



مالکیت مطبوعات و رسانه‌ها

❖ دکتر حمید مولانا
استاد دانشگاه و صاحب‌نظر در عرصه
فرهنگ و ارتباطات بین‌الملل

چکیده

اصل «مالکیت» در مطبوعات و رسانه‌ها که در قرن اخیر مقطع مرزبندی میان دولت و جامعه، لیبرالیسم و سوسیالیسم، فاشیسم و کمونیسم و مکاتب دیگر سیاسی بوده است، یکی از مهم‌ترین بحث‌ها و یکی از پیرصداترین و جنجالی‌ترین مسائل عصر ما شده است. قوانین و مقررات حقوقی در این باب یا نبود آنها در یک نظام به طریق روشن و دقیق، دریچه‌ای برای درک تمرکز مطبوعات و رسانه‌ها در دولت، بخش‌های خصوصی، شرکت‌های ملی و فراملی، افراد، مؤسسات غیرانتفاعی یا بازرگانی، بنیادها، اصناف، اتحادیه‌ها، سندیکاها، مؤسسات خیریه، مساجد، کلیساها، مؤسسات دینی و گروه‌های سیاسی احزاب است. در کشورها و نظام‌های غربی، چه سرمایه‌داری لیبرالیسم و چه سوسیالیسم کمونیسم حدود و مرز این مالکیت مشخص است، زیرا نه تنها آنها تجربیات تاریخی بیشتری با مطبوعات و رسانه‌های «مدرن» امروزی داشته‌اند، بلکه در سیاست‌گذاری اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی همیشه و به این اصل توجه کرده‌اند.

بزرگ‌ترین دگرگونی‌های چند دهه اخیر در سطح ملی و جهانی دقیقاً در تغییر و تحول امر مالکیت مطبوعات و رسانه‌ها صورت گرفته است و جاروجنجال و صحبت‌های مربوط به آزادی، دموکراسی، تهاجم فرهنگی، آلودگی فرهنگی، حقوق بشر و... همه و همه با مسائل «خصوصی‌شدن» صنایع مطبوعاتی و رسانه‌ای و فرهنگی یا تمرکز آنها در انحصار و اختیار یک عده محدود از دولت‌ها، نظام‌ها، شرکت‌های بزرگ، گروه‌های زنجیره‌ای و ملیت و قومیت‌های بخصوص سروکار دارد.

در ممالک اسلامی، از جمله ایران، از آنجا که معرفی و رشد و نمو و توسعه مطبوعات و رسانه‌ها سال‌ها و در برخی موارد قرن‌ها پس از توسعه آنها در غرب صورت گرفته و مقارن با تجددگرایی و نوگرایی و تقلید از غرب، همراه با دخالت‌های استعماری در عرصه‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و فناوری همراه شده و به اصل «مالکیت» اینگونه ارتباطات اجتماعی کمتر توجه و اصول متداول در اروپا و آمریکا و مکاتب وابسته به غرب در این امر با گذشت زمان عرفی شده است. علاوه بر این، از آنجا که دولت‌ها و حکومت‌های حاکم بر ممالک اسلامی، خارج از حدود و اصول یک حکومت و نظام اصیل اسلامی بوده و به قوانین و فقه اسلامی توجه نداشته‌اند، هیچ‌وقت این اصل مالکیت مطبوعات و رسانه‌ها را در یک چارچوب جامعه و حکومت و نظام اسلامی مورد توجه قرار ندادند.

آیا مالکیت یک قطعه زمین یا یک دکان و فروشگاه با مالکیت یک روزنامه و مجله در یک ردیف قرار دارد؟ در یک حکومت و نظام و فرهنگ اسلامی پاسخ به این پرسش چیست؟ سیاست‌گذاری و سرمایه‌گذاری در حکومت و نظام و فرهنگ اسلامی در این زمینه چیست؟ و مقررات حقوقی و قانونی و شرعی و عرفی آن دقیقاً چیست؟

موقعی که انقلاب صنعتی انگلستان،

انقلاب لیبرالی فرانسه، انقلاب سرمایه‌داری و استقلال آمریکا، انقلاب بلشویک‌ها در روسیه، انقلاب مارکسیست‌ها در چین و کوبا صورت گرفت، اصل «مالکیت» مطبوعات و رسانه‌ها از پایه زیر و رو شد و کاملاً تغییر کرد.

تحت نظام‌های لیبرالیسم و سرمایه‌داری مالکیت مطبوعات کاملاً خصوصی و از دست دولت خارج شد و در بسیاری از کشورها از جمله آمریکا مالکیت مطبوعات برای دولت - به جز انتشار محدود اداری و داخلی برای ادارات، شهرداری‌ها، کارمندان و ارتش - طبق قانون ممنوع اعلام شد.

هر فرد و گروهی که توانایی مالی انتشار روزنامه و مجله را داشتند، از این نوع «آزادی مطبوعات» بهره‌مند شدند و آن عده که این توانایی و سرمایه‌گذاری را نداشتند، از استفاده از این موقعیت و در واقع از آزادی مطبوعات محروم شدند. ترویج و توسعه و اشاعه مطبوعات در اصل با اصل مالکیت در مورد معاملات ملکی - به جز امتیازات ویژه‌ای که در مورد عوارض پستی و... به مطبوعات و آگهی‌ها تعلق گرفته بود - فرقی نداشت.

اینگونه مالکیت و نظام مطبوعاتی امروز بر تمامی غرب و بسیاری از کشورهای تحت تسلط غرب حاکم است. در اواسط قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم وقتی که رسانه‌های جدید و الکترونی اختراع شد و توسعه یافت - مانند: تلفن، تلگراف، بی‌سیم، رادیو و تلویزیون - دنیای سرمایه‌داری غرب در مورد مالکیت اینگونه رسانه‌ها به دو اردوگاه تقسیم شدند:

- کشورها و نظام‌های اروپایی به‌طور کلی تا این اواخر اینگونه رسانه‌ها را در مالکیت و کنترل دولت محفوظ نگاه داشته و در مورد آن، سیاست‌گذاری و سرمایه‌گذاری کردند و بدین ترتیب وزارتخانه‌های پست و تلفن و بنگاه‌های دولتی سخن‌پراکنی - مانند **BBC** انگلیسی - با انحصار ویژه تأسیس شدند. در آمریکا و برخی از کشورهای تحت نفوذ ایالات متحده در آن قاره، این رسانه‌ها

و اختراعات و صنایع جدید فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی خصوصی اعلام شد و مالکیت افراد و گروه‌ها و شرکت‌ها با یک مقررات داخلی و ملی، حاکم بر این رسانه‌ها شد و بر آنها تسلط پیدا کرد. تا امروز در آمریکا وزارتخانه‌ای به نام تلفن و تلگراف یا رادیو و تلویزیون و یا اطلاعات و تبلیغات و یا فرهنگ تأسیس نشده است. تنها «اداره پست» در مالکیت و کنترل دولت است که سوابق تاریخی، جغرافیایی و امنیتی دارد. کنگره آمریکا حق مالکیت و سرمایه‌گذاری در مطبوعات و رسانه‌های الکترونیکی را فقط در یک مورد برای دولت قائل شده است و آن، برای استفاده خارج از مرزهای آمریکا و برای تبلیغات و پروپاگاندا سیاست خارجی آمریکا و برای استفاده ارتش و سربازان و کارکنان آنها در سایر کشورهاست.

اداره اطلاعات و تبلیغات آمریکا که اکنون کاملاً تحت وزارت امور خارجه آن کشور اداره می‌شود، بنگاه سخن‌پراکنی «صدای آمریکا» را در اختیار دارد که پس از جنگ دوم جهانی و در مقابله با جنگ سرد آن دوران به وجود آمد و امروز قسمتی وسیع از کل تبلیغات جهانی این نظام را تشکیل می‌دهد. در سطح امنیتی، آمریکا و بسیاری از کشورهای سرمایه‌داری غرب بزرگ‌ترین سیستم‌های اطلاعاتی و رسانه‌ای و مخبراتی و ماهواره‌ای را برای مسائل امنیتی، جاسوسی، جنگی و دفاعی در اختیار دارند و مالک آن هستند.

- در نظام‌ها و حکومت‌های سوسیالیستی و کمونیستی غرب، مالکیت مطبوعات و رسانه‌ها در اختیار و انحصار دولت و حزب حاکم قرار می‌گیرد و سیاست‌گذاری و سرمایه‌گذاری و توسعه در این رشته‌ها کاملاً در جهت مخالف نظام‌های سرمایه‌داری است. اولین میسیون‌ها و هیئت‌های دولتی، ملی و «اصلاحاتی» واشنگتن ده سال قبل از فروپاشی نظام‌های شوروی و اروپای شرقی عازم پایتخت‌های آن کشور شدند و مأموریتشان دقیقاً خصوصی کردن مطبوعات و رسانه‌ها و برگرداندن آنها



دولت به‌طور سخاوتمندانه استفاده کرده یا تحت کنترل و سرمایه‌دارانه وزارتخانه‌ها و مؤسسات دولتی و بیت‌المال ملت به وجود آمده، ولی تمایلات غربی داشتند، به‌عنوان «مطبوعات اصلاح‌طلب» حمایت می‌کردند و با تبلیغات خود به آنها مشروعیت ملی و بین‌المللی می‌بخشیدند. بدتر از همه اینکه مطبوعات و رسانه‌ها که برخی در مالکیت دولت بوده، همه از تعاون و کمک و سرمایه‌دارانه دولت بهره‌مند هستند، ادعای «لیبرالیسم» و «آزادی» و «دموکراسی» را دارند. در اصل لیبرالیسم، مالکیت روزنامه عمومی برای یک شهرداری یا یک وزارتخانه دولتی ممنوع و تقسیم‌یارانه یا حمایت مالی دولت به مطبوعات خلاف قانون است.

دولتمردان و نخبگان مطبوعاتی غرب مانند: **واشننگتن پست**، **نیویورک تایمز**، **گاردین**، **لوموند** و... که از دخالت دولت‌ها در امور مطبوعاتی شکایت و

به اصول مالکیت رسانه‌ای و مطبوعاتی سرمایه‌داری بود و در این راه بسیار موفق شدند.

هدف اولیه آمریکا و غرب در پروژه بزرگ «اصلاحاتی» که برای روسیه و کشورهای اروپای شرقی در نظر گرفته بودند، «لیبرال» کردن اصل مالکیت مطبوعات و رسانه‌ها بود. ما تحقیقات و مطالعات و مدارک بسیار سودمند و پربهایی از این تغییر و تبدیلات را که نام «اصلاح‌طلبی» داشت، در اختیار داریم.

من و بسیاری از همکاران علمی و فرهنگی‌ام در سازمان جهانی پژوهش در علوم ارتباطات و رسانه‌ها - که ریاست آن را سال‌ها به عهده داشتم - قبل از فروپاشی و هنگام سقوط و سال‌های به اصطلاح اصلاحاتی بعد از آن در این کشورها برای تحقیق و پژوهش حضور داشتیم و مسخ‌شدن «جامعه مدنی» را به نام «دموکراسی» و «آزادی» در این نظام‌ها از نزدیک مشاهده کرده‌ایم. امروز پس از بیش از یک دهه نه تنها یک الگوی مستقل از سرمایه‌داری آمریکا و اروپای غربی، در روسیه و کشورهای اروپای شرقی وجود ندارد، بلکه سیستم مطبوعاتی و رسانه‌ای آنها در این مدت کوتاه ثروتمندان و شرکت‌های غول‌آسای مطبوعاتی و رادیویی و تلویزیونی در داخل این نظام‌ها به‌وجود آورده، در مقابله با آسیب‌زدگی این سیاست‌گذاری‌ها در بسیاری موارد فشار و کنترل و مالکیت دولت‌ها افزایش پیدا کرده است. خصوصی کردن مطبوعات و رسانه‌ها و صنایع اطلاعاتی و فرهنگی و استوار کردن اصل مالکیت غرب بر این نهادها و تأسیسات یکی از اهداف اولیه «جهان‌سازی» آمریکا شده است.

تناقضات حاصل از این «اصلاح‌طلبی» و «اصلاح‌گرایی» و سوءاستفاده از مفهومی‌هایی مانند «جامعه مدنی»، «دموکراسی»، «آزادی»، «پلورالیسم» و...، موقعی آشکار و واضح می‌شود که دولتمردان و مطبوعات غرب از آن گروه از مطبوعات ایران که در سال‌های اخیر از یارانه و «سوسپید»

**یک نظام اسلامی که
مستقل بوده و خود را
اسیر و تسلیم اصول
مالکیت و آیین شرعی
و عرفی غرب نمی‌داند،
باید افتخارات و مباحثات
و مدلولات کامل خود
را بدون خودباختگی
و رعب از محیط به
جهانیان و امت اسلامی
ارائه کند.**

انتقاد می‌کنند، در حمایت و تبلیغات خود از مطبوعات و احزاب «اصلاح‌طلب» ایران و کشورهای دیگر، هیچگاه این موضوع را به خوانندگان خود یادآوری نمی‌کنند که همین مطبوعات اصلاح‌طلب و احزاب به اصطلاح آزادی‌خواه که مورد قبول و ستایش غرب قرار می‌گرفت، دقیقاً مورد حمایت مالی دولت‌ها واقع شده و تنها با اجازه دولت‌ها پروانه فعالیت و انتشار عقاید و آرا را پیدا می‌کنند. اگر یک ثروتمند و یک شرکت که مالکیت یک روزنامه یا رسانه را دارد، در تعطیل و ادامه کار آن رسانه آزاد است، چرا این حقوق در چارچوب قانون برای دولتی که مالک یک روزنامه و رسانه یا سرمایه‌گذار یک مؤسسه است، وجود نداشته باشد؟ دقیقاً اینجاست که اصل مالکیت به‌ویژه در نهادهایی مانند مطبوعات و رسانه‌ها که ابعاد اجتماعی دارند، مطرح می‌شود. یک نظام اسلامی که مستقل بوده و خود را اسیر و تسلیم اصول مالکیت و آیین شرعی و عرفی غرب نمی‌داند، باید افتخارات و مباحثات و مدلولات کامل خود را بدون خودباختگی و رعب از محیط به جهانیان و امت اسلامی ارائه کند. مطبوعات و رسانه‌های جدید موقعی به جوامع مختلف اسلامی معرفی شده در آنها توسعه پیدا کردند که این کشورها تحت استعمار اروپایی‌ها بوده یا آن جوامع را شاهان و رؤسای قبیله‌ها و عشایر اداره می‌کردند و دولت کاملاً از ملت و جامعه و امت اسلامی جدا شده بود و بسیاری از رهبران و حوزه‌های دینی با احتیاط و بدبینی به رسانه‌ها و ابزار و آلات ارتباطات جدید می‌نگریستند. فراموش نکنیم که این ناپلئون امپراتور فرانسه بود که پس از تصرف مصر اولین و دومین روزنامه مصر را تأسیس کرد و خود را ناشر و مالک آن، اعلام کرد! در ایران اولین روزنامه را دولتمردان و رژیم قاجار به وجود آوردند و در مالکیت رژیم قرار گرفت. برای مدت‌ها آزادی مطبوعات در کشورهای اسلامی، با تغییر مالکیت

مطبوعات از دولت به تحصیل‌کرده‌های فرنگ و غیردینی و سکولار مساوی بود. بزرگ‌ترین اشتباهی که جامعه اسلامی از روحانیت و حوزه گرفته تا شهروندان در آغاز مشروطیت و بعد از آن مرتکب شدند، این بود که خود را از مالکیت و کنترل مطبوعات و رسانه‌های جدید کنار کشیدند و آن را به دست دولت و فرنگ‌دیده‌ها و «روشنفکران» مرعوب و مقلد غرب سپردند، اما بزرگ‌ترین خدمت جامعه اسلامی از روحانیت و حوزه گرفته تا شهروندان - که اثر خود را در مبارزات علیه استبداد پهلوی و پیروزی انقلاب اسلامی نشان داد - این بود که دولت و «روشنفکران» و سردمداران متجدد را از کنترل مالکیت حوزه‌ها، مساجد و حسینیه‌ها تا آنجا که مقدور بود، دور نگاه داشتند. این نعمت و برکتی بود که در دنیای اسلام نصیب تشیع و مردم مسلمان ایران شد و این در صورتی بود که در مصر و ترکیه و اغلب کشورهای اسلامی، حوزه‌ها، منبرها، مساجد و رسانه‌های سنتی و دینی و اسلامی همه به تصرف و کنترل و حتی مالکیت دولت درآمد. در مصر دانشگاه و حوزه و مسجد بزرگ الازهر سال‌ها به دست نوگرایان و متجددین اروپامنش درآمد و حتی در دوره حکومت عبدالناصر از حوزه‌ها و دانشگاه‌ها گرفته تا روزنامه **الاهرام**، همه در اختیار و مالکیت و کنترل دولت قرار گرفت. آتاتورک و رضاشاه و همقطاران آنها در سایر کشورهای اسلامی همان‌طوری که می‌دانیم، این سیاست کنترل و مالکیت اطلاعاتی و ارتباطی و رسانه‌ای را با فشار و اختناق و شدت فوق‌العاده‌ای دنبال کردند. قرن‌ها، از صدر اسلام و زمان پیامبر (صلی‌الله‌علیه و آله وسلم) گرفته تا قرون وسطی و حتی تا دوران تسلط و استیلای غرب، مساجد و مراکز و حوزه‌های اسلامی جایگاه علم، آموزش و پرورش، اطلاع‌رسانی و ارتباطات اجتماعی بود. بزرگ‌ترین دانشگاه‌ها و نظامیه‌ها و

کتابخانه‌های اسلامی متعلق به مراکز اسلامی و مساجد مسلمانان بود. چه دلیلی دارد که مساجد و حوزه‌های اسلامی امروزی مرکز تولید و توزیع مطبوعات و رسانه‌های جدید و جایگاه بسیج و الگوی روزنامه‌نگاری اسلامی عصر ما نباشند؟ هر انقلاب اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در تاریخ بشر نظام ویژه ارتباطی و رسانه‌ای خود را به‌وجود آورد و انقلاب اسلامی ایران نمی‌تواند به الگوی فرسوده و ناقص گذشته تکیه کند. طرح نظری و عملی یک الگوی رسانه‌ای اسلامی در شفاف‌سازی حقوق و حدود مطبوعات و رسانه‌ها و رفع ابهامات و نواقص آن وظیفه و تکلیف یک نظام اسلامی است. قانون مطبوعات و رسانه‌ها در ایران با همه اصلاحاتی که در آن صورت گرفته، هنوز در موضوع مربوط به مالکیت مطبوعات و رسانه‌ها و جایگاه آن در یک فرهنگ و جامعه اسلامی ناقص و بی‌طرف است. فلسفه و اهداف و حقوق مطبوعات و رسانه‌های یک نظام اسلامی تنها فصول و تبصره‌های «نبایدها» نیست، بلکه ماده‌های «بایدها» و سیاست و برنامه‌ریزی در اجرای آنها هم باید باشد. **پی‌نوشت:** این مقاله برگرفته از منبع زیر است: - مولانا، حمید (۱۳۸۲). **الگوی مطبوعات و رسانه‌های اسلامی**، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.