

باسمه‌تعالی

پیوست ۴

بازآرایی نظام رسانه‌ای کشور

تجمیع نظرات جلسات هم‌اندیشی

مقالات علمی-پژوهشی (تعداد: ۱۲) - صرفاً موارد غیرمشابه با این رنگ آمده است.

• اهداف

- تاب‌آوری
- بازدارندگی
- مرجعیت خبری
- شفافیت
- جریان‌سازی
- قدرت‌مندی و چابکی
- سریع در روایت‌گری
- خروج از محاصره تبلیغاتی
- رسانه تراز انقلاب

• شرایط

- تدریجی
- عقلانی
- مشارکتی

• اصول اجرایی

- استخراج نظام مسائل رسانه
- توجه به آمایش سرزمینی رسانه
 - پراکندگی جغرافیایی، سنی، جنسیتی و ... رسانه‌ها
 - تولیدات محتوایی و توزیع موضوعی آن
 - تولیدکنندگان محتوا
 - نیروی انسانی
- توجه به آینده و ترسیم اهداف جدید

- توجه به روندپژوهی
- مرور ساختار و فعالیت رسانه‌ای دشمن
 - مدل‌سازی جهت مواجهه
- تجربه‌نگاری مدل‌های موفق در ۴۰ سال گذشته
- مطالعه تطبیقی عملکرد کشورهای شرق آسیا نظیر چین، کره، مالزی و ...

• محورهای بازآرایی

- اسناد بالادستی، قوانین و مقررات
 - تدوین سند چشم‌انداز و برنامه راهبردی
 - تصویب قوانین مورد نیاز
 - حقوق خبرنگاران
 - اخبار جعلی
 - مالکیت معنوی
 - الزامات قانون‌نویسی این حوزه
 - لزوم انعطاف‌پذیری قانون و تناسب با فناوری‌های نوین
 - شفافیت قانون و دوری از ابهام و اجمال
 - قابلیت اجرا و سودمندی
 - ضمانت اجرا و الزام‌آوری
 - جبران جاماندگی قانون از مطبوعات و به روزشدن رسانه‌ها
 - تحقق اهداف قانون جامع رسانه‌ای
 - تطابق کامل و شامل تعریف‌های قانونی بر مصداق‌های واقعی بیرونی
 - رعایت جامعیت و تعادل و تناسب میان حق و تکلیف
 - تدوین قانون واحد برای انواع رسانه‌ها باتوجه به پیدایش بسترهای نوین ارتباطی
 - تنقیح قوانین
 - قانون مطبوعات
 - نظارت قانونی بر عملکرد دستگاه‌ها
 - رفع نظارت سختگیرانه نهاد قضایی
 - جمع بین نظارت درون مطبوعات و نهادهای حاکمیتی (امام خمینی)
 - نظارت نهادهای حاکمیتی در چارچوب قانون (رهبری)
 - تاکید بر نظارت‌های درونی
 - جایگزینی نظارت مدنی و صنفی به جای دولتی

○ ساختار

- بازنگری در عملکرد نیروهای مسلح در حوزه رسانه
- تغییر ساختارها براساس عملیات رسانه‌ای
 - تغییر ساختار اداری به ساختار سرویس و سردبیری
 - اصلاح صف که خود منجر به اصلاح در ستاد خواهد شد.
- توجه به سه ضلعی ذی‌نفعان شامل حکومت، مردم و بازار
- پرهیز از موازی‌کاری (با شوراهایی که قصد بازآرایی رسانه دارند)
- ایجاد بلوک رسانه‌ای برای جریان‌سازی
- نظام‌مند شدن فعالیت رسانه‌ها
- ایجاد قرارگاه عملیات رسانه به‌منظور هدایت‌گری رسانه (پلی بین حاکمیت و رسانه)
 - ابزارها
 - مجوز
 - یارانه
 - منابع مالی
 - چیدمان مسئولان دولتی
 - ...
 - ملاحظات اجرایی
 - طبقه‌بندی رسانه‌ها و ارتباط در قالب گروه‌های دارای زبان مشترک و هم‌سطح یکدیگر
 - عدم ارتباط مستقیم دستگاه‌ها با رسانه‌ها به‌دلیل فقدان زبان مشترک
- تصمیم‌گیری در مورد وضعیت کیفی و کمی رسانه‌های وابسته به دستگاه‌ها
 - تعداد رسانه‌ها
 - ۳-۴ عدد خبرگزاری (رسانه‌ای برای رسانه‌ها) (لایه اول)
 - پایگاه‌های اطلاع‌رسانی عمدتاً خصوصی (لایه دوم)
 - شبکه‌های اجتماعی (لایه سوم)
- ایجاد رسانه مرجع برای دیگر رسانه‌ها
- بازآرایی آرایش تهاجمی در خط درگیری رسانه‌ای با دشمن
 - استفاده از ظرفیت میکرورسانه‌ها
- تعریف مأموریت‌های ملی و فراملی و واگذاری آن به فعالان استانی
- انحصارزدایی (در این زمینه دو رویکرد متفاوت در نظرات وجود دارد).
 - انحصارزدایی در تولیدات مطبوعاتی

- ایجاد فضای برابر رقابتی برای بخش خصوصی و دولتی
- کاهش تصدی‌گری گسترده دولت در بخش مطبوعات و در حاشیه ماندن نهادهای صنفی و مدنی
- اصلاح نظام مالکیتی روزنامه

○ منابع انسانی

- جذب و تربیت هنرمندان، بازیگران، مجریان و کارمندان متعهد، انقلابی و کارآمد، از طریق روش‌های عادلانه و توجه به استعدادیابی از همه نقاط کشور
- توسعه مدارس روزنامه‌نگاری در کنار دانشگاه‌ها
 - ارائه آموزش‌های جامع برای فعالان غیردانشگاهی علاقه‌مند و غربال‌شده
 - بازنگری در نگارش کتب درسی رشته ارتباطات
- تقویت توان تألیفی صاحبان رسانه
- افزایش تسلط فعالان این حوزه بر زبان‌های بین‌المللی
- توجه به نیازهای آموزشی جدید
- تقویت تقوای رسانه‌ای در میان فعالان
 - **ایستادگی خبرنگاران مقابل تطمیع صاحبان سرمایه و گروه‌های سیاسی**
 - کشف و پرورش و نگاه‌داشت استعدادها
 - انتخاب مدیران از میان متخصصان فعال در این عرصه
 - توجه به حقوق صنفی خبرنگاران
 - ایجاد نظام صنفی به عنوان حقوق فعالان رسانه‌ای
 - **پیگیری مطالبات مشترک حرفه‌ای توسط روزنامه‌نگاران**
- جلوگیری از سلبریتی‌پروری و وابستگی رسانه به سلبریتی‌های فاقد تنوع و کیفیت
- مرجعیت‌سازی برای ظرفیت‌های نخبگانی جبهه انقلاب

○ اقتصاد رسانه

- بازنگری در شیوه‌های تأمین مالی به‌منظور بهبود کیفیت و ایجاد استقلال اقتصادی
 - ورود رسانه‌های خصوصی به بورس
 - آنلاین کردن روزنامه برای کاهش هزینه‌ها
 - حل بحران کاغذ و هزینه‌ی چاپ
 - کاهش قیمت کاغذ جهت قدرت افزایش خرید مطبوعات توسط مردم
 - بازنگری در نظام توزیع مطبوعات در کشور و کاهش هزینه‌های توزیع

- تجدید نظر در نظام مجوزدهی
 - ثبت مجوز به جای صدور مجوز

○ بسترهای رسانه‌ای

- توجه به فناوری‌های نوین رسانه‌ای
 - فرایندهای تولید و توزیع محتوا
- توجه ویژه به ظرفیت سکوه‌های دیجیتال به‌ویژه سکوه‌های رسانه‌های اجتماعی
- احراز هویت صاحبان صفحات با تعداد کاربر بالا در سکوه‌های رسانه‌های اجتماعی
 - جلوگیری از فعالیت رسانه‌ای با هویت غیرواقعی

○ محتوا

- الزامات محتوایی
 - هم‌جهت با رسالت تربیت انسان
 - تقویت‌کننده‌ی جمهوری اسلامی
 - هم‌صدا با جریان‌های داخلی
 - ایجاد وحدت
 - هم‌جهت با ارزش‌ها
- تولید محتوای ایجابی برای جنگ رسانه‌ای با دشمن
- تولید هوشمندانه محتوا متناسب با نیازها و مسائل جامعه مخاطب
 - پیمایش‌های اجتماعی دقیق و مستمر و نیازسنجی از گروه‌های مختلف اجتماعی
- مسئله‌محوری و مسئله‌سازی
 - ایجاد کلان‌روایت‌ها برای ایجاد جریان رسانه‌ای
 - تقویت روایت‌گری
 - تاکید بر جنگ روایت‌ها
 - عدم اتخاذ حالت تدافعی در روایت‌ها
 - تاب‌آوری و پذیرش خدشه‌دار شدن روایت رسمی در زمانی که کلان‌روایت در دست خودمان است.
- توسعه رویکرد تحلیلی در اخبار
- کنترل مواد خام محتوایی رسانه‌های معاند
 - اظهارات مسئولین

- سایت‌های خبری دستگاه‌ها
 - کنار گذاشتن کار رسانه‌ای توسط روابط عمومی دستگاه‌ها
- آمار و اطلاعات مراکز آماری کشور
- باورپذیری
 - اعلام اقدامات مسئولین و نه وعده‌ها (اعلام بعد از اقدام)
 - بالا نبردن سطح انتظارات (اعلام حداقلی کارها در رسانه؛ مواجهه مردم با حداکثر در عمل)
- جایگزینی سوژه به‌جای پوشش رسانه‌ای
- مدیریت سوژه‌های دولتی و مسئولین
 - عدم اعلام آمار حداکثری
 - عدم انتشار مستقیم مصاحبه با مسئولین (پخش همراه با بازبینی)
 - جایگزینی اطلاعیه رسمی با مصاحبه
 - عدم پخش زنده جلسات مسئولین
- تقویت عدالت رسانه‌ای در توجه به ظرفیت‌های اجتماعی و جغرافیایی کشور
- جلب مشارکت‌های اجتماعی در تولید و توزیع محتوا
- بهره‌گیری از قالب‌ها و سبک‌های جدید در تولید محتوا
- **تغییر مدل انتشار خطی اخبار به انتشار دایره‌ای**

○ عملیات رسانه‌ای

- طرح مخاطرات و بحران‌های نظام در رسانه و ارائه راه‌حل برای آن
- توجه به کلیه اجزاء زنجیره ارزش صنعت رسانه‌ای کشور
- استفاده از ظرفیت کمپین‌سازی
- اتصال پژوهش به عملیات
- جایگزینی سیاست حمله به‌جای دفاع در جنگ رسانه‌ای با دشمن
- **حضور جدی مطبوعات کشور در عرصه بین‌الملل**
- توجه به میکرورسانه‌ها که در حال حاضر همان نقش شکل‌های دانشجویی را برعهده دارند.
- ایجاد ساختار آرایش جنگی برای دفاع از افکار عمومی
 - تغییر موازنه در جنگ رسانه‌ای
- شکل‌گیری گفتگو در رسانه
- ریسک‌پذیری و محدود نکردن رسانه در استانداردها و مطلوبات که منجر به از بین رفتن خلاقیت و نوآوری در سیستم می‌شود. (حمایت از نوآوری و خلاقیت در کنار حفظ محکمت)

- مدیریت تصویر چهره‌های مؤثر، بازیگران، مجریان، خواننده‌ها و... در رسانه
- ایجاد لشکر سایبری به اتکای ظرفیت‌های مردمی و گروه‌های مختلف اجتماعی

○ مخاطب

- تعیین جایگاه مخاطب در فضای رسانه‌ای کشور
 - توجه به مخاطب به‌عنوان نقطه شروع رسانه
 - **ذائقه‌سنجی مخاطب با شیوه‌های نوین**
 - **توجه به ترجیحات و علایق مخاطب در دروازه‌بانی خبر مطبوعات**
- توجه به فرهنگ عمومی مخاطب
 - غلبه فرهنگ شفاهی بر فرهنگ مکتوب
 - خودمرجعی و بی‌نیازی مردم از خبر و تحلیل
 - سرانه پایین مطالعه
- اقناع افکار عمومی به‌جای اطلاع‌رسانی
- سنجش تأثیرگذاری رسانه بر مخاطبان
- تولید مخاطب جدید از میان نوجوانان و جوانان
- برنامه‌ریزی برای ارتقای سواد رسانه‌ای مخاطبان
- **تغییر رویکرد مطبوعات در جهت هوشمندشدن مخاطب**