



مجید رضاییان به بیانه روز خبرنگار و در گفت‌وگو با همدان‌پیام عنوان کرد:

«رسانه‌های همدان» در ردیف خوب‌های گرید ۲

■ مطبوعات استانی بیشتر دولت‌محورند تا اجتماعی و مخاطب‌محور

مروری بر شکل‌گیری صنوف و تشکل‌های مطبوعاتی در ایران

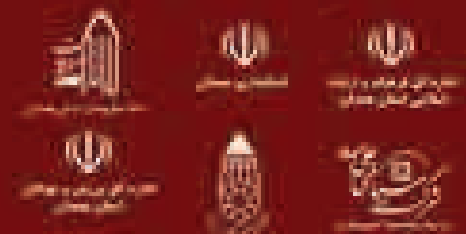
از سندیکا تا خانه

رئیس با قدمت خانه مطبوعات استان:

حق خبرنگار ادا نشده است

خبرنگار بشوم یا مسافرکش؟!

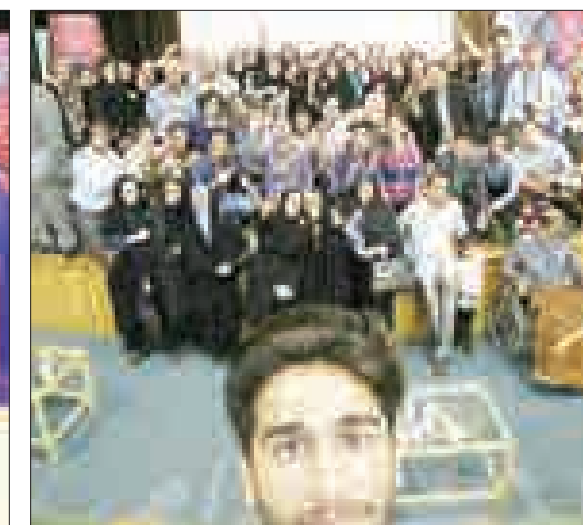
۱۳۹۵ مردادماه، هفته خبرنگار



۱۳۹۵ مردادماه، روز خبرنگار
خبرنگار
گرامی باد

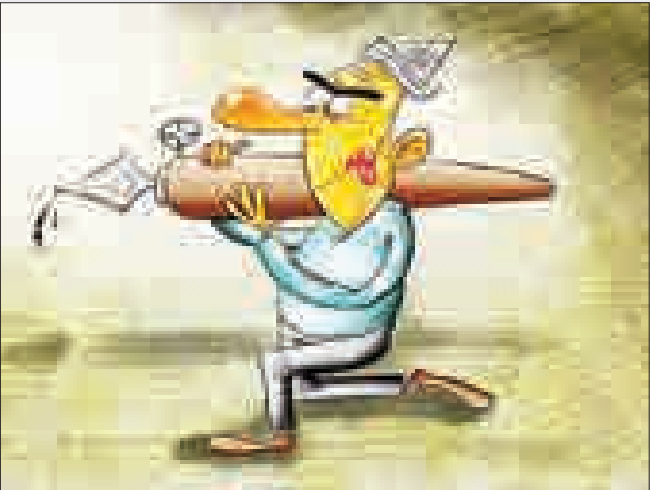
www.hamedanpayam.com

خبرنگاران در قاب دوربین



مطبوعات

خط مقدم مبارزه بافساد



۱- تجربیات بشری به خوبی این موضوع را مشخص کرده که فساد در یک فضای ناشفاف، مبهم و انحصار اطلاعات رخ می‌دهد.

به همین دلیل است که شفاف‌سازی، ابهام‌زدایی و دسترسی همگان بر اطلاعات همواره از سوی دولت‌ها و دستگاه‌های مقابله‌کننده با فساد، تکرار و تأکید می‌شود.

هرچند ممکن است در برخی مواقع، رفتار درباره این مسائل به صورت شعاری و جهت استفاده‌های فسادانگیز باشد اما تکرار آنها هم به نقش ویژه رسانه‌ها در مبارزه با فساد تصریح دارد.

۲- رسانه‌ها باید در انتشار اطلاعات آزاد باشند مگر آنکه آن اطلاعات به خاطر منافع ملی، انتشار آنها زیان‌آور بوده و دارای طبقه‌بندی محرمانه باشند.

آزادی رسانه‌ها در کسب و انتشار اطلاعات به این دلیل است که بتوانند به راحتی یافته‌های خبری خود درباره بروز فساد یا امکان آن را در جامعه منتشر کرده و به مبارزه با فساد در هر شکل آن به دستگاه‌های مسئول کمک کنند.

۳- در قانون اساسی بر اینکه رسانه‌ها در نشر مطالب آزادند و هیچکس حق ندارد نظر خود را بر آنها تحمیل کند، تأکید شده است.

این موضوع به خوبی نشان می‌دهد که نگاه آرمانی به آزادی در خصوص رسانه‌ها اعمال شده است و این آزادی به دلیل رابطه آن با سلامت جامعه و همچنین تأثیر مستقیم آن بر تعالی اندیشه جامعه، برای مطبوعات و رسانه‌ها لحاظ شده است.

۴- قانون دسترسی آزاد به اطلاعات، توسط دولت در حال اجرا است و بر اساس این قانون دستگاه‌ها موظفند همه اطلاعات درخواستی مراجعه‌کنندگان را در صورت نداشتن طبقه‌بندی در اختیار آنها بگذارند.

روح این قانون، شفاف‌سازی و روشن شدن مسیر تمام حرکات دستگاه‌ها است و به خوبی با به گردش درآمدن اطلاعات، امکان فساد را کاهش می‌دهد و اگر فسادی باشد هم در این گردونه از سیستم حذف می‌شود.

۵- رسانه‌ها تاکنون در مبارزه با فساد، تجربه‌های بسیاری داشته‌اند از کلاهبرداری‌هایی که به خاطر کمبود آگاهی مردم رخ می‌دهد تا فیش‌های نجومی، قراردادهای رانتی و استفاده‌های خاص از جایگاه و بیت‌المال، تجربه‌های مطبوعات آزاد بوده است.

اما آنچه در برخی از این تجربیات رخ داده، هجمه مدیران دستگاه‌ها به رسانه و خبرنگار به دلیل انتشار اخبار بوده است که در مواردی این هجمه سنگین مانع از ادامه کار رسانه شده و رسانه و خبرنگار آن را ترجیح داده‌اند تا اطلاع افکار عمومی، فقط کار را دنبال کنند و باقی کار را به دستگاه‌های نظارتی بسپارند که معمولاً در این موارد اقدامی نداشته‌اند.

۶- خبرنگاری شغل کم‌امنیتی است و هیچ خبرنگاری از امنیت شغلی خود مطمئن نیست حال در این وضعیت مبارزه‌ای سخت با فساد در انواع گوناگون آن مسئولیتی است که جامعه از خبرنگاران و رسانه‌ها، به عنوان چشم بیدار جامعه و ناظران شجاع انتظار دارند. در واقع از زاویه تکلیف و حقوق به خوبی ناهمخوانی تکلیف و حقوق خبرنگاری مشخص می‌گردد.

۷- قوانین موجود در حوزه مطبوعات و مسائل اطلاع‌رسانی اگرچه کامل نیستند اما در همین حد هم اگر به خوبی اجرا شوند و همه به آن، تن دهند و جایگاه رسانه و مطبوعات و خبرنگار را آگاه شده و به آن احترام بگذارند، امنیت لازم برای کار رسانه‌ای و خبرنگاری تأمین است و همین امنیت می‌تواند امکان فساد را به دلیل نظارت مستقیم رسانه‌ها به شدت کاهش داده و سلامت کاری و مالی را در فضای جامعه تسری دهد.

با این حال خبرنگاران و رسانه‌ها به دلیل تعهد اخلاقی که دارند از روشنگری، اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی به جامعه در راستای ارتقای سلامت آن و تعالی و پیشرفت جامعه در انجام تکالیف، کوتاهی ندارند. هرچند هزینه آن در مواقعی چنان شد که بقای رسانه و خبرنگار به رهایی تکلیف حکم می‌کرد و امروز رونمایی از فسادها در انواع مختلف آن، نتیجه فشار به رسانه‌ها و محدود کردن آنها در انجام تکالیف در دوره‌ای خاص است.

البته در سال‌های اخیر رسانه‌ها آزادانه در انتشار اخبار بخصوص اخبار فساد عمل می‌کنند که آسیب آن هم می‌تواند انتشار اخبار نامستند باشد.

به هر حال در هر شرایطی رسانه‌ها اگر در مبارزه با فساد نقش آفرین باشند، سلامت جامعه از فساد، تأمین خواهد شد.



۱۱- هدفم‌م مرداد که از راه می‌رسد من و قلم‌م هر دو تازه می‌شویم... دوسستان اهل قلم روزتان مبارک... مطبوعات به عنوان محور اطلاع‌رسانی در تنویر افکار عمومی و افزایش بینش و آگاهی شهروندان و هموطنان خود گام برمی‌دارند و در این راستا نقش بسزایی داشته و توفیق یار آنان بوده است.

مخبرنگار به عنوان "چشم بیدار" و "گوش شنوا" و "زبان گویای مردمی" است که نباید از "صحت"، "دقت" و "سرعت" که ۳ رکن اساسی در کار خبری است، غفلت کند.

همچنین داشتن اطلاعات وسیع درباره خبر، حفظ بی‌طرفی و اتخاذ روحیه عدالت‌محوری، داشتن شجاعت در بیان مشکلات و معضلات جامعه در راستای کم نمودن آنها می‌توانند به عنوان اصول و وظایف شرعی و قانونی یک خبرنگار از آنها یاد کرد.

مطمئناً مسئولان برای حل معضلات دستگاه‌های

←←

نقش بے‌بدیل رسانه‌های مکتوب

درتوسعه وبازاریابے گردشگری

✍️ مریم مقدم

۱۱- همدان پیام: علی‌رغم توانمندی‌های ایران در زمینه گردشگری، متأسفانه تاکنون نتوانسته به جایگاه شایسته‌ای در این صنعت دست یابد. از جمله عواملی که می‌تواند صنعت گردشگری کشور را توسعه و بهیود بخشد، به کارگیری ابزارها و پارامترهای مؤثر اطلاع‌رسانی به واسطه رسانه و بازاریابی است. این مطالعه بر آن است تا تفکر پهرمند شدن از ابزار رسانه‌های مکتوب و بازاریابی به عنوان زیر بنای فلسفی توسعه گردشگری می‌باشد، شرح دهد.

در اقق ۱۴۰۴ سند چشم‌انداز در بخش گردشگری، ایران به یکی از قطب‌های مهم گردشگری جهان تبدیل خواهد شد و برای تحقق آن شمار ورودی گردشگران بین‌المللی به‌ایران باید به حدود ۲۰ میلیون نفر برسد. ارزآوری ۲۶ میلیارد دلاری و تحقق حدود ۴ میلیون نفر اشتغال‌زایی از برنامه‌های مهم صنعت گردشگری ایران در اقق ۱۴۰۴ است. است. جذب ۶ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر گردشگر خارجی در کشور تا سال ۱۳۹۹ و جذب ۲۰ میلیون نفر گردشگر خارجی در چشم‌انداز ۱۴۰۴ نیز پیش‌بینی شده است. براساس برنامه تدوین شده ۱۰ درصد از جذب گردشگر خارجی کشور تا پایان سال ۱۳۹۹ معادل ۶۷۰ هزار نفر سهم استان همدان است و در سند چشم‌انداز سهم همدان از جذب گردشگری خارجی ۱۵ درصد است (واحد پژوهش و آمار سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری همدان).

تحقق این آمار بیانگر آن است که برای استان همدان در راستای جذب گردشگر مسیر پر تکاپویی ترسیم است و در این زمینه تبلیغات و معرفی ظرفیت‌های گردشگری برنامه‌ریزی مدونی را می‌طلبد. معرفی صحیح و اصولی پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های گردشگری در رسانه‌های مکتوب نقش اساسی را در جذب گردشگری دارد و این مهم به دنبال مطالعات متعدد در عصر حاضر به اثبات رسیده است. اما با وجود این رسانه‌ها هنوز نۀتنها در عرصه جهانی بلکه در عرصه ملی و منطقه‌ای نتوانسته‌اند مورد برنامه‌ریزی برای آشنایی مردم با جاذبه‌های فرهنگی گردشگری و تاریخی باشند. علی‌رغم توانمندی‌های ایران در زمینه گردشگری، متأسفانه بنا بر آمار موجود تاکنون نتوانسته به جایگاه شایسته‌ای در صنعت توریسم دست یابد. از جمله عواملی که می‌تواند گردشگری ایران را توسعه بخشد، به کارگیری ابزارهایی همچون رسانه‌ها و پارامترهای مؤثر تبلیغات و اطلاع‌رسانی و در نتیجه بازاریابی توسط مطبوعات است. این مطالعه بر آن است تا میزان تأثیر رسانه‌های مکتوب در توسعه و بازاریابی گردشگری را شرح دهد و مطالعات مهم در خصوص نقش رسانه‌های مکتوب بر توسعه گردشگری را مطرح کند. به واقع چه رابطه‌ای بین نشریات مکتوب و توسعه گردشگری استان همدان وجود دارد؟ رسانه‌های مکتوب چه نقشی در توسعه گردشگری و بازاریابی برای جذب توریست به عنوان نماد و سمبلی از توسعه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دارند؟

صنعت گردشگری از جمله صنایع مهم با رشد سریع در توسعه اقتصادی جهان است که با ایجاد بالاترین میزان ارزش افزوده به صورت مستقیم و غیرمستقیم می‌تواند سایر فعالیت اقتصادی و فرهنگی را تحت تأثیر قرار دهد. استان همدان در دهه‌های اخیر می‌توانست از طریق مختلف مانند کشاورزی، صنعت و تولید با فراهم نمودن و ایجاد امکانات خاص و منابع درآمدزایی کند اما بر اساس مطالعات کارشناسان و اسناد موجود در ارگان‌های دولتی از جمله استانداری همدان در دهه اخیر محور اصلی توسعه استان گردشگری ترسیم شده است. چه بسا بسیاری از کشورهای توسعه یافته و حتی کشورهای در حال توسعه از طریق گردشگری درآمد ملی خود را افزایش داده‌اند پس برای استان همدان نیز این مهم محقق می‌شوداگر در زمینه معرفی ظرفیت‌های گردشگری با برنامه مدون وارد عمل شود.

۱۲- **توافق هسته‌ای فرصتی برای تبلیغات با برنامه در گردشگری**

بازار گردشگری ایران که چند سالی تحت تأثیر تحریم‌ها کساد شده بود، بعد از توافق جانی تازه گرفت و این اتفاق باید برای استان همدان هم فرصتی باشد. همزمان با طرح توافق بزرگ تاریخی ایران با کشورهای ۱+۵، موج جدیدی از ابراز علاقه کشورهای اروپایی و آمریکایی برای سفر به ایران به راه افتاده است و این موج در سایه توجه رسانه‌ها ملموس است. رسانه‌های تخصصی گردشگری همدان باید تلاش کنند با ارتباط با رسانه‌های خارجی همدان را در مسیر سفر گردشگران خارجی قرار دهند.

سی‌ان‌ان؛ ایران تصورات شما را تغییر خواهد داد: تعداد توریست‌های ایران رو به افزایش است و مسئولان این کشور پیش‌بینی می‌کنند تا سال ۲۰۲۵ تعداد توریست‌ها به ۲۰ میلیون نفر برسد.

۱۳- **مطبوعات همدان**

مطبوعات هرچند در شهر همدان نسبت به شهرهای تهران، رشت و تبریز دیرتر پا گرفت اما شور و شوق وعلاقه در میان آزادخواهان و مشروطه‌طلبان همدانی سبب گردید تا این شهر از جمله پیشگامان این حرکت فرهنگی و به شمار آید.

✍️ نتیجه‌گیری

استان همدان از لحاظ فعالیت‌های گردشگری دارای توانمندی‌های بالایی می‌باشد، به طوری که از نظر جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی یکی از مناطق منحصربه‌فرد در استان و کشور می‌باشد.

اما متأسفانه آن طوری که باید و باشد برنامه‌ریزی دقیق و متناسب با اصول گردشگری در آن صورت نگرفته و در تمامی مناطق گردشگری از لحاظ امکانات و خدمات زیربنایی و رونبایی شاهد کمبودها و مشکلات بسیاری می‌باشیم و ورود گردشگران به آن تنها بر اساس جاذبه‌های متنوع آن می‌باشد و رسانه‌های جمعی و تبلیغات چه در سطح استان و چه در سطح کشور کمترین توجه را به آن نداشتند. این استان فاقد نشریه تخصصی مطرح و قابل توجه در حوزه گردشگری است و نشریات موجود نیز جوابگوی نیاز استان نیست.

به نظر می‌رسد چنین عارضه‌ای موجب خلأ بزرگ در این حوزه مهم و محوری در استان است.

گفتنی است؛ جای خالی چاپ نشریات تخصصی منحصراً در حوزه گردشگری در استان محسوس است این نشریه نیاز استان است با گستره توزیع ملی و بین‌الملل ؛استفاده از متخصصان و کارشناسان امر گردشگری در معرفی جاذبه‌ها در رسانه‌های مکتوب جدی گرفته شود و استفاده از تبلیغات و بازاریابی در یافتن جایگاه مناسب نشریات استان در عرصه ملی و بین‌المللی مورد برنامه‌ریزی قرار گیرد از مهمترین راهکارها در این زمینه است.

نگاهی تغییر رویکرد رسانه‌های خارجی در معرفی ایران

ردیف	تاریخ انتشار	نام روزنامه	کشور	گزارش / خبر انتشار یافته
۱	آگوست ۲۰۱۴	لایوبلیکا	ایتالیا	در این روزنامه برای سفر به کیش در گزارش مطرح شده است و کیش ایران به هاوایی ایران تشبیه شده است.
۲	اکتبر ۲۰۱۴	ریلی‌تلگراف	انگلستان	تبلیغ تور ۱۲ روزه با ۳۱۵۰ پوند به ایران در این گزارش برای نخستین‌بار در انگلستان به سفر به ایران اشاره شده است و اجرای این تور در سال ۲۰۱۶ پیش‌بینی شده است.
۳	نوامبر ۲۰۱۳	لوفیگارو	فر انسه	معرفی باغ‌های ایرانی در شهرهای شیراز، تهران، اصفهان و باغ‌کیاهشتانی مشهد توسط دو خبرنگار فرانسوی در ایران، پیش‌بینی این روزنامه این است از مارس ۲۰۱۳ تا مارس ۲۰۱۴ ایران میزبان ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار گردشگر خواهد بود.
۴	می۲۰۱۴	لس‌آنجلس تایمز	آمریکا	(ایران بهترین کشور برای گردشگری خارجی) جانت موریس گزارش گردشگری و هاریزر در این گزارش عنوان کرده است ۲ برابر ۲۰۱۴ در سال ۲۰۱۶ به ایران گردشگر می‌فرودند.
۵	ژانویه ۲۰۱۲	فایننششال تایمز	لندن	این روزنامه یکی از قدیمی‌ترین روزنامه‌های اقتصادی سیاسی است و به طور همزمان در دهه‌ها شهر مهم جهان از جمله لندن، فرانکفورت، میلان، مادرید، لوس‌آنجلس، سانفرانسیسکو، واشنگتن، هنگ‌کنگ و... چاپ می‌شود این روزنامه پیش‌بینی کرد در سال ۲۰۱۴ ایران گزینه اول در لیست مقاصد گردشگری است.
۶	دسامبر ۲۰۱۳	روزنامه تایمز	لندن	سفر به ایران را به گردشگران انگلیسی در سال ۲۰۱۶ توصیه‌کرد



خبرنگار بشوم یا مسافر کش؟!

۱۱ روزی که "ناپلئون بناپارت" در تشریح علّت کنترل روزنامه‌های پاریس و انتصاب سردبیر روزنامه "مونیتور" که رسانه شخصی وی محسوب می‌شد، گفت: «اگر عنان کنترل مطبوعات را رها کنم حتی ۳ ماه نیز بر سر قدرت باقی نخواهم ماند». هرگز فکرش را هم نمی‌کرد چند قرن بعد و در دوران اوج‌گیری قدرت رسانه‌های جمعی، جایی پیدا بشود که در آن روزنامه‌نگاری به عنوان یکی از "دم دستی‌ترین" مشاغل جامعه مطرح شود.

از طرفی یکی دیگر از مشاغلی که به دلیل مقدمات ساده و سرمایه اولیه کم، مورد اقبال قشر بیکار قرار گرفته و معمولاً آخرین گزینه آنان به حساب می‌آید، شغل شریف "مسافرکشی" است. شغلی که این روزها نقش سوپاپ اطمینان بیکاری شهر و استان ما را بازی می‌کند و هجوم بیکاران و حتی کارمندان به آن سبب شده است که اندک رانندگانی که به صورت حرفه‌ای و با طی مراحل قانونی و مقدمات رسمی به آن مشغول شده‌اند در فشار و مضیقه قرار بگیرند و به اصطلاح دست در آن زیاد شود.

قسمت جالب ماجرا اینجا است که اگر بیکاران عزیز بدانند که شرایط و مقدمات لازم برای خبرنگار شدن چقدر آسان است و چطور می‌شود به راحتی آب خوردن یک نشریه یا پایگاه اطلاع‌رسانی راه انداخت هرگز به دنبال شغل پرزحمت مسافر کشی نرفته و به جایش خبرنگار می‌شوند.

برای همین ما در ادامه این مطلب برای اثبات ادعای خودمان می‌خواهیم شرایط و مقدمات این دو شغل را بررسی کرده و ثابت کنیم که روزنامه‌نگار شدن بسیار راحت‌تر از راننده شدن و تقریباً هر شغل دیگری است.

۱-۱- اخذ مجوز:

گرفتن مجوز برای مسافر کشی به مراتب سخت‌تر از اخذ مجوز تأسیس رسانه است. معمولاً برای گرفتن "کارت شهری" که برای مسافرکشی لازم است، می‌بایست ابتدا گواهینامه پایه دوم رانندگی گرفت که تابع مقررات خاصی است و صرفنظر از استرس نشستن در کنار افسر سخت‌گیر اهنمایی‌وراندگی، امتحان آیین‌نامه‌اش به اندازه یکی از آزمون‌های دانشگاهی سخت است. تازه بعد از گرفتن گواهینامه باید چند ماه بگذرد تا اجازه رانندگی در خارج از شهر بگیری و این تقریباً پنجاه درصد ماجراست؛ چراکه متقاضی بعد از طی این مراحل باید برای گرفتن کارت شهری اقدام کند که اولین شرطش متاهل بودن است و در مراحل بعد گواهی عدم سوء پیشینه و اعتیاد و ...

در عوض برای اخذ مجوز چاپ یک نشریه، شما فقط به یک مدرک لیسانس نیاز دارید که هرچند کمی بیشتر طول می‌کشد اما معمولاً آسان‌تر از گرفتن گواهینامه رانندگی است. چند اثر و مقاله هم در نشریات لازم دارید که به لطف اینترنت، اصلاً کار سختی نیست و حتی می‌شود با پرداخت مبلغ ناچیزی خیلی راحت آن را به دست آورد! فقط می‌ماند گواهی عدم سوء پیشینه و اعتیاد که معمولاً برای هر شغلی لازم است و باید فکری به حالش کرد. امّا در عوض به لطف تکنولوژی مراحل ثبت‌نام اخذ مجوز نشریه، تماماً اینترنتی است و ظ‌رّف مدت ۱۰ دقیقه می‌توانید درخواست خود را در سامانه‌ای ثبت نمایید و منتظر به‌مانیت تا مجوزتان صادر شود.

تازه این مسیر قانونی برای این کار است و طبیعی هم هست که طولانی‌ترین مسیر باشد. متقاضیان اخذ مجوز صدور نشریات دقیقاً مثل راننده‌هایی که مجوز تاکسی می‌کشند دیگری را اجازه می‌کنند، می‌توانند مجوز نشریه‌ای که قبلاً صادر شده را اجاره کرده

۲-۲- نظارت:

شک تکبید که نظارت روی رانندگان تاکسی و حتی مسافرکش‌های شخصی که بدون مجوز کار می‌کنند

بیشتر از نظارتی است که مردم و نهادهای ذی‌ربط روی روزنامه‌نگاران دارند؛ چراکه رانندگان شریف در وحله اول زیر ذره‌بین نقادانه مردم و مشتربان سختگیرشان قرار دارند. در حالی که همین مردم با بی‌فاوتی تمام از کنار دکه‌های خاک گرفته مطبوعاتی‌ها می‌گذرند و کوچک‌ترین توجهی هم به این نکته نمی‌کنند که هزینه این رپرتاژ آگهی‌های یک صفحه‌ای که با فونت درشت و عکس‌های بزرگ چاپ می‌شوند و پر شده‌اند از آمار عملکرد و خدمات ارزنده ادارات، از پول بیت‌المال و به عبارتی از جیب ملت تأمین می‌شود.

تازه این بخشی از ماجرا ست و نظارت‌های دقیق نهادهایی مثل راهنمایی‌وراندگی، تاکسیرانی، سازمان پابنه‌ها و... هم هست که به قدری منظم و دقیق اعمال می‌شود که آدم آرزو می‌کند ای کاش صدور مجوز تأسیس نشریات را هم به اداره تاکسیرانی بدهند تا به همه نشان دهد نظارت یعنی چه!

۴-۴- درآمد:

از نظر درآمدی هم این دو شغل قابل مقایسه نیستند. اگر هزینه‌های اخذ گواهینامه، دریافت کارت شهری، استعلامات ریز و درشت، استهلاک، لاستیک و گاز و بنزین و روغن و واسکازین و فیلتر و... را با درآمد روزانه مسافر کشی تناسب ببندید و آن را با درآمد حاصل از یک نشریه که ۴ صفحه آن آگهی دولتی است (حتی اگر م الف هم نباشد) مقایسه کنید، حتماً تأیید خواهید کرد که درآمد آن یکی خیلی کمتر از این است. تازه علاوه بر راحتی کار، بحث پرستیز و وجهاتی که کار روزنامه‌نگاری دارد به‌مانند که با تکبیه بر آن می‌توانید در محافل خصوصی و عمومی سرتان را بالا بگیرید و مغرورانه‌تر از هر پزشک حاذق و مهندس تخصصی افتخار کنید و فخر بفرروشید!

با این اوصاف فکر می‌کنم که ثابت کرده باشم که شغل روزنامه‌نگاری شغلی به مراتب راحت‌تر، بی‌دردس‌تر، باکلاس‌تر و پردرآمدتر از هر شغل شریف دیگری است. تنها یک مسأله می‌ماند و آن هم رسالت و شرف خبرنگاری است که باید یک جوری آن را با وجدان‌تان

امام‌جمعه و نماینده ولی فقیه در استان همدان

خبرنگاری شغلهٔ مقدس و والااست



۱۱امام‌جمعه و نماینده ولی فقیه در استان همدان معتقد است: خبرنگاری شغلی است که باید عاشقانه این شغل را پذیرفت، کسی که عاشق کارش باشد آن کار را برای رضای خدا و نه کسب جایگاه و پول، انجام می‌دهد.

آیت‌ا... غیاث‌الدین طه‌محمدی می‌گوید: در امر رسانه و اطلاع‌رسانی که یکی از پرمخاطره‌ترین کارهاست، کار آنچنان دشوار است که بسیاری از خبرنگاران حین ارائه گزارش دچار گرفتاری‌هایی می‌شوند.

وی با بیان اینکه رسالت آگاه‌سازی این است که یک خبرنگار صادق با انواع خطرات و حداقل تفاوت بین آن‌ها و دلالاتی که تنها به دنبال منافع شخصی خود هستند مشخص نماید و به قول شاعر:

کس نمی‌داند در این بحر عمیق

سنگ‌ریز قریب دارد یا عقیق.

توضیح: نویسنده به خوبی واقف است که در همه جای دنیا و در کشورهایی که صاحبان حقیقی رسانه هستند نیز تأسیس نهادهای رسانه‌ای کاری بسیار آسان بوده

و تر تریبات قانونی بسیار کم و نظارت بسیار کمتری بر رسانه‌ها اعمال می‌شود، اما نکته‌ای که نباید از آن غافل شد این است که معمولاً در این کشورها تأسیس رسانه بسیار آسان اما رسانه‌داری و حفظ آن در شرایط رقابتی دنیای ارتباطات بسیار سخت است.

سختی کار رسانه‌داری و خبرنگاری آنجا بیشتر مشخص می‌شود که رسانه‌ها در غرب خودشان می‌مانند و مخاطبان‌شان، بدون کوچک‌ترین حمایتی از سوی هر نهاد و سازمان دولتی، البته آنجا دولت‌ها هم رسانه‌های خود را دارند اما رسانه‌های عمومی شامل انواع شبکه‌های تلویزیونی، رادیویی، نشریات و... حداقل وابستگی را به دولت نداشته و تنها متکی به درآمد حاصل از فروش خروجی خود به مخاطبان و نهایتاً درآمدزایی‌هایی فارغ

از دولت‌ها هستند و به همین دلیل می‌توانند استقلال خود را حفظ کنند.

° برگرفته از فضای مجازی رسانه‌های استان کردستان

استاندار همدان:

فعالیت رسانه‌ها نشان‌دهنده پویایی است



محسوب می‌شود.

استاندار می افزاید: باید مردم را امیدوار کنیم و اجازه نالمیدی و یأس ندهیم. اگر بتوانیم خدمات دولت را به خوبی به مردم اطلاع‌رسانی و منعکس کنیم، به طور قطع مردم امیدوارتر می‌شوند.

به گفته وی، نباید خط کشی کنیم که این دولت چه کسی هست و یا آن دولت چه گفت و قبلی‌ها چه گفتند، باید احساس‌مان این باشد که دولت، نماینده نظام و کارش خدمات‌رسانی به مردم است. حال هر دولتی با یک شیوه و یا توانی خدمت‌رسانی می‌کند، اما آنچه مسلم است اینکه خدمات دولت، خدمات نظام است و باید مردم دلگرم شوند و رسانه‌ها در ایجاد این دلگرمی سهم اساسی و تأثیرگذاری می‌توانند داشته باشند.

نیکبخت همراهی رسانه‌ها بخصوص در هفته دولت را مهم دانسته و خطاب به رسانه‌ها می‌گوید: در هفته دولت خدماتی که به شما منعکس می‌شود و با مواردی که در جریان هستید را به اطلاع مردم برسانید که این کار دلگرمی مردم را به دنبال خواهد داشت.

وی از انتظار کارگزاران و خدمتگزاران مردم از رسانه‌ها گفت و اینکه رسانه‌ها بدون شائبه و نظر خاص، خدمات را اطلاع‌رسانی کنند که تاکنون هم خوشبختانه رسانه‌های استان همین‌گونه عمل کرده و سعی کردند خدمات را بگویند. البته نقدها را هم که بگویند جای قدردانی دارد.

رئیس با قدمت خانه مطبوعات استان:

حق خبرنگار ادا نشده است



کهنه نداشتی

۱۶ سال از شکل‌گیری خانه

مطبوعات استان همدان می‌گذرد.

در این میان هیأت مدیره خانه در طول دوران مختلف با تمام توان برای بهبود شرایط اصحاب رسانه استان در تلاش بوده و طرح‌های مختلفی را ارائه کرده و دنبال می‌کند تا در نهایت جایگاه اصحاب رسانه در استان ارتقا یافته و این تلاشگران عرصه خبر به شأن و منزلت واقعی و حقوق خود دست یابند.

هرچند همگی معتقدند باید بیش از اینها برای خبرنگاران کار می‌شد و برخی هم به دنبال منحل کردن آن بودند که در واقع با این کار تیشه به ریشه مطبوعاتی زده می‌شد.

البته خانه مطبوعات استان نشان داده که در فضایی آرام و بی‌حاشیه پیش رفته است؛ اما اینک انتظاراتی بیشتر از این پارلمان خبرنگاری وجود دارد: انتظاراتی که بیشتر روی تقویت نقش آفرینی و ورود و تلاش بیشتر به مسائل و مشکلات خبرنگاران و تعالی داشته‌های آنها برمی‌گردد.

رئیس با قدمت خانه مطبوعات استان هم معتقد است آنچه که حق خبرنگاران بوده، ادا نشده است؛ هرچند باید به محدودیت‌های مالی خانه مطبوعات را هم در نظر گرفت.

در ادامه گفت‌وگوی همدان بیسام را با محمدرضا عارف، رئیس خانه مطبوعات استان همدان می‌خوانید.

❖ لطفاً از جایگاه خانه مطبوعات استان بگویید.

جایگاه خانه مطبوعات با توجه به تشکیلات شکل گرفته، اساسنامه و روند طی شده، حقوقی است. این خانه منهای مقطع کوتاهی که مورد بی‌مهری قرار گرفت، اما در حال حاضر در استان همدان به عنوان تنها تشکل صنفی جامعه رسانه‌ای مطرح است. از گان و نهاد دولتی‌ها، اساس‌نامه و... خیلی در مجموعه خانه مطبوعات، نقش ایفا نمی‌کنند؛ در صورتی که جایگاه خانه را اعضای آن چه اصلی و چه افتخاری می‌توانند تعالی ببخشند.

در مورد وجاهت خانه هم معتقدم که این مهم به بزرگی و توان و شایستگی اعضا برمی‌گردد که با انسجام موجود در جامعه رسانه‌ای استان، این خانه در استان همدان حرف نخست و آخر را در جامعه رسانه‌ای می‌زند و در حال حاضر مجموعه‌ای نیست تا در کنار خانه عرض اندام کند.

❖ از اقدامات صورت گرفته توسط خانه بگویید.

خانه مطبوعات در کشور با توجه به اینکه ردیف بودجه‌ای ندارد و بودجه‌ایشان صرفاً با توجه به مراودات و تعاملاتی که با مجموعه‌های اداری به‌ویژه ارشاد داشته‌اند، تأمین می‌شود. همچنین سعی کرده‌ایم، وحدت رویه و اسجام در جامعه رسانه ایجاد شود

که در این بین به صورتی که به نتیجه قابل‌قبول برسد، اعلام می‌کنیم؛ اما این تعاونی هم با توجه به شرایط حاکم، ابتدای راه است.

❖ بیمه خبرنگاران حل می‌شود؟

متأسفانه همانطور که گفتم چون برخورد سلیقه‌ای با مجموعه‌های رسانه‌ای کشور می‌شود، این مشکل به وجود آمده است. از زمان سر کار آمدن دولت یازدهم، به دنبال انحلال صندوق حمایت از هنرمندان، نویسندگان و روزنامه‌نگاران بودند که به سرانجام نرسید. برای بیمه چند راهکار داده‌ایم. البته قانون معافیه بیمه‌ای (با سقف ۵ نفر) که قابل تغییر هم نیست، همچنان وجود دارد؛ بلکه بخواهند در این مسأله ورود پیدا کنند. بخش اعظم رسانه‌ای ما از این موضوع غافل بوده‌اند و با اطلاعاتی نداشته‌اند که هم‌اکنون در حال رونق است.

پرداخت بیمه پارانهای به مجموعه رسانه هم در حال مدیریت است که از رهگذر این حمایت، خبرنگاران سود می‌برند. البته امیدواریم با همت و جدیت مدیران مسئول، این موضوع بیشتر و بهتر پیش برود.

❖ برای مجتمع‌های رسانه‌ای در استان برنامه‌ای دارید؟

برای نخستین‌بار صحبت از خانه رسانه ملایر حدود ۲ سال پیش در دفتر نمایندگی همدان‌پیام در ملایر و در سالروز ۱۰ سالگی این نشریه مطرح شد که مشکلی برای تعویق این پروژه پیش آمد. در نهایت این خانه پس از

گذشت ۲ سال در هفته خبرنگار، رسماً افتتاح می‌شود.

این مجتمع، ساختمان تجاری اداری واقع در مرکز شهر است که ۸ واحد در اختیار رسانه‌ها، نشریات و مجموعه‌های فرهنگی قرار می‌گیرد؛ از این تعداد ۲ واحد به رسانه‌های محلی شهرستان، خبرگزاری‌های فعال و نمایندگی‌خانه مطبوعات اختصاص می‌یابد.

امیدواریم افتتاح این پروژه مقدمه‌ای باشد تا سایر شهرستان‌ها و مرکز استان نیز همت کنند تا جامعه رسانه‌ای از مکان مناسبی برای فعالیت برخوردار شوند. البته در این مسأله در کشور پیشتان نخواهیم بود، اما به عنوان یک استان فرهنگی، قدم برمی‌داریم.

❖ پیگیری رفاهی خبرنگاران به شکلی است؟

در این مبحث با توجه به امکانات گردشگری، تفریحی و ورزشی مشکل و محدودیتی وجود ندارد و مدیران مجموعه‌ها همراهی می‌کنند و امتیازاتی قرار داده‌اند.

❖ ارزیابی شما از وضعیت کیفیت و حرفه‌ای بودن رسانه‌های استان چیست و برای افزایش آن چه باید کرد؟

باور کنید مبالغه نیست. در واقع استان ما چه از لحاظ کیفی و چه کمی در غرب کشور و حتی در بین بسیاری از استان‌های مطرح، شانه به شانه حرکت می‌کند. جامعه رسانه‌ای استان به بلوغ فکری و حرفه‌ای رسیده‌اند و به شکل‌های مختلف در سطح کشور مطرح هستند.

حضور آنها در جشنواره‌های منطقه‌ای و نمایشگاه‌های کشور با عناوین مختلف حاکی از آن است که مطبوعات ما حرکتی جهشی داشته‌اند.

در این بین معتقدم مدیران و مردم ما باید قدردان جامعه رسانه‌ای استان همدان باشند که با وجود مشکلات فراوان مالی و جایگاهی، جایگاه استان را حفظ کرده‌اند. نوبد می‌دهم مطبوعات استان در آینده نه‌چندان دور، حرکت رو به جلو و شتاب‌گونه‌ای خواهد گرفت. از آنجایی که در نشر و چاپ دستمان باز است و بر اساس بررسی‌ها، استنباطم این است که به طور قطع روند توسعه در بخش چاپ و محتوا بهتر و بیشتر خواهد بود.

❖ مبحث آموزشی را همچنان مطالبه دارید؟

متأسفانه یکی از مشکلات کهنه و دیرینه مجموعه خانه است که البته بخش زیادی از این موضوع به بودجه و اعتبار وابسته است که اگر نباشد نمی‌توانیم عرض اندام کنیم؛ بلکه به کلاس‌های پیش‌فاده بسنده کنیم، در حالی که خبرنگاران استان خیلی جلوتر هستند و به نوعی بی‌مهری در حق آنها خواهد بود.

به نظر من باید از اساتید علم روزنامه‌نگاری بهره برد که انتظارمان با توجه به وعده‌های داده شده در ۲ سال اخیر این بود که این نقیصه حل شود، اما همراه خوبی وجود داشت و این انتقاد بر دولت تدبیر وارد است. یکی از مطالبات ما در محافل مختلف همچنان آموزش است تا در این زمینه جایگویی خواستار جامعه رسانه‌ای استان باشیم.

❖ شما به خانه چه نمره‌ای می‌دهید؟

نمره را من نباید بدهم؛ بلکه قاعده آن است که اعضای خانه باید نمره بدهند. همیشه معترف بودم با توجه به حاشیه‌هایی که وجود داشته، آنطور که باید و شاید خانه برای احقاق حقوق اعضا، عمل نکرده است. از سال‌های گذشته اراده‌ای بود تا خانه منحل شود، زیرا متأسفانه با توجه به اینکه این مجموعه‌ها وابسته به دولت‌ها هستند- که با آنها سلیقه‌ای عمل می‌شود- و با گذشت عمرشان هم تغییراتی را دنبال دارد. بنابراین این جایگاه از طریق مجموعه وزارت ارشاد به عنوان متولی اصلی کار متزلزل شده و فرازوفرودهایی داشته و موجب شده است با نواقضی روبه‌رو باشیم که بخشی از آنها نخواستار بوده و به نوعی به نگاه مجموعه مدیریتی وزارتخانه در گذشته و حتی حال برمی‌گردد و این مسائل هم مقداری تعیین‌کننده هستند.

❖ و در پایان از آمار نهایی پالایش خبرنگاران چه خبر؟

در مدت ۸، ۹ ماه فعالیت مستمر هیأت‌مدیره خانه مطبوعات استان برای پالایش و استخراج اطلاعات خبرنگاران باید گفت در حال حاضر تقریباً ۳۱۴ نفر عضو خانه مطبوعات هستند.

البته برخی رسانه‌ها همراهی نکرده‌اند و بخشی از اطلاعات ما ناقص است. انتظار داریم به این سطح از بالندگی و رشد رسیده باشیم و بدانیم که هر جامعه‌ای نیازمند اطلاعات دقیق‌تر است تا برنامه‌ریزی بهتری صورت بگیرد که در غیر این صورت، خلأ ایجاد می‌شود. با توجه به انتظاری که جامعه رسانه‌ای استان از مجموعه‌ای اداری برای قرار دادن آسان اطلاعات آنها دارند و گاهاً آنها را زیر سؤال می‌بریم، اما خودمان اطلاعات جزیی را در اختیار خانه به عنوان یک نهاد صنفی و حامی قرار نمی‌دهیم.

جای خاله تولید اندیشه در رسانه



کهنه نداشتی

از زمانی که رسانه در دنیای جدید قدرت گرفت و خبر و انتشار آن بر سیاست و اقتصاد و فرهنگ تأثیرگذار شد و مطبوعات رکن چهارم دموکراسی نام گرفتند تا امروز که کاغذ و قلم- نمادهای روشنگری و آگاهی- جای خود را به اینترنت و رسانه‌های مالتی مدیا داده‌اند، همواره این‌ نکته که وظیفه خبرنگار- روزنامه‌نگار چیست مورد بحث بوده و هست.

زمانی خبر برای خبر بود. به این معنا که اطلاع یافتن مردم از روزمرگی‌های زندگی و دنیای اطراف خودشان شغلی تولید کرده بود به عنوان خبرنگاری. بعدتر اصحاب سیاست و اقتصاد متوجه قدرت رسانه شدند و خبر به شکل‌های مختلف و در کارکردهای مختلف رواج پیدا کرد. بازوی قدرتمند احزاب، سیاسیون و ثروتمندان و البته مردم و جامعه مدنی، روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها شدند و در مقابل رسانه‌ها هم از سلاح نقد استفاده کردند. نقد، این واژه سه حرفی به ظاهر ساده چنان زهری داشت که قدرتمندان را به گفت‌وگو می‌کناند و رسانه‌ها را از پیش قدرتمندتر می‌کرد. با همین ویژگی‌ها بسیاری از رسانه‌ها در جهان و ایران مشغول به کار هستند و با همه مشکلات راه خود را ادامه می‌دهند. تا اینجا کار هیچ مشکلی وجود ندارد اما مسأله زمانی اهمیت می‌گیرد که بدانیم فراتر از خبرنگاری روزمره آن هم در شهری همچون همدان که در شرایطی نیمه مدرن- نیمه سنتی و توسعه نیافته قرار دارد باید به تعاریف جدیدی از کار رسانه اشاره کنیم. به چیزهایی که در همدان رنگ آن را هم در هیچ رسانه‌ای نمی‌بینیم.

❖ جای خالی روزنامه‌نگاری اندیشه روز

از زمانی که روزنامه به طور رسمی در دوران مشروطیت وارد سیاست و اقتصاد و زندگی ایرانی شد، خبررسانی وظیفه اصلی رسانه بوده و همچنان نیز هست. آگاهی‌بخشی بر پایه مطلع کردن جامعه از آنچه اتفاق افتاده و خواهد افتاد سیاست اصلی رسانه‌ها در سال‌های گذشته بود. در همه این سال‌ها اما در کنار خبر، گروهی دیگر از روزنامه‌نگاران ایران مسبک دیگری را برای کار خود- فراتر از خبر- انتخاب کرده است. تولید اندیشه در قالب روزنامه‌نگاری مدت‌هاست که به صورت حرفه‌ای در حال انجام است. در این نوع روزنامه‌نگاری، رسانه فراتر از اخبار روزمره به بحث و تحلیل آنها می‌پردازد و در قالب ایده و نظر، اندیشه تولید می‌کند. چنین سبکی اگرچه مدت‌هاست در نقر عضو خانه مطبوعات هستند.

بسیاری از شهرستان‌ها هم در اشل خود به جای تولید روزنامه خبری و سایت اطلاع‌رسانی، رسانه‌هایی تحلیلی و اندیشمند، که با خواندن آنها فکر و اندیشه و ایده به مخاطب می‌رسد، منتشر می‌کنند. اما چرا در شهری مثل همدان این سبک کار کردن بین روزنامه‌نگاران و خبرنگاران طرفداری ندارد؟ فکر می‌کنم برای پاسخی به این پرسش باید دو عامل اساسی را مورد بحث قرار دهیم. اول تأثیر فضای مجازی بر فضای خبرنگاری است.

سال‌ها قبل وقتی هنوز تلفن همراه و اینترنت نسل سوم و چهارم و

تلگرام و وایبر وجود نداشت خبرنگار نماد کسی بود که باید کفش آهنی به پا داشت و زمین و زمان را برای پیدا کردن خبر زیر پا می‌گذاشت. آن زمان خبرنگارها در بهترین حالت بجز خودکار و کاغذ، دستگاه کوچکی برای ضبط صدا داشتند. حالا اما شرایط فرق کرده است. خبرها به کسری از دقیقه در شبکه‌های مجازی منتشر می‌شوند و دیگر کسی برای خبر جستن و خبر نگاردن سختی به خود نمی‌دهد. این وضعیت اگرچه همچون بسیاری دیگر از شئون جهان مدرن فواید بسیاری دارد اما در کنار آن مضراتی هم به همراه داشته است. خبرنگاری به ساده‌ترین شکل ممکن تقلیل یافته است. تحلیل جای خود را به گروه‌های خبری و توییت و همه آن چیزهایی داده است که در آن سرعت و کوتاهی حرف اول را می‌زنند. حالا خبر مهمتر از هر چیز است و در این داستان آنچه فراموش شده است شکل سنتی و درست خبرنگاری است. جایی که تجربه‌ای وجود داشت و بحث و دعوی دبیران با سردبیر و خبرنگاران و تبادل حرف‌ها تا از میان آن اندیشه و ایده زنده شود.

لازم نیست راه دوری برویم. فقط کافی است نگاهی به گروه‌های خبری همدان بیندازیم. همه دور هم جمع شده ایم و در بهترین حالت اگر لطیفه و شوخی بحث‌های شخصی را کنار بگذاریم، خبری هم در گروه می‌گذاریم. خبرهایی که می‌خوانیم و نه تأثیری بر مخاطب می‌گذارند و نه با انتشار آنها اتفاقی می‌افتد. مسلم است این حرف نقد دنیای مجازی نیست چون اصول شبکه‌های موبایلی جایی برای ظهور فکر و اندیشه نیستند. تنها فایده آنها گذراندن وقت است. جای اندیشه و فکر و جریان‌سازی و حرف‌های حساسی، سایت‌های تحلیلگر و روزنامه و کاغذ هستند. عامل دوم اما اهالی رسانه در استان هستند. وقتی مشکلات اقتصادی پیداد کند اهالی رسانه ناخودآگاه به سمت مدیرانی می‌روند که افکار عمومی غیر از خواندن تیتیر مطالب آنها کار دیگری انجام نمی‌دهند. اینها همه به نظر نشانه‌هایی عمیق از عدم توسعه‌یافتگی همه‌جانبه ما هستند.

❖ بازگشت به خویشن

۱۶ سال پیش زمانی‌که اینترنت هنوز زندگی خبرنگارها را "مهیار" نکرده بود، محمد قوچانی- سردبیر امروز ماهنامه مهرنامه- گفت‌وویی با امیرمحبیان- تئورسیسن برجسته اصولگر- انجام داده بود. آن روزها کسی خبر نداشت قرار است چه تغییراتی در دنیای خبر و روزنامه ایران اتفاق بیفتد. محبیان عقیده داشت روزنامه‌ها باید خوراک فکری در جهت اندیشه برای مردم عرضه کنند. از آن زمان تا حالا بسیاری از نشریات مهم در حوزه فکر و اندیشه و فلسفه و علم آمده و رفته‌اند اما مسأله این است که در این جریان، همدان، شهر ما، هیچ نقش و تأثیری نداشته است. تک و توک روزنامه‌نگاران مهم و کاربلدی هم اگر از همدان ظهور کرده‌اند به سرعت پایتخت را به شهر خودشان ترجیح داده‌اند. در مقابل بسیاری از شهرها مثل رشت و اهواز و اصفهان و مشهد کم نداشته و ندارند نشریاتی که عمیق هستند و برای روزمرگی با اخبار روزانه بر نمی‌شوند. آنها برای فکر و اندیشه کار می‌کنند. ما، اما، کجای کاریم؟

توافق برد- برد برای مجلس و رسانه

❖ با تشکیل مجلس دهم امیدواری‌هایی برای جامعه رسانه‌ای ایجاد شده که در صورت تحقق به تکامل نقش آفرینی رسانه‌ها کمک می‌کند امیدواری‌ها نیز از آنجایی بر گرفته می‌شود که تعداد قابل توجهی از نمایندگان مجلس دهم با شعارهای توسعه‌طلبانه و همسو با دولت وارد پارلمان شده‌اند و از سوی دیگر خواسته‌های جامعه رسانه‌ای نیز اقتضای برخی تحولات را در این عرصه دارد. از جمله انتظارات اصحاب رسانه، نقش آفرینی واقعی در معادلات جامعه و قدرت بوده است. اگر مطبوعات را رکن چهارم دموکراسی می‌دانیم باید تعریف از جایگاه و نقش رسانه نیز همسو با آن باشد.

رسانه‌ای توانایی نقش‌آفرینی حقیقی در سیستم مدیریتی و اجتماع داشته باشد که از ملزومات کار برخوردار باشد. این ملزومات را می‌توان به دو نوع صنفی و ساختاری تقسیم کرد.

سال‌هاست که رسانه‌ها در ایران از نبود پشتوانه مالی و امنیت شغلی خبرنگاران رنج می‌برند. حتی در سال‌های اخیر علی‌رغم انتظارت روند بیمه و سازوکارهای شغلی روزنامه‌نگاران و اهالی رسانه پسرقت داشته است.

دولت اگرچه در جهت نظام‌مندی و شکل‌دهی به ساختار بی‌نظم خبرنگاری در سال‌های اخیر گام‌هایی برداشته اما روند تسویه و محدود کردن این جامعه بیشتر به تنگ کردن اوضاع انجمن‌دما ت گشایش.

در این‌ بخش انتظار بحث رسانه‌ها از مجلس به عنوان مقام قانونگذار سامان‌بخشی و ساختاردهی خبرنگاران است. دیگر مطالبات و دغدغه‌های صنفی هم در این پرونده می‌گنجد که با ایجاد آن زمینه ارتقای سطح رفاهی و فاصله‌گیری از وابستگی مالی و معنوی به نهادها و دستگاه‌های دولتی را کاهش می‌دهد. وضعیتیت که امروز رسانه‌ها- اقلب آنان- با آن روبه‌رو هستند، نداشتن امنیت مالی و شغلی و وابستگی‌هایی است که ماهیت رسانه‌ها را در حد بالای خود تهی می‌کند.

اما دیگر انتظار رسانه‌ها از پارلمان البته اگر به همین اندازه دغدغه در بین نمایندگان باشد- ریل‌گذاری و تعیین و تسهیل مسیر برای دستیابی هرچه بیشتر به اطلاعات است.

در این‌باره در سال‌های اخیر گام بلندی برداشته شده که تصویب قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات در سال ۱۳۸۸ بود که در سال گذشته آیین‌نامه آن از سوی دولت به دستگاه‌های اجرایی ابلاغ شد.

اگرچه تصویب این قانون در گام نخستن حرکت بزرگ و نقطه عطفی در عرصه رسانه‌ای کشور محسوب می‌شود اما تجربه نشان داده که ساختارهای دولتی و دیوانی در مقابل گشایش و دسترسی‌ها به شدت محتاطانه عمل کرده و به این راحتی تن به کار نمی‌دهند.

قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات در حالی ابلاغ شده که برخی از دستگاه‌ها روی بولتن‌های داخلی خود مهر محرمانه می‌زنند. این در حالیست که با مطالعه آن دریافت می‌شود که هیچ مطلب محرمانه‌ای در آن نیست. در واقع مدیران از این قانون احساس خطر می‌کنند؛ چراکه عملکرد آنها در پیشخوان عمومی قرار می‌گیرد و قابل ارزیابی می‌شود.

مجلس که تا پای این قانون را مهر کرده اکنون در آستانه آزمون دیگری قرار دارد که در کنار همیت وجدیت دولت در اجرای آن، نظارت مستمر و مؤثر را بر اجرای آن داشته باشد. اگر دل به آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها بسته شود تا سالیان دیگر نیز رنگ اطلاعات و آمار را از نهادها نخواهیم دید.

اما در صورت تحقق مفاد این قانون، جایگاه رسانه‌ها نزدیک به رکن چهارم دموکراسی می‌شود و ماجرای انتشار و افشای فیش حقوق‌های نجومی تنها چشمه‌ای از آنچه که از دستانش برمی‌آید خواهد شد.

در این شرایط است که نگاه از بالا به پایین مدیران دستگاه‌ها به خبرنگاران و رسانه‌ای‌ها جای خود را به نوع نگاه به محتسبان می‌دهد و خبرنگار قاضی ناظر و حاضر اجتماع و مدعی‌العموم قلم به دستی است که حقیقت‌خواهی و عدالت‌طلبی‌اش انعکاسی تأثیرگذار را در سالم‌سازی جامعه دارد.

در صورت تحقق این انتظارات، مجلس نیز به کمک ابزارها و بازوان پروتوان رسانه در امر نظارت می‌تواند بسیار قوی‌تر از آنچه که هست ابفای نقش کند و دیوان محاسباش برای چند سال در غفلت پرداخت‌های نجومی نباشد. این رسانه ارتقاخشی مجلس خواهد بود نه رسانه‌ای که تحت فشار تهدیدهای شغلی و درگیر با موانع اطلاعاتی است. تقویت رسانه همان تقویت نهادهای نظارتی از جمله مجلس است و در این توافق هر دو طرف برنده‌اند.

خبرنگاری حرفه‌ای مجازی م‌شود؟



اکرم چهاردولی

روزگارانی نه‌چندان دور خبرنگاری حرفه‌ای مشقت بار بود که از گوش شنوا گرفته تا قلم سریع و تندنویسی و دقت در واژگان لازمه آن به حساب می‌آمد، اما مدتی است که همه مردم با داشتن یک کامپیوتر، مودم و خط تلفن و یا یک گوشی موبایل و حتی ساعت مچی با استفاده از زبان مشترکی به نام اینترنت می‌توانند وارد سپهر جهانی اطلاعات شوند.

این امکان دسترسی سریع و آسان به اطلاعات باعث تشکیل یک جامعه اطلاعاتی شده است. به طور کلی جامعه اطلاعاتی، نوع تازه‌ای از جامعه است که مفهوم مرکزی آن را اطلاعات و فناوری اطلاعاتی شکل می‌دهند.

یونسکو در اثری با عنوان حفظه جامعه اطلاعاتی که آن را به مناسبت نشست ۲۰۰۳ سران جهان درباره جامعه اطلاعاتی انتشار داد، کاربردهای تثبیت شده اینترنت را در ۵ عرصه که تمامی آنها با روزنامه‌نگاری سایبر در ارتباط است، به صورت زیر طبقه‌بندی می‌کند:

۱- به عنوان ابزار ارتباطات و دیالوگ که اجازه تبادل پیام مستقیم و همزمان را به شرکت‌کنندگان مختلف می‌دهد و باعث تعامل تقریباً همزمان شده است.

۲- به عنوان ابزاری برای یافتن اطلاعات در غول‌آسایترین منبع اطلاعاتی که با ارتباطات دو سویه دینامیک پایگاه‌های داده‌رسانی و کمک موتورهای جستجو تحقق یافته است.

۳- به عنوان حامل نشر نوین الکترونیک و مکمل و در برخی از موارد جایگزین شیوه سنتی توزیع محتوا.

۴- به عنوان ابزار تجاری توزیعی و بین رسانه‌ای که امکان تعامل میان محصول و خدمت و خریداران و مصرف کنندگان بالقوه را فراهم آورده است.

۵- و بالاخره به عنوان ابزار همگرایی و تلفیق متون، تصاویر فایت و متحرک، صدا و تولیدات دیداری- شنیداری در جهت ایجاد وجوه تازه‌ای از بیان و تجسم بخشی به افکار و خلاقیت‌های انسان.

با این تعریف دیگر نمی‌توان در چنبره مفاهیم و تعاریف سنتی خبرنگاری باقی ماند و با همان نگاه به عرصه رسانه و اطلاعات و اخبار نگریت.

اینک فضای مجازی به عنوان جدی‌ترین رقیب مطبوعات، نه‌تنها موجودیت این رسانه را تهدید می‌کند بلکه شکل و ماهیت کار خبر را به دلخواه خود تغییر داده تا جایی که همه روزنامه‌نگاران به ناچار به شیوه‌های نوشتاری و دیداری مجازی عادت کرده و نثر و لحن خود را به سنان یک وبلاگ‌نویس

پنجشنبه- ۱۴ مردادماه ۱۳۹۵

نقش رسانه‌ها درترویج فرهنگ ایثاروشهادت

فیض...مظفرپور

فرھنگ ایثار و شھادت به عنوان یک فرهنگ متعالی در زمره عالی‌ترین مفاهیم الهی و والاترین ارزش‌های انسانی است که یک انسان متعهد می‌تواند به آن دست یابد. این مفاهیم اثرگذار و حرکت‌آفرین قادرند تا فضای یک جامعه را به صورت گسترده تحت‌تأثیر قرار دهد. امسال در شریاطی هفته خبرنگار را برگزار می‌کنیم که فضای جامعه و استانمان آکنده از عطر و بوی شهادت شده است. و در سالروز شهادت امام صادق(ع) پیکر مطهر ۵ شهید در همدان تشییع شدند. تقارن روز خبرنگار که سالروز شهادت شهید صارمی خبرنگار خبرگزاری جمهوری اسلامی در افغانستان به دست جاهلان بی‌منطق است با بازگشت پیکرهای مطهر تعدادی از شهدای گمنام به کشور و استان همدان تقارن مبارکی است که وظیفه اهالی رسانه در گرم‌آیداشت پاسداشت قلم و پاسداشت خون شهید که به هم آمیخته شده‌اند را دوچندان می‌کند. همدان در طول سال گذشته شهدای مدافع حرم که سالار و سردار آنان سردار سرلشگر پاسدار شهید حسین همدانی بود جامعه اسلامی تقدیم کرده و شهر دارالمؤمنین و دارالمجاهدین افتخارات دیگری در زمینه دفاع از کیان اسلامی با تقدیم شهدای بزرگوار مدافع حرم به افتخارات خود افزوده است ۵ مردادماه نیز سالروز عملیات غرورآفرین مرصاد است که نقش همدانی‌ها در آن برجسته بلکه کم‌نظیر بوده است. اگر چه در همه این وقایع و پاسداشت آنها رسانه‌های همدان توانسته‌اند وظیفه خود را به خوبی و دین خود را نسبت به مقام شامخ آن لاله‌های خونین انجام دهند.

ولی از آنجایی که عظمت کار شهدا و مقام آنان بسیار بالاتر و والاتر از بیان‌ها و قلم‌هاست نباید به وضع موجود راضی باشیم باید رسانه‌ها تمام تلاش خود را به کار گیرند تا فرهنگ ایثار و شهادت را ابتدا در بین اهالی رسانه و سایر قشرها بویژه نسل جوان گسترش دهند.

امام راحل عظیم‌الشان فرموده است: «من در بین شما باشم یا نباشم به همه شما وصیت می‌کنم که نگذارید انقلاب به دست نامحرمان و ناهلان بیفتد. نگذارید پیشکوتان جهاد و شهادت در پیچ‌وخم زندگی روزمره خویش به فراموشی سپرده شوند.

مقام معظم رهبری نیز می‌فرماید: نگذارید غبارهای فراموشی روی این خاطره‌های گرمی را بگیرد و در جای دیگر می‌فرماید: «یاد همدان نباید در جامعه ما از ذهن‌ها خارج شودو شهیدان را باید زنده نگه داشت یاد شهیدان را باید گرمی بدادید و زنده نگه دارید.

معظم‌له همچنین می‌فرماید: «یاد شهدا افتخارات شهدا، عزت شهدا را باید نصب‌العین خودشان قرار دهند» و زنده نگه داشتن یاد شهدا را کمتر از شهادت نمی‌دانند. که همه این توصیه‌ها نشان از اهمیت زنده نگه داشتن فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه است؛ زیرا که امام خمینی(ره) فرمودند ملتی که شهادت دارد اسارت ندارد اگر امروز نیز با تأسی از آموزه‌های دفاع مقدس و ارزش‌های آن مرام و مسئولان به وظایف خود عمل کنند کشور ما بر تمامی مشکلات غلبه می‌کند اما اینکه در ۸ سال دفاع مقدس بر استکبار جهانی پیروز شد نقش رسانه‌ها در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت بسیار برجسته است و رسانه‌های کشور همواره خود را مدیون ایثارگران و خانواده‌های شهدا می‌دانند اگر چه در این زمینه برخی رسانه‌ها عملکرد قابل قبول و برخی نیز ممکن است کوتاهی‌هایی داشته باشند ولی رسانه‌های استان در زمینه فرهنگ دفاع مقدس عملکرد خوبی داشته‌اند اگر به خبرهای تولید شده در حوزه ایثار و شهادت در یک سال گذشته نگاهی بیندازیم متوجه این موضوع می‌شویم.اخبار و گزارشات و یادداشت‌ها چه در قالب مطالب روزنامه و چه وبژنه‌هایلی که چاپ شده است نشانگر عملکرد مثبت رسانه‌های استان است. که همدان‌پیام نیز امیدوار است نتوانست باشد وظیفه خود را در این زمینه و ادای این شهدا انجام داده باشد. اما به این میزان نباید قانع شویم و بیش از پیش در زمینه فرهنگ ایثار و شهادت کار کنیم و قلم بزنیم. در زمینه نقش رسانه‌ها در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت حسین انتظامی معاون مطبوعاتی وزارت فرهنگ‌وراشاد اسلامی می‌گوید: «ترویج فرهنگ ایثار و شهادت منهای طرح بحث‌های تشریفاتی است؛ چراکه این موضوع نقش بسیار اثربخشی در جامعه ما ایفا می‌کند بنابراین نباید نسبت به مباحث مرتبط با دفاع مقدس نگاه مناسبتی داشته باشیم؛ چراکه محدود کردن دفاع مقدس در رسانه‌ها به یک هفته اساساً اثربخش نخواهد بود و باید به دنبال استمرار و ترویج موضوعات مرتبط با دوران دفاع مقدس در رسانه‌ها در طول سال باشیم.» وی همچنین معتقد است که مواردی که مولد فرهنگ ایثار و شهادت هستند را باید حفظ کنیم و توضیح می‌دهد وحدت و همدلی و پرهیز از جهت‌گیری‌های سیاسی نیز از جمله مواردی بود که از دل فرهنگ ایثار و شهادت در دوران دفاع مقدس بیرون آمد.

کافی است یک گوشی‌تلفن همراه، تبلت یا ساعت مچی هوشمند داشته باشید و درست در محل وقوع یک خبر حاضر باشید، در این هنگام ممکن است بخت با شما یار باشد و خبری را تولید کنید که علاوه بر ارزش اجتماعی ارزش مادی بالایی داشته باشد.
این یعنی: یک شبه ره صدساله را پیموذ.

پنجشنبه- ۱۴ مردادماه ۱۳۹۵

مجید رضاییان به بهانه روز خبرنگار و در گفت‌وگو با همدان‌پیام عنوان کرد:

«رسانه‌های همدان» درردیف خوب‌های گرید ۲

▪ مطبوعات استانی بیشتر دولت‌محورند تا اجتماعی و مخاطب‌محور



هفته خبرنگار بهانه‌ای بود تا در گفت‌وگویی کوتاه با رضاییان به ویژگی روزنامه‌نگاری در سطح استانی و نواقصی که وجود دارد بپردازیم که حاصل آن را در ادامه می‌خوانید:

رضاییان معتقد است: در روزنامه‌نگاری استانی با محلی که از آن با عنوان journalism local نام برده می‌شود ارزش‌های خبری بیشتر به سمت وجه اجتماعی سوق می‌یابد تا دولتی، برای مثال در یک شهر یا استان یک جوشکار، کار موفقی انجام می‌دهد در نشریه آن شهرستان تیتیر یک می‌شود یا اینکه یک صنعتگر کار متفاوتی انجام داده به اندازه گفت‌وگو با یک مقام ارشد در روزنامه‌های کشوری ارزشمند خواهد بود و تیتیر یا عکس یک می‌شود.

بنابراین روزنامه‌های استانی از این ویژگی برخوردار هستند که ارزش‌های خبری را در حوزه اجتماعی، عمومی، مردمی دنبال می‌کنند اما زمانی که بررسی می‌کنیم می‌بینیم که وضعیت روزنامه نگاری در استان‌ها درست برعکس این روند است.

براینبار روزنامه‌های استانی از این ویژگی برخوردار هستند که ارزش‌های خبری را در حوزه اجتماعی، عمومی، مردمی دنبال می‌کنند اما زمانی که بررسی می‌کنیم می‌بینیم که وضعیت روزنامه نگاری در استان‌ها درست برعکس این روند است.

یعنی نشریات در استان‌ها ۷۰ درصد به سمت دولتی، حاکمیتی و ارگان‌های رسمی حرکت می‌کند و ۳۰ در صد به سمت مردم که این موضوع با حاکمیت روزنامه‌نگاری استانی در تضاد است.

البته اقتصاد رسانه نکته‌ای است که در اینجا مطرح می‌شود به دلیل عدم حمایت و اینکه مرز روشنی بین خبر و رپرتاژ خبر یا رپرتاژ آگهی وجود ندارد روزنامه‌نگاری استانی ما مرتب به بیان و انعکاس حرف ۳ قوه می‌پردازند.

این روزنامه‌نگار در پاسخ به این سؤال که چه باید کرد؟ می‌گوید: در این زمینه آموزش حرفه‌ای برای روزنامه‌نگاران استانی نقش بازی می‌کند. آموزش حرفه‌ای یاد می‌دهد یک روزنامه‌نگار چکار باید بکند که هم چرخ روزنامه بچرخد و از سوی دیگر از روزنامه‌نگاری اجتماعی در سطح استانی و شهری غافل نشود.

از سوی دیگر کمتر پیش آمده است خبرنگار روزنامه‌های محلی به سراغ مدیر پروژه ساخت یک پل برود و به شکل یک داستان خبری به روند ساخت بپردازد اما همین نشریه محلی مراسم افتتاحیه آن پل را با عکس‌های کلیشه‌ای از مراسم پوشش می‌دهد.

به اعتقاد من این تفاوت‌ها با آموزش حل می‌شود؛ اگر مراسم افتتاحیه پوشش داده می‌شود می‌توان داستان اجرای پروژه را با قلم دیگری باز تولید نمود تا برای مخاطب هم جذابیت داشته باشد. با این روند هم نشریه روی پای خود می‌ایستد و هم مردم همراه خواهند بود.

رضاییان در پاسخ به سؤال دیگری مبنی بر اینکه در همدان تدریس داشته‌اید؛ وضعیت نشریات استان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

مدتی است رصد نمی‌کنم و با شناختی که از مطبوعات استان همدان دارم در گرید یک، ۲ و ۳ استانی، همدان نزدیک به یک است اما جزو دسته ۲ قلمداد می‌شود. استان‌های خراسان، آذربایجان شرقی، خوزستان در گرید یک قرار دارند. استان فارس و همدان هم در شرایط خوبی هستند جز ۲های خوب محسوب می‌شوند و اگر یک سال دیگر، کار حرفه‌ای مداوم انجام دهند به گرید یک خواهد رسید.

شانه به‌شانه خبرنگار

مهدی ناصرزاد

رسانه در مفهوم خود کاشف و معرفی‌کننده آسیب‌های اجتماعی است. بسیاریند کچ‌راهه‌هایی که با هوشیاری و پیگیری مطبوعات و رسانه شناسایی و به قضاوت و تصمیم‌گیری افکار عمومی گذاشته شده است. ولیکن متأسفانه چگونه است که در رسانه در جامعه امروز ما خواسته، ناخواسته و بعضاً به اقتضای مصلحت آسیب‌ناشناس شده و بدتر از آن آسیب‌زده هم می‌باشد. در چنین مخممه‌ای است که گفته‌اند، «هر چه بگنند نمکش می‌زنند، وای به روزی که بگنند نمکا!» این‌مقدمه بدون مقدمه به بهانه روز خبرنگار (هفدهم مردادماه) مرتبط با یادداشت این شماره روزنامه همدان‌پیام شده است. با صراحت باید گفت رسانه‌های ما مطالب چندانی برای لاپوشانی و کتمان از رویدادهای جامعه خود ندارند. در واقع رسانه به عنوان انعکاس‌دهنده تحول و وقایع جامعه تا آنجا که به طور مستقیم و غیرمستقیم مرتبط با منبع اخبار می‌باشند، حرفی با موضوعی برای نگفتن و یا نوشتن ندارند، ولیکن آنچه هم که در ویتترین تازه‌های خبری و داشته‌های یک رسانه قرار می‌گیرد، چیزی نیست که مردم می‌خواهند بشنود و بخوانند و بدانند.

امروزه ما به دلیل پیچیدگی نوع ارتباط خویش با منابع خبری و واقع شدن در حريم برخی رودرپایستی‌ها به‌گونه‌ای داریم اطلاع‌رسانی می‌کنیم که مردم دچار شک و تردید می‌شوند و یا اصلاً نمی‌خواهند بشنوند و ببینند؛ چراکه عوض کلام بفرمایید، می‌گویم حلاً بنشینید! ما در این رهگذر چنانچه خیلی هم مصلحت‌گرا و دوردانش باشیم، اگر حرفه‌ای عمل کنیم باز همان حرف راست را بگفته‌ایم.وقتی کار خراب می‌شود که با تمام صداقت و دل‌بستگی، آماتورگونه و ناشیانه بخوایم موضوع را ببچاییم.

بسیار ساده بذارانه است اگر فکر کنیم نگذاریم بنویسند و بگویند و یا اگر چیزی هم ننویسیم و با نگویم، چیزی عوض نمی‌شود؛ چراکه امروزه رسانه‌ها از کوچک تا بزرگ، از حقیقی تا مجازی محیط را در محاصره دارند، اینگونه رسانه‌ها آنجا که نباید بگویند، می‌گویند و آنجا که باید اگر رسالتی دارند عمل کنند، به خواب می‌روند و در عوض شایعه چون بارانی مسموم فضای تنفس و زندگی را می‌پوشاند؛ چراکه مطبوعات ما بلد خبرنگار یعنی شکلی دیگر، لباسی متمایزتر و امکاناتی به مراتب حرفه‌ای تر اما کمی که تأمل می‌کنند.انگار با موجودی نامأنوس و ناسازگاری روبه‌رو شده‌اند. چون همان اعتماد اولیه سست است و انتظار کلام باورآمیزی ندارند. هرچند در اینگونه کش‌وقوس‌ها راه آشنایی و آشتی و صداقت همواره باز است و انسان‌های دیرباور هم سرانجام درمی‌یابند خبرنگار کسی نیست جز کسی مثل خود من! کسی و کسانی که شانه به شانه من هستند و با هم از آسیب‌های اجتماعی رنج می‌بریم.

خود کرده را تدبیر نیست.

مروری بر شکل‌گیری صنوف و تشکل‌های مطبوعاتی در ایران

تاختاخانه از سندیکا



کارشناس ارشد مدارک و مطبوعات که علیرضا نظری استندرد

شکل‌گیری انجمن‌های تخصصی و تشکل‌های صنفی منافع زیادی می‌تواند داشته باشد اما معمولاً در کشور ما این انجمن‌ها و صنوف بیش از آنکه مطالبات صنفی اعضای خود را پیگیری کنند، به مرور زمان به محلی برای سوء استفاده‌های سیاسی و گروهی فرصت‌طلبان تبدیل می‌شوند.

با تأسیس نهاد مدنی خانه مطبوعات استان، امید است مطالبات و نیازهای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران از مجاری صنفی- بومی برآورده و تأمین شود.

درآمد

امروزه با فرایند جهانی شدن، فرهنگ به پدیده‌ای عام بدل شده که همه ابعاد زندگی اجتماعی انسان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. پیوند میان فرایند جهانی شدن و فرهنگ، صحنه‌ای تازه با کنشگران و قواعدی متفاوت را شکل داده است. فرایند تخصصی شدن، چنان به فرهنگ وسعت بخشیده است که نمی‌توان با اتکا به دستگاه‌های اداری و سازماندهی دولتی، فرهنگ را رشد و توسعه داد. بدون مشارکت نهادهای صنفی و انجمن‌های فرهنگی رشد فرهنگی میسر و ممکن نیست و صرفاً به همین دلیل است که امروزه بخش مهمی از منابع و امور فرهنگی از دایره کنترل و نظارت‌های حاکمیتی بیرون است. یکی از حوزه‌های حایز اهمیت در بخش فرهنگ تشکل‌های غیردولتی است که دربرگیرنده تشکل‌های صنفی، فرهنگی و انجمن‌های تخصصی است. در حال حاضر برخی از تشکل‌ها با دخالت‌های دولتی فعالیت خود را متوقف کرده‌اند، در حالی که نهادهای فرهنگی هنری می‌توانند به تصمیم‌سازی‌های دولتی کمک کنند، اما نه‌تنها در سال‌های اخیر از فرایند تصمیم‌سازی و مشورت حذف شده بلکه دولت بیشتر گرفتار چالش و تنش با این نهادهای بوده است.

در کنار افزایش نقش و جایگاه بخش غیردولتی فرهنگ در نظام تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری فرهنگی، اصلاح قوانین و مقررات و به‌روزرسانی آنها در زمینه توسعه کمی و کیفی نهادهای و مؤسسات غیردولتی با هدف واگذاری بسیاری از امور نظارتی به آنها جلوگیری از اعمال سلیقه شخصی و فردی در اجرای قوانین و مقررات، ترویج و توسعه فرهنگ احترام به قانون و پیشقدم بودن جامعه فرهنگی در دفاع از حرمت اشخاص و قانون و مقابله با پرده‌د‌ری، حرمت‌شکنی، جوسازی و خشونت و استبداد رای، افزایش حمایت‌های قانونی، حقوقی و مالی از اصحاب فرهنگ و هنر و تنظیم مقررات لازم برای بهره‌مندی آنان از امتیازات فرهنگی، رفاهی و اجتماعی، کاهش وابستگی بخش خصوصی به حمایت‌های دولتی، تقویت و ساماندهی، توسعه کمی و کیفی تشکل‌ها و نهادهای مردمی با ارتقای اعتماد به توانمندی‌های بخش غیردولتی و حمایت از تأسیس و رانندازی انجمن‌ها و صنوف در عرصه‌های فرهنگی از اصول اساسی سیاست‌های راهبردی فرهنگی در دولت تدبیروامید قلمداد می‌شود.

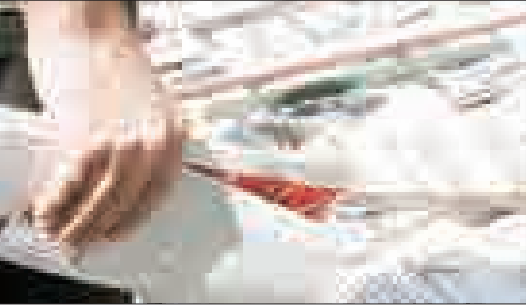
۲۱ ضرورت

تأسیس و رانندازی صنف واحد و شناخته شده، حقی است که بسیاری از حرفه‌ها و مشاغل از آن برخوردار هستند. نهادهای صنفی، به فعالان در حوزه‌های مختلف این امکان را می‌دهند که دغدغه‌ها و مشکل‌های خود را پیش از کشیده شدن به محکمه‌های قضایی و افرادی که شاید درک درستی از ویژگی‌ها و شرایط حرفه‌ای آنها نداشته باشند، در صنف تخصصی خود مطرح کنند و شاهد رفع آسان‌تر آن باشند. افزون بر این، نهاد صنفی برای افراد زیر پوشش خود امکان‌های حمایتی را فراهم می‌کند.

از دیرباز روزنامه‌نگاران همواره در معرض خطر بوده‌اند. سرشاخ شدن با سیاستمداران از یکسو و نداشتن امنیت شغلی و پایین بودن درآمد ماهانه از سوی دیگر از جمله چالش‌های این حرفه بوده است. خبرنگاران و روزنامه‌نگاران ایران از مشکل مسکن و نبود بیمه رنج برده‌اند. نبود ثبات شغلی اهالی مطبوعات در بیشتر موارد به بی‌توجهی دولت‌ها در حمایت مالی و تقویت انجمن‌ها و سازمان‌های مردم نهاد نسبت داده شده است و

دولت‌ها معمولاً به رسانه‌های دیداری و شنیداری بیش از رسانه‌های مکتوب توجه داشته‌اند. تمام اینها نشان می‌دهد روزنامه‌نگاری در این کشور، نیازمند تشکل‌های صنفی برای بازتولید حقوق اهالی مطبوعات است تا به این وسیله از حجم فشارهای صنفی و حقوقی بر خود بکاهد.
۲۱ سابقه و پیشینه
نخستین تشکل‌های صنفی روزنامه‌نگاران در کشور در جریان انقلاب مشروطه متولد شدند. در آن دوره تاریخی، آزادی بی‌سابقه‌ای در فضای استبدادذه آن دوران ایجاد شد که یکی از نتایج این آزادی، تولد نخستین سازمان‌های مردمی و انجمن‌های صنفی برای اقشاری مانند روزنامه‌نگاران بود. در سال ۱۳۰۰ شمسی اولین اتحادیه مطبوعاتی کشور جان گرفت، اما صف‌آرایی جمعی از مدیران مسئول عضو این اتحادیه مقابل حاکمیت به ازم‌باشیدگی آن انجامید.

۲۱ سندیکای نویسندگان و خبرنگاران



سندیکای نویسندگان و خبرنگاران، به عنوان نخستین نهاد صنفی ثبت شده در حرفه مطبوعات ایران در سال ۱۳۴۱ شکل گرفته است. انگیزه اصلی ایجاد آن، رفع مشکل کاهش دستمزد و اخراج کارکنان تحریریه روزنامه‌های وقت بود. در خردادماه همان سال ۱۵ نفر از نویسندگان، خبرنگاران و مترجمان قدیمی مطبوعات تصمیم گرفتند به منظور انجام فعالیت‌های صنفی یک سندیکای کارگری در وزارت کار و امور اجتماعی به ثبت برسانند. اسانسمه سندیکا در پنج مهر سال ۱۳۴۱ با حضور ۴۰ تا ۴۵ نفر از دست‌اندرکاران مطبوعات تصویب و نخستین مجمع آن در ۲۴ آبان همان سال برگزار شد. با عضویت کارکنان تحریریه‌های روزنامه‌ها، مجله‌ها و رادیو، تلویزیون و خبرگزاری پارس، سندیکای نویسندگان و خبرنگاران تا سال ۱۳۶۰ به فعالیت خود به طور مستمر ادامه داد و انتخابات هیأت مدیره آن با ۳۰۰ عضو از میان کارکنان نشریات، رادیو، تلویزیون و خبرگزاری پارس تا ۱۴ دوره بعد برگزار شد.

در ایسن نهاد صنفی روزنامه‌نگارانی با گرایش‌های مختلف و تضاد فکری عضویت داشتند اما به گفته اعضای بازمانده آن، گویی سندیکا از نظر انسجام و اتفاق نظر اعضا در مسائل صنفی، تشکلی منحصربه‌فرد بود و بر سر مسائل صنفی اتفاق نظر داشتند و به طرز چشمگیری مراقب بودند تا سندیکا از مسیر صنفی خود منحرف شود. سندیکای نویسندگان و خبرنگاران در آغاز با پشتیبانی مسئولان وزارتخانه‌های اطلاعات و جهانگردی وقت (فرهنگ و ارشاد اسلامی کنونی) و کار و امور اجتماعی به منظور دفاع از منافع صنفی روزنامه‌نگاران و آنچه که کمک به اعتلای ژورنالیسم ایران زمین نامیده می‌شد، شکل گرفت اما فعالیت آن در روزهای نخستین با اقبال کم‌فروغ و برخوردهای سرد برخی مدیران مطبوعات مواجه شد. سندیکا در قبال چانه‌پ‌نی بر سر افزایش دستمزد، جلوگیری از اخراج پرداخت بیمه بیکاری و تهیه مسکن دارای وظایف و فعالیت‌هایی بود که از آن جمله می‌توان به احداث واحدهای مسکونی برای تعدادی از خبرنگاران عضو اشاره کرد. انسجام این تشکل در پیگیری مسائل صنفی با اقدامات محدودکننده‌ای که از سوی دولت وقت در سال‌های نخست دهه ۵۰ در رابطه با انتشار مطبوعات انجام گرفت، تشدید شد. در خردادماه ۱۳۵۲، دولت بر پایه استنتاجی از قانون مطبوعات وقت انتشار روزنامه‌های کیشمارگان تهران (زیر ۵ هزار نسخه در روز) را متوقف کرد، اقدامی که در عمل فضای کار روزنامه‌نگاران را به ۱۰ روزنامه و ۶ هفته‌نامه تقلیل داد و صاحبان جدید وقت را بر آن داشت تا با انجام توافقی نانوشته از وضع موجود به نفع خود بهره‌برداری کنند. بیشتر

جدید انجمن را انتخاب کنند. به گفته دادستان وقت اگر انجمن نخواهد کار سیاسی کند، می‌تواند دوباره فعالیت کند.

۲۱ انجمن روزنامه‌نگاران مسلمان



با تعطیلی انجمن صنفی روزنامه‌نگاران ایران، نگاه‌ها در خلأ نبود نهادهای حمایتی به انجمن روزنامه‌نگاران مسلمان چرخید، اما این انجمن، هم خود را وضع پیش‌آمده مدیران و صاحبان امتیاز روزنامه‌های باقیمانده را واداشت تا با کارکنان خود سختگیرانه‌تر برخورد کنند. تصمیم دولت در آن زمان وضع را برای کارکنان روزنامه‌ها سخت‌تر کرد اما اتحاد صنفی روزنامه‌نگاران وقت باعث شد تا حداقل این فشار کمتر احساس شود. هرچند سندیکای روزنامه‌نگاران از بدو تأسیس از ورود به مسائل سیاسی ره‌پز کرده بود اما در آبان‌ماه سال ۵۷ به دنبال حضور کوتاه عده‌ای از افسران ارتش در تحریریه‌های برخی روزنامه‌ها به عنوان مسئول ممیزی مطای و سانسور، کارکنان تحریریه روزنامه‌ها دست از کار کشیدند و ناخواسته پای سندیکای خبرنگاران نیز به میدان آمد طوری که سندیکا مجبور شد در اعتراض به وضع حاکم بر جامعه در مدت ۶۲ روز ۲ بار اعلام اعتصاب کند. اعلام اعتصاب از سبوی سندیکای نویسندگان و خبرنگاران نقش مؤثری در تغییر نظام حکومت بازی کرد اما با این وجود پس از استقرار نظام جمهوری اسلامی، مسئولان جدید وزارت کار بنا به دلایلی از ادامه فعالیت این تشکل جلوگیری کردند.

۲۱ انجمن صنفی روزنامه‌نگاران ایران



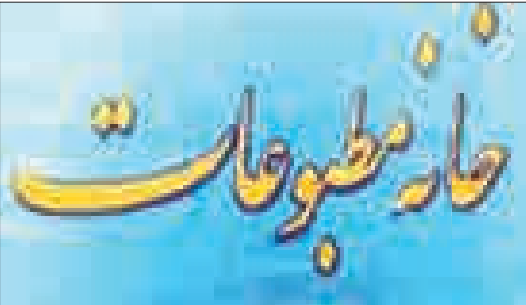
پس از پیروزی انقلاب نیز روزنامه‌نگاران تا ۲۰ سال از وجود یک تشکل صنفی و حمایتی بی‌نصب بودند تا این که در سال ۱۳۷۷ انجمن صنفی روزنامه‌نگاران ایران تأسیس شد. این انجمن به حکم قانون حفظ حقوق و منافع مشروع و بهبود وضعیت اقتصادی روزنامه‌نگاران، خبرنگاران، عکاسان، طراحان، مترجمان و ویراستاران مطبوعات را در سرلوحه اهداف خود قرار داد. عضویت نزدیک به ۲ هزار و ۵۰۰ نفر در این انجمن از غلظت جامعه مطبوعاتی در تهران و شهرستان‌ها برای بهره‌مندی از حقوق و مزایای صنفی حکایت می‌کند. در این انجمن هرچند قدم‌های برای مسکن و ساماندهی قرارداد برخی روزنامه‌نگاران و بیمه بیکاری آنان برداشته شد، اما به دلیل مشکلات درونی ناشی از اساسنامه و عدم انتخاب هیأت مدیره در موعد قانونی منحل و عملاً تعطیل گردید.

پس از تعطیلی سندیکای نویسندگان و خبرنگاران در سال ۶۰ تا تأسیس انجمن صنفی روزنامه‌نگاران در سال ۷۶، برای مدت ۱۶ سال کارکنان تحریریه روزنامه‌ها هیچ نهادی که در چارچوب قانون کار مطالبات صنفی آنها را پیگیری کند، نداشتند. انجمن صنفی روزنامه‌نگاران ایران سندیکای سراسری روزنامه‌نگاران در ایران است که تقاضای تأسیس آن در مهرماه سال ۱۳۷۶ و پس از روی کار آمدن دولت اصلاحات از سوی هیأت مؤسس انجمن صنفی روزنامه‌نگاران برای تأسیس انجمن صنفی تحت عنوان انجمن صنفی نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات به وزارت کار ارائه شد. مجمع عمومی آن در تاریخ ۷۶/۷/۱۹ با حضور ۵۴۰ نفر از اصحاب مطبوعات برگزار شد و ۴۰۰ نفر از اعضا نیز در آن رأی دادند.

در ۴ تیر ۱۳۸۷ این انجمن توسط دیوان عدالت اداری به علت حکومتی «ست بودن پایه‌های تأسیس»، واجد انحلال اعلام شد. دفتر اداری انجمن صنفی روزنامه‌نگاران ایران که از ۱۴ مردادماه ۱۳۸۸ توسط دادستانی تهران پلمپ شده بود روز ۸ آذر ۱۳۸۹ فک پلمپ شد تا تعاونی مسکن انجمن فعالیت اداری خود را استمرار دهد. این انجمن که در دولت قبلی بنا بر شکایت وزارت اطلاعات از آن به دستور دادستان کل کشور بسته شده بود گویا با پس گرفتن این شکایت منع قانونی برای فعالیت ندارد و قرار شده است روزنامه‌نگاران عضو، مجمع عمومی برگزار کرده و اعضای هیأت مدیره

متشکل از نماینده مدیران تشکل‌های مدیریتی مطبوعاتی و نماینده مدیران مسئول خبرگزاری‌ها و روزنامه‌ها ایجاد شد تا یک پشتوانه فکری و اجرایی برای نماینده مدیران مسئول در هیأت نظارت بر مطبوعات باشد. یکی از تصمیم‌های این کارگروه نیز تهیه پیش‌نویس برای اصلاح قانون مطبوعات بود. دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، ماهه پیش از این پیش‌نویس قانون سازمان نظام رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران را در سایت خود منتشر کرد. سازمان نظام رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران، مؤسسه‌ای است حرفه‌ای، غیردولتی، غیرانتفاعی و دارای شخصیت حقوقی مستقل که به منظور حمایت از حقوق و آزادی‌های مشروع رسانه‌های همگانی، تنظیم مناسبات و روابط حکومت، شهروندان و روزنامه‌نگاران با یکدیگر و زمینه‌سازی برای حضور مؤثر و فعال روزنامه‌نگاران در عرصه‌های بین‌المللی، تشکیل می‌شود. «رسانه» در این قانون شامل کلیه وسایل ارتباط جمعی اعم از نوشتاری، شنیداری، دیداری، مجازی و هر نوع وسیله ارتباط جمعی مشابه دیگر است که در آینده ممکن است ابداع و به کار گرفته شود، وفق مفاهیم تعریف شده روزنامه‌نگارحرفه‌ای کسی است که شکل اصلی، او فعالیت فکری و تولید هر گونه محتوای نوشتاری، شنیداری و دیداری و ارائه اخبار و وقایع جاری و تحلیل و تفسیر آنها در رسانه است و کلیه روزنامه‌نگاران صرف‌نظر از نوع و مالکیت رسانه‌ای که در آن شاغلند، مشمول مفاد این قانون هستند. حمایت از حقوق صنفی و حرفه‌ای و شئون اجتماعی روزنامه‌نگاران و تلاش در جهت استقلال حرفه‌ای، تأمین امنیت شغلی و تقویت جایگاه و منزلت حرفه‌ای آنان یکی از اهداف تعیین شده در این قانون است.

۲۱ خانه مطبوعات استان‌ها



در سال‌های پایانی دولت دهم چندین خانه مطبوعات استانی شکل گرفته بود اما اساسنامه‌های آنها بعضاً با مشکلاتی مواجه بودند و بازنگری و نظارت بر حسن اجرای امور آنها با هدف شفافیت و تضمین فعالیت نهادهای مدنی ضروری می‌مود. تشکیل نشدن خانه مطبوعات در برخی استان‌ها، تعریف نشدن روزنامه‌نگاران نشریات الکترونیکی در اساسنامه‌های موجود، عضویت برخی صنوف مرتبط مطبوعاتی اما غیر روزنامه‌نگار و حضور آنان در مجمع عمومی، فقدان سازوکار مشخص برای اجراز هویت روزنامه‌نگاران، نبود سقف مجاز برای حضور افرادی از یک رسانه در هیأت مدیره، فقدان ترکیب رسته‌های مختلف روزنامه‌نگاری (مدیر مسئول، سردبیر، خبرنگار و...) در هیأت مدیره، ضعف شفافیت در عضوگیری و عملکرد، ضرورت حمایت از خبرنگاران برای بیمه شدن آنان توسط صاحبان امتیاز وفق ماده ۴۹ قانون مطبوعات و هم‌زمان نبودن انتخابات هیأت مدیره استان‌ها از مهمترین مشکلات و چالش‌های پیش رو خانه‌های مطبوعات محلی بود. اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۳ پیش‌نویس اساسنامه خانه روزنامه‌نگاران ایران عمدتاً دنبال اهداف شخصی بودن و شکل‌گیری آن مغایر با مصالح صنفی و روحیه واگذاری امور مردم به خود آنان بود.

۲۱ قانون سازمان نظام رسانه‌ای



در برنامه پنجم توسعه به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تکلیف شد تا برای ساماندهی به امور مطبوعات و رسانه‌های کشور لایحه‌ای تدوین و برای بررسی و تصویب به مجلس شورای اسلامی فرستاده شود. هدف اصلی از این کار نیز که یک کار جدید است، ساماندهی و نظاممند کردن رسانه‌ها و مطبوعات و شفاف‌سازی قانون برای دور کردن قضاوت‌ها و برداشت‌های سلیقه‌ای و شخصی در حوزه رسانه و ایجاد فضایی باشناط برای فعالیت اداری خود را استمرار دهد. این انجمن که در دولت قبلی بنا بر شکایت وزارت اطلاعات از آن به دستور دادستان کل کشور بسته شده بود نیز دولت مکلف شده بود لایحه قانون جامع رسانه‌های همگانی را به مجلس تقدیم کند. این تکلیف در برنامه پنجم نیز تصریح شد. اما در دولت قبل اقدامی در این‌باره صورت نگرفت تا اینکه حدود یکسال‌ونیم قبل کارگروهی

اعضا، تدوین و اجرای برنامه‌های فرهنگی آموزشی در جهت توسعه کیفی مطبوعات استان، اسب‌شناسی فعالیت‌های مطبوعاتی و طراحی سازوکار‌های لازم برای ارتقای کمی و کیفی مطبوعات استان، ایجاد بستری برای خدمات رسانه‌ای و آموزشی به ادارات، نهادهای و متقاضیان در جهت تأمین مخارج مطبوعات، آموزش شیوه‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و فنون و تخصص‌های مرتبط به اعضا، روزنامه‌نگاران غیرعضو و علاقمندان به این حرفه.

۲- توجه به خرد جمعی و سلابق

اداره امور خانه نیز طبق اساسنامه به‌عهده هیأت مدیره‌ای مرکب از ۷ نفر عضو محول شده که اعضای اصلی و علی‌البدل آن با ترکیب ۲ نفر از مدیران مسئول نشریات استان با یک نفر عضو علی البدل، ۳ نفر از روزنامه‌نگاران شاغل در مطبوعات استان با یک نفر عضو علی‌البدل، یک نفر از مسئولان نمایندگی‌ها و سرپرستی‌های روزنامه‌های سراسری با یک نفر عضو علی‌البدل و یک نفر از مسئولان نمایندگی خبرگزاری‌ها با یک نفر عضو علی‌البدل برای مدت ۲ سال با رأی مخفی انتخاب می‌شوند.

۳- هویت غیردولتی

وفق تبصره ۲ ماده ۲۳ اعضای هیأت مدیره بجز ردیف‌های ۴ و ۳ نمی‌توانند شغل رسمی دولتی یا نهادهای عمومی داشته باشند.

۴- تکررگرایی

وفق تبصره ۳ ماده ۲۳ بیش از ۳ نفر از یک رسانه نمی‌توانند عضو هیأت مدیره باشند.

۵- ماهیت غیرانتفاعی

خانه مطبوعات تشکیلاتی است صنفی و غیر دولتی متشکل از دست‌اندرکاران مطبوعات و مراکز خبررسانی استان و وفق ماده ۳۳ خدمات اعضای هیأت مدیره در ازای عضویت در هیأت بلاعوض است و پرداخت هرگونه هزینه‌ای براساس آیین‌نامه خواهد بود که به پیشنهاد هیأت مدیره به تصویب مجمع عمومی خواهد رسید.

۶- مدیریت گروهی

وفق ماده ۳۸ اساسنامه، هیأت مدیره وظایف خود را به صورت جمعی انجام می‌دهد و هیچ یک از اعضا حق ندارد از اختیارات هیأت به تنهایی استفاده کند مگر در موارد خاص که وکالت یا نمایندگی هیأت مدیره را داشته باشد. هیأت مدیره مکلف است برای اداره امور خانه مطبوعات و اجرای تصمیمات مجمع عمومی و هیأت مدیره از بین خود یا اعضای خانه مطبوعات برای مدت ۲ سال یک نفر را به عنوان مدیر انتخاب و حدود اختیارات وی را تعیین کند.

۷- سهولت در عضویت

وفق ماده ۴۳ اساسنامه، کلیه شاغلان رسمی مطبوعات و خبرگزاری‌ها که در بخش تحریریه فعالیت می‌کنند اعم از خبرنگار، گرافیست، عکاس و روزنامه‌نگار با داشتن تابعیت ایرانی، تدین به یکی از ادیان به رسمیت شناخته شده کشور پایبندی و التزام عملی به قانون اساسی بویژه اصول بنیادین آن، عدم اشتهار به فساد اخلاقی، داشتن کارت پایان خدمت و یا معافیت از خدمت وظیفه (برای آقایان)، داشتن حداقل مدرک دیپلم، اقامت داشتن در حوزه فعالیت خانه مطبوعات و برخورداری از حداقل یکسال سابقه اشتغال اصلی و مستمر بیمه‌ای (منتهی به هر مجمع عمومی) در یکی از نشریات چاپی استانی یا منطقه‌ای و یا نمایندگی روزنامه‌های سراسری و خبرگزاری‌ها یا سایت‌های خبری، نداشتن محکومیت کیفری مؤثر (مجرمیت از حقوق اجتماعی)، قبول و تعهد اجرای مقررات این اساسنامه و مصوبات قانونی خانه مطبوعات می‌توانند به عضویت خانه و یا هیأت مدیره درآیند.



۱- جامعیت

در اساسنامه جدید بازنگری‌های اساسی صورت گرفته و وظایف خانه مطبوعات در هر استان به صورت ذیل باز تعریف شده بود: کمک به تأمین حقوق و گسترش آزادی‌های قانونی و مسئولانه مطبوعات استان با رویکرد صنفی کمک به اقتصاد مطبوعات استان از طریق آموزش و ترویج شیوه‌های روز آمد مدیریت رسانه، استعدادیابی و حمایت از آموزش و اشتغال نیروهای مستعد در حوزه روزنامه‌نگاری حرفه‌ای، بسط و تقویت ارتباط مطبوعات استان با دستگاه‌های اجرایی، مؤسسات و نهادهای دولتی و عمومی و سایر صنوف و تشکل‌های قانونی، تدوین بانک‌های اطلاعاتی روزنامه‌نگاران، برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و مناسبت‌های مطبوعاتی در استان، همکاری با مراکز عرضه و فروش نشریات محلی به منظور تقویت سامانه توزیع مطبوعات در استان، فاع از حقوق حرفه‌ای اعضا و دآوری در اختلافات داخلی روزنامه‌نگاران فعالیت‌های حل مشکولات صنفی استان و در برنامه چهارم توسعه رفاهی برای آنان، تأسیس و تقویت تعاونی (مصرف، مسکن) و صندوق اعتباری حمایت، برای اعطای تسهیلات به اعضا، جذب حمایت‌های مالی و تسهیلات دولتی و توزیع قاعده‌مند آنها در بین