

استقلال مطبوعات

(بررسی ابعاد حقوقی، مالی و مدیریتی مطبوعات)

تألیف:

دکتر امیر مهدوی



انتشارات آثار فکر

تهران-۱۳۹۳

به نام جمیل جمال آفرین خداوند و معبود اهل یقین

مهدوی، امیر، ۱۳۴۵ -	سرشناسه:
استقلال مطبوعات: بررسی ابعاد حقوقی، مالی و مدیریتی مطبوعات/تألیف امیر مهدوی	عنوان و نام بدیعآور:
تهران: انتشارات آثار فکر، ۱۳۹۳	مخلفات اثر:
۳۴۸ ص.	مخلفات ظاهری:
978-600-7492-019-3	شابک:
فیا	وضعیت فهرست نویسی:
بررسی ابعاد حقوقی، مالی و مدیریتی مطبوعات	عنوان دیگر:
مطبوعات/آزادی مطبوعات/آزادی مطبوعات -- ایران	موضوع:
غلامی مایانی، ابوالقاسم، ۱۳۲۷ - ویراستار	تنبیه افزوده:
۱۳۹۳ ذی‌الحجه/م ۸۵/۴۷۳۱ PN	رده بندی کنگره:
۰۷۰/۱۷	رده بندی دیویی:
۳۴۲۲۵۱۲	شماره کاتالوژی ملی:



استقلال مطبوعات

تألیف: امیر مهدوی

ناشر: انتشارات آثار فکر

ویراستار ادبی: ابوالقاسم غلامی مایانی

صفحه آرا: فرناک ایل‌شاهی

طراح جلد: سعید احدزاده

چاپ اول ۱۳۹۳

تیراژ: ۵۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۴۹۲-۰۹-۳

● تهران: خیابان انقلاب - خیابان ۱۲ فروردین - خیابان وحید نظری - پلاک ۹۹

تلفن: ۶ - ۶۶۹۶۷۲۵۵ / شماره: ۶۶۴۸۰۸۸۲

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است

قیمت ۲۰۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

۱	مقدمه
۳	فصل اول: کلیات
۳	گفتار اول: مفهوم استقلال مالی مطبوعات و اهمیت آن
۳	بند اول: مفهوم استقلال
۵	بند دوم: اهمیت و ضرورت استقلال مالی مطبوعات
۸	بند سوم: نظریات پیرامون استقلال
۹	الف) انزوای سیاسی
۱۰	ب) نسبت استقلال
۱۱	ج) نفی استقلال
۱۱	گفتار دوم: تعریف و ماهیت آزادی
۱۱	بند اول: مفهوم آزادی
۱۳	بند دوم: آزادی مطبوعات و استثنائات آن
۱۳	الف) آزادی مطبوعات در قوانین
۱۳	ب) استثناهای آزادی مطبوعات
۱۴	ج) استثناهای مربوط به برخی نشریات خاص
۱۵	د) محدودیت‌های مطبوعات در ایران
۱۶	هـ) آسیب شناسی نادیده انگاشتن آزادی مطبوعات
۱۷	گفتار سوم: تعریف و ماهیت مطبوعات
۱۷	بند اول: مختصری در مورد پیشینه‌ی مطبوعات
۲۰	بند دوم: کارکرد مطبوعات
۲۰	الف) مهم‌ترین کارکردهای مطبوعات
۲۲	بند سوم: رسالت مطبوعات
۲۴	بند چهارم: انواع مطبوعات
۲۵	بند پنجم: تفاوت مطبوعات با سایر رسانه‌ها
۲۵	الف) تفاوت مطبوعات با کتاب
۲۷	ب) تفاوت مطبوعات با رادیو
۲۹	ج- تفاوت مطبوعات با تلویزیون
۳۴	د- تفاوت مطبوعات با سینما
۳۶	هـ) تفاوت مطبوعات با اینترنت و سایر رسانه‌های نوین

۳۹	فصل دوم: ساختار و سازمان مطبوعاتی
۳۹	گفتار اول: تشکیلات سازمانی و ارکان مطبوعات
۴۲	بند اول: صاحب امتیاز
۴۲	بند دوم: مدیر مسؤول
۴۴	بند سوم: سردبیری
۴۶	بند چهارم: تحریریه
۴۹	بند پنجم: مدیر داخلی
۴۹	بند ششم: سرویس‌ها
۵۰	بند هفتم: بخش فنی
۵۱	بند هشتم: ابزارهای مورد نیاز برای تأسیس و اداره یک نشریه
۶۰	گفتار دوم: مدیریت و مالکیت سازمان مطبوعاتی
۶۰	بند اول: تعریف سازمان
۶۱	الف) مفهوم فرهنگ سازمان
۶۱	ب) تعریف فرهنگ سازمانی
۶۲	ج) ویژگی‌های فرهنگ سازمانی
۶۵	د) تعریف مدیریت
۶۸	هـ) سطوح مدیریت
۷۱	و) انواع شیوه‌های مدیریت
۷۷	بند دوم: تأثیر مکانب کلاسیک در ساختار رسانه‌ها
۷۹	بند سوم: تأثیر مکتب روابط انسانی و نقش آن در ساختار رسانه‌ها
۸۷	بند چهارم: وضعیت حقوقی مالکیت مطبوعات
۹۲	گفتار سوم: انواع مالکیت
۹۲	بند اول: مالکیت دولتی
۹۳	بند دوم: مالکیت اشتراکی
۹۳	بند سوم: مالکیت خصوصی
۹۴	بند چهارم: مالکیت تعاونی (نمونه لوموند)
۱۰۳	الف) انحصار مالکیت مطبوعاتی
۱۱۵	فصل سوم: اقتصاد مطبوعات
۱۱۹	گفتار اول: درآمد مطبوعات
۱۲۲	بند اول: تک فروشی
۱۲۴	بند دوم: آبونمان (اشتراک)
۱۲۸	بند سوم: جذب آگهی
۱۲۹	گفتار دوم: نقش تبلیغات در توسعه اقتصادی

۱۴۲	بند اول: تاریخچه آگهی‌ها در مطبوعات
۱۴۶	بند دوم: انواع آگهی‌ها و آگهی دهندگان
۱۴۷	گفتار سوم: تقسیم‌بندی تبلیغات بر اساس ترکیب‌بندی و آگهی‌های جدید
۱۴۷	بند اول: عمودی و افقی
۱۴۸	بند دوم: مستقیم و غیر مستقیم
۱۴۸	بند سوم: تجاری، فرهنگی و سیاسی، مردمی
۱۴۹	بند چهارم: تبلیغات سفید، سیاه، خاکستری
۱۴۹	بند پنجم: تقسیم‌بندی تبلیغات بر اساس ترکیب‌بندی
۱۴۹	الف) کانونی
۱۵۰	ب) محور ی
۱۵۰	ج) عمقی
۱۵۰	د) متوالی
۱۵۰	بند ششم: آگهی‌های جدید در روزنامه‌ها
۱۵۹	الف) شیوه‌های توزیع مطبوعات
۱۶۰	ب) تعریف توزیع
۱۶۷	ج- عوامل موثر بر استقلال مالی مطبوعات
۱۷۳	د) عوامل درون سازمانی
۱۷۷	هـ) عوامل برون سازمانی

فصل چهارم: فرایند تحول تاریخی از «آزادی مطبوعات» تا «استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران»

۱۸۷	گفتار اول: آزادی بیان و مطبوعات در قوانین اساسی ایران
۱۹۴	بند اول: نظریه‌های آزادی و کنترل رسانه‌ها
۱۹۶	الف) نظریه اقتدارگرا
۱۹۸	ب) نظریه آزادی‌گرا
۱۹۸	ج) نظریه مسئولیت اجتماعی
۱۹۹	د) نظریه کمونیستی شوروی
۱۹۹	هـ) نظریه انقلابی توسعه‌ای
۱۹۹	و) نظریه مشارکت دموکراتیک
۲۰۰	بند دوم - دیدگاه‌های مطرح شده
۲۰۰	الف) دیدگاه قرن آن ترو
۲۰۰	ب) دیدگاه ریموند ویلیامز
۲۰۱	ج) دیدگاه دنیس مک کوئیل
۲۰۳	د) دیدگاه رالف لوینشتاین

۲۰۴	هـ) دیدگاه جان مریل
۲۰۵	و) دیدگاه ویلیام هاگتن
۲۰۵	ز) دیدگاه رابرت پیکارد
۲۰۷	بند سوم - استقلال حرفه‌ای مطبوعات
۲۰۸	الف - استقلال صاحبان مطبوعات
۲۱۴	ب - استقلال سازمان مطبوعاتی
۲۱۶	ج) ترکیب هیات نظارت بر مطبوعات
۲۲۰	د) استقلال روزنامه‌نگاران
۲۲۵	فصل پنجم: نظام حقوقی ایران و فرانسه درباره استقلال مالی مطبوعات
۲۲۷	گفتار اول: نظام حرفه‌ای روزنامه‌نگاران
۲۳۶	گفتار دوم: مقررات خاص فعالیت‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاران
۲۳۶	بند اول: وظایف و مسؤولیت‌های روزنامه‌نگار
۲۳۹	بند دوم: حقوق و امتیازهای روزنامه‌نگار
۲۴۲	گفتار سوم: رژیم مسؤولیت مدنی و کیفری رسانه‌ها در فرانسه
۲۴۲	بند اول: مسؤولیت ناشی از جرایم رسانه‌ای
۲۴۳	بند دوم: جرایم مطبوعاتی در رژیم حقوقی فرانسه
۲۴۵	گفتار چهارم: چگونگی تأسیس مطبوعات
۲۵۱	گفتار پنجم: امنیت شغلی روزنامه‌نگاران
۲۵۶	گفتار ششم: مشارکت روزنامه‌نگاران در مالکیت و مدیریت مطبوعات
۲۶۳	گفتار هفتم: قوانین جذب آگهی
۲۶۸	گفتار هشتم: تضمین جایگاه حقوقی روزنامه‌نگاران
۲۷۲	گفتار نهم: سن بازنشستگی روزنامه‌نگاران
۲۷۵	گفتار دهم: بیمه تأمین اجتماعی
۲۷۸	گفتار یازدهم: رابطه استقلال مالی مطبوعات با میزان آزادی آنها
۲۸۳	گفتار دوازدهم: موانع استقلال و آزادی حرفه‌ای مطبوعات در ایران
۲۸۶	بند اول: قوانین و نوع نظام رسانه‌ای
۲۹۲	بند دوم: سانسور و خود سانسوری
۲۹۵	بند سوم: دیوان سالاری و فامیل سالاری در مطبوعات
۲۹۶	بند چهارم: ضعف بودجه مالی و سرمایه گذاری مطبوعات
۲۹۸	بند پنجم: وابستگی به دولت
۲۹۹	بند ششم: وابستگی به آگهی‌ها
۳۰۰	بند هفتم: سیاست زدگی مطبوعات

- ۳۰۱..... بند هشتم: حرفه‌ای نبودن مدیران و روزنامه‌نگاران
- ۳۰۳..... بند نهم: عدم آشنایی روزنامه‌نگاران و مدیران از مسائل حقوقی حرفه‌ای
- ۳۰۴..... بند دهم: پایین بودن تیراژ
- ۳۰۵..... بند یازدهم: عدم افزایش مخاطبان
- ۳۱۱..... بند دوازدهم: مدیریت غیر حرفه‌ای

۳۱۳..... نتیجه‌گیری

۳۱۵..... فهرست منابع و مآخذ

۳۱۵..... منابع فارسی

۳۱۸..... منابع لاتین

۳۱۹..... منابع اینترنتی

مقدمه

بدون تردید مطبوعات را باید زبان گویای جامعه دانست. این زبان هم درد دل و نظرات مردم را می‌گوید و هم نقش نظارتی ایفا می‌نماید. به علاوه می‌تواند افق‌ها و مسیرهای فرا روی مردم جامعه را نیز مشخص نماید. به عبارت دقیق‌تر می‌تواند راهنمای جامعه در حوزه‌های مختلف باشد. از این رو، این مسأله که آنها تا چه حد بی‌طرفانه و مستقل به خوانندگان خود و جامعه خط می‌دهند بسیار حایز اهمیت است. از سوی دیگر، تامین مالی مطبوعات نیز امر مهمی است که می‌تواند استقلال و آزادی آن را تحت تاثیر قرار دهد. در این نوشتار به شرحی که در ادامه خواهد آمد به بررسی نقش استقلال مالی مطبوعات در تحکیم آزادی آنها پرداخته می‌شود.

بیان مسأله

استقلال مطبوعات در روند تحکیم آزادی آن نقش بسزایی دارد. در ایجاد و تکامل مطبوعات سه دوره وجود دارد: دوره اول که از اوایل قرن هفدهم آغاز می‌شود دوره استبدادی است. در این دوره فعالیت‌های مطبوعاتی مستقیماً توسط حکومت کنترل می‌شود و مطبوعات توسط مأموران دولتی یا افراد مورد وثوق آن اداره می‌شود. در این دوره مطبوعات زبان تبلیغات حکومت‌ها هستند. از ویژگی‌های این دوره سانسور است.

دوره دوم مطبوعات که به دوره انقلاب مسلکی معروف است از قرن هیجدهم آغاز می‌شود. در این دوره مطبوعات در اختیار مردم قرار می‌گیرد و از نظارت مستقیم دولتی خارج می‌شود و تکررگرایی مطبوعات در این دوره آغاز می‌گردد. دوره سوم که از اواسط قرن نوزدهم آغاز می‌شود دوران مطبوعات تجاری و خبری نامیده می‌شود. در این دوره ورود آگهی به مطبوعات باعث تجاری شدن آن می‌گردد و به جای مباحث سیاسی و فرهنگی، مصرف‌گرایی ترویج و خبرها به صورت یک کالای تجاری در می‌آید که در واقع با تجاری شدن مطبوعات، وابستگی مالی آنها به منابع ثروت بیشتر می‌شود و به عبارتی دیگر، از این دوره مطبوعات استقلال تحریری و مالی

خود را از دست می‌دهند و رسالت مطبوعات که آگاه‌سازی و تنویر افکار عمومی می‌باشد تحت الشعاع قرار می‌گیرد. در این زمان موضوع مقررات و اصول اخلاقی مطرح می‌گردد که یکی از روش‌ها، مشارکت روزنامه‌نگاران در مالکیت و مدیریت مطبوعات است که در دهه‌های اخیر به صورت یک خواسته مهم برای تأمین و تحکیم استقلال مطبوعات مطرح شده است.

سؤال یا سؤالات تحقیق

۱. میزان استقلال مالی مطبوعات چه تأثیری در استقلال تحریری آن دارد؟
۲. راهکارهای مقابله با اعمال فشار از سوی صاحبان قدرت و سرمایه‌ی آگهی‌دهندگان بر مطبوعات چیست؟

فرضیه یا فرضیه‌ها

۱. وابستگی مالی و تجاری شدن مطبوعات موجب می‌گردد تا مطبوعات رسالت خود را (که تحقق منافع عمومی و تنویر افکار عمومی است) از دست داده و به خواسته‌های صاحبان سرمایه عمل نمایند.
۲. مطبوعات برای نیل به مقابله با حداقل قدرت و ثروت راهکارهایی دارند. از جمله می‌توان به استقلال تحریریه‌ای اشاره نمود که این امر می‌تواند استقلال تحریریه‌ای و همچنین استقلال مالی مطبوعات را تضمین کند.

امیر مهدوی

پاییز ۱۳۹۳