علوم ارتباطات و کمک به تأمین اعضای هیئت علمی مورد نیاز این رشته در دانشگاههای کشور، وارد مرحله مؤثرتری شده است نیز در این زمینه قابل توجه است.

در شرایط کنونی، اجرای طرح پژوهشی موردنظر درباره «توسعه مطبوعات مستقل و کثرت گرا در ایران»، که با کمک یونسکو و همکاری «انستیتوی مطبوعات فرانسه» در گروه علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی و مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها در حال تحقق است، می‌تواند برای توسعه مطبوعات کشور و انطباق آن با ضرورت‌های پیشرفت آزادی و استقلال و توسعه ملی، بسیار مفید و مؤثر واقع شود.

گزارش نهائی این پژوهش نیز بی‌تردید بر جلب توجه هر چه بیشتر مقامات دولتی به حل مسائل کنونی مطبوعات ایران و برخورداری از پشتیبانی معنوی «یونسکو» به منظور معرفی الگویی مطلوب از توسعه مطبوعاتی و ارتباطی در منطقه وسیع آسیای مرکزی و غربی و در جهت همکاریهای مطالعات و تحقیقات ارتباطات در این منطقه، تأثیر خواهد گذاشت.

اکنون چنین به نظر می‌رسد که در دهمین سال پایان جنگ عراق علیه ایران که نقطه عطف بهبود شرایط توسعه مطبوعات در دوره پس از انقلاب اسلامی به شمار می‌رود، بر اثر کوششهای دولت جدید برای پیشرفت جامعه مدنی و توسعه سیاسی کشور، چشم‌انداز توسعه مطبوعات مستقل و کثرت‌گرا در ایران، روشن‌تر و امیدبخش‌تر شده است.

پی‌نوشت‌ها

۱. دکتر کاظم معتمدنژاد، «همکاریهای منطقه‌ای در معارضة جهانی سازی اقتصادی و هویت‌جویی فرهنگی: ملاحظاتی درباره گزارش هیئت اعزامی «یونسکو» برای امکان‌سنجی راجع به تأسیس مرکز مطالعات و تحقیقات ارتباطات در آسیای مرکزی، رسانه، س ۶، ش ۳، (پاییز ۱۳۷۴)، صص ۲ تا ۱۷.
۲. دکتر کاظم معتمدنژاد، «دگرگونی سیاستها و برنامه‌های ارتباطی «یونسکو»: «استراتژی نوین ارتباطی»، به جای «نظم نوین جهانی اطلاعات و ارتباطات» با توجه خاص به «پیشبرد وسایل ارتباطی آزاد، مستقل و کثرت‌گرا» و پشتیبانی مجدد از «جریان آزاد اطلاعات»، رسانه، س ۶، ش ۴، (زمستان ۱۳۷۴)، صص ۲ تا ۱۵.
3. Salvador P.Lorez. *Freedom of Information, 1953: Report Submitted to United Nations Economic and Social Council*. New York: United Nations, (Document E./ 2426), 1953.
4. Unesco. *Mass Media in the Developing Countries: A Unesco Report to the United Nations*. Paris: Unesco (Reports and papers on Mass Communication, 33), 1961.
5. Barnett R-Rubin. "Media policy in Asia: Obstacles to Freedom of Information". Paper Presented to the Seminar on Promoting an Independent and pluralistic Asian Media, Alma Ata, 5-6 October 1992, paris: Unesco (KAZ 192/ CRP. 1-5 Augst 1992), pp. 13-19.
6. Declaration of Windhoek on Promoting an Independent and Pluralistic African Press, May 3, 1991.
۷. برای آگاهی بیشتر در مورد این اعلامیه، به مأخذ شماره ۲، مراجعه شود.
8. "... Congress Shall Make no Law... Abridging Freedom of Speech or press...".
9. Optimisme Sceptique.
۱۰. برای مطالعه در این زمینه، می‌توان به مأخذ زیر مراجعه کرد:
- دکتر کاظم معتمدنژاد، با همکاری دکتر ابوالقاسم منصفی، *روزنامه‌نگاری: با فصلی جدید در بازنگری روزنامه‌نگاری معاصر*. چاپ چهارم. تهران: نشر سپهر، ۱۳۷۲، صفحات ۶۵ تا ۸۱.
11. Raymond B. Nixon. "Factors Related to Freedom in National Press Systems." *Journalism Quarterly*, Winter 1960, PP. 13-28.
12. Raymond B. Nixon. "Freedom in the World Press." *Journalism Quarterly*, (Winter 1965), PP. 6-22.
13. The Freedom of Information, Center of School of Journalism, University of Missouri.
14. Ralph L.Lowenstein.
15. The Predictor.
16. Ralph L.Lowenstein. "Press Freedom as a Political Indicator" in H.-D. Fiscger and John C. Merrill (eds). *International Communication: Media, Channels, Functions*, (new York: Hasting House, 1972), p. 130.
17. The press and Critical Ability (P.I.C.A.)
18. Ibid. PP. 131-133.
19. David H. Weaver et al. "press Freedom, Media and Development, 1950-1979: A study of 134 Nations". *Journal of Communication*, Vol. 35, No. 2, (Spring 1985), pp. 104-117.
۲۰. دکتر عطاءاله مهاجرانی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در بیانات خود به مناسبت افتتاح پنجمین جشنواره مطبوعات در اردیبهشت ۱۳۷۷، بر انتشار بیش از ۸۰۰ روزنامه و مجله و نشریه دوره‌ای مختلف، تأکید گذاشت.
۲۱. در گزارش سال ۱۳۷۳ دولت جمهوری اسلامی ایران به دولت عربستان سعودی، برای معرفی تعداد زائران ایرانی جهت شرکت در مراسم حج آن سال، که در مورد تمام کشورهای مسلمان بر مبنای ۱/۱۰ جمعیت محاسبه می‌شود، تعداد ۶۵ هزار نفر سهمیه مورد تقاضا، با توجه به ۶۵ میلیون نفر جهت ایران مطرح شده بوده است.
۲۲. کیهان، (۸ دی ماه ۱۳۷۳) ص ۲.

۲۳. ارزیابی وضع مطبوعات ایران، (تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۳)، ص ۱.
۲۴. این روزنامه‌ها، شامل ۱۲ روزنامه فارسی (برابر، ابرارورزشی، آفتاب‌گردان، جهان اقتصاد، جهان اسلام، اطلاعات، همشهری، ایران، جمهوری اسلامی، کیهان، سلام، کاروکارگر، ۳ روزنامه انگلیسی (ایران نیوز، کیهان اینترنشنال و تهران تایمز)، یک روزنامه عربی (کیهان العربی) و یک روزنامه ارمنی (آلیک) بوده‌اند. لازم به یادآوری است که در سال ۱۳۷۴، روزنامه جهان اسلام توقیف و تعطیل شده بود و از تیرماه همان سال روزنامه روزانه اخبار منتشر گردیده بود.
۲۵. در میان این روزنامه‌ها، ۵ روزنامه فارسی (آیندگان، اطلاعات، کیهان، پیغام امروز و رستاخیز)، ۲ روزنامه انگلیسی (کیهان اینترنشنال و تهران جورنال)، یک روزنامه فرانسه (ژورنال دو تهران) یک روزنامه ارمنی (آلیک)، وجود داشتند.
۲۶. این روزنامه‌ها، شامل اطلاعات، کیهان، جمهوری اسلامی، کیهان، انگلیسی، تهران تایمز و آلیک بودند.

27. Jacques Barratl. *Geographe Economique des Medias. Diversitedes Tiers Mondes.* (Paris: Litec, 1992). Pp. 296-337.

28. I bid. P. 303.

29. *Turkey at a Glance, 1991, Ankara. The General Directorate of press & Information of the Turkish Republic, (April 1991).*

30. Jacques Barrat, op.cit, pp. 326-327.

۳۱. در بررسی جاری، امکان مقایسه تیراژ روزنامه‌های غیرروزانه و نشریه‌های دوره‌ای دیگر ترکیه و ایران فراهم نشد. زیرا در جدول‌های مربوط به مطبوعات دو کشور در سالنامه آماری یونسکو در سال ۱۹۹۳، راجع به تیراژ روزنامه‌های غیرروزانه ایران و نشریه‌های دوره‌ای ترکیه، اطلاعاتی درج نشده بود.

۳۲. در این جدول، شاخصهای مربوط به روزنامه‌های روزانه، به سبب ارائه قبلی آنها در بالا با استفاده از سالنامه آماری یونسکو و نیز شاخصهای مربوط به سینما، رادیو و تلویزیون، به لحاظ خارج بودن از بحث ویژه مطبوعات، عرضه نشده‌اند.

۳۳. برای بررسی بیشتر درباره تحول وسایل ارتباط جمعی و از جمله مطبوعات ایران و ریشه‌های تاریخی و سیاسی توسعه نیافتگی آنها به مأخذهای زیر مراجعه شود:

- Kazem Motamed Nejad. "Impact of Mass Media on Iranian Society". Paper Presented to Advanced Summer Study Seminar Honolulu, Hawaii, East-West Communication Institute, (July-August 1977), 150 pp.
- Kazem Motamed Nejad. "Communication and Westernization: Mass Media and National Culture in Iran". Paper Presented at the Xith World Conference of the International Association for Mass Communication Resarch (I.A.M.C.R). Warsaw, Poland, Sptember 1978, 76 pp.

۳۴. دکتر کاظم معتمدنژاد، با همکاری دکتر ابوالقاسم منصفی، *روزنامه‌نگاری: با فصلی جدید در بازنگری روزنامه‌نگاری معاصر*، صص ۴۴۶-۴۴۴.

۳۵. برای بررسی عوامل اجتماعی، تاریخی توسعه نیافتگی مطبوعات ایران، به مأخذ زیر مراجعه شود:
 هادی خانیکی، عوام اجتماعی توسعه نیافتگی مطبوعات ایران با تأکید بر دو دوره پراکندگی و تمرکز قدرت سیاسی: (۱۲۸۵-۱۲۹۹) و (۱۳۲۰-۱۳۰۰)، پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، گروه علوم ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، سال تحصیلی ۷۴-۱۳۷۳.

۳۶. کیهان، (۲۵ اسفند ۱۳۵۹)، ص ۱۶.

37. Anthony Hyman, *Iranian press: Frcedom within Limit. Index on Censarshiy,* No.2, 1990, p. 26.

۳۸. برای مطالعه بیشتر در این باره به مأخذهای زیر مراجعه شود:
- دکتر کاظم معتمدنژاد، *مبانی حقوقی آزادی مطبوعات: بررسی تطبیقی مقررات تأسیس و انتشار مطبوعات در قوانین مطبوعاتی ایران و چند کشور دیگر جهان*. (تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۷).

۳۹. در مورد مسائل مؤسسات وابسته به مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی ایران، چند طرح پژوهشی از سوی «مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها» در معاونت فرهنگی و مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. دنبال می‌شوند.
۴۰. برای مطالعه در مورد تحول مبانی حقوقی تبلیغات بازرگانی در ایران، می‌توان به مأخذ زیر مراجعه کرد: دکتر کاظم معتمدنژاد، *مقررات حقوقی تبلیغات بازرگانی*، (تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۶).
۴۱. *مجموعه مقالات نخستین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران* (تهران: ۶ تا ۸ اسفند ۱۳۶۹)، (تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، معاونت مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۶۹).

نقش مطبوعات در توسعه ملی ایران

عباس عبدی

هم‌رسانه‌ها، و به‌معنای خاص آن مطبوعات، و هم توسعه در ادبیات علوم اجتماعی کنونی جامعه جایگاه ویژه‌ای دارند. اگر یک تقسیم‌بندی ابتدایی را در مورد این دو مقوله بپذیریم، اولی نقش ابزاری دارد و دومی یکی از اهداف عمده اجتماعی تلقی می‌شود. طبعاً می‌توان حول این دو مقوله و چگونگی ارتباط میان آنها پرسشهایی را مطرح کرد. پرسشهایی از قبیل توسعه ملی چیست؟ موانع آن در ایران کدام است؟ تحقق آن از چه مسیرهایی ممکن است؟ توسعه چه تحولی را در رسانه‌ها ایجاد می‌کند؟ نقش رسانه‌ها به‌ویژه مطبوعات به عنوان یک ابزار در تحقق توسعه ملی چگونه است؟ و الی آخر.

مقاله حاضر درصدد است که پاسخهایی اجمالی به پرسشهای مذکور داده و به پرسش اخیر نیز بیشتر بپردازد.

۱. توسعه ملی

ظاهراً به نظر می‌رسد که محقق کردن «توسعه» نه تنها یک هدف و مطلوب برای کشورهای در حال توسعه تلقی می‌شود، بلکه به عنوان ضرورتی انکارناپذیر نیز جلوه‌گر است، که در صورت عدم تحقق آن، بقای این جوامع دچار مخاطره جدی می‌شود.

از سوی دیگر توسعه جز در قالب «ملی» معنا و مفهوم واقعی ندارد، زیرا که واحدهای شناخته شده بین‌المللی که در تعامل و داد و ستد با یکدیگرند، واحدهای «ملی» هستند، و اگر برنامه‌هایی برای توسعه «منطقه‌ای» (کوچکتر یا بزرگتر از «توسعه ملی») نیز به اجرا در آید، صرفاً پس از تأیید یا موافقت واحد «ملی» قابل اجراست، زیرا واحدهای تصمیم‌گیری مشروع و قانونی، «واحدهای ملی» هستند. به همین دلیل ضرورتاً می‌بایست از قید «ملی» در عنوان «توسعه» سود جست، تا بدین وسیله بر شرایط و زمینه‌های متفاوت و مرتبط «واحدهای ملی» با مقوله توسعه تأکید گردد. و به‌طور ضمنی نیز تصریح می‌شود که «توسعه» در عین آنکه می‌تواند تعریف و

معنای واحدی داشته باشد، ولی به لحاظ گوناگونی‌های «واحد‌های ملی» الزاماً یک سیاست‌گذاری عام که تمام کشورها را شامل شود ندارد، بلکه هر نوع قضاوت نسبت به یک عمل یا فرآیند توسعه‌ای صرفاً در ارتباط با شرایط محیطی «واحد ملی» امکان‌پذیر و دارای معناست.

به‌همین دلیل در مورد ایران نیز می‌باید ابتدا معنا و مفهوم اصلی «توسعه ملی» در این مرحله تاریخی را روشن کرد و توضیح داد که تنگناهای اصلی آن کدام است، سپس به نقش مطبوعات در رفع این تنگناها و کمک به معضل توسعه پرداخت.

«توسعه ملی» دارای وجوه گوناگون اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است و طبعاً هر نوع تعریف کلانی که از «توسعه» شود، ساختار و رفتار متناظری را در وجوه چهارگانه فوق می‌باید برای آن تعریف کرد. و اگر یکی از وجوه مذکور بنا به دلایلی خود را با شرایط پیشرفته وجوه دیگر انطباق ندهد، توسعه ناهمگون یا نامتوازن به وقوع می‌پیوندد که به عدم تعادل اجتماعی منجر و جامعه دچار مشکل می‌شود.

از کلمه «توسعه» تعاریف متفاوتی ارائه شده است. هرکس بنا به گرایش و دیدگاه خود، تعریفی از توسعه به دست داده، و طبعاً این اصل در مورد نویسنده هم صادق است. بنده به تناسب دیدگاههای خودم، سعی می‌کنم که تعریفی مثبت یا پوزیتیو از توسعه ارائه کنم. گرچه می‌دانم تعاریفی از این نوع طبعاً جامع و مانع نیست ولی یک حسن مهم دارد که در تعاریف دیگر نیست و آن اینکه قبول این تعاریف می‌تواند شاخصهای عملی و ملموسی را در اختیار قرار دهد. به خصوص که باید سعی کرد تا حد ممکن از دخالت معیارهای ارزشی در تعریف پدیده‌های خارجی و عینی اجتناب کرد.

تعریف مورد قبول نویسنده از «توسعه» عبارت است از: افزایش توان تولیدی انسانها. یعنی متوسط انسان یک جامعه به هر اندازه که بتواند بر کارایی و ارزش افزوده خود بیفزاید، آن جامعه توسعه یافته‌تر است. با این تعریف، بسیاری از کشورهای پُردرآمد فعلی (مثل کویت، عربستان و...) در زمره کشورهای توسعه یافته قرار نمی‌گیرند. ایران نیز در رده پایین‌تری از وضع موجود ارزیابی می‌شود، زیرا اگر درآمد سرانه را ملاک رده‌بندی بگیریم، بخش مهمی از درآمد ما ناشی از استخراج و فروش نفت است که ربط زیادی به نیروی انسانی ندارد. به همین ترتیب

در یک جامعه معین، انسان «توسعه یافته» در مقایسه با دیگر اعضای جامعه، کسی است که نسبت به دیگران توان تولیدی (به مفهوم عام) بیشتری داشته باشد.

توجه شود که از این تعریف نمی توان نتیجه گرفت که انسان یا جامعه «توسعه یافته تر» بهتر از انسان یا جامعه «عقب مانده تر» است. هیچ بار ارزشی بر این توسعه مترتب نیست. بحث ارزشها در جای دیگری مطرح است. به معنای فوق ممکن است انسانهای بسیاری باشند که درعین توسعه یافتگی، بسیار متقلب و بد باشند و برعکس.

با این تعریف از توسعه می توان وجوه متناظر سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی آن را نیز حدوداً معین کرد. مثلاً در عرصه اقتصاد، افزایش تولیدات صنعتی، ماشینی شدن کشاورزی، حاکمیت عقلانیت بر مدیریت و مؤسسات تولیدی و موارد دیگر لازمه وضعیت اقتصادی جامعه و قرار گرفتن در روند توسعه ملی است.

از نظر اجتماعی تحول در شهرنشینی، رشد آموزش، کاهش ابعاد خانواده، مشارکت بیشتر اجتماعی، افزایش نقش زنان در جامعه، ایجاد نظام اداری قدرتمند و کارآمد، تعمیم بیشتر عدالت اجتماعی، تحول در حقوق عمومی و خصوصی و... ساختهای متناظر اجتماعی برای تحقق توسعه ملی است، اگرچه این ساختها خود زاینده توسعه ملی هم هست.

به لحاظ فرهنگی نیز پیشه ساختن تساهل و افزایش احترام به آفرینشهای فرهنگی و همگانی تر شدن ارتباطات و بهره مندی بیشتر از آنها و نیز دور شدن نسبی از بعضی خصیلههای فرهنگی محلی و منطقه ای را می توان آثار ناشی از توسعه نامید.

از نظر سیاسی نیز تحولات ناشی از توسعه چشمگیر است. اگر کلیت توسعه سیاسی را به معنای افزایش ظرفیت و کارایی سازمان سیاسی جامعه برای حل و فصل تضادهای منافع فردی و اجتماعی بدانیم، در نظامهای توسعه یافته برای تحقق این هدف حکومتها باید هویت ملی را تحکیم بخشند و اشاعه دهند، و گروههای هرچه بیشتری را برای بالابردن سطح اعتماد متقابل میان افراد جامعه و آنان با دولت وارد عرصه سیاست کنند. همچنین تواناییهای نظام را در حل مسألت آمیز تضادها و درگیریهای اجتماعی افزایش دهند و هرچه بیشتر نظام تصمیم گیری را براساس خردگرایی و تأملات علمی مبتنی سازند.

۲. تنگناهای توسعه ملی ایران

با توجه به تعریف و توضیحات ارائه شده پیرامون توسعه ملی و ابعاد آن می‌توان گفت که توسعه ملی روندی هماهنگ و نسبتاً مشخص است که اجزای گوناگون جامعه طی می‌کنند، مثلاً تحول در گستره شهرنشینی در صورتی که همراه با تحولات اجتماعی دیگر مثل افزایش تحصیلات یا تأمین اجتماعی نباشد، بی‌ثباتی و عدم تعادل را در جامعه ایجاد خواهد کرد.

شاخصهای توسعه ملی ایران در وجوه فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی طی یک قرن اخیر تحولات چشمگیری را نشان می‌دهد. جامعه ایران در ابتدای قرن با جامعه پایان قرن تقریباً قابل مقایسه نیست. میزان سواد از حدود صفر علی‌القاعده به حدود ۸۰ درصد افزایش یافته است. شهرنشینی از حول و حوش ۱۰-۱۵ درصد به بالای ۶۰ درصد رسیده است. مشارکت اجتماعی و تقاضا برای آن از جمله از طرف زنان بسیار زیادتر شده است. درآمد ملی و صنعتی و ماشینی شدن تولید قابل مقایسه با گذشته نیست. ساختار خانواده، ساختار اجتماعی روستا، تغییرات به‌وجود آمده در تأمین اجتماعی و بهداشت عمومی و ارتباطات، ایران پایان قرن را از ایران ابتدای قرن کاملاً متمایز می‌کند. این سیاهه از تحولات را می‌توان همچنان تکمیل کرد، به گونه‌ای که اگر تصویر ابتدای قرن ایران را با تصویر پایان قرن آن مقایسه کنیم ظاهراً هیچ تشابهی وجود ندارد. از نحوه لباس پوشیدن و غذا خوردن گرفته تا سیمای ظاهری شهر و روستا و حتی اندیشه مذهبی نیز دچار تحول و تغییر اساسی گردیده است.

علی‌رغم این واقعیت آشکار، چنین احساس می‌شود که از نظر نخبگان و صاحب‌نظران، گره و تنگنای توسعه ملی ایران همچنان باز نشده است. علت چنین تصویری در یک وجه اشتراک اساسی ایران ابتدای قرن با ایران پایان قرن است. مسئله اصلی مشترک هر دو ایران، پس افتادگی ساخت سیاسی است. در حقیقت ساختار سیاسی ایران طی یک قرن اخیر متناسب با دیگر ساختهای جامعه تحول و دگرگونی نیافت و هنگامی که چنین شود عدم تعادل میان وجوه گوناگون اجتماعی به بی‌ثباتی سیاسی منجر می‌شود. شاید به همین دلیل است که ایران یکی از پرتحول‌ترین کشورهای منطقه به لحاظ سیاسی بوده است.

مسئله اصلی، حل نشدن معضل سیاسی است. اگر در ابتدای قرن مردم برای تحقق حاکمیت خود و قانون، انقلاب مشروطیت را به‌راه انداختند، در پایان قرن هم با همین شعار خاتمی را برگزیدند. اگر در ابتدای قرن به قصد تحقق آزادی‌ها و جامعه مدنی (به معنای محدود و مسئول کردن قدرت) قیام کردند، امروز نیز همان شعارها داده می‌شود. و البته این افتخاری برای ما

نیست که یک هدف را در طول یک قرن نتوانسته‌ایم محقق کنیم، چرا که راه صحیح را نپیموده‌ایم.

بنابراین معضل توسعه ملی ایران در یک کلام پس‌افتادگی ساخت سیاسی است. این امر خود را در قالبهای بحران مشروعیت، بحران مشارکت، فقدان حاکمیت قانون، و ضعف نهادهای مدنی نشان داده است. بنابراین رسانه و نشریه‌ای در خدمت توسعه ملی ایران است که بیش از دیگران در رفع نابسامانیهای مذکور همت گمارد.

۳. مطبوعات و توسعه ملی ایران
باعنایت به تنگنا و معضله توسعه ملی در ایران، چنین به نظر می‌رسد که مطبوعات و رسانه‌ای که به صورت دقیق و جامع به اصلاح ساختار سیاسی جامعه کمک کند، بیش از دیگران در خدمت توسعه ملی ایران است. این امر بدان مفهوم نیست که چنین نشریه‌ای الزاماً نشریه‌ای سیاسی است، چه بسا نشریه‌ای تئوریک یا اجتماعی نیز می‌تواند به این مهم همت گمارد، ولی در هر حال می‌باید عملکردها به تحقق این هدف کمک کند. این عملکرد را می‌توان در ذیل عناوین بعد دسته‌بندی کرد:

الف. نهادهای مدنی
یکی از اجزای مهم معضله توسعه ایران، فقدان نهادهای مدنی است. نهادهای مدنی یعنی فعالیتهای سازمان یافته غیروابسته به دولت یا حتی نیمه‌دولتی که همواره مدافع منافع هستند که برای آن ایجاد و تشکیل شده‌اند. این نهادها بسیار متنوع و پراکنده هستند که در مجموع برآیند عملکرد آنها می‌تواند از منافع کلی جامعه و مردم علی‌الاصول دفاع کند. گرچه نهادهای مدنی به ظاهر در مواجهه با یکدیگر شکل می‌گیرند (مثل مطبوعات مختلف‌الجهت با یکدیگر یا اتحادیه‌های کارگری یا کارفرمایی) ولی نقش خاصی نیز در مواجهه با دولت از خود ایفا می‌کنند. هنگامی که دولت به علت صاحب قدرت بودن، کلیت منافع جامعه و مردم را مورد تعرض قرار دهد، یا بخواهد خود را به نحوی مادام‌العمر کند، در این صورت نهادهای مدنی تقریباً متفق در مقابل چنین گرایشی موضع می‌گیرند و اگر قدرت کافی داشته باشند، طبعاً مانع تحقق یا حتی بروز چنین گرایشی در دولت می‌شوند.

نهادهای مدنی شامل احزاب، مطبوعات، گروههای صنعتی، شغلی، علمی، فرهنگی و... است که به طور نسبی خارج از حوزه قدرت دولت فعالیت می کنند. مطبوعات در کنار احزاب و گروههای صنعتی از ارکان نهادهای مدنی هستند. در جامعه ما به علت فقدان احزاب قوی، نقش مطبوعات به عنوان رکن رکن نهادهای مدنی بیشتر است.

بنابراین هر نشریه به صرف وجود و حضور خود و به میزان استقلالش از قدرت، بر توان نهادهای مدنی می افزاید و این امر فی نفسه در خدمت توسعه ملی ایران و حذف یکی از مهم ترین تنگناهای آن است.

ب. شکافهای سیاسی

شکاف میان دولت و ملت به دلیل لرزان بودن پایه های مشروعیت نیز وجه دیگری از معضله توسعه ملی ایران بوده است. این شکاف هیچ گاه به صورت کارکردی پرنشده است، در نتیجه رابطه دولت - ملت در ایران یا به کلی گسسته بوده است یا تبعیت محض (ولو تبعیت ارادی) بر آن حاکم بوده و کمتر شکلی تعاملی یافته است. در رابطه تعاملی فاصله ای میان دولت و ملت وجود ندارد و مردم دولت را تصویر خود می دانند. تصویری که برای تغییر آن باید خویشتن را تغییر داد. در رابطه تعاملی، دولت موجودی فراتر یا غیر از خویش نیست، چه این موجود خوب باشد یا بد.

وجود این شکاف بستگی به موضع هر رسانه نسبت به مشروعیت سیاسی نظامی که در آن فعالیت می کند دارد. بعضی رسانه ها مشروعیت سیاسی نظام حاکم بر جامعه خود را نفی می کنند. گروهی هم نسبت به آن سکوت پیشه می کنند و گروهی دیگر هم آن را تأیید می کنند. دسته اخیر چند وجه نظر متفاوت دارند. گروهی مشروعیت فرهمند را تبلیغ می کنند و گروهی دیگر مشروعیت سنتی را. به این معنا که حقانیت نظام را در سنتی جستجو می کنند که طبعاً مشروعیت آینده آن را نیز همین سنت تداوم می دهد و شاید به نوعی الیگارشویی بینجامد اما برای از میان بردن این شکاف چاره ای نیست جز آنکه پایه های مشروعیت حکومتها را بر عواملی پایدار و عینی استوار کرد. این امر جز از طریق مشروعیت قانونی و از خلال حاکمیت قانون و نیز مشارکت عمومی مردم به ویژه نخبگان تحقق پیدا نمی کند.

بنابراین نشریه‌ای در خدمت توسعه ملی ایران است که قویاً مدافع قانون و حاکمیت آن به عنوان پایه مشروعیت دولت و نیز روابط فردی و اجتماعی سالم میان افراد با یکدیگر و با دولت باشد. حاکمیت قانون مفهومی تجزیه‌ناپذیر است، و باید به تمام تبعات آن ملتزم بود که ذکر جزئیات این موضوع در حوصله این مطلب نیست.

از سوی دیگر کاهش شکاف ملت - دولت از طریق افزایش مشارکت به معنای عام و به ویژه مشارکت سیاسی میسر است. با این حال باید متذکر شد که در این زمینه مشارکت نخبگان جامعه مقدم بر مشارکت توده مردم است.

ساختار قدرت در یک قرن اخیر در ایران و عوامل دیگر سبب بروز شکافی عمیق میان نخبگان و جامعه شده است، در نتیجه مانع از عملکرد و کارایی مؤثر این گروه در سرنوشت جامعه خویش شده است. یکی از کارکردهای مهم مطبوعات در جامعه امروز، ایفای نقش مجرای ارتباطی میان آحاد جامعه، از جمله میان مردم و نخبگان است. و در واقع رسانه‌ها می‌بایست حلقه اتصال نخبگان و مردم باشند و این کارکرد هنگامی عملی است که رسانه‌ها مخاطب را از حالت انفعالی خارج کنند و به او امکان دهند که به طور فعال در فرآیند ارتباط مشارکت کند. در این فرآیند، نخبگان به مثابه صافی عمل می‌کنند، یعنی با الهام گرفتن از منابع زنده که در پیام‌گیران نهفته است می‌بایست بازآفرینی کرده و جهت بازخورد مجدد به مردم پاسخگوی نیاز آنان باشند. اما این الگو موقعی دچار بحران خواهد شد که آفرینندگان قادر نباشند در یکی از حوزه‌های اصلی جامعه (سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی) یا در تمام حوزه‌های آن آفرینشهای خود را منتشر کنند، یا اینکه فقط بخش محدودی از آنان قادر به چنین کاری باشند. این پدیده می‌تواند معلول سیاستهای دولت یا دست‌اندرکاران رسانه‌های گروهی باشد و اثرش حذف بخشی از آفرینندگان یا نخبگان جامعه از مدار مذکور است. این حذف که سبب اختلال در خلاقیت می‌شود، اگر شامل یک گروه بخصوص از نخبگان جامعه گردد، نوعی پس افتادگی فرهنگی در آن حوزه از جامعه که نخبگانش از مدار مذکور حذف شده‌اند نسبت به حوزه‌های دیگر ایجاد خواهد شد و زمینه غیرکارکردی شدن رسانه را فراهم خواهد کرد.

مسئله دیگر بازخوردهای فرهنگی به نخبگان است. نخبگان به عنوان آفرینندگان فرهنگی می‌بایست در صورت انتشار آثار خود از انتقادات، اشکالات و نظریات مخاطبین مطلع شوند. در واقع نخبگان تولید کنندگانی هستند که مطلوبیت کالای خود را از روی واکنشهای مصرف

کنندگان می‌سنجند و اگر این واکنشها به‌نخبگان انتقال پیدا نکند بازآفرینی فرهنگی از خلال رقابت برای نخبگان امکان‌پذیر نیست. رسانه‌ها وظیفه‌ی منعکس کردن نظریات مخاطبان را به نخبگان به‌عهده‌دارند و اگر به‌درستی این وظیفه انجام نگیرد، شکاف بین نخبگان و مردم عمیق‌تر می‌شود.

از آنجا که طی یک قرن اخیر در ایران این مجرای ارتباطی چندان مستقل نبوده، لذا فاقد کارایی لازم بوده‌است و در نتیجه رابطه‌ی اجتماعی میان نخبگان با توده و نیز نخبگان با یکدیگر شکل نگرفته‌است. به علت فقدان چنین ارتباطی، گفتمان مشترک سیاسی - اجتماعی و فرهنگی و نیز درک یکسانی از واقعیت میان نخبگان ایجاد نشده‌است.

هر نشریه‌ای که بیش از دیگران زمینه‌ساز رابطه‌ی میان نخبگان با یکدیگر و نیز رابطه‌ی نخبگان با توده‌ی مردم و بالعکس گردد، نقش بیشتری در تسریع فرآیند توسعه‌ی ملی ایران عهده‌دار خواهد بود.

پ. نظارت اجتماعی

نظارت اجتماعی در جوامع امروزی با شیوه‌های گوناگون محقق می‌شود، ولی یکی از مهم‌ترین آنها، نظارت اجتماعی از خلال مطبوعات و نشریات مستقل و آزاد است. با انباشت قدرت و پیچیده شدن امور جامعه، شیوه‌های نظارت قانونی و سازمانی در غیاب نظارت رسانه‌ای و مطبوعاتی کارایی و منزلت خود را از دست می‌دهند و به فساد نظامهای اداری و مدیریتی منجر می‌شوند. نظارت اجتماعی از طریق رسانه‌ها و بسته به میزان استقلال آنها از مجاری قدرت و تعهد و پایبندی مطبوعات به آزادیهای قانونی محقق می‌شود.

در پایان متذکر می‌شود که دیگر کوششهای مطبوعات در زمینه‌ی اطلاع‌رسانی، آگاهی بخشی، پر کردن اوقات فراغت و... نیز مآلاً راهگشای توسعه‌ی ملی ایران است، لیکن آنچه در این مقاله مورد اشاره قرار گرفت، کوشش برای حل مهم‌ترین معضله و تنگنای توسعه‌ی ملی ایران بود، که بدون حل آن دیگر کوششها چندان مثمر ثمر نخواهند بود.

مطبوعات اسلامی و جامعه اسلامی

پروفسور حمید مولانا

مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به منظور بررسی همه جانبه و عالمانه مسائل و مشکلات و کمک به ارتقای کیفی مطبوعات، دومین گردهمایی مسائل مطبوعات ایران را تحت عنوان «مطبوعات و جامعه» برگزار می‌کند. اولین گردهمایی پس از انقلاب اسلامی که به بررسی مسائل مطبوعات ایران پرداخت، در اسفند ۱۳۶۹ یعنی بیش از هفت سال قبل تشکیل شد و در این مدت تغییر و تحولات قابل توجهی در ایران صورت گرفته است. این دو نشست عمومی در مدت هفت سال به نحوی که بتواند مطبوعات یعنی یکی از ارگانهای مهم تحقق اصول قانونگرایی، مشارکت اجتماعی و توسعه فرهنگی اصیل را مورد مطالعه و بررسی قرار دهد، فوق‌العاده و زیاد به نظر نمی‌رسد. در حقیقت با نقشی که مطبوعات و رسانه‌ها در جوامع معاصر ایفا می‌کنند و با توجه به رشد کمی و کیفی جامعه ایران در دو دهه اخیر، به عقیده من تشکیل یک کنگره عمومی همه جانبه مطبوعات هر دو سال یک بار که بتواند مسائل و اهداف این کانون و نهاد مهم را در میهن اسلامی ایران مطالعه و بررسی کند امری ضروری است و باید مورد توجه قرار گیرد.

و اما بزرگ‌ترین سؤالی که تحت عنوان «مطبوعات و جامعه» به نظر این جانب، حائز اهمیت است باید جنبه خاص و نه جنبه عام این عنوان باشد: چه نوع جامعه؟ و چه نوع مطبوعات؟ برای من پاسخ به این سؤال ساده و خیلی واضح است: جامعه اسلامی و مطبوعات اسلامی. ایران یک جامعه اسلامی است و چیزی کمتر از یک مطبوعات محرک اسلامی نمی‌تواند احتیاجات مطبوعاتی آن را تأمین کند. قدم بعدی که بسیار بزرگ است و وسعت فوق‌العاده داشته و برای آن باید تلاش کرد، شناخت و درک ابعاد و جوانب چنین جامعه و چارچوب کامل و عملکرد مطبوعات اسلامی است. هرگونه بررسی و مطالعه بدون روشن کردن نوع جامعه مطلوب و

کیفیت مطبوعات مورد پسند چیزی جز سردرگمی و کج روی و گمراهی و تقلید از این و آن به همراه ندارد. مسائل ساختاری، اقتصادی و مدیریت مطبوعات، آزادی مطبوعات، حاکمیت قانون و دولت، استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، اخلاق مطبوعاتی، افکار عمومی و فرهنگ عمومی و سایر عناوین و موضوعات موقعی می‌تواند معنی داشته باشد و به ثمر برسد که نخست ماهیت و ابعاد و تئوری مورد نظر مطبوعات خود را به‌طور دقیق و روشن تبیین و تعریف و بیان کنیم. جامعه ایران بیش از هر چیز دیگر یک جامعه اسلامی است و فرهنگ ایران بیش از هر چیز دیگر یک فرهنگ ویژه اسلامی است. طبیعی است که تئوری و عملکرد و چارچوب یک زیر ساخت ارتباطی مانند مطبوعات باید با چنین جامعه و فرهنگی همسان باشد وگرنه هم جامعه و هم مطبوعات با بحراناها و تناقضات متعدد رو به رو خواهند بود. بحران مطبوعات ایران در یک صد و شصت سال تاریخ خود، نتیجه این گونه تناقضات بوده و ما شواهد زیادی از آنها داریم.

در اولین گردهمایی مسائل مطبوعات ایران، من لزوم شناخت و درک یک جامعه اسلامی را در تحصیل یک مطبوعات اسلامی مطرح کردم و سالهاست که در نوشته‌های خود و در کنفرانسها و گردهماییها چه در ایران و چه در خارج در پرورش این نظریه و فکر تحقیق کرده و سخن گفته‌ام. من هیچ سیستم و نظام مطبوعاتی و رسانه‌ای در دنیا سراغ ندارم که بر یک نوع جامعه مشخص و بر سلسله ارزشهای اصلی اقتصادی و سیاسی و فرهنگی در پرورش و توسعه مطبوعات خود پافشاری نکرده و اصرار نرزد. نظام مطبوعاتی و ارتباطی بدون اشتراک با یک چارچوب اجتماعی و یک الگوی تاریخی مشخص جامعه وجود ندارد و اگر هم وجود داشته باشد در ذهن و خیال از الگوی جامعه و مطبوعات و آداب و قوانین دیگران تقلید می‌کند.

علی‌رغم شباهتی که مطبوعات غرب با یکدیگر دارند، نظامهای مطبوعاتی هریک متفاوت بوده و با نوع فرهنگ و زبان و تاریخ و کیفیت سرمایه‌داری و مصرف‌گرایی و سیستم‌های سیاسی و حقوقی مخصوص به جامعه خود مخلوط هستند. جوامع امریکا، انگلیس، فرانسه و یا ژاپن هر کدام سالهاست که در یک خط بخصوص خود و در دایره یک جامعه تعریف و تبیین شده از طرف اندیشمندان و نخبگان و مردم خود حرکت می‌کنند و مطبوعات آنها وسیله‌ای است برای توسعه فرهنگی و دگرگونیهای اقتصادی و سیاسی. جریان به اصطلاح جهانی شدن یا جهانشمولی مطبوعات و رسانه‌ها به دست شرکتها و سازمانهای بزرگ چند ملیتی نیز تصویر و فلسفه و جهان بینی ویژه‌ای از جامعه جهانی و مطبوعات جهانی برای ما در نظر دارد. توافق و شناخت

همگانی و عالمانه از آزادی مطبوعات، روشهای اخلاقی و راهبردهای کیفی رسانه‌ای وجود ندارد و اگر هم کسی ادعای آنها را بکند، با مطالعه دقیق معلوم خواهد شد ریشه‌اش در تخیل و تصویر یک نوع جامعه بخصوصی است. آنچه اغلب عمومیت پیدا کرده است، سرمایه‌داری و طرق تولید و توزیع و فن‌انشاراتی و یکنواختی محتویات رسانه‌ای است.

عنوان «مطبوعات و جامعه» یکی از قدیمی‌ترین عناوین کنفرانسهای مربوط به رسانه‌ها و همیشه یکی از متداول‌ترین دروس رشته روزنامه‌نگاری و رسانه‌ها و ارتباطات در دانشگاههای غرب بوده است. در بسیاری از برنامه‌های تحصیلی عنوان چنین درسی اجباری است و خود من سالها این موضوع را تدریس کرده‌ام. ولی کتاب و جزوه‌ای که این عنوان و موضوع را بدون در نظر داشتن الگوی مشخصی از جامعه مورد بررسی و مطالعه قرار دهد وجود ندارد و ۹۹ درصد این‌گونه کتب و جزوات و تألیفات در قالبهای مختلف جوامع و اندیشه‌های سیاسی و اقتصادی و اجتماعی غرب بوده و پایه‌های ایدئولوژی یا مکتبی آنها همیشه نوعی از الگوهای لیبرالیسم، اگزیستانسیالیسم، کمونیسم، سوسیالیسم و غیره است. متأسفانه همین کتابها و جزوات بدون تغییر و انتقاد و بررسی برگردانده و ترجمه شده و در کهنه‌ترین شکل خود با همه فرمولها و نامها و مشهورات در دسترس دانشجویان و روزنامه‌نگاران و نخبگان مطبوعاتی ممالک اسلامی قرار گرفته است. ولی کتابی مستقل و عمیق و تحقیقی به نام «مطبوعات اسلامی و جامعه اسلامی» وجود ندارد و این خود خلا بزرگی در گفتگو و تفهم «مطبوعات و جامعه» ایجاد کرده است.

در خود اروپا و امریکا کتاب و جزوه و چارچوب تحلیلی به عنوان «مطبوعات و جامعه» که عمومیت بین فرهنگی داشته باشد وجود ندارد بلکه هر نظام پر قدرتی مثل امریکا و انگلیس و فرانسه سعی دارد در تحلیل و تفسیر عناوین و موضوعات سیاسی و اقتصادی و اجتماعی و تاریخی و حرفه‌ای مطبوعات تصویر و تخیل بخصوص خود را از جامعه به دیگران عرضه کند. از الکسیس دو توکویل فرانسوی گرفته تا هارولد لاسول امریکایی، بسیاری از اندیشمندان و متفکرین و کارشناسان جامعه و مطبوعات در نوشته‌های خود از طرف مقابل و نظام مطبوعاتی آن انتقاد کرده و الگوی مطبوعاتی جامعه خود را با امتیازتر و بهتر یافته‌اند. دو کتاب درسی این نیم قرن اخیر تحت عنوان «مطبوعات و جامعه»، یکی توسط جرج بیرد و فردریک مروین در امریکا و دیگری تألیف کالین سیمور - اور در انگلستان که سالها نسلهایی از دانشجویان رشته مطبوعات و روزنامه‌نگاری بدان گراییدند، در حقیقت دو کتاب مختلف در یک موضوع هستند که هیچ

شبهاتی با هم نداشته و هریک مطبوعات را کاملاً در چارچوب دیدہ‌های اندیشمندان و فلاسفه و نخبگان و نهادها و سازمانها و کلیساها و حتی دیدگاههای خبری و آگهی خود آن کشور و جامعه حلاجی می‌کنند.

تا طلوع انقلاب اسلامی رابطه مطبوعات و جامعه در ایران، بجز مدت کوتاهی در انقلاب مشروطیت و سپس در زمان ملی شدن صنعت نفت، یک رابطه متعارض و ناهمسان و متناقض بوده است. نه تنها مطبوعات آینه و نماینده جامعه اسلامی ایران نبود بلکه در عملکرد و جهان بینی خود اسیر الگوهای غرب شده، بدون اینکه محیط لازم سیاسی و اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی اروپا یا حتی امریکاییها را داشته باشد. سیر تاریخ مطبوعات ایران حاصل دو عامل اصلی بوده که به صورت وارداتی از غرب به ایران آمده و در حکومت‌های قاجاریه و پهلوی از طرف روشنفکران غرب زده ریشه دار شده است. عامل اول، مطبوعات و رسانه‌های جمعی را به صورت یک تکنیک و متد می‌بیند که اگر از آن استفاده کامل شود این ابزارها و روشها جوابگوی احتیاجات اطلاعاتی و ارتباطی، مخصوصاً در امور سیاسی و فرهنگی و اقتصادی خواهد بود. فلسفه این گونه تفکر این است که ما مطبوعات و روزنامه‌نگاری را مثل مهندسی، پزشکی و کشاورزی تلقی کنیم و آنها را از اروپا و امریکا یاد بگیریم. نتیجه، مسابقه در تقلید کورکورانه از مطبوعات و رسانه‌های خارجی بوده است. الگوی بومی مطبوعاتی که گاه‌به‌گاه (مثلاً در اوایل جنبش مشروطه) از طرف بعضی نویسندگان و شاعران و روحانیون عرضه شد زیر هجوم این روش نتوانست توسعه و رشد و نمو کند. این پدیده و سیر تاریخی را در ایران باید یک تقلید تکنیکی و فنی نامید.

عامل دوم که همراه عامل اول در تاریخ مطبوعات ایران رشد و نمو یافت، به عقیده من، دیدگاههای وارداتی مکتبی یا ایدئولوژی مطبوعات از اروپا و امریکا بود. در اینجا مطبوعات به صورت مکتب «دموکراسی» غرب و «لیبرالیسم» اروپایی و یا «آزادمنشی فردی» و بی‌قیدی امریکایی عرضه شده است. مثلاً مفهوم و واژه «رکن چهارم» دموکراسی یا مشروطیت که به مطبوعات اطلاق می‌شود ریشه خود را در الگوی رسانه‌های جمعی و مطبوعات غرب دارد که با جنبشهایی چون انقلاب فرانسه و... همراه است. همچنین مفهوم رایج «جامعه مدنی» امروز یک مفهوم مملو از ارزشهای فرهنگی و تاریخی غرب است. به‌طور خلاصه تا انقلاب اسلامی، تصاویر و تئوریهای مطبوعات و رسانه‌های جمعی در تاریخ ایران از جنبه فلسفه سیاسی،

جامعه‌شناسی و ناسیونالیزم غرب مطرح شده است نه از جنبه اسلامی و ایرانی و سنتی. این شکاف عظیم بین مطبوعات و جامعه اسلامی ایران رسانه‌های جمعی ایران را در طول تاریخ به رسانه‌های تفریقی تبدیل کرد. جای تعجب نیست که در آغاز انقلاب اسلامی و با موفقیت‌های فراوان و پی‌درپی که در بسیج نهادهای ارتباطی سنتی و اسلامی وجود داشت، مطبوعات وقت نقش مهمی در جنبش‌های سیاسی نداشته و انقلاب اسلامی در محیط مخصوصی که مطبوعات تعطیل و در اعتصاب بودند، به پیروزی رسید.

شکاف مطبوعات و جامعه ایران را می‌توان در شش دوره مختلف تاریخ کوتاه یک‌صد و شصت ساله مطبوعات این کشور مطالعه کرد. دوره اول به مدت شصت سال از سلطنت ناصرالدین شاه قاجار تا انقلاب مشروطیت، مطبوعات کاملاً دولتی و عامل غرب‌گرایی و نوگرایی اروپایی بوده و نفوذی در جامعه و طبقات ایران نداشت. نه تنها مطبوعات در جامعه رخنه و نفوذی نداشت بلکه رابطه مطبوعات دولتی نیز با خود دولت و نظام هماهنگی نداشت و مصنوعی بود. مثال کلاسیک، قضیه مسافرت ناصرالدین شاه به اروپا، حیرت و کنجکاوی او از فن چاپ و روزنامه‌نگاری و آزادی عقاید در اروپا و خودداری او حتی در ادامه تقلید از اروپاییها و توسعه مطبوعات وقت است. مسافرت او به اروپا گرچه تاحدی سیاسی و همراه با رقابت دولتهای بزرگ اروپایی بود، فکر و نظر شاه را تاحدی عوض کرد و مخصوصاً از جنبه ارتباطات و روزنامه‌نگاری ناصرالدین شاه را تحت تأثیر قرارداد. هنگام بازگشت، او در استانبول یک ماشین چاپ لاتین خرید و با خود به ایران آورد. این ماشین، اولین ماشین چاپ لاتین در ایران بود و ناصرالدین شاه تصمیم داشت از آن برای انتشار روزنامه و کتب انگلیسی و فرانسوی استفاده کند. به دستور شاه وزارت خارجه ایران روزنامه‌نگار و سردبیری به نام بارون لوئی دونورمان را از پاریس دعوت کرد و تصمیم به انتشار روزنامه‌ای به زبانهای فارسی و فرانسه به نام لاپاتری یا وطن گرفت. مسیونورمان بی‌اینکه وضع حقیقی داخلی ایران را در نظر بگیرد، دعوت سلطان و قرار روزنامه‌نگاری در ایران را بسیار جدی گرفت و به روش اروپایی مقاله آزادیخواهانه‌ای که با محیط استبداد آن زمان به هیچ وجه سازش نداشت نوشت و نتیجه این بود که اولین شماره وطن یا لاپاتری آخرین شماره این روزنامه شد و چند روز بعد به دستور شاه قرارداد آن روزنامه‌نگار با دولت ایران فسخ شد. در این دوره مطبوعات اصلاً موضوع جامعه مطرح نبود.

دوره دوم در رابطه مطبوعات با جامعه ایران که در آن مطبوعات برای اولین بار صورت بومی به خود گرفته و بسیاری از آنها دموکراسی غرب را در ایران ترویج کردند کمتر از دو دهه به طول انجامید و با انقلاب مشروطیت تا انقراض قاجاریه مصادف بود. دوره سوم حکومت بیست ساله رضاخان پهلوی و مطبوعات آن بود که نه تنها عامل و نماینده نوگرایی و دوران خفقان به شمار می رفت، بلکه برای اولین بار در تاریخ معاصر ایران مطبوعات زمان علیه جامعه اسلامی و نهادهای سنتی آن بسیج شده و در حال اقدام بودند. دوره چهارم که با سالهای بعد از جنگ دوم بین المللی و بخصوص ملی شدن صنعت نفت مواجه است، دوره ای است که در آن مطبوعات در بین قشر تحصیل کرده و تا حدودی متوسط نفوذ پیدا کرده، ولی در حقیقت سالهای فردگرایی و شخصیت بازی و تشکل حزبی خود را طی می کند. ملی گرایی و ایدئولوژیهای شرق و غرب محتویات مطبوعات این زمان را تشکیل می دهد. دوره پنجم که از کودتای ۲۸ مرداد شروع شده و تا آغاز انقلاب اسلامی ادامه می یابد، دربردارنده مطبوعاتی است که به کلی رابطه خود را با جامعه اسلامی ایران قطع کرده و با شورش و مبارزه علیه سنت و مقدسات ملی و مذهبی در خدمت تبلیغ و پروپاگاندا پهلوی قرار می گیرد.

با انقلاب اسلامی دوره ششم در رابطه مطبوعات و جامعه آغاز می شود که در آن تکاپو و جستجو برای یک هویت اسلامی که رابطه مطبوعات و جامعه را بهبودی بخشیده و در مسیر جدیدی به حرکت بيفتد تشویق می شود. این گسیختگی تاریخی و طولانی مطبوعات از جامعه اسلامی ایران در یک قرن اخیر باعث شده است که نهادهای مطبوعاتی نتوانند آن نقش مشروعی را که معمولاً مطبوعات در کشورهای دیگر به طور راسخ و قاطع تری انجام می دهند در ایران عهده دار شوند. این خلا باعث شده است که جریان گردش اطلاعات و عقاید و افکار در جامعه ایران بیشتر از طریق وسایل و نهادهای سنتی و ملی و مذهبی و با مشروعیت بسیار بیشتر و به نحو موفقیت آمیزتری انجام گیرد. به عقیده من در جامعه ایران این وسایل و نهادها و زیر ساختهای سنتی و اسلامی هستند که خود از مشروعیت بهره مند بوده و به مطبوعات مشروعیت می بخشند و نه مطبوعات به نهادهای سنتی. دو دهه اخیر انقلاب اسلامی نمودار و نشانه بارزی از این جریان است. رشد کیفی و اصیل مطبوعات ایران موقعی فزونی یافته و شخصیت خود را تحصیل خواهد کرد که ما توجه خود را از الگوها و آرمانهای غربی و تقلیدی به تئوریهها و اصول جامعه اسلامی

سوق دهیم و با استفاده از تجربیات دیگران پایه‌های عملی و راستین و ابتکاری روزنامه‌نگاری و مطبوعاتی خود را توسعه داده تقویت کنیم.

در جامعه اسلامی ایران، مطبوعات اغلب بیشتر به کلیساها شباهت داشتند تا به مساجد و حسینیه‌ها. یکی از پیشرفتهای کیفی مطبوعات در جامعه ایران در سالهای اخیر دقیقاً این بوده است که نسل جدیدی از قشرهای جامعه بخصوص از نهادهای سنتی و دینی و حوزه علمی قدم به عرصه روزنامه‌نگاری و مطبوعات و انتشارات گذاشته‌اند. در این مقوله فرصت تبیین و بررسی مفاهیم و اصول و حقوقی که می‌تواند مبنای یک مطبوعات اسلامی در یک جامعه اسلامی باشد نیست و من سعی کرده‌ام در جای دیگر در نوشته‌های خود تا حد امکان از این چارچوب صحبت کنم. ولی آنچه به صورت خلاصه باید در نظر داشت این است که رشد و نمو مطبوعات ایران باید کیفی، بومی، عامی و اسلامی باشد و در چارچوب جامعه ما، مساجد، حسینیه‌ها، نهادهای ملی و مذهبی، انجمنها، و سازمانهای حرفه‌ای و صنفی و مردمی می‌توانند بستر مهمی در روزنامه‌نگاری اسلامی باشند. تا امروز سیر اطلاعات و درک سیاسی و اجتماعی در جامعه ایران بیشتر از طریق نهادهای سنتی و زیرساختهای غیرمطبوعاتی بوده است تا مطبوعاتی. ما به سنت و اخلاق اسلامی مطبوعات نیازمندیم و به تئوری مستقل و خودساز جامعه و مطبوعات اسلامی و عملکردهای آن احتیاج داریم.

مطبوعات و توسعه سیاسی

سید محمد مهدیزاده

مقدمه

مطبوعات و توسعه سیاسی با یکدیگر هم‌کنشی و روابط متقابل دیالکتیکی دارند. نظام سیاسی توسعه یافته با توجه به دربردارندگی ویژگی‌هایی چون مشارکت، رقابت، دموکراسی و... بر ساخت و کارکرد مطبوعات در جامعه تأثیر می‌گذارد و متقابلاً مطبوعات نیز به عنوان مجرا و بستر تضارب آرا و اندیشه‌ها و گفتگوی نقادانه، راه را بر توسعه سیاسی می‌گشاید.

در شرایط نوین سیاسی و اجتماعی جامعه، پرداختن به مقوله توسعه سیاسی و نقش مطبوعات در این عرصه و نهایتاً هم‌کنشی میان این دو، می‌تواند برای ما که در مرحله گذار، حداقل در سطوح گفتمانی هستیم، ثمربخش و راه‌گشا باشد. توسعه سیاسی به مشارکت روزافزون در سیاست، تحرک توده مردم و شناخت بیشتر افراد و گروه‌ها نیازمند است. به عبارتی توسعه سیاسی دارای دو شرط اساسی است: نخست اینکه مردم و گروه‌ها در امور عمومی به مشارکت تشویق شوند، یعنی هر یک از افراد احساس کنند که جزئی از ملت هستند و توانایی اثرگذاری و تصمیم‌گیری در سرنوشتشان را دارند که در این خصوص، وسایل ارتباط جمعی از جمله مطبوعات می‌توانند به حمایت و تشویق مردم به مشارکت پردازند. دوم اینکه نهادهایی توسعه یابند که توانایی بیان و تشخیص منافع گروه‌های متفاوت و تبدیل آنها به برنامه‌های سازگار و اجرای خط‌مشی‌های مربوط را داشته باشند که در این زمینه لزوم ایجاد تشکلهای سیاسی و مدنی و مطبوعات مستقل به عنوان تریبون انتقال صداها و ایده‌های گوناگون، احساس می‌شود.

اگر بپذیریم که اداره جامعه، بدون مشارکت و دخالت همه آحاد مردم ناممکن است باید بسترهای اجتماعی چنین مشارکتی فراهم و موانع ذهنی و ساختاری آن مرتفع گردد. زیرا امروز ضرورت توسعه سیاسی در مقایسه با توسعه اقتصادی، بیشتر حس می‌شود و اصولاً هرگونه

توسعه در صورتی امکان‌پذیر است که آحاد مردم به سرنوشتشان علاقه‌مند باشند و بسترهای ذهنی و اجتماعی چنین مشارکتی نیز فراهم باشد.

در این مقاله، ابتدا به نقش مطبوعات در توسعه سیاسی و سپس به شرایط سیاسی‌ای که لازمه توسعه‌یافتگی مطبوعات است پرداخته می‌شود.

توسعه سیاسی: تعاریف و عناصر

از مفهوم توسعه سیاسی تاکنون تعاریف و برداشتهای گوناگونی شده است اما عناصر کلیدی آن را سه محور مردم، نظام سیاسی و سازمان حکومت تشکیل می‌دهند.

لوسین پای تعاریف و برداشتهای راجع به توسعه سیاسی را چنین بیان می‌کند:

۱. توسعه سیاسی به نظر برخی از افراد، شرایط سیاسی لازم و اساسی برای توسعه اقتصادی و صنعتی است. بدین ترتیب توسعه سیاسی، ایجاد شرایط سیاسی و حکومتی لازم برای تحقق کارایی اقتصادی بیشتر است.

۲. مفهوم دیگری از توسعه سیاسی تأکید را بر کارایی حکومت می‌گذارد و از همین رو، توسعه با افزایش در کارایی اجرایی و ظرفیت بیشتر در انجام سیاستهای عمومی همراه می‌شود.

۳. سومین تعریف توسعه سیاسی به تبعیت از نظریه پردازان بزرگ اجتماع مطرح شده و با درجه توسعه بر حسب میزانی که الگوهای رفتاری «نوین» بر الگوهای رفتاری «سنتی» پیشی می‌گیرند ارتباط پیدا می‌کند. بدین ترتیب توسعه، هنگامی محقق می‌شود که ملاحظات به‌دست آمده جای استانداردهای معمولی را بگیرند، تمرکز کارکردی به جای از هم‌گسیختگی کارکردی در روابط اجتماعی بنشینند و هنجارهای عام، جای هنجارهای خاص را اشغال کند.

۴. مفهوم چهارم توسعه سیاسی با آزمون کارایی کلی هر نظام و ظرفیت اداره حکومت و جامعه به عنوان یک کل همراه است. بالا رفتن کارایی و ظرفیت نیز برای پاسخ به نیازهای فزاینده و جدالهای مشخص است. بدین ترتیب، توسعه با «باری» که نظام سیاسی می‌تواند متحمل شود اندازه‌گیری می‌شود. از همین جهت، یک جامعه یکپارچه و سازگار از یک جامعه متفرق و شکننده «توسعه» یافته‌تر است.

۵. دیدگاه پنجم در همان طریق، توسعه سیاسی را به ایجاد یک دولت - ملت با کارایی مؤثر در دنیای نوین تعریف می‌کند. از این جهت توسعه عبارت می‌شود از سازندگی ملی در زمینه تاریخی معاصر و لذا نیازی به طرح فرآیندهای جبری تاریخی نیست.
۶. سرانجام این موضع وجود دارد که معنی اصلی توسعه، توسعه دموکراتیک است و بدین لحاظ توسعه یافته‌تر بودن دولت به معنی آزادی بیشتر، حاکمیت مردم و نهادهای آزادی است.^۱ در برداشت دیگری، توسعه سیاسی شامل اجزای به هم پیوسته زیر تعریف می‌شود:
۱. انعکاس تنوع و پیچیدگی ساخت اجتماعی در زندگی سیاسی از طریق سازمان‌یابی گروهها و نیروهای اجتماعی؛
 ۲. پیدایش دستگاههایی برای حل منازعه و تلفیق منافع مختلف در ساختار سیاسی؛
 ۳. غیرشخصی شدن سیاست و تصمیم‌گیری و یا کیش‌زدایی از سیاست؛
 ۴. خشونت‌زدایی از سیاست و گسترش امکان مشارکت و رقابت نهادمند و مسالمت‌آمیز در انتقال قدرت سیاسی؛^۲
 ۵. پیدایش زمینه فرهنگی و فکری لازم به‌ویژه گسترش مفاهمه و اجماع و تساهل به‌عنوان پشتوانه مشروعیت سیاسی.

با تأسی از هابرماس در افکندن تمایز بین عقلانیت فرهنگی و عقلانیت ابزاری، توسعه سیاسی را باید ملازم با توسعه فرهنگی تعریف کرد که معطوف به گفتگو، تفاهم و توافق است و به شکل‌گیری عرصه‌ای می‌انجامد که فارغ از دخالت قدرت و ثروت است. برنده نهایی در این عرصه را منطق و استدلال برتر تعیین می‌کند و نه ثروت و قدرت بیشتر.

بشیریه توسعه سیاسی را در دو مفهوم خلاصه می‌کند:

۱. وجود رقابت ایدئولوژیک در جامعه، زمانی که نه تنها گروهها، بلکه ایدئولوژیهای متفاوت بتوانند با یکدیگر رقابت کنند.
 ۲. مشارکت با هم در سطح گروههای برگزیده یعنی بازبودن نظام سیاسی به نحوی که نوعی گردش نخبگان در جامعه صورت پذیرد و جامعه سیاسی راکد و فاسد نشود.
- از یک دیدگاه کلی می‌توان مجموعه نظریه‌های مربوط به اهداف و غایات توسعه [سیاسی] را به دو دسته تقسیم کرد: یکی، آن دسته از نظریات که تکامل، تقویت و گسترش دولت را

مهم‌ترین شاخص توسعه سیاسی می‌دانند. و دوم، نظریاتی که تکامل، تقویت و گسترش تواناییهای جامعه [مدنی] را شرط تحقق توسعه سیاسی تلقی می‌کنند. در دیدگاه اخیر، بر تقویت نیروهای اجتماعی، مخالفت با تمرکز قدرت و مالکیت، تکوین و تکامل و فعالیت آزاد و تشکلهای جامعه مدنی به عنوان حوزه اصلی آزادیهای مختلف فردی، تضعیف ساخت سلطه و اجبار و ترس از قدرت سیاسی، مخالفت با برنامه‌ریزی متمرکز، به حداقل رساندن کارویژه‌های دولتی، رقابت کامل، تساهل، خشونت‌زدایی از زندگی اجتماعی، گسترش تواناییهای کلامی برای ترغیب و اقناع عقلانی، گسترش ارتباطات عقلانی و بین‌الذهانی به جای روابط آمرانه و... تأکید گذاشته می‌شود.^۳

رسانه‌ها و توسعه سیاسی
اگر در یک برداشت کلی، توسعه سیاسی را وجود کثرت، رقابت و مشارکت در جامعه بدانیم، رسانه‌ها از جمله مطبوعات می‌توانند در به‌وجود آوردن این شرایط و حفظ و تداوم آن نقش مؤثر ایفا کنند. در خصوص تأثیر و نقش مطبوعات در توسعه سیاسی با طیفی از نظریات مواجه هستیم:

لوسین پای برای ارتباطات و مطبوعات، کارکرد «حمایت از مشروعیت حکومت»، «گسترش نفوذ نخبگان نواندیش»، «برقراری ارتباط دوسویه میان مردم و این دسته از نخبگان» قائل است. کارل دویچ میان ناسیونالیسم و ارتباطات نوعی «رابطه» تعریف می‌کند و جمیز مورل «ایجاد هم‌رایی در مردم نسبت به ساخت حکومت و وظایف دولت» و «تفاهم مشترک» را در زمره وظایف عمده رسانه‌ها برمی‌شمارد.

فردریک فرای پنج وظیفه اساسی در تبیین نقش ارتباطات در خدمت توسعه سیاسی قائل است:

۱. تدارک اطلاعات بیشتر برای تصمیم‌گیری درست‌تر
۲. تأثیر گذاشتن بر ساخت قدرت و کنترل آن
۳. کاستن پیامدهای روانی توسعه
۴. تطبیق دادن مردم با آهنگ سریع تحولات
۵. ایجاد پیوستگی میان سطوح و نهادهایی که در روند توسعه، از هم گسسته‌اند.^۴

از آنجایی که رسانه‌ها وسیلهٔ پخش و اشاعهٔ اخبار و اطلاعات‌اند، خود به خود مسائل سیاسی را که در گذشته بیشتر در قالب نشستها و گفتارهای گروهی محدود، حل و فصل می‌شد امروزه در سطحی وسیع و به صورت یک واقعهٔ ملی مطرح می‌سازند. لذا یکی از مهم‌ترین آثار رسانه‌ها، سیاسی کردن توده‌هاست. به طور کلی نقش اساسی رسانه‌ها در توسعهٔ سیاسی عبارت از تقویت و پیشبرد کار ویژه‌های اصلی نظام سیاسی است:

«پرورش سیاسی»، «تجهیز و تحرک» و «مشروعیت».

پرورش سیاسی فراگردی است که طی آن ارزشهای سیاسی یک جامعه توسط نهادهای گوناگون به افراد یک جامعه عرضه می‌شود. در سطح ملی، مهم‌ترین نقش رسانه‌ها از جمله مطبوعات در پرورش سیاسی را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

۱. مطلع ساختن افراد از رویدادهای سیاسی؛
۲. آشنا و نزدیک کردن رهبران و توده‌های مردم با طرز فکر و هدفهای یکدیگر؛
۳. به وجود آوردن امکان برقراری گفت و شنود بین مردم و گردانندگان سیاسی؛
۴. گسترش افقهای فکری؛
۵. گسترش و آموزش گفتارهای منطقی و اصولی در مورد مسائل سیاسی و اجتماعی.

پیامد پرورش سیاسی، «تحرک سیاسی» است. تحرک سیاسی فراگردی است که طی آن وابستگیهای عاطفی و عقیدتی فرد نسبت به محسوسات سنتی، سست شده و فرد برای پذیرش ارزشهای نوین سیاسی آماده می‌شود. برای اینکه تحرک سیاسی بتواند به طور مثبت، جامعه را در راه توسعه یاری دهد باید با تجهیز و بسیج آگاهانه همراه باشد. منظور از تجهیز سیاسی این است که یک نظام سیاسی بتواند با همهٔ افراد جامعه ارتباط برقرار کند و فعالیتها و نیروهای آنان را در جهت منافع و آرمانهای ملی هدایت کند.

نقش مطبوعات در این خصوص، عبارت است از آشنا کردن افراد با حقوق و مسئولیتهای اجتماعی و فراهم آوردن زمینه‌ای مناسب برای برخورد آرا و عقاید و عرضهٔ نوآوریها و ارزشهای نوین سیاسی و اجتماعی.

و بالاخره در مورد مشروعیت که از مهم‌ترین کار ویژهٔ هر نظام سیاسی است، در حقیقت افزایش میزان مشروعیت، یکی از معیارهای توسعهٔ سیاسی محسوب می‌شود و نقش اصلی

مطبوعات می‌تواند افزایش و تقویت درجهٔ مشروعیت باشد. برای این کار، برقراری ارتباط بین مردم و رهبران، فراهم کردن امکان گفت و شنود سازنده بین آنها، آگاه ساختن رهبران از نیازها و توقعات و انتقادات مردم و آگاه کردن مردم از امکانات و محدودیتهای ملی، توجیه و تفسیر تصمیمات گردانندگان سیاسی در محدودهٔ قانون اساسی، عرف، ارزشها و سنتهای فرهنگی، از جمله کارهایی است که رسانه‌ها می‌توانند انجام دهند.

جهت عینی‌تر نمودن مباحث مربوط به توسعهٔ سیاسی و تعیین شاخصهای آن و همچنین نقش رسانه‌ها و از جمله مطبوعات در این فرآیند، باتوجه به شرایط اجتماعی و سیاسی کشورمان به سه مقولهٔ «کثرت، رقابت و مشارکت»، «دموکراسی» و «فضای عمومی و افزایش تواناییهای کلامی» به‌عنوان شاخصهای اصلی توسعهٔ سیاسی و نقش و کارکرد مطبوعات در هر یک از عرصه‌های فوق و سپس شرایط و پیش‌زمینهٔ سیاسی و اجتماعی که لازمهٔ توسعه یافتگی مطبوعات و ایفای نقشها و انتظارات محوله است پرداخته می‌شود.

کثرت، رقابت و مشارکت

از ویژگیهای اساسی نظام سیاسی توسعه یافته، توزیع قدرت و پذیرش اصل تکثر در آن است. در واقع با پذیرش اصل تکثر و تنوع است که رقابت و مشارکت معنی می‌یابد.

کثرت‌گرایی عبارت است از سازماندهی پیکر سیاسی یک کشور به‌گونه‌ای که هر خانوادهٔ فکری و عقیدتی هم امکان و وسایل پاسداری از ارزشهای خاص خود را بیابد و هم به حقوق خود نایل آید و زمینه‌های لازم برای مشارکت فعال اعضای آن در صحنهٔ سیاسی فراهم شود.^۵ به قول استیون لوكس اگر می‌خواهیم قدرت در یک سازمان یا یک دولت آثار استبداد را به بدترین شکل به بار نیاورد، باید آن را به‌طور گسترده توزیع کنیم.

در ایجاد، بسط و گسترش نظام سیاسی متکثر و غیرمتمرکز، مطبوعات باتوجه به انعکاس و ارائهٔ مجموعهٔ عقاید و باورهای متنوع و احیاناً متضاد، سهم اساسی ایفا می‌کنند. جامعهٔ متکثر، جامعهٔ تک صدا نیست بلکه صداها و گفتمانهای گوناگون با یکدیگر در گفت و شنود و رقابت‌اند و مطبوعات یکی از مهم‌ترین مجاری و بسترهای چنین گفتگوهای هستند و خود این تنوع گفتمان و دیالوگ، راه را بر رقابت و مشارکت فعالان مردم می‌گشاید.

اصل رقابت و مشارکت فعالانه توده‌ها از مزیت‌های نظام‌های متکثر است. رقابت نشاط سیاسی می‌آورد و از بی‌حسی و بی‌تفاوتی مردم جلوگیری می‌کند. مشارکت سیاسی، نمایانگر وظیفه‌شناسی و وفاداری افراد به نظام سیاسی است و مشروعیت و مقبولیت نظام سیاسی را افزایش می‌دهد. گذشته از آن، جامعه کثرت‌گرا هم از نظر احساس همبستگی و امنیتی که به فرد می‌بخشد و هم از لحاظ ساخت قدرت، موجب ثبات سیاسی می‌شود.^۶

همان‌طور که پل ریکور می‌گوید، دموکراسی فضای «اتفاق نظر آمیخته با برخورد» است. در یک جامعه دموکراتیک، افراد بر سر قواعد و نهادها، اتفاق نظر دارند اما این اتفاق نظر نباید مانع از برخورد عقاید شود و مهم‌تر از آن نباید بخش متفاوت جامعه را از بین ببرد. در واقع اگر وجود تفاوتها که موجب پیدایش اشکال مختلف و متنوع انرژی در جامعه می‌شود نباشد، این خطر وجود دارد که آنچه «اتفاق نظر» است به «حاکمیت عقیده» منجر شود. بنابراین در آن واحد هم باید به اتفاق نظر اندیشید و هم به اختلاف نظر.

بشیریه با اشاره به دو مفهوم «رقابت ایدئولوژیک» و «مشارکت سیاسی» به‌عنوان نمود بارز توسعه سیاسی می‌نویسد: «رقابت و مخالفت سیاسی مسالمت‌آمیز و مشارکت عامه در زندگی سیاسی، بی‌شک نیازمند آزادی بیان عقاید، تشکیل انجمنها و اجتماعات، آزادی انتخاب میان ایدئولوژیها و سازمانهای سیاسی گوناگون و... است. مشارکت سیاسی، بدون وجود امکان رقابت ایدئولوژیک چندان معنایی ندارد.»^۷ رقابت ایدئولوژیک امروزه در قالب احزاب، انجمنها و مطبوعات نمود می‌یابد و بخصوص زمانی که جامعه فاقد تشکلهای مدنی و سیاسی باشد، مطبوعات مناسب‌ترین بستر و مجرای مبادله آرا و ایدئولوژیهای گوناگون و ایجاد فضای عمومی بحث و گفتگو و نهایتاً فراهم کننده امر مشارکت و سازماندهی سیاسی هستند و این امر به‌نوبه خود، لزوم تکثر و تنوع مطبوعات در جامعه به منظور انعکاس صداهای گوناگون را طلب می‌کند.

دموکراسی

دموکراسی به عنوان روشی برای کاهش خطاهای فردی و تسهیل مشارکت عمومی در امر حکومت و توزیع قدرت، همان‌طور که متفکرانی مثل هابرماس می‌گویند، حاصل تجربه و تلاش

مشترک افراد و گروهها و پیامد کوشش برای درک معقول دیدگاههای یکدیگر و تلاش برای کنار آمدن معقول با یکدیگر است.

در دموکراسی، افراد به عنوان شهروند و دارای حقوق برابر فرض می‌شوند که امر حکومت و سیاست را داوطلبانه به نمایندگان‌شان وامی‌گذارند و در عین حال حق انتقاد، پرسش و بازخواست را همیشه برای خود محفوظ می‌دارند و هرگاه که نخواستند، حاکمان را آزادانه و بدون خونریزی کنار می‌گذارند.

دموکراسی نیازمند پراکندگی و توزیع منابع قدرت، منابع ثروت و منابع حقیقت است. اگر منابع حقیقت پراکنده نشوند، منابع قدرت هم پراکنده نخواهند شد.^۸ از دیدگاه رابرت دال هنگامی می‌توان از وجود دموکراسی سخن به میان آورد که شرایط زیر موجود باشد:

۱. شهروندان از امکان مشارکت مؤثر در فراگرد سیاسی و طبعاً از فرصتهای کافی و مساوی با یکدیگر بهره‌مند باشند.

۲. هریک از شهروندان مطمئن باشد که داوری و رأی او در تصمیم‌گیریهای مهم جمعی در روی کارآمدن یا کنار رفتن حکومتها یا تأثیر بر خط مشی آنها مؤثر است.

۳. این اصل پذیرفته شده باشد که شهروند، خود حق و صلاحیت تعیین و تشخیص مصلحت خویش را دارد.

۴. همه اشخاص بالغ از امتیازات و حقوق گسترده شهروندی بهره‌مند باشند. به این ترتیب از دیدگاه دال مهم‌ترین اصلی که دموکراسی را از نظامهای حکومتی دیگر متمایز می‌کند برابری سیاسی شهروندان با یکدیگر است. پایگاه فلسفی برابری سیاسی در دموکراسی، یکی باور به خودسامانی شخص است، یعنی پذیرفتن این اصل که شخص، خود بهترین تشخیص‌دهنده و داور مصلح خود است و دیگر باور به این اصل که ارجحیت‌ها و مصلح هر شهروند باید همان توجه و احترامی را برانگیزد که ارجحیت‌ها و مصلح شهروندان دیگر.^۹

در یک نظام دموکراتیک، مطبوعات خود را نماینده مصلح مردم و منعکس کننده خواستههای آنان می‌دانند و وظیفه خود را گزارش کاستیها و سنجش انتقادی دستاوردها و جستجوی عدالت و حقیقت می‌شمارند.

گفتگو و مشارکت دو اصل عمده و اساسی در یک نظام دموکراتیک و خود، زمینه‌ساز و بسط دهنده دموکراسی هستند. کارل کوهن در کتاب *دموکراسی می‌نویسد*: هر کوشش مشترک برای دستیابی به علائق گروهی، به ایجاد رابطه تفاهم‌آمیز — البته به وسیله روزنامه‌ها، کتابها و... — و به همان اندازه به مذاکره مستقیم میان اشخاص بستگی دارد. دموکراسی به اعضایی نیاز دارد که سخن گفتن روشن و بجا را آموخته باشند، از روی دقت و با نیروی ادراک به سخن دیگران گوش فرادهند و بتوانند به‌طور صریح و اثربخش مطلب بنویسند... شهروندان نمی‌توانند فقط دستگاه‌های شنوند باشند، باید بتوانند عقاید خود و دیگران را منتقل کنند و علائق و چشم‌اندازهای خویش را متجلی سازند.^{۱۱}

لازمه مشارکت فعال شهروندان در امور سیاسی و مسائل مربوط به سرنوشت خود، دسترسی آزادانه آنها به اطلاعات و اخبار است. اگر بنا باشد که اعضای اجتماع با موفقیت برخورد حکومت کنند، باید به گزارشهای در حد معقول دقیق و کامل درباره واقعیاتی که برای گرفتن تصمیمات عاقلانه لازم است دسترسی آسان داشته باشند. اگر اعضای یک اجتماع بدون داشتن اطلاعات لازم برای تصمیم خردمندانه یا براساس گزارشهای فریبکارانه و مغرضانه، درباره مسائل مشترک تصمیم بگیرند به استقبال فاجعه می‌روند. هر جامعه اگر امید به موفق ساختن دموکراسی دارد باید خود را مسئول تدارک و انتشار تمام اطلاعات مورد نیاز برای حکومت کردن از طریق مشارکت عمومی بشناسد.^{۱۱}

رسانه‌ها از جمله مطبوعات، بستر و مجرای طبیعی تهیه و توزیع اطلاعات در جامعه برای شهروندان هستند و موجب می‌شوند که نیروهای اجتماعی ضمن وقوف و آگاهی به حقوق خویش، سهم خویش را از قدرت طلب کنند. البته لازمه این امر، وجود مطبوعات آزاد و مستقل در جامعه است. مطبوعات آزاد و مستقل نه تنها هموطنانش را در جریان اخبار درست قرار می‌دهند بلکه به آنان درس حقیقت دوستی، شهامت اخلاقی و درست اندیشی می‌آموزند. مطبوعات آزاد در دنیای امروز از برجسته‌ترین ارکان آزادیهای مدنی و قانونی است. وجود آنها در جامعه نه تنها سنگری استوار برای دفاع از حقوق و منافع مردم و تسهیل امر مشارکت سیاسی در جامعه خواهد بود، بلکه نگاه بیدار مطبوعات همواره سبب اصلاح کار دولت و دولتمردان می‌شود.

فضای عمومی و افزایش توانایی‌های کلامی

فضای عمومی، فضای بحث، گفتگو و تبادل نظر است که هر کس بالقوه حق شرکت آزادانه در آن را دارد. برنده نهایی در این فضا را استدلال و منطق برتر تعیین می‌کند نه ثروت و قدرت بیشتر. لازمه توسعه سیاسی و عقلانی شدن دولت و سیاست، گشایش و گسترش چنین فضایی است. زیرا همگان باسب و گسترش شبکه ارتباطات ذهنی و استدلالی، پیرامون مسائل و موضوعات مورد علاقه و مرتبط با زندگی و سرنوشتشان، بر یگانه‌تازی‌های بی‌حد و حصر قدرت سیاسی، قفل مهار می‌زنند.

فضای عمومی جامعه به عنوان عرصه چند ذهنی، فریب‌زدایی و خشونت‌زدایی از سیاست، از شاخصهای اصلی عقلانی شدن سیاست و دولت است.

عرصه یا عرصه‌های عمومی در فضایی تشکیل می‌شود که در آن تعقل و گفتگو درباره مسائل عمومی صورت گیرد. گسترش عرصه عمومی در واقع تابع پیدایش امکان گفتگو و تعقل آزاد است. عرصه عمومی در مقابل عرصه‌های تاریک قدرت و منافع خصوصی، عرصه روشنی است. هرچه عرصه عمومی بیشتر گسترش یابد و هرچه قدرت، بیشتر در آن جذب شود زمینه عقلانی شدن دولت و سیاست، بیشتر گسترش می‌یابد. در مقابل، وقتی عرصه قدرت، نهادهای عرصه عمومی را درهم نوردد، دولت و جامعه، قدرت زده و غیرعقلانی می‌شوند. عرصه عمومی در مقابل عرصه آمریت، عرصه فکر، گفتگو، استدلال و زبان است. شرایط مکالمه باز و آزاد در عرصه عمومی متضمن این اصل است که هیچ فرد یا گروهی نمی‌تواند در خارج از عرصه عمومی یعنی در عرصه قدرت، به صورت قانع‌کننده‌ای مدعی شناخت خیر و صلاح جامعه باشد... وضعیت کلامی ایده‌آل تنها در عرصه عمومی می‌تواند تحقق یابد. هابرماس گسترش یافته‌ترین و کاملترین عرصه عمومی را وضعیت کلامی ایده‌آل خوانده است.^{۱۲}

اگر فضای عمومی را فضای تکرر، گفتگو و استدلال بدانیم، مطبوعات به‌عنوان بستر و مجرای ارتباطات ذهنی و گفتگوی انتقادآمیز، عمده‌ترین نقش را در این فضا دارند. فضای عمومی در جاهایی شکل می‌گیرد که امکان بحث، گفتگو و تکرر، فارغ از سلطه قدرت و ثروت وجود داشته باشد و همگان آزادانه بتوانند دیدگاهها و عقایدشان را ابراز نمایند. توسعه سیاسی مستلزم

گسترش چنین فضایی به عنوان عرصه مشارکت در تصمیم‌گیریهای سیاسی و تعیین حقایق در امور کلی، به زیان عرصه بسته قدرت است.

جامعه توسعه یافته، جامعه‌ای است که هرچه بیشتر در آن ساخت ارتباط و تفهیم و تفاهم و کلام قوت یابد و چنین تحولی به معنی تحکیم و تقویت جامعه مدنی است. در مقابل، جامعه ناسالم، در زمینه ارتباط و عمل بین‌الذهانی کمبود دارد. راه‌حل نهایی برای انسانیت از نظر هابرماس این است که حوزه ابزاری سلطه و قدرت، تابع منطق حوزه تفاهمی و عقل ارتباطی گردد. تنها در این صورت، ساخت آمریت و سلطه در هم شکسته می‌شود. زبان و مهارتهای کلامی و ارتباطی، لازمه ایجاد جهانی عقلانی است. ارتباط کاملاً آزاد و فارغ از سلطه، تنها در حوزه کلام و زبان ممکن است. تجدید توانایی عقل ارتباطی و قدرت کلام به جای قدرت ابزاری و سلطه و زور در اندیشه هابرماس به مفهوم روشنتر به معنی تقویت جامعه مدنی در مقابل سلطه دولت است.^{۱۳}

جامعه باز با نهادهای مدنی و فضای عمومی بحث و گفتگو به افزایش تواناییهای کلامی انسان منجر می‌شود. در مقابل، در جامعه قدرت مدار، انسانها دچار لکنت و گرفتگی زبان می‌شوند و توانایی اظهار نظر، نقد و مجادله را به نفع عرصه بسته قدرت و آمریت از دست می‌دهند. از دیدگاه هابرماس، کنش ارتباطی موفقیت‌آمیز و دستیابی به تفاهم و توافق معتبر، تنها در صورتی عملی خواهد بود که شرکت‌کنندگان در گفتگو به راحتی و آزادی، آنچه را که می‌خواهند به زبان آورند. تفاهم و توافقی که بر مبنای دروغ و خدعه شکل گیرد، تفاهم نیست بلکه نقش بازی کردن و تحمیق دیگران است.

در عرصه سیاست باید «الگوی ابزاری» و «الگوی ارتباطی و تفاهمی» را از هم تمایز بخشید. الگوی ابزاری در عرصه سیاست معطوف به کسب قدرت و موفقیت با توسل به سلطه و فریب به زیان منافع عام است. اما در الگوی ارتباطی و تفاهمی، هر گنشی معطوف به توافق و اجماع جمعی و فارغ از شائبه قدرت‌طلبی، به نفع مصلحت عامه است. الگوی غایت‌مند یعنی الگوی ابزار - هدف در عرصه سیاست، به تولید گفتمانهای سلطه‌جویانه و هژمونیک و اختلال در مجاری ارتباط سالم در جامعه منجر می‌شود و ترس و خشونت را جایگزین توافق و تفاهم می‌کند.

اگر تمایز روش شناسیک هابرماس را در مطالعه پدیده‌های «طبیعی» و «انسانی» بپذیریم، مواجهه ما با عالم طبیعت، ناشی از اراده معطوف به سلطه و استیلاست. مواجهه‌ای که در یک

سوی آن انسانی برخوردار از شعور و ذهن و در یک کلام «سوژه» و در سوی دیگر پدیده فاقد شعور یا «ابژه» قرارداد و همه تلاشهای سوژه، تسخیر و تسلط بر ابژه است. طبیعی است این سوژه با زبان قدرت و آمریت با ابژه صحبت کند. رابطه، رابطه‌ای «تک‌ذهنی» و مبتنی بر تصرف است. اگر این نگاه استیلاجویانه و آمرانه، در روابط اجتماعی و در عرصه حیات سیاسی حاکم شود سلامت اجتماعی و ارتباط سالم انسانی دچار تخریب و زوال می‌شود. نظامهای مبتنی بر قدرت و آمریت با به‌کارگیری مفاهیم و گفتمانهای واجد خصالت برتری‌جویانه و هژمونیک، مجاری ارتباط سالم در جامعه را مختل و مسدود می‌کنند. گفتمانهایی که از درون اراده معطوف به سلطه و رفتار غایتمند و در یک کلام، عقلانیت ابزاری سر برمی‌آورد گفتمانهای مستبدانه، قشربندی شده و هژمونیک است. عباراتی که در نظام آمرانه و با محوریت قدرت به‌کار گرفته می‌شود «عبارات حکمی» در جهت اعمال سلطه است شگرد نظام آمرانه، جلوگیری از بروز و رواج گفتمانهای مخالف و رهایی‌بخش و همچنین تحمیل و اجبار در جهت تولید گفتمانهای سازشکارانه و غیرمخالف است.

از ویژگیهای بارز جوامع قدرت مدار و به لحاظ سیاسی توسعه‌نیافته، کاربرد عبارات حکمی در ساحت زبان است. تنها جایگزین برای عبارات حکمی، «عبارات گفتاری» و مفاهیم آمیز برای برقراری روابط غیراجباری میان ذهنی در جهت دستیابی به توافق آزادانه و به‌دور از هر گونه اجبار و زور است. هابرماس می‌گوید: تنها بدیل برای اجباری که از یک طرف به طرف دیگر اعمال می‌شود توافق آزادانه میان مشارکت‌کنندگان است اما الگوی رفتار غایت‌مند، تنها برای عمل‌کنندگانی فراهم است که فقط به موقعیت خویش می‌اندیشند و نه رسیدن به توافق. قدرت ارتباط معطوف به توافق به منظور ایجاد وفاق یا وحدت نظر در مقابل زور قرار می‌گیرد زیرا توافقی که به‌طور جدی مورد نظر است خود فی‌نفسه هدف است.

سیاستگذاری عقلانی، بدون مشارکت دموکراتیک مردم قابل اجرا نیست. برای چنین مشارکتی، شرکت در انتخابات آزاد سیاسی لازم است ولی کافی نیست. دستیابی به چنین مشارکتی باید از طریق فرآیندهای تصمیم‌گیری نهادی شده صورت پذیرد و اینگونه فرآیندها باید جزئی جدایی‌ناپذیر از فضای عمومی اجتماع باشند و در عین حال قابلیت دریافت امواج روابط سیاسی را نیز داشته باشند ولی آرای عمومی خود باید با استفاده از گفتگو و تبادل نظر ساخته

شود تا بتواند نفوذی عقلانی بر سیاست داشته باشد پس باید دارای فضای عمومی‌ای باشیم که ساختاری بازدارنده نداشته باشد.^{۱۴}

مهم‌ترین نقش را در فضای عمومی، روزنامه‌ها و مجلات دارند زیرا این، روزنامه‌ها و مجلات هستند که می‌توانند عقاید، ایدئولوژیها و گفتمانهای متنوع و متضاد را بازتاب دهند و به عنوان مجاری ارتباط سالم بین آحاد افراد جامعه، به عقلانی و منطقی شدن فضای سیاسی جامعه به زیان هرگونه خشونت‌گرایی و استیلاجویی کمک نمایند. مطبوعات باید در راستای توسعه سیاسی، ضمن فراهم نمودن امکان گفتگوهای عقلانی و انتقادآمیز بین رهبران و مردم، از اغواگری توده‌ها و مشروعیت‌سازی کاذب پرهیزند و ضمن پایبندی به قاعده بازی آزادی، عرصه‌های عمومی بحث و تبادل نظر را به زیان عرصه بسته قدرت، گسترش دهند.

در فضای سیاسی - اجتماعی کشور ما، از جمله مهم‌ترین نقشها و رسالت‌های مطبوعات مستقل، ارتباط با حوزه‌های روشنفکری بخصوص روشنفکری دینی و قرارگرفتن در جریان مباحث و گفتمانهای نوین سیاسی چون جامعه مدنی، دموکراسی، آزادی، حقوق انسانی و شهروندی و... در جامعه است. مطبوعات باید دائماً این گفتمانها را «بازتولید» یا به عبارتی «بازآفرینی» نمایند زیرا با بسط و گسترش این ایده‌ها و گفتمانهاست که فضای سیاسی جامعه تحول یافته و گفتمانهای واجد خصلت هژمونیک و ابزاری در عرصه سیاست رنگ می‌بازد و نهایتاً راه بر تحولات عینی و ساختاری گشوده می‌شود.

یکی از اندیشمندان با اشاره به گفتمان «آزادی سیاسی» می‌گوید: آزادی سیاسی از آن دسته چیزهایی است که تا مفهوم آن پیدا نشود و در ذهن و زبان آدمی راه خود را پیدا نکند در عمل هم وجود خارجی پیدا نخواهد کرد. در عرصه سیاسی، تئوری سیاسی مقدم بر عمل سیاسی است یا مفاهیم، مولد واقعیات اند؛ برعکس علوم طبیعی که واقعیات، مولد مفاهیم اند. آزادیهای سیاسی در ایران منوط به پیدایش معنای دقیق آزادی سیاسی است و تا متفکران، نظریه‌پردازان و روشنفکران ما در این زمینه کار تئوریک نیرومند انجام ندهند و تا این کار تئوریک نیرومند، مشتری جدی پیدا نکند و از طریق مطبوعات و سایر رسانه‌ها به گوش مردم نرسد و در اذهان مستقر نشود، آزادی سیاسی در عمل و در خارج تحقق پیدا نخواهد کرد. در عرصه عمل سیاسی، آدمی به میزان وسعت مفاهیم تئوریک خود عمل می‌کند و بس.^{۱۵}

باتوجه به فقدان تشکلهای مدنی و احزاب سیاسی در جامعه، مطبوعات در شرایط کنونی که گفتمان حاکم، گفتمان جامعه مدنی، آزادی و... در سطوح داخلی و صلح، همزیستی و تشنج‌زدایی در عرصه روابط بین‌المللی است، وظیفه و مسئولیت سنگینی به دوش دارند. ما با گذر از مرحله جنبش به مرحله استقرار و تثبیت رسیدیم و طبیعی است که گفتمانهای ایدئولوژیک و سیاه و سفید کننده که حاوی ستیز و برخورد است باید جای خود را به گفتمانهای نوین صلح‌طلبی، همزیستی، پذیرش غیر و گفتگو در سیاست خارجی و جامعه مدنی، دموکراسی، تکرگرای، به رسمیت شناختن حقوق شهروندان و مخالفان و .. بدهد و مطبوعات همگام با متفکران و روشن‌اندیشان، در این جابه‌جایی و تحولات گفتمانی و نهایتاً ایجاد جامعه باز و به لحاظ سیاسی توسعه یافته، نقش اساسی دارند و باید به رسالت تاریخی خود عمل کنند.

نیازمندیهای توسعه‌یافتگی مطبوعات

همان‌طور که گفته شد، بین مطبوعات و مجموعه عوامل و پدیده‌های اجتماعی دیگر، هم‌کنشی و ارتباط متقابل وجود دارد. دامنه فعالیت‌های آزادانه مطبوعات، محدود به میزان قبض و بسط‌هایی است که در شرایط سیاسی و اجتماعی به وجود می‌آید. زیرا همچنان که مطبوعات می‌توانند به ایجاد نظام سیاسی توسعه یافته و فضای باز و مشارکت‌آمیز کمک نمایند، متقابلاً ساختار سیاسی و نحوه توزیع قدرت در جامعه، بر عملکرد و فعالیت آنها تأثیر می‌گذارد. در اینجا مختصراً به «دموکراسی و فضای باز سیاسی»، «تشکیلات صنفی و استقلال حرفه‌ای» و «حاکمیت قانون» به عنوان لازمه توسعه یافتگی مطبوعات پرداخته می‌شود.

دموکراسی و فضای باز سیاسی

فعالیت آزادانه رسانه‌ها از جمله مطبوعات، منوط به وجود شرایط سیاسی باز و نظام دموکراتیک است که در آن حقوق همگان برای تعیین سرنوشت خود و اظهار آزادانه عقاید و دیدگاهها به رسمیت شناخته شود. در یک نظام سیاسی بسته و توسعه نیافته، مطبوعات گرفتار سانسور و خود سانسوری هستند و قادر به ایفای نقشهای فعال و بسط مشارکت سیاسی و اجتماعی نیستند. در جامعه غیر دموکراتیک، مطبوعات یا زبان به چاپلوسی می‌گشایند و ثناگوی قدرت می‌شوند و یا از ترس، حقایق را پنهان می‌سازند.

در نظام دموکراتیک

- دولت بر منابع خبری و ارتباطی غلبه انحصاری ندارد و مطبوعات و رسانه‌های جمعی آزادند.
 - دلبستگی به حقیقت، راستگویی و بی‌طرفی، پشتوانه اعتبار روزنامه‌نگاران است.
 - نویسندگان و روزنامه‌نگاران جایگاه اجتماعی ویژه‌ای دارند.
 - جامعه مدنی بر پیوندهای متقابل ارتباطی استوار است.
- لذا شرط اساسی توسعه‌یافتگی مطبوعات، ایجاد فضای سیاسی مناسب و نظام دموکراتیک و باز است.

تشکیلات صنفی و استقلال حرفه‌ای

یکی از ویژگیها و شرایط نظام سیاسی توسعه یافته، وجود تشکلهای مدنی و سیاسی جهت صیانت و دفاع از حقوق شهروندان و شاغلان حرفه‌های گوناگون در مقابل فزون‌خواهیهای قدرت سیاسی و تسهیل مشارکت واقعی همه مردم در تصمیم‌گیریهای بنیادی است. جامعه فاقد نهادهای مدنی و میانجی، جامعه توده‌ای است که دولت به آسانی هرگاه که خواست دست به بسیج توده‌ای می‌زند و بر توده‌های مردم اعمال قدرت می‌کند. اما در جامعه مدنی، نهادهای میانجی، به عنوان سپر دفاعی برای صیانت از مردم در مقابل دولت عمل می‌کنند و مقدمات مشارکت مردم را در امور مربوط به تصمیم‌گیریهای سیاسی و اجتماعی فراهم می‌نمایند. برای آنکه مطبوعات و رسانه‌ها آزادانه به جستجو، کسب و انتشار اخبار و اطلاعات مبادرت بورزند و دائماً عملکرد رهبران و مسئولان را مورد بررسی نقادانه قرار دهند باید از استقلال حرفه‌ای برخوردار باشند. لازمه توسعه‌یافتگی مطبوعات، برخورداری از حقوق قانونی، تشکیلات صنفی و استقلال حرفه‌ای است.

حاکمیت قانون

بنیای عمل و فعالیت همه نهادها و افراد جامعه باید قانون باشد و نه اقدامات خودسرانه حاکمان قدرت طلب و گروههای فشار. در جامعه قانونگرا، همگان به حقوق و مسئولیتهای خود آشنا می‌شوند و در این میان مطبوعات نیز ضمن برخورداری از حمایتهای قانونی، قادر به ایفای رسالت اجتماعی و تاریخی خود خواهند بود. نظام سیاسی توسعه یافته، قانونمدار است نه

زورمدار؛ و یکی از شرایط توسعه‌یافتگی مطبوعات، حاکمیت قانون و پرهیز از اعمال زور و خشونت است.

پی‌نوشت‌ها

۱. لوسین پای، «فرهنگ سیاسی و توسعه سیاسی»، ترجمه‌ی مجید محمدی، نامه‌ی فرهنگ، س ۲، ش ۱ و ۲، (پاییز و زمستان ۱۳۷۰).
۲. حسین بشیریه، «توسعه و فرهنگ»، نامه‌ی فرهنگ، س ۲، ش ۱ و ۲، (پاییز و زمستان ۱۳۷۰).
۳. حسین بشیریه، دولت عقل، (تهران: مؤسسه نشر علوم نوین).
۴. هادی خانیکی، «مقدمه‌ای بر نقش و کارکرد مطبوعات در توسعه»، رسانه، س ۸، ش ۱، (بهار ۱۳۷۶).
۵. جواد اطاعت، «مشارکت سیاسی در نظامهای کثرت‌گرا»، اطلاعات سیاسی - اقتصادی، س ۱۲، ش ۱۲۴-۱۲۳، (آذر و دی ۱۳۷۶).
۶. همان.
۷. حسین بشیریه، «مشارکت سیاسی و توسعه سیاسی»، راه نو، ش ۱، (اردیبهشت ۱۳۷۷).
۸. حسین بشیریه، روزنامه‌ی جامعه، ش ۴۸، (۲ اردیبهشت ۷۷).
۹. فخرالدین عظیمی، «دموکراسی، جامعه‌ی مدنی و تمدن امروز»، نگاه‌نو، ش ۳۰، (آبان ۱۳۷۵).
۱۰. کارل کوهن، دموکراسی، ترجمه‌ی فریبرز مجیدی، (تهران: انتشارات خوارزمی).
۱۱. همان.
۱۲. حسین بشیریه، دولت عقل.
۱۳. همان.
۱۴. یورگن هابرماس، «فلسفه سیاسی»، [در گفتگو با رامین جهانگللو]، نقد عقل مدرن، ترجمه‌ی حسین سامعی، (تهران: فرزانه، ۱۳۷۶).
۱۵. عبدالکریم سروش، روزنامه‌ی جامعه، ش ۴۸، (۲ اردیبهشت ۱۳۷۷).

روزنامه‌نگاری انتقادی!

دکتر مهدی محسنیان راد

در حوزه مطالعات علوم اجتماعی، اصطلاحاتی چون قضاوت انتقادی (judgement critical) ، تفکر انتقادی (critical thinking) و بحث انتقادی (critical argument) وجود دارد. اما روزنامه‌نگاری انتقادی را تاکنون من ندیده‌ام.

در حوزه روزنامه‌نگاری، اصطلاحاتی چون روزنامه‌نگاری تحقیقی (investigative journalism) و روزنامه‌نگاری تفسیری (interpretive journalism) وجود دارد که می‌تواند انتقادی باشد یا نباشد. بنابراین به جای آنکه دنبال تعریف روزنامه‌نگاری انتقادی برویم باید به جستجوی تعریف انتقاد بپردازیم.

در زبان فارسی واژه انتقاد یک واژه ساختگی است که ریشه آن کلمه عربی «نقد» است و روزنامه‌نگاران عرب، کلمه انتقاد را آن‌گونه که ما ساخته‌ایم به کار نمی‌برند و کلمه دیگری دارند که تقویم و یا همان تقویم است.

وقتی به سراغ ریشه، یعنی واژه «نقد» می‌رویم، با دو مفهوم مواجه می‌شویم: یکی همان است که در تاریخ اجتماعی ما، از سر بی‌اعتمادی، مواج بودن قواعد و بی‌ثبات بودن دنیا، سیلی از آن نوع را بر حلوای نسبه ترجیح می‌دادند و نوع دیگر بازمی‌گردد به حرفه صرافانی.

می‌دانیم که کار اصلی صرافان امروزی، تبدیل ارزها به یکدیگر است در حالی که کار اصلی صرافان قدیم، تعیین ناخالصی سکه‌ها و سنجش عیار آنها بوده است. در واقع صرافان، سنجش گرانی بودند که خالص را از ناخالص مشخص می‌کردند و این کار را نقد می‌گفتند. حال ما در زبان فارسی آمده‌ایم انتقاد را از باب افتعال ساخته‌ایم که مفهوم قبول و پذیرش را دارد. مثل اشتهار یعنی شهرت پذیر شدن. اجتهاد یعنی کوشش پذیر شدن و از این قبیل. بنابراین انتقاد باید نقدپذیر شدن معنی شود و به همین دلیل است که یکی از برجستگان مسلط به زبان عربی، به طنز می‌گوید چون ما پذیرش را از زندگی خود حذف کرده‌ایم، این کلمه را به جای نقد به کار

می‌بریم. به هر حال در فرهنگ ما انتقاد از ریشه نقد است و نقد در زبان ما دو معنی دارد. یکی خالص را از ناخالص بیرون کشیدن و دیگری وجه مال یا خدمتی را همان موقع معامله دادن. اما از آن سو، در زبانهای اروپایی، criticism از critic می‌آید و critic هم به مفهوم نقد است و هم به مفهوم بحران.

در هر سه زبان انگلیسی، فرانسه و آلمانی، صفتی که با کلمه critic می‌سازند هم، معنی انتقادی دارد و هم معنی بحرانی.

می‌دانیم وقتی که درجه یک دستگاه روی نقطه خاصی برسد، شرایط بحرانی آن دستگاه آغاز می‌شود. برای مثال، خلبانی می‌تواند در شرایط کریتیکال، موتور پیچیده هواپیما و سازمان پیچیده تر مسافران را اداره کند که کاملاً مسلط، آگاه، متخصص، خویشتن‌دار و مدبر و از خود گذشته باشد. در حالی که ما در زبان فارسی هیچ نسبتی میان واژه انتقاد و واژه بحران نداریم. به این ترتیب معنی دوم نقد در زبان ما پول نقد و مبادله آن و در زبانهای اروپایی، بحران و شیوه مدیریت آن است. شاید همین نکته ظریف است که ما در کنار اصطلاح ساختگی انتقاد دچار تعارفات معمول شرقی هستیم و برای انتقاد شرط سازندگی را می‌شنویم و در عین حال وقتی انتقادنویسی می‌کنیم به راحتی وارد حوزه فحاشی شده و بدون حفظ حرمت دیگران، بدون تدبیر فرمان را به دست می‌گیریم و در حوزه‌ای که مترادف با بحران است، معامله نقد می‌کنیم!

و اما در مورد اصطلاح انتقاد سازنده، گویا این اصطلاح نخستین بار از سوی حکومتی کمونیستی مطرح شد و به تدریج به کشورهای جهان سوم نیز رسوخ کرد.

منابع علمی، انتقاد سازنده را نمی‌شناسند، اما در عین حال انتقاد را به دو دسته مخرب (destructive) و غیرمخرب (nondestructive) تقسیم می‌کنند و می‌دانیم میان سازنده و غیرمخرب تفاوت بسیار است. از آن کس که توقع می‌رود تخریب نکند می‌توان انتظار ساختن نداشت. همان‌طور که آن کس که تخریب نمی‌کند الزاماً نباید تخصص ساختن نیز داشته باشد.

منابع علمی ثابت می‌کنند که غیرمخرب بودن یک انتقاد، به هیچ وجه به تنهایی در اراده منتقد نیست. بلکه نشان می‌دهند که یک انتقاد غیرمخرب ممکن است با عکس‌العمل نامناسب نشانگاه انتقاد، تبدیل به انتقاد مخرب شود و از آن سو انتقاد مخرب در اثر عکس‌العمل مناسب نشانگاه انتقاد، تبدیل به انتقاد غیرمخرب گردد. در واقع منابع مذکور مسئولیت مخرب یا غیرمخرب بودن انتقاد را به عهده هر دو طرف منتقد و نشانگاه انتقاد می‌گذارند و نه فقط بر عهده منتقد. این

تئوری دقیقاً مبتنی بر همان خصلت فراگردی ارتباط است که می‌گوید تمام عناصر یک فراگرد با یکدیگر کنش متقابل دارند.

بنابراین باید کوشش کنیم به جای آنکه مکرر شرط نامفهوم سازنده بودن انتقاد را مطرح نماییم، این فهم عمومی را ایجاد کنیم که انتقاد باید غیرمخرب باشد. گام اول آن است که تعریفی قابل پذیرش و منطبق با نظام ارزشی خود برای انتقاد داشته باشیم.

تعریف زیر پیشنهاد می‌کند که انتقاد را بیان جهت‌گیری منفی از سوی منتقد بدانیم، بی‌آنکه او را ملزم به پرداختن به نکات مثبت بدانیم. چنین تعریفی دربرگیرنده هر دو نوع انتقاد مخرب و غیرمخرب است. آنچه مسلم است، یکی از شروط مربوط به انتقاد غیرمخرب، بیان مبتنی بر ادراک است، نه احساس.

به‌هر حال در این حوزه باید کار بسیاری انجام شود؛ در حالی که آنچه انجام شده بسیار کم است. به عنوان مثال از حدود ۲۷ هزار سطر مطالب آموزش روزنامه‌نگاری که طی ۴۰ سال گذشته منتشر شده، فقط نیم درصد آن مربوط به نقدنویسی است که اکثر آنها نیز راجع به نقد هنری یا ورزشی است.

علی‌رغم این ابهامات، در ماده ۳ قانون فعلی مطبوعات ایران، از اصطلاح «انتقاد سازنده» استفاده و عیناً چنین ذکر شده است که مطبوعات حق دارند انتقادسازنده را درج کنند. آنگاه قانون‌گذار در تبصره همان ماده، انتقادسازنده را مشروط بر آن دانسته که دارای منطق و استدلال بوده و مبتنی بر پرهیز از توهین و تحقیر و تخریب باشد. به عبارت دیگر، قانون‌گذار برخی از شروط لازم برای انتقاد غیرمخرب را مطرح کرده، اما از اصطلاح مبهم انتقادسازنده نیز استفاده نموده است.

درمورد نامفهوم بودن انتقادسازنده به نتایج یک نظرسنجی اشاره می‌کنم که سه سال پیش بر روی گروهی از روزنامه‌نگاران برجسته که اکثر آنها سابقه نقدنویسی داشتند انجام شد. در آن تحقیق این اطلاعات را ارائه دادم که طی ۱۶ سال گذشته، دولتمردان ایران ۲۲۹۱ باید و نباید را برای روزنامه و روزنامه‌نگار مطرح کرده‌اند که در میان آنها ۷۵ باید و نباید، مربوط به شیوه انتقادنویسی بوده و اضافه کردم که در میان آن گفته‌ها اصطلاحاتی دیده‌ام که می‌خواهم مفهوم

آنها را از نظر شما بدانم. در ادامه تقاضا کرده بودم که معنی آن اصطلاحات را بنویسند و اگر هم واقعاً نمی‌دانند، همان را ذکر کنند.

یکی از آن اصطلاحات، همین «انتقاد سازنده» بود. نتایج نشان داد که ۱۵ درصد در قبال این واژه سکوت کرده بودند، ۲ درصد گفته بودند که نمی‌دانند، ۲۲ درصد آن‌را به مفهوم ایجاد سد در مقابل روزنامه‌نگار برای انتقادنویسی دانسته، ۱۹ درصد آن‌را بی‌معنی گفته و ۵۲ درصد نیز تعریف لغوی کرده بودند.

حال اگر همان تعریف ارتباط را که عبارت است از «فراگرد انتقال پیام از سوی فرستنده، برای گیرنده، مشروط بر آنکه معنی متجلی شده در گیرنده مشابه معنی مورد نظر فرستنده باشد» در نظر بگیریم و میزان M' بر M روزنامه‌نگاران و دولتمردان را برای اصطلاح «انتقاد سازنده» محاسبه کنیم، عدد ۰/۵۲ به دست می‌آید که نشان‌دهنده آن است که پس از سالها که از پیروزی انقلاب اسلامی گذشته، هنوز هم‌فهمی و تفاهم میان روزنامه‌نگاران و دولتمردان در باب انتقاد وجود ندارد.

در همان زمان که نظرسنجی مذکور انجام شد، تحلیل محتوای یک‌ماه تقریباً کلیه مطبوعات آن زمان نشان داد که اگر آگهی‌های تبلیغاتی و تصاویر را در نظر نگیریم و در واقع در میان مطالب نوشته شده مطبوعات جستجو کنیم، خواهیم دید که ۹/۳۷ درصد سطح زیر چاپ مذکور حاوی مطالب انتقادی بوده — اعم از روبه داخل یا رو به کشورهای خارجی — که سهم قابل توجهی است. اما اگر همان ۹/۳۷ درصد را تجزیه کنیم خواهیم دید که فقط ۵ درصد سطح زیر چاپ غیرآگهی و تصویر مطبوعات، انتقاد از مقوله‌های به اصطلاح حساس بوده که آن هم بیشتر در نشریات کم تیراژ و اختصاصی و به عبارت دیگر نشریات دگر اندیش وجود داشته است و بقیه انتقادها در واقع مجموعه‌ای از گله و شکایت از حوزه‌هایی چون ترافیک، اعتیاد و از این قبیل بوده است.

همان موقع، روزنامه‌نگاران مورد بررسی هشت علت را علل اساسی وضعیت انتقاد در مطبوعات ایران دانسته بودند. مهم‌ترین علتی که از سوی ۱۹/۲ درصد آنان مطرح شده بود، کمی تخصص حرفه‌ای بود. پس از آن خود سانسوری با ۱۰/۳ درصد در رتبه دوم قرار می‌گرفت. شش علت بعدی سهمی میان ۸ تا ۶ درصد را دارا بودند که عبارت بودند از: محرمانه دانستن اطلاعات از سوی صاحبان اطلاعات، بی‌انگیزه‌ای و مشکلات شخصی روزنامه‌نگاران، انتظار

عملکرد تبلیغاتی در مطبوعات از سوی برخی دولتمردان، کمبود سیستم‌های آرشیو، کمی تجربه انتقادنویسی در ایران و نداشتن امنیت شغلی.

اظهار نظر قطعی درباره وضعیت انتقاد در مطبوعات امروز ایران که یکی از حساس‌ترین دوره‌های تاریخ روزنامه‌نگاری را می‌گذارند بدون انجام یک پژوهش ویژه امکان‌پذیر نیست. اما می‌توان گفت که در آستانه ورود به این مقطع، یعنی در دوران رقابتهای هفتمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در ایران، حجم انتقاد در مطبوعات افزایش بی‌سابقه‌ای یافت، به طوری که اگر از ۲۱۷ هزار ستون سانتی‌متر سطح زیر چاپ ۳۴۴۲ مطلب مربوط به انتخابات در ۲۰ روز قبل از انتخابات، سهم تصاویر را حذف کنیم خواهیم دید که ۴۷/۳ درصد آنها حاوی نکاتی انتقادی نسبت به مخالفان یک کاندیدا، طرفداران یک کاندید و یا شخص کاندیدا بوده است. اما متأسفانه در میان ۳۴۴۲ مطلب مذکور، در ۷۴ مطلب یعنی ۲/۱ درصد آنها به وضوح فحاشی دیده شده است. اصطلاحاتی چون فاسد، جغد شوم، و ابله بازمانده انتقادات مخرب برخی از مطبوعات در دوران انتخابات بوده است. شیوه‌ای که قطعاً در ردیف مخرب‌ترین انتقادات قرار می‌گیرد. مطبوعات ایران، اکنون در یکی از حساس‌ترین دوره‌های تاریخ حیات ۱۶۰ ساله خود به سر می‌برد. از یک سو میراث‌خوار گذشته خود است که در این مقاله به مواردی از آن اشاره شد و آنچه را نیز که اشاره نشد، تقریباً همه می‌دانند. از سوی دیگر این مطبوعات سوای وابستگی به پیشینه تاریخی خاص ایران، خصلت عام مطبوعات کشورهای در حال گذر را دارند و می‌دانیم که روزنامه‌نگاران این کشورها با سؤالاتی مواجه‌اند که پاسخ برخی از آنها مجهول است.

۱. آیا در کشورهای در حال گذر، دولتمردان — در عمق پنهان ذهن خود — تا چه حد مطبوعات را عقلهای مستقل و ناظران آگاه فرض می‌کنند؟ و یا تا چه حد از آنان انتظار ابزار تبلیغات سیاسی حکومت دارند؟

۲. آیا در کشورهای در حال گذر، به دلیل همان خصلت در حال گذر بودن، وجود درگیری در جابه‌جاییهای قدرت، بالا بودن احتمال اشتباه در اداره امور، حجم نارساییها و در واقع حضور مستمر در شرایط بحران تا چه حد، بیش از کشورهای «غیردر حال گذر» است؟

۳. آیا در شرایطی که به دلایل مختلف، اکثر فعالیتهای سیاسی و اقتصادی به صورتی انحصاری در دست دولتهاست، تا چه حد می‌توان جهت‌گیری منفی — آن‌هم بدون پنهان‌کاری — نسبت به این مجموعه نمود. بدون آنکه متهم شد که اساس حکومت به خطر افتاده است؟

۴. آیا اگر انتقادهای یا مجموعه‌ای این جهت‌گیریهای منفی منتج به آن شود که تصویری سیاه از جامعه به مردم ارائه و منتهی به نومییدی گردد، عزت نفس مردم کاهش نخواهد یافت؟ و این کاهش عامل بازدارنده در توسعه نخواهد شد؟
۵. آیا از آن سو، عدم انعکاس اشتباهات، عملکردهای نادرست، سوء استفاده‌ها و از این قبیل، باعث ناآگاهی مردم از این وضعیت و در نتیجه فراهم نشدن شرایط کنترل و تصحیح مسیر حرکت نخواهد شد؟
۶. آیا اصولاً مشکل اصلی این نیست که در این جوامع، انتقاد و انتقادپذیری نهادینه نشده است؟ و آیا نهادینه نشدن مذکور، ریشه در پدیده‌هایی چون «پدر سالاری» در خانواده‌ها و «معلم سالاری» در نظام آموزش و پرورش و دیدگاههای مطلق‌گرایانه سایر نهادها در آن جامعه ندارد؟
۷. از آن سو، آیا نهادینه نشدن انتقاد در یک جامعه در حال گذر، منتج به توسعه انحصار طلبی، خود محوری، دیکتاتوری و متعاقباً بحران مشروعیت نخواهد شد؟
۸. آیا در یک جامعه در حال گذر، در شرایط نهادینه نشدن انتقاد، می‌توان بردباری و تحمل آرای دیگران را در یک حوزه توسعه داد و در حوزه‌های دیگر مسکوت گذارد؟
۹. چگونه ممکن است انتظار داشت در جامعه‌ای که انتقاد در آن نهادینه نشده، منتقدان توانمند، خویشن‌دار، از خود گذشته، متخصص، مسلط و ورزیده حضور داشته باشند؟
۱۰. آیا در چنین جوامعی — هنگامی که به هر دلیل و برای مدتی کوتاه، شرایط نقدنویسی فراهم می‌شود — تا چه حد احتمال دارد منتقد تجربه نیندوخته و آموزش ندیده، به صورتی شتاب‌آلود، و ضمناً بی‌اعتماد به بقای وضعیت، بتواند ایفای نقش کند؟ و از آن سو احتمال اینکه به موازات آن، فرصت‌طلبانی دیگر در لباس انتقاد، با ورود به وادی فحاشی، تهمت زدن، بی‌آبرو کردن و اعمالی از این قبیل، حسابهای شخصی را تسویه کنند و نهادینه نشدن انتقاد را بازهم به تأخیر بیندازند چقدر است؟
۱۱. و سرانجام در جامعه‌ای این چنین، و با این مقدار سردرگمی، تا چه حد معنی نماد «انتقاد» در ذهن طبقات مختلف اجتماعی از دولتمردان گرفته تا روزنامه‌نگاران و غیره مشابه است و اگر نیست، چگونه می‌توان به این تشابه دست یافت؟

اما باز می‌گردم به خصلت ویژه جامعه ایران، کشوری که پیشینه تمدنی کهن و پرریشه دارد. کشوری که به انقلابش مباحثات می‌کند، که انقلابی است ارزشی و کشوری که ملت آن در سایه قرآن به حیاتش ادامه می‌دهد. برای این کشور داشتن حتی یک مورد نشریه فحاش همان قدر ننگ است که مطبوعات در بند.

مطبوعات جامعه مدنی

علیرضا فرهمند

در این گزارش کوتاه از پرداختن به سه سؤال خودداری می‌کنم:

۱. چه تعاریف روشنی از جامعه مدنی هست؟
۲. آیا جامعه مدنی به شکل موجود و متداول آن در ایران تحقق‌پذیر و مفید است؟
۳. جامعه مدنی به چه قیمتی؟

البته ما غیر از روزنامه‌نگار، شهروند این دیار هم هستیم. و با دعوت مهمی که برای اختیار کردن جامعه مدنی شده است، لازم است کل مضمون این دعوت را بشناسیم. اما در گزارشی که ارائه می‌کنم فقط به بخشی از این مضمون، یکی از بخشهای فنی آن، می‌پردازم که به کار حرفه‌ای ما ربط می‌یابد. اضافه کنم که موضوع این گزارش نقش مطبوعات در جامعه مدنی نیست، بلکه برخی از تأثیرهای جامعه مدنی بر کار مطبوعاتی است. سعی کردم موضوع این گزارش را در حد این سؤال محدود نگه دارم:

به فرض تحقق جامعه مدنی در ایران، چه تغییراتی در کار حرفه‌ای ما قابل پیش‌بینی است؟ گزارشم را با چند عنوان شروع می‌کنم که احتمالاً توافق بر سر آنها آسانتر است. سپس اظهارنظرها و توضیحاتی می‌آورم که ممکن است بر سر آنها اتفاق نظر نباشد.

فهرست عنوانها چنین است:

۱. تعریف جامعه مدنی کامل و جامع و واحد نیست.
۲. در جامعه مدنی نهادهای مدنی مستقل از دولت در محیطی آزادتر قوت خواهند گرفت و در مواردی با یکدیگر رقابت خواهند کرد.
۳. با تقویت نهادهای مدنی، بعضی از پیوندهای دیرین تغییر خواهد کرد.

۴. موضوع امنیت ملی و تشخیص مصالح استراتژیک ملی همچنان در حیطه مسئولیت حکومت باقی می‌ماند و فراتر از منافع گروه‌ها و تشکل‌ها است.
۵. در روزنامه جامعه مدنی اتکا بر خبر بیشتر است.
۶. بین مطبوعات و نهادهای مدنی جدید آشنایی کم است.
۷. اجرای قانون با دقت و تأکید بیشتری انجام خواهد شد.

*

دربارۀ هر یک از این عناوین توضیحاتی می‌دهم:

۱. تعریف جامعه مدنی کامل و جامع و واحد نیست
 توضیح — مفهوم جامعه مدنی به آن معنا که در جهان متداول شده است، از مفاهیمی است که در غرب بیشتر روی آن کار شده است. تحقیقات و اظهارنظرهای زیادی درباره جامعه مدنی و جنبه‌های مختلف آن به صورت کتاب و مقاله در غرب شده است. برای تهیه همین گزارش، به حدود ۱۰ کتاب با عنوان جزئی جامعه مدنی و رسانه‌ها برخوردم. مطالب دیگری هم به صورت مقاله یا فصولی از کتابها یافتیم. و تازه اینها فقط کارهایی بودند به زبان انگلیسی. به یقین کارهایی به آلمانی و فرانسه و روسی و اسپانیایی و ژاپنی و زبانهای دیگر هم شده است. پیش از این مفاهیم و پدیده‌های دیگری هم از غرب به کشورهای چون ما وارد شده و از جنبه‌هایی ما را به یک نظام جهانی متصل کرده‌اند؛ پدیده‌هایی مثل بانک، قانون اساسی، نظام آموزشی واحد، نظام اداری و کارمندی، شهرداری، و پدیده روزنامه.
 البته ما معمولاً در این پدیده‌ها دستکاری کرده‌ایم و خواهیم کرد. با این همه مفهوم جامعه مدنی، دست کم در ابتدا و در میان بعضی از گروههای فکری، احتمالاً تحت تأثیر تعریفها و تفسیرهای متداول در غرب، درک خواهد شد، تا بعداً تغییراتی، با توجه به فرهنگ ایرانی و اسلامی در آن اعمال کنیم. اما آن تعریفها و تفسیرهای متداول در غرب نیز یکی نیستند. و هنوز هر سال کتابهای جدیدی درباره جامعه مدنی با تعاریف جدید پیشنهادی منتشر می‌شود.
 از طرفی ما هنوز به نقدهایی جدی که در خود غرب به جامعه مدنی وارد شده است اعتنا نکرده‌ایم.

● یک دسته از این انتقادات جنبه نظری دارد. گاهی چنان شدید هستند که حتی بعضی از متفکران، جامعه مدنی متداول در غرب را نظامی دیده‌اند که سبب بردگی، همسان‌سازی، فقیر کردن معنوی، و بهره‌کشی انسان می‌شود. بعضی از منتقدان آن را از اسباب رام کردن انسانها، همچون احشام، نامیده‌اند.^۱

● دسته‌ای از انتقادات جنبه سیاسی دارد. در بعضی از نظامهایی که در محاصره تهدید هستند، مثلاً کوبا، با تکیه بر فوریت داشتن ثبات و امنیت و دفاع، از جامعه مدنی پرهیز شده است. در سنگاپور، منطق پرهیز از جامعه مدنی تکیه بر انضباط، با هدف تقویت و حفظ بنیه مالی است. البته اینها، مخصوصاً سنگاپور، کشورهای کوچکی هستند و نمی‌توانند الگو قرار گیرند. اما پرهیز از جامعه مدنی در مورد چین قابل توجه است که در آن به نظام تک‌حزبی و تأکید بر انضباط در دوران خیز اقتصادی و تکنولوژیک اهمیت داده شده است.

در واقع در بسیاری از کشورهایی که امروز می‌توان آنها را جامعه مدنی نامید، این فرآیند تدریجی صورت گرفت، یعنی ابتدا نهادها تشکیل و کارآمد شدند و آنگاه — و در نتیجه آن — جامعه مدنی شکل گرفت، نه اینکه ابتدا جامعه مدنی ایجاد شود و سپس نهادها شکل بگیرند. تصمیم به اختیار کردن جامعه مدنی پیش از تشکیل نهادها، عمدتاً مربوط به روسیه و کشورهای اروپای شرقی، پس از سقوط حکومت‌های کمونیستی است. البته چند کشور دیگر را هم باید به این فهرست افزود، مثلاً ژاپن که شکست آن در جنگ و فشار امریکای فاتح، در واقع جامعه مدنی را به آن تحمیل کرد.

● دسته دیگری از انتقادات جنبه اجتماعی دارد. در کشورهای اروپای شرقی، پس از فروپاشی نظام تک‌حزبی و انتقال به جامعه مدنی، بسیاری از افراد از انحطاط اجتماعی و اخلاقی و فرهنگی، و حتی انحطاط هنری می‌نالند.

غیر از انتقادات، جنبه دیگری از موضوع جامعه مدنی که هنوز به آن پرداخته نشده است، زمینه اقتصادی است. هنوز درباره پیش‌شرط اقتصادی جامعه مدنی چندان تحقیق مبسوطی، با توجه به وضع ویژه ایران، ندیده‌ایم.

بیشتر نوشته‌های متفکران و محققان ما در این مرحله آغازین با رویکرد مثبت ارائه شده و بیشتر جنبه‌های اجتماعی جامعه مدنی، و کمتر جنبه‌های اقتصادی، در نظر بوده است.

صرف نظر از احتمال تحقق یا عدم تحقق جامعه مدنی در ایران، هنوز نمی‌دانیم کدام تعریف از این مفهوم، و با چه اصلاحات و تغییراتی، شکل خواهد گرفت. اما مسلم آن است که هر چه باشد بین این جریان، و کار مطبوعات تأثیرهای متقابلی در جریان خواهد بود.

۲. زمینه فعالیت برای نهادها (جدید و قدیم)، آزادتر از گذشته خواهد بود. وقتی نهادهای مستقل از دولت (مثلاً سندیکاها، انجمنهای صنفی، ولایتی، فرهنگی، و بنیادهای عام‌المنفعه) سر برآورند، در مواردی با یکدیگر رقابت (و شاید گاهی مبارزه) خواهند کرد
توضیح — در واقع دو توضیح لازم است.

توضیح اول — به نظر می‌رسد که در جامعه مدنی موعود، نهادهای مدنی که ظهور خواهند کرد، در محیطی آزاد، بسیار آزادتر از آنچه ما تاکنون می‌شناخته‌ایم، فعالیت خواهند کرد و تقویت خواهند شد.

بحث آزادی برای کار حرفه‌ای ما روزنامه‌نگاران اهمیت دارد. ما بیشتر از دیگر حرفه‌ای‌ها دریافته‌ایم که در آزادی علاوه بر نیروهای خیر و سودمند، نیروها و انگیزه‌های شرّ و زیان‌آور و ضداجتماعی نیز آزاد می‌شوند. در جامعه مدنی فرصتهای جدیدی برای سوءاستفاده کشف یا ابداع خواهد شد، و بعضیها در این راه حرفه‌ای خواهند شد. بعضیها هم در محیط آزادیهای جدید، فقط در بعضی از موارد، از راههای خلاف قانون برای پیشبرد کار خود سوءاستفاده خواهند کرد. در شرایط فعلی روزنامه‌نگار در بسیاری از موارد، به تشخیص خود اعتماد می‌کند و همان را در کار خبری اعمال می‌کند. در جامعه مدنی، حتی اگر بر سر خیر یا شرّ بعضی از فعالیتها قضاوت روشن باشد، روزنامه باید قضاوت خود را به کمترین حد برساند و برای قضاوت نهایی منتظر رأی مراجع مسئول، مثلاً دادگاه بماند. رعایت این موضوع برای بسیاری از روزنامه‌نگاران ما با توجه به تربیت اخلاقی و احساس مسئولیت و تعهد آنها دشوار است.

توضیح دوم — در روزهایی که کشمکشها بالا می‌گیرد، معمولاً مصلحان و رهبران اجتماعی دعوت به آرامش و وحدت می‌کنند. در حالی که در جامعه مدنی یکی از نخستین چیزهایی که از دست می‌رود، آرامش و وحدت است.

جامعه مدنی در ذات خود بحران‌زاست. منتها بحرانهای جامعه مدنی در مقایسه با آنچه ما از بحران می‌شناسیم، جزئی‌تر، کوچکتر، غیرسیاسی‌تر، و در تأثیر فوری بر سرنوشت ملی،

کم‌اهمیت‌ترند. و البته فراوانی بحران بیشتر است. مبارزات و جدالهای جامعه مدنی همیشه فکری و عقیدتی نیست، گاهی بر سر به‌دست آوردن سهم بیشتری از قدرت، ثروت و وجهه اجتماعی است. اخبار و گزارشهای مربوط به بحرانها، کار خبری روزنامه‌ها را شدیدتر می‌کند. البته تیراژ را هم بالا می‌برد.

- رؤیای آب نوشیدن گرگ و بره در کنار هم، مربوط به جامعه مدنی نیست. چند مثال می‌زنم:
- هر سال در چنین ایامی (در بهار) در فرانسه، خصوصاً در جنوب آن کشور، فصل مبارزات پریاهوی شکارچیان با «سبزاها» (یعنی طرفداران حفظ محیط زیست) و انجمنهای حمایت از حیوانات است. و هر سال طرفین به سبک طرفداران دو تیم فوتبال علیه هم مضمونهای بکری هم کوک می‌کنند. طرفداران شکارچیان در مجلس نماینده دارند.
- در قسمتهایی از انگلستان، خصوصاً در شمال آن، طرفداران زندگی روستایی مبارزه می‌کنند که شهری‌ها را از محدوده روستاها دور نگه دارند تا طبیعت حفظ شود. آنها سعی می‌کنند مانع آن شوند که شهری‌ها زمینهای روستاییان را بخرند و خانه‌سازی یا کارخانه‌سازی کنند.
- در امریکا چند سال است که بر سر آموزش فرضیه تکامل داروین در مدارس دعواست. کسانی هستند که می‌خواهند این فرضیه آموزش داده نشود، یا دست کم در کنار فرضیه تکامل، نظریه خلقت نیز به همان اندازه با روشهای علمی، و نه فقط دینی، آموزش داده شود.
- مبارزات سیاهان در امریکا و نیز مبارزات زنان مساوات‌طلب، از دیگر نمونه‌های این نوع بحرانها است.

- در کانادا، جدایی طلبان «که‌بک» سالهاست که مشغول مذاکره و مبارزه‌اند.
- اعتصابهای کارگران و معلمان و پرستاران و کارمندان دولت، یکی از آشنادترین بحرانهای جوامعی است که نام جامعه مدنی بر خود دارند.
- در این گونه مبارزات معمولاً مشروعیت خود رژیم حاکم مورد چون و چرا نیست (با استثناهایی مانند شورش ۱۹۶۸ فرانسه). قصد گروهها عمدتاً عرض اندام و بلند کردن صدا در جامعه است. روحیه نفع‌طلبی عریان بعضی از این مبارزات برای ما غریب است. دو مثال می‌زنم:
- وقتی در امریکا چند قتل پیاپی روی می‌دهد (مثلاً در همین دو ماه اخیر دو بار در مدارس، بچه‌ها با تفنگ چند تا از همشاگردیها و معلمهای خود را کشتند) اگر از مقامی، یا صاحب‌نظری، پرسید که چرا جلو فروش آزاد اسلحه را نمی‌گیرند، خیلی جدی و خونسرد،

به شما توضیح می‌دهد که آخر تولیدکنندگان و فروشندگان اسلحه صاحب نفوذ هستند و تعداد زیادی نماینده کنگره را در اختیار دارند که نمی‌گذارند قانون منع فروش اسلحه تصویب شود. این نوع دید، هر چند که در غیراخلاقی بودن آن ما شک نداریم، معادله‌ای قانونی به حساب می‌آید. و وقتی برسید یعنی چه که چند نماینده در اختیار دارند، باز جدی و خونسرد جواب می‌دهد که آخر این نمایندگان در جریان مبارزات انتخاباتی از کمکهای مالی آن شرکتهای سازنده و فروشنده اسلحه برخوردار بودند.

به همین صراحت!

• کارچاق‌کن‌هایی در امریکا برای فعالیت در کنگره و وزارتخانه‌ها مجوز قانونی دارند. اینها اجیر بنگاهها و انجمنهای اقتصادی یا نهادها مدنی هستند و از جمله ابزارهای اعمال فشار آنها تطمیع (به صورت امتیازهای مالی و سیاسی) و تهدید (به صورت رو کردن پرونده‌ها از طریق مطبوعات) است. مهارت در تطمیع و تهدید از مقتضیات کار حرفه‌ای این کارچاق‌کن‌هاست.

*

البته همان‌طور که گفتم، فرهنگ ما آن جامعه مدنی متداول را در بست نمی‌پذیرد و در آن دستکاری می‌کند. برای ما امنیت، ثبات، متانت و اخلاق شخصی و اجتماعی، خواست و توقعی بدیهی است.

در نظامهایی که نام جامعه مدنی را بر خود دارند، بحران هر روز قابل انتظار است. برای آن پیش‌بینی بودجه می‌شود؛ افراد و نهادهایی هستند که برای مدیریت بحران، یا بهره‌برداری از آن، تربیت شده‌اند. واحدهای درسی‌ای در دانشگاه هست که با وقوع هر بحران مهم روزآمد می‌شوند. نهادهایی مثل روزنامه‌ها و احزاب با چند برنامه اضطراری در کمین وقوع بحرانها هستند. مقابله با بحران، مسئولیت انحصاری دولت نیست، بلکه بعضی از مشاغل حرفه‌ای را فعال می‌کند. به این دلیل کمتر اتفاق می‌افتد که در بحرانها خطری کل نظام حکومتی را تهدید کند. شورش دانشجویی سال ۱۹۶۸ فرانسه، استثنایی بود، که تازه رژیم همان را هم سامان داد و از سر گذراند. در کشورهایی که عادت به بحران ندارند، گاهی اعتصاب کارگران یک کارخانه نساجی حادثه‌ای است که به امنیت ملی مربوط می‌شود.

یکی از ابتلائات پرخرج جامعه مدنی حق اعتصاب است که برای مقابله با آن باید استطاعت و بضاعتی به صورت منابع ذخیره داشت، تا خسارات خوابیدن کارخانه‌ها تحمل شود و علاوه بر

آن، گاهی حقوق دوران اعتصاب هم به اعتصاب‌کنندگان پرداخت شود. به علاوه، آن منابع ذخیره، اختلالات اجتماعی ناشی از اعتصاب را هم مهار می‌کند و مانع فلج مملکت می‌شود. همان‌طور که مذاکره‌کنندگان سندیکاها و کارفرماها سالها و بلکه نسلها تکنیکهای چانه زدن را سینه به سینه به هم منتقل کرده و هر بار بر مهارتهای خود افزوده‌اند، هم‌پای آنها، روزنامه‌ها هم در دادن پوشش خبری ورزیده‌اند و تدارک زیادی می‌بینند، چون بحران یکی از پرخواننده‌ترین اخبار روزنامه‌ها است. شباهت زیادی بین پوشش اخبار بحرانها و مسابقات ورزشی است. روزنامه‌ها گزارشهای هر دو «تیم» را می‌نویسند و خوانندگان طرفدار هر دو تیم می‌خوانند.

۳. نهادهای مدنی وقتی تقویت شوند، در مواردی جانسین پیوندهای دیرین سنتی افراد می‌شوند توضیح — با استقرار مدرنیته و جامعه مدنی و تقسیم کار که نتیجه آن است، شیوه همبستگی اجتماعی عوض می‌شود و انسانها به یکی از تشکلهای و نهادها، و از طریق آن به کل جامعه وابسته می‌شوند. در نتیجه جنس «اعتماد» عوض می‌شود و مردم به جای خانواده و ریش سفید و محله و قبیله، به انجمنها، تشکلهای و احزاب، و مخصوصاً به مطبوعات، اعتماد می‌بندند. اما پیوندهای عاطفی که در نهادهای قدیم (مثل خانواده) بود، در این نهادهای جدید نیست و در نتیجه مثلاً خودکشی زیاد می‌شود.^۱

اعتماد بستن به مطبوعات در گزارشی درباره اوضاع مجارستان پس از انتخاب جامعه مدنی در آن کشور مورد تأکید قرار گرفته است. این گزارش (بخشی از کتاب *اندیشه جامعه مدنی*)^۲ فاصله بین ۱۹۸۲ تا ۱۹۹۲ را دربر می‌گیرد، و در آن تأکید شده که جامعه مدنی به اعتماد جمعی به سازمانها و نهادهای مدنی (به جای اعتماد به افراد مشخص و آشنا) متکی است، و مخصوصاً به اعتماد به مطبوعات. و از این طریق است که فرد به جامعه مدنی وصل می‌شود. اما این بدان معنی نیست که این اعتماد را به طور خودبه‌خود و در هر متن اجتماعی و تاریخی ایجاد می‌کند. این اعتماد برای مواقع بحران لازم است و سبب می‌شود که گذار به دوره جدید (دوره پس از بحران) آسانتر باشد. در این دوره‌های بحرانی اعتماد از ایجاد موقعیتهای اسکیزوفرنیک جلوگیری می‌کند.

در مجارستان تا مدتی پس از اصلاحاتی که در نظام تک‌حزبی به عمل آمد، اعتماد بین فرد و نهادها پایین آمده بود و مردم بیشتر به خود و خانواده اعتماد بسته بودند. تا اینکه بحرانی بین ۲۶

تا ۲۸ اکتبر ۱۹۹۰ با اعتصاب تاکسی‌رانان و کامیون‌داران پیش می‌آید که در آن مردم از دخالت نظامیان (و تکرار حوادث خونین ۱۹۵۶) به وحشت می‌افتند. بی‌اعتمادی به دولت به اوج خود رسیده بود. به موجب این گزارش چیزی که به رفع آن اضطراب اجتماعی کمک کرد، اعتماد مردم به مطبوعات بود. ترجمه این قسمت را عیناً از روی این گزارش می‌خوانم: «در طی سه روز از طریق مطبوعات چارچوبی نهادی برای ارائه و بحث دربارهٔ بحران پیدا شد، وفاقی نسبتاً همگانی شکل گرفت، شکل جدیدی از گفت و شنود، مشارکت، و اعتماد، نه تنها بین طرفین منازعه، بلکه در کل جامعه بروز کرد.»

۴. موضوع امنیت ملی و تشخیص مصالح استراتژیک ملی همچنان در حیطة مسئولیت حکومت (یعنی دولت و مجلس) باقی می‌ماند و فراتر از منافع گروهها و تشکلهای قرار می‌گیرد
توضیح — باز مثالی از امریکا می‌آورم. امریکا بهترین الگوی جامعهٔ مدنی نیست، اما یکی از قدیمی‌ترین و جاافتاده‌ترین الگوهاست و حجم و شدت فعالیت‌های داخلی و خارجی‌اش به آن وزن و اعتباری برای بررسی می‌دهد. به علاوه اطلاعاتی که ما در دست داریم، بیشتر دربارهٔ امریکاست تا مثلاً دانمارک یا هلند. این مثال دربارهٔ قانون داماتو علیه ایران است. مطرح‌کنندگان این قانون ادعا می‌کردند این طور تشخیص داده‌اند که این قانون مفید به حال سیاست خارجی امریکا و نقشی جهانی است که آن کشور برای خود قائل است. با اینکه این قانون مورد رضایت بعضی از صاحبان نفوذ و قدرت اقتصادی نبود، اما مستمسک مصالح و امنیت ملی و حیطة سیاست خارجی، آنها را به اطاعت واداشت.

مثال دیگری از انگلستان: در جریان بحران اخیر عراق، که انگلستان نیز در آن دخالت داشت، دستورهای مشخص و صریح به روزنامه‌های انگلیس (کشوری که آزادی مطبوعات آن زبانزد است) داده شده بود که اخبار مربوط به این بحران باید از فیلتر نظامیان بگذرد. به این ترتیب بسیاری از اخبار، سانسور رسمی می‌شد. به علاوه بسیاری از اخبار و مقالات و گزارشها در اختیار مطبوعات گذاشته می‌شد، که بنا به قرار نانوشته‌ای چاپ می‌کردند و این بخشی از جنگ روانی بین انگلستان و عراق بود. نظام‌مند شدن دقیق این نوع رابطهٔ بین دولت و مطبوعات، از دشواریهای فنی جامعهٔ مدنی است.

در این گونه زمینه‌ها، هم روزنامه‌نگار و هم کارمندان مسئول دولتی ممکن است زیاده‌روی کنند، و نباید انتظار داشت که همیشه به‌اندازه با مهارت و پختگی لازم عمل کنند. این انتظار

منطقی است که در ابتدای کار، در این گونه موارد احتیاط و دخالت مسئولان گاهی بیش از حد باشد، و از آن سو روزنامه‌نگار هم با تصور اینکه مسئولان غلو می‌کنند، از روی میل همکاری نکند. دو روزنامه انگلیسی (گاردین و ایندپندنت) که مقررات سانسور را در طول بحران رعایت کرده بودند، پس از رفع آن، گزارشهایی در انتقاد بر زیاده‌رویهای مقامات و روزنامه‌ها، که فراتر از ملاحظات امنیتی و با انگیزه تعصب ملی بود، نوشتند.

۵. در روزنامه جامعه مدنی اتکا بر خبر بیشتر است

توضیح — مطبوعات جامعه مدنی برای دادن پوشش خبری و تفسیری به بحرانهای پیاپی، باید آمادگی بیشتری پیدا کنند. و این یکی از زمینه‌های رقابت مطبوعاتی است. آرشیو هر روزنامه باید بهتر از روزنامه رقیب باشد، خبرنگاران کارشناس‌تر تربیت شده باشند، حوزه‌ها بهتر تقسیم شوند، مجاری خبری قوی‌تر باشند، و مشاوران حقوقی بهتری (برای پاسخگویی در دادگاه در جواب شکایات) به خدمت گرفته شوند.

تأکید بر خبر، مهارت خبرنگاری بیشتری طلب می‌کند. تهیه و تنظیم خبر، اگر با کیفیت خوب انجام شود، و همراه با تحقیق متکی بر اسناد و مدارک قوی، ارقام و اعداد، رجوع به سوابق، گفتگوهای روشنگر، و با توجه به آخرین تحولات مربوط با آن خبر باشد، دشوار است. در کشور ما از این لحاظ وضع دشوارتر از معمول هم هست زیرا حتی مردم عادی نیز در اخبار مربوط به خودشان نوعی سانسور را برقرار می‌کنند.

یک سال پیش برای گزارشی درباره بانک مرکزی که در مجله پیام امروز تهیه کرده بودیم، از روابط عمومی این بانک عکسی جدید از آقای نوربخش، رئیس بانک خواستیم. مسئولی در آنجا پرسید که این عکس را برای چه می‌خواهید. گفتیم برای گزارشی درباره بانک مرکزی. آن آقای مسئول گفت: نخیر، اول گزارشتان را بفرستید ببینیم چیست تا عکس را بدهیم. ما فقط یک عکس آقای نوربخش را خواسته بودیم.

یکی دیگر از ضرورت‌های کار خبری در روزنامه‌نگاری جامعه مدنی، کار تیمی است. از آنجا که در جامعه مدنی اخبار مربوط به هر نهادی به نهادهای دیگری نیز ارتباط پیدا می‌کند و در نتیجه گزارشها تحقیقی‌تر خواهند بود، گاهی لازم می‌شود که چند خبرنگار با هم بر سر یک خبر

کار کنند. از این لحاظ ما در ایران باید توجه بیشتری به آموزش و تمرین خبرنگاران برای کار تیمی بکنیم.

۶. بین مطبوعات و طرفهای مقابل (نهادهای مدنی جدید) آشنایی حرفه‌ای ضروری‌تر می‌شود توضیح — وقتی میدان کار روزنامه عمدتاً سیاسی باشد، معمولاً طرف مقابل بر اثر تداوم و تجربه می‌داند که روزنامه‌نگاری پرخطرترین کار دنیا است. تعدد موارد تصمیم‌گیری، مسابقه‌ زمان، رقابت، قطعی بودن ساعت و دقیقه ارسال هر خبر به حرف‌چینی، نامکرر بودن وقایع و عواملی که روزنامه با آنها سروکار دارد، همه اینها تنش و اضطراب و گيجی استثنایی به وجود می‌آورد. گاهی چیزی از چشم دبیری در می‌رود که وقتی خط خودش را در لاشه خبر چاپ شده می‌بیند، باورش نمی‌شود.

در مقایسه با روزنامه‌نگاری، در حرفه‌های دیگر بخش عمده کار تکراری است. روزنامه‌نگار هر روز که به سر کار می‌آید با واقعه‌ای نو و خلاف انتظار روبه‌روست. برای او تعداد عملیات نامکرر، از جهت انتخاب موضوع، انتخاب لید خبر، استخراج سوابق آرشیوی، تیتراژ، عکس، زاویه‌نگرش، موضوعهای مختلف پیرامونی هر خبر، و اجبار خلاقیت و حسن سلیقه، سرسام‌آور است. این واقعیتها درباره کار روزنامه‌نگار را چگونه باید به رئیس یک سازمان غیردولتی که کار خود را سخت‌ترین کار دنیا، و منافع سازمان خود را هم‌تراز منافع ملی می‌داند، توضیح داد؟ ممکن است ذکر نام سازمان او در خبری، از نظر او فاجعه به حساب آید. البته از این سو نیز باید گفت که مطبوعات هم گاهی حساسیتهای بجای سازمانها و انجمنهای غیردولتی را، به صرف اینکه کوچکتر از سازمانهای دولتی، و رؤسای آنها کم‌قدرت‌تر از مقامات دولتی هستند، چندان مورد اعتنا نمی‌شناسند و دست کم می‌گیرند. ما برای این نوع روابط تجربه و سنت قوی نداریم. باید از حقوق قانونی سازمانها و خودمان در مقابل هم اطلاع بیشتری به دست آوریم. مشاوران حقوقی دوطرف هم باید بر ورزیدگی خود بیفزایند.

۷. اجرای قوانین با تأکید بیشتری انجام خواهد شد

توضیح — این موضوع تبعاتی دارد که دامن رسانه‌ها را می‌گیرد. تاکنون دولت، یا به هر حال برگماشتگان آن، معمولاً داور نهایی دعاوی مطبوعاتی بوده‌اند. اما در جامعه مدنی موضوع فرق

می‌کند. بر سر هر موضوعی که دست بگذاریم، یک متولی و مدعی پرحساسیت دارد که ممکن است برآشفته شود و به دادگاه شکایت کند. وقتی اجرای قوانین با تأکید بیشتری انجام می‌شود، رشته وکالت حقوقی به طور کلی، به صورت یک صنعت جدید رواج خواهد یافت، و از جمله تخصص در وکالت حقوقی مطبوعاتی.

کار مطبوعاتی مثل عبور از زمینهای مین‌گذاری شده است. وقتی با نهادهای دولتی، یا با مسائل سیاسی طرف هستیم، پس از مدتی کار، جای مین‌ها معلوم می‌شود و به خبرنگار تازه‌کار نشان داده می‌شود. در بسیاری از موارد یک خبرنگار باتجربه یا دبیر و سردبیر چشم‌پسته هم می‌توانند عبور کنند. اما در جامعه مدنی، مخصوصاً در اوایل کار، جای مین‌ها نامعلوم است. در نتیجه خبرنگار که تاکنون از بیم قهر دولت و نهادهای سیاسی زورمند، احتیاطهایی را در چند مورد معلوم و آشنا مراعات می‌کرد، در جامعه مدنی باید نگران شکایات حقوقی از جوانب متعدد و در زمینه‌های ناآشنا هم باشد.

آموزشهای جدیدی از جهت محکم کردن خبر و مقاله، با اتکا بر اسناد و منابع خبری لازم می‌شود. برای احتیاط در این زمینه دبیر هر سرویس نیز باید کنترل بیشتری بر کار خبرنگاران و مقاله‌نویسان بکند تا نلغزند. سردبیر و دبیران سرویسها باید بتوانند فاکتهای هر خبر و مقاله را آزمایش کنند و محکهای تعیین کنند. و این کار را باید، برای صرفه‌جویی در وقت، روش‌مند انجام دهند. این مستلزم مهارت نویی است.

نتیجه

در پایان مایلم نکته‌ای را درباره این گزارش ذکر کنم. آنچه ارائه شد، فقط یک بیان اولیه، و فقط درباره بعضی از موارد است. بسیاری از موانع و مشکلات در ضمن عمل پیدا و رفع خواهد شد. ما ایرانی‌ها در کمتر امری مقلد صرف بوده‌ایم. هر بار چیزی را اخذ کرده‌ایم، شیوه‌های ابتکاری خودمان را هم با آن آمیخته‌ایم. چیزهایی کم و زیاد کرده‌ایم، یا در کل آن دستکاری (مفید یا مضر) کرده‌ایم. در این گزارش فقط چند موضوع پیش‌بینی شده است. این گونه پیش‌بینی‌ها، به آمدادی در مقابل مشکلات نامنتظر و حل آنها کمک خواهد کرد.

پی‌نوشت‌ها

۱. مثلاً در نوشته‌های فردریک نیچه، ماکس وبر، آنتونیو گرامشی، هربرت، مارکوزه و میشل فوکو.
۲. آن‌طور که امیل دورکهایم در مطالعات و تحقیقات خود به این نتیجه رسید.

3. Adam B.Seligman, the Idea of Civil Society, (1992).

جایگاه مطبوعات در تحقق جامعه مدنی ایرانی

دکتر مسعود سپهر

۱. مدخل

گفتمان جامعه مدنی در ایران، فصل تازه‌ای از رشد و توسعه سیاسی، اجتماعی و اقتصادی برای ماست که خود هم وسیله و هم هدف است. در حالی که یک سال پیش این واژه در قلمرو روشنفکران و کتابهای درسی بعضی رشته‌های دانشگاهی محبوس بود، امروز در هر کوی و برزن و انجمن، اصطلاح جامعه مدنی ورد زبانها شده و حتی گروهی که در ابتدا به مخالفت با آن پرداختند، دریافته‌اند که در برابر امواج بلند موجود در فضای اجتماعی، هر مقاومتی بی‌حاصل است و همین سبب گردید که هر کس برای جامعه مدنی مصداقی بیابد که با سلیقه و مرام او دارای انطباق بیشتری باشد. اغتشاش مفهومی در واژه جامعه مدنی که صد البته با مسیر و پیشینه تاریخی آن نیز بی‌رابطه نیست، سبب می‌شود که هر کس می‌خواهد در این باب وارد شود، ابتدا مراد خود را از مصداق آن ابراز دارد تا با مخاطب ارتباطی سامان‌مند برقرار سازد.

از دیدگاه این مقاله، طرح جامعه مدنی در ایران بیان دیگری از ضرورت توسعه سیاسی است. تجربه پس از مشروطیت نشان داد که هر گام به سوی توسعه اقتصادی چنان‌چه با مشارکت نهادینه سیاسی مردم همراه نباشد در نهایت عقیم و ناپایدار است. از آنجا که هر ملت باید مسیر توسعه یگانه‌ای را برگزیند که ریشه در سنت و فرهنگ و تاریخ او دارد و در واقع همواره سخن از دیالکتیک سنت و تجدد است و نه تقابل این دو، پس توسعه سیاسی نیز برای هر ملت تجربه یگانه‌ای است که در بستر فرهنگی- تاریخی ویژه خود می‌تواند به درختی تناور بدل شود. از این نظر جامعه مدنی یک روش است و نه یک ایدئولوژی. مهم‌ترین شاخصه‌های این روش، پذیرش نهادینگی مستقل از حوزه قدرت حکومتی برای گروههای مختلف است. در این روش، دولت به عنوان دارنده انحصاری حق کاربرد مشروع زور، حیطة عمل خود را به حداقل ضرورت می‌رساند و در مقابل نهادهای مستقل جامعه مدنی برای انجام حداکثر ممکن ضروریات زندگی اجتماعی شهری، تا حد ممکن رشد می‌کنند. عنصر مهم در استقلال نهادهای مدنی، رسمیت

یافتن و گسترش حوزه نقد روشنفکری است. درست به همین دلیل است که توسعه سیاسی به مفهوم تحقق جامعه مدنی ضامن دوام و پویایی هر گونه توسعه و نوسازی است، زیرا یک روشنفکری بالقوه می‌تواند دم به دم خونی تازه‌تر در رگهای جامعه رو به رشد به جریان اندازد و تداوم حیات و نشاط روزافزون و زاینده‌گی آن را تضمین کند.

روشنفکر کسی است که ضمن معرفت نسبت به وضع وجود، بتواند آن را با تصویری مطلوبتر مقایسه کند. جوهر روشنفکری خرد نقاد است و خرد نقاد مستلزم فضای ارتباطی و گفتمانی آزاد. اگر آرمان وضع مطلوبتر در جامعه‌ای نباشد حرکتی وجود نخواهد داشت. وقتی که مقصدی نیست، حرکت بی‌هدف به هر سمت با سکون علی‌السویه است.

در فضای جامعه مدنی با فراهم شدن امکان طرح ایده‌های تازه و جلب دیگران و تشکیل گروههای متفاوت و مستقل، این امکان فراهم می‌شود که هر روز با همت گروهی، راهی تازه و در مجموع بهترین راهها گشوده شود. تقسیم‌بندی آنتونیو گرامشی (۱۹۳۷-۱۸۹۱) از روشنفکران و دیدگاه نظری او در خصوص نقش روشنفکری در جامعه مدنی مدخل خوبی برای تبیین ابعاد جامعه مدنی ایرانی است. گرامشی روشنفکران را به دو دسته تقسیم می‌کند: روشنفکران اندامواره و روشنفکران جذب شده.

در هر نظام اجتماعی روشنفکران جذب شده آن دسته صاحبان معرفت و اندیشه هستند که ریشه در نظام دیگری دارند اما به خدمت نظام موجود درآمده‌اند. روشنفکران اندامواره، سازندگان فرهنگ در جامعه مدنی و تولیدکنندگان هژمونی فرهنگی برای تثبیت و استمرار آن هستند.

آنچه برای بقا و توسعه یک نظام اهمیت دارد، وسعت، حجم و کیفیت روشنفکری اندامواره آن نظام است. مشکل امروز جامعه ما آن است که دستگاههای رسمی فرهنگی که علی‌القائده متولی باز تولید روشنفکری اندامواره هستند، قادر به ایفای کار ویژه خود نیستند.

دانشگاهها و حوزه‌ها در واقع روشنفکران جذب شده باز تولید می‌کنند که یکی ریشه در هژمونی فرهنگی غرب دارد و دیگری در فضای فکری ماقبل مدرن. پس به یک تعبیر هم دانشگاه باید اسلامی شود و هم حوزه تا بتوانند روشنفکر اندامواره متناسب با جامعه انقلاب اسلامی را تربیت کنند.

مشکل اصلی جامعه مدنی در ایران، کمبود روشنفکر اندام‌واره‌ای است که با استفاده از مؤلفه‌های خودی و عناصر بومی، هژمونی فرهنگی و به تبع آن انسجام ساختاری و ثبات لازم را ایجاد کند.

پذیرش فرض جامعه مدنی مستلزم پذیرش تکثر اجتماعی است، اما اگر تکثر اجتماعی بدون هژمونی فرهنگی پدید شود، فروپاشی ساختاری و هرج و مرج اجتناب ناپذیر خواهد بود و این مآلاً به معنی اضمحلال جامعه مدنی و بازگشت جباریت است.

با توجه به عملکرد ضعیف دانشگاه و حوزه در پرورش روشنفکر اندام‌واره متناسب با جامعه انقلاب اسلامی، این وظیفه بر دوش نهادهای دیگر منتقل می‌شود و کدام نهاد جز مطبوعات می‌تواند بازیگر نقش اول این صحنه باشد؟ رویکرد این نوشتار بر مسئله مطبوعات در جامعه مدنی ایران با این پیش فرضها و تأکیدهاست. آن جامعه مدنی که ریشه در فرهنگ و تاریخ ایران دارد اما با آبهای زلالی از سرچشمه‌های تجدد با باغبانی هوشمندانه روشنفکران اندام‌واره جامعه انقلاب اسلامی آبیاری می‌شود.

۲. موقعیت جامعه مدنی در ایران و مطبوعات

استبداد ایرانی، به عنوان همزاد تاریخی فرهنگ سیاسی کشور ما، همواره بزرگترین مانع بر سر راه نهادینگی مستقل مدنی و تشکیل حوزه‌های جدا از حکومت (اما نه لزوماً بدیلی برای آن) به عنوان اساس تحقق جامعه مدنی بوده است و به گمان نگارنده بین صاحب‌نظران بر این نکته نوعی اجماع وجود دارد. در غرب اساس تشکیل جامعه مدنی، نظام فئودالی و استقلال بورگ‌های همجوار با قلمروهای فئودالی است. عدم تمرکز فئودالی و به دنبال آن رشد بوژوازی فرازجوی، فلسفه سیاسی مبتنی بر فردگرایی و قرارداد اجتماعی و نظام اقتصاد آزاد و رقابتی و بسیاری عوامل مساعد دیگر، در مجموع دست به دست هم داد و بستر مناسبی برای کثرت‌گرایی، قانون‌گرایی، تساهل، مشارکت سیاسی و امثال اینها را در غرب فراهم ساخت. در ایران نظام متمرکز استبداد شرقی که ریشه در شرایط جغرافیایی و ژئوپولتیک ایران داشت برای قرن‌ها اجازه رشد به حوزه‌های مستقل نداد.

این موقعیت در دو قرن اخیر با موقعیت بیرونی سلطه خارجی که برای خود استبداد داخلی را بهترین پایگاه یافت، تقویت شد و در مجموع راه هر گونه توسعه سیاسی مسدود گردید. از دوره

ناصری به بعد با افزایش مرادوات با اروپا، زمینه‌های ذهنی تحول و ورود ارزشهای جدید فراهم شد اما زمینه‌های عینی (مانند صنعت، اقتصاد بازاری، طبقات جدید و تحرک اجتماعی) به موازات آن رشد نکرد. گروه پیشرو روشنفکر آن زمان در نظر متجدد و مدرن بود و در عمل و واقع محدود و مسدود.

نوستالژی سنت و مدرنیسم و کشاکش این دو در یک بازی مجموع صفر فضای روانی جامعه مدنی در همه دوران معاصر ایران را تشکیل می‌دهد و متأسفانه هیچ‌گاه سنتز سنت و مدرنیسم به وقوع نمی‌پیوندد. همه انقلابات و نهضت‌های ایران در صد سال اخیر که همواره حتی در رهبری نیز از ترکیب روشنفکر و روحانی با نسبت‌های متفاوت بهره می‌برد در واقع تلاشهایی کم و بیش ناکام در سنتز سنت و تجدد است. انقلاب اسلامی ایران آخرین انقلاب و فرجامین تلاش از تبار انقلابات نوساز (تجددگرا) است که در زمینه‌ای نامساعد به لحاظ سرکوب نهادهای مستقل جامعه مدنی به وقوع پیوست.

انقلاب اسلامی ایران پژواک نیاز دوره گذر از جامعه سنتی به جامعه صنعتی بود که به وسیله نظام سیاسی از خود و خودی بیگانه پهلوی تحقق نمی‌یافت و این دنباله نیاز مشابهی بود که از دوره مشروطیت شروع گردید.

در ایجاد فضای سیاسی - اجتماعی جدید، گفتگو از نقش نشریات نیاز به تکرار ندارد. همه کتب و مقالات در پیرامون واقعه مشروطیت، در نقش نشریاتی چون *قانون و عروة الوثقی* و حتی *وقایع اتفاقیه* که نشریه‌ای دولتی بود اشاره داشته‌اند. تأثیر مقالات و روزنامه‌ها در ایجاد مشروطیت و سپس گسترش فرهنگ سیاسی در عصر مشروطه همراه با توسعه انفجاری انواع نشریات بر هیچ کس پوشیده نیست. به عنوان شاهد مدعا در تأثیر این امر حتی در نقاط دورافتاده، اشاره به بخشی از *رسالة انصافیة* در «اصول عمده مشروطیت» نوشته ملا عبدالرسول کاشانی را که در سال ۱۳۲۸ هجری قمری طبع شده، می‌آوریم. او می‌گوید: روزنامه «امروز بهترین وسیله دعوت به خیر است. اهالی هیچ دولتی نایل به سعادت بشری نشوند مگر بعد از نشر روزنامه‌جات که اعمال خیر و شر را مجسم نمودند، و مردم را به حقوقشان آگاه کردند، و به «رفع ظلم» و «استرداد» حقوق از دست رفته ترغیبشان نمودند. اول بروز روزنامه در ایتالیا شد در دویت و کسری [سال] پیش که اسباب ترقی آن مملکت شد. شب تار دول اروپا را بروز روزنامه‌جات بدل به روز روشن کرده، اهالی آن را... بیدار کردند.»

چنانچه ملاحظه می‌شود در شهری نسبتاً دور دست چون کاشان یک روحانی آزادی‌خواه، اساس پیشرفت را در مطبوعات می‌بیند و مسلم است که به دلیل نبودن وسایل دیگر در جامعه ایرانی این اندازه اهمیت را قائل شده است.

جالب آن است که از همان ابتدا، شاه مستبد نیز از نقش و تأثیر روزنامه‌ها غافل نبود. اعتمادالسلطنه در *روزنامه خاطرات* خود می‌نویسد که در قضیه خلع فرمانروای برزیل - دن پدرو- شاه شنید که برافتادن او «بیشتر به واسطه آزادی‌هایی بود که از دو سال قبل... به روزنامه‌های مملکت خود داده بود، چشم و گوش اهالی را باز کرده بود». این قضیه تأثیر آنی در ذهن او بخشید و معلوم شد «آزادی به روزنامه‌های خود نمی‌دهند و سیدجمال‌الدین را مدیر روزنامه نخواهند فرمود». این زمان سیدجمال‌الدین اسدآبادی به دعوت ناصرالدین شاه به ایران آمده بود و به سبب شهرتی که به مناسبت *روزنامه عروه‌الوثقی* به هم رسانده بود، صحبت از این می‌رفت که روزنامه‌ای در ایران تأسیس نماید.

شروع دوره مشروطیت تا آغاز استبداد رضاخانی به استثنای دو مقطع استبداد صغیر و استبداد مشترک روس و انگلیس در بدو جنگ جهانی اول، دوره اوج و گسترش نشریات بود. البته در مبارزه با استبداد صغیر و سلطه اجانب باز هم این روزنامه‌های مخفی بودند که نقش مهمی ایفا کردند، چنان‌که ملک‌الشعراى بهار در شرح احوال خود در دوره استبداد صغیر می‌نویسد:

«من و رفقای دیگر در این مدت عضو مراکز انقلابی بودیم و روزنامه *خراسان* را به طریق پنهانی طبع و به اسم «رئیس الطلاب» موهوم منتشر می‌کردیم و اولین آثار ادبی من در ترویج آزادی در آن روزنامه انتشار یافت».

و اندر احوال بسته شدن مجلس دوم و دیکتاتوری ناصرالملک و مبارزه با نفوذ اجانب می‌گوید:

«ضربتی که در این قیام و پایداری ساده به من رسید، توقیف *نوبهار* بود به امر صریح کونسول روس، و بلافاصله *تازه بهار* دایر گردید و مقالات شدیداللهجه بر ضد مداخلات دولت تزار درج کرد و چیزی نگذشت که... این روزنامه هم توقیف شد و به فشار کونسول مزبور من و نه نفر دیگر از افراد حزب (دموکرات) دستگیر و به طرف تهران فرستاده شدیم».

از بازیهای جالب روزگار آنکه کودتای سوم حوت ۱۲۹۹ به سرکردگی یک روزنامه‌نگار شروع می‌شود، اما کابینه سیاه او مقدمه دیکتاتوری رضاخانی و انحلال همه نهادهای جامعه

معرفی می‌گردد که در دوره کوتاه مشروطیت پا گرفته بود. سانسور و تعطیل روزنامه‌ها و نشریات از اولین اقدامات حکومت نظامی بود که روز به روز چهره خشنتر و عریانتری به خود گرفت، به طوری که در دوره شانزده ساله سلطنت رضاخان هیچ آثاری از آزادی مطبوعات و به تبع آن نهادهای مستقل جامعه مدنی باقی نماند.

پس از شهریور بیست و گشایش مجدد فضای سیاسی کشور، تأسیس هر گروه سیاسی جدید به معنی تولد یک روزنامه جدید بود و مبارزه سیاسی عمدتاً یعنی هجوم از تریبون روزنامه و حتی هجوم فیزیکی به دفتر یک روزنامه و ریختن ااثاثیه آن به خیابان و شکستن در و پنجره‌ها! دوره نهضت ملی که به صورت تصنعی و به دلیل حضور نیروهای خارجی در کشور و تغییر ساختار فضای سیاست بین‌الملل، با توسعه بعضی نهادهای جامعه مدنی همراه شد، برای نهادینه شدن و درونی شدن ایستارهای جامعه مدنی فرصت و فراغت کافی به همراه نیاورد. مطبوعات بیشتر در کشاکش جنجالها و اتهامها بود تا ایجاد یک سنت و فرهنگ اندیشه‌ورزی پایدار.

اما در همین حال مطبوعات مهم‌ترین نهاد جامعه مدنی آن دوره ایران است. به گمان نگارنده می‌توان با بررسی و تحلیل محتوای مطبوعات ایران در این دوره و دوره‌های قبل و بعد، نموداری از افول و عروج جامعه مدنی ایرانی ترسیم نمود. اگر تكثر و تولد گروه‌های مستقل سیاسی و اجتماعی را شاخص توسعه جامعه مدنی به حساب بیاوریم، در آن صورت در مورد خاص ایران هر تولدی، توأم با تولد یک نشریه جدید است و هر سرکوبی همراه با بسته شدن یک نشریه یا دستگیری هیئت تحریریه آن و یا محدودیت محتواها.

هرگاه استبداد فرصتی می‌یافت که هجومی دوباره را آغاز کند (مانند بهانه حاصل از ترور تصنعی شاه در برابر دانشکده حقوق در سال ۱۳۲۷)، اولین محدودیت برای مطبوعات ایجاد می‌شود و سانسور و تعطیل و مانند آن شروع می‌گردد و به محض آنکه سایه استبداد کم می‌شود (مانند دوره نخست‌وزیری مصدق) عرصه اجتماعی صحنه جولان ارباب جراید به عنوان مهم‌ترین نمودهای جریان سیاسی می‌گردد.

متأسفانه چون حضور مطبوعات در این عصر انفعالی و در عین حال انفجاری است، سیاست توده‌ای می‌شود و عوام فریبی و بسیج توده‌ای کار اول مطبوعات است و نه فضا سازی و رشد و توسعه فرهنگ سیاسی جامعه. به همین دلیل در واقع جامعه مدنی تحقق نمی‌یابد تا بتواند مانع اصلی کودتا باشد.

پس از کودتا تا شروع انقلاب اسلامی به تدریج فضای مطبوعاتی محدودتر شد. در ابتدا نشریاتی طنز چون توفیقی و نشریاتی روشنفکری چون کیهان ماه و فردوسی و بعضی مجلات تا حدودی بازمانده از دوره نهضت ملی اما با سانسور و خودسانسوری شدید مانند تهران مصور تحمل می‌شدند، اما از دوره بعد از استقرار کامل دیکتاتوری شاه در سالهای ۱۳۴۰ به بعد، کار روزنامه‌ها و نشریات به‌جایی رسید که گویی به استثنای مطالب مبتذل که از روی هم کپی گرفته شده بود، هیچ مطلب دیگری وجود ندارد. در سالهای آخر رژیم شاه این خفقان به اوج خود رسید و با تعطیل اکثر مجلات به بهانه کمی تیراژ و تأسیس روزنامه‌هایی مانند رستاخیز و مجلاتی مبتذل چون این هفته آخرین هجوم به تنها سنگر جامعه مدنی ایرانی صورت گرفت. در عین حال حفظ ارتباط و نهادهای جامعه مدنی هم با همه امکانات ناچیز از سنگر مطبوعات بود. به عنوان مثال نقش نشریات مذهبی چون مکتب اسلام در حفظ انسجام و همبستگی و ارتباط گروههای مذهبی و هویت بخشی به آنها قابل ذکر است.

در سال ۱۳۵۶ با اعلام فضای باز سیاسی تنها امر مشهود، شروع بعضی انتقادات محدود در مطبوعات مثلاً نسبت به شهرداری تهران یا قطع برق و سپس بحث پیرامون ضرورت انتقاد سازنده و آزادی فکر و گاهی انتقاد از امریکا و در بالاترین حد آن، جسارت سردبیر یک نشریه روشنفکری (نگین) برای سؤال از شاه در خصوص فساد دربار بود. در واقع اگر جرعه انقلاب از نشر یک مقاله در روزنامه اطلاعات حاصل گردید، فقدان تنوع اطلاعاتی و آزادی و سرکوب شدید در همه مطبوعات، تلقی جامعه از فرمایشی و دولتی بودن همه آنها و توده‌ای بودن شدید جامعه بود.

به هر حال شاید اگر در فضای مطبوعاتی کشور در دوره قبل از انقلاب حداقلی از تنوع و کثرت وجود می‌داشت، بحران مشروعیت و فساد رژیم چنین توسعه نمی‌یافت که انقلابی را ضروری سازد و اگر انقلاب صورت گرفت، انفجار مشارکت توده‌ای چنان نمی‌شد که فضای سالم مطبوعاتی امکان تحقق نیابد.

نقش مطبوعات در جامعه مدنی انقلاب اسلامی بی‌تردید انقلاب اسلامی ایران از تبار انقلابات نوساز و با هدف نیل به یک جامعه توسعه یافته سیاسی - فرهنگی - اقتصادی بود. پروژه ناتمام تجدد در ایران که تحت فشار استبداد و استعمار

رشدی ناموزن یافته بود بالاخره تاب عدم توازن ساختاری خود را نیاورد و با یک انقلاب فراگیر توده‌ای واکنش نشان داد.

به استثنای سازمان مذهبی و روحانیت که تا حدودی دارای ارتباط با مردم از طریق منابر و مساجد بود، هیچ ارتباط مردمی و هیچ فعالیت سیاسی مسالمت‌جویانه تحت فشار استبداد تاب بقا نیاورده بود و اصولاً همه گروه‌های جامعه مدنی، آمادگی و فرهنگ لازم برای یک مشارکت مسالمت‌جویانه و کثرت‌جویانه سیاسی - اجتماعی را نداشتند. همه عادت به فعالیت مخفی و خودسانسوری داشتند و نظریه توطئه و دست خارجی، ذهنیت غالب بر توده‌هایی بود که هر روز برای راهپیمایی‌های میلیونی بسیج می‌شدند. در چنین فضایی، ناگهان آزادی مطلق اطلاعاتی و رسانه‌ای در مطبوعات برقرار شد. این قانون فیزیکی که هر عملی را عکس‌العملی است مساوی و مختلف‌الجهت، اینجا کاملاً خود را نشان داد.

خفقان دوره قبلی با افراط در دوره اول انقلاب پاسخ داده شد. مسلماً چنین فضایی که احساسات جامعه را هدف قرار می‌دهد و در حالی که بیشتر مردم گوش به فرمان رهبر فره‌مند خود هستند، نتیجه‌ای جز تداوم ساختار توده‌ای جامعه و تقویت آن نخواهد داشت.

اما در ابتدا گفتیم که انقلاب اسلامی ایران، انقلابی از تبار انقلابات نوساز است و در این گونه انقلابات گریزی از ایجاد فضاهاى مشارکتی و همراه ساختن توسعه سیاسی و اقتصادی و فرهنگی نیست. البته در انقلابات نوساز اگر هیئت حاکم مقاومت کند، آنچنان که پس از انقلاب مشروطه و انقلاب روسیه صورت گرفت، تحقق جامعه مدنی به تأخیر می‌افتد، در غیر این صورت تسریع می‌شود.

در جوامعی چون ایران با توجه به نقش دیرپای استبداد و فرهنگ انقیادی مردم، حکومت نقش درجه اول را در توسعه جامعه مدنی ایفا می‌کند.

خوشبختانه با تضمین حقوق مطبوعات در قانون اساسی و مدتی بعد با تصویب قانون مطبوعات و تشکیل هیئت منصفه و دادگاه‌های مطبوعاتی، التهاب اولیه انقلاب فرو نشست و کم‌کم مطبوعات به سمت یک تنوع و عملکرد منطقی پیش رفتند.

در این مرحله نیز مطبوعات نقشی فراتر از احزاب و گروه‌ها داشتند. در حالی که هیچ یک از گروه‌های سیاسی مجوزی رسمی از کمیسیون ماده ده نظارت بر احزاب و گروه‌ها نداشتند، اما همه می‌دانستند و می‌دانند که *ایران فردا* و *سلام* و *رسالت* و *همشهری* و... سخنگوی

کیستند. ارتباط و سازماندهی در جریان‌ات سیاسی مثل انتخابات عمدتاً حول همین نشریات صورت می‌گرفت و نه توسط تشکیلات رسمی و سازمان یافته فراگیر، چون اصولاً گروه‌های نهادینه جامعه مدنی رشد لازم را نیافته‌اند.

فضای سیاسی پس از جنگ و توجه دولتمردان بر بازسازی، از یک سو حساسیت نسبت به مطبوعات را کم‌رنگ ساخت و این موقعیت مناسبی برای رشد سالم و خارج از غوغا سالاری و با توجه به عقلانیت در مطبوعات بود، از سوی دیگر تأکید بر وحدت در موقعیت پس از رحلت امام تشکیل گروه‌های سیاسی را بر نمی‌تافت و لذا این وظیفه نیز بر دوش نشریات متنوع نهاده شد.

بنابراین از سال‌های ۱۳۶۷ بار دیگر شاهد توسعه فضای مطبوعاتی کشور، اما این بار به صورت تخصصی و قانون‌مند و با رعایت قواعد بازی اجتماعی هستیم.

بی‌تردید دوم خرداد ماه بازتابی از عملکرد مطبوعات متنوع و نهایتاً پیروزی خواست اکثریت کثرت‌گرای جامعه در چارچوب اسلام بر دیدگاه سنتی و مطلق‌گرا بود. مطبوعاتی که پس از گذشت سال‌های التهاب، تعادل نسبی در برخورد با جامعه را کسب کرده بودند، اما در عین احترام به بنیادهای جامعه اسلامی، تنوع لازم برای گروه‌بندی مخاطبان را ملحوظ می‌داشتند.

ایجاد فرهنگ گفتگو، حاکمیت قانون و احترام به میثاق ملی، ترویج نقد سازنده و پاسخگویی دولتمردان در برابر مردم و بالاخره به رسمیت شناختن تفاوت‌های افراد و گروه‌ها و کاستن از حساسیتها نسبت به این امر و گسترش تحمل و تساهل نسبت به آن، از نتایج گسترش مطبوعات و بالمآل تحقق جامعه مدنی در ایران است.

صدور مجوز انتشار یک‌هزار نشریه و انتشار کم و بیش منظم هفتصد عنوان و مهمتر از آن، تفاوت کاملاً معنادار و روزافزون نشریات مختلف و نمایندگی هر یک از آنها از منافع و علایق گروه‌های خاص اجتماعی، امری است که در گفتمان جامعه مدنی بایستی به فال نیک گرفته شود. به گمان نگارنده در ادامه راه بایستی سازمانها و گروه‌های اجتماعی، صنفی و سیاسی که اینک به طور غیررسمی با مطبوعات مرتبط هستند رسماً ثبت شوند و ارتباط علنی و سازمان‌یافته خود را نمایان سازند. نشریات مستقل نیز با مخاطبان دائمی خود مرتبط شده و از این طریق پروژه جامعه مدنی تحقق یابد. به عبارت دیگر، اینک نقش اصلی بر عهده کمیسیون ماده ده احزاب و گروه‌هاست که با نهادینه‌سازی، در واقع پشتیبانان مشخص و قابل اتکایی برای مطبوعات ایجاد

کنند تا هم از عوام‌فریبی‌ها به دلیل مسئولیت‌سازمانی‌کاسته‌شود و هم مطبوعات‌پشتیبانی‌اقتصادی و اجتماعی رسمی و قانونی مشخص بیابند.

در عین حال برای تداوم توسعه مطبوعات با فروکش کردن تدریجی جو سیاسی، توسعه اقتصادی و حمایت اقتصادی بخشهای مختلف اقتصادی از مطبوعات، نقش مهمی در افزایش تیراژ، جذب آگهی و ملاً استقلال اقتصادی مطبوعات که اساس استقلال نهادهای جامعه مدنی است، دارد.

اگر مطبوعات همچنان به کاغذ و آگهی دولتی و نهادهای وابسته به دولت متصل باشند، استقلال مطبوعاتی به سرعت می‌تواند به مخاطره بیفتد. اقتصاد کثرت‌گرا و تنوع‌گروه‌های صنفی و اجتماعی و سیاسی به صورت مستقل ضامن تداوم مطبوعات جامعه مدنی است.

در این دوره گذار، نقش دولت که با سعه صدر و خویش‌تنداری ولو با تحمل ضایعات این دوره نوجوانی مطبوعات در جامعه مدنی را تحمل می‌کند و اجازه می‌دهد که فرزند تبدیل به جوانی برومند و قوی گردد، اهمیتی اساسی دارد. دولت جدید نشان داده است که منافع دراز مدت میهن اسلامی را از نتایج کوتاه مدت تفکیک کرده است و همین امیدواری بیشتری برای رسالت مطبوعات در جامعه مدنی ایجاد کرده است.

اگر دوره‌ای فرا رسد که تیراژ مطبوعات ایران به اندازه مطبوعات کشورهای توسعه یافته گردد، می‌توان مطمئن بود که شعار جامعه مدنی تحقق یافته است و هنوز راه درازی در پیش است. به امید آن دوره.

منابع

۱. آدمیت، فریدون. *ایدئولوژی نهضت مشروطیت ایران*. تهران: پیام، ۱۳۷۵.
۲. بهار، ملک‌الشعرا. *تاریخ مختصر احزاب سیاسی ایران*. تهران: امیرکبیر، ۱۳۷۵.
۳. مؤسسه مطالعات و پژوهشهای اسلامی. *ظهور و سقوط سلطنت پهلوی*. جلد دوم. تهران: اطلاعات، ۱۳۷۰.
۴. زیباکلام، صادق. *مقدمه‌ای بر انقلاب اسلامی*. تهران: روزنه، ۱۳۷۲.
۵. سپهر، مسعود. *مؤلفه‌های جامعه مدنی ایرانی*. مجموعه مقالات سمینار جامعه مدنی و اندیشه دینی. شیراز: ۱۳۷۶.
۶. فرقانی، محمدمهدی. *رسانه‌ها و جامعه مدنی، نقشها و کارکردهای متقابل*. مجموعه مقالات سمینار جامعه مدنی و اندیشه دینی. شیراز: ۱۳۷۶.
۷. محمدی، منوچهر. *تحلیلی بر انقلاب اسلامی*. تهران: امیرکبیر، ۱۳۷۶.
۸. هالیدی، فرد. *دیکتاتوری و توسعه سرمایه‌داری در ایران*. ترجمه فضل‌الله نیک‌آئین. تهران: امیرکبیر، ۱۳۵۸.

۹. محمدی، مجید. *جامعه مدنی*. تهران: قطره، ۱۳۷۶.

۱۰. کاتوزیان، محمدعلی همایون. *اقتصاد سیاسی ایران*. ترجمه عزیزی - نفیسی. تهران: نشر مرکز، ۱۳۷۳.

۲

مسائل ساختاری و اقتصاد مطبوعات

دولت؛ عامل اصلی بازدارندگی توسعه مطبوعات

حمیدرضا رضایی

پیشگفتار

حقیقت آن است که پاسخگویی همه جانبه و تحلیلی به هریک از موارد مطرح شده در فراخوان سمینار، مجال و توانی می‌خواهد که حتماً باید حاصل یک کار گروهی برنامه‌ریزی شده در مدتی نه چندان کوتاه باشد. از سویی، اهمیت موضوع و به ویژه برخورد فعال وزارت ارشاد با موضوع و مهم شمردن آن، ایجاب می‌کند که هیچ روزنامه‌نگار و مطبوعاتی مسئول بی‌تفاوت از کنار آن نگذرد. امیدوارم که ارائه نظریات گروههای مختلفی از افراد که به گونه‌های متفاوت با مطبوعات سروکار دارند، بتواند در دستیابی به تصویر روشنی از موقعیت کنونی و چشم‌انداز آینده مطبوعات ایران سودمند افتد. اما به شرط آنکه مسائل را در پس‌زمینه عینی و واقعی آنها بررسی کنیم و اسیر سراب فریبده بحثهای تئوریک و انتزاعی نشویم، بحثهایی که در جای خود می‌توانند بسیار شیرین باشند، اما بدون توجه به شرایط ویژه حاکم بر مطبوعات ما، تنها در حکم نقش زدن بر ایوان خواجه خواهد بود.

در این فرصت و فضای محدود، و فقط برای آغاز این بحث، شاید بهتر آن باشد که ویژگیها و مسائل و دشواریهای در هم تنیده فعالیت مطبوعاتی در ایران را در یک مقیاس کلان و از یک زاویه خاص بنگریم. ساده‌ترین راه در پیشگیری این روش، شناخت کار چاپ و نشر به عنوان یک فعالیت تولیدی است. اگر نفس برآیند تولید یک نشریه مبتنی بر اصول و قواعد و مقتضیات و هنجارهایی طبیعی و منطقی باشد، آنگاه می‌توان به بررسی دیگر عوامل دخیل در این معادله پرمجهول پرداخت. همین جاست که نابهنجاری در روابط اندام‌وار تولید، تأثیر خود را، نه به‌سان خوردگی یک چرخ‌دنده، که همانند عارضه‌ای عمده، در مجموعه پیچیده یک ماشین عظیم برجای می‌نهند. این شرایط، همچون یک آنفارکتوس، اگر هم باعث ایست قلبی واحدهای مطبوعاتی نشوند، سبب می‌شوند که کل سیستم، نابه‌نجار و بیمارگون عمل کند و سابقه تأثیر خود را برای همیشه بر روی نوار قلبی نهاد مطبوعاتی ترسیم کند.

چاپ و نشر، یک فعالیت تولیدی است و مانند هر کار تولیدی دیگر، نیازمند تهیه طرح و برنامه با توجیه فنی و اقتصادی، سرمایه‌گذاری، تأمین مواد اولیه، ایجاد تأسیسات و امکانات زیربنایی، به کارگیری نیروی کار متخصص، استفاده از دستگاهها و لوازم متفاوت، اعمال مدیریت و برنامه‌ریزی، بهره‌مندی از امنیت حرفه‌ای و تمامی دیگر عوامل شکل‌دهنده به تولید. با این نگرش درمی‌یابیم که کار مطبوعاتی در ایران، گذشته از رویارویی با بسیاری از مسائل خاص خود (که یکی از مهم‌ترین آنها در مقایسه با یک کار تولیدی متعارف، تغییر دائمی ماهیت و نوع فرآورده تولیدی است) مشکلاتی از جنس مشکلات دیگر بخشهای تولیدی کشور دارد.

آغاز یک کار مطبوعاتی، سرمایه‌گذاری سنگینی می‌خواهد؛ سرمایه‌گذاری‌ای که هیچ تضمینی درباره‌اش وجود ندارد. و از همین رو، بانکها نیز میلی به مشارکت در آن ندارند. بهای مواد اولیه لازم برای چاپ، به دو صورت دولتی و آزاد، تفاوتی فاحش را نشان می‌دهد. بخش عظیمی از زمان و ذهن گردانندگان هر نشریه‌ای، صرف عبور از موانع اجرایی و اداری و سرو کله زدن با روشهای تولیدی می‌شود. کیفیت فرآورده تولیدی قابل تضمین نیست و بهای آن راهم با در نظر گرفتن وضع اقتصادی خریداران مطبوعات، نمی‌توان به دلخواه بالا برد. بخش آگهی دشواریهای عدیده خاص خود را دارد. چنین است که انتشار نشریه در ایران، در شرایط کنونی به‌نوعی تردستی می‌ماند.

اما نتایج این کاستیها چیست؟ زمانی که فکر و ذکر گردانندگان یک نشریه مستقل، پیوسته مشغول تهیه کاغذ و فیلم و زینک و تأمین هزینه‌های جاری باشد، چه جایی برای تحقیق، تحلیل، خلاقیت و نوآوری می‌ماند؟ وقتی بخش بزرگی از بودجه یک نشریه خصوصی صرف مخارج اجرایی و تهیه مواد اولیه شود، چه بودجه‌ای را می‌توان به تهیه گزارشهای دقیق و بررسیهای ریشه‌ای و کارشناسی اختصاص داد؟ چنین نشریه‌ای چگونه می‌تواند روزنامه‌نگار حرفه‌ای، طراح حرفه‌ای، پژوهشگر حرفه‌ای و مترجم حرفه‌ای استخدام کند؟

برخی از نتایج برآمده از این حالت تولیدی کج‌دار و مریز، چنین خواهد بود: کسی حاضر به سرمایه‌گذاری جدی در یک کار مطبوعاتی جدی نیست و مجالی برای رشد و گسترش کمی و کیفی باقی نمی‌ماند. کیفیت محصولات تولیدی بشدت افت می‌کند، و این عمل خود منجر به ساده‌پسندی و سهل‌انگاری در میان خوانندگان می‌شود. روزنامه‌نگار حرفه‌ای تربیت نمی‌شود و

در عوض، روزنامه‌نگاری به صورت شغل دوم - تفنن - اشخاصی با تخصص‌هایی جز این در می‌آید. به جای رقابت سالم در میان مطبوعات، تنازع بقا هدف اصلی قرار می‌گیرد و...

بدین سان، درآوردن یک نشریه جدی و سودمند که بخواهد ادعا کند منتشر شدن و نشدنش یکسان نیست، حکم ریسمانی باریک، آویخته بر بلندی بسیار را می‌یابد، در حالی که چندین وزنه سنگین نیز به دست و پای آن بسته شده است.

شکافتن ابعاد مختلف مجموعه پیچیده‌ای که از این بنیاد نامستحکم سربرآورده است، می‌تواند موضوع چندین مقاله و تحلیل باشد، که امید است در زیر به شکلی موجز تنها به مشکلات ریشه‌ای این حرفه پردازم.

در حال حاضر تراکم بی‌سابقه‌ای از عنوانهای انتشار یافته مطبوعات در کشور پدید آمده است، ولی این وضع در مقیاس حرفه‌ای، همان اقیانوسی را تداعی می‌کند که بیش از یک میلیمتر عمق ندارد و لازم است بر عمق آن افزوده شود تا ریشه‌های مطبوعات قوام گیرد و با اندک نسیمی به باد نرود.

داستان توپ عباس میرزا و هزار و یک دلیل توپچی اجازه بدهید بدون هیچ‌گونه حاشیه‌روی یا مجامله، به نقطه کانونی و معضل بنیادین کار مطبوعات در ایران اشاره کنم، همان معضلی که در بسیاری از زمینه‌ها نیز عرصه را بر فعالیت طبیعی و منطقی تنگ کرده است. رک و پوست‌کنده یعنی: دخالت زیانبار دولت؛

که از جمله منجر می‌شود به:

- حرکت غیرکارشناسانه
 - رقابت غیرعادلانه
 - حمایت غیرمنصفانه
 - روندهای غیرعادلانه
- چگونه؟ توضیح می‌دهم.

نقش بازدارنده دولت

اول اینکه سرمایه‌گذاری کلان نهادهای دولتی در ایجاد بنگاههای مطبوعاتی بزرگ و نگرش غیرکارشناسانه و ابزاری به مطبوعات، سبب شده است تا مطبوعات نتوانند به عنوان یک حرفه تخصصی در کشور ما جایگاه مناسب خود را به دست آورند.

چرا؟ چون برپایی بنگاههای بزرگ مطبوعاتی از سوی ارگانهای دولتی بیشتر از سر نیازهای سیاسی ضرورت یافته است تا توسعه تخصصی مطبوعات!

این وضع شاید از دیدگاه برخی کسان «محاسنی» هم داشته باشد، اما در تحلیل کارشناسی، قطعاً «آثار بدش» بسیار بیشتر از «حسن خوب» آن است!

اکثر روزنامه‌های کشور به دلیل نبود حزب، برتابنده دیدگاههای سیاسی گردانندگان جناحهای سیاسی، در بستر حاکمیت‌اند.

حضور کلان دولت در این قلمرو، جذابیت سرمایه‌گذاری توسط بخش خصوصی را می‌کاهد و کمکی به رشد حرفه‌ای مطبوعات نمی‌کند. در نتیجه به جای تربیت نیروهای حرفه‌ای مطبوعاتی، کارمندان دولتی مطبوعات دولتی ساخته می‌شوند که ناگزیرند از دریچه محدود روزنامه‌ارگان به موضوعهای پیرامون خود بنگرند.

با چنین صورت مسئله‌ای، کارمندان یک بعدی مطبوعاتی پرورش یافته و راه هرگونه خلاقیتی بر این کارکنان بسته می‌ماند.

باتوجه به پشتیبانی تقریباً نامحدودی که شامل حال نشریات دولتی است، اینها عموماً دغدغه دخل و خرج ندارند و در نتیجه، برآوردن نیازهای فکری خوانندگان برایشان در اولویت نیست. نتیجه آنکه دست‌اندرکاران این نشریات اگر هم با شوق و ذوق اولیه به روزنامه‌نگاری روی آورده باشند، در اینجا پاسخ اشتیاق خود را نمی‌گیرند.

در این میان، آن دسته از مشتاقان که فضای بازتری را برای نگرش به موضوعهای پیرامون طلب کنند، ناگزیرند به روزنامه‌هایی روی آورند که بستر مناسبتری را برای ایشان فراهم کنند. ولی این روزنامه‌ها کجا هستند؟

آن دسته از روزنامه‌ها نیز که وابسته به جناح خاصی نیستند، از فرط تنگناهای مالی و بیم رنجش مسئولان متولی مطبوعات، آنچنان راه محافظه‌کاری در پیش گرفته‌اند که جذابیت‌های لازم را به‌منظور جذب نیروهای خلاق از خود بروز نمی‌دهند.

حاصل آنکه نیروهای خلاق و حرفه‌ای راه هفته‌نامه‌ها و ماهنامه‌ها را در پیش می‌گیرند و در آنجا دیگر صداها کمتر به گوش می‌رسد!

منابع اقتصاد مطبوعات

و اما بحث شیرین یارانه دولتی!

دیگر آفت بزرگ عدم رشد مطبوعات مستقل و نیروهای حرفه‌ای مطبوعاتی، یکی به نام سهمیه کاغذ، یارانه و تسهیلات مستقیم دولتی است.

هم‌اکنون چهار روزنامه بزرگ دولتی در کشور منتشر می‌شوند. از این چهار روزنامه، دو روزنامه اطلاعات و کیهان با بیش از نیم قرن سابقه، صاحب امکانات بزرگ مالی، فنی، تخصصی و ارتباطی هستند و خود، صاحب چاپخانه‌های بزرگی اند که علاوه بر چاپ روزنامه و نشریات مادر، خدمات چاپی را به دیگر نشریات ارائه می‌دهند. دو روزنامه همشهری و ایران نیز هر دو دارای امکانات مالی، فنی و تخصصی اند که ظرفیت چاپ بزرگترین چاپخانه کشور یعنی چاپخانه افست و بخش خالی ظرفیت چاپخانه اطلاعات را اشغال کرده‌اند.

این چهار روزنامه در ارزیابیهای وزارت محترم ارشاد به منظور تخصیص اعتبارات ارزی، بیش از ۶۰٪ منابع ارزی تخصیص یافته برای روزنامه‌ها را به خود اختصاص می‌دهند. سرنوشت منابع مالی‌ای که به عنوان یارانه ریالی از سوی دولت به روزنامه‌ها داده می‌شود نیز به همان ترتیب است.

این کیک خوشمزه که در سالهای گذشته در اختیار صاحبان نشریات گذاشته می‌شد، صف طولی را از متقاضیان دریافت مجوز مطبوعاتی ایجاد کرده است که البته متقاضیان آن اکنون با کاهش چنین تسهیلاتی هنوز نمی‌دانند که پس از دریافت مجوز و انتشار چندین شماره از نشریه خود، بزودی بایستی به صف ورشکستگان مالی این حرفه پیوندند. چندین نشریه منتشر شده هم اکنون در وضعیتی هستند که آرام آرام نفسهایشان به شماره افتاده، فاصله انتشارشان زیاد شده و یا از تعداد صفحاتشان کاسته شده است و به زودی از ادامه انتشار باز خواهند ماند.

ترفندهایی چون روی آوردن به سوژه‌های داغ و یا انعکاس «خبرهای زرد» — چنانکه در واژگان روزنامه‌نگاری به مطالب سطحی و سخیف اطلاق می‌شود — نیز نمی‌تواند چندان به عمر

بعضی از آنها اضافه کند. چراکه اگر پای قانون بازده نزولی به میان می‌آید، و اگر بنا باشد گروه بزرگی به آن سمت روند، به طور طبیعی جذابیتی نخواهند داشت.

به خاطر داشته باشیم هم اکنون برخی از روزنامه‌ها و یا نشریات دیگر توانسته‌اند بر اثر عطش خوانندگان خود به دانستن موضوعهای سیاسی که تاکنون از آنها سخن گفته نمی‌شد به تیراژهای نسبتاً خوبی دسترسی پیدا کنند. چنانچه این تب فرونشیند یا پیکربندی سیاسی جامعه شکلی عادی‌تر به خود بگیرد، چه تدبیری برای ماندن و بدون سوبسید ماندن اندیشیده‌اند؟ مطبوعات چنانچه بخواهند به صورت یک حرفه باقی بمانند، تنها به دو منبع مالی می‌توانند تکیه کنند و اگر موفق شوند، تکیه‌گاه سوم نیز هست.^۱ این دو تکیه‌گاه، یکی تکفروشی است و دیگری آگهی‌های تبلیغاتی.

برای دسترسی به هریک از این دو منبع، مشکلاتی وجود دارد که چشم‌انداز چندان روشنی را پیش روی نمی‌نهد. تکفروشی به دلیل قیمت نازل نشریات مؤسسه‌های مطبوعاتی دولتی (که خود ناشی از نبود دغدغه دخل و خرج است) جای مناسب خود را نتوانسته است به دست آورد. اصولاً مدیران روزنامه‌های دولتی و یا وابسته به حاکمیت چرا بایستی دغدغه ارزان‌فروشی داشته باشند؟ روزنامه را ارزان می‌فروشند ولو اینکه توجیه اقتصادی نداشته باشد! چرا که منابع جایگزین و حمایتی دولتی به دلایل مختلف وجود دارد! و رقابت با ایشان را به شدت دشوار می‌کند.

حال اگر یک روزنامه بخش خصوصی بر اثر تلاش بسیار و قانع کردن مخاطبان خویش توانست بر قیمت روزنامه بیفزاید، این فاصله چقدر می‌تواند امن باشد؟ با توجه به وضعیت اقتصادی کشور و سفت کردن کمربندها، قیمت تکفروشی را تا چه حد می‌توان بالا برد و با روزنامه‌های دولتی فاصله گرفت و از سبب هزینه‌های مخاطبان حذف نشد؟ ملاحظه می‌کنید که باز اثر روزنامه‌های ارگانهای دولتی ضرایب خطر را تا چه حد نگران کننده‌ای بالا می‌برد.

کدام خرد حرفه‌ای و کدام منطق سرمایه‌گذاری حکم می‌کند تا به رقابت با چنین غولهای دولتی برویم؟

منبع دوم آگهی است. هرچند اینجا هم حکایت، حکایت جنگ پشه با حبشه است! این رشته سر درازتری نسبت به تکفروشی دارد. مطبوعات دولتی هم اکنون تقریباً همه ظرفیت چاپ رنگی

گرم را اشغال کرده‌اند، و اگر همین امروز یکی از روزنامه‌ها باهمه «خطر»ها بخواهد که با رانت‌های مطبوعات دولتی رنگی به رقابت پردازد از امکان دستیابی به چاپخانه روتاسیون رنگی گرم محروم است. مگر آنکه خود اقدام به ورود ماشین آلات چاپ کند! آن‌هم قصه غم‌انگیزی است که در این مجال از پرداختن به آن خودداری می‌کنیم.^۲ در نتیجه بسیاری از منابع آگهی که نقش رنگ در آنها جذابیت بیشتری دارد به‌طور طبیعی به سمت روزنامه‌های رنگی کشیده خواهند شد. نکته دیگر، جذابیت ارگانی و جناحی روزنامه‌های دولتی است. به‌طور مثال مگر می‌شود جذابیتی بیشتر از همشهری برای چاپ آگهی‌های شهرداری ایجاد کرد؟ می‌بینید که هم گرایش و هم امکانات فنی جذابیتی است که شهرداری را از دادن آگهی به روزنامه‌های دیگر باز می‌دارد و یا اطلاعیه‌های رسمی و غیررسمی دولتی استدلال جذابتری را در روزنامه ایران برای آگهی توجیه می‌کنند تا روزنامه شما!

به خاطر دارم در یکی از محافل غیررسمی دولت قبلی توصیه می‌شد تا به روزنامه ایران بیشتر آگهی داده شود تا روزنامه هرچه زودتر جا بیفتد!

از همه غم‌انگیزتر، نقش بسیار مخربی است که رادیو و تلویزیون در جذب آگهی‌های تبلیغاتی بازی می‌کند. براساس مطالعات کارشناسی‌ای که یکی از نهادهای مطبوعاتی در غرب انجام داده است، هر خواننده روزنامه به صورت میانگین حداکثر بین ۲ تا ۳ ثانیه روی آگهی‌های کوچک و بین ۵ تا ۶ ثانیه روی آگهی‌های یک صفحه‌ای روزنامه توقف می‌کند. حال لطفاً به این آمار توجه فرمایید:

روزنامه همشهری به عنوان پرتیراژترین روزنامه کشور در اعلام قیمت‌های جدید آگهی‌های خود، قیمت یک صفحه کامل آگهی را یک میلیون و هشتصد و پنجاه هزار تومان اعلام کرده است. یعنی آگهی‌دهنده برای یک صفحه آگهی در تیراژ ۱۶۰۰۰ نسخه بدون هزینه توزیع آن در سراسر ایران به ازای هر نسخه ۴۵ ریال پرداخت می‌کند. قبول کنیم که ۴۵ ریال به هیچ عنوان برای این آگهی در قطع روزنامه‌گران نیست.

شبکه ۱ سیما قیمت تبلیغات را در پربیننده‌ترین برنامه خود که نام آن را ممتاز گذاشته است ثانیه‌ای ۲۳ هزار تومان اعلام کرده است. حال با یک حساب سرانگشتی در می‌یابیم که اگر قرار باشد خواننده روزنامه ۶ ثانیه روی آگهی توقف کند، صاحب آن آگهی برای ۱۶۰۰۰ خواننده ۶ ثانیه‌ای خود لازم است تا مبلغ یک میلیون و هشتصد و پنجاه هزار تومان پرداخت کند. فرض

کنید هر روزنامه را ۴ خواننده می‌خوانند، باز هم عدد شما حدود یک میلیون و ششصد هزار نفر می‌شود.

چه نتیجه‌ای به دست می‌آید؟ نسبت ۶ ثانیه را که فراموش نکرده‌اید؟! تلویزیون بابت ۶ ثانیه آگهی ۱۳۸ هزار تومان می‌گیرد. همشهری ۱۸۵۰ هزار تومان! در همین مقایسه تلویزیون تقریباً ۱۴ برابر ارزانتر از روزنامه آگهی پخش می‌کند. این در حالی است که مخاطبانش ۲۵ برابر بیشتر از روزنامه است!

با چنین غول عظیمی روزنامه‌ها چگونه می‌توانند رقابت کنند؟ تنها سرریز آگهی‌های تلویزیون نصیب مطبوعات می‌شود و آن‌هم از سرناگزیری آگهی دهنده و یا ناآگاهی وی از این آمار!

پس می‌بینید که در هر یک از قلمروهایی که می‌تواند به بالندگی مطبوعات واقعی و حرفه‌ای کمکی کند غولهای پرتوان و امکان دولتی سد عظیمی را در برابر توسعه منطقی مطبوعات ایجاد کرده‌اند.

از این‌رو، اکنون که بیش از هزار نشریه مجوز انتشار گرفته‌اند و بیش از هشتصد تایی آن منتشر می‌شوند و ۶۰۰ تایی دیگر در انتظار دریافت مجوز انتشارند؛ درمی‌یابیم که با اتکا به موانع موجود، مادامی که دولت و یا نهادهای وابسته از نقش خود در این قلمرو نگاهند، امید زیادی نمی‌توان به بهبود شرایط توسعه مطبوعات داشت.

از سوی دیگر براساس بخش ۱۱ بند پ ماده ۱۲۴ قانون مالیاتهای مستقیم، مصوب اسفند ۱۳۴۵، هزینه تبلیغات به میزان متعارف، به شرطی که ۳۰ درصد آن، طبق مدارک مستند، به مطبوعات پرداخت شده باشد، جزو هزینه‌های قابل قبول اداره دارایی محسوب می‌شده است.

اما در قانون جدید مالیاتهای مستقیم که در اسفند ۱۳۶۶ به تصویب رسیده و از سال ۱۳۶۸ به اجرا گذاشته شده است، نه نامی از مطبوعات به‌میان آمده است و نه یادی از تبلیغات. از این‌رو میزان مالیاتی، ستون هزینه‌های تبلیغاتی شرکتها و سازمانها را به‌طور کامل برگشت می‌دهند و به سبب سکوت قانون مصوب ۱۳۶۶، از قبول چنین هزینه‌هایی خودداری می‌کنند. البته اصلاحات ناچیزی در این زمینه صورت گرفته که به هیچ وجه کافی نیست و این نیز مشکلی دیگر است که بر مشکلات جذب آگهی تبلیغاتی توسط مطبوعات افزوده است.

※

آیا امید برون رفتی از این تنگنا هست؟

این جانب با بیش از ۳۰ سال کار در مطبوعات به تجربه تازه‌ای دست پیدا کرده‌ام که موارد یاد شده بالا را با برهان خلف ثابت می‌کند.

در ابتدای سال ۱۳۷۵ مسئولیت سردبیری ویژه‌نامه‌ای در شهرک اکباتان از سوی روزنامه اخبار برعهده این جانب نهاده شد. برنامه‌ریزی انتشار این ویژه‌نامه با مطالعه کارشناسی ۱۱ ماهه و با اتکا به تجربه‌ام به مرحله اجرا در آمد.

این ویژه‌نامه در تیراژ ۲۰ هزار نسخه ابتدا در شهرک اکباتان منتشر و به صورت رایگان توزیع شد. سپس عین همین ویژه‌نامه را در شهرک غرب و تهرانپارس و نارمک، همچنین در جزیره کیش، قشم و چابهار تجربه کرده‌ام و به‌طور متوسط ماهانه ۶ ویژه‌نامه با تیراژ متوسط ۱۵۰ هزار نسخه در ماه به صورت رایگان زیر نظر روزنامه اخبار چاپ و منتشر می‌کنم.

مردم محله‌ها و مناطق نامبرده شده استقبال خوبی را از این ویژه‌نامه‌ها به عمل آورده‌اند. این ویژه‌نامه‌ها تماماً به صورت رایگان — لطفاً توجه بفرمایید، تماماً به صورت رایگان — توزیع می‌شود و خودبه‌خوبی آگاه هستید که توزیع رایگان هزینه‌های بیشتری را به یک واحد مطبوعاتی که از شبکه توزیع و پست استفاده نمی‌کند، تحمیل می‌کند. تمامی کاغذ این ویژه‌نامه‌ها از بازار آزاد تهیه می‌شود و هزینه‌های مربوط به فیلم و زینک نیز طبق تعرفه بازار آزاد پرداخت می‌شود و تنها ممر درآمد این ویژه‌نامه‌ها از آگهی‌های محلی است.

در همین جا شکر خدا را به جا می‌آورم که تا این لحظه این ممر درآمد «توجه» مؤسسات مطبوعاتی دولتی را به صورت همه جانبه جلب نکرده است. که البته سعی کرده‌اند ولی به دلیل پیچیدگی حرفه‌ای، مؤسسات مطبوعاتی دولتی نتوانسته‌اند تاکنون ما را از نان خوردن بیندازند!

در اینجا خاطر نشان می‌کنم بخش انتشار ویژه‌نامه‌های روزنامه اخبار توانسته است ۸۰ شغل مستقیم و تعدادی شغل جانبی بر اثر انتشار خود ایجاد کند. و نیز شایان توجه است که از هیچ امکان دولتی استفاده نشده است، زیان نکرده و اندکی سود هم برده‌ایم (!) علی‌رغم آنکه اخیراً قیمت کاغذ به دلیل بی‌برنامگی متولیان آن به صورت سرسام‌آوری افزایش یافته است.

ملاحظه می‌فرمایید نقطه‌ای را انتخاب کرده‌ایم که مؤسسات مطبوعاتی دولتی در آنجا سرمایه‌گذاری و فعالیت نکرده‌اند و یا علاقه‌ای به آن ندارند! براین پایه درمی‌یابیم که چنانچه دولت از دیگر عرصه‌ها کنار کشد، مطبوعات مستقل و یا غیردولتی توسعه می‌یابند و هیچ خرجی

هم روی شانه دولت تحمیل نخواهند کرد. البته رسیدن به چنین جایگاهی کاری یک شبه نیست. احتیاج به ارزیابیهای کارشناسی و حرکتی آرام و گام به گام به سمت توسعه مطبوعات غیردولتی دارد.

مهم این است که دولت با برنامه‌ریزی حساب شده‌ای خود را مهیا کند تا حداکثر یک روزنامه رسمی به عنوان سخنگوی خود داشته باشد — هرچند به گمان من حتی به آن هم نیازی نیست — و وارد عرصه‌های پولسازی در این رشته نشود و از هم اکنون به کاستن از نقش خود در مطبوعات همت گمارد.

انحصار دولتی، موافقان و مخالفان خود را دارد، اما وقتی انحصار به اهرمی برای رفتار دلبخواه و تبعیض آمیز در میدانی خالی از رقیب تبدیل شد، وضع فرق می‌کند. بنابه تعریف، هدف از دخالت دولت در فعالیتهای اقتصادی و تجاری، حراست از منافع عمومی است، نه کسب درآمد از کیسه خلائق. در واقع قرار است دولت به بهره‌گیری از منابع و نیروهای مجتمع و متمرکز خود، به نمایندگی از آحاد مردم، داد و ستد کند و سودش را به مردم برگرداند، نه آنکه خود در هیئت یک ابربازرگان، درگیر معامله با مردم شود و برای خودش درآمد بسازد. این از اقتصاد، چه برسد به فرهنگ!

و در نهایت، اگر دولت به دلایلی مصرّ باشد در این قلمرو و با همین هیئت حضور داشته باشد و از مطبوعات دیگر بخواهد در این میدان به رقابت و عرض اندام بپردازند، بیشتر داستان دُن کیشوت لامانچایی را تداعی خواهد کرد تا توسعه حرفه‌ای مطبوعات را.

پی‌نوشت‌ها

۱. تکیه‌گاه سوم احداث چاپخانه و درآمد حاصل از خدمات بیرونی آن است.
۲. بزرگ‌ترین چاپخانه کشور چاپ افست است که ماشین آلات آن حدود ۳۰ سال است که کار می‌کند و هنوز جایگزین نشده است. برخورد وزارت ارشاد با صدور مجوز چاپخانه تاکنون بیشتر سیاسی بوده است تا کارشناسی، از همین رو صنعت چاپ در کشور عقب‌مانده‌تر از مطبوعات هستند و اعمال مدیریت دولتی در این بخش نیز پر از نقطه ضعف است.

موانع اقتصادی - اجتماعی انتشار
نشریه‌های مستقل دانشورانه - روشنفکرانه در ایران

علی میرزائی

چکیده

هدف این مقاله بیان این نکته است که موانع اقتصادی - اجتماعی، انتشار نشریه‌های مستقل دانشورانه - روشنفکرانه* را با دشواریهای اساسی روبه‌رو می‌کند، و این نشریه‌ها، به دلیل ناتوانی مالی، پس از انتشار چند شماره معدود به زانو درمی‌آیند، یا اگر حیاتی داشته باشند، بالنده و شاداب و نهادی شده و متکی به برنامه‌های بلندمدت نیست. البته موانع سیاسی (مستقیم و غیرمستقیم، ضعیف و قوی) همیشه وجود داشته است و خواهد داشت، ولی در کشور ما، به علت ساختارهای ضعیف اقتصادی و اجتماعی، پایین بودن درآمدهای خانوار، بالا بودن تعداد بیکاران، پایین بودن نگران‌کننده تعداد شاغلان نسبت به کل جمعیت کشور، ناچیز بودن سهم هزینه‌های فرهنگی در سبد هزینه خانوار، افزایش سرسام‌آور قیمت کالاها و خدمات، ضعف و فقر شدید کتابخانه‌ها، ضعف صنعت نشر، توزیع پرهزینه و نادرست مطبوعات، غلبه فرهنگ شفاهی بر فرهنگ مکتوب و ضعف عادت «خواندن» در میان مردم، وجود نظام آموزشی عقب مانده، سهم قلیل اعتبارات سالانه دولت برای بخش فرهنگ، و... این موانع سیاسی نیست که نشریه‌های مستقل را تعطیل می‌کند، بلکه در مرحله اول، دشواریهای اقتصادی و موانع فرهنگی و اجتماعی

* نشریه «مستقل» مجله‌ای است که هزینه‌های انتشار آن را دستگاه‌های دولتی و نیمه‌دولتی و شبه دولتی تأمین نمی‌کند «دانشورانه» را در مقابل Scholarly آورده‌ام. نشریه دانشورانه - روشنفکرانه، در این مقاله، نشریه‌ای است که مباحث اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، ادبی و هنری را از دیدگاه علمی مطرح می‌کند، و به مسائل و رویدادهای کشور و جهان نیز می‌پردازد و آنها را تحلیل و تحلیل می‌کند. مجله نگاه‌نو، با زمینه و گرایش اجتماعی - فرهنگی، در چنین طبقه‌ای از مطبوعات ایران قرار می‌گیرد. این مجله از مهرماه ۱۳۷۰ منتشر شده است و اکثر خوانندگان آن را دانشگاهیان و اهل قلم تشکیل می‌دهند. مشترکین این مجله نیز بیشتر کتابخانه‌های دانشگاه‌ها، حوزه‌های علمیه، و مراکز پژوهشی هستند، به اضافه گروهی از نویسندگان و شاعران و مترجمان کشور، و جوانانی که در این عرصه‌ها وارد شده‌اند و فعال هستند.

است که آنها را به تعطیلی می‌کشد، یا به جنگی دائمی برای تنازع بقا سوق می‌دهد، یا آنها را «سیاسی‌کار» (یعنی باج‌بگیر و باج‌بده، سانسورچی و سانسورپذیر...) و خلاصه ذلیل می‌کند. نکته دیگری که این مقاله دنبال می‌کند این است که اگر مردم طالب نشریه‌های مستقل هستند، باید هزینه‌های انتشار این نوع نشریه‌ها را تقبل کنند. نشریه‌های مستقل، بدون سانسور و بدون حمایت دولت، نمی‌توانند بدون حمایت جامعه زندگی کنند. حکومتها نیز اگر کمکی به این نشریات می‌کنند، باید بدون چشمداشت سیاسی باشد و این نوع نشریات را ابزارهای کارآی رشد فرهنگی جامعه و اطلاع‌رسانی آزاد به شهروندان به شمار آورند، نه آوازه‌گر و تأییدکننده برنامه‌ها و اقدامات خود.

در این مقاله، ابتدا، عوامل و موانع فرهنگی - اجتماعی و سپس موانع و عوامل اقتصادی را بر می‌شمارم؛ و در پایان به نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها می‌پردازم.

عوامل و موانع اجتماعی - فرهنگی

۱. کشور ما، از نظر تعدادِ عناوینِ مطبوعات و تیراژ و فروش مطبوعات، وضع چندان خوشایندی ندارد. البته در سالهای اخیر، در مقایسه با پیش از انقلاب اسلامی، وضعیت بهتر شده، و در چند ماه اخیر بازهم وضع از گذشته بهتر شده است، ولی در هر حال، وضعیت ما حتی در مقایسه با گروهی از کشورهای در حال توسعه، چندان مطلوب نیست. به این آمار توجه بفرمایید:

در جهان، برای هر یکهزار نفر، به طور متوسط، ۹۶ نسخه روزنامه منتشر می‌شود، و در آسیا ۶۳ نسخه. عدد مشابه در ایران، اگر تیراژ ۲،۰۰۰،۰۰۰ نسخه در روز را (که این روزها زیاد تکرار می‌شود) ملاک قرار دهیم، ۳۱ نسخه است، در حالی که در ترکیه که بیشترین تعداد روزنامه‌نگاران زندانی جهان را نیز دارد، به ۴۹ نسخه می‌رسد و در فرانسه به ۲۶۰ نسخه^۱ متوسط تعداد روزنامه برای هر ۱،۰۰۰ نفر در کشورهای توسعه یافته ۲۸۶ نسخه است، و در کشورهای در حال توسعه ۴۴ نسخه.

انتشار روزنامه در سال ۱۹۹۴

کشور	تعداد	تیراژ	برای هر ۱،۰۰۰ نفر
مصر	۱۷	۳،۹۴۹،۰۰۰	۶۴ نسخه

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵
 تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

کوبا	۱۷	۱،۳۱۵،۰۰۰	۱۲۰ نسخه
مکزیک	۳۰۹	۱۰،۴۲۰،۰۰۰	۱۱۳ نسخه
برزیل	۳۱۷	۷،۲۰۰،۰۰۰	۴۵ نسخه
ایران ^۲	۱۲	۱،۲۰۰،۰۰۰	۱۸ نسخه
کره جنوبی	۶۲	۱۸،۰۰۰،۰۰۰	۴۰۴ نسخه
سنگاپور	۸	۱،۰۲۷،۰۰۰	۳۶۴ نسخه

و آماری دیگر: میزان مصرف کاغذ — برای چاپ و نوشتن — برای هر ۱،۰۰۰ نفر در سال ۱۹۹۲ (ارقام به تن): کانادا ۸۴/۹، ژاپن ۷۶، یونان ۲۰، مالت ۵۳، پرتغال ۲۸، کره جنوبی ۲۲/۳، افریقای جنوبی ۱۱/۷، اردن ۸/۹، ایران ۳/۴، باربادوس ۸/۵.

- متوسط مصرف جهانی: ۱۴/۱
- متوسط کشورهای صنعتی: ۶۱/۹
- متوسط کشورهای در حال توسعه: ۳/۵^۳

و معاون مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در صفحه اول روزنامه اخبار یکشنبه ۱۳ اردیبهشت ۱۳۷۷ در مصاحبه‌ای اعلام کرده‌اند که «کل کاغذ روزنامه مورد نیاز مطبوعات نزدیک به ۸۲ هزار تن در سال است» که می‌شود حدود ۱/۳ کیلو در سال ۱۳۷۷ (۱۹۹۸) برای هر نفر.

۲. تاکنون به حدود ۱،۰۰۰ عنوان نشریه — در تمامی زمینه‌ها — اجازه انتشار داده شده است، ولی متوسط انتشار نشریه‌های علمی و فنی و فرهنگی و اجتماعی و سیاسی و ادبی و هنری (که قریب به اتفاق مجله‌های ایران در این مقوله‌ها جای می‌گیرند) براساس آمارهای رسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، حدود ۱۳۰ عنوان در ماه است.^۴ این عدد، بارزترین نشانه وضعیت کشور ماست در حوزه مطبوعات جدی و نسبتاً جدی. ولی نکته مهمتر این است که در میان آنچه منتشر می‌شود، تعداد مجله‌های دولتی از مجله‌های غیردولتی بیشتر است. به عنوان نمونه توجه فرمایید به اطلاعاتی که از ماهنامه نمایه استخراج کرده‌ام:

- نمایه ۶۴ (تیرماه ۷۶): جمع ۱۲۷ عنوان (دولتی ۶۷، غیردولتی ۶۰)
- نمایه ۶۵ (مرداد ۷۶): جمع ۱۳۴ عنوان (دولتی ۷۷، غیردولتی ۵۷)

• نمایه ۷۲ (اسفند ۷۶): جمع ۱۳۵ عنوان (دولتی ۷۰، غیردولتی ۶۵)

• نمایه ۷۳ (فروردین ۷۷): جمع ۱۳۱ عنوان (دولتی ۷۲، غیردولتی ۵۹)

بنابراین، اولاً حکومت به عنوان یک رقیب بسیار پرزور در عرصه مطبوعات حضور فعال دارد، و ثانیاً امکانات بسیار قلیل کشورمان (یعنی کاغذ، فیلم، زینک، لوازم چاپ و مانند اینها) بیشتر در اختیار نشریه‌های دولتی قرار می‌گیرد. منظورم فقط کمکهای مستقیم دولتی نیست (که به نسبتی در اختیار اکثر یا تمام نشریه‌ها قرار داده می‌شود) بلکه حضور با قدرت و باگشاده‌دستی دستگاههای دولتی در بازار است برای به دست آوردن مواد اولیه کمیاب و گرانبهای چاپ و نشر. توان مالی و دست باز دولت سبب می‌شود که امکانات را به سرعت در اختیار بگیرد، و در نتیجه مطبوعات غیردولتی، در بازاری که هر لحظه در نوسان است، با کمبودها و اشکالات جدی روبه‌رو می‌شوند. ضمن اینکه نشریه‌های دولتی غم فروش هم ندارند، و پدیده‌هایی مانند قیمت تمام شده، مالیات، بیمه، حقوق و دستمزد، پرداخت هزینه آب و برق و تلفن و اجاره‌بها و وسیله نقلیه هم برایشان مطرح نیست. هدفشان نیز فقط «انتشار» یک نشریه است، نه توزیع و فروش آن. و گاه نیز در داخل یک دستگاه اجرایی، رقابتهای درونی سبب انتشار چند نشریه می‌شود. و نکته مهم اینکه نیروی انسانی آموزش دیده و مجرب نشریه‌های غیردولتی را نیز نشریه‌های دولتی با دادن امتیازهای مادی و غیرمادی قابل توجهی جذب می‌کنند، که نمونه‌اش را در روزنامه‌های دولتی تهران و مجله‌های پرآب و رنگ دستگاههای دولتی می‌بینید.

۳. وضع انتشار کتاب نیز (هم از نظر تعداد عناوین، هم از نظر تیراژ) بهتر از وضع مطبوعات نیست. در سال ۱۳۷۵، ۸۹۷،۱۲ عنوان کتاب منتشر کرده‌ایم: ۲۲۷،۶ عنوان (۲۵٪) چاپ اول، ۶۷۰،۶ عنوان (۷۵٪) چاپ مجدد. در بهار و تابستان ۱۳۷۶، ۲۲۰،۶ عنوان کتاب منتشر شده که ۱۷۴،۳ عنوان چاپ اول است (۷۹٪) و ۴۶،۳ عنوان چاپ مجدد (۲۱٪).^۵

وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی، به انتشار ۱۲،۰۰۰ عنوان کتاب در سال ۱۳۷۶ اشاره کرده‌اند. من، چون منبع موثقی نیافتم، برای هر کتاب ۴،۰۰۰ نسخه تیراژ منظور کرده‌ام. این عدد را در ۱۲،۰۰۰ عنوان، و حاصل را در ۲۶۰ صفحه (متوسط صفحه‌های هر کتاب) ضرب کردم. عددی را که به دست آمد به ۶۲ میلیون نفر ایرانی و ۳۶۵ روز تقسیم کردم و به عدد ۵۵ صدم یک صفحه رسیدم! یعنی برای هر ایرانی، در هر روز، فقط ۵۵ صدم یک صفحه کتاب چاپ

می‌شود. تیراژ را اگر ۶،۰۰۰ نسخه هم فرض کنیم باز حتی به یک صفحه نیز نمی‌رسیم، و ۸۲ صدم یک صفحه به دست می‌آید. بد نیست این آمار را نیز ذکر کنم که به گفته آقای حسن عابدینی در کتاب *صدسال داستان‌نویسی در ایران*، در سال ۱۳۵۷، که کشورمان حدود ۳۰ میلیون نفر جمعیت داشت، نزدیک به یکصد میلیون نسخه کتاب در ایران چاپ و پخش شده است؛^۶ یعنی برای هر ایرانی ۲/۳۷ صفحه کتاب.

به آمار دیگری توجه بفرمایید:

عناوین کتابهای چاپ شده در سال ۱۹۹۲ برای هر ۱۰۰،۰۰۰ نفر:^۷

ایران: ۸، مالزی: ۱۹، قبرس: ۷۴، تونس: ۱۴، نامی‌بیا: ۹، بنین: ۱۳، اسپانیا: ۹۵، ایسلند: ۳۹۹، استونی: ۷۲، دانمارک: ۱۵۷.

و آمار دیگری: تولید عناوین کتاب در سال:^۸

ایران ۱۳۷۶: ۱۲،۰۰۰ عنوان؛ ژاپن ۱۹۹۲: ۳۵،۴۹۶ (همه چاپ اول)؛ برزیل ۱۹۹۴: ۲۱،۵۷۴؛ فنلاند ۱۹۹۴: ۱۲،۵۳۹؛ آلمان ۱۹۹۴: ۷۰،۶۴۳ (۵۲،۷۶۷ عنوان چاپ اول)، اسپانیا ۱۹۹۴: ۴۴،۲۶۱؛ بریتانیا ۱۹۹۴: ۹۵،۰۱۵؛ کره جنوبی ۱۹۹۴: ۳۴،۲۰۴ (۳۱،۵۸۰ عنوان چاپ اول).

نتیجه‌ای که از ذکر این آمارها می‌خواهم بگیرم این است که سنت «خواندن» در جامعه ما چندان قوی نیست. ما کم می‌خوانیم. این وضع موجود ماست در عرصه خواندن کتاب و مطبوعات. ما جزو کشورهای میانه حال جهان هستیم، و جایگاهمان در اواسط جدول کشورهای میانه حال است، ولی در کشوری با این تمدن و تاریخ رشک‌انگیز، و در تحت لوای دینی که با آیه «اقرء...» نخستین سنگ بنایش گذاشته شده است، و انقلابی که مدعی ابعاد فرهنگی بسیار قوی است، و مدیرانی که اکثریت نزدیک به تمام آنان یا دستی در حوزه فرهنگ دارند یا مدعی «فرهنگی بودن» هستند.

۴. همکاران مطبوعاتی و اهل قلم همدیگر را تضعیف می‌کنند و به شکل نگران‌کننده‌ای به جان همدیگر می‌افتند و دهها پرونده در دادگاهها علیه یکدیگر تشکیل داده‌اند.^۹ البته نقد و ارزیابی لازم است، و هر کس حق دارد از ارزشهای مورد قبول خود، براساس مواضع سیاسی و فرهنگی و دینی و ملی اش دفاع کند، اما کیفیت این دفاع نباید به گونه‌ای باشد که ادامه حیات مطمئن و آزادانه فعالیت‌های فرهنگی مستقل را تهدید کند.

در این شرایط، «تریون آزاد نویسندگان» شدن بسیار مشکل است، زیرا از همه طرف مورد اتهام و حمله واقع می‌شوید، کسی هم از شما طرفداری نمی‌کند! این یکی از مشکلات اساسی هر نشریه‌ای است که در ایران بخواهد مستقل و آزاد بماند.

۵. جمعیت کشور، بسیار جوان است؛ ۴۹/۳ درصد جمعیت کشور زیر ۲۰ سال دارند: جمعیتی نگران حال و آینده، نگران ادامه تحصیل، نگران به دست آوردن شغل، دچار کمبودهای اساسی برای گذران بالنده و پربار اوقات فراغت، دچار دوگانگی و چندگانگی در خانه، اجتماع و اجتماعات همسالان، ناتوان از تشکیل خانواده و تهیه سرپناه و وسایل زندگی. ۳۷/۴ درصد جمعیت کشور نیز در روستاها زندگی می‌کنند، و هنوز درصد قابل توجهی از جمعیت کشور «بی‌سواد» هستند (حدود ۲۱٪) و فقط ۵/۹٪ جمعیت دارای تحصیلات دانشگاهی‌اند. بنابراین، بخش قابل توجهی از جمعیت کشور نمی‌توانند خواننده بالقوه نشریه‌های دانشورانه - روشنفکرانه مستقل و غیرمستقل باشند.

جمعیت ایران در حال حاضر حدود ۶۲ میلیون نفر است، که فقط حدود ۲۴/۳٪ آنان کار می‌کنند. ما، در میان ۵۵ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی، از این نظر در مرتبه پنجاه و چهارم هستیم! و این یکی از بحرانی‌ترین و هول‌آورترین شاخصهای اقتصادی - اجتماعی کشور ماست و با توجه به اینکه نزدیک ۵۰ درصد جمعیت کشور زیر ۲۰ سال دارند و در سیمای اقتصاد کشور نیز آن نور رستگاری دیده نمی‌شود که برای تمام جوانانی که وارد بازار کار می‌شوند شغلی آماده باشد و بیکاران فعلی را نیز جذب کند، این شاخص، بدتر خواهد شد. به شاخص مشابه در چند کشور اسلامی توجه بفرمایید: قطر ۵۷٪، بورکینافاسو ۵۴٪، موزامبیک ۵۳٪، بنگلادش ۴۹٪، گینه ۴۹٪، بحرین ۴۴٪، کویت ۴۲٪. و کشورهای غیراسلامی: کانادا ۵۳٪ و هنگ‌کنگ ۵۱٪. معنای این ارقام این است: در ایران یک نفر کار می‌کند تا ۵ نفر زندگی کنند، در قطر، بورکینافاسو، بنگلادش، گینه، کانادا و هنگ‌کنگ یک نفر کار می‌کند تا ۲ نفر زندگی کنند. روشن است در کشوری که یک نفر کار می‌کند تا ۵ نفر زندگی کنند، آنچه ابتدا قربانی می‌شود بخش فرهنگ است.

۶. در میان ایرانیانی که باسواد هستند، درصد خیلی (۵/۹٪ جمعیت شهری) دارای تحصیلات دانشگاهی هستند، ضمن اینکه در دانشگاهها نیز شور و شوق چندانی برای متکی نبودن صرف به

متون درسی تعیین شده از سوی استادان به چشم نمی‌خورد (شعار غالب در دانشگاه‌های ما این است: یک استاد، یک درس، یک متن!). دانشجویان و دانش‌آموختگان این نظام آموزشی اصولاً نیازی به مراجعه به نشریه‌های ادواری — که قاعدتاً حاوی آخرین دستاوردهای علمی و فنی و فرهنگی هستند — احساس نمی‌کنند. البته اکثر استادانشان نیز چنین نیازی را احساس نمی‌کنند. روحیه علمی — پژوهشی معمولاً بر استادان حاکم نیست. فرهنگ تحلیل و ارزشیابی و پژوهش، و اصولاً بنیانهای تفکر نقاد، یا شکل نگرفته یا بسیار ضعیف است. این وضعیت سبب می‌شود که تقاضا برای نشریه‌های دانشورانه — روشنفکرانه (مستقل و غیرمستقل) بسیار نازل باشد، و این ضعف تقاضا، خود آثار ناگواری در بالندگی اندیشه و خلق آثار برجسته در تمام حوزه‌های فرهنگی و هنری دارد و ما را در دور باطلی محبوس می‌کند.

۷. کتابخانه‌های ضعیف و شبکه‌های اطلاع‌رسانی علمی — فرهنگی بسیار ناقص سبب شده‌اند که عادت و شوق خواندن در کودکان، نوجوانان و جوانان و بزرگسالان به وجود نیاید، یا کافی نباشد و تقویت نشود. البته آنها که «عادت» و «شوق» دارند نیز معمولاً در کتابخانه‌ها چیز دندانگیر و روزآمدی نمی‌یابند. وضع کتابخانه‌های بسیاری از دانشکده‌ها و دانشگاه‌ها بسیار اسفبار است^{۱۱} و گروه کوچک استادان و دانشجویان پژوهنده نیز، در اکثر موارد، از پشتیبانی اطلاعاتی (اطلاعات علمی و فنی) محروم‌اند. منظوم اطلاعات و منابع اطلاع‌رسانی کافی، درست و بموقع و روزآمد است.

تعداد کتابخانه‌های عمومی کشور ۱۱۴۴ کتابخانه است با ۲،۷۰۰ نفر نیروی انسانی. در این کتابخانه‌ها حدود ۷/۵ میلیون جلد کتاب وجود دارد، یعنی هر کتابخانه ۶،۵۵۰ نسخه کتاب. در حالی که در ۳ سال اخیر حدود ۱۵ هزار عنوان کتاب چاپ اول در کشور منتشر شده است. برپایه آماری که بیان کردم، سهمیه هر ایرانی، در کتابخانه‌های عمومی کشور ۰/۱۱ یک نسخه کتاب است! رقم مشابه در قزاقستان ۶/۱ و در جمهوری آذربایجان ۵/۳ است.

نگاه کنیم به آمار کتابخانه‌های عمومی در چند کشور:^{۱۲}

- ایران، ۱۳۷۷: ۱۱۴۴ کتابخانه عمومی، ۷،۴۵۳،۶۲۹ نسخه کتاب
- ژاپن، ۱۹۹۰: ۱۹۵۰ کتابخانه عمومی، ۱۶۱،۶۹۴،۰۰۰ نسخه کتاب
- قزاقستان، ۱۹۹۳: ۸۷۷۰ کتابخانه عمومی، ۱۰۴،۳۶۲،۰۰۰ نسخه کتاب

(جمعیت قزاقستان در سال ۱۹۹۴: ۱۷ میلیون نفر)

• جمهوری آذربایجان، ۱۹۹۲: ۶۶۵۰ کتابخانه عمومی، ۴۰،۰۸۷،۰۰۰ نسخه کتاب

(جمعیت آذربایجان در سال ۱۹۹۴: ۷/۵ میلیون نفر)

• افریقای جنوبی، ۱۹۸۹: ۶۷۱ کتابخانه عمومی، ۱۵،۶۸۳،۰۰۰ نسخه کتاب

• جمهوری چک، ۱۹۹۳: ۶۲۲۷ کتابخانه عمومی، ۳۷،۷۴۹،۰۰۰ نسخه کتاب

• مکزیک، ۱۹۹۳: ۴۸۹۴ کتابخانه عمومی، ۱۹،۸۷۵،۰۰۰ نسخه کتاب

و آمار کتابخانه‌های دانشگاه در چند کشور:

• ایران ۱۹۹۴: ۱۶۸ کتابخانه، ۲،۳۲۳،۰۰۰ نسخه کتاب

• کره جنوبی ۱۹۹۴: ۳۴۰ کتابخانه، ۳۵،۷۵۸،۰۰۰ نسخه کتاب

• ترکیه ۱۹۹۳: ۲۱۲ کتابخانه، ۵،۷۰۰،۰۰۰ نسخه کتاب

• مصر ۱۹۸۹: ۲۷۲ کتابخانه، ۳۵،۷۹۰،۰۰۰ نسخه کتاب

• مکزیک ۱۹۹۳: ۱۱۳۹ کتابخانه، ۱۲،۷۷۶،۰۰۰ نسخه کتاب

و این نکته را هم گذرا بگویم که بسیاری از کتابخانه‌های دانشگاهی ما، در واقع به صورت «دژ»، و برخلاف شیوه مرسوم جهانی، همچنان با سیستم «بسته» اداره می‌شوند، که با توجه به ضعف مدیریت، ضعف طبقه‌بندی، و ضعف شیوه‌های کارآ و سریع اطلاع‌رسانی، در واقع وجود و عدمشان برای پژوهشگران جدی و فعال و نوگرا بی تفاوت است. وقتی در مطبوعات علمی جهان می‌خوانیم که یکی از علل مهاجرت استادان دانشگاه و پژوهشگران انگلیسی از کشورشان ضعف پشتیبانی‌های اطلاعاتی و عدم دسترسی سریع به اطلاعات علمی و فنی است حال ببینید که یک پژوهشگر و یک استاد دانشگاه چه تقاضایی در حوزه اطلاع‌رسانی علمی و فنی دارد و ما چه چیزی به او عرضه می‌کنیم.

عوامل و موانع اقتصادی

۱. کمیابی و نایابیهای فصلی کاغذ، گرانی بهای آن، و سایر ملزومات چاپ و نشر، یکی از بحراناترین عوامل اقتصادی در راه انتشار منظم مطبوعات و ارائه مطبوعات با شکل و شمایل

جذب کننده است. (نشریه‌های دولتی را استثناء بفرمایید: کاغذ گلاسه خارجی، چهار رنگ، ورنی، یو وی!) بهای یک بند کاغذ ایرانی از سال ۱۳۶۴ تا ۱۳۷۴ به حدود ۱۷ برابر رسید! از ۷،۰۰۰ ریال به ۱۲۰،۰۰۰ ریال! فعلاً البته بهای کاغذ، تعدیل شده است و هر بند کاغذ ایرانی به حدود ۵۷،۰۰۰ ریال به فروش می‌رسد. بهای سایر ملزومات (فیلم، زینک، مرکب و...) و خدمات لیتوگرافی و چاپ نیز افزایش بسیار داشته است. در هر سال نیز، این هزینه‌ها حداقل ۳۰٪ رشد می‌کند (ناشی از افزایشهای حقوق و دستمزد کارگران و مالیات و بیمه و افزایش بهای آب و برق و تلفن و سوخت و...) و باعث افزایش اجباری بهای مطبوعات می‌شود، در حالی که درآمد خریداران مطبوعات، و سایر کالاها و خدمات فرهنگی، قطعاً به همین نسبت رشد نمی‌کند. در این وضعیت، با توجه به وضع اقتصادی مردم، قیمت نشریه‌ها را چقدر می‌شود افزایش داد؟ این یکی از عمده‌ترین عوامل بازدارنده است. در کشوری که خط فقر حدود ۸۰۰،۰۰۰ ریال است و می‌دانیم که میزان درآمد ماهانه اکثریت خانوارهای ایرانی به این رقم نمی‌رسد، مردم چه طور می‌توانند هم شکم فرزندانشان را سیر کنند و هم هزینه خرید مطبوعات را پردازند؟

۲. سنگین بودن هزینه توزیع مطبوعات، و تقریباً انحصاری بودن شبکه توزیع، و ناموفق بودن شبکه تعاونی توزیع مطبوعات که با سرمایه‌گذاری مدیران مطبوعات به وجود آمد نیز از عوامل مؤثر در اسفبار شدن وضع اقتصادی مطبوعات است: تا ۴۰٪ از بهای روی جلد هر نشریه را گردانندگان شبکه توزیع دریافت می‌کنند، و بسیاری از فروشندگان مطبوعات (نه همه آنان) همه چیز می‌فروشند جز مطبوعات! به عبارت دیگر، فروش مطبوعات پوششی است برای فروش دهها قلم کالاهای دیگر، و هیچ کس هم جلودار این عمل غلط نمی‌شود. ضمن اینکه غرفه‌های فعلی اصولاً پاسخگوی عرضه صحیح مطبوعات به مراجعان نیست.

۳. تورم مهارگسیخته، و کاهش شدید قدرت خرید مردم، در کنار فقدان تقاضای مؤثر، سبب شده است که خرید محصولات و کالاهای فرهنگی (کتاب، مجله، روزنامه، نوار، دیسک، و...) روز به روز کاهش یابد. مردم نمی‌توانند هم برای خرید مطبوعات (و سایر کالاها و خدمات فرهنگی) پول بدهند و هم نیازمندیهای اولیه و ضروری خانواده خود (غذا، مسکن، آموزش، پوشاک، بهداشت و درمان، و...) را تأمین نمایند.

بانک مرکزی در مهر ۱۳۷۶ اعلام کرد که در سال ۱۳۷۵، در مناطق شهری، متوسط هزینه ناخالص ماهانه خانوار ۳۸۴،۱۳۴،۱ ریال بوده است (شامل ارزش اجاری خانه شخصی و پرداخت بابت مالیات و بازنشستگی هم هست). درصدهای هزینه شدن این رقم به شرح زیر است.^{۱۳}

خوراکی و دخانی	۳۴/۲٪
مسکن، آب، سوخت، روشنایی	۲۷/۴٪
پوشاک	۹/۵٪
حمل و نقل و ارتباطات	۸/۷٪
کالاها و خدمات متفرقه	۷/۲٪
لوازم و اثاث خانه	۶/۲٪
درمان و بهداشت	۴/۱٪
تفریح و تحصیل و مطالعه ^{۱۴}	۲/۷٪

یعنی اگر ما به دنبال یافتن هزینه‌های فرهنگی خانوارهای شهری باشیم، باید آن را در داخل هزینه‌های تحصیل و تفریح و سرگرمی، در این ۲/۷٪ بیابیم! نتایج یک آمارگیری منتشر نشده که مرکز آمار ایران انجام داده است نشان می‌دهد که هزینه‌های تفریحات و سرگرمی هر خانوار شهری (۴/۵ نفر) در سال ۱۳۷۵، ۹۵/۰۰۰ ریال بوده است (هزینه‌های فرهنگی نیز در همین مقوله محاسبه شده) که اگر به ۴/۵ نفر و ۳۶۵ روز تقسیم کنید، می‌شود ۵۷/۸ ریال برای تفریح و سرگرمی و فرهنگ در روز برای هر یک از اعضای یک خانواده شهری! تکلیف روستاها و روستاییان — با ۳۷/۴٪ جمعیت کشور — که ناگفته روشن است. هزینه روزانه خرید مطبوعات شهرنشینان را نیز در این ۵۷/۸ ریال بیابید!

۴. دولت و مجلس نیز، اعتبار سرانه ناچیز و نامتناسبی را به بخش فرهنگ تخصیص می‌دهند. در سال ۱۳۷۶، اعتبارات بخش فرهنگ به شرح زیر بود:^{۱۵}

— جاری:	۱۸۲،۵۶۹،۰۰۰،۰۰۰ ریال
— عمرانی:	۴۴۹،۸۳۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال
(جمع):	۱،۰۱۹،۰۱۲،۰۰۰،۰۰۰

که فقط ۹۵٪ اعتبارات جاری و ۵۴٪ از اعتبارات عمرانی این بخش تخصیص داده شد. بنابراین، در عمل فقط ۷۸۳،۶۳۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال به دستگاههای اجرایی بخش فرهنگ تخصیص دادند^{۱۶} (۷۷ درصد رقم پیش‌بینی شده). این مبلغ را اگر تقسیم کنید به ۶۲ میلیون نفر جمعیت کشور، به رقم ۱۲،۶۳۹ ریال سرانه در سال می‌رسید! هر روز ۳۴/۵ ریال! در حالی که در بهار سال ۱۳۷۶ بهای متوسط یک نسخه کتاب، ۸،۹۸۷ ریال بوده است.

در قانون بودجه سال ۱۳۷۷، جمع اعتبارات عمرانی و جاری بخش فرهنگ، حدود ۱۰۷ میلیارد تومان است که به نظر نمی‌رسد چیزی بیش از ۷۵ درصد آن را در عمل تخصیص بدهند. از این رقم، حقوق و مزایای کارمندان وزارت ارشاد، میراث فرهنگی، اوقاف، سازمان تبلیغات اسلامی، حوزه هنری، کانون پرورش فکری، و دستگاههای دیگری را که جزو بخش فرهنگی هستند، و هزینه‌های آب و برق و تلفن و نقلیه و نگهداری ساختمانها و تعمیرات و مانند اینها را کسر کنید، آن وقت ببینید که چقدر برای کارهای جدی و ریشه‌ای و مستقیم فرهنگی می‌ماند. با این پولها نمی‌توان کار خیرگیری در بخش فرهنگ انجام داد. در سال ۱۳۷۷، اعتبار جاری بخش فرهنگ ۶۱۷ میلیارد ریال پیش‌بینی شده است (یعنی هر ایرانی ۹،۹۵۱ ریال)، اما اعتبار امیّت داخلی ۲،۳۴۴ میلیارد ریال است، یعنی برای هر ایرانی ۳۷،۸۰۶ ریال (چهار برابر بخش فرهنگ). برای دفاع ۷،۰۲۱ میلیارد ریال پیش‌بینی شده است (۱۱ برابر بخش فرهنگ). برای کشاورزی، جاری و عمرانی، ۱،۷۵۹/۴ میلیارد ریال پیش‌بینی کرده‌اند (۷۰٪ بیش از بخش فرهنگ). برای بخش آب، جاری و عمرانی، ۲،۲۳۴/۷ میلیارد ریال پیش‌بینی شده است (بیش از دو برابر بخش فرهنگ). و از همه مهمتر اینکه در قانون بودجه سال ۱۳۷۷، اعتبارات عمرانی و جاری بخش فرهنگ، فقط ۱/۲ درصد کل بودجه عمومی دولت (نه بودجه کل کشور) پیش‌بینی شده است! و چون طبق معمول هر سال قسمتی از درآمدهای پیش‌بینی شده تحقق پیدا نمی‌کند، بخش فرهنگ یکی از اولین هدفهای تعدیل بودجه است. در سال ۱۳۷۶ فقط ۷۷ درصد اعتبارات پیش‌بینی شده این بخش را تخصیص دادند، و در سال ۱۳۷۷ نیز، با تخمینی بسیار مثبت و خوشبینانه، بیش از ۷۵٪ نخواهند داد. حال این کم‌توجهی ما را در حوزه تخصیص اعتبارات مالی لازم و کافی به بخش فرهنگ بگذارید در کنار این حرکت عظیم جهانی که تمام ثوریه‌های توسعه به اینجا رسیده‌اند، و حتی اقتصاددانان توسعه نیز اقرار کرده‌اند، که نقش فرهنگ و پیشرفت فرهنگی،

عامل قاطع و تعیین کننده در توسعه همه جانبه ملتها و کشورهاست. گوش ما باید این فریاد بلند جهانی را بشنود، و بیش از این به این واقعیت بی اعتنایی نکنیم.

۵. نشریه‌های دانشورانه - روشنفکرانه آزاد، از دریافت آگهی - به تعداد لازم و کافی - نیز محروم هستند. هیچ بازرگانی - مگر در مواردی بسیار انگشت شمار - حاضر نیست که در این مجله‌ها آگهی بدهد، چون اولاً این نوع مجله‌ها وجهه سیاسی چندان مقبولی برای آگهی دهنده - که فقط به دنبال سود است - ندارند؛ ثانیاً خوانندگان این نوع مجله‌ها معمولاً کسانی نیستند که با دیدن این آگهی‌ها در گروه خریداران کالاهای آگهی شده قرار گیرند! البته سایر مطبوعات نیز، به علت ضعف تولید در کشور و مشکلات اقتصادی موجود، در حال حاضر وضع چندان مطلوبی از نظر دریافت آگهی ندارند.

۶. نامشخص بودن سیاستهای کلان کشور در حوزه سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، و تغییر دائمی قوانین و دستورالعملها و بخشنامه‌ها و رویه‌ها، سبب شده است که سرمایه‌گذاری غیردولتی حاضر نشوند در حوزه فرهنگ - و بسیاری دیگر از حوزه‌ها - سرمایه‌گذاری کنند. بخش خصوصی نیز «عاقلمتر» از این است که سرمایه کلان خود را در بخش فرهنگ به کار بیندازد!

امروز ما در این نقطه ایستاده‌ایم: تعهدات حکومت آن قدر زیاد است که قادر به تأمین اعتبارات کافی برای برخی از بخشهای اقتصادی - اجتماعی، بویژه بخش فرهنگ نیست. بخش خصوصی داخلی نیز چون اعتماد و اطمینانی به تداوم سیاستها و رویه‌های اقتصادی کشور ندارد و امنیت کافی حس نمی‌کند، وارد میدان نمی‌شود؛ که البته هر وقت هم قرار باشد وارد میدان بشود، شاید، آن هم در مرحله آخر، در بخش فرهنگ نیز سرمایه‌گذاری ناچیزی بکند! این را می‌توانید «رویا» تلقی کنید! سرمایه‌گذاران خارجی هم، وقتی احتیاط و هول و هراس سرمایه‌گذار داخلی را می‌بینند، طبیعی است که انگیزه‌ای به سرمایه‌گذاری جدی در کشور ما نداشته باشند. این وضعیت عمومی است، و طبعاً بخشی که سنگینترین ضربه‌ها را باید تحمل بکند بخش فرهنگ است.

نتیجه‌گیری، پیشنهادها

۱. فهرست موانع و عواملی را که برشمردم می‌توان طولانی‌تر کرد. حداقل جا دارد که در تحقیقی دیگر به موارد زیر هم پرداخته شود:

• ترکیب نیروی انسانی شاغل در مطبوعات

• فقر و ضعف آموزش در مطبوعات

• بحران مدیریت

• رقیبان خارجی

• معیشت روزنامه‌نگاران

• کم و کیف تأمین شغلی روزنامه‌نگاران

• مشکلات مالی روزنامه‌نگاران

• نارساییها و ابهامهای قانون مطبوعات

• اثر گروههای فشار

• اثر گروههای ذی‌نفوذ

• وضعیت کتابخانه‌های آموزشگاهی

• وضعیت کتابخانه‌های کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان

۲. سوابق نشان می‌دهد که دوره انتشار نشریه‌های مستقل دانشورانه - روشنفکرانه در ایران، کوتاه است، یا اگر به نسبت طولانی باشد، بالنده و شاداب و امیدوارانه و توسعه‌یابنده نخواهد بود. نشریه مستقل، همچون بیماری است در بستر که زندگی گیاهی می‌کند، و مرگ را انتظار می‌کشد؛ نه اینکه جوانی باشد پرنشاط، پرامید، بالنده، و نیرومند که همه چیز را در آینده‌ای زیبا و در چشم‌اندازی امیدبخش می‌جوید.

۳. فشارهای اقتصادی از یک طرف، و زمینه‌های ضعیف، نگران‌کننده و بازدارنده اجتماعی و فرهنگی از طرف دیگر، عوامل تهدیدکننده نشریه‌های مستقل است. این مجله‌ها را تنگناهای اقتصادی یا «سانسور اقتصادی» زودتر از «سانسور سیاسی» از پای در می‌آورد. بزرگترین خطر، خطر سانسور اقتصادی است که عملاً به محدودیت آزادی بیان می‌انجامد. سانسور اقتصادی، بی‌دردسر، بدون سروصدا، بدون اینکه ماجرا به رادیوهای بیگانه و مجامع و انجمنهای فرهنگی و سیاسی بین‌المللی کشیده شود، نشریه مستقل را پژمرده می‌کند و

می‌کشد؛ اما این مرگ نیز، مرگ آزادی بیان و آزادی اندیشه است، و نتیجه کار، تفاوتی با نتیجه اعمال سانسور سیاسی ندارد.

۴. مجلس و دولت باید اعتبارات بخش فرهنگ را، حداقل متناسب با توقعاتی که از متولیان این بخش دارند، افزایش دهند. متولیان اصلی بخش فرهنگ کشور ما، با عرض پوزش، در حوزه امکانات مالی، خودش «ذات نیافته از هستی بخش» است! درباره اعتبارات مالی این بخش، اعداد و ارقام گویاست، و تکلیف مجلس و دولت روشن است. البته تزریق کارایی، بهره‌وری و قابلیت بیشتر به مدیریت اکثر سازمانهای متولی فرهنگ نیز، به ویژه به کارگرفتن مدیرانی که وسعت اندیشه و نظر دارند، و به جای سیاسی و سیاسی کار بودن، پیشینه موفق فرهنگی داشته باشند و عاشق و خدمتگزار فرهنگ باشند، در کنار رشد اعتبارات مالی، از مهم‌ترین وظایف و تکالیف فوری دولت در کلیه دستگاههای متولی فرهنگ است.

۵. دولت معتقد به جامعه مدنی باید از تصدی و عاملیت خود در عرصه انتشار مطبوعات بکاهد. در کشوری که در هر ماه فقط حدود ۱۳۰ نشریه اجتماعی و سیاسی و اقتصادی و علمی و فرهنگی و هنری و ادبی منتشر می‌شود و در این ۱۳۰ نشریه نیز نشریه‌های متعلق به مردم در اقلیت هستند، در تحقق جامعه مدنی و دموکراسی باید تردید کرد. کار دولت این نیست که در موضع رقابت با مردم قرار بگیرد. حکومتی که تمامی ابزارهای اعمال قدرت را دارد، چه ضرورتی دارد که در عرصه مطبوعات نیز دست بالا را داشته باشد؟ دولت باید کار خود را در این حوزه منحصر به موارد بسیار بسیار خاص کند که هیچ کس حاضر به سرمایه‌گذاری و فعالیت در آن موارد نیست.

۶. دولت، به جای تقبیل هزینه‌های هنگفت برای انتشار مطبوعات دولتی، این اعتبارات را صرف تقویت کتابخانه‌ها — به ویژه کتابخانه‌های عمومی — بکند، و این کتابخانه‌ها را از وضع عقب‌مانده و اندوهبار فعلی خارج سازد، تا زمینه‌های عادت به مطالعه و شوق به خواندن فراهم‌تر شود، و نشریه‌های مستقل و کتابهای تازه انتشار یافته را برای عرضه در این کتابخانه‌ها تهیه و توزیع کند، و این کار را نیز با وسعت نظر انجام دهد، نه اینکه به نشریه‌ای اجازه انتشار بدهند اما روی نام آن را قلم قرمز بکشند که برای کتابخانه‌های عمومی نخرند. در مورد کتاب نیز چنین ماجرای را شاهد هستیم.

۷. دولتها اگر کمکی به مطبوعات می‌کنند، ضمن رعایت عدالت، باید با ملحوظ داشتن رسالتهای فرهنگی و اطلاع‌رسانی خود، به این کمکها جهت بدهند و آنها را اولویت‌بندی کنند؛ و البته این جهت دادن و اولویت دادن نباید سیاسی و حزبی و جناحی باشد. نشریه‌های مستقل، امکان برخورداری از حقی را برای شهروندان فراهم می‌کنند که حق دسترسی آزاد به منابع اطلاعات، دانش و علم است، مستقل از منابع دولتی، و این از ابتدایی‌ترین اصول جامعه مدنی است. و هر دولتی که به دموکراسی و به جامعه مدنی و آزادی بیان معتقد است، باید این دسترسی را تسهیل کند.

۸. نشریه‌های مستقل دانشورانه - روشنفکرانه، با عرضه اطلاعات متنوع و نو، و با ارائه تحلیل‌های ژرف و گسترده، عهده‌دار ایفای رسالت فرهنگی و اطلاع‌رسانی دولتهای آزاداندیش و متعهد به دموکراسی هستند، و بر عقلانیت فرایند تصمیم‌گیری و سیاستگذاری می‌افزایند. پیشرفت فرهنگی، برخوردارشدن از موهبت‌های جامعه مدنی و مدنیته که ملت ایران شایسته آن است و در یک کلام مفتخر بودن ملت به آزادی اندیشه و آزادی بیان، بدون مطبوعات مستقل (که معمولاً متعلق به مردم هستند) ناممکن است. نبود مطبوعات آزاد و مستقل، نبود آزادی برای تک تک افراد و کل کشور است. بدون آزادی مطبوعات، دموکراسی معنا ندارد، و بدون دموکراسی، آزادی معنا پیدا نمی‌کند.

۹. گفتگوی آزاد، برای دولت و ملت، ضرورت حیاتی دارد. بنابراین، هر دو، در قبال نشریات مستقل وظیفه‌مند هستند. مباحثه‌های آزاد و دانشورانه و روشنفکرانه، و روشنگرانه، موجب پیشرفت فرهنگی مردم و ارتقای اطلاعات و دانش ایشان و ژرفا و گسترده‌گی بینش آنان می‌شود، و به دولتها نیز نیرو و جهت می‌دهد و کژیها را مهار می‌کند. چنین گفتگوهای عمده‌تاً به وسیله نشریه‌های مستقل و آزاد امکان‌پذیر است. دولتهای مدرن، با تصمیمات کلان برنامه‌ریزان خود، این امکان را دارند که همه چیز را در همه زمینه‌ها هدایت کنند؛ حتی می‌توانند شیوه گذران زندگی مردم را تعیین کنند، و اگر شهروندان نتوانند در برابر این تصمیمات ابراز عقیده کنند، دولت، به سرعت، به قدرتی توتالیتر و یکه‌تاز تبدیل می‌شود. وجود مطبوعاتی که به خوانندگان تعلق داشته باشد، نه به دولت، یا به عبارت دیگر، مطبوعاتی که از سلطه مادی و معنوی دولت برکنار باشد، از عوامل اصلی و برجسته آزادی بیان و پژوهش، و تضمینی بر آزادیهای مدنی است.

۱۰. مطبوعات مستقل در صورتی می‌توانند ادامه حیات بدهند که اگر دولت از آنها پشتیبانی می‌کند، بی‌مزد و منت باشد و بدون چشمداشت سیاسی، ولی در هر حال مورد حمایت مردم باشند، و ابتدا مورد «حمایت مالی» آنان. مردم اگر برای آزادی اندیشه و آزادی بیان و آزادی مطبوعات ارزش قائل هستند باید هزینه حفظ و ارتقای آن را نیز پردازند. هزینه‌ای که مردم برای خرید نشریه‌های مستقل می‌پردازند، شاخص مشارکت عملی آنان در دفاع از آزادی اندیشه و آزادی بیان است.

۱۱. و کلام آخر اینکه من با حضور آزادمنشانه، فعالانه، کارآ، و ثمربخش دولت در عرصه فرهنگ مخالف نیستم. در کشورهای پیشرفته، بهترین موزه‌ها، عظیمترین و فعالترین کتابخانه‌ها و مراکز فرهنگی، بزرگترین و بالنده‌ترین دانشگاهها، مشهورترین تالارهای موسیقی و آموزشگاههای تئاتر و موسیقی و سایر هنرها را دولتها برپا کرده‌اند و اداره می‌کنند. کمک به مطبوعات مستقل نیز به همین ترتیب؛ و اصولاً دولتهای متمدن، از افتخارات خود می‌دانند که در حوزه فرهنگ حضور فعال و مؤثر داشته باشند. اما آنچه من با آن مخالف هستم این است که دولتی بخواهد با کمک مختصر یا کلانی که در حوزه فرهنگ و بویژه به مطبوعات می‌کند، هنرمندان و نویسندگان و روزنامه‌نگاران را دست‌آموز و مطیع و دنباله‌رو خود کند. چنین برخوردهایی با هنرمندان و اهل قلم به وسیله دولت از یک طرف، و بی‌توجهی مردم به وظیفه‌ای که در قبال نشریات مستقل دارند، از طرف دیگر، بارزترین موانع پیشرفت و بالندگی فرهنگی، و نقض آشکار آزادی اندیشه، آزادی بیان و آزادی مطبوعات است. هرگز چنین مباد.

پی‌نوشت‌ها

۱. هفته‌نامه مهر، شماره ۳۹ (۳۰ دی ماه ۱۳۷۶)، ص ۱۵ و

- *Human Development Report (=HDR) 1996*

- *Unesco, Statistical Yearbook, 1996*

۲. آمار روز ۱۳۷۷/۲/۲۸: در ایران (سراسر کشور) حدود ۴۰ عنوان روزنامه منتشر می‌شود. تیراژ روزنامه‌ها ۲/۰۰۰/۰۰۰ نسخه عنوان می‌شود، که برای هر هزار نفر ۳۱ نسخه می‌شود.

۳. *HDR 1996* ضمناً توجه داشته باشید که در جوامع پیشرفته، نشر الکترونیکی هم سهم عمده‌ای دارد و تنها میزان مصرف کاغذ ملاک طبقه‌بندی و تقدم و تأخر کشورها نیست.

۴. نگاه کنید به ۷۳ شماره ماهنامه نمایه (از انتشارات دبیرخانه هیئت امنای کتابخانه‌های عمومی کشور) که تا پایان فروردین ۱۳۷۷ منتشر شده است.

۵. مأخذ این آمارها کتابخانه است، از انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت فرهنگی.
۶. حسن عابدینی، صد سال داستان نویسی در ایران، ج ۲، ص ۲۸.
- ۷ و ۸. **HDR 1996** عدد ذکر شده برای ایران را نتوانستم با آمارهای داخلی مقایسه کنم. این عدد «۸» یعنی که در سال ۱۹۹۲ (تقریباً ۱۳۷۱) حدود ۴/۵۰۰ عنوان کتاب در ایران منتشر شده است. می‌توانیم این «۸» را «۱۶» کنیم تا خیالمان راحت شود، و این «۱۶» را با کشورهای دیگر مقایسه کنیم!
۹. این موضوع صدای وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی را هم درآورده است! ایشان در جلسه‌ای که در هفتم دی ماه سال ۱۳۷۶ به دعوت تعاونی مطبوعات و با حضور گروهی از مدیران مطبوعات تشکیل شده بود، نگرانی و رنجش خود را به صراحت از این موضوع عنوان کردند که در روزنامه‌ها نیز انعکاسی گسترده پیدا کرد.
۱۰. آمارها از کتاب مجموعه اطلاعات اقتصادی - اجتماعی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی نقل شد که آذر ۱۳۷۶ منتشر گردیده است.

آمار کانادا و هنگ کنگ را از **HDR 96** نقل کردم.

۱۱. به عنوان نمونه نگاه کنید به روزنامه *ایران* (سه‌شنبه، ۲۹ مهر ۷۶، ص ۵) و گزارشی درباره‌ی وضع اسفناک و نگران کننده کتابخانه مرکزی دانشگاه تهران - دانشگاه مادر - به چاپ رسیده است. (خرابی ساختمان، ریزش آب از سقف، نابودی برخی از منابع منحصر به فرد، ناخرسندی مراجعان از خدمات نارسای اطلاع‌رسانی، در خطر بودن میکرو فیلم‌ها و ...)
۱۲. آمار ایران را در روز ۱۳۷۷/۲/۲۲ از دبیرخانه هیئت امنای کتابخانه‌های عمومی گرفته‌ام. دبیرکل هیئت امنای، در مصاحبه‌ای که در روزنامه همشهری (صفحه ۸، ۳۱ اردیبهشت ۷۷) به چاپ رسیده، موجودی کتابخانه‌های عمومی را ۷ میلیون نسخه ذکر کرده است. مأخذ آمارهای دیگر:

Statistical Yearbook 1996, Uneco.

۱۳. به نقل از این گزارش: نتایج بررسی بودجه خانوار در مناطق شهری درس ال ۱۳۷۵، اداره آمارهای اقتصادی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، مهر ۱۳۷۶.
۱۴. در اینجا بد نیست جمله مشهور اراسموس، اندیشمند مشهور هلندی و اصلاح‌گر مذهبی قرن‌های پانزدهم و شانزدهم میلادی را بیاورم: «وقتی پول اندکی به دستم می‌رسد کتاب می‌خرم، و اگر چیزی از آن باقی ماند، صرف خرید غذا و لباس می‌کنم.» بله! تفاوت از زمین تا آسمان است. در جامعه‌ای که نظام آموزشی‌اش از همان ابتدای کاری دانش‌آموزان را برای آگاهی کسب کردن، دقت علمی و برخورد نقادانه با پدیده‌ها تربیت می‌کند. اراسموس‌ها فراوانند. در جامعه ما اگر مردم به اندازه کافی کتاب و مطبوعات نمی‌خرند و نمی‌خوانند، برای این است که بارآمده نظام آموزشی بسیار نارسایی هستند که آنان را در این مسیر قرار نداده است. درست است که ضعف اقتصادی داریم، ولی اگر قلبمان برای بالندگی فرهنگی خود و خانواده‌مان می‌تپد، از نان خانواده هم می‌زدیم و خرج فرهنگ می‌کردیم. کلام مولانا گویاست: «آب کم جو، تشنگی آور به دست»
۱۵. اعتبارات بخش فرهنگی یعنی اعتبارات این دستگاه‌ها: سازمان تبلیغات اسلامی، اوقاف، کانون و پرورش فکری کودکان و نوجوانان، سازمان ارتباطات اسلامی، سازمان میراث فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۱۶. توجه دارید که تمام این مبلغ را نیز به‌طور مستقیم خرج «فرهنگ» نمی‌کنند. کلیه هزینه‌های اداری و پشتیبانی را هم از همین محل می‌پردازند.

منابع

۱. بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، اداره آمارهای اقتصادی. نتایج بررسی بودجه خانوار در مناطق شهری در سال ۱۳۷۵. تهران، ۱۳۷۶.

۲. ریکور، پل. «قدرت و دولت». ترجمه کاظم فیروزمند. نگاه نو. شماره ۲۶. صص ۱۱۴-۱۲۳.
۳. پتراس، جیمز. «امپریالیسم فرهنگی در پایان قرن بیستم». ترجمه رضا رضایی. نگاه نو. شماره ۱۸. صص ۵۸-۷۰.
۴. مارش، روزالیند. «مرگ ادبیات شوروی». ترجمه رضا رضایی. نگاه نو. شماره ۱۶. صص ۴۰-۶۷.
۵. سازمان برنامه و بودجه، دفتر اقتصاد کلان. گزارش پیش‌بینی برنامه اقتصاد بدون اتکا به درآمدهای حاصل از صادرات نفت خام. ۱۳۷۶.
۶. سازمان برنامه و بودجه. قانون بودجه سال ۱۳۷۷ کل کشور.
۷. ستاد برگزاری هشتمین اجلاس سران اسلامی. مجموعه اطلاعات اقتصادی - اجتماعی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی. تهران، ۱۳۷۶.
۸. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دبیرخانه هیئت امنای کتابخانه‌های عمومی. ماهنامه نمایه. از شماره ۱ تا ۷۳.
۹. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت فرهنگی. کتابنامه. فهرست موضوعی کتابهای منتشر شده، ۱۳۷۵ و بهار و تابستان ۱۳۷۶.

10. UNDP. *Human Development Report, 1996.*

11. Unesco. *Statistical Yearbook, 1996.*

توسعه‌نیافتگی روزنامه‌های یومیۀ ایران
به عنوان یک مسئله اجتماعی
دکتر مسعود حاجی‌زاده میمندی

مقدمه

اگر بپذیریم که شناخت یک مسئله (Problem) نیمی از درمان آن است و به مثابه مقدمه واجب خود واجب است، به تلاش در جهت شناخت دقیق‌تر مسائل بهای بیشتری می‌دهیم. متأسفانه اغلب مشاهده می‌شود که درباره مسائل مختلف جامعه شناخت علمی اندکی وجود دارد، مع‌هذا احساس نیاز به دانایی هم کم است. واقعیت این است که در دنیای مدرن و پیچیده امروز که پدیده‌ها در یک شبکه تعاملی با یکدیگر عمل می‌کنند تنها شناخت فردی و تکیه بر مشاهدات تجربی برای مبارزه با مشکلات کفایت نمی‌کند. دنیای امروز، دنیای شبکه پیچیده نقشها و تخصصی شدن امور است پس باید با فراهم آوردن شناخت علمی در حوزه‌های مختلف سعی کنیم که با برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری، مشکلات اجتماعی را کنترل کنیم و یا آنها را کاهش دهیم. البته باید به این نکته توجه داشته باشیم که امکان به صفر رساندن مشکلات اجتماعی وجود ندارد. تنها در یوتوپیا یا ناکجاآباد ممکن است چنین وضعی قابل تصور باشد.

مسائل مختلف روزنامه‌های یومیۀ ایران (اعم از ساختاری و موقعیتی) به شکل پراکنده اغلب مورد بحث قرار گرفته است و برخی نیز اغلب همه مسائل مطبوعات ایران را به یکی دو مسئله (مثلاً کاغذ و چاپ) تقلیل داده‌اند. ولی کمتر این مسائل در یک چارچوب منظم که بتوان از آنها سیاستهای عملی و کاربردی استخراج کرد، تنظیم شده است. هدف این مقاله آن است که به شکل مستند مسئله توسعه‌نیافتگی روزنامه‌های یومیۀ ایران را نشان دهد و ضمن انگشت گذاشتن بر یکی از مهم‌ترین موانع توسعه‌نیافتگی روزنامه‌های یومیه (ضعف نهادهای جامعه مدنی) گامی در مسئله‌شناسی مطبوعات ایران بردارد. بخشی از داده‌های این مقاله براساس یک پژوهش در چارچوب جامعه‌شناسی مطبوعات ایران^۱ (عوامل مؤثر بر توسعه‌نیافتگی روزنامه‌های یومیه) به دست آمده است. هرچند داده‌های این پژوهش براساس اطلاعات سال ۷۴-۱۳۷۳ تنظیم

شده است و به نظر می‌رسد گرچه پس از وقایع سالهای اخیر (به‌ویژه انتخابات دوم خرداد) تغییراتی درجه‌ای در این شرایط پیش آمده است ولی مسائل ماهیتی و ساختاری روزنامه‌های ایران همچنان به قوت خود باقی است. درعین حال در این مقاله شرایط امروزی روزنامه‌های ایران نیز لحاظ شده است.

تعریف دو مفهوم مهم

۱. مسئله اجتماعی (Social Problem). شرایطی است که عده قابل توجهی از انسانها آن را نامطلوب می‌انگارند و احساس می‌کنند که برای تخفیف آن باید کاری صورت گیرد و مجرای این کار برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در سطح کلان جامعه است. مسائل اجتماعی ریشه در نهادها و ساختارهای اجتماعی و نوع سازماندهی جامعه دارند. و بدون تحول در این زمینه‌ها، مسائل و مشکلات اجتماعی باوجود تغییر اندک میزانها همچنان به قوت خود باقی می‌مانند.

۲. توسعه‌نیافتگی روزنامه‌های یومیه. روزنامه‌های یومیه ایران دارای شرایط نامطلوبی هستند که آشکارترین شاخص آن کمبود تیراژ آنهاست. با توجه به استانداردهای یونسکو در سال ۱۹۶۱ برای کشورهای در حال توسعه، یعنی ۱۰۰ نسخه روزنامه برای ۱۰۰۰ نفر جمعیت، اگر جمعیت ایران را در سال ۱۳۷۶ حدود ۶۳ میلیون نفر فرض کنیم، ما باید ۶/۳ میلیون نسخه روزنامه یومیه داشته باشیم در حالی که تعداد نسخه‌های منتشر شده روزنامه‌های یومیه ایران بین ۱/۵ تا ۲ میلیون نسخه برآورد می‌شود. علاوه بر کمبود تیراژ از جهات دیگر نیز وضعیت روزنامه‌های یومیه ایران در مجموع بیمارگونه است. با این همه در این مقاله منظور از توسعه‌نیافتگی روزنامه‌های یومیه شرایطی است که این روزنامه‌ها با توجه به منظومه‌ای از شانزده صفت (با محتوا بودن، قابل اعتماد بودن، عمیق بودن، مسئول بودن، زیبا بودن، کامل بودن، منظم بودن، خبری بودن، مطالب تازه داشتن، شجاع بودن، عینی بودن، متنوع بودن، معتبر بودن، خلاق بودن، وزین بودن و راستگو بودن) حداقل نمره لازم (۳/۵ از ۷ یا ۱۰ از ۲۰) را کسب نکرده‌اند.

چرا توسعه‌نیافتگی روزنامه‌های یومیه ایران را یک مسئله اجتماعی می‌دانیم؟

چون وضعیت بیمارگونه‌ای که روزنامه‌های یومیۀ ایران با آن مواجه هستند، دارای ویژگیهای یک مسئله اجتماعی است: الف) عدۀ قابل توجهی (به لحاظ آماری معنی‌دار) از مسئولین اجرایی، پیام‌آفرینان روزنامه‌ها، مخاطبین آنها، اساتید، کارشناسان و دانشجویان ارتباطات درگیر این مسئله هستند. ب) آنها این وضعیت را نامطلوب می‌دانند. پ) احساس می‌کنند که برای بهبود این وضع باید کاری صورت گیرد. ت) مجرا و مکانیسم این کار را برنامه‌ریزی جمعی می‌دانند.

این وضعیت بیمارگونه کم و بیش مربوط به همه روزنامه‌های ایران است. مشکلات تولید، توزیع و مصرف، روزنامه‌های یومیۀ را به موجوداتی کم توان تبدیل کرده است. خلاصه به نظر می‌رسد که مشکلات ساختاری روزنامه‌های ایران که ریشه در نظم اجتماعی جامعه و نهادهای اجتماعی دارد، قوی است که جملگی بر آن‌اند. برای اطلاع بیشتر از وضعیت بیمارگونه روزنامه‌های یومیۀ ایران کافی است که این وضعیت را با وضعیت سایر کشورهای در حال توسعه براساس اطلاعات سالنامه آماری یونسکو (۱۹۹۷) مقایسه کنیم.^۲

جدول شماره ۱. مقایسه تعداد و تیراژ روزنامه‌های یومیه ایران با برخی از کشورهای در حال توسعه در سال ۱۹۹۵

نام کشور	تعداد روزنامه یومیه	تیراژ کل روزنامه‌های یومیه (به هزار)	تعداد نسخه روزنامه (برای ۱۰۰۰ نفر جمعیت)
الجزایر	۶	۱۴۴۰	۵۱
مصر	۱۴	۲۶۰۰	۴۳
مراکش	۱۳	۳۹۰	۱۱۲
سودان	۵	۶۵	۲۴
اردن	۴	۵۳	۴۷
کویت	۹	۶۵۵	۳۸۷
لبنان	۱۴	۳۳۰	۱۱۰
عربستان	۱۲	۱۰۶۰	۵۸
پاکستان	۲۲۳	۲۸۰۰	۲۱
ترکیه	۴۰۰	۷۰۰۰	۱۱۸
کره جنوبی	۶۲	۱۷۷۰۰	۳۹۴
افغانستان	۱۵	۲۰۰	۱۰
چین	۶۴	۴۸۰۰۰	۴۲
هونگ کونگ	۴۶	۴۵۰۰	۷۳۵
هند	۱۸۰۲	۱۹۸۰۴	۲۶
اندونزی	۷۷	۴۷۳۳	۲۴
عراق	۴	۵۳۰	۲۶
ایران	۱۲	۱۵۰۰	۱۷

جدول شماره ۲. مقایسه سرانه تیراژ روزنامه‌های یومیه و سرانه مصرف مطبوعات ایران و متوسط قاره‌ها و گروه‌بندی کشورهای جهان در سال ۱۹۹۴

نام قاره یا گروه‌بندی کشورها	متوسط سرانه روزنامه بومیه (به ۱۰۰۰ نفر جمعیت)	وزن سرانه مصرف مطبوعات (به کیلوگرم)
آفریقا	۱۷	۰/۷
امریکا	۱۳۵	۱۹/۹
آسیا	۶۳	۲/۵
اروپا	۲۷۸	۱۴/۲
اقیانوسیه	۲۱۴	۳۰/۲
جهان	۹۶	۶/۳
کشورهای در حال توسعه	۴۴	۱/۶
کشورهای عربی	۴۴	۰/۹
کشورهای آسیای جنوبی	۲۷	۰/۲
کشورهای آسیای شرقی	۵۶	۲
کشورهای آمریکای لاتین	۸۰	۴/۱
کشورهای توسعه یافته	۲۸۶	۲۳
ایران	۱۷	۰/۶

تأکیدها بر توسعه نیافتگی روزنامه‌های یومیه در اینجا به این دلیل صورت گرفته است که بیمارگونگی وضعیت روزنامه‌های یومیه در ایران بیش از انواع نشریات غیر یومیه است. استدلالهای نظری و برخی از مشاهدات تجربی حاکی از وضعیت بیمارگونه روزنامه‌های یومیه بود ولی سعی شد که در یک پژوهش علمی این مسئله بیشتر مورد بررسی قرار گیرد. در اینجا به دو شیوه عمل شد. نخست از طریق یک تحقیق پیمایشی براساس یک نمونه ۱۴۶ نفر از روزنامه‌نگاران به شیوه گلوله برفی (Snowball)^۳ انتخاب گردید. و توسعه نیافتگی روزنامه‌های ایران در سال ۷۴ در سطح سنجش اسمی و فاصله‌ای مورد سنجش قرار گرفت. سپس ۲۲۳ متن از اخبار و مطالب مربوط به مطبوعات در مطبوعات سال ۱۳۷۳ تحلیل محتوا گردید.

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱ صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵
 تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

براساس داده‌های تحقیق پیمایشی، ۹۷ نفر یعنی ۶۴/۴ درصد از پاسخگویان در سال ۱۳۷۴ در برابر این سؤال که: «آیا وضعیت کنونی روزنامه‌های ایران در مجموع به گونه‌ای هست که بتوان آنها را توسعه نیافته نامید؟» جواب بلی دادند، ۴۱ نفر یعنی ۳۸/۳ درصد چنین اعتقادی نداشتند و ۸ نفر یعنی ۵/۵ درصد به این سؤال پاسخ ندادند.

داده‌های به‌دست آمده از این جدول در سطح سنجش اسمی است (توسعه نیافته دانستن و یا ندانستن روزنامه‌های یومیۀ ایران). چون برداشت افراد از توسعه‌نیافتگی روزنامه‌های ایران ممکن بود متفاوت باشد و احساس شد که سنجش در سطح اسمی اعتبار لازم را ندارد، به کمک یک شاخص تلفیقی در سطح سنجش فاصله‌ای توسعه‌نیافتگی روزنامه‌های ایران به کمک منظومه‌ای از شانزده صفت بر روی یک طیف هفت قسمتی (شبه طیف لیکرت) سنجیده شد به این ترتیب که از پاسخگویان خواسته شد تا به روزنامه‌های ایران، به‌طور کلی، براساس این صفات نمره بدهند. حداقل نمره ۱ و حداکثر نمره ۷ بود. پس از استخراج نمرات هر شاخص (صفت) در نمونه ۱۴۶ نفری، شاخصهای گرایش مرکزی برای هر صفت تعیین گردید.

اگر همه صفات شانزده‌گانه را به‌صورت یک منظومه در نظر بگیریم که بیانگر توسعه‌یافتگی روزنامه‌های ایران باشد، میانگین نمره این شاخص تلفیقی ۳/۳۵ از ۷ (۹/۵۸ از ۲۰) است. همانگونه که ملاحظه می‌شود، نمره توسعه‌یافتگی روزنامه‌های ایران بر روی یک طیف ۷ قسمتی که حاصل یک تحقیق پیمایشی است پایین‌تر از حد متوسط و در واقع نامطلوب است. این نامطلوب بودن را توسعه‌نیافتگی نامیده‌ایم.

مع‌ذک برای اطمینان بیشتر با روش تحلیل محتوا و براساس تهیه مقولات و کدهای محتوا یا پرسشنامه معکوس تعداد ۲۲۳ مطلب از مطبوعات درباره مطبوعات (اکثریت قریب به اتفاق مطالبی که مطبوعات درباره مطبوعات نگاشته بودند) تحلیل محتوا گردید تا ملاحظه شود که مطبوعاتی‌ها درباره مطبوعات چه نظری داشته‌اند. از ۲۲۳ مطلب تحلیل محتوا شده درباره مطبوعات، ۱۹۹ مورد یعنی ۸۹/۲ درصد مطبوعات ایران را توسعه نیافته دانسته‌اند؛ تعداد ۱۶ مطلب یعنی ۷/۸ درصد چنین نظری نداشته‌اند و تعداد ۸ مورد یا ۳/۹ درصد نیز نامعلوم بوده است.

جدول شماره ۳. فراوانی نظریات پاسخگویان درباره توسعه‌نیافتگی روزنامه‌های

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱، صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷
تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

ایران در نمونه بررسی

درصد	تعداد	آیا روزنامه‌های ایران در مجموع در وضعیتی هستند که بتوان آنها را توسعه نیافته نامید؟
۶۴/۴	۹۴	بله
۳۸/۳	۴۱	خیر
۵/۵	۸	پاسخ نداده
۱۰۰	۱۴۶	جمع

جدول شماره ۴. اندازه نمرات شاخصهای گرایش مرکزی صفات توسعه نیافتگی روزنامه یومیه ایران در سال ۱۳۷۴ (حداقل نمره = ۱، حداکثر نمره = ۷)

صفات	میانگین نمرات	میانه نمرات	نمای نمرات	واریانس نمرات	انحراف معیار نمرات
محتوا	۳/۲۷	۳	۲	۱/۳۳	۱/۵۵
عمق مطالب	۲/۹۸	۳	۳	۱/۳۷	۱/۱۷
قابل اعتماد بودن	۳/۱۶	۳	۳	۱/۹۱	۱/۳۸
احساس مسئولیت	۳/۴۲	۳	۴	۱/۶۲	۱/۲۷
زیبایی	۳/۴۰	۳	۴	۱/۶۲	۱/۲۷
کامل بودن	۳/۱۸	۳	۲	۱/۷۱	۱/۳۰
منظم بودن	۳/۶۵	۳/۵	۳	۱/۷۵	۱/۳۲
خبری بودن	۳/۹۴	۴	۵	۲/۲۴	۱/۶۹
تازه بودن مطالب	۳/۳۱	۳	۳	۱/۵۸	۱/۲۵
شجاعت	۳/۴۰	۳	۳	۲/۱۴	۱/۴۶
عینی گرایی	۳/۴۰	۳	۳	۲/۱۴	۱/۴۶
اعتبار	۳/۳۸	۳	۴	۱/۸۴	۱/۳۵
تنوع مطالب	۳/۲۲	۳	۲	۲/۲۱	۱/۴۸
خلاقیت	۲/۸	۲	۲	۱/۹۰	۱/۳۸
وزین بودن	۳/۴۵	۳	۳	۲/۰۱	۱/۴۴
راستگو بودن	۳/۷۱	۴	۴	۲/۹۱	۱/۴۸

بر اساس داده‌های مقولات محتوا، مقولات مشکلات اقتصادی مطبوعات با ۶۰ مورد، ضعفهای قانون مطبوعات با ۴۴ مورد، سانسور و خودسانسوری در مطبوعات با ۴۱ مورد، پایین بودن تیراژ با ۴۰ مورد، دخالت قوه مجریه در سرنوشت مطبوعات با ۲۶ مورد، پایین بودن درآمد مطبوعاتی‌های کشور با ۲۵ مورد و عدم امنیت شغلی روزنامه‌نگاران با ۲۴ مورد نسبت به سایر مقولات محتوا فراوانی بیشتری داشته‌اند.

نامید؟	تعداد	درصد
بله	۱۹۹	۸۹/۲
خیر	۱۶	۷/۲
نامعلوم	۸	۳/۶
جمع	۲۲۳	۱۰۰

براساس یافته‌های تحقیقی تحت عنوان «تصویر روزنامه‌نگاران تهران از دیدگاه دانشجویان» نتیجه مشابه یافته‌های این پژوهش به دست آمده است: «در نگرش دانشجویان نسبت به روزنامه‌های اطلاعات، جمهوری اسلامی و کیهان در سالهای ۶۳ و ۶۵ تفاوت محسوسی مشاهده نشد. تصویری که دانشجویان ارتباطات اجتماعی نسبت به این روزنامه‌ها در ذهن داشتند مشابه همان تصاویری است که گروه دیگری از همین دانشجویان در سال ۶۳ در ذهن خود داشته‌اند. در مقایسه میان این سه روزنامه تفاوت‌هایی مشاهده شد. در نگرش دانشجویان در سالهای ۶۳ و ۶۵ بین روزنامه‌های کیهان، اطلاعات و روزنامه جمهوری اسلامی تفاوت محسوس و معنی‌داری مشاهده نشد ولی بین کیهان و جمهوری اسلامی تفاوت‌هایی ملاحظه شد... گرچه روزنامه کیهان در مجموع وضع مناسبتری نسبت به دو روزنامه دیگر دارد ولی این تحقیق نشان می‌دهد که روزنامه‌های ما از جنبه‌های مختلف باید در کار و کوشش خود تجدید نظر کنند. به کیفیت محتوای مطالب خود توجه بیشتری داشته باشند و آنها را جامع‌تر، عمیق‌تر و بهتر ارائه دهند تا اعتبار لازم را کسب کنند. روزنامه‌هایی که از نظر افراد جامعه قابل اعتماد نباشند و مردم آنها را نسبت به جامعه مسئول و متعهد ندانند، نمی‌توانند در کار خود موفق شوند و رسالت اجتماعی خویش را به انجام برسانند.»^۴

حال اگر روزنامه‌های ایران دچار توسعه نیافتگی هستند؛ چه علل و یا عواملی در این توسعه نیافتگی مؤثرند؟ در تحقیق پیمایشی از تعداد ۱۶۶ نفر از روزنامه‌نگاران در سال ۱۳۷۴ پرسیده شد که «درباره وضعیت روزنامه‌های ایران کدام دسته از عوامل فرهنگی، سیاسی،

اقتصادی و حقوقی و قانون وزن و سهم بیشتری دارند؟» نتیجه چنین بود: ۶۱ درصد عوامل سیاسی، ۲۳/۳ درصد عوامل فرهنگی، ۸/۲ درصد عوامل اقتصادی، ۱/۴ درصد عوامل حقوقی - قانونی و ۶/۲ درصد به این سؤال پاسخ ندادند. براساس داده‌های تحلیل محتوا نیز ۱۰۱۵ مقوله محتوا را که از ۲۲۳ مطلب مربوط به مطبوعات سال ۱۳۷۳ استخراج شده است براساس ضریب اهمیت می‌توان چنین دسته‌بندی نمود: ۲۵/۹ درصد عوامل فرهنگی، ۲۴/۳ درصد عوامل سیاسی، ۲۲/۸ درصد عوامل اجتماعی، ۱۶/۳ درصد عوامل اقتصادی و ۱۰/۷ درصد سایر عوامل.

می‌دانیم که در بوجود آمدن یک پدیده اجتماعی علل و عوامل متعددی دخالت دارند. در اینجا اگر توسعه‌نیافتگی روزنامه‌های یومیه ایران را به عنوان یک متغیر وابسته (Y) در نظر بگیریم، مجموعه‌ای از متغیرهای مستقل

(X, ۲ X, ۳ X, ۴ X, ..., Xn) در این توسعه‌نیافتگی مؤثرند. مهم، شناختن و تعیین ضریب اهمیت و وزن این متغیرهای مستقل است که در شرایط مختلف ممکن است متفاوت باشد. به نظر نگارنده، ضعف نهادهای جامعه مدنی به عنوان یک متغیر مستقل مهم و تعیین کننده، در توسعه‌نیافتگی روزنامه‌های ایران است که درصد بالایی از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کند.

در سال ۷۴-۱۳۷۳ از طریق پیمایش، تحلیل محتوا و تک‌نگاری، وضعیت روزنامه‌های ایران و عوامل مؤثر بر توسعه‌نیافتگی آنها بررسی شد. اکنون نزدیک به سه سال از آن زمان می‌گذرد و جامعه ما تحولات سیاسی - اجتماعی مختلفی را شاهد بوده است و اکنون که در سال ۷۷ به فضای آن زمان نگاه می‌کنیم می‌بینیم که فضای امروز بسی بازتر شده است. بویژه پس از حماسه عظیم دوم خرداد و بویژه عهده‌دار شدن وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی توسط یک فرزانه فرهنگی تعداد مجوز صدور نشریات و نشریات منتشر شده به شکل روزافزونی افزایش یافته است ولی تشکیل دومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران که به نوبه خود اقدام لازم و بجایی است نشانه آن است که مشکلات ساختاری و نهادی شده مطبوعات ایران همچنان به قوت خود باقی است.

درست است که روزنامه‌ها و سایر نشریات امروزه شجاع‌تر و بی‌پروا تر از گذشته به طرح مسائل اجتماعی می‌پردازند و درست است که نهادهایی همچون انجمن صنفی روزنامه‌نگاران و هیئت منصفه مطبوعات مدافع حقوق این صنف هستند و درست است که فضای سیاسی - فرهنگی جامعه بازتر شده و خودسانسوری و حاکمیت گروههای فشار بر مطبوعات ایران کاستی

پذیرفته است ولی نباید دچار ساده‌انگاری شد. آزادی لازمه شکوفایی مطبوعات یک جامعه است. به قول شادروان دکتر اسدی: «همان‌طور که درختان برای رویش به آب نیاز دارند، مطبوعات هم برای بالندگی به آزادی نیاز دارند»^۵ مهم‌ترین عامل برای رشد و ارتقای مطبوعات به‌طور عام و روزنامه‌های یومیه به‌طور خاص، حفظ و نهادینه کردن «آزادی» است. اگر آزادی بستری است که در آن مطبوعات به شکوفایی می‌رسند، لازمه حفظ و تقویت آزادی، تقویت نهادهای جامعه مدنی است.

اگر در گذشته نهادهای مختلف از جمله هیئت نظارت بر مطبوعات برخی از نشریات را بدون رعایت موازین قانونی تعطیل کردند؛ یا متولی رسمی مطبوعات به مطبوعاتی‌ها توهین نمود (مطبوعاتی‌ها شعور استفاده از آزادی را ندارند) دلیل اصلیش این بود که مطبوعات حامیان فوق را نداشتند. مطبوعات یکی از نهادهای جامعه مدنی است و در غیاب سایر نهادهای جامعه مدنی نمی‌تواند به‌وظایف خود عمل کند.

درست است که مطبوعات ایران امروزه دارای مسائل ساختاری متعددی هستند. مسائل سخت‌افزاری (کاغذ، چاپ و...)، مسائل توزیع، مسائل نیروی انسانی، مسائل مالکیت و مدیریت، مسائل تولید، توزیع و مصرف مطبوعات که کم و بیش دارای جنبه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و حقوقی است. ولی مهم‌ترین مسئله مطبوعات ایران، مسئله حفظ آزادی و نهادینه کردن آن است. هرگز مباد که مانند دوران گذشته (بعد از شهریور ۱۳۲۰، زمان حکومت دکتر مصدق و سالهای اوایل پیروزی انقلاب اسلامی) آزادی باعث تولد مطبوعات فحاش و هتاک شود که عاقبت آن جز تعطیلی و خشتی شدن نشریات نخواهد بود. برای درس آموزی از گذشته و پرهیز از تکرار آن تجربیات تلخ، تنها راه پیش‌پای جامعه و مطبوعات ایران تقویت تدریجی، برنامه‌ریزی شده و آگاهانه نهادهای جامعه مدنی است. در اینجا به بررسی ضعفهای تاریخی نهادهای جامعه مدنی که زمینه‌ساز توسعه‌نیافتگی روزنامه‌های ایران بوده است می‌پردازیم.

ضعف تاریخی نهادهای جامعه مدنی در ایران به‌نظر می‌رسد که تاریخ گذشته ایران را بتوان تاریخ دولت سالاری و حکومت سالاری نامید. اگر همچنان که یکی از محققین گفته است «تاریخ ایران بین چرخه‌ای از استبداد و آشوب در

نوسان بوده است» البته غلبه بااستبداد بوده است. این استبداد دیرپا و گران جان علی‌رغم برخی تحولات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی (بوئژه فرآیند شبه مدرن شدن ایران) در جامعه ایران سرنوشت همه چیز را رقم زده و تا زمان معاصر کم و بیش ادامه یافته است. ولی این استبداد و گستردگی نفوذ دولت یک رابطه تنگاتنگ و تعاملی با ضعفهای نهادهای جامعه مدنی در ایران داشته است.

جامعه مدنی حوزه روابط اجتماعی در برابر دولت، به عنوان حوزه روابط سیاسی است و «جایی است که اختلاطی از انجمن‌ها، باشگاهها، اصناف، سندیکاها، فدراسیون‌ها، اتحادیه‌ها، احزاب و گروهها گردهم می‌آیند تا حائلی را بین دولت و شهروندان فراهم نمایند.»^۶ و هدف جامعه مدنی «تقویت استعدادها بالقوه اعضا و حمایت از آنها در مقابل بروز احتمالی اجحاف از طرف دولت، دسته‌های منسجم و دیگر افراد (عضو یا غیر عضو) می‌باشد.»^۷ در تعاریف مختلف از جامعه مدنی معمولاً بر وجود تشکلهای داوطلبانه برای دفاع از حقوق و منافع، عرصه‌های عمومی، فارغ بودن از دخالت‌های دولت، انتخابهای مستقل و غیرآمرانه و میانجی بودن بین دولت و شهروندان تأکید شده است.

حال این سؤال مطرح می‌شود که شرایط حداقلی برای تحقق جامعه مدنی در یک کشور

چیست؟

«برای شکل‌گیری و تداوم جامعه مدنی حداقل چند شرط اساسی ضروری است: اولاً: لازم است که حداقلی از تقسیم کار اجتماعی بوجود آمده باشد. یعنی تنوع و تکثری در ساخت اجتماعی و در نتیجه توسعه اجتماعی و توسعه ساخت اجتماعی به وجود آمده باشد. دومین شرط این است که یک نوع احساس همبستگی، احساس هویت و پیدایش مفهوم «ما» در طبقات و شئون در اصناف مختلف شکل گرفته باشد. سومین شرط تکثر عملی منابع قدرت است. چهارمین شرط لازم، حق تجمع و تشکیل انجمن‌ها و اتحادیه‌های صنفی است. پنجمین شرط پذیرش مکانیسم چانه‌زنی مثل رقابت، بده‌بستان و غیره برای تأمین منافع و علائق جمع‌های مختلف اجتماعی است.»^۸ باید احساس و ادراک یک فضای عام و فراگیر نسبت به همه گروههای متخاصم و متضاد جامعه، مقدمه و پیش شرط اصلی نیل به جامعه مدنی است. من این حالت اجتماعی را به جامعه ملی تعبیر می‌کنم. «جامعه‌ای که افراد و احاد آن نسبت به یک کل فراگیر اعتقاد و پایبندی داشته باشند.»^۹ «توسعه گروههای خودگردان به عنوان واسطه حکومت و فرد

لازمه تحقق جامعه مدنی است. این گروهها و انجمنهای نهادی شده و مستقلی که به وسیله اعضای گروه تأسیس شده و دارای هویت مشترک و روابط اجتماعی و سازمان و تشکیلات رسمی اند مانند انجمنهای گوناگون حرفه‌ای و اتحادیه‌ها و سندیکاها و احزاب و جمعیت‌ها و انجمنهای صنفی که از عناصر متشکل جامعه مدنی به‌شمار می‌آیند.^{۱۱} «۱. عدم منزلت و شأن قدسی گروههای درگیر در قدرت؛ ۲. پیشبرد تخصصی و محور قرار گرفتن تخصصها برای شکل‌گیری تشکلهای مستقل؛ ۳. مشارکت عمومی بر تصمیم‌گیرها؛ ۴. نهادینه کردن اداره امور؛ ۵. عدم حاکمیت اخلاق بر حقوق در روابط اجتماعی؛ ۶. بالابردن سطح اعتماد اعضای جامعه؛ ۷. عدم اضمحلال نهادین در نهاد دولت و بالعکس.»^{۱۱}

جامعه مدنی هنگامی استقرار می‌یابد و به‌صورت نهادی جا افتاده و پایدار درمی‌آید که سازمانهای سیاسی و اتحادیه‌ها و سندیکاهای کارگری و انجمنهای صنفی و حرفه‌ای گوناگون در جامعه ریشه‌دار شوند و به عنوان نهادهای واسطه میان اعضای خود و دولت حضوری فعال و رسمی و قانونی پیدا کنند. به بیان دیگر، یکی از لوازم تحقق جامعه مدنی، عدم تمرکز قدرت سیاسی در دولت و مشارکت فعال گروههای اجتماعی در جریان سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیرهای عمومی است. این مشارکت فعال و مسالمت‌آمیز نیازمند وجود فرهنگ تساهل و بردباری است که مساعد به بیان و برخورد آزادانه آرا و اندیشه‌های گوناگون فرهنگی، سیاسی و مذهبی می‌باشد.^{۱۲}

اگر بپذیریم که جامعه عرصه مبارزه نیروهای اجتماعی در دفاع از حقوق و منافع خود است، این نیروهای اجتماعی زمانی می‌توانند از حقوق و منافع خود دفاع نمایند که دارای انسجام درونی و تشکیلات به عنوان ستاد مبارزاتی باشند. در اینجا منظور از نیروهای اجتماعی «مجموعه طبقات و گروههایی هستند که بر روی زندگی سیاسی به معنای کلی آن تأثیر می‌گذراند و ممکن است به شیوه‌های مستقیم کنترل سیاسی را به‌دست گیرند و یا به شیوه‌های مختلف در آن نفوذ کنند. نیروهای اجتماعی به این معنا اولاً: مرکب از افرادی است که دارای وجوه همسانی از نظر علائق اقتصادی، ارزشی، فرهنگی، صنفی و جز آن باشند. ثانیاً: به شرکت در حیات سیاسی و در تصمیم‌گیرها و سیاستگذارها علاقه‌مندند و ثالثاً: به این منظور به خود سازمان می‌دهند و آماده انجام عمل سیاسی می‌شوند.^{۱۳}

نیروهای اجتماعی در ایران نتوانسته‌اند با ایجاد تشکلهای صنفی و سیاسی به دفاع از منافع، حقوق و علائق خود پردازند و با ارتقای جامعه مدنی موانعی در برابر اجحاف دولت و سایر نیروهای اجحافگر ایجاد کنند. در اینجا به بررسی نهادهای جامعه مدنی در ایران از دیدگاه یکی از معروفترین گروههای اجتماعی یعنی طبقات اجتماعی می‌پردازیم.

نهادهای جامعه مدنی و طبقات اجتماعی

اگر براساس شیوه تولید اجتماعی و نوع معیشت به بررسی ساخت طبقاتی و قشربندی جامعه ایران از مشروطیت تا پیروزی انقلاب اسلامی پردازیم، به چهار شیوه تولید اجتماعی مهم برخورد می‌کنیم:

۱. شیوه تولید عشایری؛ ۲. شیوه تولید روستایی؛ ۳. شیوه تولید شهری سنتی؛ ۴. شیوه تولید شهری مدرن. درمورد هریک از این شیوه‌های تولید می‌توان به چندین طبقه، قشر و لایه اجتماعی اشاره کرد. «درمورد شیوه تولید عشایری طبقات خانها (صاحبان رمه‌های بزرگ)، رمه‌داران متوسط، سربازان ایلی (تفنگچیان)، شبانان و عشایر بدون دام؛ درمورد شیوه تولید روستایی از طبقات زمینداران بزرگ، خرده مالکان، دهقانان صاحب نسق و خوش‌نشینان؛ درمورد شیوه تولید شهری سنتی طبقات تجار و ثروتمندان بازار، اصناف، پیشه‌وران، کارگران و شاگردان بازار و درمورد شیوه تولید شهری مدرن (سرمایه‌داری) از طبقات بورژوازی، طبقات متوسط جدید، کارگران صنعتی، کارگران فصلی و بیکاران.»^{۱۴}

پس از اشاره به ساختار طبقاتی و قشربندی جامعه به بررسی چگونگی مبارزات سازمان یافته این طبقات و اقشار اجتماعی برای دفاع از حقوق و منافع خود می‌پردازیم. عشایر که تا قبل از انقلاب مشروطیت یک نیروی مؤثر سیاسی در حیات اجتماعی ایران بودند در اثر فرآیند نوسازی اهمیت خود را از دست دادند و گرچه از زمان انقلاب مشروطیت تاکنون گه‌گاه مخالفت‌هایی با نظم سیاسی از آنها سر زده است، ولی در مجموع اهمیت اقتصادی-اجتماعی و رزمندگی سیاسی این شیوه تولید بسیار کاهش یافته است و دیگر نمی‌توان به شکل‌گیری تشکلهای صنفی و سیاسی براساس این شیوه تولید دل‌بست. درمورد شیوه تولید روستایی نیز به علت ویژگیهای خاص روستاهای ایران (پراکندگی و کم‌آبی) و رابطه آن با شیوه‌های تولید عشایری و شهری

سنتی، اقشار و طبقات شیوه تولید روستایی کمتر در دفاع از منافع و حقوق خود وارد مبارزه سیاسی سازمان یافته شده‌اند.

دو شیوه تولید شهری سنتی و شهری مدرن در دفاع از حقوق و منافع خود رزمندگی بیشتری از خود نشان داده‌اند و طبقات و اقشار این دو شیوه تولید، ستادهای مبارزات سیاسی در دفاع از منافع خود تشکیل داده و بر تحولات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی کشور تأثیر گذاشته‌اند. در رابطه با اقشار مرتبط با شیوه تولید شهری سنتی به مبارزات و تشکلهای تجار و پیشه‌وران و در رابطه با اقشار مرتبط به شیوه تولید شهری مدرن به تشکلهای و مبارزات سیاسی طبقه سرمایه‌دار، روشنفکران و طبقه متوسط جدید و طبقه کارگر جدید می‌توان پرداخت.

تجار و پیشه‌وران که از قرن‌ها قبل عمدتاً در بازار مجتمع بودند به علت شرایط خاص صنفی و فشارهای اقتصادی - سیاسی برای دفاع از منافع خود به تأسیس تشکلهای صنفی اقدام نموده‌اند. هرچند این تشکلهای صنفی در چارچوب ساختار سیاسی استبدادی مجبور به فعالیت بوده و نتوانسته‌اند به ستادهای مبارزات جمععی و سازمان‌یافته مستقل در دفاع از منافع اصناف تبدیل شوند ولی همین تشکیل اصناف و شرکت بازاریان در مبارزات سیاسی مشروطیت، ملی شدن صنعت نفت، قیام ۱۵ خرداد و انقلاب اسلامی به این طبقات ویژگیهای خاصی بخشیده است. علی‌رغم شرکت اصناف شهری در مبارزات صنفی و سیاسی نمی‌توان آنها را به معنای دقیق خود از مصادیق جامعه مدنی به شمار آورد. چون «اولاً: این نهادها از سوی دستگاه دولت تأسیس شده‌اند و یا علت وجودی آنها خدمت به دستگاه مالیاتی دولتی بوده است و بنابراین هرگز این مجال را نیافته‌اند که به استقرار جامعه مدنی مدد رسانند. دوم: این نهادها از گذشته‌های دور تا کنون در اوضاع و احوالی وجود داشته‌اند که در آن اثری از جامعه مدنی مشهود نبوده است. سوم: کسبه و پیشه‌وران شهری حافظ شیوه تفکر و رفتار سنتی بازار بوده‌اند از این رو حامل میراث کهنی هستند که با جامعه مدنی همخوانی چندانی ندارد.»^{۱۵}

پس از اشاره به مبارزات و اتحادیه‌های صنفی تجار و پیشه‌وران وابسته به شیوه تولید شهری سنتی اکنون وقت آن رسیده است که به طبقات و اقشار برخاسته از شیوه تولید شهری مدرن

یعنی سرمایه‌داران، طبقات متوسط و کارگران صنعتی پردازیم و بینیم که این اقشار و طبقات در راستای تحقق جامعه مدنی چه خدماتی انجام داده‌اند.

طبقه سرمایه‌داری مدرن در ایران را می‌توان به سرمایه‌داری مدرن تجاری، مالی و صنعتی تقسیم نمود. به موازات گسترش فرآیند نوسازی در کشور، بخصوص در زمان رضاشاه نخست سرمایه‌داری تجاری مدرن و سپس سرمایه‌داری صنعتی و مالی گسترش یافتند. این طبقه جدید گرچه به لحاظ اقتصادی و فرهنگی پایگاه مهمی کسب نمود ولی به لحاظ سیاسی فاقد آن انسجام و آگاهی طبقاتی بود که بتواند آگاهانه با سازماندهی و تشکلهای مستقل از منافع خود دفاع کند. حکومت خودکامه محمدرضا شاه با تکیه بر درآمد نفت از استقلال این طبقه جلوگیری نمود و باعث شد که سرمایه‌داری صنعتی ایران نتواند با صنعتی کردن کشور رسالت خود را در تحقق دموکراسی و جامعه مدنی به انجام رساند. بورژوازی صنعتی و مالی در کشورهای غربی با صنعتی کردن کشورهای خود در دراز مدت راه را برای برقراری دموکراسی و تحقق جامعه مدنی فراهم نمودند ولی این طبقه که در فرآیند طبیعی برخاسته از تحولات سیاسی - اقتصادی و اجتماعی کشور نبوده است در شرایط استبداد و نا امنی نتوانسته است با افزایش انسجام و آگاهی طبقاتی از طبقه‌ای درخود به طبقه‌ای برای خود تبدیل شود و با دفاع متشکل از منافع طبقاتی خود برای قدرت دولت محدودیت‌هایی به وجود آورد و عرصه جامعه مدنی را قوت بخشد.

همزمان با گسترش شیوه تولید شهری مدرن (سرمایه‌داری) و افزایش واحدهای صنعتی در کشور بر تعداد کارگران صنعتی افزوده شد و با تند شدن آهنگ صنعتی شدن کشور در دهه آخر حکومت شاه، بر اهمیت کارگران بویژه در صنایع کلیدی نظیر صنعت نفت، ذوب آهن و غیره افزوده گردید. این طبقه از آغاز به خاطر شرایط عینی و ذهنی دارای روحیه مبارزه‌جویی بود و به همین خاطر بزودی متأثر از تحریکات روشنفکران و احزاب سیاسی وارد مبارزات سیاسی گردید. ولی تشکلهای آنها در زمان رضاشاه و محمدرضا شاه درهم کوبیده شد و آنها از داشتن سندیکاهای کارگری مستقل منع شدند. به نظر می‌رسد که سیاست‌زدگی تشکلهای کارگری و دنباله‌روی آنها از احزاب و گروههای سیاسی در ناپایداری آنها مؤثر بوده است.

سندیکاها و اتحادیه‌های کارگری در کشورهای صنعتی توانستند با مبارزات خود دولتهای سرمایه‌داری را وادارند که به دادن برخی از حقوق و منافع صنفی و اجتماعی آنها پردازد. ولی

به دلیل عدم بنیة قوی صنعتی در کشور ایران، طبقه کارگر به لحاظ کمی و کیفی نتوانست با مبارزه برای حقوق خود دست یابد.

کارگران نتوانستند با افزایش انسجام و آگاهی طبقاتی تشکلهایی مستقل و معتدل در دفاع از منافع صنفی خود تشکیل دهند و با پرورش روحیه مشارکت در بین کارگران آنها را بتدریج با دموکراسی صنعتی آشنا کنند. اتحادیه‌ها و تشکل‌های کارگری در شرایط فشار سیاسی دوران پهلوی نتوانستند مدرسان جامعه مدنی باشند و به عنوان حائلی میان دولت و اعضا از منافع کارگران دفاع کنند.

طبقه متوسط جدید که برخاسته از شیوة تولید مدرن شهری است، ظاهراً بیش از همه سنگ دفاع از دموکراسی و نهادهای جامعه مدنی را به سینه می‌زند. این طبقه از سه لایه بالا، میانی و پایین تشکیل شده بود که ویژگیهای شغلی و آموزشی و سمت‌گیری‌های سیاسی خاصی بر حسب منافع شغلی و طبقاتی خود داشت. لایه بالای طبقه متوسط به طبقه سرمایه‌داری نزدیک بودند و از برخی مواهب قابل توجه برخوردار، لاجرم دچار نوعی محافظه‌کاری همراه با فرصت‌طلبی بودند. لایه میانی که بیشتر شامل پزشکان، مهندسين، وکلا و غیره بودند که به علت عدم وابستگی به دولت از رادیکالیسم و تحرک سیاسی خاصی برخوردار بودند. رهبران احزاب و سازمانهای سیاسی ایران را اغلب این قشر تشکیل می‌داده‌اند که در دوره ضعف قدرت مرکزی پا به میدان مبارزات سیاسی می‌گذاشتند. لایه پایینی این طبقه از نظر اقتصادی بیشتر آسیب‌پذیر بودند. وابستگی آنها به درآمدهای ثابت شغلی به آنها روحیه محافظه‌کاری خاصی بخشیده بود که کمتر در فعالیت سیاسی شرکت می‌کردند و شرکت آنها در مبارزه سیاسی بیشتر جنبه سیاهی لشکر را داشت. نتیجه آنکه طبقه متوسط جدید در ایران به دلیل خاستگاهها و مواضع سیاسی متفاوت فاقد انسجام طبقاتی بودند و از طرف دیگر فشارهای دولتهای استبدادی آنها را از نظر تشکل‌پذیری از رمق انداخته بود. این طبقه متوسط جدید نیز در مجموع متأثر از ساخت اقتدارگرایانه دولتهای حاکم و ضعفهای درون طبقه‌ای در مجموع نتوانسته‌اند در دفاع از منافع خود تشکلهای صنفی و سیاسی مؤثری تشکیل دهند. اگر در برهه‌هایی نیز ستاره‌ای مبارزاتی از این طبقه وارد کارزار سیاسی شد به علت عدم بلوغ سیاسی و شدت سرکوب دولتهای حاکم نتوانست فعالیت مستقل و کارسازی داشته باشد و در تقویت جامعه مدنی بکوشد.

از آنجا که روشنفکران نیز جدای از بحثهای فراطبقاتی و همه طبقاتی، خود را به طبقات متوسط بیشتر نزدیک می‌دانند، بدنیست که در اینجا به نقش روشنفکران ایرانی در تقویت و تضعیف عرصه جامعه مدنی نیز اشاره کنیم. تعاریف مختلف روشنفکر (Intellectual) را به سه دسته اصلی می‌توان تقسیم کرد: در «دسته اول: به‌طور کلی کسانی هستند که در خلق و حفظ ارزشهای غایی و تغییرناپذیر در زمینه حقیقت، زیبایی و عدالت نقش دارند. در دسته دوم: روشنفکران، مبلغان عقاید، بنیان‌گذاران ایدئولوژیها و نقادان وضع موجود به‌شمار می‌آیند. در تعاریف دسته سوم از نظر جامعه‌شناختی روشنفکران به عنوان قشری اجتماعی تلقی می‌شوند که در توسعه و پیشبرد فرهنگ جامعه نقش دارند.»^{۱۶}

روشنفکران به مثابه ذهن جامعه هستند و بین ذهن و ساخت اجتماعی تعامل وجود دارد. یعنی روشنفکران هم از ساخت اجتماعی تأثیر می‌پذیرند و هم بر ساخت اجتماعی تأثیر می‌گذارند و با توجه به مشاغل آنها که عمدتاً فکری است، زودتر از سایر اقشار به آگاهی سیاسی و اجتماعی دست یافته، به مقایسه وضع موجود با وضع ایده‌آل می‌پردازند و چون در وضع موجود کاستی مشاهده می‌کنند، سعی می‌نمایند که با نقد وضع موجود در جهت تحقق وضع مطلوب بکوشند. از این رو با وجودی که روشنفکران می‌توانند نقش سه‌گانه انتقاد، مشارکت و انزوای سیاسی^{۱۷} ایفا کنند؛ نقش انتقادی آنهاست که برجسته می‌شود و به‌نظر می‌رسد که روشنفکری با انتقاد از وضع موجود عجین شده است.

به نظر می‌رسد که چون آرمان‌نوگرایی روشنفکران با مبانی دموکراسی و بویژه نهادهای جامعه مدنی قرابت زیادی دارد، آنها در خود خصوصیات دموکرات‌منشانه را پرورش داده و با تکیه بر فرهنگ تساهل، مدارا، مسالمت و استدلال منطقی و پرهیز از مطلق‌گرایی، شخصیت‌گرایی و خشونت‌گرایی به تحقق جامعه مدنی خدمت می‌کنند. مهم‌ترین ویژگیهای روشنفکران ایران در دوره قبل از پیروزی انقلاب را می‌توان چنین ذکر کرد: «ذهنی‌گرایی شدید به دلیل تصور فراطبقاتی بودن و احساس رسالت اجتماعی که باعث می‌شود بدون اینکه موقعیت و مسائل عینی اقشار و طبقات گوناگون اجتماعی را تجربه و فهم کرده باشند، خود را متولی خواستها و آرمانهای آنها بدانند... غلبه ذهنی‌گرایی شدید بر روشنفکران ایرانی، در برهه‌هایی که امکان فعالیت و تشکل سیاسی می‌یافتند به ترکیبی از خیال‌پردازی و دستپاچگی سیاسی منجر می‌شد... تندرویهای گروههای سیاسی روشنفکران ایران نیز عمدتاً ریشه در این ذهنیت‌گرایی داشته است.

ویژگیهای ذهنی گرای، خیال‌پردازی و تندروی معمولاً به ناسازگاری و تخاصم شدید بین روشنفکران و گروههای رقیب (اعم از دولت یا گروههای اجتماعی دیگر) می‌انجامد و به آنها ویژگی خودمحوری و تکروری می‌بخشید.^{۱۸} این ویژگیهای فرهنگی معمولاً در تقابل با انسجام گروهی و شکل‌گیری تشکلهای برای دفاع از منافع صنفی و سیاسی است؛ تشکلهایی که پایه اصلی جامعه مدنی هستند.

یکی از محققین از جنبه‌ای دیگر به کارکرد منفی روشنفکران ایرانی در تقویت نهادهای جامعه مدنی پرداخته است. «در روشنفکران ایرانی سه عنصر وجود دارد که با وجود جامعه مدنی سازگار نیست. یکم، اغلب روشنفکران ایرانی جامعه مدنی را همیشه به صورت وضعیت گذرا تصور می‌کردند و در ایده‌آلشان به دنبال جامعه بی تضاد و کاملاً یکپارچه و یگانه بودند. دوم، مکانیسمهای رقابت و مکانیسمهای جستجوی سود توسط تشکلهایی که حول منفعتی پدید آمده‌اند همیشه در ذهن روشنفکر ما تحقیر شده است. سوم، بی‌توجهی به اقتدار خصوصی که به مردم امکان مقاومت در برابر دولت را می‌دهد که یکی از مهم‌ترین این اقتدارات خصوصی، مالکیت خصوصی است.»^{۱۹}

اشاره به کارکردهای منفی روشنفکران در تقویت عرصه جامعه مدنی به معنای کم ارج جلوه دادن خدمات آنها در گسترش اندیشه‌های مدرن نیست. اگر جامعه مدنی را حول گفتمانهای فلسفی - سیاسی و شکل‌گیری تشکلهایی در دفاع از منافع صنفی و سیاسی تقسیم نماییم، می‌توانیم بگوییم که در بخش طرح گفتمانهای فلسفی - سیاسی آنها خدمات شایانی انجامد داده‌اند ولی به علت ویژگیهای گروهی و تحت تأثیر ساخت اجتماعی (بویژه خرده نظام سیاسی) آنها نتوانستند با تأسیس انجمنها و تشکلهای مستقل، از اجحاف نسبت به اعضای خود به‌طور خاص و سایر شهروندان به‌طور عام جلوگیری نمایند.

ساختار طبقاتی جامعه ایرانی در طول تاریخ از شفافیت برخوردار نبوده است و روابط و منافع متداخل بین طبقات اغلب مانع از شکل‌گیری تشکلهای قوی برای دفاع از منافع مستقل طبقاتی شده است. فقدان این تشکلهای قوی در عرصه مبارزه اجتماعی حول منافع اقتصادی و سیاسی - ایدئولوژیک به معنای ضعف جامعه مدنی و گستردگی و حتی یکه‌تازی قدرت دولتی است. بین ضعف نهادهای جامعه مدنی و قدرت دولت تعامل وجود داشته است. قدرت دولت

در ایران به ضعف جامعه مدنی منجر شده است و ضعف جامعه مدنی دولت را یگانه‌تازتر کرده است و این فرآیند تعاملی با نوساناتی کم و بیش تاکنون ادامه داشته است.

قبلاً گفتیم که روزنامه‌های یومیه ایران دارای مسائل اجتماعی متعددی هستند. مسائل سخت‌افزاری، مسائل سازمانی، مسائل نیروی انسانی، مسائل جریان اطلاعات و مسائل فضای فرهنگی - اجتماعی.

به نظر نگارنده تأثیر فضای اجتماعی - فرهنگی در سرنوشت روزنامه‌های یومیه دارای اهمیت بیشتری است. اگر تیراژ روزنامه‌های یومیه با توجه به حداقل استانداردهای کشورهای در حال توسعه بسی پایین‌تر است و با وجود قدرت خرید قابل توجه مردم (اعلام ایران به عنوان بیستمین قدرت اقتصادی جهان از طرف بانک جهانی) و میزان بالای باسوادی (۷۹/۵ درصد جمعیت بالای ۶ سال) با متوسط سرانه قاره آفریقا برابر است مهم‌ترین دلیلش این بوده است که به علت فضای اجتماعی - فرهنگی، روزنامه‌نگاران در انجام وظایفشان ناتوان بوده‌اند. عدم احساس امنیت شغلی، حاکمیت گروه‌های فشار، عدم شجاعت در طرح مسائل اجتماعی و غیره همگی ارتباط تنگاتنگ با ضعف نهادهای جامعه مدنی داشته است.

جدول شماره ۶. توزیع فراوانی نمونه مورد بررسی برحسب رابطه بین توسعه‌نیافتگی روزنامه‌های یومیه ایران و ضعف نهادهای جامعه مدنی

توسعه نیافتگی روزنامه‌های یومیه ضعف نهادهای جامعه مدنی	بله	خیر	جمع
خیلی زیاد	۵۵	۱۴	۶۹
زیاد	۳۲	۱۷	۴۹
متوسط	۸	۸	۱۶
کم	۲	۰	۲
خیلی کم	۰	۲	۲
جمع	۹۷	۴۱	۱۳۸

در پژوهش پیمایشی یکی از فرضیه‌های تحقیق این بود: به نظر می‌رسد که بین ضعف نهادهای جامعه مدنی و توسعه‌نیافتگی روزنامه‌های یومیه ایران رابطه مستقیم وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از آزمون مجذور خی استفاده کردیم. چون مقدار مجذور خی محاسبه شده در سطح اطمینان ۹۵ درصد و درجه آزادی ۴ که برابر ۱۲/۶۳ است از مقدار مجذور خی جدول در همین سطح اطمینان که ۹/۴۸ است، بزرگتر است پس این فرضیه تأیید می‌شود. یعنی می‌توان گفت که بین ضعف نهادهای جامعه مدنی و توسعه نیافتگی روزنامه‌های ایران رابطه‌ای وجود دارد و چون مقدار وی کرامر برابر ۰/۲۹ است می‌توان گفت که شدت این رابطه قوی است.

تاکنون روزنامه‌نگاران ما از داشتن نظام حرفه‌ای خاص خود، سیستم تأمین اجتماعی مناسب، استقلال حرفه‌ای و تشکلهای صنفی مستقل محروم بوده‌اند. البته به یمن حماسه دوم خرداد ۷۶ کم‌کم مطبوعات و سایر نهادهای مدنی دارند جان می‌گیرند ولی این حرکت بسیار کند و غیرکافی است. باید با تقویت سازمانها و احزاب سیاسی، تشکلهای صنفی مستقل، انجمنهای علمی و هنری، باشگاههای فرهنگی، سندیکاها، کارگری و کارفرمایی و غیره بارسنگین دفاع از حقوق و منافع شهروندان را از روی دوش مطبوعات برداشت و به خاطر داشت که مطبوعات یکی از نهادهای جامعه مدنی است و نمی‌تواند بار وظایف همه نهادهای جامعه مدنی را به تنهایی به دوش بکشد.

قبلاً نشان دادیم که کشور ایران به لحاظ تاریخی فاقد تشکلهای صنفی و سیاسی مستقل از دولت بوده است (به استثنای روحانیت) و این میراث تاریخی تا به امروز ادامه یافته است هرچند امروزه به علت حضور نیروهای اجتماعی هوادار جامعه مدنی (جوانان، زنان و بویژه دانشجویان، دانش‌آموزان و فرهنگیان) مطبوعات و بویژه روزنامه‌های یومیه عرصه شادابی است و روزنامه‌ها شجاعانه به طرح مسائل اجتماعی می‌پردازد (البته گاه ممکن است با افراطهایی هم همراه باشد) ولی باید به خاطر داشت که ما به لحاظ تاریخی چندین بار چنین فضایی را تجربه کرده‌ایم. به گفته افراد ذیصلاح، روزنامه‌های کیهان و اطلاعات که امروزه تیراژ آنها به زحمت به ۲۰۰ هزار نسخه می‌رسد، در اوایل پیروزی انقلاب اسلامی تیراژ بالای یک میلیون نسخه داشته‌اند ولی آن فضای اجتماعی - فرهنگی ادامه نیافت. اکنون با درس‌گیری از وقایع گذشته و با تقویت حساب شده نهادهای جامعه مدنی در شکوفایی مطبوعات به‌طور اعم و روزنامه‌هایی یومیه به‌طور اخص بکوشیم و در مجموع دستاوردهای انتخابات دوم خرداد را تثبیت نموده و ارتقا دهیم.

راهکاری مناسب برای تقویت نهادهای جامعه مدنی ایران

۱. تقویت سازمانهای سیاسی و صنفی موجود نظیر تشکلهای کارفرمایی، کارگری، دانشجویی، علمی، هنری، فرهنگیان، اساتید دانشگاه، زنان، جوانان و غیره از طریق شرکت در سخنرانی، خرید و مطالعه نشریات، کمک مالی، همکاری قلمی و نقد مواضع آنها؛
۲. تقویت مطبوعات و سخنرانیهایی که در راستای تقویت جامعه مدنی هستند از طریق خرید، مطالعه، کمک مالی، اشتراک، ارتباط و همکاری قلمی با آنها؛
۳. راهاندازی تشکلهای صنفی معلمان، دانشجویان، دانش‌آموزان، اساتید دانشگاه، کارمندان، کارگران و غیره؛
۴. راهاندازی فعالیتهای سیاسی متشکل در درون احزاب و سازمانهای سیاسی توسعه‌خواه و هوادار جامعه مدنی؛
۵. ترویج شفاهی و کتبی اصطلاح «حکومت خدمتگزار» و تأکید بر ولی نعمت بودن مردم و حق مردم در انتقاد از عملکرد مسئولین؛
۶. پرهیز از شتاب‌زدگی سیاسی، سیاست‌زدگی و رماتیک‌گرایی در فعالیتهای دفاع از جامعه مدنی؛
۷. ترویج فرهنگ تساهل، مدارا، گفتگو، مفاهمه، عدم خشونت و قانون‌گرایی؛
۸. تشویق فرهنگ کار، افزایش بهره‌وری و خلاصی یافتن تدریجی از دولت رانتیر نفتی به قصد فراهم کردن بستر اقتصادی مناسب برای جامعه مدنی؛
۹. تأکید بر برگزاری انتخاب شوراهای شهر در سال ۱۳۷۷؛
۱۰. راهاندازی بیشتر نشریات هوادار جامعه مدنی برای تعمیم فرهنگ جامعه مدنی در میان مردم.

خلاصه

روزنامه‌های یومیه ایران به عنوان بخشی از مطبوعات کشور دارای مسائل ساختاری متعددی هستند، ولی مهم‌ترین مسائل آنها در حوزه فرهنگی - اجتماعی یعنی فضای مناسب آزادی مطبوعات است. این فضای مناسب تنها با تقویت و ارتقای جامعه مدنی قابل بقا و تداوم است. در طول تاریخ گذشته ایران به دلیل حاکمیت استبداد، نهادهای جامعه مدنی رشد کافی نکرده‌اند و گروههای اجتماعی نتوانسته‌اند به صورت متشکل از حقوق و منافع صنفی و سیاسی خود دفاع

کنند. در برهه‌هایی که آزادی در کشور وجود داشته است مطبوعات رشد کرده‌اند و اکنون که به یمن انتخابات دوم خرداد تا حد زیادی فضای مناسب فعالیت‌های مطبوعاتی مهیا گشته است لازم است که با تقویت عملی نهادهای جامعه مدنی، به تقویت و ارتقای مطبوعات به عنوان رکن چهارم دموکراسی و وجدان بیدار جامعه پردازیم.

پی‌نوشت‌ها

۱. مسعود حاجی‌زاده میمندی، جامعه‌شناسی مطبوعات ایران، رساله دکترا، (دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، ۱۳۷۶).
2. Unesco, *Statistical yearbook, 1997*, pp. 7-8: 7.46-7. 49.
۳. نمونه مورد بررسی (Sample): تعداد ۱۴۶ نفر از روزنامه‌نگاران به روش گلوله برفی انتخاب گردیدند. یعنی از افراد شناخته شده خواسته می‌شد که افرادی ذی‌صلاح دیگری را که در جامعه آماری قرار داشته و حتی الامکان معرف گرایش‌های مختلف در جامعه مطبوعاتی باشند، معرفی کنند.
- انتخاب این شیوه نمونه‌گیری با توجه به مقدرات و مقتضیات، تحقیق انجام گرفته است. به علت آنکه هیچ فهرستی از روزنامه‌نگاران (چارچوب نمونه‌گیری) در دسترس نبود، انجام نمونه‌گیری به صورت تصادفی ساده و یا سیستماتیک آن‌گونه که به شکل کلاسیک در کتب آمار و روش تحقیق به آنها پرداخته می‌شود، میسر نبود. با توجه به پژوهش پیام آفرینان مطبوعات (محسینیان‌راد، مهدی) که تعداد روزنامه‌نگاران را ۲۱۴۵ نفر ذکر کرده است، این تعداد ملاک کار قرار گرفت. با توجه به آنکه حدود ۷۵٪ از نشریات ایران در حوزه عمومی و علوم انسانی قرار دارد، همین نسبت برای روزنامه‌نگاران پذیرفته شد ($1608 = 75\% \times 2145$) از ۱۶۰۸ درصد یعنی ۱۶۱ نفر به عنوان نمونه مورد بررسی (n) انتخاب شد ولی علی‌رغم تلاش بسیار تنها ۱۴۶ نفر به پرسشنامه تحقیق پاسخ دادند. البته همه ۱۴۶ نفر نیز به همه سؤالات پاسخ ندادند. منظور از روزنامه‌نگار در اینجا به معنای اعم (خبرنگار، نویسنده، عکاس، سردبیر و غیره تمام یا پاره وقت) بود.
۴. نعیم بدیعی، «تصویر روزنامه‌های تهران از دیدگاه دانشجویان»، رسانه، ش ۸، صص ۲۸-۲۹.
۵. علی اسدی، «تنگناهای مطبوعات ایران»، مجموعه مقالات اولین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران، (تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۱)، ص ۸۰.
۶. مسعود چلبی، جامعه‌شناسی نظم، (تهران: نشرنی، ۱۳۷۵)، ص ۸۰.
۷. هوشنگ امیراحمدی، «درآمدی بر جامعه مدنی در ایران امروز»، ایران فردار، ش ۲۷، ص ۱۰.
۸. علیرضا علوی تبار، میزگرد درباره جامعه مدنی، کیان، ش ۳۳، ص ۵.
۹. عزت‌الله سبحانی، میزگرد درباره جامعه مدنی، کیان، ش ۳۳، ص ۵.
۱۰. احمد اشرف، «نظام صنفی، جامعه مدنی و دموکراسی در ایران»، گفتگو، ش ۱۴، صص ۱۹-۱۸.
۱۱. مجید محمدی، «موانع رشد جامعه مدنی در ایران»، کیان، ش ۳۳، ص ۳۲.
۱۲. اشرف، همان، ص ۴۱.
۱۳. حسین بشیریه، جامعه‌شناسی سیاسی، (تهران: نشرنی، ۱۳۷۴)، ص ۱۰۷.
۱۴. ابوالفضل دلاوری، «زمینه‌های اجتماعی ناپایداری احزاب سیاسی در ایران»، نقد و نظر، ش ۷-۸، ص ۳۲۵.
۱۵. اشرف، همان، صص ۲۶-۲۵.

۱۶. بشیریه، همان، ص ۲۴۷.
۱۷. همان، ص ۲۵۷.
۱۸. دلاوری، همان، صص ۲۴۳-۲۴۵.
۱۹. علیرضا علوی تبار، میزگرد دربارهٔ جامعهٔ مدنی، همان، ص ۱۲.

مصرف سرانۀ مطبوعات در خانوارهای ایرانی

شهرهای همدان، اراک، بوشهر

دکتر احمد رجبزاده

مقدمه

یکی از دیدگاههای غالب در بررسی فرهنگ، دیدگاهی است که فرآورده‌های فرهنگی را به‌ویژه در دوره جدید که صنعت فرهنگ قوت یافته، به عنوان کالا تلقی نموده و باواژگان وام گرفته از اقتصاد، از تولید، عرضه، تقاضا و مصرف فرهنگ گفتگو می‌کند و فرآیندهای فرهنگی را با تولید و مصرف کالاهای فرهنگی مورد بررسی قرار می‌دهد.

در کاری که با عنوان «بررسی مصرف کالاهای فرهنگی خانوار» در سه شهر اراک، همدان و بوشهر انجام شده، یکی از اقلام مورد پرسش میزان استفاده از «روزنامه» و «مجله» به عنوان کالاهای فرهنگی در خانوار است. در این تحقیق، بر خلاف مجموعه کارهایی که تولید و جهت‌گیریهای روزنامه‌ها و مجلات را با شاخصهایی چون تیراژ و محتوای آن می‌سنجند، از مصرف این کالاها و کمیت و کیفیت آن سؤال شده است. آنچه در ذیل آمده، بررسی مقایسه‌ای یافته‌های تحقیق در سه شهر مذکور است که با دو تحقیق دیگر در تهران، کار سهراب زاده - عبدی در سال ۶۸، تحت عنوان *بهره‌مندی شهروندان تهرانی از مطبوعات* و کار سعید سبزیان با همین عنوان در حاشیۀ دومین جشنواره مطبوعات در سال ۷۴، در مواردی که امکان مقایسه وجود دارد، مقایسه می‌شود.

اطلاعات مربوط به سه شهر اراک، همدان و بوشهر در پاییز و تابستان ۷۳ و بهار ۷۴ با نمونه‌هایی معرف با جمعیت ۷۶۲ خانوار و ۳۸۳۹ نفر در اراک، ۸۷۳ خانوار و ۴۵۹۰ نفر در همدان و ۷۷۰ خانوار و ۴۲۴۷ نفر در بوشهر به صورت نمونه‌گیری دو مرحله‌ای در گام اول روی بلوک‌ها با احتمال متناسب با حجم خوشه و در مرحله دوم درون بلوک به صورت تصادفی و در واحد تحلیل خانواده و فرد جمع‌آوری شده است.

این تحقیق به سفارش مرکز پژوهش‌های بنیادی معاونت پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام شده است.

مصرف روزنامه

در پرسش از ورود روزنامه به منزل، ۶۳/۸ درصد خانوارهای نمونه شهر همدان، ۶۵/۱ درصد اراک و ۶۳/۱ درصد خانوارهای شهر بوشهر اظهار داشته‌اند که در منزل روزنامه وارد می‌شود. در سه شهر به ترتیب ۲۰/۷ درصد، ۲۳/۲ درصد و ۲۶/۱ درصد به‌طور مرتب و روزانه در خانوار روزنامه وارد می‌شود.

در پرسش از نوع تهیه روزنامه، در شهر همدان ۵۶/۶ درصد، در اراک ۵۸ درصد و در بوشهر ۵۴/۴ درصد خانوارها اظهار داشته‌اند که روزنامه را خریداری می‌کنند. در صورتی که نسبت ورود مرتب و روزانه روزنامه به منزل را در نسبت خرید آن ضرب کنیم و مقدار آن را برای کل جمعیت سه شهر (همدان ۷۳۷۹۹ خانوار، اراک ۶۸۸۶۲ خانوار و بوشهر ۲۵۴۶۷ خانوار) محاسبه کنیم، تعداد روزنامه خریداری شده به صورت روزانه و مرتب فقط توسط خانوارها به ترتیب برای همدان حدود ۸۶۵۰، برای اراک حدود ۹۳۷۰ و برای بوشهر حدود ۳۵۷۰ روزنامه برای هر روز می‌شود.

مقایسه درصد مطالعه روزنامه خانوار، ترتیب مطالعه و خریداری آن در سه شهر حاکی از نسبت تقریباً یکسان آن در سه شهر و وضعیت مشابه آنها از لحاظ مصرف این کالای فرهنگی است.

در سؤال از ترتیب ورود روزنامه به منزل در سه شهر همدان، اراک و بوشهر به ترتیب ۲۸ درصد، ۳۵/۶ و ۲۹/۷ درصد خانوارها اظهار داشته‌اند که روزنامه در طی هفته حداکثر دو سه بار وارد منزل می‌شود. همچنین ۱۲/۸ درصد، ۱۸/۶ درصد و ۱۵/۴ درصد خانوارها ورود ماهی چند بار روزنامه به منزل را ذکر کرده‌اند. مقایسه ارقام در این زمینه نشان می‌دهد که میزان مصرف روزنامه در شهر اراک در مقیاس هفته و ماه به نسبت همدان و بوشهر بیشتر است.

از لحاظ تنوع روزنامه‌هایی که خانوار از آن بهره‌مند می‌شود، نوع روزنامه‌ها از یک تا ۵ در نوسان است. در سه شهر همدان، اراک و بوشهر به ترتیب ۳۱/۹، ۲۹/۳ و ۲۴/۵ درصد یک روزنامه، ۱۸/۸، ۲۲/۲ و ۲۱/۶ درصد دو نوع روزنامه، ۹/۴، ۱۰ و ۱۰/۹ درصد سه روزنامه وارد

منزل می‌شود. این ارقام نشان می‌دهد که در مقابل خانواده‌هایی که روزنامه مطالعه نمی‌کنند (حدود ۳۵ درصد در هر شهر)، به همان میزان هم خانواده‌هایی وجود دارند که از انواع روزنامه استفاده می‌کنند.

در پاسخ سؤال «مطالعه روزنامه در خانوار»، و محاسبه نسبت آن در سه شهر همدان، اراک و بوشهر ارقام ذیل به دست آمد: ۳۸ درصد، ۳۸/۶ و ۳۱/۳ درصد افراد با سواد (بالای ۶ سال) و محاسبه نسبت مطالعه روزنامه به جمعیت بالای ۱۴ سال نشان می‌دهد ۳۶/۸ درصد، ۴۸/۹ درصد ۴۳ درصد جمعیت بالای ۱۴ سال به ترتیب در سه شهر مذکور روزنامه مطالعه می‌کنند. مقایسه ارقام نشان می‌دهد، علیرغم نسبت تقریباً یکسان ورود روزنامه به منزل نسبت مطالعه کنندگان در شهر اراک بیش از دو شهر دیگر و در بوشهر بیش از همدان است. با این حال مقایسه این ارقام با یافته‌های تحقیق سهراب‌زاده - عبدی در خصوص مطالعه روزنامه در شهر تهران در سال ۱۳۶۸ که نسبت مطالعه روزنامه را در جمعیت بالای ۱۵ سال ۸۶ درصد ذکر می‌کند، حاکی از فاصله بسیار زیاد مصرف این کالا در تهران و مراکز دیگر استان (تهران تقریباً دو برابر هریک از سه شهر مذکور) است. در تحقیق سبزیان (۱۳۷۴ ص ۱۷) نسبت شهروندان روزنامه‌خوان بالای ۴ سال در شهر تهران ۷۳/۳ درصد است. مطالعه روزنامه هر روز یا با فاصله زمانی چند روز یک‌بار انجام می‌شود و نسبت افرادی که هر روز روزنامه می‌خوانند ۲۱/۸ درصد ذکر شده است که با نسبت ورود روزنامه به خانوار در شهرهای اراک، همدان و بوشهر نزدیک است، هرچند نسبت مطالعه تهران با آنها متفاوت است. در مقایسه رقم روزنامه‌خوانی در سال ۶۸ و ۷۴ در تهران شاهد کاهش نسبت مذکور در طول زمان هستیم و در مقایسه با سه شهر فاصله تهران با آنها در سال ۷۴ حاکی از فاصله کمتری است.

از لحاظ تنوع در مطالعه روزنامه، ارقام حاصله نشان می‌دهد که نسبت به جمعیت باسواد (بالای ۶ سال)، در همدان ۲۰/۷ درصد یک روزنامه، ۱۰/۸ درصد دو روزنامه، ۵/۲ درصد سه روزنامه و ۲/۴ درصد بیش از سه روزنامه، در اراک ۱۷/۶ درصد یک روزنامه، ۱۳ درصد دو روزنامه، ۶/۸ درصد سه و ۱/۲ درصد بیش از سه روزنامه و در بوشهر ۱۲/۸ درصد یک روزنامه، ۱۰/۷ درصد دو روزنامه، ۵/۷ درصد سه و ۲/۱ درصد بیش از سه روزنامه مطالعه می‌کنند. وجود ۱۸ تا ۲۰ درصد جمعیت باسواد و حدود ۵۰ درصد جمعیت روزنامه‌خوان که بیش از یک روزنامه می‌خوانند، در مقابل حدود ۶۰ درصد جمعیت باسواد که اهل روزنامه‌خوانی نیستند،

حاکمی از قطبی بودن مصرف روزنامه در شهرهای مختلف است. به این معنی که حدود ۱۵ جمعیت از روزنامه‌های متعدد استفاده می‌کنند که حاکمی از توجه زیاد آنها به این کالای فرهنگی است؛ در حالی که ۳۵ جمعیت با سواد سهمی از این کالای فرهنگی ندارند.

در جمعیت روزنامه‌خوان حدود ۴۰ درصد جمعیت را در هر یک از سه شهر همدان، اراک و بوشهر تشکیل می‌دهند و با توجه به تعدد روزنامه مطالعه شده به ترتیب ۸۱/۵، ۷۷/۸ و ۶۲/۸ درصد خواننده روزنامه همشهری، ۳۵/۲، ۳۱/۳ و ۳۵/۲ درصد خواننده کیهان، ۳۳، ۴۰/۹ و ۵۱/۸ درصد خواننده اطلاعات، ۸/۵، ۱۰ و ۹/۷ درصد خواننده سلام و ۴/۷، ۶/۹ و ۲۳/۳ درصد خواننده جمهوری اسلامی هستند. این ارقام مصرف بیشتر روزنامه همشهری را در جمعیت روزنامه‌خوان نشان می‌دهد. تفاوت نسبت استفاده از روزنامه جمهوری اسلامی و اطلاعات در بوشهر نسبت به دو شهر دیگر نکته قابل توجه دیگر در این مقوله است که به تفاوت گرایشها در این شهر با دو شهر دیگر اشاره دارد، زیرا همانطور که ژان کازنو اشاره می‌کند، نوع کالای فرهنگی مصرف شده دلالت بر نوع گرایش فرهنگی دارد.

در تحقیق سبزیان در خصوص نوع روزنامه‌های موضوع مطالعه در تهران در سال ۷۴، برای ۸۷/۷ درصد شهروندان تهرانی همشهری، کیهان و اطلاعات به عنوان اولین روزنامه مورد نظر بوده است. «۳۶/۸ درصد همشهری، ۳۶/۶ درصد کیهان و ۱۴/۳ درصد اطلاعات را به عنوان اولین روزنامه مورد نظر خود ذکر کرده‌اند» (سبزیان، ۱۳۷۴، ص ۳۹). در اولویت دوم و سوم نیز این سه روزنامه با هم اهمیت خود را حفظ کرده‌اند. در اولویت دوم و در پاسخ به این سؤال که «پس از اولین روزنامه مورد علاقه، چه روزنامه‌های دیگری می‌خوانید»، ۲۱/۸ درصد شهروندان همشهری، ۲۵/۴ درصد کیهان و ۳۱/۸ درصد اطلاعات و در اولویت سوم به ترتیب ۲۰/۹ درصد، ۱۴/۸ درصد و ۱۸/۹ درصد شهروندان خواننده روزنامه‌های مذکورند می‌باشند (همان، ص ۴۰). این ارقام نشان می‌دهد که برخلاف شهرهای مورد بررسی، فاصله چندانی در نسبت مطالعه همشهری با دو روزنامه دیگر وجود ندارد. زیرا میانگین درصد مطالعه‌کنندگان سه روزنامه در سه اولویت به ترتیب ۲۶/۵، ۲۵/۶ و ۲۱/۶ درصد و در مجموع سه اولویت ۷۹/۵، ۷۶/۸ و ۶۵ درصد است که حاکمی از نسبت تقریباً یکسان خواننده سه روزنامه با ترجیح اندک همشهری است. در حالی که در سه شهر مذکور فاصله مطالعه همشهری (بادر نظر گرفتن تکرار مطالعه) و کیهان و اطلاعات بسیار زیاد است (در حد ۳۰ تا ۴۰ درصد).

در مقایسه مهم‌ترین روزنامه‌های مطالعه شده تا حدی که شاخص‌گرایشهای فرهنگی خاصی هم هستند در میان جمعیتی که بیش از یک روزنامه مطالعه می‌کنند روزنامه‌ها در بدو مقایسه شده‌اند تا جاذبه‌ها و توانایی آنها در پاسخگویی به نیاز خوانندگان روزنامه دیگر مشخص شود. از آنجا که ارقام مربوط به سه شهر در اغلب موارد مشابه‌اند، به گزارش این مقایسه در شهر اراک بسنده می‌شود.

نتیجه مقایسه همشهری با سایر روزنامه‌ها حاکی از جاذبه بیشتر آن نسبت به سایر روزنامه‌هاست. زیرا نسبت خوانندگان همشهری که یکی دیگر از آن روزنامه‌ها را مطالعه می‌کنند، در همه موارد کمتر از نسبت خوانندگان آن روزنامه‌هاست که همشهری را هم می‌خوانند. در شهر اراک در جمعیتی که بیش از یک روزنامه می‌خوانند، ۸۱/۶ درصد خوانندگان کیهان، ۸۲/۴ درصد خوانندگان اطلاعات، ۷۵/۷ درصد خوانندگان سلام و ۷۵/۷ درصد خوانندگان جمهوری اسلامی خواننده همشهری هم هستند. در حالی که ۴۸/۸ درصد خوانندگان همشهری کیهان، ۶۳/۷ درصد خوانندگان همشهری اطلاعات، ۱۴/۵ درصد خوانندگان همشهری سلام و ۱۰/۴ درصد آنها جمهوری اسلامی را مطالعه می‌کنند.

مقایسه کیهان و سایر روزنامه‌ها، در جمعیتی که بیش از یک روزنامه می‌خوانند، نشان می‌دهد که نسبت مطالعه کیهان در میان خوانندگان سایر روزنامه‌ها بیش از نسبت مطالعه آنها توسط خوانندگان کیهان است. زیرا ۵۸/۹ درصد خوانندگان اطلاعات، ۳۵/۹ درصد خوانندگان سلام و ۵۹/۵ درصد خوانندگان جمهوری اسلامی خواننده کیهان هستند. در حالی که ۴۵/۵ درصد خوانندگان کیهان اطلاعات، ۱۱/۵ درصد سلام و ۱۳/۷ درصد جمهوری اسلامی را مطالعه می‌کنند.

بنابراین می‌توان گفت از لحاظ رتبه‌بندی همشهری در مقام اول، کیهان در مقام دوم و سایر روزنامه‌ها در رتبه سوم قرار دارند.

یافته‌های تحقیق سهراب‌زاده - عبدی هم در سال ۶۸، که روزنامه همشهری هنوز منتشر نمی‌شده، حاکی از رتبه برتر کیهان نسبت به اطلاعات و سایر روزنامه‌هاست.

از لحاظ ویژگی‌های جمعیتی در همدان، میانگین سنی جمعیت روزنامه‌خوان ۲۵/۲۶ سال است. بررسی مطالعه انواع روزنامه نیز حاکی از آن است که تا سن ۲۵ سالگی با افزایش سن، مطالعه روزنامه افزایش یافته و بعد از آن روبه کاهش می‌گذارد. در جمعیت باسواد بالای ۶ سال،

مردان با میانگین ۶۷٪ نسبت به زنان با میانگین ۵۹٪ تعداد روزنامه بیشتری مطالعه می‌کنند. مطالعه روزنامه بیشترین همبستگی را با تحصیلات دارد و با افزایش تحصیلات مطالعه روزنامه افزایش می‌یابد. در شهرهای اراک و بوشهر نیز در این زمینه نتایج مشابهی به دست آمده است. یافته‌های این تحقیق با یافته‌های تحقیق سهراب‌زاده - عبدی در خصوص شهر تهران هم‌جهتی نشان می‌دهد. زیرا در آن تحقیق نیز با «افزایش سواد بر میزان مطالعه افزوده» شده و زنان نسبت به مردان کمتر روزنامه مطالعه می‌کنند. (سهراب‌زاده - عبدی، ۱۳۷۱، ص ۳۶).

همچنین در همدان زنان خانه‌دار نسبت به افراد شاغل و محصل کمتر روزنامه مطالعه می‌کنند. در شهرهای بوشهر و اراک هم یافته‌ها مشابه است. در تحقیق سهراب‌زاده - عبدی هم یافته‌های تحقیق حاکی از مطالعه کمتر زنان خانه‌دار نسبت به افراد شاغل و محصل است. (همان ص ۶-۳۵)

تحقیق سبزیان در خصوص روزنامه‌خوانی در سال ۷۴ هم، که داده‌های آن هم زمان بررسی در سه شهر اراک، همدان و بوشهر جمع‌آوری شده است، مردان بیش از زنان روزنامه مطالعه می‌کنند؛ تا سن ۲۵ سالگی با افزایش سن میزان مطالعه روزنامه افزایش و بعد از آن رو به کاهش می‌گذارد، با افزایش تحصیلات میزان مطالعه روزنامه افزایش می‌یابد. (ص ۶-۲۱)

مصرف

در سه شهر همدان، اراک و بوشهر به ترتیب در ۵۸/۴ درصد، ۵۹/۳ و ۷۳/۶ درصد خانوارها مجله وارد منزل می‌شود. ترتیب زمانی ورود آن به این نحو است: در ۱۹/۴ درصد، ۱۷/۳ و ۲۶/۳ درصد خانوارها به صورت هفتگی، در ۳۰ درصد، ۴۰/۸ درصد و ۵۱/۷ درصد خانوارها به صورت ماهانه و در ۹/۱ درصد، ۱۶/۱ و ۱۹/۵ درصد به صورت فصلی مجله وارد منزل می‌شود. در همدان ۵۰/۷ درصد خانوارها، در اراک ۵۲/۴ و در بوشهر ۸۵/۹ درصد خانوارها به خرید مجله مبادرت می‌ورزند.

ارقام مربوط به استفاده مجله در خانوار نشان می‌دهد که دو شهر همدان و اراک وضعی مشابه دارند و بوشهر در زمینه تهیه و استفاده از مجله در سطحی بالاتر قرار دارد. به عبارت دیگر در شهر بوشهر نسبت به دو شهر دیگر مجله‌خوانی رواج بیشتری دارد.

بررسی رابطه سطح تحصیل اعضای خانوار و میزان استفاده از مجله حاکی از رابطه سطح تحصیل خانوار و استفاده از مجله است.

در حالی که به حدود ۳/۵ درصد خانوارها در شهرهای مورد بررسی مجله داده می‌شود، اما در جمعیت باسواد بالای ۶ سال در همدان ۳۴/۸ درصد، در اراک ۳۵/۹ درصد و در بوشهر ۴۳/۷ درصد به مطالعه مجله می‌پردازند. مقایسه این ارقام با ارقام مربوط به روزنامه‌خوانی (۳۸، ۳۸/۶ و ۳۱/۳ درصد) نشان می‌دهد که در دو شهر همدان و اراک نسبت روزنامه‌خوانی و مجله‌خوانی تقریباً یکسان و در بوشهر تفاوت دارد (مجله‌خوانی بیش از روزنامه‌خوانی در خانوار رواج دارد). در صورتی که نسبت مجله‌خوانها را در جمعیت باسواد ۱۲ سال و بالاتر محاسبه کنیم، مقادیر ۴۰ درصد، ۴۱ درصد و ۵۰/۵ درصد برای شهرهای همدان، اراک و بوشهر به دست می‌آید. در مقایسه این ارقام با رقم ۵۱/۴ درصد خواننده مجله در شهر تهران در سال ۷۴ در جمعیت بالای ۱۴ سال (سبزیان، ۱۳۷۴، ص ۳۰) می‌توان نتیجه گرفت که در این خصوص تفاوت چندانی میان تهران و شهرستانها وجود ندارد و حتی شهری مانند بوشهر دارای نسبت مساوی مجله‌خوان با تهران است. دلیل تفاوت نسبت روزنامه‌خوان تهران و شهرستانها و عدم تفاوت نسبت مجله‌خوانهای آنها را می‌توان از وجهی به دسترسی بهتر و به موقع‌تر در تهران به روزنامه و تأخیر در ورود آن به شهرستان و در نتیجه جاذبه کمتر آن و از وجه دیگر به حساسیت بیشتر شهروندان تهرانی نسبت به اخبار و محتوای خبری روزنامه‌ها به دلیل نوع مشاغل آنها و احتمالاً بیشتر سیاسی بودن تهرانی‌ها نسبت داد. در حالی که در خصوص مجلات که قید زمان دسترسی اهمیت کمتری دارد و جنبه خبری آن در مرتبه دوم و حتی سوم قرار دارد، میان شهرستانها و تهران تفاوت چندانی وجود ندارد. این ارقام با رقم ۴۸/۶ درصد خواننده مجله در شهر تهران در سال ۷۴ (سبزیان، ۱۳۷۴، ص ۳۰) نشان از فاصله شهرهای مورد بررسی و تهران در استفاده از این کالاهای فرهنگی است.

مجلات که بیشترین خواننده را در همدان داشته‌اند عبارت‌اند از: *زن روز*، *سروش*، *حوادث*، *گل آقا*، *اطلاعات هفتگی*، *جوانان*، *خانواده*، *مجلات ورزشی* و *رشد* بوده است. در همدان و بوشهر مجله *دانستنیها* هم به این فهرست اضافه می‌شود. از آنجا که نسبت استفاده در شهرهای مختلف مشابه است، برای نمونه به نسبت استفاده از مجلات مذکور در شهر بوشهر اشاره می‌شود. در جمعیت باسواد بالای ۶ سال، ۵ درصد خواننده *زن روز* و *بانوان*، ۲۱/۴ درصد خواننده *خانواده*، ۱۳/۴ درصد خواننده *مجلات ورزشی*، ۵/۵ درصد خواننده *مجلات رشد*، ۵/۲ درصد خواننده *جوانان*، ۳/۵ درصد خواننده *اطلاعات هفتگی* و ۲/۳ درصد خواننده *دانستنیها* بوده‌اند. مجله *سروش*، *گل آقا* و *حوادث* در مرتبه بعد و با درصدی کمتر از ۲ قرار داشته‌اند. مقایسه یافته‌های تحقیق با تحقیق سهراب‌زاده - عبدی در سال ۶۸ حاکی از هم‌جهتی آنهاست. زیرا در آن تحقیق هم پرخواننده‌ترین مجلات *زن‌روز*، *دانستنیها*، *دنیای ورزش*، *کیهان*

ورزشی، جوانان، اطلاعات هفتگی، دانشمندی، سروش، اطلاعات علمی و... بوده است (سهراب زاده - عبدی، ۱۳۶۹، ص ۵۲).

در بررسی رابطه ویژگیهای جمعیت نمونه و مطالعه مجله در شهرهای همدان، اراک و بوشهر نتایج مشابهی به دست آمده است. از جمله اینکه: ۱. تا سن ۲۵ سالگی با افزایش سن، مطالعه مجله و تنوع آن افزایش و بعد از آن روبه کاهش می‌گذارد. ۲. در جمعیت با سواد ۶ سال به بالا زنان بیش از مردان به مطالعه مجله می‌پردازند. ۳. با افزایش سطح تحصیلات، مطالعه مجله افزایش می‌یابد.

در تحقیق سبزیان در خصوص مطالعه مجله در شهر تهران در سال ۷۴، در جمعیت بالای ۱۴ سال نتایج مشابهی به دست آمده است. اگرچه محقق در بررسی رابطه جنسیت و مطالعه مجله اظهار داشته که تفاوتی میان زنان و مردان در مطالعه مجله نیست؛ اما این قضاوت بر اساس نسبت آنها به کل جمعیت هر جنس، که شامل بیسوادان هم می‌شود، انجام شده است. در حالی که محاسبه مجدد درصد مجله‌خوانها بر اساس جمعیت باسواد در هر جنس نشان می‌دهد که زنان با ۵۶ درصد بیش از مردان با ۳۴ درصد به مطالعه مجله می‌پردازند.

مرور ارقام مربوط به رابطه متغیرها با مطالعه روزنامه و مجله نشان می‌دهد که متغیرهای سن و تحصیلات بر دو مقوله مطالعه روزنامه و مجله به یک نحو عمل می‌کنند. در حالی که زنان و مردان در خصوص مطالعه روزنامه و مجله متفاوت عمل می‌کنند: مردان بیش از زنان به مطالعه روزنامه و زنان بیش از مردان به مطالعه مجله می‌پردازند. دلیل این تفاوت را می‌توان در بخشی بر اساس موقعیت متفاوت زنان و مردان در جامعه، از جمله بیشتر سیاسی بودن مردان نسبت به زنان، حساسیت بیشتر مردان نسبت به فرایند اخبار (در مقوله‌های مختلف سیاسی، اجتماعی و شغلی) تفسیر نمود.

منابع

۱. سهراب زاده، مهران و عبدی، عباس. *سنجش بهره‌مندی شهروندان تهرانی از مطبوعات*. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۶۹.
۲. سبزیان‌فر، سعید. «بهره‌مندی شهروندان تهرانی از مطبوعات». تحقیق انجام شده در حاشیه جشنواره مطبوعات، ۱۳۷۴.
۳. رجب‌زاده، احمد و سبزیان‌فر، سعید. «بررسی میزان مصرف کالاهای فرهنگی خانوار در همدان، اراک، بوشهر». تهران: مرکز پژوهش‌های بنیادی، ۱۳۷۴.

بررسی آگهی‌های بازرگانی در مطبوعات ایران و نقش آن در تأمین مالی آنها

فرهاد محمدی

۱. کلیات

مقدمه

قرن حاضر را قرن اطلاعات و ارتباطات دانسته‌اند. زیرا بدون حضور این دو عنصر، زندگی فردی و اجتماعی، تکامل و پیشرفت علوم و فنون، فعالیتهای توسعه اقتصادی، و حتی سیاسی و بازرگانی و نظامی، نمی‌تواند همگام با دیگر شئون رشد یابد.

ارتباطات از مقولات مهم در مدیریت است. زندگی انبای بشر سراسر ارتباط است. بدون ارتباط هیچ فعالیتی کامل نمی‌شود. بازاریابی و تبلیغات نیز جایگاه ویژه‌ای را در مباحث مدیریت بویژه در مدیریت بازرگانی دارا هستند.

اصولاً تبلیغات یک فعالیت ارتباطی است بدین معنی که مراحل عملیاتی آن با الگوی ایجاد ارتباط مطابقت دارد. از طرفی تبلیغات یکی از عناصر زیرمجموعه فعالیتهای بازاریابی یک بنگاه تولیدی و خدماتی است و برای انجام فعالیتهای تبلیغاتی در هر بنگاه باید ابتدا با وضعیت و طیف فعالیتهای بازاریابی آن بنگاه آشنا شد. بدین ترتیب تبلیغات یکی از تلاشهایی است که همگام با سایر تلاشها برای به نتیجه رساندن عملیات بازاریابی باید انجام شود.

تبلیغات بازرگانی یک فرآیند ایجاد ارتباط با مشتریان است به طوری که با تکیه بر مزایا و محاسن و ویژگیهای مثبت یک کالا، خدمت یا بنگاه بازرگانی به مدد هنر و خلاقیت، در افکار و روحیات مشتریان بالقوه یا احتمالی نفوذ و رسوخ نموده و آنها را نسبت به انتخاب یا خرید کالا یا خدمت معینی تشویق و ترغیب نماید.

تبلیغات و بخصوص تبلیغات بازرگانی در حال حاضر به صورت جزء تفکیک‌ناپذیری از چرخه و فرآیند تولید و مصرف درآمده است.

تبلیغات چون در مرحله قبل از مصرف قرار می‌گیرد، بنابراین باید بتواند کالا یا خدمت مورد نظر را به بهترین وجه و آن طور که باید باشد و نه بیشتر به مردم معرفی کند.

برای اثر بخشی تبلیغات شرایطی را می‌توان برشمرد از جمله: حداقل بودن آگاهی خریدار نسبت به کالا یا خدمت، افزایش فروش کالا، بهبود یا رونق اقتصادی، افزایش درآمد مصرف کننده، مشهود نبودن ویژگیهای کالا یا خدمت برای مصرف کننده، جدید بودن کالا یا خدمت و ایجاد تغییرات جدید کالا.

اهداف تبلیغ بازرگانی را نیز می‌توان اعلام موجودیت عرضه کننده کالا یا خدمات، مشاهده عکس العمل یا واکنشهای افراد نسبت به کالا یا خدمات ارائه شده و مهمتر از همه آگاهی یا اطلاع رسانی به جامعه برای استفاده از حق انتخاب و افزایش بهره‌وری تولید و بهره‌وری مصرف کننده دانست.

تبلیغات چنانچه از اصول پذیرفته شده و قانونی خود پیروی کند، دارای آثاری در زمینه‌های آموزشی، انگیزشی و پرورشی است.

در زمینه آموزشی تبلیغات می‌تواند آگاه کننده، خبردهنده و آموزنده باشد. در تبلیغات انگیزشی باید شرایط روز مخاطب را به دقت مورد مطالعه قرار داد و آنگاه با توجه به این بررسی در محتوای پیامها به عواملی که باعث تحریک و ایجاد انگیزه در مخاطب می‌شود، پرداخت. و بالاخره تبلیغات پرورشی باعث رشد و شکوفایی و تحول در فکر، گفتار و رفتار مخاطب شده و می‌تواند مکمل تبلیغات آموزشی و انگیزشی باشد.

آنچه مسلم است، تبلیغ باید هدفمند صورت پذیرد، در غیراین صورت آثار آن به هیچ وجه مطلوب نخواهد بود. تبلیغات مانند هر عامل دیگر و هر موضوع دیگر باید متمایز باشد، یعنی دارای ویژگیهای ابتکاری و ابداعی بوده و در آن نوآوری و تازگی دیده شود تا بتواند از یکنواختی و تکرار بپرهیزد و مخاطبین با سلیقه‌های گوناگون را ارضای کند.

البته باید توجه داشت که تبلیغات بازرگانی یا تجاری به تنهایی در خریدار ایجاد انگیزه نخواهد کرد. عاملی که در خریدار ایجاد انگیزه می‌کند عامل تضمین کیفیت است که بسیاری از کالاهای ما فاقد آن هستند.

قیمت نیز یکی دیگر از عوامل تعیین کننده در تبلیغ و فروش کالا است. عامل دیگری که مشتری را به طرف خود جذب می‌نماید، بسته بندی است که در جامعه ما جایگاه خاص خود را

تاکنون نیافته است و هزینه‌های بسته‌بندی از هزینه‌های تولید جدا محاسبه می‌شود و این خطاست، چون بسته‌بندی جزء هزینه تولید است. خدمات پس از فروش از دیگر عوامل مهم فروش کالا است که در تبلیغات باید بدان اهمیت لازم داده شود. امروزه کشورهایی که در بازارهای جهانی حضوری فعال و مستمر دارند و در زمینه کالاهای مصرفی و صنعتی با دوام فعالیت می‌کنند، بر روی خدمات پس از فروش تبلیغات وسیعی انجام می‌دهند و مشتریان را راغب می‌سازند که حتی کالا را با قیمت گران بخرند زیرا آرامشی را که به مشتریان خود در جهت تضمین خدمات بعدی انتقال می‌دهند آن گران خرید را توجیه می‌سازد.

تعریف و مفهوم تبلیغ و آگهی

از واژه تبلیغ دو معنا به ذهن متبادر می‌شود: یکی «تبلیغات سیاسی» و دیگری «تبلیغات بازرگانی». از تبلیغات تعاریف گوناگونی شده است که با اندکی تأمل در همه تعاریف می‌توان دریافت که تبلیغات خواه سیاسی یا تجاری به طور اساسی با ارتباطات سروکار دارد و ارتباطات نیز از تبلیغات جداشدنی است.

تبلیغات جمع تبلیغ و به معنی اطلاع دادن، پیام رساندن و اشاعه افکار، اطلاعات و بینشها در قالب نظام ارزشی متبوع است.

در فرهنگ وبستر، تبلیغات به معنی تلاش برای ارائه آموخته‌ها، ایده‌ها، شواهد یا ادعاها از طریق رسانه‌های ارتباطی برای تقویت هدف معین یا مبارزه با شخص، پدیده یا طرز تفکر خاصی تعریف شده است.

به موجب یک تعریف دیگر تبلیغ، یک اقدام برنامه‌ریزی شده و همه‌جانبه برای جلب اعتماد افراد در راه رسیدن به مقصود معینی است و هدف اصلی و وظیفه اساسی آن ارائه اطلاعات درست و دقیق به مخاطبان است تا بتواند آنان را در داشتن نظریات صحیح و ایده‌های درست یاری دهد.

نقش واقعی تبلیغ و هدف نهایی آن، هدایت افکار عمومی است. تبلیغ در فرهنگ آکسفورد نیز به مفهوم انتشار عقاید و اطلاعاتی است که برای ترغیب و متقاعدکردن یا امتناع مردم به کار می‌رود و به مفهوم دیگر، می‌تواند جنبه سیاسی نیز داشته باشد، یاد می‌گردد. ولی در هر صورت، در تبلیغات، آنچه مورد نظر است تأثیر در عقاید و نحوه نگرش به موضوع است.

- آگهی عبارت است از هر نوع معرفی غیرشخصی و ترویج ایده‌ها، کالاها و خدمات در مقابل پول که به وسیله فرد یا مؤسسه مشخص انجام می‌گیرد.
- آگهی در فرهنگ آکسفورد نیز در سه مفهوم مطرح شده است:
۱. اعلام، معرفی یا شناسایی یک مورد بخصوصی همچون برگزاری گردهمایی سالیانه انجمن‌های مختلف، جشنهای سالگرد و مواردی از این قبیل.
 ۲. ترغیب مردم به خرید و یا استفاده از کالا یا خدمات مانند فروش خانه، اتومبیل و غیره.
 ۳. درخواست تقاضای چیزی را کردن مانند آگهی استخدام، همکاری و مانند آن.

اما تفاوت‌های آگهی و تبلیغ را بدین گونه می‌توان برشمرد:

۱. آگهی به تغییر نگرش و عقیده منجر نمی‌شود و هدف از آن معرفی یا شناسایی کالا و خدمات به افراد است و اگرچه هدف از معرفی کالا، گاه در مسیر نهایی می‌تواند تبلیغ در زمینه بخصوصی نیز باشد، ولی خود آن نیست. بنابراین به جای آگهی تبلیغاتی باید از اصطلاح آگهی‌های بازرگانی یا تجاری که مفهوم مورد نظر آگهی را می‌رساند، استفاده کرد.
 ۲. آگهی بر خلاف تبلیغات که به طور معمول اهداف درازمدت را دنبال می‌کند، به دنبال اهداف کوتاه‌مدت و گاهی میان‌مدت است.
 ۳. آگهی با تحریک عواطف و احساسات سروکار دارد و در مقابل، تبلیغ همواره در یک حالت عقلانی مطرح می‌شود.
 ۴. آگهی فقط تحت تأثیر قراردادن سطحی است و به ژرفا و عمق کاری ندارد، حال آنکه تبلیغات به ژرفای درون آدمی می‌پردازد و می‌خواهد که همه چیز، حتی نحوه اندیشیدن را دگرگون سازد.
- بنابراین تبلیغ و آگهی دو مقوله جداگانه با مفاهیم متفاوت و کارکردهای متمایزند. و علیرغم شباهتهای صوری، به لحاظ بار معنایی و عملکرد با یکدیگر تفاوت دارند.
- آگهی و تبلیغ ضمن آنکه با هم تفاوت دارند و تفاوت‌های آنها را نیز برشمردیم، می‌توانند در کنار یکدیگر تأثیر مناسبی را در مخاطب به وجود آورند.

سیر تاریخی تبلیغات و آگهی‌های بازرگانی در جهان

حتی قبل از پیدایش مطبوعات و رسانه‌های چاپی در قرن ۱۵ میلادی، شکلهایی از تبلیغات بازرگانی وجود داشت. صنعتگران آسیایی و اروپایی نشانه‌هایی را بر روی کالاهای تولیدیشان حک یا کنده‌کاری می‌کردند. این کنده‌کاریها که نوعی «علامت تجاری» محسوب می‌شد، مشخصه صاحب کالا و تولیدکننده آن بود. نخستین علامتهای تجاری به تدریج و با تنوع بسیار به وجود آمدند و موجب تشخیص تولیدکنندگان و فروشندگان مختلف از یکدیگر می‌شدند.

پس از این نشانه‌ها، نخستین آگهی‌های چاپی، اعلامیه‌های مصور ساده و ابتدایی بود که تاجران توزیع می‌کردند.

از قرن ۱۶ میلادی به تدریج نظام بازار جهانی به وجود آمد. اکتشافات اروپاییان و در پی آن گسترش شبکه معاملات تجاری بین‌المللی باعث شد که زندگی اقتصادی از حد کشاورزی برای امرار معاش تولیدات خانگی و فعالیت کارگاههای کوچک برگردد.

راههای تجاری بین خریداران و فروشندگانی که پهنه‌های گسترده خشکی و آب جدایشان کرده بود، حلقه‌های اتصال بازرگانی به وجود آورد و در نتیجه تبلیغات بازرگانی به ابزار مهم در «ارتباطات بازرگانی» تبدیل شد.

از اوایل قرن هجدهم در انگلستان و از اواسط همان قرن در متصرفاتش در امریکای شمالی روزنامه‌هایی به وجود آمد که به «تبلیغ گران» معروف بود. این روزنامه‌ها آگهی‌های رده‌بندی شده‌ای چاپ می‌کردند که مخاطبانش اندک، اما ثروتمند بودند. در انگلستان با به وجود آمدن جماعت بازرگانان شهری منجر به پدید آمدن طبقه متوسط قابل توجهی از مصرف‌کنندگان شد، بعضی از آگهی‌ها پیامهایی را مبنی بر تشویق مصرف‌القا می‌کردند. اگرچه در اغلب موارد آگهی‌های روزنامه‌ای حلقه ارتباطی صاحبان مشاغل برای عرضه خدماتشان به یکدیگر بود. در این ایام آگهی‌های اعلان عمده‌فروشی به اخبار مربوط به ورود محموله‌های پارچه کتان، قهوه و چاپ و... اختصاص می‌یافت. ولی خیلی پیشتر در سال ۱۴۷۸، یعنی همزمان با تحول صنعت چاپ، اولین آگهی مطبوعاتی که اختصاص به فروش مجموعه مقررات کلیسا داشت، منتشر شد.

با گذشت زمان و تحول در تکنیکهای چاپی، روشهای ارائه آگهی هم تحول یافت و با چاپ روزنامه‌ها و نشریات ادواری، شکل آگهی‌ها هم دگرگون شد. اولین آگهی از این دست در سال ۱۶۵۲ توسط یکی از صادرکنندگان قهوه عرضه شد و به دنبال آن در سالهای ۱۶۵۷ و ۱۶۵۸ آگهی شکلات و چای هم به نظر مصرف‌کنندگان رسید. از ضرورت‌های پیدایش اقتصادی پویا هم

انتقال کالا و پول است و هم انتقال نیروی کار. بنابراین، بعضی از آگهی‌ها به عرضه نیروی کار برای فروش یا اجاره اختصاص می‌یافت.

برده‌داری نظام فروش نیروی کار بود که موجب انباشته شدن ثروت زیادی در انگلستان و امریکا شد و شگفت‌آور نیست که مقدار قابل ملاحظه‌ای از آگهی‌های بازرگانی در قرن هجدهم و اوایل قرن نوزدهم به فروش بردگان یا دادن پاداش و مزدگانی برای دستگیری و بازگرداندن بردگان فراری اختصاص می‌یافت.

چاپ آگهی‌های رده‌بندی شده که بیشترین حجم تبلیغات نیمه دوم قرن نوزدهم را شامل می‌شد عمدتاً ناشی از فعالیتهای چاپگران و ناشران روزنامه‌ها بود که برای تأمین بخشی از هزینه‌های چاپ روزنامه، ستونهایی از آن را به درج آگهی اختصاص می‌دادند.

با آنکه برخی از چاپگران تصویرهای کوچکی را در بین آگهی‌ها چاپ می‌کردند که متن آگهی‌ها را از هم جدا کند، اما در آن موقع نخستین توقع و تلقی از آگهی این بود که بدون آب و تاب و زرق و برق اطلاعات سودمندی را در اختیار خیل مخاطبان مشتاقی که عمدتاً سرگرم تجارت بودند، بگذارند.

به موازات افزایش و گسترش روزنامه‌ها در قرن نوزدهم، آگهی‌های بازرگانی نیز نقش خود را در رده‌بندی اطلاعات شغلی گسترش دادند. در آن زمان روزنامه‌ها راههایی را آزمودند که اهمیت بسزایی در رونق بعدی تبلیغات داشت. در حالی که تبلیغات بازرگانی کماکان به شکل رده‌بندی شده ارائه می‌شد، این روزنامه‌ها زمینه‌ساز فعالیت رسانه‌هایی بودند که در اواخر قرن ۱۹ و اوایل قرن بیستم با شکلهای جدید تبلیغات برای مصرف کنندگان پا به عرصه وجود گذاشتند.

طلوع عصر صنعت در قرن نوزدهم به دنبال گسترش قلمرو نفوذ خود شعار «همواره زیاد شدن» را طرح کرد. در این میان کالاهایی که پیش از آن با دست تولید می‌شد، حال در مقیاس وسیعتر تولید و استاندارد می‌گردید. افزایش حیرت‌آور ظرفیت تولیدات صنعتی به بازارهایی دورتر و فراتر از بازارهای سنتی و محلی نیاز داشت. در نتیجه، در کنار تولیدات صنعتی، شبکه‌های جدید ملی و بین‌المللی حمل و نقل و ارتباطات (تلگراف و به ویژه خدمات پستی) برای تسهیل سیستم توزیع ظهور کرد.

ساختار زندگی روزمره نیز تغییر می‌کرد. کسانی که زندگی شغلیشان به تولیدات خانگی کالا برای مصارف شخصی و محلی محدود می‌شد، از بین رفتند و به تدریج به کار در کارخانه‌ها یا مؤسسات بازرگانی مشغول شدند که در زمان کوتاه‌تر و با صرف انرژی کمتر به تولید برای مصرف می‌پرداختند.

همچنانکه صنعتی شدن میزان تولید کالا را افزایش می‌داد و در حالی که اقتصاد مبادله‌ای و کار دستمزدی جایگزین امرار معاش به شیوه سنتی می‌شد، امکان ایجاد بازارهای وسیع مصرف نیز فزونی می‌یافت. با کاهش درآمد، قدرت خرید مصرف‌کنندگان کاهش می‌یافت و افزایش تولیدات و ناتوانی مصرف‌کنندگان در خرید کالاها، فروشندگان را با مشکل روبه‌رو می‌کرد. از اینجا بود که نیاز به تبلیغات تجاری برای دعوت به مصرف بیشتر احساس شد و در اواخر قرن نوزدهم مؤسسات جدیدی به منظور تبلیغ برای مصرف ایجاد شدند.

در اواخر قرن نوزدهم تحولات فنی و نهادی چندی در زمینه ارائه تبلیغات تأثیر گذاشت. از جمله فرآیند چاپ رنگی که در به نمایش گذاردن تصویر واقعی کمک زیادی کرد. پیدایش چاپ عکس رنگی از طریق چاپ سنگی، به ویژه در آلمان، تولید انبوه تصاویر جذاب را ممکن کرد. این روش امکان داد تا تبلیغ‌کنندگان محصولاتشان را در تصاویری خیال‌برانگیز و جالب ارائه کنند.

افزایش سواد در جوامع برای استفاده مصرف‌کنندگان از رسانه‌های تبلیغی چاپی لازم و ضروری بود. به تناسب رشد سوادآموزی، افزایش مجلات پرتیراژ در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم به وقوع پیوست و این امر موجب تسهیل در رشد آگهی‌های بازرگانی شد.

در بین سالهای ۱۹۰۰ تا جنگ جهانی اول (۱۹۱۴) همزمان با پیدایش تخصص‌های دیگر در دنیای تجارت، تبلیغات بازرگانی نیز بتدریج حرفه‌ای شد.

در دهه ۱۹۲۰ صنعت تبلیغات امریکایی، دانشمندان اجتماعی و روان‌شناسان را برای رسیدن به یک روش کامل در «اداره افکار و رفتار» به کار گرفت.

یکی دیگر از تغییرات سرنوشت‌ساز، آغاز پخش رادیو در دهه ۱۹۲۰ بود. پیش از این تنها افراد باسواد می‌توانستند از متن پیامهای تبلیغاتی استفاده کنند، ولی با پیدایش رادیو استفاده از این پیامها عمومیت یافت.

در انگلستان و کشورهای دیگر ابتدا به تأسیس رادیو غیر تجاری اقدام شد، اما در امریکا برنامه‌های تجاری رادیو و بعدها تلویزیون عادی شد و هر دو این رسانه‌ها مجراهای اصلی تبلیغات در امریکا شدند.

به دنبال سقوط بورس سهام و ارز در ۱۹۲۹ و در دوران رکود جهانی دهه ۱۹۳۰، تبلیغات بازرگانی به عنوان یک شغل رو به زوال گذارد. اما به عنوان یک پدیده اجتماعی همچنان پایدار ماند.

با کاسته شدن از بازارهای مصرف، تبلیغات بازرگانی مشتاقانه به روشهای رقابتی روی آوردند. سکس و برهنگی درونمایه آگهی‌های بسیاری از کشورها شد. برای مقابله با رکود مذکور، برخی از تبلیغ‌گران با اتخاذ تصویری آینده‌نگرانه از محصولات، به استفاده از شکل‌های جدید هنری رو کردند. در کنار تلاش برای بقای تجاری فروش روش تحت فشار گذاشتن مشتری متداول شد.

جنگ جهانی دوم تا حد زیادی اقتصاد امریکا را از رکود نجات داد. حال اگر ماشین مولد ثروت بار دیگر به کار می‌افتاد، گذار به تولید برای جنگ به طور قابل ملاحظه‌ای باعث نیاز بسیاری از کالاهای مصرفی می‌شد. با به کار بردن روشهای تبلیغات نهادی که در دهه ۱۹۲۰ متداول شد و به ویژه با تلاشهای بروس بارتون از بنگاه تبلیغاتی «بستن، بارتون، دورستاین و اوزبورن» برخی تبلیغات مخاطبان را به مشارکت گروهی در جنگ فرا می‌خواندند. بسیاری از آگهی‌ها نیز کالاهای مصرفی بعد از جنگ را به نمایش می‌گذاشتند.

همانطور که انتظار می‌رفت دوران پس از جنگ دوره شکوفایی اقتصاد امریکا بود. صنایع مصرفی که توده عظیم مهاجران حومه‌نشین را تغذیه می‌کردند به طور روزافزون خدمات تبلیغاتی را برای به فروش رسانیدن تولیداتشان به کار گرفتند.

بنگاههای تبلیغاتی پیشرو در دهه ۱۹۵۰ به عنوان بخشی از صادرات پر حجم کالاهای مصرفی و فرهنگ مصرفی‌ای که مشخصه قدرت امریکا در سالهای بعد از جنگ بود گسترش یافت.

در دهه ۱۹۵۰ ظهور تلویزیون در سطح بین‌المللی بیشترین تأثیر را بر تبلیغات بازرگانی بر جای گذاشت. تبلیغات نیز به نوبه خود بر گسترش تلویزیون اثر گذارد. تلویزیون که صدا را همراه با تصویر پخش می‌کرد، در تکامل آگهی‌های بازرگانی نقش مهمی داشت. در جوامع صنعتی، تبلیغات راهی شد برای ارائه انبوه اطلاعات درباره هر چیز که در تصور می‌گنجد.

در دهه‌های اخیر بسیاری از کانالهای تلویزیونی ماهواره‌ای شده و به سرمایه‌گذاری شرکتهای تبلیغاتی ساخته شده است و در تلاش روزافزون برای یافتن مشتری و عرضه کالاهای صنعتی هستند. انتظار می‌رود که در اروپا هزینه تبلیغات تلویزیونی تا پایان قرن حاضر به ۳۶ میلیارد دلار برسد و سرانجام با گسترش شبکه‌های ماهواره‌ای فراگیر، «آگهی جهانی» به واقعیت تبدیل شده است.

از طرفی هزینه‌های تبلیغاتی صرف شده در امریکا در رسانه‌ها نشان می‌دهد که علی‌رغم رشد هزینه‌های صرف شده در تلویزیون، هزینه‌های صرف شده در روزنامه‌ها همچنان در رتبه اول قرار دارد. به طوری که در سال ۱۹۷۰، ۲۹ درصد و در سال ۱۹۸۰، ۲۸ درصد، در سال ۱۹۹۰، ۲۵ درصد و در سال ۱۹۹۴، ۲۳ درصد هزینه‌های صرف شده مربوط به روزنامه‌ها بوده است. هزینه‌های مربوط به تلویزیون در رده بعدی قرار داشته و از رشدی معادل ۵ درصد بین سالهای ۷۰ تا ۹۴ برخوردار بوده است. قابل ذکر است که هزینه‌های تبلیغات در رسانه‌های امریکا از ۲۰ میلیارد در سال ۷۰ به ۱۵۰ میلیارد در سال ۹۴ رسیده است. همچنان که صنعت تبلیغات امریکا بین‌المللی شد، بازار مؤسسات تبلیغاتی ژاپنی و اروپایی نیز به همان صورت رونق یافت و در این بین متأسفانه کشورهای جهان سوم به صورت مصرف‌کننده منفعل تولیدات غربی، آگهی غربی، فرهنگ غربی و ارزشهای حاکم بر جامعه غرب درآمده و به سمت از خودبیگانگی پیش می‌رود.

تاریخچه آگهی‌های بازرگانی در مطبوعات ایران

اولین روزنامه ایران یعنی *کاغذ اخبار* در سال ۱۲۵۳ قمری (۱۸۳۷ میلادی) با مدیریت میرزا صالح شیرازی منتشر شد. درج آگهی در مطبوعات ایران، ۱۴ سال پس از انتشار اولین روزنامه کشور (*کاغذ اخبار*) در سال ۱۲۶۷ یعنی ۱۵ سال پس از رواج کاربرد آگهی در مطبوعات غربی، رایج شد. در این سال روزنامه *وقایع اتفاقیه* که با کوشش امیرکبیر انتشار یافته بود به انتشار آگهی و اعلان بازرگانی مبادرت کرد. با انتشار مرتب این روزنامه توجه به آگهی جلب شد و از شماره ۲۲ این روزنامه، درج آگهی تقریباً رسمیت یافت. درج آگهی در این

روزنامه تا شماره ۳۲ به صورت پراکنده بود و از این شماره به بعد، صورت مرتب به خود گرفت.

اولین بار در ایران آگهی‌های تجاری توسط روزنامه *اطلاعات* در دهه اول سال ۱۳۰۰ هجری شمسی منتشر شد. تا این موقع هنوز تبلیغات تجاری در ایران شناخته شده نبود و تنها وسیله اعلان و تبلیغ تجاری روزنامه بود.

یکی از اولین مصوبه‌های راجع به میزان دستمزد چاپ آگهی در روزنامه‌ها توسط کمیسیون اداره مطبوعات وزارت دارایی در سال ۱۳۲۱ شمسی به اجرا درآمد. بررسی‌های انجام شده در مورد آگهی‌های مطبوعاتی در دهه ۲۰ و ۳۰ نشان می‌دهد که تکنیک، شکل و محتوای آگهی‌های بازرگانی در تمام این سالها به طور محسوسی از تکنیک روزنامه‌نگاری زمان خود، جلوتر، چشم‌نوازتر و جذاب‌تر است. علت آن را شاید بتوان در وارداتی بودن محض الگوی آگهی‌های بازرگانی جستجو کرد. در بسیاری از موارد طرح آگهی‌ها عیناً تقلیدی و کپی شده از طرحهای مشابه خارجی بوده که به تناسب حروف فارسی مورد نظر روی آن مونتاژ می‌شده و بعضاً نیز با اقتباس و برداشت از طرحهای خارجی، توسط طراحان داخلی و با در نظر گرفتن مقتضیات و نیازهای ملی طراحی می‌شده است. تنوع کالاهای تبلیغ شده در آن سالها، بخصوص در سالهای دهه ۱۳۲۰ محدود بوده و اغلب آگهی‌ها روی تعداد مشخصی از کالاها و خدمات دور می‌زند و موارد تکرار در اغلب آنها زیاد است.

در میان کالاهای مورد تبلیغ، همه چیز را می‌توان یافت، اما در مجموع سهم کالاهای مصرفی (غیر سرمایه‌ای) بیشتر است و این نشان می‌دهد که هم دولتمردان آن زمان به سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی کم توجه بوده‌اند و هم شرکای ایران، بازار وسیعی را برای فروش تولیدات مختلف خود در کشور ما جستجو می‌کرده‌اند.

از تصویر «زن» برای آگهی‌های بازرگانی در این سالها استفاده می‌شده و در سالهای دهه ۳۰ استفاده از تصاویر نیمه عربان زنان بیشتر می‌شود. اما در مجموع، این تصاویر، آنچنان که انتظار می‌رود زننده و کاربرد آنها به صورت افراطی نیست. در سالهای دهه ۴۰ و ۵۰ این روند گسترش یافت و افراط بیشتری در آن صورت گرفت.

در سالهای دهه ۲۰ همچنین جای خالی کالاها و تولیدات داخلی در آگهی‌های بازرگانی مشهود است و این در حالی است که در این سالها ما تولید صنعتی چشمگیری نداشته‌ایم و هم

تولیدکنندگان محدود داخلی، نقش آگهی‌های بازرگانی را در فروش کالاها و رونق بازار خود آنچنان که باید نمی‌شناختند.

آژانسهای تبلیغاتی در آگهی‌های بازرگانی از سالهای دهه ۳۰ حضور پیدا می‌کنند و رقابت سرسختانه آنها در این سالها از لابه‌لای آگهی‌ها کاملاً مشهود است.

در مجموع جز پاره‌ای از موارد در سالهای دهه ۲۰ و اوایل دهه ۳۰، آگهی‌های بازرگانی بدون توجه به شرایط پرتلاطم و حاد سیاسی آن روزگار و تا حدودی مستقل از آن عمل می‌کرده‌اند.

در سالهای دهه ۲۰ تبلیغات کالاهای امریکایی در روزنامه‌ها کمتر به چشم می‌خورد، اما پس از سال ۳۲ چشمگیرتر می‌شود و در سالهای بعد از آن اوج می‌گیرد.

بررسی محتوای مطبوعات ایران در فاصله زمانی سالهای ۴۵-۴۳ نشان می‌دهد که در آن زمان حجم آگهی در روزنامه‌های عصر سال ۴۳ (۵۳ درصد)، ۴۵ (۶۴ درصد) و در روزنامه‌های صبح سال ۴۳ (۳۷ درصد) و سال ۴۵ (۳۹ درصد) بوده است. طبق همین بررسی در سال ۴۳ سهم آگهی‌ها در روزنامه‌های ایران ۴۵ درصد و سال ۴۵ حدود ۵۱/۵ درصد بوده است.

«گزارش فرهنگی ایران» در سال ۵۱ نیز نشان می‌دهد که حدود ۵۲ درصد از سطح روزنامه کیهان و ۴۹ درصد از روزنامه اطلاعات به آگهی اختصاص داشته است.

با توسعه آگهی‌ها در مطبوعات در سالهای دهه ۴۰ و ۵۰ تا قبل از انقلاب اسلامی شاهد حضور فعال کشورهای اروپایی و امریکا و سپس ژاپن در بازار کالاهای مصرفی در ایران و توسعه تبلیغاتی شرکتهای چندملیتی در روزنامه‌ها و مجلات و عدم کنترل بر شعارهای تبلیغاتی و دوره اهدای جوایز به خریداران و رقابت شدید تولیدکنندگان از این طریق در ایران هستیم.

طرح تحقیق

الف. بیان موضوع

تبلیغ و آگهی‌های بازرگانی چه وضعیت و عملکردی را در روزنامه‌های ایران بعد از انقلاب اسلامی داشته است؟

مسئله مطبوعات در شرایط مساعد با توجه به تأثیر آن در افکار عمومی و نقش آن در هدایت و روشننگری در مخاطبان از جایگاه ویژه‌ای در جوامع برخوردارند.

توجه به مسائل مطرح در مدیریت و کیفیت مطبوعات ایران در شرایط فعلی با توجه به گسترش کمی مجوزها و انتشار نشریات از اهمیت خاصی برخوردار است. مطبوعات از زمان شکل‌گیری تاکنون در ایران با موانع بازدارنده در جهت پیشبرد اهداف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی خود روبرو بوده‌اند. در این بین منابع مالی و درآمد مطبوعات از موضوعات اصلی در مسائل ساختاری و مدیریتی و مالی در مطبوعات است. که نقش آن بر میزان تیراژ، تأمین نیروی انسانی متخصص و ایجاد زمینه‌های تحول کیفی انکارناپذیر است.

از بین منابع تأمین مالی، نقش آگهی‌ها شاید از بقیه موارد مهمتر باشد. لذا پرداختن به جنبه‌های مختلف درج آگهی‌ها، جایگاه ویژه‌ای برای فعالیت مطبوعات فعلی و مطبوعاتی که در آینده منتشر خواهند شد دارد. اهم مسائل قابل طرح در این زمینه عبارتند از:

۱. نبود الگوهای مشخص حرکتی برای کارهای تبلیغاتی در کشور و در رسانه‌ها؛
۲. عدم هماهنگی مطلوب میان تبلیغات و آگهی‌های بازرگانی با مسائل توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی؛
۳. عدم به‌کارگیری نیروهای متخصص لازم در زمینه تبلیغات و آگهی‌های بازرگانی در مطبوعات؛
۴. نبود آموزشهای تخصصی و علمی به طور خاص در مورد تبلیغات در کشور؛
۵. نبود پیام و محتوای مطلوب در بسیاری از آگهی‌ها جهت اطلاع‌رسانی و بالابردن سطح افکار عمومی و بهره‌وری در مصرف؛
۶. اطلاع دقیق نداشتن ارائه‌دهندگان پیام در مورد توانایی هر رسانه با توجه به محصول و خدمت مورد ارائه و روش بهینه معرفی مناسب در رسانه انتخابی؛
۷. عدم اختصاص سهم مورد انتظار از هزینه‌های تبلیغاتی در مطبوعات توسط ارائه‌دهندگان پیام؛
۸. عدم ایفای نقش مؤثر بسیاری از مؤسسات تبلیغاتی یا مشاوران در ارتباط با ارائه‌دهندگان پیام، مطبوعات و مخاطبان.

ب. اهداف تحقیق

به‌طور کلی اهداف عمده این تحقیق را بدین گونه می‌توان برشمرد:

۱. لزوم ارتقای کیفی و متوازن بخشهای مختلف مطبوعات جهت حرکت در مسیر توسعه همه‌جانبه، پایدار و متوازن؛

۲. جهت بهره‌وری در تولید و ارتقای کیفیت محصولات و تولیدات داخلی برای حضور مستمر و مؤثر در بازارهای جهانی باید تلاش شود با حفظ اصول و ارزشهای حاکم بهترین و کاراترین روشهای تبلیغ برای معرفی و شناساندن محصولات، کالاها و خدمات شناخته شده و از رسانه مناسب برای هر مورد استفاده شود؛

۳. با بهره‌گیری علمی و اصولی از تبلیغات برای بهره‌مندی مطلوبتر مطبوعات از تعرفه‌های آگهی‌ها جهت تأمین بودجه جاری سود جویم.

پ. ضرورتهای تحقیق

با توجه به جایگاه ارزشمند مطبوعات در فرآیند رشد و توسعه ملی، ضرورتهای زیر برای ارتباط مطلوب فرستنده پیام و مخاطبان از واسطه‌ای جهت ارتباط متقابل این دو در بخش آگهی‌های بازرگانی لازم به نظر می‌رسد:

۱. لزوم بالابردن سطح آگاهی و قدرت تشخیص جامعه و شناخت تمایز کالا و محصولات به بهترین وجه و آنچه باید باشد و نه بیشتر؛

۲. ارائه تبلیغات هدفمند و با ویژگیهای لازم و همراه با نوآوری و ابتکار و تازگی با توجه به اصول و ضوابط موجود برای مخاطبان در مطبوعات، به عنوان رسانه مکتوب برای زمینه‌سازی رشد کیفی و مطابق با انتظارات مردم از مطبوعات کشور؛

۳. شناخت ابعاد مختلف تبلیغات بازرگانی در رسانه‌ها و بخصوص مطبوعات و تلاش برای رفع نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت و ارائه سرفصلهای لازم و ضروری برای بررسی و تحقیقات بیشتر؛

۴. ارتقای کیفی مؤسسات تبلیغاتی یا مشاوران به عنوان واسطه و عامل ارتباط ارائه دهندگان پیام و مطبوعات.

۵. لزوم هماهنگی آگهی‌ها در رسانه انتخاب شده با ارزشهای اجتماعی، دینی و فرهنگی جامعه.

ت. فرضیه‌های تحقیق

در ارتباط با انجام این تحقیق اولیه، فرضیه‌های مطرح‌شده به شرح زیر است:

۱. بین متخصص بودن مطبوعات در زمینه تبلیغات و جلب بنگاههای تولیدی یا خدماتی جهت ارائه آگهی به مطبوعات رابطه وجود دارد.
۲. گسترش و افزایش تبلیغات صحیح و اصولی باعث تقویت تولید و کاهش وابستگی اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و... می‌شود.

ث. روش تحقیق

روش تحقیق انتخاب شده برای این موضوع روش توصیفی است. برای بررسی در بین مطبوعات کشور، روزنامه‌های یومیه‌ای که در سراسر کشور چاپ می‌شوند، در نظر گرفته شدند. برای بررسی روزنامه‌ها نیز تعدادی از روزنامه‌های صبح و عصر کشور به عنوان نمونه انتخاب شدند. نظر به زمان انتخاب شده برای این بررسی (۷۶-۱۳۵۸) و متناسب با روزنامه‌های منتشره، تعداد روزنامه‌های انتخاب شده در سالهای مختلف مورد بررسی این تحقیق افزایش یافته‌اند.

سالهای انتخاب شده در این تحقیق سالهای ۵۸، ۶۱، ۶۶، ۷۲ و ۷۶ هستند که یک دوره ۳ ماهه متوالی به طور تصادفی از هر سال مدنظر قرار گرفته است.

در سال ۵۸ روزنامه‌های کیهان و اطلاعات، سال ۶۱ روزنامه‌های کیهان و اطلاعات، سال ۶۶ روزنامه‌های کیهان و اطلاعات و ابرار، سال ۷۲ روزنامه‌های کیهان و اطلاعات، ابرار، سلام و همشهری و سال ۷۶ روزنامه‌های کیهان، اطلاعات، ابرار، سلام، همشهری و ایران برای این بررسی انتخاب شده‌اند.

روش جمع‌آوری اطلاعات مورد نظر به دو طریق انجام شده است: مصاحبه آزاد و جمع‌آوری اطلاعات از طریق مراجعه به اسناد و مدارک.

در جمع‌آوری اطلاعات از طریق مراجعه به روزنامه‌ها، با توجه به فرضیات تحقیق، بیش از ۲۰ مورد برای بررسی انتخاب شده و در هر یک از سالهای مورد بررسی برای روزنامه‌های انتخاب شده نتایج مشاهده جمع‌آوری شده است.

در مصاحبه‌ها نیز سؤالات مدنظر با توجه به فرضیات تحقیق با سه گروه: ۱. مسئولین یا یکی از کارکنان باتجربه و مطلع از بخش آگهی روزنامه‌های مورد نظر؛ ۲. صاحب‌بنظران و مسئولین

بعضی از مؤسسات تبلیغاتی و ۳. صاحبانظران و متخصصان دانشگاهی در امر تبلیغات مطرح و از پاسخهای ارائه شده برای فرضیات تحقیق استفاده شده است.

ج. محدودیتهای تحقیق

به طور اجمالی محدودیتهای این تحقیق را می توان به ترتیب زیر ذکر نمود:

۱. محدودیت زمانی با توجه به فراخوان سمینار و وقت در نظر گرفته شده برای ارائه مقاله و تعداد روزنامه‌های در نظر گرفته شده برای تحقیق و عدم دسترسی به این روزنامه‌ها در سالهای مورد نظر در یک آرشیو و لزوم مراجعه به آرشیوهای مختلف از جمله مهم‌ترین محدودیتهای این بررسی است.

۲. عدم دسترسی کامل به منابع: با توجه به تعداد کم و پراکندگی تحقیقات در زمینه موضوع مورد بررسی، به اطلاعات گردآوری شده از گزیده مقالات مورد بررسی و یا گزارش مطبوعات در موضوع تحقیق و بانک اطلاعات پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد و دکترا و تازه‌های تحقیق مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران مراجعه شد، و با توجه به نقص و یا به روز نبودن آنها، دسترسی به منابع به طور کامل امکان‌پذیر نبوده است.

ج. تحقیقات انجام شده درباره موضوع تحقیق

تحقیقات انجام شده را می توان در دو فاصله زمانی مدنظر قرار داد: ۱. قبل از انقلاب اسلامی و ۲. بعد از انقلاب اسلامی تا انتهای محدوده بررسی.

در مورد اول اطلاعات به دست آمده شامل دو تحقیق دانشگاهی در مورد آگهی‌ها و تبلیغات در مطبوعات مربوط به سالهای ۴۸ و ۵۱ است و همچنین بررسی آگهی‌های بازرگانی در یک دوره ۸ ساله (۲۷-۳۴) توسط محمد مهدی فرقانی که در فصلنامه رسانه سال چهارم، زمستان ۱۳۷۲ منتشر شده است.

به‌علاوه گزارشهای فرهنگی ایران در سالهای مختلف نیز اطلاعاتی را در زمینه آگهی‌ها در مطبوعات شامل می‌شود. بعد از انقلاب اسلامی در محدودهٔ این تحقیق (سالهای ۵۸-۷۶) شامل بررسی‌های زیر است:

۱. بررسی تعرفه‌های روزنامه‌ها، طرح پژوهشی مربوط به سال ۱۳۷۳، سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی.
۲. سهراب‌زاده، «مطبوعات در آئینهٔ مطبوعات، بررسی مقایسه‌ای سطح آگهی در روزنامه‌های صبح و عصر تهران»، فصلنامهٔ رسانه، سال ششم، شمارهٔ ۳، (پاییز ۱۳۷۴).
۳. حسن مقیمی اسفندآبادی (و) قاسم روشناس، «مطبوعات ایران و مشکل بازدهی سرمایه»، فصلنامهٔ رسانه، شمارهٔ ۱، بهار ۱۳۷۴.
۴. جستاری پیرامون تبلیغات بازرگانی و نقش آن در مطبوعات ایران (کیهان ۱۳۶۷، و ۱۳۵۹)، ناصر فلاح شریع، سال تحصیلی ۷۶-۷۵، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران، مرکز کارشناسی ارشد.
۵. بررسی تواناییهای تخصصی و ارتباطی شرکتهای تبلیغاتی در ایران، بهروز ادراکی، سال تحصیلی ۷۶-۷۵ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران، مرکز کارشناسی ارشد.

۲. تخصص و تبلیغات

ابعاد مختلف تبلیغات

مهم‌ترین ابعاد کلی تبلیغات، ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، مذهبی، اقتصادی و... است. و به لحاظ ارزشی دارای ابعاد معنوی و مادی است.

ابعاد فرهنگی و اجتماعی تبلیغات با توجه به موضوع آگهی و تبلیغ تفاوت پیدا می‌کند، زیرا موضوع با مخاطب پیوند محکمی دارد. آنچه اهمیت دارد تجزیه و تحلیل موضوع مورد تبلیغات و ارتباطش با مخاطبان آن موضوع است. موضوع تبلیغ هرچه باشد، دارای صفات ویژه و واقعیت‌هایی است. این واقعیتها و صفات هستند که باید قابل ارائه به مخاطبان باشند. پس شناخت فرهنگی و اجتماعی مخاطبان بسیار با اهمیت است. این مخاطب است که ارزش دارد و تعیین‌کنندهٔ اصلی است. پیام و لحنها و حتی انتخاب رنگها در تبلیغات با توجه به نوع مخاطبان باید تنظیم و انتخاب شود.

هدف تبلیغات همواره منافع مادی نیست. بلکه مجموعه‌ای از اهداف است. این اهداف می‌تواند شامل اهداف سیاسی، اجتماعی و ارزشی باشد. به لحاظ ارزشی پیامها و آگهی‌های تجاری علاوه بر منطبق بودن با اهداف رشد و توسعه اقتصادی — اجتماعی باید از ارزشهای معنوی و راستین فرهنگ این مرز و بوم تبعیت کند. حتی در یک تبلیغ با هدف اقتصادی می‌توان به ابعاد فرهنگی و اجتماعی نیز توجه داشت.

تبلیغاتی که بر اساس مسئولیت اجتماعی شکل بگیرد، می‌تواند اهداف گوناگونی را پوشش داده و تصویر مناسبی را از محصول یا کالا یا سازمان در اذهان عمومی بر جای گذارد.

آثار اجتماعی تبلیغات می‌تواند به صورت آثار مثبت، منفی و یا بی‌اثر تقسیم‌بندی شود. تبلیغات زمانی دارای آثار اجتماعی مثبت است که در آن حقایق نهفته باشد و الگوی رفتاری مناسبی را به وجود آورد. یعنی مبلغ این باور را پذیرفته باشد که تنها حقیقت نتیجه‌بخش است. آثار اجتماعی مثبت زمانی مشهود می‌شود که تبلیغ و نوع پیامها تضادی با سیستم ارزشی و اجتماعی و فرهنگی جامعه و مردم نداشته باشد و باعث تحولات مثبت در تفکر و بینش، برداشت و رفتار انسانها شود. به عنوان مثال تبلیغات مربوط به سازمانهایی مانند شرکت برق، گاز، سازمان بهزیستی و حتی بعضی از شرکتهای تولیدی در چند سال گذشته به علت نقش آموزشی و پرورشی آنها دارای آثار اجتماعی مثبت بوده‌اند، آثار منفی تبلیغات در جامعه زمانی دیده می‌شود که تبلیغات خودخواهانه، عجولانه، یکسویه و ناسازگار با روحیه، فرهنگ، نیازها و دانش مخاطبین باشد.

برای بررسی اینکه بینیم در آگهی مندرج در روزنامه‌های انتخاب شده در فاصله زمانی انتخابی به ابعاد مختلف تبلیغات و آثار آن توجه شده است چهار مورد را به عنوان نمونه مورد بررسی قرار دادیم:

۱. آگهی‌های آموزشی، ۲. کاربرد کلمات و اصطلاحات نامأنوس، ۳. آگهی‌هایی که با واقعیت تطابق ندارد و به عبارتی در آن اغراق به چشم می‌خورد، و ۴. تفاوت آگهی برای یک محصول و یا کالای خاص در روزنامه‌های مختلف. نتایج موارد مورد بررسی به اینگونه می‌توان عنوان نمود:

۱. مورد اول در سالهای ۵۸ و ۶۱ در روزنامه‌های انتخابی دیده نشد. در سال‌های ۶۶ و ۷۲ و ۷۶ در روزنامه‌های انتخابی این مورد دیده می‌شود که معمولاً مربوط به مراکز و سازمانهای دولتی است تا خصوصی.

۲. مورد دوم در سالهای ۵۸ و ۶۱ و ۷۶ در روزنامه‌های انتخابی در فاصله زمانی انتخاب شده تقریباً دیده نشد ولی در سالهای ۶۶ و ۷۲ این موارد دیده می‌شود: «بچینگ پلانت ساخت شرکت...» و یا «واتراستاپ — واترپروف بتون — چسب بتون شرکت شیمیایی...»

۳. مورد سوم در سالهای ۵۸ و ۶۱ و ۶۶ و ۷۲ بندرت دیده می‌شود، اما در سال ۷۶ در روزنامه‌های انتخابی این مورد دیده می‌شود: «مسافرت یک هفته‌ای وارنا و صوفیا تقریباً مجانی، فرصت را از دست ندهید!»

۴. و بالاخره مورد چهارم نیز در سالهای مورد بررسی و روزنامه‌های مدنظر تفاوت قابل ذکر که مشخص شود در آگهی‌ها، نوع مخاطبان لحاظ شده باشد نیز بندرت دیده می‌شود.

قابل ذکر است که بنابه اظهار نظر متخصصین تبلیغات و مسئولین آگهی‌های روزنامه‌های انتخاب شده، در سالهای ۵۸ و ۶۱ و ۶۶ با توجه به شرایط خاص کشور و ارزش‌های معنوی و اجتماعی و جنگ تحمیلی عراق علیه کشورمان، آگهی‌ها و تبلیغات کالا و محصولات تحت تأثیر این شرایط عملاً محدود هستند. و بخش بازرگانی و آگهی‌های روزنامه‌ها دارای گستردگی فعالیت نیستند. و پس از جنگ تحمیلی و آغاز دوران سازندگی و شرایط رشد و توسعه و بهبود شرایط بازرگانی کشور برای واردات و صادرات، عملاً بخش آگهی‌ها در روزنامه‌ها فعال شد. اما آنچه مشخص است به ابعاد و اهداف و آثار اجتماعی تبلیغات هنوز به نحو شایسته‌ای توجه نشده است.

لزوم دید تخصصی به تبلیغات و آگهی‌ها در رسانه‌ها سازمان‌های تبلیغاتی با توجه به نقششان در فرآیند تولید آگهی در رسانه‌ها، به مثابه عامل ارتباط میان بنگاه و مطبوعات عمل می‌کنند. اما سازمانهای تبلیغاتی با توجه به نوپا بودن تبلیغات در کشور دارای الگوهای مناسب حرکتی نیستند که این البته مستلزم مطالعه و تحقیق در پیشرفتهای

روز این علم و ضوابط و ارزشهای فرهنگی - اجتماعی در جامعه برای قانونمندی بیشتر و جهت گیری های لازم و مناسب است. در حال حاضر بیش از ۳۰۰ شرکت تبلیغاتی با مجوز در کشورمان فعالند. و درصد قابل توجهی از آگهی های روزنامه ها به وسیله آنها تهیه و تولید و برای چاپ ارائه می شوند. شرکتهای تبلیغی همچنین در هدایت و مشاوره ارائه دهندگان پیام و انتخاب رسانه متناسب با نوع محصول، کالا یا خدمات می توانند نقش بسزایی را ایفاء کنند. برای انجام دادن یک کار تبلیغاتی مناسب در زمینه بازرگانی، ابتدا باید یکسری اطلاعات را در باره مخاطب جمع آوری کرد و در واقع تحقیقاتی هدفمند با توجه به کالا یا خدمت مورد نظر انجام داد. در این تحقیقات مسئله جامعه شناسی پیام گیرنده و روان شناسی مخاطب می باید مدنظر قرار بگیرد. علاوه بر آن شناخت فرهنگ مصرف در جامعه و مخاطب جزو اصولی ترین دانشی است که یک کارشناس تبلیغات باید بر آن مسلط باشد.

در حقیقت کسانی که در دنیا تبلیغات حرفه ای انجام می دهند، یک تیم کامل روان شناس و جامعه شناس هستند و کسانی که مدیریت تبلیغات را برعهده دارند، مدیران کارآمدی هستند که به مسائل فرهنگی واردند و در نهایت هنرمندان و نویسندگان اند که کار نوشتن پیام تبلیغاتی و متن ها را به عهده دارند. دوم طراحان و گرافیکست ها هستند. دسته سوم نقاشان و تصویرسازان و دسته چهارم عکاسان هستند و در نهایت در بعضی موارد به آهنگسازان نیاز است.

بخش دیگر کار تبلیغات مستلزم استفاده از ابزارهای تکنیکی، فنی و رایانه ای است که شرکتهای تبلیغاتی در چند سال اخیر از این تکنولوژی بهره می گیرند ولی کمبود امکانات در حال حاضر وجود دارد.

با توجه به نقش هماهنگی مدیران، ایشان در زمینه های تبلیغاتی و برای هماهنگی تیم تبلیغاتی خود باید دارای مشخصه های ویژه ای باشند و به عنوان تصمیم گیرنده، ضمن استفاده مطلوب از تمامی ابزارها و عوامل دخیل در امر تبلیغات، باید اطلاعات مدیریتی خود را از آنچه درباره تبلیغات در سطح دنیا رخ می دهد به روز نگه دارند. در جامعه ما با توجه به ریشه های تاریخی و سنتی و دینی افراد، اگر مدیریت شرکتهای تبلیغاتی تنها به جنبه نوگرایی کارکردن خود فکر کند و بخواهد فقط تقلیدی از الگوهای بیگانه ارائه دهند، ناموفق خواهند بود. امکانات مدرن چنانچه در جهت فرهنگ و آداب و اعتقادات افراد جامعه گام بردارد، حرکتش دیگر تنها «نوگرایانه»

نخواهد بود بلکه تلفیقی است از سنت و پدیده‌های جدید که بسیار ظریف در کنار یکدیگر قرار داده شده‌اند.

برای اینکه از میزان توانایی تخصصی بخش آگهی‌های روزنامه‌های مورد بررسی و شرکتهای تبلیغاتی در امر اجرا و ارائه آگهی‌ها آگاهی یابیم و با نظر به اینکه بین ۳۰ تا ۹۰ درصد آگهی‌های روزنامه‌های مورد بررسی از طرف شرکتها و مؤسسات تبلیغاتی ارائه می‌شود، موارد زیر را در فاصله زمانی این تحقیق مورد مشاهده قرار دادیم:

۱. رابطه و تناسب بین کلمات و طرح و عکس در آگهی‌ها؛
۲. پیام و کلمات مورد استفاده در آگهی‌ها؛
۳. آگهی انتظاری و مرحله‌ای؛
۴. اندازه و سطح آگهی؛
۵. تناسب آگهی‌هایی که در کنار هم درج می‌شوند؛
۶. تک رنگ یا چند رنگ بودن آگهی‌ها؛
۷. راهنمای مشاغل و یا حرف و تناسب و نحوه ارائه آن.

به علاوه میزان مجاز آگهی برای هر صفحه و کل روزنامه و آنچه عمل شده و یا می‌شود، وجود گروههای تخصصی در بخش آگهی‌ها، تنوع شیوه‌های موفق در آگهی در طول دوره مورد بررسی هر روزنامه و نسبت آگهی دریافتی از بخش آگهی‌ها از منابع مختلف مورد پرسش قرار گرفت که نتایج آن را می‌توان به این صورت عنوان نمود:

۱. در سالهای ۵۸ و ۶۱ بیشتر از حروف و کلمات در آگهی‌ها استفاده می‌شد. در سال ۶۶ در مورد روزنامه‌های بررسی شده استفاده از طرح و عکس دیده می‌شود اما هنوز آگهی‌هایی که از کلمات استفاده می‌کنند بیشتر است. در سالهای ۷۲ و ۷۶ در مورد بسیاری از کالاهای خدمات از تلفیق این دو استفاده می‌شود که در سال ۷۶ تناسب این تلفیق بیشتر به چشم می‌خورد و طرح و تصویر و کاربرد آن جای خود را در آگهی‌ها باز کرده است.
۲. پیامها و کلمات مورد استفاده در سالهای ۵۸، ۶۱ و ۶۶ در آگهی‌های بازرگانی بیشتر جنبه کلیشه‌ای دارد و متنوع نیست. در سالهای ۷۲ و ۷۶ نیز اگرچه پیامها و شعارهای جذاب و گیرا

نیز در آگهی‌ها دیده می‌شود اما بسیاری از پیامها از توجه به مخاطب و دید روان‌شناسانه برای تأثیرگذاری مطلوب بی‌بهره‌اند.

۳. آگهی‌های انتظاری در سال‌های ۵۸ و ۶۱ و ۶۶ در روزنامه‌های مورد بررسی مشاهده نشد. در سال ۷۲ بعضاً به چشم می‌خورد اما بسیار محدود است و در سال ۷۶ نیز دیده می‌شود که قابل توجه نیست. آگهی‌های مرحله‌ای نیز در سالهای ۷۲ و ۷۶ در مواردی خاص وجود دارد اما هنوز سهمی در بین آگهی‌ها ندارد.

۴. اندازه و سطح آگهی‌ها در سالهای ۵۸ و ۶۱ و ۶۶ معمولاً بزرگ نیست بجز در بعضی از موارد و آن هم بیشتر مربوط به بعضی اطلاعیه‌هاست. در سالهای ۷۲ و ۷۶ با استفاده از آگهی‌های رنگی، اندازه‌ها از کادرهای معمولی هر روزنامه به اندازه‌های ۱۸ و ۱۴ و ۱۲ صفحه برای آگهی‌ها بیشتر شده و در سال ۷۶ اندازه‌های ۱/۴ و ۱/۲ صفحه کاربرد بیشتری یافته‌اند.

۵. در طول دوره مورد بررسی و در روزنامه‌های مورد بررسی، این تناسب کمتر رعایت شده است و بیشتر اگر تناسبی نیز دیده می‌شود بعضاً سعی شده با صفحه مورد نظر هماهنگی داشته باشد.

۶. آگهی‌ها در سالهای ۵۸ و ۶۱ و ۶۶ به صورت تک رنگ یا دو رنگ و سپس از سال ۷۲ با درج آگهی‌های رنگی توسط همشهری و سپس ایران، در کیهان و اطلاعات نیز آگهی‌های رنگی دیده می‌شود. آگهی‌های رنگی در بسیاری از موارد هنوز کاربرد واقعی خود را نیافته و کیفیت چاپ آگهی رنگی بعضاً مطلوب نبوده است. از لحاظ فنی و تکنیکی استفاده از آگهی‌های دو رنگ یا چند رنگ به نظر می‌رسد می‌تواند از رشد کیفی بالاتری برخوردار شود.

۷. این مورد فقط در نیازمندیهای روزنامه — چنانچه وجود داشته باشد — ملاحظه می‌شود؛ بجز روزنامه ایران که در سال ۷۶ در یکی از صفحات داخلی و برای بعضی از مشاغل مورد نیاز این کار را برای مدتی انجام داده است.

به‌علاوه میزان مجاز آگهی و یا حداکثری که منظور می‌شود به طور متوسط ۱/۲ صفحه است، بجز صفحات اول و آخر که معمولاً کمتر است. همچنین راهنمایی سازمان آگهی‌های روزنامه‌ها معمولاً در اندازه و صفحه مورد نظر و یا شکل و زمان ارائه آگهی می‌تواند ارائه دهنده را یاری دهد. در مورد تنوع شیوه‌های موفق، معمولاً هر روزنامه یک یا دو شیوه را معرفی می‌کند که به بعضی از آنها در حال حاضر عمل نمی‌شود و یا بعضاً در سالهای قبل از

انقلاب نیز آن نمونه‌ها دیده شده است. دریافت آگهی معمولاً به سه طریق ارائه از طرف شرکتهای تبلیغاتی، کارکنان بخش آگهی‌های روزنامه و یا دفاتر و شعبات روزنامه در کشور انجام می‌شود که نسبت آنها با هم اختلاف دارد ولی سهم آگهی‌های دریافتی از طرف شرکتهای تبلیغاتی بیشتر از موارد دیگر است.

راهنما و نیازمندیها در روزنامه‌ها

بر طبق اظهار نظر کارشناسان، راهنما یا نیازمندیها را می‌توان با توجه به نقش اطلاع‌رسانی آن، مکمل روزنامه‌ها دانست. وجود راهنما یا نیازمندیها علاوه بر اینکه صاحبان مشاغل و خدمات را با یکدیگر آشنا می‌سازد، می‌تواند بسیاری از نیازهای مخاطبان را نیز جوابگو باشد و حتی بر تیراژ روزنامه تأثیر قابل ملاحظه‌ای بگذارد. در بررسی روزنامه‌های انتخابی و در سالهای انتخابی، فقط در روزنامه‌های سلام و ابرار توجه به نیازمندیها کمتر دیده می‌شود. به طوری که در روزنامه سلام در سال ۷۲ و زمان مورد بررسی فاقد بخش نیازمندیها بوده و در سال ۷۶ نیز به طور محدود و نامنظم بخش نیازمندیها را داشته است. در روزنامه ابرار اگرچه در سالهای ۶۶ و ۷۲ نیازمندیها وجود دارد اما به طور ناقص و محدود و با کاهش حجم روبرو بوده است.

بخش نیازمندیها در روزنامه اطلاعات در داخل صفحات و بدون فهرست و در روزنامه‌های کیهان، همشهری و ایران به صورت نصف اندازه معمولی صفحات و به صورت جداگانه و با فهرست راهنما وجود دارد. راهنما یا نیازمندیها به صورت تک رنگ یا دو رنگ ارائه می‌شوند و تنها راهنمای همشهری اطلاعات بیشتری را در زمینه مسائل قانونی، حقوقی، اجتماعی و... در اختیار خوانندگان خود قرار می‌دهد و توجه بیشتری به کارایی و گستردگی کار در راهنما داشته است. البته در بخش نیازمندیها دیده می‌شود که در سالهای ۶۱ و ۶۶، گاه بخش نیازمندیهای مناطق و شهرستانها نیز ارائه می‌شد که در سالهای ۷۲ و ۷۶ چنین موردی کمتر (بجز همشهری) به چشم می‌خورد. نیازمندیهای فعلی کیهان، همشهری و ایران در حال حاضر تنها در استان تهران توزیع شده و تیراژ آن به تبع کمتر از تیراژ خود روزنامه است. نکته مهم و قابل توجه در مورد راهنما و یا نیازمندیها، مجوز و یا اعتبار ارائه دهندگان آگهی است. باید حداکثر وقت و تدبیر لازم توسط روزنامه‌ها بکار گرفته شود تا از اعتماد خوانندگان سوءاستفاده‌ای نشود.

آگهی‌های بازرگانی و قوانین

قوانین فعلی مربوط به ضوابط آگهی در قانون مطبوعات مصوب سال ۶۴ و ماده ۱۲ آیین‌نامه تأسیس و نحوه کار و فعالیت کانونهای آگهی و تبلیغات مصوب ۱۳۵۸ و بعضی دیگر از مواد آیین‌نامه است.

بر طبق ماده ۱۹ قانون مطبوعات، نشریات در چاپ آگهی تجاری که مشتمل بر تعریف و تمجید کالا یا خدماتی باشد که از طرف یکی از مراکز تحقیقاتی کشور برحسب قوانین رسمی تأیید گردد با رعایت ماده ۱۲ آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیتهای کانونهای آگهی تبلیغاتی و بندهای مربوط مجازند. و مطابق ماده ۱۲ آیین‌نامه تأسیس و نحوه کار و فعالیتهای کانونهای آگهی، این مراکز در تنظیم و چاپ آگهی تبلیغاتی مطبوعات مکلف به رعایت نکات زیرند:

۱. استفاده از تصاویر و عناوین مقامات عالی‌رتبه مملکتی و تمثال پیشوایان مذهبی و شخصیتهای تاریخی و فرهنگی کشور در آگهی‌هایی که هدف آن ارائه کالاهای مصرفی و خدمات مشابه است ممنوع است.

۲. آگهی‌های تبلیغاتی نباید خدمات یا کالاهای دیگران را بی‌ارزش یا فاقد اعتبار جلوه دهد.

۳. در آگهی‌های تبلیغاتی ادعاهای غیرقابل اثبات و مطالب گمراه کننده نباید گنجانده شود.

۴. آگهی‌های تبلیغاتی نمی‌تواند از قول منابع علمی ادعاهایی به عمل آورد که از طرف منابع موثق علمی تأیید نشده باشد.

۵. آگهی‌های تبلیغاتی نباید محتوی گفتار یا تصاویری باشد که برای اخلاق و معتقدات مذهبی و عفت عمومی توهین آمیز باشد.

۶. تحقیر و استهزای دیگران تصریحاً در آگهی‌های تبلیغاتی ممنوع است.

۷. تبلیغاتی که مروج فساد یا مخالف ادیان رسمی و برخلاف عفت عمومی باشد ممنوع است.

۸. تعیین جایزه در مقابل تشویق به خرید و مصرف ممنوع است.

چاپ آگهی‌های مربوط به خواص مواد غذایی، آشامیدنی، بهداشتی و آرایشی طبق مقررات مربوط مستلزم گرفتن اجازه از وزارت بهداشتی و بهزیستی است. (ماده ۱۳ همان آیین‌نامه).

تبلیغ در مورد خواص داروها نیز ممنوع است؛ مگر طبق ضوابط ماده ۵ قانون مربوط به مقررات پزشکی و دارویی و موارد خوراکی و آشامیدنی مصوب ۱۳۴۴.

به موجب آیین‌نامه انتظامی پزشکی، در مورد پزشکان به‌طور کلی تبلیغات فردی و آگهی و درج اسامی پزشکان و دندانپزشکان و درج اسامی مؤسسات پزشکی در روزنامه‌ها و مجلات ممنوع است.

پزشکان و دندانپزشکان در امور حرفه‌ای فقط در موارد زیر و حداکثر دو دفعه، مجاز به درج آگهی در روزنامه‌ها یا مجلات می‌باشند: الف) اعلام مسافرت یا تعطیل مطب و یا بازگشت از مسافرت؛ ب) اعلام افتتاح مطب. در موارد فوق‌الذکر بایستی نام و نام خانوادگی و نوع تخصص و نشانی و شماره تلفن مطب ذکر شود.

اولین نکته قابل ذکر در مورد آیین‌نامه تأسیس و نظارت کار و فعالیت کانونهای آگهی و تبلیغات همانطور که در بخش آگهی و تبلیغ گفته شد کاربرد آگهی تبلیغاتی درست نیست و کلمه جایگزین آن آگهی تجاری یا بازرگانی را می‌توان استفاده کرد. دوم آنکه بنابه اظهارنظر کارشناسان و متخصصان امر تبلیغات در شرایط فعلی در زمینه قوانین تبلیغات و آگهی خلاء قانونی مشهود است به‌علاوه بعضی از موارد باید تجدیدنظر و یا تکمیل شوند که امید است پیش‌نویس قانون تبلیغات با بررسی همه‌جانبه تدوین شود تا علاوه بر منظورکردن پیشرفت‌های فنی و تکنیکی شرایط فرهنگی و اجتماعی و مبنای ارزشی جامعه نیز در آن لحاظ شود. و حرکت‌های تبلیغاتی با شرایط مطلوب و مناسبتری و بر طبق اهداف توسعه کشور از شتاب و هماهنگی مناسب برخوردار گردد. و بالاخره باید شرایط ورود تبلیغات خارجی نیز بررسی و با جامع‌نگری و تدابیر لازم در مطبوعات در سایر رسانه‌ها از این امکان مطابق با مصالح کشور از آن بتوانیم سود جوئیم. بی‌شک برای این کار تخصص و شرایط مناسب فنی و تکنیکی علاوه بر جلب آگهی‌های خارجی، رشد کیفی آگهی‌های داخلی را در مطبوعات نیز فراهم خواهد آورد.

آگهی‌ها و سهم آن در تأمین مالی روزنامه‌ها
روزنامه‌ها سه راه درآمدی برای بهبود بازده سرمایه خویش در پیش روی دارند: ۱. افزایش قیمت، ۲. درآمد فروش و ۳. جلب آگهی.

تجارب به دست آمده در بعضی از روزنامه‌ها که از سال گذشته افزایش قیمت را در دستور کار خود قرار دادند نشان می‌دهد که این افزایش قیمت همراه با کاهش فروش بوده است و چون افزایش قیمت در تمام روزنامه‌ها رخ نداده است و سطح کیفی روزنامه‌ها در حال حاضر چنان نیست که خریداران افزایش قیمت را بپذیرند، لذا درصد کاهش فروش بیشتر یا مساوی افزایش قیمت خواهد شد و در شرایط فعلی عامل مؤثری برای بهبود بازده سرمایه نخواهد بود.

از طرفی افزایش درآمد فروش روزنامه‌ها نیز تابعی از درآمد سرانه افراد، تیراژ، شعاع انتشار، بهای روزنامه و روش توزیع آن است. استفاده از این مورد نیز به سختی امکان‌پذیر خواهد بود و احتیاج به ابداع شیوه‌های بدیع و مؤثر دارد.

بنابراین برای روزنامه‌ها بی‌شک بهترین روش جلب بیشتر آگهی است زیرا معمولاً روزنامه‌ها دارای واحدهای آگهی هستند، به علاوه می‌توانند در این راه از شرکتهای خصوصی همکاری و مسئولیت‌پذیری مؤثری را دریافت دارند. برای مثال، از هنگامی که راهنمای همشهری که به بخش خصوصی واگذار شده، از عملکرد مناسب و گستردگی فعالیت راهنما برخوردار شده است.

اگرچه ارجاع بسیاری از آگهی‌ها به روزنامه‌ها، به ویژه به وسیله بخش خصوصی، تابعی از تیراژ فروش آنهاست و درآمد آگهی تا حدودی منوط به سطح فروش بوده و تعرفه‌ها از آن تأثیر مستقیم می‌پذیرند، با این حال با توجه به اینکه در حال حاضر طبق بررسی انجام شده در این تحقیق، به طور متوسط کمتر از ۵۰ درصد از روزنامه‌های مورد بررسی درآمدشان از طریق آگهی‌ها تأمین شده و سهم مطبوعات بویژه روزنامه‌ها از هزینه‌های آگهی کشور برخلاف کشورهای صنعتی و پیشرفته در رده اول قرار ندارد. با گسترش کار تخصصی و همگام با شرایط توسعه کشور می‌توان انتظار داشت که با قانونمندی بیشتر در زمینه تبلیغات در کشور، آگهی‌ها بتوانند بیشترین نقش را در بهبود و افزایش بازده سرمایه روزنامه‌ها داشته باشند. افزایش متناسب و هماهنگ قیمت در شرایط مقتضی چنانچه با ارتقاء سطح کیفی روزنامه‌ها همراه باشد می‌تواند به عنوان مکمل درآمد آگهی‌ها عمل نماید.

از طرفی با توجه به رقبایی همچون صدا و سیما و تابلوهای دیواری خیابانی و اتوبوسی و... در آن بخشی که درآمد آگهی می‌تواند متأثر از توانایی مدیریت باشد، با همکاری مؤسسات و

شرکتهای تبلیغاتی می‌توان شیوه‌های مؤثرتری را با بهره‌جویی از کادر متخصص و باتجربه برای جلب بیشتر آگهی به کار گرفت.

۳. تبلیغات، تولید، صادرات و کاهش وابستگی

نگاه جهان معاصر به تبلیغات با دیدگاه سنتی تفاوت چشمگیری دارد. در دیدگاه سنتی اعتقاد بر این بود که برای کالا یا خدماتی تبلیغ می‌شود که مرغوبیت ندارد و به کمک تبلیغات سعی در ارائه آن دارند. تبلیغات در چارچوب علمی خود بر این اساس استوار نیست.

بسیاری از صاحب‌نظران اعتقاد دارند که تبلیغات جزء با ارزش فرآیند تولید و مصرف است، زیرا چنانچه تبلیغات در قالب درستی گام بردارد ویژگی‌های ارزنده‌ای را به مصرف‌کننده انتقال می‌دهد و مصرف‌کننده بر مبنای آن ویژگیها مقایسه لازم را بین کالاها یا خدمات انجام داده و با دیدی گسترده به تصمیم‌گیری و انتخاب می‌پردازد.

امروزه به تبلیغات به عنوان عامل مؤثر در راه ارتقای بهره‌وری تولید و مصرف نگاه می‌شود. اعتقاد صاحب‌نظران بر این است که بهره‌وری الزاماً کم مصرف کردن نیست. یک جامعه بهره‌ور ممکن است مصرف بالایی داشته باشد. بهره‌وری تجمل‌گرایی و هم‌چنین تولید بیشتر نیست. بهره‌وری کار بیشتر یا صرفاً یک معیار اقتصادی و مالی نیست. نفع‌طلبی و ایجاد تقاضای کاذب و بهره‌کشی از زیردستان نیز نمی‌تواند باشد.

بهره‌وری در تبلیغات، نگرشی برای عقلانی کردن فعالیتها و جلوگیری از کارهای بیهوده است. بهره‌وری درست و بجا مصرف کردن است. بهره‌وری به معنای استفاده صحیح از عمر برای زندگی، در مصرف هم متبلور می‌شود. پس اگر تولیدکننده نگرش صحیحی نسبت به تبلیغات و انتخاب نوع رسانه داشته باشد و از مشاوره‌های علمی و تخصصی در این زمینه بهره‌جوید، بی‌شک تبلیغات در کیفیت تولید و سپس میزان تولید او تأثیر قابل توجهی خواهد گذاشت. به‌علاوه با گسترش راهبرد توسعه صادرات در کشورمان، تولیدکنندگان مازاد و یا سهمی از تولید خود را به بازارهای جهانی عرضه می‌کنند و برای بازاریابی جهت حضور فعال در بازارهای جدید باید از تبلیغات کمک بگیرند. بنابراین بنگاههای تبلیغاتی باید از ابزارها و امکانات نوین و ابتکار و خلاقیت افراد صاحب فکر برای طراحی آگهی‌های تبلیغاتی جذاب بهره‌گیرند.

هر چند رقبای تولیدکننده کالا یا محصولات مشابه در کشورهای پیشرفته در به‌کارگیری روشهای بنگاههای تبلیغاتی با محدودیت روبه‌رو نیستند، لیکن می‌توان در کشورما نیز با رعایت موازین اخلاقی و مذهبی، تبلیغات گیرا و فراگیر و جذاب تهیه کرد. امروزه ابزارهای ارتباط جمعی مانند رادیو و تلویزیون، رسانه‌های نوشتاری ویژه، مطبوعات، شبکه‌های رایانه‌ای و... برای بازاریابی و تبلیغات به مدد مدیران بازاریاب آمده تا آنها را در راهیابی و نفوذ در بازارهای بین‌المللی کمک کند.

آنچه مسلم است امر بازاریابی تخصصی است که با استفاده از روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، شناخت فرهنگ و آداب و سنن و... می‌تواند بهترین و مؤثرترین شیوه‌های تبلیغات در جوامع مختلف را مشخص نماید. بی‌شک تبلیغات بدون انجام کار کارشناسی تحقیقی و پژوهشی در جوامع مختلف، صرف هزینه‌های بدون بازگشت و سربار را باعث شده و ضرر و زیانهای را متوجه بازرگانان می‌سازد، تا جایی که می‌تواند سرمایه‌گذاریهای انجام شده را به کلی هدر دهد. بسیاری از صادرکنندگان کشورمان حتی با وجود مشاوران تبلیغاتی برای حضور در بازارهای مورد نظر و پس از انجام تحقیقات بازاریابی، در انتخاب نوع رسانه و تأثیر و کارایی آنها در بازار انتخابی با مشکل روبرو می‌شوند. و چون اکثراً در داخل نیز توانایی مقایسه کارکرد رسانه‌ها با یکدیگر را ندارند، در انتخاب رسانه ممکن است با اشتباهاتی روبه‌رو شوند. البته این بدان معنا نیست که آگهی تهیه شده در رسانه‌های منتخب در کشورمان برای یک محصول یا کالا یا عرضه محصول در بازار کشور دیگر به یک شکل قابل استفاده است. زیرا فرهنگ و ارزشهای فرهنگی‌ای که باید در انتخاب آگهی و رسانه مدنظر باشند، ممکن است طیف اختلافی را از کم تا زیاد در بازارهای هدف شامل شوند. بنابراین با گسترش و نگرش صحیح به تبلیغات، به ویژه مطبوعات، می‌توان از تجربه و مهارت در ارائه آگهی بهره‌مند شد.

برای بررسی نقش تبلیغات در تقویت تولید و خدمات و ایجاد شرایط مساعد برای صادرات محصولات با کیفیت بالا و ترغیب واردکنندگان به ارائه آگهی کالاهای واسطه و سرمایه‌ای در روزنامه‌های انتخابی، موارد زیر به عنوان نمونه انتخاب شد و مورد بررسی قرار گرفت:

۱. معرفی تولیدات داخلی چه مقدار از آگهی‌ها را در روزنامه‌ها در سالهای مورد بررسی شامل شده‌اند

۲. برای چه کالاهایی تبلیغ می‌شود (مصرفی - واسطه‌ای و سرمایه‌ای)؟

۳. معرفی محصولات جدید

۴. رپرتاژ آگهی‌ها

۵. حضور چه کشورهایی در بازار تجاری ایران و چه نوع محصولاتی تبلیغ می‌شود؟

۶. تبلیغات بانکها و مؤسسات خدماتی به چه شکل و به چه میزان بوده است؟

۷. چه مقدار از آگهی‌ها، وجه اطلاع‌رسانی در مورد خدمات و کالاها را مدنظر قرار داده و

مشخصات متمایز محصول را ارائه می‌دهند؟

۸. آگهی‌های سینمایی به چه شکل و چه میزان از آگهی روزنامه‌ها را شامل شده‌اند؟

۹. تناسب آگهی‌های بخش خصوصی و دولتی در طول دوره مورد بررسی.

نتایج حاصل از این بررسی را می‌توان بدین گونه ارائه کرد:

۱. معرفی تولیدات و خدمات داخلی در آگهی‌های سالهای ۵۸ و ۶۱ و ۶۶ سهم قابل ملاحظه‌ای در روزنامه‌های مورد بررسی ندارند، ولی پس از پایان جنگ تحمیلی و آغاز برنامه‌های توسعه کشور در سالهای ۷۲ و ۷۶، سهمی بیش از ۱۵ تا ۲۰ درصد را شامل شده است و در سال ۷۶ نسبت به ۷۲ افزایش نشان داده است.

۲. بررسی روزنامه‌های انتخابی در سالهای مدنظر نشان می‌دهد که این مورد در سالهای ۶۶، ۷۲ و ۷۶ قابل بررسی است و بالاترین حجم آگهی را کالاهای مصرفی تشکیل می‌دهند. سهم کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای در آگهی‌های روزنامه‌ای به حداکثر ۱۰٪ آگهی کالا در سال ۷۶ رسیده است.

۳. معرفی محصولات جدید در سالهای مورد بررسی را می‌توان با نسبتهای متغیر مشاهده نمود. این قبیل آگهی‌ها در سالهای ۷۲ و ۷۶ رشد بیشتری نسبت به قبل نشان می‌دهد و در روزنامه‌های همشهری و ایران و سپس در کیهان و اطلاعات بیشتر به چشم می‌خورند.

۴. رپرتاژ آگهی که معمولاً به معرفی بخشهای صنعتی و تولیدی کشورمان می‌پردازد در سالهای مورد بررسی در بین آگهی‌ها وجود داشته است. اما در سالهای ۵۸ و ۶۱ و ۶۶ بسیار محدود و معمولاً به شکل مشابه در روزنامه‌ها ارائه شده اما در سالهای ۷۲ و ۷۶ این نوع آگهی بیشتر به چشم می‌خورد و رشد قابل ملاحظه‌ای بخصوص در روزنامه‌های ایران و همشهری داشته است. البته در بعضی از آگهی‌ها عبارت رپرتاژ آگهی قید شده است و در بعضی نیز قید نشده

است با این حال رپرتاژ آگهی‌های ارائه شده بعضاً دارای جذابیت و گیرایی نیست، اگرچه با دیگر آگهی‌ها از لحاظ تعرفه تفاوتی ندارد.

۵. حضور کشورهای خارجی را معمولاً در مورد کالاهای مصرفی و لوکس می‌توان دید، که البته در سالهای ۵۸ و ۶۱ به میزان ناچیزی است و از سال ۶۶ بتدریج بخصوص شرکتها و کالاهایی را که در ایران نمایندگی دارند می‌توان دید. اما درصد کمی از کالاهای وارداتی به کشور از این روش برای معرفی خود استفاده کرده‌اند و تکرار و اطلاع‌رسانی در مورد قابلیت و تمایز محصولات در سالهای ۷۲ و ۷۶ کاملاً مشهود و قابل ملاحظه است. به‌علاوه در سال ۷۶ در مورد خدمات خارجی نیز از آگهی در روزنامه‌ها استفاده کرده‌اند.

۶. تبلیغات بانکها در سال ۵۸ و ۶۱ و ۶۶ معمولاً محدود به حسابهای قرض‌الحسنه و قرعه‌کشی این حسابها بوده و از سال ۷۲ به بعد بر روی خدمات و امکانات جدید در آگهی‌ها تأکید شده است. این آگهی‌ها در روزنامه‌های با تیراژ بالاتر بیشتر دیده می‌شود و بعضاً با برنامه‌ای مشخص و مستمر از روزنامه‌ها در این مورد استفاده شده است.

۷. این نوع آگهی‌ها که به تمایز کالا و خدمات و بالابردن آگاهی عمومی توجه دارد، در سالهای ۵۸ و ۶۱ و ۶۶ کم بوده است و در سالهای ۷۲ و ۷۶ در مورد بعضی از محصولات بدان توجه شده، اما این موارد هنوز قابل توجه نیست و جایگاه مناسبی را در آگهی‌های روزنامه‌ها ندارد.

۸. آگهی‌های سینمایی در سالهای مورد بررسی در روزنامه‌ها همواره دیده شدند و علاوه بر تبلیغ فیلم که با پوستر، عکس و... همراه است برنامه‌های سینماها به صورت جدول و یا در کنار هم با تغییراتی در طول دوره مد نظر ارائه شده‌اند. آگهی‌ها در سالهای ۵۸ و ۶۱ بیشتر مربوط به فیلم‌های وارداتی بوده است. سپس در سال ۶۶ با افزایش تولید فیلمهای داخلی، آگهی این فیلمها بیشتر شده و در سال ۷۲ و ۷۶ تنها به فیلمهای تولید داخلی اختصاص داشته است. کادر و اندازه مورد استفاده در سالهای آخر مورد بررسی به طور متوسط افزایش یافته و ارائه آگهی‌ها به صورت تک رنگ، دو رنگ و در سالهای ۷۲ و ۷۶ به صورت رنگی نیز صورت گرفته است. آگهی‌های معرفی فیلمها با تیراژ روزنامه هماهنگی داشته و از آگهی‌های انتظاری نیز برای معرفی فیلمها استفاده شده است. نکته قابل توجه دیگر اینکه اختصاص صفحه

سینمایی در بعضی از روزنامه‌های مورد نظر تأثیری در جلب آگهی معرفی فیلمهای سینمایی نداشته است.

۹. اگرچه تمام روزنامه‌های مورد بررسی در سالهای مورد نظر از آگهی‌های سازمانهای دولتی و نهادها و ارگانها به تناسب برخوردار نیستند اما از آگهی‌های سازمانها و وزارتخانه‌ها بتدریج در روزنامه‌های با تیراژ بالاتر کاسته شده و به جای آن آگهی‌های بخش خصوصی وسعت یافته است. البته در انتهای دوره مورد بررسی در مجموع نمی‌توان نقش و سهم آگهی‌های دولتی را در روزنامه‌هایی که سازمان آگهی فعالی دارند (مانند همشهری، کیهان، ایران و اطلاعات) در تأمین مالی آنها نادیده گرفت. اما رشد آگهی‌های بخش خصوصی در روزنامه‌ها نشان از گرایش دوجانبه با گسترش امکانات فنی دارد که در آینده می‌تواند هم برای ارائه دهندگان آگهی و پیامهای بازرگانی و هم روزنامه‌ها — در صورت بالا رفتن تواناییهای تخصصی این بخش از روزنامه‌ها — زمینه‌های کاری بهتری را فراهم آورد.

نتیجه‌گیری

توجه به ارتقای کیفی مطبوعات علاوه بر گسترش کمی آنها و برای رسیدن به شاخصهای قابل قبول، نیاز به تلاش همه‌جانبه و مستمر مطبوعات و همکاری مسئولین ذی‌ربط دارد. برای تحقق این امر مهم و ضروری، بی‌شک اولین گام شناخت وضعیت فعلی بخشهای مختلف مطبوعات در کشور است تا براساس مطالعات و تحقیقات و لحاظ داشتن انتظارات جامعه، زمینه برای بررسی راههای رسیدن به اهداف مختلف کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت پیش از گذشته فراهم آید. موضوع آگهی در مطبوعات — که در آغاز کار، روزنامه‌ها برای بررسی مدنظر قرار گرفت — یکی از بخشهایی است که برای رسیدن به سطح مطلوب و همگام با توجه به انتظارات ارائه‌دهندگان پیام و مخاطبان و با توجه به اینکه تحقیقات و بررسی‌های کمی در این زمینه در دست است باید از توجه و عنایت بیشتری برای شناخت صحیح از وضعیت فعلی برخوردار شود. در این بررسی در محدوده انتخاب شده برای تحقیق، دو فرضیه مهم مدنظر قرار گرفت. و با استفاده از روش تحقیق انتخاب شده، مواردی برای بررسی مدنظر قرار گرفت. اما بی‌شک اولین مسئله مهم برای ارائه تبلیغات هدفمند و با ویژگیهای لازم این است که دید فرهنگی ارائه‌دهندگان پیام و مخاطبان را نسبت به تبلیغات باید تصحیح کرد. بنگاههای تولیدی و خدماتی

هزینه تبلیغات را نباید اضافی و سربار بدانند و باید مبنا را بر آگاهی بیشتر خریداران و ارائه وجوه تمایز و مشخصات کیفی قرار دهند و یا به صورت کلی آن را وسیله‌ای برای اعلام موجودیت به جامعه با توجه به اهداف مورد نظر به‌شمار آورند. مخاطبان نیز تبلیغات را کتمان حقایق و زرق و برق ندانسته و در هدایت درست تبلیغات در راه صحیح و مطابق با ارزشهای جامعه نقش خود را ایفا کنند. ثانیاً مطبوعات و بخصوص روزنامه‌ها باید این قابلیت را نشان دهند که می‌توانند بیش از گذشته رسانه‌ای با کارایی لازم و تاثیر مناسب و مطلوب برای ارائه‌دهندگان و مخاطبان باشند. برای اثبات این قابلیت‌ها مطابق با آنچه در فرضیه اول تحقیق آمده است، باید مطبوعات (روزنامه‌ها) نشان دهند که از تخصص و توان علمی در زمینه تبلیغات و درج آگهی بازرگانی و پوشش وسیع مخاطبان برخوردارند.

موارد بررسی شده در مورد فرضیه اول نشان می‌دهد که علی‌رغم پیشرفت‌های نسبی این زمینه در روزنامه‌ها، برای رسیدن به سطح مناسب هنوز راه زیادی مانده است چه برای بخش آگهی‌های بازرگانی خود روزنامه‌ها و چه برای شرکتها و مؤسسات تبلیغاتی که واسطه این امر هستند. بررسی ۱۲ مورد فرضیه اول نشان داد که هرچا روزنامه‌ها توانسته‌اند توان نسبی بهتری را نشان دهند با استقبال مناسبی از سوی ارائه‌دهندگان آگهی‌ها روبه‌رو شده‌اند و بنابراین روزنامه‌ها می‌توانند بابت بهره‌گیری از کادرهای متخصص، زمینه‌های مناسب بیشتری را برای درج آگهی‌ها بیابند. برای تحقق این امر وجود قوانین به روز و ارائه الگوهای حرکتی نیز نقش بسزایی را داراست.

همچنین نقش آگهی‌های بازرگانی بخصوص در تأمین مالی مورد انتظار روزنامه‌ها مهم است و باید بیش از گذشته مدنظر مدیران روزنامه‌ها قرار گیرد.

از طرفی مطابق با فرضیه دوم این بررسی، چنانچه روزنامه به‌عنوان رسانه‌ای مکتوب و تأثیرگذار بر افکار عمومی بتواند به سهمی مناسب از تبلیغات بازرگانی دست یابد، با حفظ تناسب این بخش (یعنی بخش آگهی‌ها) با سایر بخشها می‌تواند در تولید ملی و تقویت آن سهم خود را ایفا کنند. ۹ موردی که در فرضیه دوم مورد مطالعه قرار گرفت نشان می‌دهد که روزنامه‌های مورد بررسی تاکنون توفیق مناسبی برای ارائه توانمندیها از طریق آگهی‌های بازرگانی نداشته‌اند. و این رسانه باید تلاش و کوشش بیشتری را جهت کاهش وابستگی‌های اقتصادی با ارائه و تقویت توانمندیها و حضور مناسب کالاهای باکیفیت ایرانی در بازارهای جهانی به عمل آورد. برای تحقق این امر، به کارگیری افراد متخصص و آگاه به اولویتهای توسعه اقتصادی کشور می‌تواند زمینه مساعدی را برای به‌کار بستن ابتکارات و ابداع و نوآوری در تبلیغات از طریق روزنامه‌های کشور و با همکاری بخشهای فنی و ابزار مورد نیاز، فراهم آورد.

پیشنهادها

باتوجه به بعضی از یافته‌های این بررسی و اظهارنظر کارشناسان و صاحب‌نظران امر تبلیغات، می‌توان جهت ارتقای کیفی شرایط مطبوعات در امر تبلیغات و آگهی‌های بازرگانی پیشنهادهای زیر را ارائه داد:

۱. لزوم مطالعه و بررسی کامل مطبوعات در زمینه آگهی‌های بازرگانی با توجه به نحوه انتشار آنها و مشخص نمودن تواناییهای فعلی و تواناییهای آینده در این رسانه در عرصه فوق؛
۲. بررسی و تحقیق در مورد خواستهای بنگاههای تولیدی و خدماتی از این رسانه و مخاطبان آن و بررسی سطح آنچه تا کنون عمل شده است از نظر این دو گروه؛
۳. اهمیت دادن این رشته در دانشگاهها به عنوان یک رشته مستقل و به عنوان یکی از رشته‌های مورد نیاز در قرن آینده؛
۴. انتخاب و ارائه راه‌کارهایی برای اهمیت دادن به تبلیغات به عنوان بخشی از حرکتها و فعالیتهای اجتماعی در جامعه؛
۵. ارتقای سطح کیفی مؤسسات و شرکتهای تبلیغاتی فعلی با ارائه راههای مناسب جهت بهره‌مندی مطلوب صاحبان پیام، مخاطبان و وسیله ارائه پیام از جمله مطبوعات؛
۶. ارائه الگوهای حرکت مناسب تبلیغات در مطبوعات کشور از طریق تدوین قوانین مناسب و کارا؛
۷. طراحی سیستمهای تبلیغاتی برای محصولات و کالاهای کشورمان که به دلیل رقبای کم و جنبه‌های قوی برای صادرات، طراحی مناسبی برای تبلیغاتشان انجام نشده است و انتخاب رسانه کارا برای هر سیستم.
۸. بررسی و تفکیک آگهی‌های دولتی از لحاظ حدود و تعاریف آن در روزنامه‌ها برای ایجاد رقابت سالم بخش خصوصی و مؤسسات دولتی و بهره‌مندی متناسب روزنامه‌ها از این دو بخش در زمینه آگهی‌های بازرگانی.
۹. بررسی کامل تعرفه‌های فعلی آگهی‌ها در روزنامه‌های یومیه و ارائه قیمت پایه برای مطبوعات کشور به منظور ساماندهی نرخ تعرفه‌ها متناسب با شرایط موجود هر روزنامه.
۱۰. بررسی شرایط و ضوابط مجوز به شرکتهای و کانونهای تبلیغاتی در کشور برای ارتقاء کیفی آنها در میان مدت و بلند مدت.

منابع

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵
تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

۱. معتمدنژاد، کاظم. «آگهی‌های تجاری و از خود بیگانگی انسانی». فصلنامه رسانه. ش ۲.
۲. اسدی طاری، محمدحسن. «تاریخچه تبلیغات بازرگانی»، فصلنامه رسانه، سال چهارم، بهار ۷۲.
۳. صرافی زاده. «دنیای شگفت‌انگیز تبلیغات و اثرات آن در جامعه»، قسمت اول و دوم، جنگ صنعت. شماره ۴۰ و ۴۱، ۴۲ و ۴۳.
۴. بلوریان تهرانی، محمد. «جایگاه تبلیغات در طیف فعالیتهای بازاریابی». ماهنامه بررسیهای بازرگانی. خرداد ۷۶.
۵. بابایی، علی‌اکبر و جواهردشتی، فرانک. «گزارش ویژه (تبلیغات)». تدبیر. س ۶، ش ۶. مهرماه ۷۴.
۶. ملک‌لو، محبوبه. «تبلیغ، آگهی، روابط عمومی؛ مرزها و تفاوتها». هنر هشتم، ش ۲، زمستان ۷۵.
۷. مقدم‌فر، حمید. «مطبوعات و حاکمیت قانون». مجموعه مقالات نخستین سمینار بررسی مطبوعات ایران، ۱۳۷۱.
۸. سهراب‌زاده، مه‌ران. «مطبوعات در آئینه تبلیغات». فصلنامه رسانه. ش ۶، س ۳، بهار ۷۳.
۹. بدیعی، مینو. «مروری بر پدیده گسترش آگهی‌های تجاری و آثار مثبت و منفی آن». (بخش اول و دوم و سوم). کیهان. ش ۱۶۱۹۲ - ۱۶۱۹۳ - ۱۶۹۴
۱۰. فرقانی، محمد مهدی. «سیمای آگهی‌های بازرگانی در یک دوره ۸ ساله (۱۳۳۴-۱۳۲۷)». رسانه. ش ۴، زمستان ۷۲.
۱۱. «آگهی‌های بازرگانی و ارزشهای فرهنگی». ترجمه و تلخیص مهدخت بروجردی علوی. رسانه. ش ۱، بهار ۷۳.
۱۲. مقیمی اسفندآبادی (و) روشناس. «مطبوعات ایران و مشکل بازدهی سرمایه». رسانه. ش ۱، بهار ۷۴.
۱۳. کمالی‌پور، یحیی. «عملکرد رسانه در آمریکا». رسانه. ش ۳، پاییز ۷۳.
۱۴. موسوی، بهروز. «رنگ و گرافیک در مطبوعات». رسانه، ش ۳، پاییز ۷۳.
۱۵. «شیوه‌های مؤثر و هزینه‌های تبلیغاتی». ماهنامه بررسیهای بازرگانی. ش ۱۱۸، خرداد ۷۶.
۱۶. محمد شمیرانی، منوچهر. «مدیران مطبوعات از مشکلات اقتصادی می‌گویند». رسانه. ش ۳، پاییز ۷۶.
۱۷. سبزیان، سعید. «شناخت مخاطب، گام اول در هدایت افکار عمومی». رسانه. ش ۲، تابستان ۷۶.
۱۸. محمد جعفری، سعید. «رسانه‌های جمعی و تبلیغات بازرگانی در عربستان سعودی». رسانه. ش ۴، زمستان ۷۲.
۱۹. نادری، عزت‌الله و سیف نراقی، مریم. «روشهای تحقیق و چگونگی ارزشیابی آن». ج ۱۲. دفتر تحقیقات و انتشارات بدر، پاییز ۷۶.

20. Etzel, Walker. Marketing, Chaptear 18, Advertising, sales promotion, and public Relations .
Stanton, Mc Grow Hill. Inc. 11th edition, 1997.

سهم هزینه مطبوعات در سبد مصرفی خانوارهای ایرانی

رجبعلی مزروعی

کلیات

سازمانهای رسانه‌ای در قالب نظام اقتصادی، برای تأمین نیازها و خواسته‌های عمومی و خصوصی فعالیت می‌کنند. رسانه‌ها، نیازها و خواسته‌های چهارگروه متمایز را برآورده می‌کنند:

۱. صاحبان رسانه‌ها، افراد یا سهامدارانی که مالکیت رسانه‌ها را در اختیار دارند، ۲. مخاطبین، کسانی که محتوای رسانه‌ها را مشاهده و مطالعه می‌کنند یا می‌شنوند، ۳. آگهی‌دهندگان، کسانی که زمان یا فضای رسانه‌ها را برای انتقال پیامهای خود به مخاطبین خریداری می‌کنند، و ۴. کارکنان رسانه‌ها، کسانی که برای رسانه‌ها کار می‌کنند.

طبیعی است که هریک از این چهار گروه نیازها و خواسته‌های متفاوتی را در ارتباط با رسانه‌ها پی می‌گیرند که برآیند آنها فعالیت‌های رسانه‌ای را شکل می‌دهد. اما چون بحث ما در مورد مصرف تولیدات رسانه‌ای است، تنها به «مخاطبان» خواهیم پرداخت. «مخاطبان» توقع و انتظار دارند که خدمات و تولیدات رسانه‌ای با کیفیت خوب در اختیار آنان قرار گیرد و اگر قرار است کالا یا خدمتی را خریداری کنند، آن را با قیمت کم خواهند و تمایل دارند که کالای رسانه‌ای را به سهولت به دست آورند. در این صورت رقابت بین رسانه‌ها برای جلب و جذب مخاطبان شکل می‌گیرد و به میزانی که تولیدات رسانه‌ای بتوانند جایگزینی یکدیگر شوند، قدرت انتخاب مخاطبان و میزان رقابت رسانه‌ها افزایش می‌یابد، که نتیجه آن، رشد و ارتقای کمی و کیفی رسانه‌ها در جهت جلب مشتری و مخاطب بیشتر خواهد بود.

این اصل که تمامی رسانه‌ها با عرضه اطلاعات و سرگرمی در بازار و محتوا با یکدیگر رقابت می‌کنند در تعبیری کلی درست است، اما در عین حال باید در نظر داشت که علی‌رغم رقابت رسانه‌ها در محتوا و ارائه کالای مشابه، هرکدام از رسانه‌های تلویزیون، رادیو، کتاب، فیلم، نوارهای ویدئویی، مطبوعات و دیگر تولیدات رسانه‌ای نیازهای متفاوتی را در مخاطبان برآورده می‌سازند و به شیوه‌های مختلفی از سوی مخاطبین مورد استفاده قرار می‌گیرند. از این رو قابلیت

جایگزینی این رسانه‌ها با یکدیگر اندک است، و به همین دلیل سهم هر کالای رسانه‌ای در سبد مصرف خانوار کمتر دستخوش تغییر می‌شود، و علت این را که علی‌رغم توسعه و گسترش روزافزون رسانه‌های صوتی و تصویری در کشورهای پیشرفته، سهم مصرف مطبوعات در سبد هزینه خانوارها همچنان حفظ شده است، باید در این موضوع دانست. اما بدیهی است که قابلیت جایگزینی کالاهای مشابه مطبوعاتی دیگر از این مقوله پیروی نمی‌کند و در این عرصه رقابت شدیدی بین نشریه‌ها، خصوصاً روزنامه‌ها برای جلب مشتری در کشورهایی که اقتصادشان بر پایه منطق بازار شکل گرفته است، وجود دارد.

ارزش، معیاری است برای اندازه‌گیری بهای یک کالا یا خدمت و قابلیت معاوضه آن با پول یا دیگر کالاها و خدمات در بازار. میزان ارزش، بیانگر اهمیتی است که مصرف‌کنندگان برای کالاها یا خدمات قائلند. ارزش جزء ذاتی کالا یا خدمت نیست، بلکه به میزان مطلوبیت کالاها یا خدمات در ارضای نیازها و خواسته‌های مصرف‌کنندگان بستگی دارد. در نتیجه ارزش هر کالا یا خدمتی در نوسان است و در طول زمان تغییر می‌کند. به این ترتیب ارزش یک کالا یا خدمت به میزان رضایت‌مندی مصرف‌کننده، که اقتصاددانان آن را مطلوبیت می‌نامند، بستگی دارد. مصرف‌کنندگان با توجه به بودجه‌ای که در اختیار دارند کالاها و خدماتی را برای خرید انتخاب می‌کنند که حداکثر مطلوبیت را برای آنها به همراه دارد، و همواره مصرف‌کنندگان حاضرند برای کالاها و خدماتی که مطلوبیت بیشتری دارند مبلغ بیشتری صرف کنند. به همین دلیل است که مصرف‌کنندگان آماده‌اند تا در مقایسه با خرید تولیدات رسانه‌ها، پول بیشتری را در زمینه تأمین خوراک، پوشاک و مسکن صرف کنند.

منحنی تقاضا نشان می‌دهد که در صورت پایین بودن قیمت کالاها و خدمات، میزان مصرف بالاست. با کاهش قیمت کالاها و خدمات مقدار تقاضا از سوی مصرف‌کنندگان افزایش می‌یابد. منحنی تقاضا علاوه بر مصرف‌کنندگان به صورت انفرادی، در مورد کل تقاضای موجود در بازار، یعنی مجموعه مصرف‌کنندگان نیز صدق می‌کند. تغییری که بر اثر قیمت در میزان تقاضا پدید می‌آید کشش قیمتی تقاضا نامیده می‌شود. تقاضا می‌تواند بی‌کشش، با کشش یا دارای کشش واحد باشد. چنانچه تقاضا با کشش باشد، در آن صورت تغییر در قیمت با تغییر شدید در میزان تقاضا همراه خواهد بود. تقاضا موقعی بی‌کشش نامیده می‌شود که تغییر در قیمت، تغییر چندانی

در میزان تقاضا به دنبال نداشته باشد. در صورتی که تغییر در قیمت به همان میزان موجب تغییر در مقدار تقاضا شود، در آن صورت کشش بین تقاضا و قیمت برابر عدد یک است.

$$\text{درصد تغییر در میزان تقاضا} = \frac{\text{کشش قیمتی تقاضا}}{\text{درصد تغییر قیمت}}$$

تحقیقات انجام شده در امریکا بیانگر این موضوع است که تقاضا برای روزنامه‌ها، عموماً نسبت به قیمت، بی‌کشش است. به بیان دیگر افزایش قیمت روزنامه به کاهش چشمگیر در میزان تقاضا منتهی نمی‌شود. بی‌کششی روزنامه‌ها در بررسی‌هایی که لاندائو و داونپورت انجام دادند، مشخص شد. بررسی‌های آنها نشان داد که قیمت روزنامه‌ها در امریکا به هیچ‌وجه تحت تأثیر مکانیزم عرضه و تقاضا یا هزینه‌های تولید نیست. عوامل تعیین‌کننده قیمت روزنامه، کاملاً اختیاری است. بررسی‌های بیشتری که اخیراً در این زمینه صورت گرفته، به نتایج مشابهی منجر شده‌اند. بررسی ۲۱۳ روزنامه در یک فاصله زمانی بیست و پنج ساله نشان داد که تقاضا برای روزنامه‌ها از سوی مصرف‌کنندگان این رسانه، نوسانات جزئی داشته است، و در مجموع تقاضا برای این رسانه بی‌کشش بوده است. یک بررسی مشابه در مورد ۲۳۹ نشریه در یک فاصله زمانی ده ساله نشان داد که قیمت روزنامه‌ها، خاصیت کششی نداشته و تیراژ روزنامه‌ها به‌رغم افزایش حق اشتراک و قیمت تکفروشی، افزایش یافته است. بررسی انجام شده از سوی گروتا (۱۹۷۷) نیز نشان داد که تقاضای مصرف‌کننده برای روزنامه‌ها حالت کششی نداشته و در مواقع افزایش قیمت روزنامه‌ها، تنها کاهش اندکی در تیراژ آنها صورت می‌گیرد.

بررسی انجام شده در عین حال اثبات می‌کند که در مجموع تقاضای مصرف‌کنندگان امریکایی برای تولیدات رسانه‌ها نسبتاً حالت پایدار دارد. براساس اصل «پایداری نسبی» که از سوی مک کومبر (۱۹۷۲) ارائه شده است، هزینه خانوارها برای استفاده از تولیدات و خدمات رسانه‌ها در طول زمان حالت پایدار داشته و با عملکرد کلی اقتصاد ارتباط دارد و تقریباً ۳ درصد کل هزینه مصرف‌کنندگان را تشکیل می‌دهد. هزینه مصرف‌کنندگان در زمینه استفاده از تولیدات و خدمات رسانه‌ها ویژگی مشابهی با هزینه‌های مربوط به مسکن و پوشاک دارد. به این ترتیب هر رسانه جدید باید به‌گونه‌ای ارائه شود که در دراز مدت، مصرف‌کنندگان به جای کاستن از هزینه سایر کالاها و خدمات و اختصاص دادن آن به رسانه جدید، از هزینه انجام شده برای سایر

رسانه‌ها بکاهند. در واقع رسانه جدید باید آنقدر برای مصرف کننده جذابیت داشته باشد که بتواند جایگزین رسانه مصرفی قبلی شود و بخشی از هزینه پایدار مصرف کننده را به خود تخصیص دهد. از این رو ورود هر رسانه جدید به بازار تهدیدی برای رسانه مشابه موجود در بازار خواهد بود. اما در صورتی که مازاد تقاضا به واسطه افزایش جمعیت در بازار به وجود آمده باشد، طبیعی است عرضه رسانه جدید خطری را متوجه دیگر رسانه‌های مشابه نخواهد کرد که این امر عمدتاً در مورد کشورهای در حال توسعه با رشد جمعیت بالا، و از جمله کشورمان ایران، صادق است.

سهم مطبوعات در سبد هزینه خانوارهای شهری و روستایی ایران جدول ۱ و ۲ با استفاده از آمارهای مرکز آمار ایران در مورد هزینه خانوارهای شهری و روستایی برای سالهای ۶۶ تا ۷۵ تنظیم شده است. در مورد میزان متوسط سالانه هزینه خانوارها برای مطبوعات (روزنامه، مجله و فصلنامه) این آمار فقط تا سال ۷۳ موجود بود، اما با توجه به نسبت درصد هزینه مطبوعات نسبت به کل هزینه خانوارها و تفریحات، سرگرمی‌ها و خدمات فرهنگی می‌توان چشم‌اندازی از مصرف مطبوعات توسط خانوارهای ایرانی را دریافت. بانگامی به این دو جدول نتایج ذیل را می‌توان استنتاج کرد:

۱. اصل پایداری نسبی در مورد مصرف مطبوعات توسط خانوارهای ایرانی مصداق ندارد. عملکرد کلی اقتصاد ایران در ارتباط با خانوارهای ایرانی (اعم از شهری و روستایی) در جهت کاهش نسبی هزینه‌های خوراکی و افزایش هزینه‌های غیرخوراکی عمل کرده است، و این امر این فرصت را برای خانوارهای ایرانی فراهم آورده است تا سهم هزینه‌ای بیشتری را به تفریحات، سرگرمی‌ها و خدمات فرهنگی، از جمله مطبوعات تخصیص دهند. البته این امر در مورد خانوارهای شهری کاملاً مصداق دارد، چرا که نسبت درصد هزینه مطبوعات نسبت به کل هزینه خانوار رو به افزایش است. در مورد خانوارهای روستایی درصد هزینه مطبوعات نسبت به کل هزینه خانوار روندی نوسانی اما رو به افزایش را نشان می‌دهد، در حالی که روند درصد هزینه تحصیل، آموزش و مطالعه خانوارهای روستایی کاملاً رو به افزایش است، و این نشان می‌دهد که خانوارهای روستایی برای تحصیل و آموزش نسبت به مطبوعات اهمیت

بیشتری قائل بوده‌اند، و یا اینکه با توجه به عدم دسترسی به مطبوعات، امکانات مالی خود را متوجه تحصیل و آموزش کرده‌اند.

۲. روند کل درصد هزینه مطبوعات در سبد مصرفی خانوارهای ایرانی نشان می‌دهد که مصرف مطبوعات توسط خانوارهای ایرانی رو به افزایش است و خانوارها در طی زمان سهم بیشتری از هزینه‌های خود را به مطبوعات تخصیص داده‌اند. این پدیده را همچنین می‌توان به جهت‌گیری خانوارها به سوی فرهنگ مکتوب نسبت داد که پدیده مبارکی است و اگر در نظر آوریم که این روند افزایش با افزایش تعداد و تیراژ مطبوعات در کشورمان همخوانی دارد، آنگاه در می‌یابیم که استقبال خانوارهای ایرانی از مطبوعات بسیار خوب بوده است، و اگر مسئله رشد جمعیت را بر این نتیجه‌گیری بیفزاییم، در خواهیم یافت که هنوز فضا و ظرفیت برای رشد مطبوعات در کشورمان وجود دارد و در واقع می‌توان گفت که ورود اطلاعات جدید تهدیدی برای مطبوعات در حال انتشار به شمار نمی‌روند.

۳. درصد متوسط مطبوعات نسبت به متوسط کل هزینه‌های خانوارهای شهری در سال ۷۳ برابر 0.09% درصد و در خانوارهای روستایی برابر 0.22% درصد بوده است. این ارقام بالاترین درصد تخصیص داده شده از طرف خانوارهای ایرانی طی سالهای ۶۶، ۷۱ و ۷۳ به مطبوعات بوده است. با توجه به اینکه به مطبوعات یارانه پرداخت می‌شود و قیمت آنها یارانه‌ای است، طبیعی می‌نماید که در صورت حذف یارانه از مطبوعات و افزایش قیمت آنها، بهره‌مندی شهروندان از مطبوعات کاهش می‌یابد.

۴. در مورد کشش قیمتی مطبوعات در ایران اگرچه تحقیقی وجود ندارد، اما تجربه‌های چند سال اخیر که مطبوعات قیمت خود را چند بار افزایش داده‌اند نشان داده است تیراژ آنها چندان کاسته نشده است، و علاوه بر این به درصد سهم مطبوعات در هزینه خانوارهای ایرانی نیز افزوده شده است. بدین ترتیب می‌توان نتیجه گرفت که تقاضا برای مطبوعات از سوی مصرف‌کنندگان ایرانی بی‌کشش است و حاصل آنکه در صورت بروز مشکلات اقتصادی در مطبوعات، افزایش قیمت آنها چندان با واکنش منفی خوانندگان روبه‌رو نخواهد شد. هرچند در کوتاه مدت ممکن است مطبوعاتی که افزایش قیمت داده‌اند، شاهد کاهش اندکی در تیراژشان باشند، اما در دراز مدت به تیراژ قبل از افزایش قیمت باز خواهند گشت.

۵. متأسفانه در آمارهای موجود امکان دسترسی به کل هزینه‌هایی که خانوارهای ایرانی بابت استفاده از رسانه‌ها (اعم از صدا و سیما، مطبوعات، سینما و...) می‌پردازند، وجود ندارد نمی‌باشد. این امر ضمن اینکه ما را از مقایسه‌های جهانی در مورد مصرف رسانه‌ها توسط خانوارهای ایرانی باز می‌دارد، امکان تحلیل مقایسه‌ای استفاده از رسانه‌ها در ایران را نیز از ما می‌گیرد. به امید اینکه همراه و همگام با دنیای ارتباطات و اهمیت روزافزون رسانه‌ها در زندگی بشر، مراکز آمارگیری ما نیز این امر را مدنظر قرار داده و آمارهای مورد نیاز در این زمینه را جمع‌آوری و ارائه نمایند تا اهل تحقیق بتوانند با تکیه بر این داده‌ها به تحلیل و ارزیابی مصرف رسانه‌ها در ایران و سهم هزینه‌ای آنها در سبد هزینه خانوارها بپردازند.

جدول شماره ۱. متوسط اجزای هزینه سالانه یک خانوار شهری و سهم مطبوعات در سبد هزینه خانوار شهری (ریال)

سال	کل هزینه	خوراکی	درصد نسبت به کل	غیر خوراکی	درصد نسبت به کل	تفریحات، سرگرمی‌ها و خدمات فرهنگی	درصد نسبت به کل	تحصیل، آموزش و مطالعه	درصد نسبت به کل	مطبوعات	درصد نسبت به کل	درصد نسبت به تفریحات و ...
۶۶	۱۴۸۸۷۸۴	۶۳۴۴۹۸	۴۲/۶	۸۵۴۲۸۶	۵۷/۴	۲۲۹۲۲	۱/۵۴	۱۳۳۴۵	۰/۹	۴۸۹	۰/۰۳	۲/۱
۶۷	۱۸۰۰۳۲۸	۸۰۲۹۴۵	۴۴/۵	۹۹۷۳۸۳	۵۵/۵	۲۵۶۷۴	۱/۴۳	۱۷۰۶۶	۰/۹۵	۵۲۵	۰/۰۳	۲
۶۸	۲۰۸۶۱۳۸	۹۱۶۱۳۹	۴۳/۹	۱۱۶۹۹۹۹	۵۶/۱	۳۲۰۷۲	۱/۵۳	۱۹۶۷۳	۰/۹۴	۶۴۸	۰/۰۳	۲
۶۹	۲۲۹۳۷۷۹	۷۴۸۳۹۸	۳۲/۶	۱۵۴۵۳۸۱	۶۷/۴	۴۶۳۹۶	۲/۰۲	۲۵۹۸۸	۱/۱۳	۹۹۶	۰/۰۴	۲
۷۰	۳۰۵۸۶۹۱	۹۵۸۹۸۵	۳۱/۳	۲۰۹۹۷۰۶	۶۸/۷	۶۹۰۷۱	۲/۲۶	۳۵۳۷۹	۱/۱۶	۱۹۴۷	۰/۰۶	۲/۸
۷۱	۳۷۹۵۷۵۲	۱۱۷۱۹۵۳	۳۰/۹	۲۶۲۳۷۹۹	۶۹/۱	۱۰۲۴۷۸	۲/۷۰	۵۲۶۵۷	۱/۳۹	۲۸۲۱	۰/۰۷	۲/۷
۷۲	۴۶۱۲۷۳۶	۱۴۴۰۵۸۶	۳۱/۲	۳۱۷۲۱۵۰	۶۸/۸	۱۱۹۶۲۰	۲/۶	۶۹۸۴۰	۱/۵۱	۳۶۹۰	۰/۰۸	۳
۷۳	۶۲۴۲۴۶۰	۲۰۴۳۲۰۷	۳۲/۷	۴۱۹۹۲۵۳	۶۷/۳	۱۸۷۵۵۷۲	۲/۹۷	۱۲۸۲۵۱	۲/۰۵	۵۸۶۷	۰/۰۹	
۷۴	۸۸۷۹۶۳۸	۳۰۵۰۳۲۹	۳۴/۴	۵۸۲۹۳۰۹	۶۵/۶	۲۸۷۷۶۸	۳/۲					

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱، صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷

تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

							۶۹/۲	۷۶۵۳۰۰۹	۳۰/۸	۳۴۰۷۶۶۶	۱۱۰۶۰۶۷۵	۷۵
--	--	--	--	--	--	--	------	---------	------	---------	----------	----

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱ صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵
تلفن: ۸۸۳۵۴۳۹، ۸۸۳۰۴۱۳، ۸۸۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

جدول شماره ۲. متوسط اجزای هزینه سالانه یک خانوار روستایی و سهم مطبوعات در سبد هزینه خانوار روستایی (ریال)

سال	کل هزینه	خوراکی	درصد نسبت به کل	غیرخوراکی	درصد نسبت به کل	تفریحات، سرگرمی‌ها و خدمات فرهنگی	درصد نسبت به کل	تحصیل، آموزش و مطالعه	درصد نسبت به کل	مطبوعات	درصد نسبت به کل	درصد نسبت به تفریحات و ...
۶۶	۹۰۸۴۳۸	۵۰۴۰۴۵	۵۵/۵	۴۰۴۳۹۳	۴۴/۵	۱۰۵۵۴	۱/۱۶	۵۶۰۳	۰/۶۲	۸۱	۰/۰۰۹	۰/۷۷
۶۷	۱۰۵۸۴۲۳	۵۵۳۱۵۷	۵۲/۳	۵۰۵۲۶۶	۴۷/۷	۱۲۳۹۱	۱/۱۷	۸۴۱۴	۰/۷۹	۹۲	۰/۰۰۹	۰/۷۴
۶۸	۱۳۰۷۲۴۷	۶۷۶۹۷۸	۵۱/۸	۶۳۰۲۶۹	۴۸/۲	۱۴۵۵۵	۱/۱۱	۹۰۴۲	۰/۶۹	۸۷	۰/۰۰۷	۰/۵۹
۶۹	۱۶۲۷۲۷۵	۷۹۲۰۹۷	۴۸/۷	۸۳۵۱۷۸	۵۱/۳	۲۱۹۳۷	۱/۳۵	۱۲۲۴۵	۰/۷۵	۹۵	۰/۰۰۶	۰/۴۳
۷۰	۱۹۳۱۲۵۳	۸۸۸۵۴۰	۴۶	۱۰۴۲۷۱۳	۵۴	۳۱۶۰۷	۱/۶۳	۱۵۶۸۶	۰/۸۱	۳۲۶	۰/۰۱۷	۱/۰۳
۷۱	۲۳۰۹۹۰۴	۱۰۷۲۳۷۰	۴۶/۴	۱۲۳۷۵۲۶	۵۳/۶	۴۲۰۳۲	۱/۸۲	۱۸۶۶۵	۰/۸۱	۴۰۸	۰/۰۱۸	۰/۹۷
۷۲	۲۷۳۱۵۱۰	۱۳۲۰۷۳۰	۴۸/۳	۱۴۱۰۷۸۰	۵۱/۷	۴۵۰۲۰	۱/۶۵	۲۵۵۰۰	۰/۹۳	۴۰۰	۰/۰۱۵	۰/۸۹
۷۳	۳۸۹۰۱۲۵	۱۹۱۸۳۷۷	۴۹/۳	۱۹۷۱۷۴۸	۵۰/۷	۷۶۶۳۹	۱/۹۷	۴۸۰۸۵	۱/۲۴	۸۴۰	۰/۰۲۲	۱/۱
۷۴	۵۹۵۴۸۷۰	۲۹۶۶۵۴۱		۲۹۸۸۳۲۹								

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱، صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷
 تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

								۳۷۲۸۸۰۵		۳۲۵۸۰۰۳	۶۹۸۶۸۰۸	۷۵
--	--	--	--	--	--	--	--	---------	--	---------	---------	----

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱ صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵
تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

بررسی معضلات چاپ مطبوعات

خسرو طالبزاده

مقدمه

چاپ را به معنای فن نقش کردن نوشته یا تصویر روی کاغذ یا اشیای دیگر به وسیله حروف، کلیشه یا ماشینهای مخصوص این کار تعریف کرده‌اند. این ساز و کار ساده که زمانی بزرگترین انقلاب و تحول را در عرضه فرهنگ مکتوب پدید آورد، امروز آنچنان پرشتاب و پردامنه تحول و تغییر یافته که فاصله زمانی میان پدیده‌های جدید و قدیم آن به کمتر از چند سال رسیده است. با مروری کوتاه و گذرا بر تاریخ تحولات صنعت چاپ به ریشه‌یابی عوامل مؤثر بر این تحول می‌پردازیم تا بتوانیم در زمینه علل عقب‌ماندگی این صنعت، بویژه در حوزه مطبوعات، به نتایجی دست یابیم.

تاریخچه چاپ مطبوعات

انتشار روزنامه با روشهای سنتی چاپ، دارای قدمتی طولانی در تاریخ است. در ابتدای قرن پانزدهم، یک رشته از عوامل سیاسی، اقتصادی و اجتماعی عطش کسب اخبار را در غرب به نحو قابل توجهی افزایش داد. رنسانس (تجدید حیات) و سپس رفرم (اصلاح طلبی) بر لزوم کسب اخبار افزودند. کشفیات جدید، افق فکری اروپاییان را وسعت بخشید و به موازات پیشرفت مبادلات بانکی و بازرگانی، مبادلات خبری نیز توسعه یافت. دولتها نیز برای امور اداری خویش به ایجاد شبکه‌های جدید خبری نیاز پیدا کردند.

از آغاز قرن شانزدهم، جنبشهای اصلاح طلبی و ضد اصلاح طلبی، انتشار عظیم و قابل توجه روزنامه‌های تک ورقی را موجب شد که به مجادلات مذهبی و سیاسی توجه داشتند. انتشار هجونامه‌ها (Libelles)، پلاکاردها (Placards)، ترانه‌ها (Chansons) و... تمامی دولتهای اروپایی را بر آن داشت که قانون سرکوب را شدت بخشند و سانسور مطبوعات را مدنظر قرار دهند. در کنار سانسور سنتی کلیسا، قدرتهای غیرمذهبی نیز سانسورهای خاص خود را در آلمان

به سال ۱۵۲۴، در فرانسه به سال ۱۵۳۷ و در انگلستان به سال ۱۵۸۶ اعمال کردند و در دوره جنگهای مذهبی، پیگرد ناشران یا توزیع کنندگان این روزنامه‌ها افزایش یافت.

پیشرفت مطبوعات در قرن هفدهم در اثر کنترل شدید سیاسی به نحو بارزی کند شد. در اواخر قرن هجدهم، علی‌رغم غنی‌تر شدن محتوا و رشد کمی قابل ملاحظه، مطبوعات حتی در پیشرفته‌ترین کشورها مانند انگلستان یا فرانسه موفقیت چشمگیری که شایسته موقعیت جدید آنها باشد، به دست نیاوردند.

در نیمه اول قرن نوزدهم، مطبوعات به پیشرفتهای قابل توجهی دست یافتند. روزنامه‌ها از لحاظ موضوع افزایش و تنوع پیدا کردند و بر تیراژشان افزوده شد. این رشد به موازات تحولات سیاسی، اجتماعی و فنی در جهان غرب صورت گرفت. پیشرفتهای قابل توجه فنی، زمینه بسیار مناسبی را برای رشد مطبوعات فراهم آورد و اختراع ماشین‌آلات پیشرفته صنعت چاپ به موازات نیاز واقعی روزنامه‌ها صورت گرفت. استفاده از مرکب چاپ برای نشر سریع روزنامه در سال ۱۸۱۸ و استفاده از کاغذ چوب به جای کاغذ شیفون نیز در دهه ۱۸۶۵ - ۱۸۷۵ معمول شد و از این پس مطبوعات با انبوهی از کاغذ مورد نیاز روبه‌رو شدند. علی‌رغم اقدامات بسیار برای ماشینی شدن حروفچینی در آغاز قرن نوزدهم، حروفچینی با دست همچنان ادامه یافت. اما با اختراع دستگاه استرنوتایپ (Stereo typi) تکثیر حروفچینی به وسیله نوعی کلیشه کاغذی در یک صفحه میسر شد. این دستگاه مهمی برای چاپخانه‌های مطبوعاتی به حساب می‌آمد، زیرا آنان قبلاً ناچار بودند از کارگران متخصص چاپ سربی استفاده کنند.

در سال ۱۸۰۴ ماشینی کاملاً فلزی اختراع شد که اولین دستگاه مکانیکی چاپ بود که کاغذ روی فرم را به وسیله سیلندری تحت فشار قرار می‌داد. این دستگاه مکانیکی سرعت چاپ قدیمی (سیصد برگ یک رو در ساعت) را دو برابر کرد.

در سال ۱۸۱۶ با ادغام دو دستگاه چاپ، ماشینی تولید شد که می‌توانست همزمان دو روی کاغذ را چاپ کند. دستگاههای چاپ افست که از تکامل دستگاههای قبلی تولید شده بود و بازده آنها را افزایش می‌داد در سالهای ۵۰ - ۱۸۴۰ در کشورهای مختلف به کار گرفته شد. در سال ۱۸۴۶ در ایالات متحده آمریکا اولین ماشین چاپ که با سیلندر کار می‌کرد، ساخته شد. تکامل بعدی این ماشین به تولید ماشینهای روتاتیو انجامید. این ماشینها می‌توانستند از کاغذهای

پیچیده به دور قرقره‌های مخصوص استفاده کنند و تیراژ را از دوازده هزار نسخه در ساعت به هجده هزار نسخه در ساعت افزایش دهند.

فن گراور چوبی در آغاز قرن نوزدهم به سبب کاربرد چوب مخصوصی که برای اولین بار توسط روزنامه‌های ادواری مصور مورد استفاده قرار گرفته بود و تعمیم لیتوگرافی در سال ۱۷۹۷ دستخوش تغییر شد. دربارهٔ شکل‌های گوناگون گراور توخالی باید گفت که کار با این شیوه بسیار بطنی و گران تمام می‌شد. به موازات پیشرفت روزافزون صنعت در شاخه‌های مختلف، افزایش جمعیت شهرنشین، بالا رفتن سطح سواد و کاهش قیمت روزنامه‌ها در نتیجهٔ چاپ مکانیزه، رشد مطبوعات مردمی با تیراژ وسیع بین سالهای ۱۹۱۴ - ۱۸۷۱ همراه شد و مطبوعات جایگاه ویژه‌ای در جوامع یافتند. میزان نفوذ و رسوخ مطبوعات در میان اقشار مختلف و میزان همگانی شدن آن در نقاط مختلف با توجه به پیشرفتهای فنی، علمی و زمینه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی متفاوت بوده است.

در پایان قرن نوزدهم روزنامه به یک محصول مصرفی رایج تبدیل شد. آهنگ پیشرفت روزنامه‌ها برحسب ملیتها بسیار متغیر بود. اگرچه دلایل اساسی رشد برای همهٔ آنها یکسان نبود، ولی مطبوعات هر کشور چهره‌ای ابتکاری به خود گرفت که امروزه نیز در عملکرد بسیاری از آنها این ویژگیها باقی مانده است.

علل و عوامل پیشرفت مطبوعات در این دوره عبارت بودند از: تعمیم آموزش، دموکراتیزه شدن حیات سیاسی، شهرنشینی فزاینده، توسعهٔ حمل و نقل و مخابرات و گسترش میدان خبری روزنامه‌ها و رشد کنجکاوی خوانندگان، همچنین کاهش قیمت فروش، خواه مستقیم بر اثر کاهش قیمت روزنامه‌های مردمی و خواه غیرمستقیم بر اثر ارتقای کند سطح متوسط زندگی توده‌ها.

در این دوره، پیشرفت فنون چاپ چون دوران گذشته با تغییرات اساسی همراه نبود. اما این فنون مستمراً تکامل یافت و باعث افزایش بازده مطبوعات و کاهش قیمت مواد اولیه و قیمت روزنامه‌ها شد. روتاتیوها ابعاد قابل توجهی پیدا کردند و انتشار روزنامه‌ها را با صفحه‌های فراوان و با آهنگی سریع میسر ساختند. روتاتیوهای جدید در سال ۱۹۱۴ چاپ پنجاه هزار نسخه روزنامهٔ دوازده صفحه‌ای در ساعت را در چندین نوبت تضمین کردند.

با اختراع دستگاههای حروفچینی مکانیکی، چاپ روزنامه‌ها دستخوش انقلابی حقیقی شد. چندین نمونه از این قبیل دستگاهها در اواسط قرن نوزدهم اختراع شد. دستگاه لیتوتایپ

(Linotype) در سال ۱۸۸۴ در شهر بالتیمور (Baltimore) توسط اوتمان مرجن تالر (Otman Mergenthaler) و علی‌رغم مقاومت کارگران حروفچین و سازندگان حروف در اروپا به کار گرفته شد.

صنعت عکاسی در نیمه اول قرن نوزدهم اختراع شد و مدت مدیدی صرفاً به عنوان الگو به کارگران کلیشه‌ساز یا لیتوگراف (Lithographe) کمک می‌کرد. استقرار فتوگراور (Photogravure) شیمیایی در سال ۱۸۵۰ متنوع شدن روشهای چاپ را در تیراژ وسیع میسر ساخت. در تیپوگرافی (Typographie) عدم امکان ظهور رنگهای خاکستری با اختراع سیمیلی‌گراور (Similigravure) (نوعی از فتوگراور که با آن می‌توان تصاویر را نیمه رنگی کرد) مرتفع شد. از آن پس کلیشه‌ها با استفاده از ترام (Trame) با تعداد زیادی حروف بزرگ متغیر که می‌توانستند به آسانی روی صفحات حروفچینی تکثیر شوند، چیده می‌شدند.

کاربرد کلیشه توگود برای ماشینهای چاپ سریع به برکت هلیوگراور (Hrliograveure) که کلیشه کردن مستقیم غلتکهای روتاتیوهای مخصوص را میسر می‌ساخت، امکان‌پذیر شد. استقرار این دستگاه کند ولی مداوم بود. در سال ۱۸۹۵ در شهر منچستر چک.ک. کلیک (Tcheque K Klic) و اس فاوست (S-Fawcett) اولین روتاتیو جدید چاپ با هیلوگراور را به کار انداختند. در این دوران لیتوگرافی هنوز مورد استفاده قرار می‌گرفت و زمانی که زینک جانشین سنگ شد، استفاده از روتاتیو را میسر ساخت. این عمل در قرن بیستم پس از شکستهای متعدد به استقرار افست (که در زبان انگلیسی دکالک (Decalque) نامیده می‌شود) منجر شد. این سیستم چاپی تا سال ۱۹۱۴ رشد اندکی داشت.

در سال ۱۹۰۷ مخبره کلیشه‌های فتوگرافیک از طریق سیم یا امواج آغاز شد. اولین بلینوگراف (Belinographe) را روزنامه ژورنال در سیزدهم ماه مه ۱۹۱۴ مورد استفاده قرار داد و از آن پس بود که این دستگاه به خدمت مطبوعات درآمد.

در سالهای ۳۹ - ۱۹۱۹ با استقرار نخستین ماشینهای چاپ روتاتیو بعد از لینوتایپها پیشرفت مطبوعات منظم‌تر شد و چاپ تیپوگرافیک (Typographique) روزنامه‌ها علی‌رغم افزایش قابل توجه صفحات آنها سرعت بسیار یافت. مواد اولیه گران و کمیاب، سرمایه‌گذاری منقول و غیرمنقول قابل ملاحظه‌ای را ایجاب کرد و این امر خود از علل تمرکز به شمار می‌رفت.

فن حروف چینی سربی به مثابه شکل رایج چاپ مطبوعات باقی ماند و فن چاپ عکس و افست نیز پیشرفت سریعی کرد. این دو فن (فن چاپ عکس و افست) در اختیار مجلات قرار گرفت. پیشرفت در زمینه هلیوگرافور موجب عمیقتر شدن تفاوت بین نشریات یومیه و مطبوعات ادواری شد و این تفاوت به حدی بود که نشریات یومیه به چاپ رنگی با کیفیت بهتری دست زدند. توسعه بلینوگراف از آغاز سال ۱۹۲۵ نیز امکان مخابره تصاویر را از راه دور تعمیم بخشید. چاپخانه‌های مطبوعاتی از این پس دارای کارگاه تخصصی فتوگرافور شدند و بخش تصاویر در روزنامه‌ها به رشد خود ادامه داد. این تکامل که از آغاز قرن بیستم آغاز شده بود، چهره روزنامه‌ها را دگرگون کرد و از این پس جذابیت آنها صرفاً به مطالب خواندنی‌شان منحصر نمی‌شد.

مروری در تاریخ تحولات فن چاپ مبین این واقعیت است که توسعه فن چاپ معلول توسعه فرهنگی و رشد سیاسی - اجتماعی جامعه است که این توسعه خود را در افزایش تیراژ مطبوعات نشان می‌دهد. از طرف دیگر، ضرورت و نیاز به کاهش زمان وقوع رویداد تا چاپ یا موضوع سرعت که اصل مهم روزنامه‌نگاری است، باعث شد تا دستگاههای چاپ خود را با این اصول سازگار کنند. عامل سومی که فن چاپ را دچار تحول ساخت، موضوع کیفیت و ضرورت چاپ رنگی مطبوعات بود. دنیای رنگها و تصاویر در پایان قرن بیستم و به‌ویژه تمایل صاحبان کالاها و خدمات تجاری و رقابت تنگاتنگ میان روزنامه‌ها و رسانه‌های تصویری، ایجاب می‌کرد که موضوع چاپ رنگی با کیفیت مطلوب به مسئله‌ای جدی برای مدیران مسئول مطبوعات و سازندگان دستگاههای چاپ در جهان مبدل شود.

در دهه ۷۰ اولین روزنامه‌های رنگی پا به عرصه دنیای سیاه و سفید مطبوعات گذاشتند و قدرت رنگ و کیفیت برتر را به رخ کشیدند. اکسل اسپرینگر، ناشر آلمانی، اولین روزنامه رنگی را در سال ۱۹۷۰ منتشر کرد. به دنبال آن ایتالیا در ۱۹۷۳ تجهیزات چاپ رنگی را در *Nice Matin* نصب کرد. در امریکا مطبوعات رنگی فعالیت خود را در فلوریدا و کالیفرنیا در سال ۱۹۷۵ آغاز کردند. انگلیس دیرتر از سایر کشورها به دنیای رنگی مطبوعات وارد شد.

رغبت روزافزون به چاپ روزنامه رنگی در تیراژهای میلیونی بتدریج دستگاهها و تجهیزات قدیمی را از میدان خارج کرد و باعث شد برج دستگاههای چاپ به بیش از ده برج چاپ و محلهای متعدد تغذیه کاغذ رول (بیش از پنج محل تغذیه کاغذ) افزایش پیدا کند.

در سال ۱۹۸۶ ماشین افست رولمان رولند کالرمین با ده برج چاپ و پنج محل تغذیه کاغذ در شهر رم و یک ماشین فلکسو سروتی سوپرنوا با ده برج چاپ و پنج جایگاه رول در میلان ساخته و نصب شد. در همان سال، ماشین فلکسو نوافلکس با ۱۶ برج و هفت محل رول ساخته شد. این دستگاهها قادر بودند روزنامه‌ای را در تیراژ بالای دومیلیون نسخه با کیفیت مطلوب و رضایت بخش چاپ و منتشر کنند.

در مرحله پیش از چاپ یا لیتوگرافی نیز فشار تقاضاها و افزایش تیراژ و سرعت و زمان، پیشرفته‌ها و تحولات حیرت‌آوری را به وجود آورد و با حذف صفحه‌آرایی، فیلم و بعضاً زینک، فاصله نوشتن یا در واقع حروفچینی رایانه‌ای تا چاپ به دقیقه رسید.

با ورود صنعت و دستگاه جدید افست دیجیتال (Computer to Print) مرحله پیش از چاپ با چاپ ترکیب شد و چاپ تصاویر یا متن ارسالی را در ظرف کمتر از یک دقیقه امکان‌پذیر کرد. دستگاه جدید این امکان را به سر دبیران داد که در هر نسخه از روزنامه هرگونه تغییر در متن و تصویر را مطابق نظر خود تحقق بخشند و روزنامه را با تغییرات جزئی یا کلی یا حتی با درج نام مشترکان خود منتشر کنند.

همان‌گونه که در این بخش از مقاله توضیح داده شد، تحولات و تغییرات در فن چاپ معلول سه اصل عمده است:

۱. افزایش تیراژ روزنامه‌ها در تیراژهای میلیونی؛
۲. اصل مهم زمان و سرعت در روزنامه و به صفر رساندن فاصله ارسال خبر تا چاپ؛
۳. بهبود کیفیت و رنگی شدن روزنامه‌ها.

بدیهی است که توسعه فن چاپ در چهار عامل و عنصر مرتبط با مبحث توسعه ملاحظه می‌شود:

۱. رشد فن‌آوری چاپ؛
۲. مدرن و پیشرفته شدن تجهیزات و دستگاهها؛
۳. آموزش و تربیت نیروی انسانی ماهر و مجرب؛
۴. رشد و توسعه سازمانها و نهادهای فن‌آوری چاپ.

پیشرفت فن چاپ در کشورهای مشهور و صاحب نام در این عرصه، معلول سرمایه‌گذاری در چهار عامل یادشده است. این چهار عامل در ارتباط پیوسته و متقابل با یکدیگر توانسته‌اند انقلاب چاپ در جهان را میسر سازند.

مسئله چاپ روزنامه در ایران

چاپ در ایران به طور کلی و چاپ روزنامه به طور خاص، صنعتی عقب‌مانده است. میانگین عمر بیشتر دستگاههای چاپ در ایران بالای بیست سال است. در اکثر چاپخانه‌های مطبوعاتی، دستگاههای چهل سال پیش هنوز سرپا هستند و کار می‌کنند.

ده چاپخانه مشهور و شناخته شده تهران که حدود ۱۰۰ روزنامه و نشریه مهم و پرتیراژ را چاپ می‌کنند، در کل دارای ۲۷ دستگاه رول و ۴۷ دستگاه افست شیت هستند. در ظرف چند سال گذشته فقط پنج دستگاه رول خریداری شده است و بقیه دستگاهها بین ۱۰ تا ۴۰ سال عمر دارند.

علت اصلی سرپا بودن این دستگاهها، علی‌رغم فرسوده بودن آنها، این است که اکثر این دستگاهها هیچ‌گاه در عمر طولانی خود به صورت تمام وقت و با سرعت بالا کار نکرده‌اند. این چاپخانه‌ها به طور متعارف یک نوبت کاری در روز دارند. ساعت کاری چاپخانه روزنامه به طور معمول از ساعت ۱۰ صبح تا ۲ بعدازظهر است و شبها نیز به همین میزان حدود ۳ تا ۴ ساعت کار می‌کنند.

بررسی حجم و نوع کارهای چاپی در دو چاپخانه بزرگ و مشهور تهران این وضع را بیشتر روشن می‌کند. یک چاپخانه قدیمی متعلق به یکی از مؤسسات مطبوعاتی بزرگ ۳۱ روزنامه و نشریه را به این شرح در ماه چاپ می‌کند:

- چهار روزنامه مشهور با تیراژ کلی روزانه ۶۱۱۰۰۰ نسخه، جمعاً ۵۴ صفحه
- ۸ هفته‌نامه مشهور با تیراژ کلی ۱۴۳۷۰۰ نسخه در هفته و جمعاً ۱۰۸ صفحه
- ۶ دو هفته‌نامه با تیراژ کلی ۳۰۰۵۰۰ نسخه و جمعاً ۱۲۰ صفحه
- ۱۱ ماهنامه با تیراژ کلی ۱۱۵۹۰۰ نسخه و جمعاً ۷۱۶ نسخه
- و یک دو ماهنامه با تیراژ ۲۱۵۰ نسخه و جمعاً ۶۴ صفحه

اگر تیراژ این روزنامه‌ها و نشریات را در یک ماه محاسبه کنیم و در تعداد صفحات آن ضرب کنیم و با احتساب اینکه این چاپخانه دارای شش دستگاه رول است و بدون محاسبه و در نظر گرفتن ۹ دستگاه افست شیت و احتمال بعید که این ۹ دستگاه صرف چاپ کتاب و غیره می‌شود، علی‌رغم این محاسبه خوش‌بینانه و احتساب خوش‌بینانه دیگر که این چاپخانه فقط شش ساعت در روز کار کند، هر دستگاه رول به طور متوسط در ساعت ۱۷۴۰۸ ورق چهار صفحه‌ای در قطع روزنامه چاپ خواهد کرد. این رقم نسبت به ظرفیت دستگاه رول که در هر ساعت میانگین ۴۰،۰۰۰ نسخه چاپ می‌کند بسیار کم و ناچیز است.

به همین منوال، اگر میزان چاپ چاپخانه مشهور دیگری را که دارای ۹ دستگاه رول و ۲۳ دستگاه افست و ملخی است و ۳ روزنامه با تیراژ کلی ۳۲۲۵۰۰ نسخه، دو هفته نامه با تیراژ کلی ۵۵۰۰۰ نسخه، ۶ ماهنامه با تیراژ کلی ۵۸۰۰۰ نسخه و ۳ فصلنامه با تیراژ کلی ۲۹۰۰۰ نسخه، جمعاً ۱۴ روزنامه و نشریه مشهور را محاسبه کنیم، برای هر دستگاه رول (بدون محاسبه ۲۳ دستگاه دیگر) روزانه ۱۳۷۱۸ فرم چهار صفحه‌ای به دست می‌آید.

این ارقام نشان‌دهنده این است که دستگاههای رول با کمترین توان خود کار می‌کنند. بدیهی است چنین ضریب کاری باعث می‌شود که این دستگاهها چندین برابر مدت زمان استاندارد جهانی عمر دستگاههای چاپ که بین ۱۰ تا ۱۵ سال است، کار کنند و همچنان قادر به عرضه خدمات چاپی باشند.

این وضع در دو چاپخانه‌ای بررسی شده که شیف‌کاری کاملی دارند و به‌صورت مطلوب کار می‌کنند. در چاپخانه‌های معمولی این ارقام بسیار کاهش نشان می‌دهد. این افت تولید اگر برای چاپخانه‌های قدیمی به صرفه و دارای توجیه اقتصادی باشد، به این دلیل است که هزینه خرید دستگاهها با توجه به عمر آنها و افزایش نرخ ارز و تورم مستهلک شده است. برای چاپخانه‌های جدید که ناگزیرند با قیمت ارزی بالای ۳۰۰ تومان دستگاه وارد کنند و پایین‌ترین قیمت دستگاه رول در وضع کنونی ۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰ تومان هزینه برمی‌دارد، این کار به هیچ‌وجه توجیه اقتصادی ندارد. به این ترتیب اگر این دو چاپخانه مجموعاً با ۱۵ دستگاه رول قادرند ۴۵ روزنامه و نشریه مهم و پرتیراژ کشور را چاپ کنند، دلیل اصلی آن است که تیراژ روزنامه‌های منتشر شده در این دو چاپخانه به‌طور میانگین ۱۵۵۵۸۳ نسخه برای ۶ روزنامه است. این رقم ۱۹۳۷۰ برای ۱۰ هفته‌نامه و ۱۳۱۴۶۱ برای ۱۳ ماهنامه است.

این تیراژها ضرورت رشد کمی لازم برای توسعه فن چاپ را ایجاب نمی‌کند. به عبارت دیگر، تا زمانی که مطبوعات کشور به لحاظ تیراژ چنین پشتوانه‌هایی دارند، چه ضرورتی برای سرعت بخشیدن به کار دستگاهها، پیشرفت و نوسازی آنها وجود دارد؟ پیشرفت و توسعه معلول و مرهون رشد کمی و افزایش تولید است.

از طرف دیگر، عامل سرعت هم در مطبوعات ایران پدیده و عامل توسعه‌زایی نیست. زمان و وقت هنوز در مطبوعات کشور مسئله جدی نیست. زیرا معمولاً اخبار و رویدادها با فاصله زمانی نسبتاً زیاد (البته در عرف و استاندارد روزنامه‌نگاری جهانی) به چاپ می‌رسد و غیر از مطالب تلکس و ماهواره‌ای، اخبار و گزارشهای ویژه و اختصاصی روزنامه‌ها معمولاً در فردای حادثه منتشر و چاپ می‌شود.

عامل سوم یعنی کیفیت و رنگ هم هنوز تأثیر و بازتابهای فنی خود را به‌طور گسترده و فراگیر به مطبوعات، به ویژه به روزنامه‌ها، تحمیل نکرده است. در یکی دو سال اخیر، شاهد اتفاقات تازه‌ای در این زمینه هستیم که به دلیل تیراژ محدود این نوع نشریات، دستگاههای چاپ کشور به خوبی پاسخگو و رافع این نیازها هستند.

این علل و عوامل سبب عقب‌ماندگی صنعت چاپ روزنامه و نشریه در ایران شده است و دستگاههای قدیمی و فرسوده که با تعویض قطعات و تعمیرات مستمر به حیات خود ادامه می‌دهند، نمادی از وضع عقب‌مانده این صنعت است. این عقب‌ماندگی به‌طور طبیعی شرایط خود را به چهار عامل توسعه تحمیل می‌کند:

۱. دانش فنی چاپ در ایران نظیر دستگاههای چاپ، قدیمی و بیشتر متعلق به دوران مکانیک و الکترونیک است.

۲. نیاز به توسعه و پیشرفت و به روز کردن فن چاپ به‌طور جدی وجود ندارد.

۳. آموزش و تربیت نیروی انسانی چاپ در همان شکل سنتی استاد - شاگردی پاسخگو است و بنیاد آموزش چاپ در ایران تجربه است، نه دانش علمی و کلاسیک و دانشگاهی.

۴. نهادها و سازمانهای چاپ در نحیف‌ترین و بی‌رتم‌ترین وجه وجود دارند و می‌توان بی‌اغراق گفت مراکز و نهادهای علمی، آموزشی، صنفی، پژوهشی، مدیریت و حقوق چاپ در ایران وجود ندارد یا در قالبهای اولیه و سنتی شکل گرفته‌اند.

مهم‌ترین مسئله چاپ در ایران این است که به دلیل عقب‌ماندگی نظام آن و شکل نگرفتن نهادهای مرتبط آن و مشخص و روشن نشدن جایگاه و موقعیت چاپ و هویت آن، مدیریت فنی قوی و کارآمدی که معمولاً در روزنامه‌ها نقش مشاور سردبیر را دارد، وجود ندارد. مدیران فنی چاپخانه‌های مرتبط با مؤسسات مطبوعاتی معمولاً مثل کارمندان یا حداکثر معاونان زیردست مدیران مسئول و سردبیران عمل می‌کنند. به همین دلیل، چاپ که امروزه آمیخته‌ای از هنر و فن است هنوز نتوانسته قابلیت‌ها و کارکردهای خود را به سردبیران و مدیران مسئول مطبوعات اثبات کند.

تحول فنی در روزنامه‌ها که مراحل حروفچینی، صفحه‌آرایی و طراحی، لیتوگرافی، چاپ و صحافی را شامل می‌شود، هیچ‌گاه براساس نیازهای واقعی جامعه و پیشرفتهای جهانی صورت نمی‌گیرد. بلکه مدیران مسئول و سردبیران تا حدی که به این امور آشنایی دارند، مددکار پیشرفتهای جدید می‌شوند و در جاهایی نظیر حروفچینی تحت فشار و تأثیر پیشرفتهای حیرت‌افزای رایانه تسلیم می‌شوند و دست به نوسازی می‌زنند. درحالی‌که پیشرفتهای، تحولات و تغییرات فنی در بسیاری از روزنامه‌ها به منظور جلب خواننده بیشتر، افزایش تیراژ، بهبود کیفیت، سرعت بخشیدن به فرآیند تولید توسط مدیران فنی با استفاده از پژوهش‌ها و تجربیات جدید فنی صورت می‌گیرد.

در واقع، فقدان مدیریت مستقل فنی و در حد مشاور سردبیر اولاً، باعث شده تا این مدیریت و نهاد سامان نیابد و مدیران مسئول روزنامه به ضرورت و اهمیت این فن دست نیابند. ثانیاً، تحول فنی و نوسازی مراحل فنی چاپ روزنامه تابع سلاقی فرهنگی سردبیران و مدیران مسئول که اکثر آنها ناآشنا به رمز و راز هنر چاپ هستند، قرار می‌گیرد و این خود معلول عدم وجود رقابت مطبوعاتی جدی در سنت روزنامه‌نگاری ایران و بسنده کردن به تیراژهای محدود است. درحالی‌که اگر رشته مدیریت چاپ و مدیریت فنی به صورت علمی و دانشگاهی و به روز در مطبوعات کشور جایگاه و اهمیت خود را به دست آورد، این نهاد می‌تواند کلیشه‌ها و نگرشهای قدیمی و تثبیت شده در تولید روزنامه را فرو ریزد و فضاهای تازه و شیوه‌های جدیدی را در روزنامه‌ها و صفحات آن سامان بخشد. به‌عنوان مثال، اگر به نحوه صفحه‌آرایی روزنامه‌های قدیمی و پرسابقه ایران و غالب مطبوعات کشور تأملی کنیم، درمی‌یابیم که تحول چشمگیر و مطلوبی در این عرصه هنری نداشته‌اند. زیرا هنوز رمز و راز حروف، تیر، سوتیر و صفحه‌آرایی

آنچنان که باید و شاید شناخته شده نیست و هنوز برای بسیاری از سردبیران، مضمون و محتوای خبر از نحوه ارائه آن مهمتر است. این مثال درباره تصاویر، لیتوگرافی، چاپ و صحافی هم صادق است. البته داشتن چنین انتظار و توقعی از سردبیران نارواست. زیرا حیطة وظیفه و مسئولیت سردبیران محتوا و حیطة وظیفه و مسئولیت مدیران فنی روزنامه توجه به این ظواهر دقیق و ظریف در دنیای پررنگ و تصویر امروز و عصر رسانه‌های تصویری است.

امروز اگر مطبوعات بخواهند رقیب جدی رسانه‌های تصویری باشند، چاره‌ای ندارند جز اینکه به اهمیت و جایگاه مدیران فنی و هنر چاپ توجه جدی کنند و آنان را در منزلت و شأن واقعی خود بنشانند. البته تا زمانی که مسئله تیراژ و افزایش تولید و رقابت مطبوعاتی به وضع مطلوب سامان نیابد، بعید می‌نماید ضرورت چنین تحولی در نگرش و بینش مدیران مسئول مطبوعات کشور بروز یابد.

مسائل چاپ مطبوعات

مرتضی کریمیان

مسائل چاپ مطبوعات از مسائل دیگر کارهای چاپی جدا نیست. کسانی که از نزدیک با امر چاپ ارتباط دارند، می‌دانند که در این رشته چه کمبودها و چه امکاناتی وجود دارد. ناشرانی که برای چاپ کتاب با صنعت چاپ ارتباط پیدا می‌کنند، تولیدکنندگانی که برای چاپ بسته‌بندی‌هایشان با چاپخانه‌ها سرو کار دارند و سازمان‌هایی که برای کارهای تبلیغاتی و فرهنگی و آموزشی و غیره کارشان به لیتوگرافی‌ها و چاپخانه‌ها می‌افتد، و سایر سفارش‌دهندگان کارهای چاپی به تجربه دریافته‌اند که انجام کار بسیار خوب و مطلوب در این رشته، کار آسانی نیست. سلیقه‌های سخت‌گیر شاید هیچ‌گاه راضی نشده باشند. در عرصه مطبوعات نیز چنین است. در عین حال همه کسانی که از نزدیک دستی بر آتش دارند می‌دانند که بخشی از دشواریها در رشته چاپ ناشی از ظرافت و پیچیدگی پروسه تولید کارهای چاپی است و بخش دیگر مربوط به محدودیت‌های موجود در کشور ماست که همیشه ملزومات مناسب برای انجام هر کار معین فراهم نیست. بنابراین همه قدردان و سپاسگزار چاپکاران و مدیران و کارگران دلسوز چاپخانه‌ها و لیتوگرافی‌ها هستند که علی‌رغم محرومیت از آموزش‌های لازم، با پشتکار و تجربه و عشق و فداکاری و حوصله، بسیاری از کمبودها را جبران می‌کنند و با امکانات محدود، ماشینهای قدیمی، مواد مصرفی نامناسب و شرایط نامساعد محیط کار، کارهای قابل قبول و گاه، کارهایی بسیار ایده‌آل تولید می‌کنند.

مطبوعات دارای ویژگیهای خاص خود هستند و علاوه بر شرایط عمومی صنعت چاپ در ایران، دارای مسائل خاص خود نیز هستند.

مطبوعات را می‌توان به چند گروه عمده طبقه‌بندی کرد:

۱. روزنامه

۲. هفته‌نامه

از نظر نوع چاپ، می‌توان روزنامه‌ها و هفته‌نامه‌ها را نیز در یک گروه قرار داد ولی به‌خاطر تفاوت‌هایی که در سازمان کار آنها وجود دارد، بهتر است به‌طور جداگانه بررسی شوند.

۱. چاپ روزنامه

در عرصهٔ صنعت چاپ، ماشینهای چاپ روزنامه — یا بهتر بگوییم سیستمهای چاپ روزنامه — یک حوزهٔ تخصصی را شامل می‌شوند. از نظر طراحی ماشینها، سازگاری آنها با سیستمهای آماده‌سازی پیش از چاپ و نیز سیستمهای پس از چاپ (مانند نقاله‌ها و بسته‌بندی‌ها) ماشینهای چاپ روزنامه از ماشینهای دیگر متفاوت‌اند و معمولاً متناسب با نیازهای مشخص مؤسسه مطبوعاتی ساخته می‌شوند. به همین دلیل اغلب ماشینهای چاپ روزنامه متعلق به سازمان روزنامه است. تملک چاپخانه توسط سازمان یا مؤسسهٔ مطبوعاتی ناشر روزنامه، اغلب توجیه فنی — اقتصادی هم دارد:

۱. چنانچه روزنامه‌ای بخواهد قطع خاص خود را داشته باشد، نمی‌تواند بدون پرت کاغذ، به چاپخانه‌های دیگر امید داشته باشد.

۲. از آنجا که هزینهٔ چاپ روزنامه رقمی بالا و ثابت و هر روزه است، می‌توان با هزینهٔ چند سال چاپ روزنامه، هزینهٔ یک دستگاه چاپ را مستهلک کرد.

۳. در اختیار داشتن ماشین اختصاصی امکان مانور روزنامه و موفقیت آن را در عرصهٔ رقابت خبری و اعمال تغییرات در آخرین لحظه بالا می‌برد. همچنین انتشار ویژه‌نامه‌های متنوع و شماره‌های فوق‌العاده را در شرایط حساس آسان می‌سازد.

۴. سازمان روزنامه علاوه بر انتشار روزنامه، به‌طور طبیعی کارهای چاپی دیگری نیز دارد و سازمان انتشاراتی در کنار آن پدید می‌آید. چاپخانهٔ اختصاصی می‌تواند پاسخگوی آن کارها

هم باشد و ارزش افزوده ناشی از انجام مراحل فنی تولید نشریات جانبی و کتاب و غیره را وارد درآمدهای خود کند.

۵. چاپخانه به عنوان یک بنگاه اقتصادی، در صورت برخورداری از مدیریت کارآمد می‌تواند سودآور باشد و منافع ناشی از آن تأثیر اقتصادی معینی بر کار روزنامه داشته باشد. یک چاپخانه موفق می‌تواند علاوه بر چاپ روزنامه و کارهای مرتبط با آن، سفارشهای دیگری را نیز انجام دهد و برای سازمان روزنامه ایجاد درآمد کند.

البته در برابر این دلایل می‌توان، دلایلی در مخالفت با تملک چاپخانه توسط سازمان یا مؤسسه مطبوعاتی بر شمرد. به هر حال این بحث شاید در جای دیگری قابل طرح باشد ولی لازم است اشاره شود که وقتی بحث از سازمان روزنامه می‌شود، مدل کلی آن مورد نظر است، نه روزنامه‌های با مالکیت دولتی یا ارگانهای غیر از بخش خصوصی که در کشور ما به دلیل روشهای مدیریتی و استراتژیهای عمدتاً غیراقتصادی و عملکرد سیاسی، چاپخانه‌های آنها نمی‌تواند ملاک ارزیابی قرار گیرد.

سازندگان ماشینهای چاپ روزنامه — دست کم در حوزه اروپا و آسیا — چند کارخانه محدود هستند که به طور تخصصی در این زمینه کار می‌کنند. البته علاوه بر واحد چاپ، در این ماشینها اجزای مختلفی (مثل تغذیه رول، تعویض اتوماتیک رول کاغذ، سیستم پرفراژ و تا و غیره) وجود دارد. همچنین کنترلرهای مختلفی را برای هدایت کاغذ، روی هم خوردن رنگها، ثابت نگه داشتن خواص مرکب و ... در قسمتهای مختلف ماشین نصب می‌کنند که هر کدام محصول یک کارخانه جداگانه‌اند.

مسئول فنی روزنامه باید بتواند بهترینها را در رابطه با شرایط کار خود انتخاب کند. به ویژه از نظر اندازه عرض رول و Cut off ماشین و نیز ترتیب قرار گرفتن برجهای چاپ باید مطالعات کافی صورت گیرد تا بهترین راندمان به دست آید و بدون پرت کاغذ، امکان چاپ روزنامه و هفته‌نامه‌های کشور میسر شود.

سازماندهی امور و گردش کار نیز نقش مهمی در راندمان کیفیت مطلوب دارد، هرچه سازمان چاپ روزنامه، در راه انجام مطالعات توجیهی اولیه هزینه کند و هر چه بیشتر برای تربیت کادر فنی و نیروی انسانی ماهر و مدیریت بهینه امور چاپ سرمایه‌گذاری کند، زیان نکرده است.

حالا اجازه بدهید از بحثهای فنی خاص کمی فاصله بگیریم و نگاه کلی تری به روزنامه و چاپ آن داشته باشیم. چاپ روزنامه در ارتباط با سیاست اطلاع‌رسانی آن شکل می‌گیرد و به کیفیت مراحل قبل از چاپ بستگی دارد.

اگر در جامعه‌ای بین مطبوعات، رقابت اطلاع‌رسانی وجود داشته باشد، آنگاه روشهای سریع و قابل انعطاف بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد. اگر کیفیت چاپ و یا جلب آگهی یک فاکتور مهم در موفقیت روزنامه باشد، آنگاه به کیفیت دستگاه چاپ و مواد مصرفی بها داده می‌شود.

در واقع پیشرفت دستگاههای چاپ روزنامه در دنیا به خاطر پاسخگویی به درخواست سازمان روزنامه‌ها بوده است. وقتی از طرف سردبیر روزنامه‌ای به اصرار خواسته می‌شود که حتی در حین چاپ روزنامه، امکان تغییر در آن و جایگزینی یک خبر به جای دیگری باشد، وقتی سازمان آگهی‌ها می‌خواهد برخی آگهی‌ها را در توزیع فلان منطقه از کشور و پاره‌ای دیگر برای توزیع در منطقه دیگری چاپ شوند و استدلال می‌کند که از این طریق امکان استفاده بیشتری از فضای آگهی در روزنامه فراهم می‌شود و در نتیجه مشتریان و درآمد بیشتری نصیب روزنامه می‌شود، سازندگان دستگاههای چاپ نیز خود را با این خواستها سازگار می‌کنند. آنها نیز برای حفظ بازار و رقابت با سازندگان دیگر، تلاش می‌کنند تا از ارزانترین و آسانترین راه، تکنولوژی مناسب را ارائه دهند. این چنین است که در نمایشگاه دروپا ۹۵ دیدیم، یک ماشین چاپ روزنامه ارائه شد که با سرعت بالای ۴۰ هزار چاپ در ساعت، این امکان را نیز در اختیار می‌گذاشت که یک یا چند ستون را تغییر دهیم. زیرا سالها پیش از آن هم سیستم اسکن پلته‌ها قبل از چاپ و نیز تنظیم اتوماتیک مرکب‌دان به منظور انتقال درست رنگ و سرعت تنظیم ماشین و کاهش باطله ارائه شده بود. همچنین سالها پیش سیستم تغییر اتوماتیک زینک و شستشوی مرکب‌دان هم عرضه شده بود. همچنین در سیستمهای نقاله و بسته‌بندی برای توزیع نیز کارهایی صورت گرفته است.

اما آنچه امروزه لازم است بر آن تأکید شود، مراحل قبل از چاپ است. باید بینیم سازمان روزنامه چگونه است تا روشن شود که چه نوع چاپی را اقتضا می‌کند. آیا سازمان روزنامه تا چه حد برای خبر دست اول ارزش قائل است؟ تا چه حد خبرنگارانش برای تهیه خبر می‌جنگند؟ تا چه حد از عکسهای اختصاصی و مرغوب استفاده می‌کند و تجهیزات کادر تحریریه آن دارای چه ویژگیهایی است؟

روزنامه‌ای که رقابت در ارائه خبر دست اول و تولید اختصاصی برایش مطرح باشد، خبرنگارانش را به کامپیوتر و دوربین دیجیتال مجهز می‌کند و شبکه ارسال الکترونیک را برایشان فراهم می‌سازد تا زودتر از روزنامه رقیب، خبر یا عکس را به روزنامه — در واقع به چاپ — برساند. حالا ممکن است خبرنگاری از یک کشور افریقایی برای روزنامه‌اش در اروپا خبری ارسال کند یا از چند خیابان آن‌طرف‌تر از دفتر روزنامه.

در یک برنامه تلویزیونی دیدم که سازمان ارسال خبر روزنامه *The Globe & Mail* را نشان می‌داد که در آن یک خبرنگار از یک مسابقه فوتبال عکس می‌گرفت و حساب می‌کرد اگر عکس را به صورت اطلاعات گرافیک از طریق مودم به دفتر روزنامه بفرستد، چند دقیقه زودتر از آن می‌رسد که با اتومبیل به دفتر روزنامه برود، پس روش اول را انتخاب می‌کرد.

بدیهی است در جایی که برای خبرنگار فرق نمی‌کند که عکس را چه زمانی به روزنامه برساند، چنین ابزار و روش ارسال نیز ضرورت پیدا نمی‌کند. در مرحله چاپ نیز چنین است. اگر آن سرعت و انعطاف‌پذیری لازم باشد، آن وقت ماشین چاپ هم باید با مراحل قبل سازگار باشد. باید به جای لیتوگرافی سنتی، لیتوگرافی دیجیتال به کار گرفته شود که بتواند از عکسی که با مودم ارسال شده، استفاده کند. آن وقت صفحه‌آرایی نیز باید به صورت کامپیوتری باشد که بتواند از فایل متن ارسال شده از راه دور، استفاده کند و حروف را با آن عکس در یک فرم قرار دهد. آن وقت استفاده از دستگاه‌های جدید نه به عنوان وسیله‌ای برای انجام بخشی از کار و نه چیزی در جنب روشهای قدیمی و مکمل آن، بلکه به عنوان یک راه حل قطعی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

هم‌اکنون برخی از دستگاههای مدرن ارتباطات الکترونیک و نرم‌افزار و سخت‌افزار نشر رومیزی و لیتوگرافی دیجیتال در روزنامه‌های کشور ما وجود دارد و مورد استفاده قرار می‌گیرد، ولی آیا در نهایت تغییری اساسی در چاپ روزنامه‌ها — به‌ویژه آن روزنامه‌هایی که مجهز به این دستگاهها هستند — مشاهده می‌شود؟

مادامی که خبر به‌طور عمده از تلکس خبرگزاری تغذیه شود و روزنامه‌ها به مثابه مجموعه مقالات باشند و عکس به آرشیو متکی باشد، روشها و کیفیت چاپ نیز نیازی به تحول نخواهد داشت. در چند سال اخیر آنچه موجب تحرکی در چاپ روزنامه‌ها شده، گرایش به چاپ رنگی

بوده است که اغلب ناشی از یک ضرورت درونی نبوده، بلکه به تصور ایجاد جاذبه بیشتر صورت گرفته است.

اولین روزنامه‌ای که چاپ تمام رنگی را در ایران آغاز کرد، سازمان خود را از آغاز برای این کار پی‌ریزی کرد. از سرویس عکس گرفته، تا صفحه‌آرایی و لیتوگرافی و ناظر چاپ و حتی تعریف مخاطب و سمت‌گیری واحد آگهی، همه بر این اساس شکل گرفته‌اند و روزنامه به صورتی که مورد نظر مدیران آن بوده، منتشر می‌شود. دومین روزنامه رنگی نیز پیش از انتشار به همین ترتیب سمت و سوی خود را انتخاب کرده است. در عمل نیز این دو در ارائه روزنامه رنگی موفق بوده‌اند. روزنامه‌های دیگری که بدون طرح و برنامه قبلی به سوی چاپ چهار رنگ سوق پیدا کردند، در این راه موفق نبوده‌اند. زیرا چشم طراح و چاپکار و ناظر چاپ آنها به کار رنگی عادت نکرده است. اساساً تحریریه عادت نکرده است که متن خود را در کنار عکسها و تصویرهای رنگی تصور کند؛ آرشو عکس و تولید عکس رنگی آنچنان نیست که مجله را تغذیه کند و هیچ سیاست معینی برای کاربرد رنگ در این روزنامه‌ها دیده نمی‌شود.

بارها دیده شده که زمینه نگاتیو یا تیترا یک خبر رنگی شده که اگر به جای چهاررنگ از چهاردهم رنگ هم استفاده می‌شد هیچ فرقی نمی‌کرد. معلوم نیست هزینه فیلم و زینک و چاپ را چهار برابر افزایش دادن چه توجیهی دارد.

در شرایطی که تعداد روزنامه‌ها به یکباره فزونی گرفته و ظرفیت چاپخانه‌ها برای چاپ آنها محدود است، گرایش بی‌مورد به انتشار روزنامه‌های رنگی، بار سنگینی بر دوش روزنامه‌ها و چاپخانه‌ها می‌گذارد؛ برای اولی بار مالی و برای دومی بار کاری.

برخی روزنامه‌ها که هنوز نتوانسته‌اند کیفیت چاپ عکسهای سیاه و سفید صفحه اول را به حد قابل قبولی برسانند، سراغ چاپ رنگی می‌روند. غافل از اینکه در جایی که حساسیتهای لازم برای چاپ مرغوب (گیریم سیاه و سفید) ایجاد نشده باشد، چاپ رنگی نمی‌تواند مشکلی را برطرف سازد. حتی دیده شده است که یک روزنامه در چاپخانه خودش، روزنامه دیگری را با کیفیتی به مراتب بهتر از روزنامه خودش چاپ می‌کند.

کاغذ نیز مسئله همیشگی روزنامه‌هاست. چون کاغذ روزنامه، کالایی وارداتی است، پیوسته دستخوش محدودیتهای مختلف است. یک بار دیر می‌رسد، یک بار سهمیه ارزی محدود می‌شود و یک بار بر اثر افزایش تعداد روزنامه‌ها نایاب می‌شود. از طرفی نوع کاغذهای وارداتی هر از گاه

تغییر می‌کند و صاحبان روزنامه‌ها معمولاً کنترل کاملی بر انتخاب کاغذ مصرفی ندارند. گاهی رول وارداتی چند سانتی متر بزرگتر از اندازه مورد نیاز روزنامه‌هاست که علاوه بر به هم زدن تناسب ظاهری روزنامه، موجب اتلاف سرمایه می‌شود. برخی از چاپخانه‌های چاپ روزنامه هم به علت ضعف اپراتور، مقدار قابل توجهی کاغذ را باطله می‌کنند.

گذشته از اینها، رنگ و بافت کاغذ، جزئی از هویت روزنامه است و تغییر آن برازنده یک روزنامه باثبات نیست. برای روزنامه‌های رنگی تغییر کاغذ حساسیت بیشتری دارد، زیرا هم طراح و هم لیتوگراف و اپراتور اسکنر پس از تجربه بسیار دریافته‌اند که رنگ پایه کاغذ در چه رنگهایی و تا چه حد مؤثر است و هنگام انتخاب رنگ و یا تفکیک رنگ، آن را به حساب می‌آورده‌اند.

همین سخن را دربارهٔ مرکب داخلی نیز می‌توان گفت. کارخانهٔ مرکب‌سازی متناسب با کاغذ موجود، مرکب خود را فرمول می‌کند، ولی با تغییر کاغذ، برخی نشانه‌های نامطلوب در کیفیت چاپ پیدا می‌شود. این وضع باعث شده که روزنامه‌ها کاغذ چند ماه را یکجا خریداری و ذخیره کنند که هم سرمایه‌گذاری زیادی را می‌طلبد و هم هزینهٔ انبارداری را به آنها تحمیل می‌کند. در صورتی که روزنامه‌های خارجی هر روز به قدر مصرف، کاغذ تحویل می‌گیرند. یعنی هر روز به مقدار معین کاغذ از کارخانهٔ کاغذسازی به چاپخانه می‌رود. هم سازمان روزنامه و هم چاپخانه مجبور نیستند فضای زیادی را به انبار اختصاص دهند.

هم اکنون چندین روزنامه در تهران منتشر می‌شود. از این میان روزنامه‌های کیهان، اطلاعات، سلام، جمهوری، رسالت و فردا چاپخانه دارند و روزنامهٔ خبر و کار و کارگر نیز به تازگی ماشین وارد کرده‌اند. روزنامه‌های دیگر نیز کم و بیش دنبال تأسیس چاپخانه هستند. خبر انتشار قریب‌الوقوع چند روزنامهٔ دیگر نیز به گوش می‌رسد (روزنامه‌های توسعه، زن، و ...)

باتوجه به اینکه تعداد روزنامه‌ها ظرف کمتر از دو سال (از اواخر ۷۵ تا اوایل ۷۷) رشد چشمگیری داشته، آیا امکانات موجود پاسخگوی آنها هست؟ بدون اینکه بخواهیم آمار و ارقام دقیقی ارائه دهیم، می‌توانیم بگوییم با تیراژهای معمول، در صورت کار با تمام ظرفیت، همین چاپخانه‌ها از پس همهٔ کار برمی‌آیند. زیرا الان دو چاپخانهٔ روزنامه، تنها یک شیفتر کار می‌کنند و ماشین بزرگ روزنامهٔ اطلاعات هنوز به بهره‌برداری نرسیده است. با احتساب ظرفیت این

ماشین و ماشینهای تازه نصب شده و اشتغال همه چاپخانه‌ها در دو شیفت، همه روزنامه‌ها را می‌توان به چاپ رساند. اما از آنجا که هفته‌نامه‌ها نیز روبه افزایش اند و دستگاههای چاپ آنها نیز معمولاً همان دستگاههای چاپ روزنامه است و به مناسبت‌هایی تیراژ آنها تا دو برابر افزایش می‌یابد، برای اطمینان خاطر باید ظرفیت ماشینهای چاپ موجود، به میزان ۱۰-۷ درصد افزایش یابد. باتوجه به اینکه اغلب روزنامه‌های جدید، روزنامه صبح هستند، حجم کار در شیفت شب از ظرفیت موجود بالاتر می‌رود. چنانچه ظرفیت چاپ رول افزایش نیابد، شاید برخی از روزنامه‌ها مجبور شوند بعدازظهرها انتشار یابند.

در اینجا لازم است این نکته نیز گفته شود که راندمان تولید چاپخانه‌ها بستگی مستقیم به دانش فنی نیروی انسانی چاپخانه‌ها دارد. در شرایط کنونی چاپخانه‌ای که از نظر تعمیر و نگهداری و تربیت کارگر در شرایط مطلوبتری قرار دارد، در مقایسه با چاپخانه دیگری که ماشین چاپ مشابهی دارد ولی کادر فنی آن آمادگی کافی ندارند، تا دو برابر تولید دارد.

۲. چاپ هفته‌نامه

هفته‌نامه‌ها از نظر چاپ، تا اندازه‌ای وابسته به روزنامه‌ها هستند. اگر از چند هفته‌نامه‌ای که با ماشینهای ورقی چاپ می‌شوند بگذریم، چاپ همه هفته‌نامه‌ها با ماشین رول صورت می‌گیرد و معمولاً در همان چاپخانه‌هایی چاپ می‌شوند که روزنامه‌ها به چاپ رسند. اغلب هفته‌نامه‌ها توان و اعتبار مالی روزنامه‌ها را ندارند و از طرف دیگر حجم کار چاپی آنها به حدی نیست که به‌خاطر آن به فکر ایجاد چاپخانه بیفتند. بنابراین به‌طور معمول در چاپخانه‌های مختلف کارشان را به چاپ می‌رسانند و معمولاً تابع شرایط کار آن چاپخانه‌ها هستند. بالا رفتن حجم سفارشهای هر چاپخانه می‌تواند در زمان‌بندی انتشار هفته‌نامه‌ها مؤثر باشد. بنابراین می‌بینیم هفته‌نامه‌های مختلف هر از گاه چاپخانه خود را عوض می‌کنند.

از آنجا که اساساً برای هفته‌نامه‌ها کیفیت چاپ به آن‌صورت که برای روزنامه‌ها مطرح بوده، اهمیت نداشته، کیفیت چاپ آنها پایین است. البته اشکال کار تنها متوجه چاپخانه نیست، زیرا کم بها دادن هفته‌نامه‌ها به کیفیت چاپ باعث شده که اغلب ناظر چاپ کم اطلاع از امور چاپ، هماهنگ‌کننده کارهای فنی انتشار نشریه باشد. تغییرات هر از گاه در هیئت تحریریه و صفحه‌آرا و حتی حروفچین نیز بر مشکلات می‌افزاید. به‌کارگیری کادر کم‌تجربه در امور تحریری، هنری و

فنی نیز مشکلاتی ایجاد می‌کند که در نهایت همه به آخرین مرحله یعنی صفحه‌بندی و سپس چاپ منتقل می‌شود و حاصل کار از نظر کیفیت چاپ چندان رضایت بخش نیست.

تیراژهای پایین و چانه زدن بر سر قیمت نیز خود عاملی است برای اینکه زبان مدیران هفته‌نامه‌ها در برابر مدیران چاپخانه‌ها کوتاه باشد.

در واقع کنترل کیفیت باید از خود سازمان روزنامه یا هفته‌نامه آغاز شود و سپس در چاپخانه تداوم یابد. وقتی از عکسهای چاپ شده نامرغوب به‌عنوان اریژینال استفاده می‌شود، از لیتوگرافی و چاپخانه چه انتظاری می‌توان داشت؟

شاید قرار است هفته‌نامه‌ها همه چیزشان به همین صورت باشد. همان شتاب‌زدگی که در نوشتن و تنظیم خبر و ذکر منابع خبری در هفته‌نامه‌ها دیده می‌شود، در چاپ عکسها و تصاویرشان نیز مشاهده می‌شود.

به هر حال چندی است که توجه به کیفیت چاپ هفته‌نامه‌ها بیشتر شده و تب چاپ رنگی به هفته‌نامه‌ها نیز سرایت کرده است که البته هزینه آنها را بالا می‌برد ولی لابد در بازار پاسخ مناسبی می‌گیرند و فروش آنها، جبران هزینه‌هایشان را می‌کند. در این مورد نیز همان مطالبی که درباره چاپ رنگی روزنامه‌ها گفتیم صادق است. سمت‌گیری هفته‌نامه‌ها به سوی کار چهار رنگ بدون طرح و برنامه حساب شده و بی‌پشتوانه هنری و فنی لازم صورت گرفته است. چاپ پرتره و ورزشکاران و هنرپیشه‌ها در شرایط کنونی عرصه رقابت هفته‌نامه‌هاست. باشد که از این رهگذر کیفیت چاپ آنها بالاتر رود.

روشن است که بالا رفتن کیفیت چاپ موجب رضایت آگهی‌دهنده و در نتیجه افزایش آگهی و افزایش درآمد هفته‌نامه‌ها خواهد شد.

در مورد کاغذ نیز آنچه در مورد روزنامه‌ها گفته شد، کم و بیش در مورد هفته‌نامه‌ها نیز صدق می‌کند. با این تفاوت که هفته‌نامه‌ها کمتر از روزنامه‌ها حمایت می‌شوند و تغییر قیمت کاغذ در وضعیت آنها تأثیر جدی دارد. در اواخر سال ۷۶ قیمت کاغذ از کیلویی ۱۷۰ تومان به ۴۰۰ تومان رسید و هفته‌نامه‌ها مجبور به افزایش قیمت شدند. این در حالی است که اغلب رول‌هایی که به چاپخانه می‌رسد زخمی هستند و حجم زیادی از آنها به‌صورت آواریه کاغذ درمی‌آید که غیرقابل چاپ است.

تیراژ هفته‌نامه‌ها در سال گذشته تابع جریان‌ات فوتبال و مسابقات تیم‌ملی بود و گاه به دو برابر رسید. افزایش یکباره حجم چاپ هفته‌نامه‌ها فشار زیادی به چاپخانه‌ها وارد ساخت. البته این وضعیت، این حسن را هم داشت که نشان داد چاپخانه‌های ما در شرایط حداکثر کار نیز جوابگوی سفارش‌ها هستند. اکنون تیراژ هفته‌نامه‌ها نسبت به ماه‌های گذشته افت کرده و پیش‌بینی می‌شود به مناسبت جام جهانی فوتبال بار دیگر افزایش یابد.

۳. چاپ ماهنامه و فصلنامه

به جز چند ماهنامه پرتیراژ که با ماشین رول چاپ می‌شوند، همه نشریات ماهانه و فصلنامه‌ها با ماشین‌های ورقی چاپ می‌شوند. آن چند نشریه‌ای هم که با ماشین رول چاپ می‌شوند، صفحات رنگی‌شان با ماشین‌های چاپ ورقی چاپ می‌شود و مشکل درست از همین جا آغاز می‌شود. زیرا چاپخانه‌هایی که دارای افست ورقی هستند، انواع کارهای تبلیغاتی، فرهنگی، کتاب درسی، بسته‌بندی و غیره را نیز چاپ می‌کنند. مشتریان متنوع با کارهای گوناگون برای انجام سفارش‌های گوناگون مراجعه می‌کنند. در این میان کار مطبوعات گم می‌شود. برخی از مدیران چاپخانه‌های ورقی نیز کمتر با حساسیت‌های مطبوعات آشنا هستند. بنابراین در این چاپخانه‌ها و همچنین کارگاه‌های لیتوگرافی مجری مجله‌ها، کارها به سرعت روزنامه‌ها و هفته‌نامه‌ها انجام نمی‌شود.

البته از حق نگذریم که خود ماهنامه‌ها نیز برنامه‌ریزی دقیقی مثل روزنامه‌ها و هفته‌نامه‌ها ندارند که سر روز معین کارشان را تحویل لیتوگرافی دهند. در میان ماهنامه‌ها تعداد معدودی را می‌توان یافت که طبق توافق با لیتوگراف و چاپخانه‌دار، سر روز معین کارشان را تحویل دهند و سر روز معین دریافت کنند. روزنامه‌ها ملزم‌اند که هر روز و هفته‌نامه‌ها هر هفته در روز معینی منتشر شوند و می‌دانند که تمام کار آماده‌سازی و چاپ آنها ظرف یک شب انجام می‌شود. اما در مورد ماهنامه‌ها چنین نیست. فرصت یک ماهه آنها را گول می‌زند و کارگاه‌های لیتوگرافی و چاپ و صحافی نیز دغدغه چندان برای انجام آن ندارند و مجله را در ردیف سایر کارهای چاپی قرار می‌دهند.

اگر توجه کرده باشید در پمپ بنزین‌های بین راه، در حالی که چندین ماشین سنگین در صف گازوئیل منتظرند، یک اتوبوس مسافری جلوتر از همه می‌رود و دنده عقب می‌گیرد و خارج از نوبت گازوئیل می‌زند، بدون اینکه اعتراض کسی را برانگیزد. زیرا هم مدیر جایگاه و

هم‌راندگان دیگر پذیرفته‌اند که اتوبوس مسافری نباید در صف انتظار بماند. این رفتار را در همه جاده‌ها و حتی در شلوغ‌ترین روزها می‌توان دید. در واقع کار مجله‌ها در چاپخانه‌ها نیز مثل همین اتوبوس مسافری است و باید خارج از نوبت چاپ شود. اما در چاپخانه‌های ما برای مطبوعات اولویت خاصی قائل نیستند و همیشه به کارهایی که در دست دارند اشاره می‌کنند. حتی گاهی دیده می‌شود کارهای تبلیغاتی به دلیل پیگیری ناظر چاپ آنها و یا دلایل دیگر مقدم بر همه کارها چاپ می‌شوند. البته در چاپخانه‌ها و لیتوگرافی‌هایی که همکاری مداوم با مطبوعات دارند و به مسائل مطبوعات اشراف دارند، وضع بهتر است، ولی به‌طور کلی این یکی از مشکلات اساسی مجله‌هاست.

معمولاً از صفحه‌بندی تا توزیع مجله، بیش از ۱۰ روز برای انجام لیتوگرافی، چاپ و صحافی زمان صرف می‌شود. این مدت برای نشریه‌ای که کل دور انتشار آن یعنی فاصله انتشار هر شماره تا شماره بعدی اش یک ماه است، زمان زیادی است و فرصت کافی برای تهیه مطالب، حروفچینی و تصحیح و صفحه‌آرایی باقی نمی‌گذارد. یک مقایسه ساده بین زمان چاپ یک هفته‌نامه ۱۶ صفحه‌ای با یک ماهنامه ۸۰ صفحه‌ای که دارای ۸ صفحه رنگی هم باشد، نشانگر اتلاف وقت ماهنامه‌ها برای انجام لیتوگرافی و چاپ است.

حجم مطالب و آگهی‌های ۸۰ صفحه ماهنامه، با توجه به اینکه در مقایسه با هفته‌نامه‌ها از قلم‌ریزتر و عکسهای کوچکتر استفاده می‌کند، معادل ۴ یا ۵ شماره هفته‌نامه است. یعنی تولید یک ماه تحریریه یک ماهنامه، معادل تولید یک ماه تحریریه یک هفته‌نامه است. از طرفی فاصله تحویل لی‌آت هفته‌نامه تا دریافت آن از چاپخانه حداکثر ۱۲ ساعت است (حالا فرض می‌کنیم ۲۴ ساعت)، یعنی حداکثر یک روز یا ۱۷ دوره انتشار. در حالی که زمان آماده‌سازی، چاپ و صحافی ماهنامه در بهترین وضعیت و به‌طور کمیاب حدود ۶ روز و به‌طور معمول حدود ۱۰ یا ۱۲ روز و گاهی حدود ۱۵ روز است. یعنی در بهترین حالت ۱/۵ و به‌طور معمول حدود ۱/۳ و گاهی ۱/۲ دوره انتشار صرف چاپ آن می‌شود. بخشی از این تفاوت به‌خاطر سرعت پایین ماشینهای ورقی در مقایسه با ماشینهای رول و نیز انجام مرحله صحافی جدای از چاپ است که در چاپ روزنامه و هفته‌نامه لازم نیست. از طرفی، بسیاری از ماهنامه‌ها به دلایلی که گفته خواهد شد، چاپ رنگی را در یک چاپخانه، سیاه و سفید متن را در چاپخانه دیگر و گاه صحافی را نیز در جای دیگری انجام می‌دهند. در مواردی ورنی یو.وی نیز یک مرحله و یک حمل و نقل دیگر

را به این دروسها می‌افزاید. بنابراین نمی‌توان همهٔ تقصیر را متوجه دست‌اندرکاران چاپ دانست. ولی صرف ۱۰ یا ۱۵ روز برای انتشار مجله — یعنی آنچه هم‌اکنون جریان دارد — به هیچ وجه برای یک ماهنامه پذیرفتنی نیست و فشارهای زیادی را به کادر تحریری، آگهی، فنی و اجرایی آن وارد می‌سازد. این در حالی است که از ماهنامه‌ها انتظار می‌رود مطالب دقیق‌تر و معتبرتر را به‌نحو مطلوب ترجمه و تألیف کنند و غلطهای حروفچینی آنها بسیار کمتر از هفته‌نامه‌ها باشد.

چاپخانه‌هایی که هفته‌نامه یا روزنامه چاپ می‌کنند، می‌دانند که زمان انتشار برای یک نشریه چقدر اهمیت دارد. اگر ماشین آنها خراب شود، همان نیمه‌شب با چاپخانهٔ دیگری هماهنگ می‌کنند و زینک‌ها و کاغذها را هر طور شده برای چاپ به آنجا می‌برند. این کارها حتی با تصمیم ماشین‌چی و بدون حضور مدیر چاپخانه هم انجام می‌شود. آنها وظیفهٔ خود می‌دانند که هفته‌نامه را صبح فردا چاپ شده، تحویل دهند. حالا روزنامه که جای خود دارد. در مقایسه با این رفتار می‌توان گفت که اغلب چاپخانه‌های ورقی، به اهمیت زمان در انتشار ماهنامه‌ها پی‌نبرده‌اند. اغلب کارگاههای لیتوگرافی و چاپ برای انجام کار ماهنامه‌ها در شرایط شب‌کاری مبلغ اضافی طلب می‌کنند، روز تعطیل نیز به خاطر کار مجله، سرکار نمی‌آیند. (البته آنها هم به جای خود حق دارند، زیرا هزینه‌های آنان یک واقعیت عینی است و نمی‌توان از آنها انتظار داشت که از جیب خود برای مطبوعات خرج کنند. هدف از بیان این مطالب تشریح وضعیت موجود است).

هزینهٔ ماهنامه‌ها به خودی خود بیشتر از هفته‌نامه‌هاست زیرا گردش مالی آنها کندتر است. هزینه‌های اداری، تأمین منابع و حق‌التألیف متخصصان در نشریه‌های تخصصی معمولاً بیشتر از هفته‌نامه‌هاست.

نوع کاغذ مصرفی به نسبت مرغوبتر و پرداخت هزینهٔ صحافی و چاپ رنگی مرغوب و هزینه‌های جانبی در این موارد، خودبه‌خود بر هزینه‌های ماهنامه‌ها می‌افزاید، بنابراین دیگر توان پرداخت هزینه‌های باز هم بیشتر را ندارند.

ممکن است این پرسش مطرح شود که کادر تحریری و آگهی مجله با مراحل چاپ آنچه کار دارند، آنها می‌توانند به تولید خود ادامه دهند، مجله هم به موقع خود منتشر می‌شود. اما در

عمل این چنین نیست. اولاً به خاطر محدودیتهای مالی و نیروی انسانی، بخشی از نیروهای همکار تحریریه و آگهی درگیر در کار چاپ می‌شوند و وقتشان در این مورد گرفته می‌شود.

از طرفی، بخشی از کارهای تحریریه و آگهی پس از انتشار مجله شکل می‌گیرد و لازم است بازتابهای مختلف را گرفته و ارزیابی کرده و کار خود را تصحیح و تکمیل کنند. به‌ویژه مجله‌هایی که دارای آگهی هستند، برای تکمیل آگهی‌های ماه بعد، باید در انتظار بمانند تا مجله منتشر شود و به دست مخاطبان و آگهی‌دهندگان برسد. زیرا اغلب آگهی‌دهندگان مایلند براساس بازتاب آگهی خود برای ادامه کارشان تصمیم بگیرند. (ممکن است این روش خیلی منطقی به نظر نرسد ولی واقعیتی است که وجود دارد). به هر حال چاپ به موقع مجله، به روند کارهای واحدهای مختلف یک ماهنامه (از تحریریه و آگهی گرفته تا اشتراک و مالی و غیره) شتاب می‌بخشد و به تسریع آماده‌سازی مجله کمک می‌کند.

این همه از مشکلات مجله‌ها در چاپخانه‌ها و لیتوگرافی‌ها گفتیم، دور از انصاف است اگر از نقطه ضعف‌های گردانندگان ماهنامه‌ها یاد نکنیم. چرا هر وقت از مشکلات نشریه‌ها صحبت می‌شود گناه همه مشکلات را به گردن کسانی بیرون از سازمان نشریه می‌اندازیم؟ چرا ضعف گزارشگران و مشغله زیاد سردبیر و ناهماهنگی‌های مسئول آگهی، باید در آخرین لحظه فشار کار را برای لیتوگراف چند برابر کند؟ چرا باید اوزالید یک متن سیاه و سفید برای بازبینی یک یا دو روز معطل بماند و چرا بعد از اوزالید، تصمیم بگیریم که فلان خبر را برداریم و بهمان آگهی را بگذاریم و جای دو صفحه را عوض کنیم و یک فرم را به خاطر اینکه هنوز نتوانسته‌ایم یک عکس را تهیه کنیم، نگه‌داریم؟ و چرا باید غلطی‌هایی را که در هنگام تصحیح ندیده‌ایم، یا اشکال جابه‌جایی ستونهای لی‌آت شده را بخواهیم پس از مونتاژ، روی فیلمها اصلاح کنیم؟

در طولانی بودن زمان چاپ ماهنامه بسیار سخن گفتیم. اما در مورد فصلنامه‌ای که یک ماه پس از فصل منتشر می‌شود دیگر نمی‌توان آن سخنها را بهانه قرار داد. به‌ویژه که فصلنامه‌ها فارغ از مشکلات آگهی و معمولاً با تعداد عکس اندک و دو یا چهار صفحه رنگی، آنچنان کاری در لیتوگرافی و چاپخانه ندارند. آنها فرصت کافی دارند که نشریه را به موقع آماده کنند به طوری که تأخیر یک یا دو روزه تأثیری بر کارشان نداشته باشد.

آگهی به همان میزان که به‌عنوان منبع درآمد ماهنامه از اهمیت برخوردار است، برای آنها مشکل ساز هم هست و در تأخیر تکمیل مجله و ارسال آن به چاپخانه مؤثر است. به‌ویژه

آگهی‌های رنگی دشواریهای زیادی از نظر لیتوگرافی و چاپ دارد. اولاً باید تعداد صفحات آگهی رنگی ضریبی از ۴ باشد که فرم چاپ برای مجله را پر کند. بنابراین وقتی مجله‌ای ۳ صفحه یا ۱۰ صفحه آگهی رنگی دارد، باید منتظر بماند تا صفحات دیگر نیز تکمیل شود. آگهی‌دهندگان نیز از آنجا که پول پرداخت می‌کنند و مشتری هستند، حق را به جانب خود می‌دانند و مجله هم مجبور است روابط خود را با آنها حفظ کند. در نتیجه هرگونه بی‌برنامگی آگهی‌دهندگان — که گاه تعداد آنها زیاد هم هست — بر روند کار مجله تأثیر می‌گذارد.

در مواردی نظر آگهی‌دهنده‌ای در آخرین لحظه تغییر می‌کند و فیلمهای آگهی او از روی میز مونتاژ برداشته می‌شود که به جای آن باید آگهی دیگری گرفته شود. بدیهی است تهیه یک آگهی جدید، حتی اگر مرحله بازاریابی آن را به حساب نیاوریم، از نظر طراحی و ساختن فیلم چهار رنگ زمان قابل توجهی لازم دارد.

ناهماهنگی برخی طراحان و تأخیرهایی که به نظر مطبوعاتی‌ها ناز و افاده می‌آید، آماده‌سازی کارهای رنگی را دشوارتر می‌کند. در اغلب موارد آگهی‌دهندگان همه کارها را به گردن مجله می‌اندازند، توجیه طراح و مشتری و حل و فصل مسائل فی‌ما بین آنها و نیز اجرای کامپیوتری و گرفتن فیلمهای چهار رنگ و پرداخت هزینه‌های آن نیز برای کسانی که اولین بار آگهی می‌دهند، مشکلاتی دارد که همه به مجله‌ها منتقل می‌شوند. (کمتر مجله‌ای از هزینه‌های طراحی و فعالیت آتلیه‌ای در جنب خود، منتفع می‌شود).

پس از این همه ماجرا، چاپ رنگی به صورتی که رضایت همه آگهی‌دهندگان را تأمین کند، از دشواریهای جدی است. اغلب مجله‌ها به ناچار از کاغذهای گلاسه مرغوب برای چاپ رنگی استفاده می‌کنند و چاپخانه‌های رنگی کار خوب را، برای چاپ فرم‌های رنگی مجله انتخاب می‌کنند و معمولاً هزینه قابل توجهی را متقبل می‌شوند. کار رنگی به خاطر حساسیت آن — به‌ویژه که در واقع آگهی رنگی متعلق به دیگران است — بسیار پرهزینه‌تر از کار سیاه و سفید تمام می‌شود. چه بسا که به خاطر یک اشتباه کوچک (مثلاً افتادن یک تار موی کپی‌کار روی زینک) ناچار به تعویض یک زینک بشوند. همچنین در این مورد ناظر چاپ مطلع از امور فنی چاپ و آشنا به کارهای رنگی و دقیق لازم است تا در همه مراحل لیتوگرافی و چاپ، پیگیر کار باشد. بعد از همه این کنترلها می‌بینیم باز هم یک آگهی واحد در سه شماره مجله، از نظر رنگها، سه جور چاپ شده است.

به خاطر همین حساسیت‌هاست که مجله‌ها معمولاً ناچار می‌شوند، کارهای رنگی خود را یک‌جا چاپ کنند و چاپ متن را به چاپخانه‌ای دیگر بسپارند. زیرا اغلب چاپخانه‌های رنگی کار خوب، چاپ سیاه و سفید را راه دست خود نمی‌دانند. همچنین چاپخانه‌هایی که سیاه و سفید را خوب و به موقع چاپ می‌کنند، ممکن است صحافی نداشته باشند و یک مجله برای انجام امور فنی خود ناچار به مانور و هماهنگی و جابه‌جایی بین چند واحد مختلف باشد.

اغلب ماهنامه‌ها از عکس‌های چاپ شده به عنوان اریژینال استفاده می‌کنند که معمولاً کیفیت خوبی به دست نمی‌دهد. برخی از مجله‌ها با خریدن یک اسکنر رومیزی ارزان قیمت و بدون اپراتور مطلع از امور لیتوگرافی، عکسها را اسکن می‌کنند و پرینت کاغذی آن را روی لی‌آت می‌چسبانند، در نتیجه کار چاپ شده آنها بسیار نامرغوب از آب درمی‌آید. جای تعجب است که دستگاه‌های جدید که باید به کیفیت کارها بیفزایند، اینچنین به افت کیفیت منجر شده‌اند. شاید اگر آنها به جای پرینت کاغذی، فایل تصاویر و عکسهایشان را به یک لیتوگرافی می‌بردند و فیلم آنها را از خروجی ایمیج‌ستر می‌گرفتند، با تحمل هزینه‌ای اندک می‌توانستند به نتیجه بهتری برسند.

متأسفانه برخی از مدیران نشریات برای تجهیز امکانات نشر رومیزی خود تنها به مشاوره فروشندگان دستگاهها و وسایل کامپیوتری اکتفا می‌کنند، در حالی که نظریات افراد مطلع به امور چاپ نیز در این مورد ضروری است. با مشورت صاحب‌نظران امور سخت افزار و نرم‌افزار می‌توان مناسبترین دستگاهها و روش کار را برای آماده‌سازی نشریه، انتخاب کرد. اغلب نشریات، استفاده درستی از کامپیوتر نمی‌کنند. این ضعف در همه بخشهای مجله در کیفیت آماده‌سازی و کیفیت نهایی مجله تأثیر می‌گذارد.

نشریات باید مقدمات کار را در دفتر خود طوری فراهم سازند که احتمال خطا را به حداقل برسانند و مواد لازم برای انجام یک کار مرغوب را در اختیار لیتوگرافی بگذارند؛ توضیحات روشن و دقیقی در مورد کار بدهند و در حین لیتوگرافی و چاپ نظارت کنند و سعی کنند آگاهی کادر فنی خود را از امور چاپ بالا ببرند تا نتیجه بهتری به دست آورند. در عین حال با کارکنان و مدیران کارگاههای مجری لیتوگرافی، چاپ و صحافی به تفاهم برسند و با هماهنگی و تفاهم آنها، کارشان را پیش ببرند.

باید همه بپذیریم که کادر تحریریه و آگهی و اشتراک و تدارکات یک نشریه به همراه لیتوگرافی و چاپخانه و صحافی، یک تیم مشترک را تشکیل می‌دهند که با هماهنگی یکدیگر می‌توانند کار خوبی ارائه دهند. مطبوعات از آغاز در دل چاپخانه‌ها بوده‌اند و رشد آنها توأمان بوده است. اکنون نیز علی‌رغم تحول تکنولوژیک و گستردگی و فاصله کار مطبوعاتی و چاپ، باید این ارتباط هرچه نزدیکتر و سازمان‌یافته‌تر باشد. خواه روزنامه، خواه هفته‌نامه و خواه ماهنامه و فصلنامه زمانی موفق خواهند بود که ارتباط ارگانیکی بین واحدهای مختلف آن از تحریریه تا چاپ و توزیع برقرار باشد.

نقش پست در مطبوعات

داود زارعیان

پست، مخابرات، مراکز آموزشی، دانشگاهها، خبرگزاریها، کارخانه‌های تولید کاغذ، تجهیزات چاپ، تکنولوژیهای اطلاعاتی، پایانه‌های کامپیوتری، ماهواره‌ها، بنگاههای تبلیغاتی، مؤسسات روابط عمومی و ... می‌توانند زمینه‌ساز توسعه مطبوعات در کشور باشند که هر یک از این موضوعات می‌تواند به‌طور مستقل مورد بررسی قرار گیرد.

این واقعیتی است که با توجه به اهمیت مطبوعات در توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور، شکوفایی مطبوعات از بسیاری جهات می‌تواند کلید رشد و توسعه همه‌جانبه جامعه باشند.

مطبوعات با انبوه اطلاعات خبری، علمی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی که به جامعه سرازیر می‌کند، مغزها را آماده‌اندیشیدن می‌کند و افراد جامعه را برای حضوری فعال در سرنوشت خویش آماده می‌سازد. ایفای نقش اخیر مستلزم آن است که مطبوعات اطلاعات تازه و نو در اختیار داشته باشند، با کیفیت بالا چاپ شوند و به موقع به دست مخاطبان برسند. و این آخری در کشور ما اهمیت ویژه‌ای دارد، چرا که اولاً تقریباً همه مطبوعات پرتیراژ و اصلی کشور در تهران چاپ می‌شود. ثانیاً کشور ما امکانات حمل‌ونقل ضعیفی دارد. از این‌رو نقش پست در توزیع به‌موقع مطبوعات از جمله موضوعات مهمی است که تا این لحظه به آن توجه جدی نشده است و اصولاً مدیران مطبوعات ما به دلایل مختلف از جمله تنگناهای مالی از آن غافل بوده‌اند. در این مقاله سعی بر آن است که نقش پست در مطبوعات را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهیم.

پست و مطبوعات همکاری درازمدتی با هم داشته و دارند. حدود ۲۰۰ سال است که پست، مطبوعات را توزیع می‌کند و حیات مطبوعاتی علی‌رغم همه فراز و نشیبهایی که داشته، در سایه

حمایت طرف سومی به نام دولت ادامه یافته است. دولت با تمام دقت مواظب تعرفه‌های پستی است و در موارد لزوم به پست کمک می‌کند تا بتواند با آسودگی خیال مطبوعات را توزیع نماید. از این روست که ارتباطات پستی را به عنوان یک پدیده اجتماعی که با مناسبترین قیمت‌ها و حضور در همه جا هر گونه نوشته و کالا را جابه‌جا می‌کند تعریف می‌کنند و در این میان سهم مطبوعات در مجموع مرسوله‌های پستی بسیار بالاست.

آمار منتشره در مجلهٔ *رفرنس* نشان می‌دهد که ۸۰ درصد روزنامه‌های دانمارک، ۶۰ درصد روزنامه‌های انگلیس و آلمان، ۹۸ درصد روزنامه‌های فنلاند، ۹۲ درصد روزنامه‌های ژاپن و ۲۵ درصد روزنامه‌های فرانسه توسط پست توزیع می‌شود.^۱ همین آمار بیانگر توزیع بیش از ۲ میلیارد انواع مطبوعات توسط پست فرانسه است که البته این آمار به غیر از ۱/۵ میلیارد کتاب و مطبوعات بدون نشانی است.^۲

توزیع مطبوعات توسط پست در کشور ما نیز با توجه به قدمت پست به سالهایی برمی‌گردد که مطبوعات فارسی زبان در هندوستان منتشر می‌شدند. علی‌رغم اینکه زادگاه و سرزمین اصلی زبان فارسی ایران است، ولی اولین مطبوعات و روزنامه‌های فارسی در هندوستان منتشر شدند. در این خصوص ۳ علت را می‌توان نام برد:

۱. پیشرفت صنعت چاپ در هندوستان قرن هفدهم و هیجدهم؛
۲. رواج زبان فارسی در هندوستان؛
۳. طرز ادارهٔ حکومت در هندوستان که از حکومت استبدادی و قدیمی سلسلهٔ قاجار جلوتر و اروپایی‌تر بود.

در هر حال این نشریات فارسی زبان که بنا به دلایل فوق در خارج از کشور منتشر می‌شدند، توسط مسافران، سیاحان و نیز از طریق پست از بنادر جنوبی و مرزهای شرقی به ایران راه پیدا می‌کردند. به طوری که براساس آمار موجود در سال ۱۸۸۵ تعداد ۱۳۶۸۸۳۵ نامه، ۲۰۵۰ عدد کارت پستال، ۷۴۵۵ نسخه مطبوعات و ۷۳۹۹۵ بستهٔ پستی از طریق پست ایران در داخل و خارج توزیع شده است.^۳

در سال ۱۹۰۲ که ادارهٔ پست ایران جزء ادارهٔ گمرکات درآمد و زیرنظر بلژیکی‌ها اداره می‌شد، نامه و روزنامه از طریق لندن و روسیه ۹ روزه به تبریز، ۱۰ روزه به تهران، ۱۴ روزه به

اصفهان و ۱۸ روزه به شیراز می‌رسیدند. روزنامه‌های چاپ هند در مدت ۳ هفته و اغلب ۴ هفته به دست خوانندگان تهرانی می‌رسید.

بعد از چاپ روزنامه در ایران در ابتدا روزنامه‌های ادارات دولتی و بعد روزنامه‌های افراد بانفوذ توسط پست توزیع می‌شد. در عین حال مطبوعات چاپ خارج همواره از مشتریان ثابت پست به شمار می‌رفتند. به‌ویژه اینکه بعد از رونق چاپ در ایران نیز برخی از مطبوعات به دلایل مختلف از جمله سانسور در خارج از کشور چاپ می‌شدند.

استقبال خوب مطبوعات از پست باعث شد تا در اولین قانون پستی به این مهم توجه شود و توزیع مطبوعات را در انحصار پست درآوردند. در قانون تأسیس شرکت پست مصوب سال ۱۲۹۴ شمسی، در ماده اول از جراید به‌عنوان مرسوله‌هایی نام برده می‌شود که توزیع آنان به عهده پست گذاشته شده است. در ماده دوم از این فراتر رفته و در خصوص توزیع جراید کلمه انحصار را به کار برده است:^۴

«ماده دوم - اداره پست امتیاز اعمال زیر را به طریق انحصار داراست:

اولاً) [...]»

خامساً) حمل و نقل جراید و اعلانات و اوراق اخطاریه و تعرفه صورت قیمت اشیاء و اوراق از هر قبیل در صورتی که اسم گیرنده در روی آنها نوشته شده باشد.»

به نظر می‌رسد واگذاری انحصاری توزیع مطبوعات به پست با توجه به اهمیت مطبوعات و نقش مهم پست در توزیع آن بوده است. از آنجا که در سال ۱۲۹۴ پست ایران به صورت دولتی اداره می‌شد، دولت قصد داشت از این طریق به مطبوعات کمک کند و با نرخهای بسیار پایین مطبوعات را به مشترکین برساند. لازم به ذکر است که پست ایران تا سال ۱۳۶۷ به صورت دولتی اداره می‌شد و نرخ جابه‌جایی مرسوله‌ها به‌ویژه مطبوعات بسیار کم بود و دولت همواره به این سازمان سوبسید می‌داد. ولی از آن سال به بعد پست مجبور بود هزینه‌های جاری خود را تأمین کند.

علاوه بر این در قوانین بین‌المللی که عمدتاً به تصویب اتحادیه جهانی پست که ایران هم در آن عضویت دارد رسیده است، برای مطبوعات نرخ مخفّفه قائل شده‌اند و به همه کشورهای توصیه کرده‌اند که در محاسبه نرخ مطبوعات حداکثر تا ۵۰ درصد نسبت به پست نامه‌ها تخفیف دهند.

در بند ۸ از ماده ۱۸ احکام اتحادیه جهانی پست مصوب کنگره واشنگتن (۱۹۸۹) چنین آمده است:

«۸. هر اداره پست مختار است برای روزنامه و نشریات دوره‌ای منتشره در کشور خود، تخفیفی که نمی‌تواند از ۵۰ درصد تعرفه قابل اجرا در گروه پست‌نامه‌های مورد استفاده برای مرسوله تجاوز نماید قائل گردد. با حفظ این حق که تخفیف مزبور را به نشریات دوره‌ای و روزنامه‌هایی محدود کرده‌اند که شرایط مورد تقاضای آیین‌نامه داخلی کشور را برای ارسال آنها با تعرفه روزنامه‌ها، رعایت کرده باشند. مطبوعات تجارتي از قبیل کاتالوگها، مجموعه‌های اطلاعاتی، فهرست قیمت‌ها و غیره بدون توجه به ترتیب انتشارشان مشمول تخفیف نمی‌شوند. این امر در مورد اوراق تبلیغاتی ضمیمه روزنامه‌ها و نشریات دوره‌ای نیز صادق است. به شرطی که مسئله در مورد اوراق تبلیغاتی جدا شده که قسمتهایی از روزنامه یا نشریه دوره‌ای تلقی می‌شوند، نباشد.

۹. ادارات پست می‌توانند همین تخفیف را برای کتابها و بروشورها، جزوات موسیقی و نقشه‌های جغرافیایی که حاوی هیچ‌گونه تبلیغات دیگر، غیر از آنچه روی جلد یا روی ورقه‌های ابتدایی یا انتهایی این مرسولات چاپ می‌گردد نباشد نیز قائل شوند.»^۵

همچنین در همین ماده به معافیت از پرداخت کرایه پستی برای نوشته‌های مخصوص نابینایان اشاره دارد و تأکید می‌کند نوشته‌های مخصوص نابینایان تا وزن ۷ کیلوگرم از کرایه پستی معاف هستند.^۶

در حال حاضر نرخهای مصوب شرکت پست جمهوری اسلامی ایران از همین قانون تبعیت می‌کند. به طوری که نرخهای پایه مطبوعات در سنگ اول و دوم (تا ۱۰۰ گرم) ۵۰ درصد نرخ پست نامه و همچنین توزیع نوشته‌های مخصوص نابینایان تا ۷ کیلوگرم مجانی است.

علی‌رغم این تسهیلات در توزیع مطبوعات بغیر، از پست از روشهای دیگری نیز استفاده می‌گردد که بخش خصوصی و سازمان توزیع یا تعاونی توزیع مطبوعات از آن جمله‌اند. با این حال مطبوعات برای پست همواره مشتری ممتازی بوده است که البته شرایط خاص خود را داشته است. مسئول رهسپاری مطبوعات پست فرانسه در این زمینه می‌گوید: «مطبوعات مشتریهای شوق‌انگیزی هستند، اما با ویژگیهای خاص و انتظارات زیاد.»^۷

پست در کمکش به توزیع مطبوعات بایستی به کیفیت خدماتی که ارائه می‌دهد توجه ویژه داشته باشد. مطبوعات نوعاً مرسوله‌های فوری هستند و اصولاً اخبار با گذشت زمان کوتاهی جذابیت خود را از دست می‌دهند، لذا پست می‌باید نشریات مشترکین، به‌ویژه مشترکین روزانه را به سرعت و حداکثر تا قبل از ساعت ۹ صبح (روزنامه‌های صبح) و تا ساعت ۵ بعدازظهر (روزنامه‌های عصر) توزیع نماید. در این زمینه پست اغلب کشورهایی که درصد بالایی از توزیع مطبوعات را به‌عهده‌دارند طرح‌های مختلفی را به‌کار برده‌اند که مهم‌ترین و موفق‌ترین آن توزیع از روی لیست در منازل است. توزیع از روی لیست عبارت است از فاکتور نمودن روزنامه‌ها بدون نام و آدرس، همراه با یک لیست شامل اسامی مشترکین. این روش امکان حذف عملیات بسته‌بندی و آدرس‌نویسی را فراهم نموده و بهره‌وری توزیع را بالا برده است.

اینکه پست بتواند مطبوعات را به موقع تحویل دهد بسیار مهم است. زیرا در مقایسه با انتقال اخبار از طریق رادیو و تلویزیون، مطبوعات زمانی می‌توانند موفق باشند که به تعبیر روبر هرسان سردبیر روزنامه فیگارو سیستم اشتراک و توزیع سریع توسط پست به افراد اجازه می‌دهد تا به راحتی فشار دادن دکمه تلویزیون برای روشن کردن آن روزنامه مورد دلخواه خود را در دسترس داشته باشند.^۸

چنان‌چه پست در توزیع مطبوعات موفق عمل کند، هم پست از درآمد ثابت و منظمی برخوردار می‌شود و هم مطبوعات از مزایای آن بهره‌مند می‌گردند که در واقع سهم هر دو طرف بالاست.

این روش باعث می‌شود که گروه خوانندگان هرچه بیشتر به یک نشریه وفادار بمانند و امکان شناخت هرچه بیشتر آنها و به‌دست آوردن خوانندگان جدید فراهم گردد. این روش همچنین بهترین طریقه شناخت سودآوری و کاهش «نسخ فروش نرفته» را ممکن می‌سازد.

برخی از خدمات پست به مطبوعات در ایران پست یک سیستم ارتباطی است که خدمات آن در بخش مطبوعات بسیار وسیع و چشمگیر است. ارتباطات پستی به صورت یک شبکه گسترده و پراکنده در سطح ملی و بین‌المللی فعالیت دارد و نهادی است که ضمن حضور در همه‌جا، به‌عنوان یک سازمان خدماتی بسیار قوی در

خدمت وسایل ارتباط جمعی مکتوب و حتی وسایل ارتباط جمعی شفاهی درآمده است. در زیر به برخی از این خدمات اشاره می‌کنیم:

۱. جابه‌جایی مطبوعات

انتقال و جابه‌جایی روزانه صدها هزار نوع مطبوعات روزانه، هفتگی و ماهانه به صورت ساده و ارزان و تحویل آن به مشترکین یکی از وظایف بسیار مهم و خطیر پست در کمک به توسعه مطبوعات است. اگر به این نکته توجه کنیم که کشور ما یکی از کشورهای بزرگ جهان از لحاظ جغرافیایی است و امکانات محدود چاپ این کشور فقط در شهرهای بزرگ متمرکز شده است و اگر بدانیم که پست از جمله محدود سازمانهای خدماتی کشور است که در سراسر کشور حتی در روستاهای دورافتاده دفتر یا نمایندگی دارد، آنگاه به اهمیت این نقش بیشتر آگاهی خواهیم یافت.

۲. ارتباط مطبوعات با خوانندگان و برعکس

خوانندگان مطبوعات از طریق پست با مطبوعات ارتباط برقرار می‌کنند. روزانه تعداد بسیار زیادی نامه از خوانندگان به سازمانهای مطبوعاتی می‌رسد که اکثر آنها از شهرستانهای کشور است. این نامه‌ها بیشتر در ارتباط با طرح مسائل و مشکلات، درد دلها، راهنمایی از مشاورین، مقاله، داستان، شرکت در مسابقات، طرحها و پیشنهادها، انتقادات و سایر مسائل است.

علاوه بر این هر روزه تعداد زیادی نامه، تلفنگرام و ... از طریق سازمانهای دولتی برای چاپ از طریق پست به مطبوعات ارسال می‌گردد و متعاقباً مسئولین مطبوعات نیز از طریق ارتباطات پستی با خوانندگان خود ارتباط برقرار می‌کنند.

۳. افکارسنجی — جواب و قبول

در سالهای اخیر شرکت پست خدمتی را ارائه کرده که به موجب آن مطبوعات می‌توانند ضمن قرارداد با پست، فرمهای افکارسنجی را در مطبوعات چاپ کرده، و از مخاطبان خود بخواهند

آنرا تکمیل و در صندوقهای پست قرار دهند. مأمورین پست کلیه فرمها را جمع‌آوری کرده و به آدرس روزنامه یا نشریه تحویل می‌دهند. طبیعی است که مطبوعات باید از این بابت هزینه کمی به پست پردازند.

۴. خدمات کتابخانه پستی

از طریق این خدمت هر فرد می‌تواند در کتابخانه‌های طرف قرار داد پست عضو شود و با توجه به فهرست تهیه شده از کتابها، مجلات و روزنامه‌های موجود در آن کتابخانه، کتاب یا مجله مورد نظر خود را انتخاب کند و توسط پست در منزل یا آدرس داده شده تحویل گیرد. مشترک بعد از مطالعه کتاب یا مجله را مجدداً به پست عودت داده که برای مخاطب بعدی ارسال خواهد شد.

۵. خدمات پست اشتراک

پست در اکثر شهرهای بزرگ روزنامه‌های یومیه را در اولین فرصت ممکن و در تهران در صبح یا عصر روز انتشار به نشانی مشترکین توزیع می‌کند. علاوه بر این، با توجه به این سرویس (در صورت تحقق) خوانندگان مطبوعات می‌توانند به دفاتر پستی مراجعه کرده و با تکمیل فرم اشتراک روزنامه یا مجله مورد علاقه مشترک یک یا چند نشریه شوند. طرح مذکور در سال ۱۳۷۴ به مدیران جراید عرضه شد لیکن به دلایل مختلف از جمله هزینه‌های آن، با استقبال مواجه نشد.

آمار منتشره از طرف شرکت پست و معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بیانگر سهم ناچیزی است در توزیع مطبوعات کشور است که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.

همان‌گونه که در جدول شماره ۱ و ۲ دیده می‌شود، در کشور ما سهم پست در توزیع مطبوعات در سال ۱۳۷۲، ۱۱/۶ درصد از کل تیراژ مطبوعات بوده است که در سال ۱۳۷۴ این نسبت به ۵/۵ درصد کاهش می‌یابد. و چنانچه مطبوعات سازمانهای دولتی (روابط عمومی‌ها) را به آن اضافه کنیم نسبت مذکور در حال حاضر به کمتر از ۵ درصد می‌رسد. حال آنکه در اکثر دنیا توزیع جراید به مشترکین از بازارهای عمده پست به حساب می‌آید. طبق بررسیهای به عمل آمده توسط شورای مشورتی مطالعات پستی، بیش از ۲۰ درصد از کل مرسوله‌های پستی

کشورها را توزیع جراید به خود اختصاص داده است که این میزان بین ۲۰ تا ۹۸ درصد مطبوعات کشورها را شامل می‌شود. ولی متأسفانه در کشور ما به دلایل مختلف از جمله ضعف سیستم قبول اشتراک از طریق پست، بسیار پایین است. البته توضیح این نکته هم ضروری است که اکثر کشورهای توسعه یافته، پست توسعه یافته هم دارند به نحوی که در این دسته از کشورها اکثر امور خدماتی مردم توسط پست انجام می‌شود. به عنوان مثال سرانه مرسولات پست در سوئیس ۷۱۸، آمریکا ۶۷۷، نروژ ۴۳۷، انگلستان ۲۸۴ و آلمان ۲۵۲ است، حال آنکه در کشورمان سرانه مرسولات هیچ وقت از ۱۰ بیشتر نشده است.

اما از زاویه‌ای دیگر جدول شماره ۱ بیانگر یک واقعیت غم‌انگیز دیگر یعنی تیراژ بسیار پایین نشریات به ویژه مجلات ماهانه و هفتگی در کشور نیز هست.

جدول شماره ۱. آمار توزیع پستی مطبوعات و تیراژ کتاب و مطبوعات در ایران در سالهای ۷۶-۱۳۷۰

موضوع سال	تیراژ مطبوعات و کتاب	توزیع مطبوعات توسط پست	درصد توزیع مطبوعات توسط پست
۱۳۷۰	*	۱۹,۲۴۰,۰۰۰	—

۱۳۷۱	*	۵,۲۵۷,۰۰۰	—
۱۳۷۲	۴۹۶,۸۶۵,۳۰۰	۵۸,۸۷۰,۰۰۰	۱۱/۶
۱۳۷۳	۴۹۸,۶۹۶,۰۰۰	۴۵,۰۰۴,۰۰۰	۹
۱۳۷۴	۶۳۴,۸۳۹,۵۸۶	۳۲,۰۸۰,۰۰۰	۵/۵
۱۳۷۵	*۶۴۳,۳۶۰,۶۳۴	۴۲,۳۱۰,۰۰۰	۶/۵

* آمار سال ۷۰ تا ۷۱ در بانک اطلاعات معاونت مطبوعاتی موجود نبود.
** مآخذ معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی — اداره کل مطبوعات داخلی
*** آمار پست از دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی شرکت پست اخذ شده است.

جدول شماره ۲. آمار توزیع پستی روزنامه‌ها در برخی کشورهای جهان
در فاصله سالهای ۱۹۹۱ تا ۱۹۹۵ (میلیون مرسوله)*

سال	۹۵	۹۴	۹۳	۹۲	۹۱
نام کشور					
اطریش	۷۰۹	۸۹۸	۸۱۸	۷۵۰	۸۳۵
چین	۱۹۸۶۰	۱۹۳۵۹	۲۰۹۰۰	—	—
سوریه	۳۰۴	۳۰۵	۳۰۶	۳۰۶	—
آمریکا	۱۰۲۲۷	۱۰۳۰۶	۱۰۳۱۸	۱۰۳۹۹	—
تونس	۲۰۴	—	%۴۹	%۸۶	—
سوئیس	۱۱۳۷	۱۱۲۰	۱۱۳۹	۱۱۳۷	۱۱۶۵
دانمارک	۴۲۹	۴۲۵	۴۳۵	۴۴۴	۴۲۷
رومانی	۱۴۷	۱۵۶	۱۶۷	۱۸۲	—
آلمان	—	۲۲۰۹	۲۴۱۵	۲۴۶۴	۲۰۳۳
فرانسه	۲۰۳۵	۲۱۰۰	۲۱۵۳	۲۱۱۳	۲۱۴۵
هند	۸۵۳	۸۲۴	۱۱۱۵	—	۸۷۶
ایتالیا	—	—	۱۰۷۰	۵۳۹	۴۶۹
مکزیک	۳۰	۳۲	۲۳	۲۱	—
نروژ	۳۷۰	۴۰۱	۳۶۵	۳۵۶	۳۵۲
سوئد	۴۷۲	۴۸۵	۴۸۵	—	—
پاکستان	۳۲	۲۰	۱۹	۱۹	۱۸

* آمار از نشریه اتحادیه جهانی پست استخراج شده است.

مشکلات توزیع مطبوعات توسط پست

مطبوعات ایران به عنوان مشتری ممتاز پست پیوسته از شرایط ترجیحی، تخفیف ویژه و توزیع سریع سود برده‌اند، لیکن علی‌رغم همه این تسهیلات هیچ‌گاه سهم پست در توزیع مطبوعات از ۱۰ درصد تجاوز نکرده است. این در حالی است که در برخی کشورها مثل فنلاند ۹۸ درصد

مطبوعات توسط پست توزیع می‌شود. در مجموع مشکلات توزیع را می‌توان در دو حوزه فرهنگی و ساختاری و مالی و اقتصادی مورد مطالعه و بررسی قرار داد:

۱. مشکلات فرهنگی و ساختاری

یکی از مهم‌ترین عوامل بازدارنده در این زمینه، بیسوادی گسترده مردم ایران است. هنوز ۲۰ درصد جمعیت کشور بی‌سوادند و آن دسته که باسوادند به مطالعه علاقه نشان نمی‌دهند و این دو عامل خودبه‌خود به معنی محدود بودن تعداد مشترکین مطبوعات در کشور است.

سلطه فرهنگ شفاهی در کشور و گسترش رسانه‌های شنیداری و دیداری دو عامل دیگر فرهنگی است که نگذاشته توزیع مطبوعات کشور از حالت سنتی خارج شود.

از موانع دیگر در این زمینه که ریشه فرهنگی دارد، رواج فرهنگ «خودپستی‌گری» و عدم اعتماد به دیگران است. ما عادت کرده‌ایم که همه کارهای روزانه خود را بدون واگذاری به غیر انجام دهیم و با این کار علاوه بر هزینه‌های زیادی که متحمل می‌شویم، به اقتصاد، انرژی و توان بالفعل جامعه نیز زیان وارد می‌کنیم. ما عادت کرده‌ایم که برای هر کار یک تا چند سفر شهری و بین‌شهری انجام دهیم ولی آنرا به سازمان یا فردی که وظیفه‌اش چنین کاری است نسپاریم. برخی مطالعات انجام شده در مرکز تحقیقات پست نشان می‌دهد که هر ایرانی در سال به‌طور متوسط حدود ۷۵ مرسوله دارد که از این تعداد فقط ۵ مرسوله توسط پست جابه‌جا می‌شود، بقیه مرسوله‌ها با صرف هزینه زیاد توسط خود افراد توزیع می‌گردد.

عامل دیگر ساختار مطبوعات کشور است که خود به نحوی عمل می‌کند که زمینه مناسب برای افزایش تقاضا را در مردم ایجاد نمی‌کند. مطالب جذاب، روان، تخصصی و پرمحتوا در مطبوعات ما کم است و مردم به جای استفاده از مطبوعات ترجیح می‌دهند از راههای دیگر خود را سرگرم کنند و طبیعی است که با هجوم انواع رسانه‌های قوی خارجی به کشور، نباید انتظار داشت که مردم به استفاده منظم از مطبوعات علاقه نشان دهند. علاوه بر این، تیراژ پایین

مطبوعات در کشور و فروش این تعداد کم در کیوسک‌های روزنامه‌فروشی خودبه‌خود توزیع توسط پست را متفی می‌سازد. مسئله بعدی، عدم اعتماد به سیستم پست کشور است. هنوز شبکه پستی کشور علی‌رغم همه تلاشهایی که در چند سال گذشته در جهت متحول ساختن آن صورت گرفته، از نظر مردم شبکه‌ای سنتی، عقب‌مانده و کند به شمار می‌رود. هرچند این فرضیه قابل قبول نیست و می‌باید آن را به‌عنوان یک «فکر قالبی» کنار گذاشت ولی باید پذیرفت که هنوز پست ایران تا یک پست مدرن فاصله زیادی دارد و گذراندن دوران عقب‌ماندگی گذشته نیازمند یک زمان نسبتاً طولانی است. از بعد دیگر خود پست نیز گرفتار مسائل فرهنگی است. هنوز مردم با خدمات پستی آشنایی ندارند، هنوز روش آدرس‌نویسی صحیح، استفاده از کد پستی، بهره‌گیری از خدمت مورد نیاز و حتی محل الصاق تمبر را نمی‌دانند و لذا جای تعجب نیست که تا این اندازه جای مطبوعات در پست کشور خالی است.

۲. مسائل مالی و اقتصادی

ما در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که مطبوعات به دلیل مشکلات فرهنگی جامعه و مشکلات ساختاری خودشان و تیراژ پایینی که دارند نمی‌توانند نقش خود را به خوبی ایفا کنند، اما به این دو مشکل باید مشکلات مالی مؤسسات مطبوعاتی و مردم را به آن اضافه کنیم. در شرایطی که بخش عظیمی از جمعیت کشور درآمدی به مراتب کمتر از هزینه‌های زندگی دارند، طبیعی است که حاضر نیستند درصدی از درآمد خود را به خرید روزنامه یا نشریات دیگر اختصاص دهند. با این حال اکثر مدیران مطبوعات، پایین بودن تعداد مشترکین روزنامه و مجلات را به بالا بودن نرخ خدمات و تعرفه‌های پستی نسبت می‌دهند که تحلیلی بر نرخهای پستی در این زمینه به بررسی این موضوع کمک می‌کند.

جدولهای شماره ۳، ۴ و ۵ نرخ مطبوعات داخله (شهری و بین‌شهری) و خارجه را طی سالهای ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۶ نشان می‌دهد.

جدول شماره ۳. نرخ مطبوعات داخله (شهری) در سالهای (۷۰ تا ۷۶) (ارقام به ریال)

وزن	تا ۲۰ گرم	۲۱ تا ۱۰۰	۱۰۱ تا ۲۵۰	۲۵۱ تا ۵۰۰	۵۰۱ تا ۱۰۰۰	۱۰۰۱ تا	از ۲ کیلوگرم
سال	گرم	گرم	گرم	گرم	گرم	۲۰۰۰ گرم	به بالا هر کیلو
۱۳۷۰	۳	۳	۳	۳	۳	۳	۳*

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱، صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷
 تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۱۳۷۱
۱۰	۱۰	۱۰	۱۰	۱۰	۱۰	۱۰	۱۳۷۲
** ۲۰۰	۳۵۰	۲۰۰	۱۵۰	۱۰۰	۳۰	۳۰	۱۳۷۲
۲۰۰	۳۵۰	۲۰۰	۱۵۰	۱۰۰	۳۰	۳۰	۱۳۷۳
*** ۱۸۰	۲۰۰	۱۵۰	۱۰۰	۵۰	۳۰	۳۰	۱۳۷۳
۱۸۰	۲۰۰	۱۵۰	۱۰۰	۵۰	۳۵	۳۵	۱۳۷۴
۲۱۰	۲۱۰	۱۶۰	۱۱۰	۵۵	۴۰	۴۰	۱۳۷۵
۲۵۰	۲۵۰	۲۰۰	۱۵۰	۷۰	۵۰	۴۰	۱۳۷۶

* نرخهای سالهای قبل از ۱۳۷۰، ۳ ریال است.

** در سال ۱۳۷۲: از نیمه دوم سال نرخهای جدید اعمال شد.

*** در سال ۱۳۷۳ با توجه به اعتراض جمعی از مدیران مطبوعات، نرخهای مصوب ۲۰ درصد کاهش یافت.

— مطبوعات مخصوص ناینیان تا ۷ کیلوگرم مجانی است.

— نرخهای اعلام شده، نرخ مرسولات عادی است. برای مرسولاتی که به صورت سفارشی اکسپرس و یا پیشتاز ارسال شود، هزینه تعرفه‌های اختصاصی پست نیز اضافه خواهد شد.

جدول شماره ۴. نرخ مطبوعات داخله (بین شهری) در سالهای (۱۳۷۰ تا ۱۳۷۶) (ارقام به ریال)

وزن	تا ۲۰ گرم	۲۱ تا ۱۰۰	۱۰۱ تا ۲۵۰	۲۵۱ تا ۵۰۰	۵۰۱ تا ۱۰۰۰	۱۰۰۱ تا	از ۲ کیلوگرم به بالا هر کیلو
سال	گرم	گرم	گرم	گرم	گرم	گرم	گرم
۱۳۷۰	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵
۱۳۷۱	۱۰	۱۰	۱۰	۱۰	۱۰	۱۰	۱۰
۱۳۷۲	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰
۱۳۷۲	۶۰	۶۰	۱۵۰	۲۵۰	۳۵۰	۵۰۰	۳۰۰
۱۳۷۳	۶۰	۶۰	۱۵۰	۲۵۰	۳۵۰	۵۰۰	۳۰۰
۱۳۷۳	۶۰	۶۰	۱۰۰	۱۵۰	۲۰۰	۳۰۰	۲۴۰
۱۳۷۴	۷۰	۷۰	۱۰۰	۱۵۰	۲۰۰	۳۰۰	۲۴۰
۱۳۷۵	۷۵	۱۰۰	۱۱۰	۱۶۰	۲۱۰	۳۲۰	۲۸۰
۱۳۷۶	۱۰۰	۱۰۰	۱۵۰	۲۰۰	۲۵۰	۳۵۰	۳۵۰

نرخ مطبوعات مخصوص نایبانیان تا ۷ کیلوگرم مجانی است.

تحلیلی بر نرخهای پستی

هرچند توزیع کم نشریات توسط پست ریشه فرهنگی دارد، اما باید توجه داشت افزایش سرسام آور نرخهای پستی در سال ۱۳۷۲ به بعد آن به دلیل تنگناهای مالی پست و مطبوعات در کاهش ترافیک مطبوعات پستی به رغم افزایش تیراژ مطبوعات نقش اساسی داشته است.

بررسی جدول نرخهای پستی (جدول شماره ۳ و ۴) نشان می دهد که نرخ توزیع مطبوعات داخله اعم از شهری و بین شهری تا نیمه دوم سال ۱۳۷۲ در همه وزنهای ثابت و در حدی بسیار پایین بوده است (۳، ۵، ۱۰ ریال برای مطبوعات شهری) و (۵، ۱۰، ۲۰ ریال) برای مطبوعات بین شهری، اما در نیمه دوم سال ۱۳۷۲ این نرخ افزایش می یابد به طوری که این افزایش نرخ هم در وزن و هم در نرخ پایه اعمال می شود. در بخش مطبوعات شهری مقایسه نرخهای مصوب در نیمه دوم همان سال نشان می دهد که در مطبوعات سبک تا ۲۰ گرم ۲۰۰ درصد و در مطبوعات با وزن بالا تا ۳۰۰ درصد افزایش داشته است، هرچند نرخهای مذکور در سال ۱۳۷۳ با اعتراض برخی مدیران مطبوعات و پیگیری نمایندگان مجلس کاهش می یابد اما نسبت به سال قبل همچنان

در وزن‌های اول ۲۰۰ درصد و در وزنهای آخر تا ۲۰۰۰ درصد افزایش دارد. از سال ۱۳۷۳ به بعد نیز هر سال ۲۰ درصد به نرخهای مصوب قبلی اضافه شده است.

جدول شماره ۵. نرخ مطبوعات خارجه در سالهای (۱۳۷۰ تا ۱۳۷۶) (ارقام به ریال)^۹

وزن	تا ۲۰ گرم	۲۱ تا ۱۰۰	۱۰۱ تا ۲۵۰	۲۵۱ تا ۵۰۰	۵۰۱ تا ۱۰۰۰	۱۰۰۱ تا	از ۲ کیلوگرم به بالا هر کیلو
سال							
۱۳۷۰	۲۰	۴۰	۷۰	۱۲۰	۲۰۰	۳۰۰	۱۵۰
۱۳۷۱	۲۰	۴۰	۷۰	۱۲۰	۲۰۰	۳۰۰	۱۵۰
۱۳۷۲	۲۰	۴۰	۷۰	۱۲۰	۲۰۰	۳۰۰	۱۵۰
۱۳۷۲	۴۰	۸۰	۱۴۰	۲۴۰	۴۰۰	۶۰۰	۳۰۰
۱۳۷۳	۲۲۰	۴۹۰	۹۰۰	۱۶۰۰	۲۷۰۰	۳۸۰۰	۱۹۰۰
۱۳۷۳	۲۶۴	۵۸۸	۱۰۸۰	۱۹۲۰	۳۲۴۰	۴۵۶۰	۲۲۸۰
۱۳۷۵	۳۰۰	۷۰۰	۱۲۵۰	۲۲۰۰	۳۷۰۰	۵۲۵۰	۲۶۰۰
۱۳۷۶	۳۰۰	۸۵۰	۱۵۵۰	۲۵۰۰	۴۳۰۰	۶۰۰۰	۳۰۰۰

مرسولات مخصوص نایبانیان تا ۷ کیلوگرم مجانی است.

در بخش مطبوعات بین شهری افزایش نرخ در سال ۱۳۷۲ به همین ترتیب بود یعنی هم در وزن و هم در نرخهای پایه افزایش ۲۰۰ تا ۱۵۰۰ درصدی مشاهده می شود و در سالهای بعد هم ۲۰ درصد به آن اضافه گردیده است. در بخش مطبوعات خارجه افزایش نرخ در سال ۱۳۷۳ به حدی است که به نظر می آید کمتر مشتری حاضر است برای اشتراک یک روزنامه یا مجله چنین هزینه ای را پرداخت کند. نرخ مطبوعات خارجه در سال ۱۳۷۳ در وزن اول (۲۰ گرم) از ۴۰ ریال به ۲۲۰ ریال و وزن آخر (۲ کیلوگرم) از ۳۰۰ ریال به ۱۹۰۰ ریال افزایش می یابد و این افزایش نرخ در سالهای بعد هم ادامه می یابد. (هر سال ۲۰ درصد)

به دنبال افزایش نرخهای پستی و به ویژه نرخ مطبوعات در سال ۱۳۷۳ مطبوعات واکنشهای تندی از خود نشان دادند که البته نظر مسئولان شرکت پست نیز در این زمینه به نقد کشیده شد. روزنامه کیهان در یکی از شدیدترین حملات خود به شرکت پست، طی ۵ شماره در صفحه گزارش این روزنامه آثار و عوارض منفی افزایش تعرفه های پستی را مورد بررسی قرار دارد. تیر اول روزنامه در این ایام به شرح زیر بود.

● «پست؛ پیشتاز در افزایش قیمت‌ها، وامانده در ارائه خدمات»

● «پست در خدمت مردم یا مردم در خدمت پست»

● «افزایش نرخ خدمات پستی ضربه بر پیکر مطبوعات»

● «مرکز تجاری یا مسئول اطلاع‌رسانی به مردم»

● «فرهنگ، بی‌فرهنگ، پست، دلار می‌طلبد»

مدیران مطبوعات عقیده داشتند که حمایت از مطبوعات و ایجاد تسهیلات برای ارائه خدمات فرهنگی به سود دولت و ملت خواهد بود و افزایش نرخ توزیع مطبوعات باعث کاهش تیراژ و طبعاً محدودتر شدن دایره فعالیتها خواهد شد و فاصله مطبوعات از مردم به‌طور طبیعی بیشتر می‌شود و این اصلاً به سود جامعه نیست، آنها همچنین می‌گفتند: باتوجه به فشار اقتصادی موجود در جامعه و گریز مردم از خرجهای اضافی، این افزایش هزینه منجر به دوری بیشتر مردم از مطبوعات می‌شود، به‌طور کلی برنامه‌ریزی بر روی هزینه‌های مصرفی این حکم را قطعی می‌کند که دیگر نباید روزنامه خواند یا حتی به سراغ نشریه‌ای تخصصی رفت، چرا که روزبه‌روز گران‌تر می‌شود.^{۱۰}

اما در مقابل، مسئولان پست نیز حرفهایی برای گفتن داشته و دارند. نویسندگان خود در زمان افزایش نرخ مطبوعات، مدیر کل دفتر روابط عمومی در شرکت پست بوده‌ام، اعتقاد دارم: هرچند افزایش نرخ خدمات پستی تا این حد غیرمنطقی جلوه می‌کند، اما در مقابل هزینه‌ای که پست بابت یک مرسوله پستی به هواپیمایی و کشورهای خارجی می‌پردازد هنوز هم این قیمت‌ها جبران‌کننده زیان پست از این بابت نیست. در عین حال باید بپذیریم که نرخ مطبوعات نیز چندین برابر نرخ توزیع مطبوعات در سالهای اخیر افزایش یافته است. فشاری که در سال ۱۳۷۳ به مطبوعات وارد شد به این دلیل بود که نرخ توزیع مطبوعات برای سالهای طولانی توسط پست ثابت مانده بود و افزایش ناگهانی نرخها مطبوعات را دچار مشکل کرد حال آنکه بهای مطبوعات به تدریج گران شده بود.

پست در چهار مرحله قبول، آماده‌سازی، رهسپاری و تودیع که روند کامل پست را به‌طور ساده ترسیم می‌کند متحمل هزینه‌هایی می‌شود که دیگر تحمل آن برای پست منطقی به نظر نمی‌رسید و شاید دیگر قادر به ادامه حیات بدین شکل نبود. براساس محاسبات صورت گرفته، در حال حاضر هزینه انجام شده برای یک مطبوع در وزن اول (۲۰ گرم) در پست شهری بیش از

۳۰۰ ریال، بین شهری ۳۵۰ ریال و خارج از کشور ۷۰۰ ریال است و در واقع پست هنوز هم سوبسید می‌دهد.

لذا به نظر می‌رسد برای سامان دادن به توزیع مطبوعات توسط پست در درجه اول دولت و مطبوعات و در درجه بعد پست می‌باید کمک کنند. در حالی که در حال حاضر پست بیش از سایرین درگیر این موضوع شده است. از این رو لازم است در این زمینه تجدیدنظر کلی صورت گیرد. تجربه برخی کشورها، مثل فرانسه درخصوص نحوه نرخ‌گذاری توزیع مطبوعات جالب توجه است. از آنجا که در این کشور دولت همواره مواظب تعرفه‌های پستی بوده و مطبوعات از نرخهای مخففه بهره می‌برده‌اند؛ پست از لحاظ بودجه در مضیقه قرار گرفت. به همین لحاظ در سال ۱۹۷۹ در جریان یک میزگرد، طرفهای درگیر امر توزیع مطبوعات، تصمیم گرفتند که در هزینه‌های توزیع شریک باشند. از این رو هزینه‌ها را بین خود تقسیم کردند؛ دولت ۳۷ درصد، پست ۳۰ درصد و مطبوعات ۳۳ درصد را به عهده گرفتند. به عبارتی پست فقط ۳۰ درصد تخفیف می‌داد. به همین لحاظ می‌توان چنین پیشنهادی را برای پست و مطبوعات کشور ارائه داد. از یک طرف پست مسئول فرهنگ کشور نیست و قادر به ادامه توزیع مطبوعات با نرخهای پایین نخواهد بود و از طرف دیگر مطبوعات هم توان پرداخت یارانه را برای توزیع نشریاتی که به هزار زحمت منتشر می‌کنند، ندارند. پس طرف سومی به نام دولت باید وارد عمل شود و با به عهده گرفتن بخشی از هزینه به این مسئله مهم فرهنگی رسیدگی کند. علاوه بر این، چنانچه دولت نخواهد خود را درگیر این شیوه پرداخت سوبسید به مطبوعات کند، می‌تواند با هدف گسترش فرهنگ، هر سال بودجه ثابتی را به پست اختصاص دهد و پست موظف باشد با نرخهای پایین نسبت به توزیع مطبوعات اقدام کند. به نظر این جانب پست با توجه به شرایط اقتصادی حاکم بر جامعه، از هر طرحی در این زمینه استقبال می‌کند.

پی‌نوشت‌ها

۱. نشریه فرانسوی *Referance*، ش ۴۲، (سپتامبر و نوامبر ۱۹۹۲).

۲. همان.

۳. آمار از دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی پست گرفته شده است.

۴. «مجموعه قوانین، آیین‌نامه‌های مالی - معاملات، خرید و اساسنامه شرکت پست جمهوری اسلامی ایران»، (انتشارات روابط عمومی، ۱۳۷۳)، ص ۶.
۵. «مجموعه احکام اتحادیه جهانی پست - واشنگتن ۱۹۸۹»، - انتشارات اداره کل پست بین‌الملل شرکت پست جمهوری اسلامی ایران.
۶. همان، ص ۵.
۷. همان، ص ۱.
۸. همان.
۹. نرخهای پستی از اداره کل پست داخله شرکت پست، اداره نرخها اخذ شده است.
۱۰. روزنامه کیهان، شماره ۳۲، ۱۵، (۲۳ فروردین ۱۳۷۳).

۳

مطبوعات، حاکمیت قانون و استقلال حرفه‌ای

آزادی مطبوعات از اخلاق تا حقوق

کامبیز نوروزی

۱. حقوق و اخلاق، هر دو متضمن مجموعه‌ای از قواعد و دستورهای رفتاری‌اند. با این حال از جمله تفاوت‌های مهمی که میان این دو قلمرو وجود داشته و مرز میان حقوق و اخلاق را ترسیم می‌کند، نوع ضمانت اجرا و کیفیت اعمال آن است. حقوق‌دانان و جامعه‌شناسان بر این گفته متفق‌اند که ضمانت‌های اجرایی حقوقی، جنبه عینی و دنیایی دارند و مستقیماً علیه نقض‌کننده قواعد حقوقی به کار رفته و وضعیت او را تغییر می‌دهند. اما قواعد اخلاقی به وسایلی که نوعاً از جنس امور ذهنی یا معنوی و عقابایی‌اند تضمین می‌شوند و مستقیماً تغییری در شرایط عینی و زندگی روزمره فرد پدید نمی‌آورند.

همچنین از حیث کیفیت اجرا، ضمانت‌های اجرایی قواعد حقوقی به وسیله سازمان‌های متشکل اجتماعی خاصی که مستقیماً برای چنین وظیفه‌ای تعریف و تشکیل شده‌اند به مورد اجرا در می‌آیند. در نظام‌های اجتماعی جدید، سازمان قضایی و سلسله مراتب دادگاه‌ها، مهم‌ترین سازمانی است که اجرای این وظیفه را برعهده دارد. لیکن ضمانت‌های اجرایی اخلاقی، شامل انواع واکنش‌های (محدود یا گسترده) است که اغلب به صورت غیرسازمان یافته شکل گرفته و ابراز می‌شوند. هر چند این واکنش‌ها مستقیماً معطوف به تغییر وضعیت عینی فرد متخلف از قواعد اخلاقی نیستند، ولی چنانچه موضوع نقض شده غیر اخلاقی، در نظر افکار عمومی دارای اهمیت و حساسیت بالایی باشد، احتمال وقوع واکنش‌های عمومی خشونت‌آمیز افزایش یافته و آثار فشار افکار عمومی، به‌طور غیرمستقیم ممکن است در تغییر وضعیت عینی فرد متخلف مؤثر باشد. بنابراین، هیچ قاعده رفتاری، حقوقی محسوب نمی‌شود، مگر آنکه برای آن رسماً ضمانت اجرایی معینی پیش‌بینی شده و ثانیاً کیفیت اعمال آن توسط سازمان‌های رسمی، به‌ویژه دستگاه قضایی، تعیین شده باشد.

۲. امروزه در تمام نظامهای حقوقی دنیا، اعم از نظامهای حقوق نوشته مانند نظام حقوقی ایران، و یا نظامهای ملهم از مکتب کامن‌لو، قواعد حقوقی رسماً از طریق سازمانهای معین اجتماعی مانند پارلمان، دادگاهها، اتحادیه‌ها و تشکلهای صنفی و مانند اینها اعلام و ابلاغ می‌شود. در نظام حقوقی ایران، مجلس شورای اسلامی متکفل تصویب قوانین است و با این کار قواعد رفتار حقوقی را تعیین می‌کند.

گاهی قانونگذار، با تصویب یک قانون، فقط مناسبات اجتماعی موجود را به رسمیت می‌شناسد. در این صورت احتمال اجرای کامل قانون به دلیل همخوانی با مناسبات اجتماعی و سابقهٔ پیشینی که به صورت عرف داشته است، بالاست.

در اکثر موارد، تصویب یک قانون جدید، به منزلهٔ تأسیس رسمی نوعی نهادها و مناسبات جدید در موضوعی معین است. با این حال از هنگام تصویب قانون، که مترصد ایجاد نهادها و مناسبات جدید است، تا تحقق واقعی این مناسبات در عرصهٔ زندگی اجتماعی و تبدیل نهاد حقوقی به نهاد اجتماعی فاصله‌ای طولانی وجود دارد و حتی این احتمال نیز کم نیست که مناسبات مندرج در متن قانون به دلایل مختلف به اجرا درنیامده و به این ترتیب نهاد حقوقی نتواند به نهاد اجتماعی تبدیل شود. در این صورت، چنین قانونی موجودیت واقعی خود را از دست داده و متروک می‌شود.

غیر از ایرادات درونی یک قانون که ممکن است موجب عدم اجرای آن شود، میزان مقاومت گروههای فعال اجتماعی در برابر قوانین جدیدی که موجد نهادها و مناسبات جدید هستند نیز ممکن است مانع اجرای قانون شود. دلایل و انگیزه‌های این مقاومتها که نقش پارازیتی در نظام حقوقی دارند، ممکن است صبغه‌هایی از باورهای فرهنگی یا منافع سیاسی یا اقتصادی و... داشته باشد.

گروههایی که باورهای متفاوت از مفاد قانون دارند و یا در صورت اجرای قانون منافی چون اقتدار سیاسی یا اقتصادی را از دست می‌دهند و یا حداقل در منافعشان خللی وارد می‌شود، به صورتهای مختلف در برابر اجرای قانون ایجاد خلل یا مقاومت می‌کنند.

مضمون اصلی این مقاومتها، الزاماً لغو قوانین و حذف آنها نیست. به ویژه در مورد آن دسته از قوانین که مرتبط با حقوق اساسی است، امروزه در هیچ یک از کشورها، شرایط جهانی و افکار عمومی و حتی ساختار جوامع اجازهٔ اجرای چنین خواسته‌ای را نمی‌دهد که حقوقی مانند

حق مصونیت جان و مال و حیثیت افراد، حق آزادی بیان، حق ایجاد تشکلهای صنفی، حق انتخاب شدن و انتخاب کردن و... آشکارا مورد نفی و انکار قرار گیرد. شیوه متداولتری که برای رسیدن به این مقصود به کار گرفته می‌شود، بی‌اثر کردن یا تعطیل ضمانتهای اجرایی قوانین است. در این صورت هر چند قانون به لحاظ حقوقی همچنان معتبر و لازم‌الاجرا باقی می‌ماند، اما به دلیل عدم اعمال ضمانتهای اجرایی، شأن و مرتبت آن به قلمرو اخلاق منتقل می‌شود و به مجموعه‌ای از دستورها تبدیل می‌گردد که «در عمل» فاقد ضمانت اجراست. در نتیجه، نهادها و مناسبات جدیدی که مورد نظر قانون بوده و نیز آن گروههای ذی‌نفع که به اتکای قانون جدید در صدد تثبیت خود بودند، حمایت قانون را از دست داده و شرایط متزلزلی پیدا می‌کنند.

۳. اهمیت اصرار گروههای ذی‌نفع بر اعمال ضمانتهای اجرایی مندرج در متن قوانین به همین دلیل است. ضمانت اجرایی حقوق، نه در متن قوانین، که در عمل و در صحن دادگاهها واقعیت عینی می‌یابد. تا زمانی که از نقض قوانین و تعرض به حقوق فردی و اجتماعی از دادگاهها دادخواهی نشود و دادگاهها در آرای خود متعرضان به حقوق قانونی را محکوم نکنند، نمی‌توان از ثبات اجتماعی مناسبات قانونی اطمینان داشت. در قوانینی که موضوع آنها، مسائل فراگیر اجتماعی، و به‌ویژه حقوق اساسی شهروندان است، شدت و دامنه‌ی منازعات طبعاً بیشتر بوده و به همین جهت نیز اقدامات گروههای ذی‌نفع در جهت اعمال ضمانتهای اجرایی قانونی باید بیشتر و مؤثرتر باشد. حتی در شرایطی که دستگاه سیاسی حاکم، خود نیز اراده‌ی اجرا و تثبیت مناسبات جدید قانونی داشته باشد، در صورت وجود نیروها و جریانهای معارض قانون، تقاضای اجتماعی گروه ذی‌نفع برای اعمال قانون و برخورد با موارد نقض قانون از طریق دادگاهها، ضروری و الزامی است.

۴. توسعه تدریجی مطبوعات ایران طی دهه‌ی اخیر و نقش نسبتاً فعال مطبوعات کشور در این دوره، در انتقال اطلاعات، افکارسازی، طرح مباحث فکری و نظری، رواج فضای انتقادی، مناقشات سیاسی و... در زمینه‌ی حدود و حقوق و آزادیهای مطبوعات، مباحث حقوقی مهمی را به میان کشید. با وجود آنکه بیش از هشتاد سال از تصویب نخستین قانون مطبوعات در ایران می‌گذرد و در طول این مدت نیز بارها این موضوع مورد توجه قانونگذار ایرانی بوده است، اما مجادلات حقوقی سالهای اخیر در مسائل مطبوعات، جدیداً در ایران مطرح می‌شود. توسعه

مطبوعات عملاً امکان توسعه حقوق مطبوعات را نیز فراهم آورده است. با این حال، این فرآیند توسعه حقوق مطبوعات، که صرفاً باید آغازی برای تثبیت حقوق و آزادیهای قانونی مطبوعات محسوب شود، با مقاومت‌هایی روبه‌روست که گاه به نقض حقوق مطبوعات می‌انجامد.

برخی از این مقاومتها، گاه ناشی از فاصله باور فرهنگی بخشهایی از جامعه، به‌ویژه در میان صاحبان منصبهای رسمی، با ماهیت و کارکرد رسانه‌های عمومی، به‌ویژه مطبوعات است که یکی از علل آن را باید در جوانی عمر مطبوعات و خصوصاً فعالیت آزاد مطبوعاتی جست. گاهی نیز مقاومت ناشی از مغایرت منافع شماری از گروههای اجتماعی یا سیاسی با توسعه قانونی مطبوعات است.

از لحاظ شیوه ابراز مخالفت با حقوق مطبوعات نیز دوگونه برخورد قابل مشاهده است. نخست شیوه‌های نظری و مقید به حدود قانونی و دیگری شیوه‌های عملی نقض حقوق مطبوعات که این یک هم از سوی دستگاههای رسمی اتفاق افتاده است و هم از سوی گروههای غیررسمی. توقیف یا لغو امتیاز نشریات از سوی هیئت نظارت بر مطبوعات، جلوگیری از کسب خبر توسط خبرنگاران، جلوگیری از چاپ بعضی مطالب در نشریات، ایجاد اختلال در روند چاپ یا توزیع نشریات، تعرض یا حمله به دفاتر نشریات، اعمال فشار در جهت جلوگیری از فعالیت برخی افراد در نشریات و... از جمله موارد نقض حقوق مطبوعات است که به تناوب روی داده است. با این حال، توجه بیشتر معمولاً به جرایم مطبوعاتی بوده است که در دادگاه مطبوعاتی رسیدگی می‌شود.

۵. تشکیل هیئت منصفه و رسیدگی به جرایم مطبوعاتی مطابق با اصل یکصدوشصت‌وهشتم قانون اساسی و مواد ۳۱ به بعد لایحه قانونی مطبوعات (مصوب ۱۳۵۸ شورای انقلاب) و قانون مطبوعات (مصوب ۱۳۶۴) اقدام بسیار مهمی است که در جهت تضمین بخشی از حقوق مطبوعات در ایران برای نخستین بار واقعیت یافته است. وظیفه دادگاه مطبوعات رسیدگی به جرایم مطبوعاتی است. جرم مطبوعاتی جرمی است که به وسیله درج مطلب یا تصویری در یک نشریه روی می‌دهد. جرم مطبوعاتی خود یک جرم مستقل نیست بلکه هر جرم عمومی که عملاً وقوع آن به وسیله درج مطلب در نشریه ممکن باشد، مانند افترا، اشاعه اکاذیب، افشای مذاکرات غیرعلنی مجلس شورای اسلامی یا دادگاهها، افشای اطلاعات طبقه‌بندی شده و... حسب مورد

ممکن است جرم مطبوعاتی هم محسوب شود. طبقاً مطابق قانون، مجازات این نوع جرایم، همان کیفرهایی است که در قوانین کیفری برای آنها پیش‌بینی شده است که عموماً عبارت است از مجازات تازیانه و حبس. اگرچه رویه دادگاهها طی چند سال اخیر معمولاً این بوده است که با استفاده از اختیارات ناشی از ماده ۲۲ قانون مجازات اسلامی، مجازاتهای حبس و شلاق را به جزای نقدی تبدیل کنند، به نظر می‌رسد اتخاذ این رویه از سوی محاکم، به درستی پرهیز از تبعات سیاسی و اجتماعی محکوم کردن ارباب نشریات و صاحبان قلم به کیفرهایی چون حبس و تازیانه به جرم مطبوعاتی است.

براساس تبصره ۴ ماده ۹ قانون مطبوعات که اعلام می‌دارد «... مسئولیت یکایک مطالبی که در نشریه به چاپ می‌رسد و دیگر امور در رابطه با نشریه برعهده مدیر مسئول خواهد بود»، مسئولیت کیفری مطبوعات بر عهده مدیران مسئول است.

۶. در تحلیل جامعه شناختی حقوق، دادگاه مطبوعات دارای دو کارکرد اصلی و تبعی است: الف) کارکرد اصلی دادگاه مطبوعات حمایت از شهروندان و حراست از نظم عمومی و مبانی اسلام در مقابل مطبوعات است. هرگاه حقوق شخصی یک شهروند مورد تعرض مجرمانه یک نشریه قرار گیرد و یا حقوق عمومی یا مبانی اسلام (به ترتیبی که در قوانین کیفری موجود مصادیق آنها تعیین شده است) از سوی یک نشریه به کیفیتی مجرمانه نقض شود، شاکی خصوصی و یا در جرایم عمومی رئیس کل دادگستری (جانشین دادستان)، با طرح شکایت در دادگاه مدیر مسئول را به پای میز محاکمه کشانده و او را بر صندلی اتهام می‌نشانند. این کارکرد دادگاه مطبوعات شامل حراست از حقوق شخصی و عمومی از دستبرد احتمالی نشریات از طریق اعمال کیفر مدیران مسئول خاطی است.

ب) کارکرد تبعی دادگاه مطبوعات، رعایت عدالت کیفری از طریق قواعد انصاف در مورد حقوق شهروندی مدیران مسئول مطبوعات است که با حضور هیئت منصفه در دادگاه مطبوعات این امر محقق می‌شود. هیئت منصفه، که به عنوان نماینده افکار عمومی در دادگاه شرکت می‌کند، متفاهم عمومی از مطلب مورد شکایت را مورد توجه قرار داده و در مورد مجرمانه بودن یا نبودن مطلب منتشره تصمیم می‌گیرد.

با تشکیل و فعالیت دادگاه موضوع اصل ۱۶۸ قانون اساسی، این حقیقت حقوقی در عمل آشکار گردید که رسیدگی به جرایم مطبوعاتی مطلقاً در صلاحیت مرجعی اداری مانند هیئت نظارت بر مطبوعات یا هر مرجع اداری دیگری نبوده و صرفاً در صلاحیت مراجع قضایی است.

۷. اگرچه وجود و فعالیت دادگاهی با حضور هیئت منصفه برای رسیدگی به جرایم مطبوعاتی، اهمیت شایسته‌ای در فرآیند نهادی‌سازی حقوق مطبوعات دارد اما حقوق مطبوعات صرفاً در وجود دادگاه مطبوعات، مختصر نمی‌شود. این دادگاه برای رسیدگی به جرایمی صالح است که مطبوعات علیه دیگران مرتکب می‌شوند. اما بسیار اتفاق می‌افتد که مطبوعات، خود قربانی جرایم دیگران می‌شوند و امنیت و آزادی آنها به مخاطره می‌افتد. رسیدگی به این نوع جرایم در صلاحیت دادگاه مطبوعاتی شناخته نمی‌شود ولی در محاکم عادی و به موجب قوانین کیفری قابل رسیدگی است. امکان حمایت نسبی از مطبوعات به وسیله قوانین کیفری موجود هست. به عنوان مثال:

بر اساس ماده ۴ قانون مطبوعات «هیچ مقام دولتی و غیردولتی حق ندارد برای چاپ مطلب یا مقاله‌ای در صدد اعمال فشار بر مطبوعات برآید و یا به سانسور و کنترل نشریات مبادرت کند». همچنین مطابق ماده ۵ همان قانون «کسب و انتشار اخبار داخلی و خارجی که به منظور افزایش آگاهی عمومی و حفظ مصالح جامعه باشد با رعایت این قانون حق قانونی مطبوعات است». اجرای این دو ماده، به وسیله ماده ۵۷۰ قانون مجازات اسلامی تضمین شده است. به موجب ماده ۵۷۰ «هر یک از مقامات و مأمورین دولتی که برخلاف قانون، آزادی شخصی افراد ملت را سلب کند یا آنان را از حقوق مقرر در قانون اساسی محروم نماید، علاوه بر انفصال از خدمت و محرومیت سه تا پنج سال از مشاغل دولتی، به حبس از شش ماه تا سه سال محکوم خواهد شد». نقض مواد ۴ و ۵ قانون مطبوعات توسط هر مقام دولتی از مصادیق بارز ماده ۵۷۰ قانون مجازات اسلامی است. همچنین مطابق با اصول مسلم حقوقی، لغو امتیاز نشریات، جز در مورد ماده ۱۶ قانون مطبوعات (انتشار نامنظم نشریه) خارج از صلاحیت هیئت نظارت بر مطبوعات است. همچنین حمله به دفاتر نشریات، ورود غیرمجاز به دفاتر یا چاپخانه‌های نشریات و مانند اینها جملگی از مواردی است که در قوانین کیفری منع شده و برای آنها مجازاتهای خاص پیش‌بینی شده است. در واقع قوانین عمومی کشور دارای مقررات و ضمانتهای اجرایی خاصی هستند که برای مطبوعات نیز قابل استفاده بوده و جامعه مطبوعاتی می‌تواند با به کار گرفتن آنها و اصرار بر

اجرای این تضمینها توسط دستگاه قضایی امکان بیشتری برای تثبیت حقوق مطبوعات فراهم آورد.

۸. تعرضهای غیرقانونی و مجرمانه به مطبوعات اتفاق کم سابقه‌ای نیست با این حال گرایش مطبوعات به استفاده از ابزار قضایی کمتر سابقه داشته است. تردیدی نیست که ملاحظات سیاسی بر وضعیت کنونی مطبوعاتی و نحوه برخورد با آن از سوی دستگاههای رسمی مؤثر است. اما هیچ ملاحظه سیاسی، هیچ نشریه‌ای را از تمسک به امکانات قانونی و قضایی برای دفاع از حقوق خود محروم و ممنوع نمی‌دارد.

در این قبیل موارد، گرایش بیشتر مبتنی بر تبلیغ و تجهیز افکار عمومی است اما در عمل علاقه یا اراده قاطعی به اقدام برای اجرای ضمانتهای اجرایی از طریق دستگاه قضایی نشان داده نمی‌شود. چنین روشی بر ضعف حقوق مطبوعات می‌افزاید.

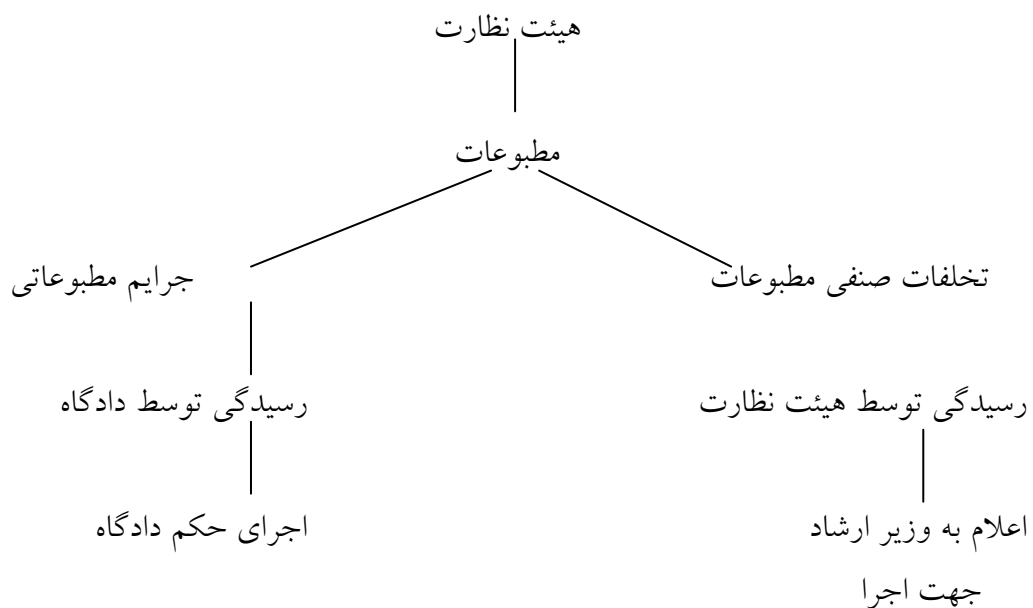
حقوق قانونی، هنگامی تحقق عینی می‌یابد که ضمانتهای اجرایی پیش‌بینی شده قانونی با اصرار گروه ذی‌نفع و فعالیت سلسله مراتب دادگاهها به مورد اجرا درآید. بنابر این در مسیر تحول و تثبیت حقوق مطبوعات و جلوگیری از مقاومتهای غیرقانونی در برابر حقوق قانونی مطبوعات، دو شرط مقدماتی ضروری است: نخست، اصرار مطبوعات بر رسیدگی قضایی به جرایم علیه مطبوعات از طریق طرح شکایت و پیگیری قانونی آن در مراجع قضایی؛ و دوم، اهتمام بی‌طرفانه دستگاه قضایی و ضابطان آن به شناسایی و محاکمه و محکومیت مجرمان.

فقدان یا ضعف این گرایش نزد جامعه مطبوعاتی کشور موجب می‌شود که این گروه صنفی خود را عملاً از مهم‌ترین حقوق قانونی موجود محروم می‌کند. در بسیاری جرایم، دستگاه قضایی بدون شکایت شاکی اقدام به شروع به رسیدگی نمی‌کند و اگرچه در جرایم عمومی این دستگاه موظف به کشف مجرم و تعقیب و محاکمه اوست، ولی در شرایط کنونی، چنین انتظاری چندان واقع‌بینانه نیست. توقع اجرای حقوق را باید در ظرف زمان و مکان ریخت. سنت رایجتر اهل مطبوعات این است که در مواقع وقوع جرم علیه یک نشریه، آن نشریه بیشتر به طرح تبلیغاتی و احتمالاً سیاسی موضوع می‌پردازد. اگرچه تعرض به بعضی آزادیهای فردی و اجتماعی قانونی مانند آزادی مطبوعات، گوهری سیاسی دارد، ولی بسنده کردن به شیوه‌های سیاسی برای برخورد با این نوع رفتارهای مجرمانه علیه مطبوعات و بهره‌نگرفتن از ابزارهای قانونی و قضایی به این نقیصه بزرگ منتهی می‌شود که ضمانتهای اجرایی قانونی موجود که می‌توانند در جرایم علیه مطبوعات از این گروه حمایت کنند، متروک گذاشته می‌شود و به این ترتیب کارکرد حمایتی قوانین از میان می‌رود. به دیگر سخن، قوانینی که می‌توانند در نهادی‌سازی حقوق مطبوعات و

مقابله با جرایم علیه مطبوعات مؤثر باشند، بی‌استفاده مانده و بخش مهمی از مسائل مربوط به حقوق و آزادیهای قانونی مطبوعات به صورت قواعدی از قلمرو اخلاق، که فاقد ضمانتهای اجرایی حقوقی است، واگذار می‌گردد.

توسعه حقوق مطبوعات، از جمله، مستلزم تلاش مطبوعات به طرح حقوق اساسی مطبوعات در معرض افکار عمومی از یک سو و نزاع قضایی با متعرضان به امنیت و آزادیهای قانونی مطبوعات است. عرضه جرایم علیه نشریات از سوی هر نشریه‌ای که قربانی چنین جرایمی می‌شود، در دادگاهها، موجب می‌شود که در هر حال سلسله مراتب محاکم، شرایط و موقعیت حقوق مطبوعات را با رعایت قوانین موجود، از تضمینهای مناسب برخوردار کند یا دست کم ضمانتهای حقوقی، مجال برای عرضه بیابند.

نظری بر جایگاه هیئت نظارت بر مطبوعات
در قانون سال ۶۴
ابوالفضل نیکوکار



نقش مطبوعات و تأثیرگذاری آن بر جوامع به حدی است که حقوق آن جزو اصول قانون اساسی اکثر کشورهای جهان است. اهمیت مطبوعات در تنویر افکار عمومی و بالا بردن سطح معلومات و دانش مردم، مبارزه با فرهنگ استعماری و ترویج فرهنگ ملی هر کشور... و همه و همه را می‌توان جزء رسالت مطبوعات کشورها دانست. کشور ما نیز از این مسئله مستثنی نیست. اولین قانون اساسی ما در ۱۴ مرداد سال ۱۲۸۵ هـ.ش تدوین گردید و چندی بعد متممی بر آن افزوده شد که در اصل بیستم آن آمده بود: «عامهٔ مطبوعات غیر از کتب ظلال و مواد مضره

به‌دین مبین آزاد و ممیزی در آنها ممنوع است ولی هرگاه چیزی مخالف قانون مطبوعات در آنها مشاهده شود نشر دهنده یا نویسنده بر طبق قانون مطبوعات مجازات می‌شود...»

در سال ۱۲۸۶ هـ.ش اولین قانون مطبوعات نیز تدوین شد. در قسمتی از مقدمه این قانون آمده بود: «طبع کتب و روزنامه‌جات و اعلانات و لوایح در تحت قوانین مقررۀ ذیل که از برای حفظ حقوق عموم و سد ابواب مضار از تجاوزات ارباب قلم و مطبوعات وضع می‌شود آزاد است. هرکس بخواهد مطبعه دایر نماید یا کتاب و جریده و اعلاناتی به طبع برساند یا مطبوعات را بفروشد باید بدو عدم تخلف از شمول این قوانین را نزد وزارت معارف به التزام شرعی ملتزم و متعهد شود.»

همانطور که ملاحظه گردید این قانون شامل کتب، مطبوعات و اعلانات نیز می‌گردید و در موارد بعدی به بایدها و نبایدهایی اشاره داشت که در اکثر موارد با مجازاتهای جریمه نقدی متخلف را تنبیه می‌نموده و در مواردی نیز افراد را به حبس محکوم می‌کرد. ماده ۴۶ این قانون رسیدگی به تفصیرات را به عهده اداره انطباعات، محاکم عرفیه عدلیه و اداره نظمیۀ قرار داده بود.

در ۱۰ عقرب سال ۱۳۰۱ هـ.ش قانونی راجع به نظارت بر مطبوعات در دو ماده به تصویب رسید که در ماده اول آن آمده است: «چون مطابق اصل بیستم قانون اساسی عامه مطبوعات بغیر از کتب ظلال و مواد مضره به دین اسلام ممنوع نیست، عموم مدیران جراید و یا مجلات و ارباب مطابع باید ملتزم شوند که هر وقت بخواهند در امور مربوطه به دین اسلام و مذهب اصولاً و فروعاً انشاء و یا نقلاً و یا هزلاً چیزی طبع کنند قبلاً به ناظر شرعیات که خبرویت او توسط دو نفر مجتهد جامع الشرایط تصدیق و از طرف وزارت معارف در طهران و در هر یک از مراکز ایالات و ولایات معرفی شده باشد مراجعه نمایند تا مذاقه نموده و...» پس از آن، در ماده دوم نحوه رسیدگی به تخلف مورد توجه قرار گرفته است.

در قانون بهمن ماه سال ۱۳۳۱ هـ.ش به نظر می‌رسد با گذشت ۴۵ سال از تصویب اولین قانون مطبوعات و اهمیت نقش مطبوعات در بیان مسائل سیاسی و اجتماعی و مشکلات روزمره آن زمان، دولت وقت به این نتیجه می‌رسد که می‌بایست به طریقی محدودیتهایی در جهت کنترل این ابزار نیرومند اعمال نماید. لذا این متمم را منوط به تحصیل اجازه تأسیس روزنامه و یا مجله از هیئتی مرکب از مدیر کل وزارت کشور، رئیس اداره نگارش وزارت فرهنگ و دادستان

شهرستان تهران یا نماینده او نمود که در نتیجه موافقت هیئت، اجازه نامه متوسط وزارت کشور صادر می گردید.

این قانون در فصل سوم به مسئله جرایم و در فصل چهارم به تخلفات پرداخته است که قانونگذار رسیدگی به جرایم مطبوعات و تخلفات را در صلاحیت دادگستری قرار داده البته استثنائاتی نیز دیده می شد (ماده ۳۰ تبصره ماده ۳۲ بدون دستور دادستان). در نحوه رسیدگی نیز در ماده ۲۵ آورده بود: «هرکس به وسیله مطبوعات به وزرا یا معاونین وزارتخانه ها و یا یکی از مستخدمین دولت اعم از قضایی، اداری و لشکری و... یا مقامات رسمی دیگر به سبب انجام وظیفه محوله به آنان اهانت نماید... پس از شروع تحقیقات قانونی دادستان به متهم اخطار خواهد کرد مادام که تحت تعقیب کیفری است از نشر هر نوع مطلب مربوط به اهانت و یا افتراء درباره شاکی خودداری نماید. در صورتی که متهم به اخطار دادستان ترتیب اثر ندهد دادستان می تواند امر به توقیف روزنامه یا مجله صادر کند. متهم نیز می تواند از این دستور دادستان به دادگاه شهرستان محل شکایت نماید. دادستان موظف است فوراً پرونده را به دادگاه بفرستد و دادگاه باید در ظرف ۳ روز پس از وصول پرونده به شکایت رسیدگی و رأی مقتضی صادر کند. چنانچه دادگاه نظر دادستان را تأیید نماید دیگر آن روزنامه یا مجله تا زمانی که متهم تحت تعقیب کیفری است قابل انتشار نخواهد بود»

و یا در ماده ۴۲ آمده است: «هیچ روزنامه یا مجله ای را قبل از صدور حکم دادگاه نمی توان توقیف یا تعطیل کرد، مگر در موارد اتهامات ذیل:

۱. آنجا که مضر به اساس دین اسلام باشد؛
۲. آنجا که هتک احترام از مقام سلطنت شده باشد؛
۳. آنجا که نقشه و طرح حرکت قشون یا دیگر اسرار نظامی مکشوف شده باشد؛
۴. آنجا که دعوت به عصیان در مقابل قوای رسمی مملکتی و موجب هیجان کلی و اختلال امنیت عمومی شده باشد؛
۵. آنجا که انتشار مقالات مضر به عفت عمومی یا اشاعه صور قبیحه بر ضد عفت عمومی باشد.

در موارد فوق، دادستان شهرستان رأساً یا بنابر تقاضای فرماندار محل دستور توقیف روزنامه یا مجله یا کتاب و ضبط اوراق انتشار یافته را خواهد داد. و در ظرف مدت ۲۴ ساعت پرونده او را

به دادگاه جنایی خواهد فرستاد. دادگاه جنایی در جلسه فوق العاده در مدتی که بیش از ۳ روز نباشد نظر خود را نسبت به رد یا قبول تقاضای دادستان اعلام خواهد کرد. در صورتی که دادگاه با توقیف روزنامه یا مجله موافقت نماید، بازپرس و دادستان مکلفند در ظرف یک هفته نظر نهایی خود را نسبت به اصل موضوع اعلام دارند و دادگاه باید با تهیه مقدمات قانونی خارج از نوبت به اصل موضوع رسیدگی نماید.»

قانون مطبوعات سال ۱۳۳۴ هـ. ش از قانون سال ۱۳۳۱ هـ. ش تبعیت نموده و در مواردی نیز مطالبی افزوده شده است. یکی از آنها مربوط به تبصره ۲ ماده ۵ است که بیان داشته در صورتی که متقاضی امتیاز روزنامه پس از اخذ امتیاز یکی از شرایط مندرج در ماده ۳^۱ را از دست دهد و رأی کمیسیون بر لغو امتیاز باشد، محکوم علیه می‌تواند به دادگاه استان محل شکایت نماید و حکم دادگاه استان در این مورد قطعی است. البته این راهی مناسب جهت احقاق حق و دقت بیشتر و تجدید نظرخواهی است.

اما در قانون سال ۱۳۵۸ هـ. ش که بعد از انقلاب به تصویب می‌رسد، تغییرات عبارت بود از اعطای نقش محوری به وزارت ارشاد ملی، حذف نماینده وزارت کشور و ادامه سبک و شیوه رسیدگی به تخلفات و جرایم مطبوعاتی توسط دادگستری، ممنوعیت سانسور، تغییر ترکیب اعضای کمیسیون صادر کننده امتیاز مطبوعات، عدم عنوان بندی قانون و صدور مجوز توسط وزارت ارشاد و...

و در نهایت، در قانون مطبوعات سال ۱۳۶۴ هـ. ش مهم ترین موضوع مورد بحث، هیئت نظارت بر مطبوعات است. قانون^۲ اعضا هیئت را مرکب از یک نفر از قضات دیوان عالی کشور، یکی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی و یک نفر از استادان دانشگاه و یک نفر از مدیران مسئول مطبوعات، وزیر ارشاد و یا نماینده او دانسته است و وظایف آنها را عبارت از رسیدگی به درخواست صدور پروانه، تشخیص صلاحیت متقاضی و مدیر مسئول و رسیدگی به تخلفات نشریات و در صورت لزوم معرفی به دادگاه بیان داشته است.

همان طور که می‌دانیم در قوانین قبلی فقط هیئت یا کمیسیون صادر کننده امتیاز مطبوعات وجود داشت نه هیئت نظارت. با شرح فوق الذکر با رجوع به قوانین گذشته مطبوعات به تلاش و سعی نویسندگان در جهت مرز بندی مشخص به منظور جلوگیری از تداخل وظایف پی می‌بریم. حتی این موضوع تا به زمان حال نیز ادامه یافته است.

از اداره نظمی و اداره نگارش و نیز وزارت معارف و محاکم عدلیه گرفته تا وزارت کشور و وزارت ارشاد ملی و هیئت نظارت بر مطبوعات حال حاضر و یا تقسیم‌بندی‌هایی همچون رسیدگی به تخلفات مطبوعات از طرفی و رسیدگی به جرایم مطبوعات از طرف دیگر نیز مقرر نمودن جریمه نقدی و حبس و توقیف و تعطیل نمودن روزنامه برای هر تخلف یا جرمی، همه و همه در این جهت تلاش می‌کنند.

اما قانون سال ۶۴ بدون توجه به قوانین سالهای ۳۱ و ۳۴، تقسیم‌بندی جرایم و تخلفات مطبوعات را در خود ندارد. اما در قانون سال ۵۸ نویسندگان قانون به دنبال حل مشکل بوده‌اند لذا به دنبال یافتن مرجعی جهت رسیدگی به تخلفات صنفی مطبوعات بودند (در ماده ۱۱ این قانون)^۳ که بعضی از آنها را به عهده کمیسیون صدور پروانه مطبوعات قرار می‌دهند.

در قانون سال ۶۴ با هیئت نظارت آشنا می‌شویم که قصد دارد این نقش را بپذیرد، اما با ابهاماتی مواجه می‌شود که البته با سیر تاریخی قوانین سابق می‌توان آن را حل نمود. به نظر نگارنده در رسیدگی به تقصیرات مطبوعات می‌توان تقسیم‌بندی قوانین سال ۳۱ و ۳۴ را بر قانون سال ۶۴ حاکم نمود:

۱. تخلفات صنفی مطبوعات

۲. جرایم مطبوعات

۱. تخلفات صنفی مطبوعات

آنچه مسلم است هیئت نظارت بر مطبوعات یک محکمه قضایی نیست بلکه می‌توان آن را یک هیئت رسیدگی به تخلفات صنفی مطبوعات دانست نه جرایم مطبوعاتی.

در ابتدای ماده ۱۲ قانون مطبوعات سال ۱۳۶۴ هـ ش این چنین آمده است: «هیئت نظارت رأساً یا به درخواست وزیر ارشاد اسلامی موارد تخلف نشریات را مورد رسیدگی قرار می‌دهد...» در اینجا مصادیق آن را می‌توان ذکر کرد:

الف. ماده ۱۴: در صورتی که مدیر مسئول شرایط مندرج در ماده ۹ را فاقد گردد یا فوت شود و یا استعفا دهد، صاحب امتیاز موظف است که حداکثر ظرف ۳ ماه شخص دیگری را که واجد شرایط باشد به وزارت ارشاد اسلامی معرفی کند. در غیر این صورت از انتشار نشریه او

جلوگیری می‌شود تا زمانی که صلاحیت مدیر به تأیید نرسیده مسئولیت‌های مدیر به عهده صاحب امتیاز است.

ب. ماده ۱۶: صاحب امتیاز موظف است ظرف ۶ ماه پس از صدور پروانه، نشریه مربوطه را منتشر کند در غیر این صورت با یک بار اخطار کتبی و دادن فرصت ۱۵ روزه دیگر در صورت عدم عذر موجه اعتبار پروانه از بین می‌رود. عدم انتشار منظم نشریه در یک سال نیز اگر بدون عذر موجه (به تشخیص هیئت نظارت) باشد موجب لغو پروانه خواهد بود.

پ. رسیدگی به موارد ذیل:

۱. جلوگیری از انتشار نشریه‌ای که پروانه آن لغو گردیده و یا به دستور دادگاه و به طور موقت یا دائم تعطیل گردیده است.

۲. جلوگیری از انتشار نشریه به گونه‌ای که اکثر مطالب آن مغایر باشد با آنچه که متقاضی به نوع آن متعهد شده است.

۳. جلوگیری از انتشار نشریه بدون ذکر نام صاحب امتیاز و مدیر مسئول، نشانی اداره نشریه و چاپخانه آن.

۴. نظارت بر مراکز نشر، چاپ، توزیع و فروش نشریات مجاز به چاپ و انتشار و جلوگیری از عرضه مطبوعات و نشریاتی که از سوی هیئت نظارت مغایر با اصول مندرج در این قانون تشخیص داده شود.

ت. اعطای اجازه برای چاپ نشریات داخلی یک سازمان و مؤسسه و شرکت دولتی که به خصوص جهت استفاده کارکنان نشر و به طور رایگان در اختیار آنان قرار می‌گیرد.

ث. جلوگیری از انتشار بیش از یک نشریه با یک پروانه

ج. جلوگیری از اعطای پروانه نشریه به نخست وزیران... و استانداران و وابستگان به رژیم گذشته

چ. نظارت بر هر روزنامه یا مجله در خصوص تهیه دفاتر محاسباتی پلمپ شده بر طبق قانون...

۲. جرایم مطبوعاتی

و از مصادیق آن می‌توان موارد ذیل را بیان داشت:

- الف. انتشار هر نوع مطلب مشتمل بر تهمت یا افترا یا فحش و الفاظ رکیک یا نسبت‌های توهین‌آمیز و نظایر آن نسبت به اشخاص؛
- ب. انتشار اسناد و دستورهای محرمانه نظامی و اسرار ارتش و سپاه و یا نقشه‌های قلاع و استحکامات نظامی در زمان جنگ یا صلح؛
- پ. تحریص و تشویق مردم به ارتکاب جرم یا جنایتی بر ضد امنیت داخلی یا سیاست خارجی؛
- ت. اهانت به دین مبین اسلام و مقدسات آن؛
- ث. اهانت به رهبر یا شورای رهبری جمهوری اسلامی ایران و یا مراجع مسلم تقلید؛
- ج. انتشار عکسها و تصاویر و مطالب خلاف عفت عمومی؛
- چ. انتشار مذاکرات غیر علنی مجلس شورای اسلامی و مذاکرات غیر علنی محاکم دادگستری یا تحقیقات مراجع اطلاعاتی و قضایی؛
- ح. انتشار مطالبی که مشتمل بر تهدید به هتک شرف یا حیثیت یا افشای اسرار شخصی باشد؛
- خ. تبلیغات انتخاباتی در زمان ممنوعیت.

در انتها ذکر چند مطلب ضروری به نظر می‌رسد.

۱. در خصوص ماده ۲۷ می‌توان چنین اظهار نظر نمود که پروانه نشریه‌ای که به رهبر یا شورای رهبری یا مراجع مسلم تقلید اهانت نموده، پس از رسیدگی به اتهام وارده در دادگاه صالح و اثبات آن، به دستور دادگاه، هیئت نظارت مبادرت به لغو پروانه نشریه می‌نماید زیرا هیئت نظارت یک ارگان اداری است نه مرجع قضایی.
 ۲. به نظر می‌رسد می‌توان در خصوص آرای هیئت نظارت بر مطبوعات در بعد تخلفات صنفی مطبوعات که یک رأی اداری است به دیوان عدالت اداری شکایت کرد.
 ۳. در حال حاضر با تغییر سیستم قضایی، رئیس دادگستری به نیابت از دادستان با اختیارات قانونی می‌تواند به طور نشریه را توقیف کند.
 ۴. به جرایم ارتكابی موقت مطبوعات در دادگاه صالح و با حضور هیئت منصفه رسیدگی می‌شود نه به تخلفات صنفی مطبوعات.
 ۵. قانونگذار در قانون مطبوعات مصوب ۶۴ رسیدگی به موارد ذیل را در اختیار دادگاه قرار داده است، اما به نظر نمی‌رسد رسیدگی به این موارد نیاز به حضور هیئت منصفه داشته باشد:
- الف. در صورتی که نشریه از درج پاسخ ارسالی شاکی امتناع ورزد؛
- ب. هرکس در نشریه‌ای خود را برخلاف واقع صاحب پروانه انتشار یا مدیر مسئول معرفی کند؛
- پ. هرکس بدون داشتن پروانه به انتشار نشریه مبادرت ورزد؛

ت.) هرگاه در انتشار نشریه، نام یا علامت نشریه دیگری ولو با تغییرات جزئی تقلید شود به طوری که برای خواننده امکان اشتباه باشد.

پی‌نوشت‌ها

۱. ماده ۳ قانون مطبوعات سال ۱۳۳۴ هـ ش :
«درخواست کننده اجازه باید دارای شرایط ذیل باشد:
الف. ایرانی باشد.
ب. سن او از سی سال کمتر نباشد.
ج. سابقه محکومیت جنایی و یا محکومیت که موجب سلب حقوق اجتماعی باشد نداشته و مهجور نباشد.
د. لااقل لیسانس باشد و یا از فضلا و دانشمندانی باشد که مراتب فضل و دانش آنها از نظر روزنامه‌نگاری از طرف شورای عالی فرهنگ گواهی شده باشد.
هـ. معروف به درستی و امانت و دارای حسن شهرت و صلاحیت اخلاقی برای روزنامه‌نگاری باشد.
و. توانایی مالی اداره کردن حداقل سه ماه نشریه مورد تقاضا را داشته باشد. تشخیص این موضوع برعهده کمیسیون مندرج در ماده ۵ می‌باشد.»
۲. ماده ۱ قانون مطبوعات سال ۱۳۶۴ هـ ش:
«اعضای هیئت نظارت بر مطبوعات که از افراد مسلمان و صاحب صلاحیت علمی و اخلاقی لازم به مؤمن به انقلاب اسلامی می‌باشند عبارت‌اند:
الف. یکی از قضات دیوان عالی کشور به انتخاب شورای عالی قضایی
ب. وزیر ارشاد اسلامی یا نماینده تام‌الاختیار وی
ج. یکی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی به انتخاب مجلس
د. یکی از اساتید دانشگاه به انتخاب وزیر فرهنگ و آموزش عالی
هـ. یکی از مدیران مسئول مطبوعات به انتخاب آنان
تبصره ۱: این هیئت ظرف دو ماه پس از تصویب این قانون در دور اول و دوره‌های بعد ظرف یک ماه قبل از اتمام مدت مقرر برای دو سال به دعوت وزیر ارشاد اسلامی تشکیل می‌شود.
تبصره ۲: جلسات هیئت با حضور دو سوم اعضا رسمیت یافته و تصمیمات متخذه با اکثریت مطلق اعضا معتبر خواهد بود.
تبصره ۳: هیئت نظارت پس از رسیدگی‌های لازم نظر خود را جهت اجرا به وزیر ارشاد اسلامی اعلام می‌دارد.
تبصره ۴: وزارت ارشاد اسلامی مسئول دعوت و برگزاری جلسه انتخابات موضوع بند (ه) این ماده و مرجع تشخیص صلاحیت نامزدهای انتخابات مزبور براساس شرایط مندرج در صدر این ماده، هیئت سه نفری مرکب از افراد بندهای الف و ب و ج می‌باشند
این قانون از تاریخ تصویب لازم‌الاجرا خواهد بود.» (الحاقی ۱/۴/۱۳۶۵)
۳. ماده ۱۰ قانون مطبوعات سال ۱۳۵۸ هـ. ش.
«در صورتی که صاحب پروانه یکی از شرایط مقرر در بندهای ۱ [تابعیت] و [عدم سابقه کیفری] و [عدم حجر و ورشکستگی] و ۴ [صلاحیت سیاسی و اخلاقی] ماده ۲ این قانون را فاقد شود به تشخیص کمیسیون مقرر در ماده ۴ [رسیدگی کننده به صلاحیت متقاضی پروانه] با رعایت تبصره‌های آن، پروانه نشریه لغو می‌شود.
تبصره ۱: در مورد مواد ۷ [رد صلاحیت مدیر مسئول و سدرییر معرفی شده] و ۹ [فاقد بند ۱ و ۲ و ۳ و ۴ فوق‌الذکر یا فوت یا استعفا و مدیر مسئول] و ۱۰ ذینفع می‌تواند از تصمیم وزارت ارشاد ملی به دادگاه استان شکایت کند رأی دادگاه استان قطعی و غیرقابل فرجام است.
تبصره ۲: هرگاه صاحب پروانه فوت شود و با موافقت کتبی اکثریت وراث یا قائم مقام قانونی آنان پروانه به نام درخواست کننده‌ای که واجد شرایط قانونی باشد به ترتیب مقرر در این قانون صادر می‌شود.
تبصره ۳: حق استفاده از نام نشریه متعلق به وراث است و در صورت انتقال، کسب موافقت وزارت ارشاد ملی ضروری است.»

تذکر به مطبوعات از سلیقه تا قانون

شعبانعلی بهرامپور

«نشریات باید زبان آزادیهای فردی و اجتماعی جامعه باشند.»
«اسلامی که ما از آن سخن می‌گوییم، آن اسلامی است که بتواند مشکلات را حل کند و معیارهای اساسی در شناخت آن هم وجود داشته باشد ... این اسلام با اندیشه مخالف، مخالفتی منطقی دارد نه امنیتی...»

سید محمد خاتمی

مقدمه

این مقاله تذکراتی را که از طرف معاونت امور فرهنگی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی طی سالهای ۱۳۷۴، ۱۳۷۵ و ۱۳۷۶ به مطبوعات داده شده، مورد بررسی قرار داده است. این تذکرات به دو دسته تفکیک می‌شود: نخست، تذکراتی که از سوی معاونت فرهنگی اداره کل مطبوعات داخلی (بعضاً توسط شخص مدیر کل و حتی معاون وزیر) به مطبوعات داده شد و دوم، تذکرات، توقیف‌ها و حتی لغو پروانه‌های بعضی نشریات که توسط هیئت نظارت به عمل آمد. همه این تذکرات بعد از کدگذاری و مقوله‌بندی مورد تحلیل و ارزیابی قرار گرفت. در پایان، این مقاله می‌کوشد تا نتیجه‌گیری‌هایی از روابط بین این تذکرات و اعمال سلیقه به‌دست دهد.

کلمات کلیدی:

تذکرات، لغو، توقیف، هیئت نظارت، مطبوعات، قانون، سلیقه، معاونت فرهنگی، مسائل سیاسی، مسائل اخلاقی.

۱. مسئله و موضوع بررسی

مطبوعات کشورمان با مسائل بسیاری دست به گریبان هستند که یکی از آنها بعضی از تذکراتی است که از سوی وزارت ارشاد به آنها داده می‌شود. اداره کل مطبوعات داخلی معاونت امور مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی متکفل بررسی و ارزیابی نشریات داخلی است. این اداره کل هر ماهه پس از بررسی بسیاری از نشریات برای بعضی از آنها که به نظرشان از چارچوب قانون مطبوعات و قوانین مشابه عدول کرده‌اند تذکر می‌فرستد. این تذکرات، صرف نظر از قانونی بودن یا غیر قانونی بودن آن، گاهی سلیقه‌ای و غیر روشمند است و گاهی رنگ قانون و آیین‌نامه به خود می‌گیرد. اداره کل مطبوعات داخلی در بولتن تذکرات شماره ۱۰ (ده) در سال ۱۳۷۴ اصلی‌ترین وظایف خود را چنین آورده است:

«نظارت مستمر بر مطبوعات و استفاده از اهرمهای تشویقی - تنبیهی در جهت نگاهداشت و هدایت مجموعه مطبوعات کشور در مسیری هم‌سو و یا حداقل غیر متعارض و هماهنگ با ارزشهای متعالی نظام در زمره اصلی‌ترین وظایف اداره کل مطبوعات داخلی است به طوری که دیگر خدمات خود را ابزار این وظیفه اصلی می‌داند.»

به همین جهت این مقاله می‌کوشد توصیف (و نه تبیین) حداقلی از وضعیت تذکرات داده شده از سوی اداره کل مطبوعات داخلی به دست دهد. همچنین توجه به عملکرد هیئت نظارت بر مطبوعات از دیگر مواردی است که این مقاله بدان می‌پردازد.

به چند دلیل زمان بررسی را از سال ۱۳۷۴ تا انتهای ۱۳۷۶ گرفتیم. اولین و مهم‌ترین دلیل آنکه پرونده‌ها، اسناد و مدارکی که توسط بررس‌ها گردآوری شده‌اند، نایاب و حتی غیرقابل دسترس هستند. این موارد عموماً در جای خاصی به طور منظم نگهداری نشده‌اند، به طوری که گاهی برای یافتن گزارشی روزها وقت صرف شد، اما نتیجه‌ای به دست نیامد. بی‌نظمی و یا عدم ثبت بعضی تذکرات در بایگانی از مهم‌ترین دلایل تحدید این بررسی در این سه سال است. دیگر آنکه این سالها به خاطر دو انتخابات مهم مجلس پنجم و ریاست جمهوری از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. سالهایی که گرایشهای عمده سیاسی به طور جدی در مقابل هم قرار گرفته و هر گروهی که در این سالها در ارشاد جایی نداشت یقیناً مورد بی‌مهری جناح مقابل قرار می‌گرفت. در هر صورت کمبود زمان به همراه دلایل فوق ما را بر آن داشت که موضوع بررسی خود را به سالهای ۷۴ الی ۷۶ محدود کنیم.

با وجود این گزارشهای این سالها به طور کامل در دسترس نبودند. هر چند از سال ۱۳۷۴ گزارشهای کاملی در دسترس است، اما دو سال بعد از آن چنین نیست. از سال ۱۳۷۵ گزارشهای شش ماهه اول و از سال ۷۶ گزارشهای شش ماهه دوم (دوره دولت جدید) در دسترس قرار داشت. از شش ماهه دوم ۷۵ هیچ گونه اسناد و مدارکی در دست نیست. اگرچه به نظر می رسد که در این ۶ ماه باید بازار تذکرات پروتوق بوده باشد ولی هیچ نشانی از گزارشهای تذکرات در این ماهها در اداره کل مطبوعات داخلی وجود ندارد. اما در شش ماهه اول ۷۶ به دلیل حضور قدرتمند مردم در دوم خرداد و پیروزی خاتمی، مدیران سابق ارشاد گویی دست از وظایف قانونی خود کشیده و به فکر سرو سامان دادن به امور گذشته برآمده اند. بنابراین هیچ گونه تذکری در شش ماهه اول ۷۶ توسط اداره کل مطبوعات داخلی به نشریات داده نشده است.

در مورد هیئت نظارت وضع به گونه ای دیگر است. با بررسی صورت جلسه های هیئت نظارت در این سه سال توانستیم تذکرات، توقیفها و لغو پروانه هایی که از سوی آن هیئت انجام گرفته را استخراج کنیم، هر چند دلایل و موارد اتهام گنک، مبهم و گاه حتی بیان نشده است.

۲. اهمیت موضوع

با توجه به اینکه هیچ گونه بررسی ای تا به حال از سوی هیچ کس حتی کارشناسان اداره کل مطبوعات داخلی راجع به این موضوع به عمل نیامده است، بررسی حاضر که برای اولین بار انجام می گیرد می تواند برای اداره کل مطبوعات داخلی (برای بررسی عملکرد این اداره کل در این زمینه) و مطبوعات (برای آگاه شدن از برخی مشکلات به وجود آمده و شناختن جایگاه قانونی خود، وزارت ارشاد و هیئت نظارت) راهگشا باشد. از طرف دیگر متحول شدن جامعه و حرکت به سمت جامعه مدنی و شناخت جایگاه هر نهاد (وزارت ارشاد، هیئت نظارت، مطبوعات) اهمیت بررسی آن را دو چندان کرده است.

۳. پرسشهای اساسی تحقیق

۱. تذکراتی که به نشریات داده می شود بیشتر در چه زمینه ای است؟
۲. آیا این تذکرات با اعمال سلیقه همراه است یا روشمند و قانونمند است؟

۳. آیا تذکراتی که توسط مدیران قبلی وزارت ارشاد به نشریات داده شده به نظر مدیران کنونی هم تذکر محسوب می‌شود یا خیر؟ به عبارت دیگر آیا یک تذکر برای همیشه تذکر است یا اینکه در زمانهای بعد خاصیت تذکر بودن خود را از دست می‌دهد؟

۴. اهداف تحقیق

پاسخ به پرسشهای فوق مهم‌ترین اهداف این بررسی است. بعلاوه، این بررسی درصدد است تا نشان دهد تذکرات در سالهای ۷۴ الی ۷۶ چه سیری را طی کرده است. شناخت وضعیت تذکرات، موضوع تذکرات، زمینه تذکرات، روشمند بودن یا سلیقه‌ای بودن آن، هدف اصلی این بررسی است. همچنین این بررسی می‌کوشد تا تفاوت‌های دو مدیریت متفاوت نظام نظارت بر مطبوعات را — بخصوص در قلمرو تذکرات به نشریات — نشان دهد. هدف ضمنی این بررسی، نشان دادن تحول جامعه و نیز حرکت مطبوعات و معاونت امور مطبوعاتی و تبلیغاتی در همراهی با آن است.

۵. روش بررسی

داده‌های این بررسی از طریق مراجعه به بایگانی معاونت فرهنگی اداره کل مطبوعات داخلی (و شخص معاون فرهنگی این اداره کل)، بایگانی اداره کل مطبوعات داخلی و دبیرخانه هیئت نظارت جمع‌آوری شده است. پس از جمع‌آوری داده‌ها به نظر رسید که تذکرات اداره کل مطبوعات داخلی را می‌توان مانند پرسشهای باز پرسشنامه‌های تحقیق دسته‌بندی و کدگذاری نمود. به همین جهت پس از مطالعه تذکرات آنها را در ۴ دسته سیاسی، اخلاقی، قانونی و سایر کدگذاری نموده و سپس به استخراج آنها پرداختیم. در مورد تذکرات، توقیف‌ها و لغو پروانه‌های بعضی نشریات توسط هیئت نظارت بر مطبوعات نیز همین‌گونه عمل شد، منتهی داده‌های هیئت نظارت و دامنه نوسانات آنها محدودتر و کمتر بود. داده‌های هیئت نظارت به تذکر، توقیف و لغو پروانه، کدگذاری و تفکیک شده است. در قسمت تذکرات هیئت نظارت، به دلیل آنکه موارد تذکر داده شده محدود است تقسیم‌بندی جداگانه‌ای مثل بخش اداره کل مطبوعات داخلی انجام نشده است. با وجود این، موارد و نمونه‌های تذکر قابل ذکر است.

ع. تعریف مفاهیم

— تذکر: مجموعه مواردی که شفاهاً یا کتباً، تلفنی و یا حضوری توسط اداره کل مطبوعات داخلی یا هیئت نظارت پس از بررسی نشریات به مدیر مسئول یا صاحب امتیاز نشریه گوشزد شده است.

— تذکر سیاسی: مجموعه تذکراتی که به خاطر مسائل سیاسی، انتخابات و دگراندیشی به نشریات داده شده است.

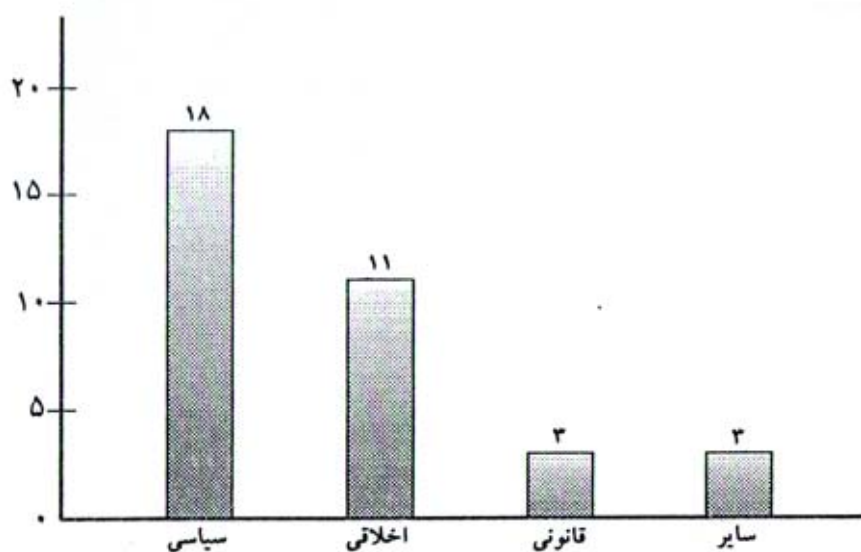
— تذکر اخلاقی: مجموعه تذکراتی که به خاطر چاپ عکس نامناسب و نیمه عریان، تبلیغات ورزشکاران با حالات گوناگون و کلیه موارد نوشتاری یا تصویری که با عنوان خلاف عفت عمومی ذکر شده است.

— تذکر قانونی: مجموعه تذکراتی که به خاطر تخطی از روش و زمینه و یا چاپ ویژه‌نامه بدون مجوز و یا درج کلماتی که از نظر قانونی منع دارد، به نشریات داده شده است.

— توقیف: جمع‌آوری، پلمپ و توقیف یک نشریه (اعم از کوتاه مدت یا دراز مدت) به دستور هیئت نظارت بر مطبوعات.

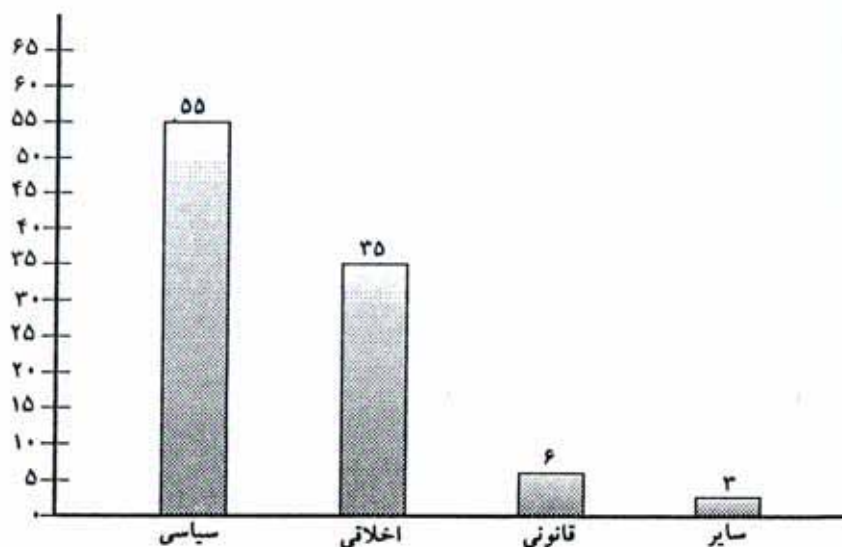
— لغو: لغو موقت یا دائم مجوز انتشار یک نشریه به دستور هیئت نظارت بر مطبوعات.

تذکرات اداره کل مطبوعات داخلی (معاونت امور فرهنگی) در شش ماهه اول سال ۷۴ در شش ماهه اول ۷۴ جمعاً ۳۵ مورد تذکر داده شده که ۱۸ مورد (بیش از ۵۰٪) آن سیاسی بوده و ۱۱ مورد (یعنی ۳۰٪) اخلاقی و ۶ مورد دیگر قانونی و سایر بوده است.



جمع تذکرات: ۳۵ مورد

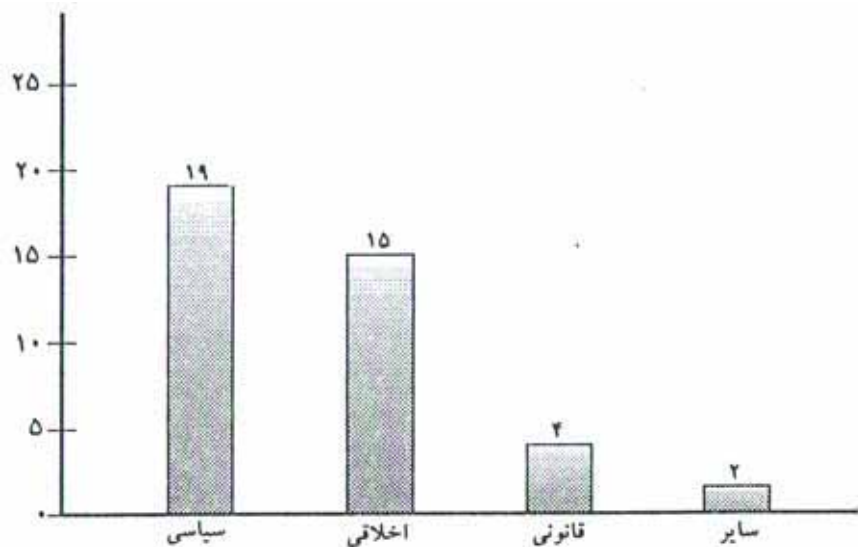
شش ماهه دوم سال ۷۴ (نزدیک بودن انتخابات مجلس پنجم) در شش ماهه دوم سال ۷۴ به خاطر نزدیک شدن انتخابات مجلس پنجم، بازار تذکرات پروتوق بود، به طوری که در این ۶ ماه ۹۹ مورد تذکر از طرف اداره کل مطبوعات داخلی به نشریات داده شده است. از مجموع ۹۹ تذکر داده شده به نشریات در این شش ماهه، ۵۵ مورد سیاسی (۵۶٪) بوده است. ۳۵ مورد (۳۵٪) مربوط به مسائل اخلاقی، ۶ مورد (۶٪) مربوط به مسائل قانونی است و ۳ مورد باقی مانده به سایر موارد بر می گردد.



جمع تذکرات: ۹۹ مورد

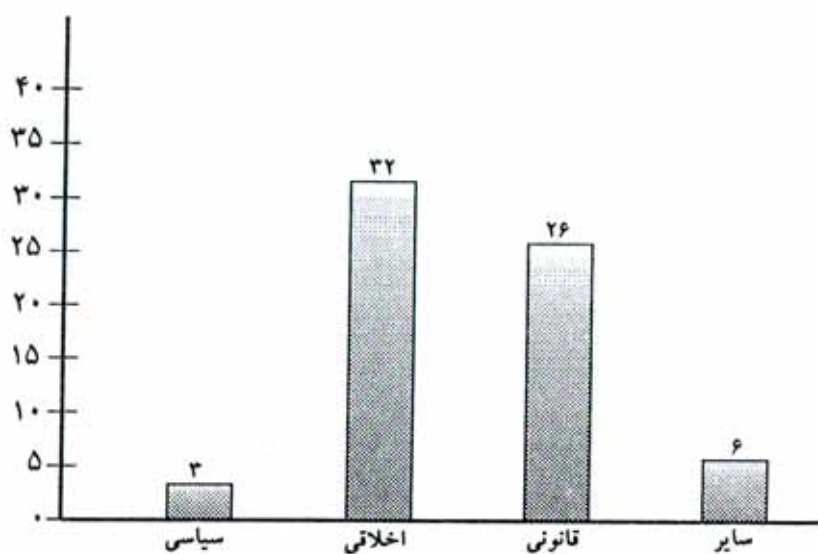
شش ماهه اول ۷۵ (جریان انتخابات مجلس) در شش ماهه اول ۷۵ به خاطر انتخابات مجلس شورای اسلامی همچنان درصد تذکرات سیاسی نسبت به دیگر موارد بیشتر است، به طوری که از ۴۰ مورد تذکر داده شده در این دوره، تقریباً ۵۰٪ یعنی ۱۹ مورد آن سیاسی بوده است. مسائل اخلاقی ۱۵ مورد برابر با ۳۷٪ و قانونی ۴ مورد برابر ۱۰٪ و سایر ۲ مورد را شامل می‌شود.

در شش ماهه اول ۷۵ نیز مانند دوره‌های قبل تذکرات سیاسی بیشترین سهم را داشته و سپس تذکرات اخلاقی (که در هر سه دوره سهم قابل توجهی دارد) و قانونی (که سهم بسیار ناچیزی را تشکیل می‌دهد) قرار دارند.



جمع تذکرات: ۴۰ مورد

شش ماهه دوم سال ۷۶ نمودار صفحه بعد نشانگر دوران تصدی دولت جدید است. در این نمودار تذکرات سیاسی جایش را به تذکرات قانونی داده و تذکرات اخلاقی کما کان سهم خود را حفظ کرده است. بنابراین از ۶۷ مورد تذکر داده شده در شش ماهه دوم ۷۶، سه مورد آن سیاسی بوده، ولی ۳۲ مورد آن اخلاقی و ۲۶ مورد آن قانونی بوده است. به نظر می‌رسد تذکرات مدیریت جدید به سمت قانونمند شدن پیش رفته است.



جمع تذکرات: ۶۷ مورد

- تذکرات سیاسی به مسائل لبنان و فلسطین برمی‌گردد.
- سایر، بیشتر تیتراهای جنجالی و خبرهای نادرست بوده است.

تذکرات هیئت نظارت بر مطبوعات

آنچه در این قسمت می‌آید، تذکرات، توقیف‌ها و لغو پروانه‌هایی است که به دستور هیئت نظارت بر مطبوعات انجام گرفته است. در اینکه آیا هیئت نظارت از نظر قانونی مجوز چنین کاری را داشته یا خیر و اصولاً اعضای این هیئت چه کسانی هستند، مواد ۱۰ و ۱۲ قانون مطبوعات چنین صراحت دارد:

ماده ۱۰- اعضای هیئت نظارت بر مطبوعات که از افراد مسلمان و صاحب صلاحیت علمی و اخلاقی و مؤمن به انقلاب اسلامی می‌باشند، عبارت‌اند از:

الف. یکی از قضات دیوان عالی کشور به انتخاب شورای عالی قضایی [یک قاضی به انتخاب قوه قضاییه]

ب. وزیر ارشاد اسلامی یا نماینده تام‌الاختیار وی

ج. یکی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی به انتخاب مجلس

د. یکی از اساتید دانشگاه به انتخاب وزیر فرهنگ و آموزش عالی

هـ. یکی از مدیران مسئول مطبوعات به انتخاب آنان

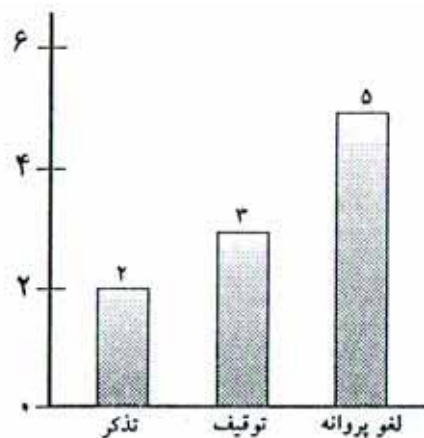
ماده ۱۲- هیئت نظارت راساً یا به درخواست وزیر ارشاد اسلامی موارد تخلف نشریات را مورد رسیدگی قرار می‌دهد و در صورت لزوم جهت پیگرد قانونی، تقاضای کتبی خود را به دادگاه صالح تقدیم می‌دارد.

بنابراین مواردی که در ذیل می‌آید بیش از آنکه جنبه قانونی داشته باشد، اعمال نظر و سلیقه جناح و گروه خاصی است که خواهان کنترل شدید بر مطبوعات بودند. کلیه تذکرات، توقیف‌ها و لغو پروانه‌هایی که توسط هیئت نظارت انجام گرفته، رنگ و بوی سیاسی و جناحی دارد. همین امر در خصوص صدور مجوز هم به چشم می‌خورد؛ به‌طور متوسط در هر جلسه دو تقاضای صدور مجوز نشریه در هیئت نظارت رد شده است (طی سالهای ۷۴ الی ۷۶).

تذکرات هیئت نظارت

سال ۷۴

توضیح: در سال ۱۳۷۴ هیئت نظارت بر مطبوعات راساً راجع به ده مورد تخلف مطبوعاتی حکم صادر کرده است. دو مورد تذکر و تهدید به لغو پروانه، سه مورد توقیف و پنج مورد لغو پروانه نشریات حاصل کار این هیئت در ۷۴ بوده است.

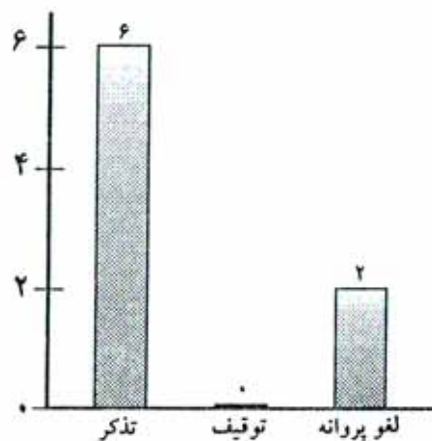


یکی از نکات جالب توجه در مورد هیئت نظارت این است که هیئت نظارت عموماً دلیلی برای این موارد ذکر نکرده و گاهی که دلایل را اظهار می‌داشت، بسیار کلی و مبهم بود. دلایل: دلایلی خاص برای لغو، توقیف و تذکر ذکر نشده است مگر عبارت مبهم «کثرت تخلفات و اصرار بر فحشاء».

سال ۷۵

توضیح: در سال ۷۵ به خاطر اهمیت مسئله انتخابات درصد تذکرات هیئت نظارت نیز افزایش یافته است که عموم آن متعلق به نشریات «غیر خودی» است. این نشریات عبارت‌اند از: امید جوان، امید زنجان، نوید اصفهان، کیان، سلام و مبین. همچنین در این سال هیئت نظارت دستور لغو پروانه دو نشریه را صادر کرده است.

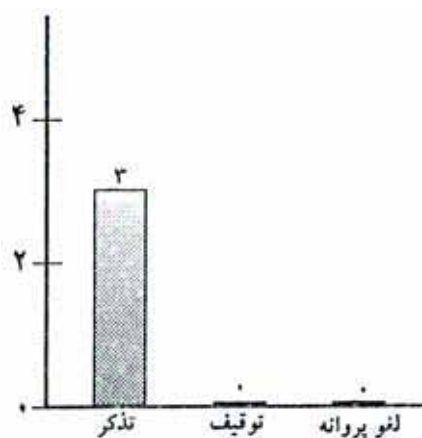
دلایل: کثرت تخلفات



شش ماهه اول ۷۶

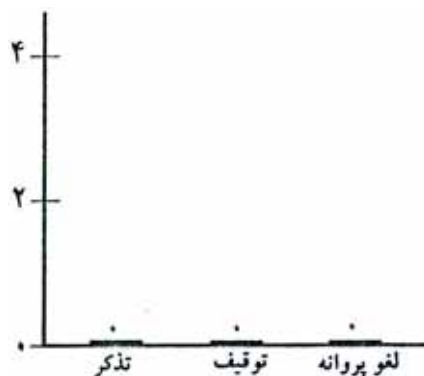
توضیح: در سال ۷۶ (شش ماهه اول) هیئت نظارت به خاطر شرایط بعد از دوم خرداد هیچ گونه توقیف یا لغو پروانه‌ای را دستور نداده است، ولی به سه نشریه تذکر (یک مورد سیاسی و دو مورد اخلاقی) داده است.

دلایل: استفاده نامناسب از روشهای ژورنالیسم، تصویر نامناسب و بی حرمتی به روحانیت.



شش ماهه دوم ۷۶ (در زمان دولت جدید)

توضیح: از زمان تصدی دولت جدید هیچ گونه تذکر، توقیف و یا لغو پروانه‌ای از سوی هیئت نظارت انجام نگرفته است. موارد در خور تأمل جهت هرگونه پیگرد قانونی به دادگاه ارجاع شده است.



نتیجه

مروری بر نمودارهای تذکرات اداره کل مطبوعات داخلی در دولت گذشته این حقیقت را آشکار می‌سازد که متأسفانه تذکرات قانونی (یا تذکرات ناشی از مسائل قانونی) بسیار ناچیز بوده، ولی در عوض تذکرات سیاسی و بعد از آن تذکرات اخلاقی بیشترین مورد را در برداشته‌اند. ناگفته پیداست که در موارد سیاسی و اخلاقی بر خلاف موارد قانونی، اعمال سلیقه خیلی بیشتر است. در موارد قانونی این امر بر عکس است، چون که اصولاً در این موارد اعمال سلیقه خیلی کم می‌تواند نفوذ کند.

خوشبختانه در دولت جدید مورد اول، یعنی تذکرات سیاسی بسیار کاهش یافته است. به طوری که در شش دوم ۷۶ تنها ۳ مورد تذکر سیاسی داده شده که این سه مورد مربوط به مسائل لبنان، اسرائیل و فلسطین بوده است. اکنون روند تذکرات سیاسی به نظر می‌رسد به سمت قانون‌مند شدن حرکت کرده است، به گونه‌ای که شاید بتوان گفت موارد سیاسی و قانونی در دولت جدید جابه‌جا شده‌اند و حرکت به سمت قانون‌گرایی، که شعار رئیس‌جمهور هم بوده، در حال تحقق است. اما تذکرات اخلاقی همچنان زیاد است. تذکرات اخلاقی هم از مواردی است که اعمال سلیقه در آن زیاد است، بنابراین انتظار می‌رود با رعایت خودکار جامعه مطبوعات در عرصه عفت عمومی و مسائل اخلاقی و اعمال قانون توسط معاونت امور مطبوعاتی و تبلیغاتی، هر چه بیشتر از تذکراتی که بر اعمال سلیقه مبتنی‌اند کاسته و به سمت موارد قانونی و روشمند حرکت کنیم.

نمودارهای تذکرات هیئت نظارت بر مطبوعات نیز از همین امر حکایت می‌کند. به طوری که در سال ۷۴ هیئت نظارت ۲ مورد تذکر و تهدید به لغو پروانه، ۳ مورد توقیف و ۵ مورد لغو

پروانه را بدون ارائه هیچ‌گونه دلیلی صادر کرده است. هیئت مذکور در این زمینه تنها عبارت مبهم «کثرت تخلفات و اصرار بر فحشاء» را ذکر کرده است.

در سال ۷۵ در زمان انتخابات مجلس، هیئت نظارت ۶ مورد تذکر کتبی به ۶ نشریه امید جوان، امید زنجان، نوید اصفهان، کیان، سلام و مبین داده است که همگی به علت مسائل سیاسی و نیز سلیقه‌ای بوده است. لغو پروانه‌ها نیز از همین امر تبعیت کرده است.

در سال ۷۶، شش ماهه اول هیچ‌گونه توقیف و لغوی صورت نگرفته است (بعد از انتخابات)، ولی فقط سه مورد تذکر به مطبوعات داده شده است. یکی به دلیل استفاده نادرست از روش ژورنالیسم، دیگری به خاطر تصویر نامناسب و سومی به خاطر بی‌حرمتی به روحانیت. همه این موارد به طور سلیقه‌ای اعمال شده‌اند. جالب آنکه در شش ماهه دوم؛ زمان تصدی دولت جدید، هیئت نظارت کاملاً به سمت موضع قانونی — خود آن‌چنان‌که در شرح وظایف آن آمده — حرکت کرده است و هیچ‌گونه تذکر، توقیف و لغو پروانه‌ای انجام نداده است.

بنابراین با توجه به تجربه یک‌سال اخیر هیئت نظارت به نظر می‌رسد که حرکت به سمت قانون و قانون‌گرایی در این هیئت شروع شده است.

خلاصه، مقایسه نشریات امروزی با دو سال قبل بیش از هر چیز دیگری نشانگر تفاوت گفتمان سیاسی در کشور است؛ گفتمانی که به سمت قانون، قانون‌گرایی، جامعه مدنی، توسعه سیاسی، دفاع از جمهوریت نظام، حقوق و کرامت انسانها، نفی روشهای خشونت‌آمیز، و نقد و انتقاد از دولت پیش رفته است. حرکتی که (همچنان‌که دیدیم) نه تنها به هیچ وجه با آرمانهای انقلاب تعارضی نداشته، بلکه باعث تثبیت نظام شده است. بنابراین شواهد امر حاکی است که دولت جدید و خصوصاً مدیریت جدید وزارت ارشاد و مطبوعات به سمت قانون و قانون‌گرایی پیش می‌روند. این در حالی است که در گزارش تذکرات شماره ۱۰ اداره کل مطبوعات داخلی در سال ۷۴ در این باره چنین آمده است:

«خوشبختانه کیفیت، کمیت و مآلاً حضور و تأثیر جریان مطبوعات دگراندیش (با گرایشهای سنتی روشنفکری به معنای مصطلح) در طی ماههای اخیر کمتر شده است.

نامرتب بودن دوره‌های انتشار که خود ناشی از خودداری وزارت ارشاد در اعطای امکانات دولتی است و همچنین فقدان شناخت درست نسبت به مخاطب در کمرنگ‌تر شدن حضور و از دست دادن مخاطبان این دسته از نشریات نقش بسزایی داشته است. هر چند متقابلاً اقبال و

گرایش مردم به ویژه تحصیلکردگان به نشریاتی چون *کیان*، *ایران فردا* و *پیام امروز* با گرایشها و کارکردهای مختلف هر یک از این مجلات قابل بررسی و تحلیل است.

حضور جدی و تعیین کننده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در جهت گیریهای هیئت نظارت بر مطبوعات به ویژه در عرصه اعطای مجوزهای انتشار جدید و وارد کردن نشریاتی که در حوزه سیاست و فرهنگ ذی نقش باشند، تغییری اساسی در نسبت نشریات خودی و فعال و هدفدار به نشریات معاند یا دگراندیش به وجود آورده است، به نحوی که برآیند نهایی، مجموعه مطبوعات کشور را روزبه روز به مجموعه ای همسو با اهداف نظام نزدیکتر می کند.

این بند گزارش مذکور نیز به تنهایی بیانگر اعمال سلیقه مدیریت گذشته ارشاد در مواجهه با مطبوعات است.

دادگاه صالحه در جرایم مطبوعاتی

حمید مقدم‌فر

ماده ۳۴ قانون مطبوعات مصوب ۱۳۶۴ مقرر می‌دارد:

«به جرایم ارتكابی به وسیله مطبوعات در دادگاه صالحه با حضور هیئت منصفه رسیدگی می‌شود».

این ماده در جهت اجرای اصل یکصد و شصت و هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران تصویب شده است. طبق اصل مذکور، رسیدگی به جرایم مطبوعاتی علنی است و با حضور هیئت منصفه در محاکم دادگستری صورت می‌گیرد. در این نوشته به بحث درباره دادگاه صالح به رسیدگی به جرایم ارتكابی به وسیله مطبوعات — جرایم مطبوعاتی — پرداخته می‌شود.

تعاریف

صالحه — صالحه مؤنث صالح است و در لغت یکی از معانی صالح، شایسته و لایق ذکر شده است.

صلاحیت — در لغت به معنی شایسته بودن است و در حقوق، اختیاری است که قانون به دادگاهی می‌دهد که به موجب آن به دعوایی رسیدگی کند. به عبارت دیگر شایستگی قانونی دادگاه است برای رسیدگی به دعوای خاص.

در رسیدگی به پرونده، مرجع فاقد صلاحیت باید از رسیدگی خودداری کند و با صدور قرار عدم صلاحیت، آن را به دادگاه صالح بفرستد. به سخن دیگر، اقدامات و تصمیمات مرجعی که صلاحیت رسیدگی ندارد فاقد ارزش و اعتبار قضائی است.

انواع صلاحیت

در قلمرو صلاحیت دادگاه رسیدگی کننده به جرایم مطبوعاتی، سه نوع صلاحیت قابل تشخیص است که عبارت‌اند از:

۱. صلاحیت ذاتی

۲. صلاحیت محلی

۳. صلاحیت شخصی

صلاحیت ذاتی — قانون آیین دادرسی کیفری صلاحیت ذاتی را تعریف نکرده است. تعریف قانون آیین دادرسی مدنی از صلاحیت ذاتی طبق بند یک ماده ۱۹۷ قانون مذکور عبارت است از: «صلاحیت دادگاه شهرستان نسبت به دادگاه استان و بالعکس و دادگاههای دادگستری نسبت به مراجع غیردادگستری صلاحیت ذاتی است».^۱

صلاحیت محلی — وقتی صلاحیت ذاتی دادگاه تعیین شد، این پرسش پیش می‌آید که در بین دادگاههای متعددی که صلاحیت ذاتی دارند کدام یک شایستگی ویژه برای رسیدگی به جرم ارتكابی را دارا هستند. این نوع شایستگی را صلاحیت محلی یا نسبی می‌نامند.

صلاحیت شخصی — گاهی صلاحیت دادگاه به اعتبار سمت اداری - اجتماعی و یا وضعیت خاص شخص مرتکب جرم تعیین و مشخص می‌گردد. در حقیقت این نوع شایستگی استثنائی است بر قواعد کلی صلاحیت محلی. مثلاً طبق قانون، رسیدگی به جرایم استانداران، فرمانداران، قضات و نمایندگان مجلس شورای اسلامی در دادگاههای تهران صورت می‌گیرد. و یا محاکمه جرایم روحانیون در دادگاههای ویژه روحانیت مبتنی بر صلاحیت شخصی است.

سیر تاریخی صلاحیت دادگاه مطبوعاتی در قوانین ایران

از آغاز دوره قانون‌گذاری در ایران تا حال، رسیدگی به جرایم مطبوعاتی به محاکم دادگستری محوّل شده است و در تعیین دادگاههای صالح به رسیدگی نیز مقررات مختلفی وضع گردیده است که بدین شرح است:

۱. در اولین قانون مطبوعات ایران مصوب محرم ۱۳۲۶ قمری، رسیدگی به جرایم مطبوعاتی در صلاحیت دادگستری قرار داده شده و در ماده ۴۶ آن آمده است: «تجاوزات قانونی که موجب سیاست مباشرین روزنامه و مطبوعه و دیگر مطبوعات خواهد شد از طرف اداره انطباعات در معرض بازخواست درآمده، در عدلیه مورد محاکمه خواهد شد...» در این قانون از دادگاه

صالح اسمی برده نشده است. در سال ۱۳۳۰ قمری قانون آیین دادرسی کیفری به تصویب رسید و ماده ۱۸۷ این قانون مقرر داشت: «به جرمهای جنحه که به واسطه مطبوعات حاصل می شود در محکمه جنایی رسیدگی می شود».

۲. ماده اول قانون هیئت منصفه مصوب دهم خرداد ماه ۱۳۱۰ مقرر می دارد: «رسیدگی به جرمهای سیاسی و مطبوعاتی در دیوان جنایی و با حضور هیئت منصفه به عمل خواهد آمد».

۳. دومین قانون مطبوعات ایران (لایحه قانونی مطبوعات مصوب ۱۵ بهمن ۱۳۳۱) قانون مطبوعات مصوب محرم ۱۳۲۶ قمری را لغو کرد و براساس اصل هفتادونهم متمم قانون اساسی سابق، رسیدگی به جرایم مطبوعاتی را در صلاحیت دادگاه جنایی دادگستری قرارداد (ماده ۳۵). طبق مواد ۳۶ و ۳۸ قانون مذکور، مرجع شکایات مطبوعاتی، دادسرای شهرستان هر محل است و دادسراهای مزبور پرونده را برای رسیدگی به دادگاه جنایی ارسال خواهند داشت. دادگاه جنایی مرکب از پنج نفر دادرس و با حضور هیئت منصفه تشکیل می شود و مطابق مقررات آیین دادرسی کیفری رسیدگی می نماید.

۴. لایحه قانونی مطبوعات مصوب ۱۳۳۴ در ماده ۳۰ جرم مطبوعاتی را تعریف و محدود به مواردی دانسته و سایر جرایم ارتكابی به وسیله مطبوعات را جرم مطبوعاتی محسوب نکرده است و در پی آن در ماده ۳۱ آمده است: «به جرایم مطبوعاتی و همچنین جرایم سیاسی غیرمطبوعاتی برطبق اصل هفتادونهم متمم قانون اساسی^۲ در دادگاه جنایی دادگستری^۳ با حضور هیئت منصفه رسیدگی می شود و جرایم غیرمطبوعاتی در دادگاه جنحه^۴ مورد رسیدگی قرار خواهد گرفت». ماده ۳۴ نیز می گوید: «دادگاه جنایی برای رسیدگی به جرایم مطبوعاتی مرکب از سه نفر دادرس و با حضور هیئت منصفه تشکیل می شود...».

۵. لایحه قانونی مطبوعات مصوب ۱۳۵۸ شورای انقلاب تنها اشاره ای که به این مورد دارد در ماده ۳۰ است که می گوید: «به جرایم ارتكابی به وسیله مطبوعات در دادگاه جنایی و با حضور هیئت منصفه رسیدگی می شود».

۶. بالاخره قانون مطبوعات مصوب اسفند ۱۳۶۴ که پنجمین قانون مطبوعات ایران شناخته می شود و در حال حاضر نیز مورد اجراست، در ماده ۳۴ مقرر داشته که: «به جرایم ارتكابی به وسیله مطبوعات در دادگاه صالحه با حضور هیئت منصفه رسیدگی شود».

بررسی کلی موارد فوق نشان می‌دهد که تا تصویب لایحه قانونی مطبوعات ۱۳۵۸ دادگاه جنایی صلاحیت رسیدگی به جرایم مطبوعاتی را داشته است. پس از آن با توجه به تحولی که در سیستم قضائی کشور به وجود آمد دادگاه جنایی منحل شد و در سال ۱۳۵۸ دادگاههای عمومی (حقوقی- جزایی) تشکیل گردید. سپس در سال ۱۳۶۸ به جای دادگاههای عمومی جزایی، دادگاههای کیفری ۱ و ۲ تأسیس شد که به این ترتیب تا سال ۱۳۷۳ جرایم مطبوعاتی نیز در این دادگاهها مورد رسیدگی قرار می‌گرفت.

بالاخره در سال ۱۳۷۳ قانون تشکیل دادگاههای عمومی و انقلاب به تصویب رسید و مجدداً تغییری در نظام قضائی کشور ایجاد شد. براساس این قانون، دادگاههای قبلی منحل و به جای آنها دادگاههای عمومی با صلاحیت عام تشکیل گردید.

در حال حاضر — بجز در موارد مستثنی شده — این دادگاهها صالح به رسیدگی به جرایم مطبوعاتی هستند.

صلاحیت دادگاههای عمومی در رسیدگی به جرایم مطبوعاتی
قانون تشکیل دادگاههای عمومی و انقلاب مصوب ۱۳۷۳ به منظور رسیدگی و حل و فصل کلیه دعاوی در چارچوب مرجع قضائی واحد و مراجعه مستقیم اصحاب دعوی به قاضی به تصویب رسیده است. حذف دادرهای عمومی و انقلاب و اعطای صلاحیت عام به دادگاهها جهت رسیدگی به دعاوی حقوقی، کیفری، احوال شخصیه، امور حسبه و... با لحاظ قلمرو محلی از ویژگیهای این قانون است.

ماده ۳ قانون مذکور می‌گوید: «با تأسیس دادگاههای عمومی در هر حوزه قضائی رسیدگی به کلیه امور مدنی و جزایی و امور حسبه با لحاظ قلمرو محلی با دادگاههای مزبور خواهد بود».

تبصره‌های ۱ و ۲ ذیل این ماده نیز اضافه می‌نماید:

«حوزه قضائی عبارت است از قلمرو یک بخش یا شهرستان و یا نقاط معینی از شهرهای

بزرگ».

«رسیدگی به اموری که به حکم قانون به مرجع دیگری واگذار شده از دایره شمول این قانون

خارج است».

به این ترتیب با توجه به عام بودن صلاحیت رسیدگی دادگاههای عمومی و عدم تعیین دادگاه خاص در قانون مطبوعات ۱۳۶۴، گفتنی است که در حال حاضر دادگاه عمومی، دادگاه صالحه مقرر در ماده ۳۴ قانون مطبوعات برای رسیدگی به جرایم مطبوعاتی در ایران است.

در خصوص صلاحیت محلی دادگاههای عمومی در رسیدگی به جرایم مطبوعاتی نیز قابل ذکر است که ماده ۱۹۹ قانون آیین دادرسی کیفری ایران، به طور کلی «دادگاه محل وقوع جرم» را صالح به رسیدگی شناخته و مقرر می‌دارد: «هرگاه کسی مرتکب جرمی شود در محکمه‌ای رسیدگی می‌شود که جرم در حوزه آن وقوع یافته...»

بنابراین با توجه به اصل صلاحیت دادگاه محل وقوع بزه، در جرایم مطبوعاتی هم دادگاه عمومی محل وقوع جرم — محل انتشار نشریه — صالح به رسیدگی خواهد بود.

اداره حقوقی قوه قضائیه نیز در نظریه مشورتی شماره ۷/۵۹۹۹—۱۳۶۷/۹/۹ در جرم انتشار مطلب مشتمل بر افترا و الفاظ رکیک و توهین آمیز در مطبوعات، دادگاه محل انتشار روزنامه یا مجله را صالح به رسیدگی دانسته است.

استثناء بر اصل

همان طور که ملاحظه شد، در جرایم مطبوعاتی اصل بر صلاحیت رسیدگی دادگاه عمومی محل انتشار نشریه است. اما این قاعده کلی دارای استثنائاتی به شرح زیر است:

۱. صلاحیت دادگاههای عمومی تهران: برابر تبصره یک ماده ۸ لایحه قانونی تشکیل دادگاههای عمومی مصوب ۱۳۵۸، به کلیه جرایم استانداران و فرمانداران و دارندگان پایه‌های قضائی در دادرسی و دادگاههای جزایی تهران رسیدگی می‌شود. بعداً طبق ماده واحده مصوب ۹ بهمن ۱۳۶۹ مجمع تشخیص مصلحت نظام عبارت «و نمایندگان مجلس شورای اسلامی» نیز بعد از پایه‌های قضائی به تبصره مذکور اضافه شد.

همان طور که ملاحظه می‌شود، تأکید قانون‌گذار در عبارت «به کلیه جرایم...» حاکی از آن است که به جرایم مطبوعاتی استانداران، فرمانداران، قضات دارای پایه قضائی و نمایندگان مجلس شورای اسلامی نیز بدون توجه به محل وقوع — اصل کلی صلاحیت محلی — در دادگاههای عمومی تهران رسیدگی خواهد شد.

این استثنا بر صلاحیت شخصی مبتنی است و چون یک حکم استثنائی است، باید در حدّ شمول نصّ، مورد عمل قرار گیرد. به عنوان مثال این مورد نمی‌تواند شامل کفیل و سرپرست فرمانداریها و استانداریها شود. براین اساس به جرایم مطبوعاتی قضات فاقد پایه قضائی نیز در دادگاههای محل وقوع جرم باید رسیدگی به عمل آید.

۲. صلاحیت دادرسی و دادگاههای ویژه روحانیت: به موجب ماده ۲ آیین‌نامه دادرسی و دادگاههای ویژه روحانیت مصوب ۱۳۶۹، رسیدگی به جرایم روحانیون در صلاحیت دادرسی و دادگاههای ویژه روحانیت است. ولی با توجه به اینکه مرجع مذکور جدا از محاکم دادگستری است، در تاریخ ۷ مهرماه ۱۳۷۰ حاکم شرع وقت دادگاه ویژه روحانیت از مقام معظم رهبری استدعا کردند نظر مبارک را راجع به مواردی از جمله اینکه آیا رسیدگی به تخلفات و جرایم روحانیون در رابطه با مسائل مطبوعاتی در صلاحیت دادرسی و دادگاه ویژه روحانیت است یا خیر، اعلام فرمایند. پاسخ معظّمه بدین قرار است:

بسمه تعالی

کلیه جرایم و تخلفات سیاسی روحانیون و آنچه موجب خدشه در حیثیت روحانیت است باید در آن دادگاه ویژه رسیدگی شود.

بنابراین رسیدگی به جرایم مطبوعاتی روحانیون در صلاحیت دادرسی و دادگاه ویژه روحانیت است.

۳. صلاحیت دادگاههای انقلاب: طبق ماده ۵ قانون تشکیل دادگاههای عمومی و انقلاب مصوب ۱۳۷۳، رسیدگی به کلیه جرایم علیه امنیت داخلی و خارجی، جاسوسی به نفع اجانب و توهین به مقام بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران و مقام معظم رهبری در صلاحیت ذاتی دادگاههای انقلاب است. در نتیجه به جرایم زیر نیز که وسیله مطبوعات ارتکاب یابد، با رعایت صلاحیت محلی باید در دادگاههای انقلاب رسیدگی شود:

الف. فاش و منتشر کردن اسناد و دستوره‌های محرمانه نظامی و اسرار ارتش و سپاه و یا نقشه‌های قلاع و استحکامات نظامی در صورتی که متضمن جاسوسی به نفع اجانب باشد. (موضوع ماده ۲۴ قانون مطبوعات)

ب. تحریص و تشویق صریح مردم به ارتکاب جرم یا جنایتی بر ضدامنیت داخلی یا سیاست خارجی کشور. (موضوع ماده ۲۵ قانون مطبوعات).

پ. توهین به مقام بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران و مقام معظم رهبری. در این مورد برخلاف موارد قبلی، علاوه بر مدیر مسئول، نویسنده مطلب هم مورد محاکمه و مجازات قرار خواهد گرفت. (موضوع ماده ۲۷ قانون مطبوعات)

قابل ذکر است که طبق ماده ۵ قانون تشکیل دادگاههای عمومی و انقلاب، دادگاههای انقلاب بخشی از دادگستری جمهوری اسلامی ایران محسوب می‌شوند.

موارد دیگر

در مورد صلاحیت دادگاههای عمومی برای رسیدگی به جرایم مطبوعاتی، دو مورد دیگر نیز قابل بحث است:

۱. طبق اصل یکصد و چهل و نهم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، رسیدگی به اتهام رئیس جمهور و معاونان او و وزیران در مورد جرایم عادی با اطلاع مجلس شورای اسلامی در دادگاههای عمومی دادگستری انجام می‌شود. بنابراین قانون اساسی، در مورد جرایم مطبوعاتی این افراد با سکوت روبه‌رو است. چون در قوانین عادی نیز به این موضوع اشاره نشده، لذا با توجه به اصل مذکور و صلاحیتهای ذاتی و محلی و شخصی، به جرایم مطبوعاتی رئیس جمهور و معاونان او و وزیران، همانند سایر افراد جامعه در محاکم دادگستری^۵ یا دادگاه ویژه روحانیت رسیدگی خواهد شد. تنها وجه تمایز موجود در اصل مذکور، ضرورت اطلاع مجلس است.
۲. به موجب اصل یکصد و هفتاد و دوم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، برای رسیدگی به جرایم مربوط به وظایف خاص نظامی یا انتظامی اعضای ارتش، ژاندارمری، شهربانی^۶ و سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، محاکم نظامی مطابق قانون تشکیل می‌گردد، ولی به جرایم عمومی آنان یا جرایمی که در مقام ضابط دادگستری مرتکب شوند در محاکم عمومی رسیدگی می‌شود.

منظور از جرایم مربوط به وظایف خاص نظامی و انتظامی، جرایمی است که اعضای نیروهای مسلح در ارتباط با وظایف و مسئولیتهای نظامی و انتظامی که طبق اصول قانون و مقررات بر عهده آنان است مرتکب می‌گردند.

از آنجاکه در قانون مجازات جرایم نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۷۱ نیز تکلیف جرایم مطبوعاتی نظامیان مشخص نشده و دادگاههای نظامی هم طبیعت محاکم عمومی را نداشته، بلکه در ردیف محاکم اختصاصی هستند، لذا بنا به اصل یکصد و هفتاد و دوم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و همچنین طبق ماده واحد مصوب خرداد ۱۳۳۰ که رسیدگی به جرایم مطبوعاتی نظامیان و کارکنان نیروهای مسلح را در صورتی که به سبب خدمت یا در حین خدمت نباشند، در صلاحیت محاکم عمومی دانسته است، می‌توان گفت که جرایم مطبوعاتی این افراد نیز باید در محاکم دادگستری به طریقی که درباره افراد دیگر شرح داده شد، مورد رسیدگی قرار گیرد.

پی‌نوشت‌ها

۱. در حال حاضر دادگاههای شهرستان و استان از سازمان دادگستری حذف شده و به جای آنها دادگاههای عمومی و تجدید نظر تشکیل یافته است.
۲. قانون اساسی مورد نظر است.
- ۳ و ۴. دادگاه جنایی یا دیوان عالی تمیز به جرایم جنایی که مجازاتهای اصلی آن، اعدام یا حبس دائم یا حبس جنایی درجه یک از ۳ سال تا ۱۵ سال و یا حبس جنایی درجه ۲ از ۲ سال تا ۱۰ سال بود رسیدگی می‌کرد. این دادگاه در مورد رسیدگی به جنایاتی که مجازات قانونی آن حبس دائم یا اعدام بود از ۵ نفر قاضی و در سایر موارد ۳ نفر قاضی تشکیل می‌گردید.
- دادگاه جنحه یا دادگاه شهرستان به جرایمی که مجازاتهای اصلی آنها، حبس جنحه‌ای از ۶۱ روز تا ۳ سال و یا جزای نقدی از مبلغ ۵۰۰۱ ریال به بالا بود. رسیدگی می‌کرد.
- پس از انقلاب دادگاههای جنایی و جنحه از سازمان دادگستری حذف گردید.
۵. قبل از انقلاب، طبق اصل ۶۹ متمم قانون اساسی، جرایم وزرا را مجلس شورای ملی یا مجلس سنا در دیوان عالی کشور عنوان می‌کرد و طبق قانون مخصوص (قانون محاکمه وزرا، مصوب ۱۳۰۷) به جرایم آنان در جلسه عمومی با حضور تمام مستشاران دیوان رسیدگی و حکم مقتضی صادر می‌شد.
۶. در حال حاضر نیروهای ژاندارمری و شهربانی با هم ادغام شده و نیروی انتظامی تشکیل یافته است.

منابع

- آخوندی، محمود. آیین دادرسی کیفری (۳ جلد). تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۲.
- کشاورز صدر، سیدمحمدعلی. آیین و رویه دادرسی کیفری با قوانین دیوان کیفر. تهران: ابن سینا، ۱۳۴۸.
- هاشمی، سیدمحمد. حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران (جلد ۲): حاکمیت و نهادهای سیاسی. تهران: دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۷۲.
- کمانگر، احمد. مجموعه شماره ۲: قانون اساسی، قوانین جزائی. تهران: جاویدان، ۱۳۵۳.
- مقدم فر، حمید. مجموعه قوانین و مقررات مطبوعاتی. مراغه: روزنامه اوحدی، ۱۳۶۹.
- شهری، غلامرضا. نظریات اداره حقوقی قوه قضائیه در زمینه مسائل کیفری؛ از سال ۱۳۵۸ تا سال ۱۳۷۱. تهران: روزنامه رسمی، ۱۳۷۳.
- «سؤالات مورخ ۷ مهر ماه هفتاد حاکم شرع دادگاه ویژه روحانیت از مقام معظم رهبری و پاسخ معظم له»، مجله کانون وکلا، ش ۱۵۳-۱۵۲. پاییز - زمستان ۱۳۶۹. ص ۳۷۱-۳۷۴.

هیئت نظارت بر مطبوعات (تحلیل و نقد حقوقی)

دکتر محسن اسماعیلی

۱. طرح موضوع و تاریخچه آن

طرح موضوع

ضرورت نظارت بر عملکرد مطبوعات، به معنای بررسی روند فعالیت و ارزیابی آثار مطالبی که آزادانه منتشر می‌کنند، اصلی پذیرفته شده است که استدلال منطقی در مقابل و برای انکار آن وجود ندارد. درست است که بنابر نظر استادان حقوق اساسی و نیز متخصصان علوم ارتباطات و هم به مقتضای حرفه روزنامه‌نگاری که سرعت عمل و آزادی از نیازهای همیشگی آن است، نظارت به معنای بازبینی قبل از چاپ و انتشار مردود و غیرقابل پذیرش است، اما از دیگر سو نیم‌نگاهی به مصالح اجتماعی و لزوم رعایت آنچه امروز در یک کلام امنیت ملی نام گرفته است، وجود نظارت، به معنای پیش‌گفته، را گریزناپذیر می‌سازد. این ضرورت، به‌ویژه آنگاه روشنتر می‌شود که به استقرار ارزشها و برپایی حکومت دینی نیز معتقد باشیم.

به همین دلیل است که به رغم تصریح قانون اساسی به آزادی مطبوعات^۱ و تأکید روشن ماده ۴ قانون مطبوعات بر اینکه هیچ مقام دولتی و غیردولتی حق ندارد برای چاپ مطلب یا مقاله‌ای در صدد اعمال فشار بر مطبوعات برآید و یا به سانسور و کنترل نشریات مبادرت کند، وجود نهادی به نام هیئت نظارت بر مطبوعات نیز پیش‌بینی و پذیرفته شده است.^۲

همچنین برای این‌گونه نظارت، که به هر حال محدودیتی برای آزادی مطبوعات به معنای وسیع آن به‌شمار می‌رود، می‌توان به دلایل و ملاکهای فقهی نظیر حرمت اشاعه فحشا و کمک به انتشار گناه، اذن در معصیت و نیز وجوب نهی از منکر، لزوم تقدیم اهم به هنگام تزامم حقوق و یا قواعد مربوط به باب تعارض استناد کرد.

تقابل این دو ضرورت، حقوق بین‌الملل را نیز تحت تأثیر خود قرار داده و مجبور به تأکید بر محدودیتهای قانونی در کنار تصریح به آزادی انتشار و بیان ساخته است که نمونه آن را می‌توان

در مواد ۱۹ و ۲۹ اعلامیه حقوق بشر^۱ و همچنین بندهای ۲ و ۳ ماده ۱۹ میثاق بین‌المللی حقوقی مدنی و سیاسی^۲ آشکارا مشاهده کرد.

با این حال نه تنها آنچه گفته شد به معنای حل مشکل نیست، که نقطه شروع گفتگوها درست از همین جاست. حدود ونحوه نظارت و ترسیم دقیق مرزهای قانونی آزادی مطبوعات و اختیارات نهادهای نظارتی از دغدغه‌های همیشگی کسانی است که به حرمت آزادی رسانه‌ها و لزوم تأمین مصالح ملی و اصلاح جامعه بشری، توأمان می‌اندیشند.

این نوشتار کوتاه، فارغ از گفتگوهای صرفاً علمی و تخصصی، در پی نگاهی نقادانه به مقررات موجود در این زمینه و خللهایی است که در این بخش از حقوق عمومی وجود دارد. این نگاه با در نظر گرفتن پیشینه تاریخی نهادهای نظارتی در حوزه مطبوعات، به عنوان مقدمه‌ای لازم و روشنگر، می‌تواند زمینه‌ای برای کاوشهای علمی دیگر و سرانجام پی‌ریزی قانونی مناسب در این باره به‌شمار آید.

پیشینه تاریخی

بر اساس دلایل پیش‌گفته و تأثیر فراوان مطبوعات بر ساماندهی و هدایت افکار عمومی، نظارت بر مطبوعات، گرچه به صورتهای مختلف، ولی در همیشه تاریخ مطبوعات وجود داشته است. حتی پیش از آنکه نهاد مقدسی به نام قانون در این کشور پا به عرصه زندگی اجتماعی مردم گذارد و در فاصله ۷۲ سال از انتشار نخستین نشریه در ایران تا تأسیس عدالت‌خانه و تدوین نخستین قانون اساسی هم نمی‌توان ردپای نظارتهای قبل یا بعد از چاپ را نادیده گرفت.

در ابتدا و هنگامی که انتشار روزنامه *کاغذ اخبار* به عنوان سوغاتی از تمدن غرب در کشور ما آغاز شد تا مدت‌ها شخص شاه بر کارکرد نشریات نظارت می‌کرد. به رغم آنکه در آن شرایط بانیان و گردانندگان مطبوعات از نزدیکان و همکاران دربار به شمار می‌رفتند، اسناد تاریخی نمایانگر حساسیت ویژه‌ای است که از سوی حکومتها و شخص حاکم نسبت به مندرجات نشریات وجود داشته است.

به تدریج و با گسترش پرشتاب صنعت چاپ که فراوانی نسبی نشریات را در گوشه و کنار سرزمین پهناور ایران در پی داشت، ادامه شیوه پیشین ناممکن می‌نمود و به همین جهت در سال ۱۲۸۰ هجری قمری برای نخستین بار در نظام اداری کشور، اداره انطباعات به فرمان ناصرالدین

شاه بنیان نهاده شد. این اداره به ریاست صنیع‌الملک عهده‌دار نظارت بر تمام چاپخانه‌ها و روزنامه‌های کشور و به دیگر سخن ممیزی و بازرینی رسمی همه مطبوعات بود.

از شیوه و چند و چون کار این اداره، به دلیل فقدان مقررات و اسناد مکتوب جز خاطرات پراکنده، چندان اطلاعی در دست نیست. اما آنچه بعد از ۱۶ سال فعالیت آن در سال ۱۲۹۶ توسط کنت دومونت فرت نوشته شد و تحت عنوان *کتابچه قانون جزا* منتشر شد، اولین دستورالعمل مکتوب در باب حقوق مطبوعات محسوب می‌شود. او که ایتالیایی و رئیس نظمیة کشور در آن زمان بود مجموعه‌ای از جرایم و مجازاتهای مطبوعاتی را تنظیم کرد که پس از تأیید شاه، رسمیت یافته و به اجرا گذاشته شد.

تبدیل اداره انطباعات به یک وزارتخانه مستقل و اوج‌گیری استبداد حاکم بر آن دوره از تاریخ ما، به‌طور طبیعی نظارت سخت‌تر و فشارهای بیشتری را به مطبوعات تحمیل می‌کرد؛ چیزی که نبود قانون و تشکیلات مستقل قضایی نیز پذیرش آن را گریزناپذیر کرده بود.

این وضعیت تا زمانی ادامه یافت که بر اثر نهضت مشروطه و تدوین نخستین قانون اساسی کشور ما، آزادی مطبوعات مورد حمایت جدی قرار گرفت، وزارت انطباعات توسط مجلس منحل و در اصل بیستم تصریح شد که:

«عامه مطبوعات غیر از کتب ضلال و مواد مضره به دین، آزاد و ممیزی در آنها ممنوع

است...»

البته تصویب چنین چیزی را نباید به معنای آزادی واقعی مطبوعات تلقی کرد زیرا ماده ۴۹ قانون مطبوعات که یک‌سال بعد تصویب شد در ۶ مورد حق توقیف جراید را به مأموران وزارت معارف و پلیس داده است. علاوه بر آن، آشوبها و نابسامانی‌های سیاسی و اجتماعی آن برهه از تاریخ کشور ما که دوره استبداد صغیر و پس از آن کودتا و به حکومت رسیدن رضاخان را در پی داشت، دوران تلخی برای مطبوعات به شمار می‌رود. از سویی فشارهای شدید و دخالت‌های فراوان و مستقیم شاه و دستگاه حاکمه بر نشریات متعهد و از سوی دیگر سوءاستفاده‌های مطبوعات خودباخته و همسویی آنها با آنچه بنیانگذار دودمان پهلوی برای آن گماشته شده بود، از خصوصیات بارز آن دوران است.

مبارزهٔ رضاخان با مذهب و مظاهر دینی، از سوی برخی نشریات قلم به مزد چنان همراهی و پشتیبانی شد که بالاخره مجلس چهارم را ناگزیر به تصویب دو ماده به عنوان متمم قانون مطبوعات در آبان ماه سال ۱۳۰۱ شمسی ساخت. مادهٔ نخست این متمم برای اولین بار، نظارت قبلی بر مطالب آمادهٔ انتشار در ارتباط با امور دینی را رسمیت بخشیده و مقرر داشت:

«عموم مدیران جراید و یا مجلات و ارباب مطابع باید ملتزم شوند که هر وقت بخواهند در امور مربوط به دین اسلام و مذهب، اصولاً و فروعاً، انشائاً و یا نقلاً ولو هزلاً چیزی طبع کنند قبلاً به ناظر شرعیات که خبرویتی او توسط دو نفر مجتهد جامع‌الشرایط تصدیق و از طرف وزارت معارف در تهران و در هر یک از مراکز ایالات و ولایات معرفی شده باشد، مراجعه نمایند تا مذاقه نماید. پس از آنکه عدم مضر بودن آن به دین اسلام و مذهب کتباً تصدیق شد، طبع و نشر کنند.»

در گام بعد، دکتر محمد مصدق با نسخ این قانون، لایحهٔ قانونی مطبوعات را با استفاده از اختیارات تفویضی از سوی مجلس، در تاریخ ۱۳۳۱/۹/۱۱ شمسی، شخصاً تصویب کرد و به اجرا گذاشت. در پیش‌نویس این قانون که بسیار پرشتاب تدوین و در طول چند روز متمم برای آن تصویب شد، مسئولیت اصلی اجرای قانون مطبوعات به عهدهٔ شورای مطبوعات نهاده شده بود. مادهٔ ۱۴ قانون پیشنهاد می‌کرد که:

«این شورا تشکیل می‌شود از وزیر فرهنگ یا معاون او و یک نفر از اعضای شورای دانشکدهٔ حقوق و یک نفر از اعضای شورای دانشکدهٔ ادبیات به انتخاب شوراهای مزبور و دادستان کل کشور و سه نفر از نویسندگان معروف که سمتی در فرهنگ و دانشگاه نداشته باشند، به انتخاب شورای عالی فرهنگ.»

در حقیقت این شورا را باید سلف هیئت نظارت بر مطبوعات نامید که به دلیل اعتراض گستردهٔ روزنامه‌نگاران قبل از ابلاغ به هیئتی مرکب از مدیر کل وزارت کشور، رئیس ادارهٔ نگارش وزارت فرهنگ و دادستان شهرستان تهران یا نمایندهٔ او تغییر شکل یافت. (ماده ۵)

با این حال، کمتر از سه سال بعد و با سقوط دکتر مصدق، لایحهٔ قانونی مطبوعات دیگری که توسط کمیسیون مشترک مجلسین تصویب شده بود، کمیسیون مطبوعات را رسمیت بخشید.

ماده ۵ لایحه اخیرالذکر می‌گفت:

«درخواستهای تأسیس روزنامه یا مجله به وسیله کمیسیون مطبوعات رسیدگی می‌شود و

اعضای این کمیسیون به قرار ذیل است:

۱. نماینده عالی رتبه وزارت کشور

۲. نماینده عالی رتبه وزارت فرهنگ

۳. دادستان استان

۴. یک نفر استاد دانشگاه به انتخاب رئیس دانشگاه برای مدت ۲ سال

۵. یک نفر روزنامه‌نگار که لااقل ۵ سال مرتب روزنامه منتشر کرده باشد به انتخاب

وزارت کشور (بعد از تشکیل انجمن روزنامه‌نگاران که از طرف دولت به رسمیت شناخته

شده باشد، انتخاب یک نفر روزنامه‌نویس به عهده انجمن مزبور خواهد بود).»

این لایحه قانونی که به‌طور موقت به اجرا گذاشته شد از ۱۰ مرداد ماه سال ۱۳۳۴ به مدت ۲۴ سال به حیات خود ادامه داد! یعنی تا وقتی که با فروپاشی سلطنت پهلوی، شورای انقلاب اسلامی اقدام به تصویب لایحه قانونی مطبوعات جدید نمود (۲۰ مرداد ۱۳۵۸) در لایحه جدید نیز این کمیسیون باقی ماند، البته با تغییراتی در اعضا. ماده ۴ این لایحه اعضای کمیسیون را به این شرح تغییر و افزایش داد:

۱. ... ۱. نماینده‌ای از ناشران مطبوعات

۲. نماینده نویسندگان مطبوعات

۳. یکی از مستشاران دیوان عالی کشور به انتخاب رئیس آن دیوان

۴. یکی از اساتید دانشگاه تهران به انتخاب رئیس شورای دانشگاه

۵. یکی از اساتید حوزه علمیه قم به معرفی هیئت مدرسین این حوزه

۶. یکی از وکلای پایه یک دادگستری به انتخاب کانون وکلا

۷. معاون یا مدیر کل مطبوعاتی وزارت ارشاد ملی به عنوان دبیر کمیسیون و بدون داشتن حق

رأی»

آخرین قانونی که اینک نیز برای مطبوعات لازم‌الاجراست در فضای خاصی به تصویب رسیده است. سال ۱۳۶۴ را می‌توان زمان اوج حملات سیاسی، فرهنگی و نظامی به ایران و انقلاب

اسلامی نامید. فروزان تر شدن آتش جنگ تحمیلی در آن سالها و اقتضائات چنان جوئی باعث شد قانون مطبوعات جدید، بدون کارشناسی لازم و با نقایصی مانند آنچه اکنون محل بحث ماست به تصویب برسد. شورا و کمیسیون مطبوعات به هیئت نظارت بر مطبوعات تغییر نام داد، اعضای غیردولتی کاهش یافته و بالاخره با توسعه زیاد قلمرو وظایف و اختیارات هیئت موافقت شد.

نکته بسیار مهم در این بررسی تاریخی آن است که در هیچ یک از قوانین و لوایح مذکور برای شورا یا کمیسیون مطبوعات، حق نظارت به معنای کنونی قرار داده نشده و شورا یا کمیسیون مزبور تنها برای رسیدگی به درخواستها و صدور پروانه نشر جراید و نیز بررسی صلاحیت متقاضیان پیش‌بینی شده بود. جالبتر اینکه در آخرین لایحه قانونی رأی کمیسیون تنها در حد اعلام نظر جهت اخذ تصمیم نهایی به وزیر ارشاد ارزیابی شده و در صورت اختلاف قابل شکایت هم بود.

با این حال برای نخستین بار در آخرین قانون مطبوعات که در اسفندماه سال ۱۳۶۴ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده و هم اکنون نیز لازم‌الاجراست، علاوه بر آنچه گفته شد نظارت بر عملکرد مطبوعات نیز در حوزه مسئولیت هیئت نظارت قرار گرفت، رأی هیئت قاطع شد و بحث شکایت حذف گردید. از همه مهمتر آنکه صراحتاً رسیدگی به تخلفات نشریات هم از وظایف آن شمرده شد و با عباراتی غیر حقوقی و قابل تفسیر، مجازات مطبوعات توسط هیئت را نیز امکان‌پذیر ساخت. پس از بررسی مقررات شکلی و اداری مربوط به هیئت نظارت در قانون کنونی، درباره اشکالات و پیامدهای این نوآوری حقوقی سخن خواهیم گفت.

۲. نحوه تشکیل و فعالیت

شرایط اعضا

به موجب ماده ۱۰ قانون مطبوعات فعلی، اعضای هیئت نظارت بر مطبوعات که از افراد مسلمان و صاحب صلاحیت علمی و اخلاقی لازم و مؤمن به انقلاب اسلامی می‌باشند، عبارت‌اند از:

الف. یکی از قضات دیوان عالی کشور به انتخاب شورای عالی قضائی؛^۹

ب. وزیر (فرهنگ و ارشاد اسلامی) یا نماینده تام‌الاختیار وی؛

ج. یکی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی به انتخاب مجلس؛
د. یکی از اساتید دانشگاه به انتخاب وزیر فرهنگ و آموزش عالی؛
هـ. یکی از مدیران مسئول مطبوعات به انتخاب آنان.
بنابراین، اعضای هیئت نظارت بر مطبوعات الزاماً باید دارای چهار شرط زیر باشند:

۱. اسلام؛
۲. صلاحیت علمی لازم؛
۳. صلاحیت اخلاقی لازم؛
۴. ایمان به انقلاب اسلامی.

این قسمت از ماده ۱۰ علاوه بر آنکه فاقد خصوصیات ضروری و گاه مهمتری نظیر سن، تابعیت و آشنایی با فعالیتهای مطبوعاتی است، به دلیل استفاده از واژه‌های کش‌دار و فاقد تعریف حقوقی قابل انتقاد است. برای مثال معلوم نیست که صلاحیت علمی یا اخلاقی لازم برای عضویت در این هیئت چیست و یا منظور از ایمان به انقلاب اسلامی کدام است و ملاک قضاوت در این باره چیست.

همچنین برای تأیید صلاحیت چهار عضو نخست، مرجعی جز مقام منصوب‌کننده وجود ندارد و تنها نماینده مدیران مسئول مطبوعات است که بر طبق تبصره ۴ این ماده برای احراز صلاحیت خود ناچار به رأی موافق سه نفر از اعضای انتصابی هیئت خواهد بود. این سه نفر عبارت‌اند از نمایندگان قوه قضائیه، مجلس شورای اسلامی و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

در تبصره مورد نظر که الحاقی مورخ ۱۳۶۵/۴/۱ است آمده است که:

«مرجع تشخیص صلاحیت نامزدهای انتخابات مزبور بر اساس شرایط مندرج در صدر این ماده، هیئت سه نفری مرکب از افراد بندهای الف و ب و ج می‌باشند.»

در این مورد نیز جای پرسش است که به رغم آنچه درباره فقدان مرجع مستقل برای تأیید صلاحیت چهار عضو دیگر هیئت گفته شد، چگونه تأیید صلاحیت یکی از مدیران مسئول مطبوعات به عهده سه عضو دیگر همان هیئت نهاده شده است، در حالی که اولاً این عضو، تنها عضو «انتخاب» شده هیئت است و دیگر اعضا منصوب قوای سه گانه حکومتی هستند. ثانیاً

صلاحیت هر یک از مدیران مسئول و از جمله نماینده انتخاباتی آنان قبلاً و براساس شرایط سخت تری در ماده ۹ به تصویب کلیه اعضای هیئت نظارت بر مطبوعات رسیده است (ماده ۱۳). با چشم پوشی از ایرادات فوق، نکته شگفت دیگر، خارج کردن استاد دانشگاه یعنی نماینده انتخاباتی وزارت فرهنگ و آموزش عالی از ترکیب هیئت تأیید صلاحیت است.

نحوه انتخاب

چنان که گفتیم، از پنج عضو هیئت نظارت بر مطبوعات تنها یکی از آنان که نماینده مدیران جراید به شمار می رود براساس «انتخابات» به عضویت هیئت درمی آید و چهار عضو دیگر کسانی هستند که بدون نیاز به تأیید صلاحیت، از سوی قوای سه گانه قضائیه، مجریه و مقننه منصوب می شوند. این در حالی است که برای مثال می توان انتخاب «یکی از اساتید دانشگاه» را به جای «وزیر فرهنگ و آموزش عالی» بر عهده استادان دانشگاه نهاد تا با اتخاذ شیوه مشابه در مورد «یکی از قضات دیوان عالی کشور» یا نماینده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از شائبه وابستگی هیئت نظارت به نهادهای دولتی و حکومتی کاست.

به هر حال، طبق مقررات کنونی باید گفت:

الف. برای تعیین چهار عضو نخست هیئت نظارت طبیعی است که مراجع مربوط به دعوت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا رأساً اقدام به معرفی نماینده می کنند، به طوری که بتوان گفت این هیئت... ظرف یک ماه قبل از اتمام مدت مقرر برای مدت دو سال به دعوت وزیر (فرهنگ و) ارشاد اسلامی تشکیل می شود.^۶

ب. برای تعیین دیگر عضو هیئت، یعنی نماینده مدیران مسئول مطبوعات «وزارت (فرهنگ) و ارشاد اسلامی مسئول دعوت و برگزاری جلسه انتخابات... است».^۷ به همین منظور «وزارت (فرهنگ و) ارشاد اسلامی سه ماه قبل از اتمام دوره هیئت نظارت بر مطبوعات، ضمن درج آگهی در نشریات کثیرالانتشار، دعوتنامه ای به منظور اعلام نامزدی به مدیران مسئول مطبوعات ارسال نموده و پس از تأیید صلاحیت نامزدها توسط هیئت جدید مندرج در تبصره ۴ ماده ۱۰ قانون مطبوعات، مجدداً از کلیه مدیران مسئول جهت برگزاری انتخابات دعوت می نماید. جلسه با حضور اکثریت مطلق مدیران مسئول رسمیت می یابد و اخذ رأی با ورقه و بصورت مخفی خواهد بود و نماینده انتخاباتی می بایست اکثریت مطلق آرای حاضران را به دست آورد».^۸

نکات قابل توجه در این زمینه عبارت‌اند از:

۱. کلیه مدیران مسئول برای شرکت در این انتخابات دعوت می‌شوند و همه آنان اعم از نشریات در حال انتشار یا آنان که تنها دارای پروانه بوده ولی به هر دلیل منتشر نمی‌شوند، دارای رأی مساوی هستند. همچنین مدیران مسئول بزرگترین و مهم‌ترین روزنامه‌های کثیرالانتشار دارای حق مساوی با فصلنامه‌ها یا سالنامه‌ها و نشریات دیگر هستند.

۲. در این انتخابات، مؤسسات مطبوعاتی و انتشاراتی که گاه دهها نشریه را به چاپ می‌رسانند به تعداد نشریات دارای پروانه خود صاحب رأی‌اند. این مسئله با توجه به دولتی بودن قریب به اتفاق این مؤسسات و نیز کمبود نسبی مطبوعات غیردولتی، تأثیر آرای آنان را کاهش می‌دهد.

۳. از سویی این انتخابات حضوری است و «جلسه با حضور اکثریت مطلق مدیران مسئول رسمیت می‌یابد»^۹ و از سوی دیگر «حق رأی مدیر مسئول قابل تفویض نمی‌باشد»^{۱۰} و بنابراین حضور شخص مدیر مسئول الزامی است. اینک با در نظر گرفتن کثرت مشغله و گرفتاری مدیران نشریات و به‌ویژه مطبوعات محلی می‌توان بی‌رونی انتخابات مورد نظر و مواجه شدن آن با مشکل و نرسیدن به رسمیت را پیش‌بینی کرد. تجربه تمام دوره‌های انتخاباتی گذشته نیز این پیش‌بینی را تأیید می‌کند.

۴. برای حل مشکل فوق، آیین‌نامه اجرایی اینگونه چاره‌اندیشی کرده است که «چنانچه در مرحله اول اکثریت حاضر نشوند جلسه بعد پس از دو هفته تشکیل خواهد شد. این جلسه با حضور یک سوم مدیران مسئول رسمی خواهد بود.»^{۱۱}

اما باز هم تجربه نشان داده است که حتی این ابتکار نیز چاره‌ساز نبوده و برای مثال در انتخابات مهر ماه سال ۱۳۷۵، به دلیل عدم حضور یک سوم مدیران مسئول در دومین جلسه، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجبور شد تا با اخذ اجازه از هیئت وزیران اقدام به تشکیل سومین جلسه نماید که آن‌هم چندان رهگشا نبود.

به نظر می‌رسد غیرحضوری کردن انتخابات و رأی‌گیری به صورت مکاتبه رسمی، و البته مخفیانه، یکی از راه‌حلهای مناسب برای این مشکل باشد؛ راهی که در برخی انتخاباتهای مشابه پیموده شده است.

راه حل دیگر، نسخ تبصره ۲ ماده ۳۰ آیین‌نامه اجرایی و قابل تفویض شمردن رأی مدیران مسئول است. از این بالاتر، افزایش سهم و نقش مطبوعات در هیئت نظارت و در نتیجه تقویت احساس مشارکت می‌تواند در از بین بردن این معضل کمک مؤثری بنماید.

چگونگی فعالیت

پس از انتخاب اعضای هیئت نظارت بر مطبوعات، «این هیئت... ظرف یک ماه قبل از اتمام مدت مقرر... به دعوت وزیر (فرهنگ و) ارشاد اسلامی تشکیل می‌شود.»^{۱۲} پس از آن «جلسات هیئت با حضور دوسوم اعضا رسمیت یافته و تصمیمات متخذه با اکثریت مطلق اعضا معتبر خواهد بود»^{۱۳} با توجه به مسئولیتهای خطیر این هیئت که از اعطای پروانه نشر تا تأیید یا رد صلاحیت متقاضی و مدیر مسئول و نیز رسیدگی به تخلفات و حتی به نظر برخی لغو امتیاز را در برمی‌گیرد، اکتفا به این تعداد رأی (یعنی سه نفر، که می‌تواند فقط نماینده قوای سه گانه باشد) قابل انتقاد است.

به‌هرحال مستفاد از مقررات موجود آن است که هیئت نظارت دارای تشکیل مستقل نبوده و همان‌گونه که مقدمات اجرایی وظایف آن را وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام می‌دهد،^{۱۴} ابلاغ تصمیمات آن هم به عهده آن وزارتخانه است.^{۱۵} رویه کنونی، استقرار دبیرخانه هیئت نظارت بر مطبوعات در این وزارت است.

۳. وظایف و مسئولیتهای

گفته شد در قانون مطبوعات مصوب سال ۱۳۶۴ وظایف و مسئولیتهای بیشتری برای هیئت نظارت پیش‌بینی شده است. در اینجا به ۴ مسئولیت مصرح هیئت اشاره کرده و بعد از آن درباره بحث‌انگیزترین مسئله که در حقیقت صلاحیت قضاوت و کیفر دادن از سوی این هیئت است، سخن خواهیم گفت.

اول. بررسی و تشخیص صلاحیت متقاضی و مدیر مسئول

ماده ۹ قانون مطبوعات، دارا بودن شرایط پنج‌گانه‌ای را برای اشخاص حقیقی که متقاضی پروانه انتشار باشند الزامی دانسته است. همین شرایط در تبصره نخست ماده یاد شده به مدیران مسئول هم تعمیم داده شده است و سرانجام براساس ماده ۱۱:

«رسیدگی به درخواست صدور پروانه و تشخیص صلاحیت متقاضی و مدیر مسئول به عهده هیئت نظارت بر مطبوعات است.»

در این زمینه یادآوری نکات زیر سودمند است.

الف. از نظر فاصله زمانی «هیئت نظارت مکلف است ظرف مدت سه ماه از تاریخ دریافت تقاضا جهت امتیاز یک نشریه درباره صلاحیت متقاضی و مدیر مسئول با رعایت شرایط مقرر در این قانون رسیدگیهای لازم را انجام داده و مراتب رد یا قبول تقاضا را با ذکر دلایل و شواهد جهت اجراءه وزیر ارشاد گزارش نماید، و وزارت ارشاد اسلامی موظف است حداکثر ظرف ۲ ماه از تاریخ موافقت هیئت نظارت برای متقاضی پروانه انتشار صادر کند.»^{۱۶} به این ترتیب حداکثر فاصله زمانی بین ارائه کلیه مدارک مورد نیاز از سوی متقاضی^{۱۷} و صدور پروانه انتشار نباید از پنج ماه تجاوز نماید! تکلیفی که در عمل به فراموشی سپرده شده و شاید هم بر اثر توسعه مطبوعات و افزایش تمایل اجتماعی به تکثیرگرایی در این زمینه، رعایت آن امکان‌پذیر هم نباشد.

ب. در میان شرایط پنج‌گانه مورد نظر، احراز عدم دو شرط تنها باید براساس رأی محاکم صالحه صورت پذیرد و اعضای هیئت نظارت نمی‌توانند بدون استناد به حکم دادگاه صلاحیت کسی را به بهانه فقدان آن دو شرط رد نمایند. اصل اولیه در مورد همه شهروندان «عدم حجر و ورشکستگی به قلب و تقصیر»^{۱۸} و نیز «عدم اشتهار به فساد اخلاق و سابقه محکومیت کیفری براساس موازین اسلامی که موجب سلب حقوق اجتماعی باشد»^{۱۹} است و نباید این دو مفهوم حقوقی را با معنای عرفی آنها اشتباه گرفت.^{۲۰}

پ. «داشتن صلاحیت علمی در حد ليسانس و یا پایان سطح در علوم حوزه‌ای یکی از شرایط لازم برای متقاضی و مدیر مسئول هر نشریه است»،^{۲۱} که متأسفانه به «تشخیص هیئت نظارت»^{۲۲} واگذار شده است.

این امر هیئت نظارت را، به رغم وجود مراجع قانونی برای تأیید صلاحیت علمی فقدان مدارک رسمی، در جایگاهی قرار داده که بدون وجود هرگونه ضابطه و آیین‌نامه اجرایی به ردّ یا قبول صلاحیت علمی افراد اقدام نمایند. موکول کردن بی‌دلیل چنین تشخیصی به سلیقه و نظر شخصی اعضای هیئت نظارت، آنگاه شگفت‌آورتر می‌شود که داشتن صلاحیت علمی در حدّ لیسانس و نه لیسانس را تفسیر موسّع نموده و بگوییم روزنامه‌نگاران با سابقه و حرفه‌ای نیز، بدون داشتن مدرک دانشگاهی یا پایان سطح در علوم حوزه‌ای صلاحیت لازم برای اخذ پروانه یا مدیریت یک نشریه را دارا هستند و سابقه و تجربه کافی را در حدّ لیسانس ارزیابی نماییم. در این صورت است که داوری درباره صلاحیت حرفه‌ای روزنامه‌نگاران را هم به کسانی واگذار کرده‌ایم که حتی حداقل آشنایی با حرفه روزنامه‌نگاری هم از شرایط انتخاب یا انتصاب آنان نبوده است!

ت. آرای هیئت نظارت، خواه موافق و خواه مخالف، دارای اعتبار نسبی است و نمی‌تواند مطلق یا دائمی شمرده شود. توضیح آنکه تأیید صلاحیت متقاضی و موافقت با صدور پروانه برای کسی تنها در همان مورد معتبر است و طبیعتاً «با یک پروانه نمی‌توان بیش از یک نشریه منتشر کرد».^{۲۳} به همین شکل موافقت با مدیر مسئول بودن شخصی برای یک نشریه به معنای جواز تصدی این سمت در سایر نشریات، بدون موافقت مجدد هیئت، نیست.

از طرف دیگر ردّ تقاضا و تشخیص عدم صلاحیت متقاضی یا مدیر مسئول هم مستلزم محرومیت مطلق و دائمی نیست و متقاضی می‌تواند بلافاصله و مجدداً انتشار نشریه دیگری را درخواست نماید، مگر در دو مورد که استثنائاً رد صلاحیت مانع از جواز تجدید تقاضاست. آنچه گفته شد مدلول منطوق و مفهوم ماده ۱۹ آیین‌نامه اجرایی قانون مطبوعات است که می‌گوید: «متقاضیانی که صلاحیت انتشار نشریه توسط آنان براساس بند ۴ (اشتهار به فساد اخلاق و سابقه محکومیت کیفری...) و یا تبصره ۵ ماده ۹ قانون مطبوعات (مقامات نظام منحن پهلوی) مورد تأیید هیئت نظارت بر مطبوعات قرار نگرفته است، نمی‌توانند مجدداً تقاضای انتشار نشریه نمایند».

ث. تأیید صلاحیت مدیران مسئول جدید هم از وظایف هیئت نظارت است. توضیح اینکه «در صورتی که مدیر مسئول شرایط مندرج در ماده ۹ را فاقد گردد یا فوت شود و یا استعفا دهد، صاحب امتیاز موظف است حداکثر ظرف ۳ ماه شخص دیگری را که واجد شرایط باشد...

معرفی کند».^{۲۴} تا هیئت نظارت در مورد صلاحیت او بررسی لازم را به عمل آورد. «اعلام نظر هیئت نظارت مبنی بر تأیید یا عدم تأیید مدیر مسئول جدید، حداکثر ظرف سه ماه از تاریخ معرفی... خواهد بود».^{۲۵}

اینک جای این پرسش باقی است که هرگاه دارنده پروانه فاقد همان شرایط شود یا بخواهد امتیاز خود را به دیگری منتقل کند (در صورت پذیرش)، آیا باز هم اعلام نظر هیئت نظارت لازم است؟ روح قانون مطبوعات و نیز مفاد بخشی از ماده ۲۱ آیین‌نامه اجرایی آن حاکی از پاسخ مثبت به این سؤال است، گرچه صراحتی در این باب مشاهده نمی‌شود.

ج. این هیئت علاوه بر بررسی و تأیید صلاحیت اشخاص حقیقی، به تقاضای اشخاص حقوقی نیز رسیدگی می‌کند. بنابراین اگر اشخاص حقوقی و از جمله سازمانها و نهادهای وابسته به دولت، نیز قصد انتشار نشریه عمومی داشته باشند باید قبلاً از این هیئت کسب مجوز نمایند. البته طبیعی است «که صدور مجوز انتشار نشریات دولتی با رعایت سایر قوانین مربوطه خواهد بود».^{۲۶} که مهم‌ترین آنها «قانون ممنوعیت وزارتخانه‌ها و مؤسسات و شرکتهای دولتی از چاپ و انتشار نشریات غیرضروری»^{۲۷} و «آیین‌نامه اجرایی»^{۲۸} آن است.

ج. اختیارات هیئت در زمینه بررسی تقاضا و صدور پروانه نشریات یا تأیید صلاحیت متقاضی و مدیر مسئول محدود به نشریات عمومی است. به بیان دیگر «برای نشریات داخلی یک سازمان، مؤسسه و شرکت دولتی یا خصوصی که فقط برای استفاده کارکنان منتشر و رایگان در اختیار آنان قرار می‌گیرد تنها اجازه وزارت (فرهنگ و) ارشاد اسلامی با رعایت ماده ۲ این قانون کافی است».^{۲۹}

همچنین به دنبال استثنایی که تبصره ماده ۸ قانون مطبوعات نسبت به «سازمانهای آزادی‌بخش اسلامی کشورهای دیگر» قائل شده است باید نشریات آنان را خارج از حوزه مسئولیت هیئت نظارت دانست.

در این راستا «وزارت (فرهنگ و) ارشاد اسلامی جهت صدور مجوز انتشار مطبوعات سازمانهای آزادی‌بخش اسلامی کشورهای دیگر در چارچوب مقررات مربوط به خارجیان مقیم ایران با استعلام نظر از مراکز ذربط و اخذ مدارک لازم و نیز موافقت وزارت امور خارجه بررسی لازم را به عمل آورده و پس از موافقت رأساً اقدام می‌نماید».^{۳۰}

دوم. رسیدگی به عذر عدم انتشار
چنان که می‌دانیم انتشار منظم از ویژگیهای اصلی مطبوعات و وظیفه قانونی آنهاست. به طوری که
عدم رعایت این نظم، هم در انتشار نخستین شماره و هم در انتشار شماره‌های بعدی، ممکن است
موجب لغو پروانه شود. این در صورتی است که عدم انتشار بدون عذر موجه باشد و موجه
بودن آن به تشخیص هیئت نظارت بستگی دارد.

ماده ۱۶ قانون مطبوعات می‌گوید:

«صاحب امتیاز موظف است ظرف شش ماه پس از صدور پروانه، نشریه مربوطه را منتشر
کند و در غیر این صورت با یک اخطار کتبی و دادن فرصت پانزده روز دیگر در صورت
عدم عذر موجه اعتبار پروانه از بین می‌رود. عدم انتشار منظم نشریه در یک سال نیز اگر
بدون عذر موجه (به تشخیص هیئت نظارت) باشد، موجب لغو پروانه خواهد بود.»

سوم. تصویب مشخصات نشریه و تغییرات آن
نام ثابت، ترتیب انتشار، روش یا زمینه فعالیت از جمله عناصر تشکیل دهنده هویت حقوقی
مطبوعات است.^{۳۱} همان گونه که گستره توزیع، محل انتشار و صورت ظاهری هر نشریه از
مهم ترین مشخصات آن است که به همراه برخی موارد دیگر «در هر شماره باید... در صفحه
معین و محل ثابت اعلان شود.»^{۳۲}

علاوه بر لزوم تصویب ابتدایی، «هرگونه تغییر در مشخصات مندرج در پروانه انتشار نشریه از
قبیل تغییر نام، روش، ترتیب و محل انتشار نشریه و یا تغییر در شکل نشریه بدون اطلاع و
تصویب هیئت نظارت بر مطبوعات ممنوع می‌باشد.»^{۳۳}

۴. نظارت بر عملکرد مطبوعات و رسیدگی به تخلفات آن
رسالت، حقوق و حدود مطبوعات در فصلهای دوم، سوم و چهارم این قانون صراحتاً ذکر و
همه نشریات ملزم به رعایت آن شده‌اند. چنان که از نام هیئت پیداست، نظارت بر عملکرد
مطبوعات از جهت رعایت فصلهای یاد شده از وظایف اصلی آن است.

به همین جهت است که «مراکز نشر، چاپ، توزیع و فروش نشریات، مجاز به چاپ و انتشار و عرضه مطبوعات و نشریاتی که از سوی هیئت نظارت مغایر با اصول مندرج در این قانون تشخیص داده شود، نمی‌باشند.»^{۳۴}

ماده ۱۲ قانون مطبوعات هم می‌گوید:

«هیئت نظارت رأساً یا به درخواست وزیر (فرهنگ و) ارشاد اسلامی موارد تخلف نشریات را مورد رسیدگی قرار می‌دهد و در صورت لزوم جهت پیگرد قانونی، تقاضای کتبی خود را به دادگاه صالح تقدیم می‌دارد.»

بنابراین باید موارد زیر را نیز قطعاً در حوزه اختیارات و وظایف هیئت نظارت بر مطبوعات دانست:

الف. نظارت بر عملکرد از جهت رعایت قانون مطبوعات

ب. رسیدگی به تخلفات^{۳۵}

پ. تقاضای پیگرد قانونی از دادگاه صالح

این سه مورد نه تنها دارای پشتوانه قانونی است، که در تجربه نیز لزوم و فایده آن ثابت شده است. افزایش روزافزون شمار نشریات، وجود مرجعی مستقل و هوشمند برای بررسی عملکرد آنها، تشویق و حمایت از رسانه‌های متعهد و سودمند و احیاناً ارسال پرونده تخلفات مطبوعاتی به مراجع قضایی جهت جلوگیری از اخلال به مبانی دینی یا پایداری حقوق عمومی،^{۳۶} را ناگزیر می‌سازد. خواهیم دید که شاید در این باره اختلافی نیز وجود ندارد.

با این حال، پرسش مهم دیگری وجود دارد که بحث برانگیزترین مسئله درباره اختیارات هیئت نظارت و حتی قانون مطبوعات به شمار می‌رود. مسئله این است که آیا این هیئت، افزون بر سه عنصر نظارت، رسیدگی و تقاضای پیگرد، خود نیز قادر به برخورد با نشریات متخلف هست یا نه؟

به بیان روشن‌تر، طبیعی است که هیئت نظارت می‌تواند با راهنمایی، تذکر و یا اخطار به مطبوعات مانع از تکرار تخلف یا ارتکاب جرایم مطبوعاتی و در نتیجه لزوم پیگرد قضایی شود. اما آیا این هیئت، همچنین می‌تواند رأساً اقدام به تعطیل موقت یا دائم (یعنی لغو پروانه) نشریات کند؟ پاسخ به این پرسش، هدف از مبحث بعدی است.

۴. تعطیلی و لغو پروانه

درباره اینکه آیا تعطیل موقت یا دائم نشریات نیز از اختیارات قانونی هیئت نظارت بر مطبوعات است یا نه، سخن بسیار است. موافقان و مخالفان برای اثبات نظر خود دلایلی ارائه کرده‌اند و شاید بتوان گفت مهم‌ترین عیب قانون مطبوعات هم مبهم‌گویی در همین زمینه است.

این اجمال تا بدان‌جاست که خود هیئت نظارت هم نتوانسته است به تفسیر مشخصی از آن دست یابد و در حالی که اعضای آن در دوره‌ای بر قانونی بودن این حق پافشاری می‌کنند، در دوره دیگر عقیده‌ای برخلاف آن ابراز می‌شود. به عقیده نگارنده اصولاً و بنابر قواعد کلی حقوق نباید چنین اختیاری به هیئت نظارت بر مطبوعات تفویض شود، اما این واقعیت نیز انکارناپذیر است که فقدان ساختار منطقی لازم و ضعف مفرط موجود در سبک نگارش قانون مطبوعات، برداشت مخالف را هم ممکن و دارای توجیه حقوقی ساخته است.

مهم‌ترین شواهد و دلایلی که می‌تواند وجود چنین حقی را توجیه نماید و بعضاً نیز مورد استناد طرفداران آن بوده است، عبارت‌اند از:

۱. قانون مطبوعات، تخلفات مطبوعاتی را از جرایم مطبوعاتی جدا فرض کرده است. این تفکیک که در اولین قانون هم قابل مشاهده است در لایحه قانونی دکتر مصدق (۱۳۳۱ ش) رسماً تحت عنوان دو فصل جداگانه قرار گرفت (فصل سوم: جرایم مطبوعاتی - فصل چهارم: تخلفات) و لایحه قانونی سال ۱۳۴۴ هم همان شیوه را دنبال کرد.

گرچه در دو قانونی که پس از پیروزی انقلاب اسلامی به تصویب رسید از این دو عنوان و فصل جداگانه خبری نیست، اما پذیرش ضمنی تفکیک یاد شده به خوبی مشهود است. برای مثال، در حالی که قانون مطبوعات فعلی فصل ششم خود را به جرایم مطبوعاتی اختصاص داده و رسیدگی به آن را تنها در صلاحیت دادگاه صالحه با حضور هیئت منصفه^{۳۷} دانسته است، در فصل چهارم تحت عنوان حدود مطبوعات به ذکر ممنوعیت‌های دیگری پرداخته که موارد تخلف نشریات از آنها را هیئت نظارت مورد رسیدگی قرار می‌دهد.^{۳۸}

تفکیک این دو نوع ممنوعیت حقوقی و پیش‌بینی مرجع جداگانه برای هر یک به معنای جواز تنبیه مجازات نشریات است که لغو پروانه یا تعطیلی موقت می‌تواند مصداق آن باشد.

۲. علاوه بر آنچه گفته شد، به دستور قانون مطبوعات: «مراکز نشر، چاپ، توزیع و فروش نشریات مجاز به چاپ و انتشار و عرضه مطبوعات و نشریاتی که از سوی هیئت نظارت مغایر با اصول مندرج در این قانون تشخیص داده شود، نمی‌باشند.»^{۳۹} بنابراین هیئت می‌تواند به تشخیص خود فعالیت یک نشریه را مغایر با قانون مطبوعات ارزیابی کرده و از «چاپ، توزیع و فروش» آنها جلوگیری نماید.

۳. همچنین «چاپ و انتشار نشریه‌ای که پروانه برای آن صادر نشده و یا پروانه آن لغو گردیده و یا به دستور دادگاه به طور موقت یا دائم تعطیل گردیده ممنوع است.»^{۴۰} دقت در این متن قانونی نشان می‌دهد که علاوه بر آنکه ممکن است نشریه‌ای «به دستور دادگاه» تعطیل یا لغو پروانه شود، راه دیگری هم وجود دارد که به موجب آن «پروانه آن لغو گردیده» و انتشار آن ممنوع شود. راه دیگر که اصطلاحاً قسیم دستور دادگاه قرار داده شده به قرینه بند ه ماده ۷، هیئت نظارت بر مطبوعات است.

۴. چنان‌که می‌دانیم «هرگاه در نشریه‌ای به رهبر یا شورای رهبری جمهوری اسلامی ایران و یا مراجع مسلم تقلید اهانت شود، پروانه آن نشریه لغو و مدیر مسئول و نویسنده مطلب به محاکم صالحه معرفی و مجازات خواهند شد.»^{۴۱}

از آنجا که بنابر ظاهر این ماده، لغو پروانه نشریه قبل از معرفی مدیر مسئول و نویسنده آن به محاکم صالحه صورت می‌گیرد، طبیعی است مرجع لغو پروانه غیر از محاکم صالحه است. این مرجع همان هیئت نظارت بر مطبوعات است.

با همین استدلال ماده ۳۳ قانون مطبوعات نیز دلالت ضمنی بر حق لغو پروانه از سوی هیئت نظارت بر مطبوعات دارد.

۵. پیش از این هم گفته شد که «عدم انتشار نشریه در یک سال نیز اگر بدون عذر موجه (به تشخیص هیئت نظارت) باشد، موجب لغو پروانه خواهد بود.»^{۴۲} ظهور این ماده که در ادامه مواد مربوط به اختیارات و وظایف هیئت قرار گرفته، نمایانگر امکان لغو پروانه به تشخیص هیئت نظارت است.

اما با این همه، در پاسخ به شواهد و دلایل یاد شده می‌توان گفت تکفیک جرم از تخلف، حتی اگر از دیدگاه حقوقی پذیرفته شود، تنها مستلزم تفکیک مرجع رسیدگی است نه مرجع صدور

حکم. به دیگر سخن، احراز تخلفات که عموماً از مقررات شکلی و اداری است به عهده هیئت نظارت بر مطبوعات است و احراز جرایم به عهده هیئت منصفه. اما همان‌گونه که پس از تشخیص وقوع جرم تعیین مجازات آن به عهده دادگاه صالح نهاده شده، کیفر تخلفات نیز تنها از سوی محاکم تعیین می‌شود. در مقررات پیشین نیز، به رغم تفکیک این دو مفهوم از یکدیگر، حق رسیدگی به تخلفات به کمیسیون یا شورای مطبوعات داده نشده بود.

وانگهی بنابر اصل تفکیک و استقلال قوا،^{۴۳} که در قانون اساسی ما هم پذیرفته شده است، «حکم به مجازات و اجرای آن باید تنها از طریق دادگاه صالح و به موجب قانون باشد.»^{۴۴} علاوه بر این تأکید شده که «رسیدگی به جرایم سیاسی و مطبوعاتی علنی است و با حضور هیئت منصفه و در محاکم دادگستری صورت می‌گیرد.»^{۴۵}

به این ترتیب، برداشت مقابل منطبق با روح قانون اساسی و اصل تفکیک قوا نیست و درحقیقت نشان‌دهنده هیئت نظارت بر مطبوعات به جای هیئت منصفه و نیز قوه قضاییه است!

همان‌گونه که گفته شد، واقعیت این است که به رغم این استدلال‌های منطقی و مطابق با معیارهای کلی علم حقوق، دلایل و از جمله مواد متعدد قانون مطبوعات را که مورد استناد نظریه مقابل است، نمی‌توان نادیده انگاشت.

تفکیک قوا ضروری و حتمی است اما نسبی.^{۴۶} گاه الزام‌های سیاسی و اجتماعی حق وضع قانون را استثنائاً به قوه مجریه^{۴۷} یا قضاییه^{۴۸} می‌دهد و گاه نیز قدرت داوری و مجازات را به زیرمجموعه‌های قوه مجریه. تصویب قانون هیئت‌های رسیدگی به تخلفات اداری و پیش‌بینی صلاحیت چندین نوع کیفر برای آنان نمونه‌ای از آن است.^{۴۹} نمونه دیگر هم موضوع بحث ماست که احتمالاً براساس شرایط بحرانی زمان تصویب قانون استثناء شده است. پس در اینکه مقررات کنونی چنین اختیاری را برای هیئت نظارت بر مطبوعات قائل شده است تردیدی نیست.

۵۰

سؤال این است که آیا ضرورت‌های پیشین از بین نرفته و نوبت به تجدیدنظر در چنین تصمیمی فرا نرسیده است؟

پی‌نوشت‌ها

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱، صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷
تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

۱. اصل ۲۴ قانون اساسی.
۲. ماده ۱۰ قانون مطبوعات. (تمام مواد مورد استناد در این مقاله از قانون مطبوعات و آیین‌نامه اجرایی آن است مگر آنچه منبع آن ذکر شده است).
۳. مصوب دهم دسامبر ۱۹۴۸ مجمع عمومی سازمان ملل متحد.
۴. مصوب شانزدهم دسامبر ۱۹۶۶ مجمع عمومی سازمان ملل متحد.
۵. این شورا، در بازنگری قانون اساسی در سال ۱۳۶۸ حذف و اختیارات آن به رئیس قوه قضائیه داده شد.
۶. تبصره ۱ ماده ۱۰.
۷. صدر تبصره ۴ ماده ۱۰.
۸. ماده ۳۰ آیین‌نامه اجرایی.
۹. ماده ۳۰ آیین‌نامه اجرایی.
۱۰. تبصره ۲ همان ماده.
۱۱. تبصره ۱ ماده ۳۰ آیین‌نامه اجرایی.
۱۲. تبصره ۱ ماده ۱۰.
۱۳. تبصره ۲ ماده ۱۰.
۱۴. ماده ۱۸ آیین‌نامه مطبوعات می‌گوید: «وزارت (فرهنگ و) ارشاد اسلامی می‌تواند جهت اجرای ماده ۱۱ قانون مطبوعات (یعنی رسیدگی به درخواست صدور پروانه و تشخیص صلاحیت متقاضی و مدیر مسئول به عهده هیئت نظارت بر مطبوعات است) تحقیقات لازم را به عمل آورده و در اختیار هیئت نظارت بر مطبوعات قرار دهد. وزارتخانه‌ها و ارگانهای ذیربط موظف‌اند همکاریهای لازم را به عمل آورند.» ماده ۲۹ نیز بررسی نشریات را که در حقیقت از وظایف هیئت نظارت است به عهده این وزارتخانه گذاشته است.
۱۵. تبصره ۳ ماده ۳ قانون مطبوعات نیز می‌گوید: «هیئت نظارت پس از رسیدگیهای لازم نظر خود را جهت اجرا به وزیر (فرهنگ و) ارشاد اسلامی اعلام می‌دارد.» همچنین بنگرید به مواد ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۵ قانون مطبوعات و نیز مواد ۱۸ و ۲۹ آیین‌نامه اجرایی آن.
۱۶. ماده ۱۳ قانون مطبوعات.
۱۷. طبق ماده ۲۰ آیین‌نامه اجرایی «تاریخ رسمی ثبت تقاضای پروانه انتشار زمانی است که کلیه مدارک مورد نیاز از سوی متقاضی ارائه شده باشد.»
۱۸. بند ۳ ماده ۹.
۱۹. بند ۴ ماده ۹.
۲۰. برای آشنایی بیشتر با مفهوم حقوقی این دو بند و مسائل پیرامون آن بنگرید به: محسن اسماعیلی، «حقوق و تکالیف دارنده پروانه، فصلنامه رسانه، ش ۲۶، صص ۵۳-۶۰».
۲۱. بند ۵ ماده ۹.
۲۲. همان.
۲۳. تبصره ۳ ماده ۹.
۲۴. ماده ۱۴.
۲۵. ماده ۱۵.
۲۶. تبصره ۲ ماده ۱۵.
۲۷. منتشره در روزنامه رسمی شماره ۱۲۱۵۳ مورخ ۱۳۶۵/۸/۲۸.
۲۸. منتشره در روزنامه رسمی شماره ۱۲۵۵۷ مورخ ۱۳۶۷/۱/۲۱.
۲۹. تبصره ۲ ماده ۹.
۳۰. ماده ۱۴ آیین‌نامه اجرایی.
۳۱. ر.ک: محسن اسماعیلی، «تعریف حقوقی مطبوعات» فصلنامه رسانه، ش ۲۵، صص ۳۸-۴۲.
۳۲. ماده ۱۸ قانون مطبوعات و ماده ۲۲ آیین‌نامه اجرایی آن.
۳۳. ماده ۱۰ آیین‌نامه اجرایی.
۳۴. بند ه ماده ۷.
۳۵. مقصود از «رسیدگی» در اینجا به معنای بحث و بررسی درباره مواردی است که به نظر می‌رسد تخلفی صورت گرفته باشد و رسیدگی به اصطلاح حقوقی یعنی دادرسی مورد نظر نیست.

۳۶. مستند از اصل ۲۴ قانون اساسی.
۳۷. ماده ۳۴.
۳۸. ماده ۱۲.
۳۹. بند هـ ماده ۷.
۴۰. بند الف ماده ۷.
۴۱. ماده ۲۷.
۴۲. ماده ۱۶.
۴۳. اصل ۵۷ قانون اساسی.
۴۴. اصل ۳۶ قانون اساسی.
۴۵. اصل ۱۶۸ قانون اساسی.
۴۶. ر.ک: دکتر سید محمد هاشمی، حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران، ج ۲ ص ۱۲.
۴۷. اصل ۱۳۸ قانون اساسی.
۴۸. اصل ۱۶۱ قانون اساسی.
۴۹. منتشره در روزنامه رسمی شماره ۱۱۳۸۹ مورخ ۱۳۶۳/۱/۱۶ (فصل سوم - مجازاتها).
۵۰. به همین دلیل بعضی از حقوقدانان پس از تأکید بر اینکه «اصولاً داشتن حق هرگونه اتخاذ تصمیمی برای هیئت که منجر به لغو امتیاز شود درست نیست» می‌گویند: «مع ذلک از آنجا که تا صدور حکم قضایی ممکن است مدتها طول بکشد، در حالی که ادامه کار نشریه به زبان جامعه باشد باید تدبیری قانونی اندیشید... لغو پروانه یک امر کاملاً قضایی و جزایی است... و هیئت اصولاً فاقد این صلاحیت است، اما می‌توان راه حل خاصی را در اندرون هیئت جستجو کرد، بدین معنا که عضو قاضی هیئت، معرفی شده از سوی رئیس قوه قضاییه، از جمله سمت نماینده قضایی برای توقیف را برعهده داشته باشد. در این صورت، پس از تشخیص ضرورت توقیف براساس قانون، عضو قاضی با اختیاری که به هنگام معرفی به وی داده شده، می‌تواند مبادرت به صدور قرا توقیف نماید.» (فصلنامه مجلس و پژوهش، ش ۱۶، ص ۱۱۵).
- شعبه ۱۹ دیوان عدالت اداری نیز در دادنامه شماره ۲۷ کلاسه پرونده ۲۱/۷۴/۱۹ مورخ ۷۶/۲/۱۲ با این استدلال که: «قانونگذار تنها در ماده ۲۷ قانون مطبوعات در صورت تخلف نشریه، لغو پروانه آن را تجویز نموده است»، لغو پروانه نشریه‌ای به جز در مورد ماده یاد شده و براساس بندهای ۵ و ۸ ماده ۶ (به وسیله هیئت نظارت) را فاقد وجهه قانونی اعلام نموده است.

نگرشی بر جایگاه مطبوعات در مذاکرات مجلس خبرگان بررسی نهایی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران

محسن خلیلی

در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، واژه‌های «مطبوعات»، سه مرتبه؛ مطبوعاتی یک مرتبه؛ و «نشریات» نیز یک مرتبه، به کار رفته‌اند. می‌دانیم که پس از پیروزی انقلاب اسلامی، بنیادگذاری قانون اساسی برای برپایی یک نظام نوین و ساختار جدید، جزء نخستین برنامه‌هایی بود که توسط مرحوم امام خمینی (ره) اعلام گردیده بود. در آن میان، پس از طرح‌ریزی پیش‌نویس قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و انجام انتخابات مربوط به گزینش خبرگان قانون اساسی، مجلسی تحت عنوان مجلس خبرگان بررسی نهایی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران تشکیل شد و وظیفه‌دار پی‌ریزی قانون اساسی گردید. در آن بین، یکی از اصولی که مورد بحث و بررسی و امعان نظر قرار گرفت، اصل مربوط به مطبوعات و نشریات بود. نیکاست بدانیم که در آن مجلس چه گفته شده و چه گذشته است.

قانون اساسی، پایدارترین اساس و بنیاد نظم حقوقی - سیاسی هر جامعه‌ای است. این تأسیس مهم در درون خود، درون مایه‌هایی را پی می‌ریزد که بر بنیاد آن، انتظام بخشی به امور عمومی جامعه، امکان‌پذیر می‌گردد. مطبوعات را، از دیگر سو، پایه چهارم نظام‌های سیاسی مردم‌سالار محسوب نموده‌اند، چون وظیفه‌مند تحدید حدود و حیطة قدرت سیاسی است تا دچار تجاوزگری نشود. شایسته است به جایگاه مطبوعات در قانون اساسی، آن چنان که در خور است، پردازیم و پژوهشی روشمند را رقم زنیم.

پرسش بنیادین این نوشته از قرار زیر است:

«جایگاه مطبوعات و نشریات در مذاکرات مفصل و حجیم مجلس خبرگان بررسی نهایی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، چگونه مورد بحث و نظر بوده است؟»

می‌توان پرسشهای دیگری نیز مطرح نمود که هر کدام از آنها، زیر مجموعه پرسش اصلی قرار می‌گیرند:

۱. آیا اهمیت و ویژگی مطبوعات و نشریات در مجموع مذاکرات، مورد دقت و توجه بوده است؟

۲. آیا خبرگان مجلس بررسی نهایی قانون اساسی، به کارکردهای مهم و خاصی که مطبوعات می‌توانند در نظام سیاسی نوین (یعنی جمهوری اسلامی) به عهده گیرند، واقف بوده‌اند؟

۳. آیا عبارت «آزادی مطبوعات و نشریات در بیان مطالب» در مذاکرات مجلس خبرگان بررسی نهایی قانون اساسی، از بدیهیت محسوب می‌گشته است؟

۴. آیا بر سر عبارت «مخل به مبانی اسلام یا حقوق عمومی» بودن، اتفاق تعریف و اتحاد مفهومی وجود داشته است؟

فرضیه موقت یا پاسخ‌گذاری پرسش اصلی نوشته از این قرار است: «شاید بتوان گفت که مهم‌ترین ویژگی مذاکرات مجلس خبرگان بررسی نهایی قانون اساسی، درباره اصل آزادی بیان مطبوعات و نشریات، بدیهی و بدون بحث تلقی نمودن آن بوده است.»

این موضوع واجد دو ویژگی مهم است:

یک. جو و فضای شورآفرین و آرمان‌گرایانه انقلابی، اجازه بروز بحث و تصادم پیرامون حقوق عمومی و آزادیهای اساسی را، که انقلاب اسلامی مدعی برقراری و پاسداشت آن بود و برآن پایه پیروز گشت، نمی‌داد.

دو. از دیگر سو، اصولی که قدمتی و سابقه‌ای در قانون اساسی مشروطیت داشتند و از ویژگیهای بنیادین و بدیهی جامعه سیاسی محسوب می‌شدند، کمتر مورد بحث و جدل بودند، مانند آزادیهای عمومی؛ اما نظرها و نظریه‌های جدید که یا سابقه‌ای کم داشتند و یا به کلی نوین محسوب می‌شدند، گفتگوهای فراوان را برانگیختند؛ مانند کارکرد و شکل شورای نگهبان و بحث رهبری و ولایت فقیه.

این نوشته مشتمل است بر چهار گفتار از قرار زیر:

یک. گفتار یک: اصل سوم

دو. گفتار دو: اصل پانزدهم

سه. گفتار سه: اصل بیست و چهارم
چهار. گفتار چهار: اصل یکصد و شصت و هشتم

گفتار یک

اصل سوم

اصل چهارم پیش‌نویس قانون اساسی جمهوری اسلامی، پیش‌زمینه ورودی خبرگان قانون اساسی به بحث درباره اصل سوم قانون اساسی کنونی بوده است. بند دوم این اصل چنین است:
«۲. بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی در همه زمینه‌ها با استفاده صحیح از مطبوعات و رسانه‌های گروهی و وسایل دیگر.»^{۱*}

این اصل در جلسه‌های دوازدهم، سیزدهم و چهاردهم مذاکرات مجلس بررسی نهایی قانون اساسی، به بحث گذاشته شده بود و در آن میان، نکات زیر گفتنی به نظر می‌رسد:
۱. درج این اصل بیشتر برای روشن شدن اصول و چارچوب‌های آینده اداره کشور است و در عین حال مردمی را که منتظرند بدانند در اصول آینده قانون اساسی، چه بنیادهایی مد نظر قرار خواهد گرفت، روشن خواهد نمود. بنابراین اصل سوم روشنگر راه کلی است.^۲
۲. بند دوم اصل سوم، راهی است برای رسیدن به سعادت و عدل و استقلال سیاسی و اجتماعی. نیز برای صحیح بودن اندیشه‌های ما در اجتماع و مطلع بودن از تمام جریان‌های واقع در دنیا.^۳
۳. اصول کلی یعنی الهام‌ها و پایه‌های اصیل و برنامه کار و مسئولیت کسانی که می‌خواهند آینده امور اجتماع را اداره کنند. بنابراین خط مشی‌آفرین است.^{۴*}

گفتار دوم

اصل پانزدهم

اصل پانزدهم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مبتنی بوده است بر اصل بیست و یکم پیش‌نویس قانون اساسی:

* این اصل، در گروه یک مجلس بررسی نهایی قانون اساسی به بحث و بررسی گذاشته شد. این گروه ده نفری، شش فقیه و مجتهد و چهار تحصیل کرده غیرحوزوی داشت و اصول کلی و اهداف قانون اساسی را مورد بررسی قرار داد. ریاست این گروه با مرحوم شهید دکتر بهشتی بود. [راه‌نما ...، ص ۲۵]

«زبان و خط مشترک مردم ایران فارسی و متون و مکاتبات رسمی باید با این زبان و خط باشد. ولی استفاده از زبانهای محلی در مدارس و مطبوعات محلی آزاد است.»^۵

این اصل که بدون حتی یک رأی مخالف، در جلسه بیست و دوم مجلس بررسی نهایی قانون اساسی به تصویب رسیده است، بحثهای زیادی را برنیانگیخته و به سادگی قبول شده است.^{**} درباره این اصل نیز در مذاکرات مجلس بررسی نهایی قانون اساسی، نکته‌هایی چند گفته شده است که از این قرارند:

۱. زبان عربی، زبان دینی و قرآنی ماست و باید قید شود.^۶
۲. زبان اقلیت‌های مذهبی به رسمیت شناخته شده، قید نگردیده است.^۷
۳. بهتر است هم کلمه «قومی» و هم کلمه «محلی» را قید کنیم تا حقی ضایع نگردد.^۸
۴. تکلیف سایر زبانها چیست؟ اگر روزنامه یا مجله‌ای بخواهد به زبان انگلیسی یا فرانسه منتشر شود، تکلیف چیست؟^۹
۵. منظور از متون، تمامی مکاتبات و اسناد رسمی کشور است.^{۱۰}
۶. عبارت «در کنار زبان فارسی» شامل همه امور است یا فقط مدارس را دربرمی‌گیرد.^{۱۱}
۷. عبارت «در کنار زبان فارسی» برای این است که زبان فارسی در همه جای ایران تدریس شود تا از تصویب قانونی در آینده که بتواند زبان فارسی را حذف کند و فقط زبان محلی را در برخی از نقاط کشور مسلط گرداند، ممانعت به عمل آورد.^{۱۲}
۸. زبان فارسی حلقه اتصالی برای حفظ وحدت ملی است. چون اگر بنا باشد در هر منطقه‌ای زبان همان محل و منطقه رسمیت داشته باشد از همدیگر فاصله می‌گیریم.^{۱۳}
۹. این اصل تکلیف دولت را هم روشن می‌کند، یعنی اگر زبان قومی و محلی به رسمیت شناخته شود، دولت موظف به برآوردن امکانات آن خواهد بود.^{***۱۴}

* این اصل در گروه دوم مجلس بررسی نهایی قانون اساسی متشکل از شش فقیه معمم و پنج نفر مکلاً، به ریاست آقای محمدعلی انگجی به بحث گذاشته شده بود. [راهنما، ص ۲۵ و ۲۶]

** این اصل در گروه دوم مجلس بررسی نهایی قانون اساسی متشکل از شش فقیه معمم و پنج نفر مکلاً، به ریاست آقای محمدعلی انگجی به بحث گذاشته شده بود. [راهنما، ص ۲۵ و ۲۶]

*** این اصل در گروه دوم مجلس بررسی نهایی قانون اساسی متشکل از شش فقیه معمم و پنج نفر مکلاً، به ریاست آقای محمدعلی انگجی به بحث گذاشته شده بود. [راهنما، ص ۲۵ و ۲۶]

گفتار سه

اصل بیست و چهارم

اصل بیست و چهارم قانون اساسی، نسبت به دیگر اصول مورد بررسی، بحث‌های بیشتری را برانگیخت. این اصل مبتنی بود بر اصل بیست و پنجم پیش‌نویس:

«مطبوعات در نشر مطالب و بیان عقاید آزادند، مگر در نشر مطالب مخالف عفت عمومی یا توهین به شعائر دینی، اتهام و افترا و تعرض به شرف و حیثیت و آبروی اشخاص یا نشر اکاذیب. جرایم مطبوعاتی و کیفیت مجازات و رسیدگی به آنها را قانون معین می‌کند.»^{۱۵}

این اصل، سپس توسط گروه بررسی اصول به شکل دیگری مطرح شد که با اصل بیست و پنجم پیش‌نویس تفاوت داشت:

«نشریات و مطبوعات، فیلم و نمایش و نوار برای نشر مطالب و بیان عقاید آزاد است، مگر در نشر مطالب مخالف عفت عمومی و اهانت به شعائر و مقدسات دین و افترا و تعرض به شرف و حیثیت اشخاص و نشر اکاذیب و ترویج فساد و کتب ضلال»^{۱۶}

البته همین اصل هم تغییر یافت و در جلسه بیست و پنجم مذاکرات مجلس بررسی نهایی قانون اساسی، به شکل کاملاً دیگری مطرح گشت:

«بیان و نشر افکار و عقاید و مطالب از طریق مطبوعات، سینما، تئاتر، نوار و رسانه‌های گروهی در جهت خدمت به فرهنگ جامعه و تنویر افکار و انتقادات سازنده آزاد است. و آنچه مخالف عفت عمومی، توهین به شعائر دینی، فاش کردن اسرار نظامی یا مخّل به استقلال و تمامیت ارضی و امنیت عمومی کشور یا موجب گمراهی مردم باشد، ممنوع است. مجازات تخلف از این اصل را قانون معین می‌کند.»^{۱۷}

اما دوباره در جلسه بیست و هشتم، صورت کوتاه‌شده‌ای از این اصل مطرح گشت که تلفیقی بود از اصول قبلی:

«نشریات و مطبوعات در نشر مطالب و بیان عقاید آزادند مگر در نشر مطالب مخالف عفت عمومی و اهانت به شعائر و مقدسات دینی و افترا و تعرض به شرف و حیثیت

** سرنوشت رأی گیری اصل پانزدهم: حاضرین: ۶۷ نفر، موافق: ۶۲ نفر، مخالف: ۰ (صفر)، ممتنع: ۵.

اشخاص و نشر اکاذیب و ترویج فساد. جرایم مطبوعاتی و کیفیت رسیدگی و مجازات آنها را قانون معین می‌کند.»^{۱۸}

حتی این متن هم، برای خبرگان بررسی نهایی قانون اساسی خشنودکننده نبود. در جلسه شصت و سوم مجلس، صورت دیگری از این اصل به بحث و مذاکره کشیده شد: «نشریات و مطبوعات در بیان مطالب آزادند مگر آنکه مخالف استقلال یا عفت عمومی یا توهین به مقدّسات و شعائر اسلامی و حیثیت اشخاص بوده باشد. حدود این امور و جرایم مطبوعاتی و کیفیت رسیدگی و مجازات آنها را قانون معین می‌کند.»^{۱۹}

اما همان‌گونه که می‌دانیم حتی این اصل هم به تصویب نرسید و صورت بسیار کوتاه و خلاصه‌ای از تصویب خبرگان قانون اساسی گذشت که چندان هم بحث‌انگیز نبود. این اصل، علی‌رغم آنکه نکته‌های فراوانی داشت و در مذاکرات مجلس بررسی نهایی قانون اساسی درباره آن به قدر کفایت سخن به میان آمد، اما نشانگر موضعی دقیق و مهم بود. یعنی: خبرگان قانون اساسی مایل نبودند این اصل چنان ابهام داشته باشد که در آینده بتوان به نحو دلخواهی از آن سوءاستفاده و سوءتعبیر نمود. بنابراین، فراوانی بحثها، نه بر سر عدم موافقت با آزادی مطبوعات، بلکه بر سر عدم تکرار تجربه‌ای بود که رژیم پهلوی با استفاده از قانون مطبوعات، بر سر آزادی مطبوعات آورده بود. در جلسه بیست و پنجم دو دسته و در واقع عقیده در مقابل هم قرار گرفتند:

یک. گروه الف

۱. این آزادی باید جهت‌دار باشد و از همان اوّل محدود و مقید و به شروط و شرایطی است.^{۲۰}
۲. این اصل ابهام و اجمال ندارد و می‌خواهد اصول کلی بعدی را روشن سازد. همه موارد آن درست است و در عین حال باید کتب ضالّه را صریحاً بیان نمود.^{۲۱}

دو. گروه ب

۱. این اصل آزادی را از بین می‌برد و موجد خفقان و استبداد است. اصلی است بسیار مبهم و کشدار و قابل تفسیر.^{۲۲}

۲. باید جملات ابهام‌دار و قابل تفسیر را حذف نمود.^{۲۳}
 ۳. باید دید حدود آزادی انتقاد کجاست؟ باید عنوان نمود که هرگونه انتقاد و تبلیغ آزاد است ولی اگر بخواهد به توطئه و براندازی منجر شود، ممنوع خواهد بود. حتی ترویج و بیان عقیده غیردینی و الحادی هم آزاد است به شرط آنکه براندازانه نباشد.^{۲۴}
 ۴. این اصل از دو جهت مقید شده و آزادی از دو جهت اثباتی و نفی‌ای از بین رفته است.^{۲۵}
 ۵. حدود و حدّ و مرز گمراهی چیست و کجاست؟ هم قیود اصل و هم خود متن اصل موجب خفقان است.^{۲۶}
 ۶. این اصل از اوّل ایراد دارد. اصلاً آزادی داده نشده است که محدود و سلب شود. بلکه از همان ابتدا و آغاز محدود بوده است.^{۲۷}
- در جلسه بیست و هشتم مذاکرات، بازهم دو گروه پیش گفته در مقابل هم قرار گرفتند.

یک. گروه الف

۱. متنی که در جلسه بیست و هشتم به بررسی گذاشته شده است باز هم دست فرق ضاله و کتب ضلال را باز می‌گذارد. اگر آزادی مطلق باشد و مطبوعات در بیان و نشر مطالب آزاد باشند، گروههای گمراه‌کننده و ضالّه نیز کتاب و مطبوعات خواهند داشت و موجب گمراهی مردم خواهند شد.^{۲۸}
۲. باید روشی را تعبیه نمود که بتواند به نحوی از توطئه و تحریک مردم علیه حکومت جلوگیری نماید.^{۲۹}
۳. علی‌رغم آنکه می‌دانیم سانسور چه عوارض بدی دارد، اما باید به نکته‌ای توجه نمود. چون ما در همه زمین‌ها از غربی‌ها بسیار عقب‌تر هستیم، بنابراین آزادی مطبوعات موجبات فریفتگی و گم‌گشتگی ما را فراهم می‌آورد و به ضرر ما خواهد شد و به نفع غربی‌ها، تا بتوانند بی‌دینی را رواج دهند.^{۳۰}

دو. گروه ب

۱. حدود و مرزهای این اصل مشخص نیست و همه آن از ابهام و اجمال منتفع است. مراد از ممنوعیت‌ها و محدودیت آزادی چیست؟^{۳۱}

۲. اسلام دین منطق است و ترویج فرهنگ هم‌زبان نرم و ملایم می‌خواهد نه خشونت و سانسور و توقیف.^{۳۲}

۳. شأن اسلام در آزادی دادن است و نه محدود کردن. یک حکومت اگر نخواهد انتقاد بشنود، موجبات خفقان را فراهم می‌آورد.^{۳۳}

۴. اسلام منطق قوی دارد. منع کردن هم چیزی جز حریص‌تر نمودن نتیجه نخواهد داد. باید روش حضرت علی علیه‌السلام را پیش گرفت که در رفتارش با خوارج بحث و مناظره جای خود داشت ولی اگر کار به توطئه و اقدامات ضدامنیتی می‌کشید، ایشان هم مقابله می‌نمودند.^{۳۴}

سپس یک رأی‌گیری اولیه در جلسه بیست و هشتم به عمل می‌آید که با ۲۲ موافق، مردود اعلام می‌شود. سپس با افزودن عبارت «کتب ضلال» اقدام به رأی‌گیری می‌شود که باز هم با ۴۲ موافق، مردود اعلام می‌گردد. سپس کلّ اصل به رأی‌گیری گذاشته می‌شود که باز هم مردود می‌شود.^{۳۵} و قرار می‌گذارند که در جلسه دیگری به بحث و بررسی دوباره گذاشته شود. مبهم بودن و همچنین کشدار و قابل تفسیر و سوء تعبیر بودن اصل، باعث می‌شود که بخشی از وقت جلسه شصت و سوم مجلس بررسی نهایی قانون اساسی مصروف تصویب این اصل گردد. در این جلسه هم باز دو گروه رودرروی هم قرار می‌گیرند:

یک. گروه الف

۱. این اصل مقبولیت ندارد چون هر چه مطابق با موازین اسلامی نباشد پذیرفتنی نیست؛ چه قانون باشد چه نباشد.^{۳۶}

۲. خطر وجود نشریات آزاد ضد اسلام بسیار مشهود است. در تلویزیون می‌توان مناظره نمود و جواب داد ولی نشر کتابها و مطبوعات و توزیع آنها مردم را گمراه می‌کند.^{۳۷}

دو. گروه ب

۱. توقیف را مطلقاً ممنوع و سانسور را ممنوع کنیم. به مطبوعات آزادی بدهیم و اگر حرفی هم زده شد جواب بدهیم. اما اگر توهین شد، قانونی داشته باشیم برای مجازات اهانت‌کننده.^{۳۸}

۲. اصل بر آزادی مطبوعات باشد و بقیه موارد مربوط به جرمها و... را به عهده قانون مطبوعات بگذاریم.^{۳۹}

۳. با قهر نمی‌شود جلوی افکار و مطبوعات را گرفت زیرا شرایط زندگی فرق کرده است. جلوی منکر را با قهر نمی‌توان گرفت ولی با قانون می‌توان مانع ترویج آن شد. با کار فرهنگی می‌توانیم مانع رشد منکر شویم.^{۴۰}

۴. اسلام اجازه منع نشر عقاید را نمی‌دهد. بر مسلمین، آزادی عقیده دیگران لازم است. آزادی بدهیم مگر در موارد سه گانه توطئه، افساد و توهین خصوصی.^{۴۱}

آشکار است که سرنوشت اصل در چالشی گیر افتاده است که باید به نحوی آن را حل و فصل نمود. مبهم بودن اصل بیشترین ضربه را زده است. سرانجام باز هم سیادت و قدرت ریاست و سخنوری مرحوم دکتر بهشتی به کمک می‌آید و با استدلال قوی و قوه اقناع دیگران که در او به نحوی چشمگیر وجود داشت، سرنوشت اصل معلوم می‌گردد. ایشان پیشنهاد می‌کنند که آزادی بیان مطالب در نشریات و مطبوعات را قبول کنیم و سپس دو قید مغل به مبانی اسلام و حقوق عمومی را بگذاریم و تفصیل اصل و استثنائات را به عهده قانون عادی بسپاریم.^{۴۲} به همین ترتیب هم به رأی گذاشته و تصویب می‌شود. بنابراین، با استدلال محکم مرحوم بهشتی که بیانگر دیدگاهی بنیابین گروه (الف) و (ب) بود، خبرگان، تفصیل اصل را به عهده قانون عادی می‌گذارند.

گفتار چهارم

اصل یکصد و شصت و هشتم

اصل یکصد و شصت و هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مبتنی است بر اصل یکصد و سی و چهارم پیش‌نویس قانون اساسی:

«رسیدگی به جرایم سیاسی و مطبوعاتی در محاکم دادگستری و با حضور هیئت منصفه

صورت می‌گیرد.»^{۴۳}

اما این اصل با بررسی‌های گروه بررسی اصول شکل دیگری می‌یابد و در جلسه شصت و یکم مجلس بررسی نهایی قانون اساسی به بحث گزارده می‌شود:

«رسیدگی به جرایم سیاسی و مطبوعاتی علنی است و با حضور هیئت منصفه در محاکم دادگستری صورت می‌گیرد. شرایط و اختیارات هیئت منصفه و نحوه انتخاب آنان را براساس موازین اسلامی قانون معین می‌کند.»^{۴۴}

اما با افزودن عبارت «تعریف جرم سیاسی» و مختصری تغییر در دستور زبان عبارات، اصل یکصدوشصت و هشتم از تصویب نمایندگان می‌گذرد. بیشترین بحث در این اصل را، مسئله هیئت منصفه به خود اختصاص می‌دهد. نکته‌هایی که از بررسی این اصل حاصل آمده، از این قرار است:

۱. انتخاب و اختیارات هیئت منصفه، موازین اسلامی ندارد. از سوی دیگر نحوه انتخاب هم قید موازین اسلامی ندارد و شرع در این زمینه چیزی نگفته و ساکت است.^{۴۵}
 ۲. علنی بودن محاکمات سیاسی به ضرر مملکت است چون گاهی امکان دارد مسئله اسرار خارجی و امنیت ملی مطرح گردد.^{۴۶}
 ۳. هیئت منصفه سابقه اسلامی دارد.^{۴۷}
 ۴. هیئت منصفه مخالف استقلال رأی قاضی در اسلام است. زیرا در اسلام قاضی یا مجتهد است و یا مأذون و در هر دو حالت، اوست که حکم نهایی را می‌دهد و خبرویت یا عدم خبرویت اعضای هیئت منصفه در انشای رأی و اصرار حکم تأثیری ندارد.^{۴۸}
 ۵. گرچه لازم نیست، ولی تنها به شرطی می‌توان وجود هیئت منصفه را قبول کرد که انتخاب اعضای آن با ولی امر و از میان مجتهدین باشد.^{۴۹}
 ۶. استدلال دیگری هم هست: محتوای هیئت منصفه به معنای حضور عده‌ای از فضلا و اهل علم در محضر قاضی برای ممانعت از اشتباهات قاضی، ریشه در درون فقه اسلامی دارد. وجود هیئت منصفه هم شرعی است و هم عقلی و هم لازم تا بتوانند قاضی را که فرشته آسمانی نیست کمک کنند تا در تشخیص حکم و تعیین مصداق، اشتباه نکند.^{۵۰}
- باز هم مرحوم شهید بهشتی، فصل الخطابی سخن می‌گویند و پیشنهاد می‌دهند که نحوه تعیین اعضا و اختیارات هیئت منصفه و تعریف جرم سیاسی را به قانون عادی حواله دهیم^{۵۱} که مورد قبول هم قرار می‌گیرد و تصویب می‌شود.

پیش از پرداختن به نتیجه‌گیری، بهتر است نگاهی آمارگونه به چهار اصل مورد بررسی بیندازیم:

تعداد کل آراء	موافق	مخالف	ممتنع	
۶۸	۶۲	۲	۴	۱. اصل سوم
(/۱۰۰)	(/۹۱/۱۷۶)	(/۲/۹۴۱)	(/۵/۸۸۲)	
۶۷	۶۲	۰	۵	۲. اصل پانزدهم
(/۱۰۰)	(/۹۲/۵۳۷)	(۰)	(/۷/۴۶۲)	
۵۷	۵۱	۲	۴	۳. اصل بیست و چهارم
(/۱۰۰)	(/۸۹/۴۷۳)	(/۳/۵۰۸)	(/۷/۰۱۷)	
۶۱	۶۱	۵۷	۲۲	۴. اصل یکصد و شصت و هشتم
(/۱۰۰)	(/۹۳/۴۴۲)	(/۳/۲۷۸)	(/۳/۲۷۸)	

از بررسی آماری بالا سه نتیجه زیر به دست می آید:

یک. بیشترین موافق

به ترتیب اصول: ۱۶۸، ۱۵، ۳ و ۲۴

دو. کمترین مخالف

به ترتیب اصول: ۱۵، ۳، ۱۶۸ و ۲۴

سه. بیشترین ممتنع

به ترتیب اصول: ۱۵، ۲۴، ۳ و ۱۶۸

اما می توان نتیجه چهارمی را هم استنباط نمود. یعنی:

الف. میانگین درصد موافقین اصول چهارگانه: ۹۱/۶۵۷٪

ب. میانگین درصد مخالفین اصول چهارگانه: ۲/۴۳۱٪

پ. میانگین درصد ممتنعین اصول چهارگانه: ۵/۹۰۹٪

آزادی مطبوعات و نشریات جزء حقوق اساسی و آزادیهای فردی و جمعی است. هر قانون اساسی ناچار است در اصول کلی خود و سایر اصول، بیانیه‌ای باشد و نشان دهد که نیت اصلیش نگاهداشت و پاسداشت آن حقوق و آزادیهاست. می‌توان گفت:

۱. از یک سو، در قانون اساسی مشروطیت، اصلی که بیانگر وضعیت مطبوعات باشد، وجود داشت که طی آن آزادی و ممنوعیت ممیزی در آن قید شده بود. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران نمی‌توانست گامی به عقب نهد و این اصل را گردن نهد. طبیعی و عقلانی بود که خبرگان قانون اساسی نیز موقعیت خطیر پیروزی انقلاب اسلامی و تدوین قانون اساسی مترقی و ملت خواه و اسلام خواه را درک می‌کردند.

۲. از دیگر سو، انقلاب اسلامی با مدعیاتی آغاز گشته و رژیم پهلوی را متهم به فراموشی و پایمال کردن آزادیهای اساسی و حقوق عمومی کرده بود و دیگر نمی‌توانست خود به گونه‌ای دیگر عمل کند. هم کسب وجهه بین‌المللی و هم پاسخگویی به خیل مشتاقان دلنگران قانون اساسی نوین، خبرگان و واضعین قانون اساسی نظام جمهوری اسلامی را در وضعیتی قرار داده بود که می‌بایست منویات ملی و اسلامی و مکنونات قلبی مردم انقلابی را در متنی مدون بگنجانند و بر اجرای آن پافشاری نماید. همین دو موضوع، باعث می‌شد که قانون اساسی کشورمان تهی از اصلی بنیادین مبنی بر آزادی مطبوعات و نشریات در بیان مطالب نباشد.

۳. مقتضیات عصر نوین زندگانی بشر را نباید فراموش کرد. روح کلی مذاکرات مجلس خبرگان بررسی نهایی قانون اساسی نشان می‌دهد که کم‌وبیش وضعیت جدید و در حال گذار جهان را درک کرده بودند و می‌دانستند که دیگر نمی‌توان بدون ارتباطات و تعامل‌های بیرونی زیست. ناچار می‌بایست هم دین اسلام و مبانی و موازین شرعی را حفظ نمود و هم ارتباط با جهان خارج را. راه حلّ میانه عبارت بود از گزینش عقلانی‌ترین شیوه، یعنی نشان دادن چهره‌ای از اسلام و انقلاب اسلامی که هم اهل محبت است، هم اهل جذب و مدارا و هم اهل قاطعیت و مدیریت. چنین چهره‌ای به نفوذ و نفاذ انقلاب اسلامی ایران کمک بیشتری می‌کرد.

پی‌نوشت‌ها

۱. راهنمای استفاده از صورت مشروح مذاکرات مجلس بررسی نهایی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، همراه با معرفی مجلس و اعضای خبرگان، (تهران: اداره تبلیغات و انتشارات مجلس شورای اسلامی، ۱۳۶۸)، صص ۵۷-۵۶. [از این پس از این مرجع با نام راهنما یاد می‌شود]
۲. صورت مشروح مذاکرات مجلس بررسی نهایی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، جلد اول، تهران: اداره تبلیغات و انتشارات مجلس شورای اسلامی، ۱۳۶۴، صص ۵۷-۵۶. [از این پس از این مرجع با نام صورت ... یاد می‌شود]
۳. همان، ص ۲۸۵.
۴. صورت ...، ج ۱، ص ۲۸۷.
۵. راهنما، ص ۷۱.
- ۶ و ۷ و ۸ و ۹. صورت ... ج ۱، ص ۵۷۴.
- ۱۰ و ۱۱. همان، ج ۱، ص ۵۷۵.
۱۲. صورت ... ج ۱، ص ۵۷۶.
- ۱۳ و ۱۴. صورت ... ج ۱، ص ۵۷۷.
۱۵. راهنما، ص ۸.
۱۶. راهنما، صص ۸۱ و ۸۲.
۱۷. صورت ... ج ۱، ص ۶۴۵.
۱۸. همان، ج ۱، ص ۷۲۱.
۱۹. همان، ج ۳، ص ۱۷۲۶.
۲۰. همان، ج ۱، صص ۶۴۵ و ۶۴۶.
- ۲۱ و ۲۲. همان، ج ۱، صص ۶۴۷ و ۶۴۸.
۲۳. همان، ص ۶۴۹.
۲۴. همان، صص ۶۵۰ و ۶۵۱.
- ۲۵ و ۲۶. همان، ص ۶۵۱.
۲۷. همان، صص ۶۵۲ و ۶۵۳.
- ۲۸ و ۲۹. همان، ص ۷۲۲.
۳۰. همان، صص ۷۲۳ و ۷۲۴.
۳۱. همان، ص ۷۲۲.
۳۲. همان، صص ۷۲۴ تا ۷۲۶.
۳۳. همان، صص ۷۳۰ و ۷۳۱.
۳۴. همان، ص ۷۲۸.
۳۵. همان، صص ۷۲۸ تا ۷۳۰.
- ۳۶ و ۳۷. همان، ج ۳، ص ۱۷۲۹.
۳۸. همان، صص ۱۷۲۷ و ۱۷۲۸.
۳۹. همان، ص ۱۷۲۸.
۴۰. همان، صص ۱۷۲۸ و ۱۷۲۹.
۴۱. همان، صص ۱۷۲۹ و ۱۷۳۰.

۴۲. همان، صص ۱۷۳۰ و ۱۷۳۱.
۴۳. راهنما، ص ۱۸.
۴۴. صورت ... ج ۳، ص ۱۶۷۷.
- ۴۵ و ۴۶. همان، ص ۱۶۷۸.
- ۴۷ و ۴۸. همان، ص ۱۶۷۹.
۴۹. همان، ص ۱۶۸۰.
- ۵۰ و ۵۱. همان، ص ۱۶۸۱.

زمینه‌های سوء تفاهم میان مطبوعات و مسئولان و انعکاس آن در قوانین مطبوعات

علی‌اکبر قاضی‌زاده

مطبوعات در کشور ما، از نخست، در زمینه‌ای از نیاز واقعی به آن شکل نگرفت. بلکه از سوی یک حکومت مستبد و خودکامه، اما تحقیر شده و آبرو باخته و صرفاً برای الگوگیری از مظاهر روبنایی جوامع پیشرفته پدید آمد.

در پی دو دوره جنگ که دو شکست بزرگ و دو قرارداد خفت‌بار در پی داشت و به سال ۱۲۵۰ هجری قمری پایان یافت،^۱ عباس میرزای ولی عهد به فکر ترقی مملکت افتاد. اما به جای پرداختن به عناصر زیربنایی و اساسی چون آموزش، اصلاح شبکه فاسد اداری، بازسازی ارتش، مشارکت دادن مردم در ساخت حکومت، بهبود وضع کشاورزی یا حمایت از صنایع داخلی، همت خود را صرف متحدالشکل کردن لباس قشون، شکل دادن به پادگانهای مرزی، اعزام محصل به خارج و ایجاد روزنامه کرد.^۲

سه سال پس از امضای معاهده گلستان، در سال ۱۲۵۳ هجری قمری، روزنامه بدون نام میرزا صالح شیرازی انتشار یافت.^۳ همین که میان اعلام پدید آمدن این نشریه (رمضان ۱۲۵۲) تا نشر آن (۲۵ محرم ۱۲۵۳) ۵ ماه فاصله افتاد، نشان می‌دهد که حتی انتشار نشریه‌ای بی‌زیان و تهی از مطالب اصولی که در بهترین کاربرد، چیزی جز یک بولتن دولتی نمی‌تواند ارزیابی شود، با تردید و مقاومت درباریان روبه‌رو بوده است. در هنگام انتشار روزنامه میرزا صالح، سه سال از درگذشت عباس میرزا گذشته بود.

پس از آن، در دوره‌ای کوتاه که به ۳۰ یا ۴۰ شماره نخستین روزنامه وقایع اتفاقیه محدود می‌شود، در میان اوایل ربیع‌الثانی ۱۲۶۷ هجری قمری تا عزل امیرکبیر در ۲۰ محرم ۱۲۶۸، روزنامه‌نگاری اگرچه با مخاطب محدود و عملکرد محدود، مجال تمرین یافت.^۴ در این دوره

میرزا تقی خان امیرکبیر تلاش کرد تا پیوندی در میان مخاطبان محدود خود، به منظور اجرای برخی از اصلاحات مورد نظر پدید آورد.^۵

اما پس از عزل و قتل امیرکبیر، روزنامه او به کاغذی بی‌اثر و ملال‌آور، آکنده از مطالب سطحی و تعریف و تمجید از دربار و درباریان بدل شد. این مطالب به هیچ روی مورد پسند همان مخاطبان محدود نبود که بیشتر از درباریان، والیان، نظامیان ارشد، تجار، اشراف و مأموران سیاسی ایرانی بودند و در آنان موجی از مقاومت و بیزاری را پدید آورد^۶ که سرمنشأ نگاه منفی و همراه با سوءظن نسبت به مطبوعات شد.

شگفتی‌انگیز آنکه روزنامه‌نگاران دولتی آن زمان هم چندان از نتیجه کار خود راضی نبودند و در مقابل دربار و اشراف را مسئول فشار بر مطبوعات و بی‌اثر شدن آنها می‌دانستند. محمدحسن خان اعتمادالسلطنه که در طی چند دهه در دربار ناصری نخستین مقام اجرایی در زمینه فرهنگ و مطبوعات بود، در خاطرات خود بارها به این فشارها اشاره دارد و از آن گله می‌کند. در نتیجه، حتی در دوران مطبوعات دولتی و درباری (تا صدور فرمان مشروطه) تضادی قابل لمس میان اهل مطبوعات و دولتیان وجود داشت.

در همین دوران به تحریک همان درباریان، چند نشریه بی‌ضرر محکوم به تعطیل شدند^۷ و نسخه‌های برخی شماره‌های رسمی به دلیل وجود مطلبی مشکوک تجدید چاپ شد. در نسخه‌های نشریه‌های رسمی دوران ناصری، بارها می‌توان آثار درگیری مطبوعاتیان و مسئولان را به صورت بخش‌های سفید مانده یا به وضوح تغییر یافته، مشاهده کرد.^۸ انتشار مطبوعات در بیرون مرزها این سوءظن را شدت بخشید.

از زمان تأسیس روزنامه اختر در اواخر سال ۱۲۹۱ هجری قمری، وقتی کارکرد و تأثیر روزنامه‌نگاری آزاد در محیط خفقان‌زده استبدادی تجربه شد،^۹ دربار و دولت چند شیوه متفاوت را برای مقابله با مطبوعاتیان به کار گرفتند:

- تطمیع مدیران مطبوعات و واداشتن آنان به سکوت. این رویه در دهه‌های آخر پادشاهی ناصری، بارها در مورد مطبوعات بیرون مرزها به کار رفت.^{۱۰}
- برخورد مستقیم و فیزیکی برای جلوگیری از انتشار مطبوعات. این شیوه در داخل کشور نتیجه‌ای فوری و مؤثر داشت. در خارج از کشور هم، براساس مدارک، درباریان بارها کوشیدند تا از طریق رویه‌های سیاسی و دادوستدها، جلوی انتشار مطبوعات مخالف را بگیرند.

● مراقبت در اعطای امتیاز انتشار و برگزیدن مدیران مطبوعات از میان اشخاص موجه از دید حکومت، در طول تاریخ مطبوعات از سوی حکومت‌هایی که فعالیت آزاد مطبوعات را مُخل رویه و عملکرد خود می‌دیدند، به اجرا درآمده است.

تأسیس اداره کل انطباعات، اداره سانسور و حتی وزارت علوم، در واقع به جای گسترش فرهنگ و مطبوعات، به انگیزه اعمال نظارت و محدودیت در فعالیت همان مطبوعات دولتی صورت گرفت.

قانون کنت^{۱۱} نیز در سال ۱۲۹۶ هجری قمری به این منظور تدوین شد که تلاش‌های محدودکننده و نظارتی دربار مستبد، صورتی قانونی به خود بگیرد. گو این که ناصرالدین شاه اساساً از واژه قانون به شدت هراس داشت. قانون کنت تنها شامل انتشارات و مطبوعات نمی‌شد. اما چنان که خواهد آمد تأثیری بسزا در قوانین مطبوعات بعدی داشت.

به این ترتیب علیرغم نظارت همه جانبه، دقیق و فراگیر و با آنکه مسئولان مورد اعتماد ناصرالدین شاه با دقت هرگونه انتشاری را زیر نظر داشتند، باز هم شاه نگران کارکرد مخالفت‌آمیز مطبوعات بود. دامنه این نگرانی حتی فرزندان شاه و اشراف درباری را هم که به منظور نشر موضوعهایی بدون ضرر می‌خواستند نشریه منتشر کنند، فرا گرفت.^{۱۳}

چنان‌که آمده، روزنامه‌نگاری از نخست در کشور ما، بدون داشتن تعریف مشخص و معین از کارکرد و وظایف مطبوعات پدید آمد. بنابراین هر چه از عمر این فعالیت گذشت، سوءتفاهم و عناد در میان دست‌اندرکاران این حرفه و دولتها و حکومتها رو به گسترش نهاد. روشنفکران کم‌تعداد که یا به غرب سفر می‌کردند و یا به نوعی با بنیادهای اجتماعی غرب آشنا می‌شدند، به چیزی کمتر از الگوهای غربی در مطبوعات راضی نبودند. بدون آنکه توجه کنند که در غرب ماندگاری و ثبات در سازمانهای اجرایی و سیاسی، زیان مطبوعات مخالف را به حداقل می‌رساند. نیز همین روشنفکران وقتی مقام و مسئولیتی می‌پذیرفتند، خود از مخالفان تبادل اطلاعات می‌شدند. در چنین فضایی، نخستین کوشش برای مشارکت مردم در ساخت و عملکرد حکومت به صورت فرمان مشروطه ثمر داد.^{۱۴}

در دوران مشروطه، منافع حکومت و دربار، مستقیم رودرروی خواست و نظر روحانیان و روشنفکران قرار گرفت. طبقه‌های مردم هم، به هر روی تابع یک سو می‌شدند. در میان

مشروطه‌خواهان هم همدلی لازم وجود نداشت. آنچه در تحول تازه، به سبب نداشتن برنامه و تمرین فراموش شد، حفظ دستاوردهای این پیروزی و مستحکم کردن بنیانهای آزادی در جامعه بود. نقش مطبوعات در این عرصه در این شرایط سرنوشت‌ساز شد.

باید توجه داشت که در انشای این قوانین سختگیر در دوران وفور فعالیت مطبوعات، دو مشخصه تأثیر مهمی داشته است:

اول: بی‌صبری و بی‌طاقتی حکومتها که فعالیت آزاد مطبوعات را برنمی‌تافتند و به سود خود نمی‌یافتند.

دوم: بی‌طاقتی، عجله، بی‌برنامگی و ناپختگی خود روزنامه‌نگاران که عرصه را تنگ می‌کردند و افکار عمومی را برای تصویب قوانین سختگیر آماده می‌ساختند.

با برداشته شدن موانع از سر راه انتشار مطبوعات غیردولتی، در طی یک سال بیش از ۴۰ نشریه تازه پا به میدان جامعه و افکار عمومی آن روز گذاشتند.^{۱۵} صرف‌نظر از ویژگیهای سیاسی و اجتماعی، از نگاه حرفه‌ای این مطبوعات دارای صفات مشترکی بودند. از آنجا که ویژگیهای مطبوعات در دوران مشروطه با دوران وفور بعدی مشابه است، آنها را ذکر می‌کنیم:

• غیر از یکی دو مورد، همه مدیران و صاحبان امتیاز این نشریات هیچ سابقه‌ای در روزنامه‌نگاری نداشتند چه رسد به اداره مطبوعات.^{۱۶}

• تقریباً تمامی مطبوعات نوپدید، یا مدیران روحانی داشتند یا مضمون مطالب آنها رنگ و مفهوم دینی و مذهبی داشت.^{۱۷}

• اکثر مطبوعاتیان، تازه به این حرفه روی آورده بودند. آموزش روزنامه‌نگاری، مفهومی نداشت و مدیران مطبوعات، روزنامه‌نگاران با تجربه روزنامه‌نگاری قبلی را که تماماً دولتی و رسمی بودند، به همکاری نمی‌پذیرفتند. مطبوعاتیان دوره مطبوعات دولتی هم خود، اصلاً جرئت ورود به موضوعهای تازه رواج یافته را نداشتند.

• اگرچه رواج چاپ سربی و حروفی، از مشکلات شیوه چاپ سنگی می‌کاست، اما ظرفیت چاپخانه‌های آن زمان هم چندان آمادگی سفارشهای تازه را نداشت. بنابراین صنعت چاپ نمی‌توانست با دگرگونی تازه هماهنگ باشد.^{۱۸}

• همه یا تقریباً همه این مطبوعات غیردولتی، مستقیم و بدون گذشت به همه مبانی حکومتی، اعتقادی و سنتی جامعه می‌تاختند. تحول جدید مردم را تشنه این نوشته‌ها می‌ساخت. اما از سوی دیگر حساسیت و سوءظن حاکمان، اشراف، روحانیان، بازرگانان و طبقه‌های مرفه را برمی‌انگیخت.

• حکومت، تداوم و قدرت خود را در خطر می‌دید و سعی داشت دیگران (اشراف، ثروتمندان، نمایندگان و...) را با خود هماهنگ کند. مجلس اول مشروطه وادار به دخالت شد.

از سوی دیگر مشروطه، جز در برخی امور، نتوانسته بود ترکیب و سازمان حکومت و قدرت را در کشور تغییر دهد.^{۱۹}

بنابراین وقتی مجلس اول مشروطه، بحث درباره قانون مطبوعات را در نخستین سال عمر مجلس و پیش از پرداختن به قوانین مهم و مورد نیاز دیگر کشور آغاز کرد، در این تعجیل کمتر کسی تردید روا داشت.

قانون اول مطبوعات، تنها چند ماه پس از تصویب قانون اساسی مشروطه به تصویب رسید. اصل بیستم قانون اساسی مشروطه تصریح می‌کرد: «عامه مطبوعات، غیر از کتب ضلال و مواد مضره به دین مبین، آزاد و ممیزی در آنها ممنوع است.» و می‌افزود که اگر امری مخالف قانون مطبوعات در آنها مشاهده شود، ناشر یا نویسنده، مطابق همان قانون مجازات می‌شود. این دو جمله نوید فعالیت مطبوعات آزاد را می‌داد. اما در فاصله انشای قانون اساسی تا تصویب قانون مطبوعات، دو جریان قوی، مجلس را در تصویب قانون مفصل و سختگیر مطبوعات مصمم کرد.

• دربار، اشراف و صاحبان سنتی قدرت در کشور و سپس روحانیان، زمین‌داران و حتی نمایندگان مجلس، عملکرد تند مطبوعات را مخرب و تهدیدکننده یافتند. مقاله‌های مطبوعات، از شاه و درباریان تا روحانیان و مسئولان ارشد کشور را به باد انتقاد و ناسزاهای تند می‌گرفتند. زمینه و مضمون این موضع‌گیریها هم معمولاً مقایسه وضعیت ایران با وضعیت کشورهای اروپایی (فرنگ) بود.

• در این حمله‌ها و انتقادات، مطبوعات هیچ نقشه و برنامه مشخصی نداشتند. هیچ‌گونه همدلی و وحدت رویه‌ای را نمی‌شد در مضمون این مطبوعات سراغ کرد. در واقع منشأ آن حمله‌ها، بیشتر همچشمی حرفه‌ای، ماجراجویی و تأثیرگذاری صرف بود.^{۲۱} مطبوعات علیه وضع

موجود عصیان می کردند، بدون آنکه راهی نشان دهند. باید کنایه «برای حفظ حقوق عموم و سد ابواب مضار از تجاوزات ارباب قلم و مطبوعات» را در مقدمه قانون اول مطبوعات دلیل قاطعی بر وجود آن فضای تیره و پرسوءظن تلقی کرد.

قانون مطبوعات اول، در پنجم محرم سال ۱۳۲۶ هجری قمری تصویب شد.^{۲۲} در این قانون در واقع هیچ نکته و موضوعی در مورد فعالیتهای مطبوعات ناگفته و نانوخته نماند. قانونگذاران مجلس مشروطه بدون به دست دادن تعریف مشخص از فعالیت مطبوعات و حدود اختیارات و وظایف آنها، همه نکته‌های مربوط به این حرفه، از شرایط صاحب امتیاز تا مقررات چاپخانه، توزیع، جرایم و امور دیگر را به گستردگی مشخص ساخته بودند. اما شگفت آنکه اولاً (لااقل در بخش جرایم) بیشتر اصول، همان اصول قانون کنت دوران ناصرالدین شاه بود و ثانیاً، غیر از برخی تغییرهای کم‌اهمیت، قوانین بعدی مطبوعات، در اصول و فروع همان قانون مجلس اول مشروطه بود.

آنچه در زیر، با کوشش در فشرده‌گی خواهد آمد، مقایسه‌ای است میان قانون اول با چهار قانون بعدی که ناظر بر عملکرد مطبوعات بوده‌اند. باید در نظر داشت که قوانین مطبوعات، با عنایت به آنچه عرض شد، با همه تفاوتها، چند خصلت مشترک در میان هم دارند:

۱. قوانین مطبوعات، پس از یک دوره وفور مطبوعات پدید آمده‌اند. این به آن معناست که نخست در دوره‌ای فعالیت گسترده مطبوعات، به دلیل نبود تعریف مشخص از کارکرد مطبوعات و جایگاه منافع ملی، موجب تنش در جامعه و رویارویی با دولت و حکومت شده است. سپس زمامداران با انگیزه محدود کردن این فعالیت به انشای قانون پرداخته‌اند. به این ترتیب صرف‌نظر از کتابچه قانونی کنت که پس از آغاز فعالیت چند نشریه در خارج از کشور و فعالیت تعدادی مطبوعات زیرکنترل دولت در تهران و شهرستانها پدید آمد، قانون اول مطبوعات، تنها ۱۹ ماه پس از صدور فرمان مشروطیت در سال ۱۲۸۶ شمسی انشاء شد. قانون دوم را دولت مصدق، در غیاب مجلس در بحبوحه دوره بی‌بندوبار مطبوعات حزبی و هتاک تدوین کرد.^{۲۳} قانون سوم را بدون بحث در مجلس یا کمیسیونی از دو مجلس در ۱۳۳۴ شمسی نگاشتند.^{۲۴} قانون چهارم مطبوعات در بیستم مرداد ۱۳۵۸، یعنی شش ماه پس از پیروزی انقلاب و تجدید فعالیت مطبوعات آزاد در شورای انقلاب به تصویب رسید.^{۲۵} قانون

مطبوعات ۱۴ آبان ۱۳۶۴ نیز در مجلس دوم شورای اسلامی و در پی یک بحث دامنه‌دار و پرهیجان تصویب شد.^{۳۶}

۲. به همین ملاحظه، قانونگذاران در هنگام تصویب و بحث در این قوانین، کمتر نظری به نقش آگاهی‌دهنده، ارشادی یا انتقادی مطبوعات داشته‌اند که در مسیر درست خود می‌تواند به عاملی برای نظارت بر عملکرد بدنه اجرایی کشور و شبکه‌ای برای عرضه افکار و عقاید عمومی و وسیله‌ای برای تحقق وحدت ملی بدل شود.

۳. تقریباً در مورد هر ۵ قانون یاد شده، به دلیل فضای سوءظن و رواج اندیشه محدودکننده، بدون نظرخواهی از اهل مطبوعات و دست‌اندرکاران این حرفه، قانون به تصویب رسیده است.

۴. تقریباً در هر ۵ برش تاریخی یاد شده، زمینه و فضای افکار عمومی به شکلی بود که تصویب آن قانونها را توجیه‌پذیر می‌ساخت. در این زمینه، بدون تردید عملکرد مطبوعات و روزنامه‌نگاران هیجان‌زده تأثیر داشته است.

۵. در تمامی قوانین مطبوعات، جز تعاریف کلی، نشانی از صدور مسئولیتهای روزنامه و روزنامه‌نگار نمی‌توان یافت. گرچه همه نقش و تأثیر مطبوعات را باور داشتند و دارند، و گرچه عنوان غرورانگیز «رکن چهارم» (در کنار سه رکن مجریه، مقننه و قضاییه) به مطبوعات نسبت داده می‌شود، اما در عمل و در قانون این نقش و تأثیر کم‌رنگ جلوه می‌کند.

آنچه در پی می‌آید، مروری است بر قوانین مطبوعات، از طریق محورهای مهم این قوانین.

اول. شرایط مدیر مسئول برای صدور مجوز برای دریافت پروانه انتشار از همان قانون اول ویژگیهایی معین شد که با تغییرهایی هنوز هم به همان صورت باقی است. در قانون اول تا سوم، حداقل سن متقاضی ۳۰ سال بود. در قانون چهارم (مصوب شورای انقلاب)، شرط سن وجود نداشت. اگرچه شرط دارا بودن لیسانس که لابد با پایان خدمت سربازی همراه است، حداقل سن داوطلب را به ۲۵ سال می‌رساند. در قانون مصوب مجلس دوم شورای اسلامی، شرط سن ۲۵ سال اعلام شد. طبیعی است که شرط تابعیت ایرانی باید در همه قانونها وجود داشته باشد.

نیز در همه قوانین مطبوعات، شرط نداشتن پیشینه کیفری، معروف نبودن به فسق و فساد عقیده، محجور نبودن، محروم نبودن از حقوق اجتماعی و نظیر آن گنجانده شده است. این شرط، از آنجا که می‌تواند مصداق گسترده‌ای را شامل شود بویژه در دوران رضاشاه و محمدرضا شاه (پس از کودتای ۲۸ مرداد) بهانه‌ای برای رد تقاضای امتیاز بود، بویژه آنکه به موجب تبصره‌های الحاقی بر بندهای مربوط به شرایط مدیر مسئول، تصریح می‌شد که اگر صاحبان امتیاز، به نحوی پس از انتشار یکی از این موارد را حایز شوند (مثلاً دارای سوء پیشینه شوند، یا اتهام فسق و فجور بر آنان به اثبات برسد و...) امتیاز آنان لغو خواهد شد.^{۲۷}

در اصلاحیه قانون دوم (طرح قوام السلطنه، سوم دی ماه ۱۳۲۱ شمسی) شرط تمکن مالی و سرمایه علمی و اخلاقی هم به شرایط پیشین افزوده شد. این متمم دست دولت را در گزینش مدیران و مؤسسات مطبوعاتی بازتر کرد. شورای عالی فرهنگ که ناظر بر امور مطبوعات بود، سرمایه علمی را داشتن دیپلم متوسطه تلقی کرد^{۲۸} که در آن زمان شرط سنگینی به شمار می‌رفت.

بعدها این مشکل را با امتحان گرفتن از داوطلبان، به نوعی حل کردند. در قانون مطبوعاتی که سیدحسن تقی‌زاده و سردار فاخر حکمت، رؤسای دو مجلس سنا و شورا در زیر آن امضا گذاشتند (۱۰ مرداد ۱۳۳۴) قرار شد مدیران و صاحبان امتیاز مطبوعات حداقل لیسانس باشند یا از جمله فضلا و دانشمندانی باشند که مراتب فضل و دانش آنان از نظر روزنامه‌نگاری از طرف شورای عالی فرهنگ گواهی شده باشد. همچنین قانون مقرر کرده بود که از متقاضی سندی گرفته شود که به موجب آن وی ثابت کند که می‌تواند لااقل به مدت سه ماه نشریه خود را اداره کند. در ضمن مستخدمان ادارهای دولتی، جز برای مطبوعات تخصصی و علمی نمی‌توانستند درخواست پروانه انتشار کنند. همچنین برای نخستین بار مقرر شد که شورایی مرکب از قوای مجریه و قضاییه به درخواست‌های امتیاز رسیدگی کند.

در قانون مطبوعات مصوب شورای انقلاب (۲۰ مرداد ۱۳۵۸)، در فضای نفرت و انزجار از خاندان شاه و خدمتگزاران او، مقرر شد که نخست وزیران، وزیران، استانداران، امرای ارتش و شهربانی و ژاندارمری و خلاصه همه کسانی که در تحکیم مبانی حکومت جابر شاهی خدمت کرده‌اند، برای همیشه نتوانند امتیاز انتشار نشریه بگیرند. همچنین مقرر شد که تقاضاهای امتیاز در کمیسیونی مرکب از هفت تن شامل نمایندگان قوه قضاییه، یک وکیل دادگستری، یک استاد

حوزه علمیه، یک استاد دانشگاه و نماینده‌ای از مدیران مسئول مطبوعات مطرح شود. به موجب تبصره اول ماده ۱۰ این قانون، امتیازهای موجود، به شرط گرفتن امتیاز تازه، به قوت خود باقی است. نیز کسانی که در آزادی و گذاری امتیاز خود به رژیم شاه پولی گرفته‌اند،^{۲۹} به شرطی حق استفاده از امتیاز خود را دارند که پول دریافتی را به صندوق دولت برگردانند. در قانون پنجم، تعداد اعضای هیئت نظارت بر مطبوعات به پنج نفر رسید (نمایندگان سه قوه، یک نفر استاد دانشگاه و یک نماینده از مطبوعات). در سالهای اخیر، غیر از موارد تصریح شده در قانون، تحقیق از پیشینه و وضعیت اجتماعی متقاضیان نیز از مراحل کسب امتیاز انتشار شمرده شده است.

دوم - جرایم

کلیات جرایم مربوط به انتشارات در قانون کنت (کتابچه قانونی کنت) که در سال ۱۲۹۶ هجری قمری و در دوران ناصری تدوین شد، در قوانین بعدی مطبوعات نیز در فصلهای جرایم مطبوعاتی ذکر شده است. گو اینکه برحسب موقع، زمان و شرایط نکته‌هایی بر آن افزوده شد.

جرایم قانون کنت عبارت‌اند از:

- انتشار مطالبی که بر ضد مذهب باشد؛
- انتشار مطالبی که بر ضد دولت باشد؛
- انتشار مطالبی که بر ضد ملت باشد؛
- چسباندن اعلانات (انتشار) نوشته، بر ضد شاه؛
- انتشار مطالب بر ضد خانواده شاه؛
- انتشار مطالب تحریک آمیز؛
- افترا و تهمت به دولت.

مقایسه این موارد با «حدود تقصیر نسبت به جماعت» در قانون اول مطبوعات - که البته همین جرایم در قوانین مطبوعات بعدی هم دیده می‌شود- این شباهت‌ها را روشن می‌کنند:

- خواندن مطبوعات در محافل عمومی یا نصب آنها که در آنها مردم به ارتکاب جنحه و جنایت تشویق، ترغیب یا تهییج شوند؛
- تحریک و تحریص به سرقت و قتل و غارت؛

- تضعیف قدرت مملکت در خارج کشور؛
- ترغیب و تشویق نظامیان به نافرمانی؛
- توهین به شاه؛
- جعل اخبار فتنه‌انگیز و نسبت آنها به دروغ به کسی؛
- مقاله‌های مضر به مذهب و عقیده اسلامی؛
- طبع و انتشار اشکال قبیحه؛
- طبع و انتشار مقالات مضر به عفت و عصمت و اخلاق؛
- هتک احترام و شرف و کسر اعتبار دیگران؛
- هتک احترام از وزیران؛
- هتک احترام از نمایندگان دو مجلس؛
- هتک احترام از پیشوایان مذهب؛
- توهین به پادشاهان کشورهای دوست؛
- توهین به مأموران سیاسی خارجی؛
- انتشار موضوع محاکمه‌ها، وقتی قاضی اعلام سری بودن کرده باشد؛
- انتشار دستورالعمل‌های محرمانه نظامی؛
- انتشار اخبار مخفی نظامی؛
- انتشار نقشه قلعه‌ها، خاصه در زمان جنگ.

براساس ماده ۵۰ این قانون، وزارت معارف، تقریباً در تمامی این موارد می‌توانست فوراً نشریه را تعطیل کند.

در تاریخ ۱۰ آبان ۱۳۰۱ شمسی یک متمم به این قانون اضافه شد. براساس این متمم دو ماده‌ای، مطبوعات هرگاه می‌خواستند مقاله‌ای یا مطلبی مذهبی نشر دهند، باید آن را به «ناظر شرعیات» نشان دهند.

در دی ماه سال ۱۳۲۱، به پیشنهاد قوام‌السلطنه مقرر شد: «توهین و ناسزا و هتک احترام و شرف و کسر اعتبار افراد یا گروهها ممنوع است.»

نیز اضافه شده است که شکایت در این موارد به صورت فوری در دادگاه جنحه مطرح خواهد شد.

این اقدام دولت در واقع برای جلوگیری از ناسزاهای، هتاکیه‌ها و افتراهای رایج در مطبوعات، صورت قانونی گرفت که در آن زمان به شدت رواج داشت.^{۳۰} در قانون مطبوعات دوران نخست‌وزیری دکتر مصدق، جز نکته‌هایی معدود، بر دامنه جرایم مطبوعاتی افزوده نشد. این نکته‌ها عبارت بودند از:

- انتشار آگهی‌ها یا عکسهای مخالف اخلاق حسنه و آداب و رسوم ملی؛
- اهانت به اقلیتهای مذهبی یا نژادی برای ایجاد اختلاف؛
- استفاده از نام یا کلیشه روزنامه دیگر با تقلید از آن؛
- تهدید به هتک شرف و حیثیت یا افشای اسرار دیگری به منظور استفاده مالی یا تقاضای انجام امری.^{۳۱}

این مورد آخر (ماده ۲۴)، در آن زمان که بسیاری از مطبوعات نقطه ضعفهای اشخاص را وسیله‌ای برای سوءاستفاده‌های شخصی خود قرار می‌دادند، اهمیت داشت.

اما نکته مهم در این قانون، پیش‌بینی هیئت منصفه برای جرایم مطبوعاتی (و سیاسی) بود. جرایم در قانون سوم مطبوعات (مصوبه کمیسیون مشترک دو مجلس، ۱۳۳۴) نیز جز در نکته‌هایی که خواهد آمد، چندان تفاوتی با قوانین مطبوعات پیشین نداشت:

- توهین به ملکه، ولی عهد و بستگان شاه؛
- توهین به مراجع مسلم و شخص اول روحانیت؛
- توهین به هیئت قضات.

در قانون مصوب شورای انقلاب نیز به دلیل پیروزی انقلاب و حاکمیت اسلام، بندهایی به جرایم اعتقادی و اسلامی تخصیص یافت. بغیر از این، موارد زیر نیز جرم اعلام شد:

- ادعای کذب در اعلام مدیر مسئول یا صاحب امتیاز نشریه‌ای بودن؛
- انتشار نشریه، بدون پروانه انتشار.

مهم‌تر اینکه برای نخستین بار شمول قانون مطبوعات، از خود مطبوعات فراتر رفت و به مسئولان رسید: «هر مقام دولتی که برای چاپ مطلب یا مقاله‌ای درصدد اعمال فشار بر مطبوعات برآید یا مبادرت به سانسور و کنترل مطبوعات کند، علاوه بر انفضال ابد از مشاغل دولتی به حبس مجزای... محکوم می‌شود.»

این ماده، در جهت تفسیر بخش اول از ماده ۲۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران بود که تصریح می‌کرد: «نشریات و مطبوعات در بیان مطالب آزادند.»^{۳۲}

چنان که هر چند شتاب‌زده در سیر قوانین مطبوعات عرض شد، این قوانین چنان به گستردگی و تفصیل، انواع جرایم و خطاهای مطبوعاتی را پیش‌بینی کرده بود که روزنامه‌نگاری و روزنامه‌داری به حرفه‌ای بسیار سخت و توان‌فرسا مبدل شد. در این میان، مراجعه به اسناد و اخبار و وقایع هر دوره پیش از تدوین قانون مطبوعات، روشن می‌کند که گویا دولت و قانونگذاران از پیش‌بینی آن موارد ناگزیر بوده‌اند. نتیجه آن سختگیریها این شد که به ندرت کسی یا کسانی با شناخت مقتضیات و زمینه‌های کارکردی و واقعی این حرفه، چون زمینه‌های دیگر اقتصادی جرئت سرمایه‌گذاری کلان داشته‌اند. همچنین امروز، تعداد نشریه‌هایی که بیش از ۱۵ سال سابقه انتشار داشته باشند و صاحب امتیاز و مالک اولیه آنها هنوز به کار خود ادامه دهد، به ۳۰ عنوان نمی‌رسد.

هنوز این باور وجود ندارد که مدیر نشریه، علاوه بر شرایط مندرج در قانون و داشتن سرمایه اقتصادی و علمی لازم، باید اهلیت اداره مطبوعات را داشته باشد. این اهلیت برخلاف آنکه در سالهای دور و حتی اکنون اندیشیده می‌شود، تنها به معلومات عمومی، دانش سیاسی، فهم ادبی و قدرت نویسندگی منحصر نیست. گو اینکه این دانستنی‌ها برای مدیر مطبوعات الزامی است. بلکه مدیر و صاحب امتیاز باید چون هر اهل حرفه دیگری ویژگیهای این حرفه را بداند، اداره نشریه را فرا گرفته باشد، با دخل و خرج نشریه بیگانه نباشد، قانون را بشناسد و به علاوه با نظریه‌های ارتباطات، شناخت زمان و موقعیت، نیروهای حاضر در صحنه، حساسیتها و امور دیگر آشنا باشد. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باید با دقت و موشکافی انگیزه و اهلیت خواستاران پروانه انتشار را دریابند. به‌ویژه آنان را که با هدفهای کوچک یا به انگیزه ماجراجویی پا در این میدان می‌گذارند، مانع شود. کفایت نمی‌کند که یک ایرانی بیست و پنج ساله، بدون سوءسابقه، با داشتن دانشنامه لیسانس که سرمایه‌ای هم داشته باشد و حتی کلیاتی از نوشتن برای روزنامه را بداند،

برای دریافت مجوز صالح شناخته شود. بلکه باید دارای شرایط مدیریت مطبوعات و شناخت وسیع از منافع و مصالح ملی، آگاهی از ظرافتها و ویژگیهای حرفه مطبوعات و بالاخره یک اندیشه دامنهدار وسیع باشد.

در پایان با عنایت به آنچه ذکر شد و با توجه به حساسیتهای زمان، پیشنهاد می شود نکته های زیر در هنگام اصلاح قانون مطبوعات یا تدوین قانون تازه، مورد نظر قرار گیرد:

- بسیاری از مواد قانون مطبوعات، به ویژه در بخش جرایم، در قوانین جزایی دیگر، از جمله قانون تعزیرات آمده است. نکته هایی چون رواج فساد، افترا، دروغ، تحریک، افشای اسرار نظامی و غیره در قوانین مطبوعات تکراری است و تنها به حجم آن می افزاید.
- اهلیت متقاضی پروانه انتشار در حرفه مطبوعات را باید جدی گرفت. تکرار تجربه سالهای دور و سالهای نزدیک در این مورد، نتایج سوء تجربه شده را هم در پی دارد.
- روزنامه نگار شهروندی چون دیگر اعضا و افراد جامعه است. بیشتر خطاها و جرایمی که از او سر می زند، ناشی از غفلت، ویژگی الزامی سرعت و موجبات دیگر است. شیوع این سوءظن که گویا روزنامه نگار عمد یا عناد دارد که برای دولت و مسئولان مشکل تولید کند، به دور از واقعیات است. بیشتر این سوءظن ها از جدا نگاه داشتن روزنامه نگاران از اطلاعات و وقایع بروز می کند. برای پرهیز از این مشکلات باید با هر وسیله ممکن روزنامه نگاران را از خطوط اصلی منافع ملی با خبر کرد. در آن صورت از دامنه این سوءظن ها کاسته خواهد شد.
- در قانون مطبوعات، یا در قانون مدنی تصریح شود که باید مسئولان و تصمیم گیران، به نوعی در مقابل مطبوعات پاسخگو باشند. روزنامه نگاران از طرف مردم و مخاطبان خود نمایندگی دارند. بی خبر نگاه داشتن روزنامه نگاران و در نتیجه مردم از رویدادها، اطلاعات و اخبار، مردم را از مسئولان دور خواهد ساخت. ملزم کردن مسئولان به پاسخگویی در قبال مطبوعات، سلامت بدنه اجرایی و سیاسی کشور را به نفع مردم تأمین و تضمین خواهد کرد.
- رواج سوءظن سنتی در میان مطبوعات و دولت، در طی ۱۶۵ سال تاریخ فعالیت روزنامه نگاری در کشور، ضایعات فراوانی بر جای گذاشته است. این سوءظن نتیجه ای جز فرسایش مطبوعات و لطمه وارد شدن به نظام اجرایی کشور ندارد. مقدمه این رفع سوءظن شناخت است. دولت باید در این زمینه پیشقدم شود.

• توجه به امنیت شغلی و حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، می‌تواند سلامت این حرفه را تضمین کند. روزنامه‌نگار در خطر، نیازمند و گرفتار مشکلات، نمی‌تواند بازده و کارکرد مثبتی داشته باشد. با تأسف باید تذکر داد که مدیران و صاحبان مطبوعات که با انگیزه‌های متفاوتی وارد این حرفه می‌شوند، به اهل مطبوعات ضررهای جبران‌ناشدنی وارد می‌آورند. آنان چون اهل این حرفه نیستند، سرانجام به شغل و مسئولیت اصلی خود باز می‌گردند، اما در پشت سر گروهی مطبوعاتی آسیب دیده بر جای می‌گذارند.

• با دریغ باید گفت که علیرغم کوششهای بسیار، مطبوعاتیان هنوز از خود تشکلی که بتواند حقوق حقه آنان را تأمین کند، ندارند. نگارنده خود مدتها در این زمینه با همکاران دیگر تلاش کرده است. حاصل آنکه وزارت‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، بازرگانی، کار و امور اجتماعی و کشور، هر یک مسئولیت کار را به دیگری حواله می‌کردند. نهایت آنکه هیچ مرجعی نبود که حرفه روزنامه‌نگاری را یک صنف به حساب آورد. بیش از یک و نیم قرن از فعالیت روزنامه‌نگاری در کشور ما می‌گذرد، اما هنوز مطبوعاتیان در این مرحله مانده‌اند که حرفه آنان، شغل مستقلی به حساب آید.

نهایت سخن آنکه سوءظن رایج میان دولت و مطبوعات باید خاتمه یابد. این به نفع هر دو جانب و بیشتر به نفع جامعه و مخاطبان مطبوعات خواهد بود.

پی‌نوشت‌ها

۱. نگاه کنید به: اسنادی از روند اجرای معاهده ترکمانچای، به کوشش فاطمه قاضیها، (انتشارات سازمان اسناد ملی ایران، ۱۳۷۴).
۲. در مورد نخستین محصلان اعزام شده به اروپا، مقاله مجتبی مینوی با عنوان «کاروان معرفت»، در مجله یعما، سال ششم، شماره ۸ و مقاله، اقبال آشتیانی در شماره سوم از سال اول مجله یعما، خواندنی است.
۳. اطلاعات مفیدی در مورد نخستین نشریه ایرانی، در جزوه نخستین کوشش، به اهتمام آقای سیدفرید قاسمی، از انتشارات خانه مطبوعات، عرضه شده است.
۴. دوره تجدید چاپ شده روزنامه وقایع اتفاقیه، (تهران: کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران، با همکاری مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، سال ۱۳۷۳).
۵. خیر بیماری امیرکبیر در شماره ۵۰ (۲۳ ربیع‌الاول ۱۲۶۷، یک هفته پس از قتل امیر) و سپس خبر فوت او در شماره ۵۲ همین روزنامه وقایع اتفاقیه (هفتم ربیع‌الثانی همان سال) در دو سطره به اندازه کافی عبرت‌آموز است.

۶. در همین مجموعه به اعلانیها و اظهارهای مکرری در مورد پرداخت نشدن حق اشتراک از سوی کسانی که روزنامه برای آنان ارسال می‌شد و همه از درباریان و اعیان و اشراف بودند، به چشم می‌خورد.
۷. از جمله روزنامه‌هایی که مظفرالدین میرزا در تبریز پدید آورد. نیز نشریه وطن که میرزا حسین خان سپهسالار به وجود آورد و اجازه توزیع نیافت. نیز نسخه‌های متفاوت از یک نمره بخصوص.
۸. به دوره‌های روزنامه *وقایع اتفاقیه*، روزنامه *دولت علیه ایران* و *ایران* که هر سه اخیراً از سوی کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران تجدید چاپ شده‌اند، توجه بفرمایید.
۹. عنوان «اختری مذهب» که ناسزایی درباری و نشان از سرکشی داشت. در مورد کسانی که کار می‌رفت که از وضع جاری انتقادی داشتند.
۱۰. در سال ۱۳۰۹، امین السلطان به ناصرالدین شاه پیشنهاد کرد که برای خنثی کردن مقاله‌های سیدجمال‌الدین اسدآبادی به روزنامه *اختر کمک* می‌شود. شاه هم در حاشیه نوشت: «البته هر نوع امداد به این روزنامه بکنید، جا دارد و خرج صحیح است. بخصوص در ردّ وقوح شیخ جمال‌الدین... (سیاستگران دوره فاجار، خان ملک ساسانی، جلد اول، ص ۲۰۶) نیز به اسناد نامه‌نگاری سیدجمال‌الدین حسینی در کتاب *اسناد مطبوعات*، به کوشش کاوه بیات و مسعود کوهستانی نژاد از انتشارات سازمان اسناد ملی ایران بنگرید. در مورد در اختیار گرفتن مدیران مطبوعات از طریق کمکهای مالی، اسناد دیگر کتاب یاد شده نیز خواندنی است.
۱۱. کنت دومونت فرت (نظم‌الدوله) رئیس پلیس ایتالیایی ناصرالدین شاه، وی قانونی نوشت که مورد پسند ناصرالدین شاه قرار گرفت و شاه دستور اجرای آن قانون را (کتابخانه قانونی کنت) صادر کرد.
۱۲. بنده متن کامل قانون کنت را در کتابی به نام یاد روزگار دیده‌ام. اما مؤلف، ناشر و سال انتشار آن را به یاد نمی‌آورم. می‌دانم نسخه‌ای از آن در کتابخانه دانشگاه تهران موجود است.
۱۳. نگاه کنید به: گوئل کهن، *تاریخ سانسور در مطبوعات ایران*، (تهران: آگاه، ۱۳۶۰).
۱۴. به غیر از منابع متعدد تاریخ مشروطه، کتاب *مطبوعات سیاسی ایران در عصر مشروطیت* نوشته عبدالرحیم ذاکر حسین (انتشارات دانشگاه تهران) توضیح‌های مفیدی از این بحث دارد.
۱۵. محمد محیط طباطبایی، *تاریخ تحلیلی مطبوعات ایران* (تهران: بهجت، ۱۳۶۶)، صص ۱۰۰ به بعد.
۱۶. به منبع ۱۰ که شرح خوبی از ویژگیهای این مطبوعات به دست می‌دهد، رجوع کنید.
۱۷. در میان مطبوعات معروف‌تر این دوره مانند *ندای وطن*، *روح‌القدس*، *نسیم شمال*، *حبل‌المتین*، *اتحاد و ندای اسلام*، همه مدیران روحانی داشتند.
۱۸. در مورد وضعیت صنعت چاپ در دوره مشروطه به سلسله مقاله‌های آقای حسین گلپایگانی زیر عنوان «تاریخ چاپ و چاپخانه در ایران» در مجله *صنعت چاپ* مراجعه فرمایید.
۱۹. به ویژه از نظر آشنایی با دلیری، تندی و بی‌پروایی مطبوعات، خواندن نشریاتی چون *صورسرافیل*، *مساوات*، *حبل‌المتین*، *روح‌القدس*، *ندای وطن* و *تمدن*، در فاصله صدور فرمان مشروطه تا بمباران مجلس (۲۳ جمادی الاول ۱۳۲۶ هجری قمری) آموزنده است.
۲۰. مذاکرات مجلس اول شورای ملی. بحث نمایندگان مجلس و وزیر معارف وقت در مورد قانون مطبوعات به خوبی نمایانگر تشنج و بحران آن روزگار است. بخصوص مباحثه نمایندگان و ترس آنان در مورد خطرهای مطبوعات، عبرت‌آموز است.
۲۱. با آنکه از سالها پیش استفاده از خط تلگراف و دستیابی به اخبار دنیا ممکن بود، محتوای غالب مطبوعات این دوران، مقاله بود. خیر، گزارش، مصاحبه و تحلیل اصولاً جایی در این مطبوعات نداشت.
۲۲. برای آگاهی از متن قوانین، لوایح و طرحها مربوط به مطبوعات، رجوع کنید به ضمیمه‌های کتاب *مطبوعات ایران* از ۱۳۲۰ تا ۱۳۲۶، گردآورده دکتر حسین ابوترابیان (تهران: انتشارات اطلاعات، ۱۳۶۶).
۲۳. این قانون را هیئت دولت دکتر مصدق با استفاده از لایحه اختیارات و در غیاب مجلس، تصویب کرد و به اجرا گذاشت.

۲۴. این قانون هم در مجلس طرح نشد. بلکه یک کمیسیون مرکب از نمایندگان مجلس شورای ملی و سنا آن را بررسی و تصویب کردند.
۲۵. این قانون هم بدون بحث در مجلس، در شورای انقلاب به تصویب رسید. در واقع از میان ۵ قانون مطبوعات تنها قانون اول در مجلس اول مشروطه و قانون پنجم در مجلس دوم شورای اسلامی مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت و به تصویب رسید.
۲۶. در مورد قوانین مطبوعات و زمینه‌های تدوین آن، به دو مقاله از نگارنده زیر عنوان «صد سال قانون مطبوعات از قاجار تا پهلوی» (فصلنامه رسانه، سال ۶، شماره ۲۰) و «نخستین قانون مطبوعات» (پژوهشنامه تاریخ مطبوعات ایران، به کوشش سیدفرید قاسمی، سال اول، شماره اول، ۱۳۷۶) مراجعه فرمایید.
۲۷. از جمله در مورد سیداشرف الدین گیلانی مدیر نسیم شمال چنین شد. ر.ک. جلد دوم اسناد مطبوعات ایران.
۲۸. وقتی این اصلاحیه به تصویب رسید، معلوم شد که دو مدیر معتبر و مورد اعتماد روزگار، یعنی عباس مسعودی مدیر اطلاعات و شکرالله صفوی مدیر کوشش، هر دو مدرک تحصیلی پایینی دارند! بنابراین ماده دیگری را تصویب کردند که هر مدیر نشریه‌های که ۱۵ سال متوالی نشریه خود را منتشر کرده باشد، نیازی به احراز شرط یاد شده ندارد!
۲۹. در سال ۱۳۵۳ رژیم شاه مطبوعات با تیراژ کم را تعطیل کرد و برای جبران زیان، به گروهی از مدیران مطبوعات، مبالغی پرداخت.
۳۰. مطبوعات دوران پس از شهریور ۲۰ از نظر ناسزائوسی، ارباب و تهدید، هتاک و فحاشی مثال زدنی شدند. اصطلاح‌های هوچی، روزنامه‌چی، روزی نامه‌نویس و ... در این زمان برای گروهی از مطبوعاتیان رواج یافت.
۳۱. چنان که گفته شد، تهدید و ارباب از روسم رایج مطبوعات دوران پیش از کودتای ۲۸ مرداد ۳۲ بود. گنجاندن این بند، به دلیل مقابله با چنان رویه‌هایی، به تصویب رسید. معروف‌ترین این موارد، انتشار کلیشه یک قطعه چک در صفح، اول روزنامه‌ای بود که وعده می‌داد آن را به کسی که فلانی را بکشند تحویل خواهد داد!
۳۲. چنین بندهایی در قانون مطبوعات موجب تقویت مبانی فعالیت مطبوعات خواهد شد.

تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی

مهدی بهشتی‌پور

مسئله‌ای که بحث آن را در مقدمه این مقال مناسب می‌دانم این است که در حدود دو دهه گذشته، مخصوصاً در چند سال اخیر، بارها صحبت از وجود تشکیلات صنفی و حرفه‌ای متشکل از مطبوعاتیان شده است، حال آنکه متأسفانه هنوز هم بسیاری از مسئولان و دست‌اندرکاران مطبوعات نمی‌دانند که در مطبوعات چند گروه شغلی وجود دارد که به هیچ وجه منافع مشترک ندارند و از این رو نمی‌توان آنان را در تشکیلات صنفی واحدی متشکل کرد. این چند گروه عبارت‌اند از: «صاحبان امتیاز و سرمایه‌گذاران جراید»، «اعضای تحریری مطبوعات»، «کارکنان مطبوعات» یعنی کار دفتری و اداری، «صاحبان چاپخانه‌ها»، «کارگران چاپخانه‌ها» و بالاخره

«فروشنندگان جراید». بدیهی است که هر یک از این گروهها دارای حقوق و منافع صنفی خاص خود هستند و برای دفاع از حقوق و حرفه خاص خویش به تشکیلات خاص خود نیاز دارند. مثلاً «صاحبان امتیاز و سرمایه‌گذاران مطبوعات» یعنی مدیران اصلی جراید که دارای منافع مشترک هستند (که تقریباً در چند سال اخیر زیر نام «تعاونی مطبوعات» متشکل شده‌اند) محتاج تشکیلات ویژه خود یعنی تشکل کارفرمایی هستند، و اعضای تحریری شامل نویسندگان حرفه‌ای، خبرنگاران، سردبیران، دبیران، مترجمان، کاریکاتوریست‌ها و عکاسان خبرنگار و سایر گروههایی که در تعریف کلمه «ژورنالیست» می‌گنجد، می‌توانند در تشکیلاتی صنفی با تعریفی که به آن اشاره شد متشکل شوند. همچنین اند «کارکنان اداری وسایل ارتباط جمعی» که امور اداری و دفتری مؤسسات مطبوعاتی را به عهده دارند؛ آنها نیز نیازمند تشکیلات جداگانه‌ای هستند، چنان‌که سابقاً هم چنین تشکیلاتی داشتند. «صاحبان چاپخانه‌ها» و به عبارت دیگر سرمایه‌گذاران صنعت چاپ و «کارگران چاپخانه‌ها» نیز در چند دهه اخیر هر کدام تشکیلات جداگانه‌ای داشته و دارند و امید است بعد از این نیز هر کدام تشکیلاتشان را به صورت جداگانه نگهدارند و حتی «فروشنندگان جراید» که آنان نیز به‌طور جداگانه در تهران و برخی شهرستانها دارای تشکیلاتی هستند. پس نتیجه می‌گیریم که این گروهها هر کدام از لحاظ اجتماعی و حرفه‌ای دارای حقوق و منافی هستند و این حقوق و منافع کاملاً با یکدیگر تفاوت دارند. مثلاً حقوق صنفی اعضای تحریری مطبوعات با حقوق صاحبان امتیاز در برابر هم قرار دارد و باید تشکیلات جداگانه‌ای داشته باشند و اگر روزی خواستند با هم متحد شوند می‌توانند با حفظ سازمانهای خود، نمایندگانی از سوی تشکیلات خود انتخاب کنند و در یک واحد صنفی جداگانه که می‌توان نام آن را «اتحادیه مشاغل مطبوعات کشوری» گذاشت - و هیئت رئیسه آن متشکل از نمایندگان این تشکیلات باشد - از خواستههای قانونی این سازمانها دفاع کنند.

بیش از ۱۶۰ سال از انتشار نخستین روزنامه فارسی‌زبان در ایران می‌گذرد. در طول نزدیک به ۶۰ سال اول آن خبری از فعالیت و کوشش برای تأسیس تشکیلات حرفه‌ای مطبوعاتی نه از طرف کارفرمایان و نه از جانب اعضای تحریری مطبوعات در جایی به ثبت نرسیده است. علت آن هم مشخص است. علاوه بر اینکه در مدت مذکور تعداد روزنامه‌ها و هفته‌نامه‌ها انگشت‌شمار بوده و اغلب نشریه‌ها فقط در چندصدنسخه چاپ می‌شده، مهم‌تر این بوده که تمام نشریه‌های آن دوره زیر نظر مستقیم مقامهای مسئول دولتی، مخصوصاً زیر نظر وزارت انطباعات چاپ و منتشر

می‌شده و مطالب آنها عمدتاً پیرامون دید و بازدیدهای شاهانه و درباریان و حکام وقت و مسائلی از این قبیل بوده است.

شایان ذکر است گروهی که از سالها قبل جهت تحصیل من جمله در رشته ادبیات و روزنامه‌نگاری و صنعت چاپ به خارج از ایران و مخصوصاً به برخی کشورهای اروپایی سفر کردند و با دنیای غرب و مطبوعات آنجا آشناییهایی یافتند، پس از بازگشت به ایران - آن هم در زمانی که حدود نیم قرن از فعالیتهای مطبوعاتی در ایران می‌گذشت - برای رشد آگاهی مردم اقدام به نشر تعداد دیگری روزنامه و هفته‌نامه به زبان فارسی و بخشی نیز به زبان فرانسوی در ایران کردند و در نتیجه در میان عده‌ای از آنان فکر ایجاد تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی نیز قوت گرفت. بنا به نقل قول‌ها و دست‌نوشته‌های موجود در دوره مذکور، عده‌ای از مدیران جراید و برخی از نویسندگان در خانه‌های خود به بهانه دید و بازدید، جلسه‌هایی تشکیل می‌دادند و پیرامون مشکلات و مسائل روز، مخصوصاً جو اختناق و سانسور و وضع نامطلوب نشر مطبوعات در آن زمان و راه مبارزه با کسانانی که سد راه آزادی مطبوعات و مانع تأسیس تشکلهای مطبوعاتی می‌شدند، بحث و گفتگو می‌کردند.

پس از ترور ناصرالدین شاه در سال ۱۳۱۳ هـ. ق و به سلطنت رسیدن مظفرالدین شاه نیز همچنان حکام وقت و عوامل آنان با آزادیخواهان و روشنفکران و روزنامه‌نگاران درگیری داشتند و حتی فشار و اختناق را در نقاط مختلف کشور، مخصوصاً در آذربایجان که مقرر محمدعلی میرزا ولیعهد بود زیادتر کردند. و علاوه بر ضرب و شتم، روز ۱۳ صفر ۱۳۱۴ به امر محمدعلی میرزا چند تن از نویسندگان و آزادیخواهان و پیشقدمان انقلاب مشروطیت ایران، من جمله ۳ تن از اندیشمندان صاحب نام، یعنی میرزا آقاخان کرمانی، میرزا حسن خان خبیرالملک و شیخ احمد روحی را پس از شکنجه بسیار در زیرزمین خانه محمدعلی میرزا در تبریز به قتل رساندند. بالاخره به علت پافشاری اقشار مختلف، مظفرالدین شاه در ۱۴ جمادی‌الثانی ۱۳۲۴ فرمان مشروطیت را صادر کرد و در ۱۴ ذی‌قعدة همان سال، قانون اساسی را که به وسیله مجلس تنظیم شده بود امضا کرد.

از وقایع جالب و قابل توجه در دوران تحول و رشد فعالیتهای مطبوعاتی در ایران آن است که پس از افتتاح مجلس شورای ملی، به رغم آنکه هنوز چند ماه به پایان سال ۱۳۲۴ هـ ق باقی مانده بود و بدون اینکه مقرراتی برای چاپ و انتشار روزنامه‌ها و مجله‌ها وضع شود - بیش از

۲۵ روزنامه و هفته‌نامه در تهران و چند شهر بزرگ ایران با همان رسم سابق اجازه چاپ گرفتند. جالبتر اینکه در سال ۱۳۲۵ هـ. ق که از سالهای پر جنب و جوش دوران مشروطیت و تحول بزرگ در مطبوعات کشور است، حدود ۸۵ نشریه در تهران و چندین شهر مهم ایران - علاوه بر نشریه‌های قبلی - اجازه چاپ گرفتند و از همین زمان مطبوعات ایران کم‌ا و کیفاً، متحول شده و جراید بسیار مهمی پا به عرصه وجود گذاشتند که می‌توان گفت در جهت تشویق مردم به مطالعه و مبارزه با ستمگران، گامهایی برداشتند. از سوی دیگر مدیران جراید برای تأسیس تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی قدمهایی برداشتند، از جمله این نشریه‌های مهم روزنامه‌های *صوراسرافیل*، *روح‌القدس* و *مساوات* بودند. حسن کاشانی برادر سید جلال‌الدین کاشانی (مؤید الاسلام) مدیر و ناشر *حبل‌المتین* کلکته در سال ۱۳۲۵ هـ. ق نیز امتیاز *حبل‌المتین* را در تهران گرفت و این روزنامه را به‌طور روزانه با سردبیری شیخ یحیی کاشانی منتشر کرد و همان‌طور که گفته شد چندین نشریه دیگر که از اهمیت زیادی در اجتماع آن روز برخوردار بودند به‌طور مرتب چاپ و منتشر می‌شدند. در بالا اشاره شد که در این دورانها تأسیس تشکلهای صنعتی حرفه‌ای مطبوعاتی کاملاً امکان‌پذیر شده بود، اما به چند علت این مهم به انجام نرسید؛ از جمله اختلاف مشی و روش میان برخی مدیران و نویسندگان و عدم همبستگی اکثریت برای ایجاد تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی که شاید بروز این ناهماهنگی به‌خاطر وابستگی و همکاری بسیاری از آنان با انجمنها، احزاب، گروهها و سازمانهای مختلف سیاسی و اجتماعی فعال آن زمان بود. متأسفانه همین اختلاف‌نظرها موجب شد تا آنان از تأسیس یک تشکل حرفه‌ای مطبوعاتی منسجم در این دوره حساس از تاریخ ایران محروم بمانند و فقط کارگران زحمتکش چاپخانه‌ها بودند که از این موقعیت حسن استفاده را کردند و پس از گردهماییها و تماسهای مکرر با یکدیگر موفق شدند نخستین تشکل و نشریه صنعتی چاپ در ایران را تأسیس کنند. زمان کوتاهی از این دوران می‌گذشت که فشار بر مطبوعات بیشتر شد. وزیر عدلیه وقت از رئیس انطباعات وزارت معارف در چهارم شوال ۱۳۲۵ هـ. ق درخواست محدودیت جراید را کرد. یکی از روزنامه‌های معروف یعنی *حبل‌المتین* توقیف گردید. با توقیف این نشریه، نخستین واکنش جمعی روزنامه‌نگاران و دست‌درکاران این رشته، مخصوصاً کارگران و مدیران چاپخانه‌ها که متشکل و منسجم بودند، ظاهر شد و روز ۱۵ جمادی‌الثانی ۱۳۲۵ هـ. ق روزنامه‌نگاران، کارگران و مدیران چاپخانه‌ها به اتفاق هم به دلیل توقیف *حبل‌المتین* اعتصاب کردند و جالب اینکه این اعتصاب به خاطر اتحاد

و همبستگی بین روزنامه‌نگاران و چاپخانه‌داران و کارگران آنان که جنبه سیاسی هم داشت با موفقیت بزرگی همراه بود. در اینجا لازم می‌دانم به بخش کوتاهی از یک مقاله تحقیقی با نام «نخستین تشکل و نشریه صنعت چاپ در ایران» به قلم محقق گرامی آقای سیدفرید قاسمی که در مجله صنعت چاپ (شماره ۱۵۸) چاپ شده است اشاره کنم: پس از صدور فرمان مشروطیت، در بازار چاپ و نشر ایران تحولی اساسی پدید آمد. شمار مشتریان چاپخانه‌ها فزونی گرفت و سفارشها افزایش یافت. کارفرمایان بر ساعات کار چاپخانه‌ها افزودند و کارگران چاپخانه‌ها بی‌وقفه مشغول انجام کارهای چاپی بودند، ولی نه از دستمزد و «اضافه‌کار» خبری بود و نه از «امنیت شغلی». نامه‌های مکرری که به امضای کارگران چاپخانه‌ها و با عنوانهای «اعضای مطبوعات» و «کارگران مطابع» برای رئیس‌الوزرا، وزیر علوم و دیگر مقامات مملکتی ارسال می‌شد نتیجه‌بخش نبود. از این رو کارگران چاپخانه‌ها پس از شور و مشورت، به همت محمدپروانه و گروه دیگری از کارگران «مطابع تهران» در یکی از چاپخانه‌های واقع در خیابان ناصریه (ناصر خسرو امروز) تهران گردهم آمدند و نخستین تشکل کارگری را در این شهر بنیاد نهادند تا بلکه بتوانند به‌گونه‌ای سازمان‌یافته حقوق حقه خود را بگیرند. البته باید دانست که سازمان‌دهی این تشکیلات فقط انگیزه مادی و «اضافه دستمزد» نداشت، بلکه کارگران چاپخانه‌ها می‌خواستند همصدا با طرفداران برقراری نظام مشروطیت در برخی از صحنه‌های سیاسی و اجتماعی حضوری فعال داشته باشند. نمونه عینی این همصدایی بیشتر به‌دنبال توقیف روزنامه حبل‌المتین در جمادی‌الثانی سال ۱۳۲۵ هـ. ق دیده شد که به محض توقیف آن، کارگران چاپخانه‌ها همگام با روزنامه‌نگاران، کتابداران و... در حدود یک هفته اعتصاب کردند که از آن می‌توان به‌عنوان نخستین اعتصاب سراسری در تاریخ مطبوعات یاد کرد. به‌دنبال این اعتراض همگانی، دولتیان گردن نهادند و از حبل‌المتین رفع توقیف شد. گردانندگان این روزنامه پس از رفع توقیف در شماره ۲۱۷۹ جمادی‌الثانی ۱۳۲۵ هـ. ق، انتشار مجدد نشریه‌شان را مدیون تمامی کسانی دانستند که در این اعتصاب شرکت کرده بودند و نوشتند: «عموم مطابع از حروفچینی و صحیح و مدیر و غیره عموماً دست از کار کشیده، کمال غیرتمندی را اظهار فرموده [اند]» کارگران چاپخانه‌ها برای آگاهی همکاران از افکار و عقایدشان و «بیان مواضع» در صدد برآمدند نشریه‌ای را منتشر کنند و نام آن نشریه را *اتفاق کارگران* گذاردند.

شادروان محمدعلی تربیت و ادوارد براون در *تاریخ مطبوعات و ادبیات ایران* آورده‌اند: «
اتفاق کارگران روزنامه‌ای است که در تهران به وسیله شورای متحده طابعین (اتحادیه کارگران
مطابع) انتشار یافته و مولود اعتصابی بوده است که به منظور حصول و وصول تقاضاهای نه‌گانه
کارگران از صاحبان و کارفرمایان چاپخانه‌های سربی ترتیب داده شده بوده است. این نامه طی
مدت اعتصاب به سال ۱۳۲۸ هـ. ق (۱۹۱۰ میلادی) انتشار داشته است. این اعتصاب و این
روزنامه هر دو حائز اهمیت تاریخی خاص است، اگرچه پیش از نهضت مزبور اعتصابات دیگری
صورت گرفته بود ولی این صورت اعتصاباتهای اروپایی را نداشته است. از *اتفاق کارگران*
بیش از چهار یا پنج شماره انتشار نیافت.»

گفتنی است در مدت محدود و کوتاهی محمدعلی شاه با مشروطه‌خواهان و عده‌ای از
روزنامه‌نگاران تظاهر به دوستی و اظهار موافقت با بعضی نظریات و برخی پیشنهادهای آنان
می‌کرد، اما بعداً به برانداختن مشروطه و مقابله با آزادیخواهان و نویسندگان و سخنوران و
روزنامه‌نگاران و هرچه انجمن، گروه و تشکل صنفی و غیرصنفی که سد راه خود می‌دید،
برخاست و در ۲۳ جمادی‌الاول ۱۳۲۶ هـ ق مجلس شورای ملی را به توپ بست، عده‌ای از
آزادیخواهان و مشروطه‌طلبان و چند تن از روزنامه‌نگاران صاحب نام را کشت و گروهی را
بازداشت کرد و عده‌ای هم آواره شدند. به دستور وی کلیه نشریه‌ها توقیف و قلمها شکسته شد
و آزادی قانونی مطبوعات غیرقانونی اعلام گردید. در شهرستانها نیز خیره‌سری و استبداد از
سرگرفته شد. اما پس از مدتی اکثریت مدیران و روزنامه‌نگاران با اینکه فاقد یک تشکل
مطبوعاتی بودند فقط طی تماسهایی با یکدیگر تصمیم به اعتراض به دولت و مقامهای مسئول
وقت گرفتند. از آن جمله می‌توان گفت در ۱۴ جمادی‌الاول ۱۳۲۸ هـ. ق مدیران مطبوعات طی
یک تصمیم همگانی، به‌طور جمعی به توقیف روزنامه شرق اعتراض کردند و در ۲۷
جمادی‌الاول همان سال، نویسندگان و روزنامه‌نگاران و مدیران نشریه‌های *ایران نو*، *پلیس ایران*
، *دیوان عدالت*، *تمدن*، *استقلال ایران* و *مجلس طی اعلامیه‌ای* به اختناق دولت سپهدار و
توقیف *ایران نو* به دستور نظمیة اعتراض کردند.

با اینکه همبستگی و اتحاد نویسندگان و روزنامه‌نگاران در بسیاری موارد حکام وقت را
مرعوب و به عقب‌نشینی وادار می‌کرد و در جهت آزادی مطبوعات اثری مثبت داشت، اما

متأسفانه زمان این پیروزیها کوتاه بود و شاید مهم‌ترین عامل، عدم وجود تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی بود.

به‌هرحال با مبارزه آزادیخواهان همراه با کوشش روزنامه‌نگاران و به کمک مردم آزاده ایران، محمدعلی شاه در اواخر همان ماه به سفارت روس پناهنده شد و سپس از ایران خارج گردید و فرزند او احمد شاه به سلطنت رسید. با فتح تهران توسط آزادیخواهان، مدت زمان آزادی بیان و اندیشه بخصوص در زمینه مطبوعات محدود به یک دوره کوتاه بود.

در این دوره که برای چندمین بار از هر جهت امکان برقراری تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی فراهم شده بود، متأسفانه نه فقط روزنامه‌نگاران از تأسیس تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی غفلت کردند، بلکه برخی مدیران و روزنامه‌نگاران به علت اختلاف بین هواداران دو حزب «اعتدالیون» و «دموکرات» به انتقاد شدید از یکدیگر پرداختند. دشمنان آزادی بیان و اندیشه و مخالفان نشر مطبوعات آزاد از وضع نامطلوب در برخی جراید خوشحال شدند و دولتمردان و حتی مجلسیان را تشویق به محدودیت مطبوعات می‌کردند. این اوضاع منجر به وضع قانون «خلع سلاح عمومی» از طرف مجلس شورای ملی شد که قسمت چهارم آن مربوط است به مطبوعات به این شرح: «از مجامع و مطبوعاتی که موجب فساد و هیجان باشد به‌قوة قهریه جلوگیری خواهد شد.» با انتشار این دستورالعمل، مخالفین «حزب اعتدالیون» گفتند که غرض اصلی از این تصمیم، محدود کردن جراید و نشریات حزب «دموکرات» بوده و الا قسمت مذکور مبهم است و این تصویب‌نامه غرض از فساد را معلوم نداشته است.

در دوم محرم ۱۳۳۰ هـ ق مطبوعات به دستور ناصرالملک «نایب‌السلطنه» توقیف شد. روسها در تبریز پس از تعطیل روزنامه‌ها برای اینکه ریشه آزادی را به‌کلی بخشکانند و روشنفکران و آزادیخواهان و اهل قلم را از فکر ایجاد انجمن و تشکلهای مطبوعاتی مأیوس کنند، دست به اقدامات شدیدی زدند و در روز عاشورای حسینی سال ۱۳۳۰ هـ ق عده‌ای از مجاهدین و آزادیخواهان و نویسندگان را به‌دار کشیدند و ۷۵ تن از اهل محله حکم‌آباد را سربریدند.

همان‌طور که در بالا اشاره شد، به‌علت بی‌کفایتی دولتمردان وقت در جریان التیماتوم روسیه، جراید تهران و شهرستانها سخت به مقابله با روسها پرداختند و با درج مقاله‌های تند و کوبنده و چاپ اشعار انقلابی، قشرهای مختلف مردم را به‌هیجان آوردند. در این زمان حتی روزنامه

مجلس که تلگراف علمای نجف را جهت تهییج مردم چاپ کرده بود، تعطیل شد. چندی بعد احمدشاه به سن رسید و در ۲۸ شعبان ۱۳۳۲ هـ. ق تاجگذاری کرد و خود زمام امور سلطنت را به دست گرفت، ولی عملاً کارها در دست دیگران بود و وی هیچ نقش عمده و مؤثری در امور کشور نداشت. با گشایش مجلس سوم، روشنفکران و آزادیخواهان مخصوصاً نویسندگان و روزنامه‌نگاران جانی تازه گرفتند و بر فعالیت خود افزودند. مطبوعات دو حزب نامبرده در بالا آرامتر از گذشته به مصاف یکدیگر آمدند. مطبوعات مستقل و مطرح نیز وضع مناسبتری به خود گرفتند و مخصوصاً جراید جدیدی نیز به جمع آنها اضافه شدند. در این زمان عده‌ای از روزنامه‌نگاران که برای تأسیس تشکل مطبوعاتی جو را مساعد می‌دیدند، گامهایی برداشتند و جلسه‌هایی تشکیل دادند، ولی بازم با مسائلی روبه‌رو شدند که افکار بسیاری از روزنامه‌نگاران را به خود جلب کرد و به طرف همان گروهها و سازمانهای سیاسی کشاند. از اتفاقات قابل توجه در سال ۱۲۹۴ شمسی این بود که به علت کمبود کاغذ و سیر صعودی قیمت آن، مدیران جراید به طور جمعی تصمیم می‌گیرند تعداد صفحات نشریه‌های خود را کم کنند و جالب اینکه وقتی قیمت کاغذ متعادل شد صفحات را افزایش دادند.

وقایع جهانی در این دوران بر ایران به شدت تأثیر گذاشت و عواقب وخیمی را به وجود آورد، مثل قرارداد ۱۹۱۹ میلادی و جنگهای داخلی و کودتای سوم اسفند ۱۲۹۹ شمسی که هر کدام حادثه عظیمی بود و بر مطبوعات و نویسندگان و شعرای این ایام اثر نامطلوب گذارد. آزادی مطبوعات دستخوش تمایلات و خواسته‌های کابینه‌های مختلف قرار گرفت و چند بار اقدام به توقیف جمعی از جراید فعال این دوران کردند. برای مثال یکبار در ۱۹ اسفند ۱۲۹۶ در کابینه مستوفی‌الممالک کلیه جراید سیاسی توقیف گردید و فقط جراید نیمه رسمی دولتی ایران که به مدیریت سیدحسن اردبیلی اداره می‌شد و در مرداد سال مذکور مدیریت آن به‌عهده میرزا محمدخان ملک‌زاده واگذار شده بود منتشر گردید. تصمیم غیرقانونی دولت مستوفی‌الممالک مبنی بر توقیف همه نشریات کشور سبب شد تا یکی از رشته‌های فعال وابسته به مطبوعات، یعنی کارگران چاپخانه‌ها تشکیلات منسجم‌تری را زیر عنوان «اتحادیه کارگران مطابع تهران» فعال کنند که پیشتر به اختصار به سابقه اتحادیه مذکور اشاره شد.

مؤلف تاریخچه نهضت کارگری ایران درباره انتخابات هیئت اجراییه اتحادیه کارگران مطابع تهران می‌نویسد: «اواخر سال ۱۲۹۸ خورشیدی انتخابات اتحادیه کارگران مطابع تهران

انجام می‌شود. شادروان دهگان که مدیر داخلی روزنامه رعد بود به سمت مدیر و آقای ابراهیم ناهید که صفحه‌بند مطبوعه روشنایی بود به سمت منشی اتحادیه انتخاب می‌شوند. سیدضیاءالدین طباطبایی مدیر روزنامه رعد معمولاً روزها به اداره روزنامه نمی‌آمد، فقط شبها بعد از ساعت ۲ به اداره حاضر و سرمقاله روزنامه را شخصاً می‌نوشته است. دو روز بعد از انتخابات کارگران برخلاف معمول همیشگی خود ساعت ۷ صبح به اداره آمده کارکنان مطبوعه را در دفتر احضار و به آنان می‌گوید دیروز در سفارت انگلیس مسیو هاوارد رئیس شعبه سیاسی سخت از من گله کرد و گفت در مطبوعه شما اتحادیه کارگران چاپخانه‌ها تشکیل شده؟ همان‌طور که من به حیثیت کارکنان روزنامه علاقه‌مند [هستم] توقع دارم آقایان راضی نشوند آبروی من در سفارتخانه بریزد. عجالتاً تمنا دارم هر یک از آقایان به همکاری من مایلند دست از کار اتحادیه و اجتماعات مشابه آن بردارند و هر یک مایل به ادامه خدمت نباشند، مختارند. همان روز آقای ابراهیم ناهید از منشی‌گری اتحادیه مستعفی گردید و تا امروز به خدمت خود ادامه می‌دهد. ولی مرحوم دهگان که روانش شادباد از خدمت روزنامه رعد کناره‌گیری نمود [و] مستعفی [شد] « (ص ۱۲).

در این زمان بسیاری از مطبوعاتیان حتی آنان که به علل مختلف روابطشان با هم حسنه نبود و اختلافاتی در منش و روش روزنامه‌نگاری با یکدیگر داشتند در جهت تأسیس یک تشکل مطبوعاتی هم‌صدا شدند. کودتای سوم اسفند ۱۲۹۹ و انتشار خبر فوق‌العاده مانور قزاقان به فرماندهی سردار سپه در ۲۰ فروردین ۱۳۰۰ در تهران موجب شد تا مدتی اختلالاتی در این راه به‌وجود آید ولی فعالیت اکثریت روزنامه‌نگاران که از مدتها قبل جهت تشکل مطبوعاتی آغاز شده بود مخصوصاً گروهی از فعالان مطبوعات که عمدتاً صاحبان امتیاز و مدیران با سابقه جراید بودند در تابستان ۱۳۰۰ شمسی به اوج خود رسید و گامهایی بزرگی برداشتند.

انگیزه فعالیت روزنامه‌نگاران در این دوره برای ایجاد تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی، تشدید بحران در کشور و عدم امنیت در جامعه آن روز ایران بود و از جمله اختناق و فشار از طرف دولتمردان به آزادیخواهان و روشنفکران و محدودیت شدید مطبوعات که موجب توقیف و تعطیل تدریجی جراید مخصوصاً در تهران و برخی شهربانی بزرگ شده بود. مسئله مهم دیگر وجود مشکل بزرگ مالی تعداد زیادی از جراید کشور بود که از توقیف و تعطیل متناوب نشریه‌ها ناشی می‌گردید.

در تیرماه ۱۳۰۰ یک حرکت دسته جمعی از طرف روزنامه‌نگاران استان فارس برای تأسیس یک تشکل مطبوعاتی در شیراز به وجود آمد، هدف آنان از این تشکل دفاع از حقوق سیاسی و آزادی مطبوعات کشور بود. این گروه موجودیت تشکل خود را زیرنام «شورای جراید و مجلات فارسی» اعلام کردند و بیانیه‌ای که از طرف این تشکل صادر شد، تاریخ ۱۶ تیرماه همان سال را دارد، در این اعلامیه که طی تلگرافی به مجلس شورای ملی مخابره شده است، ضمن تبریک آغاز کار چهارمین دوره مجلس شورای ملی به نمایندگان آن دوره، آمده است: «به نام آزادی مطبوعات تقاضا می‌شود امر اکید در انتشار جراید توقیف شده مرکز به وزارت جلیله معارف صادر فرماید.»

عده‌ای از مدیران نشریه‌های تهران نیز در شهریور ۱۳۰۰ طی یک گردهمایی پایه‌گذار یک تشکل مطبوعاتی زیرعنوان «شورای عالی مطبوعات» شدند و اعلام کردند که در آینده نزدیک بیان نامه آنان منتشر می‌شود. سپس اعلامیه‌ای از سوی ناظم شورای مذکور منتشر شد و «از همه مدیران جراید و هم‌قلمان که در مرکز توقف دارند، جهت تبادل افکار به شرکت در جلسه‌ای که در ۱۰ آذر ۱۳۰۰ تشکیل می‌شود» دعوت کرد. این شورا بعداً به پیشنهاد عده‌ای «اتحادیه مطبوعات» نام گرفت. در همین دوران، موزعین جراید نیز تشکیلاتشان را منسجم‌تر کردند و فعالیتشان در این زمینه چشمگیرتر شد.

اعضای «اتحادیه جراید» در ابتدای فعالیت خود، محلی را در یکی از کوچه‌های خیابان ناصریه (ناصرخسرو) اجاره کردند و به فعالیت پرداختند. جالب اینکه کوچه مذکور از همان ایام به نام کوچه «اتحادیه جراید» معروف شد. شایان ذکر است که در همان ماهها، یعنی حدود مرداد ۱۳۰۱ شمسی نشریه «اقتصاد ایران» به جامعه مطبوعات کشور پیشنهاد کرد تا تعاونی مطبوعات کشور در جهت کمک به جراید تشکیل گردد. متأسفانه زمان فعالیت این اتحادیه زیاد نبود و مخصوصاً پس از تشکیل کابینه سردار سپه غیرفعال شد. اما اتحادیه موزعین جراید و همچنین اتحادیه کارگران مطابع تهران، تا مدتها همچنان فعال بودند. طبق یکی از اسناد موجود در «سازمان اسناد ملی ایران»، «اتحادیه کارگران مطابع تهران» در برج میزان (مهرماه) ۱۳۰۶ طی نامه‌ای به رئیس وقت مجلس شورای ملی درباره ازدیاد تعطیل کردن مطبوعات اعتراض می‌کند. اداره توزیع کل جراید مرکز و شرکت اتحادیه موزعین جراید نیز از کوچه معین‌التجار بوشهری به کوچه وثوق نظام (در ۱۹ آذرماه ۱۳۰۵) تغییر مکان می‌دهد.

روزبه‌روز بر قدرت سردار سپه افزوده می‌شد. میرزا حسین خان صبا ملقب به «کمال‌السلطان» مدیر روزنامه ستاره ایران در زمان وزارت جنگی سردار سپه در سال ۱۳۰۱ شمسی از اولین کسانی است که مورد تعرض قرار می‌گیرد. پس از ضرب و شتم و سیلی‌ای که سردار سپه به وی می‌زند، دستور می‌دهد مرحوم صبا را چوب هم بزنند و سپس به محکمه نظامی روانه‌اش کنند. در دوران رئیس‌الوزاری سردار سپه، بین مدیران جراید منتسب به دسته اقلیت مجلس به علت این پیش‌آمدها و مخصوصاً قتل میرزاده عشقی، شاعر آزاده و مدیر روزنامه قرن بیستم در بامداد ۱۲ تیرماه ۱۳۰۳ در خانه‌اش، اتحادی به‌وجود می‌آید و اعضای آن در مجلس متحصن می‌شوند و طی نامه‌ای به رئیس وقت مجلس شورای ملی به قتل عشقی و ضرب و شتم مطبوعاتیان و تعطیل جراید اعتراض می‌کنند. همین امر سبب می‌شود بین این گروه از روزنامه‌نگاران فعال متحصن در مجلس شورای ملی و چند تن از مدیران جراید منتقد خارج مجلس برای تشکیل یک تشکیلات منسجم مطبوعاتی وحدت‌نظر به‌وجود آید و پس از پایان تحصن، چندین جلسه بین این گروه‌ها در دفتر محل کارشان و یا در خانه‌هایشان تشکیل می‌شود.

همیاری و همبستگی روزنامه‌نگاران و نویسندگان روز ۳ مهر ۱۳۰۳ با تعطیل کردن همه نشریه‌ها به علت درگذشت مدیر پرآوازه روزنامه ستاره ایران که در سال ۱۳۰۱ مورد ضرب و شتم سردار سپه وزیر جنگ وقت قرار گرفته بود، به اوج خود می‌رسد. تعطیلی همه نشریه‌ها در یک روز، ضمن تجلیل و احترام به مرحوم صبا، اظهار تنفر نسبت به کسی را می‌رساند که این روزنامه‌نگار را مورد اهانت قرار داده بود. اما به علت نفوذ فوق‌العاده سردار سپه که نخست‌وزیر شده و سپس به سلطنت رسید، اختناق و سانسور در همه جا مخصوصاً در مطبوعات بیشتر می‌شود و چندین روزنامه و هفته‌نامه انتقادی مجدداً توقیف و تعطیل می‌شوند و برخی مدیران سردبیران مورد ستم قرار می‌گیرند. عده‌ای بازداشت و بعضی ترور می‌شوند. در دو سه سال آخر سلطنت او نیز عده‌ای در زندانها به قتل می‌رسند، که خود نیاز به بحث جداگانه‌ای دارد.

اما با استعفا و خروج رضاشاه از ایران حرکت تازه‌ای به سوی آزادیهای دموکراتیک در جامعه ما به وجود آمد که انعکاس آن در مطبوعات به صورت روشنگریهای ضدفاشیستی و ضددیکتاتوری نمایان شد و نویسندگان و مطبوعاتیان تشنه آزادی بیان و قلم در محافل مختلف جشن و سرور برپا کردند و مقدم آزادی را به یکدیگر شادباش گفتند. در نخستین سالهای پس از سوم شهریور ۱۳۲۰، صدها نشریه به تعداد جراید کشور افزوده شد، اما در جنب بسیاری

روزنامه‌ها و مجله‌های روشنگر و هدفمند و ملی و مذهبی و ناشر افکار آزادیخواهانه و مترقی، عده‌ای فرصت طلب نیز به انتشار روزنامه‌های به اصطلاح سیاسی و رنگین نامه‌های جنجالی و سکسی که سراپا مروج افکار همان دستگاه دیکتاتوری بودند، پرداختند. گروهی از زندانیان سیاسی آزاد شده چپ و روشنفکران کم تجربه هم به نشر چندین روزنامه و دهها مجله هفتگی و ماهانه و فصل نامه پرداختند که مطالب ترجمه شده آنها غالباً از نشریات خارجی گرفته شده و در جهت ترویج مکتب مارکسیسم بود. جدای از گروهی شدن اندیشه‌ها و قطبی شدن هدفها که ناشی از پیوستگی و همبستگی تعدادی از نشریه‌های وابسته به یک حزب یا گروه سیاسی معین و یا محافل و رجال درباری و دولتی و وابسته به خارج بود، تعداد نشریه‌های غیروابسته به حزبها و گروههای سیاسی هم کم نبود. اما در میان همین‌ها هم عده زیادی، فقط ظاهراً خود را «مستقل» قلمداد می‌کردند. مدیران جراید و نویسندگان اختناق و سانسور را در گذشته عمدتاً ناشی از عدم آزادی و تشکل و همبستگی مطبوعاتیان می‌دانستند و همین موجب شد تا پس از خروج رضاشاه چند گروه از روزنامه‌نگاران که عمدتاً صاحبان نشریه‌هایی بودند، برای تأمین تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی اقدام کنند. از جمله اولین گروه از مدیران مطبوعات با همکاری برخی مقامهای دولتی نخستین جلسه خود را به همین منظور در اول دی‌ماه ۱۳۲۰ در منزل میرزا ابوطالب شیروانی مدیر روزنامه میهن که یکی از روزنامه‌نگاران قدیمی بود تشکیل دادند و آن را «اتحادیه مطبوعات» نام نهادند. در این جلسه درباره وحدت و همبستگی بین روزنامه‌نگاران و تماس نزدیک با دولت سخنرانی کردند. از جمله اتحاد مدیر نشریه / امید پیشنهاد کرد از نظر ارتباط مستقیم روزنامه‌ها با مسائل فرهنگی، مدیریت عامل اتحادیه مطبوعات را وزیر فرهنگ و ریاست افتخاری آن را نخست‌وزیر (ذکاءالملک فروغی) قبول کند. چند تن دیگر در همین جلسه درباره لزوم تصحیح و تکمیل قانون مطبوعات و مسائل و مشکلات مطبوعات صحبت کردند.

دومین جلسه «اتحادیه مطبوعات» روز ۹ دی‌ماه ۱۳۲۰ با حضور فروغی نخست‌وزیر و تدین وزیر فرهنگ و همان عده از مدیران جراید جلسه قبل، در منزل صفوی تشکیل شد. فروغی از مدیران جراید که در جلسه قبل، وی را به ریاست اتحادیه انتخاب کرده بودند تشکر کرد. آنگاه زین‌العابدین رهنما مدیر روزنامه / ایران اظهار داشت که مطابق معمول همه دنیا مطبوعات باید با دولتها سروکار داشته و از نظریات دولت تا حدی مسبوق باشند. سپس احمد ملکی مدیر ستاره

پیشنهاد کرد که اولین کار این اتحادیه باید اقدام در انحلال اداره راهنمای نامه‌نگاری که کاملاً وظیفه‌اش در سابق سانسور جراید بود باشد.

مدتی بعد، زمانی که شیروانی مدیر روزنامه میهن و یکی از پایه‌گذاران این اتحادیه، ریاست اداره تبلیغات را عهده‌دار بود برای تهیه اساسنامه و آیین‌نامه اتحادیه مذکور، جلسه‌هایی در اداره تبلیغات تشکیل شد. این جلسه‌ها تا چندی مرتباً تشکیل می‌شد و در یک جلسه هم رئیس دولت وقت حضور یافت و مذاکراتی به عمل آمد ولی نظر به اینکه بعضی از مدیران جراید موافق با تشکیل جلسه در اداره تبلیغات نبودند، بتدریج شرکت نکردند تا جلسه‌ها تعطیل شد.

شایان ذکر است که چند ماه قبل از تأسیس این اتحادیه، عده‌ای از مدیران مطبوعات در اصفهان موجودیت انجمنی تحت عنوان «جبهه مطبوعات اصفهان» را اعلام کرده بودند. چندی پس از آن، گروه دیگری از مدیران جراید جدید با عنوان شورای عالی مطبوعات با صدور یک بیانیه اعلام موجودیت کرد. اساسنامه این شورا در ۵ ماده منتشر شد و عده دیگری از مدیران مطبوعات به آن پیوستند و نام آن را به اتحادیه مطبوعات تغییر دادند و برای جلوگیری از تعدیات فرمانداری نظامی با نخست‌وزیر وقت ملاقات کردند.

در همان ایام عده دیگری از روزنامه‌نگاران که در رأس آنان عباس مسعودی مدیر روزنامه اطلاعات قرار داشت، تشکیلاتی با عنوان «انجمن مطبوعات ایران» برپا کردند. در همین دوران بود که قوام‌السلطنه به نخست‌وزیری منصوب شد و با مطبوعاتیان سخت درافتاد. وی در ۱۷ آذر ۱۳۲۱ کلیه جراید کشور را توقیف کرد و حکومت نظامی را زیر نظر سپهبد احمدی برقرار ساخت، در ۲۳ روزی که همه مطبوعات کشور و چاپخانه‌های آنان تعطیل بودند، فقط یک نشریه بامدادی از جانب اداره تبلیغات وابسته به نخست‌وزیری به نام اخبار روز انتشار می‌یافت و به‌طور رایگان توزیع می‌گردید. در همین ایام بود که دکتر علی اکبر سیاسی وزیر فرهنگ کابینه قوام‌السلطنه لایحه‌ای با قید دو فوریت در ۲۹ آذر ۱۳۲۱ تقدیم مجلس کرد. با اینکه این لایحه به زیان مطبوعات بود، پس از سه جلسه بحث و گفتگو به تصویب رسید. در جریان مذاکرات مربوط به این لایحه، برخی نمایندگان به توقیف همگانی جراید اعتراض کردند ولی نه از جانب دولت مسموع افتاد و نه از طرف اکثریت پارلمان. در دوم اردیبهشت ۱۳۲۲ «اتحادیه مطبوعات» به دولت وقت سخت اعتراض می‌کند. در سیزدهم همان ماه نمایندگان «اتحادیه مطبوعات» با

نمایندگان فراکسیونهای مجالس شورای ملی جلسه‌ای تشکیل می‌دهند، ولی همچنان مشکلات مطبوعات حل نشده ماند. روزنامه *ایران ما* که از جراید انتقادی آن دوره بود به جرم «اهانت به مقامهای خارجی» در ۲۲ خرداد ۱۳۲۲ توقیف می‌گردد.

در ۸ آبان ۱۳۲۲ موجودیت یک تشکل مطبوعاتی حرفه‌ای بانام «اتحادیه ملی جراید» اعلام می‌گردد و جلسه رسمی اتحادیه مذکور در ۳۰ آبان همان سال برگزار می‌شود، در ۲۶ دی‌ماه ۱۳۲۲ جلسه‌ای با حضور عده‌ای از مدیران و روزنامه‌نگاران معروف آن دوره در «اتحادیه مطبوعات» برای انتخاب هیئت رئیسه جدید آن اتحادیه تشکیل می‌گردد و این بار محمد مسعود مدیر هفته‌نامه *مرد/امروز* به ریاست و عبدالرحمان فرامرزی مدیر وقت روزنامه *کیهان* به عنوان نایب رئیس «اتحادیه مطبوعات» انتخاب می‌شوند. با آغاز فعالیت سومین دوره اتحادیه مطبوعات، توجه اعضای آن مخصوصاً هیئت رئیسه این اتحادیه بیشتر به خواستهای صنفی معطوف می‌گردد و یک اساسنامه در ۲۳ ماده و ۴ تبصره تدوین می‌گردد و از جمله در ماده سوم این اساسنامه که کمتر در بیانیه‌ها یا اساسنامه‌های دیگر تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی تا آن زمان دیده شده، چنین آمده است: «ماده سوم - تمام مطبوعاتیان عضو اتحادیه در مشی سیاسی و عقاید عمومی خود مطلقاً آزاد بوده و عضویت در اتحادیه به هیچ‌وجه مستلزم توافق سیاسی و اتحاد روش در مسائل عمومی و قضایای اجتماعی نیست.»

در تیرماه ۱۳۲۲، جمع کثیری از مدیران نشریه‌های مختلف که دارای عقاید و گرایشهای گوناگون سیاسی بودند گردهم آمدند و یک گروه مطبوعاتی را تحت عنوان «جبهه آزادی» تشکیل دادند و از همه روزنامه‌نگاران و تشکلهای مطبوعاتی درخواست همکاری کردند، همچنین از روشنفکران و آزادیخواهان تقاضای کمک نمودند و خطاب به اشخاصی که با اصول مندرج در بیانیه آنها موافق‌اند خواستند تا با تمام قوا بر علیه اوضاع و عوامل دیکتاتوری و ارتجاع مبارزه کنند و زمینه را برای تشکیل یک نهضت حقیقی و آزادیخواهی فراهم نمایند. در این بیانیه چهار اصل ذکر شده بود و زیر آن را عده‌ای از روزنامه‌نگاران امضا کرده بودند و از بقیه روزنامه‌نگاران خواستند اگر با آن موافقتند زیر آن را امضا کنند.

لازم به یادآوری است که «جبهه آزادی» ابتدا به همت ۱۲ تن از مدیران جراید که بیشتر آنان را منتسب به جناح چپ می‌دانستند پایه‌گذاری شده بود. در مقابل این جناح، گروه راست آغاز به فعالیت کرد و «جبهه استقلال» را تشکیل داد و در شهریور ۱۳۲۲ سیدضیاءالدین طباطبایی پس

از ۲۴ سال از تبعید بازگشت و روزنامه رعد/امروز را به مدیریت مظفر فیروز منتشر کرد و در آذر همان سال، مرکزی با نام «اتحادیه ملی مطبوعات» تأسیس کرد و مورد تأیید مدیران چند روزنامه طرفدار جناح راست و برخی اعضای «جبهه استقلال» قرار گرفت. آنها به این اتحادیه پیوستند ولی نه آن جبهه استقلال عمر زیادی یافت و نه این کانون. اما «جبهه آزادی مطبوعات» به سرعت رشد کرد و اعضای آن در پایان سال ۱۳۲۳ به ۳۰ واحد مطبوعاتی و در سال ۱۳۲۴ شمسی به ۴۴ واحد — یعنی حدود نیمی از جراید فعال آن دوره در تهران — رسید. قابل توجه اینکه بیشتر روزنامه‌ها و هفته‌نامه‌ها و مجله‌های عضو جبهه آزادی، نشریات پرنفوذ و منظم‌الانتشار چاپ تهران بودند، با افکار و عقاید مختلف. این جبهه نیز بعدها مثل بسیاری از تشکلهای مطبوعاتی با مسائل مختلف از جمله انشعاب گروهی از آن روبه‌رو شد و پس از مدتی فعالیت چشمگیر تعطیل شد. در ۳۱ اردیبهشت ۱۳۲۳ نیز عده دیگری از مدیران جراید تهران تشکلی با نام «باشگاه جراید تهران» تأسیس کردند و مدتی به فعالیت پرداختند.

در این مدت که چند تشکل حرفه‌ای مطبوعاتی از طرف صاحبان امتیاز و مدیران جراید تأسیس شده بود، متأسفانه نویسندگان و خبرنگاران و مترجمان که عده آنان روبه افزایش بود موفق به تشکیل یک تشکل مخصوص به خود نمی‌شدند، تا اینکه به دعوت عده‌ای از نویسندگان و خبرنگاران عضو هیئت‌های تحریری چند نشریه، جلسه‌ای در ۲۹ آبان ۱۳۲۳ تشکیل شد و پس از بحث پیرامون درخواستهای خود، این تشکیلات مطبوعاتی را «اتحادیه خبرنگاران ایران» نام نهادند. اما پس از مدتی کوشش نتوانستند آن را فعال کنند.

شایان ذکر است که نشریه‌هایی هم در دهه‌های ۲۰ و ۳۰ زیر نظر عده‌ای از روزنامه‌نگاران که عمدتاً در آمدشان از مطبوعات تأمین می‌شد، چاپ و منتشر می‌گردید که ارکان اتحادیه‌های غیر مطبوعاتی بودند. برای مثال هفته‌نامه سیاسی و خبری آهن، که تاریخ آغاز انتشارش ۲۸ تیرماه ۱۳۲۳ و عضو «جبهه استقلال» بود، زیر عنوان ارگان «اتحادیه اتوبوس‌داران تهران» منتشر می‌شد. همچنین چند تن از روزنامه‌نگاران وابسته به تشکیلات کارگران راه‌آهن در سال ۱۳۳۱ زیر عنوان «جبهه روزنامه‌نگاران راه آهن» به انتشار چندین شماره روزنامه پرداختند.

چاپ یک نشریه به جای چند جریده توسط یک گروه مطبوعاتی از دیگر پدیده‌های این دوره است که شرح آن در مقاله، آقای مسعود کوهستانی نژاد در «ویژه‌نامه مطبوعات» مندرج است.

بار دیگر عده‌ای از مدیران جراید تهران که صاحبان امتیاز و مدیران جراید کثیرالانتشار هم با آنان بودند، در اوایل سال ۱۳۲۵ شمسی با انگیزهٔ ایجاد یک تشکیلات حرفه‌ای مطبوعات گردهم آمدند و پس از گفتگوهای زیاد انجمن روزنامه‌نگاران ایران (آرا) را بنیاد نهادند. در بخشی از اساسنامهٔ این انجمن که در جلسهٔ تیرماه همان سال به تصویب رسیده و سپس منتشر شد، علاوه بر عضویت صاحبان امتیاز و مدیران مطبوعات که در واقع کارفرمایان مطبوعات می‌باشند در این انجمن تسهیلاتی برای عضویت دست در کاران و وابستگان به این رشته قائل شدند. از جمله در ماده‌های ۳ و ۴ و ۵ اساسنامهٔ مذکور آمده است:

ماده ۳- انجمن دارای اعضای پیوسته، وابسته و افتخاری می‌باشد.

ماده ۴- صاحبان امتیاز و مدیران ایرانی روزنامه‌ها و مجلاتی که حرفهٔ آنها روزنامه‌نویسی است و درخواست عضویت آنها قبول نشود، عضو پیوستهٔ انجمن شناخته می‌شوند.
ماده ۵- سردبیران روزنامه‌ها و مجلات ایران و نویسندگان و مترجمان و خبرنگاران روزنامه‌ها و مجلات ایران که درخواست عضویت آنها پذیرفته شود، به عضویت وابسته انجمن انتخاب می‌شوند.

همچنین در ماده ۶ اساسنامه این انجمن آمده است: اشخاص زیر را ممکن است به عضویت افتخاری انجمن پذیرفت:

۱. وابسته‌های مطبوعاتی خارجی در ایران؛ ۲. نمایندگان آژانسهای خبرگزاری خارجی در ایران؛ ۳. مدیران و صاحبان امتیاز روزنامه‌های خارجی و نمایندگان و مخبرین آنها در ایران؛ ۴. نویسندگان و مترجمین روزنامه‌های خارجی؛ ۵. کلیه کسانی که فعالیت آنها از طرف انجمن برای پیشرفت مطبوعات مفید تشخیص داده می‌شود؛ و ۶. مدیران و سردبیران روزنامه‌های خارجی که در ایران منتشر می‌شوند.

بعضی از این ماده‌ها و تبصره‌های دیگر مندرج در اساسنامه انجمن مذکور را در هیچ یک از اساسنامه‌ها و آیین‌نامه‌های تشکلهای حرفه‌های مطبوعاتی وابسته به صاحبان امتیاز و مدیران مسئول جراید را نمی‌توان دید. آنچه به نظر می‌رسد در این اساسنامه همهٔ اختیارات در دست کارفرمایان مطبوعات بوده است.

قابل ذکر است که بنیانگذاران انجمن روزنامه‌نگاران ایران به ظاهر از مسائل سیاسی دوری می‌کردند ولی پس از چندی رسماً وارد گود سیاست می‌شوند؛ از این جمله است شرکت فعال

این انجمن در انتخابات مجلسین در سال ۱۳۲۸ شمسی. در شهریور ۱۳۲۸ در حین برگزاری انتخابات اولین دوره مجلس سنا (جهت تعیین سناتورهای انتخابی) و در آستانه شروع انتخابات شانزدهمین دوره مجلس شورای ملی، انجمن روزنامه‌نگاران ایران نیز در مبارزات انتخاباتی شرکت می‌کند و در جلسه‌ای در بعدازظهر سوم شهریور و پس از بحث مفصل پیرامون لزوم شرکت فعال در انتخابات مجلسین، قطعنامه‌ای تنظیم نموده و عده‌ای از شخصیت‌های معروف آن زمان را از جمله: ملک‌الشعراى بهار، ابراهیم خواجه نوری، شکرالله صفوی، علی دشتی، عمیدی نوری، ابوطالب شیروانی، لطف‌الله شرقی و هاشمی کرمانی را معرفی کردند.

فعالیت این تشکل چهار سال و اندی به طول انجامید ولی به علت اختلافات تدریجاً اعضای آن مستعفی و به گروهها و تشکلهای دیگر جذب می‌شوند و سپس انجمن تعطیل شد.

شایان ذکر است که در سال ۱۳۲۵ صاحبان چاپخانه‌ها نیز طی یک گردهمایی تشکیلات جدید این صنف را با عنوان «سندیکای چاپخانه‌داران ایران» تأسیس کردند و با شماره ۱۸ به ثبت رساندند و منسجم‌تر از گذشته به فعالیت خود پرداختند. در ۱۲ تیرماه همین سال عده‌ای از روزنامه‌نگاران تشکلی تحت عنوان دست‌اندرکاران روزنامه‌ها و مجله‌ها به‌وجود می‌آورند. در سال ۱۳۲۵ شمسی هم روزنامه‌نگاران و هم تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی با مسائل و مشکلات زیادی روبه‌رو می‌شوند. در اردیبهشت همان سال به دستور فرمانداری نظامی تعدادی از نشریات توقیف می‌شوند از جمله نشریه‌های: صبا به دلیل چاپ کاریکاتور استالین و نشریه‌های پیکار روز و خاور. در سال ۱۳۲۵ پس از سقوط حکومت پیشه‌وری که در آذر ۱۳۲۴ در آذربایجان با حمایت ارتش سرخ تشکیل شده بود، سانسور مطبوعات تشدید شد و تعدادی روزنامه و مجله توقیف گردیده و برخی تعطیل شدند و عده‌ای از روزنامه‌نویسان و فعالان تشکلهای مطبوعاتی بازداشت شدند.

سال ۱۳۲۹ از سالهای پرهیجان برای روزنامه‌نگاران و اعضای تشکلهای حرفه‌ای مطبوعات در ایران بود. از اوایل سال مذکور فشار بر مطبوعاتیان و فعالان این رشته زیاد شد. از اردیبهشت ماه ۱۳۲۹ به دستور شهربانی توقیف جراید از نشریه اصناف آغاز شد و در ۵ خرداد مجله خواندنیها و در تیرماه همین سال علاوه بر توقیف چند نشریه و بازداشت چند تن از روزنامه‌نگاران و فعالان تشکلهای مطبوعاتی به چند دفتر روزنامه و چاپخانه‌هایی که این جراید در آنها چاپ، از جمله به روزنامه شاهد و چاپخانه آن حمله گردید. در ۲۷ تیرماه ۱۳۲۹

اختیارات ویژه‌ای به فرمانداری نظامی تهران در مورد توقیف جراید داده می‌شود و پس از آن به تعداد توقیف و بازداشتها اضافه می‌شود. در ۲ دی‌ماه سال مذکور گروهی از مدیران مطبوعات به دلیل توقیف‌های پیاپی مطبوعات و دستگیری برخی مدیران جراید و روزنامه‌نگاران مشهور، در مجلس شورای ملی متحصن می‌شوند و چون به درخواست آنان توجه نمی‌شود، این عده در اعتراض به ادامه توقیف و دستگیری و همکارانشان در ۱۴ دی‌ماه دست به اعتصاب غذا می‌زنند. دولت مجبور می‌شود به بسیاری از خواسته‌های اعتصابیون توجه کند و در نتیجه اعتصاب در ۲۹ دی‌ماه ۱۳۲۹ پیروزمندانه پایان می‌یابد.

همان‌طور که گفته شد، از سال ۱۳۲۰ تا ۱۳۲۹ شمسی همه تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی (صنفی و سیاسی) را صاحبان امتیاز و مدیران جراید مختلف در تهران و چهار - پنج شهرستان به‌وجود آوردند و عده‌ای از نویسندگان و خبرنگاران و مترجمان، یعنی اعضای تحریری مطبوعات و به عبارت دیگر کسانی که ممر درآمدشان فقط از راه مطبوعات و یا برخی عمده هزینه زندگی‌شان از این رشته تأمین می‌گردید به فکر تأسیس تشکیلات صنفی متشکل از اعضای تحریری جراید افتادند. آنها گامهای مؤثری (به‌ویژه در سال ۱۳۲۳) برداشتند و نام تشکیلات را هم تعیین کردند ولی توفیقی در کار نیافتند. همچنین در سالهای ۱۳۲۵، ۱۳۲۷ و ۱۳۲۹ شمسی فعالیت زیادی از طرف این گروه شد اما نه فقط در این مدت، بلکه در نیمه دوم سال ۱۳۲۹ که مقارن با نهضت ملی شدن صنعت نفت ایران بود و همچنین در دوران حکومت ملی دکتر محمد مصدق (۳۲-۱۳۳۰) که روزنامه‌نگاران، مخصوصاً اعضای تحریری مطبوعات از همه جهات آزاد بودند و می‌توانستند انجمن یا اتحادیه و یا سندیکای نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات را تشکیل بدهند موفقیتی به‌دست نیامد. علت آن در وهله اول وابستگی‌های سیاسی و گروهی اکثریت آنان و در مرحله بعد اخلاص برخی مدیران جراید بزرگ بود. چنین تشکلی که متعلق به اعضای تحریری مطبوعات باشد از سال ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۲ تشکیل نشد ولی در سالهای ۳۲-۱۳۲۹ باز هم مدیران جراید در تهران و چند شهرستان تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی بوجود آوردند، از جمله: «اتحادیه ملی مطبوعات»، در سال ۱۳۲۹ شمسی در تهران و «جبهه مؤتلفه مطبوعات ملی» و «انجمن روزنامه‌نگاران دموکرات» در سالهای ۳۱-۱۳۳۰ در یزد، «سازمان روزنامه‌نگاران» در سال ۱۳۳۰ در تهران، «انجمن روزنامه‌نگاران» اول آبان ۱۳۳۰ در تهران، «اتحادیه مطبوعات فارس» در سال ۱۳۳۱ در شیراز و «انجمن روزنامه‌نگاران» که در شهریور ۳۱ با گردهمایی

مدیران جراید گیلان پایه‌گذاری شد و در بهمن ماه همان سال هیئت مدیره آن انتخاب شد. نشریه‌ای نیز زیر عنوان «جامعه روزنامه‌نگاران ملی» در سال ۱۳۳۱ در تهران منتشر شد، «سندیکای مطبوعات ایران» نیز در سال ۱۳۳۱ در تهران تأسیس شد. این سندیکا از جمله تشکلهایی بود که در مسائل سیاسی هم فعالیت کرد و حتی تصمیم گرفت در انتخابات انجمن شهر تهران شرکت کند.

از نیمه دوم سال ۱۳۲۹ بر اثر گسترش نهضت ملی ایران و حمایت مردم از مطبوعات مبارز، عوامل درباری و دولت نتوانستند اختناق مطبوعاتی موردنظرشان را به عمل درآورند. مطبوعات در ماجرای ملی شدن صنعت نفت شایستگی بسیاری از خود نشان دادند و موج احساسات شدیدضداستعماری را در بین ملت برانگیختند و در واقع جنبه سیاسی و اجتماعی‌شان خیلی بیشتر از مسائل صنفی بود. به دنبال ترور رزم‌آرا نخست‌وزیر وقت، کابینه‌علاء تشکیل شد ولی عمر دولت او بسیار کوتاه بود و پس از حدود یک‌ماه و نیم سقوط کرد. به اصرار عمده‌ای از نمایندگان مجلس، دکتر مصدق حاضر به قبول مسئولیت تشکیل کابینه می‌شود. وی پس از تشکیل نخستین جلسه هیئت دولت به اداره کل تبلیغات صریحاً دستور می‌دهد هنگامی که درباره وی مطلبی از رادیو پخش می‌شود، الفاظ جناب و القاب و عناوین را به کلی حذف کنند و جالبتر اینکه دکتر مصدق به شهربانی کل کشور دستور می‌دهد: «شهربانی کل کشور، در جراید ایران آنچه راجع به شخص این جانب نگاشته می‌شود هر چه نوشته باشند و هر کس که نوشته باشد نباید مورد اعتراض و تعرض قرار گیرد...» به همین دلیل در حکومت ملی دکتر محمد مصدق مردم و مطبوعات و تشکلهای مطبوعاتی از آزادیهای سیاسی و اجتماعی فراوانی برخوردار بودند و آثار قلمی بسیاری از نویسندگان در این دوره چاپ و منتشر شد که تا آن زمان و تا این حد در هیچ دوره‌ای امکان نداشت.

گفتنی است در دوره دوازده ساله (۳۲-۱۳۲۰) علاوه بر دهها روزنامه و مجله ارگان احزاب و سازمانها و گروههای مختلف سیاسی و مذهبی و صنفی و تشکلهای مطبوعاتی و چندین نشریه وابسته به سازمانهای بخش عمومی و خصوصی، بیش از ۶۵۰۰ نشریه متفرقه، هر کدام با شیوه‌های مختلف چاپ و منتشر شدند و جالبتر اینکه در این دوره قریب به ۲۳ نشریه طنز و کاریکاتور هم منتشر گردید.

با کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ دولت مردمی دکتر مصدق سقوط کرد و فشار علیه مطبوعات و تشکلهای مطبوعاتی بیشتر شد. روزنامه‌نویسان حقوق‌مورد ستم قرار گرفتند، گروه کثیری بازداشت و شکنجه شدند و چندتن از این گروه از جمله دکتر حسین فاطمی مدیر روزنامه *باختر* امروز در حالی که تب شدیدی داشت در سپیده‌دم ۱۹ آبان ۱۳۳۳ به جوخه اعدام سپرده شد. امیر مختار کریم پورشیرازی مدیر روزنامه *شورش*، متحمل شدیدترین شکنجه‌ها شد. او را در سحرگاه ۲۵ اسفند ۱۳۳۳ در زندان با ریختن نفت بر سر و رویش زنده‌زنده سوختند.

پس از این دوران دوازده ساله، باید به دوران پرمجازی مطبوعات و مطبوعاتیان و علل ضعف و قوت تشکلهای حرفه‌ای مطبوعات اعم از «کارفرمایان مطبوعات»، «اعضای تحریری مطبوعات» و «کارکنان وسایل ارتباط جمعی»، «اعضای تحریری و کارکنان خبری رادیو و تلویزیون»، «فروشنندگان جراید»، «صاحبان چاپخانه‌ها» و «کارگران چاپخانه‌ها» از سال ۱۳۳۲ تا حال حاضر پرداخت، که به علت محدودیت صفحات به‌طور خلاصه به این بخش اشاره می‌شود.

انجمن خبرنگاران ایران: در اوایل سال ۱۳۳۳ نخست عده‌ای از اعضای تحریری مطبوعات تصمیم گرفتند برای خود تشکلی ایجاد کنند. پس از چند جلسه گردهمایی سرانجام در جلسه‌ای با حضور گروهی از اعضای تحریری مطبوعات، ۱۲ نفر به‌عنوان اعضای هیئت مؤسس انتخاب شدند. در همین جلسه تشکیلات مذکور، «انجمن خبرنگاران ایران» نام گرفت. تا آنجا که من به خاطر دارم، در هیئت مؤسس این انجمن چند تن از نویسندگان و طنزپردازان و خبرنگاران و مترجمان صاحب‌نام آن زمان حضور داشتند. پس از چند ماه برای تشکیل مجمع عمومی جهت انتخاب هیئت مدیره رسمی دعوت به‌عمل آمد. بیش از ۵۰ تن در این مجمع شرکت کردند. اساسنامه این انجمن که در ۱۴ ماده و دو تبصره تنظیم شده بود مورد تصویب قرار گرفت، اما متأسفانه باز هم این تشکیلات به دلایلی که شرح مفصل آن را در کتاب خویش آورده‌ام، موفق به ادامه کار نشد.

کانون دست‌اندرکاران روزنامه‌ها: عده‌ای نیز در ۱۲ تیرماه ۱۳۳۵ موجودیت تشکلی به‌نام «کانون دست‌اندرکاران روزنامه‌ها» را در تهران اعلام کردند.

کانون روزنامه‌نگاران ایران: در همان سال گروهی از صاحبان امتیاز و مدیران جراید یعنی کارفرمایان مطبوعات طی اجتماعی «کانون روزنامه‌نگاران ایران» را تأسیس کردند. پس از

انتخاب هیئت مدیره، دکتر رحمت مصطفوی به سمت مدیرعامل و ابوالفضل مرعشی به دبیری این کانون انتخاب شدند. همکاری این کانون با «جبهه متفق ایران» تشکیل «انجمن مطبوعات ایران» را در اواخر دهه ۳۰ به دنبال داشت. در بالا گفته شد که در دهه ۲۰ تشکیلاتی از طرف کارفرمایان مطبوعات با عنوان «انجمن مطبوعات ایران» تشکیل شد و چند تن از مدیران مسئول جراید بزرگ و معروف آن دوره با عقاید مختلف در این سازمان نقش مؤثری داشتند و این انجمن به «سازمان بین‌المللی مطبوعات» پیوست اما به سبب اختلاف نظرهای میان مدیران جراید عضو این انجمن، تشکیلات مذکور پس از چندی تعطیل شد. اکثریت اعضای این انجمن به اضافه چند تن از مدیران مطبوعات که پس از کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ موفق به کسب امتیاز جراید جدیدی شده بودند، در سال ۱۳۳۹ تشکیلاتی به همین نام به وجود آوردند و پس از انتخاب هیئت مدیره، عباس مسعودی مدیر روزنامه *اطلاعات* به ریاست هیئت مدیره، و دکتر رحمت مصطفوی مدیر مجله *روشنفکر* به مدیریت عامل انتخاب شدند. ولی از بدو تأسیس این انجمن بین مدیران جراید عضو اختلاف به وجود آمد که مهم‌ترین آن در مورد انتخاب هیئت رئیسه و مخصوصاً ریاست آن بود. در دوره دوم علی اصغر امیرانی مدیر مجله *خواندنیها* به ریاست انجمن مذکور انتخاب شد. وجود وی در رأس این تشکیلات سبب شد تا عده‌ای از مدیران عضو استعفا دهند و وی ناگزیر به کناره‌گیری از ریاست انجمن شد. در دوره بعد شکرالله صفوی مدیر روزنامه *کوشش* به ریاست این انجمن انتخاب شد ولی او نیز به علت عدم آگاهی از مسائل تشکیلات نتوانست کار مؤثری در جهت تشکل صاحبان امتیاز و مدیران مسئول جراید در این انجمن انجام دهد.

باشگاه مطبوعات: در همین دوره عده‌ای از مدیران جراید، تحت نام «باشگاه مطبوعات» به ریاست عباس مسعودی آغاز به فعالیت کردند ولی پس از مدتی به علت اختلافات داخلی نتوانستند به کار خود ادامه دهند و عباس مسعودی مجبور به کناره‌گیری از این تشکل شد. مدتی باشگاه مذکور تعطیل بود. پس از چندی گروه دیگری آن را فعال کردند. کوشش آنان نیز بی‌نتیجه بود و آنان نیز کناره‌گیری کردند.

اتحادیه فروشندگان جراید تهران: از جمله تشکیلات منسجمی که در دهه ۳۰ به وجود آمد «اتحادیه فروشندگان جراید تهران» است که از سابقه طولانی برخوردار است و در جای خود از

آن بحث شد. اما دوره جدید آن در سال ۱۳۳۷ آغاز گردید و مجمع عمومی آن با حضور کثیری از فروشندگان جراید در تهران تشکیل شد و با انتخاب هیئت مدیره، به فعالیت پرداخت. این اتحادیه هنوز هم به کار خود ادامه می‌دهد.

اتحادیه فروشندگان جراید خراسان: در سال ۱۳۴۱ نیز عده‌ای از فروشندگان جراید مقیم مشهد در یک گردهمایی لزوم تأسیس سندیکای این صنف را اعلام کردند. ابتدا هیئت مؤسس انتخاب شد و پس از تشکیل مجمع عمومی در همان سال، نخستین سندیکای فروشندگان جراید در شهرستانها در مشهد تأسیس گردید. پس از انتخاب هیئت مدیره، غلامرضا اکرمی به دبیری این سندیکا انتخاب شد. در سال ۱۳۵۸ به کوشش گروهی از فروشندگان جراید مشهد تشکیلات جدیدی با نام «اتحادیه فروشندگان جراید خراسان» تأسیس شد که همچنان به فعالیت خود ادامه می‌دهد. اتحادیه مذکور تاکنون چند مجمع عمومی تشکیل داده است.

از فضای باز تا توقیف ۷۵ نشریه در یک روز: مطبوعات ایران و تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی و روزنامه‌نگاران در سالهای ۳۸ تا ۱۳۴۲ دوران پرنشیب و فرازی را طی کردند. با برکناری دکتر منوچهر اقبال از نخست‌وزیری در روز ۹ شهریورماه ۱۳۳۹ مهندس شریف امامی بر سرکار آمد. وی ابتدا قول داد که دوران اختناق به پایان رسیده، اما پس از انتخابات فرمایشی مجلس شورای ملی، به علت گسترش اعتراض و حرکتهای تند مردم علیه اقدامات خلاف قانون دولت وی و انتقاد شدید در برخی جراید کشور در ۱۵ اردیبهشت ۱۳۴۰ حکومت وی سقوط کرد. روز بعد در ۱۶ اردیبهشت ۱۳۴۰ دکترعلی امینی که با حمایت امریکا دولت خود را تشکیل داد با تظاهر به قبول نظریات مردم، مجلس شورای ملی را منحل کرد و به ظاهر به مطبوعات و تشکلهای مطبوعاتی آزادی داد. تا حدودی نیز عده‌ای توانستند مقالات انتقادی پیرامون مسائل روز خاصه درباره مشکلات اقتصادی کشور و مسائل سیاسی و اجتماعی و لزوم برقراری آزادی بیان و اندیشه و تشکیل اجتماعات و احزاب و گروههای مختلف درج کنند. اما شاه حاضر نشد از دولتی که وابسته به خودش بود و به ظاهر تظاهر به آزادیخواهی می‌کرد دفاع کند و وی را در ۲۹ تیرماه ۱۳۴۱ از نخست‌وزیری برکنار ساخت و یکروز بعد اسدالله علم را به نخست‌وزیری برگزید. جراید کشور که در سالهای ۴۱-۱۳۳۹ تا حدودی می‌توانستند برخی مطالب انتقادی را درج کنند و تشکلهای مطبوعاتی نیز بر فعالیت خود افزوده بودند، بار دیگر گرفتار اختناق شدند.

مجدداً این آزادی نیم‌بند را دولت علم گرفت و رسانه‌های جمعی بخصوص مطبوعات دچار سانسور شدیدتر شدند. دولت علم در ۲۰ ماه حکومتش هر جنبش و حرکتی را سرکوب و هر صدای مخالف را در نطفه خفه و هر روزنامه و مجله حقگو را توقیف کرد. یورش بزرگ به مطبوعات در فروردین ۱۳۴۲ به بهانه کم بودن تیراژ روزنامه‌ها و مجله‌ها روی داد و جهانگیر تفضلی وزیر مشاور، و معاون تبلیغات دولت علم که خود زمانی از مطبوعاتیان فعال و معروف ایران بود، به دستور شاه و علم حدود ۷۵ روزنامه و مجله را توقیف کرد (تصویب‌نامه مذکور در جلسه ۲۵ اسفند ۱۳۴۱ به تصویب هیئت وزیران رسیده بود).

سندیکای نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات ایران: کثیری از اعضای تحریری مطبوعات تهران در دو دهه ۲۰ و ۳۰ جهت تأسیس یک تشکل حرفه‌ای مطبوعاتی زحمات زیادی را متحمل شدند تا اینکه چهارتن از اعضای قدیمی تحریری مطبوعات، طی جلسه‌ای در ۲۵ مرداد ۱۳۴۱ پایه تأسیس سندیکای نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات ایران را بنیان گذارند. در جلسه بعدی که به دعوت همین گروه در شهریور ماه ۱۳۴۱ با شرکت ۱۵ تن از اعضای تحریری مطبوعات تشکیل شد، مقرر گردید که اساسنامه‌ای برای این سندیکا تدوین گردد. در جلسه بعدی که در ۵ مهر ۱۳۴۱ در کتابخانه پارک شهر تهران با حضور بیش از ۴۵ تن از نویسندگان و خبرنگاران و مترجمان عضو تحریری مطبوعات تشکیل شد، اساسنامه تنظیم شده قرائت گردید و مورد تأیید قرار گرفت و خواسته شد تا هر چه زودتر نخستین مجمع عمومی برای تصویب اساسنامه و انتخاب هیئت مدیره و بازرسان تشکیل گردد. در ۲۳ آبان ۱۳۴۱ نخستین مجمع عمومی سندیکای نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات ایران — یعنی بزرگترین تشکیلات حرفه‌ای مطبوعاتی پس از دو دهه انتظار — با حضور ۹۳ تن از نویسندگان و خبرنگاران و مترجمان و عکاسان خبرنگار و کاریکاتورست‌ها در سالن دبستان فیروزکوهی تشکیل شد. پس از اصلاح اساسنامه و تصویب آن، اولین هیئت مدیره متشکل از ۱۱ تن عضو اصلی و ۳ تن عضو علی‌البدل و ۳ تن بازرسان انتخاب شدند. مجمع عمومی این سندیکا همه ساله با حضور عده زیادی از اعضا تشکیل می‌شد و برخی از این مجامع از ۶ بعدازظهر تا بامداد روز بعد به طول می‌انجامید. در این مجامع علاوه بر انتخاب هیئت مدیره و بازرسان، اعضای هیئت داوری و شورای صندوق بیکاری نیز باید انتخاب می‌شدند. به همت فعالیت سندیکا، سازمانهای جنبی متعددی که هر کدام یک هدف

خاص اجتماعی، فرهنگی و رفاهی را دنبال می‌کرد تأسیس شد. این سندیکا به کمک اعضای خودگامهای بزرگی برداشت، از جمله اجرای پیمان دسته‌جمعی کار و طبقه‌بندی مشاغل تحریری مطبوعات، بیمهٔ عمر اعضای حرفه‌ای عضو سندیکا، احداث ۱۲۲ دستگاه آپارتمان در کوی نویسندگان و نقش مهم سندیکا در رهبری دو اعتصاب بزرگ کارکنان مطبوعات، انتشار بولتن هفتگی جهت اعضا و خدمات چشمگیر دیگری که بحث دربارهٔ آنها نیاز به دهها صفحه مطلب دارد.

سندیکای کارگران صنعت چاپ: در مقدمه این بحث آمده بود که از جمله سازمانهای قدیمی و فعال در ایران «سندیکای کارگران چاپخانه‌ها» است. این سندیکا در دوره فعالیت خود با مسائل زیادی روبه‌رو بوده است. تا حدودی به فعالیت این سندیکا در دوره قبل و بعد از سلطنت رضاشاه اشاره شد، اما پس از خروج وی از ایران، سندیکای مذکور کم‌وبیش فعالیت داشته تا اینکه در سال ۱۳۴۴ شمسی با نیروی متشکل‌تر زیر عنوان «سندیکای کارگران چاپخانه‌های تهران» بار دیگر موجودیت خود را اعلام می‌کند و به شمارهٔ ۳۹ به ثبت می‌رسد. بولتن آن نیز زیر همان نام مرتباً منتشر می‌گردید. پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران، در سال ۱۳۵۸ مجمع عمومی سندیکای کارگران چاپخانه‌ها با شرکت گروه کثیری از کارگران چاپخانه‌ها، هیئت مدیره جدیدی را انتخاب می‌کند و در این مجمع نام سندیکا با عنوان «سندیکای کارگران صنعت چاپ» به تصویب می‌رسد و بولتن آن تحت عنوان «نشریهٔ مستقل سندیکای کارگران صنعت چاپ» منتشر می‌شود.

سندیکای مرکزی صنعت چاپ: صاحبان چاپخانه‌ها نیز در سال ۱۳۲۵ طی یک گردهمایی تشکیلات این صنعت را تحت عنوان «سندیکای چاپخانه‌داران ایران» تأسیس کردند و پس از انتخاب اعضای هیئت مدیرهٔ آن در همان سال این سندیکا به شمارهٔ ۱۸ به ثبت رسید. فعالیت این گروه در آن دوره در حد معمول بود ولی در آبان ۱۳۴۷ با تشکیل مجمع عمومی فوق‌العاده، اساسنامهٔ آن با اصطلاحاتی تغییر کرد و تحت عنوان «سندیکای مرکزی صنعت چاپ» بر فعالیت خود افزود و در همان سال این سندیکا در وزارت کار و امور اجتماعی به ثبت رسید. پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران سندیکای مذکور با تشکیل مجمع عمومی با اکثریت اعضای این صنف، هیئت مدیرهٔ جدیدی انتخاب کرد و تغییرات جدیدی در اساسنامه داده شد و نام آن به

«انجمن اسلامی صنف صنعت چاپ» تغییر یافت. از طرف هیئت مدیره انجمن مذکور نشریه‌ای با عنوان «نشریه انجمن اسلامی صنعت چاپ» به طور مرتب منتشر می‌گردید. این تشکیلات با اعمال تغییراتی در عنوان آن اینک نیز فعال است و یک نشریه ماهانه پرمحتوا انتشار می‌دهد.

جامعه مطبوعات نوین: در سال ۱۳۴۵ باز هم از طرف چند تن از صاحبان امتیاز و مدیران مسئول مطبوعات تشکیلاتی به نام «جامعه مطبوعات نوین» تأسیس شد و دکتر سیف‌الله وحیدنیا و دکتر محمود عنایت مسئولیت آن را به عهده گرفتند ولی آنان نیز موفق نشدند و این تشکیلات تعطیل شد.

خانه مطبوعات ایران: پس از مدتی فترت، گروه دیگری از کارفرمایان مطبوعات قدیمی به هوس تشکیل یک تشکل کارفرمایی مطبوعاتی افتادند و این بار این تشکیلات را «جامعه مطبوعات ایران» نام نهادند و پس از انتخاب هیئت مدیره جدید، ریاست این تشکیلات را شکرالله صفوی مدیر روزنامه کوشش به عهده گرفت.

انجمن زنان روزنامه‌نگار: در برخی نشریه‌ها تاریخ تشکیل انجمن زنان روزنامه‌نگار، در اوایل سال ۱۳۵۰ شمسی نقل شده ولی در مقاله تحقیقی آقای سیدفرید قاسمی در معرفی روزنامه اندیشه روز، ارگان زنان روزنامه‌نگار و نویسنده، تاریخ تأسیس این انجمن تیر ماه ۱۳۴۸ ذکر شده است (اخبار سینمایی ۱۲ اسفند ۷۶). انجمن مذکور بنا به پیشنهاد خانم اعظم سپهر خادم مدیر مجله پست ایران و کمک عده‌ای از زنان نویسنده و روزنامه‌نگار قدیمی طی یک گردهمایی هیئت مدیره انجمن را انتخاب کردند که پس از ۹ سال فعالیت تعطیل شد.

انجمن مطبوعات ایران وابسته به حزب ایران نوین: این تشکیلات که نزدیک به چهل تن از صاحبان امتیاز و مدیران مسئول و مطبوعاتیان وابسته به حزب ایران نوین را در برمی‌گرفت، در اواخر دهه ۴۰ به وجود آمد و در سال ۱۳۵۱ عده‌ای از آنان که به دنبال منافع مالی بیشتر بودند به کارگردانی عباس شاهنده مدیر روزنامه فرمان «شرکت تعاونی روزنامه‌نگاران ایران» را تأسیس کردند و چند تن از آنان توانستند در آن دوران مقداری کاغذ و نیز زمینهایی به نرخ دولت خریداری کنند. ولی با انحلال حزب ایران نوین این تشکیلات نیز منحل شد.

«کانون مطبوعات علمی ایران» و «مطبوعات کشاورزی ایران»: در همین دوران نیز عده‌ای از صاحبان امتیاز و مدیران جراید تخصصی (علمی، پزشکی، اقتصادی، صنعتی، کشاورزی) این دو تشکل را به وجود آوردند و عده‌ای هم عضو این دو انجمن شدند و چندی فعالیت کردند ولی این دو سازمان نیز نتوانست به کار خود ادامه دهد.

سندیکای کارکنان اداری وسایل ارتباط جمعی: کارکنان اداری مطبوعات به علت نبود تشکیلات متعلق به خود ناملايمات و تبعیضات زیادی را متحمل می‌شدند و کارفرمایان مطبوعات به بهانه‌های واهی می‌توانستند هر یک از آنها را اخراج کنند، به همین دلیل فکر تشکیل سندیکای مذکور بین این گروه زحمتکش گسترش یافت و در ۲۸ تیر ۱۳۵۲ نخستین مجمع عمومی این سندیکا با حضور گروهی از کارکنان اداری وسایل ارتباط جمعی در سالن اجتماعات دبستان فیروزکوهی تشکیل شد. پس از تصویب اساسنامه، ۷ تن به عنوان هیئت مدیره و ۲ تن به عنوان بازرس و ۵ تن به عنوان هیئت داوری انتخاب شدند. پس از آن در نخستین جلسه هیئت مدیره مهندس جمشید لاجینی به عنوان رئیس و منوچهر فاضل به دبیری سندیکای مذکور انتخاب شدند. اولین شماره بولتن سندیکا در ۱۶ آذر ۱۳۵۳ منتشر شد. چندی پس از پیروزی انقلاب فعالیت سندیکای مذکور متوقف شد و پس از چندی تعطیل گردید.

کانون خبرنگاران عکاس: این تشکیلات نیز در اواخر سال ۱۳۴۳ فعالیت خود را آغاز کرد و طی جلسه‌ای با حضور عده‌ای از خبرنگاران عکاس آیین‌نامه تهیه شده را به تصویب رساند. این کانون مدتی به فعالیت خود ادامه داد. در اوایل دهه ۵۰ نیز به کوشش چند تن از خبرنگاران عکاس و برخی که به کار عکاسی هم اشتغال داشتند این تشکل «اتحادیه خبرنگاران عکاس» نام گرفت و سالها به کار خود ادامه داد.

انجمن سردبیران مطبوعات: در اوایل دهه ۵۰ سردبیران وقت چند نشریه که در رأس آنها سردبیر کیهان بود، طی دعوت نامه‌ای از سردبیران نشریات مختلف خواستند تا انجمن مذکور را تأسیس کنند. اما چون کثیری از سردبیران نشریات آن دوره عضو سندیکای نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات بودند در آن انجمن عضو نشدند و به همین خاطر به علت عدم شرکت اکثریت سردبیران پا نگرفت.

تشکلهای مطبوعاتی در شهرستانها

با تأسیس سندیکای نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات در سال ۱۳۴۱ در تهران، نمایندگیهای مطبوعاتی و عده‌ای از نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات مقیم شهرهای بزرگ ایران خاصه در مراکز استان، علاقه‌مند به تشکیل چنین تشکیلاتی در شهرهای خود شدند، اما متأسفانه به علل مختلف بسیاری از این تشکلهای مطبوعاتی ناموفق بودند و برخی خیلی زود و بعضی دیرتر تعطیل شدند. سندیکاهایی که در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ در مراکز استان کشور تأسیس شدند و یا در شرف تأسیس بودند عبارت‌اند از:

سندیکای نویسندگان و خبرنگاران استان خوزستان: در اوایل سال ۱۳۴۵ عده‌ای از نویسندگان و خبرنگاران خوزستان طی اجتماعی یک هیئت مؤسس برای تأسیس «سندیکای نویسندگان و خبرنگاران استان خوزستان» انتخاب کردند، هیئت مذکور که به ریاست حسینعلی کاوه چند جلسه تشکیل داد، اساسنامه‌ای را جهت تصویب مجمع عمومی تهیه کرد. مجمع عمومی نیز در همان اوایل ۱۳۴۵ تشکیل شد و هیئت مدیره را هم انتخاب کرد ولی این گروه نتوانستند سندیکای مذکور را در استان خوزستان فعال کنند و کارشان به نتیجه نرسید.

سندیکای نویسندگان و خبرنگاران خراسان: فعالیت برای تأسیس سندیکای نویسندگان و خبرنگاران خراسان از سال ۱۳۴۵ آغاز شد و در سال ۱۳۴۶ در اجلاس مجمع عمومی موقت نویسندگان و خبرنگاران خراسان که در سالن اتاق بازرگانی مشهد برگزار گردید، پس از اخذ رأی، هیئت مدیره آن انتخاب شد. در انتخابات داخلی هیئت مدیره، حبیب امامی به دبیری و تقی امینی به ریاست هیئت مدیره و عبدالعلی رضائی خزانه‌دار و فریدون صلاحی به‌عنوان منشی برگزیده شدند. این سندیکا در سال بعد به ثبت رسید و در سالهای نخستین، گامهایی در جهت احقاق حقوق اعضای این صنف برداشت. اما بعد به علت اختلاف نظر بین اعضای سندیکای مذکور و برخی اعضای هیئت مدیره، نتوانست به فعالیت خود ادامه بدهد و تعطیل شد.

سندیکای نویسندگان در شرف تأسیس یزد: محمدحسین سماوات، نماینده و خبرنگار مطبوعات در یزد در نیمه دوم سال ۱۳۴۹ برای تشکیل سندیکای نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات در یزد

فعالیت کرد و طی نامه‌ای از سندیکای نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات تهران تقاضای همکاری و کمک برای تأسیس سندیکای مذکور کرد ولی بعداً معلوم نشد که این سندیکا تشکیل شد یا نه.

سندیکای نویسندگان و خبرنگاران استان فارس: مجمع عمومی نویسندگان و خبرنگاران استان فارس در سال ۱۳۴۹ با حضور عده‌ای از نویسندگان و خبرنگاران و نماینده اداره کار و امور اجتماعی استان فارس در سالن شهرداری شیراز برگزار شد و با رأی مخفی ۷ تن عضو اصلی و ۳ تن اعضای علی‌البدل و دو تن از اعضا به سمت بازرس انتخاب شدند. پس از تشکیل جلسه هیئت مدیره استادعلی سامی به سمت رئیس هیئت مدیره و صادق همایونی به عنوان دبیر سندیکا انتخاب شدند.

سندیکای نویسندگان و خبرنگاران اصفهان: در اوایل دهه ۵۰ عده‌ای از نویسندگان و خبرنگاران جراید اصفهان با کمک مسئولان نمایندگی جراید تهران در اصفهان طی تشکیل چند جلسه گامهایی جهت تشکیل این سندیکا برداشتند و اساسنامه آن را نیز تنظیم و به تصویب هیئت مؤسس رساندند. ولی این سندیکا نتوانست کار مؤثری انجام دهد و پس از چندی تعطیل شد.

سندیکای نویسندگان و خبرنگاران استان گیلان: بنا به دعوت قبلی جهت تشکیل هیئت مؤسس سندیکای نویسندگان و خبرنگاران گیلان جلسه‌ای با حضور خبرنگاران و نویسندگان در اوایل خرداد ۱۳۵۲ در خانه جوانان رشت تشکیل شد و هیئت مؤسس سندیکای مذکور انتخاب شد. چندی بعد هم مجمع عمومی تشکیل و هیئت مدیره این سندیکا انتخاب گردید.

سندیکای نویسندگان و خبرنگاران استان آذربایجان شرقی: در اواخر سال ۱۳۵۴ سندیکای نویسندگان و خبرنگاران استان آذربایجان شرقی با حضور گروهی از نویسندگان و خبرنگاران موجودیت خود را اعلام کرد. پس از انتخاب هیئت مدیره طی جلسه‌ای در اوایل بهمن همان سال با استاندار وقت آذربایجان ملاقات کرد و مسائل و مشکلات اعضاء سندیکا را مطرح نمود. در همین زمان یکی از اعضای سندیکا پیشنهاد می‌کند تشکیلاتی به نام «انجمن قلم» در تبریز تشکیل گردد. در نخستین جلسه هیئت مدیره علی نیکرفتار به عنوان رئیس و جلال وفایی به عنوان

دبیر سندیکای مذکور انتخاب شدند. ولی این سندیکا نتوانست به کار خود ادامه دهد و در سال ۱۳۵۶ تعطیل شد.

تأسیس سندیکای کارگری در چاپخانه‌ها با آغاز دهه پنجاه، کارگران واحدهای بزرگ مطبوعاتی به طور مستقل برای خود سندیکایی به وجود آوردند که به شرح زیر نقل می‌گردد:

سندیکای کارگران گروه انتشارات کیهان: در اوایل سال ۱۳۵۰ کارگران چاپخانه مؤسسه کیهان طی یک گردهمایی با شرکت اکثریت قریب به اتفاق کارگران چاپخانه این مؤسسه هیئت مدیره سندیکای کارگران گروه انتشارات کیهان را انتخاب کردند و این سندیکا در همان سال به ثبت رسید. اعضای سندیکای مذکور، بیش از اعضای داخلی واحدهای چاپ در دیگر مؤسسات مطبوعاتی بود. نخستین بولتن این سندیکا تحت عنوان بولتن سندیکای کارگران کیهان در نیمه دوم بهمن ۱۳۵۵ منتشر شد. این بولتن حاوی اطلاعات مفیدی برای کارگران، خواسته‌های اعضای سندیکا، طرز کار ماشینهای جدید حروفچینی و مطالب آموزنده دیگر بود.

انجمن اسلامی کارکنان کیهان: روز ۱۵ اسفند ۱۳۵۷ نیز گروهی از کارمندان و کارگران مؤسسه کیهان طی اجتماعی در مؤسسه مذکور، تشکیل انجمن اسلامی کارکنان کیهان را اعلام کردند. هیئت مؤسس انجمن مذکور در اساسنامه‌ای که بدین منظور انتشار داده بود متذکر شده بود: «... معجزه وحدت و یکپارچگی ملت تحت لوای اسلام و با رهبری قاطع و سازش‌ناپذیر توانست نیروهای نهفته ولی پراکنده ملت را شکل بخشد و کاخهای عظیم امپراتوری را واژگون سازد...» در این اساسنامه از همه زحمتکشان کیهان اعم از کارگر و کارمند و عضو تحریری دعوت شده بود که به انجمن اسلامی کارکنان کیهان بپیوندند و «زیر لوای اسلام به قیام ملت خدمت کنند...»

سندیکای کارگران ایران چاپ: در مؤسسه اطلاعات، کارگران چاپخانه این مؤسسه در دهه پنجاه طی یک اجتماع پرشور در سالن اجتماعات این مؤسسه هیئت مدیره سندیکای خود را انتخاب کردند. اعضای هیئت مدیره این سندیکا مخصوصاً دبیر آن فعال بودند و گامهای مؤثری در جهت

اتحاد و همبستگی کارگران برداشتند و در اعتصاب چهارروزه و ۶۱ روزه مطبوعات کشور در سال ۱۳۵۷ نقش مؤثری داشتند.

سندیکای کارگران چاپ یادگاران: کارگران چاپخانه آیندگان نیز در دهه ۵۰ دارای تشکیلات اختصاصی خود شدند و بولتن داخلی آن زیر عنوان چاپخانه نشریه داخلی کارگران چاپ یادگاران «آیندگان» چاپ می‌شد. کارگران این سندیکا علاوه بر شرکت فعال در دو اعتصاب مطبوعات کشور، قبلاً نیز در یک اعتصاب داخلی همراه با اعضای تحریری روزنامه آیندگان شرکت کرده بودند.

شورای کارکنان سازمان رادیو و تلویزیون ایران: این شورا بنا به پیشنهاد عده‌ای از اعضای تحریری و کارکنان خبری سازمانهای مذکور به منظور تأیید اعتصاب مطبوعاتیان و فعالیت در جهت احقاق حقوق از دست رفته کارکنان و مهمتر از همه برقراری هرگونه ارتباط مفید با مردم، در مهرماه ۱۳۵۷ در تهران زیرنام «شورای نمایندگان کارکنان خبر و پخش سازمان رادیو و تلویزیون ملی ایران» موجودیت خود را اعلام کرد و تا چند ماه پس از انقلاب، اعضای هیئت مدیره این سازمان فعالیت چشمگیری داشتند که سپس تعطیل شد.

انجمن دفاع از آزادی مطبوعات: این انجمن روز ۱۹ آذر ماه ۱۳۵۷ که مصادف بود با روز جهانی حقوق بشر، طی جلسه‌ای با شرکت عده‌ای از نویسندگان، مترجمان، شعرا، حقوق‌دانان، استادان دانشگاه و گروهی از مطبوعاتیان در منزل شادروان حسن صدر مدیر روزنامه قیام/ایران تشکیل شد و موجودیت خود را اعلام کرد. اساسنامه این انجمن که در شش فصل (۲۸ ماده و ۳ تبصره) تنظیم شده بود به اتفاق آرا به تصویب رسید. حسن صدر ریاست انجمن مذکور را به‌عهده داشت. این جانب همراه با ۲۵ تن عضو مؤسس این انجمن بودیم.

تعاونی مطبوعات: در ۲۵ مهرماه ۱۳۶۷ در نشستی با حضور ۳۲ تن صاحب امتیاز و مدیران مسئول روزنامه‌ها و مجلات منتشره در کشور، ۳ تن از شرکت‌کنندگان در جلسه مذکور به عنوان هیئت مؤسس انتخاب شدند. از جمله تصمیمات این جلسه برگزاری مجمع عمومی (مؤسس) بود و پس از برگزاری این مجمع نخستین اعضای هیئت مدیره تعاونی مطبوعات کشور انتخاب

شدند، فعالیت‌های تعاونی مطبوعات ابتدا در دفتر مجله کشاورز زیر نظر دکتر گل‌افرا ادامه یافت. اما از پاییز ۱۳۶۹ با انتخاب محمدمحسن سازگارا مدیر هفته‌نامه آینه به عنوان مدیرعامل تعاونی مطبوعات، دوره جدیدی از فعالیتها را آغاز کرد. در سالهای اخیر چند مجمع عمومی این تعاونی تشکیل شده و تغییراتی در هیئت اجرایی آن انجام گرفته است. در سال ۷۳ محل دفتر این تشکل تغییر کرد و به ساختمان جدیدی که در میدان ۷ تیر احداث شده بود منتقل شد. کارنامه مطبوعات نام نشریه‌ای است که ارگان این تشکیلات است و به‌طور ماهانه به صاحب امتیازی تعاونی مطبوعات و مدیر مسئولی خانم سهیلا رضائی و مسئولیت اجرایی محمد کسایی‌زاده چاپ و منتشر می‌شود و شماره ۷۵ آن در اسفند ماه ۱۳۷۶ منتشر شده است. در سال ۷۳ محمدمحسن سازگارا از قبول مسئولیت جدید خودداری کرد و در پاییز سال ۷۴ نیز علی‌اکبر قاضی‌زاده از عضویت در هیئت مدیره تعاونی مذکور استعفا داد.

گروه ورزشی نویسان و عکاسان خبرنگار ورزشی عضو سندیکا: در نیمه اول سال ۱۳۵۲ که گروه ورزشی نویسان عضو سندیکای نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات ضمن جلسه‌ای که در محل دبیرخانه سندیکا تشکیل دادند هیئت رئیسه گروه خود را انتخاب کردند، این گروه بعنوان یک تشکل فعال و بسیار سریع خود را آشکار کرد و در محافل ورزشی خارج از کشور نیز کسب احترام و اعتبار کرد. در مذاکرات شفاهی که مقامات اتحادیه بین‌المللی نویسندگان و خبرنگاران ورزشی در نیمه دوم سال ۱۳۵۲ در تهران با اعضای هیئت رئیسه گروه مذکور داشتند، از عضویت گروه در اتحادیه استقبال کردند و مدارک و اسناد اتحادیه را برای گروه فرستادند. به علت کارشکنی‌های مقامهای مسئول در وزارت اطلاعات وقت، مخصوصاً در مورد اجبار در اخذ کارت خبرنگاری از آن وزارت، گروه ورزشی نویسان نتوانست در کار تشکیلاتی موفق شود.

انجمن مطبوعات ورزشی نویسان: در نیمه دوم سال ۱۳۶۹ نیز گروهی از نویسندگان و خبرنگاران ورزشی، عکاسان خبرنگار، گزارشگران ورزشی مطبوعات و خبرگزاریهای رادیو و تلویزیون و تهیه‌کنندگان فیلمهای ورزشی، طی اجتماعی در یکی از سالنهای سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، اساسنامه این انجمن را در ۱۱ ماده و ۳ تبصره زیر عنوان «انجمن مطبوعات ورزشی جمهوری اسلامی ایران» وابسته به کمیته ملی المپیک ایران در ۲۳ تیر ۱۳۶۹ به تصویب رساند. این تشکیلات کار خود را تحت نظارت کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران آغاز

کرد و با اینکه مدتی هم به فعالیت خود ادامه داد، از آنجا که کمیته ملی المپیک قصد داشت نمایندگانی از جانب خود و یا به انتصاب از جانب خود به فدراسیون آسیایی المپیک بفرستد، انجمن مذکور از اجرای این موضوع خودداری کرد. به این ترتیب پس از مدتی آن انجمن عملاً تعطیل شد.

انجمن نویسندگان ورزشی و عکاسان ورزشی: بار دیگر در پاییز ۱۳۷۴ بنا به دعوت عده‌ای از ورزشی‌نویسان و خبرنگاران عکاس ورزشی، یک مجمع عمومی زیر نام «انجمن نویسندگان ورزشی و خبرنگار - عکاسان ورزشی» در سالن اجتماعات دفتر مشترک فدراسیونهای ورزشی ایران تشکیل شد. در این مجمع علاوه بر حضور عده‌ای از ورزشی‌نویسان، نماینده وزارت کشور و نماینده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و نماینده کمیته ملی المپیک و نماینده تربیت بدنی ایران حضور داشتند. در همین جلسه (۱۰ آذر ۱۳۷۴) اساسنامه جدید تصویب شد و سپس هیئت مدیره و اعضای علی‌البدل و بازرسان انتخاب شدند. قابل ذکر است که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی طی آگهی‌های مرتب در مطبوعات اعلام کرده بود که خبرنگاران و ورزشی‌نویسانی می‌توانند در مجمع عمومی شرکت کنند که قبلاً کارت خبرنگاری خود را از آن وزارتخانه دریافت کرده باشند و بنا به گفته عده‌ای از آنان چون راهی جز قبول دریافت کارت از آن وزارتخانه نداشتند، مجبور به دریافت کارت خبرنگاری از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی شدند تا بتوانند در مجمع عمومی برای انتخاب هیئت مدیره انجمن شرکت کنند.

انجمن سینمایی‌نویسان: عده‌ای از نویسندگان و منتقدین سینما و تئاتر در راه تأسیس تشکلهای هنری و سینمایی مانند «کانون فیلم‌نامه‌نویسان» و «انجمن منتقدان و نویسندگان سینمایی» گامهای مؤثری برداشتند که خود نیاز به بحث مفصل دارد و در اینجا به اختصار به آن اشاره می‌شود و مشروح آن در کتاب تشکلهای مطبوعاتی زیر نظر این جانب درج می‌گردد. نخستین بار تأسیس تشکلی جهت حمایت از منتقدان و نویسندگان فیلم و سینما و تئاتر چند سال قبل از شهریور ۲۰ بود. در دهه ۳۰ عده بیشتری از نویسندگان و منتقدین فیلم و سینما جهت تأسیس «انجمن منتقدین فیلم و سینما» به فعالیت خود افزودند. گفتنی است که در همین دوره گروه دیگری از دست‌درکاران این رشته برای تأسیس چنین تشکل مطبوعاتی به طور جداگانه به فعالیت پرداختند و هر دو گروه جلسه‌هایی برای تدوین اساسنامه در خانه‌ها و محل کار خود تشکیل می‌دادند. در

دهه ۴۰ نیز گروهی برای ایجاد تشکل «نویسندگان و منتقدان و فیلم‌نامه‌نویسان» به فعالیت پرداختند و در این زمینه عده‌ای از پیشکسوتان این رشته به آنان کمک کردند و گروهی از آنان که عضو سندیکای نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات بودند جلسه‌های صنفی خود را در دبیرخانه سندیکا تشکیل می‌دادند. یادآور می‌شود در حالی که در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ به تعداد نشریه‌های هنری، فیلم و سینما افزوده می‌شد، فعالیت‌های تشکیلاتی این گروه‌ها همچنان به جلسه‌های دوره‌ای محدود بود و در اواخر دهه ۵۰ این فعالیتها تقریباً متوقف شد. در نیمه دوم دهه شصت مجدداً عده‌ای از فیلم‌نامه‌نویسان برای تأسیس کانون و گروهی دیگر از منتقدان و نویسندگان سینمایی جهت تأسیس انجمن گردهم آمدند و پایه‌های این دو تشکل را گذاشتند، ولی در دهه ۶۰ به نتیجه نرسیدند. در دهه ۷۰ هر دو گروه مجدداً به فعالیت پرداختند و فیلم‌نامه‌نویسان پس از تشکیل مجمع عمومی و تصویب اساسنامه، «کانون فیلم‌نامه‌نویسان» را تشکیل دادند و هیئت مدیره آن نیز انتخاب شده و آقای ابوالحسن داودی ریاست آن را به عهده گرفت. ولی پس از مدتی فعالیت آنان کاهش یافت. گروه منتقدان و نویسندگان سینمایی نیز پس از چند بار تشکیل جلسه و مجمع عمومی عادی و فوق‌العاده و گردهمایی‌های متعدد، ابتدا شورایی تشکیل دادند، ولی به علت عدم شرکت اکثریت در جلسه‌های این شورا با مشکلاتی روبه‌رو شد تا اینکه در تاریخ ۱۳/۳/۷۵ مجمع عمومی فوق‌العاده انجمن منتقدان و نویسندگان سینمایی ایران در محل خانه سینما برگزار شد. این جلسه گزارش شورای مرکزی را پیرامون لغو عضویت ۱۵ تن از اعضا که بر طبق اساسنامه برخوردار از شرایط عضویت نبودند تصویب کرد. سپس انتخابات شورای مرکزی و بازرسی انجام شد و اعضای اصلی و علی‌البدل انجمن انتخاب شدند. شایان ذکر است که این گروه‌ها در سالهای اخیر همچنان به فعالیت خود ادامه می‌دهند.

کانون نویسندگان مستقل سینمایی ایران: بنابه خبری که در مجله فیلم مورخ اسفندماه ۱۳۷۶ مندرج است، در آخرین روزهای برگزاری شانزدهمین جشنواره فجر، «کانون [مستقل] نویسندگان سینمایی ایران» اعلام موجودیت کرد و نام اعضای هیئت مؤسس این کانون در خبر مذکور نقل شده است.

انجمن صنفی روزنامه‌نگاران: سرانجام پس از فعالیت عده‌ای از مدیران مسئول جراید تهران و گروهی از روزنامه‌نگاران جهت تأسیس یک تشکل حرفه‌ای مطبوعاتی، نخستین مجمع عمومی

«انجمن صنفی روزنامه‌نگاران» روز نهم مهرماه ۱۳۷۶ با حضور نزدیک به ۵۰۰ تن تشکیل شد و پس از بحث و تبادل نظر، مخصوصاً در مورد اساسنامه، اعضای اصلی و علی‌البدل و بازرسان این انجمن با مأموریت سه ماهه برای بررسی و اصلاح اساسنامه انتخاب شدند. هیئت مدیره منتخب با تشکیل جلسات هفتگی و پیگیری مسائل مطروحه در راستای مأموریت محوله برای اصلاح جزئیات اساسنامه اقدام به انجام انتخابات داخلی کرد و آقایان رجبعلی مزروعی را بعنوان رئیس هیئت مدیره انجمن و مرتضی لطفی را به‌عنوان نایب رئیس برگزید. همچنین آقایان مصطفی حقدوست و کریم ارغنده‌پور نیز به‌عنوان دبیر و خزانه‌دار انجمن انتخاب شدند.

کمیته اساسنامه این انجمن با هماهنگی لازم با وزارت کار و امور اجتماعی اقدام به تکثیر متن اساسنامه اولیه این انجمن کرد که اخیراً بین اعضا توزیع شده است. کمیته مذکور همچنان جهت اصلاح کامل این اساسنامه به فعالیت خود ادامه می‌دهد. اساسنامه فعلی در ۴۳ ماده و ۲۶ تبصره تهیه شده است و زیر آن آمده است: اعضای هیئت مؤسس: آقایان مسیح مهاجری، سیدمحمد صفی‌زاده، سیدمرتضی نبوی سیدمحمود دعایی، حسن شریعتمدار، علی ربیعی، سیدمحمد موسوی خوئینیا و اعضای هیئت اجرایی: آقایان محمد مهاجری، رضا مظاهری و عرب سرخی. مجوز فعالیت رسمی انجمن صنفی روزنامه‌نگاران از سوی وزارت کار و امور اجتماعی در اواخر آبان ماه سال ۱۳۷۶ صادر شد.

همان‌طور که ملاحظه کردید، در راه تأسیس تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی وقایع و ماجراهای زیادی برای مطبوعاتیان و گروههایی که همراه با آنان در این رشته پرزحمت همکاری داشته‌اند رخ داده است که به طور فهرست‌وار به نظرتان رسید.

به آگاهی می‌رساند تاریخچه پرنشیب و فراز تشکلهای حرفه‌ای مطبوعاتی در ایران زیرنظر این جانب در دست تدوین و تنظیم است و امیدوارم در آینده نزدیک چاپ و منتشر شود. از همه همکاران مطبوعاتی عزیز و کسانی که در این رشته صاحب‌نظرند و اطلاعاتی دارند، تقاضا می‌شود از آنچه کاستی و اشتباه در این بحث و گفتگو به نظرشان رسیده است، مرا مطلع سازند تا تاریخچه‌ای کم‌اشتباه‌تر از جریان تحولات این صنف تهیه گردد و در دسترس علاقه‌مندان گذارده شود.

مبانی استقلال حقوقی حرفه روزنامه‌نگاری
نظرسنجی از روزنامه‌نگاران شاغل در واحدهای مطبوعاتی ایران
حسن نمک‌دوست تهرانی

مقدمه

گرچه در گفتمان روزنامه‌نگاری امروز ایران، موضوع «استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران» بسیار مورد اشاره قرار می‌گیرد، ولی واقعیت این است که درک روشن و همانندی از آن در میان روزنامه‌نگاران کشورمان وجود ندارد. در تلقی مرسوم، استقلال حرفه‌ای، چیزی همسان بر خورداری روزنامه‌نگاران از آزادی بیان و نشر و جلوگیری از اعمال نفوذ صاحبان اقتدار، خواه دولت و نخبگان سیاسی و خواه مدیران مطبوعات و صاحبان آگهی در فرایند تولید و انتشار خبر دانسته می‌شود. اما در حقیقت، استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران یا به بیان دقیقتر «استقلال حقوقی حرفه‌ی روزنامه‌نگاری» مجموعه‌ای است یکپارچه و درهم تنیده از: ۱. مقررات و ۲. ساز و کارهایی که روزنامه‌نگاران را، بنا به سرشت ویژه این حرفه، از دارندگان دیگر شغلها متمایز می‌کند و برای آنان حقوق مادی و معنوی خاصی قائل می‌شود.

اجزای استقلال حرفه‌ای

این مجموعه یکپارچه، دارای اجزایی است که پیوندی ناگسستنی با یکدیگر دارند و می‌توان آنها را چنین برشمرد:

۱. وجود مقررات خاص در زمینه فعالیت‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و مسائل شغلی و استخدامی آنها. بنیان مقررات خاص حرفه‌ای در زمینه روزنامه‌نگاری بر محورهای زیر استوار است:
تعریف قانونی روزنامه‌نگار مبتنی بر ماهیت کار روزنامه‌نگاری (فکری بودن این حرفه، ضرورت پرداختن تمام وقت به آن، دریافت حقوق در برابر انجام آن و...);

- تعیین مرجعی انتخابی، مستقل و حرفه‌ای برای صدور کارت هویت حرفه‌ای؛^۱
- تعیین مرجعی انتخابی، مستقل و حرفه‌ای برای رسیدگی به جرایم مطبوعاتی؛^۲

● تدوین قانونی خاص برای تضمین دسترسی روزنامه‌نگاران به منابع خبری و حفظ اسرار حرفه‌ای؛^۳

● تدوین مقرراتی در جهت برخورداری روزنامه‌نگاران از «حقوق مؤلف»؛

● تدوین مقررات شغلی و استخدامی متناسب با حرفه روزنامه‌نگاری، از جمله در نظر گرفتن طبقه‌بندی شغلی خاص حرفه، تعیین حداقل حقوق ماهانه، ساعات کار هفتگی و مرخصی‌های استحقاقی و استعلاجی، در نظر گرفتن سابقه کار و تحصیلات در تعیین حقوق و...

● به رسمیت شناخته شدن «قید وجدانی» در کار روزنامه‌نگاری در قوانین مربوطه. این امر به روزنامه‌نگاران امکان می‌دهد به هنگام «تعطیلی و یا توقف انتشار یک نشریه به هر علت»، «انتقال مالکیت» و به‌ویژه «تغییر خط مشی» آن استعفا دهند و غرامت دریافت کنند.

۲. وجود نهاد صنفی ویژه روزنامه‌نگاران: مقصود تشکیلاتی است «منتخب روزنامه‌نگاران، دموکراتیک» و کاملاً «مستقل از دولت و مدیران مطبوعات». هر قدر این ویژگیها در نهاد مزبور بیشتر باشد اقتدار بیشتری نیز برای به دست آوردن و حفظ استقلال حقوقی حرفه خواهد داشت.^۴

۳. برقرار بودن اصول شرافتی و نظام حرفه‌ای ناظر بر فعالیت‌های روزنامه‌نگاران: اصول شرافتی و نظام حرفه‌ای بیان‌کننده وظایف و تعهدهای روزنامه‌نگاران در برابر جامعه و تنظیم‌کننده رابطه آنان درون حرفه است. در این اصول بر حقوق مردم در دریافت خبرهای درست و آگاه‌کننده، مسئولیت اجتماعی روزنامه‌نگاران، ضرورت حرمت گذاشتن آنان به حریم خصوصی و شئون انسانی و مقدم دانستن مصالح عمومی بر منافع شخصی در هر شرایطی و... تأکید می‌شود. پیوستن به حرفه روزنامه‌نگاری مستلزم پذیرش و پای‌بندی به این اصول است و رفتارهای نامتعارف حرفه‌ای روزنامه‌نگاران نیز براساس همین موازین داوری می‌شود.

۴. سهم بودن روزنامه‌نگاران در مالکیت روزنامه‌ها و مشارکت در مدیریت واحدهای مطبوعاتی.

۵. به رسمیت شناختن و اجرای مقررات و قوانین بین‌المللی برای حمایت از فعالیت‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاران: در اعلامیه‌ها، میثاقها و عهدنامه‌های بین‌المللی بر برخورداری روزنامه‌نگاران از حقوق ویژه و استقلالی خاص تأکید شده است. از جمله:

الف. در بند دوم ۲ اعلامیه یونسکو درباره اصول بنیادی مربوط به مساعدت وسایل ارتباط جمعی در تحکیم صلح و تفاهم بین‌المللی، پیشبرد حقوق بشر و مبارزه علیه نژادپرستی، آپارتاید

و تحریک به جنگ. در تاریخ ۲۸ نوامبر ۱۹۷۸ مورد تصویب «کنفرانس عمومی» یونسکو، از آزادی و تسهیل دستیابی روزنامه‌نگاران به اطلاعات، حمایت شده است.

ب. بند چهارم همین ماده نیز به ضرورت حمایت از حرفه روزنامه‌نگاری اختصاص یافته است. در این بند، گفته شده است:

«... برای آنکه وسایل ارتباط جمعی توانایی داشته باشند در فعالیتهای خود، اصول اعلامیه حاضر را پیشرفت دهند، ضروری است که روزنامه‌نگاران و سایر کارگزاران و وسایل ارتباط جمعی، در کشور خودشان یا در خارج، از حمایتی که بهترین شرایط را برای اعمال حرفه آنان تضمین می‌کند، برخوردار باشند...»

پ. در ماده ۸ اعلامیه هم درباره مقررات شرافت حرفه‌ای روزنامه‌نگاری خاطر نشان شده است: «سازمانهای حرفه‌ای و همچنین اشخاصی که در تربیت حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و سایر کارگزاران و وسایل ارتباط جمعی مشارکت دارند و به آنها کمک می‌کنند تا وظایف خودشان را به گونه‌ای مسئولانه انجام دهند، باید در مقررات شرافت حرفه‌ای که برقرار می‌سازند و بر اجرای آن نظارت می‌نمایند. برای اصول اعلامیه حاضر، اهمیت خاصی قائل شوند.»

ت. ماده ۹ اعلامیه، نیز وظیفه جامعه بین‌المللی برای کمک به حمایت روزنامه‌نگاران را مطرح ساخته و اضافه کرده است:

«در انطباق با روح اعلامیه حاضر، بر جامعه بین‌المللی است که... به شرایط حمایت روزنامه‌نگاران و سایر کارگزاران اطلاعات در انجام وظایف آنان کمک کند.»

ث. در ماده ۱۰ اعلامیه هم یادآوری گردیده است:

«...ضروری است که در سراسر جهان برای وسایل ارتباط جمعی و افرادی که از لحاظ حرفه‌ای وقت خود را به انتشار اطلاعات اختصاص می‌دهند، شرایط لازم برای تحقق هدفهای این اعلامیه، ایجاد و حفظ شود.»

در اعلامیه نهایی «سمینار مربوط به پیشبرد وسایل ارتباطی مستقل و کثرت‌گرای آسیایی»، که در اکتبر ۱۹۹۲ در آلماتا مرکز جمهوری قزاقستان برگزار شد، ضمن پیشنهادهای مصوب سمینار،

علاوه بر تأکیدی که در بند ۲ پیشنهادها بر آموزش «اصول بین‌المللی آزادی انجمنها و جمعیتها، روابط مدیران و کارمندان، مهارتهای قرارداد همکاری جمعی، حقوق و مسئولیتهای روزنامه‌نگاران، مدیران و همکاران بخشهای خبری رادیو و تلویزیون و ناشران صورت گرفته است، بند خاصی نیز به «انجمنهای حرفه‌ای» اختصاص یافته است.

در بند ۶ پیشنهادهای یاد شده درباره «انجمنهای حرفه‌ای»، از ضرورت «مساعدت به روزنامه‌نگاران، مدیران مطبوعات، ناشران و همکاران رادیو - تلویزیونها... برای تأمین انجمنها، سندیکاها یا اتحادیه‌های روزنامه‌نگاران و انجمنهای مدیران مطبوعات و ناشران و همکاران رادیو - تلویزیون، به صورت منتخب و حقیقتاً مستقل در کشورهایی که هنوز چنین تشکیلاتی وجود ندارند، سخن به میان آمده است.»

چرا حرفه‌ روزنامه‌نگاری باید مستقل باشد؟

روزنامه‌نگاران بنا به سرشت کار خود، با پدیده‌ای خاص سروکار دارند: با «واقعتهای مورد توجه افکار عمومی». این پدیده، همانند همه پدیده‌های زنده، پیوسته در حال نوبه‌نو شدن و دیگرگونی و البته پویا و تکرارناپذیر است. همین ویژگیها باعث می‌شود روزنامه‌نگار که کارش پی‌گیری حیات این پدیده زنده و بازتاباندن آن است، چه در عرصه فنی، چه در عرصه اجتماعی و چه در عرصه اخلاقی در شرایطی ویژه با ناگزیریهای خاص قرار گیرد:

ناگزیریهای فنی

- دریافت و پیگیری رخدادهای ناگهانی و تغییرات پی‌درپی آنها؛
- آگاهی به روز از مسائل و مباحث پیرامون رویداد؛
- ایفای همزمان نقشهای پرسشگر و پاسخ‌دهنده درباره رویداد؛
- تشخیص بی‌درنگ هیجان ذاتی رویدادها و دور نگه‌داشتن احساسات خود از آن؛
- رعایت ضرب‌الاجل تعیین شده برای به تصویر درآوردن واقعیتها؛
- تسلط داشتن به فنون روزنامه‌نگاری برای بیان هنرمندانه و روشنگرانه واقعیتها؛
- سروکار داشتن با مخاطبانی که روزانه تصمیم می‌گیرند و هر روز عوامل تازه‌ای بر تصمیم‌گیری آنها تأثیر می‌گذارد؛

- قرار گرفتن در معرض داوریه‌ها و قضاوت‌های هر روزه، چه از سوی مخاطبان و چه از سوی افراد و گروه‌های دارای نفوذ؛
- آگاه بودن از قوانین و مقررات ناظر بر فعالیت روزنامه‌نگاری و رعایت هوشمندانه آنها؛
- فعالیت تمام وقت و وقفه‌ناپذیر.

ناگزیریهای اجتماعی

- برآورده ساختن نیازهای خبری مخاطبان و آگاه کردن آنان از آنچه در پیرامونشان می‌گذرد؛
- در جریان گذاشتن مخاطبان درباره‌ اندیشه‌ها، احساسات و عملکردهای دیگران؛
- گسترش دانش مخاطبان نسبت به عرصه‌ها و موضوعهایی که تجربه و دسترسی مستقیم آن برای همگان فراهم نیست؛
- ایفای نقش نگهبانی بر رفتارهای دولت؛
- نظارت داشتن بر کژرفتاریهای خارج از دولت؛
- ایفای نقش آگاهی‌دهنده به مخاطبان؛ آگاهی‌هایی که در واقع پیش‌شرط داوریه‌ها و تصمیم‌گیریهای همگانی به معنای عام و مشارکت در فرایندهای دموکراتیک به طور خاص است؛
- فراهم کردن فرصت و زمینه‌ ابرازنظر و عقیده برای گروه‌های مختلف اجتماعی و ایجاد عرصه‌ای برای ابراز عقاید و افکار؛
- انتشار اطلاعات روزمره مورد نیاز مردم؛
- تداوم بخشیدن به فرایند دانش‌اندوزی بزرگسالان؛
- سرگرم ساختن مخاطبان.

ناگزیریهای اخلاقی

- ارائه‌ صادقانه اطلاعات دقیق و جامع؛
- پرهیز از هر کاری خلاف اعتقادات خویش و الزامات اخلاقی حرفه؛
- پای‌بندی به موازین مسئولیت اجتماعی روزنامه‌نگاری در انتخاب و انعکاس رویدادها؛
- رازداری در مورد منبع خبر و اطلاعات؛

● پاس داشتن حریم خصوصی و شئون انسانی؛

● پاس داشتن منافع عمومی؛

● ارج گذاری ارزشهای جهانی.

به تعبیری می توان گفت کار روزنامه نگاری چیزی نیست مگر فرایند تصمیم گیری، انتخاب و گزینشهای آنی، پی در پی، بی پایان و بی برگشت درباره واقعه های اجتماعی و چگونگی بازتاباندن این واقعه ها. این فرایند در تمامی رده های سازمان تحریری (از چگونگی نگاه یک خبرنگار ساده به رویداد تا آخرین نگاه سردبیر به صفحه بسته شده) و نیز در شکل و محتوای پیام تولید شده (از انتخاب یک واژه و تعیین جایگاه آن در یک جمله تا موضع گیری سرمقاله و روح حاکم بر یک نشریه) در جریان است. همینهاست که کار روزنامه نگاران را از کار دارندگان دیگر حرفه ها متمایز می کند و بنیانی را برای طرح ضرورت استقلال حقوقی حرفه روزنامه نگاری فراهم می سازد.

ویژگیهای خاص روزنامه نگاری در ایران

افزون بر شرایطی که به طور عام بر روزنامه نگاری حاکم است و آن را از دیگر حرفه ها متمایز می کند، شرایطی خاص نیز بر روزنامه نگاری ایران حاکم است که دستیابی به استقلال حقوقی از سوی روزنامه نگاران ایرانی را اهمیت بیشتری می بخشد. این شرایط خاص را از سه وجه می توان مورد نظر قرار داد.

وجه حرفه ای: روزنامه نگاری ایران دارای سنت حرفه ای نیست. به بیان دیگر روزنامه نگاری ما گرفتار طفولیتها (و نه حتی زایمانهای) مکرر بوده است. مجالهای رشد و بلوغ در تاریخ روزنامه نگاری ما دیری نپاییده اند و در پی هر دگرگونی اجتماعی، گروه های چیره، طفولیت تازه ای را به روزنامه نگاری ما تحمیل کرده اند. متأسفانه دورانهای کوتاه آزادی، که کودک روزنامه نگاری ایران فرصت بازیگوشی را در آنها یافته، چندان پایدار نمانده که بتوان متدهای روزنامه نگاری قابل اتکایی را از آن استخراج کرد. در یک کلام، روزنامه نگاری ایران فاقد تکنیک برخاسته از تجربه بومی است.

وجه فرهنگی: جامعه ما جامعه‌ای است که میل سخن گفتن در آن اندک است. تجربه زندگی، این پند را آویزه گوش ما ساخته که «سکوت مشکلی به بار نمی‌آورد، ولی سخن گفتن می‌تواند مشکل بزیاید». در کنار این امر، احساس بی‌نیازی مسئولان در ادای توضیح به افکار عمومی (مگر در شرایط بحرانی) دشواریهای دستیابی به اطلاعات و منابع خبر را برای روزنامه‌نگاران دو چندان کرده است.

وجه سیاسی: میل شدید و بی‌پایان دولت برای به دست گرفتن سرنوشت وسایل ارتباط جمعی به طور عام و دخالت در تمامی امور مربوط به روزنامه‌نگاران به طور خاص، از جمله ویژگیهای بارز شرایط روزنامه‌نگاری ماست. از همین روست که بسیاری از روزنامه‌نگاران در نخستین برداشت از استقلال حرفه‌ای، آن را به معنای استقلال از دولت و قدرت تعبیر می‌کنند. به این ترتیب، تلاش برای دستیابی به استقلال حرفه‌ای از سوی روزنامه‌نگاران ایرانی، چالشی در این سه عرصه نیز هست.

زمینه‌های تاریخی استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری مهم‌ترین تحول روزنامه‌نگاری جهان در یکصدسال گذشته، متمرکز شدن واحدهای مطبوعاتی و درآمیختگی شان با سرمایه است. در قرن نوزدهم حجم سازمانی بیشتر روزنامه‌ها کوچک، تعدادشان بسیار زیاد و مالکانشان متفاوت بود. اکنون مطبوعات، متمرکزتر و مالکیت آنها در اختیار شرکتها و کمپانیهای کم‌شمارتری است که افزون بر مالکیت روزنامه، در صنایع و بخشهای دیگر تولیدی و خدماتی حضور و سهم دارند. این، فرایندی ناگزیر بود. از یک‌سو، تحولات تکنولوژیک سرمایه‌بر و از سوی دیگر رقابت سنگین در عرصه جذب آگهی و مخاطبان، روزنامه‌های کوچک را از پای درآورد. این دگرگونی، علاوه بر آثار متعدد و مهم دیگر، بر مناسبات حرفه‌ای روزنامه‌نگاران با ۱. کارفرمایان، ۲. همکاران و ۳. کارکنان سایر بخشها، اثر گذاشت.

۱. در آغاز، روزنامه‌نگاران مستقیماً با کارفرمایان خود تماس داشتند. مدیران، افرادی شناختنی و قابل رویت و تا حدود زیادی همانند خود روزنامه‌نگاران بودند. از آنجا که تفاوت اجتماعی چندانی بین کارفرمایان و روزنامه‌نگاران وجود نداشت، روابط میان آنها شخصی و مستقیم

بود و (البته نه الزاماً دوستانه). در ساختار نوین مطبوعات امروز جهان، روزنامه‌نگاران کارفرمایان خود را نمی‌بینند. بیشتر روزنامه‌نگاران برای روزنامه‌ها و شبکه‌های خبری بزرگ کار می‌کنند بی‌آنکه به راستی بدانند گرداننده امور کیست. ارتباط آنها از دور، غیرمستقیم و غیرشخصی است.

۲. در گذشته، روزنامه‌نگاران با همکاران خود در واحدهای مطبوعاتی دیگر تماس چندانی نداشتند. دلیل آن هم، شمار اندک کارکنان روزنامه‌ها بود. روزنامه‌نگاران به‌ندرت، مگر به هنگام ضرورت‌های کاری، به دیدار همکاران خود در روزنامه‌های دیگر می‌رفتند. بنابراین طبیعی بود که تلاش برای دستیابی به یک هویت حرفه‌ای مشترک، نخست میان روزنامه‌نگاران روزنامه‌های بزرگ که تعداد کارکنانشان زیاد بود، صورت پذیرد. اکنون تماس روزنامه‌نگاران با همکاران، چه در روزنامه خود و چه در روزنامه‌های دیگر بسیار گسترده و منظم شده است. ۳. تماس روزنامه‌نگاران با کارکنان مشاغل دیگر که در گذشته بسیار محدود بود، اکنون و به‌ویژه در شرایط بحرانی، بسیار وسیع و گسترده شده است.

همپای این دگرگونیها و در پی تجارتي و صنعتی شدن مطبوعات، روزنامه‌های پرتیراژ پدید آمدند و به کارگیری روزنامه‌نگاران تمام وقت و با حقوق ثابت، ضرورت یافت، وضعیت متزلزل خبرنگاران تغییر کرد و روزنامه‌نگاری، به عنوان یک حرفه تخصصی، مطرح شد. از سوی دیگر مسائل خاص این حرفه هم آشکار گردید. به این ترتیب دانسته شد: حرفه روزنامه‌نگاری با همه آن حرفه‌هایی که بر پایه اطاعت و پیروی استوارند متفاوت است. در این حرفه ضروری است که روزنامه‌نگار از آزادی و استقلال عمل برخوردار باشد. روزنامه‌نگار تنها نیروی کار خویش را به کارفرما نمی‌فروشد، بلکه برای انجام رسالت خاص خود، تمام وجود خویش را در اختیار جامعه می‌گذارد و از آن در برابر کژرفتاریهای دولت و نیروهای دیگر دفاع می‌کند. جامعه نیز با تدوین مقررات خاص و با برقراری ساز و کارهایی ویژه (که در مجموع «استقلال حقوقی حرفه روزنامه‌نگاری» نامیده می‌شود) حقوق مادی و معنوی روزنامه‌نگاران را تضمین می‌کند. در واقع، جامعه با تضمین حقوق روزنامه‌نگاران از حق خود دفاع می‌کند و روزنامه‌نگاران نیز با دفاع از حقوق جامعه، حق خویش را پاس می‌دارند.

برخی پژوهشها در زمینه حرفه‌ای روزنامه‌نگاران استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران عنوان پژوهشی است که محمدمهدی فرقانی در سال ۱۳۶۹ با تهیه پرسشنامه‌ای در زمینه‌های مختلف صنفی و حرفه‌ای به انجام رسانید. راه‌اندازی تشکلهای صنفی؛ موانع و راه‌حلهای تحقیقی است که مرتضی پورموسی از مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها انجام داده است.

دکتر کاظم معتمدنژاد نیز در مقاله‌ای با عنوان «تشکل صنفی و حقوق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران» ابتدا سوابق تاریخی ایجاد سازمانهای حرفه‌ای روزنامه‌نگاران را مورد بررسی قرار داده‌اند و سپس با اشاره به تجربه‌های قبلی ایران در دوره پیش از انقلاب اسلامی، کوششها و حمایتهای سازمانهای بین‌المللی، به‌ویژه یونسکو را مطرح کرده‌اند.

هدف و روش تحقیق

هدف این پژوهش، شناخت دیدگاه روزنامه‌نگاران شاغل در مطبوعات تهران درباره مفهوم استقلال حقوقی حرفه روزنامه‌نگاری است؛ به‌ویژه که بررسیهای مقدماتی که درباره «استقلال حقوقی حرفه روزنامه‌نگاران» صورت گرفته، نشان می‌دهد:

- این مفهوم در مباحثات حرفه‌ای روزنامه‌نگاران جایگاه ویژه‌ای دارد؛
- با وجود اهمیت موضوع، هنوز روزنامه‌نگاران ایران درک روشن و مشترکی از این مفهوم ندارند؛
- با وجود تنوع برداشتها از «استقلال حرفه‌ای»، کمتر روزنامه‌نگاری ضرورت دستیابی به آن را کم‌اهمیت می‌شمارد؛
- شکل‌گیری نهادهای مدنی، از جمله نهاد مستقل صنفی روزنامه‌نگاران، به‌ویژه در کشورمان، که استبداد حاکمیتی دیرینه بر آن داشته است، نه یک هدف صرفاً صنفی بلکه هدفی اجتماعی نیز هست.

در این پژوهش تلاش شده تا تلقی روزنامه‌نگاران تهران از «استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران» دانسته شود، با این باور که دستیابی به این استقلال، نیازمند رفع ناروشنیه‌ها و دریافت معنایی مشترک از آن است.

فرضیه‌ها

الف. فرضیه صفر: در تلقی از مفهوم استقلال حرفه‌ای، بین روزنامه‌نگاران با سابقه عضویت در دست کم یک نهاد صنفی مطبوعاتی و روزنامه‌نگارانی که سابقه عضویت در نهاد صنفی را ندارند، تفاوت معناداری وجود ندارد.

فرضیه یک: در تلقی از مفهوم استقلال حرفه‌ای، بین روزنامه‌نگاران با سابقه عضویت در دست کم یک نهاد صنفی مطبوعاتی و روزنامه‌نگارانی که سابقه عضویت در نهاد صنفی را ندارند، تفاوت معناداری وجود دارد.

ب. فرضیه صفر: در تلقی از مفهوم استقلال حرفه‌ای، بین روزنامه‌نگاران شاغل نشریات دولتی به معنای عام (نشریات وابسته به نهاد رهبری، قوای سه‌گانه، نیروهای نظامی و انتظامی و شهرداری) و روزنامه‌نگاران نشریات غیروابسته به دولت تفاوت معناداری وجود ندارد.

فرضیه یک: در تلقی از مفهوم استقلال حرفه‌ای، بین روزنامه‌نگاران شاغل نشریات دولتی به معنای عام (نشریات وابسته به نهاد رهبری، قوای سه‌گانه، نیروهای نظامی و انتظامی و شهرداری) و روزنامه‌نگاران نشریات غیروابسته به دولت تفاوت معناداری وجود دارد.

پ. فرضیه صفر: در تلقی از مفهوم استقلال حرفه‌ای، بین روزنامه‌نگارانی که در یکی از رشته‌های مربوط به روزنامه‌نگاری تحصیل کرده‌اند و یا دوره‌های خاص آموزش روزنامه‌نگاری را گذرانده‌اند و دیگر روزنامه‌نگاران تفاوت معناداری وجود ندارد.

فرضیه یک: در تلقی از مفهوم استقلال حرفه‌ای، بین روزنامه‌نگارانی که در یکی از رشته‌های مربوط به روزنامه‌نگاری تحصیل کرده‌اند و یا دوره‌های خاص آموزش روزنامه‌نگاری را گذرانده‌اند و دیگر روزنامه‌نگاران تفاوت معناداری وجود دارد.

ت. فرضیه صفر: در تلقی از مفهوم استقلال حرفه‌ای، بین روزنامه‌نگاران دارای بیش از ۲۰ سال سابقه روزنامه‌نگاری (کسانی که فعالیت روزنامه‌نگاری خود را قبل از انقلاب آغاز کرده‌اند) و روزنامه‌نگاران دارای کمتر از ۱۹ سال سابقه (کسانی که فعالیت روزنامه‌نگاری خود را پس از انقلاب آغاز کرده‌اند)، تفاوت معناداری وجود ندارد.

فرضیه یک: در تلقی از مفهوم استقلال حرفه‌ای، بین روزنامه‌نگاران دارای بیش از ۲۰ سال سابقه روزنامه‌نگاری (کسانی که فعالیت روزنامه‌نگاری خود را قبل از انقلاب آغاز کرده‌اند) و روزنامه‌نگاران دارای کمتر از ۱۹ سال سابقه (کسانی که فعالیت روزنامه‌نگاری خود را پس از انقلاب آغاز کرده‌اند)، تفاوت معناداری وجود دارد.

ث. فرضیه صفر: در تلقی از مفهوم استقلال حرفه‌ای، بین روزنامه‌نگارانی که تنها به حرفه روزنامه‌نگاری اشتغال دارند و روزنامه‌نگارانی که دارای شغل دیگری نیز بجز روزنامه‌نگاری هستند، تفاوت معناداری وجود ندارد.

فرضیه یک: در تلقی از مفهوم استقلال حرفه‌ای، بین روزنامه‌نگاران که تنها به حرفه روزنامه‌نگاری اشتغال دارند و روزنامه‌نگارانی که دارای شغل دیگری نیز بجز روزنامه‌نگاری هستند، تفاوت معناداری وجود دارد.

روش تحقیق و نمونه آماری

این تحقیق به روش پیمایشی صورت گرفته است. ۳۷۴ پرسشنامه، حاوی پرسشهای باز، پرسشهای چند جوابی و مقیاسهایی در شکل گویه (مقوله‌هایی از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق از خیلی کم تا خیلی زیاد) از روزنامه‌نگاران شاغل در بیش از ۸۰ نشریه (روزنامه، هفته‌نامه، ماهنامه و فصلنامه) منتشره در تهران گردآوری شده است.

متغیرهای مستقل در این پژوهش عبارت‌اند از: جنس، سن، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، ارتباط رشته تحصیلی با حرفه، تعداد و ماهیت شغل‌های پاسخگو، درآمد ماهانه، زمان پرداختن به کار مطبوعات، سابقه کار مطبوعاتی، دفعات اشتغال به کار مطبوعاتی، پیشینه اخراج و استعفای پاسخ‌دهندگان و تعطیلی واحد مطبوعات، سابقه عضویت در تشکیلات حرفه‌ای و نوع وابستگی نشریه (متعلق به دولت، نهاد خصوصی غیرمطبوعاتی، یا نهاد خصوصی مطبوعاتی).

متغیرهای وابسته پژوهش نیز عبارت‌اند از: نگرش روزنامه‌نگاران درباره مؤلفه‌های استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، مهم‌ترین مسائل و معضلات حرفه‌ای‌گری، مرجع رسیدگی به جرایم مطبوعاتی و صدور کارت خبرنگاری و مؤلفه‌های اقتصادی شغل روزنامه‌نگاری.

یافته‌های تحقیق

به دست آوردن تصویری نسبتاً دقیق از ویژگیهای حرفه‌ای روزنامه‌نگاران کشورمان، به عنوان نقطه عزیمتی برای طرح استقلال حقوقی حرفه، ضروری است. در این بخش، وضعیت روزنامه‌نگاران براساس سن، جنسیت، وضعیت تأهل، تحصیلات، اشتغال تمام وقت یا پاره‌وقت به این حرفه، نوع وابستگی نشریاتی که روزنامه‌نگاران به کار در آن مشغول هستند، سابقه و انگیزه پرداختن به حرفه روزنامه‌نگاری، درآمد، مسائل اداری روزنامه‌نگاران (اخراج، استعفا و تعطیل نشریه)، نظر آنان درباره ضوابط کاری یکسان و طرح طبقه‌بندی مشاغل بررسی شده است.

مشخصات عمومی پاسخ‌دهندگان

سن و جنسیت: ۹۵ روزنامه‌نگار زن (۲۵/۵ درصد) و ۲۷۸ روزنامه‌نگار مرد (۷۴/۵ درصد) پرسشنامه این تحقیق را تکمیل کرده‌اند. میانگین سن پاسخ‌دهندگان ۳۴/۳۲ سال، با انحراف استاندارد ۱۰/۴۳، است. حداقل سن در میان پاسخ‌دهندگان ۱۸ و حداکثر ۷۴ سال است. سن ۵۰/۴ درصد پاسخ‌دهندگان از ۳۰ سال تجاوز نمی‌کند، در حالی که تنها ۸/۸ درصد روزنامه‌نگاران پاسخ‌دهنده بیش از ۵۱ سال دارند. این امر نشان‌دهنده ساختار نسبتاً جوان روزنامه‌نگاران است. از میان پاسخ‌دهندگان، ۱۵۵ نفر (۴۲/۲ درصد) مجرد و ۲۱۲ نفر (۵۷/۸ درصد) متأهل بوده‌اند.

جدول شماره ۱. توزیع فراوانی و نسبی پاسخگویان براساس سطح تحصیلات

تحصیلات پاسخگویان	تعداد	درصد
کمتر از دیپلم	۶	۱/۶
دیپلم	۵۴	۱۴/۵
فوق دیپلم	۲۰	۵/۴
لیسانس	۲۱۵	۵۷/۸
فوق لیسانس	۶۸	۱۸/۳
دکتر	۹	۲/۴

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱ صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵

تلفن: ۸۸۷۳۰۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

بیشترین پاسخ‌دهندگان (۵۷/۸ درصد) دارای مدرک تحصیلی کارشناسی هستند. در مجموع ۳۱۲ نفر (۸۳/۹ درصد) از پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات دانشگاهی در سطوح مختلف آن بوده‌اند. از سوی دیگر رشته تحصیلی ۲۰۵ نفر از پاسخ‌دهندگان (۵۶/۲ درصد) در ارتباط با حرفه روزنامه‌نگاری است و یا دوره‌ای خاص از آموزش روزنامه‌نگاری را سپری کرده‌اند. در مقابل ۱۶۰ پاسخ‌دهنده (۴۳/۸ درصد) چنین نبوده‌اند.

اشتغال به حرفه: ۲۱۲ نفر از پاسخ‌دهندگان (۵۷/۳ درصد) تنها به حرفه روزنامه‌نگاری مشغول‌اند. در حالی که ۱۵۸ نفر (۴۲/۷ درصد) دارای شغل دیگری نیز هستند. این امر نشان می‌دهد که روزنامه‌نگاران تمام وقت و حرفه‌ای پیکره اصلی و تعیین‌کننده روزنامه‌نگاران ما را تشکیل نمی‌دهند. از میان کسانی که دارای شغل دیگری نیز هستند، شغل ۹۱ نفر (۶۰/۷ درصد) به نوعی جنبه ارتباطی دارد. حال آنکه ۵۹ نفر (۳۹/۳ درصد) چنین نیستند.

انگیزه: محرک ۲۵۰ نفر (۸۲/۵ درصد) از پاسخ‌دهندگان در انتخاب حرفه روزنامه‌نگاری انگیزه‌هایی همچون علاقه، انجام تعهد اجتماعی، تحرک و پویایی حرفه، اطلاع‌رسانی و کنجکاوی در شناخت رویدادها بوده است. در حالی که ۸۳ نفر (۱۷/۵ درصد) عوامل دیگری همچون ارتباط داشتن این حرفه با رشته تحصیلی‌شان، کسب پول، بیان نظریات خود و یا صرفاً داشتن یک شغل و برحسب اتفاق به این حرفه پرداختن را انگیزه انجام این کار بیان کرده‌اند. بدین ترتیب می‌توان گفت که پیکره اصلی روزنامه‌نگاران ما به این حرفه علاقه‌مند هستند و انگیزه اقتصادی نقش چندانی در روی آوردن آنها به این حرفه ندارد.

جدول شماره ۲. توزیع فراوانی و نسبی پاسخگویان براساس انگیزه انتخاب حرفه روزنامه‌نگاری

انگیزه	تعداد	درصد
دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱، صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷		
تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷، دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷، Email: info@rasaneh.org، www.rasaneh.org		

۶۲/۴	۱۸۹	علاقه به حرفه روزنامه‌نگاری
۸/۳	۲۵	انجام تعهد اجتماعی، خدمت به مردم، رسالت فرهنگی و انقلابی
۶/۶	۲۰	تحرك و پویایی این حرفه
۵/۳	۱۶	برحسب اتفاق
۳/۰	۹	صرفاً به عنوان یک شغل
۲/۶	۸	اطلاع‌رسانی و برقراری ارتباط با مردم
۲/۶	۸	کنجکاوی و شناخت رویدادها
۲/۳	۷	داشتن ارتباط با رشته تحصیلی
۱/۷	۵	کسب پول
۱/۰	۳	بیان نظریات خود
۴/۲	۱۳	سایر
	۷۱	بدون پاسخ
۱۰۰	۳۷۴	جمع

- وابستگی نشریه: در یک بررسی کلی نشریات کشور را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد:
۱. نشریات وابسته به دولت به معنای عام آن (نهاد رهبری، قوای سه‌گانه، نیروهای نظامی و انتظامی و شهرداری)؛
 ۲. نشریات وابسته به نهادهای خصوصی اما غیرمطبوعاتی (نشریات وابسته به انجمنها و نهادهای صنفی، یا سیاسی)؛
 ۳. نشریات وابسته به نهادهای خصوصی مطبوعاتی (یا به تعبیری مطبوعات خصوصی).

از میان پاسخ‌دهندگان ۱۲۱ نفر (۳۳ درصد) در نشریات دسته اول، ۵۳ نفر (۴/۱۴ درصد) در نشریات نوع دوم و ۱۹۳ نفر (۶/۵۲ درصد) در نشریات نوع سوم به کار مشغول بوده‌اند. با توجه به اینکه انگیزه ناشران این سه دسته در انتشار نشریه، روحیه و ویژگیهای حرفه‌ای روزنامه‌نگاران شاغل در آنها و نیز مناسبات کاری حاکم بر آنها معمولاً دارای تفاوت‌هایی

است، دیدگاههای روزنامه‌نگاران را دربارهٔ استقلال حرفه‌ای از جمله براساس این متغیر
سنجیده‌ایم.

جدول شماره ۳. توزیع فراوانی و نسبی پاسخگویان براساس نوع وابستگی نشریه‌ای که
در آن به کار مشغول هستند

نوع وابستگی	تعداد	درصد
وابسته به نهاد رهبری، قوای سه‌گانه، نیروهای نظامی و انتظامی و شهرداری	۱۲۱	۳۳/۰
وابسته به نهاد خصوصی غیرمطبوعاتی	۵۳	۱۴/۴
وابسته به نهاد خصوصی مطبوعاتی	۱۹۳	۵۲/۶
بدون پاسخ	۷	
جمع	۳۷۴	۱۰۰

سابقهٔ کار: میانگین سالهای پرداختن به حرفهٔ روزنامه‌نگاری از سوی پاسخ‌دهندگان ۱۰/۱۱۸ سال با انحراف استاندارد ۹ است. کمترین سالهای پرداختن به این حرفه ۱ و حداکثر آن ۴۸ سال است. با توجه به اینکه ۱۵۳ نفر از پاسخگویان (۴/۴ درصد) کمتر از پنج سال سابقهٔ کار مطبوعاتی دارند، می‌توان پیکرهٔ اصلی روزنامه‌نگاران را به لحاظ حرفه‌ای نیز جوان دانست. در ارزیابی دیگری آشکار گردید که ۳۰۳ نفر (۹/۸۳ درصد) از روزنامه‌نگاران پاسخ‌دهنده سابقهٔ کاری تا ۱۹ سال و ۵۸ نفر از آنان (۱/۱۶) درصد بیش از ۲۰ سال سابقهٔ کار مطبوعاتی داشته‌اند. این تقسیم‌بندی از آن جهت صورت گرفته است که بتوان دیدگاه روزنامه‌نگاران قبل و پس از انقلاب اسلامی را در مقولات مربوط به استقلال حقوقی حرفهٔ مورد سنجش قرار داد.

جدول شماره ۴. توزیع فراوانی و نسبی پاسخگویان براساس
سالهای پرداختن به کار مطبوعاتی

سالهای پرداختن به کار مطبوعاتی	تعداد	درصد
تا ۵ سال	۱۵۳	۴۲/۴
۶ سال تا ۱۰ سال	۹۱	۲۵/۲
۱۱ سال تا ۲۰ سال	۷۲	۱۹/۹

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱، صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷
تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

۷/۵	۲۷	۲۱ سال تا ۳۰ سال		
۵/۰	۱۸	بیش از ۳۱ سال		
	۱۳	بدون پاسخ		
۱۰۰	۳۷۴	جمع		
۷	میانه	۵۰۵	خطای استاندارد	۱۰/۱۱۸
۹۲/۱۵۹	واریانس	۹	انحراف استاندارد	۵
۴۸	حداکثر	۱	حداقل	دامنه ۴۷

درآمد پاسخ‌دهندگان: براساس یافته‌ها درآمد ۱۷۲ نفر (۵۷/۸ درصد) از پاسخ‌دهندگان از کار روزنامه‌نگاری کمتر از ۵۰ هزار تومان در ماه است که با توجه به هزینه‌های زندگی نشان‌دهنده سطح نسبتاً پایین درآمد بیش از نیمی از روزنامه‌نگاران است. طبیعی است که همین عدم تکافوی درآمد زمینه‌ساز نپرداختن بسیاری از افراد به شغل روزنامه‌نگاری به صورت حرفه‌ای و تمام وقت است. میانگین درآمد ماهانه پاسخ‌دهندگان از کار غیرمطبوعاتی ۶۳۹۹۲ تومان است (با انحراف استاندارد ۵۰۹۹۵/۴۵). نکته در خور توجه اینکه میانگین درآمد پاسخ‌دهندگان از کار مطبوعاتی در ازای ۵/۶۷۳ روز کار در هفته و میانگین درآمد آنان از کار غیرمطبوعاتی در ازای ۴/۲۸۴ روز کار در هفته به دست آمده است.

جدول شماره ۵. توزیع فراوانی و نسبی پاسخگویان براساس درآمد ماهیانه از کار مطبوعاتی

درآمد	تعداد	درصد
تا ۳۰ هزار تومان	۶۴	۲۰/۴
۳۱ هزار تومان تا ۵۰ هزار تومان	۱۱۷	۳۷/۴
۵۱ هزار تومان تا ۷۵ هزار تومان	۵۱	۱۶/۳
۷۶ هزار تومان تا ۱۰۰ هزار تومان	۴۷	۱۵/۰
بیش از ۱۰۰ هزار تومان	۳۴	۱۰/۹
بدون پاسخ	۶۱	
جمع	۳۷۴	۱۰۰

میانگین	۶۵۷۱۵	خطای استاندارد	۲۸۷۹/۱۹	میان	۵۰۰۰۰
نما	۵۰۰۰۰	انحراف استاندارد	۵۰۹۳۸/۱۱	واریانس	
	۲۵۹۴۶۹۱۳۲				
دامنه	۴۰۰۰۰۰	حداقل	۰	حداکثر	۴۰۰۰۰۰

مسائل اداری

دعوای حقوقی: از میان پاسخ‌دهندگان ۵۲ نفر (۱۴/۸ درصد) با واحد مطبوعاتی خود سابقه دعوای حقوقی داشته‌اند. ۳۰۰ پاسخ‌دهنده (۸۵/۲ درصد) چنین مسئله‌ای نداشته‌اند. از میان گروه اول ۱۹ نفر (۳۸/۸ درصد) برای حل اختلاف خود به وزارت کار مراجعه کرده‌اند در حالی که ۱۰ نفر از آنان به هیچ جایی مراجعه نکرده‌اند.

جدول شماره ۶. توزیع فراوانی و نسبی پاسخگویان براساس مرجعی که در هنگام دعوای حقوقی به آن مراجعه کرده‌اند

درصد	تعداد	مرجع رسیدگی به دعوای حقوقی
۳۸/۸	۱۹	وزارت کار
۲۰/۴	۱۰	هیچ کجا
۱۶/۳	۸	مدیریت نهاد مطبوعاتی (سر دبیر، مدیر مسئول)
۶/۱	۳	نهاد صنفی (سندیکا، انجمن صنفی، تعاونی مطبوعات)
۶/۱	۳	دادگستری، قوه قضاییه
۶/۱	۳	حل مسأله به طور رأساً
۴/۱	۲	وزارت ارشاد
۲/۰	۱	افراد هم‌صنف

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵
 تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

۳۲۵	بدون پاسخ
۳۷۴	جمع
۱۰۰	

اخراج: همچنین ۲۹ نفر از پاسخ‌دهندگان (۱۰/۵ درصد) دارای پیشینهٔ اخراج هستند در حالی که ۲۴۶ نفر (۸۹/۵ درصد) چنین پیشینه‌ای نداشته‌اند. ۳۹/۶ درصد پاسخ‌دهندگان به هنگام اخراج، حقوق قانونی خود را دریافت کرده‌اند، در مقابل ۶۰/۴ درصد آنان حقوق قانونی خود را دریافت نکرده‌اند.

جدول شماره ۷. توزیع فراوانی و نسبی پاسخگویان براساس دلیل اخراج

درصد	تعداد	دلیل اخراج
۵۰/۰	۱۴	مسائل سیاسی - ایدئولوژیک
۱۴/۳	۴	اختلاف بر سر ضوابط کار
۱۰/۷	۳	سوء تفاهم و اختلاف با مدیریت
۱۰/۷	۳	ناتوانی حرفه‌ای - بی‌علاقگی به کار
۳/۶	۱	مشکل با انجمن اسلامی
۳/۶	۱	تعدیل نیروی انسانی
۳/۶	۱	مسائل شخصی
۳/۶	۱	شرکت در جشنوارهٔ مطبوعات
	۳۴۶	بدون پاسخ
۱۰۰	۳۷۴	جمع

استعفا: از میان پاسخ‌دهندگان، ۱۵۸ روزنامه‌نگار (۶۹/۹ درصد) سابقهٔ استعفا از واحد مطبوعاتی داشته‌اند، در حالی که ۶۸ روزنامه‌نگار (۳۰/۱ درصد) چنین سابقه‌ای ندارند. ۳۹/۴ درصد از روزنامه‌نگارانی که استعفا کرده‌اند به هنگام استعفا حقوق قانونی خود را دریافت کرده‌اند، در مقابل ۶۹/۸ درصد آنان حقوق قانونی خود را دریافت نکرده‌اند.

درصد	تعداد	دلیل استعفاء
۲۰/۴	۲۸	کم بودن دستمزد و اختلاف بر سر ضوابط کار
۱۸/۲	۲۵	نامساعد بودن یا سخت بودن شرایط کار
۱۳/۹	۱۹	ناهماهنگی فکری با مدیریت نشریه (مدیر یا سردبیر)
۹/۵	۱۳	مدیریت ضعیف، عدم تفاهم با مدیریت
۸/۸	۱۲	مسائل شخصی
۸/۰	۱۱	خط مشی نشریه و یا تغییر خط مشی
۶/۶	۹	یافتن فرصت بهتر برای کار
۴/۴	۶	مسائل سیاسی، اعمال سانسور
۳/۶	۵	ضرورت‌های تحصیلی
۲/۹	۴	نامساعد بودن فضا میان همکاران
۱/۵	۲	نامرتب بودن کار، نامرتب بودن انتشار نشریه
۱/۵	۲	مداخله بی‌مورد در کار
۰/۷	۱	سایر
	۲۳۷	بدون پاسخ
۱۰۰	۳۷۴	جمع

با توجه به اینکه در قوانین مدافع استقلال حقوقی روزنامه‌نگاران در کشورهایی که چنین قانونی دارند دو قید «استعفا بر اثر تغییر خط مشی نشریه» و «استعفا بر اثر تغییر مالکیت نشریه» پیش‌بینی شده است و به تبع آنها حقوق ویژه‌ای نیز برای روزنامه‌نگاران در نظر گرفته می‌شود. پرسش درباره این دو نوع استعفا به طور خاص نیز در پرسشنامه تحقیق حاضر گنجانده شد. براین اساس ۴۰ نفر از پاسخ‌دهندگان (۱۴/۵ درصد) بر اثر تغییر مالکیت استعفا داده‌اند و ۲۳۶ نفر (۸۵/۵ درصد) چنین نکرده‌اند. همچنین ۹۳ پاسخ‌دهنده (۳۲/۲ درصد) به دلیل تغییر خط مشی مؤسسه مطبوعاتی استعفا داده‌اند و ۱۹۵ نفر (۶۷/۷ درصد) چنین نکرده‌اند.

تعطیلی مؤسسه مطبوعاتی: از میان پاسخگویان، ۹۳ روزنامه‌نگار (۳۰/۲ درصد) در مطبوعاتی کار کرده‌اند که تعطیل شده‌اند. ۲۱۵ نفر (۶۹/۸ درصد) تا زمان پر کردن پرسشنامه‌ها در نشریه‌ای که تعطیل شده باشد کار نکرده بودند. از میان کسانی که مؤسسه مطبوعاتی آنها تعطیل شده بود ۳۹/۴ درصد حقوق قانونی خود را دریافت کرده‌اند در حالی که ۶۰/۶ درصد حقوق قانونی خود را دریافت نکرده‌اند.

جدول شماره ۹. توزیع فراوانی و نسبی پاسخگویان براساس دلیل تعطیلی نشریه‌ای که در آن به کار اشتغال داشته‌اند

درصد	تعداد	دلیل تعطیلی نشریه
۳۶/۲	۳۴	دلایل سیاسی
۲۲/۳	۲۱	مشکلات اقتصادی
۱۷/۰	۱۶	لغو پروانه، توقیف
۹/۶	۹	ضعف مدیریت
۶/۴	۶	متوقف کردن کار از سوی مدیر مسؤول، صاحب امتیاز یا ناشر
۵/۳	۵	انتشار مطالبی خاص
۳/۲	۳	سایر
	۲۸۰	بدون پاسخ
۱۰۰	۳۷۴	جمع

تعیین دستمزد

ضابطه‌ها و اشل‌های یکسان: به طور کلی ۱۹۶ نفر (۵۶/۲ درصد پاسخ‌دهندگان) با تعیین ضابطه‌ها و اشل‌های حقوقی خاص و هماهنگ کردن حقوق روزنامه‌نگاران در کل واحدهای مطبوعاتی موافق‌اند، ۷۴ نفر (۲۲/۶ درصد) تا حدودی موافق و ۷۹ نفر (۲۲/۶ درصد پاسخ‌دهندگان) مخالف هستند.

در پاسخ این سؤال که «آیا در واحد مطبوعاتی شما طرح طبقه‌بندی مشاغل اجرا می‌شود؟» ۱۲۶ پاسخ‌دهنده (۴۰/۶ درصد) جواب «آری» و ۱۸۴ پاسخ‌دهنده جواب «نه» داده‌اند. به نظر ۵۷

نفر از پاسخ‌دهندگان (۲۳/۴ درصد) این طرح با حرفه‌ی روزنامه‌نگاری انطباق دارد، ۱۰۸ روزنامه‌نگار (۴۴/۳ درصد) تا حدودی آن را مطابق با ویژگیهای حرفه می‌دانند و ۷۹ پاسخ‌دهنده (۳۲/۴ درصد) نیز بر این باورند که این طرح با کار روزنامه‌نگاری منطبق نیست.

جدول شماره ۱۰. توزیع فراوانی و نسبی پاسخگویان براساس
نظر آنان درباره نقطه قوت طرح طبقه‌بندی مشاغل

نقطه قوت	تعداد	درصد
قانون‌مند کردن فعالیت مطبوعاتی و به دست دادن تعریفی از آن	۴۲	۲۸/۶
رفع تبعیض و برقراری عدالت شغلی	۲۳	۱۵/۶
بهبتر کردن وضعیت معیشتی	۲۰	۱۳/۶
منظور کردن سابقه کار و تحصیل	۱۳	۸/۸
کمک به تخصصی شدن کار	۹	۶/۱
در نظر گرفتن ارزشهای کاری	۵	۳/۴
کمک به امنیت شغلی	۸	۵/۴
قاعده‌مند کردن نحوه ارتقاء	۱	۷
سایر	۱۳	۸/۸
هیچ	۱۳	۸/۸
بدون پاسخ	۲۷۷	
جمع	۳۷۴	۱۰۰

جدول شماره ۱۱. توزیع فراوانی و نسبی پاسخگویان براساس
نظر آنان درباره نقطه ضعف طرح طبقه‌بندی مشاغل

نوع وابستگی	تعداد	درصد
عدم انطباق آن با ویژگیهای حرفه روزنامه‌نگاری	۶۱	۵۹
دادن امکان اعمال نفوذ به کارفرما و نمایندگان او	۶	۵/۸
بی‌توجهی به تجربه	۸	۷/۸
بی‌توجهی به کارایی و استعداد	۶	۵/۸
نداشتن ضمانت اجرا و نظارت بر اجرای صحیح	۶	۵/۸
بهای بیش از اندازه دادن به مدرک تحصیلی تا سطح لیسانس	۲	۱/۹
بی‌توجهی به مدرک تحصیلی بالاتر از لیسانس	۲	۱/۹

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷
تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

۱/۰	۱	ناروشنی وضعیت حقوقی خبرنگاران عکاس
۷/۸	۸	سایر
	۲۷۱	بدون پاسخ
۱۰۰	۳۷۴	جمع

حقوق حرفه‌ای، استقلال حرفه‌ای

حقوق حرفه‌ای: برای سنجش دیدگاه روزنامه‌نگاران درباره حقوق عام حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و اهمیت هر یک از اصول آن، چهار گویه در نظر گرفته شد. در این گویه‌ها روزنامه‌نگاران نظر خود را درباره ضرورت این اصول روی مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) مشخص کردند (جدول شماره ۱۲). ترتیب گویه‌ها براساس میانگین نظر روزنامه‌نگاران درباره هر یک از آنها به این شرح است:

۱. برخورداری از آزادی بیان، شرط ضروری برای انجام کار روزنامه‌نگاری است. (۴/۵۰۷)

۲. در قوانین باید حقوق روزنامه‌نگاران نشریاتی که انتشارشان به هر دلیل متوقف می‌شود، تضمین شود. (۴/۴۵۷)

۳. در قوانین باید به صراحت برای مسئولانی که از دستیابی آزادانه روزنامه‌نگاران به منابع خبری و فعالیت مستقل آنها جلوگیری می‌کنند و یا در این زمینه محدودیت پدید می‌آورند، مجازات تعیین شود. (۴/۳۲۵)

۴. همه روزنامه‌نگاران حرفه‌ای، فارغ از تعلقهای سیاسی و فکری‌شان حق عضویت در نهاد صنفی روزنامه‌نگاری را دارند. (۴/۳۱۲)

برای آزمودن فرضیه‌های تحقیق، در مورد هر یک از این گویه‌ها و براساس متغیرهای «پیشینه عضویت در نهاد صنفی»، «داشتن تحصیلات در رابطه با حرفه»، «داشتن سابقه حرفه‌ای کمتر از ۱۹ سال و یا بیشتر از ۲۰ سال» و «پرداختن تنها به حرفه روزنامه‌نگاری» و «وابستگی نشریه‌ای که روزنامه‌نگاران به کار در آن مشغول‌اند» آزمونهای t و واریانس یکسویه و شفه به عمل آمد. بر این اساس آشکار گردید که:

درباره گویۀ «در قوانین باید به صراحت برای مسئولانی که از دستیابی آزادانه روزنامه‌نگاران به منابع خبری و فعالیت مستقل آنها جلوگیری می‌کنند و یا در این زمینه محدودیت پدید می‌آورند، مجازات تعیین شود» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که دارای تحصیلات مرتبط به حرفه هستند و یا دوره خاصی از آموزش روزنامه‌نگاری را گذرانده‌اند (۴/۴۰۸۲) و روزنامه‌نگارانی که چنین نیستند (۴/۲۱۰۲) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $t \text{ value} = ۳/۲۹ \text{ df} = ۳۵۵ \text{ P} < ۰/۰۵$ ؛

درباره گویۀ «برخورداری از آزادی بیان، شرط ضروری برای انجام کار روزنامه‌نگاری است» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که در یکی از نشریات وابسته به دولت، نهاد خصوصی غیرمطبوعاتی و نهادهای خصوصی مطبوعاتی کار می‌کنند دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $f = ۵/۳۱۴۱ \text{ df} = ۲/۳۵۳ \text{ P} < ۰/۰۵$ ؛

درباره گویۀ «در قوانین باید به صراحت برای مسئولانی که از دستیابی آزادانه روزنامه‌نگاران به منابع خبری و فعالیت مستقل آنها، جلوگیری می‌کنند و یا در این زمینه محدودیت پدید می‌آورند، مجازات تعیین شود، میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که در یکی از نشریات وابسته به حکومت، نهادهای خصوصی غیرمطبوعاتی و نهادهای خصوصی مطبوعاتی کار می‌کنند دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $f = ۳/۳۶۸۴ \text{ df} = ۲/۳۵۳ \text{ P} < ۰/۰۵$ ؛

در سایر موارد تفاوت معناداری میان دیدگاه روزنامه‌نگاران و گویه‌های مورد نظر وجود ندارد.

جدول شماره ۱۲. نظر روزنامه‌نگاران درباره حقوق بنیادین حرفه

میانگین	بدون پاسخ	خیلی زیاد		زیاد		متوسط		کم		خیلی کم		گویه
		درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۴/۵۰۷	۱	۶۲/۷	۲۳۴	۳۰/۳	۱۱۳	۲/۹	۱۱	۲/۹	۱۱	۱/۱	۴	برخورداری از آزادی بیان، شرط ضروری برای انجام کار روزنامه‌نگاری است.
۴/۴۵۷	۴	۵۸/۱	۲۱۵	۳۳/۵	۱۲۴	۵/۹	۲۲	۸	۳	۱/۶	۶	در قوانین باید حقوق روزنامه‌نگاران نشریاتی که انتشارشان به هر دلیل متوقف می‌شود، تضمین شود.
۴/۳۲۵	۵	۵۲/۶	۱۹۴	۳۲/۲	۱۱۹	۱۱۹	۴۴	۱/۶	۶	۱/۶	۶	در قوانین باید به صراحت برای مسئولانی که از دستیابی آزادانه روزنامه‌نگاران به منابع خبری و فعالیت مستقل آنها، جلوگیری می‌کنند و یا در این زمینه محدودیت پدید می‌آورند، مجازت تعیین شود
۴/۳۱۲	۵	۵۴/۵	۲۰۱	۳۲/۰	۱۱۸	۷/۰	۲۶	۳/۳	۱۲	۳/۳	۱۲	همه روزنامه‌نگاران حرفه‌ای، فارغ از تعلقهای سیاسی و فکری‌شان حق عضویت در نهاد صنفی روزنامه‌نگاران را دارند/

استقلال حقوقی حرفه

عوامل ضروری در استقلال حقوقی حرفه: برای سنجش دیدگاه روزنامه‌نگاران درباره مؤلفه‌های استقلال حرفه‌ای و نقش هر یک از این عوامل، هشت گویه در نظر گرفته شد. در این گویه‌ها روزنامه‌نگاران نظر خود را درباره ضرورت هر یک از مؤلفه‌های استقلال حرفه‌ای روی مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) مشخص کردند (جدول شماره ۱۳). ترتیب گویه‌ها براساس میانگین نظر روزنامه‌نگاران درباره هر یک از آنها به این شرح است:

۱. وضع قانون مربوط به استقلال حرفه روزنامه‌نگاری برای تقویت و رفع مشکلات این حرفه ضروری است. (۴/۲۲۲)

۲. وجود تشکل صنفی برای تضمین استقلال حرفه‌ای ضروری است. (۴/۲۰۴)

۳. حمایت از حقوق مؤلف برای روزنامه‌نگاری برای تضمین استقلال حرفه‌ای ضروری است. (۴/۱۶۴)

۴. وجود مقررات خاص حقوقی و اخلاقی در زمینه روزنامه‌نگاری برای تضمین استقلال حرفه‌ای ضروری است. (۴/۰۳۳)

۵. سهم بودن روزنامه‌نگاران در مدیریت تحریریه نشریات برای تضمین استقلال حرفه‌ای ضروری است. (۴/۰۱۱)

۶. وجود حمایت‌های بین‌المللی از فعالیتهای روزنامه‌نگاری برای تضمین استقلال حرفه‌ای ضروری است. (۳/۷۵۷)

۷. سهم بودن روزنامه‌نگاران در مالکیت و مدیریت اقتصادی نشریات برای تضمین استقلال حرفه‌ای ضروری است. (۳/۶۷۷)

۸. تشکیل انجمن‌های مؤسسان و مدیران مطبوعات، برای همکاری با تشکلهای صنفی روزنامه‌نگاران حرفه‌ای در جهت تحکیم استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری ضروری است. (۳/۴۷۵)

برای آزمودن فرضیه‌های تحقیق، در مورد هر یک از این گویه‌ها و براساس متغیرهای «پیشینه عضویت در نهاد صنفی» و «داشتن تحصیلات مربوط حرفه»، «داشتن سابقه‌ای حرفه‌ای کمتر از ۱۹ سال و یا بیشتر از ۲۰ سال» «پرداختن تنها به حرفه روزنامه‌نگاری» و «وابستگی نشریه‌ای که

روزنامه‌نگاران به کار در آن مشغول‌اند» آزمونهای t ، آزمون واریانس یکسویه و شفه به عمل آمد. بر این اساس آشکار گردید که:

● درباره گویه «وضع قانون مربوط به استقلال حرفه روزنامه‌نگاری برای تقویت و رفع مشکلات این حرفه ضروری است» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که دارای تحصیلات مربوط به حرفه هستند و یا دوره خاصی از آموزش روزنامه‌نگاری را گذرانده‌اند (۴/۳۶۳۲) و روزنامه‌نگارانی که چنین نیستند (۴/۰۵۱۳) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $P < 0.05$ $df = 305$ $t = 2.29$ $value =$

● درباره گویه «وجود تشکل صنفی برای تضمین استقلال حرفه‌ای ضروری است» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که دارای تحصیلات مرتبط به حرفه هستند و یا دوره خاصی از آموزش روزنامه‌نگاری را گذرانده‌اند (۴/۳۳۰۰) و روزنامه‌نگارانی که چنین نیستند (۴/۰۵۱۳) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $P < 0.05$ $df = 305$ $t value = 2.85$

● درباره گویه «وضع قانون مربوط به استقلال حرفه روزنامه‌نگاری برای تقویت و رفع مشکلات این حرفه ضروری است» میانگین تلقی روزنامه‌نگارانی که تنها به کار روزنامه‌نگاری مشغول هستند (۴/۲۸۷۱) و روزنامه‌نگارانی که شغل دیگری نیز دارند (۴/۱۳۷۳) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $P < 0.05$ $df = 360$ $t value = 1.356$

● درباره گویه «وجود مقررات خاص حقوقی و اخلاقی در زمینه روزنامه‌نگاری برای تضمین استقلال حرفه‌ای خود ضروری است» میانگین تلقی روزنامه‌نگارانی که پیشینه عضویت در یک نهاد صنفی دارند (۴/۱۹۵۹) و روزنامه‌نگارانی که چنین پیشینه‌ای ندارند (۳/۹۲۲۱) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $P < 0.05$ $df = 326$ $t value = 2.50$

● درباره گویه «وجود مقررات خاص حقوقی و اخلاقی در زمینه روزنامه‌نگاری برای تضمین استقلال حرفه‌ای خود ضروری است» میانگین تلقی روزنامه‌نگارانی که دارای سابقه حرفه‌ای کمتر از ۱۹ سال هستند (۳/۹۵۹۷) و کسانی که بیش از ۲۰ سال سابقه فعالیت روزنامه‌نگاری دارند (۳/۴۷۲۷) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است. $P < 0.05$ $df = 326$ $t value = 2.19$

درباره گویه «وجود حمایت‌های بین‌المللی از فعالیتهای روزنامه‌نگاری برای تضمین استقلال حرفه‌ای خود ضروری است» میانگین تلقی روزنامه‌نگارانی که دارای سابقه حرفه‌ای کمتر از ۱۹ سال هستند (۳/۸۰۸۷) و کسانی که بیش از ۲۰ سال سابقه فعالیت روزنامه‌نگاری

دارند (۳/۴۷۲۷) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است. $P < 0.05$ $t_{value} = 2$ $df = 330$ ؛ در سایر موارد تفاوت معناداری میان تلقی روزنامه‌نگاران و گویه‌های مورد نظر وجود ندارد.

عوامل آسیب‌رسان به استقلال حرفه‌ای

برای سنجش دیدگاه روزنامه‌نگاران درباره عوامل آسیب‌رسان به استقلال حرفه‌ای و تأثیر هر یک از این عوامل بر این استقلال ده گویه در نظر گرفته شد. در این گویه‌ها، روزنامه‌نگاران نظر خود را درباره عوامل آسیب‌رسان به استقلال حرفه‌ای روی مقیاس هفت درجه‌ای لیکرت از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۷) مشخص کردند (جدول شماره ۱۴). ترتیب گویه‌ها براساس میانگین نظر روزنامه‌نگاران درباره هر یک از این عوامل به این شرح است:

۱. فقدان تشکیلاتی منسجم و فراگیر برای دفاع از حقوق روزنامه‌نگاران (۵/۸۸۷)
۲. عدم تأمین اقتصادی کامل روزنامه‌نگاران از طریق حرفه روزنامه‌نگاری (۵/۸۶۷)
۳. نبود قوانین مشخص در حمایت از روزنامه‌نگاران و حرفه روزنامه‌نگاری (۵/۸۶۳)
۴. ناکافی بودن تحرک و تلاش روزنامه‌نگاران برای به رسمیت شناساندن «استقلال حرفه‌ای» خود (۵/۴۸۱)
۵. حضور قدرتمندانه و همه‌جانبه دولت در عرصه‌های مختلف فعالیت روزنامه‌نگاری و مطبوعات (۵/۳۰۶)
۶. مداخله صاحبان امتیاز و مدیران مسئول در کار روزنامه‌نگاران (۵/۱۷۴)
۷. نبود معنایی مشترک از «استقلال حرفه‌ای» نزد روزنامه‌نگاران (۵/۱۳۳)
۸. کم‌توجهی مردم به مسائل مطبوعات و عدم حساسیت آنان به مسائل روزنامه‌نگاران (۵/۰۲۸)
۹. نپرداختن به حرفه روزنامه‌نگاری به عنوان تنها شغل از سوی بسیاری از روزنامه‌نگاران (۴/۹۸۱)
۱۰. گرایش‌های خاص سیاسی روزنامه‌نگاران و وابستگی تعداد قابل ملاحظه‌ای از نشریات به جناح‌های سیاسی (۴/۸۵۹)

برای آزمودن فرضیه‌های تحقیق، در مورد هر یک از این گویه‌ها و براساس متغیرهای «پیشینه عضویت در نهاد صنفی»، «داشتن تحصیلات در رابطه با حرفه»، «داشتن سابقه حرفه‌ای کمتر از ۱۹ سال و یا بیشتر از ۲۰ سال» و «پرداختن تنها به حرفه روزنامه‌نگاری» و «وابستگی نشریه‌ای که

روزنامه‌نگاران به کار در آن مشغول‌اند» آزمونهای آزمونهای t ، آزمون واریانس یکسویه و شفه
به عمل آمد. براین اساس آشکار گردید که:

جدول شماره ۱۳. دیدگاه روزنامه‌نگاران درباره عوامل ضروری در استقلال حقوقی حرفه روزنامه‌نگاری

گویه	خیلی کم		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		بدون پاسخ	میانگین
	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد		
وضع قانون مربوط به استقلال حرفه روزنامه‌نگاری برای تقویت و رفع مشکلات این حرفه ضروری است.	۱۵	۱	۳۷	۱	۱۰	۱	۳۸	۶	۱۶۶	۵	۹	۴/۲۲۲
وجود تشکل صنفی برای تضمین استقلال حرفه‌ای ضروری است.	۱۳	۵	۴۲	۴	۱۱	۴	۳۷	۵	۱۶۷	۴	۶	۴/۲۰۴
حمایت از حقوق مؤلف برای روزنامه‌نگاری برای تضمین استقلال حرفه‌ای ضروری است.	۹	۵	۲۵	۲	۱۴	۲	۱۴	۰	۱۵۱	۴	۹	۴/۱۶۴
وجود مقررات خاص حقوقی و اخلاقی در زمینه روزنامه‌نگاری برای تضمین استقلال حرفه‌ای ضروری است.	۱۱	۸	۳۰	۳	۱۷	۳	۳۸	۸	۱۳۷	۱	۵	۴/۰۳۳
سهیم بودن روزنامه‌نگاران در مدیریت تحریریه نشریات برای تضمین استقلال حرفه‌ای ضروری است.	۱۱	۷	۳۰	۵	۱۹	۵	۱۹	۰	۱۲۷	۸	۹	۴/۰۱۱
وجود حمایت‌های بین‌المللی از فعالیتهای روزنامه‌نگاری برای تضمین استقلال حرفه‌ای ضروری است.	۳۴	۲	۹	۹	۶	۶	۳۶	۸	۱۰۲	۶	۲۹	۳/۷۵۷
سهیم بودن روزنامه‌نگاران در مالکیت و مدیریت اقتصادی نشریات را تا چه حد برای تضمین استقلال حرفه‌ای خود ضروری است.	۳۱	۹	۸	۶	۲۱	۰	۱۳	۴	۵	۹۶	۱۲	۳/۶۷۷
تشکیل انجمنهای مؤسسان و مدیران مطبوعات برای همکاری با تشکلهای صنفی روزنامه‌نگاران حرفه‌ای در جهت تحکیم استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری ضروری است.	۴۹	۶	۱۳	۶	۲۲	۵	۳۵	۶	۷۴	۶	۱۴	۳/۴۷۵

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷

تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹ ۸۸۷۳۰۴۱۳ ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

جدول شماره ۱۴. عوامل آسیب‌رسان به استقلال حقوقی حرفه‌روزمه‌نگاری

میانگین	بدون پاسخ	خیلی زیاد		زیاد		تا حدودی زیاد		متوسط		تا حدودی کم		کم		خیلی کم		گویه
		درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۵/۸۸۷	۱۱	۳۷/۷	۱۳۷	۳۱/۷	۱۱۵	۱۸/۲	۶۶	۸/۸	۳۲	۱/۷	۶	۱/۴	۵	۰/۶	۲	فقدان تشکیلات منسجم و فراگیر برای دفاع از حقوق روزنامه‌نگاران
۵/۸۶۷	۵	۳۶/۹	۱۳۶	۲۸/۲	۱۰۴	۲۴/۷	۹۱	۶/۸	۲۵	۲/۴	۹	۸	۳	۰/۳	۱	عدم تأمین اقتصادی کامل روزنامه‌نگاران از طریق حرفه‌روزمه‌نگاری
۵/۸۶۳	۸	۳۶/۶	۳۷/۴	۲۹/۸	۱۰۹	۲۱/۰	۷۷	۶/۸	۲۵	۳/۳	۱۲	۱/۶	۶			نبودن قوانین مشخص در حمایت از روزنامه‌نگاران و حرفه‌روزمه‌نگاری
۵/۴۸۱	۱۴	۳۲/۲	۱۱۶	۲۴/۴	۸۸	۲۲/۸	۸۲	۸/۹	۳۲	۵/۶	۲۰	۳/۶	۱۳	۲/۵	۹	ناکافی بودن تحرک و تلاش روزنامه‌نگار برای به رسمیت شناساندن «استقلال حرفه‌ای» خود
۵/۳۰۶	۱۱	۲۹/۵	۱۰۷	۲۰/۴	۷۴	۱۹/۸	۷۲	۲۰/۱	۷۳	۴/۷	۱۷	۲/۸	۱۰	۲/۸	۱۰	حضور قدرتمندانه و همه‌جانبه دولت در عرصه‌های مختلف فعالیت روزنامه‌نگاری و مطبوعات
۵/۱۷۴	۱۱	۲۴/۵	۸۹	۲۲/۹	۸۳	۱۹/۶	۷۱	۲۱/۲	۷۷	۵/۲	۱۹	۳/۶	۱۳	۳/۰	۱۱	مداخله صاحبان امتیاز و مدیران مسئول در کار روزنامه‌نگاران
۵/۱۳۳	۱۴	۲۱/۷	۷۸	۲۳/۹	۸۶	۲۲/۵	۸۱	۱۷/۸	۶۴	۸/۳	۳۰	۳/۹	۱۴	۱/۹	۷	نبودن معنایی مشترک از «استقلال حرفه‌ای» نزد روزنامه‌نگاران
۵/۰۲۸	۱۱	۲۴/۲	۸۸	۲۰/۹	۷۶	۱۹/۰	۶۹	۱۹/۳	۷۰	۵/۸	۲۱	۷/۲	۲۶	۳/۶	۱۳	کم‌توجهی مردم به مسائل مطبوعات و عدم حساسیت آنان به مسائل

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵

تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹ ۸۸۷۳۰۴۱۳ ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

																روزنامه نگاران
۴/۹۸۱	۷	۱۸/۵	۶۸	۲۲/۳	۸۲	۲۶/۴	۹۷	۱۵/۸	۵۸	۷/۹	۲۹	۶/۳	۲۳	۲/۷	۱۰	نیرداختن به حرفه روزنامه نگاری به عنوان تنها شغل از سوی بسیاری از روزنامه نگاران
۴/۴۵۹	۱۳	۲۲/۲	۸۰	۱۸/۶	۶۷	۱۸/۶	۶۷	۲۱/۳	۷۷	۶/۹	۲۵	۸/۰	۲۹	۴/۴	۱۶	گرایشهای خاص سیاسی روزنامه نگاران و وابستگی تعداد قابل ملاحظه‌ای از نشریات به جناحهای سیاسی

● درباره گویۀ «فقدان تشکیلاتی منسجم و فراگیر برای دفاع از حقوق روزنامه‌نگاران» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که دارای تحصیلات مربوط به حرفه هستند و یا دوره خاصی از آموزش روزنامه‌نگاری را گذرانده‌اند (۶/۰۰۵۰) و روزنامه‌نگارانی که چنین نیستند (۵/۷۴۱۹) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $tvalue=2/70$ $df=352$ $P<0/05$ ؛

● درباره گویۀ «نپرداختن به حرفه روزنامه‌نگاری به عنوان تنها شغل از سوی بسیاری از روزنامه‌نگاران» میانگین تلقی روزنامه‌نگارانی که تنها به کار روزنامه‌نگاری مشغول هستند (۵/۱۳۷۴) و روزنامه‌نگارانی که شغل دیگری نیز دارند (۴/۸۰۹۲) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $tvalue=2$ $df=361$ $P<0/05$ ؛

● درباره گویۀ «عدم تأمین اقتصادی کامل روزنامه‌نگاران از طریق حرفه روزنامه‌نگاری» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که در یکی از نشریات وابسته به دولت، نهاد خصوصی غیرمطبوعاتی و نهادهای خصوصی مطبوعاتی کار می‌کنند دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $P<0/05$ $tvalue=3/9335$ $df=$

● درباره گویۀ «حضور قدرتمندانه و همه‌جانبه دولت در عرصه‌های مختلف فعالیت روزنامه‌نگاری و مطبوعات» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که در یکی از نشریات وابسته به دولت، نهاد خصوصی غیرمطبوعاتی و نهادهای خصوصی مطبوعاتی کار می‌کنند دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $P<0/05$ $f=3/0862$ $df=2/353$ ؛

● درباره گویۀ «مداخله صاحبان امتیاز و مدیران مسئول در کار روزنامه‌نگاران» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که در یکی از نشریات وابسته به دولت، نهاد خصوصی غیرمطبوعاتی و نهادهای خصوصی مطبوعاتی کار می‌کنند دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $P<0/05$ $f=4/7045$ $df=$

● درباره گویۀ «کم‌توجهی مردم به مسائل مطبوعات و عدم حساسیت آنان به مسائل روزنامه‌نگاران» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که در یکی از نشریات وابسته به حکومت، نهاد خصوصی غیرمطبوعاتی و نهادهای خصوصی مطبوعاتی کار می‌کنند دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $P<0/05$ $f=3609/3$ $df=2/353$ ؛

در سایر موارد تفاوت معناداری میان تلقی روزنامه‌نگاران و گویه‌های مورد نظر وجود ندارد.

روزنامه‌نگار حرفه‌ای

تعریف روزنامه‌نگار حرفه‌ای: برای سنجش دیدگاه روزنامه‌نگاران درباره تلقی آنان از «روزنامه‌نگار حرفه‌ای» سه گویه درباره تعریف روزنامه‌نگار حرفه‌ای، چگونگی تعیین دستمزد روزنامه‌نگاران و نحوه استخدام آنها در نظر گرفته شد. روزنامه‌نگاران نظر خود را درباره این سه گویه روی مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) مشخص کردند (جدول شماره ۱۵). ترتیب گویه‌ها

براساس میانگین نظر روزنامه‌نگاران درباره هر یک از آنها به این شرح است:

- روزنامه‌نگار حرفه‌ای، کسی است که شغل اصلی، مرتب و با اجرت او، انجام کار در روزنامه‌ها، نشریات، خیرگزاری و یا واحد خبر رادیو و تلویزیون است. (۴/۱۸۵)
- دستمزد روزنامه‌نگاران باید طبق تعرفه‌های مورد توافق تشکلهای صنفی روزنامه‌نگاران و مدیران پرداخت شود. (۳/۸۷۹)

جدول شماره ۱۵. نظر روزنامه‌نگاران درباره تعریف روزنامه‌نگار حرفه‌ای

گروه	خیلی کم		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		بدون پاسخ	میانگین
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد		
روزنامه‌نگار حرفه‌ای کسی است که شغل اصلی، مرتب و با اجرت او، انجام کار در روزنامه‌ها، نشریات، خبرگزاری و یا واحد خبر رادیو و تلویزیون است.	۱۱	۳/۰	۲۶	۷/۱	۲۳	۶/۳	۱۳۱	۳۵/۷	۱۷۶	۴۸/۰	۷	۴/۱۸۵
دستمزد روزنامه‌نگاران باید طبق تعرفه‌های مورد توافق تشکلهای صنفی روزنامه‌نگاران و مدیران پرداخت شود.	۱۲	۳/۲	۲۹	۷/۸	۷۵	۲۰/۲	۱۳۲	۳۵/۵	۱۲۴	۳۳/۳	۲	۳/۸۷۹
واحدهای مطبوعاتی باید کادر خود را از میان روزنامه‌نگاران عضو تشکل صنفی انتخاب کنند.	۲۵	۶/۷	۹۳	۲۵/۱	۱۲۷	۳۴/۲	۶۹	۱۸/۶	۵۷	۱۵/۴	۳	۳/۱۰۸

● واحدهای مطبوعاتی باید کادر خود را از میان روزنامه‌نگاران عضو تشکل صنفی انتخاب کنند.

(۳/۱۰۸)

برای آزمودن فرضیه‌های تحقیق، در مورد هر یک از این گویه‌ها و براساس متغیرهای «پیشینه عضویت در نهاد صنفی»، «داشتن تحصیلات در رابطه با حرفه»، «داشتن سابقه‌ای حرفه‌ای کمتر از ۱۹ سال و یا بیشتر از ۲۰ سال» و «پرداختن تنها به حرفه روزنامه‌نگاری» و «وابستگی نشریه‌ای که روزنامه‌نگاران به کار در آن مشغول‌اند» آزمونهای t ، آزمون واریانس یکسویه و شفه به عمل آمد. بر این اساس آشکار گردید که:

● درباره گویه «روزنامه‌نگار حرفه‌ای، کسی است که شغل اصلی، مرتب و با اجرت او، انجام کار در روزنامه‌ها، نشریات، خبرگزاری و یا واحد خبر رادیو و تلویزیون است» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که دارای پیشینه عضویت در یک نهاد صنفی مطبوعاتی داشتند (۴/۴۰۷۸) و روزنامه‌نگارانی که چنین نبودند (۴/۱۰۴۴) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $P < ۰/۰۵$ $tvalue = ۲/۵۵$ $df =$

● درباره گویه «روزنامه‌نگار حرفه‌ای، کسی است که شغل اصلی، مرتب و با اجرت او، انجام کار در روزنامه‌ها، نشریات، خبرگزاری و یا واحد خبر رادیو و تلویزیون است» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که تنها به کار روزنامه‌نگاری مشغول هستند (۴/۳۳۱۷) و روزنامه‌نگارانی که به کار دیگری نیز می‌پردازند (۳/۹۸۰۶) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $P < ۰/۰۵$ $df = ۳۶۱$ $tvalue = ۳/۲۵$

● درباره گویه «واحدهای مطبوعاتی باید کادر خود را از میان روزنامه‌نگاران عضو تشکل صنفی انتخاب کنند». میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که دارای تحصیلات مربوط به حرفه هستند و یا دوره آموزش روزنامه‌نگاری را گذرانده‌اند (۳/۲۲۰۶) و روزنامه‌نگارانی که چنین نبوده‌اند (۲/۹۷۴۷) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $P < ۰/۰۵$ $tvalue = ۲/۳۰$ $df = ۳۶۰$

در سایر موارد تفاوت معناداری میان دیدگاه روزنامه‌نگاران و گویه‌های مورد نظر وجود ندارد.

موانع حرفه‌ای شدن: برای سنجش دیدگاه روزنامه‌نگاران درباره موانع حرفه‌ای شدن روزنامه‌نگاران و تأثیر هر یک از این عوامل سه گویه در نظر گرفته شد تا آنان نظر خود را درباره نقش هر یک از این عوامل بر مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵)

مشخص سازند (جدول شماره ۱۶). گویه‌های مطرح شده و میانگین نظر کل روزنامه‌نگاران درباره هر یک از آنها چنین است:

● مشکل اقتصادی و نبود امنیت شغلی مهم‌ترین مانع حرفه‌ای شدن در کار روزنامه‌نگاری است. (۴/۲۶۶)

● مشکلات سیاسی (از جانب دولت یا گروه‌های غیررسمی) مهم‌ترین مانع حرفه‌ای شدن روزنامه‌نگاران است. (۳/۶۸۸)

● قوانین موجود در زمینه روزنامه‌نگاری برآورنده نیازهای حرفه‌ای ماندن در کار روزنامه‌نگاران است. (۲/۶۸۸)

برای آزمودن فرضیه‌های تحقیق، در مورد هر یک از این گویه‌ها و براساس متغیرهای «پیشینه عضویت در نهاد صنفی»، «داشتن تحصیلات در رابطه با حرفه»، «داشتن سابقه‌ای حرفه‌ای کمتر از ۱۹ سال و یا بیشتر از ۲۰ سال» و «پرداختن تنها به حرفه روزنامه‌نگاری» و «وابستگی نشریه‌ای که روزنامه‌نگاران به کار در آن مشغولند» آزمونهای t ، آزمون واریانس یک سویه و شفه به عمل آمد. براین اساس آشکار گردید که:

● درباره گویه «مشکلات سیاسی» (از جانب دولت یا گروه‌های غیررسمی) مهم‌ترین مانع حرفه‌ای شدن روزنامه‌نگاران است» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که تنها به حرفه روزنامه‌نگاری می‌پردازند (۳/۷۷۵۱) و روزنامه‌نگارانی که شغل دیگری نیز دارند (۳/۵۰۹۷) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است t value = ۲/۴۸ df = ۳۶۲ $P < ۰/۰۵$

● درباره گویه «مشکل اقتصادی و نبود امنیت شغلی مهم‌ترین مانع حرفه‌ای شدن در کار روزنامه‌نگاری است» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که به کار در نشریه وابسته به حکومت، نهاد خصوصی غیرمطبوعاتی و نهاد خصوصی مطبوعاتی به کار می‌پردازند دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است f = ۵/۳۳۳۹ df = ۲/۳۵۸ $P < ۰/۰۵$

● درباره گویه «مشکلات سیاسی (از جانب دولت یا گروه‌های غیررسمی) مهم‌ترین مانع حرفه‌ای شدن روزنامه‌نگاران است» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که به کار در نشریه وابسته به حکومت، نهاد خصوصی غیرمطبوعاتی و نهاد خصوصی مطبوعاتی به کار می‌پردازند دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است. f = ۱۰/۵۱۶ df = ۲/۳۵۸ $P < ۰/۰۵$

کارت هویت حرفه‌ای

درباره کارت خبرنگاری دو نوع پرسش با روزنامه‌نگاران در میان گذاشته شد: از روزنامه‌نگاران در دو سؤال خواسته شد تا میزان گره‌گشا بودن کارت خبرنگاری نشریه و کارتهای صادر شده از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را در کارهای خبری براساس مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۲) تعیین کنند. میانگین نظر روزنامه‌نگاران درباره تأثیر کارت خبرنگاری نشریه ۲/۸۲۳ و درباره کارتهای وزارت ارشاد ۲/۷۸۷ بود. بدین ترتیب روزنامه‌نگاران نقش هر دوی این کارتها را در کارهای خبری حتی از متوسط نیز کمتر می‌دانستند. نکته درخور توجه درباره کارتهای وزارت ارشاد این است که ۱۹۶ روزنامه‌نگار (۵۲/۴ درصد نمونه آماری) نظری ابراز نداشتند و بسیاری از آنها در کنار این پرسش اظهار داشته‌اند که اساساً چنین کارتی ندارند.

جدول شماره ۱۶. نظر روزنامه‌نگاران درباره موانع حرفه‌ای شدن

میانگین	بدون پاسخ	خیلی زیاد		زیاد		متوسط		کم		خیلی کم		گویه
		درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۴/۲۶۶	۶	۴۹/۵	۱۸۲	۳۵/۱	۱۲۹	۹/۲	۳۴	۵/۲	۱۹	۱/۱	۴	مشکل اقتصادی و نبود امنیت شغلی مهمترین مانع حرفه‌ای شدن در کار روزنامه‌نگاری است.
۳/۶۶۸	۶	۲۳/۶	۸۷	۳۴/۸	۱۲۸	۲۸/۰	۱۰۳	۱۲/۰	۴۴	۱/۶	۶	مشکلات سیاسی (از جانب دولت یا گروه‌های غیررسمی) مهمترین مانع حرفه‌ای شدن روزنامه‌نگاران است.
۲/۶۸۸	۲۱	۷/۱	۲۵	۱۶/۱	۵۷	۲۹/۲	۱۰۳	۳۳/۷	۱۱۹	۱۳/۹	۴۹	قوانین موجود در زمینه روزنامه‌نگاری برآورنده نیازهای حرفه‌ای ماندن در کار روزنامه‌نگاران است.

مرجع صدور کارت هویت حرفه‌ای
در سؤال دیگری نظر روزنامه‌نگاران درباره مرجع صدور کارت خبرنگاران از آنان پرسیده

شد.

جدول شماره ۱۷. توزیع فراوانی و نسبی پاسخگویان براساس
نظر آنان درباره مرجع صدور کارت هویت حرفه‌ای

درصد	تعداد	مرجع صدور کارت خبرنگاری
۱۶/۳	۵۸	مدیران مطبوعات
۴/۲	۱۵	دولت
۵۳/۱	۱۸۹	نهاد حرفه‌ای روزنامه‌نگاران
۲۶/۴	۹۴	نهاد مشترک روزنامه‌نگاران و مدیران
	۱۸	بدون پاسخ
۱۰۰	۳۷۴	جمع

$f=10/516$ $df=2/358$ $p<0/01$

در پاسخ به این پرسش ۱۸۹ روزنامه‌نگار (۵۳/۱ درصد) نهاد حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، ۹۴ روزنامه‌نگار (۲۶/۴ درصد) نهاد مشترک روزنامه‌نگاران و مدیران، ۵۸ روزنامه‌نگار (۱۶/۳ درصد) مدیران مطبوعات و تنها ۱۵ روزنامه‌نگار (۴/۲ درصد) دولت را به عنوان مرجع صدور کارت خبرنگاری دانستند. این بررسی نشان می‌دهد که اصرار دولت در سالهای گذشته بر مرجعیت صدور کارت خبرنگاری در نزد روزنامه‌نگاران پاسخ‌دهنده تقریباً به هیچ‌وجه مشروعیت ندارد. محاسبه کای اسکوئر نشان داد که میان نظر روزنامه‌نگاران درباره مرجع صدور کارت هویت حرفه‌ای براساس متغیرهای «پیشینه عضویت در یک نهاد صنفی»، «وابستگی نشریه»، «سابقه فعالیت حرفه‌ای (کمتر از ۱۹ سال و بیش از ۲۰ سال)»، «پرداختن تنها به حرفه روزنامه‌نگاری» و «داشتن تحصیلات در رابطه با حرفه» تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول شماره ۱۸. دیدگاه روزنامه‌نگاران درباره نهاد اصلی صدور کارت هویت حرفه‌ای
براساس وابستگی نشریه‌ای که به کار در آن مشغول هستند

نهاد اصلی صدور کارت هویت حرفه‌ای خبرنگاری						
جمع	نهاد مشترک روزنامه‌نگاران	نهاد حرفه‌ای روزنامه‌نگاران	مدیران دولت مطبوعات	و مدیران		
نوع وابستگی نشریه						
	۲۵	۷۰	۴	۱۸	تعداد	نهاد رهبری، قوای ۱۱۷
		۲۱/۴	۵۹/۸	۳/۴	۱۵/۴	سه‌گانه، نیروهای نظامی درصد سطری
	۳۳/۳	۲۷/۲	۳۷/۶	۲۶/۷	۳۱/۰	و انتظامی و شهرداری درصد ستونی
	۵۱	۱۴	۲۲	۳	۱۲	تعداد نهاد خصوصی
		۲۷/۵	۴۳/۱	۵/۹	۲۳/۵	درصد سطری غیرمطبوعاتی
	۱۴/۵	۱۵/۲	۱۱/۸	۲۰/۰	۲۰/۷	درصد ستونی
	۱۸۳	۵۳	۹۴	۸	۲۸	تعداد نهاد خصوصی
		۲۹/۰	۵۱/۴	۴/۴	۱۵/۳	درصد سطری
	۵۲/۱	۵۷/۶	۵۰/۵	۵۳/۳	۴۸/۳	درصد ستونی مطبوعاتی
	۳۵۱	۹۲	۱۸۶	۱۵	۵۸	تعداد جمع
	۱۰۰/۰	۲۶/۲	۵۳/۰	۴/۳	۱۶/۵	درصد

$\chi^2 = 0.94880$ $df = 6$ $P > 0.05$

مرجع رسیدگی به جرایم مطبوعاتی
موضوع مرجع رسیدگی به جرایم مطبوعاتی از مباحث مهم روزنامه‌نگاری است. همچنان‌که اشاره شد، کار روزنامه‌نگاری از یک سو بنا بر سرشت ویژه خود و از سوی دیگر به دلیل ضرورت مستقل ماندن از دولت، در مفهوم عام آن، ایجاب می‌کند که در رسیدگی به آنچه جرایم مطبوعاتی خوانده می‌شود و یافتن مصداقهای آن دقت فراوان صورت بگیرد. اساس بحث در این است که کسانی می‌توانند درباره کارکرد روزنامه‌نگاران قضاوت کنند که خود با پیچیدگی و

ظرفتهای این حرفه و الزامها و تعهدهای آن آشنا باشند. در این باره دو پرسش با روزنامه‌نگاران مطرح شد:

● به نظر شما کدام یک از مراجع: «دولت»، «قوه قضاییه»، «تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاران براساس نظام مطبوعات» باید به جرایم حرفه‌ای روزنامه‌نگاران رسیدگی کنند؟

● به اعتقاد شما آیا یک مرجع صنفی روزنامه‌نگاران، مانند «نظام مطبوعات» یا «شورای عالی روزنامه‌نگاران» می‌تواند به تخلفات حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، رسیدگی کند، یا فقط می‌تواند

تخلفات خاص اخلاقی را مورد بررسی و تعقیب قرار دهد؟

در پاسخ به پرسش اول، ۳۲۴ پاسخ‌دهنده (۹۱/۳ درصد)، تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاران براساس نظام مطبوعات، ۲۸ روزنامه‌نگار (۷/۹ درصد)، قوه قضاییه و ۳ روزنامه‌نگار (۰/۸ درصد) دولت را مرجع رسیدگی به جرایم مطبوعاتی دانسته‌اند. پاسخ روزنامه‌نگاران به این پرسش نشان‌دهنده توافق بسیار بالای روزنامه‌نگاران درباره «تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاران براساس نظام مطبوعات» مرجع رسیدگی به جرایم مطبوعاتی‌شان است.

جدول شماره ۱۹. توزیع فراوانی و نسبی پاسخگویان براساس نظر آنان

درباره مرجع رسیدگی به جرایم حرفه‌ای روزنامه‌نگاران

مرجع رسیدگی به جرائم مطبوعاتی	تعداد	درصد
دولت	۳	۰/۸
قوه قضاییه	۲۸	۷/۹
تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاران براساس نظام مطبوعات	۳۲۴	۹۱/۳
بدون پاسخ	۱۹	
جمع	۳۷۴	۱۰۰

با توجه به تعداد بسیار کم موافقان رسیدگی به جرایم مطبوعاتی از سوی دولت، برای محاسبه کای اسکوتر پاسخهایی که در آنها به دولت و یا قوه قضاییه اشاره شده بود در هم ادغام گردید و نتیجه براساس متغیرهای «پیشینه عضویت در یک نهاد مطبوعاتی»، «وابستگی نشریه»،

سابقه فعالیت حرفه‌ای (کمتر از ۱۹ سال و بیش از ۲۰ سال)، «پرداختن تنها به حرفه روزنامه‌نگاری» و «داشتن تحصیلات در رابطه با حرفه» سنجیده شد. محاسبه کای اسکور نشان داد که براساس این متغیرها میان نظر روزنامه‌نگاران درباره مرجع رسیدگی به جرایم مطبوعاتی تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول شماره ۲۰. دیدگاه روزنامه‌نگاران درباره مرجع رسیدگی به جرایم مطبوعاتی
براساس پرداختن تنها به حرفه روزنامه‌نگاری

مرجع رسیدگی به جرایم مطبوعاتی			
جمع	دولت و قوه تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاران براساس نظام مطبوعات	قضاییه روزنامه‌نگاران براساس نظام مطبوعات	اشتغال تنها به حرفه روزنامه‌نگاری
۲۰۵	۱۸۶	۱۹	تعداد
	۹۰/۷	۹/۳	درصد سطری
۵۸/۴	۵۷/۹	۶۳/۳	درصد ستونی
۱۴۶	۱۳۵	۱۱	تعداد
	۹۲/۵	۷/۵	درصد سطری
۴۱/۶	۴۲/۱	۳۶/۷	درصد ستونی
۳۵۱	۳۲۱	۳۰	تعداد
۱۰۰/۰	۹۱/۵	۸/۵	درصد

$$x^2 = ۰/۳۲۸۰۳ \quad df = ۱ \quad P > ۰/۰۵$$

گستره رسیدگی به جرایم مطبوعاتی: در پاسخ به پرسش دوم نیز ۲۸۸ روزنامه‌نگار (۸۵/۲ درصد) گستره رسیدگی به تخلفات حرفه‌ای روزنامه‌نگاران توسط نظام مطبوعات یا شورای عالی روزنامه‌نگاران را «تمامی تخلفات حرفه‌ای» و ۵۰ پاسخ‌دهنده (۱۴/۸ درصد) «تنها تخلفات خاص اخلاقی» دانسته‌اند.

جدول شماره ۲۱. توزیع فراوانی و نسبی پاسخگویان براساس نظر آنان درباره گستره رسیدگی به تخلفات حرفه‌ای روزنامه‌نگاران توسط نظام مطبوعات یا شورای عالی روزنامه‌نگاران

درصد	تعداد	گستره رسیدگی به تخلفات حرفه‌ای
۸۵/۲	۲۸۸	همه تخلفات حرفه‌ای
۱۴/۸	۵۰	فقط به تخلفات خاص اخلاقی

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷
تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

در این مورد نیز نظر محاسبه کای اسکوتر نشان داد «که براساس متغیر»های «پیشینه عضویت در یک نهاد مطبوعاتی»، «وابستگی نشریه»، «سابقه فعالیت حرفه‌ای»، «سابقه فعالیت حرفه‌ای (کمتر از ۱۹ سال و بیش از ۲۰ سال)»، «پرداختن به حرفه روزنامه‌نگاری» و «داشتن تحصیلات در رابطه با حرفه» نظر روزنامه‌نگاران درباره گستره رسیدگی به جرایم مطبوعاتی از سوی مرجع صنفی روزنامه‌نگاران بیانگر تفاوت معناداری نیست.

جدول شماره ۲۲. دیدگاه روزنامه‌نگاران درباره گستره رسیدگی به جرایم مطبوعاتی از سوی مرجع صنفی روزنامه‌نگاران برحسب سابقه کار

گستره رسیدگی به جرایم مطبوعاتی از سوی یک مرجع صنفی روزنامه‌نگاری مانند «نظام مطبوعات» یا «شورای عالی روزنامه‌نگاران»					
سابقه	تعداد	درصد سطری	همه تخلفات حرفه‌ای	فقط تخلفات خاص اخلاقی	جمع
کمتر از ۱۹ سال	تعداد	درصد سطری	۲۳۲	۴۲	۲۷۴
(پس از انقلاب)	تعداد	درصد ستونی	۸۴/۷	۱۵/۳	۸۳/۸
بیشتر از ۱۹ سال	تعداد	درصد سطری	۴۷	۶	۵۳
(پیش از انقلاب)	تعداد	درصد ستونی	۸۸/۷	۱۱/۳	۱۶/۲
جمع	تعداد	درصد	۲۷۹	۴۸	۳۲۷
	درصد		۸۵/۳	۱۴/۷	۱۰۰/۰

$$x^2 = 0.06904 \quad df = 1 \quad P < 0.05$$

نهاد صنفی روزنامه‌نگاران عضویت در نهاد صنفی: براساس یافته‌های تحقیق ۱۰۴ روزنامه‌نگار (۲۹/۱ درصد) سابقه عضویت در یک نهاد صنفی مطبوعاتی را داشته‌اند و ۲۵۴ روزنامه‌نگار (۷۰/۹ درصد) تاکنون

عضو چنین نهادی نبوده‌اند. تعداد پاسخ‌دهندگانی که دارای سابقه عضویت در سندیکای خبرنگاران و نویسندگان مطبوعات بوده‌اند بیش از دیگر روزنامه‌نگاران است. دلیل این امر را می‌توان این موضوع دانست که اصولاً بیشتر روزنامه‌نگاران قبل از انقلاب به عضویت سندیکا درآمده بودند و بنابراین کمتر روزنامه‌نگار هنوز فعالی را از آن دوران می‌توان یافت که پیشینه عضویت در این نهاد صنفی را نداشته باشد. از سوی دیگر، با توجه به گستره نسبتاً وسیع توزیع پرسشنامه، می‌توان گفت که این نهاد هنوز چندان فراگیر نیست.

جدول شماره ۲۳. توزیع فراوانی و نسبی پاسخگویان براساس نهاد صنفی مطبوعاتی که عضو آن بوده‌اند و یا هستند

درصد	تعداد	نهاد صنفی که روزنامه‌نگاران عضو آن بوده‌اند یا هستند
۳۷/۱۱	۳۶	سندیکای نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات
۳۴/۰۲	۳۳	انجمن صنفی روزنامه‌نگاران
۴/۱۲	۴	انجمن ورزشی نویسان
۲/۰۶	۲	انجمن روزنامه‌نگاران مسلمان
۷/۲۱	۷	تعاونی مطبوعات کشور
۹/۲۷	۹	انجمن منتقدان سینما
۶/۱۸	۶	سایر
	۲۷۷	بدون پاسخ
۱۰۰	۳۷۴	جمع

مهم‌ترین مسئله حرفه‌ای: برای ارزیابی نظر روزنامه‌نگاران درباره نهاد صنفی روزنامه‌نگاران، افزوده بر نظر آنان درباره ضرورت وجودی چنین تشکیلاتی، سه دسته پرسش با آنها در میان گذاشته شد. ابتدا از آنان پرسیده شد «مهم‌ترین مسئله حرفه‌ای که به عنوان یک روزنامه‌نگار با آن دست به گریبان هستید چیست؟» جدول زیر با توجه به اینکه بسیاری از پاسخ‌دهندگان به چند یا تمامی موارد مطرح در پرسشنامه اشاره کرده‌اند تنظیم شده است. بر این اساس ۲۲۲ روزنامه‌نگار (۶۲ درصد کل روزنامه‌نگاران) مشکل اقتصادی را به عنوان مهم‌ترین مسئله حرفه‌ای که با آن دست به گریبان‌اند مطرح کردند. مشکل فرهنگی، کمبود امکانات آموزش حرفه‌ای، مشکل سیاسی و گروه‌های فشار در مراحل بعدی قرار گرفتند.

جدول شماره ۲۴. نظر روزنامه‌نگاران درباره مهم‌ترین مسئله حرفه‌ای که با آن دست به گریبان‌اند

مسئله	تعداد	درصد در کل پاسخ‌دهندگان
مشکل اقتصادی	۲۳۲	۶۲/۰

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵
 تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

۳۳/۲	۱۲۴	مشکل فرهنگی
۳۲/۴	۱۲۱	کمبود امکانات آموزش تخصصی حرفه‌ای
۲۷/۳	۱۰۲	مشکل سیاسی
۲۷/۰	۱۰۱	گروه‌های فشار

مهم‌ترین هدف نهاد صنفی: سپس از روزنامه‌نگاران پرسیده شده بود که «مهم‌ترین هدف تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاران را چه می‌دانید؟» در این مورد نیز بسیاری از پاسخ‌دهندگان به چند یا تمامی موارد مطرح در پرسشنامه اشاره کرده‌اند. بر این اساس «دفاع از حقوق روزنامه‌نگاران در برابر دولت و دفاع از آزادی بیان» مهم‌ترین هدفی است که از نظر روزنامه‌نگاران، انجمن صنفی باید در پی تحقق آن باشد (۲۶۱ روزنامه‌نگار، ۶۹/۸ درصد کل پاسخ‌دهندگان). کسب حقوق اقتصادی، دفاع از حقوق روزنامه‌نگاران در برابر صاحبان امتیاز و مدیران مسئول و فراهم آوردن امکانات آموزشی در مراحل بعد قرار دارند.

جدول شماره ۲۵. نظر روزنامه‌نگاران درباره مهم‌ترین هدف تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاران

هدف	تعداد	درصد به کل پاسخ‌دهندگان
دفاع از حقوق روزنامه‌نگاران در برابر دولت و دفاع از آزادی بیان	۲۶۱	۶۹/۸
کسب حقوق اقتصادی روزنامه‌نگاران	۱۵۹	۴۲/۵
دفاع از حقوق روزنامه‌نگاران در برابر صاحبان امتیاز و مدیران مسئول	۱۵۱	۴۰/۴
فراهم کردن امکانات آموزش حرفه‌ای	۱۰۹	۲۹/۱

سپس کوشیده شد با طرح سه گویه زیر نظر روزنامه‌نگاران درباره مؤسسان نهاد صنفی روزنامه‌نگاری براساس مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالف (۱) تا کاملاً موافق (۵) به دست آید (جدول شماره ۲۶):

۱. تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاری تشکیلاتی است که روزنامه‌نگاران به وجود آورنده آن هستند (۴/۲۴۶)؛

۲. تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاری تشکیلاتی است که صاحبان امتیاز و مدیران مسئول نشریات به وجود آورنده آن هستند (۲/۳۹۴)؛

۳. تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاری تشکیلاتی است که دولت به وجود آورنده آن است (۲/۰۵۸).

پاسخها نشان می‌دهد که روزنامه‌نگاران قویاً موافق آن‌اند که تشکیلات صنفی را خود به وجود آورند و دیدگاه آنان درباره دو گزینه دیگر نزدیک به مخالف است.

برای آزمودن فرضیه‌های تحقیق، در مورد هر یک از گویه‌ها و براساس متغیرهای «پیشینه عضویت در یک نهاد صنفی»، «داشتن سابقه کار کمتر از ۱۹ سال و یا بیش از ۲۰ سال»، «داشتن تحصیلات در رابطه با حرفه»، نوع «وابستگی نشریه‌ای که به کار در آن مشغول هستند» و نیز «اشتغال تنها به حرفه روزنامه‌نگاری» آزمونهای t و واریانس یکسویه و شفه انجام شد. براین اساس آشکار گردید که:

● درباره گویه «تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاری تشکیلاتی است که صاحبان امتیاز و مدیران مسئول نشریات به وجود آورنده آن هستند» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که سابقه عضویت در یک نهاد صنفی را دارند (۲/۱۴۸۵) و روزنامه‌نگارانی که چنین سابقه‌ای ندارند (۲/۴۶۹۶) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $P < 0.05$ $t_{value} = 2.018$ $df = 341$

جدول شماره ۲۶. نظر روزنامه‌نگاران درباره مؤسسان نهاد صنفی روزنامه‌نگاران

میانگین	بدون پاسخ	خیلی زیاد		زیاد		متوسط		کم		خیلی کم		گویه
		درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۴/۲۴۶	۱۶	۵۳/۹	۱۹۳	۲۸/۲	۱۰۱	۹/۵	۳۴	۵/۳	۱۹	۳/۱	۱۱	تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاری تشکیلاتی است که روزنامه‌نگاران به وجود آورنده آن هستند.
۲/۳۹۴	۱۱	۷/۲	۲۶	۱۵/۴	۵۶	۱۶/۵	۶۰	۳۱/۴	۱۱۴	۲۹/۵	۱۰۷	تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاری، تشکیلاتی است که صاحبان امتیاز و مدیران مشول نشریات به وجود آورنده آن هستند.
۲/۰۵۸	۱۰	۴/۱	۱۵	۷/۱	۲۶	۱۶/۵	۶۰	۳۴/۹	۱۲۷	۳۷/۴	۱۳۶	تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاری، تشکیلاتی است که دولت به وجود آورنده آن است.

● همچنین درباره گویه «تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاری تشکیلاتی است که صاحبان امتیاز و مدیران مسئول نشریات به وجود آورنده آن هستند» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که کمتر از ۱۹ سال سابقه فعالیت روزنامه‌نگاری دارند (۲/۴۵۷۶) و روزنامه‌نگارانی که بیش از ۲۰ سال سابقه فعالیت روزنامه‌نگاری دارند (۲/۰۳۶۴) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $P < 0.05$ $t_{value} = 2/29$ $df =$

در مرحله آخر با طرح ۱۰ گویه نظر روزنامه‌نگاران درباره عواملی که ممکن است سبب عدم موفقیت نهاد صنفی روزنامه‌نگاران شوند، برشمرده شد و از آنان خواسته شد تا نظر خود را درباره هر یک از گویه‌ها روی یک مقیاس هفت درجه‌ای لیکرت از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۷) مشخص سازند (جدول شماره ۲۷). ترتیب گویه‌ها براساس میانگین نظر روزنامه‌نگاران درباره هر یک از آنها به این شرح است:

۱. ناآگاهی روزنامه‌نگاران از مسائل صنفی و نقش تشکیلات صنفی برای برطرف کردن این مسائل (۵/۱۷۹)

۲. بی‌اعتمادی روزنامه‌نگاران به کارایی چنین تشکیلاتی (۵/۰۷۱)

۳. احساس مخالفت دولت با استقلال واقعی چنین تشکیلاتی (۵/۰۳۹)

۴. رفتار غیردموکراتیک مدیریت این نهاد روزنامه‌نگاران عضو (۵/۰۰۹)

۵. حضور غیرروزنامه‌نگاران (مدیران مسئول و صاحبان امتیاز نشریات) در شکل‌گیری این نهاد (۴/۸۹۳)

۶. احساس مخالفت صاحبان امتیاز و مدیران مسئول با استقلال واقعی چنین تشکیلاتی (۴/۶۸۲)

۷. حرفه‌ای و تمام وقت نبودن درصد قابل ملاحظه‌ای از روزنامه‌نگاران (۴/۶۲۶)

۸. تفاوت دیدگاه روزنامه‌نگاران قبل و پس از انقلاب درباره مفهوم، کارکرد و ویژگی‌های این نهاد (۴/۴۳۰)

۹. اختلاف نگرش سیاسی میان روزنامه‌نگاران (۴/۳۲۷)

۱۰. شاغل بودن بخشی از روزنامه‌نگاران در واحدهای مطبوعاتی دولتی (به معنای عام آن) (۴/۰۷۹)

برای آزمودن فرضیه‌های تحقیق، در مورد هر یک از این گویه‌ها و براساس متغیرهای «پیشینه، عضویت در نهاد صنفی»، «داشتن تحصیلاتی در رابطه با حرفه»، «داشتن سابقه‌ای حرفه‌ای کمتر از ۱۹ سال و یا بیشتر از ۲۰ سال» و «پرداختن تنها به حرفه روزنامه‌نگاری» و «وابستگی نشریه‌ای که روزنامه‌نگاران به کار در آن مشغول‌اند» آزمونهای مقایسه میانگین و تحلیل یکسویه واریانس به عمل آمد. بر این اساس آشکار گردید که:

● درباره گویه «احساس مخالفت صاحبان امتیاز و مدیران مسئول با استقلال واقعی چنین تشکیلاتی» میانگین نظر روزنامه‌نگارانی که کمتر از ۱۹ سال سابقه فعالیت مطبوعاتی دارند (۴/۷۷۱۱) و روزنامه‌نگارانی که بیش از ۲۰ سال سابقه کار مطبوعاتی دارند (۴/۲۰۰۰) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $tvalue=2/14$ $df = 337$ $P < 0/05$:

● درباره گویه «تفاوت دیدگاه روزنامه‌نگاران قبل و پس از انقلاب درباره مفهوم، کارکرد و ویژگیهای این نهاد» میانگین تلقی روزنامه‌نگارانی که تنها به کار روزنامه‌نگاری مشغول هستند (۴/۶۲۴۴) و روزنامه‌نگارانی که شغل دیگری نیز دارند (۴/۱۶۲۲) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $tvalue=2/52$ $df = 343$ $P < 0/05$:

● درباره گویه «اختلاف نگرش سیاسی میان روزنامه‌نگاران» میانگین تلقی روزنامه‌نگارانی که تنها به کار روزنامه‌نگاری مشغول هستند (۴/۵۹۱۱) و روزنامه‌نگارانی که شغل دیگری نیز دارند (۳/۹۹۳۶) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $tvalue=2/52$ $df = 343$ $P < 0/05$:

جدول شماره ۲۷. دیدگاه روزنامه‌نگاران درباره عواملی که ممکن است سبب عدم موفقیت نهاد صنفی روزنامه‌نگاران شوند

میانگین	بدون پاسخ	خیلی زیاد		زیاد		تا حدودی زیاد		متوسط		تا حدودی کم		کم		خیلی کم		گویه
		درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۵/۱۷۹	۱۷	۲۴/۴	۸۷	۲۱/۰	۷۵	۲۴/۶	۸۸	۱۷/۶	۶۳	۵/۳	۱۹	۴/۵	۱۶	۲/۵	۹	ناآگاهی روزنامه‌نگاران از مسائل صنفی و نقش تشکیلات صنفی برای برطرف کردن این مسائل
۵/۰۷۱	۷	۱۹/۹	۷۳	۲۲/۹	۸۴	۲۴/۰	۸۸	۲۰/۷	۷۶	۵/۴	۲۰	۴/۴	۱۶	۲/۷	۱۰	بی‌اعتمادی روزنامه‌نگاران به کارآرایی چنین تشکیلاتی
۵/۰۳۹	۱۸	۲۷/۲	۹۷	۱۸/۵	۶۶	۱۷/۷	۶۳	۱۸/۵	۶۶	۷/۰	۲۵	۷/۳	۲۶	۳/۷	۱۳	احساس مخالفت دولت با استقلال واقعی چنین تشکیلاتی
۵/۰۰۹	۴۱	۲۳/۷	۷۹	۱۹/۸	۶۶	۲۱/۳	۷۱	۱۹/۵	۶۵	۵/۷	۱۹	۴/۲	۱۴	۵/۷	۱۹	رفتار غیردموکراتیک مدیران این نهاد روزنامه‌نگاران عضو
۴/۸۹۳	۱۹	۲۵/۴	۹۰	۱۶/۹	۶۰	۱۸/۶	۶۶	۱۶/۱	۵۷	۱۱/۳	۴۰	۷/۶	۲۷	۴/۲	۱۵	حضور غیرروزنامه‌نگاران (مدیران مسئول و صاحبان امتیاز نشریات) در شکل‌گیری این نهاد
۴/۶۸۲	۲۲	۲۰/۵	۷۲	۱۷/۳	۶۱	۱۸/۲	۶۴	۱۹/۶	۶۹	۸/۸	۳۱	۹/۷	۳۴	۶/۰	۲۱	احساس مخالفت صاحبان امتیاز و مدیران مسئول با استقلال واقعی چنین تشکیلاتی
۴/۶۲۶	۱۸	۱۶/۹	۶۰	۱۹/۹	۷۱	۱۹/۷	۷۰	۱۸/۳	۶۵	۸/۷	۳۱	۱۱/۰	۳۹	۵/۶	۲۰	حرفه‌ای تمام وقت نبودن درصد قابل‌ملاحظه‌ای از روزنامه‌نگاران
۴/۴۳۰	۲۵	۱۱/۷	۴۱	۱۸/۹	۶۶	۱۸/۳	۶۴	۲۴/۴	۸۵	۱۱/۷	۴۱	۸/۰	۲۸	۶/۹	۲۴	تفاوت دیدگاه روزنامه‌نگاران قبل و پس

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵

تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹ ۸۸۷۳۰۴۱۳ ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

																از انقلاب درباره مفهوم، کارکرد و ویژگیهای این نهاد
۴/۳۲۷	۱۰	۱۲/۶	۴۶	۱۵/۴	۵۶	۲۲/۰	۸۰	۲۲/۰	۸۰	۸/۵	۳۱	۹/۱	۳۳	۱۰/۴	۳۸	اختلاف نگرش سیاسی میان روزنامه‌نگاران
۴/۰۷۹	۱۹	۱۱/۳	۴۰	۱۲/۴	۴۴	۲۰/۳	۷۲	۲۲/۵	۸۰	۷/۹	۲۸	۱۳/۸	۴۹	۱۱/۸	۴۲	شاغل بودن بخشی از روزنامه‌نگاران در واحدهای مطبوعاتی دولتی (به معنای عام آن)

● درباره گویۀ «تفاوت دیدگاه روزنامه‌نگاران قبل و پس از انقلاب درباره مفهوم، کارکرد و ویژگی‌های این نهاد» میانگین تلقی روزنامه‌نگارانی که دارای تحصیلات در ارتباط با حرفه هستند و یا دوره‌ای از آموزش روزنامه‌نگاری را گذرانده‌اند (۴/۶۸۲۱) و روزنامه‌نگارانی که چنین نبوده‌اند (۴/۱۵۷۵) دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $P < 0.05$ $df = 339$ $tvalue = 2.85$ ؛

● درباره گویۀ «بی‌اعتمادی روزنامه‌نگاران به کارایی چنین تشکیلاتی» میانگین تلقی روزنامه‌نگارانی که در یکی از روزنامه‌های وابسته به حکومت کار می‌کنند، روزنامه‌نگارانی که در نشریات وابسته به نهادهای خصوصی اما غیردولتی به کار مشغول هستند و روزنامه‌نگارانی که در مؤسسات خصوصی مطبوعاتی کار می‌کنند دارای تفاوت معنادار با یکدیگر است $P < 0.05$ $df = 2342$ $f = 4.154$ ؛

در سایر موارد تفاوت معناداری میان تلقی روزنامه‌نگاران و گویه‌های مورد نظر وجود ندارد.

خلاصه و نتیجه

پژوهش حاضر با هدف شناخت «مبانی استقلال حقوقی حرفه روزنامه‌نگاری» صورت گرفته است و در آن کوشش گردیده تا دیدگاه روزنامه‌نگاران شاغل در واحدهای مطبوعاتی تهران درباره مؤلفه‌های استقلال حرفه‌ای مورد ارزیابی قرار بگیرد. این پژوهش بیانگر آن است که:

۱. بیشتر روزنامه‌نگاران قوانین موجود در زمینه روزنامه‌نگاری را برآورنده نیاز حرفه‌ای ماندن خود نمی‌دانند. به اعتقاد روزنامه‌نگاران فقدان تشکیلاتی منسجم و فراگیر برای دفاع از حقوق روزنامه‌نگاران، عدم تأمین اقتصادی کامل روزنامه‌نگاران از طریق حرفه، نبود قوانین مشخص در حمایت از روزنامه‌نگاران و حرفه روزنامه‌نگاری از جمله مهم‌ترین عوامل آسیب‌رسان به استقلال حرفه‌ای هستند؛

۲. بیشتر روزنامه‌نگاران، گرچه مهم‌ترین دشواری حرفه‌ای خود را مشکلات اقتصادی می‌دانند، لیکن مهم‌ترین تقدم آنها بر خورداری از آزادی بیان است. آنان همچنین خواهان تضمین حق دسترسی آزادانه به منابع خبری و تدوین قوانینی هستند که براساس آن حقوق روزنامه‌نگاران نشریاتی که انتشارشان به هر دلیل متوقف می‌شود، تضمین شود؛

۳. بیشتر روزنامه‌نگاران بر این باورند که نهاد صنفی روزنامه‌نگاران نهادی است که خود روزنامه‌نگاران پدیدآورنده آن هستند. به باور بسیاری از آنان، همه روزنامه‌نگاران فارغ از تعلقهای سیاسی خود حق عضویت در نهاد صنفی را دارند؛
۴. بیشتر روزنامه‌نگاران نهاد صنفی منتخب روزنامه‌نگاران را مرجع صدور کارت هويت حرفه‌ای خود می‌دانند؛
۵. بیشتر روزنامه‌نگاران تشکیلات صنفی منتخب روزنامه‌نگاران براساس نظام مطبوعات را مرجع رسیدگی به جرایم حرفه‌ای روزنامه‌نگاران می‌دانند؛
۶. بسیاری از روزنامه‌نگاران حمایت از حقوق مؤلف برای روزنامه‌نگاران را برای تضمین استقلال حقوقی حرفه ضروری می‌دانند؛
۷. در مجموع و با توجه به گستردگی متغیرهای مورد بررسی در این تحقیق می‌توان گفت که بر خلاف پیشداوریهای مرسوم، جامعه روزنامه‌نگاری اختلافهای بنیادینی بر سر مسائل حرفه‌ای خود ندارد. بدین ترتیب، آغاز گفت و گو درباره دیدگاههای مشترک اما ناپیدای روزنامه‌نگاران درباره مسائل حرفه‌ای، نخستین گام دستیابی به استقلال حقوقی حرفه ماست.

پی‌نوشت‌ها

۱. در این پژوهش این تعریف را که «روزنامه‌نگار حرفه‌ای» کسی است که شغل اصلی، مرتب و با اجرت او انجام کار در روزنامه‌ها، نشریات، خبرگزاری و یا واحدهای خبر رادیو و تلویزیون است» به عنوان یکی از تعاریف ممکن با روزنامه‌نگاران در میان گذاشته‌ام. در ماده یک «آئین‌نامه نویسندگان مطبوعاتی و خبرنگاران» که در تاریخ ۲۲ شهریور ماه ۱۳۵۴، از سوی هیئت وزیران تصویب شد و متأسفانه همچنان مورد استناد دولت است از نویسنده مطبوعاتی نام برده شده استو در تعریف آن آمده است: «نویسنده مطبوعاتی، شخصی است که به طور حرفه‌ای، به کار نویسندگی یا ترجمه در روزنامه‌ها یا مجلات، مشغول و دارای پروانه از وزارت اطلاعات و جهانگردی باشد.»
- در این تعریف بسیار محدود از فعالیت روزنامه‌نگاری، دولت خود را مرجع تأیید در روزنامه‌ها یا روزنامه‌نگاران قلمداد کرده است.
۲. در تحقیق حاضر درباره مرجع صدور کارت هويت حرفه‌ای از روزنامه‌نگاران پرسیده‌ام: «به نظر شما کدام یک مراجع زیر، مرجع اصلی صدور کارت هويت حرفه‌ای خبرنگاری است؟ مدیران مطبوعات، دولت، نهاد حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و یا نهاد مشترک روزنامه‌نگاران و مدیران.»
- به دست دادن تعریفی قانونی از روزنامه‌نگار و تعیین مرجعی انتخابی و مستقل برای صدور کارت هويت می‌خواهد «روزنامه‌نگار سازی» کند و از ورد دیگران به این حرفه جلوگیری نماید و همچنین برای مقابله با آن که در نظامهای بسیار آزادی‌گرا، هر کس نتواند در عمل و بدون هرگونه نظارت، برای خود صفت روزنامه‌نگار قائل شود و در این زمینه هیچ تضمینی هم برای تحقق کیفیت

روزنامه‌نگاری در راه «تأمین منافع عمومی مخاطبان» راهگشاست... رجوع شود به دکتر کاظم معتمدنژاد، «مبانی حقوقی استقلال حرفه روزنامه‌نگاری».

۳. در این باره از روزنامه‌نگاران پرسیده‌ایم: «به نظر شما کدام یک از مراجع زیر باید به جرایم حرفه‌ای روزنامه‌نگاران رسیدگی کنند؟ دولت، قوه قضاییه و یا تشکیلات صنفی روزنامه‌نگاران براساس نظام مطبوعات».

۴. از گروه‌های اجتماعی از نظر خصوصیات مشترک، هویت جمعی، روابط شخصی میان اعضا و سازمان تشکیلات رسمی یا خودمانی و میزان استقلال و خودسری چند نوع‌اند:

یکم: گروه‌های آماری، همچون گروه‌های سنی یا گروه‌های شغلی و گروه‌های درآمدی، افرادی را در برمی‌گیرند که برحسب تصادف در یک گروه آماری یا موقعیت شغلی و مالی قرار گرفته‌اند بدن آنکه بدین امر آگاهی داشته باشند.

دوم: گروه‌های وسیع اجتماعی که شامل افرادی با خصوصیات و هویت مشترک‌اند، مانند گروه‌های مذهبی و گروه‌های قومی و گروه‌های جغرافیایی همچون اهالی شهرها و استانها. اعضای این گروه‌ها الزاماً دارای روابط گروهی و سازمان رسمی نیستند اما از وجود تشابه میان خودشان آگاهی دارند.

سوم: گروه‌های رو در رو که گذشته از آگاهی جمعی و هویت مشترک دارای روابط اجتماعی نیز هستند، مانند اهالی محلات و روستاها، ولی الزاماً دارای سازمان و تشکیلات رسمی نیستند.

چهارم: انجمن‌هایی که به‌وسیله دستگاه حکومت تأسیس می‌شود، و در خاورمیانه و جهان سوم نظایر فروان دارند، مانند اصناف شهری و سندیکای کارگری و کارمندی «زرد» و احزاب سیاسی فرمایشی.

پنجم: انجمن‌های نهادی شده و مستقلی که به‌وسیله اعضای گروه تأسیس شده و دارای هویت مشترک و روابط اجتماعی و سازمان و تشکیلات رسمی‌اند، مانند انجمن‌های گوناگون حرفه‌ای و اتحادیه‌ها و سندیکاها و احزاب و جمعیت‌ها و انجمن‌های صنفی در کشورهای غربی از عناصر متشکل جامعه مدنی به‌شمار می‌آیند.

در این بررسی مقصود ما از شکل حرفه‌ای مطبوعات، گروهی از نوع پنجم است. رجوع کنید به: احمد اشرف، «نظام صنفی، جامعه مدنی و دموکراسی در ایران»، فصلنامه گفتگو، شماره ۱۴، زمستان ۱۳۷۵.

منابع

- اشرف، احمد. «نظام صنفی، جامعه مدنی و دموکراسی در ایران» فصلنامه فرهنگی و اجتماعی گفتگو. شماره ۱۴، زمستان ۱۳۷۵.
- آلبر، پیر. *مطبوعات*، ترجمه فضل‌الله جلوه، تهران: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، ۱۳۶۸.
- برزین، مسعود. «انجمن‌های مطبوعاتی ایران تا سال ۱۳۷۵». فصلنامه *رسانه*. سال دوم، شماره ۳، پاییز ۱۳۷۰.
- بهشتی‌پور، مهدی. «مطبوعات ایران در دوره پهلوی». فصلنامه *رسانه*، سال دوم، شماره ۳، پاییز ۱۳۷۲.
- پورموسی، مرتضی. «راه‌اندازی تشکلهای صنفی؛ موانع و راه‌حل‌ها» فصلنامه *رسانه*. شماره سوم، سال هفتم.
- حائری، عبدالهادی. *نخستین رویاروییهای اندیشه‌گران ایران با دورویه تمدن بورژوازی غرب*. تهران: امیرکبیر، ۱۳۶۷.
- حسین هیكل، محمد. *میان مطبوعات و سیاست*. ترجمه محمد کاظم موسایی. تهران: انتشارات الفبا، زمستان ۱۳۷۴.
- سلطانی، پوری و رضا اقتدار. *راهنمای مجله‌ها و روزنامه‌های ایران ۱۳۷۳*. تهران: کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۴.
- شکرخواه، یونس. خیر. تهران: مرکز گسترش آموزش رسانه، ۱۳۷۴.
- فرقانی، محمد مهدی. «استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران» فصلنامه *رسانه*. سال دوم، شماره ۴، زمستان ۱۳۷۰.
- کاتوزیان، دکتر محمدعلی (همایون). *اقتصاد سیاسی ایران از مشروطیت تا پایان سلسله پهلوی*. ترجمه محمدرضا نفیسی و کامبیز عزیزی. تهران: پایروس، ۱۳۷۲.

محسینان راد، مهدی و همکاران، «انتقاد روزنامه‌نگاران از مطبوعات»، فصلنامه رسانه سال پنجم، شماره ۲، تابستان ۱۳۷۳.
محسینان راد، مهدی و همکاران. پیام آفرینان مطبوعات. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۱.
محسینان راد، مهدی و همکاران. روزنامه‌نگاری و آموزش روزنامه‌نگاری. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، بهار ۱۳۷۳.
معمدنژاد، دکتر کاظم. «تشکل صنفی و حقوق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران». فصلنامه رسانه. شماره سوم، سال هفتم.
معمدنژاد، دکتر کاظم با همکاری دکتر ابوالقاسم منصفی. روزنامه‌نگاری با فصلی جدید در بازنگری روزنامه‌نگاری معاصر. تهران: سپهر، ۱۳۶۸.
معمدنژاد دکتر کاظم. «مبانی استقلال حقوقی حرفه روزنامه‌نگاری». توضیحات در جلسه راهنمایی پایان‌نامه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، تیر ۱۳۷۶.
مقدم فر، حمید. مجموعه قوانین و مقررات مطبوعاتی. «روزنامه اوحدی». چاپ اول، ۱۳۶۹.
مقدم فر، حمید. «نظام صنفی روزنامه‌نگاران» فصلنامه رسانه. سال چهارم، شماره ۴، زمستان ۷۲.
واکر، مارتین. قدرتهای جهان مطبوعات. ترجمه م. قائد، تهران: نشر مرکز، ۱۳۷۲.

Christian, Harry *The Sociology of Journalism and the Press*. London: University of Keele ,
october 1980.
Entman, Robert M *Democracy without Citizens* . Oxford University Press. 1989 World Media ,
UN, 1995.

استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران
از رویا تا واقعیت
(نقدی بر اساسنامه انجمن صنفی نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات)
امیدعلی مسعودی

پس از پیروزی انقلاب اسلامی مطبوعات کشور ۳ مرحله متفاوت را طی حدود دو دهه سپری کرده‌اند:

۱. دوران قبل از شروع جنگ تحمیلی (از بهمن ۱۳۵۷ تا مهرماه ۱۳۵۹)؛
 ۲. دوران دفاع مقدس در برابر تهاجم نظامی دشمنان انقلاب اسلامی؛
 ۳. دوران بعد از دفاع مقدس یا دوران سازندگی کشور.
- به‌طور طبیعی مطبوعات هر دوره با دوره قبل و یا بعد از آن تفاوت فراوان دارند:

۱. مطبوعات دوران قبل از شروع جنگ تحمیلی: طی سالهای ۱۳۵۷ و ۱۳۵۸ کثرت مطبوعات سیاسی و عدم قانون‌مندی در عرصه فعالیت‌های مطبوعاتی نوعی هرج و مرج در جامعه مطبوعاتی کشور به وجود آورده بود. هیچ‌گونه کنترل و یا نظارتی بر دهها روزنامه و هفته‌نامه سیاسی وجود نداشت. بدیهی است در چنین عرصه‌ای شاهد تنوع و گوناگونی در میان نشریات منتشر شده باشیم. از افراطی‌ترین تا سازشکارترین نشریه، از نشریات متین و با وقار تا نشریات هتاک و وقیح در سراسر کشور منتشر می‌شد و هرگاه مردم انقلابی نسبت به مطبوعات زرد و مبتذل اعتراض می‌کردند با انواع برچسبها و تهمتها روبه‌رو می‌شدند و نهایت آنکه چنین نشریاتی به فعالیت‌های زیرزمینی می‌پرداختند و شبکه‌های توزیع مخفی نیز کار توزیع آنها را برعهده می‌گرفتند.

از دیگر مشخصه‌های مطبوعات این دوران انتشار نشریات حزبی و سیاسی گروهک‌هاست. طبیعی است که در چنین آشفته‌بازاری آنچه اهمیت ندارد قانون مداری و رسیدگی به وضعیت حرفه‌ای نویسندگان و روزنامه‌نگاران در این دوران است.

۲. دوران دفاع مقدس در برابر تهاجم نظامی دشمنان انقلاب اسلامی بی‌گمان یکی از دشوارترین دورانهای انقلاب اسلامی برای مطبوعات کشور است. در برهه‌ای از زمان که ماشین جنگی دشمن مرزهای میهن اسلامی را درنوردیده و وارد خاک مقدس ایران اسلامی شده است، بسیج میلیونی مردم و رهبری انقلاب اسلامی به صورت صف واحدی در برابر دشمن می‌ایستد. در این دوران نیز طبیعی و عاقلانه است که نظام حکومتی از انتشار نشریاتی که بدون هیچ قاعده و قانونی منتشر شده و حتی در برخی مواقع دفاع مقدس مردم را در برابر دشمنان انقلاب اسلامی به سخره و استهزا می‌گیرند، جلوگیری نماید. کاهش تعداد نشریات باعث یکسان شدن نشریات و کاهش تکثر و تعدد در مطبوعات کشور شد. در چنین دورانی است که دولت و مجلس به منظور قانونمند شدن فعالیت‌های مطبوعات کشور قانون مطبوعات را در ۲۸ اسفند ماه ۱۳۶۴ و آیین‌نامه اجرایی آن را در ۸ بهمن ۱۳۶۵ و در شرایط دوران جنگ تحمیلی به تصویب می‌رسانند. در قانون مطبوعات سال ۱۳۶۴ علی‌رغم تأکید بر اصل ۲۴ قانون اساسی مبنی بر اینکه «نشریات و مطبوعات در بیان مطالب آزادند، مگر آنکه مخل به مبانی اسلامی یا حقوق عمومی باشند»، در فصل پنجم انتشار نشریه را منوط به اخذ پروانه از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌کند.

قانون مطبوعات در سال ۱۳۶۴ در شش فصل تنظیم شد و به تصویب رسید. فصل‌بندی این قانون به اجمال چنین است: فصل اول تعریف مطبوعات، فصل دوم رسالت مطبوعات و فصل سوم حقوق مطبوعات که علی‌رغم تأکید بر آزادی مطبوعات برای چاپ مطلب و کسب و انتشار اخبار هیچ‌گونه مجازاتی برای عوامل فشار و سانسور و کنترل در نظر نگرفته است. فصل چهارم حدود مطبوعات را تعیین می‌کند و محدودیت‌های انتشار مطالب را متذکر می‌شود. فصل پنجم شرایط متقاضی و مراحل صدور پروانه را برمی‌شمارد و فصل ششم هم فصلی است مفصل در مورد بایدها و نبایدهای قانونی در چاپ مطالب. متأسفانه جای فصل هفتم در این قانون کاملاً خالی است و به نظر می‌رسد اکنون که وارد مرحله‌ای جدید و دورانی متفاوت با دوران دفاع مقدس شده‌ایم، ضمن ضرورت اصلاح مواردی از شش فصل قبلی، لازم است فصل هفتم را تحت عنوان *استقلال حرفه‌ای نویسندگان و خبرنگاران و امنیت شغلی آنان* با جمع‌بندی دیدگاهها و نظریات روزنامه‌نگاران و حقوق‌دانان متعهد به مجلس شورای اسلامی جهت تصویب، تقدیم کرد.

شرایط هشت سال دفاع مقدس به گونه‌ای بود که نهادها، سازمانها و تشکیلات صنفی و سیاسی همه توان خود را جهت تقویت خطوط دفاعی کشور بسیج کرده بودند و در چنین شرایطی ایجاد هرگونه تشکل صنفی و حرفه‌ای با بی‌میلی اعضای آن صنف روبه‌رو می‌شد. خبرنگاران و نویسندگان نیز از چنین شرایطی جدا نبودند. براین اساس بحث ضرورت تشکیل یک نظام صنفی و حرفه‌ای برای دست‌اندرکاران مطبوعات بحثی نبود که در شرایط جنگی کشور مطرح شود و هواخواهانی هم داشته باشد.

۳. دوران بعد از دفاع مقدس یا دوران سازندگی که پس از پذیرش قطعنامه ۵۹۸ و عقب‌نشینی دشمن متجاوز به مرزهای بین‌المللی آغاز می‌شود، در واقع فصلی نوین را در برابر مردم به عنوان صاحبان اصلی انقلاب می‌گشاید تا آنان در دورانی که شلیک توپخانه‌ها، بمباران شهرها و روستاها و در یک کلام آتش‌جنگ به خاموشی پیوسته و سخن از آبادکردن ویرانه‌های جنگ به میان می‌آید، بحث «مشارکت» در دوران سازندگی را به میان آورند.

پس از انتخابات میلیونی ۲ خرداد ۱۳۷۶ که بحث جامعه مدنی و قانونمداری رونق می‌یابد، ایجاد تشکلهای، سازمانها و نهادهای متشکل از مردم و بخصوص تشکلهای حرفه‌ای و توجه به تشکیلات حرفه‌ای روزنامه‌نگاران برای پیشرفت جامعه مدنی رونق بیشتری پیدا می‌کند. به دنبال شکل‌گیری تشکلهایی همچون کانون وکلای دادگستری، نظام پزشکی و نظام مهندسی ساختمان، در روز ۹ مهرماه ۱۳۷۶ با حضور چشمگیر خبرنگاران و نویسندگان مطبوعات، اولین تشکل حرفه‌ای مطبوعات کشور پس از ۱۸ سال متولد می‌شود و بالاخره در میان انتقادهای، تکذیبه‌ها و تأییدهای فراوان، چراغ‌خانه روزنامه‌نگاران کشور بار دیگر در تالار اجتماعات وزارت کار و امور اجتماعی روشن می‌شود.

تاریخچه تشکلهای صنفی در ایران و جهان
دکتر کاظم معتمدنژاد استاد روزنامه‌نگاری دانشگاه علامه طباطبایی در گفتگویی با روزنامه اخبار ۱۳ مهرماه ۱۳۷۶، به جریان شکل‌گیری و تشکیل انجمنها و سندیکاهای مطبوعاتی در جهان می‌پردازد و می‌گوید:

«اگر بخواهیم به طور خلاصه به تاریخچهٔ تشکلهای صنفی پردازیم، از اواخر قرن ۱۹ که مطبوعات شکل خبری به خود گرفتند و جنبه‌های سیاسی و مسلکی گذشته به تدریج کاهش پیدا کرد و مطبوعات همکاران تمام وقت پیدا کردند — ضروری بود که عده‌ای به عنوان روزنامه‌نگاران حرفه‌ای به کار پردازند — تشکلهای حرفه‌ای هم تشکیل شد. البته در ابتدا روزنامه‌نگاران و خبرنگاران که در پی تشکل حرفه‌ایی بودند، یا با کارگران چاپخانه‌ها همکاری می‌کردند یا با مدیران و گردانندگان مطبوعات یک شکل همکاری به صورت انجمنهای متشکل از مدیران مطبوعات بود و شکل دیگر آن همراه با سندیکاها و اتحادیه‌هایی که کارگران چاپخانه‌ها ایجاد کرده بودند.»

به گفتهٔ دکتر معتمدنژاد سرانجام از اوایل قرن بیستم میلادی وضعیتی ایجاد شد که روزنامه‌نگاران برخی کشورهای غربی، تشکل حرفه‌ای خاص روزنامه‌نگاران را پی‌ریزی کردند. نخست در سال ۱۹۰۸ نخستین سندیکای مطبوعاتی در انگلستان تشکیل شد. بعد از آن در سال ۱۹۱۸، سندیکای ملی روزنامه‌نگاران در فرانسه به وجود آمد. با تشکیل چنین اتحادیه‌ها و سندیکاهایی بود که شرایطی به وجود آمد تا روزنامه‌نگاران بتوانند مقررات استقلال حرفه‌ای خود را تهیه کنند و از طریق مجالس قانونگذاری به تصویب رسانده و ضمن الزام دولتها به اجرای این قوانین، استقلال نسبی خود را نیز کسب نمایند.

براین اساس تشکیل اتحادیه‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاران در واقع پیش‌درآمد و مقدمه‌ای برای به‌رسمیت شناخته شدن استقلال حرفه‌ای نویسندگان و روزنامه‌نگاران بوده است. جریان تشکیل اتحادیه‌های حرفه‌ای پس از جنگ دوم جهانی در کشورهای اروپایی، امریکا و حتی آسیا و اقیانوسیه ادامه می‌یابد و در حال حاضر در جهان کمتر کشوری را می‌شود یافت که فاقد تشکلهای حرفه‌ای ویژهٔ روزنامه‌نگاران و نویسندگان باشند. این در حالی است که شرایط انقلابی حاکم بر کشور ما نیز ایجاب می‌کند پس از پایان جنگ تحمیلی حرفهٔ روزنامه‌نگاری نیز به‌عنوان حرفه‌ای که برای جامعه تولید دانایی، آگاهی و اطلاع می‌کند بار دیگر به عنوان حرفه‌ای مستقل شناخته شود. برای ایران اسلامی زبنده نیست که تمام کشورهای همجوارش به‌ویژه پاکستان و ترکیه که به لحاظ فرهنگی با ما قرابت و نزدیکی بیشتری دارند، سالهای سال دارای تشکل

حرفه‌ای روزنامه‌نگاری باشند و در مهد آزادی و اندیشه، صاحبان اندیشه و پیامبران آگاهی از داشتن شکل حرفه‌ای محروم باشند.

در ایران اسلامی نیز از سال ۱۳۲۷ تا سال ۱۳۵۷ در مجموع سه نوع تشکیلات مطبوعاتی پا گرفته است: تشکیلات مدیران و صاحبان امتیاز تحت عنوان انجمن و جبهه، واحد صنفی نویسندگان با عنوان سندیکا، گروه‌بندی کارگران رشته‌های مختلف مربوط به چاپ زیرعنوان سندیکا و سرانجام دسته‌بندی توزیع کنندگان و فروشندگان مطبوعات با عنوان اتحادیه^۱.
نخستین انجمن صنفی نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات با عنوان سندیکا در سال ۱۳۴۱ و در تهران به وجود آمد. اعضای این انجمن به ۳۷۰ نفر بالغ شد که در مقایسه با حضور بیش از یک‌هزار تن در انجمن صنفی سال ۱۳۷۶ رقم ناچیزی است.

ارگانهای نخستین انجمن صنفی (سندیکا) نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات را مجمع عمومی، دبیر مجمع عمومی، هیئت مدیره، هیئت بازرسی و هیئت داوری تشکیل می‌دادند و واحدهایی چون: صندوق بیکاری، صندوق رفاه نویسندگان و خبرنگاران حرفه‌ای، صندوق تعاون، و صندوق تعاونی اعتبار مسکن نویسندگان و خبرنگاران، زیرمجموعه این تشکل بود. سندیکا یک بولتن هفتگی مخصوص ارتباط با اعضا منتشر می‌کرد. البته در همین زمان شعبه‌هایی از سندیکا در چند استان نیز تشکیل شد ولی به دلیل مقررات دولتی آن زمان، سندیکای هر استان ویژه همان استان بود و سندیکای تهران حق دخالت در امور آنها را نداشت.

سندیکا، علاوه بر اعضای حرفه‌ای، عضو افتخاری هم داشت. این‌گونه اعضای را هیئت مدیره از جمع نویسندگان بنام انتخاب می‌کرد و مراتب را طی نامه‌ای به عضو افتخاری منتخب اطلاع می‌داد.

از نکات جالب توجه تاریخ انجمنهای مطبوعاتی ایران تشکیل انجمن زنان روزنامه‌نگار ایران در سال ۱۳۵۰ است که به موازات حضور فعالان زنان در عرصه کارهای مطبوعاتی صورت گرفت. هدف انجمن زنان روزنامه‌نگار ایران «حمایت از حقوق بانوان روزنامه‌نگار» اعلام شد و دو نوع عضو دائمی و وابسته داشت. تعداد اعضای آن در دهه ۵۰ به ۳۸ عضو دائمی و ۵۰ عضو وابسته محدود می‌شد. این انجمن عمر چندانی نداشت و همچون دهها تشکل صنفی دیگر خیلی زود به خاموشی گرایید. جای شگفتی است که در دهه ۵۰ تعداد ۳۰ - ۴۰ زن روزنامه‌نگار برای

خودشان شکل حرفه‌ای ایجاد کنند، ولی طی ۱۸ سال پس از پیروزی انقلاب اسلامی هنوز هزاران روزنامه‌نگار حرفه‌ای نتوانسته باشند صاحب شکل حرفه‌ای مخصوص خود باشند.

نظام صنفی یا تشکل مطبوعاتی؟

«طبیعت شغل» روزنامه‌نگاران از نوع دیگری است. نویسندگان و روزنامه‌نگاران برخلاف صنوف دیگر صاحبان «اندیشه» اند. آنان با «اندیشه و کار فکری» خود وظیفه اطلاع‌رسانی، هشیارسازی و آموزش قشرهای مختلف جامعه را برعهده دارند. متأسفانه هنگام تشکیل انجمن صنفی نویسندگان و روزنامه‌نگاران «طبیعت شغلی» روزنامه‌نگاران را با کارگران کارخانه‌های تولیدی یکسان تلقی کرده و این انجمن را براساس قانون کار پی‌ریزی کرده‌اند. در حالی که اگر تفاوت طبیعت کار صنوف مختلف را نادیده بگیریم، دیگر نیازی به تشکیل سازمان نظام پزشکی، کانون وکلای دادگستری، کانون سردفترداران و دفتریاران و تصویب قانون علی‌حده وجود نخواهد داشت.

نظام صنفی کدام است؟

براساس مادهٔ یک قانون نظام صنفی مصوب سال ۱۳۵۹:

«نظام صنفی قواعد و مقرراتی است که امور مربوط به سازمان، وظایف، حدود و حقوق افراد و واحدهای صنفی را طبق این قانون تعیین می‌کند.»

در قانون نظام صنفی، فرد صنفی و واحد صنفی بدین شرح تعریف شده‌اند:

فرد صنفی: شخص حقیقی یا حقوقی که در یکی از فعالیتهای صنفی اعم از تولید، تبدیل، خرید و فروش، توزیع و انجام خدمات بدنی یا فکری سرمایه‌گذاری کرده‌است و به‌عنوان پیشه‌ور و صاحب حرفه در مشاغل آزاد، خواه شخصاً یا با مباشرت دیگران، محل کسبی دایر و یا وسیلهٔ کسبی فراهم کند و تمام یا قسمتی از کالا و یا محصول و یا خدمات را مستقیماً به مصرف‌کننده عرضه نماید، فرد صنفی شناخته می‌شود

واحد صنفی: واحدهای اقتصادی و یا خدماتی که فعالیت آنها در محل ثابت یا وسیلهٔ سیار باشد و توسط فرد یا افراد صنفی با اخذ پروانهٔ کسب و یا پروانهٔ اشتغال دایر شده یا بشود، واحد صنفی شناخته می‌شوند.

همچنین در ماده ۴ این قانون با توجه به طبیعت شغلی افراد آمده است:
«آن گروه از افراد صنفی که طبیعت شغلی آنان از یک نوع می‌باشد، تشکیل یک صنف را می‌دهند.»

براین اساس برخی تصور می‌کنند روزنامه‌نگاران یا بهتر بگوییم نویسندگان و خبرنگاران همانند سایر صاحبان مشاغل در یک صنف می‌گنجد و آنها برای تأمین منافع شغلی خود می‌بایست مطابق مقررات قانون نظام صنفی، تشکیل انجمن صنفی بدهند. در حالی که تبصره ۱ یک ذیل ماده ۲ قانون نظام صنفی، روزنامه‌نگاران را استثنائاً از شمول قانون نظام صنفی خارج می‌کند. تبصره فوق مقرر می‌دارد:

«صنوفی که دارای قانون و مقررات خاص هستند از قبیل پزشکان، وکلای دادگستری، روزنامه‌نگاران، صاحبان دفاتر اسناد رسمی از شمول این قانون مستثنی می‌باشند.»

متأسفانه به دلیل سکوت قانون مطبوعات مصوب ۱۳۶۴ که در حال حاضر بر امور مطبوعاتی جاری و ساری است، در زمینه حقوق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران هیچ‌گونه تشکیلاتی برای مدیران، نویسندگان و خبرنگاران و یا دست‌اندرکاران توزیع و چاپ نشریات در نظر گرفته نشده است. این یکی از نقایص مهم و آشکار قانون مطبوعات فعلی است و امیدواریم انجمن صنفی نویسندگان و مطبوعات کشور پیشنهاد اصلاح قانون مطبوعات را به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تقدیم دارند تا به مجلس ارائه شود و این خلا قانونی نیز برطرف گردد.

در اینجا برخی پیشنهادها برای اصلاح قانون مطبوعات که قابل تأمل‌اند به شرح زیر ارائه می‌شود:^۲

۱. نظام صنفی خاص روزنامه‌نگاران همانند سازمان نظام پزشکی جمهوری اسلامی ایران یا کانون وکلا، پس از تدوین قانون تشکیل گردد تا در حمایت از اعضای خود مکان و مأوایی برای رسیدگی به مشکلات و حل مسائل صاحبان این حرفه باشد.
۲. فصلی از قانون مطبوعات به حقوق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران اختصاص یابد تا این حرفه به عنوان حرفه‌ای مستقل به رسمیت شناخته شود.

۳. قانون فعلی مطبوعات اصلاح گردد و علاوه بر منظور داشتن موارد فوق، مصونیت‌های قانونی لازم را برای روزنامه‌نگاران - در حین انجام وظیفه - تأمین نماید و برای متخلفان مجازات مناسب پیش‌بینی کند.

۴. برای تأمین امنیت شغلی روزنامه‌نگاران و همچنین نظارت بر عملکرد آنان در اجتماع و جلوگیری از هرج و مرج در عرصه مطبوعات، دادسرا و دادگاه انتظامی روزنامه‌نگاران متشکل از دست‌اندرکاران این صنف تأسیس گردد تا تخلفات صنفی و حرفه‌ای شاغلان مطبوعات در این مراجع مورد رسیدگی قرار گیرد. بدیهی است که تعقیب انتظامی، مانع تعقیب مدنی یا کیفری درمورد جرایم مطبوعاتی در دادگاههای صالح نخواهد شد.

۵. امتیاز انتشار نشریات با بازنشسته شدن صاحب امتیاز یا فوت او مانند امتیاز دفاتر اسناد رسمی قابل انتقال به اشخاص واجد صلاحیت باشد و اعتبار خود را حفظ کند.

متأسفانه تدوین اساسنامه، انجمن صنفی بر اساس خلا موجود در قانون مطبوعات تدوین شده است و انجمن را در حد یک انجمن صنفی کارگری به حساب آورده است و تفاوتی میان کار اندیشمندانه نویسندگان و خبرنگاران با کار یدی کارگران در کارخانه‌های تولیدی قائل نشده است. هرچند قانون کار جمهوری اسلامی ایران یکی از مترقی‌ترین قوانین کار موجود در جهان است، اما سخن برسر آن است که نظام حرفه‌ای صاحبان اندیشه با نظام صنفی تولیدگران کالا و خدمات در واحدهای تولیدی اقتصاد کشور تفاوت ماهوی دارد.

۶. روزنامه‌نگاران ما در حال حاضر اگر خوش اقبال باشند و در مؤسسه‌ای معتبر اشتغال یابند، در بهترین شرایط تحت پوشش قانون کار و تأمین اجتماعی قرار می‌گیرند؛ یعنی به آنها به چشم یک کارگر نگریسته می‌شود. براساس قانون کار روزنامه‌نگاران باید ۳۵ سال سابقه کار یا ۶۰ سال سن داشته باشند تا به افتخار بازنشستگی نایل آیند. حال با توجه به ماهیت سخت و زیان‌آور شغل روزنامه‌نگاری، آیا زمان آن نرسیده است که از تجارب کشورهای پیشرفته در این زمینه استفاده کنیم و با تصویب قانون نظام حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و به موازات تشکیل انجمن حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، در این شرایط نیز تجدید نظر کنیم.

۷. تدوین «اصول اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران» علی‌رغم برگزاری هم‌اندیشی بین‌المللی اخلاق مطبوعاتی روزنامه‌نگار مسلمان در آذر ماه ۱۳۷۵ در تهران، به دلیل عدم تشکیل انجمن

حرفه‌ای روزنامه‌نگاران تاکنون در حد حرفه‌ها و توصیه‌های زودگذر باقی مانده و به عرصه عمل نرسیده است.

ضرورت ایجاد تشکل حرفه‌ای روزنامه‌نگاران برای تدوین اخلاق حرفه‌ای یک واقعیت ملموس است و به استدلال چندانی جهت پذیرش آن نیاز نیست.

۸. با شکل‌گیری تشکل حرفه‌ای روزنامه‌نگاران زمینه برای مشارکت روزنامه‌نگاران در مالکیت اقتصادی و مدیریت مطبوعات فراهم می‌شود. شیوه‌ای که روزنامه «لوموند» فرانسه برای مشارکت روزنامه‌نگاران در مالکیت و مدیریت این نشریه در سال ۱۹۵۱ به کار برده است تاکنون مورد استقبال بسیاری از نشریات جهان واقع شده است.

موارد دیگری برای اصلاح قانون مطبوعات در «نخستین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران» که از سوی مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها در سال ۱۳۷۱ برگزار شد، از سوی سخنرانان ارائه گردید که در مجموع پرداختن به ۵ بخش مشخص را در قانون مطبوعات ضروری می‌داند:

۱. تشکیلات حرفه‌ای روزنامه‌نگاران؛

۲. مقررات حقوقی حرفه روزنامه‌نگاری؛

۳. اصول شرافتی و نظام حرفه‌ای؛

۴. مشارکت روزنامه‌نگاران در مالکیت و مدیریت مطبوعات؛

۵. حمایت از استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری.

بررسی و نقد اساسنامه

انجمن صنفی نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات

تشکیل اولین مجمع عمومی روزنامه‌نگاران عضو انجمن صنفی نویسندگان و خبرنگاران را برای تصویب اساسنامه و انتخاب هیئت‌مدیره و بازرسان انجمن در نهم مهرماه ۱۳۷۶ باید به فال نیک گرفت و از آن استقبال کرد. در شرایط دشوار کنونی که قانون مطبوعات تصویب شده در شرایط جنگ تحمیلی هیچ‌گونه عنایتی به استقلال حرفه‌ای و امنیت شغلی خبرنگاران و نویسندگان، مطبوعات ندارد. همکاری وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی، وزارت کار و امور اجتماعی و مدیران مسئول نشریات کثیرالانتشار کشور برای گردآمدن روزنامه‌نگاران در زیر یک سقف و پایه‌گذاری

انجمن صنفی اقدامی در خور تقدیر و سپاس است. حضور گسترده صدها خبرنگار، نویسنده و مدیر مسئول نشریات در تالار اجتماعات وزارت کار و امور اجتماعی در واقع پاسخ مثبتی به تلاشها و زحمات چندین ماهه علاقه‌مندان به تشکیل این انجمن بود. تا پیش از تشکیل انجمن صنفی تمامی تلاشها در جهت شکل‌گیری آن بود و اکنون که این تلاشها به تشکیل انجمن منتهی شده، زمان آن است که روزنامه‌نگاران و نویسندگان کشور با مددجویی از استادان روزنامه‌نگاری، حقوق‌دانان برجسته و پیشکسوتان این حرفه در صدد تدوین و اصلاح اساسنامه پیشنهادی انجمن برآیند. مجمع عمومی انجمن در نخستین جلسه خود مهلت ۳ ماهه‌ای برای جمع‌آوری پیشنهادهای اعضا و دیگر علاقه‌مندان تعیین کرده است، تا این پیشنهادها با ارائه به کمیته اصلاح اساسنامه در مجمع فوق‌العاده به تصویب اعضا برسد.

اینک پس از توضیحات مقدماتی در مورد ضرورت تشکیل انجمن حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و نویسندگان کشور و سوابقی کوتاه از جریان شکل‌گیری این‌گونه تشکیلات در ایران و جهان، به سراغ اساسنامه فعلی انجمن می‌رویم و در حد بضاعت مزجات به برخی موارد اصلاحی می‌پردازیم.

اشکالات اساسنامه انجمن صنفی نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات

در فصل اول که شامل کلیات اساسنامه است، طی ۴ ماده به مبانی حقوقی تشکیل انجمن، نام انجمن و محل آن می‌پردازد. متأسفانه در ماده ۱ اساسنامه بدون نگرش به ذیل ماده ۲ قانون نظام صنفی مصوب ۱۳۵۹ که روزنامه‌نگاران را جزو صنوفی می‌داند که مشمول مقررات خاص می‌باشند، تشکیل انجمن را در اجرای ماده ۱۳۱ قانون کار جمهوری اسلامی ایران وجهه قانونی می‌بخشد. طبیعی است با چنین دیدگاه حقوقی‌ای، روزنامه‌نگاران در صف کارگران یدی کارخانه‌های تولیدی قرار می‌گیرند و طبیعت شغلی آنان توسط خودشان نادیده گرفته می‌شود!

در مورد ماده اول پیشنهاد می‌شود که با تمسک به تبصره ماده ۲ قانون نظام صنفی، حرفه روزنامه‌نگاری را به عنوان حرفه‌ای مستقل طرح نموده و دست قانونگذار را برای تصویب قانون حرفه‌ای روزنامه‌نگاران در آینده بازگذاشت.

فصل دوم اساسنامه به شرایط عضویت و منابع مالی انجمن اختصاص دارد. در ماده ۵ آمده

است:

«عضویت کلیه نویسندگان، خبرنگاران، عکاسان، گرافیستها، طراحان، کاریکاتوریستها و بقیه شاغلان هیئت تحریریه مطبوعات که واجد شرایط ذیل باشند، در انجمن صنفی آزاد است و هیچ کس را نمی‌توان به قبول عضویت در انجمن صنفی مجبور و یا از قبول عضویت در آن منع کرد.»

در ماده ۶ نیز تنها به شرایط عمومی عضویت مانند تابعیت ایران، متدین بودن به یکی از ادیان، حداقل سه سال سابقه کار، پرداخت ورودیه و حق عضویت، نداشتن پیشینه کیفری، شاغل بودن در «حرفه مطبوعات»، حسن شهرت و داشتن ۱۸ سال تمام اشاره شده است.

ماده ۵ و ۶ اساسنامه با ذکر «بقیه شاغلان»، راه برای عضویت افراد بخش خدمات تحریریه‌ها در انجمن باز می‌گذارد و افراد با مشاغلی چون آبدارچی، پیک، حروفچین، مصحح، منشی و... که در واقع نقشی در تولیدات اصلی تحریریه ندارند می‌توانند بر خود عنوان نویسنده و خبرنگار بگذارند! از سوی دیگر آیا مدیران مسئول که در تحریریه شاغل هستند و بر کار امور مالی و اداری هم نظارت دارند دارای شرایط عضویت هستند. پرسش دیگر آن است که آیا میان کسی که شغل اصلی او روزنامه‌نگاری است با کسی که روزنامه‌نگاری شغل دوم یا سوم اوست نباید تفاوتی قائل شد؟ اصولاً اگر کسی شغل اصلی اش وکالت یا مهندسی ساختمان بود و از این راه ارتزاق کرد می‌تواند عضو نظام حرفه‌ای روزنامه‌نگاری هم باشد؟ به نظر می‌رسد یک پزشک که دارای مطب است و از راه حرفه پزشکی درآمد بالایی دارد و برای تفنن به کار مطبوعات هم می‌پردازد، یک پزشک است و نباید او را روزنامه‌نگار حرفه‌ای دانست.

از آنجا که یکی از مهم‌ترین مباحث حقوقی، تعریف روزنامه‌نگار حرفه‌ای است، اجازه دهید به تجربیات فرانسه در این مورد پردازیم و از آن در جهت شناخت هرچه بهتر روزنامه‌نگار حرفه‌ای در ایران بهره‌برداری کنیم:

تعریف روزنامه‌نگار و نویسنده حرفه‌ای

متأسفانه تاکنون در کشور ما هیچ‌گونه مقررات قانونی در حمایت از استقلال حرفه‌ای و امنیت شغلی روزنامه‌نگاران وضع نشده است. لذا تعریف روشنی از اعضای این صنف در دست نیست.

برای شناخت اصول حقوقی مربوط به تجربه قانونگذاری فرانسه به نخستین قانون مطبوعات ایران در سال ۱۳۲۶ هجری قمری - که اصول مذکور در آن مورد استفاده قرار گرفته - می‌پردازیم و در این راه از آموخته‌های دکتر کاظم معتمدنژاد استاد روزنامه‌نگاری استفاده می‌کنیم.

به دنبال کوششهای سندیکای ملی روزنامه‌نگاران فرانسه در ۱۲ اکتبر ۱۹۳۳ تعداد ۱۰۱ نفر از اعضای مجلس نمایندگان فرانسه بر مبنای متنی که از سوی ژرژ بوردون رئیس وقت این سندیکا و با همکاری یک حقوقدان فرانسوی تهیه شده بود، پیشنهاد طرح قانون مقررات حرفه‌ای روزنامه‌نگاران را به این مجلس ارائه کردند.

بر مبنای این قانون مقررات حرفه‌ای روزنامه‌نگاری به صورت یک ماده الحاقی با اجزای فراوان به قانون کار فرانسه اضافه شد. این قانون در ۲۹ مارس ۱۹۳۵ به تصویب پارلمان فرانسه رسید. به موجب این قانون دو مبنای مهم را به عنوان اساس استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در نظر گرفتند:

تعریف قانونی روزنامه‌نگار حرفه‌ای

روزنامه‌نگار حرفه‌ای (professional journalism) به موجب بند دوم قانون ۲۹ مارس ۱۹۳۵ و ماده یک قانون مکمل آن (مصوب ۴ ژوئیه ۱۹۷۴) چنین تعریف شده است:

«روزنامه‌نگار حرفه‌ای کسی است که شغل اصلی، مرتب و با اجرت او، انجام کار در یک روزنامه یا نشریه دوره‌ای تهیه شده در فرانسه و یا یک خبرگزاری فرانسوی است.»

در دنبال این بند، همکاران مستقیم هیئت تحریریه شامل: نویسندگان، مترجمان، تندنویسان (خبرهای تلفنی)، بازنویسان، خبرنگاران طراح، خبرنگاران عکاس بجز کارگزاران تبلیغات بازرگانی و کسانی که فقط همکاری تصادفی دارند، در ردیف روزنامه‌نگار حرفه‌ای شناخته می‌شوند به موجب اصلاحیه ژوئیه ۱۹۷۴ تغییرات زیر در متن ۱۹۳۳ وارد شده است:

۱. روزنامه‌نگار می‌تواند در یک یا چند نشریه کار کند.

۲. ملیت فرانسوی نشریه دیگر مثل گذشته مورد نظر نیست.

۳. درآمدهای حاصل از کار روزنامه‌نگار همچنان باید منبع اصلی درآمد او باشد. اما مابین

این منابع و سطح زندگی خبرنگاران رابطه‌ای در نظر گرفته نشده است.

۴. همکاران «ستون نویس» که در روزنامه‌ها و خبرگزاریهای مختلف کار می‌کنند، با توجه به

قانون اصلاحی ۱۹۷۴، مانند همکاران تمام وقت روزنامه‌نگار حرفه‌ای شناخته می‌شوند، به

شرط آنکه درآمد اصلی‌شان از این راه تأمین شود.

تعمیم تعریف روزنامه‌نگار و همکاران خبری مؤسسات رادیو تلویزیونی از طریق رویه

قضایی و مقررات مختلف مورد تأکید قرار گرفته است. دستورالعمل شورای دولتی فرانسه در

رای ۲۶ فوریه ۱۹۸۵ در این باره اهمیت خاصی داراست:

۱. ضرورت توجه به ماهیت فعالیتهای روزنامه‌نگار: به‌طور کلی روزنامه‌نگاری یک کار فکری

تعریف شده است و از این رو این اصل دقت نظر خاصی به کار برده و می‌گوید: «روزنامه‌نگار

کسی است که درباره مسائل جاری روز جامعه کار کند.» کسی که داستان می‌نویسد و در هیئت

تحریریه روزنامه کار می‌کند، روزنامه‌نگار شناخته می‌شود ولی کسی که داستانهای چاپ شده را

معرفی می‌کند کار «اکتوالیته» انجام می‌دهد.

شورای دولتی فرانسه همکاران تحریریه‌ای «مطبوعات مجانی» را که در راه هدفهای تجارتي

گام برمی‌دارند و به‌منظور پخش آگهی منتشر می‌شوند و همچنین همکاران نشریات فروش

مستغلات را روزنامه‌نگار شناخته است و تأکید کرده است کمیسیون رسیدگی، برای تعیین

روزنامه‌نگار به جای توجه به ماهیت نشریه، چگونگی فعالیت روزنامه‌نگار را مورد بررسی قرار

دهد.

بنابراین موضوع و فعالیت نشریه از این دیدگاه نباید معیار باشد.

۲. عدم شمول صفت روزنامه‌نگار به همکاران نشریات و بولتنهای سازمانی: همکاران نشریات

داخلی و بولتنها که برای استفاده کارکنان منتشر می‌شوند نمی‌توانند از صفت روزنامه‌نگار

برخوردار شوند. زیرا به‌موجب ماده یک قانون مطبوعات اول اوت ۱۹۸۶، نشریات مطبوعاتی به

شیوه‌های مکتوب نشر اندیشه «... که در اختیار مخاطبان عمومی یا گونه‌هایی از مخاطبان گذاشته

می‌شوند» اطلاق می‌شود و بولتنها و نشریات سازمانی را دربر نمی‌گیرد. پس وسعت پخش نشریات مهم است.

۳. عدم استفاده همکاران فعالیتهای غیرخبری رادیو - تلویزیون از صفت روزنامه‌نگار: در مؤسسات رادیو - تلویزیونی معمولاً دو نوع فعالیت «نمایشی» و «خبری» صورت می‌گیرد، فقط به کسانی که طبق مقررات و قوانین ۱۹۳۵ و ۱۹۷۴ به فعالیت خبری و روزنامه‌نگاری فعالیت دارند، روزنامه‌نگار گفته می‌شود.

۴. شمول صفت روزنامه‌نگار به همکاران نشریات و خبرگزاریهای فرانسه زبان در خارج فرانسه: «کمیسیون کارت حرفه‌ای»، با توجه به قانون اصلاحی ۱۹۷۴ همکاران روزنامه‌ها و خبرگزاریهای فرانسوی فعال در خارج از فرانسه را مشمول برخورداری از مزایای روزنامه‌نگاران برشمرده است.

تبصره ۱ ماده ۶، چنانچه تعریف روزنامه‌نگار و شرایط عضویت اصلاح شود تبصره خوبی است و حتی می‌تواند مستقلاً به عنوان یک ماده مطرح شود.

در ماده ۸ که منابع مالی انجمن برشمرده شده است، تعیین مبلغ ثابت حق عضویت و حق ورودیه با توجه تورم جاری در اقتصاد کشور، کارشایسته‌ای نیست و بهتر است این رقم شناور باشد. همچنین در این ماده از نقش حمایتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی غفلت شده و تنها نقش حمایتی هیئت‌ها و انجمنهای علمی برای تعیین منابع مالی در نظر گرفته شده است.

در ماده ۱۳ راجع به مجمع عمومی و نحوه رأی‌گیری سکوت شده است در حالی که نحوه رأی‌گیری، مخفی بودن آرا و دقت در جمع‌آوری آرا نکات مهمی هستند که باید در این ماده گنجانده شود و راه‌تقلب در این زمینه نیز مسدود شود.

از جمله نکات مثبت اساسنامه، ماده ۲۱ تا ۲۸ است که موضوع آن ترتیب تشکیل و اداره جلسات مجمع عمومی است.

در ماده ۲۹ موضوع وظایف و اختیارات هیئت مدیره در بند ۱۵ راجع به تشکیل کمیته‌ها، متأسفانه جای کمیته مهمی چون آموزش خالی است.

در مورد ماده ۳۵ موضوع شرایط انتخاب اعضای هیئت مدیره و بازرسان در بند ۸ به داشتن سواد اشاره شده است و میزان تحصیلات ذکر شده است. پیشنهاد می‌شود به منظور ارتقای سطح

کافی هیئت مدیره حداقل تحصیلات را کارشناسی دانشگاههای معتبر خارج و داخل کشور قرار دهند. ضمناً همه افرادی که دارای شرایط باشند حق داشته باشند با ارائه مدارک در انتخابات (در وقت معین) شرکت کرده و به عنوان کاندیدا معرفی شوند.

متأسفانه شرایط و مقررات تشکیل مجمع عمومی برای انتخاب اعضای هیئت مدیره فاقد آیین‌نامه مشخص است که باید مقررات مناسب آن به دقت تهیه و تنظیم شود.

سکوت مهم دیگر اساسنامه، مربوط به شرایط صدور کارت هویت خبرنگاری است. پیشنهاد می‌شود که انجمن، اعضای دارای شرایط را با کسب نظر از هیئت مدیره انجمن صنفی مدیران مطبوعات به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی معرفی نماید.

کارت هویت حرفه‌ای می‌بایست ملاک حرفه‌ای بودن نویسندگان و خبرنگاران باشد و صاحبان آن بتوانند از مزایای آن بهره‌مند شوند.

در بسیاری از کشورهای جهان، انجمن حرفه‌ای روزنامه‌نگاران اهمیت خاصی دارد. همچنان‌که شماره نظام پزشکی معرف هویت حرفه‌ای پزشکان در جامعه ایران است. در کشورهایی چون سوئیس چنانچه مدیر نشریه‌ای از همکاری یک خبرنگار بدون کارت هویت بیش از ۳ ماه استفاده کند، مجرم شناخته شده و جریمه می‌شود!

متأسفانه به دلیل عدم تشکیل انجمن حرفه‌ای نویسندگان و خبرنگاران، در حال حاضر منابع مختلفی کارت خبرنگاری برای افراد صادر می‌کنند و در این زمینه وحدت رویه‌ای میان صاحبان نشریات، خبرنگاران و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی حاکم نیست.

مسئله مهم دیگری که لازم به یادآوری است، برداشت اشتباهی است که اکثر همکاران مطبوعاتی از دو مقوله «استقلال حرفه‌ای» و «امنیت شغلی» دارند و معمولاً این دو مقوله را یکی می‌دانند در حالی که «استقلال حرفه‌ای» به شکل حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و استقلال شغل روزنامه‌نگاری از دیگر مشاغل می‌پردازد؛ درست مانند نظام پزشکی و نظام مهندسی ساختمان و یا کانون وکلای دادگستری. در حالی که «امنیت شغلی» به قوانین حمایت از خبرنگاران در کسب اخبار و عدم سانسور و اعمال فشار و مسائلی از این قبیل می‌پردازد.

شکی نیست تشکیل انجمن حرفه‌ای نویسندگان و روزنامه‌نگاران تنها با هدف حضور فعالانه و مشارکت این انجمن در سطوح تصمیم‌گیری و اجرای مقررات می‌تواند راهگشای مشکلات کنونی جامعه مطبوعاتی کشور باشد. به عنوان مثال، برپایی جشنواره مطبوعات که توسط وزارت

فرهنگ و ارشاد اسلامی تاکنون صورت می گرفته است و متأسفانه همواره در مورد این جشنواره بخصوص در مورد انتخاب برگزیدگان بخش مسابقه حرف و حدیثهایی وجود داشته و یا خواهد داشت، مصلحت در این است که برپایی چنین جشنوارههایی را به انجمن بسپارند تا خبرنگاران با احساس این امر که خودشان در جشنواره نقش اصلی را دارند، حضور پررنگتری را از خود به نمایش بگذارند.

همچنین است حضور افراد برگزیده از سوی مجمع عمومی انجمن برای حضور در هیئت منصفه دادگاههای مطبوعاتی و یا مراکز تصمیم گیرنده دیگر چون هیئت نظارت بر مطبوعات که با وجود حضور نماینده مدیران مسئول مطبوعات جای نماینده نویسندگان و خبرنگاران در این هیئت خالی است و این در حالی است که وجود هیئت نظارت در کشورهای جهان منسوخ شده است و مطبوعات تنها مکلف به اعلام نام نشریه و محل انتشار آن هستند. در حال حاضر در آسیا و اقیانوسیه تنها چهار کشور ایران، سنگاپور، مالزی و اندونزی از روش صدور امتیاز برای انتشار نشریات پیروی می کنند.

این در حالی است که نماینده جمهوری اسلامی ایران به عنوان شرکت کننده در سمینار یونسکو وابسته به سازمان ملل متحد درباره رسانه های آسیایی مستقل و مردم گرا (آلماتای قزاقستان، ۵ تا ۹ اکتبر ۱۹۹۳) ماده اول بیانیه پیرامون برداشتن موانع در راه اندازی نشریات جدید (صرف صدور امتیاز) را امضا کرده است. از جمله مفاد بیانیه آلماتای ضرورت کارآموزی، جریان آزاد اطلاعات، امنیت روزنامه نگاران و انجمنهای حرفه ای روزنامه نگاران است که امیدواریم در شرایط مساعد کنونی با عنایت مسئولان و دست اندرکاران مطبوعات و حضور فعالانه نویسندگان و خبرنگاران و اصلاح و تدوین قانون جدید مطبوعات رعایت گردد و ما خود را با وضعیت نوین داخلی و جهانی تطبیق دهیم و راه را برای شکوفایی رسانه های مستقل و حرفه ای باز کنیم. متأسفانه عدم توجه به چنین ضرورت هایی باعث می شود که شاهد نشریات تکراری و فرصت طلب باشیم. نشریاتی که صاحبان آنها روزنامه نگاری را شغل دوم و یا سوم خود می دانند و از دغدغه های نویسندگان و روزنامه نگاران پرتلاش، دلسوز و متعهد مطبوعات کشور بی اطلاع اند. انتشار نشریات با سطح نازل فکری، عدم وجود مقالات و تفسیرها و تحلیلهای مناسب و درج اخبار تکراری و در یک کلام غیر تخصصی بودن کار شاغلان در تحریریه های نشریات باعث شده است که برای جمعیت ۶۰ میلیونی ایران اسلامی، تیراژ نشریات ما به زحمت به یک میلیون نسخه

برسد.* در حالی که براساس استاندارد اعلام شده از سوی یونسکو لازم است برای هر یکهزار نفر ۱۰۰ نسخه نشریه منتشر شود.

به این ترتیب در حال حاضر برای رسیدن به سطح مطلوب تیراژ لازم است ۵ میلیون نسخه بر تیراژ نشریات کشور افزوده شود. عدم استقبال مردم از روزنامه‌ها و مجلات را نباید به حساب پایین بودن سطح سواد آنها یا کم بودن درآمدشان گذاشت.

امیدواریم با شکل‌گیری انجمن حرفه‌ای نویسندگان و روزنامه‌نگاران مطبوعات قدمهای اساسی برای ایجاد تحول و شکوفایی مطبوعات کشور برداشته شود و روزنامه‌نگاران نیز شأن و مقام واقعی خود را در جامعه اسلامی بیابند.

پی‌نوشت‌ها

۱. رجوع کنید به: مسعود برزین، «انجمنهای مطبوعاتی ایران تا سال ۱۳۵۷»، فصلنامه رسانه، سال دوم، (پاییز ۱۳۷۰)، ص ۵۸.
۲. رجوع کنید به: حمید مقدم‌فر، «نظام صنفی روزنامه‌نگاران»، فصلنامه رسانه، سال چهارم، شماره ۴، (زمستان ۱۳۷۲)، ص ۳۱.

* این آمار برای تیراژ نشریات کشور در سال ۷۷ صحیح نیست. تیراژ نشریات روزانه کشور حدود ۱/۵ میلیون نسخه و تیراژ کل نشریات کشور حدود ۲/۵ میلیون نسخه است. (مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها)

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱ صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵
تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷
www.rasaneh.org Email: info@rasaneh.org

فرهنگ سیاسی نخبگان و تأثیر آن بر توسعه مطبوعات

محسن آرمین

در دوران معاصر تقریباً هیچ جامعه‌ای را نمی‌توان یافت که از وجود نهادهای مدنی در آن اثری نباشد. اما تنها برخی از جوامع را می‌توان دارای نهادها و مناسبات مدنی دانست. علت این امر آن است که نهادهای مدنی در بسیاری از جوامع نه در فرایند طبیعی و تدریجی یک توسعه درونزای سیاسی - اجتماعی، بلکه در غیاب دموکراسی و در نتیجه سیاست تجدد آمرانه نمایشی و فرمایشی شکل گرفته‌اند. لذا قادر به ایفای نقش و کارکرد خود نیستند، از ایجاد زمینه‌های مشارکت اجتماعی ناتوان‌اند، بر جامعه تأثیر قابل توجهی نمی‌گذارند و در توزیع و تعادل قدرت نقشی ندارند.

جباریت بوروکراتیک دولت نوین به ویژه اگر با فقدان آزادی و عدالت اجتماعی توأم باشد، از فرد و جامعه هویت‌زدایی می‌کند و جامعه را به توده‌ای بی‌شکل و در عین حال لااقتضا به هر شکلی تبدیل می‌کند. نظامهای اقتدارگرا روح مسئولیت‌پذیری و مشارکت جمعی را در افراد از بین می‌برند. افراد نه تنها هویت جمعی احساس نمی‌کنند بلکه هویت فردی خود را نیز از دست می‌دهند. این وضعیت در سطح جامعه جریان دارد اما در لایه‌های زیرین جامعه، نیروهای واقعی اجتماعی مستقل از اراده نظام سیاسی اقتدارگرا و براساس مناسبات خاص خود عمل می‌کنند. فقدان روح مسئولیت‌پذیری ناشی از عدم تمرین مشارکت و در نتیجه عدم تربیت سیاسی - اجتماعی افراد جامعه، موجب رشد و گسترش روح فردیت و مادیت در جامعه می‌شود و همین امر نظامهای اقتدارگرا را در فرایند توسعه اقتصادی - اجتماعی با مشکلات و موانع جدی و لاینحلی مواجه می‌سازد. در چنین نظامهایی دولت به دلیل عدم مشارکت مردم از یک‌سو و محدودیت منابع ثروت و قدرت از سوی دیگر، به تنهایی قادر به توسعه و پیشبرد عامه نیست. همچنین به دلیل فقدان روح مسئولیت‌پذیری و تربیت سیاسی، دولت با حجم فراوانی از نظامات و توقعاتی روبه‌رو می‌شود که از پاسخگویی به آن ناتوان است. در نتیجه ناتوانی دولت در

پیشبرد پروژه توسعه از یک سو و نارضایتی حاصل از انباشت مطالبات و خواسته‌های مردم از سوی دیگر، به تدریج از دامنه مشروعیت سیاسی دولت می‌کاهد. شکاف دولت - ملت حاصل از کاهش مشروعیت سیاسی و انباشت مطالبات مردم به بحران و انفجار می‌انجامد.

از دیگر سو وجود فقر و فاقه و نابرابریهای اجتماعی روح همبستگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در افراد تضعیف می‌کند. ظلم و ستم طبقاتی زمینه‌های رشد و تعالی فرد و احساس تعلق و تعهد به ارزشهای نوعی و معنوی را در انسان از بین می‌برد و فردیت و مادیت را در جامعه ترویج می‌کند. به همین دلیل در جوامعی که از فقدان دموکراسی و وجود ظلم و نابرابریهای اقتصادی - اجتماعی رنج می‌برند، نهادهای مدنی زمینه رشد و گسترش ندارند. دموکراسی و عدالت اجتماعی بسترهای لازم برای شکل‌گیری و کارآمدی نهادهای مدنی به شمار می‌روند. نهادهای مدنی با آزادی و دموکراسی رابطه‌ای دوسویه دارند. از یک سو دموکراسی زمینه را برای پیدایش و توسعه نهادهای مدنی فراهم می‌آورند و از سوی دیگر نهادهای مدنی به بسط و گسترش آزادیها و حفظ صیانت از حقوق اجتماعی - سیاسی در برابر ذات توسعه طلب دولت مدرن مدد می‌رسانند. اما چنان‌که گفتیم، دموکراسی و عدالت اجتماعی زمینه و شرط لازم برای توسعه نهادهای مدنی در یک جامعه به شمار می‌رود. عوامل مذکور لزوماً موجب فعالیت، تأثیرگذاری نهادهای مدنی بر جامعه و تحقق مشارکت اجتماعی نمی‌شوند. آنچه حضور فعال نهادهای مدنی را در عرصه عمومی و فرایند مشارکت اجتماعی تضمین می‌کند، به وجود آمدن احساس قدرت و توان تأثیرگذاری بر جامعه در نهادهای مذکور است.

کارکرد نهادهای صنفی

مشارکت اجتماعی و عمل جمعی علاوه بر اینکه بستری مناسب برای کسب منفعت مادی و منزلت اجتماعی است، برای انسان فی‌نفسه یک هدف محسوب می‌شود.

اساساً توانایی‌ها و قابلیت‌های انسان به عنوان موجودی عقلانی از طریق عمل و حیات اجتماعی و در فرایند مشارکت جمعی فعلیت می‌یابد و انسان در چنین فرایندی هویت خود را می‌سازد. فلاسفه اسلامی انسان را مدنی بالطبع دانسته، معتقدند ابعاد گوناگون روحی و استعدادها و قوای فطری او در فرایند عمل اجتماعی فعلیت می‌یابد و نظام ارزشی او شکل می‌گیرد و اساساً این ویژگی را یکی از وجوه مهم تمایز حیات انسانی از حیات حیوانی برشمرده‌اند.

انسان از طریق عمل اجتماعی و مشارکت گروهی قدرت تأثیرگذاری خود بر جامعه و محیط اجتماعی خویش را احساس می‌کند و در نتیجه رفته رفته با کشف قابلیت‌های خود به نوعی خودباوری می‌رسد.

واحد تحلیلی این‌الگو صرفاً آحاد جامعه نیست. این‌الگو را می‌توان در سطح گروه‌های صنفی و نهادهای مدنی نیز به کار برد. انجمن‌های صنفی با انگیزه حمایت از حقوق و منافع یک صنف تشکیل می‌شوند. این نهادها با ایجاد ارتباط و تعارف میان واحدهای صنفی می‌تواند زمینه شکل‌گیری و ساخته شدن یک نظام ارزشی درون صنفی را فراهم آورد و از این طریق به تدریج در ایجاد یک عرف فراگیر درون صنفی نقش بازی کند. ایجاد ارزشها و عرف مشترک در درجه اول و تعهد واحدها و اعضای صنف به آنها در درجه دوم اساس هویت جمعی صنف را پایه‌ریزی می‌کند. و در سایه این هویت جمعی است که انجمن صنفی نسبت به مصالح عالی و نیز قدرت و توان صنف به نوعی خودآگاهی رسیده، می‌تواند به عنوان یک نهاد جامعه مدنی در کنترل قدرت دولت، تأثیرگذاری بر جامعه و تحقق مشارکت اجتماعی ایفای نقش کند. نتیجه چنین فرایندی حفظ حریم عرصه عمومی در برابر اقتدار دولت و ایجاد نوعی توازن و تعادل قدرت میان دولت و جامعه است. این فرایند اگرچه اقتدار دولت را به عرصه سیاست محدود می‌سازد، اما در عوض بر دامنه و عمق مشروعیت آن می‌افزاید. در واقع دولت و نهادهای جامعه مدنی در یک دادوستد متقابل قرار می‌گیرند. از یک سو دولت قدرت نهادهای مدنی و از جمله نهادهای صنفی را به رسمیت می‌شناسد و بدانها اجازه ایفای نقش می‌دهد و از سوی دیگر از آنها طلب مشروعیت سیاسی می‌کند و این امر استحکام و ثبات نظام سیاسی را در پی خواهد داشت.

برعکس در یک نظام اقتدارگرا نهادهای صنفی تحت فشار جباریت دولت هویت‌زدایی می‌شوند. در چنین نظامی انجمن‌های صنفی قادر به برقراری ارتباط میان واحدهای صنفی تحت پوشش خود نیستند. در نتیجه نمی‌توانند به پیدایش ارزشها و عرف مشترک میان صنف مدد برسانند. فقدان ارزشهای مشترک و یا عدم تعهد به آنها مانع شکل‌گیری روح جمعی در میان واحدهای صنفی می‌شود، در نتیجه نهادهای صنفی اعتماد به نفس و قدرت تأثیرگذاری بر جامعه را از دست می‌دهند. در سایه فراهم نیامدن ارزشهای مشترک و یا عدم وفاق در مورد آنها و در نتیجه فقدان هویت جمعی، فعالیت واحدهای صنفی در حد حفظ منافع مادی و زودگذر فردی سقوط می‌کند. وجود دمکراسی و عدالت اجتماعی هرچند زمینه را برای فعال شدن انجمنها و

اتحادیه‌های صنفی فراهم می‌کند اما لزوماً کارآمدی آنها را در ایجاد ارتباط میان واحدهای صنفی موجب نمی‌گردد. علاوه بر آزادی و عدالت اجتماعی که شرایط عینی و خارجی به شمار می‌روند، فرهنگ نخبگان اداره‌کننده هر صنف شرایط ذهنی و درونی فعالیت و کارآمدی انجمنهای صنفی محسوب می‌شود. این امر در آن دسته از اصنافی که فعالیت آنها ماهیتاً فراتر از جنبه‌های فنی و مادی و معطوف به مقولات اجتماعی و سیاسی است، به نحو بارزتر و آشکارتری به چشم می‌خورد. صنف مطبوعات و روزنامه‌نگاران از این جمله است.

این صنف به دلیل ماهیت موضوع یعنی اطلاع‌رسانی و عرصه فعالیت (یعنی اندیشه، قلم و بیان) و نیز به دلیل ویژگی افراد و عناصری که در آن به فعالیت مشغول‌اند یعنی (نخبگان و روشنفکران جامعه)، از قابلیت تأثیرگذاری به مراتب بیشتری بر جامعه بهره‌مند است. اما این قابلیت تأثیرگذاری دوسویه است. مطبوعات همان‌گونه که می‌توانند بیش از اصناف دیگر در ایجاد بستر مشارکت اجتماعی و نهادینه کردن دموکراسی نوپا مؤثر باشند، به همان میزان در شکست پروژه دموکراسی و توسعه سیاسی در هر جامعه قابلیت ایفای نقش دارند. آنچه به مطبوعات قابلیت چنین عملکرد دوسویه‌ای را می‌بخشد، فرهنگ سیاسی نخبگان جامعه است.

برای روشن شدن موضوع خوب است که بحث خود را با این سؤال ادامه دهیم: چرا جامعه مطبوعات ما در تاریخ فعالیت خود به‌ویژه در دوران نهضت ملی و سالهای اول انقلاب نتوانسته است نقش خویش را در ایجاد تعادل قدرت میان دولت و ملت به خوبی ایفا کند؟ بجز دوره حاضر حداقل در سه مقطع از تاریخ معاصر، مطبوعات ما در فضای آزادی تنفس کرده‌اند اما چرا در هیچ‌یک از این مقاطع به استثنای دوران مشروطیت، مطبوعات نتوانستند به نهادینه کردن دموکراسی و بسط و گسترش آن مدد برسانند؟

به گمان ما علت این امر را باید در فرهنگ سیاسی نخبگان جستجو کرد. بررسی تفاوت موجود میان دوره مشروطیت و دوره‌های بعدی تا حدی در فهم این علت راه‌گشاست.

در دوران مشروطه جامعه ایران پس از ناصرالدین شاه به تدریج دستخوش تحول شد. مطبوعات و احزاب به مثابه نهادهای مدرن در یک فرآیند تدریجی شکل گرفتند. نهادهای مدنی جدید با حضور خود جای را برای نهادهای سنتی تنگ نکردند بلکه در کنار آنها و با آنها به همزیستی مسالمت‌آمیزی دست یافتند. اما در دوران پهلوی با تبدیل نظام استبدادی به دیکتاتوری و تحول ماهوی دولت، وضع به گونه‌ای دیگر شکل گرفت. در نتیجه سیاست تجددآمرانه و

فرمایشی رضاخانی نهادهای سنتی سرکوب شدند و نهادهای مدرن فرمایشی و نمایشی شکل گرفتند. لذا پس از سقوط رضاخان جامعه یکباره دستخوش تحولی سیاسی شد. در شرایط گذار پس از سقوط رضاخان مطبوعات بسیار سریعتر از نظام حزبی به رشد و شکوفایی رسیدند لذا این رشد و شکوفایی هرگز در یک فرآیند تدریجی شکل نگرفت و نخبگان ما فرصت تمرین دمکراسی نیافتند.

در سالهای اولیه پیروزی انقلاب نیز وضع به همین گونه بود. پیروزی زودرس و سریع انقلاب اسلامی فاصله میان سقوط نظام دیکتاتوری و تأسیس نظام جمهوری اسلامی را بسیار کوتاه کرد. و جامعه مطبوعاتی بسیار سریعتر از نظام حزبی به رشد و شکوفایی رسید. در نتیجه فقدان احزابی فعال همانند دوره پیشین، مطبوعات ناگزیر مسئولیت کار حزبی را نیز بر دوش کشیدند و به جای آنکه گزارشگر فعالیت احزاب باشند خود کارکرد حزبی یافتند. فقدان سابقه کافی در تمرین دمکراسی از یک سو و پذیرش اجتناب ناپذیر کارکرد حزبی از سوی دیگر موجب شد که در هر دو دوره مطبوعات، تحت تأثیر فرهنگ سیاسی نخبگان به ستیز و خصومت با یکدیگر و یا دولت پردازند و از مصالح عالی صنفی که معطوف به بسط مشارکت جمعی است به سود مصالح حزبی و گروهی که عمدتاً معطوف به قدرت سیاسی است چشم پوشند.

رقابت و ستیز حزبی ناشی از ذهنیت مطلق گرای باقیمانده از دوران استبداد، نخبگان دست در کار مطبوعات را از درک نقش و رسالت این صنف به عنوان نهادی مدنی در حفاظت از حقوق عمومی جامعه ناتوان ساخت. در سایه این فرهنگ سیاسی، ارتباط مطبوعات با یکدیگر در قالب یک انجمن صنفی میسر نشد. ارزشهای مشترکی که عرف فعالیت مطبوعاتی را شکل می دهد، در این صنف به نحوی مطلوب و مؤثر پدید نیامد. و اگر پدید آمد، تعهد به منافع گروهی و جناحی، مقدم بر تعهد به ارزشهای مذکور تلقی شد. چنان که گفتیم وجود ارزشهای مشترک و احساس تعهد نسبت به آنها شرط اصلی صورتبندی احساس هویت جمعی است. لذا مطبوعات ما در دوره های گذشته از احساس هویت جمعی به نحوی مؤثر بهره مند نشدند.

فرهنگ سیاسی ستیزه جوی نخبگان، فقدان ارزشهای مشترک و یا عدم احساس تعهد به آنها و در نتیجه فردیت و عدم شکل گیری روح و هویت جمعی، عوامل روانی و سیاسی کافی برای احساس ضعف و عدم اعتماد به نفس در تأثیرگذاری بر جامعه و انفعال مطبوعات نسبت به کارکرد اصلی و نیز سرنوشت مشترک آنها به شمار می آمده است.

جامعه مطبوعاتی ما در سالهای اخیر بار دیگر شاهد بالندگی و شکوفایی است. مهم‌ترین تفاوت این دوره از رشد مطبوعات با دوره‌های گذشته در این است که برخلاف دوره‌های پیشین این رشد با ضعف دولت و علیرغم خواست قدرت سیاسی شکل نگرفته، بلکه حداقل بخشی از دولت در پدیدآوردن آن نقش اصلی را ایفا نموده است. در نتیجه رشد و شکوفایی مطبوعات در این دوره از یک نظم و قاعده منطقی پیروی کرده است. متقابلاً مطبوعات ما نیز به‌ویژه پس از دوم خرداد نشان داده‌اند که در مقایسه با دوره‌های پیشین، رشد و بلوغ به مراتب بیشتری دارند و در برابر فضای آزادی پدید آمده احساس مسئولیت می‌کنند.

اما علیرغم این همه، همان نگرانیهای گذشته همچنان باقی است. در فقدان یا ضعف احزاب سیاسی، مطبوعات سیاسی ما عموماً کارکرد حزبی یافته‌اند و در واقع به احزاب مطبوعاتی تبدیل شده‌اند. چندان ضرورتی ندارد که تأکید کنیم مطبوعات حزبی با احزاب مطبوعاتی بسیار متفاوت‌اند. صورت اول امری طبیعی و اساساً لازمه وجود نظام حزبی فعال است. اما صورت دوم امری خلاف قاعده و ناشی از عدم تکامل حزبی است که در درازمدت موجب اختلال در کارکرد اصلی مطبوعات و غفلت از مصالح و اهداف عالی این صنف می‌شود.

تأثیر فرهنگ سیاسی نخبگان را در عرصه کنونی مطبوعات می‌توان در اشکال افراطی و تفریطی مشاهده کرد. در حال حاضر عکس‌العمل جامعه مطبوعاتی، نسبت به تجاوزات و تعدیاتی که نسبت به مطبوعات و روزنامه‌نگاران صورت می‌گیرد تابعی از متغیر علایق سیاسی و مصالح گروهی است. امنیت حرفه‌ای روزنامه‌نگاران به دلیل کندی فرآیند شکل‌گیری هویت جمعی و ضعف اعتقاد به مصالح عالی صنف به شدت متزلزل است. حملات و تجاوزات به حریم مطبوعات نه تنها با مقابله یکپارچه مواجه نمی‌شود، بلکه بخشی از مطبوعات را علیه بخش دیگر با خود همراه می‌کند و منافع حزبی و جناحی مبنای صف‌آراییها در قبال حملات و تجاوزات مذکور می‌گردد. در برخی مواقع تعطیلی یک نشریه و محاکمه یک روزنامه‌نگار حتی با استقبال و تأیید و تشویق برخی مطبوعات مواجه می‌شود. فراتر از این، گاه اگر احتمال تبرئه یک روزنامه‌نگار وجود داشته باشد، روزنامه رقیب برای اطمینان از محکومیت وی به کمک شاکی و دادگاه آمده و شکایتی بر شکایت‌های قبلی می‌افزاید. با چنین وضعیتی که در نوع خود کم‌نظیر است، چگونه می‌توان انتظار داشت مطبوعات ما حول ارزشهای مشترک فراهم آیند و در نتیجه با

احساس هویت جمعی خود را قادر به تأثیرگذاری بر جامعه و ایجاد تعادل قدرت میان دولت و ملت ببیند؟

از سوی دیگر غلبه همان گرایشهای گروهی و حزبی در اشکال رسمی و غیررسمی آن موجب عدم احساس مسئولیت نسبت به فضای آزاد کنونی است. برخی از مطبوعات البته با شعار جامعه مدنی و در واقع تحت تأثیر گرایشهای خاص سیاسی با شتاب و هیجان خاصی به هنجارشکنیهای متعمدانه و غیراصولی و ایجاد جنجالهای کاذب و طرح مطالبات غیرواقعیه‌ها و در نتیجه برانگیختن حساسیتها مشغول‌اند. اینان نیز که سر دیگر طیف بی‌اعتنا به مصالح مطبوعاتی و مسئولیت جامعه مطبوعات در قبال فضای آزاد کنونی را تشکیل می‌دهند، تحت تأثیر علائق سیاسی، روند نهادینه شدن دموکراسی و دستاوردهای دوم خرداد را به مخاطره انداخته‌اند. فقدان هویت جمعی، ضوابط خود کنترلی و نظارت درون صنفی را نیز تضعیف کرده و حاکمیت یک عرف مطلوب و پسندیده و اخلاق روزنامه‌نگاری را در جامعه مطبوعات ناممکن ساخته است.

به گمان ما دعوت به تعادل و تأیید بر مصالح و اهداف عالی مطبوعات و مسئولیتی که این صنف در قبال پروژه توسعه سیاسی در حال حاضر بر عهده دارد، اصلی‌ترین وظیفه مطبوعات در گفتگوهای درون صنفی است. این گفتگوها در نهایت می‌تواند به ایجاد ارزشهای مشترک و مورد اعتقاد بخش اعظم مطبوعات کشور تبدیل شود و زمینه نوعی هویت جمعی معطوف به نقش اجتماعی مؤثر و کارآمد را فراهم آورد.

طرح تدوین میثاق‌نامه روزنامه‌نگاران که اکنون در دستور کار انجمن صنفی روزنامه‌نگاران قرار دارد، گام مؤثری در این جهت به‌شمار می‌رود. حتی می‌توان به پشتوانه این میثاق‌نامه به تشکیل یک محکمه انتظامی صنفی که توسط خود مطبوعات اداره شود اندیشید.

استقلال حرفه روزنامه‌نگاری در طلیعه جامعه مدنی

محمد مهدی فرقانی

مقدمه

در ادبیات نوین روزنامه‌نگاری در عرصه بین‌المللی، از این حرفه به‌عنوان حرفه‌ای «مقدس» در کنار مشاغل هم‌چون پزشکی و روحانیت یاد می‌شود. مشاغل که «احترام عمومی» و «سیعی را نسبت به خود برانگیخته‌اند و با بی‌اعتنایی به عامل زمان، سختی کار، حساسیت و مخاطرات شرایط محیطی، تنها به مسئولیت و وظیفه انسانی خود می‌اندیشند.

این تعریف بر این باور است که تنها مشاغل که «نیازهای حیاتی بشر» را تأمین می‌کنند، معرفتی رازگونه دارند و با ایثار و از خودگذشتگی آمیخته‌اند، شایسته اطلاق عنوان «حرفه تخصصی» با جنبه‌های مشخصی از تقدس هستند. واضعان ادبیات جدید می‌گویند، مگر نه اینکه در موارد متعدد، روزنامه‌نگاران در سراسر جهان، جان، آزادی و آرامش خود را در راه انجام وظیفه و تأمین نیازهای حیاتی بشر یعنی اطلاعات و اخبار فدا کرده‌اند، و مگر نه اینکه این از خودگذشتگی نه به خاطر منافع شخصی، که در جهت خدمت به آگاهی انسان بوده است؟ پس آیا می‌توان در خصوص تقدس این حرفه تردیدی به خود راه داد؟

از این گذشته، بر جنبه تقدس حرفه روزنامه‌نگاری از آن حیث تأکید می‌شود که مقتضیات و ماهیت این حرفه به شدت و به‌طور عمیقی با «دموکراسی و آزادی» عجین است. شکوه و عظمت ایثار و از خودگذشتگی در این حرفه به‌ویژه زمانی تجلی بارزی می‌یابد که روزنامه‌نگاران در شرایط غیردموکراتیک و در وضعیت خفقان و استبداد به ایفای مسئولیت و رسالت خویش در جهت تأمین نیازهای اساسی انسان می‌پردازند.

در جوامع مبتنی بر سنت دموکراسی، گفته می‌شود که اطلاعات و اخبار فی‌نفسه به مشکلات مردم مربوط می‌شود و ما بدون اخبار و اطلاعات نه می‌توانیم حقوق سیاسی خود را به دست آوریم و نه به تعهدات سیاسی خود عمل کنیم. حال اگر در جوامع غیردموکراتیک و کشورهای

در حال توسعه، چنین نگرشی به اطلاعات و اخبار نیست، خود می‌تواند هم نشانه‌ای از یک ناهنجاری یا بیماری اجتماعی تلقی گردد و هم به عنوان یکی از عوامل مهم عقب‌ماندگی، عدم مشارکت، اعمال خفقان و استبداد و تجاوز به حقوق مردم شناخته شود. زیرا چنین جامعه‌ای عملاً از حق دستیابی به اطلاعات که موجد آگاهی و تسهیل تصمیم‌گیریها و حرکت‌های آگاهانه اجتماعی است محروم می‌ماند.

براساس این تعریف و نگرش نوین از جایگاه و نقش اجتماعی مطبوعات و روزنامه‌نگاران است که می‌توان ویژگی‌هایی چون «حرفه تخصصی، تقدس، رازگونی، و ایشار و از خود گذشتگی» را برای این حرفه قائل شد و در نتیجه آن را در خدمت تأمین نیازهای اساسی و حیاتی بشر دانست. اگر این واقعیت را بپذیریم، آنگاه تردیدی به خود راه نمی‌دهیم که شرایطی باید به وجود آید تا این حرفه بتواند به تعهدات و مسئولیتهای اجتماعی خود وفادار بماند. یکی از مهم‌ترین این شرایط، «آزادی، استقلال حرفه‌ای و امنیت شغلی» روزنامه‌نگاران است. امری که هویت، اصالت، سلامت و اثربخشی این حرفه، در گرو چند و چون آن است.

در این مقاله تلاش می‌شود تا با مروری بر تحولات اخیر در جامعه ایران، اقتضانات و الزامهای جدید روزنامه‌نگاری کشور در مسیری که روبه آینده‌ای رمزآلود در عرصه جهانی دارد، و ارتباط و پیوستگی آن با استقلال حرفه‌ای و امنیت شغلی روزنامه‌نگاران با رویکرد به گفتمان جدید سیاسی و فرهنگی یعنی عزم ملی برای تحقق و استقرار جامعه مدنی، مورد بررسی و بازنگری قرار گیرد. در این زمینه از تأکید و تمرکز بر پیشینه‌های تاریخی و تجربیات کشورهای مختلف، به منظور پرهیز از تکرار و نیز اطالۀ کلام خودداری می‌شود و فقط هر جا که ضرورت اقتضا کند به اشاره‌ای مختصر بسنده می‌شود.

پیش از ورود به اصل مطلب، تأکید و یادآوری این نکته بی‌مورد نیست که در این مقاله هرگاه سخن از مطبوعات و روزنامه‌نگاران و جایگاه و مسئولیتهای آرمانی و مورد انتظار آنها می‌رود، منظور، مطبوعات دارای کیفیت، محتوای عمیق، مؤثر و مفید، و روزنامه‌نگارانی هستند که تعهد نسبت به حرفه، وفاداری به اصول و معیارهای اخلاقی و حرفه‌ای، خدمت به مردم و ارتقا و بهبود زندگی آنها را بر هر مصلحت دیگری مقدم می‌شمارند. روزنامه‌نگارانی که جز به کرامت و ارزش انسان، حرمت آزادی، پرهیز از بی‌بند و باری، عدم سوء استفاده از اعتماد و اقبال مردم و کمک به رشد آگاهی و تعالی افراد در جامعه ملی و جهانی نمی‌اندیشند. از همین رو

تلاش برای اعتباربخشی هرچه بیشتر به این حرفه به نحوی که شایستهٔ اطلاق واژهٔ «مقدس» باشد از مسئولیتهای همهٔ مطبوعات و روزنامه‌نگاران راستین و متعهد است و هم اینها هستند که می‌بایست در قبال هرگونه کژتابی در این عرصه، حساس و هوشیار باشند.

همچنین تأکید بر این نکته بی‌مناسبت نیست که در این مقاله به‌طور مستقل به موضوع «امنیت شغلی» پرداخته نشده است، زیرا امنیت شغلی در بسیاری موارد به‌طور طبیعی و خودبه‌خود با استقلال حرفه‌ای عجین و همزاد است. آزادی و استقلال حرفه‌ای بدون امنیت شغلی، ناقص و بی‌معناست. بنابراین هر جا صحبت از استقلال حرفه‌ای می‌شود، گفته یا ناگفته، امنیت شغلی را نیز مدنظر دارد و قوانینی که در زمینهٔ استقلال حرفه‌ای وضع می‌شود باید حق دسترسی آزادانه و بی‌دغدغهٔ روزنامه‌نگار به اطلاعات و منابع اطلاعاتی را در سایهٔ مصونیت شغلی و امنیت قضایی و قانونی او تصریح کند.

استقلال حرفه‌ای؛ زمینه‌ها و ضرورتها

گرچه از زمان انتشار نخستین مطبوعات چاپی در اروپا بیش از سه قرن می‌گذرد ولی تلاش برای کسب استقلال و هویت حرفه‌ای روزنامه‌نگاران به اواخر قرن نوزدهم برمی‌گردد. بدین ترتیب بیش از دو قرن طول می‌کشد تا روزنامه‌نگاران، به‌احساس هویت صنفی و ضرورت کسب استقلال حرفه‌ای دست یابند. با این حال برای نخستین بار این تلاشها، در سال ۱۹۳۵ با تصویب «طرح قانون مربوط به مقررات حرفه‌ای روزنامه‌نگاران» در فرانسه به ثمر نشست و طی آن تعریف قانونی روزنامه‌نگار حرفه‌ای، حوزهٔ شمول آن در مورد اعضای تحریریه‌های مطبوعات و خبرگزاریها و نیز صدور کارت هویت حرفه‌ای روزنامه‌نگاران به وسیلهٔ یک نهاد مستقل و منتخب و سایر عناصر به‌وجود آورندهٔ استقلال حرفه‌ای پیش‌بینی شد.

طبقه‌بندی مشاغل، تعیین حداقل حقوق ماهانه، ساعات کار هفتگی، مرخصی‌ها، چگونگی کناره‌گیری یا برکناری، نحوهٔ رسیدگی به اختلافات و «قید وجدانی» از جمله حقوق و امتیازات مادی و معنوی پیش‌بینی شده در این قانون است.

از آن زمان به بعد تلاش برای کسب و تثبیت استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و گسترش حوزهٔ آن در کشورهای مختلف ادامه یافت و در تعدادی از کشورها رونامه‌نگاران موفق به احراز حقوق صنفی و حرفه‌ای خود شدند. در دو دههٔ اخیر نیز ضرورت تصویب قوانین استقلال

حرفه‌ای روزنامه‌نگاران در کشورهای مختلف هم از سوی محافل و انجمنهای بین‌المللی ارتباطات و روزنامه‌نگاری مورد تأکید قرار گرفته و هم از جانب یونسکو به‌ویژه در دو مرحله، یکی در اعلامیه معروف این سازمان درباره وسایل ارتباط جمعی (مصوب نوامبر ۱۹۷۸) و دیگری در گزارش نهایی «کمیسیون بین‌المللی برای مطالعه درباره مسائل ارتباطات» (گزارش کمیسیون مک براید مصوب پاییز ۱۹۸۰) به کشورهای مختلف جهان توصیه شده است.

فلسفه اصلی تأکید بر استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران آن است که طبیعت کار این گروه با بسیاری از حرفه‌های دیگر متفاوت است و بدون برخورداری از آزادی، استقلال عمل، عدم وابستگی و تبعیت از هر منبع قدرت، تعهد و مسئولیت اجتماعی و وجدانی، صلاحیت، مهارت و تخصص و نیز بدون برخورداری از منزلت و احترام اجتماعی و بدون تضمین شرایطی که فعالیت مسئولانه مطبوعات را ممکن و تسهیل کند، انجام وظایف حرفه‌ای، پاسداری از حقوق فردی و اجتماعی مردم و حفظ منافع و مصالح ملی کشور امکان‌پذیر نیست.

این امر به‌ویژه از زمانی که روزنامه‌نگاری از چارچوب یک کار ذوقی، غیرثابت، موردی و جنبی خارج شد و گروهی به نام روزنامه‌نگار در مشاغل مختلف تحریری به‌صورت تمام وقت، دائمی و با گره‌زدن زندگی روزمره خود با درآمد ناشی از آن به کار ثابت پرداختند، ضرورت و قطعیت بیشتری یافت و از همین رو می‌بینیم نخستین کوششها در این زمینه از اواخر قرن نوزدهم یعنی همزمان با تجاری و اقتصادی شدن فعالیت مؤسسات مطبوعاتی و تولد مطبوعات خبری که ناگزیر از داشتن کادر ثابت، حرفه‌ای و دائمی بودند، آغاز می‌گردد، زیرا در این شرایط است که می‌توان روزنامه‌نگاران را یک «صنف» با ویژگیها و شرایط خاص دانست و در نتیجه می‌بایست حقوق صنفی آنها به رسمیت شناخته شود.

اما در ایران، این دوره طبعاً با یک تأخر زمانی قابل ملاحظه آغاز می‌شود و باعث تأسف است که بگوییم ایران علیرغم گذشت حدود یکصد و شصت سال از انتشار نخستین روزنامه در کشور ما و ورود و خروج چندین نسل روزنامه‌نگار در این وادی، نه تنها ردپایی از توجه به استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران در قوانین مطبوعاتی ایران به چشم نمی‌خورد بلکه حتی به لحاظ فکری و فرهنگی نیز زمینه پذیرش و شناخت آن در طول این دوران نسبتاً طولانی پدید نمی‌آید. به همین دلیل روزنامه‌نگاران ما هیچ‌گاه از حقوق صنفی و حرفه‌ای لازم برای فعالیت سالم، متعهدانه و مردمی برخوردار نبوده‌اند و همواره با احساس فقدان هویت صنفی، جایگاه اجتماعی،

پشتوانه و حمایت قانونی، امنیت شغلی و قضایی و تعرض و تهدید حکومتها و گروههای فشار، زندگی و حرفه خود را بر پایه‌های لرزانی دیده‌اند که حتی نسیمی ملایم نیز می‌توانسته است آن را فرو ریزد. در حالی که تاریخ سیاسی و اجتماعی ما در تمامی این دوران شاهد تندبادهایی ویرانگر بوده است.

عوامل عدم تحقق استقلال حرفه‌ای

عواملی چند را می‌توان به‌عنوان موانع شکل‌گیری بنیادی مستحکم در این حرفه و به بیان دیگر عدم تحقق استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران ایران دخیل دانست که برخی از آنها عبارت‌اند از:

۱. شرایط خاص انتشار نخستین روزنامه‌ها در ایران که با عاملیت و تصدی بی‌چون و چرای حکومت‌های وقت بر تمامی مقدرات روزنامه‌نگاری در ایران همراه بوده است. این شرایط تا زمان پیروزی انقلاب مشروطه، تداوم داشته و به همین سبب، محدود نشریات آزاد از قید نظارت و اعمال حاکمیت دولت، تنها در خارج از کشور امکان فعالیت داشته‌اند و روزنامه‌نگاران آزادیخواه نیز باید در داخل کشور سکوت می‌کردند یا به تهدیدها و بگیر و ببندهای حکومت تن می‌دادند و یا با مهاجرت به خارج از کشور به فعالیت مطبوعاتی می‌پرداختند. در تمامی این دوران که حدود ۷۰ سال طول می‌کشد (۱۲۱۶-۸۵ هـ.ش) روزنامه‌نگاری دولتی و روزنامه‌نگارانی که مستقیم یا غیرمستقیم کارمند و وابسته به دولت بودند، حاکمیت بلا منازع داشتند. بنابراین، عملاً نه صنف روزنامه‌نگار به معنای واقعی آن وجود داشت و نه استقلال و امنیت حرفه‌ای برای آنان دارای معنا بود.

۲. در دوره‌های بعد از مشروطه نیز شرایط جز در مقاطعی خاص و کوتاه که حکومت‌های مرکزی دچار ضعف و کاهش قدرت کنترل بر محیط می‌شدند، مطبوعات و روزنامه‌نگاران نه استقلال و آزادی داشتند، و نه در عین حال دارای اتحاد و همبستگی بودند. بسیاری مواقع یا حکومت میان آنها تفرقه می‌انداخت یا خود آنها به جنگ خانگی و تصفیه حساب‌های شخصی و گروهی می‌پرداختند.

بخش اعظم تاریخ یکصد و شصت ساله اخیر ایران مشحون از استبداد و خفقان بوده است و حکومتها همواره به مطبوعات به چشم دشمن و مزاحم می‌نگریسته‌اند و همه‌مساعی خود را صرف کنترل و محدود ساختن آنها می‌کرده‌اند. از سوی دیگر دوره‌های

کوتاه‌آزادیهای نسبی در مطبوعات نیز فرصت و مجالی برای متشکل ساختن اعضای این حرفه و نیز استفادهٔ منطقی و سنجیده از آزادی به‌وجود آمده را فراهم نساخته است. بنابراین ما هیچ‌گاه نتوانسته‌ایم از دورانهای کوتاه گذار و تجربه، برای تحکیم، تعمیق و تداوم آزادیها در عرصهٔ مطبوعات و دستیابی به استقلال حرفه‌ای بهره‌برداری کنیم. پاره‌ای تندروها و افراطها نیز در هر برهه بهانه‌های لازم را برای سرکوب و تهدید روزنامه‌نگاران و تعطیل و توقیف نشریات فراهم آورده است.

۳. این شرایط تاریخی همان طور که ذکر شد جامعهٔ مطبوعات و روزنامه‌نگاران ما را از تجربه کردن «سنت آزادی و استقلال» محروم ساخته است. به بیان دیگر، روزنامه‌نگاران ما در بخش عمدهٔ تاریخ مطبوعات کشور یا فاقد آزادی و استقلال بوده‌اند و یا توان استفادهٔ صحیح و پاسداری، حفظ، تعمیق و استمرار آزادیهای موقت به دست آمده را نداشته‌اند و به همین دلیل اوضاع خیلی زود به حالت سابق بازگشته و فرصتها یکی پس از دیگری از دست رفته است.

۴. مجموعهٔ شرایط حاکم بر فضای روزنامه‌نگاری کشور ما از آغاز تا دهها سال بعد از آن به گونه‌ای بود که جامعهٔ مستقلی به نام «روزنامه‌نگار حرفه‌ای» در کشور عملاً شکل نگرفت. گرچه صدها نفر در این مدت در مطبوعات قلم می‌زدند و حتی درآمدی هم از قبال آن داشتند، ولی غالب آنها تنها شغل یا شغل اولشان روزنامه‌نگاری نبود، هزینهٔ اصلی زندگی‌شان فقط از طریق درآمد روزنامه‌نگاری تأمین نمی‌شد و اغلب به دلایل گوناگون، دورانی طولانی در این شغل باقی نمی‌ماندند. این امر باعث می‌گردید که تلاشی جمعی و یکپارچه برای کسب و احقاق حقوق این صنف شکل نگیرد و یا در صورت شروع، پیگیری نشود.

شاید بتوان شکل‌گیری عملی و واقعی جامعهٔ روزنامه‌نگاران حرفه‌ای کشور را به اواخر دههٔ ۱۳۳۰ و آغاز دههٔ ۱۳۴۰ نسبت داد، یعنی از همان زمان که گروهی از روزنامه‌نگاران غیرسیاسی و غیرحزبی بدون انگیزهٔ پیشبرد منافع و هدفهای حزبی و سیاسی و عمدتاً با انگیزهٔ صنفی دست به ایجاد «سندیکای نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات» (سال ۱۳۴۱ ش) زدند و بدین ترتیب نخستین هسته‌های حرفه‌ای‌گرایی واقعی در این زمینه را شکل دادند. پیش از آن، اغلب تشکلهای حرفه‌ای و صنفی، پنهان یا آشکار وابسته به احزاب و گروههای سیاسی بودند و عمدتاً نه به منظور پیشبرد و اعتلای امور حرفهٔ روزنامه‌نگاری بلکه به خاطر تحقق اهداف حزبی و سیاسی به ایجاد تشکلهای روزنامه‌نگاری اقدام می‌کردند و به همین سبب نه عمر

درازی داشتند و نه چندان موفق به انجام کاری در جهت تأمین آزادی، استقلال و امنیت حرفه‌ای روزنامه‌نگاران شدند.

۵. تصدی مستقیم و بلامنازع دولتهای وقت بر سرنوشت مطبوعات و شراره‌های تهدیدکننده‌ای که در دوره‌های کوتاه فترت حاکمیت دولت، از اعماق دل روزنامه‌نگاران برخاسته بود، هیچ‌گاه اجازه نداد فصلی در جهت حمایت از روزنامه‌نگار و تأمین استقلال و آزادی او در هیچ‌یک از دوره‌های پنج‌گانهٔ تدوین قانون مطبوعات تدوین و تصویب شود. انگار قوانین مطبوعاتی فقط عامل کنترل و جلوگیری از خیره‌سری (!)های احتمالی روزنامه‌نگاران بودند. در سراسر این قوانین پنج‌گانه که از سال ۱۳۲۶ هـ. ق تا ۱۳۶۴ هـ. ش به تصویب رسید و نیز در اصلاحیه‌ها، آیین‌نامه‌ها، ضوابط و مقرراتی که قبل و بعد از انقلاب مشروطه در زمینهٔ فعالیت مطبوعات وضع شد تقریباً نشانی از پرداختن به حقوق روزنامه‌نگاران و انگیزه‌ای برای تصریح و تضمین استقلال، آزادی و امنیت شغلی آنها نمی‌توان یافت.

برخی نکات جزئی مذکور در قانون مطبوعات مصوب ۱۳۳۱ (دولت مصدق) و ۱۳۵۸ (مصوب شورای انقلاب اسلامی) که عنایتی بسیار محدود به حقوق روزنامه‌نگاران داشت نیز نه کافی بود و نه ماندگار.

البته چند مبحث مهم در قانون مطبوعات فعلی و نیز برخی قوانین پیشین مطبوعاتی وجود دارد که از نقاط قوت آنها به شمار می‌آید: از جمله ممنوعیت بازبینی و سانسور پیش از انتشار، ممنوعیت دخالت و اعمال فشار هر مقام دولتی و غیردولتی برای چاپ مطلبی خاص، تشکیل دادگاه رسیدگی به جرایم مطبوعاتی با حضور هیئت منصفه و ... ولی این موارد می‌بایست با اصول کلی مربوط به استقلال حرفه‌ای از قبیل: تضمین آزادی مطبوعات و روزنامه‌نگاران، تصویب قوانین مربوط به استقلال حرفهٔ روزنامه‌نگاری، استقلال فکری، حرمت و حیثیت فردی روزنامه‌نگار، شرایط کار، تعریف روزنامه‌نگار، تشکلهای صنفی و حرفه‌ای، نظام صنفی و شوراهای مطبوعاتی، قید وجدانی، اصول اخلاق حرفه‌ای، حداقل دستمزد، شرایط ترک یا تغییر کار، مراجع رسیدگی به حل اختلافات، تسهیل دسترسی به منابع اطلاعاتی و الزام به همکاری با روزنامه‌نگاران در جستجو و یافتن اطلاعات، مصونیت شغلی و سایر حقوق مادی و معنوی آنها، تکمیل گردد.

۶. فقدان یا ضعف تشکلهای حرفه‌ای. نخستین تشکلهای جدی حرفه‌ای از دهه ۱۳۲۰ شمسی و غالباً به وسیله احزاب، جمعیتها و گروههای سیاسی یا مدیران و صاحبان مطبوعات شکل گرفتند. بدین ترتیب مشاهده می‌شود که تا حدود یک قرن پس از آغاز انتشار روزنامه در ایران، از تشکلهای جدی و فراگیر حرفه‌ای که بتوانند اکثریت اعضای تحریری مطبوعات را تحت پوشش قرار دهند خبری نبوده است و تا آغاز دهه ۱۳۴۰ - یعنی حدود ۱۲۵ سال بعد از انتشار *کاغذ/خبر* - نیز یا روزنامه‌نگاران به معنای واقعی فاقد تشکل بودند و یا تشکلهای موجود صرفاً سیاسی و متعلق به مدیران و صاحبان مطبوعات و یا محدود و غیرفراگیر بودند. این در حالی است که هرگونه قوانین حمایتی به‌ویژه قوانین مربوط به آزادی و استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران می‌بایست به‌وسیله تشکلهای فراگیر حرفه‌ای تدوین یا پیشنهاد شود و برای به تصویب رساندن و اجرای آنها نیز، پیگیری، نظارت و تأکید لازم صورت گیرد. همچنان که ذکر شد، نخستین تشکیلات فراگیر صنفی یعنی سندیکای نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات که در سال ۱۳۴۱ تأسیس شد در سال ۱۳۵۴ در کنار پاره‌ای فعالیتهای رفاهی نظیر تعاونی مسکن، صندوق رفاه و بازنشستگی، و ... تلاشهایی را برای امضای نخستین پیمان دسته‌جمعی کار بین سندیکا و مؤسسات بزرگ مطبوعاتی وقت آغاز کرد که باوجود برخورداری از نکات مثبتی همچون ارائه تعریف از «مؤسسه مطبوعاتی»، «کارفرما»، «کارکنان تحریری حقوق‌بگیر و حق‌التحریر بگیر»، «وضع استخدام، سرویس کار، تعطیلات و مرخصی‌ها، پرداخت حقوق و مزایا و سایر مقررات»، عملاً به دلیل برخورد با حوادث زمستان ۱۳۵۶ و رویدادهای سراسر سال ۵۷، عقد این قرارداد امکان‌پذیر نشد و بنابراین کوششهای انجام شده به نتیجه نرسید.

۷. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، سندیکای نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات عملاً امکان ادامه فعالیت مؤثر را نیافت و هیچ تشکیلات دیگری نیز جایگزین آن نشد. بدین ترتیب از سال ۱۳۵۸ تا مهرماه ۱۳۷۶ به مدت ۱۸ سال، جامعه مطبوعات کشور علی‌رغم تحولات و تغییرات فراوانی که چه از حیث ترکیب نیروی انسانی شاغل در تحریریه‌ها و چه از نظر مدیریت و چه از جهت تعدد و تنوع مطبوعات به خود دید، فاقد هرگونه تشکیلات صنفی و حرفه‌ای و به بیان دیگر فاقد پایگاه و تکیه‌گاه صنفی بود و به همین دلیل تلاشهای پراکنده‌ای که برای به کرسی نشاندن برخی از حقوق روزنامه‌نگاران صورت گرفت هم به خاطر عدم انسجام و

یکپارچگی جامعه مطبوعات که ناشی از تحولات سالهای اول انقلاب بود و هم به علت نبود یک متولی شناخته شده، پیگیر و صاحب شخصیت حقوقی بی نتیجه ماند. تأمین آزادی، استقلال حرفه‌ای، امنیت شغلی، شرایط استخدام و کار در هیئتهای تحریری مطبوعات، شرایط بازنشستگی پیش از موعد، مشارکت روزنامه‌نگاران و اعضای تحریریه‌ها در مدیریت تحریریه و مالکیت مؤسسات مطبوعاتی، ضوابط پرداخت حقوق و دستمزد، اخراج، قطع همکاری و ... از جمله عواملی بودند که در این ۱۸ سال می‌توانستند به سامان و نظام لازم برسند.

۸. نبود احزاب سیاسی در سالهای پس از پیروزی انقلاب اسلامی، بسیاری از روزنامه‌ها و مطبوعات موجود را عملاً به جای برخی احزاب در مقام سخنگویی و ارگان پاره‌ای از گروه‌ها و جناح‌بندیهای سیاسی قرارداد و این امر در برخی موارد، اعضای تحریریه‌ها را از تصور اینکه دارای منافع صنفی و ضوابط حرفه‌ای مشترک هستند تا حدودی دور ساخت و در نتیجه، این عامل در کنار تغییرات پی‌درپی در ترکیب نیروهای تحریری به‌ویژه در مطبوعات بزرگ، به‌صورت مانعی بر سر راه شکل‌گیری تشکل صنفی برای دفاع از اصول و شرایط فعالیت سالم و منسجم حرفه‌ای بروز کرد.

۹. عدم درک و برداشت صحیح و نبود فرهنگ و نگرش واقع‌بینانه پیرامون جایگاه واقعی مطبوعات، و انتظار از روزنامه‌نگاران به‌عنوان ابزارهای تبلیغاتی در خدمت دستگاههای مختلف و در یک جمله برخوردهای غیرمنطقی با اعضای این صنف نیز عامل دیگری در جهت جلوگیری از تدوین و تصویب قوانین لازم و تحقق استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران بوده است.

... و اما امروز

اگر گذشته را با همه فراز و فرودها که به پاره‌ای از آنها اشاره شد نادیده گیریم، به نظر می‌رسد که اکنون فرصتی بدیع و تاریخی برای سامان‌بخشی به فعالیتهای مطبوعاتی و تأمین حقوق و استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران پدید آمده که از دست دادن آن نه توجیه شدنی است و نه نسل آینده روزنامه‌نگاران این غفلت را بر ما خواهد بخشید.

بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، شرایط تازه‌ای برای فعالیتهای مطبوعاتی پیش آمد که برخی از آنها دلگرم‌کننده و متضمن ایجاد سلامت اخلاقی و حاکمیت معیارهای ارزشی بر روزنامه‌نگاری بود و پاره‌ای نیز شرایط ناخواسته‌ای را بر سر راه فعالیتهای مطبوعاتی به وجود آورد. سیاستهایی که از نیمه‌های دهه ۱۳۶۰ در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به اجرا گذاشته شد، تحرکی تازه به این عرصه بخشید. صدور دهها مجوز برای انتشار نشریات جدید اعم از روزنامه‌ها و نشریات ادواری عمومی و تخصصی، خونی تازه در شریان کم‌رنگ فعالیتهای مطبوعاتی جاری ساخت و گشایشی نسبی را در این عرصه فراهم نمود. اما انتخابات دوم خرداد حتی اگر تنها از زاویه فعل و انفعالات مطبوعاتی به آن نگریسته شود، یک سرفصل جدید و یک نقطه عطف بود. از یک سو فضای بازسیاسی، فرصتهای تازه‌ای را برای روزنامه‌نگاران و مطبوعات فراهم ساخت، از جانب دیگر کثرت‌گرایی و استقلال حرفه‌ای مطبوعات در حالی به عنوان یک سیاست به اجرا گذاشته شد که دولت و وزارت ارشاد به عنوان یکی از حامیان و مدافعان آزادی مطبوعات وارد صحنه شدند.

همزمان، طرح مفاهیم و دیدگاههای تازه در زمینه‌های مختلف از جمله حرکت به سوی آزادی بیشتر، حفظ حرمت انسان، تحقق و استقرار جامعه مدنی، دامن زدن به فضای گفتگو، مفاهیم و دیالوگ به جای برخوردهای خشونت‌آمیز و غیرمنطقی، قانون‌گرایی و حاکمیت قانون، تنش‌زدایی، برخورد آرا و اندیشه‌ها، پرهیز از انگ و برچسب‌زنی، توصیه به تحمل و مدارا، انتقادپذیری، نقد و تحلیل مسائل و رویدادها و ... تحول و تحرکی تازه را در همه عرصه‌ها به وجود آورد و نیروها و افکاری را به میدان کشاند که تا پیش از آن، فضای مناسبی برای حضور خود نمی‌دیدند.

این شرایط، موقعیتی را برای مطبوعات فراهم ساخت که بتوانند بار دیگر مورد اقبال و اعتماد مردم قرار گیرند، بخش اعظم نیازهای اطلاعاتی، خبری و تحلیلی آنها را تأمین کنند، زنده و با نشاط و پرتحرک باشند، و با وجود کثرت و تنوع بی‌سابقه مطبوعات، روی دکه و نیز سرچهارراهها کمیاب شوند یا بازار سیاه پیدا کنند. و اگر بازار سیاه در هیچ زمینه‌ای قابل تحمل و دفاع نباشد، در مورد مطبوعات، خوشایند و دلگرم‌کننده است. در چند ماه اخیر وضعیت مطبوعات به صورتی درآمده که در بسیاری موارد، مطبوعات در زمینه ارائه خبرها و تحلیل‌های زنده روز نه تنها از رسانه‌های الکترونیک (رادیو و تلویزیون) پیشی گرفته‌اند، بلکه رسانه‌های

خارجی نیز اغلب خلع سلاح شده و خبرهای خود از ایران را از قول مطبوعات و روزنامه‌های داخل کشور نقل می‌کنند و جای چندانی برای شایعه‌پردازی و تحریف اخبار ایران برای آنها نمانده است. این امر حاصل دو اتفاق یا پدیده مهم و تحول‌آفرین است که در ماههای اخیر در عرصه مطبوعات کشور رخ داده است:

الف. تعدد و تکثر مطبوعات. در حالی که تعداد مجوزهای صادر شده برای مطبوعات به حدود ۱۱۰۰ فقره می‌رسد، هم‌اکنون بیش از ۸۰۰ نشریه در حال انتشار داریم و برای اولین بار تعداد روزنامه‌های یومیه کشور به ۳۰ عنوان رسیده است. چنین تنوع و تکثری در تاریخ مطبوعات کشور یک رکورد به حساب می‌آید و موجد ارزشهای انکارناپذیر است. در حالی که سیاست مطبوعات آزاد، مستقل و کثرت‌گرا از سال ۱۹۸۹ به‌عنوان برنامه مشخص یونسکو در سطح جهان دنبال می‌شود، کشور ما موفق شده است در پرتو سیاستهای مستقل و منطقی و با معیارهای ارزشی، ملی و اسلامی، تنوع و کثرت‌گرایی را در زمینه مطبوعات تحقق بخشد. این امر فی‌نفسه یک ارزش به حساب می‌آید، زیرا امکان آن را فراهم می‌کند که مردم صداهای مختلف و افکار و استدلالهای گوناگون را بشنوند، و دست به مقایسه و انتخاب بزنند. به‌علاوه از شکل‌گیری انحصار و استبداد رسانه‌ای جلوگیری می‌کند و یک صدا و یک تفکر را به عنوان تنها تفکر بر حق بر جامعه تحمیل نمی‌کند. علاوه بر این، گروههای فکری مختلف نمی‌توانند ادعا کنند که وسیله‌ای برای انتشار افکار و عقاید خود ندارند. آنچه در ماههای اخیر در عرصه مطبوعات و در برخورد با اطلاع‌رسانی و نقد و تحلیل رویدادهای داخلی و خارجی شاهد بودیم، صرف‌نظر از پاره‌ای تندرویها، افراطها یا حرکات نسنجیده، محصول شیرین همین تنوع و کثرت‌گرایی است که باید به عنوان یک ارزش، استمرار و تعمیق یابد. اگر حرکت به‌سوی تحقق و استقرار جامعه مدنی به‌عنوان یک شعار اصلی تلقی می‌شود، وجود مطبوعات آزاد، مستقل و کثرت‌گرا یکی از ابزارها و لوازم آن است که بی‌تردید رشد و بالندگی اجتماعی را در پی خواهد داشت.

ب. تأمین آزادیهای مشروع و قانونی. بی‌تردید می‌توان گفت آزادیهای موجود در زمینه بیان و مطبوعات در دوره اخیر (به‌ویژه پس از دوم خرداد ۱۳۷۶) آن را به یکی از دوره‌های افتخارآمیز تاریخ مطبوعات ما تبدیل خواهد کرد. این آزادیها بی‌آنکه جز در پاره‌ای موارد که چندان زیاد نیست، پای را از چارچوب قانون فراتر بگذارد، موجب پرمحتوا و کیفی‌تر شدن

مطبوعات، روی آوری مردم به مطالعه مطبوعات و افزایش باور و اعتماد آنها به مطبوعات شده است و این اتفاقی است که برای حکومت و ملت منافع متقابل و فراوانی دارد. نکته مهم این است که دولت و تشکیلات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برخلاف عرف معمول در بسیاری از کشورهای در حال توسعه و جهان سوم امروز خود مدافع و حامی آزادی مطبوعات و مطبوعات آزاد شده است که این امر می تواند به عنوان یک الگو و سرمشق در سراسر جهان برای انقلاب اسلامی مطرح گردد.

در اینجا باید نکته ای را به روزنامه نگاران و همکاران مطبوعاتی یادآوری کرد. آن نکته این است: مراقب و قدردان آزادی به دست آمده باشید و در استفاده و کاربرد آن نهایت دقت و مسئولیت را به خرج دهید. آزادی، زمانی مفید و ماندگار است که مسئولانه و عاقلانه مورد بهره برداری قرار گیرد. مبدا فرصت به دست آمده به خاطر برخی افراطها و حرکت های نسنجیده و تندروی های غیر ضروری مانند پاره ای مقاطع تاریخی گذشته خیلی زود از کف برود و مطبوعات دوباره ناگزیر به سایه بخزند. آزادی، جوهره انقلاب ما بوده است. نگهداری، تعمیق و استفاده صحیح از آن، مهم ترین رسالت امروز مطبوعات است.

استقلال حرفه ای و جامعه مدنی

رویداد دوم خرداد ۷۶، اکنون ضرورتها و اولویتهایی را در برابر مسئولان و متولیان امر مطبوعات قرار داده است. یکی از مهم ترین برنامه ها و شعارهای انتخابات دوم خرداد، تحقق استقرار جامعه مدنی بوده است.

برای رسیدن به جامعه مدنی، وظایف و مسئولیتهایی چند فرا راه دولت، مردم و مطبوعات قرار دارد، که قصور در اعمال هر کدام، حرکت را دشوار خواهد ساخت. عناصر عمده ای که از مؤلفه ها و شاخصهای جامعه مدنی به حساب می آیند و مطبوعات می توانند و باید در زمینه تحقق و جاری ساختن آنها در زوایای مختلف جامعه بکوشند، و در عین حال چهره و وضعیت عمومی مطبوعات، حاکی از وجود یا عدم این عناصر در جامعه است، عبارت اند از:

۱. تأمین و حفظ حقوق و آزادیهای مشروع فردی و اجتماعی در چارچوب قانون؛
۲. مشارکت مردم در تعیین سرنوشت خویش و حاکمیت بر آن؛

۳. حاکمیت قانون، تعمیم فرهنگ قانون‌گرایی و قانون‌پذیری در جامعه؛
۴. مشارکت‌پذیر کردن آحاد جامعه در فرآیندهای اجتماعی از جمله در فرآیند توسعه جامع؛
۵. اعتبار و منزلت بخشیدن به مردم، احساس احترام و ارزش‌گذاری به وسیله حکومت نسبت به مردم و بالعکس، و حفظ کرامت انسان؛
۶. ترویج و تعمیم فرهنگ گفتگو، مباحثه و مفاهمه به جای استفاده از زور، خشونت، ارباب و تهدید؛
۷. به رسمیت شناختن حق‌پرسشگری مردم از حکومت و ضرورت پاسخگویی حکومت به مردم؛
۸. شکل‌گیری و به رسمیت شناختن نقش نهادهای واسط و غیردولتی، تشکیلات صنفی و خودجوش مردمی برای تنظیم روابط میان دولت و ملت و جلوگیری از تضییع حقوق مردم؛
۹. به رسمیت شناختن حقوق مخالفان فکری و اقلیتها در جامعه؛
۱۰. شایسته‌سالاری، خردورزی و علم‌مداری در جامعه.

بدیهی است تحقق این عناصر و مؤلفه‌های دیگری که به منظور خلاصه‌گویی، از ذکر آنها خودداری شده است، هم به زمان نیاز دارد و هم به ابزار. یکی از مهم‌ترین ابزارهای تحقق بخشی به عناصر متشکله جامعه مدنی، مطبوعات و رسانه‌های جمعی هستند، زیرا آنها باید به تدریج و با روشهای حساب شده، غیرمستقیم و مؤثر، فرهنگ پذیرش و اعمال این معیارها را در سطوح و لایه‌های مختلف اجتماعی، به وجود آورند و آن را تقویت کنند. اما فی‌الواقع کدام مطبوعات قادر به انجام مسئولیت خود در این زمینه‌اند؟

پاسخ روشن است: مطبوعات آزاد، مستقل و کثرت‌گرا. مطبوعاتی که از طرح و نقد واقعیات نهراسند، جز به قانون، پاسخگو نباشند و بازتابنده دیدگاهها، صداها و خواسته‌های متنوع و متفاوت باشند. تردیدی نیست که مطبوعات در این راه با مقاومتهایی از سوی افراد و گروههای فشار روبه‌رو خواهند شد ولی تنها در سایه حمایت‌های قانونی و نهادینه شده قادر به عبور از موانع خواهند بود.

امروز بیش از هر زمان به تدوین و تصویب قانون مربوط به استقلال حرفه‌ای، امنیت شغلی و آزادی روزنامه‌نگار نیاز است و در عین حال زمینه آن نیز فراهم‌تر از گذشته است. زیرا:

۱. بیش از هر زمان هم به لحاظ کمی و عددی و هم از نظر کیفی و فکری، روزنامه‌نگار داریم که کار اصلی، ثابت، دائمی و در واقع، وسیله ارتزاق و زندگی آنها روزنامه‌نگاری و درآمد حاصل از آن است.
۲. تعداد و تنوع مطبوعات فعلی در طول تاریخ مطبوعات کشورمان بی‌نظیر و بی‌سابقه است. آنها بیش از هر زمان می‌توانند تأثیرگذار باشند و زمینه تحولات مثبت را فراهم کنند.
۳. افراد مستعد، علاقه‌مند و صاحب دانش و بینش برای ورود به عرصه روزنامه‌نگاری چه در رشته‌ها و دانشکده‌های علوم ارتباطات و چه در سایر مراکز دانشگاهی فراوان‌اند، که لازم است شرایط ورود و پرداختن آنها به این حرفه برای صیانت از قداست آن، و نیز جلوگیری از اجحافهای احتمالی به حقوق این عده، روشن و قانونمند باشد.
۴. ورود به عرصه‌های جدید گفتمانهای سیاسی، فرهنگی و اجتماعی، از جمله پرداختن به مؤلفه‌ها و شاخصهای جامعه مدنی، مستلزم مطبوعاتی است که استقلال، آزادی و امنیت آنها را قانون تضمین کرده باشد و روزنامه‌نگارانی که با درک و شعور بالای خود برای ورود به این عرصه تشویق شوند.
۵. طبیعت و ماهیت این حرفه به ویژه برای ورود به گفتمانهای جدید با وابستگی و تبعیت، یا مرعوب و منکوب شدن در تناقض است. تصویب قانون استقلال حرفه‌ای می‌تواند از روزنامه‌نگار، عنصری شجاع، جسور، مسئول و متعهد بسازد. اساساً انجام تعهد و مسئولیت روزنامه‌نگاری در فقدان استقلال و امنیت شغلی، غیرممکن می‌نماید.
۶. درست است که در حال حاضر مسئولان دولتی آزادی مطبوعات را تهدید نمی‌کنند یا برای آن خط و نشان نمی‌کشند، اما این شرایط از آنجا که نهادینه و قانونمند نشده همواره آسیب‌پذیر و ناپایدار است و به راحتی می‌تواند به وسیله مسئولان و دولت‌های آینده، نقض یا تعطیل شود. پس این اعتقاد و مشی فکری باید در چارچوب اصول قانونی مورد تأیید و تضمین قرار گیرد تا استمرار یابد.
۷. حرفه روزنامه‌نگاری از معدود مشاغلی است که گفته یا ناگفته، مسائل، مقتضیات، وضعیت و سرنوشت آن در هر کشور، ابعاد جهانی و بین‌المللی دارد. فدراسیون بین‌المللی روزنامه‌نگاران، سازمان خبرنگاران بدون مرز، یونسکو، کمیسیون حقوق بشر، سازمان عفو بین‌الملل و دهها نهاد و سازمان بین‌المللی دیگر، هرگونه تغییر و تحول را در این زمینه با

حساسیت دنبال می‌کنند و در عین حال در هر فرصتی خواستار اتخاذ تدابیری از سوی دولتهای ملی برای تضمین آزادی و استقلال روزنامه‌نگاران می‌شوند. واکنش پنجاه و چهارمین اجلاس کمیسیون حقوق بشر که از ۱۶ مارس تا ۲۴ آوریل سال ۱۹۹۸ در مقر اروپایی سازمان ملل متحد در ژنو تشکیل شد با تأکید بر توجه ویژه این کمیسیون در مورد «به ثبت رساندن برخی سازمان‌های غیردولتی همچون انجمن روزنامه‌نگاران در ایران»، و نیز گزارش سازمان خبرنگاران بدون مرز پیرامون تهدید آزادی برخی روزنامه‌نگاران و نیز رکود بی‌سابقه تعداد عناوین نشریات ایران در سال ۱۹۹۷ میلادی از نمونه‌های زنده و جدید این حساسیت بین‌المللی است. از این رو تصویب قوانین مربوط به استقلال حرفه روزنامه‌نگاری می‌تواند چهره ایران را که با برخی تبلیغات مسموم و غیرواقعی گذشته در انظار جهانیان مخدوش جلوه داده شده، موجه‌تر از همیشه نشان دهد.

نتیجه و پیشنهاد

باتوجه به آنچه در بخشهای پیشین این مقاله گفته شد، پیشنهاد می‌شود:

۱. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، هرچه زودتر قانون استقلال حرفه روزنامه‌نگاری در ایران را که متضمن کلیه حقوق مادی و معنوی روزنامه‌نگاران اعم از آزادی، امنیت شغلی، تسهیل و تأمین حق دستیابی به اطلاعات، وضعیت استخدامی، حقوقی و شغلی، مشارکت روزنامه‌نگاران در مالکیت و مدیریت مطبوعات، اعتلای پایگاه اجتماعی و جایگاه مطبوعات و روزنامه‌نگاران، شرایط ورود و اشتغال به حرفه، شرایط آموزش، همکاری مؤسسات مطبوعاتی با مراکز آموزش و تربیت روزنامه‌نگاران، تعریف روزنامه‌نگار، شرایط صدور کارت هویت حرفه‌ای، تشکلهای صنفی و نهادهای جنبی، نحوه رسیدگی به اختلافات و داوری میان روزنامه‌نگاران و کارفرمایان و ... رابه صورت قانون مستقل یا به عنوان فصلی جدید در کنار سایر اصلاحاتی که در قانون فعلی مطبوعات باید صورت گیرد تدوین و برای تصویب، از طریق هیئت دولت به مجلس شورای اسلامی تقدیم نماید.

۲. برای این منظور وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌تواند از همکاری انجمن صنفی و نیز رایزنیها، پژوهشها و مطالعات انجام شده به وسیله استادان، پژوهشگران، روزنامه‌نگاران و دست‌اندرکاران مطبوعات بهره‌گیرد. برخی کارهای انجام شده قبلی نظیر متن پیمان

دسته‌جمعی کار، مصوب سندیکای پیشین نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات، یا پاره‌ای مقررات، تعاریف و مطالعات انجام شده در زمینه طرح طبقه‌بندی مشاغل در مؤسسه کیهان، می‌تواند در این زمینه مورد استفاده قرار گیرد.

یادآوری می‌شود که مؤسسه کیهان برای نخستین بار در سطح مطبوعات کشور در سالهای ۱۳۶۴ تا ۱۳۶۶ با مطالعات گسترده و طولانی با همکاری کارشناسان مورد تأیید وزارت کار و امور اجتماعی و براساس طرح طبقه‌بندی مشاغل مصوب شورای عالی کار اقدام به طبقه‌بندی مشاغل تحریری در کنار سایر مشاغل این مؤسسه نمود. در این طرح، کلیه مشاغل تحریری از قبیل خبرنگار، گزارشگر، نویسنده، تنظیم کننده و بازنویس، ویراستار، دبیر سرویس، سردبیر و ... تعریف و شرح وظایف آنها مشخص شده است و براساس سوابق، تجربیات، تحصیلات و عنوانی که به آنها اختصاص می‌یابد، صاحب گروه و پایه و در نتیجه، حقوق مشخص می‌شوند و نحوه ترفیحات آتی آنها نیز مشخص است. البته یکی از اشکالات این طرح (در کنار برخی اشکالات و نارساییهای دیگر) این است که اختیارات مدیران در تعیین عنوان شغل و گروه مشاغل نسبتاً زیاد است ولی به هر حال برخی نکات آن ممکن است قابل استفاده باشد.

۳. سیاست کثرت‌گرایی و حمایت از آزادیهای مشروع و قانونی مطبوعات ادامه یابد و تقویت شود.

۴. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در زمینه حفظ منزلت و اعتلای جایگاه مطبوعات و روزنامه‌نگاری با همکاری انجمن صنفی تدابیر لازم را اتخاذ کند.

۵. انجمن صنفی مطبوعات که به عنوان یکی از عناصر اساسی تحقق استقلال حرفه‌ای در مهرماه ۱۳۷۶ برای نخستین بار پس از انقلاب اعلام موجودیت کرد، با تسریع در طی مراحل مقدماتی، به استقرار و استحکام بیشتر برسد و در زمینه تدوین و تصویب قانون استقلال حرفه روزنامه‌نگاری و سایر موارد ضروری با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی همکاری نماید.

۶. پس از استقرار رسمی و کامل، انجمن صنفی بکوشد نهادهای جنبی و نیز سایر اقدامات لازم را در کنار خود شکل دهد. این نهادها و اقدامات می‌توانند شامل شورای مطبوعاتی که در حال حاضر در دهها کشور جهان برای رسیدگی به تخلفات احتمالی و شکایات رسیده از اعضای صنف تشکیل شده است، نظام صنفی برای تدوین و نظارت بر اجرای اصول اخلاق

حرفه‌ای، کمیسیون کارت هویت حرفه‌ای روزنامه‌نگار، نهادهای رفاهی و تفریحی و فرهنگی، باشگاه مطبوعات، نهادهای مشورتی و حقوقی، پیمان دسته جمعی کار، صندوقهای رفاه، وام، بازنشستگی و... پی‌گیری موضوع سخت و زیان‌آور شناخته شدن حرفه روزنامه‌نگاری، برگزاری جشنواره‌ها و مجامع و محافل دیگر و ... باشند.

۷. انجمن صنفی با مذاکره با سایر ارگانهای ذیربط شرایطی را فراهم آورد که طی آن هم امکانات مناسبی برای تأسیس کارگاههای روزنامه‌نگاری و کارورزی برای دانشجویان علوم ارتباطات و روزنامه‌نگاری فراهم گردد و هم ارتباط، هماهنگی و پیوستگی بیشتر میان مؤسسات مطبوعات با دانشکده‌های ارتباطات و روزنامه‌نگاری برای همکاری و استفاده متقابل به وجود آید.

۸. قانون مطبوعات براساس مطالعات و بررسیهای انجام شده و نیز سایر راینیهای لازم، اصلاح و کامل شود.

۹. یکی از عواملی که همواره دستاویزهای لازم را برای تهدید امنیت، آزادی و استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران فراهم ساخته است، لغزشها، اشتباهات، کم‌دقتی‌ها و برخوردهای سطحی با موضوعات جدی در برخی مطبوعات بوده است. این امر ناشی از دو علت عمده است:

الف. ضعف علمی و تخصصی نیروهای شاغل در مطبوعات. این درست که سطح اشتغال فارغ‌التحصیلان رشته روزنامه‌نگاری و علوم ارتباطات در مطبوعات پایین است، ولی حتی اگر این وضعیت به نفع دانش‌آموختگان این رشته تغییر کند، شاید بهبود قابل ملاحظه‌ای حاصل نشود. چه، آموزش و تربیت روزنامه‌نگار به صورت عمومی و غیرتخصصی، امروز دیگر نمی‌تواند به تنهایی پاسخگوی نیازها و مقتضیات زمان باشد. امروز به تربیت روزنامه‌نگاران متخصص که هر کدام در زمینه‌ای و رشته‌ای، دانش و تخصص دانسته باشند و با فراگیری آموزشهای عمومی روزنامه‌نگاری بتوانند اطلاعات و داده‌های علمی را با حفظ صحت، دقت و کیفیت لازم در قالبهای مناسب مطبوعاتی ریخته و در اختیار مخاطبان قرار دهند، نیاز داریم و این واقعیتی است که می‌بایست در سیاستگذاریها و برنامه‌ریزیهای ملی و بخشی در سطح دانشگاهها و سایر مؤسسات آموزشی روزنامه‌نگاری مورد توجه قرار گیرد و در صورت لزوم در برخی از برنامه‌های آموزشی، بازرنگری شود و گرایشهای تخصصی در رشته روزنامه‌نگاری به وجود آید. روزنامه‌نگاری که

صحيح، دقيق، عميق، مستند و محققانه بنويسد بى ترديد حاشيه امنيتى و سيعترى گرد خود ايجاد مى كند و استقلال حرفه‌اى او به راحتى تهديد نمى شود.

ب. پررنگ نبودن احساس مسئوليت اجتماعى و وجدان و اخلاق حرفه‌اى در ميان برخى از روزنامه‌نگاران. اين امر هم علت است و هم معلول. علت است از آن جهت كه عدم احساس و اعمال مسئوليت اجتماعى و وجدان حرفه‌اى از عوامل عمده تهديدكننده استقلال حرفه‌اى روزنامه‌نگار است. در اين وادى، استدلال مخالفان اعطاي استقلال و امنيت شغلى هم روشن است: «روزنامه‌نگار، استقلال و امنيت داشته باشد تا هر طور دلش خواست غيرمسئولانه در حريم منافع فردى و اجتماعى ديگران جولان دهد و حقوق آنها را نادیده بگیرد؟» اما معلول هم هست، از آن حيث كه وقتى استقلال حرفه‌اى، آزادى و امنيت شغلى وجود نداشت يا نمودى ضعيف داشت، لاجرم احساس مسئوليت و وجدان كارى و رسالت اخلاقى و انساني روزنامه‌نگار نيز رنگ مى‌بازد.

روزنامه‌نگارى كه مدام موقعيت حرفه‌اى و زندگى خصوصى خود را در معرض تهديد و تعدى ببيند ديگر نه تنها به حرفه خود به چشم مسئوليت و رسالت اجتماعى و انساني نگاه نمى كند، بلكه خود را كارمندی مى‌بيند كه بايد گذران زندگى كند و هيچ گاه بر سر هست و نيست خود به معامله نشيند. چنين روزنامه‌نگارى نمى‌تواند و نمى‌خواهد با آمار و ارقام، واقعيتها، رخدادها، ديدگاهها، عقايد و مصالح و منافع ملي برخوردى دقيق، مسئولانه و عالمانه كند. او به مطالعه، روزآمد ساختن اطلاعات خود و كسب دانش و مهارتهاى جديد كمتر فكر مى‌كند و به بيانى، در ديروز خود در جا مى‌زند در حالى كه مى‌بايست چشم به فردا داشته باشد. اميد است با تحقق اين اصول و حمايت از روزنامه‌نگاران، همچنان كه آقاى فدريكو مايور در پيام خود به مناسبت روز جهاني آزادى مطبوعات (۱۳ ارديبهشت ۱۳۷۷) گفته است، روزنامه‌نگاران تجسم زنده آزادى بيان و در خدمت تحقق حق اظهارنظر و دريافت و انتشار اطلاعات براى عموم مردم باشند و انجام آزدانه حرفه روزنامه‌نگارى در سراسر جهان ميسر گردد.

منابع

1. Broddason, Thorbjorn, "The Sacred Side Of Professional Journalism," *European Journal of Communication*, Vol, 9, 1994, P.P. 227-248.
2. YU, XU, "Professionalization Without Guarantees", *Gazette*, 53: 23-41, 1994.

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خيابان شهيد بهشتى، خيابان پاكستان، كوچه دوم پلاك ۱۱، صندوق پستى: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷
تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

3. Knudson, Jerry W, "Licensing Journalists In Latin America: An Appraisal",
Journalism And Mass Communication. Vol, 73, No, 4, Winter 1996, PP. 778-889.

۴. معتمدنژاد، دکتر کاظم. «مبانی حقوقی استقلال حرفه روزنامه‌نگاری». فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی رسانه. شماره ۳۲. زمستان ۷۶.
۵. معتمدنژاد، دکتر کاظم. «تشکل صنفی و حقوق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران». فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی رسانه. شماره ۲۷. پاییز ۷۵.
۶. مک براید، شون. یک جهان، چندین صد. ترجمه ایرج پاد. تهران: انتشارات سروش، ۱۳۶۹.
۷. پورموسی، مرتضی. «راه‌اندازی تشکلهای صنفی؛ موانع و راه‌حلهای آنها». فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی رسانه. سال هفتم. شماره ۲۷. پاییز ۷۵.
۸. قاضی‌زاده، علی‌اکبر. «مطبوعات، مصلحت و سیاست»، ماهنامه گردون. شماره ۲۱ و ۲۲.
۹. فرقانی، محمدمهدی. «رسانه‌ها و جامعه مدنی؛ نقش‌ها و کارکردهای متقابل». مقاله ارائه شده در نخستین همایش جامعه مدنی و اندیشه دینی. شیراز، اسفندماه ۱۳۷۶.
۱۰. فرقانی، محمدمهدی. «انجمن صنفی مطبوعات: دیرآمده‌ای که باید بماند». فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی رسانه. شماره ۳۲. زمستان ۷۶.
۱۱. فرقانی، محمدمهدی. «بررسی مسائل استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران». مجموعه مقالات نخستین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۱.
۱۲. مهرپور، دکتر حسین. «گزارشی از پنجاه و چهارمین اجلاس کمیسیون حقوق بشر». روزنامه اطلاعات. شماره ۲۱۳۲۵، دهم اردیبهشت ۱۳۷۷، ص ۱۱.
۱۳. بورقانی، احمد. «دشواری‌ها را می‌پذیریم، سیستم سنتی پاسخگو نیست». روزنامه اخبار. شماره ۸۰۸، سیزدهم اردیبهشت ۱۳۷۷، صص ۱ و ۲.
۱۴. مایور، فدریکو. «باید از حرفه خبرنگاری پشتیبانی کرد». روزنامه اخبار. شماره ۸۰۸، سیزدهم اردیبهشت ۷۷، ص ۱.

رضایت شغلی روزنامه‌نگاران
بررسی نگرش روزنامه‌نگاران نسبت به حرفه روزنامه‌نگاری
عبدالرضا زکوت روشندل

اشاره

مطالعات ارتباطات اجتماعی معمولاً ۴ جهت اصلی را دربرمی‌گیرد: نقش اداره‌کنندگان و وسایل ارتباطی، محتوای پیامهای ارتباطی، مخاطبان و استفاده‌کنندگان پیامهای ارتباطی و آثار اجتماعی ارتباطات.

با نگاهی به فهرست کتابها، مقالات و تحقیقات علمی و دانشگاهی در ایران می‌بینیم که کمتر اداره‌کنندگان و وسایل ارتباطی که روزنامه‌نگاران را نیز شامل می‌شوند، مورد مطالعه مستقیم قرار گرفته‌اند.

در این پژوهش هدف این بوده است که رضایت شغلی روزنامه‌نگاران در ارتباط با ویژگیهای اجتماعی آنان و نگرش روزنامه‌نگاران نسبت به حرفه روزنامه‌نگاری، به عنوان عاملی مؤثر بر کیفیت فعالیت وسایل ارتباط جمعی، برای اولین بار در ایران مورد بررسی قرار گیرد. این تحقیق نشان داد که برخلاف تصور عمومی و با وجود محدودیتها، تنگناها و کمبودهای مادی و حرفه‌ای، اکثر روزنامه‌نگاران از حرفه خود رضایت شغلی دارند و این رضایت با جنبه‌های معنوی این حرفه، از جمله ایفای نقش و وظایف اجتماعی روزنامه‌نگاران، تشخص اجتماعی این حرفه، ارتقای شغلی و... مرتبط است.

موضوع تحقیق

در آستانه هزاره سوم میلادی و ورود به قرن بیست و یکم، قرنی را پشت سر می‌گذاریم که با پیشرفت و گسترش چشمگیر وسایل ارتباط جمعی و امکان دستیابی وسیع به منابع اطلاعاتی، عصر ارتباطات نام گرفته است. در این قرن، انقلاب ارتباطات و اطلاعات به وقوع پیوسته است

که باعث دگرگونیهای شگرفی در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و توسعه کشورها شده است.

در این میان، نیاز به کسب اخبار و اطلاعات تازه و صحیح در خصوص وقایع و رخدادها در جهان کنونی، که به سرعت در حال تغییر است، بیش از پیش احساس می‌شود. همچنین، با استفاده از فن‌آوری ماهواره‌ای، سیستمهای ماهواره‌ای و فیبرهای نوری، دستیابی به اطلاعات و اخبار مورد نیاز بسیار سریع و ساده شده است.

روزانه میلیونها نفر با استفاده از انواع وسایل ارتباط جمعی، از وقایع و رویدادهای گوناگون در سراسر جهان، به صورت خبر، گزارش یا تفسیر مطلع می‌شوند. در حقیقت آنچه از طریق رسانه‌ها به مخاطبان ارائه می‌شود، حاصل فعالیت شبانه‌روزی مردان و زنانی است که با عنوان «روزنامه‌نگار» در حرفه پرمسئولیت و پرمشقت روزنامه‌نگاری، در خبرگزاریها، شبکه‌ها و آژانسهای خبری، بخشهای خبری رادیو و تلویزیونها و تحریریه‌های مطبوعات مشغول به کارند. روزنامه‌نگاران با تهیه و تنظیم و انتشار پیامهای ارتباطی و خبری، در خدمت جامعه، مخاطبان و استفاده‌کنندگان پیامها قرار دارند و به دلیل ویژگیهای حرفه خود، در گزارش رویدادها و شکل دادن اندیشه‌ها و افکار عمومی، اهمیتی ویژه دارند. بی‌تردید، احساس و نگرش روزنامه‌نگاران نسبت به حرفه روزنامه‌نگاری، بر کیفیت کارشان تأثیر می‌گذارد. برای همین در این پژوهش، رضایت شغلی روزنامه‌نگاران، به عنوان موضوعی بکر و تازه، برای اولین بار در ایران، به صورت دقیق، مستقیم و مستقل در جامعه تحقیقاتی علوم ارتباطات، مورد مطالعه واقع شده است.

موضوع این تحقیق، بررسی رضایت شغلی روزنامه‌نگاران شاغل در تحریریه‌های روزنامه‌ها (نشریات یومیه) و رادیو و تلویزیون (صدا و سیمای) کشورمان است. این روزنامه‌نگاران در بهار سال ۱۳۷۵، از نظر میزان رضایت شغلی و رابطه آن با ویژگیهایی چون سن، جنس، سطح تحصیلات، درآمد، سمت یا وظیفه در تحریریه، استقلال، امنیت و حقوق حرفه‌ای و... و همچنین نگرش آنان نسبت به حرفه روزنامه‌نگاری مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

اهمیت موضوع

رضایت شغلی یکی از عوامل مهم موفقیت حرفه‌ای است و باعث افزایش کارایی و نیز احساس رضایت فرد می‌گردد. رضایت شغلی، ماحصل جهت‌گیری عاطفی افراد در قبال کار و محیط کار

آنان است که دربرگیرنده پادشاهای درونی و بیرونی* در بسندگی کار در ذهن کارکنان است و نشان می‌دهد چه میزان اعمال، وضعیتها و پادشاهای کار، در معنی کار در ذهن کارکنان دخیل هستند و نیز بیان‌کننده نقش کار در تعیین عزت نفس و خودباوری است.^۱ در نتیجه، کارکنان رضایت (خوشنودی) را در جنبه‌های مختلف یک شغل خاص می‌یابند: بعضی به دنبال پادشاهای درونی و بعضی در پی پادشاهای بیرونی و عده‌ای نیز به دنبال ترکیبی از این دو هستند. از دید سازمانی، کارکنان خوشنودتر، کمتر غیبت دارند^۲ و تمایل کمتری به ترک شغل خود نشان می‌دهند،^۳ لذا رضایت شغلی عنصر مهمی برای درک کارکنان و کار آنهاست.

رضایت شغلی در میان ارتباط گران نیز اهمیت دارد. با توجه به نقش اجتماعی رسانه‌ها و تأثیرات آنها بر درک افراد، هر عاملی که بر محتوای رسانه‌ها تأثیر بگذارد، باید مورد نظر قرار گیرد. از این رو روزنامه‌نگاران به عنوان مهم‌ترین کارکنان وسایل ارتباط جمعی، نقش بزرگی به عهده دارند.

گزارش وقایع دارای ارزش و حجم و فرایند اخبار، بستگی زیادی به تصمیم و عملکرد روزنامه‌نگاران دارد. «خبر، آمیخته‌ای است از قدمهای سیاست سازمانی (ارگان خبری) و قضاوت ضمنی (پنهان) در تصمیمات روزنامه‌نگاران که ریشه در ارزشهای اجتماعی و حرفه‌ای، ویژگیها و ادراکهای آنان دارد.»^۴ در تجزیه و تحلیل فرایند خبر، باید رضایت شغلی در میان روزنامه‌نگاران را مورد توجه قرار داد. پادشاهای نهفته در رضایت شغلی، در درک اهمیت حرفه روزنامه‌نگاری و علاقه روزنامه‌نگاران به این حرفه، سهم مهمی دارد، که این نیز به نوبه خود بر ماهیت و کیفیت اخبار تأثیر می‌گذارد.^۵

حال، با توجه به اثر رضایت شغلی کارکنان در کارکرد یک سازمان، لازم به نظر می‌رسد که سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مدیران سازمانها، در تصمیم‌گیریهای خود این عامل را هم مد نظر قرار دهند که البته برای این کار به طور طبیعی، نیاز به اطلاعات دارند. برای دستیابی به این اطلاعات، بررسی رضایت شغلی با نامهایی چون: بررسی روحیه، عقیده‌سنجی، بررسی نگرش، ارزشیابی فضای سازمانی و یا بررسی کیفیت زندگی حرفه‌ای و شغلی نیز انجام می‌شود. بررسی

* پادشاهای درونی، شامل: علاقه (رغبت)، تنوع، مسئولیت، صلاحیت، استقلال، (خود مختاری یا خودپیریزی) و ... و پادشاهای بیرونی شامل: درآمد، محتوای کار، امنیت (ایمنی) و ... است.

رضایت شغلی روشی است که برپایه آن کارکنان احساسهای خود را درباره شغل خود و محیط کارشان آشکار می‌سازند. پاسخهای افراد پس از بازکاوی و تحلیل، با در اختیار گزاردن نمایی از احساسهای کارکنان سازمان مورد بررسی، مسئولان را هر چه بیشتر در بهبود کمیت و کیفیت کارکرد سازمان و بالا بردن بهره‌وری آن، یاری می‌رساند.

اگر این بررسیها به‌طور صحیح برنامه‌ریزی و به کار بسته شوند، معمولاً سودمندیهایی به شرح ذیل دارند:

۱. مدیریت را از میزان رضایت شغلی کارکنان آگاه می‌سازد. قلمروهای ویژه رضایت یا عدم رضایت و دسته‌بندیهای ویژه کارکنان را به خوبی آشکار می‌کند. نشان می‌دهد که کارکنان درباره کارشان چه احساسی دارند و این احساس به چه بخشی از کارشان مربوط است. کدام بخش خاص دارای دشواری است و احساسهای چه کسانی در این رهگذر رنجیده شده است تا دشواریهای کارکنان تشخیص داده شود.

۲. نگرشها را بهبود می‌بخشد. برای برخی از افراد، این بررسی یک دریچه اطمینان، یک تخلیه، عاطفی و یک وسیله آرام ساختن درون است. برای گروهی دیگر، این بررسی یک نشانه آشکار از توجه مدیریت به رفاه کارکنان است. به کار گرفتن این بررسی، به کارکنان امکان می‌دهد تا نسبت به مدیریت خود احساس بهتری را بیورانند.

۳. روش سودمندی برای تعیین نیازهای آموزشی است. در این مورد، کارکنان با ارزیابی چگونگی کارکرد خود، سرپرستان و مسئولان رده بالاتر، احساس خود را در خصوص ضعفها و کمبودهای تخصصی و حرفه‌ای بیان می‌کنند و بدین وسیله، نیازهای آموزشی قسمتها و بخشهای مختلف آشکار می‌شود.

۴. تشکلهای اتحادیه‌ها و انجمنهای مربوط به مشاغل می‌توانند با توجه به یافته‌های بررسی رضایت شغلی، به نیازها و خواستههای کارکنان و ضعف مربوط پی ببرند و در گفتگو با صاحبان و مدیران سازمانها، از اطلاعات لازم بهره‌مند گردند.

در حرفه روزنامه‌نگاری علاوه بر موارد فوق، بررسی رضایت شغلی از سه جنبه اهمیت می‌یابد: یکی از جنبه فردی و دیگری از دید سازمان یا ارگان خبری (مدیریت رسانه‌ها) و بالاخره از لحاظ مصلحت ملی.

از جنبه فردی، سطح رضایت شغلی نشان می‌دهد که روزنامه‌نگاران تا چه اندازه پاداشهای درونی و بیرونی مورد انتظار خود را از انجام کارشان به دست می‌آورند و خوشنودی مورد نظر آنان تأمین می‌شود.

از دید سازمان خبری یا مدیریت رسانه‌ها نیز رضایت شغلی باعث بالا رفتن علاقه و انگیزه‌ها، قابلیت‌ها، تواناییها، خلاقیت‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و در نتیجه بهبود کیفیت حاصل کار آنان، یعنی مطالب خبری مناسب و مطلوب سازمان خبر است. مدیران رسانه‌ها با توجه به سطح رضایت شغلی و عوامل مؤثر بر آن، می‌توانند برای اصلاح قوانین و مقررات و سیاست‌گذاری‌های موجود کوشش کنند تا شرایطی فراهم شود که رضایت شغلی کارکنان آنان افزایش یابد. زیرا کارکنان خوشنودتر، انگیزه بیشتری برای کار کردن دارند و در نتیجه، تمایل کمتری به تأخیر، غیبت، تغییر یا ترک شغل خود نشان می‌دهند و به پیشبرد اهداف سازمان احترام و توجه بیشتری می‌گذارند.

از لحاظ مصلحت ملی نیز بررسی رضایت شغلی، با توجه به اهمیت کنش متقابل وسایل ارتباط جمعی و مردم (مخاطبان)، اهمیت فراوان دارد. زیرا وسایل ارتباط جمعی با هدف رفع نیاز خبری مخاطبان خود، ایجاد نگرش و آگاهی لازم آنان برای تصمیم‌گیری‌های مناسب، شکل دادن افکار عمومی، هدایت جامعه به مسیر مناسب، و ایجاد روحیه نشاط و امید برای حرکت در جهت سازندگی و توسعه ملی فعالیت می‌کنند و در این میان، مخاطبان هم با بازخورهای خود به رسانه‌ها، نشان می‌دهند که تا چه میزان از عملکرد وسایل ارتباط جمعی راضی هستند. بدیهی است که ماحصل این کنش متقابل می‌تواند به ایجاد جامعه‌ای فعال، پویا و یکپارچه، در جهت مصالح ملی کمک نماید. یا اینکه در جهت مخالف، افسردگی، بی‌اعتمادی، ناامیدی و از هم گسیختگی را در میان مردم رواج دهد.

محدودیت‌های تحقیق

برخی از محدودیت‌های این تحقیق نیز بی‌شبهت به محدودیت‌های هر تحقیق پیمایشی دیگر نیست. ولی با توجه به اینکه این پژوهش برای اولین بار در تاریخ روزنامه‌نگاری ایران انجام شده است، در خصوص مطالب تخصصی روزنامه‌نگاری، امکان دستیابی به منابع فارسی بسیار محدود بود. به همین جهت تا حد امکان از منابع خارجی در دسترس، که مقدار آنها نیز اندک بود، استفاده

شد. با وجود این، پژوهشگر همواره این مسئله را در نظر داشت که حرفه روزنامه‌نگاری در جوامع غربی از بسیاری جهات، مانند مالکیت رسانه‌ها، نظارت قانونی، آزادیها و محدودیتهای حرفه‌ای، استقلال و حقوق حرفه‌ای، درآمد روزنامه‌نگاران، جایگاه و منزلت اجتماعی آنان، مجراها و منابع خبری قابل دسترس روزنامه‌نگاران، فن آوری مربوط به تهیه، ارسال، چاپ یا پخش اخبار و از طرفی عقل‌گرایی و شیوه تفکر خاص جوامع سرمایه‌داری، با کشورمان کاملاً متفاوت است. لذا بسیاری از متغیرهایی که ممکن است در ایران مورد بررسی قرار گیرد، در تحقیقات مشابه در کشورهای توسعه یافته وجود ندارد. همچنین در منابع فارسی موجود، توجه و گرایش بیشتر به سمت مطبوعات و روزنامه‌نگاران شاغل در این بخش است، و به ندرت می‌توان درباره روزنامه‌نگاران شاغل در تحریریه بخشهای خبری صدا و سیما و مسائل آنان منبع و مأخذی یافت.

دسترسی به روزنامه‌نگاران برای تکمیل پرسشنامه نیز کار بسیار پرزحمت، وقت‌گیر و گاه بی‌نتیجه بود. در تحریریه‌هایی مانند پخش رادیو و تلویزیون (صدا و سیما)، به هیچ‌عنوان امکان ورود و ارتباط با روزنامه‌نگاران وجود ندارد و باید از طریق واسطه و دوستان، پرسشنامه‌ها را به پاسخگویان رساند. با توجه به همین مسئله و به دلیل عدم ارتباط مستقیم با پاسخگویان، با وجود اینکه در ارائه تعداد پرسشنامه‌ها به هیچ‌وجه محدودیتی وجود نداشت، ولی بعضی پرسشنامه‌ها، ناقص یا حتی تکمیل نشده بازگشت داده می‌شد و در بعضی مواقع اصلاً مسترد نمی‌شد.

برای هر تحریریه، چه روزنامه‌ها و چه رادیو و تلویزیون، جهت جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، نیاز به چندین بار مراجعه بود که این نیز بر طولانی شدن مدت تحقیق می‌افزود.

در خصوص پرسشنامه‌های مربوط به روزنامه‌های شهرستانها نیز همین مسئله با شدت بسیار زیادتری وجود داشت، بخصوص که با رابطه یا واسطه نیز آشنایی و ارتباط چهره‌به‌چهره وجود ندارد. حتی ارائه پاکت تمبر و نشانی‌دار به ازای هر پرسشنامه نیز بی‌تأثیر بود.

با وجود اینکه در مقدمه پرسشنامه تأکید شده بود که این یک تحقیق دانشگاهی و صرفاً برای آشنایی با مشکلات حرفه روزنامه‌نگاری است، ولی به نظر می‌رسد برخی از روزنامه‌نگاران به دلیلهای خاص در قبال بعضی از سؤالاها مانند: سطح تحصیلات، میزان درآمد، سابقه و تجربه حرفه‌ای و یا بعضی گویه‌های مربوط به حرفه روزنامه‌نگاری، محافظه‌کاری پیش گرفته و از تکمیل پرسشنامه سر باز زدند. به همین دلیل برخلاف انتظار در مورد برخی تحریریه‌ها، تعداد

پرسشنامه‌های تکمیل شده از تعداد روزنامه‌نگاران تخمین زده شده، کمتر شد. به همین دلیل امکان مقایسه رضایت شغلی روزنامه‌نگاران شاغل در تحریریه و روزنامه‌های روزانه با هم‌تایان شاغل در بخش‌های خبری رادیو و تلویزیون یا در تحریریه‌های روزنامه‌های روزانه شهرستانها، به وجود نیامد.

نگاهی به ادبیات مربوط به رضایت شغلی

یکی از نشانه‌های وضعیت نابه‌سامان یک سازمان، عدم رضایت شغلی کارکنان آن است. رضایت شغلی کم باعث غیبتها، پایین آمدن آهنگ کار، جابه‌جایی کارکنان، اتلاف وقت در گروه‌های غیرمجاز در اوقات کاری، شکایتها، کارکرد ناچیز، مشکلات انضباطی و سایر مسائل می‌شود و مخارج زیادی را برای جبران آنها به سازمان تحمیل می‌کند.

رضایت شغلی مجموعه‌ای از احساسهای سازگار و ناسازگار است که کارکنان با آن احساسها به کار خود می‌نگرند. کارکنان در زمان پیوستن به یک سازمان، انتظاراتی از شغل خود دارند که شامل خواسته‌ها، نیازها، آرزوها و تجربه‌های پیشین آنان است و رضایت شغلی در این میان نشان‌دهنده هماهنگی این توقعات کارکنان با پاداشهایی است که از کار خود می‌گیرند. رضایت شغلی بخشی از رضایت زندگی است. سرشت محیط بیرون از کار بر احساسهای انسان در کار اثر می‌گذارد. به همین ترتیب، چون شغل یک بخش عمده از زندگی است، پس رضایت شغلی بر رضایت کلی انسان از زندگی تأثیر دارد.

بررسیهای رضایت شغلی در امریکا نشان داده‌اند که عموماً برخلاف پنداشت معمول، میزان رضایت شغلی به مرور زمان با تحولات اجتماعی، تغییر نمی‌یابد و رو به کاهش نمی‌گذارد. تحقیقات بلندمدتی که به تازگی در خصوص میزان رضایت شغلی کارکنان انجام شده است، نشان می‌دهد که چه در دوران رونق اقتصادی و چه به هنگام رکود اقتصادی، در میزان رضایت شغلی افراد، تغییر زیادی رخ نداده است.^۶

چگونه می‌توان این نتایج را توجیه کرد؟ اگر بخواهیم به صورت اصولی به این پرسش پاسخ دهیم، باید بگوییم که افراد از کارفرما همان چیزی را که خواستار آن هستند، به دست می‌آورند و به نظر می‌رسد که مدتی را بدین منوال می‌گذرانند؛ و دست کم باید آنچه را که آنان درباره رضایت شغلی خود ابراز کرده یا می‌کنند باور کرد. ولی اگر بیشتر عمیق شویم، می‌توانیم آن را

اصولی تر تفسیر کنیم. برای مثال با توجه به نظریه ناهماهنگی شناختی می دانیم و می توانیم انتظار داشته باشیم که کارکنان، مسئله ناهماهنگی و تفاوت و یا مغایرتها را که بین نارضایتی شغلی و انجام کار و ماندن آنان در سازمان وجود دارد، به گونه ای حل می کنند. همچنین هنگام پرسش از افراد درباره اینکه: «آیا اگر برایشان فرصتی پیش آید، باز همان شغل را انتخاب خواهند کرد، یا خیر؟» یا اینکه: «آیا می خواهند فرزندانشان یا سایر نزدیکانشان نیز همان شغل را انتخاب کنند؟» اصولاً کمتر از نیمی از پاسخها مثبت خواهد بود.^۷ بنابراین شاید بتوان گفت که رضایت شغلی افراد، به آن اندازه نباشد که نتیجه تحقیقات نشان می دهد.

درباره عدم تغییر نتیجه تحقیقاتی که در خصوص رضایت شغلی انجام شده است، یک توجیه دیگر نیز وجود دارد. امکان دارد که رضایت بیشتر در شخصیت فرد وجود داشته باشد و نه در شغل و کار وی. «بررسی داده های مربوط به رضایت شغلی که در یک نمونه از افراد، در یک پروژه پنج ساله انجام شد، نشان داد که بین نتایج در طول دوره زمانی (حتی زمانی که آنان سازمان و کارفرمای خود را تغییر می دادند) ثابت می ماند. شاید این امر عاقلانه باشد که متغیرهایی که باعث رضایت شخصی می دانیم، اهمیت چندانی نداشته باشند، بلکه دیدگاه افراد نسبت به زندگی (مثبت، منفی) که در دوره نوجوانی به وجود می آید، برای سالها ثابت می ماند و شاید دست کم درباره کارکنان امریکایی بتوان ادعا کرد که این دیدگاه به همراه فرد به محل کار وی منتقل می شود.»^۸

بررسی جامع از ادبیات موجود همچنین نشان می دهد که عوامل ذیل از جمله عواملی هستند که می توانند در میزان رضایت شغلی به عنوان یک متغیر وابسته نقش مهمی ایفا کنند:

الف. کارهایی که هموارد طلب و دارای چالش هستند^۹
افراد شغل یا پستهایی را ترجیح می دهند که بتوانند با توجه به فرصتهایی که در آن پیش می آید، از تواناییها و مهارتهای خود استفاده کنند و در نهایت نتایج پیروزمندانه خود را آزادانه به نمایش بگذارند. کارهایی که هموارد طلب نباشند باعث کسالت فرد می شوند. از سوی دیگر اگر چالش شغلی بسیار زیاد باشد، باعث می شود که کارمند یا کارگر مستأصل شود و احساس سرخوردگی، ناکامی و شکست به وی دست دهد. در مواردی که شغلی از نظر چالش و همواردطلبی حالت افراط و تفریط نداشته باشد، شادی آفرین و رضایت بخش می شود.^{۱۰}

ب. شرایط مناسب کاری

از نظر راحتی شخص و داشتن تشکیلات مناسب برای انجام کارها، محیط کار نقش و اهمیت زیادی دارد. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که کارکنان، محیطی را ترجیح می‌دهند که خالی از خطر و بدون ناراحتی باشد. بنابراین مقدار نور، صدا، دما، تهویه، وسایل و سایر عوامل محیطی نباید به حد افراط کم یا زیاد باشند. از این گذشته، بیشتر کارکنان ترجیح می‌دهند که محل کار به خانه‌شان نزدیک باشد.

پ. روابط مناسب با همکاران

در نظر بیشتر کارکنان، محیط کار باید نیازهای اجتماعی فرد را تأمین کند. بنابراین هیچ جای شگفتی نیست که داشتن همکاران صمیمی و یکدل، موجب افزایش رضایت شغلی شود. تحقیقات نشان می‌دهند که اگر مسئول واحد (از نظر کارکنان) صمیمی باشد، افراد را درک نماید، به عملکرد خوب پاداش نیکو بدهد، به نظر و دیدگاههای کارکنان احترام بگذارد و در نهایت به افراد توجه کند، رضایت شغلی افزایش می‌یابد.^{۱۱}

ت. سن

در حالی که کارکنان سالمندتر می‌شوند، به آن گرایش می‌یابند تا از کارشان راضی‌تر باشند. برای این حالت دلیلهایی وجود دارد، مانند آنکه بر اثر تجربه‌اندوزی در کار، توقعات آنان پایین‌تر می‌آید و سازگاری بهتری با موقعیت کاری خود پیدا می‌کنند. از سوی دیگر، کارکنان جوانتر گرایش به آن دارند که به دلیل توقعات بالاتر و سازگاری کمتر، رضایت کمتری داشته باشند. با آنکه در این زمینه استثناهایی هست، ولی گرایش کلی این است که با بالا رفتن سن، رضایت شغلی افزایش می‌یابد.^{۱۲}

ث. جنس

اگرچه بعضی از محققین معتقدند زنان بیشتر از مردان رضایت شغلی نشان می‌دهند، ولی مدارک به دست آمده نشان می‌دهد که بین زن و مرد هیچ تفاوت مهمی وجود ندارد که بر عملکرد آنان اثر گذارد.

ج. وضعیت تأهل

تحقیقات نشان می‌دهند که افراد متأهل در مقایسه با کارمندان مجرد رضایت شغلی بیشتری دارند. ازدواج، باعث افزایش مسئولیت فرد می‌شود و شاید به همین سبب باشد که داشتن شغل قطعی یک موضوع با اهمیت و ارزشمند به حساب می‌آید.^{۱۳}

ج. سابقه و تجربه شغلی

کارکنان با تجربه و سابقه شغلی زیاد از کارشان راضی‌تر هستند. طبق معمول، آنان حقوق بهتر دریافت می‌دارند و از اوضاع کاری بهتری برخوردارند و از توانایی‌هایشان در کار، بهتر بهره گرفته می‌شود. نتیجه آنکه مدیران و کارمندان حرفه‌ای و کارشناس به طور معمول بیش از کارگران نیمه ماهر یا بی‌مهارت رضایت شغلی دارند.^{۱۴}

ح. اندازه سازمان

اندازه سازمان اغلب به طور غیرمستقیم با رضایت شغلی پیوند دارد. برخی تحقیقات نشان داده‌اند در حالی که سازمانها بزرگ می‌شوند، رضایت شغلی به آرامی رو به کاهش می‌گذارد، مگر آنکه کنش اصلاحی برای خنثی کردن این گرایش صورت گیرد. سازمانهای بزرگ گرایش به آن دارند که بر افراد چیره شوند و فراگردهای پشتیبان مانند ارتباطها، هماهنگی و مشارکت را مختل سازند.^{۱۵}

چون قدرت تصمیم‌گیری کم می‌شود، کارکنان به این احساس دچار می‌شوند که آنان اختیار خود را در نظارت بر رویدادهایی که بر آنان اثر می‌گذارند، از دست داده‌اند.

خ. درآمد

آشکار است که پول برای کارکنان مهم است. با پول می‌توان کالا یا خدمات خریداری کرد، آن را پس‌انداز کرد، یا به دیگران بخشید. «پول دارای ارزش جایگاهی است، چه زمانی که دریافت می‌شود و چه زمانی که هزینه می‌شود. از دیدگاه کارکنان، پول نشان از اندیشیدن کارفرما درباره

آنان است. پول در همان حال یک شاخص سنجش جایگاهی نسبی یک کارمند و جایگاه کارمندان دیگر است. پول به شمار کسانی که آن را دارا هستند، دارای ارزشهای مختلف است.»

۱۶

ارزش پول به ارزشهای شخصی کارمند و محیط انگیزش کلان وی وابسته است. برای مثال، اگر یک کارمند درآمدی مستقل دارد، افزایش اندک در حقوق می تواند اثر جزئی داشته باشد. همین نتیجه گیری می تواند درباره کارمندی که پایبند ارزشهای دیگری است و تنها در جستجوی درآمد برای زندگی عادی است درست باشد.^{۱۷}

د. یکسانی حقوق و مزایا

اندیشه ارائه یکسان و عادلانه پاداشها از سوی مدیریت در ذهن کارکنان بسیار اهمیت دارد. «کارکنان دوست دارند که سازمان در عمل و اجرای سیاستهای مربوط به حقوق، پاداش و ارتقای آنان، عدل و انصاف را رعایت نماید. بنابراین کسانی که چنین بیندیشند که سیاست حقوق و مزایا و ارتقای اعضای سازمان برپایه عدل و انصاف گذاشته شده است، احتمالاً رضایت شغلی بیشتری خواهند داشت.»^{۱۸}

یافته های فوق، در مطالعات غیرایرانی در مورد رضایت شغلی روزنامه نگاران نیز دیده می شود. در رضایت شغلی روزنامه نگاران زن، ارتقا، کنترل، استقلال، علاقه، اجرا و تکمیل کار، درآمد و مافوق های کارآمد دخیل هستند، ولی بدون توجه و رضایت شغلی، زنان مجرد با تحصیلات بالا، قصد ماندن در تحریریه را ندارند.^{۱۹} در میان روزنامه نگاران شاغل در بخش خبری تلویزیون، مطابقت در اهداف*، موفقیت اهداف بخش خبری، تعداد سالهای تجربه در حرفه روزنامه نگاری، حقوق و درآمد و رفتار معاشرتی همکاران** بر افزایش رضایت شغلی تأثیر داشته اند. در حالی که اشتغال به کار در یک تحریریه بزرگ در یک بازار بزرگتر، سن و رفتار وظیفه ای*** آن را کاهش می دهد.^{۲۰} در میان کارکنان سیاه پوست، قوی ترین پیش بین ها استقلال، افزایش حقوق و درآمد و شناخته شدن هستند.^{۲۱} در ایران نیز اگرچه چندین تحقیق و موضوع

* مطابقت در اهداف: درک روزنامه نگاران از آن دسته اهداف مشترک بین تحریریه و سازمان خبری است.

** رفتار معاشرتی: میزان اتکا به دوستی، اعتماد و احترام و روابط انسانی در میان اعضای تحریریه است.

*** رفتار وظیفه ای: میزان اتکا به ساختارهای رسمی سازمان در مقابل اعضای تحریریه است.

پایان‌نامه‌ها به رضایت در شغل‌های مختلف اختصاص یافته است، ولی در زمینه ارتباطات و در نتیجه روزنامه‌نگاران، تنها در یک مورد می‌توان ردپای آن را دید که به مرحله چاپ و انتشار رسیده باشد و آن هم تحقیقی است که روی روزنامه‌نگاران چهارروزنامه کیهان، اطلاعات، رسالت و ابرار به عمل آمده است. نیمی از آنان احساس رضایت شغلی و استقلال شغلی نکرده‌اند و علت آن را مدیریتها، نظریه‌های شخصی، شرایط اجتماعی، سیاسی، مالی و حقوقی دانسته‌اند.^{۲۲}

روزنامه‌نگاری در ایران

مطالعه تاریخ روزنامه‌نگاری ایران و سیر تحولات آن از ۱۲۱۵ هجری شمسی (آغاز انتشار کاغذ اخبار میرزا صالح شیرازی) نشان می‌دهد که شرایط حرفه روزنامه‌نگاری در کشورمان با توجه به عدم استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و متزلزل بودن وضع شغلی آنان، نبود تشکلهای صنفی و قوانین حرفه‌ای، وجود سانسور و خودسانسوری و غیره به کلی یا روزنامه‌نگاری در جوامع غربی متفاوت است. ایران زمانی صاحب روزنامه، آن هم از نوع استبدادی شد که غرب روزنامه‌نگاری انقلابی را نیز پشت سر گذاشته بود و در عرصه روزنامه‌نگاری تجاری سیر می‌کرد. ناآگاهی و عدم شناخت و توجه مناسب به جایگاه حرفه روزنامه‌نگاری از سوی حکومتها، فقر و عقب ماندگی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشور، کمبود تعداد باسوادان و نبود رغبت و یا عادت به مطالعه، عدم رشد فرهنگ سیاسی، نهادها و تشکلهای سیاسی، تمرکز قدرت سیاسی به شیوه سنتی در جامعه و جدایی بین ملت و دولت، نبود مشارکت مردمی، آزادی و فضای عمومی برای بیان عقاید و گفتگوهای انتقادی،^{۲۳} الگوبرداری و تقلید سطحی از روزنامه‌نگاری غربی، عدم ایفای نقش و وظایف اصلی روزنامه‌نگاران^{۲۴} و برآورد نکردن نیاز خبری مخاطبان، به روزنامه‌نگاران فرصت نداد تا آزادی بیان و قلم را تجربه کنند و فضای باز و کافی برای پرورش و رشد یابند، در نتیجه روزنامه‌نگاری در ایران نتوانست سیر رشد و توسعه را طی کند.

در این فراز و نشیب بیش از صدوشصت ساله، روزنامه‌نگاران همواره با مسائل و مشکلاتی روبه‌رو بوده‌اند که حرفه‌شان را دستخوش تزلزل کرده است. آنان پیوسته با مشکلات دست و پنجه نرم کرده‌اند و اگر نتوانسته‌اند بسیاری از مسائل را برطرف کنند، مجبور شده‌اند برای ادامه حیات فعالیت‌های خود، به همزیستی و قبول وضعیت موجود تن دهند و یا کناره‌گیری کنند و به

مشاغل دیگر روی آورند. روزنامه‌نگاران در جریان عبور این حرفه از مجرای تاریخ، بیشتر تأثیرپذیر بوده‌اند تا تأثیرگذار.

روزنامه‌نگاران معتقدند که قوانین حمایت‌گرانه، داشتن مصونیت حرفه‌ای، همکاری سازمانها و مسئولان، وجود تشکیلات صنفی، تضمین حقوق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و جایگاه رسمی مطبوعات است که می‌تواند آنها را در انجام وظایف حرفه‌ای یاری رساند. آنان وجود تشکیلات صنفی را ضروری می‌دانند و عدم امنیت شغلی، عدم حمایت‌های صنفی، حرفه‌ای و مالی، عدم ارتباط، شناخت و تفاهم متقابل، نبود مرجعی برای حل مشکلات صنفی و... را از عوارض نبود تشکیلات صنفی می‌شناسند^{۲۵} و از سانسور و خودسانسوری، بی‌اطلاعی روزنامه‌نگاران از دانش، فن و هنر روزنامه‌نگاری، عدم حمایت کامل قانون از روزنامه‌نگاران و مطبوعات، نبود یک اتحادیه صنفی روزنامه‌نگاری و مطبوعاتی، تک‌بعدی نگری و برخورد از زاویه ایدئولوژیک و تک‌خطی شدن و تبدیل مطبوعات به صفحه تسویه حساب‌های سیاسی جریان‌های مختلف و عدم استفاده از امکانات پیشرفته تکنولوژی ارتباطی انتقاد دارند.^{۲۶}

بنابراین، بر مبنای مطالعات انجام شده در ادبیات کار و مشاغل، رضایت شغلی عاملی روانی و ماحصل جهت‌گیری عاطفی و سازگاری افراد در قبال کار و محیط شغلی آنان است و از آن جهت که می‌توان در کارایی و کیفیت انجام کار، اتلاف وقت، غیبت، ترک و یا تغییر شکل کارکنان دخیل باشد، مورد توجه مدیران و محققان مشاغل مختلف قرار گرفته است.

بررسی در مورد مشاغل گوناگون نشان می‌دهد که عواملی مانند: سن، جنس، وضعیت تأهل، سابقه و تجربه شغلی، اندازه سازمان، احساس امنیت، تعلق داشتن، جایگاه و منزلت شغلی، حقوق، مزایا و امکانات رفاهی، محتوای شغل و همبافت آن، پیوند بین همکاران و سرپرستان، امکان ارتقای شغلی، احساس موفقیت و پیشرفت در کار، محیط کار و چالش‌آور بودن شغل می‌توانند بر احساس خوشنودی یا ناخوشنودی کارکنان نسبت به شغلشان مؤثر باشند.

ادبیات مربوط به حرفه روزنامه‌نگاری نشان می‌دهد که در این حرفه نیز مانند سایر حرف و مشاغل، علاوه بر عوامل یاد شده، موارد خاصی نیز وجود دارند که می‌توانند به رضایت شغلی روزنامه‌نگاران مربوط باشند، مانند: تکمیل کار، کارآمدی سرپرستان، میزان تحصیلات، امنیت، حقوق و استقلال حرفه‌ای، نقش و وظایف اجتماعی روزنامه‌نگاران، تشکلهای منفرد و قوانین

خاص این حرفه، سانسور یا خودسانسوری، تعداد ساعات کار و سخت و زیان‌آور بودن حرفه روزنامه‌نگاری.

روش تحقیق

در این تحقیق برای بررسی رضایت شغلی روزنامه‌نگاران با استفاده از روش پیمایشی، پرسشنامه‌ها برای تحریریه‌های روزنامه‌های واقع در تهران و بخش خبر صدا و سیما به طور حضوری (یا به وسیله همکاران شاغل در تحریریه‌ها) و برای شهرستانها از طریق پست ارائه و ارسال شد و ضمناً از تحریریه‌ها درخواست شد تا ظرف مدت معین اقدام به تکمیل پرسشنامه‌ها و ارسال آنها به مبدأ کنند.*

جمعیت آماری این تحقیق شامل کلیه روزنامه‌نگاران شاغل در تحریریه‌های بخشهای خبری صدا و سیما (تهران) و همه روزنامه‌های روزانه کشور بوده و به همین دلیل نیازی به نمونه‌گیری نبوده است. از مجموع بیش از ۴۰۰ پرسشنامه، تعداد ۲۶۴ عدد آنها به طور کامل تکمیل و بازگشت داده شد. چون از تعداد ۳۶ پرسشنامه‌ای که برای تحریریه‌های ۹ روزنامه روزانه شهرستانها** ارسال شد، فقط ۲ پرسشنامه تکمیل شده و دریافت گردید، لذا اطلاعات مربوط به روزنامه‌های روزانه شهرستانها در جمعیت آماری مورد بررسی وجود ندارد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از برنامه‌های راهنمایی «کوانل»*** و «عملیات آماری برای علوم اجتماعی»**** انجام شده است.

* برای هریک از روزنامه‌های روزانه شهرستانها، بسته‌ای حاوی ۴ پرسشنامه، پاکت پستی تمبردار با نشانی و نامه رسمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی ارسال شد. در نامه مذکور، از مدیر مسئول و روزنامه خواسته شد که از همکاران تحریریه خود بخواهد که فقط پرسشنامه‌ها را پس از تکمیل، در پاکت بگذارد و مستقیماً به صندوق پست بپردازند، زیرا احتمال می‌رفت به دلایلی خاص، روزنامه‌نگاران از بازگرداندن پرسشنامه‌های تکمیل شده به مدیر مسئول پرهیز کنند.

** طبق «فهرست نشریات کشور» تهیه شده در اداره کل مطبوعات داخلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در سال ۱۳۷۵، تعداد ۹ روزنامه روزانه شهرستانها به نامهای ذیل مشغول فعالیت بودند:

فیضیه، قم، خیر، شیراز، عصر، شیراز، خراسان، مشهد، قدس، مشهد، حدیث کرمان، کرمان، سبزواران، کرمان، مهدآزادی، تبریز، فجر آذربایجان، تبریز.

با وجود آنکه ۲ ماه پس از ارسال پرسشنامه‌ها به شهرستانها نامه دیگری از طرف دانشکده به روزنامه‌های مذکور ارسال شد، فقط پرسشنامه تکمیل شده، پس از چند ماه بازگشت داده شد که عملاً مورد استفاده قرار نگرفت.

*** Quanal (Q Analysis)

**** Statistical package for Social Sciences (SPSS)

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱ صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵
تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷
www.rasaneh.org Email: info@rasaneh.org

در این تحقیق متغیر وابسته عبارت است از: میزان رضایت شغلی روزنامه‌نگاران و متغیرهای مستقل: ۱. سن، ۲. جنس، ۳. وضعیت تأهل، ۴. تحصیلات، ۵. رشته تحصیلی، ۶. سابقه کار و تجربه حرفه‌ای، ۷. درآمد (حقوق دریافتی)، ۸. مزایای شغلی، ۹. استقلال حرفه‌ای، ۱۰. امنیت حرفه‌ای، ۱۱. وظایف و نقش اجتماعی، ۱۲. حقوق حرفه‌ای، ۱۳. تشخیص اجتماعی، ۱۴. روابط با همکاران، ۱۵. سمت یا وظیفه در تحریریه و ۱۶. محل تحریریه.

تعریف مفاهیم تحقیق

۱. رضایت شغلی: خوشنودی و علاقه فرد نسبت به شغل خود. به عبارت روشن‌تر، اگر شغل خود را به فرد دیگری توصیه کند، یا اگر امکان انتخاب مجدد داشته باشد و باز همان شغل را انتخاب کند و یا اگر آن شغل با انتظاراتش تطبیق کند، از شغل خود رضایت دارد.
۲. روزنامه‌نگار: همه اعضای شاغل در تحریریه که به نحوی در تهیه مطالب، اعم از جستجو، تهیه، انتخاب و تنظیم مطالب خبری دخیل هستند، شامل: خبرنگار، نویسنده، سردبیر، معاون سردبیر، دبیر سرویس، تنظیم‌کننده خبر، گزارشگر، گزارش‌نویس، مترجم و...
۳. تجربه حرفه‌ای: تعداد سالهایی که روزنامه‌نگار مورد بررسی، در حرفه روزنامه‌نگاری مشغول به کار بوده است.
۴. درآمد: مبلغ دستمزدی که روزنامه‌نگار از طریق فعالیت در حرفه روزنامه‌نگاری در یک ماه کسب می‌کند.
۵. مزایای شغلی: پاداشهای نقدی و غیرنقدی بجز حقوق و درآمد مستقیم که از طرف سازمان خبری مربوط به روزنامه‌نگار داده می‌شود یا در اختیارش قرار می‌گیرد: وامهای مختلف، مسکن، تعاونی مصرف، بن خرید کالا و...

پرسشنامه

سؤالات پرسشنامه شامل: ۱۱ سؤال مربوط به ویژگیهای اجتماعی روزنامه‌نگاران، یک سؤال در مورد مزایای شغلی، ۷ سؤال مربوط به رضایت شغلی، ۳۶ گویه با مقیاس هفت قسمتی لیکرت، برای ارزیابی نگرش روزنامه‌نگاران نسبت به ویژگیهای حرفه روزنامه‌نگاری و یک سؤال باز بود.

این سؤاها با استفاده از پرسشنامه‌های تحقیقیهای مشابه در نشریات خارجی، سخنرانیها و مقالات استادان، صاحب‌نظران و روزنامه‌نگاران کشور تهیه و پس از چند مرحله گزینش، بازبینی، تصحیح و تأیید استادان راهنما و مشاور، به تعداد ۱۰ نسخه تکثیر و در میان روزنامه‌نگاران یکی از تحریریه‌های مورد بررسی، به فاصله ۲ هفته، در ۲ مرحله توزیع شد و با استفاده از آزمون مجدد، پاسخها مورد بررسی قرار گرفت تا اشکالها و ابهامهای موجود اصلاح و برطرف شود.

بررسی یافته‌ها

الف. خصوصیات روزنامه‌نگاران

میانگین سن روزنامه‌نگاران مورد بررسی، ۳۳ سال است. در این میان میانگین سن زنان ۲۷ سال و مردان ۳۴ سال است. جوان‌ترین روزنامه‌نگار، ۲۰ سال و مسن‌ترین آنان، ۶۳ سال دارد. گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال، با ۳۶/۷ درصد، بیشترین تعداد روزنامه‌نگاران را به خود اختصاص داده است! به طور کلی بیش از ۷۳ درصد روزنامه‌نگاران مورد بررسی، کمتر از ۴۰ سال سن دارند که نشان‌دهنده جوان بودن جمعیت روزنامه‌نگاران کشور است.

۸۵/۲ درصد جمعیت روزنامه‌نگاران را مردان تشکیل می‌دهند؛ یعنی تعداد زنان کمتر از یک سوم مردان روزنامه‌نگار است. ۶۳ درصد روزنامه‌نگاران متأهل هستند. ۵۶/۱ درصد (بیش از نیمی) از آنان دارای مدرک لیسانس هستند و پس از آنان، روزنامه‌نگاران دیپلم با ۱۶/۳ درصد و فوق‌لیسانس‌ها با ۱۴/۴ درصد قرار دارند. فقط ۴/۲ درصد، دوره‌های کوتاه‌مدت آموزش روزنامه‌نگاری را گذارنده‌اند. در این میان فقط ۲۳/۱ درصد روزنامه‌نگاران دارای مدرک تحصیلی در رشته روزنامه‌نگاری یا به طور کلی علوم ارتباط اجتماعی هستند. در این حال، ۱۲/۵ درصد از روزنامه‌نگاران در رشته علوم سیاسی تحصیل کرده‌اند. در مجموع با در نظر گرفتن ۱۱/۴ درصدی که تمایلی به ذکر رشته تحصیلی خود نداشتند، بیش از ۷۶ درصد روزنامه‌نگاران، تحصیلات غیرمرتبط با حرفه‌شان دارند.

از نظر سمت روزنامه‌نگاران در تحریریه، ۳۵/۲ درصد یعنی بیش از یک سوم تعداد شاغلین تحریریه‌ها را خبرنگاران تشکیل می‌دهند و پس از آنها، دبیران سرویس ۲۴/۲ درصد را به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به اینکه در این تحقیق ۱۶ تحریریه مختلف مورد بررسی قرار گرفت و در این میان فقط ۸ نفر پست سردبیری را برای خود ذکر کرده‌اند، می‌توان چنین نتیجه گرفت که نیمی از سردبیران، تمایل به تکمیل پرسشنامه یا اظهار سمت خود نداشتند. مقایسه درصد سمتها در تحریریه و تفاوت سمت قبلی و فعلی روزنامه‌نگاران نشان می‌دهد که با وجود همان

نسبتهای ذکر شده، هر چه منزلت شغلی و مهارت تخصصی روزنامه‌نگاران در تحریریه بالاتر می‌رود، به نسبت قبل بر تعداد آنان نیز افزوده و از تعداد سایر و بدون پاسخها به نسبت قابل ملاحظه‌ای کاسته می‌شود. این مسئله نشان می‌دهد که ارتقای شغلی در تحریریه، باعث می‌شود تا روزنامه‌نگاران وضعیت فعلی را قابل قبول‌تر حس کنند و بیشتر تمایل به ابراز سمت کنونی خود داشته باشند تا سمت قبلی.

جدول شماره ۱. توزیع فراوانی سمت فعلی و سمت قبلی روزنامه‌نگاران در تحریریه

سمت قبلی		سمت فعلی		سمت در تحریریه
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱/۹	۵	۳	۸	سر دبیر
۱۶/۷	۴۴	۲۴/۲	۶۴	دبیر سرویس
۱/۱	۳	۲/۷	۷	دستیار دبیر سرویس
۷/۶	۲۰	۸	۲۱	نویسنده
۶/۱	۱۶	۸	۲۱	گزارش‌نویس
۳۳/۴	۸۹	۳۵/۲	۹۳	خبرنگار
۷/۲	۱۹	۶/۴	۱۷	تنظیم‌کننده خبر
۱۱	۲۹	۹/۵	۲۵	سایر
۱۴/۸	۳۹	۳	۸	بدون پاسخ

تعداد فعالان در تحریریه‌ها می‌تواند تا حدی نشان‌دهنده بزرگی یا کوچکی تحریریه و یا عدم تمایل بعضی از روزنامه‌نگاران به ارائه اطلاعات باشد. به هر حال روزنامه‌های کیهان و ایران به ترتیب با ۳۴ و ۳۲ نفر (۱۲/۹ و ۱۲/۵ درصد)، بیشترین پاسخگویان و روزنامه آلیک (ارمنی) با ۱/۹ درصد (۵ نفر)، کمترین درصد پاسخگویان را به خود اختصاص داده‌اند.

میانگین رابطه کار و تجربه حرفه‌ای روزنامه‌نگاران مورد بررسی قرار گرفته است که با توجه به قدمت روزنامه‌نگاری در ایران، زمان بسیار کمی است. بیش از نیمی از روزنامه‌نگاران، از ۱ تا ۹ سال سابقه کار و تجربه حرفه‌ای دارند. به عبارت دیگر، با توجه به ۵۳/۸ درصد شاغلین با کمتر از ۱۰ سال سابقه و تجربه کاری، بیش از نیمی از روزنامه‌نگاران در ۱۰ سال اخیر (تقریباً پس از شروع مجدد آموزش این رشته در دانشگاه علامه طباطبایی و ورود فارغ‌التحصیلان اولین دوره پس از انقلاب به تحریریه‌های مختلف) به این حرفه رو آورده‌اند و به آن جانی تازه بخشیده‌اند. ولی باید به ۳۴ درصد (۹ نفر) پاسخگویان با کمتر از یک سال سابقه کار (که در یک سال پیش از انجام

تحقیق جذب تحریریه‌ها شدند) به عنوان زنگ خطری توجه داشت که خبر ز کاهش ورود علاقه‌مندان به این حرفه می‌دهد. زیرا از متوسط درصد کسانی که در ۱۰ سال اخیر به این حرفه رو آورده‌اند (۵/۳۸ درصد) کمتر است. با توجه به جدول شماره ۳ می‌بینیم که هر چه تجربه و سابقه کار زیاد می‌شود، از تعداد روزنامه‌نگاران کاسته می‌گردد. به طوری که تعداد روزنامه‌نگاران با کمتر از ۲۰ سال سابقه و تجربه کاری، به نصف گروه قبلی می‌رسد و تنها ۸/۷ درصد روزنامه‌نگاران، دارای تجربه و سابقه حرفه‌ای ۲۰ تا ۳۰ سال هستند. این عده که می‌توان از آنان به عنوان روزنامه‌نگاران حرفه‌ای نام برد، به دلایلی گوناگون در این فاصله از حرفه روزنامه‌نگاری کناره‌گیری کرده، به شغل‌های دیگر رو آورده، از روزنامه‌های روزانه به هفته‌نامه‌ها و ماهنامه‌ها و نشریات دیگر رفته، دچار از کار افتادگی شده‌اند و یا پیش از رسیدن به سن بازنشستگی یعنی ۳۰ سال سابقه کار، به دیار باقی شتافته‌اند. از این رو دست‌اندرکاران معتقدند با توجه به سخت و مشقت بار بودن این حرفه، بازنشستگی روزنامه‌نگاران باید با ۲۰ سال سابقه کار به اجرا درآید.

جدول شماره ۲. توزیع فراوانی روزنامه‌نگاران شاغل در تحریریه‌های مورد بررسی

درصد	فراوانی	محل تحریریه
۶/۴	۱۷	اخبار
۶/۴	۱۷	سلام
۸/۷	۲۳	همشهری
۱/۹	۵	آلیک
۳/۸	۱۰	ایران نیوز
۹/۵	۲۵	ابزار
۵/۳	۱۴	رسالت
۵/۷	۱۵	تهران تایمز
۷/۲	۱۹	اطلاعات
۱۲/۵	۳۳	ایران
۵/۳	۱۴	کار و کارگر
۳	۸	جمهوری اسلامی
۱۲/۹	۳۴	کیهان
۱/۹	۵	آفتابگردان
۳/۸	۱۰	جهان اقتصاد
۵/۷	۱۵	صدا و سیما
۱۰۰	۲۶۴	جمع

جدول شماره ۳. توزیع فراوانی سالهای تجربه و سابقه حرفه‌ای روزنامه‌نگاران

درصد	فراوانی	تجربه و سابقه حرفه‌ای به سال
۳/۴	۹	کمتر از یک
۵۳/۸	۱۴۲	۱-۹
۲۲/۷	۶۰	۱۰-۱۹
۸/۷	۲۳	۲۰-۲۹

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱، صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵
 تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

۲/۷	۷	۳۰ و بالاتر
۸/۷	۲۳	بدون پاسخ

درآمد روزنامه‌نگاران میانگین کل درآمد ماهانه روزنامه‌نگاران مورد بررسی ۴۵۳،۶۰۰ ریال است. میانگین درآمد مردان (۹۰۰،۴۶۹ ریال و زنان ۳۴۷،۷۰۰ ریال) نشاندهنده درآمد بیشتر مردان نسبت به زنان است. ۳۸/۳ درصد روزنامه‌نگاران کمتر از ۴۰۰،۰۰۰ ریال درآمد دارند. و به‌طور کلی ۷۴ درصد (تقریباً سه چهارم) روزنامه‌نگاران کمتر از ۶۰۰،۰۰۰ ریال درآمد دارند که این مبلغ با در نظر گرفتن تورم، گرانی و مشکلات اقتصادی بخصوص هزینه اجاره مسکن، بسیار کم است.

جدول شماره ۴. توزیع فراوانی درآمد حرفه‌ای روزنامه‌نگاران

درآمد به هزار ریال	فراوانی	درصد
کمتر از ۲۰۰	۱۲	۴/۵
۲۰۰-۳۹۰	۱۰۱	۳۸/۳
۴۰۰-۵۹۰	۸۲	۳۱/۱
۶۰۰-۷۹۰	۲۳	۸/۷
۸۰۰-۹۹۰	۶	۲/۳
بیش از ۱۰۰۰	۹	۳/۴
بدون پاسخ	۳۱	۱۱/۷

مزایای شغلی در میان مزایای شغلی روزنامه‌نگاران، بیشترین تعداد متعلق به «غذا» (۵۴/۹ درصد) است. ۵۴/۵ درصد روزنامه‌نگاران، تحت پوشش بیمه خدمات درمانی هستند. ۴۴/۳ درصد آنان کمکه‌های غیرنقدی مانند کالای مصرفی یا بن کالا دریافت می‌کنند و ۳۳/۷ درصد آنان عضو تعاونی مصرف هستند. برای ۴۲ درصد روزنامه‌نگاران مورد بررسی سرویس (رفت و آمد) وجود دارد. در عین حال، مزایای مسکن که از مهم‌ترین مسائل، بخصوص در وضعیت اقتصادی کنونی است، تنها ۱۱ درصد روزنامه‌نگاران را دربرمی‌گیرد. ۲۵/۴ درصد روزنامه‌نگاران اظهار کرده‌اند که حقوق بازنشستگی به آنان تعلق خواهد گرفت. در میان روزنامه‌نگاران، ۱۶/۳ درصد از

مسافرت‌های داخلی و ۱/۰۶ درصد از مسافرت‌های خارجی بهره‌مند هستند. این در حالی است که مزایای آموزش، حتی تحت عنوان کمک برای بازآموزی تخصصی و ادامه تحصیل روزنامه‌نگاران از طرف صاحبان رسانه‌ها، به ترتیب ۱/۵ و ۴ درصد را نشان می‌دهد. فقط ۳۱/۴ درصد روزنامه‌نگاران عنوان کرده‌اند که محل کار آنان متناسب با فعالیت روزنامه‌نگاری است.

جدول شماره ۵. توزیع فراوانی مزایای شغلی که از طرف سازمان خبری متنوع به روزنامه‌نگاران تعلق می‌گیرد

درصد	فراوانی	مزایای شغلی
۱۱	۲۹	۱. مسکن
۳۳/۷	۸۹	۲. تعاونی مصرف
۲۹/۵	۷۸	۳. وام
۴۲	۱۱۱	۴. سرویس رفت و آمد
۲۵/۴	۶۷	۵. حقوق بازنشستگی
۵۴/۵	۱۴۴	۶. بیمه خدمات درمان
۶/۸	۱۸	۷. بیمه از کارافتادگی
۸	۲۱	۸. امکانات سرگرمی و تفریحی
۴۴/۳	۱۱۷	۹. کمکهای غیرنقدی (کالا یا بُن)
۱۵/۹	۴۲	۱۰. کارانه
۵۴/۹	۱۴۵	۱۱. غذا
۱۶/۳	۴۳	۱۲. مسافرت داخلی
۱۰/۶	۲۸	۱۳. مسافرت خارجی
۱/۵	۴	۱۴. کمک برای بازآموزی تخصصی
۳	۸	۱۵. کمک برای ادامه تحصیل
۳۱/۴	۸۳	۱۶. متناسب بودن محل کار برای فعالیت روزنامه‌نگاری
۵/۳	۱۴	۱۷. بدون پاسخ

رضایت شغلی روزنامه‌نگاران

در اینجا به اولین و مهم‌ترین سؤال تحقیق در مورد میزان رضایت شغلی روزنامه‌نگاران پاسخ داده می‌شود. برای بررسی میزان رضایت شغلی روزنامه‌نگاران، از چند سؤال که معمولاً در همه تحقیقات مشابه برای سنجش رضایت شغلی پرسیده می‌شود، استفاده شد. ۲ سؤال نیز به عنوان

سؤالهای فرعی به کار رفت. از مجموع ۵ سؤال مربوط به متغیر وابسته، یعنی رضایت شغلی روزنامه‌نگاران، پاسخ ۳ سؤال اصلی در هم ادغام و ۲ سؤال فرعی دیگر نیز برای تشخیص خطای پاسخگویان در نظر گرفته شد.

پس از ادغام داده‌های ۳ سؤال اصلی رضایت شغلی در پرسشنامه: الف) «چقدر از شغل خود در تحریریه رضایت دارید؟»، ب) «تاکنون حرفه روزنامه‌نگاری تا چه حد انتظاراتی را که در زمان انتخاب آن داشتید برآورده کرده است؟» و پ) «اگر شغل بهتری به من پیشنهاد شود قبول می‌کنم»، به دلیل وجود بیش از ۲۵ درصد فراوانی مورد انتظار کمتر از ۵ در خانه‌های جدول، پاسخگویان را بر مبنای مقیاس لیکرت از ۱ تا ۳/۹۹ به گروه رضایت شغلی کم و از ۴ تا ۷ را به گروه رضایت شغلی زیاد تقسیم کردیم. با توجه به جدول شماره ۶، ۶۶/۳ درصد روزنامه‌نگاران مورد بررسی، در گروه رضایت شغلی زیاد قرار گرفته‌اند.

جدول شماره ۶. توزیع رضایت شغلی روزنامه‌نگاران مورد بررسی

رضایت شغلی	فراوانی	درصد
کم	۷۵	۲۸/۴
زیاد	۱۷۵	۶۶/۳
بدون پاسخ	۱۴	۵/۳

– «اگر یکی از نزدیکان شما به حرفه روزنامه‌نگاری علاقه‌مند شود و بخواهد آن را به عنوان شغل خود انتخاب کند، به او چه پیشنهاد می‌کنید؟» (فرض بر این است که اگر فرد رضایت کافی از شغل خود داشته باشد، به طور طبیعی آن را به نزدیکان خود نیز توصیه می‌کند). طبق جدول شماره ۷، بیشترین تعداد روزنامه‌نگاران، یعنی ۴۷ درصد آنان، در پاسخ به این سؤال دچار تردید هستند و نمی‌دانند چه احساسی نسبت به شغل خود دارند، یا اینکه تمایلی به ابراز نظر خود ندارند. با این حال ۲۸/۸ درصد روزنامه‌نگاران این شغل را به دیگران توصیه می‌کنند که نشان‌دهنده رضایت آنان از شغل خود است.

جدول شماره ۷. توزیع فراوانی پیشنهاد حرفه روزنامه‌نگاری به نزدیکان

پاسخ	فراوانی	درصد
حتماً این شغل را به او توصیه می‌کنم	۷۶	۲۸/۸
او را از این شغل باز می‌دارم	۵۴	۲۰/۵
مطمئن نیستم	۱۲۴	۴۷
بدون پاسخ	۱۰	۳/۸

به عبارت دیگر در مجموع، ۷۵/۸ درصد، یعنی حدود سه چهارم روزنامه‌نگاران مورد بررسی عدم رضایتی از این حرفه اظهار نکرده‌اند.

«اگر هم اکنون امکان آن را داشته باشید که بدون هیچ محدودیتی هر شغلی را که مایلید انتخاب نمایید، چه می‌کنید؟» (فرض بر این است که اگر پاسخ‌دهنده، خوشنودی کافی از شغل خود داشته باشد، مجدداً همین شغل را انتخاب خواهد کرد).

جدول شماره ۸. توزیع فراوانی انتخاب شغل دیگر

پاسخ	فراوانی	درصد
مجدداً همین شغل را انتخاب می‌کنم	۸۵	۳۲/۲
شغل دیگری انتخاب می‌کنم	۸۴	۳۱/۸
مطمئن نیستم	۸۸	۳۳/۳
بدون پاسخ	۷	۲/۷

جدول شماره ۸ نشان می‌دهد که توزیع تعداد پاسخگویان هر گزینه (بغیر از بدون پاسخها) تقریباً برابر است. ۳۲/۲ درصد از آنان مجدداً همین شغل را انتخاب می‌کنند و در اینجا نیز حدود دوسوم پاسخگویان عدم رضایتی از این حرفه اعلام نکرده‌اند.

«اگر می‌خواستید شغل دیگری انتخاب کنید، کدام یک از موارد ذیل مورد نظرتان بود؟»

۶۷/۸ درصد کل روزنامه‌نگاران مورد بررسی، یکی از ۷ شغل مذکور را طبق جدول شماره ۹ انتخاب کرده‌اند:

جدول شماره ۹. توزیع فراوانی انتخاب شغل دیگری بغیر از روزنامه‌نگاری

درصد	فراوانی	شغل
۲۹/۵	۷۸	معلم
۹/۵	۲۵	قاضی
۸/۷	۲۳	نماینده مجلس
۸/۳	۲۲	پزشک
۶/۱	۱۶	مقاطعہ کار ساختمان
۵/۳	۱۴	جواهر فروش
۰/۴	۱	معاملات اتومبیل
۳۲/۲	۸۵	بدون پاسخ

طبق جدول فوق، روزنامه‌نگاران با توجه به منزلت اجتماعی، مشاغل را انتخاب کرده‌اند. یعنی بیشترین تعداد ۲۹/۵ درصد شغل معلمی را ترجیح داده‌اند و پس از آن با تفاوت زیادی، به ترتیب ۹/۵ درصد شغل قضاوت، ۸/۷ درصد نمایندگی مجلس، ۸/۳ درصد پزشکی، ۶/۱ درصد مقاطع کاری ساختمان، ۵/۳ درصد جواهرفروشی و تنها ۰/۴ درصد (یعنی یک نفر) معاملات اتومبیل را انتخاب کرده‌اند. به عبارت دیگر ۵۶ درصد روزنامه‌نگاران، پس از شغل خود، مشاغل معلمی، قضاوت، نمایندگی مجلس و پزشکی را که دارای تشخیص اجتماعی، استقلال حرفه‌ای و امنیت شغلی نسبتاً زیادی هستند، ترجیح می‌دهند و تنها ۱۱/۸ درصد آنان به پولساز بودن مشاغل توجه داشته و مقاطع کاری ساختمان، جواهرفروشی و معاملات اتومبیل را انتخاب کرده‌اند.

اعضای تحریریه به ترتیب به ۸ گروه تقسیم شدند: ۱. سردبیر، به عنوان بالاترین مقام تحریریه؛ ۲. دبیر بررسی، شامل عناوین: دبیر سرویس، ادیتور، دبیربخش، دبیر خبر؛ ۳. معاون دبیر سرویس شامل: معاون دبیر سرویس معاون دبیر خبر ۴. نویسنده، شامل: نویسنده، طنز نویس، ستون نویس؛ ۵. گزارشگر؛ ۶. خبرنگار، شامل: خبرنگار، روزنامه‌نگار، سرویس خبر، کارمند خبر،

عضو هیئت تحریریه؛ ۷. تنظیم کننده خبر شامل تنظیم کننده خبر، مترجم، سرویس خبر؛ ۸. سایر شامل: مشاور، کارشناس آرشیو، مصحح، طراح، عکاس، متصدی امور روابط عمومی، مسئول ماکت.

با توجه به کای اسکوتر به دست آمده؛ با ۹۵ درصد اطمینان می توان گفت که بین دو متغیر رضایت شغلی روزنامه نگاران و سمت و وظیفه آنان در تحریریه رابطه معنی داری وجود دارد. به عبارت دیگر، رضایت شغلی روزنامه نگاران به سمت و وظیفه آنان در تحریریه بستگی دارد. پس ارتقای شغلی در حرفه روزنامه نگاری نیز مانند مشاغل دیگر می تواند باعث احساس پیشرفت و افزایش مهارت در روزنامه نگاران شود و این می تواند انگیزه و عاملی باشد برای تلاش بیشتر که در نهایت رضایت شغلی به همراه دارد. با توجه به جدول شماره ۱، سردبیران و معاونین دبیران سرویس، بدون استثنا همگی دارای رضایت شغلی زیاد هستند.

رضایت شغلی و تشخیص اجتماعی روزنامه نگاران

شاخص تشخیص اجتماعی روزنامه نگاران در این تحقیق با ادغام و همسو کردن ۴ سؤال (گویه) ذیل به دست آمد:

۱. مسئولان دولتی برای روزنامه نگاران احترام، شخصیت و اعتبار قائل اند.
۲. مدیران و مسئولان سازمانها و مؤسسات خبری کشور برای روزنامه نگاران، احترام، شخصیت و اعتبار قائل اند.
۳. مردم با دانستن اینکه شما روزنامه نگار هستید، احترام خاصی برایتان قائل می شوند.
۴. روزنامه نگاران در بسیاری مواقع ناگزیرند شغل و حرفه خود را پنهان کنند، تا از زخم زبانها، تمسخرها و گوشه و کنایه ها در امان باشند.

با توجه به مقدار کای اسکوتر به دست آمده، در سطح اطمینان ۹۹ درصد می توان گفت که رضایت شغلی روزنامه نگاران با تشخیص اجتماعی آنان رابطه دارد. جدول شماره ۱۱ نشان می دهد که از مجموع ۲۶۴ روزنامه نگاران مورد بررسی، ۶۶/۸ درصد یعنی حدود دو سوم آنان معتقدند که حرفه روزنامه نگاری دارای منزلت شغلی و تشخیص اجتماعی زیاد است و این احساس می تواند از احترام و تشخیصی ناشی شود که جامعه به سبب اهمیت این حرفه و

مسئولیت‌های روزنامه‌نگاران برای آنان قائل است و همین امر باعث می‌شود برای روزنامه‌نگاران، احساس رضایت شغلی پدید آید.

جدول شماره ۱۰. رابطه بین رضایت شغلی از حرفه روزنامه‌نگاری و

سمت روزنامه‌نگاران در تحریریه

جمع	کم	زیاد	رضایت شغلی	سمت در تحریریه
				۱. سردبیر
۸	۰	۸	تعداد	
۳/۳	۰	۱۰۰	درصد سطری	
	۰	۴/۷	درصد ستونی	
				۲. دبیر سرویس
۶۰	۱۵	۴۵	تعداد	
۲۴/۶	۲۵	۷۵	درصد سطری	
	۲۰/۵	۲۶/۳	درصد ستونی	
				۳. معاون دبیر سرویس
۷	۰	۷	تعداد	
۲/۹	۰	۱۰۰	درصد سطری	
	۰	۴/۱	درصد ستونی	
				۴. نویسنده
۲۰	۲	۱۸	تعداد	
۸/۲	۱۰/۰	۹۰/۰	درصد سطری	
	۲/۷	۱۰/۵	درصد ستونی	
				۵. گزارش نویس
۲۰	۶	۱۴	تعداد	
۸/۲	۳۰/۰	۷۰/۰	درصد سطری	
	۸/۲	۸۲/۰	درصد ستونی	
				۶. خبرنگار
۹۱	۳۷	۵۴	تعداد	
۳۷/۳	۴۰/۷	۵۹/۳	درصد سطری	
	۵۰/۷	۳۱/۶	درصد ستونی	
				۷. تنظیم کننده خبر
۱۷	۷	۱۰	تعداد	
۷/۰	۴۱/۲	۵۸/۸	درصد سطری	
	۹/۶	۵/۸	درصد ستونی	
				۸. سایر
۲۱	۶	۱۵	تعداد	
۸/۶	۲۸/۴	۷۱/۴	درصد سطری	
	۸/۲	۸/۸	درصد ستونی	
				جمع

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱ صندوق پستی: ۶۵۹۷-۱۵۸۷۵

www.rasaneh.org

Email: info@rasaneh.org

تلفن: ۸۸۷۳۰۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷، دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷

تعداد	۱۷۱	۷۳	۲۴۴
درصد	۷۰/۱	۲۹/۹	۱۰۰

$$\chi^2 = 16/93, df=7, P < 0/05$$

جدول شماره ۱۱. رابطه رضایت شغلی از حرفه روزنامه‌نگاری و تشخیص اجتماعی روزنامه‌نگاران

تشخیص اجتماعی	رضایت شغلی	زیاد	کم	جمع
۱. زیاد				
تعداد		۱۲۵	۳۶	۱۶۱
درصد سطری		۷۷/۶	۲۲/۴	۶۶/۸
درصد ستونی		۷۴/۴	۴۹/۳	
۲. کم				
تعداد		۴۳	۳۷	۸۰
درصد سطری		۵۳/۸	۴۶/۳	۳۳/۲
درصد ستونی		۲۵/۶	۵۰/۷	
جمع				
تعداد		۱۶۸	۷۵	۳۴۱
درصد		۶۹/۷	۳۰/۳	۱۰۰

$$\chi^2 = 13/3, df=1, P < 0/001$$

رضایت شغلی و روابط روزنامه‌نگاران در تحریریه با توجه به کای اسکور به دست آمده، در سطح اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که بین رضایت شغلی از حرفه روزنامه‌نگاری و روابط روزنامه‌نگاران در تحریریه رابطه وجود دارد. یعنی میزان رضایت شغلی روزنامه‌نگاران به چگونگی روابط بین روزنامه‌نگاران در تحریریه، از نظر صمیمیت و دوستی، وابسته است. در مجموع ۸۲/۲ درصد روزنامه‌نگاران روابط صمیمانه‌ای در تحریریه دارند و ۷۵/۴ درصد از این عده، رضایت شغلی زیادی اظهار داشته‌اند.

جدول شماره ۱۲. رابطه رضایت شغلی از حرفه روزنامه‌نگاری و

روابط روزنامه‌نگاران در تحریریه

جمع	کم	زیاد	رضایت شغلی	رابطه با همکاران
				۱. صمیمانه
	۱۹۹	۴۹	۱۵۰	تعداد
۸۲/۲	۲۴/۶	۷۵/۴		درصد سطری
	۶۷/۱	۸۸/۸		درصد ستونی
				۲. غیرصمیمانه
	۴۳	۲۴	۱۹	تعداد
۱۷/۸	۵۵/۸	۴۴/۲		درصد سطری
	۳۲/۹	۱۱/۲		درصد ستونی
				جمع
	۲۴۲	۷۳	۱۶۹	تعداد
۱۰۰	۳۰/۲	۶۹/۸		درصد

$$\chi^2 = 1/49, df = 1, P < 0/001$$

رضایت شغلی و امنیت حرفه‌ای روزنامه‌نگاران
 باتوجه به کای اسکوئر به دست آمده با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که بین رضایت شغلی
 از حرفه روزنامه‌نگاری و احساس امنیت حرفه‌ای روزنامه‌نگاران رابطه معنی‌داری وجود دارد و
 طبق جدول شماره ۱۳، ۸۴/۸ درصد روزنامه‌نگاران احساس امنیت شغلی کمی ابراز کرده‌اند و
 در میان آنان، ۹۲/۹ درصد احساس رضایت شغلی کم دارند. این مسئله ضرورت و اهمیت ایجاد
 امنیت حرفه‌ای لازم برای روزنامه‌نگاران را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱۳. رابطه رضایت شغلی از حرفه روزنامه‌نگاری و
 تشخیص اجتماعی روزنامه‌نگاران

جمع	کم	زیاد	رضایت شغلی	امنیت حرفه‌ای
				۱. زیاد
	۵	۳۰	۳۵	تعداد
۱۵/۲	۱۴/۳	۸۵/۷		درصد سطری
	۷/۱	۱۸/۶		درصد ستونی
				۲. کم
	۶۵	۱۳۱	۱۹۶	تعداد
۸۴/۸	۳۳/۲	۶۶/۸		درصد سطری
	۹۲/۹	۸۱/۴		درصد ستونی
				جمع
	۷۰	۱۶۱	۲۳۱	تعداد

$$\chi^2 = 4/15, df = 1, P < 0/05$$

رابطه رضایت شغلی روزنامه‌نگاران و وظایف و نقشهای اجتماعی آنان
باتوجه به کای اسکوئر به دست آمده، با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که بین متغیرهای
رضایت شغلی و نقش و وظایف اجتماعی روزنامه‌نگاران رابطه وجود دارد. نیمی از
روزنامه‌نگاران معتقدند که وسایل ارتباط جمعی و از جمله روزنامه‌نگاران در انجام وظایف و
نقشهای اجتماعی خود موفق بوده‌اند. در حالی که نیمی دیگر، خلاف این نظر را دارند.

جدول شماره ۱۴. رابطه رضایت شغلی از حرفه روزنامه‌نگاری و نقش و وظایف اجتماعی روزنامه‌نگاران

رضایت شغلی		زیاد	کم	جمع
ایفای نقش و وظایف اجتماعی روزنامه‌نگاران				
۱. زیاد				
تعداد	۹۰	۲۲	۱۱۲	
درصد سطری	۸۰/۴	۱۹/۶	۵۰/۰	
درصد ستونی	۵۸/۱	۳۱/۹		
۲. کم				
تعداد	۴۷	۶۵	۱۱۲	
درصد سطری	۴۲/۰	۵۸/۰	۵۰/۰	
درصد ستونی	۶۸/۱	۴۱/۹		
جمع				
تعداد	۱۵۵	۶۹	۱۲۴	
درصد	۶۹/۲	۳۰/۸	۱۰۰	

$$\chi^2 = 12.06, df = 1, P < 0.01$$

سؤال باز پرسشنامه

- از روزنامه‌نگاران سؤال شد: «به عقیده شما، چه عواملی می‌تواند در رضایت شغلی شما از حرفه روزنامه‌نگاری تأثیر داشته باشد؟» و اکثر روزنامه‌نگاران همان متغیرهای موردنظر در تحقیق را مطرح کردند، ولی تعدادی از آنان مسائلی تحت عناوین ذیل را عنوان کردند.
- آموزش و ارتقای سطح دانش و آگاهی عمومی و تخصصی روزنامه‌نگاران؛
 - آزادی قلم و فضای باز تضارب‌آرا و افکار؛
 - وجود تشکلهای صنفی و حرفه‌ای؛
 - مدیریت مناسب و تشویق و حمایت آن از روزنامه‌نگاران؛
 - اهمیت قائل شدن مسئولین برای این حرفه؛

- قانونمند و نهادینه کردن این حرفه در کشور؛
- بالا بردن سطح آگاهی و ایجاد قدرت تحلیل در مخاطبان؛
- توجه به تواناییها، مهارت تخصصی، لیاقت و شایستگی‌ها در گزینش دبیران و سردبیران؛
- اشتغال افراد متعهد به حرفه روزنامه‌نگاری و حرمت قلم؛
- وجدان کاری؛
- تداوم خط‌مشی روشن و صریح در تحریریه؛
- تبیین جایگاه خبرنگار در جامعه؛
- توفیق در جذب مخاطب بیشتر؛
- تقسیم کار عادلانه؛
- کم شدن ساعات کار؛
- رفع تبعیض در تحریریه؛
- احساس مفید بودن؛
- امکان دستیابی به منابع خبری بیشتر برای تهیه مطالب خبری؛
- این سخن بگذار تا وقت دگر.

نگرش روزنامه‌نگاران نسبت به حرفه روزنامه‌نگاری

برای بررسی نگرش روزنامه‌نگاران نسبت به حرفه روزنامه‌نگاری، با استفاده از ۳۶ گویه پرسشنامه، نظر ۱۰۹ پاسخگو در مقیاس لیکرت با پیوستار ۷ درجه‌ای مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. با استفاده از ماتریس داده‌ها، ضریب همبستگی پیرسن بین روزنامه‌نگاران محاسبه شده و تحلیل عاملی با چرخش «واریماکس» صورت گرفته است. براساس مقادیر بار عاملی، روزنامه‌نگاران به دو گونه تفکیک شده‌اند: ۸۰ نفر در گونه اول و ۲۹ نفر در گونه دوم. مقدار واریانس کلی، برابر ۴۸/۵۲ درصد است. روزنامه‌نگاران گونه اول ۴۰/۴۶ درصد واریانس و روزنامه‌نگاران گونه دوم ۸/۰۶ درصد واریانس را به خود اختصاص داده‌اند. برای هرگونه روزنامه‌نگاران، نمرات استاندارد (Z, score) محاسبه شد. تفاوت نمرات استاندارد بیش از +۱ و یا کمتر از -۱ به عنوان معیار تمایز بین دوگونه روزنامه‌نگاران در نظر گرفته شد. بنابراین، هر گویه که دارای نمره استاندارد بیشتر از +۱ است، بیانگر موافقت بیشتر است و نمره استاندارد هر گویه که کمتر از -۱

است، دلالت بر مخالفت بیشتر دارد. در جایی که تفاوت نمرات استاندارد دوگونه روزنامه‌نگاران بین +۱ و -۱ است، تفاوت محسوسی بین نظریات دوگونه وجود ندارد، این گویه‌ها را «مورد توافق» می‌نامند و گویه‌هایی که تفاوت نمرات استاندارد دوگونه در مورد آنها بیشتر از +۱ و یا کمتر از -۱ باشد، گویه‌های «مورد اختلاف» نامیده می‌شوند.

گویه‌های مورد توافق

جدول شماره ۱۵ گویه‌هایی را که تفاوت میانگین نمرات استاندارد بین دوگونه روزنامه‌نگار کمتر از +۱ یا بیشتر از -۱ است، نشان می‌دهد. از ۳۶ گویه مورد نظر، ۲۵ گویه مورد توافق دوگونه روزنامه‌نگار بوده است.

جدول شماره ۱۵

شماره گویه توصیف گویه‌های مورد توافق دو گونه روزنامه‌نگار	میانگین نمرات Z
در پرسشنامه	
روزنامه‌نگار همچون نماینده مجلس، باید در زمینه کار، حرفه و وظایف	
۲۰ اجتماعیش دارای مصونیت قانونی و امنیت شغلی باشد و نتوان او را به خاطر انجام وظیفه تحت پیگرد و بازخواست قرار دارد.	۲/۳۰
حاکمیت مقررات کلی قانون کار بر شغل و حرفه روزنامه‌نگاری مناسب	
۱۹ نیست و باید قوانین خاصی برای حمایت از استقلال حرفه‌ای و رعایت ویژگی‌های شغلی آنان وضع شود.	۱/۷۶
مقامات دولتی فقط یک خبرگزاری را به عنوان کانال اعلام خبرهای خود	
انتخاب می‌کنند و میانه خوبی با خبرنگاران و وسایل ارتباط جمعی ندارند و این مسئله تا حدود زیادی باعث یکدستی، عدم تنوع و داشتن نگاه یکسان	۱/۴۴

۱/۲۹	به مطالب و مسائل و تکرار مشابهت‌های کسب‌کننده برای مردم می‌شوند. هرچه مقام و منصب مسئولان کشوری بالاتر باشد، تهیه اخبار در مورد آنان به دقت و توجه بیشتری نیاز دارد.	۴۳
۰/۷۰	روزنامه‌نگاران ایرانی در توسعه فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، و سیاسی کشور نقش مؤثری دارند. روزنامه‌نگاران قادرند با مطرح کردن پدیده‌ها، دیدگاهها و دانشهای گوناگون که دایم در حال تغییرند، وسیله انطباق مخاطبان را با ارزشها و نگرشهای جدید فراهم سازند و آنان را به یکدیگر پیوند دهند.	۵۱
۰/۶۵	مردم با دانستن اینکه شما روزنامه‌نگار هستید، احترام خاصی برایتان قائل می‌شوند	۴۶
۰/۱۹	روزنامه‌نگاران قادر و مجازند با استقلال کامل و نه به صورت تحمیلی، در گزینش، تهیه و تنظیم اخبار، گزارشها و انعکاس واقعیتها، عمل کنند.	۲۲
۰/۱۸	تنگ‌نظری‌ها و نگرشهای نادرست همکاران باعث بی‌علاقگی به حرفه روزنامه‌نگاری است.	۲۴
۰/۱۷	مدیران و مسئولان سازمانها و مؤسسات خبری کشور برای روزنامه‌نگاران احترام، شخصیت و اعتبار قائل هستند.	۱۸

ادامه جدول شماره ۱۵

میانگین	شماره‌گویه توصیف گویه‌های مورد توافق دو گونه روزنامه‌نگار
نمرات Z	درپرسشنامه

۰/۱۱	روزنامه‌نگاران در شکل دادن افکار عمومی و تقویت روح همبستگی جمعی موفق‌اند	۳۲
	روزنامه‌نگاران، اطلاعات و آگاهیهای لازم را برای شناخت محیط اطراف و	۲۸

	واقعیتهای را، برای کمک به تصمیم‌گیری مناسب، در اختیار مخاطبان خود ۰/۰۸ (مردم) قرار می‌دهند.	
۲۶	بهترین دوستان من همکاران روزنامه‌نگارم هستند. ۰/۰۷	
۳۶	روزنامه‌نگاران، دانش و تخصص لازم برای تجزیه و تحلیل وقایع را دارند و می‌توانند با ارزیابی واقع‌بینانه اطلاعات، نارساییها را به نقد بکشند و راه‌حل ارائه دهند. ۰۰/۰۰	
۲۳	مسئولان دولتی برای روزنامه‌نگاران احترام، شخصیت و اعتبار بالایی قایل‌اند. ۰/۰۱-	
۳۷	وسایل ارتباط جمعی نقش اجتماعی خود را در ارائه مطالب سرگرم‌کننده به مردم، برای گذراندن اوقات فراغتشان، به خوبی ایفا می‌کنند. ۰/۴۰-	
۳۰	روزنامه‌نگاران وظیفه اجتماعی نظارت بر عملکرد دولت و ارگانهای اجرایی را به نمایندگی از طرف مردم به‌عنوان وجدان بیدار آنان و انعکاس افکار ۰/۴۴- عمومی، به خوبی انجام می‌دهند.	
۴۲	روزنامه‌نگاران پیوسته اصل بیطرفی کامل و تأثیر ندادن احساسات، پیش‌داوری‌ها، تمایلات و علاقه‌های شخصی را در کسب و انتشار اخبار، ۰/۴۶- رعایت می‌کنند	
۲۷	قانون مطبوعات کشور فعالیت آزاد و متنوع روزنامه‌نگاران را در عرصه ۰/۵۷- روزنامه‌نگاری تضمین کرده است.	
۳۴	روزنامه‌نگاران نقش اجتماعی خود را به‌عنوان رکن چهارم دموکراسی، که یک ۰/۶۱- عرف جهانی محسوب می‌شود، به‌طور کامل ایفا می‌کنند.	
۴۰	وسایل ارتباط جمعی ایران در انجام وظایف جمع‌آوری، تدوین و انتقال اطلاعات و تأمین نیازهای خبری مخاطبان در زمینه‌های مختلف، موفق ۰/۶۱- هستند.	
۴۵	وسایل ارتباط جمعی ایران، در جلب اعتماد و ایجاد اطمینان در مردم ۰/۷۸- نسبت به خود، موفق هستند.	
۵۰	روزنامه‌نگاران مان، مصونیت شغلی لازم را برای انجام وظایف حرفه‌ای خود ۰/۸۴- دارند.	
۴۷	خبرنگاران از حق دستیابی آزاد به منابع گوناگونی خبری برخوردارند. ۰/۹۴-	
۲۵	حقوقی که از مؤسسه یا سازمان خبری مطبوع خود دریافت می‌کنید، تأمین‌کننده ۱/۷۷-	

باتوجه به ترتیب گویه‌ها در این جدول، روزنامه‌نگاران اعتقاد دارند که در زمینه حرفه و وظایف اجتماعی، آنان باید همچون نمایندگان مجلس، دارای مصونیت قانونی و امنیت شغلی باشند و نتوان آنان را به خاطر انجام وظیفه تحت پیگرد و بازخواست قرارداد. به عبارت دیگر، روزنامه‌نگاران معتقدند که باید دارای امنیت حرفه‌ای کامل باشند تا بتوانند وظایف خود را به طور کامل انجام دهند.

روزنامه‌نگاران حاکمیت و مقررات کلی قانون کار را بر حرفه روزنامه‌نگاری مناسب نمی‌بینند و اعتقاد دارند باید قوانین خاصی برای حمایت از استقلال حرفه‌ای و ویژگیهای شغلی آنان وضع شود. چرا که حرفه روزنامه‌نگاری باتوجه به خصوصیات خاص خود، قوانین خاصی را می‌طلبد. روزنامه‌نگاران معتقدند که باید به مجراهای مختلف خبری دسترسی داشته باشند، تا یکنواختی و عدم تنوع در اخبار رسانه‌ها از بین برود و اینکه مقامهای دولتی فقط از طریق یک خبرگزاری خبرهای خود را اعلام می‌کنند، باعث تکرار و مشابهت مطالب در رسانه‌ها و ایجاد حالت کسل‌کنندگی در مخاطبان می‌شود.

در نظر روزنامه‌نگاران، هرچه مقام و منصب مسئولان کشوری بالاتر باشد، تهیه اخبار در مورد آنان به دقت و توجه بیشتری نیاز دارد، یعنی به دلیل نبود امنیت و استقلال حرفه‌ای لازم، روزنامه‌نگاران باتوجه به هرم قدرت، ملاحظات خاصی را نیز به عمل می‌آورند.

روزنامه‌نگاران معتقدند که در توسعه فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشور، نقش مؤثری دارند و قادرند با مطرح کردن پدیده‌ها، دیدگاهها و دانشهای گوناگون، وسیله انطباق مخاطبان را با ارزشها و نگرشهای جدید فراهم سازند و آنان را به یکدیگر پیوند دهند، که این می‌تواند نشانه اعتماد به نفس آنان نسبت به خود و حرفه‌شان باشد.

به طور کلی می‌توان گفت باتوجه به ردیف گویه‌ها، روزنامه‌نگاران معتقدند: اگر امنیت استقلال و حقوق حرفه‌ای آنان به وسیله قوانین خاص و منطبق با حرفه روزنامه‌نگاری پشتیبانی و از سوی مقامهای دولتی رعایت شود، خواهند توانست به ایفای نقش و وظایف و مسئولیتی که نسبت به جامعه خود دارند، به طور کامل بپردازند.

گویه‌های مورد اختلاف

از میان ۳۶ گویه مورد نظر، دو گونه روزنامه‌نگار نسبت به مضمون ۱۱ گویه نظریات متفاوتی داشته‌اند. با نگاهی به موارد اختلاف بین دو گونه، به نظر می‌رسد روزنامه‌نگارانی که در گونه اول قرار گرفته‌اند، اعتقاد دارند که پرداخت حقوق و دستمزد در سازمانهای خبری مناسب نیست، امنیت حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و حمایت و پشتیبانی قانون از آنان وجود ندارد. این موضوع نشان‌دهنده نارضایتی آنان از وضعیت موجود در حرفه روزنامه‌نگاری و تمایل آنان به تغییر و اصلاح وضع موجود است.

جدول شماره ۱۶

شماره گویه در پرسشنامه	گونه اول	گونه دوم	تفاوت
۲۹	نظام پرداخت حقوق و دستمزد اعضای تحریریه محل اشتغال شما، از هیچ نظم و قاعده خاصی تبعیت نمی‌کند. روزنامه‌نگاران در بسیاری از مواقع ناگزیرند شغل و حرفه‌شان را پنهان کنند تا از زخم زبان‌ها، تمسخرها و گوشه و کنایه‌ها در امان باشند.	۰/۹۵۹	۱/۳۷۸ - ۲/۳۳۸
۴۸	پنهان کنند تا از زخم زبان‌ها، تمسخرها و گوشه و کنایه‌ها در امان باشند.	۰/۰۷۰	۱/۸۸۴ - ۱/۹۵۴
۵۳	در موقع تهیه مطلب و کار در تحریریه با همکارانم برخورد عصبی دارم	۰/۸۴۲	۲/۶۹۵ - ۱/۸۵۳
۳۸	روزی که احساس عدم امنیت شغلی و ترس از عواقب عملکردهای حرفه‌ای خود، از بیان حقایق و ارائه	۱/۳۶۴	۰/۴۰۵ -

۱/۷۷۰

دیدگاهها خودداری می کنند و به خودسانسوری متوسل می شوند. در مواردی خبرنگاران و سایر روزنامه نگاران به خاطر تهیه و انتشار اخبار و گزارشهایی، پس از چاپ آنها از سوی مدیران رسانه های جمعی موأخذه شده و تحت فشار قرار گرفته اند و تنزل درجه	۳۳	۰/۹۸۲	۰/۵۷۹
	۱/۵۶۰		
یافته و در مواردی از تحریریه ها اخراج یا به قسمتهای اداری فرستاده شده اند.	۴۴	۱/۶۰۷	۰/۴۱۷
	۱/۱۹۱		
برابر تخلفهایی که ممکن است از جانب مقامات دولتی علیه آنها سربزند، از تعرض مصون بمانند و حقوق قانونی آنان حفظ شود.	۴۹	۱/۱۰۷	۰/۰۳۷
	۱/۰۷۰		
روزنامه نگاران دقیقاً مشخص نیست و به این ترتیب سرنوشت افراد به سلیقه شخص قضات محاکم سپرده شده است.	۲۴	۰/۶۷۵	۰/۳۲۴
	۱/۰۰۰		
به حرفه روزنامه نگاری است.	۳۹	۱/۰۵۰	۰/۰۹۰
	۱/۱۴۰		
جامعه را به پویایی، حرکت، آفرینندگی مشارکت برمی انگیزد. هیچ مقام دولتی و غیردولتی، برای چاپ یا عدم چاپ مطلب یا مقاله، درصدد اعمال فشار به روزنامه نگاران بر نمی آید و به	۳۵	۱/۲۱۷	۰/۲۲۵
	۱/۴۴۱		
سانسور و کنترل آنان مبادرت نمی کند.	۳۱	۱/۰۲۴	۰/۵۴۲
	۱/۵۶۶		
به آزادی بیان و اندیشه روزنامه نگاران حرمت گذاشته می شود.			

عبارات بالا و پایین گونه اول، یعنی عباراتی که مورد موافقت و مخالفت گونه اول است در جدول شماره ۱۷ نشان داده شده است.

جدول شماره ۱۷

میانگین	شماره گویه توصیف گویه‌های مورد توافق و اختلاف گونه اول
نمرات Z	درپرسشنامه
	روزنامه‌نگار همچون نماینده مجلس، باید در زمینه کار، حرفه و وظایف
۲۰	اجتماع‌عیش دارای مصونیت قانونی و امنیت شغلی باشد و نتوان او را به خاطر ۲/۰۲ انجام وظیفه تحت پیگرد و بازخواست قرار داد.
	حاکمیت مقررات کلی قانون کار بر شغل و حرفه روزنامه‌نگاری مناسب
۱۹	نیست و باید قوانین خاصی برای حمایت استقلال حرفه‌ای و رعایت ۱/۸۹ ویژگیهای شغلی آنان وضع شود.
	قانون، آن چنان که باید، از روزنامه‌نگاران حمایت نمی‌کند تا در برابر
۴۴	تخلفهایی که ممکن است از جانب مقامات دولتی علیه آنها سر بزنند، از ۱/۶۱ تعرض مصون بمانند و حقوق قانونی آنان حفظ شود.
	مقامات دولتی فقط یک خبرگزاری را به عنوان کانال اعلام خبرهای خود
۲۱	انتخاب می‌کنند و میانه خوبی با خبرنگاران و وسایل ارتباط جمعی ندارند و ۱/۶۱ این مسئله تا حدود زیادی باعث یکدستی، عدم تنوع و داشتن نگاه یکسان به مطالب و مسائل و تکرار مشابهت‌های کسب‌کننده برای مردم می‌شود.
	روزنامه‌نگاران به دلیل احساس عدم امنیت شغلی و ترس از عواقب
۳۸	عملکردهای حرفه‌ای خود، از بیان حقایق و ارائه دیدگاه‌ها خودداری می‌کنند ۱/۳۶ و به خودسانسوری متوسل می‌شوند.
۴۳	هرچه مقام و منصب مسئولان کشوری بالاتر باشد، تهیه اخبار در مورد آنان به دقت و توجه بیشتری نیاز دارد.
	در قانون مطبوعات، در بیشتر موارد، نوع و میزان مجازات تخلف روزنامه-
۴۹	نگاران دقیقاً مشخص نیست و به این ترتیب سرنوشت افراد به سلیقه قضات ۱/۱۱

محاكم سپرده شده است.

- ۴۷ خبرنگاران از حق دستیابی آزاد به منابع گوناگون خبری برخوردارند. ۱/۰۰-
۳۱ اختناق و سانسور در وسایل ارتباط جمعی عملاً وجود ندارد و به آزادی
بیان و اندیشه روزنامه‌نگاران حرمت گذاشته می‌شود.
۳۴ روزنامه‌نگاران نقش اجتماعی خود را به‌عنوان رکن چهارم دموکراسی، که
یک عرف جهانی محسوب می‌شود، به‌طور کامل ایفا می‌کنند.

ادامه جدول شماره ۱۷

شماره گویه توصیف گویه‌های مورد توافق و اختلاف گونه اول	میانگین
در پرسشنامه	نمرات Z

- ۳۹ حرفه روزنامه‌نگاری در ایران زنده و فعال است و فضای فکری جامعه را به
پویایی، حرکت، آفرینندگی و مشارکت برمی‌انگیزد.
۴۵ وسایل ارتباط جمعی ایران در جلب اعتماد و ایجاد اطمینان در مردم نسبت ۱/۱۰-
به خود، موفق هستند.
هیچ مقام دولتی و غیردولتی، برای چاپ یا عدم چاپ مطلب یا مقاله، درصد
۳۵ اعمال فشار به روزنامه‌نگاران بر نمی‌آید و به سانسور و کنترل آنان مبادرت ۱/۲۲-
نمی‌کند.
۵۰ روزنامه‌نگاران ما مصونیت شغلی لازم را برای انجام وظایف حرفه‌ای خود دارند.
۱/۳۱-
۲۵ حقوقی که از مؤسسه یا سازمان خبری متبوع خود دریافت می‌کنید، تأمین—
۱/۷۰-

کننده هزینه‌های زندگی شماست.

در مقابل گونه اول، گونه دوم روزنامه‌نگاران اعتقاد دارند که از حقوق و دستمزد متناسب
تشخیص اجتماعی، روابط نامناسب با همکاران و امنیت حرفه‌ای لازم برخوردارند. حرفه
روزنامه‌نگاری زنده و فعال است و اختناق و سانسور در وسایل ارتباط جمعی وجود ندارد.

به عبارت دیگر، از شغل خود رضایت کامل دارند و خواستار ادامه و حفظ وضع موجود در حرفه روزنامه‌نگاری هستند. عبارات بالا و پایین گونه دوم، یعنی عباراتی که مورد توافق و مخالفت گونه دوم است در جدول شماره ۱۸ نشان داده شده است.

جدول شماره ۱۸

میانگین	شماره گویه توصیف گویه‌های مورد توافق و اختلاف گونه دوم
نمرات Z	در پرسشنامه
	روزنامه‌نگار همچون نماینده مجلس، باید در زمینه کار، حرفه و وظایف
۲/۵۸	اجتماعی‌داری مصونیت قانونی و امنیت شغلی باشد و نتوان او را به ۲/۵۸
	خاطر انجام وظیفه تحت پیگرد و بازخواست قرارداد.
	حاکمیت مقررات کلی قانون کار بر شغل و حرفه روزنامه‌نگاری مناسب نیست
۱/۶۳	و باید قوانین خاصی برای حمایت استقلال حرفه‌ای و رعایت ویژگیهای شغلی آنان وضع شود.

ادامه جدول ۱۸

میانگین	شماره گویه توصیف گویه‌های مورد توافق و اختلاف گونه دوم
نمرات Z	در پرسشنامه
۱/۳۳	هر چه مقام و منصب مسئولان کشوری بالاتر باشد، تهیه اخبار در مورد آنان ۱/۳۳
	به دقت و توجه بیشتری نیاز دارد.
	مقامات دولتی فقط یک خبرگزاری را به عنوان کانال اعلام خبرهای خود
۱/۲۶	انتخاب می‌کنند و میانه خوبی با خبرنگاران و وسایل ارتباط جمعی ندارند و ۱/۲۶
	این مسئله تا حدود زیادی باعث یکدستی، عدم تنوع و داشتن نگاه یکسان به مطالب و مسائل و تکرار مشابتهای کسب کننده برای مردم می‌شود.
۱/۱۳	روزنامه‌نگاران ایران در توسعه فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشور ۱/۱۳
	نقش مؤثری دارند.
	روزنامه‌نگاران قادرند، با مطرح کردن پدیده‌ها، دیدگاهها و دانشهای

دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها: تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوم پلاک ۱۱ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۶۵۹۷
 تلفن: ۸۸۷۳۵۴۳۹، ۸۸۷۳۰۴۱۳، ۸۸۷۳۰۴۷۷ دورنگار: ۸۸۷۳۰۴۷۷ Email: info@rasaneh.org www.rasaneh.org

- ۴۱ گوناگونی که دائم در حال تغییرند، وسیله انطباق مخاطبان را با ارزشها و ۱/۱۰ نگرشهای جدید فراهم سازند و آنان را به یکدیگر پیوند دهند.
- ۲۹ نظام پرداخت حقوق و دستمزد اعضای تحریریه محل اشتغال شما از هیچ ۱/۳۸- نظم و قاعده خاصی تبعیت نمی‌کند.
- ۲۵ حقوقی که از مؤسسه یا سازمان خبری متبوع خود دریافت می‌کنید، تأمین — ۱/۸۴- کننده هزینه‌های زندگی شماست.
- ۴۸ روزنامه‌نگاران در بسیاری از مواقع ناگزیرند شغل و حرفه‌شان را پنهان کنند ۱/۸۸- تا از زخم زبان‌ها، تمسخرها و گوشه و کنایه‌ها در امان باشند.
- ۵۳ در موقع تهیه مطلب و کار در تحریریه با همکارانم برخورد عصبی دارم. ۲/۷۰-

نتیجه

در این تحقیق که در خصوص رضایت شغلی روزنامه‌نگاران شاغل در تحریریه‌های نشریات روزانه و تحریریه بخشهای خبری رادیو و تلویزیون (صدا و سیما) ایران در سال ۱۳۷۲ انجام شد، نتایج ذیل به دست آمد:

ترکیب جمعیت روزنامه‌نگاران، جوان است، به طوری که ۷۳ درصد آنان کمتر از ۴۰ سال دارند. تعداد زنان شاغل در این حرفه کمتر از مردان است. اگرچه به نسبت تحقیق سالهای ۱۳۷۱ و ۱۳۷۰ تحصیلات دانشگاهی روزنامه‌نگاران به میزان ۳/۹ درصد افزایش نشان می‌دهد، ولی تعداد فارغ‌التحصیلان رشته علوم ارتباطات که تخصص حرفه‌ای لازم را در دانشگاه‌ها دیده باشند، هنوز کم است و فقط ۲۳/۱ درصد کل روزنامه‌نگاران را تشکیل می‌دهد. میانگین سابقه کار و تجربه حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، ۹/۲ سال است که به نسبت تحقیق سالهای ۷۱-۱۳۷۰، افزایشی معادل ۴/۵ سال نشان می‌دهد. با وجود این، با توجه به ۵۷/۲ درصد روزنامه‌نگاران دارای کمتر از ۱۰ سال سابقه و تجربه حرفه‌ای، هنوز در حرفه روزنامه‌نگاری خلا روزنامه‌نگاران با تجربه و حرفه‌ای مشاهده می‌شود.

با توجه به وضعیت اقتصادی و هزینه زندگی در ایران، حقوق و دستمزد روزنامه‌نگاران تأمین کننده نیازهای آنان نیست. از این گذشته، روزنامه‌نگاران از مزایای شغلی چندانی برخوردار نیستند. بیشتر روزنامه‌نگاران در محیط تحریریه نامناسب با فعالیت روزنامه‌نگاری مشغول به کارند

و بیشتر آنان معتقدند که استقلال و حقوق حرفه‌ای آنان تضمین نشده است و امنیت حرفه‌ای لازم را برای انجام وظایف خود ندارند.

با وجود این مسائل، اکثریت روزنامه‌نگاران از شغل خود رضایت دارند. این بررسی نشان داد که از بین ویژگیهای مختلف اجتماعی، فقط روابط صمیمانه با همکاران در تحریریه، تشخیص اجتماعی و نه روزنامه‌نگاری، سمت یا وظیفه روزنامه‌نگاران در تحریریه، ایفای نقش و وظایف اجتماعی حرفه روزنامه‌نگاری و امنیت حرفه‌ای روزنامه‌نگاری با رضایت شغلی آنان رابطه دارد. به عبارت دیگر به نظر می‌رسد که با وجود همه تنگناهای مادی و محدودیتهای مذکور در حرفه روزنامه‌نگاری، روزنامه‌نگاران به جنبه‌ها و ویژگیهای غیرمادی و معنوی حرفه خود یعنی نیازهای بلندمرتبه توجه بیشتری دارند. به همین دلیل، رضایت شغلی آنان می‌تواند با روابط صمیمی با همکاران تحریریشان، تشخیص اجتماعی حرفه روزنامه‌نگاری، سمت یا مقامی که در تحریریه دارند و ایفای نقش و وظایف اجتماعی‌ای که بر دوش دارند، رابطه داشته باشد. وقتی روزنامه‌نگار، شاهد چاپ یا پخش مقاله، مطلب، خبر، تیتراژ، یادداشت و ... خود در روزنامه یا رادیو و تلویزیون باشد، از انجام وظیفه خود، تحریریه‌ای که در آن مشغول به کار است، سمتی که در تحریریه به عهده دارد و به‌طور کلی از فعالیت در حرفه روزنامه‌نگاری، احساس خوشنودی و شغف می‌کند. از سوی دیگر، وقتی احساس می‌کند که برای انجام این وظایف، امنیت حرفه‌ای لازم را دارا نیست، دچار ناخوشنودی یا نارضایتی شغلی می‌شود.

اما در مورد استقلال و حقوق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران که در این تحقیق رابطه‌ای با رضایت شغلی آنان نشان نداد، باید بگوییم که ممکن است این امر از عدم آگاهی و اطلاع کامل، کافی و واقع‌بینانه روزنامه‌نگاران از وضعیت واقعی روزنامه‌نگاری در سایر نقاط جهان، وجود تعریف‌ها و سوء تعبیرهای مختلف از استقلال و حقوق حرفه‌ای در میان روزنامه‌نگاران، سرچشمه گرفته باشد. به هر حال، به نظر می‌رسد زمان آن فرارسیده باشد که همکاران، مسئولان، مدیران، سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و صاحبان وسایل ارتباط جمعی، به آموزش تخصصی و حرفه‌ای، افزایش حقوق و دستمزد و مزایای شغلی به نسبت تورم اقتصادی، ایجاد امنیت حرفه‌ای، تناسب محیط تحریریه برای فعالیت روزنامه‌نگاران، ایفای هرچه بهتر نقش و وظایف اجتماعی حرفه روزنامه‌نگاری، ارتقای حرفه‌ای در تحریریه‌ها بر مبنای لیاقت و شایستگی و از همه مهمتر، حقوق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران با تشکیل سندیکاها یا اتحادیه‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و وضع قوانین

خاص این حرفه، برای شناخته شدن روزنامه‌نگاری به عنوان یک حرفه مستقل با ویژگی‌های خاص و تضمین آزادیها و امنیت حرفه‌ای روزنامه‌نگاران توجه بیشتری داشته باشند و حرکت همه جانبه‌ای را برای بهبود وضعیت روزنامه‌نگاران در ایران آغاز کنند.

پیشنهادها

در پایان پیشنهاد می‌شود پژوهشگران آتی که علاقه‌مند به بررسی رضایت شغلی روزنامه‌نگاران هستند، تا حد امکان این موارد را مدنظر قرار دهند:

— بررسی روزنامه‌نگاران شاغل در خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران و واحد مرکزی خبر سازمان صدا و سیما، در صورت امکان دسترسی؛

— مقایسه رضایت شغلی روزنامه‌نگاران، از نظر سرویس یا حوزه فعالیت، شغل اول یا دوم بودن روزنامه‌نگاری برای پاسخگویان، تعداد ساعات اضافه کاری آنان، اهمیت تشکیلات صنفی حرفه روزنامه‌نگاری و شناخته شدن روزنامه‌نگاری به عنوان حرفه‌ای مستقل، شیوه مدیریتها؛

— استفاده از چند رابط یا واسطه برای توزیع پرسشنامه‌ها در میان روزنامه‌نگاران.

همچنین پیشنهاد می‌شود برای بهبود ساختاری شرایط حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، موارد ذیل در نظر گرفته شود:

— ایجاد تشکلهای صنفی روزنامه‌نگاری؛

— وضع قوانین مربوط به استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری؛

— تأمین و تحکیم آزادی فعالیت روزنامه‌نگاران، امنیت حرفه‌ای و دسترسی آزادانه آنان به منابع خبری و انتقال و انتشار آزادانه اخبار و گزارشها؛

— بهبود مدیریت مؤسسات ارتباط جمعی و مشارکت و همکاری روزنامه‌نگاران در اداره امور اقتصادی و تحریریه‌ای مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی.

پی‌نوشت‌ها

1. Arne L.Kallberg, "Work Values and work Rewards: A Theory of Job Satisfaction". *American Sociological Review*, Vol, 42 1977, pp. 124-143.
2. Jack Martin & George Miller, "Job Satisfaction and Absenteeism: Organizational, Individual and Job Related Correlates". *Work and Occupations*, Vol 3, 1986, p. R33-74.
3. James Price, *The Study of Turnerer* (Ames: Iowa state University Press, 1977), P. R. 52-55.

4. George pollard, "Profile of Canadian Newsworkers," *Journalism Quarterly* Vol. 66, 1989, pp.80-8.
5. George Pollard, "Social Attributes and Job Satisfation among Newsworkerd", *Gazette*, Vol, 52, 1994/pp. 143-208.
6. Barry M.Staw, N.E.Bell, and J.A. Clausen. "The Disposition Approach ti Job Attitudes, A life time Longitudianal Test". *Administrative Science Quarterty*. (March, 1986), pp. 56-77.
7. R.L. Kohn. "The Meaning of Work: interpretation and proposals of Measurement", in A. Campell and P.E. Convers (eds), *The Human Meaning of Social Change* (New York: Russell Saye Foundation, 1972).

۸. استیقن پی. رابینز، مدیریت رفتار سازمانی، ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، (تهران: مؤسسه اطلاعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۴)، صص ۲۸۴-۲۸۳.

9. E.A. Locke, "The Nature and Causes of Job Satisfaction", in: M.D.Dunnett (ed), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (Chicago: Rand Mc Nally, 1976), pp. B19-1328.

۱۰. رابینز، همان، صص ۲۸۱-۲۸۰.

۱۱. همان، ص ۲۸۲.

۱۲. کیت دیویس و جان نیواستورم، رفتار انسانی در کار، ترجمه محمدعلی طوسی، (تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۰).

۱۳. استیقن. پ. رابینز، همان، صص ۱۹۴، ۱۳۶-۱۳۵.

۱۴. کیت دیویس و جان نیواستورم، همان، ص ۱۷۹.

۱۵. همان، صص ۱۸۰-۱۷۹.

۱۶. همان، صص ۲۰۶-۲۰۵.

۱۷. همان، ص ۲۰۸.

۱۸. رابینز، همان ص ۲۸۱.

19. Grace H.Barrett, "Job Satisfaction Among News Paper Women", *Journalism Quarterly*, Vol, 61, 1084, pp. 593-5.

20. George Pollard, "op.cit".

21. Sharon Bramlet-Solomon, "Predictors of Job Satisfaction Among black Journalists", *journalism Quarterly*, Vol-69, 1992, pp. 703-712.

۲۲. محمد مهدی فرقانی، «استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری»، فصلنامه رسانه، (تهران: مرکز گسترش آموزش رسانه‌ها)، (۱۳۷۹)، صص ۲۳-۱۴.

۲۳. دکتر علی اسدی، «میزگرد روزنامه‌نگاری در ایران»، فصلنامه رسانه، شماره ۸، (۱۳۷۰)، صص ۲۳-۱۴.

۲۴. دکار کاظم معتمدنژاد، «میزگرد روزنامه و روزنامه‌نگاری در ایران»، فصلنامه رسانه، سال اول، شماره ۱، (۱۳۶۹)، ص ۷.

۲۵. مهدخت بروجردی علوی، «نظام مطلوب برای مطبوعات ایران؛ آزادی همراه با مسئولیت»، فصلنامه رسانه، سال هفتم، شماره ۴، (۱۳۷۵)، صص ۶۰-۵۰.

۲۶. دکتر مهدی محسنیان‌راد و همکاران: «انتقاد روزنامه‌نگاران مطبوعات»، فصلنامه رسانه، سال پنجم، شماره ۲، (۱۳۷۳)، ص ۸۰.

راهبردها و موانع تحول کیفی مطبوعات ایران

مجید محمدی

۱. مقدمه

سخن گفتن از تحول کمی بسیار آسان است، البته اگر دستگاههای اجرایی، تمهیدات لازم را برای جمع‌آوری اطلاعات فراهم آورده باشند. در حیطه مطبوعات ما با شاخصهای روشنی مثل تعداد عناوین، تیراژ، میزان مصرف کاغذ روزنامه، تعداد کارکنان، سرمایه در گردش و سرانه روزنامه یا دیگر نشریات مواجه هستیم که بر اساس آنها می‌توان در مورد میزان تحول کمی سخن گفت. در مورد این شاخصها نوعی توافق عمومی وجود دارد. اما در مورد شاخصهای تحول کیفی چنین توافقی وجود ندارد. این شاخصها وابستگی زیادی به نظامهای ارزشی افراد دارند. به عنوان مثال شاخص کیفی «نقادی تحلیلی ایده‌ها و رفتارها» از دیدگاه قائل به عقل‌گرایی انتقادی، شاخص «جلوه‌های بصری» از نظریه‌های زیبایی‌شناختی، شاخص «حضور تشکلهای حرفه‌ای» از دیدگاه معتقد به جامعه‌معدنی، شاخص «میزان حضور نخبگان» از نوعی نخبه‌گرایی، شاخص «گفتمانی» از نظریه کنش‌گرایی ارتباطی، شاخص «حضور دغدغه‌های فراملی» از نظریه جهان‌گرایی یا شاخص «میزان تبلیغ، القاء، یا انتقال ارزشها» از دیدگاههای ایدئولوژیک و ارزشگرا نشأت می‌گیرند.

تصور ما از موانع و راهبردها نیز تحت تأثیر شاخصهایی است که برای تحول کیفی در نظر می‌گیریم. ایجاد جمع سازگار و نظام‌یافته میان این شاخصها نیز دشوار است چون مبانی نظری آنها از یکدیگر فاصله دارند یا به موضع‌های فکری و علمی متفاوتی متعلق هستند. ما در این نوشته تلاش می‌کنیم انواع شاخصهای مربوط به تحول کیفی را مطرح کرده و موانع و راهبردهای این تحول را براساس آنها توضیح دهیم. بدین لحاظ داوری این نوشته باید بر اساس ربط منطقی موانع و راهبردها با شاخصهای مطرح شده صورت گیرد و نه سازگاری یا عدم سازگاری شاخصها. به همین دلیل این نوشته بیشتر درصدد تبیین موانع و راهبردهاست تا تدقیق در شاخصها.

هشت شاخص عمده برای تحول کیفی مطبوعات و به طور کلی رسانه‌ها قابل تصور است. این شاخصها صرفاً با روش استقرایی به دست آمده‌اند و ساختن یک چارچوب قیاسی برای آنها دشوار و شاید غیرممکن است. هریک از این شاخصها شاید بتواند دغدغه‌های گروههایی از مخاطبان یا دست‌اندرکاران را پاسخ دهد.

الف. نقادی تحلیلی ایده‌ها و رفتارها. حضور نقد مطبوعات به معنی حضور اندیشه و فکر است. نقد، خواه متوجه به ایده‌ها و نگرشها و خواه متوجه به رفتارها باشد از نوعی خواست برای بهبود و اصلاح نشئت می‌گیرد. قرارداد نقادی در سر لوحه کار یک نشریه یا روزنامه، خواه ناخواه آن نشریه یا روزنامه را با همه حیثیات و روابط اجتماعی درگیر می‌کند و خودبه‌خود بر سطح تکثر اجتماعی و سیاسی تأثیر می‌گذارد.

رویکرد انتقادی از نقد رخدادهای و شخصیتها آغاز می‌شود و تا حد نقد سیاستها، خطمشی‌ها، و نیز ایده‌ها و نظریه‌ها امتداد می‌یابد. مؤثرترین حد نقادی در حیطه عملی، نقد سیاستها و خطمشی‌ها و در حیطه نظر، نقد ایده‌ها و نظریه‌هاست. رویکرد انتقادی در مطبوعات صرفاً به مضامین یادداشتها و سرمقاله‌ها محدود نمی‌شود بلکه در نوع تنظیم خبر، عناوین و موضوعات انتخاب شده برای گزارشها، ترکیب‌بندی زاویه دید عکسها، استفاده از کاریکاتور، یا نحوه بینش مطالب قابل ردیابی است. اینکه نقد متوجه به کیست و چیست اهمیت بسیار کمتری از روش و مبانی فکری آن دارد.

در مطبوعات ایران، پس از یک دوره تحول کمی، اکنون با شفاف‌تر شدن جناح‌بندیها و شکل‌گیری نیروهای اجتماعی، نقد در حوزه‌های مختلف به چشم می‌خورد. اما این نقدها اولاً بیشتر نقد افراد و رخدادهای هستند تا نقد ایده‌ها و سیاستها، ثانیاً گاه نقدها به نوعی فعالیت امنیتی - اطلاعاتی متکی هستند که جهت‌گیری آنها به سوی حذف رقباست (این نقدها متعلق به کسانی است که از بخشهای امنیتی - اطلاعاتی به حوزه رسانه‌ها وارد شده‌اند)، ثالثاً نقدها به روشنی بر مبانی و مبادی نظری اتکا پیدا نمی‌کنند تا به گفتگو میان جناحها و گرایشهای مختلف دامن زنند. نقدهایی که طنین پیدا نمی‌کنند می‌توانند مشکل فوق را داشته باشند. بر همین اساس برای

رتبه‌بندی کیفی مطبوعات بر اساس این شاخص باید از تحلیل محتوا گذر کرده و به تحلیل گفتمانی رسید تا بتوان میزان مشارکت تک‌تک و مجموعه آنها را در گفتگوهای مربوط به گفتمانها سنجید.

ب. حضور دغدغه‌های فراملی. جهان امروز ما به دولت - ملتها تقسیم شده است. هریک از این دولت - ملتها مسائل خاص خویش را دارند که آن مسائل کم و بیش در مطبوعات آنها منعکس می‌شود. اما فراتر از این مسائل، ما با مسائلی مواجه هستیم که تنها در یک سطح فراملی قابل تصور یا حل هستند. مسائلی مانند صلح، محیط زیست، توسعه انسانی و ارتباطات گرچه می‌توانند در سطح ملی نیز مطرح باشند اما ابعادی جهانی دارند که تنها در یک نگاه کلان قابل پیگیری هستند.

در مطبوعات ایران، پنج نوع نگاه فراملی بالقوه قابل پی‌گیری است: ایران فرهنگی که افغانستان و برخی کشورهای آسیای میانه را دربرمی‌گیرد، جهان اسلام که آفریقا تا خاوردور را پوشش می‌دهد، خاورمیانه که مشترکات سیاسی - اقتصادی فراوانی دارد، آسیا که ایران را به مجموعه‌ای به نام شرق در برابر غرب پیوند می‌دهد و جهان که ارتباطات آن را به جامعه‌ای کوچک مبدل کرده است. مجموعه مطبوعات ایران در هر پنج نگاه بسیار کوتاهی دارد. بسیاری از نیروهای ایدئولوژیک نگاه اول و آخر را به کلی رد می‌کنند، از خاورمیانه غافلند و به آسیا نیز از منظر چند کشور توسعه یافته مثل ژاپن یا کره جنوبی نگاه می‌کنند. غرب‌ستیزان، فقط به شرق می‌اندیشند، شرقی که حد و حدود آن نیز چندان روشن نیست و در نهایت به آسیا تقلیل می‌یابد. محدود ماندن مطبوعات در محدوده مسائل ملی، آنها را از پرداختن به حوزه‌های منطقه‌ای مرتبط با کشور بازداشته است. می‌توان مجموع مقالات و گفتگوهای مطبوعات داخلی مربوط به پنج حیطة فوق را شمرد. مطبوعات ما در بسیاری از موارد حتی در مورد مسائل داخلی گفتگوهای مسئولان کشور را با رسانه‌های بیگانه منعکس می‌کنند و در برابر جهان بیرون از خود، همچنان که در برابر جهان در چشم خود، منفعل هستند. مطبوعات ما کمتر مسائل منطقه‌ای و فراملی را دنبال می‌کنند و از این جهت حتی در حوزه خبر نیز در برابر رخدادهای مربوط به این مناطق به اندازه کافی حساس نیستند. از همین جهت ما کمتر خبرنگاران و کارشناسان مطبوعاتی

شناخته شده در حوزه‌های فوق داریم. همچنین مطبوعات ما در حوزه‌های فوق کمتر شناخته شده و مطرح هستند.

پ. میزان حضور نخبگان. رسانه‌ها می‌توانند واسطه‌های خوبی میان متخصصان، دانشمندان، متفکران، فعالان سیاسی و به طور خلاصه گروهی به نام نخبگان با مردم باشند. رسانه‌ها، تجربیات نظریات و یافته‌های این گروه را در دو سطح عامه فهم (در حوزه نشریات عمومی) و مربوط به خواص (در حوزه نشریات تخصصی) عرضه می‌کنند. این گروه از آن جهت برای دیگران اهمیت دارند که یافته‌ها و ایده‌هایشان منشأ تحول و تاثیر است. اینان هستند که سیاستها و خط مشی‌ها را تعیین می‌کنند، مردم را به جهات خاصی می‌کشانند، و تأثیر زیادی بر افکار عمومی دارند.

در مطبوعات ایران، تنها بخشی از نخبگان حضور دارند. علت این امر خط قرمزهای اعلام نشده‌ای است که مطبوعات، خواه دولتی و خواه خصوصی، دارند. مطبوعات دولتی، براساس تقسیم افراد به خودی و غیر خودی به نوعی فهرست سیاه می‌رسند و تنها در موارد بسیار خاص و برای نفی یا نقد از افراد آن فهرست یاد می‌کنند. در مواردی نیز مطالب به صورت «اسمشونبر» به آن افراد ارجاع دارند. مطبوعات خصوصی نیز تا حدی مجبور به رعایت آن خط قرمزها هستند چون در صورت عدم رعایت، مورد هجوم برخی از مطبوعات قرار می‌گیرند. مطبوعات ایران در انعکاس آرا و نظریات افراد کاملاً گزینشی عمل می‌کنند: برخی را متخصص و نخبه می‌دانند و برخی را این‌گونه نمی‌دانند. به عنوان نمونه می‌توان نظرخواهیهای اقتصادی روزنامه‌های کشور را در برابر فهرست کارشناسان اقتصادی ایرانی، در داخل و خارج کشور قرار داد و میزان حضور آنها را سنجید.

ت. سطح حضور تشکلهای حرفه‌ای و تخصصی. مدنی بودن یک جامعه دارای سطوح و مراتبی است و نمی‌توان جوامع را به صورت «همه یا هیچ» به مدنی و غیرمدنی تقسیم کرد. بنابراین، تشکلهای حرفه‌ای، تخصصی و مبتنی بر منافع و علایق در سطوح مختلف سازماندهی و در مراتب مختلف کارکردی در همه جوامع به چشم می‌خورند. میزان انعکاس فعالیتهای این تشکلهای می‌تواند شاخصی برای ارزیابی کیفی مطبوعات باشد، چون این تشکلهای به عنوان نهادهای واسطه میان مردم و دولت، بخشهایی از تقاضاهای افراد را به صورت سازمان‌یافته بازتاب می‌دهند و مطبوعات با پرداختن به آنها، در واقع، تقاضاهای بخشهایی از مردم را منعکس می‌کنند.

در ایران، تشکلهای مدنی بجز در برخی عرصه‌های محدود، قوت چندانی ندارند اما کم و بیش به چشم می‌خورند. اما ضعیف‌تر از خود تشکلهای مطبوعاتی آنهاست. تعداد اندکی از آنها دارای نشریات خاص خود هستند. در مطبوعات غیر مختص به تشکلهای نیز حضور آنها کم‌رنگ است. به عنوان امور سنجش‌پذیر می‌توان برای نمونه به انعکاس دیدگاههای انجمن اقتصاد ایران در مورد فراز و نشیبهای اقتصادی در مطبوعات اشاره کرد؛ یا می‌توان نشریات سینمایی را بر حسب بازتاب اخبار و فعالیتهای انجمنهای عضوخانه سینما از حیث شاخص فوق سنجید.

ث. جلوه‌های بصری. برخی از شاخصهای کیفی به مضامین ارجاع دارند و برخی به صورتها و اشکال. مطبوعات ایران را می‌توان از حیث جلوه‌های بصری (طرح روی جلد، صفحه‌بندی، نوع و کیفیت عکس، نوع بهره‌گیری از رنگ، طرحهای گرافیکی، کاریکاتور، قطع و مانند آنها) مورد داوری قرار داد. در هر یک از موضوعات ذکر شده می‌توان اصول زیبایی شناختی اولیه‌ای را ردیابی کرد. در این قلمرو پیدا کردن شاخصهای مورد توافق دشوار است اما می‌توان بر حسب مخاطبان به نوعی زیبایی‌شناسی غالب دست یافت. به عنوان مثال مطبوعات عامه‌پسند از زیبایی‌شناسی عوام پیروی می‌کنند. این زیبایی‌شناسی به نحو پسینی (آنچه در این نوع مطبوعات منعکس می‌شود) ویژگیهایی مثل فقدان فضاهای خالی، بهره‌گیری از عکس (در مقابل طرح و کاریکاتور)، تیتراهای درشت، تعدد جعبه‌ها و قسمت‌های داخل صفحه و استفاده زیاد از رنگهای روشن و شاد دارد. این ویژگیها را کمتر می‌توان در مطبوعات مربوط به خواص مشاهده کرد.

در مطبوعات ایران، به دلیل ابهام در حیطه مخاطبان بالقوه و بالفعل نوعی درهم آمیختگی زیبایی‌شناختی به چشم می‌خورد. علت این درهم آمیختگی تمایز نایافتگی اجتماعی و تلقی توده‌وار از جامعه است: هر نشریه‌ای همه را مخاطب خود می‌داند و از این حیث و براساس یک نظام ترجیحات، اصول زیبایی‌شناختی خود را از پیش مقرر نمی‌دارد. حتی در یک روزنامه (مثل روزنامه ایران) و در صفحات متوالی می‌توان این درهم آمیختگی را مشاهده کرد.

ج. گفتمانها. گفتمانها، موضوعات محوری برای گفتارها و گفتگوهای یک نشریه هستند. می‌توان وجود این گفتمانها و ثبات در طرح آنها را یکی از شاخصهای ارزیابی کیفی قرار داد. علت طرح این نوع شاخص، بر عهده گرفتن مسئولیت طرح موضوعات محوری و حواشی آن و پذیرش

مسئولیت لوازم و تبعات آن توسط یک نشریه، مشخص شدن تکلیف مخاطبان، تقویت فرایند تمایزیابی اجتماعی و سربرآوردن نوعی تکثر فرهنگی از دل گفتمانهای متعدد و مختلف در مجموعه مطبوعاتی یک کشور است. وجود یک گفتمان مثل توسعه، دمکراسی، گفتگوی میان ادیان، اخلاق مدنی، عدالت اجتماعی، فرهنگ مدنی، معنویت، یا ایدئولوژی همه امکانات نشریه را حول آن متمرکز می‌کند و بر سطح تأثیر اجتماعی آن می‌افزاید. به عنوان نمونه می‌توان دو نشریه صبح و فرهنگ توسعه را از حیث گفتمانی با یکدیگر مقایسه کرد. صبح دارای یک گفتمان مشخص ضد توسعه است اما فرهنگ توسعه در دوره فعالیت خویش چندین بار گفتمان حاکم بر خویش را تغییر داده است (از «توسعه»، به «ایدئولوژی» و سپس به «حقوق مدنی»)، گرچه در هیچ یک از آن گفتمانها نیز بخوبی درگیر نشده است.

چ. میزان اطلاع رسانی و تحلیل. خبر در مفهوم روزنامه‌نگارانه‌اش، بر خلاف مفهوم منطقی‌اش فقط محتمل صدق و کذب نیست بلکه دارای یک ارزش خبری میان صفر و صد است. این ارزش برحسب میزان احتمال وقوع و شنیده شدن از منظر مخاطب تعیین می‌شود. «فردا خورشید طلوع می‌کند» دارای ارزش خبری صفر و شلیک یک موشک هسته‌ای از سوی امریکا دارای ارزش خبری نزدیک صد است. با این شاخص می‌توان به سطح خبردهی مطبوعات ایران پرداخت. همچنین از حیث تحلیل می‌توان تعداد سرمقاله و یادداشت‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در یک روزنامه را معیار سطح ارائه تحلیل از سوی آن قرار داد. غیر از اطلاعات روزمره دیگری مثل اطلاعات هواشناسی، قیمت سهام و دیگر کالاهای مورد نیاز مردم یا مخاطبان اختصاصی و خدمات و برنامه‌های مراکز فرهنگی - هنری قابل ارائه هستند.

مطبوعات ایران هم از حیث ارائه اطلاعات و هم از حیث ارائه تحلیل، مشکل کیفی دارند. این مشکل را می‌توان در رجوع مردم و افراد غیرمتخصص به رسانه‌های بیگانه جهت اخذ خبر و تحلیل، تهی بودن نشریات از برخی اخبار و تحلیل مسائل روز با توجه قرار گرفتن آنها در منطقه ممنوعه، و رواج شدید شایعات در جامعه بالاخص در دوره‌های خبرساز مثل انتخابات مشاهده کرد.

ح. میزان تبلیغ، القا یا انتقال ارزشها. در صورتی می‌توان این شاخص را به عنوان یکی از شاخصهای تحول کیفی مدنظر قرار داد که ما بتوانیم ارزشهای مورد اشاره را براساس قرائت

مربوطه به دقت عرضه داریم. عدالت، معنویت، آزادی، قانونگرایی، حاکمیت مردم، رفاه، اخلاقگرایی، رعایت شعایر و هر عنوان دیگری که جزء ارزشها شمرده شود، انواع تفاسیر و قرائتها را بر می‌تابد. بر همین اساس کسانی که از شاخص فوق به عنوان یک ملاک برای تحول (ارتقا یا تنزل) کیفی مطبوعات سخن می‌گویند باید به روشنی تصور و قرائت خویش را از ارزش مدنظر خویش بیان کنند.

در مطبوعات ایران، غیر از نشریات تخصصی، که ارزشگرایی برای آنها لاقضاست، بقیه نشریات مدعی ارزشگرایی هستند. اما هر یک قرائت موردنظر خود را از ارزشها دارند. همچنین حتی در مورد عناوینی مثل دمکراسی، جامعه مدنی و قانون که می‌توانند وجه «روشی» نیز در کنار وجه «ارزشی» داشته باشند، بیشتر وجه ارزشی مدنظر است. به همین دلیل همه نشریات مذکور را اولاً از حیث انطباق مدعای ارزشی با کارکرد آنها، ثانیاً توازن میان ارزشهای مختلف موردنظر آنها (از این حیث که آیا با تبلیغ و القای یک ارزش، ناقض دیگر ارزشهای مورد ادعای خود هستند یا خیر) و ثالثاً شفافیت و صراحت در بیان تفسیر خود از ارزشها مورد داوری قرار داد. بدین ترتیب بر خلاف آنچه بدواً به نظر می‌آید، «تبلیغ، القا یا انتقال ارزشها» می‌تواند یک شاخص برای تحول کیفی باشد و می‌توان به گونه‌ای در ارزشها تدقیق کرد و به گونه‌ای به مباحث ارزشی مطبوعاتی پرداخت که سنجش پذیری فدا نشود.

شاخص کمی روشن برای تحول ارزش مطبوعات وجود دارد: تعداد دادگاههای مطبوعاتی تشکیل شده، یا تعداد موارد محکومیت در هر سال، رعایت حقوق عمومی و حقوق افراد مهم‌ترین ارزشی است که مطبوعات را می‌توان بر اساس آن سنجید. احکام دادگاههای مطبوعاتی به خوبی موارد نقض این حقوق را نشان می‌دهند. تشکیل دادگاه مطبوعاتی با حضور هیئت منصفه تا حد زیادی مسئله را به عرف واگذار می‌کند (گرچه هیئت منصفه دادگاه مطبوعات هنوز به قید قرعه از میان هیئت عمومی منصفه انتخاب نمی‌شوند) و از این جهت حاکمیت یک قرائت از ارزشها در آن تضعیف می‌شود.

۳. موانع

با توجه به شاخصهای ذکر شده، اکنون می‌توان با دقت و صراحت بیشتری به موانع تحول کیفی، یا دقیق‌تر بگوییم، موانع ارتقای کیفی مطبوعات ایران پرداخت. موانعی که در اینجا ذکر می‌شوند مستقیماً به شاخصهای مذکور مربوط می‌شوند.

الف.) امتیازات انحصاری. تعداد محدودی از نشریات که از امکانات و بودجه عمومی استفاده می‌کنند با تکیه بر امتیازات انحصاری خویش از توجه به ارتقای کیفیت جهت رقابت با دیگر نشریات باز می‌مانند. امتیازات انحصاری با نوعی توجیه «توسعه‌ای» به برخی مطبوعات تعلق می‌گیرند: اینکه در این زمینه نشریه‌ای منتشر نمی‌شود و از بودجه عمومی باید برای انتشار آن استفاده کرد، یا اینکه سرانه مصرف مطبوعات در کشور پایین است و از بودجه عمومی باید برای بالا بردن آن بهره‌گیری کرد. غیر از انتشار نشریات تخصصی و علمی، که مشخصاً جهت‌گیری توسعه‌ای دارد، انتشار هیچ نشریه دیگری در ذیل این توجیه قرار نمی‌گیرد چون استفاده نشریات از امتیازات انحصاری، در کنار افزایش تعداد و تیراژ مطبوعات، دهها لازمه فاسد به همراه دارد، آن هم در جامعه‌ای با ساختار سیاسی ایران که مستعد سوءاستفاده از قدرت و اقتدار است.

در آن دسته از مطبوعات ایران که از امتیازات انحصاری دولتی استفاده می‌کنند اصولاً دغدغه ارتقای کیفیت وجود ندارد، چون تحت هر شرایطی می‌توانند به حیات خویش ادامه دهند. دو نمونه آشکار این موضوع موسسات کیهان و همشهری هستند. این دو مؤسسه به دلیل بهره‌گیری از یارانه‌های دولتی و نیز امتیازات انحصاری در طول سالهای منتشره بیشتر افت کیفی داشته‌اند تا ارتقای کیفی. تنها قدرت مالی مؤسسات اداره‌کننده روزنامه‌های کیهان و همشهری است که آنها را در صحنه باقی می‌گذارد. بقیه نشریات این مؤسسات نیز یارای رقابت با نشریات هم‌سنخ خود را ندارند و اگر ادامه می‌دهند، از رانتهای و یارانه‌های آنهاست. بسیاری از نشریات این مؤسسات بدون مداخله درآمدهای ناشی از امتیازات ضرر می‌دهند. میزان اطلاع رسانی و تحلیل و نیز نقادی ایده‌ها و رفتارها در نشریات این دو مؤسسه بسیار اندک است. کیهان تنها به نقد افراد و رویدادها می‌پردازد و همشهری از این هم تهی است.

ب. عملکرد جزیره‌ای. مطبوعات ایران هر یک در جزایر خویش فرمانروایی دارند. آنها نه تنها به تشکلهای مدنی در دیگر صنوف و حرف بی‌توجه هستند، بلکه در صنف خود نیز چندان دغدغه ارتباط و مفاهمه ندارند. تجمعات و تشکلهایی که در مطبوعات ایران سراغ داریم جلسات

گاهگاهی بخشی از مدیران مسئول روزنامه‌ها، سندیکای قدیمی مطبوعات که نسل نوین مطبوعاتی با آن بی‌رابطه بوده‌اند و انجمن صنفی مطبوعات هستند. این مورد آخر نیز بیشتر نسل جدید مطبوعاتی‌ها را پوشش می‌دهد. ما در حوزه مطبوعات از چیزی مثل خانه سینما که همه صنوف در مجموعه آن قرار می‌گیرند و در سطوح مختلف سیاستگذاری و اداره سینما دخالت دارند محروم هستیم. مطبوعات از «خانه مطبوعات» به معنی محل تمرکز صنوف مختلف مطبوعاتی به شکل تمایز یافته آن (و نه شکل غیرتمایز یافته انجمن صنفی) محروم است.

انواع حرفه‌های مطبوعاتی (خبرنگار، گزارشگر، کارشناس، مقاله‌نویس، عکاس، کاریکاتوریست، صفحه‌بند، مدیر مسئول، صاحب امتیاز، نمونه‌خوان، سردبیر، طراح روی جلد، مدرسان ارتباطات و رسانه‌ها و ...) به دلیل منافع و علایق متفاوت خود، به تشکلهای متمایزی نیاز دارند که در یک مجموعه متشکل می‌شود. اما مطبوعات علی‌رغم تحول کمی در دهه ۱۳۶۷-۱۳۷۷، از حیث نهادهای صنفی و حرفه‌ای رشد چندانی نداشته است. این امر مانعی جدی بر سر راه ارتباط و مفاهمه اهل مطبوعات و جزیره‌ای عمل کردن آنهاست. شاید بتوان گفت که بخشی از خشونت‌های کلامی مطبوعات نسبت به یکدیگر و نشانه‌گیری منافع صنفی آنها توسط یکدیگر از این واقعیت نشأت گیرد.

پ. تولید انحصاری خبر. در ایران سازمانهای اصلی تولید خبر (یعنی خبرگزاری جمهوری اسلامی و واحد مرکزی خبر) دولتی هستند. از همین جهت رسانه‌های دولتی و عمومی کاری به نام خرید خبر از خبرنگاران آزاد و مستقل را به رسمیت نمی‌شناسند و با دستکاری در اخبار تولیدی در این سازمانها، همانها را عرضه می‌کنند. مطبوعات غیردولتی نیز توان مالی خرید خبر از خبرنگاران مستقل در سراسر کشور، منطقه یا جهان را ندارند و بالاجبار، در حدی که اخبار تولیدی سازمانهای دولتی با گرایش آنها همخوان باشد از آنها استفاده می‌کنند. همین امر باعث شده است که عموم خبرنگاران ما علی‌رغم ترجیح خود در هیئت کارمندی عمل می‌کنند، کارمندی که نه می‌توانند با درآمد ناشی از یک شغل به معیشت خود سرو سامان دهند و نه بر اساس علائق و مسئولیت حرفه‌ای خود به کار پردازند.

محدودیت‌های سازمانهای دولتی در ایران، سازمانهای خبری را نیز طبیعتاً وانمی‌گذارند و از همین جهت شایعات و اخبار رسانه‌های بیگانه در میان توده مردم و اخبار بولتنهای محرمانه یا

«گفته می‌شود» های محافل و جلسات در میان خواص، بر خبر مطبوعات پیشی می‌گیرند. به همین دلیل، افراد باید زمان بسیاری را برای کسب خبر صرف کنند.

تولید انحصاری خبر در شرایط جامعه ایران عملاً به مصرف انحصاری خبر انجامیده است و این امر یکی از عوامل شکل‌گیری شکاف فرهنگی است. تولید و مصرف انحصاری خبر جامعه را به دو گروه «باخبرها» و «بی‌خبرها» تقسیم می‌کند و این امر در کنار دیگر عوامل افتراق (مثل تقسیم افراد به خودی و غیر خودی، متعهد و غیرمتعهد، له نظام و علیه نظام، ...) از امکان مفاهمه میان افراد می‌کاهد.

نتیجه دیگر تولید انحصاری خبر، شبیه شدن بخش خبر روزنامه‌ها به یکدیگر است و این شباهت گاه روزنامه‌ها را آن قدر شبیه به یکدیگر می‌سازد که برخی ممکن است بدین نتیجه برسند که براساس یک دیدگاه صرفه‌جویانه، توصیه کنند فقط یک روزنامه در کشور منتشر شود. اکنون آنچه روزنامه‌ها را از یکدیگر متمایز می‌کند، تفاوت خبرنگاران و نویسندگان از حیث سطح حرفه‌ای و گرایشهای آنها نیست بلکه تفاوت گرایشها و جناح بندیهای است که روزنامه‌ها بدانها تعلق دارند.

ت. هویت یک بعدی. بحران هویت، در کنار دیگر بحرانهای ناشی از مواجهه ما با دنیای جدید یکی از بحرانهای فراگیر روزگار ماست. پاسخ غالب به این بحران، نوعی هویت یک بعدی است که در کنار برخی مزایا، مشکلات بسیاری را برای عرصه‌های تخصصی و اختصاصی به بار آورده است. این پاسخ تا آنجا بر یک بعدی بودن خویش اصرار دارد که از واقع بینی نیز درمی‌گذرد. به عنوان مثال زبان گفتگوی غالب در منطقه خاورمیانه زبان عربی و در سطح جهان زبان انگلیسی است. تأکید بر زبان فارسی در حوزه گفتگو با شبه قاره، یا آسیای میانه می‌تواند یک راهبرد اصولی باشد چرا که این زبان در آن مناطق ریشه‌دار است و به نوعی هویت مشترک دامن می‌زند، اما در قلمروهای دیگر باید به زبانهای مشترک تمسک جست. به عنوان نمونه تنها زبان ۷ درصد از مجلات علمی ایران انگلیسی است،^۱ در حالی که زبان علمی در دنیای امروز زبان انگلیسی است. همچنین تعداد روزنامه‌نگاران ایرانی که به زبان عربی می‌نویسند و نوشته‌های آنها در مطبوعات منطقه خاورمیانه به چاپ می‌رسد از تعداد انگشتان یک دست تجاوز نمی‌کند. ایرانیانی که در نشریات بین‌المللی به فعالیت روزنامه‌نگاری مشغول هستند، روزنامه‌نگارانی

ساکن در خارجند و نه کسانی که در بطن تحولات ایران قرار دارند. از همین جهت بسیاری از تحلیلهای آنها از حیث داده‌ها سراسرست به نظر نمی‌آید. روزنامه‌نگاران ایرانی داخل کشور اصولاً زبان بین‌المللی ندارند و در چارچوب دولت - ملت ایران می‌اندیشند و می‌نویسند.

تنها تعداد اندکی از مطبوعات ایران به زبانهای انگلیسی و عربی منتشر می‌شوند که در منطقه و جهان مخاطب پیگیر ندارند، چون نمی‌توانند از چشم‌انداز منطقه‌ای و بین‌المللی به مسائل ایران نگاه کنند. بخش عمده مطالب این نشریات، ترجمه مستقیم مطالب داخلی است که با مخاطبان دیگر بخوبی ارتباط برقرار نمی‌کنند. این مطالب در چارچوب گفتمانهای جاری در مطبوعات دیگر کشورها قرار نمی‌گیرند تا به جزئی از بازی تبدیل شوند.

قرائت ما از هویت ایرانی - اسلامی، قرائتی محصور است چون هویت را از یک پدیده چند لایه‌ای، هندسی و سیال به پدیده‌ای «یک بار برای همیشه»، «صلب» و «یک لایه‌ای» تبدیل می‌کند. بر اساس این قرائت، هرگونه فراتر رفتن ذهنی از شهروندی دولت - ملت ایران امروز، به معنی جذب در نظام جهانی و از کف رفتن هویت است، تا آنجا که مسافرت به خارج یا مصاحبه با رسانه‌های بیگانه در برخی مطبوعات ایرانی، جرم معرفی می‌شود.

مانع اصلی این فراتر رفتن از هویت یک بعدی، عملیاتی نشدن هویت در قالب مفاهیمی مثل منافع ملی یا مصالح ملی است. اگر منافع ملی، اصل و محور قرار گیرد، و هویت در چارچوب آن تفسیر شود، هویت از چنگ یک تعبیر انزواجویانه و مبتنی بر خودشیفتگی از استقلال رها شده و به فضایی تعاملی و فعال وارد می‌شود.

ث. اجماع‌گرایی. بخشی از مطبوعات کشور که نماینده یک گرایش سیاسی در کشور هستند، مدافع نوعی اجماع در همه مسائل و موضوعات هستند. اینان دیگرانی را که دگراندیش می‌دانند به سکوت می‌خوانند و همواره در یک موضع عکس‌العملی به موضوعاتی که دیگران مطرح می‌کنند پاسخ می‌دهند. مشی نظری این گروه که مدافع محدودیت در همه عرصه‌های فرهنگی و هنری هستند جلوگیری از شکل‌گیری گفتمانهای مختلف در کشور است. در جامعه‌ای که یک صدا شنیده شود جایی برای گفتگو و سپس محورهای نسبتاً ثابت آن باقی نمی‌ماند.

این گروه از مطبوعات که مروج خشونت و شکاف فرهنگی و اجتماعی هستند و همواره به شرایط جنگی در داخل دامن می‌زنند همه موضوعاتی را که ممکن است گفتگو در پیرامون آنها

شکل گیرد از حیث امنیتی، حساس می‌دانند. مهم‌ترین خلط نظری این گروه، درهم آمیختن دو حوزه فرهنگ و امنیت است. براساس این خلط، موضوعات مطرح در حیطه فرهنگ سیاسی، جامعه‌شناسی سیاسی، جامعه‌شناسی دین، روان‌شناسی اجتماعی، اقتصاد سیاسی و حتی فلسفه دین نیز از نظر امنیتی حساس تلقی می‌شوند. بدین ترتیب موضوعاتی که بالقوه ظرفیت ایجاد گفتگو و گفتمان را دارند به حاشیه رانده شده یا مغفول واقع می‌شوند.

اجماع گرایان مبلغ تنها یک قرائت از ارزشها هستند و خود را سخنگوی رسمی آنها می‌دانند. از همین جهت آنها نه تنها از قرائتهای رقیب بلکه از طرح تعدد قرائتها یا عرضه قرائتهای گوناگون واهمه دارند. اینان واهمه خود را از تکرر در چارچوب دفاع از مشروعیت نظام سیاسی ارائه می‌کنند و با ارباب دیگران تلاش می‌کنند از گفتگو و بحث پیرامون موضوعات مطرح جلوگیری کنند.

ج. زبان تمایز نیافته. جامعه ایران در حال گذراندن فرایند تمایزیابی اجتماعی است. در این فرایند، نیروهای اجتماعی در حال شکل‌گیری هستند و هر یک به نوعی پاره‌فرهنگ دست می‌یابند. این پاره‌فرهنگها در صورت عدم برخورد با مانع، زبان خاص خود را پیدا می‌کنند. اما در ایران، محصولات فرایند تمایزیابی به طور ناقص ظاهر می‌شوند، چون عوامل توده‌وار کردن بسیار قوت دارند. به همین جهت پاره‌فرهنگهای برهم افتاده، هنوز زبان خاص خود را پیدا نکرده‌اند. زبان مطبوعات ایران نیز بر حسب مخاطبان اشکال تمایزیافته خود را پیدا نکرده است. ما در نشریات هفتگی و عمومی (مثل مجله سروش) با همان زبانی مواجه می‌شویم که در یک فصلنامه تخصصی فرهنگی به چشم می‌خورد. یا در روزنامه‌های پرتیراژ مثل همشهری یا جامعه با زبانی مواجه هستیم که به نشریات اختصاصی با مخاطبان اندک می‌تواند تعلق داشته باشد.

در مطبوعات ایران، می‌توان با نشریاتی مواجه شد که به یک اتحادیه صنفی تعلق دارند اما در سطح عمومی و برای عموم منتشر می‌شوند (روزنامه کار و کارگر)، یا ظاهراً عموم مردم را مخاطب قرار می‌دهند اما فرهنگ و زبان یک تشکل خاص را منعکس می‌کنند (روزنامه رسالت). زبان اقوام ایرانی نیز در مطبوعات ایران کمرنگ یا بی‌رنگ است. بنابراین ما در مطبوعات

ایران چه از حیث گویشها و زبانهای مختلف اقوام ایرانی، و چه از حیث زبانهای تخصصی و اختصاصی متعلق به اقشار و گروهها، با نوعی تمایز نایافتگی مواجه هستیم.

چ. کارکردهای نامتوازن. مطبوعات می‌توانند کارکردهای متفاوتی مثل آموزش، سرگرمی و تفریح، اطلاع‌رسانی، و القا و تبلیغ داشته باشند. در مطبوعات امروز ایران کارکردهای سرگرمی و تفریح و القا و تبلیغ در مرتبه اول، اطلاع‌رسانی در مرتبه دوم و آموزش در مرتبه سوم قرار می‌گیرد. فاصله میان این سه نیز بسیار زیاد است. مطبوعات، حتی آنها که از بودجه عمومی استفاده می‌کنند اصولاً دغدغه آموزش ندارند.

مطبوعات و دیگر رسانه‌های ایران از جهاتی در قالب رسانه‌های کشورهای توسعه‌یافته عمل می‌کنند (صرفاً در کارکرد تفریحی). اما از جهت دیگر یعنی اطلاع‌رسانی و آموزش در حد و اندازه لازم برای کشورهای در حال توسعه عمل نمی‌کنند. جامعه ایرانی از جهات گوناگون اجتماعی، مدنی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی نیازمند آموزش است و این آموزش عمومی جز با آموزش از طریق رسانه‌ها تکمیل نمی‌شود. اما کارکرد تفریحی به عنوان تنگ‌کننده فضای کارکرد آموزشی و کارکرد تبلیغی به عنوان تنگ‌کننده یا مانع کارکرد اطلاع‌رسانی، سد راه ارتقای کیفی مطبوعات از حیث عمل به وظایف معمول آن می‌شوند.

۴. راهبردها

با توجه به شاخصها و موانع ذکر شده اکنون می‌توان راهبردهای تحول کیفی مطبوعات ایران در شرایط امروز را برشمرد. این راهبردها براساس شاخصها و موانع ذکر شده قابل استخراج هستند و طبیعی است که اگر دسته‌ای دیگر از شاخصها و موانع در نظر گرفته شوند، راهبردهایی متفاوت به دست می‌آیند. نکاتی که در پی می‌آید صرفاً وجه راهبردی دارند و برای تبدیل شدن به خط مشی باید متکی به داده‌های تفصیلی، سیاستهای کل کشور در هر مقطع در بخش فرهنگ و رسانه‌ها، و عملیاتی‌تر شدن مفاهیم ذکر شده در هر راهبرد شوند. همچنین با توجه به تحولات سریع جامعه ایران، راهبردهایی که براساس هر مجموعه شاخص و مانع عرضه می‌شوند مدام باید مورد تجدید نظر قرار گیرند.

از آنجا که راهبردهای تحول کیفی به حیطه‌های مختلفی از حیثیات رسانه‌ای مربوط می‌شوند، باید هر مجموعه راهبرد را در ذیل عنوان خاصی گردآوری کرد. ما در اینجا شش حیطه مدیریت، سازمان، حقوق، مخاطب، مضمون و کارکرد را از یکدیگر تفکیک کرده و راهبردهای هر یک را جداگانه ذکر می‌کنیم:

الف. حیطه مدیریت

۱. توجه به مزیت‌های نسبی، به این معنا که هر نشریه با توجه به مجموعه مشخصات خویش ممکن است از برخی مزیت‌های نسبی برخوردار باشد و از این مزیتها باید حداکثر استفاده را ببرد. به عنوان مثال اگر حدود ۲۰۰ گروه زبان فارسی در دانشگاه‌های هند وجود داشته باشد و این موضوع در کشورهای فارسی زبان یا برخی کشورهای اروپایی به چشم بخورد، یک مجله علمی در باب آموزش زبان فارسی می‌تواند همه آنها را پوشش دهد. تنها در داخل ایران می‌توان چنین نشریه‌ای را با کیفیت مناسب علمی منتشر کرد.

۲. شفاف کردن تقاضاهای نظام سیاسی. تقاضاهای نظام سیاسی متوجه مدیریت رسانه‌هاست. این تقاضاها در مطبوعات دولتی بیشتر و در مطبوعات خصوصی کمتر است. مدیران رسانه‌ها برای معقول ساختن این تقاضاها و سوق دادن آنها به چارچوبهای قانونی چاره‌ای جز شفاف کردن آنها ندارند.

۳. تفکیک نقش. با توجه به افزایش رقابت میان مطبوعات و میان مطبوعات و رسانه‌های دیگر، مدیریت همواره باید در پی توفیق و تفکیک نقش خود باشد تا بتواند نیروها و مقدرات رقابتی خود را بهتر سامان دهد.

ب. حیطه سازمان

۱. انتشار چند نشریه باهم در قالب یک سازمان. این امر هم هزینه‌های انتشار را کاهش می‌دهد و هم در شرایط افت و خیز و بحرانی برای برخی از نشریات یک مؤسسه مطبوعاتی، با یاری گرفتن از شرایط با ثبات‌تر دیگر نشریات همان مؤسسه، امنیت ایجاد می‌کند. همچنین برخی از نشریات ممکن است در بدو امر زیان‌ده باشند، اما یک مؤسسه مطبوعاتی با چند نشریه می‌تواند آن زیان را با امید به رسیدن به سودآوری تحمل کند. این راهبرد به شکل کمرنگ آن

در مؤسسات کیهان، سروش، اطلاعات و همشهری دیده می‌شود که منحصر به بخش غیر خصوصی است.

۲. فعالیت چند رسانه‌ای، به این معنی که ما به جای مؤسسات مطبوعاتی، مؤسسات رسانه‌ای داشته باشیم که همزمان در حوزه‌های مختلف رسانه‌ای مثل کتاب، مطبوعات، رادیو و تلویزیون، ویدیو و مانند آنها عمل کنند. لازمه این امر خارج شدن رادیو، تلویزیون و ویدیو از انحصار بخش دولتی است. از این جهت، سازمانهای مطبوعاتی نیز همانند دست‌اندرکاران رسانه‌های الکترونیک و تصویری باید در پی خصوصی سازی تولید و پخش رادیویی - تلویزیونی باشند.

۳. تحقیق و توسعه (R & D). مطبوعات نیز همانند دیگر واحدهای تولیدی به چنین بخشی نیاز دارند. ضرورتی ندارد که این بخش در مطبوعات با استخدام چند کارمند تأسیس شود، بلکه نشریه به یک گروه مشاوره که مرتباً به ارزیابی و ارائه‌آیده‌هایی برای تولید مطلب پردازند نیاز دارد. بخش تحقیق و توسعه در مطبوعات، می‌تواند به صورت یک ذخیره فکری و یک کارگاه که به طور متناوب تشکیل می‌شود عمل کند. مطبوعات ایران همه هزینه‌های سخت‌افزاری ناشی از توسعه و تحول را براحتی پذیرا می‌شوند اما هزینه‌های نرم‌افزاری این امر را بر نمی‌تابند.

پ. حیطه حقوق

۱. عرفی‌تر شدن داوریه‌ها. دادگاههای بررسی جرایم مطبوعاتی که با حضور هیئت منصفه تشکیل می‌شوند در مقایسه با دادگاههایی که به سایر جرایم رسیدگی می‌کنند یک گام به پیش هستند اما مشکل این هیئت منصفه انتصابی بودن آن است. این انتصابی بودن از سه جهت قابل ایراد است: اول آنکه ویژگی داوطلبانه بودن عضویت از آنها سلب می‌شود. دوم آنکه به علت فقدان هیئت عمومی منصفه که اعضای هیئت منصفه هر جلسه باید به قید قرعه از میان آنها انتخاب شوند امکان تبانی میان آنها افزایش پیدا می‌کند. و سوم آنکه گرایشهای سیاسی دولت یا جناح حاکم بر آرا هیئت تاثیر می‌گذارد. برای عرفی‌تر شدن داوریه‌ها در حوزه رسیدگی به جرایم مطبوعات، چاره‌ای بجز انتخاب اعضای هیئت به قید قرعه از میان اعضای

هیئت عمومی منصفه که به نحو داوطلبانه شکل می‌گیرد نیست. عرفی ترشدن داوریه‌ها، به عرفی ترشدن حیطة عمل مطبوعات کمک می‌کند.

۲. استیفای حقوق نیروهای مطبوعاتی. بسیاری از نشریات ایرانی از رعایت حقوق معنوی خبرنگاران، عکاسان، گرافیستان و نویسندگان مطبوعاتی سر باز می‌زنند با این توجیه که ما نمی‌خواهیم عامل شهرت افراد قرار گیریم. این امر در روزنامه‌ها بیش از دیگر نشریات به چشم می‌خورد. مطالب و مواد مطبوعاتی بدون عنوان یا دارای اسم مستعار (که ناشی از فشار نشریه بر نویسنده یا فراهم آورنده مواد است) در مطبوعات ایران بسیارند در مورد حقوق مادی نیز بسیاری از نشریات با توجیهاتی مثل ضرردهی (که اصل انتشار را نامعقول می‌سازد) از پرداخت حقوق مادی نیروهای مطبوعاتی سر باز می‌زنند هنوز در چارچوب تشکلهای مدنی مطبوعاتی، هیئتهایی برای رسیدگی به این موارد وجود ندارد.

ت. حیطة مخاطب

۱. توازن افسانه و اطلاعات. این امر بالاخص در مطبوعات عامه پسند اهمیت دارد. توده مردم اطلاعات را نیز به شیوه روایی می‌خواهند. دراماتیک کردن رویدادها شیوه روزنامه‌نگاران مطبوعات عامه پسند است. این دراماتیک کردن نباید هیچ طرف این معادله را قربانی کند: اینکه اطلاعات دروغ برای جذاب کردن روایت به کار گرفته شوند یا پای‌بندی به صدق، موضوع را از جذابیت روایی تهی کند.

۲. خروج از حصار ملی در دو سطح منطقه‌ای و بین‌المللی و از جهت زبانی و مضمونی. این امر به سیاستهای تشویقی نیاز دارد. غیر از تشویق، باید مرز میان کار اطلاعاتی - امنیتی و مفاهمه و گفتگو و ارتباط با مراکز فرهنگی - رسانه‌ای روشن شود. روزنامه‌نگاری که بخواهد برای مطبوعات عربی زبان منطقه یا مطبوعات انگلیسی زبان در سراسر عالم مطالبی در مورد ایران تهیه کند و مردم در معرض اتهام جاسوسی باشد، عطای این کار را به لقایش می‌بخشد.

۳. پوشش نقاط کور مطبوعاتی. در جامعه ایران اقشار و گروههایی هستند که علی‌رغم داشتن سواد، امکان خرید مطبوعات و علاقه به اطلاع یافتن از مسائل جامعه خود از مطبوعات دوری می‌کنند. این امر را سر جمع تیراژ ۱/۵ میلیونی مطبوعات در جامعه‌ای با ۱۲ میلیون خانوار و بالای ۸۰ درصد با سواد، ارزانی مطبوعات در مقایسه با کالاهای دیگری که اوقات فراغت

افراد را پر می‌کنند و نقش مطبوعات در رخدادهای سیاسی مثل انتخابات هفتمین دوره ریاست جمهوری گواهی می‌دهند. تحقیقاتی که در مورد بهره‌مندی از مطبوعات در تهران یا بهره‌مندی از کالاهای فرهنگی و هنری در استانهای اراک و همدان انجام شده‌اند نشان‌دهنده این نقاط کور هستند.^۲

ث. حیطة مضمون و محتوا

۱. خروج از دور باطل بزرگداشت و تجلیل. این حرکت در مطبوعات بالاخص نشریات خصوصی تازه به میدان آمده (مثل جامعه و فردا) با حذف القاب و عناوین ارزشی از اسامی افراد و تبلیغات مستقیم جناحی در حال شکل‌گیری است (مطبوعات این سرمایه خود را به رادیو و تلویزیون داده‌اند و این دو رسانه در ایران اصولاً با حرکت براساس مناسبتها، و رهیافت تبلیغاتی بخوبی آن سرمایه را به جریان انداخته‌اند). اما آن دسته از نشریاتی که به دهه‌های قبل تعلق دارند (و حتی همشهری و ایران که در آغاز دهه هفتاد شکل گرفته‌اند) هنوز نتوانسته‌اند از این رهیافت فاصله بگیرند، گرچه یادداشت روز تقریباً در همه روزنامه‌ها به چشم می‌خورد.

۲. تولید خبر و گزارش. روزنامه‌های ایران از یک شبکه خبرگیری ملی برخوردار نیستند، چه برسد به شبکه‌ای منطقه‌ای یا بین‌المللی. نمایندگیهای روزنامه‌ها در شهرستانها عمدتاً توزیع کننده‌اند و نه مولد خبر. صفحات سنتی شهرستانهای روزنامه‌ها نیز که در روزنامه‌های شکل گرفته در دهه هفتاد رنگ باخته‌اند، صرفاً بیانگر مدعای ملی بودن را گواهی می‌دهند و نه پوشش خبری در سطح یک دولت - ملت را. مطبوعات ایران در فضای پراشتهاب سیاسی انتخابات مجلس پنجم به این سو، از حیث موضع‌گیری و تحلیل از خواب برخاسته‌اند اما از حیث خبر و گزارش روز ارتقایی نداشته‌اند. علت این امر آن است که ژنرالهای سیاسی خطوط مقدم جناحهای موجود به نوشتن تحلیل رغبت دارند اما روزنامه‌ها هنوز نتوانسته‌اند افسران خوبی برای کار خبری و گزارشی داشته باشند.

ج. حیطة کارکرد

۱. آموزش در خدمت توسعه و بسط مدنیت. توسعه و بسط مدنیت دو روش آمرانه و دمکراتیک دارد. اگر روش دمکراتیک را برگزینیم چاره‌ای بجز درگیر کردن آحاد ملت در این فرایند نیست. رسانه‌ها و از جمله مطبوعات می‌توانند با آموزشهای غیرمستقیم خود در خدمت فرایندهای فوق‌تر قرار گیرند.^۳ توسعه پایدار، متوازن و همه‌جانبه باید از سوی همه نهادها و از جمله مطبوعات پشتیبانی شود، وگرنه قیود فوق‌تر از آن سلب می‌شود. بسط مدنیت نیز تنها با فشار افکار عمومی ممکن است. مطبوعات می‌توانند جهت‌دهنده و گاه برانگیزاننده افکار عمومی باشند.

۲. تبیین به جای اقناع و القا. در طول دهه گذشته کارکرد تبیینی و توصیفی مطبوعات ایران مرتباً رو به افزایش بوده است اما نیروهای اقتدارگرا در همه جناحهای سیاسی در نشریات خود همچنان سازهای اقناع و القا را کوک می‌کنند. روزنامه‌هایی که به بخش عمومی تعلق دارند از جهت تبیینی، ناکارکرد هستند و بیشتر گرایشهای داخل حاکمیت را القا می‌کنند. یادداشتهای سیاسی یا فرهنگی این روزنامه‌ها بیشتر کارکرد القایی دارد تا کارکرد تبیینی. با حضور بیشتر نشریات بخش خصوصی در بازار مطبوعات انتظار می‌رود که بتدریج کارکرد تبیینی حضور بیشتری از کارکرد القایی پیدا کند.

پی‌نوشت‌ها

۱. سلطانی، پوری، *راهنمای مجله‌های ایران*، ۱۳۷۰، (تهران: کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۱).
۲. تحقیق در مورد بهره‌مندی شهروندان تهرانی از مطبوعات به سفارش مرکز تحقیقات رسانه‌ها و تحقیق در مورد بهره‌مندی از کالاهای فرهنگی و هنری در استانهای اراک و همدان به سفارش مرکز پژوهشهای بنیادی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام شده است.
۳. در مورد نقش رسانه‌ها در آموزش مدنی در کشورهای در حال توسعه یا جوامع در حال گذار نگاه کنید به:
Lucian W. Lye, "Communications and Civic Training in Transitional Societies", in *Communications and Political Development*, (NJ: Princeton university Press, 1963).