

متن کامل نشست سیاست‌های خبری رسانه ملی و افکارعمومی در گردهمایی مرکز رشد دانشگاه امام صادق (ع)

افکارعمومی و واقعیت: تحول در رسانه



گردهمایی تحقیق در افکار عمومی ایران با محوریت سیاستگذاری و افکار عمومی به همت هسته افکار عمومی و تغییرات اجتماعی مرکز رشد دانشگاه امام‌صادق (ع) و همراهی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران و موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران از ۱۶ بهمن‌ماه‌با‌حضور اساتید و صاحب‌نظران حوزه افکارعمومی آغاز به کار کرد. نشست‌های این گردهمایی با محوریت سیاستگذاری و افکارعمومی تشکیل می‌شود؛ در نشست اول به موضوع سیاست‌های خبری رسانه ملی و افکارعمومی با حضور علیرضاخدابخشی معاون سیاسی رسانه ملی،سیدمحسن بنی‌هاشمی عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی و میلاد گودرزی روزنامه‌نگار و فعال رسانه‌ای پرداخته شد که مشروح این نشست را در ادامه می‌خوانید.

۱۱۱

نوید عمیدی (دبیر نشست) در این نشست تخصصی با موضوع سیاست‌های خبری و افکار عمومی در خدمت آقایان خدابخشی، گودرزی و بنی‌هاشمی هستیم. ان‌شاء‌الله که بتوانیم درمورد سیاست‌های خبری صداوسیما و نسبت آن با افکار عمومی، بحث و گفت‌وگوی خوبی داشته باشیم. به‌عنوان مقدمه گزارشی از کاری که در سال گذشته در هسته افکار عمومی و تغییرات اجتماعی مرکز رشد دانشگاه امام‌صادق (ع) انجام شده را خدمت بزرگواران ارائه می‌دهم.

کاری که از سمت هسته افکارعمومی انجام گرفته، داده کاوی یک‌ساله در فضای مجازی است. ترندهای مختلفی که طی یک سال در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی شکل گرفته، داده کاوی و در ادامه آنها در دسته‌بندی و موضوع‌بندی کردیم. بعد از بررسی‌های انجام‌شده، یک قسمت عمده از این ترندها و موضوعات به بحث خبرهای صداوسیما اختصاص داشت. ترندهای خبری که در فضای مجازی شکل گرفت متعلق به اتفاقات خبری، پوشش یا عدم‌پوشش صداوسیما نسبت به موضوعات خبری بود. همچنین با مشاهده برخی از نظرسنجی‌ها مساله پیگیری منبع خبری مردم از صداوسیما طی تقریبا سه سال، کاهش ۱۰ تا ۱۵ درصدی پیدا کرده‌واز ۵۲درصد به ۴۲ درصدرسیده است و در کنار آن فضای مجازی به‌عنوان یک منبع خبری در حال رشد است و ما همین مساله را نسبت به هر شبکه اجتماعی دیگری نیز مشاهده کرده‌ایم. طی بررسی‌های انجام‌شده، میزان استفاده مردم از شبکه‌های اجتماعی نظیر واتساپ، اینستاگرام، توییتر و تلگرام به‌عنوان منبع خبری نیز افزایش یافته است. استفاده مردم از اینستاگرام حدود ۴۵ درصد و واتساپ بیش از ۶۰ درصد است که طبیعتا قسمتی از استفاده آنها در حیطه خبری است. شبکه من‌وتو، بی‌بی‌سی و ایران اینترنشنال به‌عنوان سه شبکه خبری در صدر تعاملات فضای مجازی و بعد از آن خبرگزاری فارس است. می‌توان نتیجه گرفت فضای تعامل و مرجعیت خبری در فضای مجازی متعلق به خبرگزاری‌ها و پیچ‌های معاند است. در ادامه این پژوهش به این نتیجه‌رسیده که خبر، یکی از ترندهای اصلی فضای مجازی است. عمده مباحثی که در صدر ترندهای فضای مجازی هستند متعلق به اتفاقات خبری و حوادث روز است. عمده‌ترین مسائل مستخرج حدود ۶ الی ۷ موضوع جدی بود. لزوم تولید نرم خبر از سوی صداوسیمای جمهوری اسلامی، موضوع غیرقابل اعتماد بودن اخبار، عدم‌خبررسانی در لحظه شهادت شهید فخری‌زاده، بحران عدم‌مدیریت منابع انسانی، عدم‌پوشش خبری اعتراضات و عملکرد جناحی به نفع اصولگرایان ازجمله موضوعات مطرح شده توسط کاربران در شبکه‌های اجتماعی بوده است. این کاربران تلفیقی از افراد معاند و مردم عادی هستند و نمی‌توان صرفا به معاندان نسبت داد. مجموعه این ابعاد نشان می‌دهد که موضوع خبر در صداوسیما در طول این سال‌ها دچار بحران است و ما در مواجهه با هر مساله‌ای قسمتی از افکار عمومی و سرمایه اجتماعی را از دست می‌دهیم.

باتغییرفضای مدیریتی در صداوسیما و حضور آقای خدابخشی در فضای خبر، شاهد تغییر در رویکرد پوشش اخبار بوده‌ایم و در این جلسه به این تغییرات می‌پردازیم تا ببینیم تا چه اندازه این تغییرات مطلوب یا نامطلوب بوده است.

با توجه به رشد فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، مرجعیت خبری صداوسیما به واسطه رسانه‌های رقیب در طول این سال‌ها کاهش پیدا کرده است؛ آيا شما این موضوع را قبول دارید و اساسا بزرگ‌ترین چالش خبری صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران درحال حاضر و نسبتش با افکار عمومی را در چه می‌دانید؟

محسن بنی‌هاشمی همه ما می‌دانیم که حوزه خبر صداوسیما دچار افت مخاطب شده است؛ حتی کسانی که به ساختار صداوسیما و نظام خبری در صداوسیما تعلق خاطر دارند در بسیاری از مواقع اخبار خود را از منابع دیگری به دست می‌آورند.

مرجعیت اخبار در سازمان صداوسیما بنا به دلایلی تحت تاثیر

قرار گرفته و افت کرده است. به ایسن موضوع نمی‌توان تک عاملی و تک بعدی نگاه کرد و باید تمام عوامل را درنظر گرفت.

در پاسخ به این سوال که با افت جایگاه مرجعیت خبری روبه‌رو هستیم یا خیر باید گفت بله و این افت بدیهی است. بخشی از

این افت اجتناب‌ناپذیر بوده و بخشی از آن هم به علت اشتباه در عملکرد خودمان است. درباره وجود چالش‌ها در حوزه خبر و مشخصا خبر صداوسیما باید گفت بخش خبر در یک نظام رسانه، مهم‌ترین بخش است.

تمام حوزه‌های دیگر نظام رسانه‌ای، حول اخبار جلو می‌رود. حتی مخاطبانی که به اخبار توجه نکرده و مشتری برنامه‌های غیرخبری هستند نیز به مرجع خبر دقت می‌کنند. بنابراین اگر در یک سازمان رسانه‌ای بخش خبری آسیب ببیند بقیه بخش‌ها نیز آسیب خواهد دید. خبر یک نظام ارزشی درون خود دارد، خبر ذاتا مرجع است؛ به همین دلیل در خبر با جوهریت و مرجعیت رودرو هستیم.

بی‌شک خبر جعلی نیز وجود دارد که علت آن ارزشمند بودن خبر است. علت اینکه همه صاحبان بنگاه‌های خبری تلاش می‌کنند تا خبری را منتشر کنند به دلیل ارزش خبر است. من از سال ۶۱ درگیر حوزه خبر بودم. پس باتجربه می‌توانم بگویم ما در خبر یک گم کرده عظیم داریم.

وقوع انقلاب اسلامی براساس اخبار و اطلاعات و تبادل اطلاعات شکل گرفت اما متأسفانه نتوانستیم آن طور که باید رسانه‌ای ایجاد کنیم که برند خودمان باشد. درواقع نتوانستیم برند خبری خود را شکل دهیم. با این اوصاف با توجه به وجود بحث جنگ خبری و عملیات روانی، آنچه موردنیاز امروز در حوزه خبر خواهد بود، موضوع جعلی‌سازی در تبادل اطلاعات و ویروش‌های خبری و داشتن یک رسانه با برند خودمان است.

در نظام اجتماعی کشور با ساختار جمهوری اسلامی در حوزه

فلسفه خبری، با یک فقدان مهم مواجه هستیم. وقتی خبری را از بستر خبررسانی در اختیار مخاطب قرار می‌دهیم باید به این موضوع توجه کنیم این خبر براساس چه ساختار فکری طراحی شده است. این موضوع در نظام تقابل با رقبای خبری، ما را به ابطل و ضعف می‌کشاند و به مرور دچار سردرگمی در رفتار خبری خواهیم شد.

این یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که در بحث خبر باید به آن توجه کرد که می‌توان به آن استراتژی‌های تولید محتوا گفت. وقتی نظام و فلسفه اطلاع‌رسانی براساس یک ضابطه معرفتی باشد بسیاری از تکالیف روشن خواهد شد. وجه بعدی که در مواجهه با آن بحران مواجه هستیم، فرد خبری است. حال سوال این است نیروی خبری چه کسی است؟ آیا تمام افرادی که استخدام کرده‌ایم نیروی خبری هستند؟

تعاملات سوداگرانه در نظام خبری باعث فساد می‌شود وجه سوم وجود بحران استقلال در خبر بوده که یکی از اصلی‌ترین قسمت‌های ساختار نظام رسانه‌ای است. معتقدم خبری که مستقل نباشد همه را با هم به دره می‌کشاند. خبر در گام اول باید از بحران استقلال خارج شود. باید به خبر به گونه‌ای توجه شود که سوداگری در آن وارد نشود زیرا تعاملات سوداگرانه در نظام خبری باعث فساد می‌شود.

خبر، مرجع رسانه و رسانه، مرجع جامعه است. بنابراین، این سه نکته یعنی فلسفه خبر یا استراتژی‌های تولید محتوا، تربیت آدم خبری و وجود بحران استقلال خبر، جزء چالش‌های حوزه خبری محسوب می‌شود. در سال‌های اخیر کسانی را دیده‌ام که استقلال خبری را حفظ کرده و اطلاعات فروشی نمی‌کنند.

نوید عمیدی (دبیر نشست) آقای گودرزی شما سال‌هاست در حوزه روزنامه‌نگاری تحقیقی درحال فعالیت هستید. دکتر بنی‌هاشمی سه چالش اصلی فعلی ناظر به خبر را مطرح کردند، نظر شما در این خصوص چیست؟

بلندگوی حاکمیت بودن، برای رسانه مخرب است **میلاد گودرزی** درباره استقلال خبری باید چند نکته را ذکر کنم؛ چند سال پیش یادداشتی درباره صداوسیما و نسبت آن با افکار عمومی نوشتم که امروز همین مساله مطرح است. در مقدمه این یادداشت نوشته بودم صداوسیما در دهه‌های گذشته، در

حوزه برندینگ موفق بوده است. در برندینگ دو مرحله داریم؛ یک هویت برند و تصویری که دوست داریم از محصول خود بسازیم و دوم تصویر برند یا همان چیزی که در ذهن مخاطب شکل می‌گیرد. معتقدم برند موفق برندی است که این دورا باهم منطبق کند. به عبارتی اگر

تبلیغات موفق باشد، همان تصویری که می‌خواهیم در ذهن مخاطب نقش می‌بندد. صداوسیما در این حوزه موفق بوده است؛ اما مشکل اینجاست که ایسن نقطه و تصویر نامطلوب بوده که می‌توان اسمم آن را بلندگوی حاکمیت بودن گذاشت. در دهه‌های گذشته، عزم سیاستگذاران صداوسیما این بوده که بگویند اینجا صدای جمهوری اسلامی است که با نگاه بدبینی می‌توان گفت تبدیل به صدای جریان خاصی شده که این عزم خود سیاستگذار بوده است.

عینک و گارد خاصی در برابر برنامه‌های تفریحی و سریال‌های صداوسیما از سوسی مخاطب وجود دارد که مشکل بزرگی است. متعقدم این موفقیت در برندینگ صداوسیما، شروع تمام شکست‌های دیگر است و مابقی چالش‌ها و مشکلاتش را می‌توان ذیل همین مساله تعریف کرد. به عبارت بهتر، بلندگوی حاکمیت بودن، برای رسانه مخرب است. اما آیا این بدان معناست که حاکمیت ما حاکمیت بدی است؟ آیا چون حاکمیت بد است رسانه این حاکمیت بودن نیز بد است؟ خبر؛ اساسا اگر رسانه‌ای قبل از اینکه به بازی تعامل با مخاطب وارد شود این تصویر را از خود بسازد، باخته است. عرصه قدرت و عرصه اجتماع و عرصه سیاست با هم تعاملی دارند که گاهی از جنس تفاهم و گاهی از جنس ستیز و چالش است.

یعنی ما با دو هویت مواجه هستیم؛ مردم و حاکمیت که گاهی تعامل‌شان از جنس تفاهم است. مانند زمانی که حاکمیت انتخابات برگزار کرده و مردم هم شرکت می‌کنند. اما زمانی از جنس ستیز است؛ مانند زمانی که بنزین را گران کرده و مردم اعتراض می‌کنند و حاکمیت نیروهای امنیتی را آورده و با مردم برخورد می‌کند. در این تعامل اینکه رسانه خود را کجا تعریف کند بسیار مهم است.

یعنی هرکدام این دو طرف، منبع قدرتی دارند که براساس آن با هم تعامل کرده و چالش‌هایی نیز با یکدیگر دارند. حاکمیت قدرت سیاسی، ثروت عمومی، قدرت قانون‌گذاری و... دارد و جامعه نیز در مقابل دارای یک سری ابزارهای اعمال نظر مانند

تشکل‌های اجتماعی و دانشجویی است که این دو با یکدیگر در چالش هستند. در چنین شرایطی صداوسیما یک دستگاه

تحمیل اراده حاکمیت از بالا به پایین به مردم بوده یا یک منبع قدرت برای مردم است تا قدرت خود را زیاد کرده و بتواند در آن حکمرانی نقش بازی کند.

نوید عمیدی (دبیر نشست) جناب گودرزی شما از بحث استقلال شروع کردید، یعنی شکاف بین اراده حاکمیت و نظر مردم را مستقیما در ارتباط با استقلال صداوسیما می‌دانید؟ **میلاد گودرزی** سوال اینجاست که صداوسیما کجای این دعوایستاده است؟ زمانی که صداوسیما با حاکمیت وحدت داشته باشد؛ ما یک وحدت داریم و یک اتحاد. در اتحاد با دو موضوع روبه‌رو هستیم که هویت‌های مستقل خود را دارند. من یک رسانه با یک هویت مستقل دارم و در مجلس، دولت و دستگاه‌های حاکمیتی نیز هویت مستقل وجود دارد. بنابراین می‌توانیم در کنار یکدیگر اتحادی را ایجاد کنیم. معتقدم اگر قرار است مردم را قانع کنیم من (رسانه) کمک کرده و مردم هم اگر مطالبه‌ای داشته باشند از طریق من مطالبه می‌کنند.

ولی وقتی می‌گوییم وحدت، یعنی چاقو دسته خود را نمی‌برد. بحران استقلال، یعنی صداوسیما از حکومت جدا نیست. یعنی ما یک وزارت اقتصاد، یک شورای نگهبان، یک مجلس داریم و صداوسیما روابطعمومی تمام آنهاست.

به رسانه خصوصی‌سازی‌شده قائل نیستیم درواقع یک صداوسیما با هویت مستقل که بتواند به نمایندگی از مردم مطالبه کرده و مورد سوال و نقد قرار دهد، نداریم. اتفاق مطلوب آنجاست که صداوسیما نقش میانجی برای خود تعریف می‌کند. من به رسانه خصوصی‌سازی‌شده قائل نیستم، زیرا نفخ چنین رسانه‌ای به مردم نمی‌رسد، چون مردم قدرت و پول اداره آن را ندارند. نقش میانجی (رسانه) آنجاست که خود را از

مستولان وضع موجود بیرون کشیده باشد.

از ابتدای انقلاب می‌توانستیم هویت مستقلی مثل نهضت در کنار نظام داشته باشیم؛ در چنین شرایطی رسانه‌ها می‌توانستند استقلال خود را حفظ کنند که به تدریج بعد از انقلاب از بین رفتند.

هویت رسانه وقتی به درستی شکل گرفته و مورد اعتماد مردم باشد، در مواقعی خواست حاکمیت را برای مردم ترجمه و تفسیر و زمانی نیز مطالبات مردم را پیگیری می‌کند و با یک رفت‌وبرگشت منبع قدرت می‌شود.

این رسانه‌ای (خواهد بود) که به یک اتفاق حاشیه‌ای تبدیل نمی‌شود، بلکه به مردم از اتفاقات پشت‌پرده خبر داده و با این خبر مردم را آگاه کرده و تولید قدرت می‌کند. معتقدم اطلاعات قدرت‌ساز است. موجی که بین مردم شکل می‌گیرد به خود برمی‌گردد و این رسانه به پشتوانه مردم، سوار بر این موج می‌شود و می‌تواند از نماینده مجلس مطالبه کند؛ می‌تواند وزیر عوض کرده یا قانون را تغییر دهد.

نوید عمیدی (دبیر نشست) آقای دکتر بنی‌هاشمی در انتهای بحث سه چالش را مطرح کردند و آقای گودرزی در ادامه درباره اینکه صداوسیما چگونه باید نقش میانجی را برای خود تعریف کند، صحبت کردند. آقای خدابخشی چالش اصلی اینجاست که چگونه زبانی باشیم که بتوانیم به‌درستی از ارزش‌های انقلاب محافظت کرده و مردم را به‌عنوان یکی از پایه‌های شکل دهنده انقلاب اسلامی روزبه‌روز رشد داده و با خود همراه کنیم. آقای خدابخشی تقریبا ۱۶ سال پیش در همین سالن در برابر آقای ضرغامی، مسئول وقت صداوسیما درباره این نکته که صدای مردم در صداوسیما شنیده نمی‌شود، صحبت کرده و اعلام کردید صداوسیما تریبون عده خاصی شده است. هر جای حرف بنده که اشتباه است، تصحیح بفرمایید.

اگر رسانه تعیین‌کننده افکار و رفتار مردم باشد به ولایت رسانه بر مردم نزدیک می‌شویم

علیرضا خدابخشی اگر بپذیریم رسانه برای مردم تعیین می‌کند که مردم درباره چه موضوع یا چه کسی صحبت کنند یا بپذیریم که رسانه تعیین‌کننده افکار، رفتار و رفتار مردم خواهد بود؛ به‌نوعی به ولایت رسانه بر مردم نزدیک می‌شویم. به بیان دیگر ولایت یک شخصیت رسانه‌ای یا رسانه بر مردم چه جایگاه شرعی یا چه حجت شرعی دارد؟ یا چگونه در درگاه الهی قابل احتجاج خواهد بود که من رسانه یا من شخصیت رسانه‌ای، خود را صالح دیده تا تعیین‌کننده افکار، رفتار و کردار مردم باشم. این امر یک ضرورت را برای من رسانه به‌عنوان یک مسلمان ایجاد می‌کند که نسبت خود را در قبال دین و ولایت و حق سرپرستی مشخص کنم. به بیان دیگر وظیفه اصلی صداوسیما ترویج گفتمان رهبری در جامعه است.

۷ سال قبل از آن که این مسئولیت را بپذیرم، چند صفحه داشتم که این را به همه نشان داده و می‌گفتم مدیریت رسانه باید سندمحور باشد و بر مبنای همان مدیریت سندمحور هم با آقای جلیلی به نتیجه رسیدم و این مسئولیت را قبول کردم. منظور از سندمحوری یعنی رسانه‌ای که پیگیر اسناد برآمده از جمهوریت و اسلامیت باشد. یک نظام داریم که بر مبنای جمهوری اسلامی تعریف شده و اسناد بالادستی دارد. این اسناد بالادستی می‌تواند سیاست‌های کلی ادراکی نظام، قوانین کشور، قانون اساسی یا آنچه مردم به آن رای داده‌اند و خواستار اجرای آن هستند که به‌صورت اکثریت نسبی در کشور این مبنا قرار گرفته است. منظومر از بیان این موارد انعکاس رویدادها نیست. زمانی می‌خواهیم رویدادی را منعکس کنیم که در آن ممکن است فردی اشتباهی انجام داده باشد، در اینجا ما آن اشتباه را هم منعکس می‌کنیم.

بی‌توجهی به اسناد بالادستی باعث شده رسانه با بحران مخاطب مواجه شود

اما نکته حائز اهمیت آن است که از این جزء به کلام کامل رسیده و چه نتیجه‌ای از آن حاصل می‌شود و مردم را می‌خواهیم به چه

نتیجه‌ای سوق دهیم. در این زمان است که نقش اساسی اسناد بالادستی نظام مشخص می‌شود، معتقدم آنچه باعث شده رسانه، با بحرانی مانند بحران مخاطب مواجه شود، بی‌توجهی به اسناد بالادستی نظام است. همچنین اگر بحران استقلال را هم بپذیریم که وجود هم دارد، باز هم به اسناد بالادستی بی‌توجهی می‌شود. چون صداوسیما در تعریفی که در اسناد از آن شده، مستقل تعریف شده است. اگر در این زمینه جری، مدیر و مسئول مستقل عمل نکرده، بحث دیگری است.

عمیدی (دبیر نشست) این مستقل بودن از بحث خود قسمت‌ها، سازمان‌ها و نهاد‌های جمهوری اسلامی است. مساله از سازمان و افرادی هستند که با هر بهانه‌ای و هر زبانی در هر قسمتی قرار می‌گیرند.

خدابخشی بله؛ طبیعتا باید بپذیرم. البته این بستگی به تعریف من از حاکمیت دارد. اگر حاکمیت را فلان شخص نظام بدانم؛ غلط است چون حاکمیت به این معنا نیست؛ یا اگر حاکمیت را فلان نهاد نظام بدانم باز هم اشتباه است. اینها حاکمیت نیستند. منظور از حاکمیت مجموعه‌ای از قوانین و رفتارهای اشخاص است تا زمانی که بر مبنای اجزای دیگر حاکمیت عمل می‌کنند؛ به آن‌که با خود نیز تضاد داشته باشد.

به‌طور مثال فرض کنیم یک رئیس‌جمهور تخلفی انجام داده است؛ من بگویم چون این بخشی از حاکمیت است پس نمی‌توانم به آن بپردازم. اگر برخورد من با او همراه با سند و مدرک باشد به‌طور طبیعی در پیگیری خواسته خود خیلی معطل نمی‌مانم. البته اگر بخواهیم کمی از آن حالت‌های انتزاعی و بازی با کلمات خارج شویم، برای مثال جریانی در صداوسیما به نام مبارزه با ساحل‌خواری شکل گرفته است. سوال اینجاست که این ساحل‌خواری را چه کسانی انجام داده‌اند؟ بخش‌هایی از حاکمیت، نهاد نظامی که خود به انواع مختلف تقسیم می‌شود، نهاد زیرمجموعه دولت و نهاد زیرمجموعه قوه قضائیه بوده است که ما به همه ساحل‌خواری‌هایی که از طریق این نهادها انجام گرفته، پرداخته و با مشکل چندانی هم مواجه نشدیم.

اگر سندمحور عمل شود، حاکمیت به کمک رسانه می‌آید

اگر قرار باشد با یک منکری برخورد شود، طبعا فشاری هم از طرف برخی بر سیستم می‌آید ولی در روند جریان کلی، اگر سندمحور عمل کند؛ اجزای دیگر همان نظام با همان حاکمیت به کمک شما می‌آید. به‌طور مثال بخشی‌هایی که به کمک شما می‌آیند، مردم، نهاد‌های نظارتی و دستگاه قضاست. از زمانی که در این جایگاه بودم برای افزایش ظرفیت پزشکی در کشور پیگیری کرده‌ام. وزیر بهداشت سابق و کنونی، نظام پزشکی، کمیسیون بهداشت مجلس مخالف اجرای این افزایش بودند اما ما سند مشخصی داشتیم که بر مبنای این سند، ششم‌اندا نظام و سیاست کلی سلامت مشخص شده است. در این سند عنوان شده که باید ترته اول نظام سلامت در منطقه با شاخص‌های سلامت و اقتصادی باشیم. یکی از آن شاخص‌ها سرانه تعداد پزشک در کشور است که به‌طور جدی پیگیری می‌شود. حتی در مقابل مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی که وضع را بهبود می‌بخشید، ایستاده و مخالفت خود را نشان دادیم. در سند چشم‌انداز؛ به‌صراحت بیان می‌شود باید برای سرانه سلامت رتبه یک منطقه را دارا باشیم. حال سوال اینجاست که رتبه یک منطقه متعلق به کدام کشور است؟ برای مثال این رتبه برای گرجستان است. این تعداد پزشک برای گرجستان ۶۱ نفر تعریف شده، درحالی که در سندی که شورای عالی انقلاب فرهنگی تعریف کرده، تعداد پزشک را ۲۰ تا ۳۰ نفر اعلام است و ما اعلام کردیم که این مصوبه هم خلاف سیاست کلی نظام است. چون با این تعداد نیز به رتبه اول نمی‌رسیم. برای بیان این موضوع فشار کمی را متحمل شدیم؛ زیرا یک سند در دست داشتیم که بر مبنای آن عمل کرده بودیم. اول از همه باید برای فرد رسانه‌ای اهمیت داشته باشد که به‌اصطلاح ولایت شخصی بر مردم پیداکنند. همچنین بر مردم هم مطمئن باشد مطالب که از سوی رسانه مطرح می‌شود الزاما یک سلیقه شخصی نیست، بلکه نظری برآمده از اسناد بالادستی جمهوری اسلامی است و مسئولیت شرعی و قانونی آن برعهده نظام جمهوری اسلامی قرار گرفته است. این روش برای شخص قوت‌قلبی خوبی است منتها مسئولیتش از گردن من برداشته شده و خلاف تقوی هم نیست.

عمیدی (دبیر نشست) فکر کنم بحث تسبیحی پیدا کرده است؛ ما یک فلسفه خبری نداریم تا باید‌های چگونگی تولید در

نقطه تولید را دانسته و به‌عبارتی با سردرگمی مواجه هستیم.

مسائلی که آقایان گودرزی و خدابخشی بیان کردند، ناظر بر بحث میانجی‌گری یوست؛ حال آنکه آقای بنی‌هاشمی را ابتدا در خصوص فقدان فلسفه خبری گفت. به بیان دیگر چالش

اساسی برای مجموعه صداوسیما و معاونت خبری، تفسیر اسناد بالادستی برای ورود بر مسائل است. به‌طور مثال اگر به همین

ماجرای ساحل‌خواری بپردازیم، ممکن است عملکرد برخلاف قانون، از سوی نهادی هم منتسب به سپاه و مجموعه نظامی

باشد. این بحث پیش می‌آید که اگر به آن بپردازیم و آن را محکوم

کنیم، این مجموعه‌ها تبعات دیگری را می‌تواند به مجموعه‌های

دیگر حاکمیت داشته باشند. در اینجا بحث عدم جهان‌بینی یا

عدم چهارچوب و ضوابطی که لازم است خبرنگار یا مدیر مجموعه

خبری داشته باشد، شکل می‌گیرد. آقای بنی‌هاشمی در دور

دوم بفرمایید چگونه مجموعه صداوسیما و مجموعه معاونت

سیاسی می‌تواند این ضابطه را تهیه کرده که هم ارزش‌های

انقلاب اسلامی با صدای حاکمیت رقم خورده و هم آن‌که نظر و

سمت‌وسویی که مردم دارند، رقم بخورد.