

## پاسخگویی مهم‌ترین راهبردار تباطی سازمان تامین اجتماعی

امیر عباس تقی‌پور، مدیر کل روابط عمومی سازمان تامین اجتماعی، در نمایشگاه مطبوعات، پاسخگویی را از مهم‌ترین راهبردهای تامین اجتماعی خواند و گفت: «سازمان تامین اجتماعی در دوره مدیریت فعلی پاسخگویی را یکی از مهم‌ترین راهبردهای خود تعیین کرده و برای دستیابی به این اصل مهم از ابزارهای ارتباطی از جمله ابزار رسانه بهره می‌گیرد.» وی افزود: «جای بسی خرسندی است که سازمان تامین اجتماعی به پشتوانه موسسه فرهنگی هنری آهنگ آتیه توانسته است با حضور در تمام عرصه‌ها و رویدادهای فرهنگی هنری کشور مانند نمایشگاه مطبوعات حاضر، نه‌تنها در مقام پاسخگویی به مخاطبان خدمتگزاری کند، بلکه در جهت توسعه ارتباطات رسانه‌ای گام‌های مفید و مثبتی بردارد.»

یکشنبه ۲۳ آبان ۱۳۹۵ ● شماره هفتاد و نه

۰ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰

شهاب‌الدین طباطبایی، عضو شورای سیاست گذاری روزنامه وقایع اتفاقیه در گفت‌وگو با آتیه نو:

# برخی حقوق نگرفتن و بیمه نشدن را ارزش می‌دانند!



قصد بیمه خبرنگاران قصه درازی است که متأسفانه در دوره‌های مختلف نه‌تنها پایان خوشی نداشته و لاینحل باقی‌مانده بلکه به دلایل مختلف دچار خدشه شده است...



تا جایی که حافظه‌هر روزنامه‌نگار و خبرنگاری یاری می‌کند حق و حقوق صنفی این اقشار محل بحث و کش‌وقوس‌های فراوان بوده است. اما یکی‌ری سکه ناکامی روزنامه‌نگاران در مطالبه‌گری صنفی، کمبودها و خلایه‌ایی است که از ناحیه نبود نهادهای واسطه و مدنی مانند انجمن صنفی روزنامه‌نگاران به این اقشار تحمیل شده است. حال‌ا‌ما اوضاع قدری عوض شده و انجمن صنفی روزنامه‌نگاران استان تهران مشغول طی کردن آخرین مراحل شروع به کار خود است. فعلاًن عرصه روزنامه‌نگاری اعتقاد دارند انجمن در شرف تأسیس این پتانسیل را دارد که نفس تازه‌ای به موجودیت و هویت روزنامه‌نگاران ببخشد و مطالبات صنفی به بن‌بست خورده آن‌ها مانند دستمزد و بیمه را به سرانجام روشنی برساند. موضوعی که به گفته عضو شورای سیاست گذاری روزنامه «وقایع اتفاقیه» هر چند نویدبخش و گامی به جلواست، اما الزامات و بایسته‌های دیگری هم دارد. شهاب‌الدین طباطبایی در گفت‌وگوی پیش‌رو از لزوم تغییر نگاه‌ها و توجه به ماهیت کسب‌وکارانه روزنامه‌نگاری و احترام به ساحت و مقام روزنامه‌نگار می‌گوید.

- بیمه خبرنگاران و محرومیت نسبی بسیاری از خبرنگاران و روزنامه‌نگاران از آن، برای هر خبرنگار و روزنامه‌نگاری موضوعی است آشنا. چه اتفاقی افتاده که این مطالبه بر حق و طبیعی تاکنون آن گونه که باید رنگ واقعیت به خود نکرفته است؟ یا حرکت‌هایی که در این عرصه انجام‌شده چقدر می‌توان به آینده امیدوار بود؟**

قصه بیمه خبرنگاران قصه درازی است که متأسفانه در دوره‌های مختلف نه‌تنها پایان خوشی نداشته و لاینحل باقی‌مانده بلکه به دلایل مختلف دچار خدشه شده است. قرار بود انجمن صنفی روزنامه‌نگاران ایران متولی بحث بیمه خبرنگاران باشد اما موجودیت خود انجمن نیز با چالش مواجه شده است. خوشبختانه دودلیل و اتفاق عمده برای امیدواری بیشتر وجود دارد: اول اینکه رئیس‌جمهور دکتر روحانی بارها بر این نکته تأکید کرده و بارها نیز دغدغه خود در حوزه رسانه را در نمایشگاه‌های مختلف مطرح کرده است و وعده داده امنیت خبرنگاران به‌ویژه در حوزه‌های معیشت و بیمه تأمین شود. نکته دوم اینکه دکتر علی ربیعی وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی قبل از اینکه وزیر باشند، از اهالی رسانه هستند. بنابراین معضلات حوزه رسانه و مشکلات روزنامه‌نگاران و خبرنگاران را به‌خصوص در حوزه‌های بیمه‌ای به‌خوبی می‌شناسد و نسبت به آن‌ها واقف است. بر همین اساس از ابتدای دولت یازدهم نیز تلاش‌های زیادی برای حل مشکل روزنامه‌نگاران و خبرنگاران انجام داده است. بارها شاهد بوده‌ام که در جلساتی که با روزنامه‌نگاران داشت راه‌حل‌هایی نیز پیشنهاد می‌داد. از همین رو خوش‌بین هستم که تا پایان عمر دولت یازدهم این قصه به سرانجام مشخصی ختم شود. از قرار معلوم تا پایان آذرماه نیز انجمن صنفی روزنامه‌نگاران استان تهران کار خود را شروع خواهد کرد. اما نباید از یاد برد که تمام بار و مسئولیت موضوع بیمه خبرنگاران متوجه دولت نیست. بخش زیادی از ماجرا به بخش خصوصی و خود رسانه‌ها برمی‌گردد. همین‌الان



## کتی‌نو | ۰۷



بیمه‌ومسائل صنفی‌روزنامه‌نگاران

- یعنی مطالبه‌گری صنفی را در میان روزنامه‌نگاران تقویت کند؟**

مطالبه‌گری صنفی همین معنا را می‌دهد. انجمن صنفی نباید دنبال این باشد که اگر مجلس شورای اسلامی بیانیه‌ای صادر کرد، به حمایت و یا مخالفت با این بیانیه واکنش نشان دهد. برخی فکر می‌کردند اولین کاری که انجمن صنفی باید انجام دهد اعلام لیست کاندیدها در مجلس و یا شورای اسلامی است. اصلاً و به هیچ وجه انجمن صنفی باید این توانایی را نداشته باشد که صنف مربوط به خود را جمع‌وجور کند و از حقوق اعضای خود دفاع کند. حقوق اعضا که فقط حقوق سیاسی نیست. معیشت مهم‌ترین مطالبه روزنامه‌نگاران است. همین الان اگر یک نظرسنجی انجام دهیم مشاهده می‌کنیم که عمده مردم دنبال حل مشکل معیشتی خود هستند و نه فقط پرداختن به مسائل سیاسی. روزنامه‌نگار هم بخشی از همین جامعه است. در حقیقت به این خاطر که بار سیاسی بر دوش روزنامه‌نگار سوار شده و وظیفه دیگری بر عهده گرفته، متأسفانه مسائل صنفی مانند بیمه در آن قصه اصلی گم شده است. انجمن صنفی می‌تواند به‌محض شروع به کار، کلاس‌های آموزشی بر گزار کند و متخصصان و کارشناسان بیمه‌ای اهل قلم، که تعدادشان در کشور زیاد است، پیرامون حق و حقوق بیمه‌ای روزنامه‌نگاران توضیح دهند و به آن‌ها پیام‌زند که برای برخورداری از بیمه خبرنگاری چه الزامات و بایسته‌هایی باید رعایت و یا تأمین شود تا تحت پوشش بیمه قرار بگیرند. یعنی باید برخورداری از پوشش بیمه‌ای به مطالبه عادی و بر حق روزنامه‌نگار تبدیل شود و روزنامه‌نگار این تصور را نداشته باشد که برخورداری از بیمه کسر شأن شخصیت و یا خلاف رسالت اوست. این فضا باید مهیا شود و به نظر می‌رسد با آغاز فعالیت انجمن صنفی فضا آماده‌تر هم خواهد شد. ما توجه به مدلی که وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در پیش گرفته و آشنایی نسبی معاونان و مدیران این وزارتخانه و سازمان تامین اجتماعی با عرصه رسانه‌ای، فرصت مناسبی به‌دست آمده که می‌توان از آن برای پیشبرد مطالبات صنفی روزنامه‌نگاران بهره برد.

- در جامعه روزنامه‌نگاری ایران، کارفرما و روزنامه‌نگاران بسیار به هم نزدیک‌اند و خودشان را جزئی از بدنه رسانه می‌دانند و فضایی دوستانه میان آن‌ها شکل گرفته است. نکته جالب توجه این است که در مباحث صنفی فاصله‌ای میان دو طرف به وجود می‌آید. این رفاقت در حوزه منافع صنفی تا حدود زیادی آسیب‌ننדה است و به نظر می‌رسد نگاه کارفرمایان رسانه‌ها نیز نیاز به اصلاح دارد. دولت و نهادهای صنفی در چنین وضعیتی چه وظایفی را عهده‌دار هستند؟**

این مسئله نیز متأثر از فضای فرهنگی حاکم بر مطبوعات ایران است که باید اصلاح شود. تصور من این است که حمایت از رسانه‌ها باید توسعه داده شود. دولت در پارهای مواقع به‌بنگاه‌های مطبوعاتی یارانه می‌داد. همین‌الان هم وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تعهد کرده بخشی از هزینه‌های چنین‌ها را به صاحبان بنگاه‌ها پرداخت کند. اگر این موارد گفته شود و مورد تشویق قرار بگیرد، دولت نیز بیشتر متعهد می‌شود که در راستای تقویت بنیه مالی بنگاه‌های مطبوعاتی امتیازاتی به آن‌ها بدهد. روزنامه‌نگاران هم باید بدانند که در حوزه رسانه چنین اتفاق‌هایی در حال افتادن است و لازم است حق و حقوق خود را بهتر بشناسند. واقعیت غیر قابل انکار این است که تازمانی که کسب‌وکار رسانه‌ها نچرخد، کارفرمایان دنبال این خواهند بود که راهی برای فرار از زیر بار مسئولیت چه در پرداخت دستمزدها و چه در پوشش بیمه‌ای روزنامه‌نگاران پیدا کنند. فارغ از این‌ها رسانه‌های ایران مشکلی دیرین هم دارند و آن بی‌ثباتی و موقت بودن آن‌هاست. نمی‌توان ادعا کرد که در کشور ما رسانه‌ای وجود دارد که مثلاً دو دهه است مشغول به فعالیت است. تعبیری که رئیس‌جمهور چند روز پیش در افتتاحیه نمایشگاه به کار بردند و آرزوی عمر طولانی برای رسانه‌ها کردند، متوجه همین نکته است.

- به عضویت انجمن در نمی‌آیند. راه‌اندازی انجمن، رویه و ساختار لازم است اما شاید نتواند وافی به مقصود باشد. ارزیابی شما چیست؟**

تأسیس انجمن کمک می‌کند مشکلات راحت‌تر و سریع‌تر مرتفع شوند. بخشی از مسئله به ذات روزنامه‌نگاری برمی‌گردد. فضا و مدل روزنامه‌نگاران ما در داخل کشور این است که به بی‌ثباتی عادت کرده‌اند و حتی این مسئله تبدیل به ارزش شده است. انگار اگر در بنگاهی به صورت ثابت کار کنند به آرمان‌های خود خیانت کرده‌اند! این تصور نادرست است. هنوز انجمن شکل نگرفته عده‌ای بانیان آن را سرزنش می‌کنند که چرا در پی منافع و مسائلی مانند بیمه هستند. رسانه به مثابه رسانه در همه جای دنیا نه فقط از جنس فرهنگ، بلکه نوعی تجارت (Business) هم هست. ما اگر بگوییم رسانه نوعی کسب‌وکار است، همه ما را متهم می‌کنند که کاسبی راه انداخته‌ایم. اگر روزنامه بیزنس نباشد و چرخ آن نچرخد، چطور می‌تواند حقوق روزنامه‌نگار خود را پرداخت کند؟ متأسفانه در فضای روزنامه‌نگاری ما بد جا افتاده که هر کسی که بگوید من بابت حقوق کار نمی‌کنم و یا بیمه نمی‌خواهم، آن شخص آزاده‌تر و مبارزتر است. این رفتارها متأثر از فضایی است که از عرصه‌های عمدتاً سیاسی به روزنامه‌نگار تحمیل می‌شود و روزنامه‌نگار گاهی نقش فعال سیاسی بودن را برای خود قائل شده است. فکر می‌کنم انجمن صنفی می‌تواند روی همین موضوعات دست بگذارد.

### نمای نزدیک

تأسیس انجمن کمک می‌کند مشکلات راحت‌تر و سریع‌تر مرتفع شوند. بخشی از مسئله به ذات روزنامه‌نگاری برمی‌گردد. فضا و مدل روزنامه‌نگاران ما در داخل کشور این است که به بی‌ثباتی عادت کرده‌اند و حتی این مسئله تبدیل به ارزش شده است. انگار اگر در بنگاهی به صورت ثابت کار کنند به آرمان‌های خود خیانت کرده‌اند! این تصور نادرست است.

## عمد، سهو و غفلت در احیای حقوق روزنامه‌نگاران

روزنامه‌نگاران و به‌طور کلی در رسانه به وجود آمده است. به نظر من در حال حاضر این زمینه برای همکاران جوان ما فراهم است که هم آگاه‌تر از نسل‌های گذشته از حقوق خود خبردار باشند و هم با جدیت بیشتری حقوق خود را پیگیری کنند. با توجه به گسترش رسانه‌های دیجیتال و ظهور شیوه‌های جدید در خلق و انتشار اطلاعات، امر رسانه‌ای از محدوده رسانه‌های چاپی فراتر رفته و از آن سو نیز دسترسی به اطلاعات به حقی بدیهی برای همه افراد جامعه برای رفع نیازهایشان تبدیل شده است. یعنی حالتی پیش آمده که روزنامه‌نگار و خبرنگار با وجود اینکه از سواد رسانه‌ای کافی برخوردار است، بهره لازم را از سواد صنفی ندارد و روزنامه‌نگار و خبرنگار ما در این حوزه به‌شدت لنگ می‌زنند. از آن سو نیز فرهنگی را به او عرضه کرده‌اند که می‌گوید عشق به رسانه با هر نوع درخواست صنفی منافات دارد.



عشق و علاقه، عدم آشنایی و نخواستن و پیگیری نکردن حق و حقوقمان یکی از دلایل اثرگذار ناکام ماندن حقوق صنفی روزنامه نگاران است. که البته امروز همه آن‌ها در سرفصل‌های دروس علوم ارتباطات تدریس می‌شوند. امروزه اهمیت مباحثی مانند آزادی بیان و حق دسترسی به اطلاعات ما را به این آگاهی رسانده که می‌توانستیم این حق را طلب کنیم و باید این مطالبه‌گری را در خودمان ایجاد می‌کردیم. در این حوزه نیز ضعف و ناآگاهی و ناآشنایی خودمان است که شرایط را برایمان پیچیده کرده است. البته در سال‌های گذشته تغییرات اساسی در وضعیت روزنامه و

● وحید معتمدنژاد ●

● روزنامه‌نگار ●

### روزنامه‌نگاری در ایران

### «مدل کسب‌وکار» ندارد

نگاه روزنامه‌نگاران به حرفه روزنامه‌نگار، نگاهی آرمان خواهانه و متعالی است. متأثر از همین نگاه نوعی کلیشه شکل گرفته که این نوع نگاه را در تضاد با نگاه اقتصادی می‌دانند. یعنی نگاه اقتصادی داشتن یک نشریه را در تضاد با هویت متعالی آن می‌دانند که همین امر باعث شده بسیاری از روزنامه‌های کشور ما دچار وضعیت اقتصادی فعلی شوند. این نگاه آسیب‌زا فضای کار در رسانه‌ها را برای اهالی رسانه و روزنامه‌نگاران بسیار مخاطره‌انگیز و بی‌ثبات ساخته است. به نظر من مهم‌ترین عاملی که روزنامه‌های چاپی ما را دچار مشکل کرده، انتقال سریع اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی است که باعث شده بسیاری از مردم به‌ویژه نسل‌های جدیدتر به آن شکل مخاطب روزنامه‌ها نباشند و نیازهای اطلاعاتی خود را از بستر تکنولوژی روز و استفاده از گجت‌های الکترونیکی تأمین کنند. عامل تأثیرگذار دیگر تعریف نشدن اقتصاد فرهنگی است که با وجود تبلیغات زیاد و رویکردهایی که دولت در این زمینه در پیش گرفته، عملاً به آن نوع اقتصادی که کاربردی باشد، دست نیافته‌ایم. بحث مهم‌تر این است که اعتبار روزنامه یک‌روزه است و برخلاف هفته‌نامه، ماهنامه و یا فصلنامه و... یک روز بیشتر عمر ندارد. سرمایه‌گذاری در مطبوعات کاغذی و حتی کتاب بسیار پایین است. به همین خاطر است که کتاب‌ها در تیراژهای ۲۰۰ نسخه‌ای و دیجیتال منتشر می‌شوند و از آن سو هم مدام در حال جستجو برای یافتن اسپانسر هستند. آنچه در وهله اول برای یک اسپانسر مهم است، تأمین منافع اوست. بنابراین در چنین شرایطی روشن است که مطبوعات و روزنامه‌ها به مشکلات مالی فراوانی برمی‌خورند و اگر اندکی در آمد برای آن‌ها از رهگذر چاپ آگهی به دست آید، باز هم کافی نیست و نمی‌تواند به رتق وفتق امور روزنامه یا هر مطبوعه دیگری کمک کند.

تسمام پروژه‌های فرهنگی ما در ایران از ایده‌پردازی شروع می‌شوند اما به‌مرور زمان و بر اثر تمرین و ممارست و یا از مون‌وخطا به این نتیجه ختم می‌شوند که باید تشکیلات تجاری و نقشه کسب‌وکار هم برای آن طراحی کنند. از این جهت هم شاید نتوان فضای حاکم بر نشریات مطرح جهان را با فضای حاکم بر نشریات ایران مقایسه کرد. شما به‌هیچ‌وجه نمی‌توانید فضای حاکم بر گاردین را با ایران مقایسه کنید. به‌طور مثال روزنامه گاردین با آنکه روزنامه‌ای کاغذی است، اما به صورت الکترونیک هم منتشر می‌شود و گاهی در قالب بسته‌هایی به دست خریداران می‌رسد که ارزش محتویات آن بسته بسیار بیش از قیمت روزنامه است. منظور من این است که در عصر کنونی همچنان سیستم آگهی‌ها و اقتصاد روزنامه‌های کاغذی پابرجاست. آن‌ها از ابتدای کار و قبل از اینکه مجوز انتشار نشریه را دریافت کنند، تمام موارد را در نظر می‌گیرند و برای تمام صفحات الگو و مدل کسب‌وکار تعریف می‌کنند. یعنی کارشناسان خبره در تمام روزنه‌ها، الگوهای موفق را از منظرهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی بررسی می‌کنند و در روزنامه می‌گنجانند. در ایران همه‌چیز کلی است و با اخذ مجوز همه‌چیز تمام می‌شود. حتی عده‌ای از مجوزهای خود استفاده‌های دیگر می‌کنند و به‌طور مثال آن را می‌فروشند. بنابراین نگاه روزنامه‌نگاری در ایران را نمی‌توان با فضایی که بر رسانه‌های بین‌المللی حاکم است، مقایسه کرد. در ایران کار بسیاری از رسانه‌ها پرداختن صرف به نوعی بزرگ‌نمایی امور و تریبونی برای تبلیغات سیاسی احزاب و چهره‌های سیاسی است. هر چند ممکن است در کشورهای دیگر هم چنین چیزی وجود داشته باشد اما در ایران اغلب بسیار سطحی است. درواقع ما رسانه‌ها را راه می‌اندازیم و بعد به فکر مدل کسب‌وکار برای آن‌ها هستیم. به این دلیل که در ایران عمدتاً کسب مجوز دارای اهمیت است و الگوی کسب‌وکار از ابتدا جدی گرفته نمی‌شود، حرفه روزنامه‌نگاری نیز برای پیشرفت نیازمند توجه به این نقطه‌ضعف جدی است.

