



تحلیل برنامه‌های ذیل فصل رسانه در لایحه بودجه سال ۱۳۹۹

سیاست‌های رسانه‌ای دولت در لایحه بودجه سال ۱۳۹۹

گزارش «بررسی لایحه بودجه سال ۱۳۹۹ کل کشور؛ حوزه رسانه و ارتباطات جمعی» در دی‌ماه سال ۱۳۹۸ توسط دفتر مطالعات آموزش و فرهنگ معاونت پژوهش‌های اجتماعی-فرهنگی مرکز پژوهش‌های مجلس تهیه شده است. گزارش حاضر بر روی سیاست‌های رسانه‌ای این لایحه تمرکز کرده است.

در خصوص برنامه‌های ذیل فصل رسانه در لایحه بودجه سال ۱۳۹۹ کل کشور، باید گفت که تعداد برنامه‌های ذیل فصل رسانه در قانون بودجه سال ۱۳۹۸، ۱۲ عنوان بوده در حالی که در لایحه بودجه سال ۱۳۹۹ به ۱۵ عنوان افزایش یافته است. از سوی دیگر دو عنوان برنامه در لایحه بودجه سال ۱۳۹۹ از برنامه‌های ذیل فصل رسانه نسبت به قانون بودجه سال ۱۳۹۸ حذف شده است. البته غالب برنامه‌ها در این لایحه کاملاً مطابق برنامه‌های قانون بودجه سال ۱۳۹۸ هستند.

یافته‌های گزارش

مهم‌ترین یافته‌های این گزارش به‌قرار زیر است:

رشد چشمگیر اعتبار برنامه انتشار نشریات سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی: این برنامه برای نخستین بار در قانون بودجه سال ۱۳۹۶ با اعتباری معادل ۱۳ میلیارد تومان به برنامه‌های فصل رسانه افزوده شد. این روند عیناً در لایحه بودجه سال ۱۳۹۷ بدون رشد تکرار شد، در قانون بودجه سال ۱۳۹۸ اعتبارات این برنامه به مبلغ ۱۵ میلیارد تومان رسید و در لایحه بودجه سال ۱۳۹۹ با رشد ۴۶ درصدی به میزان ۲۲ میلیارد تومان برآورد شده است. این سیاست از نقطه نظر تشویق دولت به حمایت از مطبوعات نقطه منفی به حساب می‌آید چرا که نهاد مطبوعاتی ذیل دولت بودجه مجزا داشته و از این جهت دولت کمتر ترغیب به حمایت از مطبوعات خواهد شد. نکته منفی دیگر اینکه امکان عدم کنترل هزینه‌های این برنامه نیز وجود دارد چراکه ممکن است نهاد فوق طرح‌های توسعه‌ای غیرضروری تعریف کرده و بالطبع حجم و بودجه آن نیز هر ساله افزایش یابد. چنانکه از ابتدای تعریف این برنامه در قانون بودجه سال ۱۳۹۶ تاکنون رشدی حدود ۶۹ درصدی داشته است. (صفحه ۵)

کاهش قابل توجه اعتبارات برنامه ساماندهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت فرهنگی دیجیتال: اعتبارات این برنامه در لایحه بودجه سال ۱۳۹۹، نسبت به قانون سال ۱۳۹۸، حدود ۱۷ درصد کاهش یافته است. کاهش اعتبارات این برنامه مهم در جای خود محل تأمل است؛ زیرا با رشد استفاده شهروندان از رسانه‌های اجتماعی دیجیتال و

افزایش آسیب‌های فرهنگی اجتماعی که این رسانه‌ها با خود به دنبال دارند، اهتمام بیشتر دولت به ساماندهی این فضا و تأمین محتوای فرهنگی مناسب برای آن امری ضروری است. لایحه سال ۱۳۹۹ همانند لوایح بودجه در سال‌های گذشته علیرغم اینکه اعتبارات قابل‌توجهی برای برنامه‌های مربوط به تولید محتوا، شکاف دیجیتالی و اطلاعاتی و صیانت‌های فرهنگی و اجتماعی در فضای مجازی برای دستگاه‌های اجرایی که متولی زیرساخت هستند، در نظر گرفته است، ولی برای وجه فرهنگی رسانه‌ای آن اعتبار مناسب با جهت‌گیری فرهنگی و نیازهای مبتنی بر سواد رسانه‌ای پیش‌بینی نکرده است. (صفحه ۶)

حذف برنامه تأمین محتوای فرهنگی دیجیتال: برنامه تأمین محتوای فرهنگی دیجیتال از جمله برنامه‌هایی است که برای نخستین بار در لایحه بودجه سال ۱۳۹۵ با اعتباری معادل ۳۵۰ میلیون تومان ایجاد و کل اعتبارات آن برای حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی منظور شد. بررسی روند شکل‌گیری و تخصیص اعتبار به این برنامه نشان می‌دهد، در لایحه بودجه سال ۱۳۹۷ مبلغ یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان اعتبار برای این برنامه پیش‌بینی شده که نسبت به مصوب سال ۱۳۹۶ به میزان ۱۳۱ درصد رشد داشته است و کل این اعتبار به حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی اختصاص می‌یافت. در قانون سال ۱۳۹۸ نیز این برنامه با رقمی حدود یک میلیارد و پانصد میلیون تومان به حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی اختصاص داشته ولی در لایحه بودجه سال ۱۳۹۹ کشور حذف شده است. (صفحه ۶)

انتقال یک برنامه از فصل پژوهش‌های توسعه‌ای به برنامه‌های ذیل فصل رسانه برنامه تولید، حفظ، معرفی و انتشار علم و فناوری در لایحه بودجه سال ۱۳۹۸ ذیل فصل پژوهش‌های توسعه‌ای بود که در لایحه بودجه سال آتی به ذیل فصل رسانه منتقل شده و محل تأمین اعتبارات خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا) است. (صفحه ۷)

تفکیک برنامه خبرگزاری مجلس از خبرگزاری دولت

برنامه تولید و انتشار خبر در لایحه بودجه سال ۱۳۹۹ با دو شماره برنامه جداگانه پیش‌بینی شده است:

الف) شماره برنامه (۱۷۰۵۰۱۰) که اعتبار آن مبلغ یک میلیارد تومان به صورت هزینه‌ای برای خبرگزاری خانه ملت (۱۰۱۵۱۲) که متعلق به قوه مقننه است اختصاص یافته است.

ب) شماره برنامه (۱۷۰۵۰۲۴) که ۱۰۰ میلیارد تومان از اعتبارات آن جاری و دو و نیم میلیارد آن به صورت عمرانی به خبرگزاری جمهوری اسلامی اختصاص یافته است.

نکته حائز اهمیت در این خصوص آن است که توسعه بسترهای فضای مجازی و رسانه‌های دیجیتال در کشور و اقبال چشمگیر مخاطبان و عدم تقویت حوزه راهبری و تولید محتوا در فضای مجازی، موجب ایجاد چالش‌های فرهنگی در فضای رسانه‌ای کشور شد. از این رو و با توجه به گسترش اطلاعات غلط محتواهای گمراه‌کننده و اخبار جعلی و جریان سازی‌های رسانه‌ای که در فضای مجازی علیه قوای کشور صورت می‌گیرد و این امر اقدام فوری خبرگزاری‌های آنها برای ورود به بحران‌های رسانه‌ای را ضروری خواهد ساخت و از سویی با توجه به اینکه پرداختن به این امور هزینه‌بر است به درستی برنامه‌ای مجزا با اعتباری مشخص برای خبرگزاری خانه ملت

پیش‌بینی شده است. (صفحه ۷)