

شکستن و خروج از محاصره تبلیغاتی، حرکت به سمت روزنامه‌نگاری طراز انقلاب اسلامی و موفقیت در جریان سازی از جمله اهداف این بازسازی عنوان شده است.

معاون مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ایران؛



فرشاد مهدی‌پور، معاون مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ایران در نشست «بازآرایی رسانه ای؛ ضرورت و بایسته ها» گفت:

ما باید در حوزه رسانه بازسازی انجام دهیم.

به گزارش اسپادانا خبر و به نقل از ایسنا، او در این نشست که در دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی برگزار شد ادامه داد:

مفهوم بازسازی مفهومی است که پس از یک ویرانی و پس از یک به هم ریختگی و یک آشفتگی اظهار می شود. دهه هفتاد پس از پایان جنگ، دولتی بر سر کار آمد که شعارش سازندگی بود. در ادبیات سیاستگذاری ما وقتی از بازسازی صحبت می کنیم در واقع درباره اصلاح یا یک نوع نوسازی صحبت نمی کنیم بلکه راجع به یک وضعیت آشفته، یک درهم ریختگی که وجود دارد و آن را باید از نو بسازیم، صحبت می کنیم. بازآرایی هم به این جهت در این چارچوب معنا دار می شود. نخستین مقدمه آمایش سرزمینی رسانه است و آمایش فرهنگی، آمایش رسانه‌ای، پراکندگی جغرافیایی، ترکیب سنی، تولیدات محتوایی، توزیع محتوایی، تولیدکننده و مصرف‌کننده، نیروی انسانی کار و تربیت نیروی آکادمیک حوزه رسانه از جمله موضوعات دیگری است که باید مورد توجه قرار بگیرد. سهم اصلی آموزش دوره‌های روزنامه‌نگاری عمدتاً مربوط به دوره کارشناسی ارشد است و در دوره کارشناسی که دوره مهارت و بخش قابل توجهی از تربیت نیروی به عنوان اصلی ترین بازیگر حوزه رسانه در کشور محسوب می‌شود، بخش قابل توجهی از این صندلی‌ها خالی است و ما دچار اشکال و چالش هستیم.

وی ادامه داد:

الزام دوم این است که این بازآرایی در تمام حوزه‌ها صورت بگیرد و اینگونه نباشد که بازآرایی در حوزه نیروی انسانی انجام شده و در حوزه قوانین و آیین‌نامه‌ها انجام نشود. امروز در فضای رسانه‌های کشور تعدادی از قوانین و مقررات برای رسانه‌ها به صورت مستقیم وجود دارند که نمونه آن قانون مطبوعات است و بعضی از قوانین نیز از جمله قانون تبلیغات تجاری وجود دارد که مربوط به قبل از سال ۱۳۵۹ بوده است. آیین‌نامه اجرایی قانون مطبوعات به عنوان بازوی عملی ما نقش‌آفرینی می‌کند و از عمر آن سال‌ها می‌گذرد و ادبیاتی در آن به کار رفته است که مربوط به ماقبل دوره تولید فضای سایبر و حتی فراگیر شدن فضای مجازی است که اصلاحاتی باید در آن صورت گیرد و ما باید پیگیری کنیم که این اتفاق بیفتد. در کشور قاعده مشخصی برای برخورد با اخبار جعلی و فیک‌نیوزها وجود ندارد که البته این فقط مشکل ما نیست و اتحادیه اروپا نیز همین امروز با این مشکل دست و پنجه نرم می‌کند. در واقع قانون‌گذاری در حوزه فضای مجازی و رسانه با دشواری‌های زیادی روبه‌رو است. وقتی صحبت از فیک‌نیوزها مطرح است باید گفت که ادبیات نوین آن سه چهار سال بیشتر سابقه ندارد. شاید به جای قانون‌گذاری در مجلس باید به سمت مقرر نویسی‌های شوراهای عالی و دولت حرکت کنیم. ما مجوز بیش از ۱۳ هزار رسانه را صادر کردیم ولی چه تعداد رسانه قوی در کشور وجود دارد که در سپهر منطقه‌ای و جهانی ایفای نقش‌آفرینی کنند و در جریان‌های اصلی ورود پیدا کنند. امروز باید ساختارها را اصلاح کنیم و اینکه بازآرایی باید در تمام محورها شکل بگیرد و شرایطی دارد که باید در آن مفاهیم خبرگانی و نخبگانی شکل بگیرد. رویکرد ما باید مشارکتی باشد و در حوزه رسانه‌ها که ذی‌نفعان زیادی داشته و همه خود را صاحب نظر می‌دانند، بدون ایجاد مشارکت کار پیش نخواهد رفت چراکه رسانه به

مشارکت و مخاطبان زنده است. رویکرد ما به جای عمودی باید افقی باشد و رسانه های افقی ذیل رسانه ای عمودی نقش آفرینی کنند بنابراین باید از یک رویکرد عقلایی پشتیبانی کنیم.

معاون مطبوعاتی وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی گفت:

بازآرایی در سطح اول به مدیران و مسئولان حوزه بازمی‌گردد و سطح بعدی مربوط به خبرنگاران و فعالان و تولیدکنندگان محتواست. نخستین هدف از بازآرایی رسانه‌ای موضوع مرجعیت‌یابی یا مرجعیت‌سازی رسانه‌ای است. عده‌ای معتقدند ما مرجعیت رسانه‌ای را از دست داده‌ایم و عده‌ای نیز می‌گویند این مرجعیت تضعیف شده است اما باید برای تقویت مرجعیت رسانه‌ای تلاش کنیم. بازآرایی رسانه ای یکی از وظایف و مأموریت اصلی ماست که به یک چهارچوبی در این خصوص دست پیدا کنیم و این مسیر را طی کنیم. سامانه ای که غرب در دهه های گذشته در جنگ سرد به کار برد و در مورد شوروی موفق شد، همان قدرت و طرح علیه جمهوری اسلامی به کار گرفته شد و محاصره تبلیغاتی شدیدی را به وجود آورد. بنابراین هدف از این بازآرایی می‌تواند شکستن یا محاصره تبلیغاتی باشد. ما به شدت زیر بمباران جنگ روانی و رسانه‌ای هستیم و مردم به شدت مصرف‌کننده محتوا هستند و ضروری است که این تاب‌آوری را افزایش دهیم. هدف بعدی چابک سازی و قوی کردن و توانمند کردن رسانه‌ها است. هدف بعدی خروج از محاصره تبلیغاتی است و یک هدف نیز می‌تواند حرکت به سمت روزنامه‌نگاری طراز انقلاب اسلامی باشد. همچنین موفقیت در جریان سازی و حرکت دادن رسانه ها می‌تواند اهداف ما در بازآرایی رسانه ها باشد.

برچسب ها: [رسانه](#) [1]

[ایراهم رئیس](#) [2]

[وزارت ارشاد](#) [3]