

تاریخ شفاهی فعالیت‌های رسانه‌ای سازمان تأمین اجتماعی در سه دهه گذشته (از سال ۱۳۷۲ تا سال ۱۳۹۷)

شادی خوشکار^۱، فاطمه عزیزی^۲

چکیده

مقدمه: این پژوهش به دنبال ارائه تصویری از اهداف، رویکردها و روش‌های فعالیت‌های رسانه‌ای سازمان تأمین اجتماعی با استفاده از روش تاریخ شفاهی و مستندسازی تجربیات و خاطرات فعالان و مسئولان گذشته و حال نشریات و رسانه‌های این سازمان است.

روش: این پژوهش از روش تحقیق کیفی کمک گرفته و بر اساس روش تاریخ شفاهی انجام شده است. در نتیجه با افراد تأثیرگذار و نیروهای اصلی شش رسانه سازمان شامل «پایگاه اطلاع‌رسانی رسمی سازمان تأمین اجتماعی»، «نشریه داخلی تأمین»، «پایگاه خبری تحلیلی تأمین ۲۴»، «هفته‌نامه آتیه‌نو» و «ماهنامه قلم و رفاه» مصاحبه عمیق انجام شده است.

یافته‌ها: نقطه آغاز انتشار رسانه‌های اختصاصی سازمان تأمین اجتماعی را می‌توان دوره مدیریت مهدی کرباسیان در این سازمان دانست که ناشی از نگاه ارتباطاتی مدیرعامل سازمان و باور تیم مدیریتی سازمان به لزوم استفاده از ابزار رسانه برای شناساندن اهداف، مسئولیت‌ها و چهره تأمین اجتماعی به جامعه و متخصصان و تصمیم‌گیران بود و انتشار نخستین نشریه تخصصی حوزه رفاه، تأمین اجتماعی و بیمه‌های اجتماعی در دوره او و با حمایت این سازمان آغاز شد. در این دوره هفته‌نامه آتیه و نشریه داخلی تأمین پایه‌گذاری شدند و نیروهای حرفه‌ای برای فعالیت رسانه‌ای در حوزه رفاه و تأمین اجتماعی در این دو رسانه تربیت شدند. دوره دوم، هم‌زمان با دولت اصلاحات و مدیرعاملی محمد ستاری‌فر؛ دوره تثبیت جایگاه آتیه و تأمین بود. در این دوره اثربخشی رسانه‌ها در جامعه و بر سیاست‌گذاران و سیاست‌هایی که شرایط تأمین اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌داد، مشخص و همین مسئله باعث شد تا لزوم توسعه فعالیت‌های رسانه‌ای در نگاه مدیریت سازمان اهمیت بیشتری پیدا کند. انتشار این رسانه‌ها و توجه آنها به ایده‌های رفاه و تأمین اجتماعی همچنین باعث شد فعالان رسانه‌های عمومی نیز با این مفاهیم بیشتر آشنا شوند و به این ترتیب، آتیه تبدیل به مرجعی برای خبرنگاران این حوزه در سایر رسانه‌ها شد. دوره سوم با ریاست جمهوری

۱. کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی، دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول) shady.khoshkar@gmail.com

۲. کارشناسی ارشد مطالعات زبان، دانشگاه تهران fo.azizi@gmail.com

محمود احمدی نژاد آغاز شد که به سیاسی تر شدن رسانه‌های سازمان انجامید. حاشیه‌های غیر تخصصی رسانه‌ها در این دوران آغاز شد و روزنامه خورشید جایگزین هفته‌نامه آتیه شد. دوره چهارم از ۱۳۹۲ و با تغییر دولت و شروع به کار تیم جدید مدیریتی سازمان تأمین اجتماعی آغاز شد. تیم جدید با درک اهمیت فعالیت‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی در کنار توسعه پایگاه رسمی اطلاع‌رسانی سازمان که در فضای مجازی فعالیت داشت، از توسعه و رونق فعالیت‌های رسانه‌ای سازمان نیز حمایت کرد. روزنامه خورشید متوقف شد، «هفته‌نامه آتیه‌نو» به جای آتیه شروع به فعالیت کرد که البته به تناسب شرایط زمانه و تنوع مخاطبان و نیازهای جدید آن تغییراتی در فرم و محتوای این نشریه نسبت به آتیه ایجاد شد. انتشار نشریه تأمین، شکل منظم‌تری یافت. مدتی بعد، سایت تأمین ۲۴ به عنوان پایگاه خبری-تحلیلی حوزه رفاه و تأمین اجتماعی در فضای مجازی کار خود را شروع کرد و پس از آن، ماهنامه قلمرو رفاه با تعریف و هدف‌گیری مخاطبان خاص سازمان تلاش کرد بر مفاهیم و مسائل تخصصی رفاه و تأمین اجتماعی تأکید کند.

واژگان کلیدی: تاریخ شفاهی، رسانه‌های سازمان تأمین اجتماعی، هفته‌نامه آتیه



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

بر اساس اطلاعات سایت رسمی سازمان تأمین اجتماعی و همچنین اسناد بالادستی موجود در مؤسسه فرهنگی هنری آهنگ آتیه، این مؤسسه به عنوان یکی از مؤسسات مأموریتی سازمان تأمین اجتماعی در سال ۱۳۷۹ با هدف نقش آفرینی مؤثر فرهنگی و ارتباطی میان طیف وسیع مخاطبان سازمان تأمین اجتماعی (اعم از بیمه شدگان، بازنشستگان و مستمری‌بگیران، کارفرمایان و...) و همچنین، برای پاسخ‌گویی به بخشی از نیازهای فرهنگی و رسانه‌ای واحدها، شرکت‌ها و مؤسسات زیرمجموعه این سازمان تأسیس شده و طراحی، برنامه‌ریزی و مدیریت تولید، انتشار و توزیع نشریات تخصصی و عمومی سازمان بر عهده آن است.

اما شروع کار نشریات و رسانه‌های سازمان تأمین اجتماعی به قبل از تاریخ تأسیس و ثبت مؤسسه آهنگ آتیه و به سال ۱۳۷۲ بازمی‌گردد؛ زمانی که نشریه آتیه بعد از انتشار ۹ پیش‌شماره به عنوان نخستین نشریه تخصصی حوزه بیمه‌های اجتماعی و تأمین اجتماعی در ابتدای دی‌ماه سال ۱۳۷۲ به صورت رسمی منتشر شد. بر اساس اطلاعات موجود، انتشار این رسانه به دو دلیل انجام شد: «در آن مقطع، این سازمان از یک سو، به واسطه سال‌ها کم‌توجهی به فعالیت‌های اجتماعی و رسانه‌ای هدفمند اقناعی در شرایط قطع نسبی ارتباطات با مخاطبان قرار داشت و از سوی دیگر، در سال‌های پس از پایان جنگ تحمیلی و آغاز برنامه‌های سازندگی و همچنین، اجرای سیاست تعدیل اقتصادی، سازمان تأمین اجتماعی که متحمل بار مالی ریزش‌های نیروی انسانی ناشی از این سیاست‌ها شده بود، نیازمند آن بود که وجهه خود را در جامعه و نزد افکار عمومی بازسازی کند.»

در تقسیم‌بندی نشریات، نشریاتی که در سازمان تأمین اجتماعی (به عنوان نهادی عمومی و غیردولتی) منتشر شده‌اند در زمره رسانه‌ها و نشریات تخصصی نیمه‌دولتی قرار می‌گیرند. یکی از اهداف این نشریات «کار روابط عمومی به منظور آشناساختن مردم به کارهایی است که توسط آن دستگاه صورت می‌گیرد» (قندی، ۱۳۸۷: ۷۹). در این سازمان نیز به ابتکار ششمین مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، شورایی به عنوان نهاد مشورتی مدیرعامل سازمان و برای سامان‌دهی اقدامات معطوف به هدف ایجاد و تقویت اعتماد عمومی به سازمان تأمین اجتماعی، اصلاح دیدگاه‌هایی که «حق بیمه تأمین اجتماعی را پول زور می‌دانستند» و توسعه و ترویج گفتمان بیمه اجتماعی در جامعه تشکیل شد. انتشار نشریه‌ای تخصصی در حوزه بیمه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین تصمیمات شورای ارتباطات سازمان تأمین اجتماعی در اوایل دهه ۷۰ بود؛ اما نشریه آتیه که ابتدا به صورت دوهفته‌نامه و بعدها به صورت هفته‌نامه منتشر شد، فقط یکی از رسانه‌های سازمان تأمین اجتماعی است که البته سرگذشت پُرفراز و فرودی دارد.

پس از آغاز انتشار آتیه از آنجا که با توجه به اهداف کلان ترسیمی برای این نشریه، اخبار برخی از تحولات داخلی سازمان تأمین اجتماعی امکان انتشار در این نشریه را نمی‌یافتند، حدود یک سال پس از آغاز انتشار آن، ضمیمه‌ای داخلی با نام «تأمین» از آذرماه ۱۳۷۳ در کنار آن و در ابتدا در صفحاتی بسیار محدود آغاز شد. عمده اهداف این نشریه بر اساس اسناد موجود در سازمان تأمین اجتماعی، «کمک به تقویت همدلی و هم‌افزایی در مسیر تحقق اهداف توسعه‌ای سازمان تأمین اجتماعی و جلب همراهی هرچه بیشتر کارکنان بخش‌های بیمه‌ای و درمانی سازمان و خانواده آنان با اهداف سازمانی» بود. کم‌کم این نشریه به صورت هفتگی و مستقل هویت جداگانه‌ای یافت و تا سال ۱۳۸۸ توسط مؤسسه فرهنگی هنری آهنگ آتیه و زیر نظر روابط عمومی سازمان تأمین اجتماعی از تیم تولید آتیه به صورت مستمر منتشر شد. از آن زمان تا سال ۱۳۹۲ که انتشار دوباره این نشریه به طور منظم از سر گرفته شود، مسئولیت آن به روابط عمومی سازمان سپرده شد و در مقطعی هم فقط به صورت دیجیتالی منتشر می‌شد. البته این فقط نشریه تأمین نبود که متأثر از شرایط بیرونی دچار تغییراتی شد، هفته‌نامه آتیه هم تحت تأثیر شرایط سیاسی و تغییر دولت‌ها و سپس، تغییر مدیریت عالی سازمان سرنوشت متفاوتی پیدا کرد. در سال ۱۳۸۳ مسئولان مؤسسه مأموریت بررسی امکان انتشار یک روزنامه را بر عهده گرفتند؛ اما برای اجتناب از ورود به حاشیه‌های سیاسی انتشار آن را به ایام بعد از انتخابات تیرماه ۱۳۸۴ موکول کردند. در اواخر دولت نهم، انتشار این روزنامه در آستانه انتخابات سال ۱۳۸۸ و با توقف انتشار هفته‌نامه آتیه (پس از انتشار ۶۷۱ شماره در ۱۵ سال) آغاز و نخستین شماره روزنامه‌ای با نام خورشید در ۱۳ مهر ۱۳۸۷ منتشر شد. مقطع نخست انتشار روزنامه خورشید اما در نهایت در روزهای آغاز سال ۱۳۸۸ با استناد به شعار این سال، یعنی «اصلاح الگوی مصرف» از سوی مدیرعامل وقت سازمان متوقف شد. متعاقباً و پیش از انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۲ نیز بار دیگر این روزنامه با تیمی جدید منتشر شد که ویژگی اصلی آن در این دوره را شاید بتوان دور شدن از اهداف اصلی و تبدیل شدن به یک نشریه سیاسی و در خدمت اهداف خاص جناحی و سیاسی دانست.

در سال ۱۳۹۲ و پس از آغاز به کار تیم مدیریتی جدید سازمان تأمین اجتماعی در دولت یازدهم، موضوع بازنگری در سیاست‌های ارتباطی و رسانه‌ای این سازمان با توجه به دغدغه‌هایی که در پی رویکرد متفاوت و غیرمرتبط اتخاذ شده در روزنامه خورشید ایجاد شده بود، در دستور کار قرار گرفت. در نخستین گام، بلافاصله پس از آغاز به کار تیم مدیریتی جدید سازمان، انتشار نسخ مکتوب و چاپی روزنامه خورشید متوقف شد و این روزنامه که در آن مقطع با کادری حدوداً ۱۶۰ نفری تولید و منتشر می‌شد، از ۲۰ مهر ۱۳۹۲ به مدت حدود چهار ماه تنها در فضای مجازی و به شکل دیجیتالی به کار خود ادامه داد. در گام بعدی، از بهمن‌ماه ۱۳۹۲ و حسب رویکردهای نوین ارتباطی و رسانه‌ای سازمان، انتشار نسخ دیجیتالی این روزنامه نیز متوقف شد. هم‌زمان بررسی‌هایی در زمینه انتشار مجدد

هفته‌نامه اختصاصی حوزه رفاه و تأمین اجتماعی با استفاده از تجربه موفق انتشار هفته‌نامه آتیه در دهه ۷۰ و ۸۰ انجام و با توجه به اینکه مجوز انتشار این هفته‌نامه با تغییر دوره انتشار و تغییر نام، برای انتشار روزنامه خورشید مورد استفاده قرار گرفته بود، درخواست صدور مجوز برای هفته‌نامه‌ای جدید با نام «آتیه‌نو» به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ارائه شد. نخستین پیش‌شماره این هفته‌نامه در ۵ اسفند ۱۳۹۲ منتشر شد و پس از انتشار پنج پیش‌شماره، نخستین شماره رسمی این نشریه در آستانه روز کارگر (۱۱ اردیبهشت) به تاریخ ۶ اردیبهشت ۱۳۹۳ منتشر گردید. بر اساس اسناد بالادستی مؤسسه فرهنگی هنری آهنگ آتیه «این هفته‌نامه با هدف دفاع مؤثر اقناعی از کیان سازمان تأمین اجتماعی، احیای اعتبار این سازمان در میان شرکای اجتماعی و پاسخ‌گویی متناسب با انتظارات آنان، تأثیرگذاری مثبت بر نگرش‌ها، باورها، داوری‌ها و رفتارهای مخاطبان منتشر شده و به‌عنوان رسانه اصلی سازمان، برای برقراری، حفظ و تعمیق ارتباط سازمان با مخاطبان و نیز نهادهای سیاست‌گذاری و حاکمیتی تلاش می‌کند».

وب‌سایت خبری تحلیلی تأمین ۲۴ نیز با هدف تقویت حضور رسانه‌ای سازمان در فضای مجازی و حساس‌سازی گسترده‌تر رسانه‌ها و افکار عمومی نسبت به رخدادها و تحولات عرصه رفاه و تأمین اجتماعی و ارائه اخبار، گزارش‌ها و تحلیل‌های دقیق و کارشناسی در مورد چالش‌ها و مشکلات و در عین حال، ظرفیت‌ها و دستاوردهای این حوزه از سوی مؤسسه فرهنگی هنری آهنگ آتیه، از اوایل سال ۱۳۹۳ راه‌اندازی شده است.

یک سال پس از استقرار تیم جدید مدیریتی در مؤسسه فرهنگی هنری آهنگ آتیه، تیم ارتباطی سازمان تأمین اجتماعی نشریه تحلیلی «قلمرو رفاه» را راه‌اندازی کرد که حسب اسناد موجود، «مأموریت دارد میدانی مناسب برای شکل‌گیری و تعمیق گفت‌وگو میان مدیران، کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای فعال در این عرصه از جمله سازمان تأمین اجتماعی - به‌عنوان نماینده و کارگزار ارائه خدمات بیمه‌ای و درمانی به طیفی وسیع از مردم - و مسئولان و فعالان حوزه‌های تصمیم‌سازی اقتصادی و اجتماعی کلان کشور و جامعه علمی، دانشگاهی، پژوهشی و تحقیقاتی و کارشناسان و صاحب‌نظران حوزه‌های رفاه و تأمین اجتماعی با نگاهی تحلیلی و همه‌جانبه فراهم کند. انعکاس تحولات، دیدگاه‌ها و مبانی علمی - نظری نوین در عرصه جهانی به مخاطبان از دیگر دغدغه‌های انتشار این ماهنامه شمرده شده است».

هر کدام از این پنج رسانه (پایگاه اطلاع‌رسانی رسمی سازمان، تأمین، آتیه‌نو، قلمرو رفاه، تأمین ۲۴) مسئولیت تلاش برای بخشی از اهداف اطلاع‌رسانی و ارتباطی سازمان تأمین اجتماعی را به عهده داشته‌اند و دارند. در سه دهه‌ای که از عمر فعالیت رسانه‌ای این سازمان می‌گذرد، با توجه به تغییرات و تحولات سیاسی و اجتماعی کشور و تغییرات مدیریتی در سازمان تأمین اجتماعی، این رسانه‌ها نیز

دستخوش تغییراتی در ظاهر و محتوا شده‌اند که به‌طور مختصر به بخشی از آنها پرداخته شده است. بررسی فرازوفرودهای این رسانه‌ها، از تولد و تغییر شکل و گستره فعالیت‌ها، حاوی تجربیات و دستاوردهای مهمی برای حوزه ارتباطی و اطلاع‌رسانی این سازمان است که تا به حال، نه به‌شکل مکتوب و نه به‌شکل شفاهی ثبت و ضبط نشده‌اند. این تجربیات نه تنها می‌توانند روند پیگیری اهداف ارتباطی سازمان را در این سه دهه نشان دهند؛ بلکه شناخت دقیق مسیر فعالیت و گذشته این رسانه‌ها باعث می‌شود بتوانیم درباره راه آینده آنها صحبت کنیم؛ چراکه سیاست‌گذاری برای آینده با شناخت تحولات گذشته و فهم جایگاه کنونی امکان‌پذیرتر است.

امروز یکی از مسائل مهم جامعه ایران مطالبات و چالش‌های رفاهی و تأمین اجتماعی و نحوه پاسخ‌گویی به این مطالبات است. در این شرایط، تمرکز بر نیازها و معضلات صندوق‌های بازنشستگی، به‌ویژه سازمان تأمین اجتماعی که بیش از نیمی از جمعیت کشور را تحت پوشش خدمات خود دارد، حائز اهمیت بسیار است. پرداختن به تجربیات کسانی که در سه دهه سعی در انتشار و شناساندن مأموریت این سازمان داشته‌اند می‌تواند به بخشی از پرسش‌ها درباره وضعیت امروزی پاسخ دهد.

۲. پیشینه تحقیق

استفاده از روش تاریخ شفاهی در تاریخ‌نگاری گرچه متأخر است، اما منابع بسیاری با استفاده از این روش در ایران با موضوعات مختلف نگاشته شده‌اند. یکی از بیشترین استفاده‌ها از این روش، در روایت تاریخ انقلاب اسلامی و جنگ نمود داشته است. از این روش در تاریخ‌نگاری درون‌سازمانی هم استفاده شده است.

مرکز اسناد انقلاب اسلامی مجموعه‌های مختلفی از خاطرات مبارزان سیاسی، شخصیت‌های سیاسی و ویژگی‌های اماکن تاریخی جمع‌آوری و منتشر کرده است. مجموعه «تاریخ شفاهی مبارزات سیاسی زنان مسلمان» و مجموعه «تاریخ شفاهی انقلاب اسلامی ایران» از جمله آنها است. در زمینه تاریخ انقلاب، مراکزی در خارج از ایران نیز اقداماتی در جهت تاریخ‌نگاری انجام داده‌اند؛ از جمله می‌توان به مرکز مطالعات خاورمیانه دانشگاه هاروارد اشاره کرد که طرح تاریخ شفاهی ایران را با مصاحبه از سیاست‌مداران ایرانی منتشر کرد. مرکز اسناد و تحقیقات دفاع مقدس و سازمان اسناد کتابخانه ملی همچون مرکز اسناد انقلاب اسلامی در زمینه جمع‌آوری تاریخ شفاهی جنگ، کتاب‌های بسیاری از فرماندهان، آزادگان جنگ و همسران شهدا منتشر کرده است و می‌کند که البته بخش زیادی از آنها در قالب خاطره هستند و به روش، چندان پایبند نبودند. البته سازمان اسناد و کتابخانه ملی پروژه‌های

بسیاری را در قالب تاریخ شفاهی اشخاص، رویدادها و سازمان‌ها در موضوعات مختلف انجام داده و محدود به موضوع جنگ نبوده است.

استفاده از این روش همچنین، برای جمع‌آوری تاریخ برخی سازمان‌ها و نهادها مورد استفاده قرار گرفته است که از جمله این تاریخ‌ها می‌توان به تاریخ شفاهی بانک مرکزی ایران (۱۳۹۲)، تاریخ شفاهی شرکت کنترل ترافیک تهران (۱۳۹۲)، تاریخ شفاهی آموزش عالی ایران به روایت دکتر مصطفی معین: آموزش عالی عدالت و توسعه (-۱۳۷۲ ۱۳۶۸) (۱۳۹۳) اشاره کرد.

از دیگر تجربه‌های تاریخ‌نگاری با استفاده از روش تاریخ شفاهی می‌توان به مجموعه‌ای تحت عنوان «تاریخ معاصر شفاهی ادبیات معاصر ایران» به دبیری محمدهاشم اکبریانی اشاره کرد که به شرح خاطرات و زندگی نویسندگان، شاعران و مترجمان ادبی اختصاص دارد و روایت جریان‌ها و رویدادهای مرتبط با ادبیات معاصر ایران و زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی این رویدادها است. از خلال نقل شفاهی کسانی که هر یک به نحوی در این رویدادها دخیل بوده یا شاهد و ناظر آنها بوده‌اند و اگر هم برخی از آنها خودشان حضور مستقیم در آن رویدادها نداشته‌اند، در زمانه‌ای زیسته‌اند که آن رویدادها در آن رخ داده است. سیمین بهبهانی، م. آزاد، لیلی گلستان، ضیاء موحد، جواد مجابی، علی باباجاهی، شمس لنگرودی و مهدی غبرایی از جمله نویسندگان، شاعران و مترجمانی هستند که تاکنون خاطراتشان در مجموعه تاریخ شفاهی به چاپ رسیده است. از کتاب‌های دیگری که با این روش در موضوع خاص منتشر شده، «تاریخ شفاهی نمایش در ایران» (مبتنی بر مصاحبه‌های تاریخی شفاهی) است که در سال ۱۳۹۴ منتشر شده است.

مجله بخارا در سال ۱۳۸۰ با هدف روایت تاریخ نشر در ایران، بخشی را در مجله با عنوان تاریخ شفاهی مطبوعات ایران، به مصاحبه با ناشران کهنه‌کار اختصاص داده بود که در هر شماره مصاحبه با یک نفر منتشر می‌شد. مجموعه این مصاحبه‌ها با عنوان تاریخ شفاهی نشر ایران در سال ۱۳۹۳ منتشر شد. در این کتاب با ۲۱ نفر از ناشران یا متصدیان نشر مصاحبه شده است. در این مصاحبه‌ها روایت زندگی فردی و اجتماعی ناشران، جریانات و وقایع مهم نشر بازگو می‌شود.

۳. هدف پژوهش

هدف کلی این پژوهش گردآوری، ثبت، تنظیم و تحلیل تجربیات و حافظه تاریخی فعالان رسانه‌ای سازمان تأمین اجتماعی در سه دهه گذشته با روش تاریخ شفاهی (از سال ۱۳۷۲ تا سال ۱۳۹۷) است. در قدم دیگر، این پژوهش در نظر دارد به چند هدف اختصاصی نیز دست یابد. روزنامه‌نگاران، مدیران، متولیان و کارکنان دارای تجربه و سابقه فعالیت سازمانی و به بیان دیگر، فعالان رسانه‌ای

سازمان در این سال‌ها تجربیاتی در ذهن دارند که باید تا زمانی که ممکن است آنها را گردآوری و ثبت کرد. پس از گردآوری و ثبت تجربیات آنها این پژوهش در نظر دارد ادوار مختلف فعالیت‌های رسانه‌ای سازمان را برحسب مهم‌ترین متغیرهای مستخرج از مصاحبه‌ها دوره‌بندی کند. در نهایت، همه اینها در خدمت ارائه تحلیل سازوکار ایجاد فرازوفرودها و تحولات پیش‌گفته در ادوار مختلف فعالیت‌های رسانه‌ای و به دست دادن روایتی تحلیلی هستند که این پژوهش به این امر نیز پرداخته است.

۴. سؤالات پژوهش

- شروع کار هر کدام از این رسانه‌ها با چه هدفی بوده است و حامیان آنها چه کسانی بوده‌اند؟
- تحولات اجتماعی و اقتصادی و سیاسی جامعه بر انتشار یا اهداف و محتوای این رسانه‌ها چه تأثیری گذاشته است؟
- تحولات داخلی سازمان و سیاست‌گذاری‌ها چگونه بر این رسانه‌ها تأثیر گذاشته است؟
- وجود رسانه‌ها و عمومی کردن بحث‌های تخصصی در سیاست‌های سازمان تأمین اجتماعی چه تأثیری گذاشته است؟
- دوره‌های توقف انتشار و تغییر شکلشان چگونه گذشت و چه کسانی بر آن اثرگذار بودند؟
- نقاط عطف و ویژگی‌های خاص هر کدام از ادوار انتشار چیست؟
- مشکلات و محدودیت‌های این رسانه‌ها چه بوده است؟
- چه روابطی با مخاطبانشان ایجاد کردند و چه تأثیراتی بر جامعه گذاشتند؟
- چقدر در رسیدن به اهدافشان موفق بودند و در چه مواردی و به چه علت نتوانستند هدف مورد نظرشان را به دست بیاورند؟

۵. روش پژوهش

این پژوهش از روش تحقیق کیفی کمک گرفته و بر اساس روش تاریخ شفاهی انجام شده است. تاریخ شفاهی بیانگر یک روش تحقیق کیفی است که برای ضبط اطلاعات تاریخی به وسیله انجام مصاحبه با افراد درباره وقایع گذشته است و از حافظه افرادی کمک می‌گیرد که یا در آن رخداد موردنظر فعال بوده‌اند و یا شاهدان عینی بدون واسطه آن باشند تا معانی، تفاسیر، روابط و تجربه‌های شخصی آنها را درک کند.

روش تاریخ شفاهی امکانی است تا آن بخش از تاریخ که به دلایل مختلف مثل ناتوانی از ثبت یا نبود

قدرت در تاریخ رسمی ثبت نشده‌اند، حفظ شوند. این شیوه متضمن نگاهی اجتماعی به تاریخ است و از مکتب آنال^۱ الگو می‌گیرد. از این رو است که گفته می‌شود تاریخ شفاهی بیش از هر چیز راهکاری در دستیابی به اطلاعات لازم برای بازسازی گذشته به حساب می‌آید. این شیوه علمی به نسبت حیات نه‌چندان طولانی خود در رمزگشایی متنوعی از گذشته، کارآمدی داشته است. این شیوه ثبت تاریخی به دنبال اطلاعاتی است که در هیچ سند رسمی ثبت نشده باشند. یافتن و بازسازی حواشی و هیجان‌ات حول رویدادها در این روایت تاریخی اهمیت زیادی دارند و مسئله تاریخ شفاهی فقط بازسازی گذشته نیست. آلساندرو پرتلی تأکید دارد که «اولین چیزی که تاریخ شفاهی را متمایز می‌سازد این است که پیش از آنکه درباره واقعه (event) خبر دهد درباره معانی (meanings) آن سخن می‌گوید» (نورائی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۵).

جامعه آماری این پژوهش مسئولان و متصدیانی هستند که از سال ۱۳۷۲، یعنی زمانی که اولین رسانه سازمان تأمین اجتماعی آغاز به کار کرد، تا امروز در یکی از پنج رسانه پیش گفته، مدت قابل توجهی فعالیت کرده و به‌طور مستقیم در جریان تصمیمات سازمان برای رسانه‌ها بوده‌اند و با تصمیمات خود نیز رسانه‌ها را تحت تأثیر قرار داده‌اند و شاهدان عینی یا عاملان تحولات بوده‌اند. با این توصیف، سردبیران و دبیران تحریری رسانه‌ها و خبرنگاران ارشد و باسابقه و مسئولان درجه اول و قدیمی روابط عمومی سازمان تأمین اجتماعی از سال ۷۲ تاکنون جامعه آماری این پژوهش هستند. واحد نمونه‌گیری در این پژوهش فرد است. روش نمونه‌گیری مانند عمده روش‌های کیفی نظری یا هدف‌دار است (هومن، ۱۳۶۵: ۶۰). این روش نمونه‌ها را بر اساس هدف پژوهش انتخاب می‌کند. در این پژوهش از روش گلوله‌برفی که یکی از نمونه‌های روش تحقیق کیفی است، استفاده شده است. اسامی و سمت افراد مورد مصاحبه در پژوهش حاضر در جدول زیر آمده است.

مصاحبه‌شوندگان		سمت
۱	ابراهیم رستمیان مقدم	سردبیر هفته‌نامه آتیه به مدت ۱۳ سال و مشاور مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی در امور رسانه
۲	رضا شهاب	مشاور مدیرعامل مؤسسه فرهنگی هنری آهنگ آتیه
۳	ابراهیم باقری	مدیر تولید مؤسسه فرهنگی هنری آهنگ آتیه
۴	امیرعباس تقی‌پور	مشاور مدیرعامل و مدیرکل روابط عمومی سازمان تأمین اجتماعی (در مقطع انجام این پژوهش)

جدول ۱. اسامی و سمت افراد مصاحبه‌شونده

سمت	مصاحبه‌شوندگان	
نائب‌رئیس هیئت‌مدیره سازمان تأمین اجتماعی (در مقطع انجام این پژوهش)	علی حیدری	۵
سردبیر سایت تأمین ۲۴ (در مقطع انجام این پژوهش)	مجید اعزازی	۶
عضو سابق تحریریه آتیه	شایسته شریعتمداری	۷
ویراستار ارشد سابق تحریریه آتیه	رضا خاکی نژاد	۸
جانشین سردبیر هفته‌نامه تأمین	امیر کیان مهر	۹
عضو سابق تحریریه آتیه و تأمین	عزیز آذر خرداد	۱۰
مدیرعامل سابق مؤسسه فرهنگی هنری آهنگ آتیه	حامد شمس	۱۱
سردبیر هفته‌نامه آتیه نو	رضا جمیلی	۱۲
معاون سردبیر هفته‌نامه آتیه نو	میترافردوسی	۱۳
سردبیر اسبق سایت تأمین اجتماعی	بهزاد ادراکی	۱۴
سردبیر اسبق هفته‌نامه آتیه نو	اکبر هاشمی	۱۵
سردبیر و مدیرمسئول روزنامه خورشید	محمد رضا تقوی فرد	۱۶
مشاور مؤسسه آهنگ آتیه	فریدون رضوی	۱۷
کارشناس معاونت فرهنگی و اجتماعی سازمان تأمین اجتماعی (در مقطع انجام این پژوهش)	محمد منصور عظیم‌زاده	۱۸

ادامه جدول ۱

از آنجا که این تحقیق در اهداف خود، مطالعه عمیق گذشته و روند رسانه‌های سازمان را در نظر دارد، معیار توقف نمونه‌گیری اشباع نظری است. در این شیوه «نمونه‌گیری بر اطلاعات هنگامی پایان می‌یابد که اشباع نظری یک مقوله یا گروهی از موردها حاصل شود؛ یعنی دیگر چیز جدیدی به دست نیاید» (فلیک، ۱۳۸۷: ۱۴۰).

۶. یافته‌های پژوهش

دوره‌بندی رسانه‌های تأمین اجتماعی را می‌توان بر اساس تغییرات دولت بررسی کرد؛ همچنان که می‌توان بسته به تغییراتی که به واسطه تغییر دولت‌ها در مدیران عامل سازمان ایجاد شده خوانش کرد. در جدول زیر زمان‌بندی اتفاقات مهم و گره‌گاه‌های رسانه‌های تأمین اجتماعی، با دسته‌بندی زمانی دوران مدیران عامل سازمان آمده است.

مدیرعاملان سازمان	تحولات زمانی نشریات تأمین اجتماعی
دکتر مهدی کرباسیان (۱۳۷۰-۱۳۷۶)	راه‌اندازی <i>آتیه</i> و بنیان‌گذاری رویکرد ارتباطاتی، راه‌اندازی مجله تأمین
دکتر محمد ستاری فر (۱۳۷۶-۱۳۸۰)	تأسیس مؤسسه فرهنگی هنری آهنگ آتیه، غنای روکردها و تغییر مدیریت و تثبیت موقعیت آتیه
دکتر محمدحسین شریف‌زادگان (۱۳۸۲-۱۳۸۰)	گرفتن مجوز روزنامه و عدم استفاده از آن، جداشدن مؤسسه آهنگ آتیه از سازمان و انتقال آن به ساختمان بلوار کشاورز
دکتر غلامرضا سلیمانی (۱۳۸۳-۱۳۸۴)	آغاز به کار سایت سازمان تأمین اجتماعی
مهندس داوود مددی (۸۴/۳-۸۴/۸)	تغییر در نیروهای رسانه‌ای سازمان تأمین اجتماعی، تعدیل نیروهای قدیمی از جمله آقای رستمیان از مؤسسه آهنگ آتیه
مهندس حسین علی ضیایی (۸۶/۳-۸۷/۲۱)	تعطیلی مجله <i>آتیه</i> و انتشار روزنامه <i>خورشید</i>
دکتر علی ذبیحی (۸۷/۱۲-۸۹/۴)	بسته شدن روزنامه <i>خورشید</i>
دکتر رحمت الله حافظی (۸۹/۴-۹۰/۱۱)	انتقال سایت سازمان به روابط عمومی
دکتر سعید مرتضوی (۹۰/۱۲-۹۲/۵)	انتشار دوباره روزنامه <i>خورشید</i>
دکتر سید تقی نوربخش (۹۲/۶-۹۷/۸)	تعطیلی روزنامه <i>خورشید</i> ، انتشار هفته‌نامه <i>آتیه نو</i> و هفته‌نامه داخلی <i>تأمین</i> ؛ انتشار ماهنامه <i>قلمرو رفاه</i> ، تأسیس <i>تأمین ۲۴</i>

جدول ۲. زمان‌بندی اتفاقات مهم رسانه‌ای رسانه‌های تأمین اجتماعی در دوران مدیران عامل

۶-۱. نشریه آتیه

سال ۱۳۷۰؛ زمانی که مهدی کرباسیان، ششمین مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی پس از پیروزی انقلاب اسلامی، به این سازمان وارد شد، سازمان تأمین اجتماعی، حداقل از نگاه و قضاوت افکار عمومی در شرایط چندان مناسبی نبود. در خارج از سازمان انتقادات زیادی نسبت به برخی عملکردهای آن وجود داشت که بخشی از آن به دلیل ناشناخته بودن فعالیت‌های آن، نه فقط بین مردم که حتی بین متخصصان و بخش‌هایی از سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران بود. کرباسیان در چنین فضایی تصمیم به ایجاد شورایی به نام «شورای ارتباطات» گرفت تا بتواند اقداماتی برای تقویت اعتماد عمومی نسبت به این سازمان انجام دهد و برخی برداشتها، ذهنیت‌ها، تصورات و قضاوت‌های اشتباه را درباره سازمان اصلاح کند. این شورا که جمعی از اصحاب رسانه در آن حضور داشتند، در جلسات دو هفته یک‌بار، در اواخر سال ۷۱ تصمیم گرفت نشریه‌ای تخصصی منتشر کند تا مفهوم بیمه اجتماعی و لزوم آن را در جامعه نهادینه کند. در آن مقطع، روابط عمومی سازمان ماهنامه‌ای داخلی منتشر می‌کرد که

ضمن مرور اخبار این حوزه، گاهی تجارب دنیا در زمینه دستاوردهای نظام تأمین اجتماعی در آن منعکس می‌شد.

سال ۱۳۷۶ با روی کار آمدن دولت اصلاحات، نشریه آتیه موجودیت و اهمیت خود را ثابت کرده بود. مهدی کرباسیان در این سال جای خود را به دکتر محمد ستاری فر داد که از شهریور این سال مدیریت عاملی سازمان تأمین اجتماعی را به عهده گرفت. او در دوره چهارساله مدیریت خود، همچون سلف خویش، به اهمیت آتیه باور داشت و آن را ابزاری در راستای کمک به تحقق اهداف و اجرای مسئولیت‌های سازمان می‌دانست. گواه این مسئله انتظار او از آتیه برای تأثیرگذاری بر مسئولان کشور در هنگام تصمیم‌گیری‌های اساسی بود که بر سرنوشت سازمان تأثیر می‌گذاشت. در این دوران، همچنان ابراهیم رستمیان مدیریت روابط عمومی و سردبیری آتیه را به عهده داشت. آتیه که در ابتدا هر دو هفته یک بار تولید و منتشر می‌شد، در این زمان به صورت هفتگی منتشر شد و رویکرد سازمان در دوره ستاری فر نسبت به گذشته تغییر چندانی نکرد.

آمدن دکتر شریف‌زادگان به سازمان تأمین اجتماعی در شهریور سال ۱۳۸۰ نگاه و رویکرد آتیه را تغییر چندانی نداد. قطع آتیه در این زمان بزرگ‌تر شده و لوگوی آن تغییر کرده بود و بیشتر، شکل و ظاهر روزنامه‌ای به خود گرفته بود. در آن دوران، مطبوعات در جامعه اهمیت زیادی داشتند و آتیه توانسته بود به عنوان یک نشریه تخصصی، میان مخاطبان جایگاهی خاص پیدا کند؛ چراکه این نشریه تلاش کرده بود صرفاً نشریه یک سازمان نباشد؛ بلکه نگاهی کلان و مخاطب‌محور داشته باشد.

سازمان تأمین اجتماعی یکی از پرچالش‌ترین سازمان‌ها در زمان ریاست جمهوری محمود احمدی‌نژاد بود. در هشت سال دوران ریاست او، هفت نفر در این سازمان مدیرعامل شدند. افراد جدیدی که وارد سازمان و مؤسسه فرهنگی هنری آتیه شدند، در ابتدا حوزه تأمین اجتماعی و نیروهای فعال در رسانه‌های سازمان را نمی‌شناختند و به تدریج، با ظرفیت‌های رسانه و استفاده‌هایی که می‌شد از آن داشت، آشنا شدند. تا یکی دو سال اول دولت جدید، رستمیان همچنان به عنوان عضو هیئت‌مدیره مؤسسه آتیه حضور داشت. در دوران داوود مددی، اولین مدیرعامل تأمین اجتماعی در دولت احمدی‌نژاد، فشارها برای تغییر او از معاونت فرهنگی و اجتماعی سازمان از بیرون سازمان شروع شد و در نهایت، او از این معاونت رفت.

محمدمنصور عظیم‌زاده در دوران مددی، مدیرمسئول هفته‌نامه آتیه و مدیر روابط عمومی سازمان شد. تغییر مدیرعامل در سازمان تأمین اجتماعی که تا پیش از آن، تأثیر چندانی در رویکرد و شرایط کاری آتیه نگذاشته بود، از دولت نهم معنای دیگری داشت: حذف و تغییر تعداد زیادی از نیروها. رستمیان تا سال ۸۸ به عنوان مشاور مدیرعامل سازمان در مؤسسه فرهنگی هنری آتیه حضور اجرایی کم‌رنگی داشت؛ یعنی دورانی که داوود مددی و حسین علی‌ضیایی مدیرعامل سازمان بودند. در دوره

دوم ریاست جمهوری احمدی نژاد و زمان مدیریت سعید مرتضوی در سازمان تأمین اجتماعی، آثار تغییرات مدیریتی در مؤسسه آتیه بیشتر و جدی تر خود را نشان داد و فضا برای کار و فعالیت عده زیادی از نیروهای مؤسسه تنگ شد.

هفته نامه آتیه، بالاخره پس از کشمکش های زیاد با جدی شدن اراده مدیران جدید بخش ارتباطی سازمان برای انتشار یک روزنامه، در سال ۱۳۸۷ بسته شد تا خورشید بیاید. شماره آخر آتیه در پاییز ۸۷ با تیترا «سلام خورشید» منتشر شد.

۶-۲. نشریه داخلی تأمین

نشریه تأمین ابتدا به عنوان ضمیمه درون سازمانی آتیه در نیمه دوم آذرماه سال ۱۳۷۳ منتشر شد و اولین شماره آن، دو صفحه تک برگ بود که به ضمیمه آتیه منتشر شد و چند سال بعد، انتشار آن کماکان به عنوان ضمیمه داخلی آتیه، اما به صورت مستقل تر ادامه یافت. تا سال ۱۳۸۸ این نشریه در مؤسسه فرهنگی هنری آهنگ آتیه و به عنوان یکی از انتشارات این مؤسسه منتشر شد و در سال ۱۳۸۸ بعد از توقف فعالیت مؤسسه در فروردین ماه این سال، زیرمجموعه روابط عمومی سازمان قرار گرفت. از این زمان تا سال ۹۲ تأمین به طور نامنظم و گاه فقط در نسخه دیجیتال منتشر می شد.

سردبیری هفته نامه تأمین هنوز با اداره کل روابط عمومی سازمان تأمین اجتماعی است؛ اما از سال ۹۲ تاکنون با مشارکت مؤسسه فرهنگی هنری آهنگ آتیه منتشر می شود. این نشریه هفتگی در حال حاضر، ۱۰ هزار نسخه تیراژ دارد و از اهداف آن اطلاع رسانی و کمک به ارتقای آگاهی کارکنان، آگاهی مدیران از نظرات کارکنان و تلاش برای ایجاد همدلی کارکنان با فعالیت های سازمان است. تأمین نیز مانند آتیه روزگار پرتلاطمی را از سر گذراند؛ اما شاید به دلیل نشریه داخلی بودن نوع تغییرات آن با آتیه متفاوت بود.

۶-۳. سایت سازمان تأمین اجتماعی

سایت سازمان تأمین اجتماعی برای اولین بار در سال ۱۳۸۳ و با رونمایی در نمایشگاه ال کامپ کار خود را آغاز کرد. سازمان تأمین اجتماعی از سازمان های پیشرو در این زمینه بود که تلاش کرد از قابلیت فضای مجازی برای اطلاع رسانی استفاده کند. این مهم در زمان ریاست دکتر شریف زادگان انجام شد و امور استان های تأمین اجتماعی مکلف شد سایت را آماده بهره برداری کند. اولین و مهم ترین مسئله در راه اندازی سایت، سازماندهی محتوای سایت بود. آقای حیدری نقشه اولیه ای را بر اساس بررسی ها و نیازسنجی های سازمان طراحی کردند.

مسئولیت سایت تا یک سال بر عهده امور استان ها بود و در این یک سال، در ورژن سایت، مدیریت و تهیه محتواها تغییراتی یافت. از تأسیس سایت در سال ۱۳۸۳ تا سال ۱۳۸۵، سایت ساختار

تشکیلاتی جداگانه نداشت و به عنوان مجموعه‌ای که به دفتر هیئت مدیره و مدیرعامل وابسته بود، فعالیت می‌کرد. جذب نیرو از طریق مؤسسه آتیه در مرحله بعد از طریق شرکت خدمات ماشینی انجام می‌گرفت. کار فنی بر عهده شرکت خدمات ماشینی بود و در تعامل با مجموعه سایت، ساختار سایت تعریف می‌شد.

در حال حاضر، سایت سازمان تأمین اجتماعی به عنوان سایت خدمات‌رسانی از آن زمان تاکنون زیرمجموعه روابط عمومی سازمان تأمین اجتماعی در حال فعالیت است.

۶-۴. روزنامه خورشید

انتشار روزنامه خورشید در آستانه انتخابات ریاست جمهوری سال ۸۸ و از نیمه دوم سال ۱۳۸۷ در مؤسسه آتیه شروع شد؛ گرچه زمره‌های انتشار آن پیش از این و در دولت اصلاحات مطرح شده بود. در سال‌های ابتدایی دهه ۸۰، ابعاد مختلف تبعات و دستاوردهای ایده پیشنهادی تبدیل نشریه هفتگی آتیه به روزنامه، در مؤسسه فرهنگی هنری آهنگ آتیه و در محافل و مجامع ارتباطی و رسانه‌ای سازمان تأمین اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت. در نهایت، اخذ مجوز تغییر دوره انتشار آتیه از هفتگی به روزانه در دوره اصلاحات و هم‌زمان با مدیرعاملی غلامرضا سلیمانی در سازمان تأمین اجتماعی صورت گرفت. پس از روی کار آمدن دولت نهم، تیم مطبوعاتی و رسانه‌ای دولت محمود احمدی‌نژاد که سازمان تأمین اجتماعی را برخلاف اصول کارشناسی در قبضه دولت می‌دانستند و حتی اساسنامه سازمان را برای تقویت نقش دولت در این سازمان تغییر دادند، استفاده از مجوز صادره برای تغییر وضعیت آتیه از هفته‌نامه به روزنامه را غنیمت دانستند.

در نهایت، در آستانه انتخابات ۸۸ و این بار با پیگیری جدی محمد پاریاب که مدیریت مؤسسه را در این زمان بر عهده داشت، انتشار پیش‌شماره‌های آزمایشی روزنامه خورشید، به عنوان جایگزین هفته‌نامه آتیه و با توقف انتشار آتیه، در روزهای پایانی مردادماه ۱۳۸۷ شروع و پس از انتشار ۱۷ پیش‌شماره، انتشار رسمی و عمومی خورشید از ۱۳ مهر ۱۳۸۷ آغاز شد.

کم توجهی روزنامه به موضوع تأمین اجتماعی و اخبار و گزارش‌های این حوزه و کارکرد سیاسی ناگزیر آن اختلافاتی جدی را میان مدیران سازمان و مدیران مؤسسه و روزنامه به وجود آورد. از طرفی، مواجهه دو دیدگاه اصول‌گرای و اصلاح‌طلبی در تحریریه محل اختلافاتی در روش اداره نشریه شد و از طرف دیگر، انعکاس موضوعات سیاسی چالش‌های بیشتری پیش می‌آورد. واکنش‌های بیرونی به برخی مواضع نشریه و عدم ثبات و اختلافات بسیار در تحریریه و عدم حمایت سازمان تأمین اجتماعی از روزنامه‌ای که اهداف ارتباطی و اطلاع‌رسانی سازمان را دنبال نمی‌کرد سبب شد در آغازین روزهای سال ۱۳۸۸ علی ذبیحی مدیرعامل وقت سازمان تأمین اجتماعی، حکم به توقف انتشار آن دهد و

اعلام کرد که تا اطلاع ثانوی این روزنامه منتشر نمی‌شود و علت آن را نیز نام‌گذاری سال ۱۳۸۸ به نام «اصلاح‌الگوی مصرف» اعلام کرد. برخی خبرنگاران قدیمی مؤسسه به‌عنوان کارمند جذب سازمان تأمین اجتماعی شدند و برخی از مدیران قدیمی مطبوعات تأمین اجتماعی همچون ابراهیم رستمیان مقدم بازنشسته شدند.

توقف انتشار منظم خورشید تا سال ۱۳۹۰ و روی کار آمدن سعید مرتضوی در سازمان تأمین اجتماعی به‌عنوان مدیرعامل سازمان ادامه داشت. سال ۱۳۹۰ بعد از ورود مرتضوی به سازمان تأمین اجتماعی، مجدداً تلاش‌هایی برای انتشار منظم این روزنامه آغاز شد؛ ولی این بار رویکرد روزنامه کاملاً سیاسی بود. این روزنامه از سال ۱۳۹۰ تا شهریور ۱۳۹۲ با همین روند ادامه یافت؛ اما در بحبوحه انتخابات در نیمه دوم بهار سال ۹۲ و با تحولات جدید در عرصه سیاسی کشور رویکرد سیاسی نشریه تغییر یافت.

انتشار روزنامه خورشید از موارد مورد اختلاف در دولت جدید بود. ابتدا با صفحات کمتر و به‌صورت دیجیتال منتشر شد. در نتیجه، در اسفند ۱۳۹۲ و در زمان مدیرعاملی حامد شمس انتشار آن متوقف شد.

۵-۶. هفته‌نامه آتیه نو

روزگار پرتنش روزنامه خورشید با تصمیم مدیران سازمان در دولت اعتدال به پایان رسید و نظرها دوباره به سوی انتشار یک هفته‌نامه تخصصی برای حوزه تأمین اجتماعی متمایل شد؛ هفته‌نامه‌ای که دیگر نمی‌توانست با نام پیشین به کارش ادامه دهد و به ناچار نامی تازه را یدک کشید: آتیه نو. همان‌طور که در بالا آمد، زمستان سال ۹۲ انتشار خورشید به دلیل تراکم مشکلات مالی و پشتیبانی به‌طور کامل متوقف و با اکثر کارکنان تحریریه تسویه حساب شد و مدتی بعد مقدمات انتشار دوباره هفته‌نامه فراهم شد. اسفند سال ۹۲ حامد شمس که در «آتیه» سابق گزارشگر بود و در تیم جدید مدیرعامل مؤسسه آتیه شده بود، طی مذاکراتی با افراد مختلف، اکبر هاشمی را به‌عنوان سردبیر آتیه نو پیشنهاد کرد.

تیم سردبیری هفته‌نامه آتیه نو برای تکمیل تیم تحریریه با روزنامه‌نگاران اجتماعی که در نشریات عمومی فعالیت می‌کردند وارد مذاکره شدند و مسئولان صفحات مختلف را انتخاب کردند. به‌همین‌ماه سال ۹۳ پیش‌تولید آتیه نو شروع شد و تا قبل از پایان سال، ۴ پیش‌شماره از آن به انتشار رسید.

سال ۹۶ پس از گذشت چند سال از شروع انتشار آتیه نو، اکبر هاشمی که سردبیری این هفته‌نامه را به عهده داشت از مجموعه خارج شد. به گفته جمیلی، تقریباً از پایان سال اول، حضور هاشمی در تحریریه به دلیل سایر مشغله‌های حرفه‌ای کم‌رنگ شده بود و بیشتر وظیفه هماهنگی و مدیریت پروژه

را به عهده گرفته بود. از اواخر سال ۱۳۹۷ سردبیر این نشریه رضا جمیلی است و در مجموع سه نفر نیروی ثابت که حقوق بگیر مؤسسه هستند، کار هماهنگی با سایر نیروهای حق التحریری و هنری، سفارش مطلب و هماهنگی آماده سازی نهایی نشریه را انجام می دهند.

در حال حاضر، دغدغه مهم تحریریه آتیۀ نو تقویت حضور در فضای مجازی و شبکه های اجتماعی است. توزیع هدفمند برای مخاطبان واقعی محتوای آتیۀ نو از نظر آنها نقطه قوت است؛ اما می گویند توزیع محتوا در شبکه های اجتماعی کمبودی است که باعث شده مطالب این نشریه آن چنان که شایسته است، در فضای مطبوعات و همچنین، مخاطبان عام دیده نشود.

۶-۶. پایگاه خبری تحلیلی تأمین ۲۴

سایت تأمین ۲۴ در زمان مدیرعاملی حامد شمس در مؤسسه فرهنگی- هنری آهنگ آتیه شروع به کار کرد. باقری مدیر تولید مؤسسه و فریدون رضوی که در آن مقطع مشاور مؤسسه بود، با هماهنگی آقای رستمیان و آقای شمس، در طراحی ساختار محتوایی و راه اندازی و آغاز فعالیت سایت مشارکت داشتند و مصطفی قاجار قوانلو نخستین سردبیر سایت بود.

سایت تأمین ۲۴ از ابتدا قرار بود بیشتر بر انعکاس فوری و آنی اخبار حوزه رفاه، تأمین اجتماعی و بیمه های اجتماعی متمرکز شود و در کنار این مأموریت اصلی کار تحلیل رویدادها و تحولات این حوزه را هم پیگیری کند. ظرفیت های ذاتی پایگاه های اطلاع رسانی و خبری اینترنتی این انتظار را پیش آورده است که همکاران و خبرنگاران سایت تأمین ۲۴ در همه رویدادهای سازمانی و نیز رویدادهای مرتبط با این حوزه حضور داشته باشند و اخبار را با دقت و در حداقل زمان منتشر کنند. با این وجود، تعداد محدود نیروی انسانی سایت تأمین ۲۴ و محدودیت های مالی فرایند تهیه خبر را با مشکل مواجه می کند و سبب می شود اخبار به موقع ارائه نشوند و کمبود منابع مالی امکان کمک گرفتن از خبرنگاران، گزارشگران و نویسندگان خارج از مجموعه را کمتر می کند.

۶-۷. ماهنامه قلمرو رفاه

ماهنامه قلمرو رفاه به عنوان یکی از نشریات تخصصی و تحلیلی سازمان تأمین اجتماعی با گروه هدف کارشناسان، متخصصان و مدیران از بهمن ۱۳۹۳ کار خود را آغاز کرد و پس از انتشار دو پیش شماره، شماره نخست این ماهنامه در اردیبهشت ۱۳۹۴ منتشر شد و انتشار آن تاکنون ادامه یافته است.

مأموریت این مجله فراهم کردن «میدانی مناسب برای شکل گیری و تعمیق گفت و گو میان مدیران و کارشناسان سازمان ها و نهادهای فعال در عرصه رفاه و تأمین اجتماعی از جمله سازمان تأمین اجتماعی- به عنوان نماینده و کارگزار ارائه خدمات بیمه ای و درمانی به طیفی وسیع از مردم- و مسئولان و فعالان حوزه های تصمیم سازی اقتصادی و اجتماعی کلان کشور و جامعه علمی، دانشگاهی،

پژوهشی و تحقیقاتی و کارشناسان و صاحب‌نظران حوزه‌های رفاه و تأمین اجتماعی با نگاهی تحلیلی و همه‌جانبه و همچنین، انعکاس تحولات، دیدگاه‌ها و مبانی علمی- نظری نوین در عرصه جهانی به مخاطبان» است. گروه‌های اصلی و عمده مخاطبان این ماهنامه نیز شامل نمایندگان مجلس شورای اسلامی و نهادهای مرتبط مانند مرکز پژوهش‌های مجلس و مراکز تحقیقاتی و پژوهشی نظیر آن، سطوح عالی مدیریتی و کارشناسی دستگاه‌های مهم مرتبط با حوزه رفاه و تأمین اجتماعی، اساتید و مدرسان دانشگاه، محققان، پژوهشگران و کارشناسان حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی و فعالان تشکل‌های صنفی کارگری، کارفرمایی و بازنشستگی و مدیران و کارشناسان ارشد و متخصص در نظام رفاه و تأمین اجتماعی، به‌ویژه در سازمان تأمین اجتماعی تعریف شده‌اند.

گرچه سیاست و خط‌مشی مجله قلمرو رفاه به تدریج نسبت به ابتدای راه تغییراتی داشته است؛ اما به نظر می‌رسد هنوز هم اختلاف سلیقه‌ای میان تحریریه و برخی مدیران مؤسسه در مورد محتوای نشریه وجود دارد. در حالی که تیم تحریریه عمدتاً بر موضوع سیاست‌گذاری اجتماعی و دولت رفاه تمرکز کرده است و حوزه تأمین اجتماعی و بیمه‌های اجتماعی را بخشی از این گفتمان می‌داند، برخی مدیران مؤسسه و مدیران سازمان تأمین اجتماعی معتقدند که این ماهنامه باید بیشتر و جدی‌تر به مسائل حوزه بیمه‌های اجتماعی و سازمان تأمین اجتماعی بپردازد؛ علاوه بر اینکه در کنترل محتوایی مطالب نشریه نیز نظارت چندگانه وجود دارد و ممکن است محتوا و تیتیر برخی مطالب دستخوش تغییراتی شود. نداشتن توزیع سراسری جدی بیرون از واحدهای سازمان تأمین اجتماعی مشکل دیگری است که تلاش‌های بسیاری برای حل آن صورت گرفته است. با اینکه مجله رویکرد نوبی دارد و انتشار آن هم متأخر است؛ اما در فضای مجازی حضور چندانی ندارد. غفاریان فقدان سیاست مشخص و نبود دغدغه جدی را در حضور کم‌رنگ مجله در فضای مجازی بسیار مؤثر می‌داند.

۷. نتیجه‌گیری

بر اساس روایتی که از دست‌اندرکاران رسانه‌ای سازمان به عمل آمد، سه فرایند را در رسانه‌های تأمین اجتماعی می‌توان بازشناخت:

الف. دوران شکوفایی

در سال ۱۳۷۶/تیه و تأمین جای خود را پیدا کرده بودند و این با دوره رونق مطبوعات هم‌زمان شد. فضای بیرون از سازمان نسبت به آتیه تشویق‌کننده بود و در داخل سازمان هم این روحیه به وجود آمده بود که این نشریه می‌تواند به تحقق اهداف تأمین اجتماعی کمک کند. در واقع، دوران طلایی مطبوعات به شکل گرفتن دوران پویایی رسانه‌های تأمین اجتماعی کمک کرد. هفته‌نامه آتیه که دوران

شکل‌گیری را پشت سر گذاشته بود، وارد دوران تأثیرگذاری نسبی شد. در این دوره کارکنان سازمان هم به‌عنوان مخاطبانی جدی در نظر گرفته شدند و نشریهٔ تأمین با هدف کمک به آگاهی‌رسانی به آنها و همراه کردن آنها با اهداف سازمان هویت مستقلی گرفت.

مهم‌ترین ویژگی رسانه‌های سازمان در این دوره استفاده از خبرنگاران حرفه‌ای در کنار دانش‌آموختگان جوان روزنامه‌نگاری، اهمیت‌دادن به خبر و اطلاع‌رسانی در سازمان، شکل‌گیری معاونت فرهنگی اجتماعی، ایجاد مؤسسهٔ فرهنگی هنری آهنگ آتیه و استقلال نسبی رسانه‌ها از ساختار بوروکراتیک سازمان، تأثیرگذاری رسانه‌ها بر سیاست‌گذاری‌ها و تعامل هم‌زمان با مخاطبان بیرونی و کارکنان سازمان بود.

قائم به فرد بودن برنامه‌ها و اقدامات، همچون بیشتر نهادهای دولتی در این سازمان هم بیشتر متوجه مدیریت ارشد سازمان است. به این ترتیب، با هر تغییر در سطح مدیریت ارشد سازمان، با وجود تلاش رستمیان برای پیشگیری از تأثیرگذاری این تغییرات بر رویکردهای اصلی ارتباطی و رسانه‌ای سازمان، لاجرم تغییراتی در حوزهٔ رسانه‌ای و ارتباطی سازمان ایجاد می‌شد که گاه عظیم و گاه معتدل بودند. اهمیت‌دادن به ارتباطات اجتماعی و اقدامات اطلاع‌رسانی در سازمان با روی کار آمدن کرباسیان شروع شد. او احساس کرد سازمان به توسعهٔ اقدامات ارتباطی و اطلاع‌رسانی نیاز دارد تا ضمن شنیده شدن صدایی واحد از کل پیکرهٔ سازمان و همدلی و همراهی همهٔ مدیران و کارکنان با اهداف توسعه‌ای سازمان، در سطح جامعه نیز اهمیت موضوع تأمین اجتماعی بیشتر مورد توجه قرار گیرد و این رویه‌ای بود که پس از او نیز ادامه پیدا کرد.

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های اقدامات رسانه‌ای سازمان در این دوره، توجه و پیگیری تصمیمات و رویکردهایی بود که ممکن بود بر عملکرد سازمان تأثیر گذارند و ابعاد مختلف این تأثیرات احتمالی بر عملکرد حوزهٔ بیمه‌های اجتماعی در قالب مطالب متنوع و دیدگاه‌های کارشناسی در آتیه منعکس می‌شد و به این ترتیب، آتیه توانسته بود در سطوحی از تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های داخل و خارج از سازمان تأثیرگذاری نسبی داشته باشد. بخشی مهم از این توان تأثیرگذاری متوجه حضور و همکاری اهل فن با آتیه بود. تقریباً تمامی افرادی که در این پژوهش با آنها گفت‌وگو شده است، معتقدند که این عامل و به‌ویژه روحیات فردی و کاری و پیگیری و تلاش ابراهیم رستمیان که به‌نوعی می‌توان او را از بنیانگذاران اصلی نظام رسانه‌ای نوین تأمین اجتماعی دانست، عامل شکوفایی و تأثیرگذاری آتیه و تأمین بوده است؛ هرچند در هر دوره به تناسب امکان مذاکره و تعامل با مدیران سازمان این اثرگذاری کمتر یا بیشتر می‌شد.

همان‌طور که گفته شد، رستمیان در تیم رسانه‌ای که برای آتیه شکل داد، ترکیبی از نیروهای قدیمی و جدید مطبوعاتی را در کنار هم قرار داد. برای انتخاب نیروهای جدید و جوان به ارزیابی تخصصی

آنها برای ورود به تیم/آتیه معتقد بود و پس از آن نیز به موضوع آشناسازی آنان با مفاهیم تأمین اجتماعی و نقش آن در حمایت از نیروهای مولد جامعه و کمک به تعدیل شکاف‌های درآمدی اهتمام ویژه داشت. این نگاه و رویکرد باعث شد که نشریات سازمان در کنار اجرای مأموریت‌های تخصصی خود، به تدریج نیروهای جوانی را به‌طور مشخص برای فعالیت تخصصی در حوزه تأمین اجتماعی و رفاه تربیت کنند. این اتفاق که می‌توان نام آن را «تیم‌سازی» گذاشت، رویکردی حرفه‌ای و نوعی سرمایه‌گذاری اجتماعی و رسانه‌ای برای مهم‌ترین سازمان بیمه‌های اجتماعی کشور بود که نتایج عینی آن بعدها مشخص‌تر شد.

ابراهیم رستمیان از زمانی که در کنار فعالیت رسانه‌ای در سازمان تأمین اجتماعی مسئولیت روابط عمومی این سازمان را نیز بر عهده گرفت، به دلیل سابقه روزنامه‌نگارانه‌اش، روابط عمومی این سازمان را به دو سو پیش برد: گسترش تعامل با شرکای اجتماعی (تشکل‌های کارگری، بازنشستگی، کارفرمایی و کانون کارکنان بازنشسته سازمان) و نیز توسعه تعامل با رسانه‌ها و تقویت تولیدات رسانه‌ای سازمان.

شکل‌گیری معاونت فرهنگی اجتماعی که مدیریت و راهبری آن یک سال و اندی پس از تأسیس بر عهده ابراهیم رستمیان قرار گرفت، باعث تقویت جایگاه/آتیه و تأمین شد. اندکی بعد مؤسسه فرهنگی هنری آهنگ آتیه شکل گرفت و باعث شد رسانه‌های سازمان از سیستم بوروکراتیک استقلال نسبی پیدا کنند. معاونت فرهنگی اجتماعی علاوه بر آتیه و تأمین، فعالیت‌های رسانه‌ای دیگری را هم پشتیبانی می‌کرد که عمومی‌تر بودند. کمک به تولید برنامه‌های رادیو تلویزیونی یکی از حوزه‌های مورد توجه این معاونت بود که باعث شد ایده‌های سازمان بیشتر در سطح جامعه مطرح شود.

توسعه تعامل با مخاطبان بیرونی و کارکنان سازمان در دستور کار نشریات سازمان بود. تعامل نشریه تأمین با کارکنان مستقیم‌تر بود، مصاحبه با کارکنان و ستون ارتباط با مدیرعامل و انتشار نامه‌های کارکنان سازمان باعث تقویت این تفکر شد که این رسانه متعلق به کارکنان است. در نتیجه قرار است صدای آنها بیشتر شنیده شود؛ همین رویکرد در عین حال باعث می‌شد خواسته‌های مدیران سازمان برای ایجاد تغییراتی جدی همچون ساماندهی سوابق بیمه‌شدگان و تغییر فضای کار اداری ستاد و شعب بیمه‌ای بین کارکنان راحت‌تر پذیرفته شود و آنها را مجاب کند که با تغییرات تازه همراه شوند.

فعالیت‌های مدیریت سازمان در آن دوران و طرح‌های متعددی که برای توسعه خدمات سازمان تعریف شده بود باعث می‌شد گاه حضور مدیران و اخبار مربوط به آنها در صفحات نشریات پررنگ شود. تعامل مدیریت با تحریریه و مدیرمسئول و سردبیران آتیه و تأمین نیز در این دوران گسترده و راهگشا بود.

ب. دوران افول

در دوره اول ریاست جمهوری محمود احمدی‌نژاد (۸۴ تا ۸۸) شرایط برای تعامل با مدیران سازمان و حفظ و استمرار نسبی رویکردهای سابق ارتباطی و رسانه‌ای سازمان تا حدودی فراهم بود؛ اما به هر حال، تغییر دولت و به تبع آن مدیریت سازمان تأثیر خود را بر رسانه‌های تأمین اجتماعی نیز بر جای گذاشت؛ همان‌گونه که تغییر دولت بر فضای مطبوعاتی عمومی کشور هم در حال تأثیرگذاری بود.

نگاه مدیران سازمان نسبت به رسانه و کارکرد آن برای سازمان تأمین اجتماعی نسبت به پیش از دولت جدید تغییر کرده بود. این مسئله از تغییر سمت‌وسوی محتوای رسانه‌ها قابل‌ردیابی بود. به تدریج حضور مدیران در صفحات آتیه بیشتر شد. اگرچه حضور چهره اول تأمین اجتماعی در آتیه در دوران گذشته هم در مواردی اتفاق می‌افتاد؛ اما در این دوران جهت‌دهی به سمت مدیران و چهره‌سازی از آنها به صورت معمول مطرح می‌شد و آتیه را کم‌کم تبدیل به ابزاری برای آگراندیسمان (بزرگ‌نمایی) برخی چهره‌های دولت وقت می‌کرد. در نتیجه، رنگ‌وبوی سیاسی بیشتری به آتیه داده شد. این رویکرد در دوره دوم ریاست جمهوری احمدی‌نژاد تقویت شد. از دیدگاه سیاست‌گذاران جدید، برای این نگاه سیاسی دیگر هفته‌نامه پاسخ‌گو نبود و روزنامه‌ای لازم بود تا در مقابل مطبوعات منتقد دولت که عمومی بودند قد علم کند. این مأموریت به عهده روزنامه خورشید گذاشته شد که مجوز آن در سال ۸۳ گرفته شده بود؛ اما عزم جدی برای انتشار آن در دولت قبلی به وجود نیامده بود.

تحولاتی اساسی برای آتیه و تأمین در راه بود. تداوم رویکرد سیاسی به رسانه، ابزاری دیدن آن برای رسیدن به انتصاب‌ها و توجیه آنها، تحمل فضای آتیه را برای برخی از نیروها سخت کرد؛ برخی استعفا دادند، برخی به واحدهای اداری دیگری درخواست انتقال دادند و عذر برخی نیز خواسته شد.

روزنامه خورشید مکانی برای پیگیری ایده‌های دولت وقت شد که نیروهای خودش را می‌خواست. در این دوره تحریریه پوست‌اندازی کرد و نیروهای زیادی جذب شدند که هر چند غالباً حرفه‌ای بودند؛ اما راهبری تحریریه بر عهده مدیریتی سیاسی بود.

در ابتدای سال ۸۸ که سال اصلاح‌الگوی مصرف نامیده شده بود، مدیرعامل وقت سازمان فعالیت‌های رسانه‌ای را تعطیل کرد. این رسانه‌ها از ابتدای دولت احمدی‌نژاد بیشتر ابزاری برای پیگیری اهداف سیاسی شده بودند و حمایت از اهداف سازمان تأمین اجتماعی و ایده رفاه اجتماعی و بیمه اجتماعی جای کمی در آنها داشت. این مسئله نشان می‌دهد که در این دوره مدیران دیگر نقش رسانه را برای ادامه اهداف سازمان و آگاهی‌بخشی و حتی تأثیرگذاری بر سیاست‌های مؤثر بر سرنوشت سازمان تأمین اجتماعی جدی نمی‌گرفتند یا بهایی به آن نمی‌دادند. انتشار دوباره روزنامه خورشید در سال ۹۰ برای چهره‌سازی از جریان حامی دولت در انتخابات بعد گواه این ادعا است. در حقیقت، نگاه ابزاری

به نشریات تأمین اجتماعی یکی از ویژگی‌های رسانه‌ها در این دوران بود و حتی نشریه تأمین نیز از این مسئله راه‌گریزی نداشت. از نقطه‌ای به بعد هم رویکرد دولت تعطیل کردن نشریات سازمان بود.

ج. دوران بازگشت

با انتخابات سال ۱۳۹۲ و تغییر دولت، امید دوباره به رسانه‌های تأمین اجتماعی بازگشت. بازگشت مدیران و روزنامه‌نگاران سابق، تغییر کادر رسانه‌ای موجود، بازاندیشی در رویکرد تأمین اجتماعی به رسانه را به همراه داشت. رشد فضای مجازی، متنوع شدن مخاطبان و نیاز به تخصصی دیده شدن مباحث تأمین اجتماعی تیم رسانه‌ای سازمان را بر آن داشت تا در این مقطع به طیف وسیع‌تری از مخاطبان بیندیشند.

تیم جدید که بر سر کار می‌آیند با حاشیه‌هایی هم درگیر می‌شوند که امکان تمرکزشان را بر نشریات می‌گیرد. نوبخش سعی می‌کند این حواشی را با کمک نیروهایی که در نشریات فعالند کم کند و به گفته تقی‌پور، آرامش را به سازمان بازگرداند. در روابط عمومی سازمان که نشریه تأمین را منتشر می‌کرد هم ایجاد آرامش به اولویت تبدیل می‌شود. در این دوران مدیریت سازمان دخالتی در محتوای نشریات ندارد. مدیران نشریات هم به دنبال این بودند که وارد جناح‌بندی‌ها و دسته‌بندی‌ها نشوند.

* آتیۀ نو که با بهره‌گیری از تجربه موفق انتشار آتیۀ و در قامتی جدید و رویکردی نوین متولد شده است، تیم جدید رسانه‌ای که از بدنه روزنامه‌نگاران اجتماعی تشکیل می‌شد را به کار گرفت و سعی کرد با توسعه دامنه فعالیتش همچنان که به مخاطبان همیشگی می‌اندیشد، رویکرد اجتماعی و مسئله‌محوری نسبت به تأمین اجتماعی اتخاذ کند. این نشریه یک تغییر در نوع رویکرد فعالیت رسانه‌ای به نسبت آتیۀ قدیم به حساب می‌آید که ناشی از نگاه روزنامه‌نگاری اجتماعی با توجه به مخاطبان نسل جدید است که می‌توان آن را نوعی «تغییر گفتمانی» توصیف کرد. نگاه جامعه‌شناسانه به موضوع در این دوره تقویت شده است. آتیۀ نو مانند گذشته، تیم ثابت کوچکی دارد؛ اما از پشتیبانی تیم تحریریه بزرگی به صورت حق‌التحریری برخوردار است که توانسته آنها را سفیران مفاهیم و نگاه تأمین اجتماعی کند. آتیۀ نو به دلیل هفتگی بودن، بیشتر به تحلیل و نگاه عمیق به رخدادها توجه دارد و کمتر به اخبار می‌پردازد. شورای سیاست‌گذاری رسانه‌های سازمان در این مسیر رسانه‌های مختلف سازمان را راهبری می‌کند.

* مجله قلمرو رفاه برای تأثیرگذاری بر نظام تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در عرصه رفاه و تأمین اجتماعی، به‌ویژه مدیران، کارشناسان، پژوهشگران و... شروع به کار کرد. این مجله قرار است مطالب تخصصی و تئوریک در این حوزه را پوشش دهد و راهگشای سیاست‌گذاری‌ها باشد. این مجله تحلیلی-تئوریک به مفاهیم رفاه و تأمین اجتماعی و به‌طور کلی، به حوزه سیاست‌گذاری اجتماعی

می‌پردازد. رویکرد حرفه‌ای تئوریک و تحلیلی این ماهنامه موجب شده است پژوهشگران، کارشناسان، محققان و دانشگاهیان آن را مورد توجه قرار دهند.

* سایت تأمین ۲۴ با رویکرد توجه به نقش رسانه‌های جدید و فضای مجازی در دروه جدید، آغاز به کار کرد. تأمین ۲۴ قرار است علاوه بر پیگیری تحولات روز در عرصه سیاست‌های اجتماعی، رفاه و تأمین اجتماعی، مطالب و محتوای تولیدی منتشر شده در رسانه‌های آتیه نو و قلمرو رفاه را در فضای مجازی منتشر کند و ایده تأمین اجتماعی را در این فضا نمایندگی کند. این سایت به نوعی در کنار وظایف خبری و تحلیلی خود، دروازه حضور رسانه‌های تأمین اجتماعی در فضای مجازی نیز هست. در واقع، گسترش حضور در فضای مجازی نیازی مبرم برای رسانه‌های تأمین اجتماعی است و کم‌رنگ بودن حضور فعلی این رسانه‌ها در فضای مجازی ضعیفی است که مورد توجه مدیران مؤسسه فرهنگی هنری آهنگ آتیه نیز قرار گرفته و برنامه‌هایی در این زمینه در حال پیگیری است.



- فلیک، اووه (۱۳۸۷) درآمدی بر تحقیق کیفی، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- فندی، حسین (۱۳۸۷) روزنامه‌نگاری تخصصی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- نورائی، مرتضی؛ دهقان نییری، لقمان؛ ابوالحسنی ترقی، مهدی (۱۳۸۹) «مقایسه تحلیلی سنت شفاهی با تاریخ شفاهی»، پژوهش‌های تاریخی، دوره جدید، سال دوم، شماره چهارم (پیاپی ۸) زمستان.
- نیک‌نفس، شفیقه (۱۳۸۵) «شیوه‌نامه تاریخ شفاهی»، گنجینه/سناد. سال شانزدهم، شماره ۶۴. زمستان.
- هاشمی، سیده میترا (۱۳۹۲) «درآمدی بر چیستی تاریخ شفاهی معماری ایران»، دوفصل‌نامه دانشگاه هنر. شماره ۱۰. بهار و تابستان.

