

با نمایندگان مردم در مجلس نهم
۳۱. آشنایی با دستگاه‌ها، چالش‌ها و قوانین
حوزه رسانه

به نام خدا

فهرست مطالب

۱	پیشگفتار.....
۲	چکیده.....
۲	مقدمه.....
۳	بخش اول - مهمترین دستگاه‌های حوزه رسانه.....
۱۰	بخش دوم - مهمترین چالش‌های حوزه رسانه.....
۱۴	بخش سوم - مهمترین قوانین حوزه رسانه.....
۲۲	منابع و مآخذ.....



با نمایندگان مردم در مجلس نهم ۳۱. آشنایی با دستگاه‌ها، چالش‌ها و قوانین حوزه رسانه

پیشگفتار

جایگاه مجلس شورای اسلامی در مقام «خانه ملت» که «عصاره فضایل مردم» است و در جایگاه مرجع انحصاری قانونگذاری در کشور که صلاحیت نظارت بر امور کشور را هم دارد به قدری والا است که معمار کبیر انقلاب اسلامی خمینی روح‌الله این جایگاه را در رأس امور دانست.

وظیفه نمایندگی و وظیفه الهی در مقام نمایندگی مردم در نظام اسلامی است و نمایندگان محترم مجلس ضروری است که با علم و عمل به این تکلیف عمل نموده و پاسدار حقوق مردم شریف بوده و در تحقق اهداف انقلاب اسلامی تلاش نمایند.

مهمترین وظیفه مجلس شورای اسلامی و نمایندگان محترم مجلس، قانونگذاری و نظارت بر حسن اجرای قوانین مصوب است. بدیهی است برای کارآمدی و اثربخشی هرچه بیشتر فعالیت‌هایی که در بازه زمانی چهارساله دوره نهم مجلس در این دو عرصه انجام می‌گیرد لازم است تا نمایندگان محترم توجه خود را معطوف به موضوعات و مسائلی نمایند که تأثیر قانونگذاری آنها در نظام اجرایی کشور بادوام و فراگیر بوده و تضمین‌کننده توأمان توسعه و عدالت باشد.

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در راستای ارائه خدمت به نمایندگان محترم مبادرت به تهیه یک بسته اطلاع‌رسانی در موضوعات مختلف نموده است تا اطلاعات لازم و مورد نیاز اولیه را جهت نمایندگان برگزیده مردم در دوره نهم مجلس تأمین نماید و چنانچه نمایندگان برگزیده در موضوعاتی اطلاعات کمتری را داشته باشند با استفاده از این مجموعه امکان افزایش سطح دانش آنان در این موارد فراهم شود. موضوعاتی که در این سلسله گزارشات انتخاب شده‌اند در موضوعات مختلف حقوقی، سیاسی، اقتصادی، برنامه و بودجه، اجتماعی، زیربنایی، انرژی و صنعت و معدن با همین رویکرد برگزیده و اولویت‌گذاری شده‌اند.

امید است آنچه انتشار یافته و در اختیار قرار گرفته قابل استفاده و مفید باشد و اطلاعات اولیه لازم مورد نیاز را برای نمایندگان محترم مجلس شورای اسلامی فراهم نماید. همچنین امید است دوره نهم مجلس شورای اسلامی با همکاری تمام نهادهای مؤثر در سیاستگذاری و همت نمایندگان

شاهد دوره‌ای پربار و کارآمد از نظام قانونگذاری باشیم که مرضی حضرت حق جل و علا و حضرت بقیه‌الله قرار گیرد.

چکیده

نظر به ضرورت اطلاع و آگاهی از نهادها، مقررات و مسائل و چالش‌های رسانه برای تصمیم‌گیری‌های کلان این حوزه، نوشتار حاضر در سه بخش به موضوع مهمترین دستگاه‌ها، چالش‌ها و قوانین حوزه رسانه پرداخته است. در بخش نخست که به مهمترین دستگاه‌های حوزه رسانه اختصاص دارد، صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی، دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران، شورای عالی انقلاب فرهنگی، شورای عالی اطلاع‌رسانی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، و شورای نظارت بر صداوسیما به‌عنوان مهمترین دستگاه‌های اصلی حوزه رسانه از سه منظر اجرایی، سیاستگذاری و آموزش و پژوهش آمده و ذیل هر یک به تناسب، دستگاه‌های فرعی درج شده است. در بخش دوم صرفنظر از چالش‌های درون‌دستگاهی، چالش‌های عمومی رسانه‌ها احصا شده است. در بخش سوم نیز به‌طور کلی رسانه‌ها به چهار زیربخش:

- مطبوعات و نشریات،

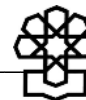
- رادیو و تلویزیون،

- ماهواره‌ها،

- رسانه‌های دیجیتال، دسته‌بندی شده و مهمترین مقررات و مصوبات مربوط به هر یک، که از طریق مراجع رسمی قانونگذاری صادر شده در جداول جداگانه آمده است.

مقدمه

ناگفته پیداست لازمه هرگونه سیاستگذاری و به‌دنبال آن قانونگذاری و نظارت در یک حوزه مطالعاتی، آشنایی و اطلاع از قواعد و مقررات، دستگاه‌های مؤثر و مسائل و چالش‌های آن حوزه است. این امر موجب می‌شود تا با داشتن چشم‌اندازی روشن بتوان برای تحولات پیش‌رو تصمیمات مناسب اتخاذ کرد. در راستای تحقق بخشیدن به این مهم نوشتار حاضر در سه بخش به‌منظور اطلاع و آگاهی اجمالی نمایندگان دوره نهم مجلس شورای اسلامی از مهمترین دستگاه‌ها، چالش‌ها، قوانین و مقررات حوزه رسانه تهیه شده است.



بخش اول - مهمترین دستگاه‌های حوزه رسانه

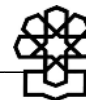
جدول ۱. صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

ردیف کلی	عنوان دستگاه	رئیس فعلی	حیطه فعالیت	توضیحات
۱	صداوسیما جمهوری اسلامی ایران*	عزت‌الله ضرغامی	اجرایی	معاونت سیما - دارایی شامل شبکه‌های یک، دو، سه، چهار، قرآن، خبر و آموزش و شبکه‌های استانی: تهران و مراکز استان‌ها و مراکز برنامه‌سازی، مرکز مستندسازی، مرکز فرهنگی و هنری صبا و مرکز سیما فیلم و شبکه‌های برون‌مرزی: جام‌جم، العالم، سحر، الکوثر و پرس تی وی
				معاونت صدا - صوفی شامل شبکه‌های ایران، فرهنگ، جوان، قرآن، معارف، ورزش، سلامت، گفتگو، تجارت، پیام، اقتصاد، آوا، شبکه‌های استانی، شبکه‌های برون‌مرزی، معاونت برون‌مرزی، صدای آشنا
				معاونت توسعه و فناوری رسانه - دکتر علی عسکری این معاونت در سال ۱۳۸۴ با ادغام دو حوزه بهره‌برداری و نگهداری از تجهیزات، ساختمان‌ها و تأسیسات، ایجاد زمینه خوداتکایی در تأمین و به‌کارگیری فناوری پیشرفته رسانه‌ای در راستای پوشش رادیویی و تلویزیونی داخل و خارج کشور و همچنین پخش و انتقال برنامه‌ها و ایجاد زمینه رشد و توسعه فناوری اطلاعات در سازمان تشکیل شده است
			مؤسسات و شرکت‌های وابسته به سازمان: تکتا، سیما چوب، صوتی و تصویری سروش، انتشارات سروش، مؤسسه جام جم فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی در صداوسیما توسط مراکز و دوایر مختلفی صورت می‌گیرد که عبارتند از: مرکز تحقیقات صداوسیما، دانشکده صداوسیما، واحد آموزش صدا، واحد آموزش و پژوهش معاونت سیاسی، واحد آموزش معاونت توسعه و فناوری رسانه، اداره کل پژوهش و آموزش سیما، معاونت پژوهشی دانشکده صداوسیما، اداره کل آموزش سازمان صداوسیما، واحد آموزش و پژوهش معاونت برون‌مرزی و مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما	
			پژوهشی - آموزشی	

* سازمانی رسانه‌ای است که تنها متولی قانونی پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در جمهوری اسلامی ایران است. براساس اصل یکصد و هفتاد و پنجم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مقام رهبری رئیس صداوسیما را انتخاب می‌کند. این سازمان که پیش از انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ سازمان رادیو و تلویزیون ملی ایران نامیده می‌شد، آن زمان هم به شکل دولتی اداره می‌شد.

جدول ۲. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

ردیف کلی	عنوان دستگاه	رئیس فعلی	حیطه فعالیت	توضیحات
۲	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی*	سیدمحمد حسینی	سیاستگذاری و اجرایی	<p>معاونت سینمایی و امور سمعی و بصری - شمشادری</p> <p>مطابق بند «۲۹» ماده (۲) قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ تنظیم سیاست‌های کلی فرهنگی، هنری، سینمایی کشور از وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است که در حوزه معاونت سینمایی در هر دوره این سیاست‌ها تدوین و ابلاغ می‌شود.</p> <p>حوزه‌های ستادی این معاونت به ترتیب زیر می‌باشند:</p> <ul style="list-style-type: none"> - دفتر توسعه فناوری سینمایی و سمعی و بصری - دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی فعالیت‌های سینمایی، سمعی و بصری - مدیریت مجامع و جشنواره‌های سینمایی، سمعی و بصری - دفتر امور همکاری‌های سمعی و بصری و نمایش خانگی - اداره کل ارزشیابی و نظارت سینمای حرفه‌ای
				<p>خبرگزاری جمهوری اسلامی - جوانفکر</p> <p>در سال ۱۳۵۴ خبرگزاری پارس تشکیل و در سال ۱۳۶۰ به خبرگزاری جمهوری اسلامی تغییر نام داد</p>
				<p>مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال - علیزاده</p> <p>به‌منظور انجام تکالیف و مسئولیت‌های قانونی خود به تصریح بندهای «۲» و «۲۲» ماده (۲) قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی</p>
				<p>معاونت مطبوعاتی - محمدزاده</p> <p>خبرگزاری‌های دولتی (ایبنا، ایرنا، ایسنا، مهر، فارس، ایکنا، ایلنا، شبستان، تقریب، ایونا، آریا، رسا، موج، میراث فرهنگی، مهر)</p> <p>۳۵۳ عنوان روزنامه در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، علمی، فرهنگی و...</p> <p>۱۰۲۴ عنوان هفته‌نامه در زمینه فرهنگی - اجتماعی ۱۷۸۸ عنوان ماهنامه در زمینه‌های مختلف در گستره استانی، محلی و ... اجتماعی، اقتصادی، علمی و...</p>



ردیف کلی	عنوان دستگاه	رئیس فعلی	حیطه فعالیت	توضیحات عنوان فرعی - مسئول
				مؤسسه رسانه‌های تصویری براساس دویست و نود و هشتمین جلسه مورخ ۲۲ دی‌ماه ۱۳۷۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی، تولید، تکثیر برنامه‌های ویدئویی رسانه‌های تصویری از سال ۱۳۷۲ کار خود را آغاز نمود این مؤسسه تا سال ۱۳۷۹ به‌عنوان تنها مرکز مجاز فعال در این عرصه به‌شمار می‌رفت
				دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها - انصاری دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها در سال ۱۳۶۸ زیر نظر معاونت امور مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بنیاد نهاده شد
				پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات - طالبیان به‌منظور پاسخگویی به نیازهای پژوهشی در زمینه مسائل فرهنگی، هنری و ارتباطات، براساس مجوز شماره ۲۲/۱۳۸۰ مورخ ۱۳۸۷/۲/۲۶ شورای گسترش آموزش عالی تأسیس شده است
			برنامه‌ریزی - اجرایی	بنیاد بازی‌های رایانه‌ای - مینایی اساسنامه این بنیاد در ۱۱ ماده و چهار تبصره در جلسه ۵۸۴ مورخ ۱۳۸۵/۳/۹ به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسید. این بنیاد برای برنامه‌ریزی و حمایت از فعالیت‌های مرتبط در تمامی زمینه‌های فرهنگی، هنری و فنی صنعت بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تأسیس گردیده است

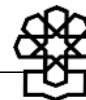
* مطابق بندهای ماده (۲) قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مصوب ۱۳۶۵/۱۲/۱۲ وظایف چندی از جمله موارد زیر در زمینه فعالیت‌های رسانه‌ای پیش‌بینی شده است: اجرای قوانین مرتبط به مطبوعات و نشریات، تعیین ضوابط و مقررات مربوط به توزیع و نشر انواع آگهی دولتی، صدور اجازه تأسیس، انحلال و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های تبلیغاتی، مؤسسات خبری، نمایندگی خبرگزاری‌های خارجی، گردآوری اخبار کشورهای جهان و توزیع آن بین رسانه‌های گروهی کشور و نیز انعکاس رویدادهای مختلف کشور و منطقه بین وسایل ارتباط جمعی کشورهای جهان، هدایت و حمایت از فعالیت مراکز و مؤسسات فیلم‌سازی و مراکز نمایش فیلم، تنظیم سیاست‌های کلی فرهنگی، هنری، سینمایی کشور و تحقیق درباره آثار وسایل ارتباط جمعی و سنجش میزان تأثیر آنها.

جدول ۳. سازمان تبلیغات اسلامی

ردیف کلی	عنوان دستگاه	رئیس فعلی	حیطه فعالیت	توضیحات عنوان فرعی - مسئول
۳	سازمان تبلیغات اسلامی*	حجت‌الاسلام والمسلمین سیدمهدی خاموشی	اجرایی	<p>خبرگزاری مهر (MNI) - پرویز اسماعیلی (مدیر مسئول)</p> <p>اولین خبرگزاری بین‌المللی ایران است که در بهمن‌ماه ۱۳۸۱ فعالیت آزمایشی خود را با دو خروجی به زبان‌های فارسی و انگلیسی آغاز کرد. خبرگزاری مهر ۱۴ سرویس خبری فعال در حوزه‌های فرهنگ و ادب، فرهنگ و هنر، دین و اندیشه، حوزه و دانشگاه، فناوری‌های نوین، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، بین‌الملل، ورزشی، انرژی هسته‌ای، دفاع مقدس و عکس و گرافیک دارد. این خبرگزاری پنج دفتر منطقه‌ای و ۳۰ نماینده استانی فعال در سراسر کشور دارد و بیش از ۳۰۰ خبرنگار و ادیتور در دفاتر آن مشغول به کار هستند. مهر به هفت زبان رسمی دنیا، انگلیسی، فارسی، عربی، اردو، آلمانی، ترکی و روسی اخبار منتشر می‌کند</p> <p>مؤسسه فرهنگی و اطلاع‌رسانی تبیان**</p> <p>فعالیت‌های مؤسسه به شرح زیر است:</p> <p>الف) پایگاه اطلاع‌رسانی (سایت تبیان): این پایگاه با آدرس http://www.tebyan.net/index.aspx از تاریخ اول تیرماه ۱۳۸۱ ایجاد و در بخش‌های مختلف فعالیت‌های خود را ارائه و گسترش می‌دهد</p> <p>ب) روابط عمومی</p> <p>ج) مدرسه اینترنتی</p> <p>د) حوزه علمیه تبیان</p> <p>هـ) کتابخانه متنی تبیان</p>

* سازمان تبلیغات اسلامی نهادی در جمهوری اسلامی ایران است که زیر نظر رهبری قرار دارد و ریاست آن را از سال ۱۳۸۰ به این‌سو سیدمهدی خاموشی برعهده دارد. در گذشته این سازمان توسط احمد جنتی، محمود محمدی‌عراقی و قبل از آن توسط شورایی متشکل از: حقانی، شیرازی، جنتی، مهدوی‌کنی و امامی کاشانی اداره می‌شده است. نهادهای مهم شرکت انتشارات و مطبوعات سوره مهر، تهران تایمز، مؤسسه انتشارات امیرکبیر و سازمان توسعه سینمایی سوره از دیگر نهادهای فرعی وابسته سازمان تبلیغات محسوب می‌شوند.

** مؤسسه تبیان: در سال ۱۳۸۰ و متعاقب انتصاب رئیس جدید سازمان تبلیغات اسلامی، حجت‌الاسلام والمسلمین دکتر سیدمهدی خاموشی بر مبنای رهنمودهای مقام معظم رهبری رویکرد جدیدی در زمینه استفاده از فناوری روز جهت اجرای وظایف و دستیابی به اهداف سازمان تبلیغات اسلامی در این سازمان دنبال شد و با توجه به تأثیرات قابل توجهی که ارتقای روزافزون فناوری ارتباطات و اطلاعات (ICT) در دگرگونی مناسبات اجتماعی و توسعه دانش و فرهنگ در سال‌های اخیر ایفا نموده است، تصمیم بر آن شد که مؤسسه مستقل فرهنگی و اطلاع‌رسانی تبیان تأسیس گردد.



جدول ۴. دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم

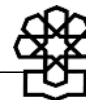
ردیف کلی	عنوان دستگاه	رئیس فعلی	حیطه فعالیت	توضیحات
۴	دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم*	حجت الاسلام دکتر واعظی	اجرایی	معاونت تبلیغی و فرهنگی ۶ نشریه (پیام زن، پاسدار اسلام، معارف اسلامی، سنجاقک، پوپک و سلام بچه‌ها) را منتشر می‌کند همچنین شبکه اطلاع‌رسانی اجتهاد به آدرس: ir. ijzihad وابسته به دفتر تبلیغات اسلامی خراسان رضوی پایگاه اطلاع‌رسانی رسالات به آدرس: resalaat.ir متعلق به معاونت فرهنگی - تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی خراسان رضوی و پرتال نشریات دفتر به آدرس daftarmags.ir به انجام فعالیت اجرایی در فضای مجازی اقدام می‌کنند.
			آموزشی - پژوهشی	معاونت آموزشی این دفتر پنج عنوان نشریه (علوم سیاسی، تاریخ اسلام، آیین حکمت، فرهنگ پژوهش و ظهور) را منتشر می‌نماید. معاونت پژوهشی نیز هشت عنوان نشریه تخصصی (فقه، نقد و نظر، حوزه آئینه پژوهش، پگاه حوزه، اخلاق، پژوهش‌های قرآنی و پژوهشنامه جامعه) را منتشر می‌کند. دانشگاه باقرالعلوم نیز با سه دانشکده مستقل، چهار مرکز تخصصی فعالیت می‌کند.

* دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم نهادی فرهنگی در حوزه علمیه قم است که ابتدا با نام «دایره تبلیغات امام» و سپس «دفتر تبلیغات امام» شروع به کار کرد و سرانجام به «دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم» تغییر نام داد. فعالیت‌های دفتر تبلیغات اسلامی در قالب چهار معاونت (آموزش، پژوهش، فرهنگ و تبلیغ، منابع انسانی و پشتیبانی)، چندین دفتر و ادارات کل (دفتر ریاست، اداره کل امور حقوقی و مجلس، اداره کل روابط عمومی و امور بین‌الملل، دفتر نظارت و بررسی، دفتر برنامه‌ریزی و توسعه فناوری اطلاعات)، شورای مطبوعات و مراکز وابسته (دانشگاه باقرالعلوم (ع)، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، مؤسسه بوستان کتاب، صندوق قرض‌الحسنه، مؤسسه دهکده محققین) و شعبه‌های خراسان، اصفهان، تهران و ایرانشهر می‌باشد

جدول ۵. سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران

ردیف کلی	عنوان دستگاه	رئیس فعلی	حیطه فعالیت	توضیحات
۵	سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران*	امیر خوراکیان	اجرایی	<ul style="list-style-type: none"> - وجود بیش از ۲۲ فرهنگسرا در تهران - تعداد ۴ پردیس سینمایی در تهران - تعداد ۷۸ کتابخانه در سطح شهر تهران - سایت شهر وابسته به سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران است - تعداد ۶۹ خانه‌های فرهنگ در سطح شهر تهران - تعداد ۲۱ نگارخانه در سطح شهر تهران
			آموزشی - پژوهشی	مؤسسه آموزش شهر
				به ریاست دکتر محمدخانی

* سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران یکی از سازمان‌های وابسته به شهرداری تهران است که مدیریت فرهنگسراها، خانه‌های فرهنگ، کتابخانه‌ها و دیگر مراکز فرهنگی و هنری وابسته به شهرداری را برعهده دارد. با ساخت فرهنگسراها و مراکز فرهنگی دیگر در دهه ۱۳۷۰، بین شهرداری و دیگر نهادهای فرهنگی مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بر سر مدیریت این مراکز اختلاف افتاد که گسترش دامنه این اختلافات، موجب دخالت رهبری در این مسئله شد. تا آن زمان، معاونت اجتماعی شهرداری، بهره‌برداری و مدیریت این مراکز را برعهده داشت، اما سرانجام، در سال ۱۳۷۵ پایه‌های تشکیل سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران نهاده شد که زیر نظر هیئت امنایی متشکل از نهادهای فرهنگی گوناگون مانند صداوسیما و سازمان تبلیغات اسلامی کار می‌کند.



جدول ۶. سایر دستگاه‌های حوزه رسانه

ردیف کلی	عنوان دستگاه	رئیس فعلی	حیطه فعالیت	توضیحات
۶	شورای عالی انقلاب فرهنگی	مخبر دزفولی	سیاستگذاری	این نهاد پس از انقلاب اسلامی با فرمان امام خمینی(ره) تشکیل شد
۷	شورای عالی اطلاع‌رسانی	حجت‌الاسلام والمسلمین شهریاری	سیاستگذاری	شورای عالی اطلاع‌رسانی به منظور سیاستگذاری در امر اطلاع‌رسانی و هدایت شبکه‌ها و مراکز اطلاعاتی و هماهنگی فعالیت آنها و همچنین تدوین برنامه‌های میان‌مدت و بلندمدت در زمینه تحقیقات بنیادی، توسعه‌ای و کاربردی اطلاع‌رسانی در قالب نظام اطلاع‌رسانی جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۷۷ تصویب و تشکیل شده است
۸	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی	دکتر محمدباقر خرمشاد	سیاستگذاری - اجرایی	مطابق مفاد مندرج در اساسنامه سازمان سیاستگذاری و هماهنگی کلیه فعالیت‌های فرهنگی - تبلیغی در خارج از کشور همچنین ایجاد زمینه و هماهنگی به منظور مبادلات خبری، مطبوعاتی سازمان‌های فرهنگی منطقه‌ای و بین‌المللی با همکاری دستگاه‌های اجرایی ذیربط از وظایف سازمان است
۹	شورای نظارت بر صداوسیما	دکتر مظفر	نظارتی	مطابق اصلاحیه اصل یکصد و هفتاد و پنجم قانون اساسی در سال ۱۳۶۸ شورایی مرکب از نمایندگان رئیس‌جمهور و رئیس قوه قضائیه و مجلس شورای اسلامی (هرکدام دو نفر) نظارت بر سازمان صداوسیما را خواهند داشت

بخش دوم - مهمترین چالش‌های حوزه رسانه

وقتی سخن از چالش به میان می‌آید نگاه‌ها به سمت اصطکاک‌هایی که در حال و آینده پدید خواهد آمد معطوف می‌شود. ذات چالش معطوف به آینده است و چنانچه واقع شود آسیب یا بحران خواهد بود.

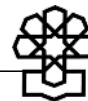
به چند شکل می‌توان چالش‌های رسانه را مورد بررسی قرار داد: **براساس اقسام رسانه‌ها** (تلویزیون، رادیو، مطبوعات، دیجیتال و...) برای این اساس برای هر رسانه در یک ماتریس سه مأموریت آموزشی، اطلاع‌رسانی و سرگرمی ترسیم شده هر رسانه در این طیف جایابی می‌شود هنگامی که یک رسانه رقیب وارد معرکه رسانه‌ها می‌شود، مأموریت‌های رسانه سنتی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و رسانه سنتی را با چالش مواجه می‌کند مگر اینکه رسانه سنتی خود را در این فضای جدید بازتعریف کند به‌عنوان مثال مأموریت روزنامه‌ها میان آموزش و اطلاع‌رسانی است با ورود لوح‌های فشرده چندرسانه‌ای آموزشی و پایگاه‌های اطلاع‌رسانی این دو مأموریت تحت تأثیر قرار گرفته و روزنامه با چالش مواجه خواهد شد. **براساس ابعاد اجتماعی رسانه و براساس جامعه مخاطب رسانه** نیز می‌توان چالش‌های رسانه را ترسیم کرد:

در این نوشتار فهرستی از چالش‌های عمومی صرفنظر از تقسیمات فوق ارائه شده است:

۱. **چالش در حوزه مالکیت رسانه:** در حوزه مالکیت هنوز در کشور یک جمع‌بندی که چه‌الگویی کارآمد است وجود ندارد. در حال حاضر در موضوع روزنامه مالکیت خصوصی، در موضوع صداوسیما مالکیت دولتی و در رسانه‌های دیجیتال موضوع بدون تعیین حق مالکیت است.^۱
۲. **چالش ریزش مخاطب:** در اقسام مختلف رسانه‌ها از جمله سینمای ملی، کتاب، مطبوعات، تلویزیون ملی و... ریزش مخاطب و جذب آنها به رسانه‌های رقیب وجود دارد که در مورد هر یک با تعبیر مختلف این موضوع بیان می‌شود در مورد کتاب «کاهش میزان مطالعه» در مورد برنامه‌های تلویزیونی «برنامه‌های هیچ مخاطب» در مورد سینما «از دست دادن گیشه» و... شدید شدن فضای رقابت و وجود رسانه‌های رقیب در همه این حوزه‌ها رسانه‌های داخلی را به چالش کشیده است. این رقبا عبارتند از:

- کتاب‌های الکترونیک که بدون مجوز نشر و آزادانه منتشر می‌شود در مقابل نشر کاغذی که باید با مجوز و به دشواری صورت گیرد.

۱. در این خصوص تلاش برای ثبت سایت‌ها و وبلاگ‌ها بی‌اثر شده زیرا ثبت آنها معنای نظارتی پیدا کرده است و نه معنای حمایتی در این صورت باید هر سایتی ابتدا به‌عنوان شرکت ثبت شود و بعد به‌عنوان سایت ثبت شود تا امکان حمایت حقوقی وجود داشته باشد. این موضوع حتی در خصوص سایت‌هایی که مبادلات تجاری دارند و در حوزه تجارت الکترونیک فعال هستند و فروش کالا و خدمات انجام می‌دهند نیز وجود دارد.



- لوح‌های فشرده، بسیار متنوع و ارزان محصولات سینمای جهان با زیرنویس فارسی در مقابل سینمای داخلی که نسبتاً گران‌تر و با کیفیت فنی و محتوایی پایین‌تر ارائه می‌شود.

- تلویزیون ماهواره‌ای در رقابت با تلویزیون ملی.

- امکانات رسانه‌های دیجیتال داخل کشور در مقابل فیلترشکن‌ها و vpn.^۱

۳. نابسامانی در رژیم مصرف رسانه‌ای در کشور: تغییر ذائقه مخاطبان از توجه به آثار باکیفیت و اصیل به آثار مبتذل و سهل هم در موسیقی و هم در سینما و گرایش به آثار رسانه‌ای بازاری و به تعبیری فست‌فودهای رسانه‌ای که در سرجمع آن موجب می‌شود رسانه‌ای دیداری - شنیداری بیش از رسانه‌هایی که نیاز به مطالعه دارند مورد توجه قرار گیرند و در این میان نیز کالاهای رسانه‌ای عمیق مورد توجه و علاقه کمتری قرار خواهند گرفت. گرایش به این موضوع درست شبیه گرایش به فست‌فودها موجب کاهش مشارکت در تولید مفید رسانه‌ای در مقابل افزایش مصرف رسانه‌ای شود.

۴. تغییر فرهنگ سازمانی حوزه رسانه به سمت کمی شدن و غیرخلاق شدن: کاهش میزان ورود نیروی متعهد و خلاق به عرصه پیام‌آفرینی رسانه‌ای موجب شده در تولیدات رسانه‌ای کمیّت بر کیفیت و صنعتی شدن به معنی تولید انبوه بر تولیدات خلاق غلبه یافته و این موضوع تبدیل به فرهنگ سازمانی حوزه رسانه شده است.^۲

۵. نبود تعریف و دسته‌بندی قانونی فراگیر و روزآمد از مفهوم رسانه‌ها و مطبوعات: توضیح بیشتر اینکه در اولین قانون مطبوعات کشور، کتاب، نشریات ادواری و اعلان‌ها و برچسب‌های چاپی در زمره مطبوعات دانسته شده‌اند. بعدها در عناوین و وظایف دستگاه‌های اجرایی و واحدهای سازمانی آنها، رسانه‌های ادواری، رسانه‌های مکتوب، رسانه‌های تصویری، رسانه‌های دیجیتال، رسانه‌های محیطی و... نیز اشکالی از رسانه دانسته شده‌اند و امروز در نتیجه نبود قانون جامع اصولاً روشن نیست که مطبوعات و رسانه‌ها شامل تمام یا کدامیک از اشکال فوق‌الذکر است و مهم‌تر از آن دلیل شمول یا عدم شمول وصف رسانه بر آنها چیست. در چنین حالتی وجه ممیزه رسانه‌ها از سایر ابزارهای ارتباطی روشن نیست و اعمال نظارت و برخورداری یا عدم برخورداری اصحاب ابزارهای مزبور از سازوکارهای مربوط به رسانه به‌درستی انجام نمی‌شود.

۶. پدید آمدن اشکال جدید متنوع و فراگیر رسانه که هیچ قانونی برای آنها وضع نشده و اساساً سازوکارهای پیش‌بینی شده در قوانین فعلی نسبت به آنها قابل اعمال نیست: امروز اشکال جدید و فراگیر رسانه از قبیل رسانه‌های برخط اینترنتی (وبسایت‌ها)، رسانه‌های کاربرمحور (از قبیل

1. Virtual Private Network

۲. چهار چالش فوق از خلال گفتگو با دکتر آشنا استخراج شده است.

وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی) و رسانه‌های مبتنی بر سامانه‌های مخابراتی (از قبیل پیامک و پیام رسانه‌ای) که به‌استثنای نشریات الکترونیک اصولاً هیچ قانونی برای آنها وضع نگردیده است، بخش عمده اثرگذاری فضای رسانه‌ای کشور را تشکیل می‌دهند. با عنایت به تعدد رسانه‌های مزبور (فقط قریب به سه میلیون وبسایت فارسی) و نیز قابلیت انتشار محتوا توسط عموم (وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی)، سرعت فوق‌العاده انتشار (میلیون‌ها مشاهده ظرف چند ثانیه) و... امکان نظارت بر آنها از طریق روش‌هایی از قبیل بررسی و اخذ پروانه از هیئت نظارت بر مطبوعات یا ارسال نسخه چاپ شده برای بررسی محتوا ابدأ میسر نیست و باید روش‌ها و سازوکارهای جدید و مناسب برای نظارت بر آنها در قانون پیش‌بینی شود.

۷. خلاصه‌های قانونی

۷-۱. نظام حقوقی چندگانه برای اشکال مختلف رسانه از قبیل مطبوعات، خبرگزاری‌ها، تبلیغات، پایگاه‌های اطلاع‌رسانی اینترنتی و... (که امروز تفکیک آنها از یکدیگر دشوار و در برخی موارد غیرممکن است) و موجب سردرگمی اصحاب رسانه و مجریان قانون و سوءاستفاده فرصت‌طلبان می‌گردد.

۷-۲. نبود احکام صریح و واضح برای تعیین ممنوعیت‌ها و خط قرمزهای محتوایی رسانه‌ای و سازوکار تشخیص مصادیق آنها و مواد گنگ و مبهم و قابل تفسیر و برداشت‌های متعدد و متفاوت در این خصوص به‌ویژه تعدد و تفاوت موارد مذکور در مورد اشکال مختلف رسانه، مانند حق پاسخگویی، حقوق حریم خصوصی و حق شهرت.

۷-۳. عدم تفکیک فعالیت‌های تهیه محتوا (خبرگزاری، تحریریه و...) از انتشار محتوا و همچنین از خدمات مرتبط (تفکیک خبرگزاری از تحریریه، توجه به رسانه‌های کاربرمحور یا شبکه اجتماعی و نگاه به فعالیت‌های عمومی رسانه‌ای) و اختیارات و مسئولیت‌های هر یک.

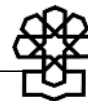
۷-۴. ابهام در شخصیت حقوقی رسانه‌ها و مسئولیت هر یک از ارکان آن به‌عنوان مثال اختیارات رسانه در ید سردبیر و مسئولیت آن به‌عنوان پیش‌مرگ برعهده مدیرمسئول و تکلیف اختیارات مالی و اجرایی و تعهد و قرارداد از طرف رسانه مبهم و نامعلوم است.

۷-۵. نبود قوانین کارآمد و روزآمد درخصوص حقوق و تکالیف ابزارها و مراکز انتشار و عرضه رسانه (چاپخانه‌ها، مراکز تکثیر، شبکه‌های داده، فروشگاه‌ها و...) و سازوکار ارتباط ابزارها و مراکز مزبور با رسانه‌ها.

۷-۶. نبود قوانین و مقررات درخصوص حقوق و تکالیف رسانه‌نگاران.

۷-۷. نبود قوانین و مقررات درخصوص حقوق تهیه‌کننده محتوا و رسانه نسبت به یکدیگر.

۷-۸. ابهام در حقوق و رژیم مسئولیت‌های رسانه‌های دولتی به‌ویژه خبرگزاری جمهوری اسلامی و شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران به بیان ساده‌تر مشخص



نیست که آیا در همه موارد رئیس سازمان مربوطه به نهاد های نظارتی و قضایی پاسخگو خواهد بود یا مدیر شبکه و یا شخص حقیقی یا حقوقی دیگری مسئولیت محتویات و مندرجات را می پذیرد.

۷-۹. گسترش رسانه های کاربرمحور و تعاملی افزایش افرادی را که به صورت غیرحرفه ای و آماتور در فضای رسانه ای فعالیت می کنند را به دنبال خواهد داشت و هر چه مقررات مربوط به صدور مجوز فعالیت حرفه ای سختگیرانه تر شود میزان فعالیت های غیرحرفه ای افزایش خواهد یافت در این فعالیت ها نه هویت شخص روشن است و نه اغراض او لذا قابل نظارت و کنترل نخواهد بود.

۷-۱۰. در صورتی که پخش دیداری و شنیداری را به پخش همگانی بدون انقطاع (مانند برنامه های رادیو تلویزیونی) و همگانی با نیاز به اشتراک بستر (استفاده از شبکه اینترنت یا اینترنت) و همگانی با نیاز به اشتراک محتوا و بستر تقسیم کنیم چه نهادی مسئول نظارت و کنترل این حوزه فعالیت های رسانه ای خواهد بود.

۸. **عدم روزآمد بودن نظام آموزش رسانه ای:** در مورد آموزش حوزه رسانه این چالش وجود دارد که متون آن به روز نشده است. آموزش روزنامه نگاری به خبرنگاری و چگونگی تیتراژ خلاصه می شود در حالی که نیازهای به روزتری هم وجود دارد که در دستور کار دانشگاه قرار نگرفته است. خلاصه آموزش ابعاد مختلف بازی های رایانه ای به عنوان یک ابزار تأثیرگذار از این جمله است.

۹. **عدم توجه جدی به مقوله «سواد رسانه ای»^۱** در نظام آموزش و پرورش رسمی کشور.

۱۰. ناکارآمدی نظام حمایت از رسانه ها

۱۰-۱. یارانه مطبوعات و چگونگی اختصاص آن به طوری که از یک سو زمینه سوءاستفاده فراهم نشود و از سوی دیگر به طرز صحیح و هدفمند بهره برداری شود.

۱۰-۲. درج آگهی های دولتی در مطبوعات و نحوه توزیع آن در میان نشریات مختلف به طوری که هم به لحاظ اقتصادی و هم از منظر سهولت دسترسی و اجرا توازن برقرار شود به شکل سازمان یافته نیست.

۱۰-۳. مسئله معافیت مالیاتی فعالیت های مطبوعاتی و چرایی و چگونگی اجرای آن نیز یکی دیگر از مسائل این حوزه است.

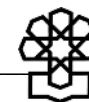
۱۱. **فقدان نهادهای قانونی کارآمد صنفی برای ساماندهی رسانه ها** از قبیل آنچه در بخش های اقتصادی در قالب «اتاق های بازرگانی و صنایع و معادن» و یا «نظام صنفی» بدین منظور ایجاد شده است، به طوری که این امر موجب تشدید تقابل حاکمیت و رسانه ها و در نتیجه عدم ایفای نقش سازوکارهای مزبور برای نهادهای صنفی خواهد شد.

بخش سوم - مهمترین قوانین حوزه رسانه

۳-۱. قوانین حوزه مطبوعات و نشریات

جدول ۷. قوانین حوزه مطبوعات و نشریات

ردیف	عنوان مصوبه	مرجع تصویب	تاریخ تصویب	توضیحات
۱	اصل بیست و چهارم قانون اساسی	خبرگان قانون اساسی	۱۳۵۸/۸/۲۰	نشریات و مطبوعات در بیان مطالب آزادند، مگر آنکه محل به مبانی اسلام یا حقوق عمومی باشند. تفصیل آن را قانون معین می‌کند
۲	قانون مطبوعات	مجلس شورای اسلامی	۱۳۶۴/۱۲/۲۸	این قانون با ۳۶ ماده و ۲۳ تبصره دارای ۶ فصل به شرح: تعریف مطبوعات، رسالت مطبوعات، حقوق مطبوعات، حدود مطبوعات، شرایط متقاضی و مراحل صدور پروانه و جرائم است. عدم توجه کافی به حقوق روزنامه‌نگاران و سکوت کامل درباره هیئت منصفه از بارزترین کمبودهای آن است
۳	طرح اصلاح قانون مطبوعات	مجلس شورای اسلامی	۱۳۷۹/۱/۳۰	افزون بر ۶ فصل پیشین، دو فصل دیگر نیز بر آن اضافه شد: فصل هفتم - هیئت منصفه مطبوعات فصل هشتم - موارد متفرقه
۴	سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در حوزه مطبوعات	شورای عالی انقلاب فرهنگی	۱۳۸۰	این سیاست‌ها در یک مقدمه و ۱۲ بند در جلسات ۴۷۸ و ۴۸۰ مورخ ۱۳۸۰/۲/۱۸ و ۱۳۸۰/۴/۱۲ شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رسیده است. لازم به ذکر است به شرح نظریه مورخ ۱۳۸۱/۳/۲۱ شورای محترم نگهبان مفاد بندهای «۲-۵»، «۳-۵» و «۵-۵» از شق (و) این مصوبه مستنداً به اصل یکصد و هفتادم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و قسمت اول ماده (۲۵) قانون دیوان عدالت اداری توسط هیئت عمومی دیوان عدالت اداری ابطال شده است.
۵	ماده واحده قانون اصلاح ماده (۱) قانون مطبوعات	مجلس شورای اسلامی	۱۳۸۸/۹/۸	ماده واحده - ماده (۱) قانون مطبوعات مصوب ۱۳۶۴ و اصلاحات بعدی آن و یک تبصره به عنوان تبصره «۴» به آن الحاق می‌گردد

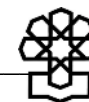


۳-۲. قوانین رادیو - تلویزیون

جدول ۸. قوانین رادیو - تلویزیون

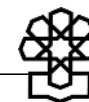
ردیف	عنوان مصوبه	مرجع تصویب	تاریخ تصویب	توضیحات
۱	تصویب اصول چهل و چهارم و یکصد و هفتاد و پنجم قانون اساسی در خصوص رادیو و تلویزیون	خبرگان قانون اساسی و همه پرسی	۱۳۵۸/۹/۱۲	اصل چهل و چهارم قانون اساسی - نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر پایه سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی با برنامه ریزی منظم و صحیح استوار است بخش دولتی شامل کلیه صنایع بزرگ، صنایع مادر، بازرگانی خارجی، معادن بزرگ، بانکداری، بیمه، تأمین نیرو، سدها و شبکه‌های بزرگ آبرسانی، رادیو و تلویزیون و... اصل یکصد و هفتاد و پنجم قانون اساسی - در صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، آزادی بیان و نشر افکار با رعایت موازین اسلامی و مصالح کشور باید تأمین گردد. نصب و عزل رئیس سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران با مقام رهبری است و شورایی مرکب از نمایندگان رئیس‌جمهور و رئیس قوه قضائیه و مجلس شورای اسلامی (هرکدام دو نفر) نظارت بر این سازمان خواهند داشت خطمشی و ترتیب اداره سازمان و نظارت بر آن را قانون معین می‌کند
۲	قانون اداره صداوسیما جمهوری اسلامی ایران	مجلس شورای اسلامی	۱۳۵۹/۱۰/۸	این قانون دارای ۹ ماده می‌باشد که ناظر به اصل یکصد و هفتاد و پنجم قانون اساسی است و در ارتباط با اعضا و وظایف شورای سرپرستی صداوسیما می‌باشد
۳	قانون خطمشی کلی و اصول برنامه‌های سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران	مجلس شورای اسلامی	۱۳۶۱/۴/۱۷	این قانون دارای ۶۵ ماده می‌باشد که در ۹ فصل تنظیم شده است و شامل فصول زیر می‌باشد: فصل اول - اصول کلی فصل دوم - مسائل خبری فصل سوم - مسائل عقیدتی فصل چهارم - برنامه‌های فرهنگی نظر به تغییرات بنیادین در ساختار سازمان صداوسیما براساس اصل یکصد و هفتاد و پنجم قانون اساسی اصلاحی در سال ۱۳۶۸ و با توجه به اینکه تمامی قوانین مربوط به این سازمان قبل از سال ۱۳۶۸ به تصویب رسیده ضروری است قوانین متناسب با اصل مذکور به تصویب مجلس شورای اسلامی برسد

ردیف	عنوان مصوبه	مرجع تصویب	تاریخ تصویب	توضیحات
				فصل ششم - برنامه‌های سیاسی فصل پنجم - برنامه‌های اجتماعی فصل هفتم - خطوط کلی در زمینه‌های اقتصادی فصل هشتم - امور اداری فصل نهم - امور نظامی
۴	اساسنامه سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران	مجلس شورای اسلامی	۱۳۶۲/۷/۲۷	این اساسنامه در تاریخ ۱۳۶۲/۷/۲۷ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. این اساسنامه دارای ۳۰ ماده می‌باشد که در ۶ فصل تنظیم شده است. فصل اول - کلیات فصل دوم - هدف‌ها و وظایف و اختیارات فصل سوم - ارکان سازمان فصل چهارم - تشکیلات فصل پنجم - مأمور مالی فصل ششم - مقررات مختلف
۵	بازنگری در اصل یکصد و هفتاد و پنجم قانون اساسی	خبرگان بازنگری قانون اساسی و همه‌پرسی	۱۳۶۸/۵/۶	در صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، آزادی بیان و نشر افکار با رعایت موازین اسلامی و مصالح کشور باید تأمین گردد. نصب و عزل رئیس سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران با مقام رهبری است و شورایی مرکب از نمایندگان رئیس‌جمهور و رئیس قوه قضائیه و مجلس شورای اسلامی (هرکدام دو نفر) نظارت بر این سازمان خواهند داشت. خط‌مشی و ترتیب اداره سازمان و نظارت بر آن را قانون معین می‌کند
۶	نحوه اجرای اصل یکصد و هفتاد و پنجم قانون	مجمع تشخیص مصلحت نظام	۱۳۷۰/۷/۱۱	موضوع نحوه اجرای اصل یکصد و هفتاد و پنجم قانون اساسی در بخش نظارت که در تاریخ اول مهرماه ۱۳۶۹ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده و مورد اختلاف مجلس و شورای نگهبان قرار گرفته،



ردیف	عنوان مصوبه	مرجع تصویب	تاریخ تصویب	توضیحات
	اساسی در بخش نظارت			<p>در اجرای اصل یکصد و دوازدهم قانون اساسی، در جلسه روز پنجشنبه مورخ ۱۱ مهرماه ۱۳۷۰، به تصویب نهایی مجمع تشخیص مصلحت نظام رسیده است این قانون در چهار ماده تنظیم شده و ماده (۳) آن در هفت بند وظایف شورای نظارت را به شرح زیر تشریح کرده است:</p> <p>۱. نظارت بر حسن انجام کلیه امور سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و تذکرات لازم در مورد تخلفات و انحرافات جهت اصلاح امور مذکور،</p> <p>۲. نظارت بر سیاست‌های اجرایی که در نظر است در سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران به مرحله اجرا دربیاید و اعلام نظر اصلاحی شورا به رئیس سازمان</p> <p>۳. نظارت بر حسن اجرای قوانین مربوطه در سازمان صداوسیما</p> <p>۴. نظارت بر ایجاد و یا انحلال هر بخش، واحد شعبه، دفاتر و نمایندگی در سازمان</p> <p>۵. نظارت بر انعقاد قراردادهای خریدهای داخلی و خارجی سازمان</p> <p>۶. نظارت بر سایر اموری که سازمان طبق قانون برعهده دارد و انجام می‌دهد</p> <p>۷. گزارش منظم و مستمر از جریان امور در سازمان به مقام معظم رهبری و قوای سه‌گانه جمهوری اسلامی ایران</p> <p>تبصره - رئیس سازمان صداوسیما و معاونین وی و مدیران مراکز استان‌ها و شهرستان‌ها و دفاتر نمایندگی خارج از کشور موظف هستند در اجرای دقیق وظایف شورای نظارت، اطلاعات و اسناد و مدارک مورد درخواست شورای نظارت را در اختیارشان قرار دهند</p>
۷	نظر تفسیری شورای نگهبان در خصوص اصول یکصد و هفتاد و پنجم و چهل و چهارم قانون اساسی	شورای نگهبان	۱۳۷۹/۷/۱۰	<p>الف) نظریه تفسیری در خصوص اصل یکصد و هفتاد و پنجم قانون اساسی مطابق اصل یکصد و هفتاد و پنجم قانون اساسی در نظام جمهوری اسلامی ایران صداوسیما زیر نظر مستقیم مقام معظم رهبری می‌باشد بنابراین سیاستگذاری، هدایت و تدابیر لازم در همه ابعاد خصوصاً در راستای تحقق آزادی بیان و نشر افکار با رعایت موازین اسلامی و مصالح کشور در همه شئون و مراتب که در صدر اصل مذکور به آن اشاره شده است از اختیارات اختصاصی آن مقام می‌باشد</p>

ردیف	عنوان مصوبه	مرجع تصویب	تاریخ تصویب	توضیحات
				(ب) نظریه تفسیری در خصوص اصل چهل و چهارم قانون اساسی مطابق نص صریح اصل چهل و چهارم قانون اساسی در نظام جمهوری اسلامی ایران رادیو و تلویزیون دولتی است و تأسیس و راه‌اندازی شبکه‌های خصوصی رادیویی و تلویزیونی به هر نحو، مغایر این اصل می‌باشد بدین جهت انتشار و پخش برنامه‌های صوتی و تصویری از طریق سیستم‌های فنی قابل انتشار قرار گیرد (همانند ماهواره، فرستنده، فیبر نوری و...) برای مردم در قالب امواج رادیویی و کابلی غیر از سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران خلاف اصل مذکور است
۸	قانون اجرای سیاست‌های اصل چهل و چهارم	مجلس شورای اسلامی	۱۳۸۶/۱۱/۸	فصل دوم - قلمرو فعالیت‌های هر یک از بخش‌های دولتی، تعاونی و خصوصی ماده (۲) - فعالیت‌های اقتصادی در جمهوری اسلامی ایران شامل تولید، خرید و یا فروش کالاها و یا خدمات به سه گروه زیر تقسیم می‌شود: گروه ۱ - تمامی فعالیت‌های اقتصادی بجز موارد مذکور در گروه دو و سه این ماده. گروه ۲ - فعالیت‌های اقتصادی مذکور در صدر اصل چهل و چهارم قانون اساسی بجز موارد مذکور در گروه سه این ماده. گروه ۳ - فعالیت‌ها، مؤسسات و شرکت‌های مشمول این گروه عبارتند از: ... (۱۱) رادیو و تلویزیون،
۹	ماده واحده الحاق یک ماده و دو تبصره به اساسنامه سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران	مجمع تشخیص مصلحت نظام	۱۳۸۸/۳/۲۳	این مصوبه مشتمل بر حق پاسخگویی است که به‌عنوان ماده (۳۰) به اساسنامه صداوسیما اضافه خواهد شد



۳-۳. قوانین ماهواره‌ها

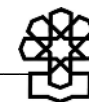
جدول ۹. قوانین ماهواره‌ها

ردیف	عنوان مصوبه	مرجع تصویب	تاریخ	توضیحات
۱	قانون ممنوعیت استفاده از تجهیزات ماهواره‌ای	مجلس شورای اسلامی	۱۳۷۳/۱۱/۲۳	این قانون مشتمل بر ۱۱ ماده و چهار تبصره در جلسه علنی مجلس به تصویب رسیده است و هیئت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۷۴/۱/۹ به استناد ماده (۱۱) این قانون آیین‌نامه اجرایی آن را در ۱۴ ماده و ۲ تبصره به تصویب رساند
۲	بند «ط» ماده (۱۰۴) قانون برنامه چهارم	مجلس شورای اسلامی	۱۳۸۳/۶/۱۱	ایجاد شرایط لازم توسط صداوسیما جمهوری اسلامی ایران برای دریافت برنامه‌های صوتی و تصویری از طریق شبکه‌های اطلاع‌رسانی کابلی و کانال‌های ماهواره‌ای براساس ضوابط سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران
۳	بند «ب» ماده (۱۰) قانون برنامه پنجم بند «ج» ماده (۱۰) قانون برنامه پنجم	مجلس شورای اسلامی	۱۳۸۹/۱۰/۱۵	- تقویت رسانه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی همسو و مقابله با رسانه‌های معارض خارجی - پیشنهاد، وضع و اجرای سیاست‌ها و مقررات مورد نیاز و ایجاد و تقویت سازوکارهای لازم برای ساماندهی، نظارت و پالایش محتوای دیداری، شنیداری و نوشتاری در فضای رسانه‌ای کشور اعم از رسانه‌های مکتوب، دیداری، شنیداری، رقومی(دیجیتال)، مجازی و شبکه‌های ارتباطی غیرمکالماتی، شبکه‌های داده و ماهواره‌ای و سامانه‌های مخابراتی به شورای عالی انقلاب فرهنگی

۳-۴. قوانین رسانه‌های دیجیتال

جدول ۱۰. قوانین رسانه دیجیتال

ردیف	عنوان مصوبه	مرجع تصویب	تاریخ	توضیحات
۱	ابلاغیه مقام معظم رهبری به شماره ۱/۱۰۳۳ با موضوع سیاست‌های کلی شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای	مقام معظم رهبری	۱۳۸۰	این ابلاغیه سند چشم‌انداز ملی ایران در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات محسوب شده که شامل فرامین هفت‌گانه است
۲	قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم‌افزارهای رایانه‌ای	مجلس شورای اسلامی	۱۳۷۹/۱۰/۴	این قانون در ۱۷ ماده تنظیم شده و مطابق ماده (۸) آن ثبت نرم‌افزارهای موضوع مواد (۱) و (۲) این قانون پس از صدور تأییدیه فنی توسط شورای عالی انفورماتیک حسب مورد توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و یا مرجع ثبت شرکت‌ها انجام می‌پذیرد. آیین‌نامه اجرایی مواد (۲) و (۱۷) این قانون به‌موجب تصویب‌نامه شماره ۲۶۰۸۹ت/۲۱۱۸۵ هـ مورخ ۱۳۸۳/۴/۲۳ به تصویب هیئت وزیران رسیده است
۳	مقررات و ضوابط شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای	شورای عالی انقلاب فرهنگی	۱۳۸۰/۸/۱۵	پیرو تصویب و ابلاغ سیاست‌های کلی شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای از سوی رهبر معظم انقلاب اسلامی (نامه‌های شماره ۱۰۳۳/۱ مورخ ۱۳۸۰/۳/۹ و شماره ۱۰۷۲/۱ مورخ ۱۳۸۰/۳/۱۳ دفتر مقام معظم رهبری)، شورای عالی انقلاب فرهنگی مقررات و ضوابط شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای را تصویب کرد: مقررات و ضوابط شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای با مد نظر قرار دادن نکات اساسی ذیل تنظیم شده است: ۱. حق دسترسی آزاد مردم به اطلاعات و دانش ۲. مسئولیت مدنی و حقوقی افراد در قبال فعالیت‌های خود ۳. رعایت حقوق اجتماعی و سیانت فرهنگی و فنی کشور در این قلمرو ۴. ایجاد حداکثر سهولت در ارائه خدمات اطلاع‌رسانی و اینترنت به عموم مردم



ردیف	عنوان مصوبه	مرجع تصویب	تاریخ	توضیحات
۴	قانون تجارت الکترونیکی	مجلس شورای اسلامی	۱۳۸۲/۱۰/۱۷	این قانون در ۸۱ ماده و چهار باب با عنوان مقررات عمومی، دفاتر خدمات صدور گواهی الکترونیکی، قواعد مختلف و موارد متفرقه تنظیم شده است
۵	آیین‌نامه ساماندهی فعالیت پایگاه‌های اطلاع‌رسانی (سایت‌های) اینترنتی ایرانی	هیئت وزیران	۱۳۸۵/۵/۲۹	با تصویب آیین‌نامه ساماندهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال عملاً این قانون نسخ ضمنی شده لکن در این خصوص تصریحی صورت نگرفته است
۶	قانون جرائم رایانه‌ای	مجلس شورای اسلامی	۱۳۸۸/۳/۵	این قانون که در ۵۴ ماده تنظیم شده یک فصل مجزا از قانون مجازات اسلامی (مواد ۷۲۹) الی (۷۸۲)) است که به جرائم و مجازات و آیین دادرسی آن پرداخته است
۷	قانون مجازات کسانی که در امور سمعی و بصری مستهجن فعالیت می‌کنند	مجلس شورای اسلامی	۱۳۸۶/۱۰/۱۶	از تاریخ تصویب این قانون کلیه قوانین مغایر با آن از جمله قانون نحوه مجازات اشخاصی که در امور سمعی و بصری فعالیت‌های غیرمجاز می‌نمایند مصوب ۱۳۷۲/۱۱/۲۴ ملغی‌الایثر می‌باشد
۸	آیین‌نامه ساماندهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال	هیئت وزیران	۱۳۸۹/۵/۲۴	هیئت وزیران در جلسه مورخ ۱۳۸۹/۵/۲۴ بنا به پیشنهاد شماره ۱/۱۱۲۸۴ مورخ ۱۳۸۸/۴/۱۳ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و به استناد اصل یکصدوسی‌وهشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، آیین‌نامه ساماندهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال را به تصویب رساند
۹	بند «ج» ماده (۳) قانون برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه	مجلس شورای اسلامی	۱۳۸۹/۱۰/۱۵	توسعه تولیدات و فعالیت‌های رسانه‌ای، فرهنگی و هنری دیجیتال و نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای و نیز حضور فعال و تأثیرگذار در فضای مجازی

منابع و مأخذ

۱. گزارش‌های سالیانه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
۲. توکلی، شهرام. مجموعه قوانین و مقررات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تابستان ۱۳۸۸.
۳. مجموعه قوانین و مقررات صداوسیما (۱۳۱۱-۱۳۸۱)، معاونت امور مجلس و استان‌های صداوسیما، ۱۳۸۲.
۴. مجموعه قوانین و مقررات مرتبط با مخابرات، پست و اینترنت، نشر بقیعه، ۱۳۸۴.



مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شناسنامه گزارش

شماره مسلسل: ۱۲۱۴۹

عنوان گزارش: با نمایندگان مردم در مجلس نهم ۳۱. آشنایی با دستگاه‌ها، چالش‌ها و قوانین حوزه رسانه

نام دفتر: مطالعات فرهنگی (گروه هنر و رسانه)

تهیه و تدوین: سیدعلی محسنیان

همکار: محسن نعمتی

ناظر علمی: سینا کلهر

متقاضی: معاونت پژوهشی

ویراستار تخصصی: ———

ویراستار ادبی: ———

واژه‌های کلیدی: ———

تاریخ انتشار: ۱۳۹۰/۱۱/۳