اخلاق در رسانه؛ چالش‌های اساسی و توصیه‌های ملی

شعبان نجف‌پور*

گروه سیاستگذاری عمومی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۹۲/۳/۸، تاریخ پذیرش: ۹۲/۸/۲۱)

چکیده

زمینه: رسان ها، به‌عنوان یک نهاد اجتماعی و مدنی، همواره از عوامل و متغیرهای مهم در بحث نظارت برمحیط و حراست از آن بوده‌اند. این پژوهش، با هدف بررسی موانع و چالش‌های پیشروی رسانه، بر اساس ابعاد و شاخص‌های رسانه در نظام ملی درستکاری جمهوری اسلامی ایران، به عنوان رویکرد جامع و نوین مبارزه با فساد انجام گرفته است.

روش: پژوهش حاضر، در چارچوب رویکرد کیفی و با استفاده از روش تحقیق پدیدارشناسی صورت گرفته است. جامعه پژوهش متشکل از مدیران مسئول و سردبیران ارشد رسانه‌ها، مدیران و کارشناسان سازمان بازرسی و متخصصان و صاحب‌نظران حوزهٔ حقوق رسانه‌ها و مطبوعات در کشور بودند که از میان آنها ۱۵ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته و گفتگوهای غیررسمی با شرکت‌کنندگان در تحقیق بوده است. داده‌های حاصل از آنها با استفاده از روش تحلیل محتوا (تحلیل کیفی داده‌ها)، تحلیل و مقوله‌بندی شده‌اند.

یافته‌ها: چالش‌های اساسی اخلاق رسانه‌ای در ایران را می‌توان به‌طور خلاصه به صورت زیر بر شمرد: دولتی بودن رسانه‌ها، نامشخص بودن حدود عمل رسانه‌ها و خطوط قرمز، ابهام در قوانینی مربوط به حقوق رسانه‌ها، هزینه‌بر بودن فعالیت‌ها، عدم دسترسی آزادنه به اطلاعات، تعامل نادرست سازمان‌ها با رسانه‌ها، فقدان تخصص و اشراف علمی خبرنگاران.

نتیجه‌گیری: یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که؛ موانع فراروی رسانه‌ها در ایران در قالب موانع چهارگانه (قانونی، سیاسی، اقتصادی و سازمانی) قابل طرح است. از نظر مصاحبه‌شونده‌ها موانع سیاسی تأثیر قابل توجهی در شکل‌گیری سایر موانع دارد.

کلید واژگان: *اخلاق، رسانه، نظام ملی درستکاری*

سرآغاز

فساد از مسائل و چالش‌های اصلی جوامع مختلف، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه، است و دولت‌ها جهت پیشگیری و مبارزه با آن به تصویب و اجرای سیاست‌های گوناگون اقدام می‌نمایند(۱). رویکرد جدیدی که کشورهای مختلف برای مبارزه با فساد برگزیده‌اند، رویکرد نظام ملی درستکاری بوده که توسط سازمان شفافیت بین‌الملل و سازمان همکاری اقتصادی و توسعه مطرح گردیده است. هدف اصلی نظام ملی درستکاری، مبارزه با فساد به‌عنوان بخشی از مبارزه گسترده‌تر در برابر سوءرفتار و اختلاس و خلق دولتی مؤثر و کارآمد بوده است(۲). اصطلاح «نظام ملی درستکاری» نخستین بار توسط مدیر سازمان شفافیت بین‌الملل، در دههٔ ۹۰ در سطح بین‌المللی انتشار یافت و از آن زمان به بعد به این مفهوم شاخ و برگ داده شد و جایگاه

* نویسنده مسؤول: نشانی الکترونیکی: najafpour@ut.ac.ir

بسیار مهمی را در سیاست‌ها و برنامه‌های مبارزه با فساد پیدا نمود(۳).

رویکرد یاد شده بیان می‌دارد که؛ برای سیاستگذاری مبارزه با فساد، تمامی بخش‌های جامعه باید در تعامل با یکدیگر در راستای درستکاری ملی به هم نزدیک شوند و موفقیت سیاست‌های مبارزه با فساد نیازمند ائتلاف و همکاری گسترده و نزدیک بخش‌های مختلف جامعه (نهادهای رسمی، رسانه‌ها، بخش خصوصی و...) برای حمایت از آنها است(۴). براساس این رویکرد، بازیگران مختلفی (قوه مقننه، مجریه، قضاییه، جامعه مدنی، احزاب، سازمان‌های نظارتی، و...) در شناسایی مشکل فساد و در نهایت، قرارگیری آن در دستورکار دولت و نهادهای سیاستگذار این حوزه دخیل هستند. یکی از این بازیگران، رسانه‌ها هستند. رسانه‌ها، به عنوان یک نهاد اجتماعی و مدنی، همواره از عوامل و متغیرهای مهم در بحث نظارت برمحیط و حراست از آن از طریق اطلاع‌رسانی، آگاهی بخشی و تحلیل و تفسیر و نقد رویدادها بوده‌اند، تا جایی‌که، نظریه‌پردازان ارتباطات، نخستین و مهم‌ترین نقش رسانه‌ها را نظارت بر محیط زندگی انسانی می‌دانند(۵). رسانه‌ها با انعکاس اخبار گوناگون در خصوص فساد، که متوجه شهروندان و کشور است، می‌توانند گام بزرگی در برجسته‌سازی این موضوع ها ایفا نمایند(۶). این نقش، یعنی شناخت مسئله یا معضلی اجتماعی که قرار است برای آن تدبیری اندیشیده شود، اساسی‌ترین مرحله در سیاستگذاری است(۷). نقش دوم رسانه نیز ناشی از انعکاس جزئیات و کاربرد آنها در عرصه سیاستگذاری است. رسانه‌ها با انعکاس جزئیات مسایل می‌توانند اطلاعات مشخصی برای عرصه سیاستگذاری، مهیا کنند (۸).

برای شکل‌گیری نظارت رسانه‌ای در جامعه، باید شرایط و شاخص‌هایی فراهم باشد که آنها را در ایفای نقش نگهبانی از منافع عمومی یاری نماید. از این رهگذر با بررسی منابع وکتاب‌های مختلف در حوزه علوم انسانی، اجتماعی و به ویژه کتاب مرجع نظام ملی درستکاری، شاخص‌های لازم و ضروری برای شکل‌گیری نظارت رسانه‌ای در نظام ملی درستکاری را می‌توان به شرح زیر تشریح نمود:

آزادی اطلاعات و رسانه‌ها: دسترسی رسانه‌ها به اطلاعات به نمایندگی از مردم برای نظام ملی درستکاری امری بنیادی است(۹). رسانه‌های آزاد و مستقل، ابزار اصلی رساندن اطلاعات به دست مردم هستند(۱۰). سیل اطلاعات، حتی مستعدترین شهروندان را نیز ناتوان ساخته تا درباره هر آنچه در اطراف می‌گذرد به روز باشند. امید این است که رسانه‌ای حرفه‌ای وجود دارد که هر روز این انبوه اطلاعات را جستجو و به شکلی منصفانه و مسئولانه به ما عرضه می‌کند (۱۱).

نبود سانسور و خودسانسوری: شاید بدتر از هر چیزی خود سانسوری است، یعنی زمانی که روزنامه‌نگاران و ویراستاران گزارشهایی که ممکن است باعث رنجش صاحبان منافع، مالکان روزنامه یا نزدیکان آنها شود، را پیگیری نمی‌کنند(۱۲). پدیده سانسور و خودسانسوری در رسانه‌ها را می‌توان یکی از موانع اصلی در راه ایفای نقش رسانه‌ها دانست که هنوز هم در برخی از کشورهای در حال توسعه پدیده‌ای مرسوم در عرصه فرهنگ و رسانه است(۱۳).

استقلال رسانه‌ها: یکی از معیارها و شاخص‌های مهم در ارزیابی عملکرد رسانه‌ها، استقلال یا عدم استقلال آنهاست. می‌توان استقلال رسانه‌ای را عدم وابستگی رسانه‌ها و عوامل و نهادهای رسانه‌ای به حکومت و عدم تأثیرپذیری فعالیت‌های متعارف رسانه‌ای از انواع فشارهای مدیریتی، سیاسی یا مالی تعریف کرد(۱۴). استقلال رسانه‌ای یعنی آنکه فعالیت‌های رسانه‌ای از فشارهای بیرونی متأثر نشوند(۱۵).

وجود روزنامه‌نگاری انتقادی: نظارت رسانه‌ها بر محیط سیاسی و اجتماعی با مقوله «نقد و انتقاد» همزاد است. برهمین اساس، روزنامه‌نگاری انتقادی یکی از مولفه‌ها و شاخص‌های مهم برای سنجش عملکرد رسانه‌ای است(۱۶). روزنامه‌نگاری انتقادی، انتقاد از حکومت است. صاحبنظری بیان کرده است که؛ انتقاد از حکومت مهمترین شاخص آزادی مطبوعات است(۱۷).

عدم اعمال فشار بیرونی و تهدید رسانه‌ها: خشونت علیه روزنامه نگاران در بسیاری از کشورها رخ داده و مقامات دولتی اغلب از اختیاهای قانونی و نظارتی خود برای ارعاب یا سانسور رسانه استفاده می‌کنند(۱۸). یکی از ضرورت‌های اساسی

روزنامه نگاران برای فعالیت آزاد حرفه‌ای، حفظ منابع است. روزنامه نگاران باید بدانند که می‌توانند گزارش‌های خود را منتشر کنند بدون اینکه با خطر پرداخت جریمه یا رفتن به زندان به دلیل عدم افشای نام منابع اطلاعاتی خود مواجه باشند(۱۷).

بنابراین، می‌توان این شاخص ها را، از مهم‌ترین شاخص‌ها و مؤلفه‌های رسانه در نظام ملی درستکاری دانست که فقدان آنها موانعی جدی بر سر راه رسانه‌ها محسوب می‌شود.

از این رو، در این پژوهش به چند دلیل به بررسی و تحلیل وضعیت نظام ملی درستکاری بخش رسانه در جمهوری اسلامی ایران پرداخته می‌شود. نخست به دلیل اینکه مقام ها و مسئولان دستگاه‌های مبارزه با فساد جمهوری اسلامی ایران خواهان رابطه تعاملی بیشتر با رسانه‌ها و خواهان همکاری و مشارکت بیشتر این بخش در زمینه مبارزه با فساد هستند. و دوم اینکه نتایج بررسی ادبیات موجود در خصوص رسانه و همچنین، نظر مدیران دستگاه‌های نظارتی و مبارزه با فساد حاکی از آنست که، رسانه به عنوان یکی از بازیگران اصلی این حوزه هنوز نتوانسته است وظایف خود در زمینه اطلاع‌رسانی، بسیج عمومی، شکل دادن به افکار عمومی یا هدایت، مدیریت و رهبری افکار عمومی و نقش خود را در ایران در زمینه مبارزه با فساد ایفا نماید(۱۹). در این راستا، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این پرسش است که: چالش‌های اساسی فراروی رسانه‌ها در جمهوری اسلامی ایران، بر اساس شاخص‌های رسانه در مدل نظام ملی درستکاری چه می‌باشد و چه رهنمودهایی می‌توان برای ارتقاء نظام ملی درستکاری بخش رسانه در جمهوری اسلامی ایران ارائه داد؟

روش

پژوهش حاضر در چارچوب رویکرد کیفی صورت پذیرفته است. بنابر تعریف، رویکرد کیفی تلاشی است جهت توصیف غیر کمّی از موقعیت‌ها، حوادث و گروه‌های کوچک اجتماعی، با توجه به جزئیات و همچنین سعی برای ارائه تعبیر و تفسیر معانی که انسان‌ها در موقعیت‌های طبیعی و عادی به زندگی خود و حوادث می‌بخشند (۲۰). در روش کیفی نوعی نگاه امیک نگاه درون(به پدیده‌ها وجود دارد. در این حالت مقولات فکری گروه مورد تحقیق برای توصیف نگرش و رفتارهایشان مورد تأیید قرار می‌گیرد (۲۱). جامعه آماری پژوهش حاضر متشکل از سه گروه مدیران مسئول و سردبیران ارشد رسانه‌ها، مدیران و کارشناسان سازمان بازرسی و متخصصان و صاحب‌نظران حوزه حقوق رسانه‌ها و مطبوعات در کشور هستند. از میان جامعه مورد نظر ۱۵ نفر با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شد. داده‌های مورد نیاز این پژوهش با استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش، از معیارهای روایی و اعتبار داده‌ها که مشابه روایی و پایایی در پژوهش‌های کمّی است، استفاده شده است:

الف) روایی: به معنی قابل پذیرش بودن داده‌ها و مستلزم جمع‌آوری داده‌های واقعی است(۲۲). به منظور افزایش روایی داده‌ها، از روش‌های زیر استفاده شده است:

– بررسی و مصاحبه‌های مداوم، تخصیص زمان کافی، حسن ارتباط– ارتباط طولانی و مستمر و تلفیق زمانی (بررسی در زمان‌های مداوم و امکان بازخورد به داده‌ها) – بازنگری ناظران و استفاده از نظرهای تکمیلی همکاران،– جست و جوی شواهد مغایر و تحلیل موارد منفی.

ب) اعتبار: اعتبار و عینیت، ویژگی داده‌های پژوهشی بوده و به این معنی است که چند پژوهشگر، نتایج به نسبت، مشابهی از دست نوشته‌ها و گزارش‌ها گرفته باشند(۲۲). حسن رفتار و ارتباط مناسب، درگیری و بررسی مداوم، دقیق بودن در تمامی مراحل پژوهش، و روشن بودن روش پژوهش، داده‌ها را عینیت می‌بخشد و در این پژوهش نیز این موارد در نظر گرفته شد.

یافته‌ها

از اطلاع‌رسان‌ها پرسیده شد که؛ به نظر شما چالش‌های اساسی(درون سازمانی و برون سازمانی) فراروی اخلاق رسانه‌ای در جمهوری اسلامی ایران چه می‌باشد؟ نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده های حاصل از مصاحبه با اطلاع رسان‌ها نشان می‌دهند که موانع و چالش‌های پیش‌روی رسانه در نظام ملی درستکاری را می‌توان در چهار مقوله کلی و تعدادی زیر مقوله به شرح زیر طبقه بندی نمود:

۱- موانع سیاسی: منظور از موانع سیاسی بازدارنده‌هایی هستند که از ساختارها و منابع قدرت سیاسی حاکم، مناسبات سیاسی در یک کشور، نحوه اعمال قدرت و تقسیم قدرت میان بازیگران عرصه حکمرانی و مدیریت سیاسی جامعه ناشی می‌شوند(۲۳). موانع سیاسی پیش‌روی رسانه‌ها از دید مصاحبه شونده‌ها را می‌توان در پنج زیر مقوله بررسی نمود:

الف- نامشخص بودن حدود عمل رسانه‌ها: گستردگی و یا نامشخص و مبهم بودن خطوط قرمز عمل رسانه‌ها که فراتر از قوانین مصوب موجود، به شیوه‌های رسمی و غیررسمی به مطبوعات ابلاغ می‌گردد، باعث می‌شود مطبوعات در انتشار اطلاعات و اخبار، دچار نوعی سانسور پیش از انتشار شوند.

ب- بی‌اعتقادی به استقلال رسانه‌ها و داشتن نگاه ابزاری نسبت به رسانه: عدم اعتقاد جدی نهادهای حاکمیتی به نقش نهادهای مدنی و از جمله رسانه‌ها برای ایفای نقش میانجی‌گری و نظارت بر تصمیمات، عملکردها و جریان امور، از جمله موانع اصلی نقش آفرینی نظارتی رسانه‌ها بر سازمان‌های دولتی است. لذا استقلال عمل رسانه‌ها (که پیش شرط هر گونه نظارتی محسوب می‌شود) عملا به رسمیت شناخته نمی‌شود.

ج- دولتی بودن رسانه‌ها: دولت در حوزه‌ی مطبوعات دولتی به طور مستقیم و در حوزهٔ مطبوعات غیر دولتی به صورت غیر مستقیم (از طریق توزیع یارانه و آگهی)، عهده‌دار سیاستگذاری و تعیین خط‌مشی تمامی رسانه‌ها بوده است. مسئله‌ای که به نوبه‌ی خود باعث نبود رقابت بین رسانه‌ها برای نظارت بر دولت، مصلحت اندیشی بی‌حد و حصر سیاسی رسانه‌ها در اطلاع‌رسانی و نقد صریح و آزاد نبودن رسانه‌ها برای انحراف از سیاست‌های رسمی دولت شده است.

د- وابستگی به گروهی خاص: مدیران نشریه‌های دارای گرایش‌های خاص سیاسی می‌باشند و با اعمال دیدگاه‌های سیاسی خود مانع ارائه تصویر درستی از حقایق شده و از این رو، امکان نقد صحیح و نظارت از رسانه گرفته می‌شود.

ه- خودسانسوری: نبود فضای آرام سیاسی در کشور از اوایل انقلاب اسلامی تا کنون (به علت بحران‌های سیاسی و اجتماعی، جنگ، تحریم و فشار خارجی و...) موجب بی‌اعتمادی دولت به رسانه‌ها و اتخاذ رویکرد تحدیدی به فعالیت‌های رسانه‌ای در حوزه نقد و اطلاع رسانی شفاف و توقیف‌های مکرر مطبوعات شده است. همین فشارها و برخوردها، رسانه‌ها را به سوی خودسانسوری و محافظه‌کاری (حرکت از راهکار پیشرفت به راهکار بقا) سوق داده و موجب شده تا رسانه‌ها آیینه واقعیت‌های اجتماعی نباشند.

جدول ۱: موانع سیاسی رسانه ها و مقوله‌های آن

موانع سیاسی رسانه‌ها
نامشخص بودن حدود عمل رسانه‌ها.
بی‌اعتقادی به استقلال رسانه‌ها و داشتن نگاه ابزاری نسبت به رسانه.
دولتی بودن رسانه‌ها.
وابستگی به گروه خاص
خودسانسوری.

۲- موانع قانونی: منظور کمبودها، ابهام ها، نقص‌ها و تناقض‌هایی است که در قوانین رسانه‌ای ایران برای رسانه‌ها وجود دارد(۲۳). مقوله‌های مربوط به موانع حقوقی عبارتند از:

الف- ابهام در قوانینی مربوط به حقوق رسانه‌ها: در مجموعه قوانین و مقررات موجود مرتبط با مطبوعات ابهام‌هایی در زمینهٔ حق دسترسی آزادانه به اطلاعات، حد و مرز آزادی بیان و چگونگی ایفای نقش‌های نظارتی توسط مطبوعات وجود دارد که فعالیت در این عرصه را با مشکلاتی مواجه ساخته است.

ب- مبهم بودن جایگاه نظارتی رسانه‌ها: قانون برای رسانه‌ها نقش نظارتی، نگهبانی از منافع عمومی و نمایندگی افکار عمومی قائل نشده و در عوض انتظار نظام سیاسی از رسانه‌ها، ایفای نقش حمایت از دولت و خدمت به نظام سیاسی است. این مسئله باعث شده است تا هرگاه رسانه‌ها به دلیل ایفای نقش نظارتی خود دچار خطایی می‌شوند، از چتر حمایت‌های قانونی بی‌بهره باشند.

ج- مبهم بودن قوانین مربوط به صدور مجوز رسانه‌ها: طولانی و طاقت‌فرسا بودن فرآیند دریافت مجوز انتشار، معضل دیگری است که به نوبه‌ی خود باعث ایجاد نوعی رانت اعطای امتیاز یا اجاره دادن مجوز انتشار گردیده است.

د- ابهام در قوانین مربوط به نهادهای رسیدگی کننده به جرایم مطبوعاتی: در فرآیند رسیدگی به جرائم مطبوعاتی، حضور هیئت منصفه حضوری مؤثر نیست و رای آن رایی مشورتی است نه قطعی و قاضی می‌تواند رای و نظر هیئت منصفه را نادیده بگیرد.
ه- عدم ارائه تعاریفی روشن از جرائم مطبوعاتی: فقدان تعاریف روشن از مفاهیمی چون آزادی بیان،حقوق عمومی،مبانی اسلام و جرم مطبوعاتی در قانون مطبوعات و تفسیر سلیقه‌ای مراجع قضایی از مواد مختلف قانون مطبوعات باعث شده تا عملکرد دادگاه‌ها و هیئت‌های مختلف نظارت بر مطبوعات در دوره‌های مختلف بسیار متعارض باشد به صورتی که در یک دولت، هیئت نظارت حامی مطبوعات است و در دولتی دیگر شاکی و توقیف کننده مطبوعات.

جدول ۲: موانع قانونی رسانه ها و مقوله‌های آن

موانع قانونی رسانه‌ها
ابهام در قوانینی مربوط به حقوق رسانه‌ها.
مبهم بودن جایگاه نظارتی رسانه‌ها.
مبهم بودن قوانین مربوط به صدور مجوز رسانه‌ها.
ابهام در قوانین مربوط به نهادهای رسیدگی کننده به جرایم مطبوعاتی.
عدم ارائه تعاریفی روشن از جرائم مطبوعاتی.

۳- موانع اقتصادی: موانع اقتصادی نظارت رسانه‌ای ناشی از، ساختار اقتصادی رسانه و نحوه مالکیت و نحوه تأمین منابع مالی و درآمدی آنهاست(۲۳). موانع اقتصادی را می‌توان در ۴ مقوله زیر بررسی نمود:
الف- وابستگی رسانه‌ها به دولت: اکثر رسانه‌های پر مخاطب در ایران مالکیت دولتی دارند. از آنجا که مدیریت و سیاستگذاری در یک سازمان نیز همیشه تابعی از مالکیت آن است. از این رو، سیاستگذار اصلی رسانه‌ای در ایران، دولت خواهد بود. علاوه بر مطبوعاتی که به طور مستقیم تحت مالکیت دولتی بوده و توسط دولت و سازمان‌های دولتی اداره می‌شوند، سایر رسانه‌های غیر دولتی نیز برای ادامه حیات خود به کمک‌های اقتصادی دولت مانند: یارانه و همچنین آگهی‌های دولت و سازمان‌های دولتی بستگی دارند.
ب- توزیع نابرابر حمایت‌های دولتی: حتی اگر به تعبیری یکی از وظایف دولت را حمایت از عرصه‌ی فرهنگ و فعالیت‌های فرهنگی و به تبع آن فعالیت‌های رسانه‌ای بدانیم، همین حمایت‌ها و کمک‌های مالی دولتی نیز به شکل مناسبی در اختیار مطبوعات قرار نمی‌گیرد.
ج- به صرفه نبودن فعالیت‌ها: ریسک‌پذیری بالا و عدم ثبات اقتصادی در حوزه‌ی رسانه، هزینه بر بودن و بازدهی پایین مالی فعالیت‌های فرهنگی و رسانه‌ای و در یک کلام غیراقتصادی بودن کار رسانه‌ای در مقایسه با سایر فعالیت‌های اقتصادی، موجب جذابیت کم این عرصه برای سرمایه‌گذاری شده است. اقتصاد روزنامه‌نگاری در ایران به شکلی است که اتکای درآمدی آن نمی‌تواند بر روی فروش گیشه‌ای و یا اشتراک مخاطبان قرار گیرد. از این رو، مالکان مطبوعات مجبورند برای تامین هزینه‌ها یکی از چند راه پذیرش آگهی، اتصال به دولت و درآمدهای دولتی و یا سایر فعالیت‌های اقتصادی در کنار کار مطبوعاتی را برگزینند.
د- پایین بودن سطح دستمزدها: رسانه‌های خصوصی که باید رویکردی انتقادی داشته باشند به علت کمبود منابع مالی و درآمدی، قادر به جذب روزنامه‌نگاران حرفه‌ای نیستند. از این رو، از روی اجبار، از افرادی استفاده می‌کنند که علی‌رغم علاقمندی احتمالی، آموزش‌های حرفه‌ای را سپری نکرده و تجربه چندانی ندارند. فقدان تخصص و تجربه هم به نوبه‌ی خود موجب ضعف محتوای تولیدی توسط این گونه رسانه‌ها می‌شود.

جدول ۳: موانع اقتصادی رسانه ها و مقوله‌های آن

موانع اقتصادی رسانه‌ها
وابستگی رسانه‌ها به دولت و عدم استقلال اقتصادی.
توزیع نابرابر حمایت‌های دولتی.
به صرفه نبودن فعالیت‌ها.
پایین بودن سطح دستمزدها.

۴- موانع سازمانی: منظور موانعی هستند که از ساختار سازمانی، آیین‌نامه و مقررات داخلی، نحوه تعامل با محیط پیرامونی،

نیروهای انسانی و سطح تخصص و حرفه‌ای بودن و نظایر آن ناشی می‌شوند. این موانع به دو دسته موانع درون سازمان‌های دولتی و موانع درون رسانه‌ها تقسیم می‌شوند(۲۳). مولفه‌ها و شاخص‌های هر یک از این موانع را می‌توان به شرح زیر تقسیم‌بندی نمود:

موانع درون سازمان‌های دولتی

الف- عدم دسترسی آزادنه به اطلاعات: عدم انتشار فعال و داوطلبانه اطلاعات از سوی سازمان‌ها و اجازه ندادن به رسانه‌ها جهت حضور در نشست‌ها و جلسات، باعث می‌شود تا دسترسی رسانه‌ها به اسناد و مدارک آن‌ها، کاری پرهزینه، طاقت‌فرسا، و بسیار کند شود. رسانه‌ها بدون دسترسی به اطلاعات کافی، نمی‌توانند به نقد، تحلیل، پرسش و نظارت بپردازند.

ب- تعامل نادرست سازمان‌ها با رسانه‌ها: عدم آشنایی مدیران سازمان‌ها و مسئولان روابط عمومی با نقش رسانه و همچنین تلقی مچ‌گیرانه از نقش نظارتی رسانه‌ها به جای تلقی اصلاحی، باعث گردیده تا تعامل نادرستی میان رسانه‌ها و سازمان‌های دولتی شکل بگیرد.

ج- عدم اطلاع رسانی درست توسط سازمان‌ها: عدم اطلاع‌رسانی کامل، شفاف و سریع سازمان‌ها از تصمیم ها و عملکردهای خود، باعث گردش نادرست اطلاعات و در نتیجه فراهم آمدن زمینه‌ای برای رانت خواری، ویژه خواری و بروز انواع فساد اداری می‌شود.

موانع درون رسانه‌ای

الف- نبود افراد آموزش دیده: حضور افراد بی‌تجربه در رسانه‌ها و خروج مداوم روزنامه‌نگاران کهنه‌کار از بدنه رسانه‌ای کشور، همچنین، ضعف آموزش‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاران در زمینه‌ی چگونگی تولید پیام و شیوه‌های صحیح اطلاع رسانی، کارکرد حرفه‌ای رسانه‌ها را مورد تهدید قرار داده است.

ب- فقدان تخصص خبرنگاران:کم توجهی روزنامه‌نگاران به رسالت‌ها و نقش رسانه، کم اطلاعی آنها از حقوق و مسئولیت‌های قانونی خود و فقدان تخصص، آگاهی و دانش تخصصی کافی در حوزه خبری منجر به نقص و ضعف تولیدات خبری آن‌ها می‌شود، به نحوی که بسیاری از مطالب تحلیلی و انتقادی مطبوعات غیرمستند و مبتنی بر اطلاعات نامعتبر شکل می‌گیرد.

ج- عملکرد غیرحرفه‌ای روزنامه‌نگاران: عملکرد روزنامه‌نگاران نیز در حوزه‌ی وظایف نظارتی گاه بسیار غیرحرفه‌ای است؛ به عنوان نمونه: ارائه انتقادهای تک بعدی، سوگیرانه، مبتنی بر احساسات و همراه با تحقیر و عیب‌جویی به جای ارائه انتقاد منطقی همراه با ادله، جانبداری از برخی افراد و گروه‌ها و عدم رعایت بی‌طرفی در انتقاد و اظهار نظر و... .

ه- انتصابی بودن مدیران رسانه‌ای: مدیران و سردبیران رسانه‌های اصلی کشور که در مالکیت دولت هستند، فضای این سازمان‌ها را به فضایی بوروکراتیک تبدیل نموده به طوری که در بین روزنامه‌نگاران و خبرنگاران نیز روحیه کارمندی رسوخ کرده که چندان برایشان فرق نمی‌کند که در یک موسسه خدماتی فعالند، در یک واحد تجاری و بازرگانی کار می‌کنند یا در یک رسانه.

و- نبود امنیت شغلی: اقتصاد نامطلوب حرفه‌ی روزنامه‌نگاری و عدم ثبات مطبوعات که منجر به فقدان امنیت شغلی و حرفه‌ای روزنامه‌نگاران شده است، باعث تضعیف شاغلان در این حوزه گردیده و آن‌ها را به خود سانسوری یا فساد مبتلا نموده است.

جدول ۴: موانع سازمانی رسانه ها و مقوله‌های آن

موانع سازمانی رسانه‌ها
الف) درون سازمان‌های دولتی
عدم دسترسی آزادنه به اطلاعات.
تعامل نادرست سازمان‌ها با رسانه‌ها.
عدم اطلاع رسانی درست توسط سازمان‌ها.
ب) موانع درون رسانه‌ای
نبود افراد آموزش دیده.
فقدان تخصص خبرنگاران.
عملکرد غیر حرفه‌ای روزنامه‌نگاران.
انتصابی بودن مدیران رسانه‌ای.
نبود امنیت شغلی.

بحث

این مطالعه به منظور واکاویی چالش‌ها و مشکلات پیش‌روی نظام ملی درستکاری رسانه‌ها صورت گرفته است. البته باید تأکید نمود که یافته‌های این پژوهش براساس داده‌های حاصل از تحلیل مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان و کارشناسان حوزه رسانه بوده و نمی‌تواند به صورت کامل به این موانع و چالش‌ها اشاره داشته باشد، اما می‌توان ادعا نمود که؛ این تحقیق می‌تواند با توجه به بدیع بودن آن در کشور، برای توجه به این موضوع مهم، نقطهٔ شروع مناسبی باشد.

همان‌طور که از تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل مصاحبه‌ها مشخص گردید؛ دولت‌های مختلف به رسانه‌ها همواره به عنوان ابزار حمایت، تایید و تبلیغ برنامه‌های خود و وسیله‌ای جهت کنترل اطلاعات و هدایت افکار عمومی نگاه کرده و از آن‌ها انتظاری جز تقویت نظام اداری و سیاسی موجود نداشته‌اند(۲۴). به همین خاطر، هیچ‌گاه حسن نیتی نسبت به نقش و عملکرد رسانه‌ها در راستای ایجاد شفافیت و نظارت اجتماعی برای جلوگیری از فساد وجود نداشته‌اند. سازمان‌های دولتی به جای آن که مطبوعات مستقل و منتقد را آیینه‌ای برای بازنمایی واقعیات اجتماعی و سیاسی تلقی کنند، از آن‌ها به عنوان مزاحم یاد کرده و اغلب انتقادهای رسانه‌ای را به عنوان تبلیغ علیه نظام، علیه قانون اساسی یا تشویش اذهان عمومی به شمار می‌آورند (۲۵).

علاوه براین، رسانه‌های جمعی از ابتدای ورود خود به ایران وابسته به دولت شدند و مضاف بر مطبوعاتی که مستقیما تحت مالکیت دولتی بوده و توسط دولت و سازمان‌های دولتی اداره می‌شوند، سایر رسانه‌های غیر دولتی نیز برای ادامه حیات خود به کمک‌های اقتصادی دولت ، مانند: یارانه و همچنین آگهی‌های دولت و سازمان‌های دولتی بستگی دارند. فقدان استقلال مالی رسانه‌ها و تکیه آن‌ها بر منابع حکومتی، باعث چشم‌پوشی آن‌ها از بیان نقاط ضعف و حذف مطالب انتقادی نسبت به دولت و سازمان‌های دولتی می‌شود(۲۶). تنگناهای مالی رسانه‌های خصوصی موجب ناتوانی در رقابت با رسانه‌های دارای حمایت گسترده دولتی شده و آن‌ها را در دور باطل تیراژ محدود، مخاطب کم، عدم تمایل صاحبان سرمایه و ارائه آگهی و به طور مجدد درآمد اندک می‌اندازد. در مجموعهٔ قوانین و مقررات موجود مرتبط با مطبوعات نیز ابهام‌هایی در زمینهٔ حق دسترسی آزادانه به اطلاعات، حد و مرز آزادی بیان و چگونگی ایفای نقش‌های نظارتی توسط مطبوعات وجود دارد که فعالیت در این عرصه را با مشکلاتی مواجه ساخته است(۲۶). عدم انتشار فعال و داوطلبانه اطلاعات از سوی سازمان‌ها و اجازه ندادن به رسانه‌ها جهت حضور در نشست‌ها و جلسات، باعث می‌شود تا دسترسی رسانه‌ها به اسناد و مدارک آن‌ها کاری پرهزینه، طاقت‌فرسا، و بسیار کند شود.

از این رهگذر، با تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصل از مصاحبه‌ها می‌توان بیان داشت که موانع پیش‌روی شاخص‌های مختلف رسانه در نظام ملی درستکاری در چهار بعد اصلی قابل دسته‌بندی است: موانع سیاسی، اقتصادی، قانونی و سازمانی. همچنین می‌توان چنین بیان نمود که این موانع چند وجهی بوده و هر یک از آنها شاخص‌های مختلف را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند و نمی‌توان تنها یکی از آنها را در یک شاخص دخیل دانست و فقط تأثیر برخی از موانع در برخی از شاخص‌ها بیشتر است. به عنوان مثال، به علت وجود موانع سازمانی و قانونی دسترسی آزادانه مطبوعات و رسانه‌ها به اطلاعات کم بوده و مدیران نیز چنین حقی را برای رسانه‌ها قایل نیستند. به علت وابستگی‌های مختلف رسانه‌ها به دولت چه از نظر اقتصادی و چه از نظر نیروی انسانی و مدیریتی نمی‌توان استقلالی را برای رسانه‌ها در نظر گرفت. در مجموع، از نظر مصاحبه‌شونده‌ها موانع سیاسی تأثیر قابل توجهی در شکل‌گیری سایر موانع دارد. در نتیجه، می‌توان گفت که به نوعی، سایر موانع تحت تأثیر موانع سیاسی شکل گرفته و در نهایت منجر به عدم عملکرد بهینه رسانه‌ها شده است. قدرت موانع سیاسی را می‌توان در گستردگی و نفوذ دولت که به وی قدرت در اختیار داشتن منابع قدرت اقتصادی، سیاسی، نظامی و قوه قهریه و قضاییه و اقتدار و توانایی به اطاعت درآوردن خرده سیستم‌ها و نهادهای دیگری مانند رسانه‌ها و تأثیرگذاری بر آنها را می‌دهد، دانست و بر همین اساس دولت از توانایی سیاستگذاری و مقررات‌گذاری و تعیین پاداش و تنبیه و تعقیب و چارچوب‌گذاری برای آنها برخوردار می‌باشد.

مصاحبه‌شونده‌ها برای تقویت و تحکیم نقش رسانه‌ها در جمهوری اسلامی ایران راهکارها و توصیه‌هایی را پیشنهاد نمودند که در ادامه به بیان برخی از آنها خواهیم پرداخت:

دسترسی آزادانه خبرنگاران به منابع، اسناد و اطلاعات مربوط به تصمیمات و عملکرد جلسات سازمان‌های دولتی بدون سانسور و محدودیت.

ایجاد فضای مساعد برای نظارت رسانه‌ها بر سازمان‌های دولتی و مصونیت جانی و مالی خبرنگاران و روزنامه‌نگاران.

استقلال اقتصادی نشریات از طریق ایجاد بنگاه‌های اقتصادی رسانه‌ای مستقل و جذب بودجه‌های عام‌المنفعه.

افزایش حضور و فعالیت رسانه‌های مستقل و غیردولتی از طریق خصوصی‌سازی رسانه‌ها و واگذاری مالکیت و مدیریت رسانه‌ها به افراد حرفه‌ای و متخصص در این حوزه.

افزایش و ایجاد حسن نیت سازمان‌های دولتی نسبت به نقش و عملکرد اطلاع‌دهی، انتقادی و نظارتی رسانه‌ها در راستای ایجاد شفافیت و جلوگیری از خطا و فساد.

ارائه برنامه‌های تشویقی برای انعکاس گزارش‌های تحلیلی و انتقادی از خطاکاری‌ها، قانونگریزی‌ها و مفاسد توسط رسانه‌ها.

پرهیز از برخوردهای سیاسی با رسانه‌های منتقد.

تأمین بخشی اطلاعات مورد نیاز رسانه‌ها به منظور شفاف‌سازی، کنترل و برخورد با فساد اقتصادی و اداری، قانونگریزی‌های سازمان‌های دولتی.

کاهش دخالت دولت و اعمل نفوذ وابستگان به دولت.

نتیجه‌گیری

در نهایت، باید گفت که؛ در زمانی‌که تبادل مستقیم و چهره به چهره اطلاعات بین تمامی بخش‌های جامعه غیرممکن است، رسانه‌ها واسطه اطلاعات بین مخاطبین و بازیگران سیاسی می‌شوند و بنابراین، یکی از مهمترین زیرسیستم‌های جامعه را تشکیل می‌دهند. از این رو، محدودکردن رسانه‌ها به کارکرد اولیه انتشار اطلاعات نه تنها یک محدودیت ناکارآمد برای رسانه‌ها است، بلکه، به معنی ازبین بردن و تحریف نقش قانونی رسانه‌ها در فرآیند شکل‌دهی به افکار عمومی است. یکی از مهمترین فواید رسانه‌ها در زمینه مبارزه با فساد این است که می‌توانند به راحتی در میان جمعیت یک کشور منتشر شوند از همین‌روست که، گزارش‌های رسانه‌ها در مورد فساد مقامات دولتی، نتایجی را در بر دارد که باعث می‌شود این امر مورد توجه مقامات قضایی و عموم مردم قرار گیرد. می‌توان با حمایت‌های مختلف از رسانه‌ها در مقابله با تهدیدها و خطراتی که زندگی و کار آنها را تهدید می‌کند، توانمندشدن آنها را تضمین کرد.

واژه‌نامه

رسانه	1. Media
فساد	2. Corruption
نظام ملی درستکاری	3. National Integrity System
دسترسی به اطلاعات	4. Access to information
آزادی رسانه	5. Freedom of the media
استقلال رسانه	6. Independence of the media
خودسانسوری	7. Self-Censorship
ارعاب رسانه	8. Media intimidation
اخلاق رسانه‌ای	9. Media Ethics
موانع سیاسی	10. Political barriers
وابستگی به دولت	11. Dependence on Government
موانع قانونی	12. Legal barriers
ابهام در قوانین	13. Ambiguity in the rules
موانع اقتصادی	14. Economic barriers
موانع سازمانی	15. Organizational barriers

منابع

1. Vazquez J. (2007). Fighting Corruption in Public Sector. Amsterdam: Elsevier Linacre House. P.7.
2. Pope J. (2000).confronting corruption: The elements of a national integrity system. Berlin: Transparency International. P.123.
3. Glynn P, Kobrin SJ. (1997). the Globalization of Corruption: in Corruption and the Global Economy. Washington DC: KA Elliott publishers. P.16
4. Mc Cusker R. (2006). Review of Anti–corruption Strategies. Australia: Canberra publishers. P.3.
5. Mc Quail D. (2002). Mass communication theories. Translated by: Ejlali P. (2003). Tehran: Bureau of media studies and planning. P. 108. (In Persian).

6. Fritz JP. (2005). Media's role in exposing corruption statement. Brazil: Brasilia publishers. P.7.

7. Ashtarian K. (2012).Introduction of cultural politics methods,1sted. Tehran: Sociologists publication. P. 7. (In Persian).

8. Moetamednezhad K, Moetamednezhad R. (2007). Communication law. Tehran: Bureau of media studies and planning. P. 459. (In Persian)

9. Feng Y. (2003). Democracy. Governance. And Economic Performance: Theory and Evidence. London: MIT Press .P. 8.

10. Khaniki H. (2010). A framework for research in to media ethics .Ethics in science & technology; 4 (1): 92.(In Persian)

11. Arnold A, Lal S. (2011). Using Media to Fight Corruption; Approaches. Results and Lessons. Available At: www.ptfund.org/wp.../15-PAPER-Using-Media-to-fight-Corruption.pdf. Accessed: Aug 29, 2013.

12. Fawcett M. (2000). Censor pathologies. Translated by: Bamdad B. (2008). Tehran: Chandsoyeh Publication. P. 147. (In Persian).

13. Akbari R, Roohani MR. (2008). Virtue- based ethics in media: A case study on news & Broadcasting. Ethics in science & technology; 3 (3-4): 42. (In Persian).

14. Moetamed Nezhad K. (1998). Legally basics of journalism, Media; 6(4): 69. (In Persian).

15. Ackerman R. (1996). The Political Economy of Corruption: Causes and Consequences. Washington DC: World Bank. P.149.

16. NamakdostTehrani H. (1999). Basics of authority in journalism, [MA thesis]. Tehran: faculty of social science. Allameh Tabataba'i University. (In Persian).

17. Solan. W. (1991). Perspectives on mass communication History London: Taylor& Francis LTD. P.35.

18. Namakdost Tehrani H. (2009). The right of access to information and its role in developing democracy, [Ph.D thesis]. Tehran: faculty of social science. AllamehTabataba'i University. (In Persian).

19. Pormahammadi M. (2011). Modern monitoring engineering in country, Available at: www.dadiran.ir/Default.aspx =ArticleView&articleId. Accessed: July 16, 2013. (In Persian).

20. Atashak M, Tofan M, Ahmadi A. (2012). Quantitative Content Analyze of Approved Ethical Purposes in Primary Education Persian Text Books .ethics in science & technology; 7(4):5. (In Persian).

21. Ranjbar H, Haghdoost AA, Salsali M, Khoshdel AR, Soleimani MA, Bahrami N. (2012).Sampling in qualitative research: A Guide for beginning .journal of army university of medical science of the IRI; 10(3): 238-250. (In Persian).

22. Safaei Movahhed S, Attaran M. (2013).Uncovering the hidden curriculum of supervisors' selection in a Faculty of Mathematics: A qualitative study. Curriculum Planning; 10 (2): 1-12. (In Persian).

23. Saaedi M. (2002). Media & Supervision in Islamic Republic of Iran. Tehran: General Inspection Office of Iran. P. 270-280. (In Persian).

24. Alamdari M. (2010). Effects of government aid on contents of newspapers, [MA thesis]. Tehran: faculty of social science. Allameh Tabataba'i University. (In Persian).

25. Rahdari E. (2002). Supervision on media in Iran low. [MA thesis]. Shiraz: Shiraz University. (In Persian).

26. Azarshi M. (2000). Supervision on organizations in Iran low. [MA thesis]. Tehran: Shahid Beheshti University. (In Persian).