

جایگاه دولت در نظام جامع رسانه‌های همگانی

بهناز احمدوند

مدرس دانشگاه علامه طباطبائی

با دیباچه

دکتر باقر انصاری

دانشیار دانشگاه شهید بهشتی

سرشناسه	: احمدوند، بهناز، ۱۳۶۶ -
عنوان و نام پدیدآور	: جایگاه دولت در نظام جامع رسانه‌های همگانی / بهناز احمدوند.
مشخصات نشر	: تهران: خرسندی، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۲۱۲ ص.
شابک	: 978-600-114-659-6
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: رسانه‌های گروهی -- ایران -- سیاست دولت
موضوع	: Mass media policy -- Iran
موضوع	: رسانه‌های گروهی -- ایران -- مدیریت
موضوع	: Mass media -- Iran -- Management
موضوع	: رسانه‌های گروهی -- مطالعات تطبیقی
موضوع	: Mass media -- Comparative studies
رده‌بندی دنگره	: P ۹۲ / الف ۱۹۴ / ۱۳۹۵
رده‌بندی دی‌جی	: ۲۳۰۹۵۵ / ۰۰۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۴۱۹۷۳۱



انتشارات خرسندی

نمایشگاه و فروشگاه کتب فقهی، حقوقی و مجموعه قوانین

تهران، خیابان انقلاب - خیابان فخر رازی - خیابان لبافی (د-۱) - رسید به: خیابان دانشگاه - پلاک ۱۷۴ - واحد ۲

تلفن: ۵ - ۶۶۹۷۱۰۳۴ و ۵۸۲ - ۶۶۴۹

فروشگاه شماره ۱: دانشگاه تهران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، تلفن: ۶۶۴۱۰۲۰۳

فروشگاه شماره ۲: میدان انقلاب، خ منیری جاوید (اردیبهشت)، پلاک ۹۲، تلفن: ۶۶۹۵۰۷۵۹ - ۶۶۷۵۵۹۱۰

فروشگاه شماره ۳: خ انقلاب، نرسیده به میدان فردوسی، کوچه شهید براتی، پلاک ۱۰، تلفن: ۶۶۷۵۵۹۱۰

طبقه زیرین (قسمت کتابفروشی): ۶۶۷۵۵۹۱۰

پست الکترونیک: Khorsandy.pub@gmail.com

سایت اینترنتی: WWW.Khorsandypub.com

جایگاه دولت در نظام جامع رسانه‌های همگانی

بهناز احمدوند

چاپ اول: ۱۳۹۵ | تیراژ: ۵۰۰ جلد | قیمت: ۱۷۰,۰۰۰ ریال

ISBN: 978-600-114-659-6

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۱۴-۶۵۹-۶

۱۱	دیاچه
۱۵	مقدمه

فصل مقدماتی - تبیین مفاهیم و جایگاه دولت در مدل های رسانه ای

۲۳	تبیین مفاهیم و جایگاه دولت در مدل های رسانه ای
۲۴	گفتار نخست: مفهوم شناسی نظام جامع رسانه ها
۲۴	بند نخست: تعریف واژگان
۲۴	الف) نظام جامع رسانه ها
۲۵	ب) رسانه های همگانی
۲۶	ج) انواع رسانه های همگانی
۲۷	بند دوم: تمایز نظام جامع رسانه ها و قانون جامع رسانه ها
۳۲	گفتار دوم: مدل های رابطه دولت و رسانه
۳۳	بند نخست: بررسی درجه و ماهیت جایگاه دولت در مدل های رسانه ای
۳۳	الف) مدل لیبرال
۳۸	ب) مدل صنف گرایی دموکرات
۴۱	ج) مدل تکثرگرایی قطبی شده
۴۳	د) مدل پست کمونیست
۴۵	ه) سایر مدل ها
۴۶	بند دوم: بررسی درجه و ماهیت جایگاه دولت در مدل های رسانه ای ایران

فصل نخست - جایگاه دولت در رسانه های نوشتاری (مطبوعات)

۵۳	جایگاه دولت در رسانه های نوشتاری (مطبوعات)
۵۵	گفتار نخست: مدل های تنظیم فعالیت های مطبوعاتی و جایگاه دولت در آنها
۵۵	بند نخست: نظریه ها و نظام های آزادی و کنترل مطبوعات
۵۵	الف) نظام اقتدارگرا
۵۶	ب) نظام لیبرال
۵۷	ج) نظام مسئولیت اجتماعی

۵۸	 (د) نظام کمونیستی شوروی
۶۱	 بند دوم: رویکردها و نظام‌های حقوقی تأسیس و انتشار مطبوعات
۶۱	 (الف) رویکردهای تأسیس و انتشار مطبوعات
۶۱	 ۱. رویکرد پیشگیری
۶۱	 ۲. رویکرد تنبیهی
۶۲	 (ب) نظام‌های حقوقی تأسیس و انتشار مطبوعات
۶۲	 ۱. نظام اعلام نامه
۶۲	 ۲. نظام ثبت نام
۶۳	 ۳. نظام مختلط
۶۳	 ۴. نظام اجازه‌ی قبلی
۶۳	 ۵. نظام انتشار آزاد
۶۴	 گفتار دوم: بررسی - پارسی - مداخله دولت در اداره مطبوعات در جهان
۶۵	 بند نخست: انگلستان
۶۸	 بند دوم: ایالات متحده آمریکا
۷۰	 بند سوم: فرانسه
۷۴	 بند چهارم: هند
۷۸	 گفتار سوم: بررسی جایگاه دولت در نظام حقوقی مطبوعات جمهوری اسلامی ایران
۷۹	 بند نخست: بررسی سیر تاریخی تحولات نظام و قوانین مطبوعاتی ایران
۸۶	 بند دوم: بررسی جایگاه دولت در ساختار کنونی اداره مطبوعات جمهوری اسلامی ایران
۸۶	 (الف) نظام انتشار مطبوعات در ایران
۸۹	 (ب) ترکیب و صلاحیت‌های هیئت نظارت بر مطبوعات
۸۹	 ۱. ترکیب هیئت نظارت بر مطبوعات
۹۰	 ۲. صلاحیت‌های هیئت نظارت بر مطبوعات
۹۳	 (ج) ساختار و صلاحیت‌های هیئت منصفه
۹۵	 گفتار چهارم: بررسی مدل پیشنهادی اداره رسانه‌های نوشتاری در نظام جامع رسانه‌ای کشور

فصل دوم- جایگاه دولت در رسانه‌های دیداری - شنیداری (رادیو - تلویزیون)

۱۰۵	 جایگاه دولت در رسانه‌های دیداری - شنیداری (رادیو - تلویزیون)
۱۰۶	 گفتار نخست: بررسی مدل‌های تنظیم فعالیت‌های رادیو-تلویزیونی در جهان
۱۰۸	 بند نخست: نظام حقوقی رادیو-تلویزیون دولتی

- بند دوم: نظام حقوقی رادیو - تلویزیونی خصوصی ۱۰۸
- بند سوم: نظام حقوقی رادیو - تلویزیون مختلط یا دوگانه (رادیو - تلویزیون خدمت عمومی و خصوصی) ۱۰۹
- گفتار دوم: بررسی جایگاه دولت در اداره نظام رادیو - تلویزیون در سایر کشورها ۱۱۰
- بند نخست: ایالات متحده امریکا ۱۱۰
- بند دوم: انگلستان ۱۱۲
- بند سوم: فرانسه ۱۱۶
- بند چهارم: هند ۱۲۲
- گفتار سوم: بررسی جایگاه دولت در اداره صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ۱۳۲
- بند نخست: بررسی تاریخی نظام رادیو - تلویزیون در ایران ۱۳۲
- بند دوم: بررسی جایگاه دولت در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران از نظر قوانین مربوطه ۱۳۴
- الف) جایگاه دولت در اداره رادیو - تلویزیون در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران ۱۳۵
- ب) جایگاه دولت در قانون صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ۱۳۹
- ج) جایگاه دولت در قانون خط‌شی‌گذاری و اصول برنامه‌های سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ۱۴۰
- د) جایگاه دولت در اساتامه‌ی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ۱۴۴
- ه) مصوبه مجمع تشخیص مصلحت نظام در خصوص نحوه‌ی اجرای اصل ۱۷۵ قانون اساسی در بخش نظارت ۱۴۶
- بند سوم: بررسی امکان یا عدم امکان قانونی تأسیس رادیو - تلویزیون خصوصی در جمهوری اسلامی ایران ۱۴۶
- گفتار چهارم: بررسی مدل پیشنهادی نظام رادیو - تلویزیون در نظام جامع رسانه‌ای کشور ۱۵۵

فصل سوم - جایگاه دولت در رسانه‌های دیجیتالی (اینترنت)

- جایگاه دولت در رسانه‌های دیجیتالی (اینترنت) ۱۶۳
- گفتار نخست: راهبری شبکه‌ی جهانی اینترنت ۱۶۴
- گفتار دوم: جایگاه دولت در اداره اینترنت در سایر کشورها ۱۷۰
- بند نخست: ایالات متحده امریکا ۱۷۰
- بند دوم: انگلستان ۱۷۳
- بند سوم: فرانسه ۱۷۵
- بند چهارم: هند ۱۷۷
- گفتار سوم: جایگاه دولت در اداره اینترنت در جمهوری اسلامی ایران ۱۷۸
- بند نخست: بررسی سیر تاریخی جایگاه دولت در اداره اینترنت در جمهوری اسلامی ایران ۱۷۹

- بند دوم: بررسی نهادهای مقررات‌گذار در فضای اینترنت در جمهوری اسلامی ایران ۱۸۰
- گفتار چهارم: بررسی مدل پیشنهادی اداره اینترنت در نظام جامع اطلاعات و فناوری ارتباطات ۱۹۱
- نتیجه و پیشنهاد ۱۹۷
- فهرست منابع ۲۰۱

www.ketab.ir

دیباچه

تنظیم مناسبیت دولت و رسانه، مهمترین مسئله در طراحی نظام رسانه‌ای هر کشور است. بر این اساس، می‌توان سه الگو در کشورهای مختلف جهان مشاهده کرد. برخی دولت‌ها، نظام رسانه‌ای کشور را برای خدمت به خود و در طول دولت تعریف کرده‌اند. در این نوع دولت‌ها، رسانه‌ها دستگاه تبلیغاتی دولت و در حکم شعبه دولت هستند. دسته دوم، دولت‌هایی هستند که رسانه‌ها را در کنار قوای سه گانه و به عنوان قوه چهارم تعریف کرده‌اند. در این دولت‌ها، رسانه‌ها در عرض دولت هستند و در بیان و نشر مطالب و تشریفات سراف و تقدیمی بر آنها ندارد. در نتیجه، رسانه‌ها حق دارند در نقد دولت و خارج از خواسته‌های دولت بگویند و بنویسند. دسته سوم، دولت‌هایی هستند که بین رسانه‌های مختلف تفکیک قایل شده‌اند. گونه‌ای از آنها را در طول دولت و گونه‌ای دیگر را در عرض دولت تعریف کرده‌اند. نظام‌های رسانه‌ای سه گانه مذکور را می‌توان به ترتیب اقتدارگرایانه، دموکراتیک و نیمه دموکراتیک نامید.

البته، پذیرش الگوی نظری خاص از سوی یک دولت به معنای رعایت حقوق آن در عمل نیست. ممکن است دولتی که نظام رسانه‌ای را در عرض خود تعریف کرده است در عمل، حسب اوضاع و احوال بخواهد در رسانه‌ها مداخله کرده و آنها را به خدمت بگیرد. در این صورت، دو عامل مهم می‌تواند از استقلال رسانه‌ای حمایت کند: نخست، وجود یک قوه قضائیه مستقل که در صورت تعرض دولت به استقلال رسانه‌ها به کمک روزنامه‌نگاران و رسانه‌ها آمده و از الگوی نظری پذیرفته شده دفاع و حمایت کند و دوم، وجود یک نظام رسانه‌ای متکثر از نظر مالکیت و نهاد تنظیم‌کننده مستقلی که مانع از انحصار و تمرکز در حوزه رسانه‌ها بشود.

در کشور ما، برخلاف متمم قانون اساسی مشروطیت و پس از اصلاح نخستین قانون مطبوعات که با اقتباس از قانون مطبوعات فرانسه تدوین شده بود، نظام رسانه‌ای به عنوان ابزاری در خدمت دولت و در طول دولت تعریف شد. در طول این مدت بیش از یکصد ساله، فراز و فرودهای زیادی بر این نظام گذشته است ولی در نهایت امر، تغییر مهمی در آن صورت نگرفته است. برای مثال، بررسی تاریخ تحول قواعد ناظر بر مطبوعات، نشان می‌دهد که مسائل عمده و مهم مطبوعات کشور، کم و بیش، همان مسائل یکصد سال پیش است.

وجود ابتکارهای قانونی متعدد در چند سال اخیر، در قالب طرح قانونی یا لایحه، با هدف اصلاح نظام مطبوعات، صدا و سیما و دیگر قوانین و مقررات رسانه‌ای، حاکی از آن است نظام حقوقی حاکم بر رسانه‌های کشور با شرایط زمانه و نیازهای توسعه‌ای کشور سازگار نیستند و باید بازنگری شوند. همین دلیل و در مقام تعیین سیاست کلی حاکم بر وضع قوانین رسانه‌ای مطلوب، به نظر می‌رسد که تعریف تسلیم‌آگاهانه مناسبات دولت و رسانه، از اهمیت کلیدی برخوردار است و تقنین‌های پیش‌رو، تعریفی در وضع موجود ایجاد نخواهند کرد مگر آنکه به چند نکته اساسی توجه کافی صورت گیرد. یکی از این نکات آن است که به خلاف کشورهایی که آگاهانه «بیان» را در مقایسه با «عمل» آزادتر دانسته و «ازادی بیان» دفاع کرده‌اند قانونگذاران ما تفاوت خاصی بین احکام «حرف» و «عمل» قایل نشده‌اند و حکم عمل را بر حرف بار کرده‌اند و گاهی نیز برای صرف حرف، واکنش‌های شدیدتری را مجبور می‌کنند. این پیش فرض مناقشه‌آمیز دولتمردان که مردم یا مخاطبان از آنچه می‌بینند یا می‌شنوند تأثیر می‌پذیرند منجر بدان شده است که در خصوص نفوذ و تأثیرگذاری حرف و رسانه‌ها، مبالغه شده و در نتیجه کنترل‌ها و واکنش‌ها در قبال بیان‌های رسانه‌ای، غیرواقع‌بینانه و نامتناسب باشد. به نظر می‌رسد عوامل مختلف و متعددی که در تأثیر کلام و تبدیل حرف به عمل مدخلیت دارند نادیده گرفته شده‌اند و همه بار مسئولیت و نتیجتاً کنترل و محدودیت بر وسیله بیان و گوینده بیان وارد شده است. نکته دوم آنکه، تجربه بشری اثبات کرده است که تعریف همه یا بعضی از رسانه‌ها در عرض دولت، به دلیل فواید و مزایای بسیاری که در حوزه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارد بر منافع نظام‌های رسانه‌ای که در طول دولت تعریف شده‌اند برتری آشکار دارند. برای مثال، فساد در این کشورها بسیار کم است. سوم آنکه، در نتیجه فناوری‌های ارتباطی نو که تدابیر کنترلی طولی دولت

را به آسانی خنثی می‌سازند، نظام رسانه‌ای موجود کشور، لوٲ شده و مستلزم بازنگری است. این بازنگری، جز با اصلاح الگوی رسانه‌ای و بازتعریف جایگاه دولت در نظام رسانه‌ای کشور نمی‌تواند نتیجه مطلوب داشته باشد.

در این کتاب، خانم بهناز احمدوند به عنوان یک پژوهشگر علاقمند و پرنشاط حوزه حقوق ارتباطات، سعی کرده است تا به این مسئله مهم پردازد و با انجام مطالعه تطبیقی، الگوی‌های موجود در سه حوزه رسانه‌ای (مطبوعات، رادیو و تلویزیون و اینترنت) را بررسی و الگوی مطلوب برای هر کدام را معرفی کند. به سهم خود، مطالعه این کتاب را به علاقمندان توصیه می‌کنم و برای ایشان، پیشرفت در دست علمی را از خداوند مسألت دارم.

دکتر باقر انصاری

مقدمه

فناوری اطلاعات و ارتباطات و رسانه‌های نوظهور با شتابی فراوان در حال گسترش و تکامل‌اند. انقلاب ارتباطات به عنوان پیام‌رسانی بی‌بدیل در عصر حاضر، عرصه‌ی رسانه‌ای را چنان در معرض خود قرار داده است که گاه شباهت‌های نوزایش مسائل در این عرصه از شتاب پیش‌بینی‌ها هم پیشی می‌گیرد. اگرچه در گذشته، استفاده از رسانه‌ها یک تفریح و سرگرمی اختیاری تلقی می‌شد، اینک بهره‌مندی از این وسایل یک ضرورت اجتماعی است و استفاده از رسانه‌ها نه یک رفتار تزیینی، اضطرابی و انعکاسی، بلکه جزء لاینفک زندگی نوین محسوب می‌شود. در حقیقت دور ماندن افراد از گردونه‌ی وسایل ارتباط جمعی، به معنای حذف شدن از حیات اجتماعی جدید است. نقش انکارناپذیر رسانه‌های جمعی در ایجاد، هدایت، شکل‌گیری افکار عمومی و تأثیر-گذاری آن‌ها بر تحولات اجتماعی و سیاسی جوامع، امروزه تقریباً مورد پذیرش همگان است.

سیاستمداران و گردانندگان حکومت‌ها نیز غالباً به این نکته اذعان دارند که اعمال قدرت تنها زمانی موفق می‌شود که افکار عمومی نظر مساعدی نسبت به صاحبان قدرت و حاکمان جامعه داشته باشند. به همین جهت بر این باورند که برای کنترل، هدایت و راهبری مردم و ایجاد مشروعیت باید چرخه‌ی اطلاعات و ارتباطات را تحت کنترل و نظارت خود درآورند. بنابراین دارندگان و کنترل‌کنندگان اصلی اطلاعات و ارتباطات، اخبار و اندیشه‌ها از قدرت سیاسی برخوردارند و رهبران جوامع، اعم از دموکراتیک یا غیر دموکراتیک، ایدئولوژیک یا غیر آن، نسبت به قدرت و توانایی خود در مورد ایده‌ها، اندیشه‌ها، اخبار و اطلاعات، مجراهایی که اخبار را توزیع و پخش می‌کنند و به خصوص رسانه‌های جمعی حساسیت دارند و تمایل به کنترل و نظارت آن‌ها در این زمینه‌ها فزاینده بوده است. لذا رابطه‌ی دولت و رسانه در نظام‌های مختلف

حقوقی در سه مرحله‌ی سیاست‌گذاری، قانون‌گذاری و مقررات‌گذاری نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای خواهد داشت.

دولت‌ها به فراخور رژیم سیاسی، مقتضیات فرهنگی و ایدئولوژیک جامعه بر رسانه‌ها اعمال نفوذ می‌نمایند. همه‌ی رسانه‌ها در همه‌ی نظام‌های اجتماعی تحت کنترل‌اند. کنترل‌ها تنها از نظر درجه‌بندی و شکل با یکدیگر تفاوت دارند. در یک مورد کنترل ممکن است سیاسی، در مورد دیگر، تجاری و در موردی نیز مذهبی باشد. در ایالات متحده کنترل دولتی را ذاتاً ناستوده می‌شمارند. لیکن در کشورهای کمونیستی، کنترل تجاری بد و ناپسند محسوب می‌شود.

سیاست‌های ارتباطی، اصول سیستماتیک نهادینه شده، هنجارها و رفتارهایی که از طریق مکانیزم‌های قانونی و حقوقی یا از طریق استنباط‌های تاریخی به وجود آمده است تا شکل‌گیری، توزیع و کنترل تبادلات را در هر دو جنبه‌ی انسانی و تکنولوژیک راهبری کند.

بنابراین، به هیچ وجه نمی‌توان برای کشورهای توسعه یافته یا در حال توسعه، کشورهای سرمایه‌داری یا اندک نظام‌های باتسلطی سوسیالیستی، یک نظام واحد را اندیشید. چرا که اختلاف‌بنیادینی در اهداف آرمان‌ها، سیاست‌های حقوقی و اجتماعی، عقاید، تاریخ و همچنین امکانات و توانایی‌ها دارند؛ از طرفی مشخص نیست که دولت‌هایشان تا چه اندازه در هدایت ارتباطات کشورشان ایفای نقش می‌کنند. برخی کشورها این دیدگاه را پذیرفته‌اند که باید اجازه داد تا مکانیزم‌های اقتصادی و اجتماعی، آزادانه عمل کنند. پذیرفته‌اند که ارتباطات شرط اساسی دموکراسی است و موادی در قانون اساسی مدون یا غیرمدون ندارند که دولت را از دخالت در فعالیت‌های ارتباطی و اطلاعاتی منع می‌کنند.

در کشورهای دیگر، دولت مسئول تأمین تقدم مصالح عمومی بر منافع خصوصی است و می‌تواند در جهت این هدف در تمام فعالیت‌های ملی، از جمله ارتباطات و اطلاعات، شرکت کند. در هر گروه از کشورها، شماری تقدم و تأخر وجود دارد؛ اما کشورهای در حال توسعه به ویژه کشورهای کمتر توسعه یافته، معمولاً یا به دلایل ایدئولوژیک، یا به سبب اینکه بخش خصوصی قادر به تأمین منابع کافی نیست متکی به دخالت دولتی می‌باشند.

بنابر این، نوع رژیم سیاسی دولت‌ها در شکل‌دهی سیاست‌های ارتباطی، جایگاه بسیار تعیین‌کننده‌ای دارند. به این ترتیب فعالیت‌های رسانه‌ای خصوصاً در ابعاد ملی آن به شدت با حقوق فرد و جامعه پیوند می‌خورد و لاجرم نیازمند ترسیم حدود و قواعدی است که مراعات آن از

سویی موجب تضمین حقوق آحاد افراد و اقشار جامعه و از سوی دیگر موجب آسودگی خیال و آزادی عمل اهل رسانه در مرزهای تعیین شده می‌شود. به بیان دیگر، نقش حساس و مهم رسانه تا حدی است که به ناچار باید از قواعد و ضوابط روشن و مدونی برخوردار باشد تا دغدغه‌ی پایمال‌سازی ناخواسته‌ی حقوق و حیثیت دیگران و هراس از تعرض بی دلیل و غیر قابل پیش‌بینی به حقوق عمومی و مصالح کشور را از خود دور سازد، این قواعد و ضوابط ممکن است در قالب چارچوب‌های اخلاق حرفه‌ای یا در نظام حقوقی پیش‌بینی شده باشد.

توجه به نظام جامع رسانه‌های همگانی، پدیده‌ی جدیدی است که در اواخر دهه ۱۹۸۰، به ویژه از سوی "نیخائیل گورباچف"، آخرین رهبر اتحاد جماهیر شوروی، در جهت اجرای سیاست معروف وی مرسوم به "گلاسنوست" (گشایش فضای سیاسی و فرهنگی)، با تدارک یک قانون مبتنی بر اصول آزادی گرای برای تمام وسایل ارتباط جمعی، به خود نمایی پرداخت. در زمان فروپاشی شوروی در اوایل سال ۱۹۹۲ اکثر این جمهوری‌ها و از جمله، جمهوری‌های آسیای مرکزی و قفقاز، قانون‌های رسانه‌ی خاص خود را دارا شده بودند. در برخی از کشورهای اروپای غربی نظیر هلند و لوکزامبورگ نیز در دهه ۱۹۹۰ اخیر به قانونگذاری جامع در خصوص رسانه‌ها توجه شده است.

در کشورهای مختلف در این زمینه پژوهش‌های قابل توجهی صورت گرفته است. در کشورمان نیز مطالعاتی در این زمینه انجام شده است. نمایندگان مجلس شورای اسلامی طرحی را با عنوان «طرح جامع رسانه‌های همگانی» به مجلس ارائه دادند که یک مورد است آن در جلسه علنی ۱۳۹۰/۸/۲۲ به تصویب نرسید. با استناد به ماده ۱۴۰ آیین نامه‌ی داخلی مجلس شورای اسلامی، درخواست رسیدگی به طرح مذکور، معوقه از مجلس هشتم در تاریخ ۱۳۹۱/۵/۵ به کمیسیون یا کمیسیون‌های مربوطه ارجاع شده تا مورد رسیدگی قرار گیرد. «طرح نظام جامع ارتباطات و فناوری اطلاعات»، نیز در تاریخ ۱۳۹۱/۱۲/۱ با یک فوریت به تصویب مجلس رسیده است.

طرح اصلاح قانون اداره صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۸۰، راهبردها و راهکارهای ارتقای فعالیت‌های سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۸۴، طرح اداره و نظارت بر سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۹۰، از جمله تلاش‌هایی در زمینه‌ی صدا و سیما می‌باشد که متأسفانه هیچ کدام از سطح طرح فراتر نرفته است.

اما تا کنون کتابی در کشور به طور خاص به بررسی این موضوع نپرداخته است. لذا در این نوشتار نگارنده بر آن است که پیش نیازهای نظری و الزامات قانونی دولت در نظام جامع رسانه‌های همگانی را بررسی کند. فقدان تجربه تصویب قانون جامع در کشور، مخالفت مدیران دستگاه‌های رسانه‌ای، اختلاف در مالکیت خصوصی و دولتی رسانه‌ها، توجه به ظرافت‌های خاص هر رسانه به لحاظ گستره توزیع پیام و ماهیت خاص تکنولوژیک، بازیابی قواعد مشترک میان طیف گسترده رسانه‌ها و فقدان منابع در این زمینه به علت به روز بودن موضوع، مشکلات و تنگنای این کار پژوهشی به شمار می‌رود و ارائه‌ی نظرات حقوقی را با مشکل مواجه می‌سازد.

بازجه اینکه در کشور ما نظام جامعی در خصوص رسانه‌ها وجود ندارد و در برنامه‌های چهارم و پنجم نیز الزام دولت به طراحی نظام جامع رسانه‌ای کشور تصریح شده است. نگارنده بر آن است تا در این کتاب، جایگاه دولت در نظام جامع رسانه‌ای کشور را با رویکردی تطبیقی به چهار کشور کانادا، ایالات متحده آمریکا، فرانسه و هند، مورد مذاقه قرار دهد.

با توجه به اینکه در یک سیستم‌های کلی می‌توان رسانه‌ها را در سه نوع مکتوب، دیداری - شنیداری و دیجیتالی تقسیم‌بندی کرد، نگارنده بر آن است تا ماهیت و سطح دخالت دولت را در این سه نوع رسانه در وضعیت فعلی و در حالت ایده آل بررسی کند و در این میان از دید تطبیقی نیز غافل نماند.

مطالب نوشتار حاضر در قالب یک فصل مقدماتی و سه فصل اصلی با توجه به انواع رسانه‌ها، تدوین گردیده است: در فصل مقدماتی، ضمن دو گفتار، مهم‌ترین شناسی نظام جامع رسانه‌ها و مدل‌های رابطه‌ی دولت با رسانه تبیین شده است.

در فصل نخست، به بررسی و تتبع در جایگاه دولت در رسانه‌ها پرداختیم. لذا در گفتار نخست، مدل‌های تنظیم فعالیت‌های مطبوعاتی و جایگاه دولت در آن‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. در گفتار دوم به بررسی سیر تاریخی نقش دولت در اداره‌ی مطبوعات در کشورهای منتخب انگلستان، ایالات متحده آمریکا، فرانسه و هند نظر می‌افکنیم. شیوه‌های تنظیم فعالیت‌های رسانه‌ای اعم از خودنظام‌دهی رسانه‌ای، نظام دهی مشترک با دولت و نظام دهی توسط دولت در اداره‌ی رسانه، ملاک گزینش این کشورها بوده است. اداره‌ی در گفتار سوم، به بررسی جایگاه دولت در نظام حقوقی مطبوعاتی ایران می‌پردازیم و در پایان به بیان مدل پیشنهادی اداره‌ی رسانه‌های مکتوب در نظام جامع رسانه‌ای کشور خواهیم پرداخت.

در فصل سوم، پس از بررسی چهار مدل تنظیم فعالیت های رادیو-تلویزیونی در جهان و بررسی شیوه ی اداره ی رادیو-تلویزیون در کشورهای منتخب، بر آنیم تا در گفتار سوم این فصل، به نحوه ی اداره ی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران پردازیم و در گفتار چهارم، مدل پیشنهادی نظام رادیو-تلویزیون در نظام جامع رسانه ای کشور را بررسی خواهیم نمود.

سرانجام، در فصل پایانی این نوشتار، ابتدا در گفتار نخست راهبری و اداره ی شبکه ی جهانی اینترنت را مورد مذاقه قرار می دهیم. سپس به بررسی جایگاه دولت در اداره ی اینترنت در چهار کشور منتخب نظر می افکنیم و در ادامه به بررسی نقش و جایگاه دولت ایران در اداره ی اینترنت پرداخته و در نهایت مدل پیشنهادی اداره ی این رسانه را در نظام جامع رسانه ها ارائه می دهیم.

امید است که این کتاب، مقدمه ای برای مطالعات و پژوهش های بنیادی، توسعه ای و کاربردی در زمینه ارتباطات جمعی و رسانه های همگانی در کلان نظام حقوقی جمهوری اسلامی ایران قرار گیرد.