

حقوق رسانه

دکتر محمدجعفر نعاکار

{عضو هیات مدیرعامل نشر الکترونیک ایران}

انتظار داشت که مدیریت رسانه با ابعاد جدیدی روبه‌رو شده و این مواجهه نیازمند تبعیت از سیاست‌های کلان اجتماعی است. شاید ورود شوراهاى عالی انقلاب فرهنگی و فضای مجازی و همچنین تبیین و تصویب چشم‌انداز برای این عرصه در مجمع تشخیص مصلحت نظام، بستری را برای تدبیر مدیریت رسانه ایجاد و ساختاری را برای تشخیص حدود و اختیارات قانونی ایجاد کند.

از طرفی باید عنایت داشت به‌علت تکثرگرایی در رسانه‌ها، اقسام متنوعی از مدیریت رسانه و حقوق رسانه قابل تقسیم و شناسایی است، رسانه‌های خصوصی و غیرخصوصی از جمله این تقسیم‌بندی‌ها به‌شمار می‌رود؛ هرچند که برخی رسانه را به ملی و غیرملی نیز تقسیم نموده‌اند، اما آنچه مهم است نقطه اشتراک فی‌مابین این رسانه‌هاست و آن همان قدرت نفوذ و هنجارسازی و فرهنگ‌سازی میان آن‌هاست که این امر باعث پرداختن به ابعاد پنهان و آشکار رسانه می‌گردد.

در حال در عصری که با رسانه‌های خرد و کلان مواجه هستیم، آنچه می‌تواند موجب توقف ما بر نفوذ گسترده محتوای پایش‌نشده و تطبیق داده‌نشده با هنجارهای اجتماعی، سیاسی و شرعی گردد، همان تقویت مدیریت رسانه و ترویج اصول و چارچوب‌های قاعده‌مند حقوقی است که امید است با همکاری و همراهی صاحبان خرد، به نتیجه مطلوب رهنمون گردد.

شاید بتوان گفت رسانه و تمام متعلقات به آن، از چنان اهمیتی برخوردار است که امروزه می‌تواند پایه‌های حکومت، سیاست، فرهنگ، اقتصاد و هر چیز دیگر را به لرزه درآورد و در این میان مدیریت رسانه و حقوق رسانه از موضوعاتی است که باید به‌صورت جدی به آن پرداخته شود. لزوم وجود کرسی‌های آزاداندیشی، جهت‌دهی و تأمین مواد اولیه طراحی و تولید محتوا و مهیا کردن رسانه‌های مرجع برای مخاطبان، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ به‌گونه‌ای که در حکمرانی عصر کنونی، این رسانه است که می‌تواند مهیاکننده بسیاری از بسترها و تعمیق‌دهنده عمده سیاست‌ها باشد.

حقوق رسانه یکی از جدیدترین شاخه‌های حقوقی است، که در آن به مسائل مختلفی چون تعیین چارچوب‌های مدیریت رسانه، آزادی بیان، جریان آزاد اطلاعات، استقلال رسانه، تکثرگرایی، تضارب و نظام‌دهی رسانه پرداخته می‌شود و از طرفی مسائل مرتبط با محتوای موجد مسئولیت در آن تعریف و مشخصات آن ترسیم می‌گردد.

مدیریت رسانه برآمده از حقوق، می‌تواند به مسائل گوناگونی در این حوزه پرداخته و مسئولیت‌های مدنی (اجتماعی) و کیفری را به‌خوبی احصاء و مفهوم مدیریت را در رسانه به‌ظهور و بروز برساند. از طرفی با پدیدار شدن رسانه‌های نوظهور بر بستر شبکه‌های اطلاعاتی و اجتماعی و چرخش و اشتراک‌گذاری محتواهای متعدد و متنوع، می‌توان