

تاریخ دریافت: ۹۰/۴/۲۲

تاریخ تأیید: ۹۰/۵/۲۶

بررسی تأثیر حمایت‌های دولتی بر محتوای مطبوعات ایران (ارزیابی دیدگاه‌های روزنامه‌نگاران)

نوشته

مهدخت بروجردی علوی*

مهرداد علمداری**

چکیده

بخش مهمی از حیات اقتصادی روزنامه‌ها در ایران به حمایت‌ها و یارانه‌های دولتی وابسته است. تحقیق حاضر تلاش دارد با استفاده از نظریه‌های «هژمونی» و «هنجارهای رسانه‌ای» ضمن ارائه تصویری اجمالی از شرایط و نحوه اجرای اقدام‌های حمایتی دولت از روزنامه‌ها، اثر این کمک‌ها را از دیدگاه سه طیف از روزنامه‌نگاران ایرانی، مورد بررسی قرار دهد. جمع‌بندی این یافته‌ها نشان می‌دهد روزنامه‌نگاران شاغل در روزنامه‌های موسوم به «اصولگرا» با اصل کمک‌های دولت به روزنامه‌ها موافق اما خواهان انجام اصلاحاتی در جهت تقویت و شفاف‌سازی بیشتر آن‌ها هستند.

اساتید روزنامه‌نگاری یا روزنامه‌نگاران حرفه‌ای که می‌توان آن‌ها را روزنامه‌نگاران «میان‌رو» نیز نامید، اگر چه مشکلات متعددی را در این حمایت‌ها می‌بینند، اما با توجه به شرایط و الزامات یک کشور در حال توسعه، حذف یک‌باره این حمایت‌ها را مخاطره‌آمیز می‌دانند. آن‌ها در عوض، خواستار بازنگری کامل در اهداف، سیاست‌ها و شیوه‌های اجرایی این کمک‌ها هستند.

و در نهایت روزنامه‌نگاران شاغل در روزنامه‌های موسوم به اصلاح‌طلب که «منتقد» سیاست‌های حمایتی دولت از روزنامه‌ها هستند، معتقدند یارانه‌های دولت به روزنامه‌ها به‌طور اساسی بیش از آنکه جنبه حمایتی داشته باشد، جنبه بازدارندگی و جلوگیری از رشد مطبوعات مستقل را دارد، پس حذف آن‌ها یک ضرورت است.

۶۵

بررسی تأثیر حمایت‌های دولتی بر محتوای مطبوعات ...

* استادیار دانشکده علوم اجتماعی علامه طباطبایی mbalvi36@yahoo.com

** کارشناس ارشد ارتباطات alamdari.mehr@gmail.com

کلید واژه: سیاست‌های حمایتی، کمک‌های مستقیم و غیرمستقیم، یارانه‌ها، هژمونی، استقلال مطبوعات، انجمن‌های صنفی.

مقدمه

مطبوعات در ایران اعم از دولتی، عمومی و خصوصی، زیر چتر حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم دولت روزگار می‌گذرانند. روزنامه‌ها، ماهنامه‌ها، هفته‌نامه‌ها و... از لحظه تولد تا هر زمانی که فعالیت‌شان ادامه پیدا کند، از دریافت کاغذ با قیمت یارانه‌ای، آگهی‌های دولتی، اشتراک و خریداری نسخه‌های نشریه برای ارگان‌ها و نهادها، و... بهره‌مند می‌شوند.

برخورداری مناسب از این کمک‌ها و امتیازات می‌تواند بقا و تداوم حیات نشریه‌ای را تضمین کند و برعکس، نبود آن‌ها می‌تواند برای دست‌اندرکاران هر نشریه‌ای مخاطره‌آمیز و گاه به منزله توقف کامل فعالیت باشد. شاید از همین رو است که اکثر کسانی که رویای انتشار نشریه یا روزنامه-ای را در سر می‌پروراند باید پیش از هر کاری به فکر ایجاد یک پل ارتباطی مستحکم با سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی باشند تا بتوانند در مواقع لزوم به آن‌ها تکیه کنند و برخی نیز با علم به اینکه کار فرهنگی بدون حمایت دولت ممکن نیست، عطای فرهنگ را به لقای مشکلات آن می‌بخشند و از ابتدا به سرمایه‌گذاری و فعالیت در این عرصه رغبتی نشان نمی‌دهند.

متأسفانه در پژوهش‌های رسانه‌ای که در محافل علمی و پژوهشی کشورمان در ارتباط با مسائل و مشکلات رسانه‌ها از قبیل آزادی‌ها و حقوق مطبوعات انجام شده، کمتر به نقش و جایگاه حمایت‌های دولتی و تأثیر آن‌ها بر محتوا و جهت‌گیری مطبوعات پرداخته شده است. حال آنکه چنین تأثیری مسلماً غیرقابل انکار است.

البته بی‌تردید حمایت‌های دولتی از فعالیت‌های فرهنگی به‌طور عام و مطبوعات به‌طور خاص، در بسیاری از کشورها با هدف رشد و اعتلای این فعالیت‌ها و بی‌نیاز ساختن آن‌ها از توسل به سرمایه‌های "غیر" و نهایتاً بالندگی نهادهای فرهنگی مستقل صورت گرفته و می‌گیرد. در کشور ما نیز مسلماً وضع قوانین حمایتی از مطبوعات در ابتدا با چنین رویکردی صورت گرفته است؛ اما با گذشت زمان این حمایت‌ها، کارکردهای مختلفی پیدا کرده و نظرات گوناگونی درخصوص استمرار یا حذف آن از سوی طیف‌های مختلف ارائه شده است.

پژوهش حاضر در چارچوب برخی از مهم‌ترین نظریه‌های ارتباطی از جمله نظریه "هژمونی" (آنتونیو گرامشی) و نظریه "هنجارهای رسانه‌ای" شکل گرفته است. نظریه نخست توجه ویژه‌ای به نقش رسانه‌ها در جلب رضایت عامه به سود عوامل مسلط بر جامعه و تثبیت ارزش‌های حاکم دارد. این نظریه چنانچه در ادامه خواهیم دید اعمال قدرت در جوامع امروزی را تنها از طریق اعمال قهر و اجبار ممکن نمی‌داند، بلکه معتقد است حاکمان به جلب همراهی مردم به شدت نیاز دارند.

نظریه "هنجارهای رسانه‌ای" نیز رابطه میان حکومت‌ها و رسانه‌ها را در جوامع و سیستم‌های حکومتی مختلف تبیین می‌کند و در تحقیق حاضر از این نظریه برای بررسی وضعیت مطبوعات در ایران و میزان نزدیکی و ارتباط آن با هر یک از هنجارهای تعریف شده در این نظریه، استفاده شده است.

در این پژوهش همچنین از مدل "تبلیغ" هرمن و چامسکی نیز که ارتباط رسانه‌ها را با منابع قدرت در جوامع سرمایه‌داری مورد کنکاش قرار می‌دهد، استفاده بسیاری شده است. در مجموع می‌توان گفت، تحقیق حاضر تلاش دارد تا به این سؤال پاسخ دهد که آیا از دیدگاه طیف‌های مختلف روزنامه‌نگاران کشور، انواع حمایت‌های دولت از مطبوعات ضرورت دارد یا خیر و در صورت مثبت بودن پاسخ، اعمال این حمایت‌ها چگونه باید باشد.

ضرورت و اهمیت موضوع پژوهش

شناخت رسانه‌ها و مطبوعات بدون شناسایی دقیق شرایط عینی و فضایی که رسانه‌ها در آن مشغول کار و فعالیت هستند، ممکن نیست. اقتصاد رسانه‌ها و نحوه تأمین مالی آن‌ها یکی از مهم‌ترین مسائل مبتلا به رسانه‌ها نه تنها در ایران، بلکه در سراسر جهان است.

این مسئله به ویژه در کشور ما و در سایر کشورهای در حال توسعه که اداره و مالکیت مطبوعات از الگوی مشخصی پیروی نمی‌کند، از اهمیت بسیاری برخوردار است. به عبارتی در شرایط خلأ تحقیقات مکفی در این زمینه، نیاز به یک الگوی بومی که بتواند شرایط و پیچیدگی‌های مطبوعات را با توجه به مسائل اقتصادی آن‌ها توضیح دهد، به شدت احساس می‌شود.

اگر بپذیریم اصل تأمین مالی و چگونگی تداوم حیات اقتصادی مطبوعات در دوره‌های مختلف اثرات مهمی بر گرایش‌ها، تمایلات و جهت‌گیری‌های آن‌ها داشته و بر محصول نهایی آنان تأثیر می‌گذارد، در آن صورت به کمبود و فقدان چنین بررسی‌ها و پژوهش‌هایی در عرصه مطبوعات کشور پی خواهیم برد.

بسیاری از تحقیقاتی که در حوزه ارتباطات انجام گرفته، شرایط و محتوای مطبوعات و میزان انطباق آن‌ها را با اصول حرفه‌ای و اخلاقی حرفه روزنامه‌نگاری مورد بررسی قرار داده است؛ در حالی که بی‌توجهی به مسئله اقتصاد رسانه و نحوه ارتزاق مطبوعات باعث شده که این تحقیقات کمتر بتوانند نقشی مؤثر در تعالی بخشیدن به عملکرد مطبوعات ایفا کنند.

پژوهش حاضر یک تحقیق کاربردی است، که نتایج آن می‌تواند نقشه راهی برای سازمان‌های دست‌اندرکار این حمایت‌ها باشد و مبنایی را برای بررسی‌های همه‌جانبه‌تر و پژوهش‌های گسترده‌تر در عرصه‌های مختلف مطبوعات و فعالیت رسانه‌ها در ایران فراهم آورد.

هدف پژوهش

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی کمک‌ها و یارانه‌های دولتی به روزنامه‌ها و تأثیرات این حمایت‌ها بر روزنامه‌ها، از دیدگاه روزنامه‌نگاران است؛ به نحوی که بتوان نتایج آن را در سیاستگذاری‌های رسانه‌ای و اصلاح شرایط مطبوعات مورد استفاده قرار داد.

جامعه آماری و نمونه‌گیری

جامعه آماری این پژوهش، روزنامه‌نگاران ایرانی هستند. محقق با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۱۲ تن از روزنامه‌نگاران باتجربه یا صاحب‌نظران عرصه روزنامه‌نگاری را که نماینده گرایش‌های فکری مختلف موجود در جامعه هستند انتخاب کرده است. این افراد به‌طور مساوی از میان چهره‌های شاخص روزنامه‌نگاران شاغل در روزنامه‌های متناسب به جناح اصولگرا، که در این پژوهش از آنان تحت عنوان "روزنامه‌نگاران اصولگرا" نام برده شده است؛ اساتید روزنامه‌نگاری و روزنامه‌نگاران حرفه‌ای که در این پژوهش از آنان تحت عنوان "روزنامه‌نگاران حرفه‌ای" نامبرده شده است و بالأخره چهار تن از روزنامه‌نگاران شاغل در روزنامه‌های متناسب به جناح اصلاح‌طلب که در این پژوهش به سبب مواضع منتقدانه‌شان نسبت به حمایت‌های دولتی از روزنامه‌ها از آنان تحت عنوان "روزنامه‌نگاران منتقد" نام برده شده و به سؤالات محقق با روش مصاحبه عمقی پاسخ داده‌اند.^۱

مروری بر تحقیقات پیشین

پژوهش‌های انجام شده در زمینه حضور دولت و حمایت‌های آن از مطبوعات، حجم قابل‌ملاحظه‌ای را تشکیل نمی‌دهد؛ در تعدادی از پژوهش‌های انجام شده در مورد مدیریت و اداره مطبوعات، مسئله مالکیت و حضور دولت به عنوان موضوعی کمابیش در حاشیه، مورد توجه قرار دارد. این در شرایطی است که مسئله نقش و دخالت دولت در مطبوعات ایران سابقه‌ای دیرینه داشته و به‌طور تقریبی در تمامی مراحل تاریخ مطبوعات کشور قابل مشاهده است.

در اینجا به چند نمونه از پژوهش‌های انجام گرفته در این زمینه اشاره می‌شود:

شعبانعلی بهرامپور در تحقیقی که با عنوان "ضرورت تجدید نظر در سیاست‌گذاری رسانه‌ای و مطبوعاتی" در سال ۱۳۸۳ انجام داده است، ابتدا به تعریف دو شیوه عملکرد، یعنی دولت حداکثری و دولت حداقلی، سپس و با اشاره به سیاست‌گذاری‌های دولت در سال‌های پس از انقلاب در حوزه‌های مختلف، به بررسی این موضوع می‌پردازد که در کدام دوره‌ها سیاست‌های فرهنگی و رسانه‌ای دولت بر مبنای دولت حداکثری و در کدام دوره‌ها بر مبنای حداقلی بوده و اعمال این سیاست‌ها تا چه اندازه با سیاست‌های اعمال شده در سایر حوزه‌ها هماهنگ بوده است.

محقق در توضیح بیشتر دولت حداکثری و حداقلی می‌گوید:

شیوه نخست، تصدی‌گری است که از آن به دولت حداکثری یا مداخله حداکثر دولت یاد می‌شود و شیوه دیگر نظارتی است که ذیل دولت حداقلی یا مداخله حداقل دولت در امور قرار می‌گیرد. در دولت حداکثری، دولت علاوه بر سیاست، تمام قلمروهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را عرصه بلامنازع خود می‌داند. ... در نتیجه فقط او است که صلاحیت سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و تولید و اجرای عرصه‌های مختلف همه امورات جامعه را دارا است. در مقابل در دولت حداقلی همه امور جامعه از سیاست گرفته تا اقتصاد، فرهنگ و اجتماع به خود مردم واگذار می‌شود... دولت حداقلی در عرصه‌های مختلف بیشتر تابع و ناظر است... (بهرامپور، ۱۳۸۳: ۶۲).

بهرامپور سپس با تقسیم‌بندی سال‌های پس از انقلاب به سه دوره مجزا در سیاست‌گذاری، یعنی دوران دفاع مقدس، دوران سازندگی و دوران پس از آن نتیجه می‌گیرد که در هیچ یک از این دوره‌ها دولت حداقلی به‌ویژه در عرصه فرهنگی به‌طور کامل و با موفقیت به اجرا درنیامده است.

ماهیت رسانه‌ها و مطبوعات به گونه‌ای است که با کنترل و تصدی‌گری دولت‌ها از محتوا تهی می‌شود و اعتماد مخاطبان از دست می‌رود. از رسانه‌ها و مطبوعات می‌توان هم انتظار اطلاع‌رسانی، آموزش و تبلیغ داشت و هم انتظار نظارت، تخلیه هیجانات و اعتراضات، تفریح، معنادهی و ساخت‌دهی به زندگی روزمره. از این رو هر گونه سیاست‌گذاری رسانه‌ای واقع‌بینانه باید معطوف و مبتنی بر این کارکردها باشد. این کارکردها بدون قرار گرفتن دولت حداقلی در دستور کار واگذاری فعالیت رسانه‌ها به خود مردم تحقق نمی‌یابد (همان: ۷۱ و ۷۲).

پژوهش دیگری که با عنوان "وضعیت سخت‌افزاری مطبوعات در ایران" توسط دکتر علی‌اصغر فرامرزیان در مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها در سال ۱۳۸۲ انجام گرفته است به بررسی آماری ماشین‌ها و کارگاه‌های چاپ فعال در زمینه مطبوعات می‌پردازد.

نتایج این پژوهش در مورد امکانات و تجهیزات صنعت چاپ نکات جالبی را در مورد تفاوت‌های میان مطبوعات دولتی و خصوصی در بخش سخت‌افزاری مطبوعات دربردارد. دکتر فرامرزیان برای حضور دولت و دخالت‌ها و حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم آن، حتی در بخش سخت‌افزاری مطبوعات، نقشی برجسته قائل است.

این تحقیق به آمارهای مختلفی در مورد ماشین‌های چاپ در بخش‌های خصوصی و دولتی اشاره دارد. در بخش نتیجه‌گیری می‌خوانیم:

مهم‌ترین نتایج تحقیق این است که مطبوعات بخش خصوصی در ایران از تجهیزات حرفه‌ای بهره نمی‌برند و توانایی رقابت با نشریات دولتی را ندارند. بدیهی است اگر بخش دولتی و خصوصی دارای امکانات برابر بودند نتیجه رقابت بین این دو، توسعه سخت‌افزاری مطبوعات در هر دو بخش بود... بدیهی است اگر کماکان تفاوت یارانه‌های دولتی به عنوان مهم‌ترین عامل اقتصادی، بین مطبوعات دولتی و بخش خصوصی وجود داشته باشد، هر گونه توسعه سخت‌افزاری مطبوعات در بخش دولتی محکوم به شکست خواهد بود (فصلنامه رسانه، ۱۳۸۳: ۲۴۵).

پایان‌نامه کارشناسی ارشد مهدخت بروجردی علوی با راهنمایی دکتر نعیم بدیعی و با عنوان "نظام مطلوب مطبوعاتی از دیدگاه روزنامه‌نگاران ایران" نیز تحقیق دیگری در این زمینه است که با توجه به تأثیری که مطبوعات از نظام‌های مختلف اجتماعی می‌گیرند و همچنین تأثیر "فلسفه سیاسی" حاکم بر هر کشور به بررسی چهار نظریه آمرانه، آزادی‌گرا، مسئولیت اجتماعی، توسعه‌ای و کمونیستی شوروی از دیدگاه روزنامه‌نگاران ایرانی می‌پردازد. بروجردی علوی، هدف تحقیق را شناسایی نظام مطلوب اداره مطبوعات از دیدگاه روزنامه‌نگاران ایرانی معرفی می‌کند. محقق این پژوهش نتیجه می‌گیرد که روزنامه‌نگاران ایرانی در درجه اول با ویژگی‌های نظام آمرانه مطبوعات به مخالفت برخاسته‌اند و در درجات بعدی با گویه-های نظام کمونیستی و توسعه‌ای. این امر کشش و تمایل آنان را برای برخورداری از شرایط آزاد، غیردولتی و مردم‌گرای روزنامه‌نگاری نشان می‌دهد و در پایان نتیجه می‌گیرد که روزنامه‌نگاران ایرانی با نظام آمرانه اداره مطبوعات به کلی مخالف هستند و در مجموع نظام مسئولیت اجتماعی را بر سایر نظام‌های اداره مطبوعات ترجیح می‌دهند (بروجردی علوی، ۱۳۷۴: ۱۸۶).

مروری بر تاریخچه مالکیت و مدیریت مطبوعات در ایران

پیدایش مطبوعات در ایران با دخالت و حضور مستقیم دولت همراه بود؛ چنانچه مدیر و مؤسس اولین روزنامه در اعلام‌نامه یا طلیعة روزنامه کاغذ/خبر که در اواخر رمضان ۱۲۵۲ هـ. ق. و در حدود چهار ماه پیش از چاپ نخستین شماره این روزنامه منتشر شد، از «همت ملوکانه اولیای دولت علیه به تربیت ساکنین ممالک محروسه...» سخن می‌گوید (طباطبایی، ۱۳۶۶: ۴۵).

یحیی آربین‌پور در کتاب *از نیما تا روزگار ما* در مورد جایگاه و نقش مطبوعات در دوران مشروطه چنین می‌گوید:

به‌طور خلاصه باید گفته شود که تا پیش از مشروطیت، روزنامه‌نویسی به معنای امروزی در ایران معمول نبوده و اوراقی که به نام روزنامه انتشار می‌یافت، در انحصار دولت و دربار بوده است. با طلوع مشروطیت در سال ۱۲۸۵ هـ. ش، روزنامه و روزنامه‌نویسی عمومی و ملی باب شد و روزنامه‌های بسیاری در تهران و شهرستان‌ها انتشار یافت و روز به روز بر تعداد آن‌ها افزوده شد (۱۳۷۴: ۵۶).

در سایه همین تلاش‌ها بود که اولین دوره مجلس شورای ملی تشکیل شد و یکی از نخستین اقدامات نمایندگان مردم در این مجلس، پس از تصویب قانون اساسی، تصویب قانون مطبوعات در ۱۸ بهمن‌ماه سال ۱۲۸۶ هـ. ش بود. جالب اینکه در نخستین قانون مطبوعات ایران که به تقلید از قانون مطبوعات ۱۸۸۱ فرانسه تنظیم شده بود، به رغم تأکید بر التزام ناشران به برخی قیود برای «حفظ حقوق عمومی و سد ابواب مضار از تجاوزات ارباب قلم» که در مقدمه این

قانون آمده بود، صحبتی از لزوم دریافت امتیاز از مراجع قانونی در میان نبود و مانند قانون مطبوعات فرانسه دادن اعلام‌نامه برای انتشار روزنامه کفایت می‌کرد (معمدنژاد، ۱۳۷۹: ۱۰۲).

با این همه دوران رونق مطبوعات دیری نپایید. مخالفت شدید محمدعلی شاه با اساس مشروطیت و آزادیخواهان، در نهایت به کودتای وی و به توپ بستن مجلس شورای ملی در سال ۱۳۲۶ هـ ق منتهی شد.

دوران حکومت ۱۶ ساله رضاخان از سخت‌ترین و تاریک‌ترین دوران مطبوعات در کشور به شمار می‌رود. با مسلط شدن رضاخان بر اوضاع، کنترل بر مطبوعات افزایش یافت. در این دوره شهربانی به‌طور کامل در مندرجات جراید نظارت می‌کرد و مدیران مطبوعات حق نشر هیچ گونه مطلبی را بدون اجازه شهربانی نداشتند.

ردپای نخستین کمک‌های سازمان یافته به عرصه فرهنگ و هنر را نیز در این دوران می‌توان یافت؛ چرا که دولت که حالا دیگر به اهمیت و نقش تأثیرگذار مطبوعات به خوبی واقف شده بود، تلاش می‌کرد تا در کنار ایجاد محدودیت و آزار و اذیت مطبوعات منتقد، از مطبوعات مروج نظرات نزدیک به خود و گاهی بی‌طرف و خنثی حمایت کند و آن‌ها را مورد توجه قرار دهد.

پس از شهریور ۱۳۲۰ و با شروع سلطنت محمدرضا شاه دوران تازه‌ای برای مطبوعات کشور آغاز شد. با آزادی زندانیان سیاسی و مدیران دربند مطبوعات که همزمان با آزادی نسبی فضای سیاسی کشور پس از سقوط رضا شاه بود، جراید بار دیگر پا به عرصه انتشار نهادند.

اگر چه یک سال بعد از شهریور ۱۳۲۰ و به دنبال شورش‌های در ۱۷ آذر ۱۳۲۱ در زمان نخست وزیر قوام‌السلطنه در تهران که به "بلوای نان" معروف شد، اصلاحیه‌ای بر قانون مطبوعات به تصویب رسید و انتشار روزنامه‌ها به دریافت امتیاز مقید شد، اما در یک نگاه کلی از شهریور ۱۳۲۰ تا ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ را می‌توان دوره رشد همه جانبه مطبوعات ایران دانست. در همین دوران بود که برای نخستین بار قانونگذار شرط "تمکن مالی" را به ضوابط دریافت مجوز انتشار اضافه کرد. به هر حال می‌توان تصور کرد که هدف قانونگذار از توجه به تمکن مالی صاحبان روزنامه‌ها، حداقل در ظاهر، استقلال اقتصادی و جلوگیری از انحراف آن‌ها بوده است. اما چنانچه خواهیم دید، چنین ضوابطی همواره به صورت تیغ دو دم عمل کرده و در بسیاری مقاطع دولت‌ها از آن به مثابه حربه‌ای به‌ویژه در برخورد با روزنامه‌های منتقد عمل کرده‌اند.

در دوران نخست‌وزیری دکتر محمد مصدق دومین قانون مطبوعات ایران در سال ۱۳۳۱ و در اوج درگیری‌های داخلی کشور از تصویب مجلس گذشت. اگر چه متأسفانه این قانون بر خلاف فضای بازی که وجود داشت و به‌رغم آزادی نسبی مطبوعات، دریافت مجوز پیش از انتشار را برای نشریات کشور الزامی کرد.

پس از سرنگونی دولت مصدق، حکومت محمدرضا شاه هر چه بر اوضاع تسلط بیشتری می‌یافت تلاش می‌کرد تا محدودیت‌ها و قوانین و ضوابط دست و پاگیری را برای فعالیت مطبوعات و روزنامه‌نگاران مستقل وضع کند. دو سال بعد از کودتا، یعنی سال ۱۳۳۴، قانون

قبلی مطبوعات لغو و قانون موقتی برای مطبوعات وضع شد. در این قانون دریافت امتیاز به جای اجازه‌نامه برای انتشار نشریات پیش‌بینی شد. برخی از مواد این قانون که تا پیروزی انقلاب اسلامی اجرا می‌شد، آغازی بود برای اعمال محدودیت‌های تازه، از جمله فشارهای مالی بر مطبوعات؛ مانند ماده‌ای که بر اساس آن صاحب امتیاز باید برای انتشار روزنامه مبلغ پنج هزار تومان و برای نشر مجله یک‌هزار و پانصد تومان تضمین بانکی می‌پرداخت.

طبعاً با افزایش محدودیت‌ها و بی‌اعتمادی مردم به مطبوعات، روزنامه‌نگاران به لحاظ مالی و اقتصادی نیز در وضعیت نامناسب‌تری قرار گرفتند. این امر سبب شد که روزنامه‌نگاران بر تقویت سندیکای نویسندگان و خبرنگاران پافشاری کنند. در ۲۴ آبان ماه ۱۳۴۱، این سندیکا پس از تأسیس و عضوگیری، مجمع عمومی تشکیل داد. به نظر نمی‌آید بتوان منکر نقش دولت در شکل‌گیری این سندیکا شد.

اتفاق مهم دیگر در فضای مطبوعاتی کشور در سال ۱۳۵۳، یعنی چهار سال قبل از وقوع انقلاب اسلامی، رخ داد که به تعطیلی تعدادی دیگر از مطبوعات منجر شد. در این سال شاه با اعلام تأسیس حزب رستاخیز ملت ایران، سایر احزاب را که عمدتاً نیز به مقامات دولتی متصل بودند، منحل کرد؛ از جمله حزب ایران نوین، پان‌ایرانیست، حزب مردم و... از این تاریخ کشور به‌طور رسمی تک‌حزبی شد. به دنبال این واقعه تعداد دیگری از مطبوعات تهران تعطیل شدند و بدین ترتیب تا سال ۱۳۵۷ و وقوع انقلاب اسلامی به جز معدودی روزنامه مانند کیهان، اطلاعات و آیندگان، روزنامه دیگری منتشر نشد.

با پیروزی انقلاب ناگهان سیل انتشار مطبوعات از سوی احزاب و گروه‌های مختلف به راه افتاد؛ مطبوعاتی که عمدتاً سیاسی بودند و در واقع با تعاریف یک نشریه حرفه‌ای فاصله زیادی داشتند. در هر صورت فضای باز به وجود آمده در عرصه کتاب و نشریات جنب و جوش زیادی را در این عرصه رقم زد، چنانچه این دوره در تاریخ مطبوعات ایران به سومین بهار مطبوعات ملقب شد.

ارائه لایحه نخستین قانون مطبوعات پس از انقلاب در مرداد ماه ۱۳۵۸ در زمان دولت بازرگان، یکی از واکنش‌های حاکمیت جدید به این اتفاق بود. قانونی که البته بسیاری از انتظارات را برآورده نکرد.

تأسیس انجمن صنفی روزنامه‌نگاران در مهر ماه ۱۳۷۶ نیز یک رویداد مهم مطبوعاتی به حساب می‌آید. تشکیلاتی که یکی از وظایف اساسی آن کاهش تصدی‌گری دولت در رسانه‌ها و واگذاری این امور به صنوف مطبوعات تعریف شده بود.

در نهایت نخستین انجمن صنفی مطبوعات پس از انقلاب با حمایت‌ها و کمک‌های مستقیم و غیرمستقیم دولت پا گرفت و به زودی روزنامه‌نگاران زیادی به این انجمن پیوستند، اما با تغییر شرایط سیاسی این انجمن نیز تحلیل رفت و در حال حاضر تقریباً غیرفعال است.

اگر در تعریف حرفه‌ای مطبوعات را کالایی فرهنگی بدانیم که هزینه خود را از فروش به مخاطبان و دریافت آگهی تأمین می‌کند، آن وقت به سختی می‌توان چنین تعریفی را به مطبوعاتی که یا به دولت و حمایت‌های آن وابسته هستند یا در بهترین حالت مطبوعاتی حزبی به شمار می‌روند، تسری داد.

فراز و نشیب‌های تاریخ مطبوعات ایران به خوبی نشانگر این مطلب است که یکی از اساسی‌ترین روش‌های آسیب‌شناسی مطبوعات در ایران توجه به روابط آن‌ها با نظام سیاسی حاکم و به ویژه نحوه تأمین مالی و ارتزاق آن‌ها است. در تحقیق حاضر تلاش شده تا در این زمینه یافته‌های بیشتری که تاکنون مغفول مانده یا مورد توجه و اهتمام لازم واقع نشده‌اند، ارائه شوند.

در حال حاضر نیز انجمن‌هایی مانند انجمن نویسندگان و عکاسان ورزشی ایران، عکاسان مطبوعات و انجمن روزنامه‌نگاران زن ایران و انجمن روزنامه‌نگاران مسلمان که در بسیاری از مناسبات نیز با صدور بیانیه‌هایی مواضع خود را به عنوان نماینده روزنامه‌نگاران یا بخشی از آن‌ها اعلام می‌دارد، در عرصه مطبوعات کشور حضور دارند. اما اینکه چنین انجمن‌هایی تا چه حد توانسته‌اند رضایت و خواست روزنامه‌نگاران و نویسندگان عضو خود را تأمین کنند، به‌طور جدی جای سؤال است. واقعیت، چنانچه در اظهار نظر پرسش‌شوندگان این پژوهش خواهیم دید، این است که به رغم تلاش‌های صورت گرفته به نظر می‌رسد روزنامه‌نگاران، تاکنون از تشکلهای صنفی بهره چندانی نبرده‌اند.

شیوه‌های حمایت دولت از روزنامه‌ها در ایران

چنانچه دیدیم طی نزدیک به ۱۶۰ سالی که از عمر مطبوعات ایران می‌گذرد، در کمتر عصر و دوره‌ای بوده است که دولت‌ها و حکومت‌ها توجه ویژه خود را به این نهاد مهم فرهنگی، سیاسی و اجتماعی معطوف نکرده باشند. در واقع می‌توان گفت به مرور زمان دولتمردان بر اهمیت موضوع تأمین مالی مطبوعات بیشتر واقف شده و گاه از آن‌ها به مثابه ابزاری برای پیشبرد اهداف خود یا مقابله با رسانه‌های منتقد استفاده کرده‌اند.

همان‌طور که در بخش‌های قبلی دیدیم حیات روزنامه‌ها در ایران اصولاً با دریافت مجوز و تأیید انتشار آن از سوی دولت آغاز می‌شود. اعطای امتیاز به‌ویژه در مورد روزنامه‌ها بسیار سخت است و در دوره‌های مختلف نیز روش‌های گوناگونی در مورد نحوه اعطای امتیاز و مدت زمانی که متقاضی باید در انتظار بایستد، اعمال شده است. در هیئت نظارت بر مطبوعات که وظیفه صدور امتیاز را دارد دولت و نمایندگان آن حضور غالب را دارند.^۲

در واقع تا حمایت اولیه دولتی نباشد اصولاً دست به کار انتشار یک نشریه شدن، بسیار مشکل و شاید ناممکن است.

پس از دریافت مجوز نیز کمک‌های دولتی نقش مهمی در اقتصاد مطبوعات ایران داشته و دارد. معتمدنژاد در سایت روزنامه همشهری درباره اقتصاد رسانه‌ها در ایران می‌گوید: «اقتصاد

روزنامه‌ها و سایر وسایل ارتباط جمعی به سه عنصر تیراژ، انتشار آگهی‌ها و برخورداری از کمک‌های دولت وابسته است» (سایت همشهری‌آنلاین، ۲۰۰۹).

اختصاص یارانه از قدیمی‌ترین و یکی از نخستین اشکال حمایت دولت از روزنامه‌ها است که سال‌هاست به روزنامه‌های دارای مجوز در ایران تعلق می‌گیرد. در ابتدا این کار از طریق اختصاص کاغذ با قیمت یارانه‌ای صورت می‌گرفت، اما در یکی دو سال اخیر و از آنجا که وزارت ارشاد به این نتیجه رسیده است که بسیاری از مدیران مسئول به دلایل مختلفی از جمله دیر رسیدن کاغذ سهمیه‌ای یا مرغوب نبودن کیفیت آن، به فروش سهمیه کاغذ یارانه‌ای و تهیه کاغذ از بازار آزاد اقدام می‌کنند، ترجیح داده است تا اختلاف قیمت کاغذ یارانه‌ای و آزاد را به مدیران مسئول پرداخت کند.

شیوه دیگر حمایت دولت از مطبوعات و به‌ویژه روزنامه‌ها، دادن آگهی‌های دولتی به مطبوعات است که از طریق «اداره تمرکز و توزیع آگهی‌های دولتی» در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام می‌پذیرد.

اقتصاد ایران در سال‌های گذشته و هنوز هم تا حد بسیاری اقتصاد دولتی است. گفته می‌شود بیش از ۷۰ درصد شرکت‌ها و سازمان‌ها در کشور دولتی هستند که بیش از ۹۰ درصد آگهی‌های مطبوعات را به خود اختصاص می‌دهند (کیهان، مهر ۸۹).

اگر چه یارانه مطبوعاتی و آگهی‌ها حدود ۱۰۰ میلیارد تومان کمک سالانه دولت را به مطبوعات تشکیل می‌دهد، اما همه کمک‌های دولتی به همین جا ختم نمی‌شود، بلکه بهتر است یارانه‌ها و آگهی‌ها را دو شکل اصلی و رسمی کمک‌ها و حمایت‌های دولتی از مطبوعات بنامیم. در واقع شیوه‌های غیررسمی بسیار دیگری از کمک به نشریات و روزنامه‌ها وجود دارد که گاه ارزش و اهمیت آن‌ها گاه نه تنها کمتر از کمک‌های رسمی نیست، بلکه می‌تواند مهم‌تر و تأثیر گذارتر هم باشد.

یکی از عمده‌ترین روش‌های انجام این کمک‌ها اشتراک دستگاه‌های اداری است. این اشتراک در مورد نشریات و روزنامه‌های کم‌اهمیت‌تر با لابی‌گری‌های بسیار و جلب حمایت مسئولین دولتی و در مورد روزنامه‌های مهم‌تر تقریباً به‌طور معمول رخ می‌دهد.

هدایایی که خبرنگاران از ارگان‌های دولتی یا حوزه‌های خبری خود دریافت می‌کنند، سفرهای مجانی و با خرج دستگاه‌های دولتی، تسهیلاتی که در هنگام کسب خبر و ظاهراً برای کمک به امر خبررسانی از سوی منابع خبری به آن‌ها می‌رسد و بسیاری از موارد مشابه را می‌توان از جمله دیگر کمک‌های غیررسمی و متفرقه به رسانه‌ها و خبرنگاران دانست.

مبانی نظری پژوهش

اکنون محصولات ارتباط جمعی را سازمان‌هایی تولید می‌کنند که مراکز کسب و کار پیچیده‌ای هستند و شمار فراوانی از افراد را به کار گرفته‌اند (سورین، تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۴۰). هربرت

آلتشول در کتاب *عوامل قدرت* (۱۹۸۴) اظهار می‌دارد که محتوای اخبار رسانه‌ها همیشه علایق و منافع کسانی را منعکس می‌کند که مطبوعات را از نظر مالی تأمین می‌کنند (همان). در تئوری "هژمونی" آنتونیو گرامشی نیز بر این مسئله تأکید می‌شود که «رسانه‌ها همواره در آموزش مردم برای این که در رفتارهای روزمره‌شان چه کارهایی را انجام دهند تا ساختار حاکم را تقویت کنند، نقشی کلیدی دارند» (پدرام، محمدزاده، ۱۳۸۴).

به اعتقاد گرامشی طبقه حاکم برای اعمال کنترل خود بر جامعه صرفاً نمی‌تواند به نیروی زور یا قهر متکی باشد و برای محکم کردن سلطه، استفاده از روش‌های هوشمندانه‌تر و ایجاد و گسترش چیرگی فرهنگی و فکری در جامعه مورد نیاز است.

گرامشی از ایستگاه‌های تلویزیونی، خانواده، مدرسه، کلیسا، روزنامه‌ها و غیره، به عنوان دستگاه‌های هژمونیک یاد می‌کند که افراد را به جای سرکوب، به قدرت حاکم پیوند می‌دهند؛ رسانه‌هایی که در برخی موقعیت‌های خاص به‌طور مصنوعی بر حجم و تعداد آن‌ها افزوده می‌شود. در واقع در چنین شرایطی تکثیر محتوای یکسان از طریق رسانه‌ها به نوعی پوششی می‌شود بر فقدان تنوع کیفی و کمک می‌کند به فراگیر کردن نوعی تفکر که در پی تثبیت وضع حاکم است. این مسئله در مورد رسانه‌های امروز غرب که در سالیان اخیر به سرعت به سمت یکسان‌سازی و ادغام پیش می‌رود، صدق می‌کند (رائی تهرانی، ۱۳۷۴: ۱۹).

مفهوم مورد نظر آنتونیو گرامشی از هژمونی بخش مهمی از رشته‌های مطالعات رسانه‌ای را در سراسر جهان تشکیل می‌دهد. این مفهوم واژه‌نامه ارزشمندی را برای بحث در مورد رابطه میان رسانه و قدرت ارائه کرده است (پدرام و محمدزاده، ۱۳۸۴).

نظریه "هنجاری رسانه‌ها" بخش دیگری از چارچوب نظری پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهد. در بستر این نظریه می‌توان شیوه‌های ارائه کمک‌ها و حمایت‌های دولت را در نظام‌های مختلف هنجاری مطبوعات از جمله آزادی‌گرا، آمرانه، مسئولیت اجتماعی و توسعه‌بخش، مورد بررسی و ارزیابی قرار داد.

در پژوهش حاضر تأکید بسیاری بر نظریه رسانه‌های توسعه‌بخش شده است. دلیل این تأکید نیز از آنجا ناشی می‌شود که نظریه رسانه‌های توسعه‌بخش با اصول حاکم بر هر دو جهان سرمایه‌داری و یا سوسیالیستی تفاوت و بیشتر با شرایط حاکم بر کشورهای جهان سوم سازگاری دارد.

این نظریه در عین حال که از آزادی گردآوری اطلاعات از سوی روزنامه‌نگاران و دیگر شاغلین رسانه‌ها و پخش و نشر آزادانه آن‌ها دفاع می‌کند، این حق را به دولت می‌دهد که به نفع اهداف توسعه‌ای در فعالیت‌های رسانه‌ای مداخله کرده یا آن‌ها را محدود کند و در این راه استفاده از ابزار سانسور، یارانه و کنترل مستقیم قابل توجیه است (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۱۷۷).

در نظام‌های توسعه‌بخش و مسئولیت اجتماعی، اگر چه کمک و حمایت دولت به رسانه‌ها پذیرفته شده است، اما از سوی دیگر بر مالکیت خصوصی مطبوعات و نقش نظارتی

انجمن‌های صنفی روزنامه‌نگاری تاکید می‌شود. در گویه‌های نظام مسئولیت اجتماعی چنین می‌خوانیم: مالکیت مطبوعات باید خصوصی باشد، اما دولت می‌تواند با دادن خدمات از مطبوعات حمایت کند. در گویه‌ای دیگر چنین آمده است که نهادی متشکل از خود روزنامه‌نگاران (بدون دخالت دولت) باید بر اعمال مسئولیت اجتماعی توسط مطبوعات نظارت داشته باشد (بروجردی علوی، ۱۳۷۵).

از همین رو گفته می‌شود که مداخله دولت می‌تواند در امور رسانه‌ها در جوامع دموکراتیک به منظور تقویت نقش اجتماعی آن‌ها سودمند باشد اما در مواقعی که این مداخله مانع از ایفای وظایف آن‌ها شود، دیگر نمی‌توان گفت مداخله دولت نتایج مطلوب به دنبال دارد. به همین دلیل، دخالت‌های دولت در نحوه فعالیت رسانه‌ها اغلب با تنش‌هایی همراه بوده و اثرات بالقوه آن بر جامعه نگران کننده است (پیکارد، ۱۳۷۸: ۱۶۳).

از این رو اهداف و سمت و سوی غایی کمک‌ها و تأثیری که آن‌ها می‌توانند بر ساختار و محتوای رسانه‌ها بگذارند در نظام‌های مختلف از اهمیت زیادی برخوردار است. اسمیت (۱۹۷۷) و هولشتاین (۱۹۷۸) پرداخت یارانه‌های فزاینده از سوی دولت‌های اروپایی به روزنامه‌ها را در خلال دهه ۱۹۷۰ مورد بررسی قرار داده‌اند و معتقدند خط‌مشی حکومت‌های اروپایی بر افزایش دسترسی مردم به رسانه‌ها، جلوگیری از ورشکستگی روزنامه و جلوگیری از تمرکز مالکیت استوار بوده است (همان: ۱۷۳).

و بالأخره نظریه دیگری که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته، مدل "تبلیغ" ادوارد اس هرمن و نوام چامسکی است که در آن بر نقش سرمایه در هدایت و جهت‌دهی به رسانه‌ها و افکار عمومی تأکید می‌شود؛ البته با در نظر داشتن این مسئله که مدل مزبور بیشتر ناظر به کشورهای غربی است که در آن‌ها اقتصاد خصوصی و شرکت‌های بزرگ چند ملیتی ایفای نقش می‌کنند.

مدل تبلیغ بر نابرابری ثروت و قدرت و اثرات چند سطحی آن بر انتخاب‌ها و منافع رسانه‌های جمعی تمرکز می‌کند. این مدل راه‌هایی را که از طریق آن پول و قدرت قادرند خبرها را برای انتشار از صافی بگذرانند، مخالفت‌ها را به حاشیه برانند و اجازه بدهند که دولت و منافع خصوصی مسلط پیام‌های خود را به گوش مردم برسانند، ردیابی می‌کند. اجزای اصلی مدل تبلیغ یا مجموعه‌ای از صافی‌های خبری در پنج مقوله زیر جای می‌گیرند:

۱. مالکیت متمرکز، ثروت مالکان و منفعت‌طلبی شرکت‌های بزرگ رسانه‌ای بزرگ؛
۲. آگهی به عنوان نخستین منبع درآمد رسانه‌های عمومی؛
۳. اعتماد رسانه‌ها به اطلاعاتی که از سوی دولت، کسب و کار و کارشناسانی ارائه می‌شود که پرورش یافته و مورد تأیید این منابع اولیه و عوامل قدرت هستند؛
۴. ارعاب به عنوان وسیله‌ای برای هدایت رسانه‌ها؛
۵. ایدئولوژی ضدکمونیسم به عنوان یک مکانیزم کنترل و مرام ملی.

این عناصر، بر یکدیگر اثر متقابل می‌گذارند و یکدیگر را تقویت می‌کنند. مواد خام خبرها باید از میان فیلترهای پی در پی عبور کنند و تنها باقی‌مانده‌های تصفیه شده برای چاپ، مناسب

تشخیص داده شود. آن‌ها اساس تفسیر و گفتمان را تعیین می‌کنند و آنچه را که در درجه اول، ارزش خبری دارد و پایه‌ها و عملیات آنچه را که در برنامه‌های تبلیغاتی انجام می‌شود توضیح می‌دهند. سلطه نخبگان بر رسانه‌ها و حاشیه‌سازی مخالفان که از عملیات این صافی‌ها نتیجه می‌شود، چنان طبیعی رخ می‌دهد که مردان خبری رسانه‌ها که غالباً با حسن نیت و صداقت کار می‌کنند، متقاعد می‌شوند که آن‌ها خبرها را بی‌طرفانه و بر اساس ارزش‌های حرفه‌ای خبری انتخاب و تفسیر می‌کنند. در واقع آن‌ها در محدوده قیود این صافی‌ها غالباً بی‌طرف هستند؛ محدودیت‌ها آن قدر قوی است و به گونه‌ای بنیادین در سیستم جای گرفته‌اند که سایر اشکال جایگزین برای انتخاب‌های خبری به سختی قابل تصور هستند.

بنابراین مداخله و یا عدم مداخله دولت بحث پیچیده‌ای است؛ چنانچه در آمریکا که ادعا می‌شود نظام آزادی‌گرا حاکم است و دولت در امور رسانه‌ها حداقل دخالت را دارد، باز هم مشاهده می‌کنیم که تئوری پردازانی چون چامسکی و هرمن دولت را متهم می‌کنند که دست در دست بازار و شرکت‌هایی که اقتصاد را در اختیار دارند، بر رسانه‌ها تأثیر می‌گذارند (هرمن و چامسکی، ۱۹۸۸).

امکان دریافت کمک و حفظ بی‌طرفی

نخستین سؤالی که در زمینه دریافت کمک و حمایت از دولت توسط روزنامه‌ها به نظر می‌رسد، این است که آیا با این وجود، روزنامه‌ها خواهند توانست در سیاست‌های خبری خود جانب استقلال و بی‌طرفی را حفظ کنند یا این کمک‌ها و حمایت‌ها بر ساختار و محتوای روزنامه‌ها تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم خواهد داشت.

چنانچه در بخش مبانی نظری این پژوهش دیدیم، در واقع حفظ استقلال و دریافت حمایت مالی بسیار مشکل و در مواردی ناشدنی است؛ خواه این حمایت و پشتیبانی از سوی گروه‌های تجاری و بازار آزاد باشد (مدل تبلیغ هرمن و چامسکی) و خواه از سوی دولت (نظریه هژمونی گرامشی) که در هر صورت عواقب خود را به دنبال دارد.

اگر کمک‌ها و حمایت‌های دولتی را به کمک‌های مستقیم و غیرمستقیم تقسیم‌بندی کنیم می‌توانیم بگوییم که در ایران هر دو نوع این کمک‌ها به مطبوعات رایج است. کمک‌هایی که در شکل یارانه به مدیران روزنامه‌ها تعلق می‌گیرد و همین‌طور تقسیم آگهی‌های دولتی را در میان روزنامه‌ها که بر اساس ضوابط و آیین‌نامه‌های دولت و وزارت ارشاد انجام می‌گیرد و برخی مزایایی که دولت یا وزارت ارشاد به خبرنگاران می‌دهند مانند آرم طرح ترافیک، وام یا هدایای ویژه در روز خبرنگار را می‌توان در زمره کمک‌های مستقیم طبقه‌بندی کرد.

اما در مقابل دامنه کمک‌های غیررسمی که هم مدیران و هم روزنامه‌نگاران را شامل می‌شود، بسیار متنوع و نامحدود است که از جمله می‌توان به این موارد زیر اشاره کرد: اشتراک و خریداری نشریات از سوی ارگان‌ها و دستگاه‌های دولتی؛ سفارش درج گزارش عملکرد یا

همان رپرتاژ آگهی به ازای پرداخت هزینه در مناسبت‌های مختلف؛ سپردن انتشار بولتن‌ها یا شماره‌ای ویژه به عنوان بخشی از اقدامات لازم برای برگزاری رویدادهایی مثل جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها که طبعاً بودجه آن‌ها از سوی ارگان مربوطه تأمین می‌شود و اغلب نیز بسیار دست و دلبازانه و فراتر از تعرفه‌های رایج است، این سفارشات گاه به مدیران و گاه مستقیماً به خبرنگاران روزنامه‌ها داده می‌شود؛ اهدای هدایا به روزنامه‌نگار یا مدیر مسئول در جلسات و مناسبت‌های مختلف مثل مصاحبه‌های مطبوعاتی و مصاحبه‌های اختصاصی که با هماهنگی روابط عمومی‌ها برگزار می‌شود؛ دعوت به صرف شام یا ناهار، قبل و بعد از انجام مصاحبه، تهیه وسیله رفت و آمد یا دیگر تسهیلات و امکانات برای تهیه خبر، برگزاری سفرهای کاری و در برخی موارد سفرهایی که به بهانه کار انجام می‌گیرد اما جنبه تفریحی آن بیشتر است و ... آنچه در بالا تحت عنوان کمک‌های دولتی از آن نام بردیم گاه چنان پرنرنگ می‌شود که به سختی می‌توان مرز میان نشریات خصوصی و دولتی را از یکدیگر تفکیک کرد. به عبارتی می‌توان گفت سهم کمک‌های دولتی در سبد مالی نشریات گاه به درجه‌ای می‌رسد که توقف یا قطع آن‌ها به طور حتم به نابودی آن‌ها منجر می‌شود.

در موارد بسیاری نیز دولت و دستگاه‌های وابسته به آن، علاوه بر تأمین و پشتیبانی مالی نشریات در مرحله انتشار، نقش مخاطب را نیز برای آن‌ها ایفا می‌کنند. برای مثال می‌توان به نشریاتی اشاره کرد که در حوزه‌های تخصصی منتشر می‌شوند و عمده نسخه‌های آن‌ها در واحدهای دولتی توزیع می‌شود. در چنین شرایطی اگر نشریه‌ای بخواهد نظر مخاطبانش را رعایت کند، طبعاً آن مخاطبان، جز دولتمردان نخواهند بود!

سؤال‌های پژوهش

محقق پژوهش حاضر شش سؤال را با روزنامه‌نگاران و صاحب‌نظران شرکت‌کننده در این تحقیق در میان گذاشته است. این سؤالات عبارت‌اند از:

۱. آیا از نگاه روزنامه‌نگاران، روزنامه‌ها می‌توانند در عین دریافت کمک‌ها و حمایت‌های دولتی استقلال خود را حفظ کنند؟
۲. آیا از نگاه روزنامه‌نگاران، خدمات و تسهیلاتی که روابط عمومی‌های سازمان‌های دولتی ارائه می‌دهند، برای تأثیرگذاری بر جهت‌گیری و لحن خبرها است؟
۳. آیا روزنامه‌نگاران با کمک‌ها و حمایت‌های دولتی به شیوه کنونی موافق هستند؟
۴. آیا از نگاه روزنامه‌نگاران، بهتر است کمک‌ها و حمایت‌های دولتی به مالکان و مدیران روزنامه‌ها، به‌طور مستقیم به روزنامه‌نگاران و یا به تشکل‌ها و انجمن‌های صنفی تعلق گیرد؟
۵. آیا روزنامه‌نگاران خواهان حذف کمک‌ها و سپردن روزنامه‌ها به بخش خصوصی هستند؟
۶. آیا از نگاه روزنامه‌نگاران، کمک‌ها و حمایت‌های دولتی بر ساختار مدیریتی روزنامه‌ها تأثیر می‌گذارد؟

دیدگاه‌های روزنامه‌نگاران

پیش از ارائه پاسخ‌های طیف‌های مختلف روزنامه‌نگاران به سؤالات پژوهش، یادآوری این نکته ضروری است که در این بخش، ضمن جمع‌بندی نظرات ارائه شده، دیدگاه‌های آنان با دو نظریه «هژمونی» و «رسانه‌های توسعه‌بخش» که مشترکاً چارچوب نظری این تحقیق را شکل می‌دهند، مورد مقایسه و ارزیابی قرار گرفته است.

در اینجا ابتدا خلاصه نظرات هر طیف از روزنامه‌نگاران را با توجه به پاسخ‌های آن‌ها به هر سؤال به‌طور جداگانه مورد بررسی قرار می‌دهیم.

در خصوص دریافت کمک از دولت در عین حفظ استقلال، به نظر می‌رسد روزنامه‌نگاران «اصولگرا» اگر چه برای استقلال مطبوعات اهمیت قائل هستند و در مواردی کمک‌های دولتی را در کاهش استقلال مطبوعات بی‌تأثیر نمی‌دانند، اما به نظر آنان این استقلال در مقابل سایر خطرهایی که روزنامه‌نگاران را تهدید می‌کند، از اهمیت کمتری برخوردار است. چنانچه مثلاً خطراتی مثل طمع قدرت‌های بیگانه یا سایر وابستگی‌ها را مهم‌تر می‌شمارند.

از سوی دیگر روزنامه‌نگاران «حرفه‌ای» یا میانه‌رو دریافت کمک و حمایت از دولت و حفظ استقلال را بسیار مشکل می‌دانند، اما خواهان آن هستند که این وابستگی تحت نظارت و کنترل قرار گیرد و محدود شود. از نظر آنان «استقلال در هر صورت امری نسبی است که در هیچ دوره‌ای و به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه هرگز کاملاً محقق نشده است».

اما به اعتقاد روزنامه‌نگاران «منتقد» حفظ استقلال با دریافت کمک و حمایت اساساً منافات دارد، چرا که دولت در برابر هر کمکی، ما به‌ازای آن را خواهد خواست. آن‌ها استقلال اقتصادی را پیش شرط استقلال واقعی روزنامه‌ها می‌دانند.

در پاسخ به سؤال دوم یعنی دریافت خدمات و تسهیلات از دستگاه‌های دولتی توسط رسانه‌ها، تقریباً هر سه طیف اعتقاد دارند که این کار با چشمداشت تأثیرگذاری بر لحن و محتوای خبرها انجام می‌گیرد. اصولگراها معتقدند که خبرنگاران باید به وظیفه خویش عمل کنند و تحت تأثیر این اقدامات قرار نگیرند. میانه‌روها معتقدند که وضع اقتصادی بد خبرنگاران و دستمزد پایین، امکان سوءاستفاده را در این زمینه بیشتر می‌سازد و منتقدان نیز هدف مستقیم ارائه این تسهیلات و هدایا را تأثیرگذاری بر جهت‌گیری و لحن خبرها ارزیابی می‌کنند و معتقدند «تا زمانی که روزنامه‌ها قدرت اقتصادی نداشته باشند، خبرنگاران ضعیف هم پیدا می‌شوند که به عامل روابط عمومی‌ها تبدیل شوند».

اما در مورد نقاط قوت و ضعف شیوه‌های کنونی، طیف اصولگرا بر لزوم شفاف‌سازی بیشتر در مورد ضوابط اعطای کمک‌ها، به‌کارگیری شیوه‌های عادلانه‌تر در توزیع یارانه‌ها، استفاده از نظرات کارشناسانه و دخالت دادن نظرات روزنامه‌نگاران تأکید دارند. نکاتی دیگر چون حمایت از روزنامه‌های پرخواننده و عدم اجبار مطبوعات به انجام کاری خارج از ضوابط در ازای دریافت کمک‌ها از دیگر نظرات مطرح شده از سوی این طیف است.

روزنامه‌نگاران حرفه‌ای بر تجدیدنظر در اهداف کمک‌ها، به نوعی که تعامل آن‌ها با مخاطبان‌شان را افزایش و نه تقابل دهد، بر اعتماد مخاطبان بیفزاید، امنیت شغلی روزنامه‌نگاران را تقویت کند و بالأخره ترجیح کمک‌های غیرمستقیم بر کمک‌های مستقیم تأکید دارند.

نگاه منتقدان به کمک‌های دولتی و اهداف آن اساساً نگاه مثبتی نیست. آن‌ها معتقدند یک روی دیگر این کمک‌ها بازداشتن روزنامه‌های مستقل از ادامه فعالیت است؛ از این رو در واقع حمایتی در کار نیست. با این همه، کمک‌های غیرمستقیم را قابل قبول‌تر ارزیابی می‌کنند، اگر چه با توجه به سیاست‌های کنونی، برقراری آن‌ها را محتمل نمی‌دانند.

در مورد اینکه آیا کمک‌ها و حمایت‌های دولتی باید به مالکان و مدیران روزنامه‌ها، مستقیماً به روزنامه‌نگاران و یا به تشکل‌ها و انجمن‌های صنفی تعلق گیرد، روزنامه‌نگاران اصولگرا معتقدند کمک‌ها باید در اختیار مدیران و مالکان روزنامه‌ها قرار گیرد؛ چرا که کمک به مدیران روزنامه‌ها کارایی بیشتری دارد و «انجمن‌های صنفی باید به اعضای خود با روش‌هایی مثل استفاده از حق عضویت متکی باشند و نباید وامدار دولت باشند».

روزنامه‌نگاران حرفه‌ای نیز معتقدند کمک به روزنامه‌نگاران از آنجا که مخارج مؤسسات مطبوعاتی با مدیران است، بی‌معنی است، اما آن‌ها کمک از طریق انجمن‌های صنفی یا با نظارت آن‌ها را بر کمک‌های مستقیم ترجیح می‌دهند. البته میانه‌روها بر وجود یک انجمن صنفی یک‌پارچه و قوی که از وحدت رویه در تصمیم‌گیری‌ها برخوردار باشد، تأکید دارند و تعدد در انجمن‌های روزنامه‌نگاری را نه مصداق تکثر که به معنای تشتت و پراکندگی می‌دانند.

روزنامه‌نگاران منتقد نیز می‌گویند چنانچه قرار است کمکی انجام شود - چرا که بهتر است مطبوعات کمکی نگیرند و روی پای خود بایستند - تنها کمک‌های غیرمستقیم از طریق انجمن‌های صنفی و با نظارت آن‌ها توجیه دارد.

اما در پاسخ به سؤال حذف یارانه‌ها و خصوصی‌سازی اصولگرایان معتقدند که حذف یارانه‌ها برای مطبوعات مخاطره‌آمیز است و آن‌ها نخواهند توانست روی پای خود بایستند. در نتیجه «این خطر وجود دارد که مطبوعات به سوی ژورنالیسم زرد و ابتذال یا وابستگی‌های حزبی و جناحی سوق یابند».

میانه‌روها هم با حذف یارانه‌ها مخالفند و آن را در شرایط کنونی امکان‌پذیر نمی‌دانند. عمده‌ترین دلایل آن‌ها شرایط خاص کشور ایران به عنوان یک کشور در حال توسعه است که در آن‌ها نهادهای فرهنگی برای رشد و بالندگی به حمایت دولت نیاز دارند. آن‌ها شرایط را برای خصوصی‌سازی کامل مطبوعات مناسب نمی‌دانند.

اما از نظر منتقدان «در شرایطی که یارانه‌ها ناعادلانه تقسیم می‌شوند، حذف آن‌ها یک ضرورت است». آن‌ها به خصوصی‌سازی در دیگر عرصه‌ها اشاره می‌کنند و می‌گویند چرا مطبوعات باید از این امر مستثنا باشند؟ به اعتقاد منتقدین در صورت حذف یارانه‌ها تنها مطبوعاتی می‌توانند روی پای خود بایستند که متناسب با نیازهای جامعه رفتار می‌کنند و

سایرین هم یا مجبور به تعطیلی می‌شوند یا تغییر خط‌مشی خواهند داد. البته آن‌ها چنین چشم‌اندازی را محتمل نمی‌بینند و می‌گویند «دولت از هر چه بگذرد از روزنامه‌ها نمی‌گذرد».

نتیجه‌گیری

در مجموع می‌توان گفت روزنامه‌نگاران اصولگرا نسبت به کمک‌های دولتی نظرات مثبتی داشته، اما اصلاحاتی را در آن خواستارند، مثل ضوابط مشخص‌تر و شفاف‌تر و جهت‌گیری‌های عادلانه‌تر. روزنامه‌نگاران حرفه‌ای یا میانه‌رو انتقادات جدی‌تری را متوجه این کمک‌ها می‌دانند. از جمله اینکه وجود این حمایت‌ها تا کنون به رشد و تقویت روزنامه‌های مستقل کمکی نکرده است، اما با توجه به ضعف اقتصادی روزنامه‌ها و شرایط خاص کشورهایی نظیر ایران، بیم آن دارند چنانچه همین کمک‌ها نیز قطع شود روزنامه‌ها به ورطه‌های دیگری درافتند. و بالأخره منتقدین با این باورند که سیستم کنونی کمک‌ها اساساً در جهت تضعیف روزنامه‌های مستقل و تقویت روزنامه‌های هم‌سو و موافق پی‌ریزی شده است، از این رو خیری در آن نبوده و حذف آن بهتر است. اگر چه می‌گویند حذف این حمایت‌ها در شرایط کنونی امکان ندارد.

با توجه به چارچوب نظری این تحقیق، بر اساس نظریه هژمونی، قدرت حاکم تلاش دارد تا از رسانه‌ها به عنوان ابزاری برای اعمال نوعی کنترل و نظارت اجتماعی استفاده کند و نظریه توسعه‌بخش نیز بر شکلی متفاوت از دخالت و حضور دولت در رسانه‌های کشورهای در حال توسعه تاکید دارد که بر اساس آن اعمال برخی محدودیت‌ها بر رسانه‌ها پذیرفتنی است.

بر اساس نظرات روزنامه‌نگارانی که در این تحقیق ارائه شد، می‌توان نتیجه گرفت که از نظر روزنامه‌نگاران اصولگرا تئوری «هژمونی» در مورد سیاست‌های حمایت دولت از روزنامه‌های ایران مصداق ندارد. اما روزنامه‌نگاران حرفه‌ای تا حدودی و روزنامه‌نگاران منتقد به طور کلی نظریه هژمونی را در مورد سیاست‌های حمایت دولت از مطبوعات صادق می‌دانند.

از سوی دیگر می‌توان گفت که نظرات روزنامه‌نگاران اصولگرا تا حدود زیادی به نظریه رسانه‌های توسعه‌بخش که می‌گوید «دولت این حق را دارد که به نفع اهداف توسعه‌ای در فعالیت‌های رسانه‌ها مداخله کرده یا آن‌ها را محدود کند و در این راه استفاده از ابزار سانسور، یارانه و کنترل مستقیم قابل توجیه است» نزدیک است. اگر چه به هر حال بی‌توجهی آن‌ها به نقش اصناف روزنامه‌نگاری، آن‌ها را تا حدودی از این نظریه دور می‌سازد؛ چرا که همان‌گونه که در بخش مبانی نظری آمد، نظریه مطبوعات توسعه‌بخش بر مسئولیت دموکراتیک و مدل‌های ارتباطی مشارکتی، تأکید زیادی دارد.

ذکر این نکته نیز خالی از لطف نیست که نزدیک‌ترین نظریه به نظریه مطبوعات توسعه‌بخش، یعنی نظریه مسئولیت اجتماعی نیز ضمن اینکه حمایت‌های دولتی و دادن خدمات به مطبوعات را می‌پذیرد، تأکید دارد که مالکیت مطبوعات باید خصوصی باشد و نهادی از خود

روزنامه‌نگاران (بدون دخالت دولت) باید بر اعمال مسئولیت اجتماعی توسط مطبوعات نظارت داشته باشد.

به این ترتیب به نظر می‌رسد عقاید طیف میانه‌رو در نحوه و شیوه سیاست‌گذاری و اجرای حمایت‌های دولتی، از نزدیکی بیشتری با نظریه توسعه‌بخش که بر الزامات کشورهای در حال توسعه تأکید دارد، برخوردار است. در واقع آن‌ها به وجود کمک‌های دولتی با اهداف توسعه‌ای و نظارت صنوف مطبوعاتی اعتقاد دارند و نسبت به یک اقتصاد رسانه‌ای کاملاً خصوصی چندان خوشبین نیستند. اما دیدگاه‌های منتقدان بیشتر در چارچوب نظریه آزادی‌گرا قابل توجیه است که ضمن تأکید بر منع هر گونه کنترل و نظارت قبل و بعد از انتشار و تأکید بر نظارت بر عملکرد دولتمردان به عنوان یکی از مهم‌ترین رسالت‌های مطبوعات، بر استقلال کامل مادی آن‌ها تأکید دارد و سودآوری را به عنوان یکی از اهداف مطبوعات می‌پذیرد.

جدول مقایسه‌ای نظرات سه طیف اصولگرا، حرفه‌ای و منتقد

ردیف	سؤال‌ها	روزنامه‌نگاران اصولگرا	روزنامه‌نگاران حرفه‌ای	روزنامه‌نگاران منتقد
۱	روزنامه‌نگاران می‌توانند در عین دریافت کمک و حمایت از دولت استقلال خود را حفظ کنند	+ + - -	- - - -	- - - -
۲	هدف از تسهیلات و خدمات دستگاه‌های دولتی تأثیرگذاری بر لحن و جهت‌گیری خبرهاست	+ + + +	+ + + +	+ + + +
۳	ضرورت اعطای مستقیم کمک‌های دولتی به مدیران و مالکان روزنامه‌ها	+ + + +	- - - -	- - - -
۴	ضرورت اعطای مستقیم کمک‌های دولتی به روزنامه‌نگاران	- - - -	- - - -	- - - -
۵	ضرورت انجام کمک‌ها و حمایت‌های دولتی از طریق تشکل‌ها و انجمن‌های صنفی	- - - -	+ + + +	+ + + +
۶	ضرورت تجدیدنظر در سیاست‌های حمایتی (شفاف‌سازی، مشاوره با کارشناسان مطبوعاتی و...)	+ + + +	+ + + +	+ + + +
۷	ضرورت تقویت کمک‌ها و حمایت‌های دولتی	+ + + +	+ + + +	- - - -
۸	ضرورت حذف حمایت‌های دولتی و خصوصی‌سازی	- - - -	- - - -	+ + + +
۹	امکان حذف حمایت‌های دولتی با توجه به شرایط کنونی	- - - -	- - - -	- - - -
۱۰	تأثیر کمک‌ها و حمایت‌های دولتی بر ساختار مدیریتی روزنامه‌ها	- + - +	+ + + +	+ + + +

با توجه به جدول بالا می‌توان دریافت که هر سه طیف میانه‌رو، حرفه‌ای و منتقد بر سر اینکه سیاست‌های حمایتی کنونی دولت از روزنامه‌ها به تجدید نظر و بازنگری نیاز دارد، اتفاق نظر دارند. بنابر این می‌توان نتیجه گرفت که انجام اصلاحاتی در این سیاست‌ها اجتناب‌ناپذیر است. هر سه طیف با اعطای مستقیم کمک به روزنامه‌نگاران مخالف هستند و دلایل آن‌ها نیز کمابیش مشابه است. این مسئله نشان می‌دهد که به‌رغم تصور اولیه بسیاری از کسانی که با مطبوعات سر و کار دارند، کمک مستقیم به روزنامه‌نگاران، از دید کارشناسان این حرفه مورد تأیید نیست و احتمالاً نمی‌تواند مفید باشد.

مورد دیگری که در آن اشتراک نظر کامل وجود دارد این است که هر سه طیف معتقدند که دستگاه‌ها و ارگان‌های دولتی با انجام کمک‌های خود در پی تغییر در لحن و جهت‌گیری خبرها هستند و این مسئله به‌ویژه از آنجا که از سوی طیف اصولگرا نیز تأیید می‌شود می‌تواند قابل تأمل باشد و نشان دهد که روابط عمومی‌ها از یکی از مهم‌ترین وظایف خود که ایجاد ارتباط دو سویه است، دور می‌شوند.

اما مورد چهارمی که در آن میان هر سه طیف اشتراک وجود دارد، عدم امکان حذف حمایت‌های دولتی در شرایط کنونی است. اگر چه در اینجا سخن از اشتراک کامل به میان آوردن اندکی مشکل است، چرا که هر طیف از دریچه‌ای متفاوت به موضوع نگاه می‌کند و دلایل خاص خود را برای این اظهار نظر دارد؛ اصولگراها آن را به مصلحت روزنامه‌ها نمی‌دانند؛ میانه‌روها نه تنها چنین اقدامی را برای روزنامه‌ها مخاطره‌آمیز ارزیابی می‌کنند، بلکه اساساً بر خلاف سیاست‌های جاری دولت ارزیابی می‌کنند و منتقدین نیز معتقدند که دولت حاضر نیست از روزنامه‌ها دست بکشد.

اما اصولگراها و حرفه‌ای‌ها در دو مورد دیگر با یکدیگر اتفاق نظر دارند؛ نخست مخالفت با حذف حمایت‌های دولتی و خصوصی‌سازی روزنامه‌ها است؛ حال آنکه منتقدین طرفدار حذف یارانه‌ها و خصوصی‌سازی روزنامه‌ها هستند. مورد دوم نیز تقویت کمک‌ها و حمایت دولت از روزنامه‌ها است. هر دوی این طیف‌ها روزنامه‌ها را نیازمند حمایت بیشتر از سوی دولت می‌دانند.

اما در مورد نحوه و کانال انجام کمک‌های دولتی میان حرفه‌ای‌ها و منتقدین توافق وجود دارد، حال آنکه نظر اصولگرایان در این زمینه کاملاً متفاوت است؛ چرا که حرفه‌ای‌ها و منتقدین انجام این کمک‌ها را از طریق انجمن‌های صنفی و یا حداقل با نظارت آنان توصیه می‌کنند، اما اصولگراها معتقدند این کمک‌ها باید به مدیران روزنامه‌ها برسد. البته باید توجه داشت که منتقدین چون با اصل سیستم حمایتی موافق نیستند، انجام کمک از طریق و با نظارت انجمن‌های صنفی را کم‌ضررتر می‌دانند.

و بالأخره نکته آخر اینکه در مورد دریافت کمک و حفظ استقلال میان روزنامه‌نگاران حرفه‌ای و منتقد توافق وجود دارد؛ چرا که هر دوی آن‌ها معتقدند حفظ استقلال با دریافت کمک از دولت میسر نیست، اگر چه حرفه‌ای‌ها این مسئله را اجتناب‌ناپذیر می‌دانند و معتقدند

در شرایط کنونی بهتر است روزنامه‌ها عواقب این عدم استقلال را تحمل کنند. اما میان این دو طیف با اصولگرایان در این زمینه توافق نسبی وجود دارد، چرا که نیمی از اصولگرایانی که با آنان مصاحبه به عمل آمده معتقدند که روزنامه‌ها در عین دریافت کمک از دولت می‌توانند استقلال خود را حفظ کنند و نیم دیگر به این سؤال پاسخ منفی داده‌اند.

و بالأخره در مورد تأثیر کمک‌ها و حمایت‌های دولتی بر ساختار مدیریتی روزنامه‌ها نیز میان حرفه‌ای‌ها و منتقدین توافق کامل و میان این دو با اصولگرایان توافق نسبی وجود دارد. دو گروه اول همگی چنین تأثیری را تأیید می‌کنند، حال آنکه تنها نیمی از اصولگرایان آن را تأیید و نیمی دیگر آن را انکار می‌کنند.

پی‌نوشت‌ها

۱. نام و خلاصه سوابق صاحب‌نظرانی که در این تحقیق با آن‌ها مصاحبه شده، به قرار زیر است:
 - الف. روزنامه‌نگاران اصولگرا؛ (روزنامه‌نگاران شاغل در روزنامه‌های منتسب به جناح اصولگرا)
 ۱. محمدکاظم انبارلویی؛ روزنامه‌نگار با سابقه و سردبیر روزنامه رسالت.
 ۲. حسین انتظامی؛ روزنامه‌نگار و سردبیر روزنامه ایران، جام جم و خبرآنلاین و نماینده مدیران مسئول در هیئت نظارت بر مطبوعات.
 ۳. محمدتقی فهیم؛ روزنامه‌نگار، منتقد سینما، سردبیر ماهنامه پیل‌بان و مستندساز.
 ۴. تقی دژاکام؛ روزنامه‌نگار، مشاور خبرگرای ایرنا و دبیر سرویس شهرستان‌های روزنامه کیهان.
 - ب. روزنامه‌نگاران حرفه‌ای؛ (اساتید روزنامه‌نگاری یا روزنامه‌نگاران شاغل در روزنامه‌های میانه‌رو)
 ۱. مهدی فرقانی؛ روزنامه‌نگار، نویسنده، سردبیر ماهنامه تدبیر و عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی و رئیس سابق دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
 ۲. فریدون صدیقی؛ روزنامه‌نگار، منتقد سینما، دبیر سرویس روزنامه‌های کیهان، همشهری، و سابقه تدریس در دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
 ۳. محمود مختاریان؛ دبیر فنی روزنامه‌های کیهان و ایران، مدرس دانشگاه علامه طباطبایی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
 ۴. حسین قندی؛ روزنامه‌نگار و مدرس روزنامه‌نگاری در دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
 - ج. روزنامه‌نگاران منتقد؛ (روزنامه‌نگاران شاغل در روزنامه‌های منتسب به جناح اصلاح‌طلب)
 ۱. عباس عبدی؛ نویسنده، روزنامه‌نگار و فعال سیاسی.
 ۲. حسین عبده‌تبریزی؛ روزنامه‌نگار، نویسنده، سردبیر روزنامه سرمایه و عضو اتحادیه ناشران.
 ۳. محمدعلی توحید؛ خبرنگار و نویسنده اقتصادی روزنامه‌های همشهری و خراسان.
 ۴. رضا زندی؛ خبرنگار آزاد و نویسنده روزنامه‌های شرق و همشهری امارات.

۲. در ماده ۱۰ از فصل پنجم قانون مطبوعات در مورد اعضای هیئت نظارت بر مطبوعات چنین آمده است: اعضای هیئت نظارت بر مطبوعات که افراد مسلمان و صاحب صلاحیت علمی و اخلاقی لازم و مؤمن به انقلاب اسلامی هستند، عبارت‌اند از: یکی از قضات به انتخاب رییس قوه قضاییه، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی یا نماینده تام‌الاختیار وی، یکی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی به انتخاب مجلس، یکی از اساتید دانشگاه به انتخاب وزیر فرهنگ و آموزش عالی، یکی از مدیران مسئول مطبوعات به انتخاب آنان، یکی از اساتید

حوزه علمیه به انتخاب شورای عالی حوزه علمیه قم، و یکی از اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی به انتخاب آن شورا.

منابع

- آرین پور، یحیی. *از نیما تا روزگار ما*، انتشارات زوار، ۱۳۷۴.
- ادوارد اس هرمن و نوام چامسکی. *ساختن توافق*، انتشارات کتاب‌های فانتوم، ۱۹۸۸.
- بروجردی علوی، مهدخت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، "نظام مطبوعاتی از دیدگاه روزنامه نگاران ایرانی"، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۷۵-۱۳۷۴.
- بهرامپور، شعبانعلی. "ضرورت تجدید نظر در سیاست‌گذاری رسانه‌ای و مطبوعاتی"، *فصلنامه رسانه*، ۱۳۸۳.
- پدرام، مسعود و محمدزاده، مهدی. "ایدئولوژی، هژمونی و سلطه در رسانه‌ها"، *فصلنامه رسانه*، ش ۱، ۱۳۸۴.
- پیکارد، رابرت جی. *اقتصاد رسانه‌ها: مفاهیم و مسائل آن*، ترجمه داوود حیدری، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، چاپ دوم، ۱۳۸۳.
- جانسون، لزی. *منتقدان فرهنگ*، ترجمه ضیاء موحد، انتشارات طرح نو، ۱۳۷۸.
- رائی تهرانی، حبیب، "نظریه هژمونی"، *کتاب ماه علوم اجتماعی*، سال ۱۳، ش ۱۶.
- شریفیان، عبدالحسین، انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، چاپ چهارم، ۱۳۷۴.
- طباطبایی، محیط. *تاریخ تحلیلی مطبوعات ایران*، انتشارات بعثت.
- مک کوایل، دنیس. *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*، ترجمه پرویز اجلائی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۲.
- ورنر سورین و جیمز تانکارد. *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه دکتر علیرضا دهقان، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۶.

Kellner, DouglasU *Critical Theory, Marxism and Modernity*, Oxford Political Press, 1989.

Fengler, Susanne, *Journalists and information attention markets: Towards an economic theory of journalism*, Dec 2008, vol 9. No 6.

<http://www.khabaronline.ir/print-53117.aspx>.

-*Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Pantheon, 1988.

http://www.eclipse.net/~tgardnet/Propaganda_Model.html



پروفیسر شگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی