

چکیده:

در این تحقیق با هدف بررسی فضای نقد در مطبوعات ایران، به بررسی ساختار مطالب انتقادی مطرح شده در روزنامه ایران (ارگان رسمی دولت)، کیهان (به عنوان نماینده جریان فکری اصولگرایان) و اعتماد (به عنوان نماینده جریان فکری اصلاح طلبان) در سال های پایانی دولت های هشتم و نهم پرداخته ایم. نظریات هنجاری رسانه ها، اقتصاد سیاسی رسانه و حوزه عمومی هابر ماس به عنوان چارچوب نظری این تحقیق در نظر گرفته شده و نتایج پژوهش مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها در این خصوص، دست مایه تحقیق حاضر قرار گرفته است.

از مجموع شماره های مورد بررسی از این سه روزنامه در دو سال 83 و 87، مجموعاً 444 مورد نمونه انتقادی مشاهده و گرد آوری شده که به کمک روش تحلیل محتوا و بر مبنای دستورالعمل کد گذاری و فرضیه های پیشنهادی مجموعه نمونه ها را مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت. بخشی از مهمترین نتایج این تحقیق عبارتند از:

- روزنامه کیهان از حیث کمیت انتقادهای مطرح شده در صدر و اعتماد و ایران پس از آن قرار دارند.

- بیشترین انتقادهای در زمینه سیاست داخلی و پس از آن در زمینه فرهنگی - اجتماعی بوده است.

- روزنامه نگاران در صدر گروه منتقدان این دو دوره قرار دارند.

- بیشترین اتهام مطرح شده در انتقادهای متوجه نا کار آمدی برای احراز پست بوده است.

- بیشترین انتقادهای در قالب گلایه و شکایت از مسائل عمومی و جاری کشور مطرح شده و مردم طرح کننده عمده این انتقادهای بودند.

- عدم صراحت و شفافیت در پرداختن به نشانگاه های حقیقی انتقاد، بسیار مشاهده شد.

- در دوره اول بیشتر انتقادهای "تا حدی شدید" توسط نشریات در اختیار اصلاح طلبان و در دوره دوم "با شدت زیاد" توسط نشریات در اختیار اصولگرایان مطرح شده است.

- هر چه مسائل حساس تر بوده شدت انتقادهای بیشتر شده است.

- بیشترین انتقادهای با ادعای حمایت و حراست از منافع عمومی و ملی مطرح شده است.

- فضای غالب انتقادهای در دوره اول از لحن خرد گرایانه و مستدل و در دوره دوم از لحن اتهام زننده حکایت دارد.

- ارگان رسمی دولت در دوره دوم نسبت به دوره اول، نشانگاه ها را با لحن تندتری مورد انتقاد قرار داده است.

- در مجموع، بیشترین انتقادهای مطرح شده در روزنامه های ایران و کیهان در دو دوره مورد بررسی به بیان جنبه های منفی بدون ارائه راه حل پرداخته ولی در روزنامه اعتماد، حاوی رگه هایی از راه حل بوده است.

واژه های کلیدی: انتقاد، ارگان رسمی، اصلاح طلب، اصولگرا، نشانگاه انتقاد

فصل اول

کلیات

فصل اول: کلیات تحقیق

این تحقیق با موضوع بررسی ساختار انتقاد در مطبوعات ایران به شناسایی و بررسی رویدادها و اتفاقات پیرامون نشانگاه انتقاد در سه نشریه پر تیراژ و پرمخاطب کشور از دو طیف و جریان عمده سیاسی یعنی اصلاح طلب و اصولگرا در دو سال پایانی دولت هشتم (اصلاح طلب) و نهم (اصولگرا) می پردازد.

1-1 موضوع پژوهش:

موضوع این تحقیق بررسی وضع مطلوب و ممکن انتقادی در مطبوعات است. تحقیقات نشان می دهد که هر دو سطح مورد نظر از توصیف و تبیین واحدی برخوردار است و ضعیف بودن و کم رنگ بودن بار انتقادی در مطبوعات متأثر از عوامل متعددی است که مهمترین آنها عبارتند از: خود سانسوری، عدم شناخت کامل وظایف و رسالتهای مطبوعات، ترس از خط بازی و جناح بندی، احساس عدم امنیت شغلی در بین روزنامه نگاران، فقدان فرهنگ انتقاد پذیری، کم بها دادن به افکار عمومی، عدم تکیه بر قانون مطبوعات و ارائه تفسیرهای متناقض عمدتاً سیاسی از موارد مبهم قانون، برداشت ناصحیح از مفهوم انتقاد، مخدوش بودن مرزهای انتقاد و انتقام و..... (سادات محمدی 1373: 87)

این در حالی است که با انتقاد، جامعه، مردم و حتی قشرهای مستضعف احساس می کنند که به جریان سیال اندیشه ها، آرا، عملکردها و برنامه ها در کشور پیوسته اند، نظراتشان را در مطبوعات و وسایل ارتباط جمعی انعکاس یافته می بینند. با جا انداختن انتقاد و روحیه انتقاد پذیری افراد در هر پستی که باشند درصدد پنهانکاری و پوشاندن ایرادات خود بر نمی آیند. همه چیز برای افکار عمومی روشن می شود و نفاق دورویی و مخفی کاری های بیهوده و غیر ضروری جای خود را به همبستگی، تفاهم و همدلی می دهند. در آیینة انتقاد همه چیز بدون روتوش خود را نشان می دهد.

اگر انتقاد را به معنای نقد و بررسی بدانیم، رنگ و شکل این مفهوم در انتقادهای مطبوعاتی، عوض شده و تا حدود زیادی معنای محکوم کردن، تخطئه و یا حتی هتاک و فحاشی و برخوردهای مغرضانه به خود گرفته است.

مهمترین عملکرد رسانه ها در حال حاضر اطلاع رسانی، آگاهی بخشی، روشن ساختن افکار عمومی و ایفای نقش وجدان جمعی است. آنهم در فضایی صریح، شفاف، بی پرده و به دور از هرگونه حب و بغض جناحی و درگیر شدن در مناسبات سیاسی، که مسلماً این مهم در پرتو احساس مسئولیت اجتماعی و توجه به اخلاق حرفه ای و از همه مهمتر وجود امنیت شغلی و اجتماعی برای روزنامه نگاران و اهالی رسانه فراهم می شود. ایفای این نقش مستلزم آن است که رسانه ها بتوانند تمام نظام اجرایی را نقد کنند، چون پذیرفته اند که نظام از طریق آگاهی از نقاط ضعف و قوتش می تواند راهکارهای درست و عاری از خطا را شناسایی کند. پس

انتقاد در راستای آگاهی نظام از خطاها، امری سازنده است و به هیچ وجه مخرب نیست. هر چند تاریخ گواهی می دهد مسئولان، انتقادهای و آزادی نقد را تنها در محدوده خود قبول دارند و اگر وضعیتشان به نحوی مورد تهدید قرار گیرد به بهانه های مختلف با آن برخورد می کنند." هرگاه مطبوعات ابزار بودند تبلیغ و پروپاگاندا کردند و مطیع حکومتها شدند حکومت مردان راضی بودند و سخنی نمی گفتند. این مسأله مربوط به حالا نیست این داستان 162 سال گذشته است و اعداد این را به خوبی نمایش می دهند." (محسنیان راد 1380: 66)

البته در این میان مطبوعات نیز بی کار ننشسته اند و دولتمردان را در مقابل خود به دو دسته تقسیم کرده اند:

1- دولتمردانی که معتقدند وقتی به نشریه ای مجوز دادیم، باید او را واجد صلاحیت بشناسیم. بنابر این آنان در چارچوب قانون اساسی و قانون مطبوعات آزادند که عمل کنند و بر حکومت اثر بگذارند و تنها قانون است که می تواند به خلافشان رسیدگی کند.

2- دولتمردانی که اعتقادی به اثر گذاری مطبوعات بر حکومت ندارند. آنها معتقدند که مطبوعات باید مراقب مصالح ملی باشند. حکومت را تضعیف نکنند، اگر می خواهند انتقاد کنند، انتقادشان سازنده باشد و در مواردی که می خواهند کاستی ها را مطرح و طبعاً فسادهای حکومتی را نیز افشا نمایند، باید ابتدا با نهاد مربوطه موضوع را در میان بگذارند. (ابوترابیان 1377: 57)

منظور از فضای نقد در این تحقیق، کم و کیف انتقادهای مطرح شده در دوران مورد بررسی است که به این منظور به بررسی و تحلیل انتقادهای مطرح شده در جامعه آماری مذکور در این دو دوره می پردازیم تا از این رهگذر سبک، قالب، لحن، زبان و کم و کیف انتقادهای مطرح شده را شناسایی کنیم.

1-2 طرح مسئله:

امروز در میان اخبار منتشره در رسانه ها و در لابه لای صفحات مطبوعات، جدال لفظی میان منتقدان با مسئولان و یا حامیان فکری و سیاسی آنها نظر هر مخاطبی را به خود جلب می کند، جدالی که در بسیاری موارد از حد متعارف فراتر می رود و صورت جدیدی از مجادلات سیاسی میان موافقان و مخالفان آنها را شکل می دهد. به نظر می رسد این مجادلات در فضای کنونی جامعه، افکار عمومی را با مسئله جدیدی رو به رو کرده است که، صورت مطلوب و ممکن انتقاد در مطبوعات چیست؟ کدام الگوی نقد مطلوب است، کدام ممکن و کدام الگو معادلات سیاسی را به هم می ریزد، و نهایتاً کدام الگو می تواند "نقد" تلقی شود؟

در سالهای اخیر چه در میان نخبگان و کارشناسان و چه در سطح توده و عوام، بسیار با این سؤال روبه رو می شویم که آیا انتقاد از یک جریان سیاسی و یا مسئولان و دست اندر کاران امور باعث تضعیف نظام و به چالش کشیده شدن اصول و دستاوردهای انقلاب می شود؟ آیا انتقاد به دولت یا مجموعه حاکمیت فضا را برای تضعیف و به مخاطره انداختن موقعیت و جایگاه نظام در عرصه منطقه ای و بین المللی مساعد می کند و یا در عوض موجبات خروج از حالت انفعالی و بی تفاوتی افکار عمومی را فراهم می سازد و مانع حرکت جامعه به سوی انحطاط و دگرگون خواهی می شود؟

در صورتی آرمانی می توان گفت تشکل جامعه در تشکل قلوب آنها است و اتحاد جامعه را در اتحاد قلوب آنها باید جست و جو کرد، چون قلوب آنها هسته مرکزی آن جامعه است. اگر قلبها متفرق باشد، مقصدها دگرگون می شود پس ملت و دولت حرف هم را نمی فهمند و به یکدیگر بها نمی دهند، در این شرایط چگونه می تواند اتحاد و اتفاقی بوجود بیاید؟

اما در وضع ممکن باید گفت برای اینکه جوامع به اتحاد و یگانگی برسند ناگزیر از ارتباط و تعامل و تحمل پذیری فکری هستند. در این میان مطبوعات نقشی حائز اهمیت و در خور توجه بازی می کنند که این مسئله به کارکرد و قابلیت های این رسانه بر می گردد.

مطبوعات به نسبت سایر وسایل ارتباط جمعی به دلیل تنوع اخبار و مطالب، امکان ارائه صحیح تر و دقیق تر آن همراه با تحلیل و تفسیر، امکان ایفای نقش بهتری را دارند. از جهتی یکی از مشکلات اساسی که رسانه های ارتباطی بویژه مطبوعات از ابتدا با آن درگیر بوده اند مسئله عدم انعکاس واقعیتها و عدم انجام نقش نظارتی خود بویژه بر عملکرد حکومت و دولتها و در نتیجه تبدیل شدن آنها به ابزارهای حفظ و توجیه سلطه قدرت حاکم برکشور است که ناگزیر تنشهای مختلف و فراوان سیاسی و اجتماعی را بوجود آورده تا آنجا که نمی توان اصلاحات یا انقلابی را در دنیا پیدا کرد که یکی از خواستههای اولیه و اساسی اش آزادی بیان و عقیده و فعالیت سیاسی - انتقادی نباشد که انقلاب اسلامی ایران یکی از نمونه های روشن و قابل لمس آن است.

از این رو مسئله انتقاد در مطبوعات را باید از دو زاویه مورد توجه و بررسی قرارداد: نخست اینکه دیدگاه فرهنگی درباره انتقاد در جامعه با توجه به ظرفیت پایین انتقاد پذیری مسئولان و دولتمردان چگونه است؟ و دوم اینکه برخورد مدیران مطبوعات با مسئله انتقاد و نوع نگاه و موضع گیری آنها در قبال این مسئله چیست؟

3-1 ضرورت و اهمیت تحقیق:

امروزه دولتها در جوامع مختلف برای دست یابی و نیل به اتحاد و انسجام ملی در مقابل چالشهای درونی و مشکلات بیرونی ناگزیر از برقراری ارتباطی پویا و رابطه ای تعاملی با افکار عمومی و به تبع آن افزایش سطح انتقاد پذیری و بالا بردن آستانه تحمل خود در مقابل منتقدان هستند و مطبوعات به عنوان یکی از عناصر یگان ارتباطی، بازیگر موثری در این بازی به شمار می آیند. مطبوعات می توانند رابطه بین دولتها و ملتها را تلطیف کرده و از شدت وحدت مسائل احتمالی در حوزه های مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی کاسته و افراد را به هم متصل و از آنها یک ملت ساخته و دولت را با ملت نزدیک و از آنها یک کشور متحد پویا و پر قدرت بسازند.

حال اگر در پروسه توسعه، رسانه ها را به عنوان یکی از ابزارهای مؤثر و پر نفوذ به شمار آوریم، " باید بپذیریم که این مهره به لحاظ شرایط ویژه تاریخی، اجتماعی و فرهنگی نتوانسته جایگاه و نقش متناسب و موزونی را در توسعه بازی کندو شاید درست تر این باشد که بگوییم به طور اساسی شبکه های نوین ارتباط جمعی خود دارای بیشترین وجوه و مشخصه های توسعه نیافتگی بوده اند. این یک واقعیت است که وسایل ارتباط

جمعی توسعه نیافته معلول جامعه ای توسعه نیافته هستند و در مدار بررسی توسعه نیافتگی خود، هم به عنوان محصول و هم به محرک این پدیده ارزیابی می شوند.

مطبوعات در این میان اهمیت ویژه ای دارند، زیرا از یک سو در مقاطعی دارای نقشهای مؤثر اجتماعی بوده اند و از سوی دیگر این نقشها و کارکردها با دوام و پیوستگی همراه نبوده است. شاید علت این امر آن باشد که برخی عوامل و وجوه توسعه که به طور عمده "برون رسانه ای" هستند به دلیل نهادینه نشدن قابلیت بازگشت پذیری داشته اند. ساخت و توزیع قدرت در جامعه، نهادهای اجتماعی نو و مقوله هایی مثل قانون گرایی، آزادی و ... از این جمله اند. " (خانیکی 1381: 26)

به نظر می رسد بین ساختارهای خاص اجتماعی و ساختارهای معین مطبوعاتی نوعی پیوند گزینشی وجود دارد. "منطق ساختاری تمرکز و خود کامگی" که با منطق ساختاری توزیع قدرت متفاوت است، نوع ویژه ای از نظام مطبوعاتی را بر می گزیند.

در بررسی عوامل اجتماعی توسعه نیافتگی مطبوعات در ایران، میان مطبوعات توسعه نیافته که دارای میزان بهره مندی سرانه کمتر، محتوای غیر سیاسی و زبان غیر انتقادی است با نظام اجتماعی خود کامه همبستگی و تقارن منطقی احساس می شود. " (خانیکی 1381: 26)

"در تعریف نظام اجتماعی، عواملی از قبیل ساخت و نحوه تمرکز یا توزیع قدرت سیاسی، ضعف یا قوت جامعه مدنی، چگونگی مشارکت و رقابت در ساختار فرهنگی نخبگان سیاسی و سازوکارهای حل اختلاف و همپذیری فرهنگی مورد توجه است؛ به این ترتیب که به نظر می رسد مجموعه این عوامل، منظومه های متفاوتی را در دو وضعیت تمرکز قدرت یا توزیع آن می سازند و به طور طبیعی این منظومه های متفاوت با ساختارهای خاصی از مطبوعات همبستگی و هماهنگی پیدا می کنند. " (خانیکی 1381: 27)

یکی از مشکلات اساسی که رسانه های ارتباطی به ویژه مطبوعات از ابتدا با آن درگیر بوده اند مسئله عدم انعکاس واقعیتها و عدم انجام نقش نظارتی خود به ویژه در حوزه عملکرد حکومت و دولتها و در نتیجه تبدیل شدن آنها به ابزارهای حفظ و توجیه سلطه و قدرت حاکم بر کشور است که ناگزیر تنشهای مختلف و فراوان سیاسی و اجتماعی را به وجود آورده تا آنجا که نمی توان انقلاب یا اصلاحاتی را در دنیا پیدا کرد که یکی از خواسته های اولیه و اساسی آن آزادی بیان و عقیده و فعالیت سیاسی - انتقادی نباشد که انقلاب سال 57 ایران هم نمونه بارزی از آن است.

هر چند در عمق باورها، اندیشه ها و آرمانهای فعالان در عرصه انقلاب اعم از رهبران، نخبگان و توده مردم به خوبی میتوان توجه به مؤلفه های آزادی بیان، عقیده، فضای باز سیاسی و ایجاد عرصه آزاد و دور از ترس و محدودیت در انتقاد را مشاهده کرد، اما به دلایل متعددی که به تفصیل در این پژوهش به آن پرداخته خواهد شد، این مسئله با فراز و نشیبهای گسترده مواجه شده است و طی این سه دهه صورت یکسانی در عرصه مطبوعاتی کشور پیدا نکرده است.

مصاحبه ها، گفتگوها و سخنرانی های گوناگون از شخصیت های پرنفوذ و صاحب منصب در این زمینه، همه و همه در تایید کارکرد انتقاد و تاکید بر ایجاد فضای نقادانه در کشور به عنوان اهرم و ابزاری در جلوگیری از به فساد کشیده شدن مدیران و مسئولین و دستگاههای تحت مدیریت آنها بوده است، اما نکته قابل بحث و بررسی اینجاست که چرا در چنین جامعه ای با پشتوانه های عمیق مذهبی و اعتقادی، مسئله انتقاد به

سیستم حاکم و مدیران دولتی به معضلی جدی و پر حاشیه برای منتقدین طیف ها و جریانات مختلف فکری و سیاسی بدل شده تا به آنجا که شاهد اخطار گرفتن مطبوعات و رسانه های منتقد دولت از طرف هیات نظارت بر مطبوعات یا قطع کمکها و سوبسیدهای ارشاد در مقابله با مطبوعات منتقد و حتی در مواردی تعطیلی نشریات هستیم. به راستی آیا این گفته مکرر بسیاری از مسئولان که "مطبوعات منتقد به سیاه نمایی می پردازند و قصد تخریب دستاوردهای دولت را دارند" و اینکه در قبال آن باید به قطع آگهی ها و سوبسید های وزارت ارشاد محکوم شوند درست است یا این گفته صاحبان رسانه های منتقد که آستانه تحمل دولت پایین است و تحمل نقد منصفانه را ندارد و آیا به راستی دلیل این همه بگير و بند و تعطیلی از نبود معیاری منطقی در این حوزه خبر می دهد یا ناشی از ابهام و اشکال قانون است و یا سئوالهای دیگری از این دست که در این رساله تا حد امکان قصد پیگیری آن را داریم. (جوانفکر 1378)

ارگان رسمی دولت (روزنامه ایران) در دو دولت هشتم و نهم (حجت الاسلام و المسلمین سید محمدخاتمی و دکتر محمود احمدی نژاد) که با دو شعار "توسعه فضای سیاسی" و "عدالت محوری" روی کار آمدند، در تحقیق حاضر مورد بررسی قرار می گیرد چرا که به عقیده محقق، تحمل و دادن فضای انتقاد به منتقد در ارگان رسمی دولت که کاملاً تحت نظارت مالی و مدیریتی دولت است می تواند مقیاسی برای سنجش میزان تحقق وعده ها و پایبندی به شعارهای انتخاباتی مطرح شده باشد در غیر این صورت وجود انتقاد در رسانه منتقد (رسانه جناح یا حزب مخالف دولت) و تحمل چند صدایی دلیل قاطع و محکمی برسعه صدر و تحمل منتقدان نیست و نمی تواند معیاری برای سنجش آزادی مطبوعات در دوران یک ریاست جمهوری باشد. از این رو در این تحقیق دو روزنامه کیهان و اعتماد که به نظر می رسد از تاثیر گذاری بیشتری در میان مطبوعات منتقد دولت ها برخوردار باشند به عنوان رسانه های همگام در یک دولت و از سویی منتقد در دولت دیگر در کنار ارگان رسمی دولت مورد بررسی قرار می گیرند تا بهتر بتوان ساختار نقد مطرح شده در مطبوعات، مقایسه ادبیات انتقادی نسبت به دو دولت و ادبیات انتقادی دو دولت در مواجهه با مخالفین و منتقدانشان و پارامترهایی از این دست را مورد ارزیابی قرار داد. در واقع انتخاب این دو مقطع زمانی برای تحقیق حاضر یکی به علت حساسیت ها، تنش ها و تکرر دیدگاه ها و اندیشه های مطرح شده در این دو دوره در میان گروههای مختلف] "در هیچ دوره ای به اندازه دولت خاتمی اختلاف نظر و عقیده بین دولتمردان در باب روزنامه نگاران جلوه نکرد و نمود نداشت" (محسنیان راد 1380: 19)] و از سویی وجود تحقیقات کامل و جامع در این حوزه تا قبل از دوره مورد بررسی در این رساله یعنی سال 87 توسط مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها است. در این تحقیق وضعیت حاکم بر رسانه های ایران در طی 162 سال در قالب 11 دوره مورد بررسی قرار گرفته و با نتایج حاصله 97 درصد این دوران در چارچوب نظریه هنجاری رسانه ها منطبق با ویژگی های نظام مسلکی مطابق و همسو معرفی شده و تنها 3 درصد، به طور پراکنده مطابق با شرایط نظام مسئولیت اجتماعی و آزادی رسانه ها بیان شده است. (محسنیان راد 1380: 21)

حال با تکیه بر نتایج این تحقیق دو دوره باقی مانده در تاریخ مطبوعات ایران یعنی دوران دولت اصلاح طلبان (سال مورد بررسی 83) و دولت اصولگرایان (سال مورد بررسی 87) از لحاظ وضعیت انتقادی با پر تنش ترین و پر سرو صدا ترین نشریاتش در میان افکار عمومی (البته استمرار انتشار بدون تعطیلی هم ملاک

توجه بوده) مورد بررسی قرار می‌گیرد تا بتوان بر پایهٔ نتایج مستند و مستدل پیشین، به یک جمع بندی منطقی و علمی در خصوص نظام مطبوعاتی ایران در چارچوب نظریهٔ هنجاری رسانه‌ها دست یافت.

4-1 اهداف پژوهش:

هدف اصلی این پژوهش بررسی ساختار و محتوای مطالب انتقادی (شامل نوع ادبیات به کار رفته برای بیان انتقادهای، میزان یا همان کمیت انتقادها، قالب بیان، کمیت و کیفیت آن درحوزه‌های مختلف، میزان حضور احزاب درمیان منتقدین و...) در سه روزنامهٔ ایران، اعتماد و کیهان در دو مقطع سالهای 83 و 87 است. به دنبال هدف اصلی پژوهش، محقق در پی دستیابی به نتایج دیگری نیز هست که از آن می‌توان به اهداف فرعی پروژه یاد کرد. اهدافی چون: بیشترین شخصیت‌های حقوقی مورد انتقاد در مطبوعات این دو دوره چه کسانی بوده‌اند؟ دو دولت در ارگان رسمی خود (ایران) چه نوع موضع‌گیری و برخوردی در قبال مسئله انتقاد داشته‌اند؟ بیشترین منتقدین از چه طیف فکری و با چه ادبیاتی بوده‌اند؟ در زمینه‌های انتقادی چه تفاوتی در دو دوره ریاست جمهوری پدید آمده است؟

5-1 نگاهی به فرآیند تاریخی موضوع تحقیق:

با توجه به اهمیت و دربرگیری موضوع تحقیق پیش رو و از آنجا که در دوره‌های مختلف از زمان شکل‌گیری مطبوعات در ایران همواره یکی از دغدغه‌های صاحب‌نظران این عرصه (چه اهالی رسانه و روزنامه‌نگاران و چه سازمانهای درگیر با این مقوله) چرایی و چگونگی پرداختن یا اغماض کردن در این حوزه بوده، مسلماً به تناسب نوع فضای حکومت‌ها و تعریف آنها از حدود و خط‌قرمزهای انتقاد، یادداشتهای، مقالات و کتب رسمی و زیرزمینی زیادی به چاپ رسیده است. به طور کلی می‌توان تحقیقات و پروژه‌های به نسبت محدودی که در این زمینه انجام شده (محدود از آن جهت که در مقایسه با سایر حوزه‌ها این حوزه که یک مسئله اصلی و پر مناقشه در عرصهٔ مناسبات اجتماعی و همچنین سطح رسانه‌ای است از سوی مراکز تحقیقاتی و دانشجویی نسبت به آن کم توجهی شده است) را در سه سطح مطبوعاتی، علمی و پژوهشی دسته‌بندی کرد و مورد ارزیابی قرار داد.

سطح مطبوعاتی: روزنامهٔ کیهان در سال 1367 چند شمارهٔ خود را به " بررسی نقش و جایگاه انتقاد در مطبوعات " اختصاص داده و از این رهگذر سعی داشته با در نظر گرفتن ظرفیت روز جامعه به بررسی و انتشار دیدگاههای روشنفکران، صاحبان رسانه، روزنامه‌نگاران و حتی مسئولین طراز اول حکومت بپردازد. هرچند این مصاحبه‌ها، گفتگوها و مقالات در جایگاه خود با ارزش است اما فاقد پشتوانهٔ علمی و تحقیقاتی معتبر و قابل استناد است و تنها می‌توان آن را در حدّ یک گزارش میدانی مورد توجه قرار داد.

فصلنامه رسانه نیز به عنوان رسانه‌ای تخصصی که بیشتر مورد اقبال اهالی رسانه قرار می‌گیرد و حوزهٔ دربرگیری محدود تری نسبت به رسانه‌های کثیرالانتشار دارد، در شماره‌های اول، دوم و به خصوص سوم خود تحت عناوین نگاهی به روزنامه و روزنامه‌نگاری در ایران و مشکلات انتقاد در مطبوعات به جوانب مختلف این موضوع از رویکرد تخصصی پرداخته است.

سطح علمی: مجموعه مقالات منتشره از نخستین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران که توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در اسفند ماه 1369 برگزار شد و نخبگان عرصه رسانه ها در آن به ارائه دیدگاه های خود در این خصوص پرداختند نیز به نوبه خود حائز نکاتی حرفه ای و آکادمیک در این باب بود.

سطح پژوهشی: اما در این میان نباید از تحقیق معتبر و مستند مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها در سالهای 73، 78 و 84 قافل شد که به سفارش این مرکز و به مدیریت دکتر مهدی محسنیان راد انجام شده است. در این پژوهش، محقق تاریخ مطبوعات ایران را در خلال 162 سال مورد بررسی قرار داده و با استناد به داده های مختلف در حوزه های مورد بررسی مطبوعات ایران را در چارچوب نظریه هنجاری رسانه ها مورد ارزیابی قرار داده است. این تحقیق در قالب 6 بخش به ارائه دستاوردهای خود پرداخته است.

1-6 تدارک نظری تحقیق:

پایه های نظری تحقیق حاضر بر نظریه های متنوعی چون نظریه هنجاری رسانه ها، اقتصاد سیاسی رسانه و حوزه عمومی هابرماس مبتنی است و در قالب این نظریه ها می توان تحقیق حاضر را هدایت کرد.

نظریه هنجاری رسانه ها: در سال 1959 سه دانشمند شهیر ارتباطات در کتاب "چهار نظریه در مطبوعات" برای سیستم های مطبوعاتی جهان دسته بندی قائل شدند. در این کتاب، "سیبرت"¹، "شرام"² و "پترسون"³ از چهار دسته عمده نام بردند؛ که به نظریات هنجاری در رسانه ها مشهور شدند. این چهار نظریه عبارتند از: 1. نظریه اقتدارگرا و خودکامه، 2. نظریه لیبرالی یا آزادی گرا، 3. نظریه مسئولیت اجتماعی رسانه ها، 4. نظریه رسانه های شوروی این نظریه ها مبتنی بر مشاهدات هستند؛ و سعی شده از پایایی و روایی قابل قبولی برخوردار باشند. بی شک از همین دقت است؛ که در علوم ارتباطات به عنوان یکی از نظریات پایه ای، ماندگار شده اند.

مکتب اقتصاد سیاسی رسانه ها: از جمله مکاتب انتقادی است که تحت تأثیر آرای اندیشمندانی چون "هربرت شیلر و دالاس اسمایت" از دهه 1970 میلادی به بعد گسترش یافت. این مکتب بر این باور است که رسانه ها مجاری انتقال محتوای فرهنگی هستند. این محتوا مستقل از رسانه ها شکل گرفته است.

حوزه عمومی: به عرصه و یا حوزه هایی گفته می شود؛ که حائل است میان دولت و مردم. به عبارت دیگر طبق تعریفی که "هابرماس"⁴ از حوزه عمومی ارائه می دهد؛ حوزه عمومی در واقع عرصه ای است که در آن بحث و گفتگو و استدلال منطقی برای رسیدن به یک تفاهم و توافق ارتباطی و اخلاقی انجام می شود. حوزه ای که فارغ از ساختارهای قدرت و ثروت عمل می کند. حوزه ای که در آن معیار برنده شدن عقل و منطق است؛ نه قدرت و ثروت و امتیاز های دیگر.

1- Sibert

2- Schramm

3- Peterson

4- Habermas

1-7 سوال‌های تحقیق

- 1- آیا بین زمینه نقد در مطبوعات دولت هشتم و نهم تفاوت معنی داری به چشم می خورد؟
- 2- آیا بین موضع گیری روزنامه ایران (به عنوان ارگان رسمی دولت) در دولت هشتم و نهم در قبال نقد عملکرد دولت وقت و فراهم ساختن فضای انتقاد به دولت تفاوتی وجود دارد؟
- 3- منتقدان در انتقادهایشان در ارگان رسمی دولت های هشتم و نهم و روزنامه حامی آنها، مخالفین را بیشتر به چه مواردی متهم کرده اند؟
- 4- آیا میان ارائه راه حل در انتقادها در ارگان رسمی دولت در دو دوره تفاوتی به چشم می خورد؟
- 5- آیا میان ارائه راه حل در انتقادها در روزنامه کیهان در دو دوره تفاوتی به چشم می خورد؟
- 6- آیا میان ارائه راه حل در انتقادها در روزنامه اعتماد در دو دوره تفاوتی به چشم می خورد؟
- 7- انتقاد های مطرح شده در دو دوره مورد بررسی در ارگان رسمی دولت بیشتر به مسائل داخلی معطوف است یا انتقاد به کشورهای خارجی و نشانگاه های مربوط به آنها است؟

1-8 تعاریف نظری و عملی مهمترین متغیرها و مفاهیم به کار رفته در تحقیق

انتقاد: نقد پیامی است معطوف به ارائه جنبه های منفی و معایب (اعم از آن که به جنبه های مثبت و محاسن پرداخته و یا نپرداخته باشد) پدیده ها، رویدادها، موضوعات، اندیشه ها، دستاوردها، اعمال و به طور خلاصه تمامی مسائل اجتماعی و انسانی. در واقع مطلب انتقادی مطلبی است که خصیصه اصلی آن جهت گیری منفی واضح نسبت به یک عمل، اندیشه و رویداد باشد (این تعریف در کنفرانس 1996 انجمن بین المللی محققین ارتباطات در استرالیا به عنوان یک تعرف مناسب برای نقد نویسی در رسانه ها ارزیابی شد) مهم ترین نکته این تعریف وضوح در جهت گیری منفی و عدم التزام به جهت گیری مثبت است (محسنیان راد 1380: 20)

دولت: منظور معنای خاص آن یعنی قوه مجریه است با تمام مجموعه های اجرایی وابسته و تحت نظارت آن.

استدلال: در منطق به طور کلی استدلال به سه نوع تقسیم می شود استدلال قیاسی، استدلال استقرائی و استدلال تمثیلی. در مباحث سیاسی روز بدون توجه به شرایط یک استدلال درست و منطقی، اکثر مردم نقطه نظرات خود را در قالب استدلال های گوناگون آگاهانه یا حتی نا آگاهانه صحیح یا ناصحیح، مطرح می کنند. اما تحلیل گر سیاسی چون نباید مثل افراد عادی استدلال کند لازم است با شیوه های مختلف استدلال آشنا باشد و در جای مناسب خود از آن شیوه استفاده کند. بر این اساس بخش مهمی از روش تحلیل سیاسی آموزش روش صحیح استدلال کردن و جایگاه مناسب آن در تحلیل سیاسی است.

زمینه های انتقاد: منظور حوزه های اصلی فرهنگی، اقتصادی، سیاست داخلی و خارجی، امنیت ملی مسائل اجتماعی و ورزشی است که صفحات اصلی روزنامه ها را به خود اختصاص می دهد.

سوبسید و رانتهای دولتی: منظور کمک های وزارت فرهنگ و ارشاد به نشریات در حوزه مالی با اعطای آگهی های دولتی، وام، سهمیه کاغذ و... و کمکهای معنوی مثل دعوت و صدور مجوز حضور به یک رسانه

برای حضور در کنفرانسها و نشستهای مهم مطبوعات و یا در اولویت قراردادن رسانه های مورد حمایت در ارسال اخبار مهم .

ارگان رسمی: منظور از ارگان تریبون رسمی یا به تعبیری رسانه به ثبت رسیده یک حزب، سازمان، تشکل یا به طور کلی یک شخصیت حقوقی است که با حمایت های آشکار و کامل مادی و معنوی مجموعه متبوع خود ادامه حیات می دهد و میتواند مجموعه اخبار، دیدگاهها، انتقادات و موضع گیریهای رسمی، قطعی و صحیح جریان وابسته را در آن مشاهده کرد.

اصلاح طلب: به جریانی فکری و سیاسی اطلاق می شود که در اصل از انتخابات دوم خرداد 76 در میان افکار عمومی خود را مطرح کرد و این خط فکری هر چند تا پیش از آن به شکل کلی تر در قالب جریان فکری چپ با حضور گروههایی چون مجمع روحانیون مبارز، سازمان مجاهدین انقلاب اسلامی، نهضت آزادی و... به حرکت خود ادامه می داد اما از این برهه به بعد با کمک رسانه های پر تیراژ و تشکیل گروههای متعدد موجودیتی پر قدرت و تأثیر گذار ایجاد کرد.

از جمله نشریات پر مخاطب این جریان که اکثریت آنها حتی در دوره دولت اصلاحات به دلیل انتقادهای تند و تیزشان به جریان حاکمیت به تعطیلی کشیده شدند عبارتند از: سلام، جامعه، عصر آزادگان، خرداد، صبح امروز، توس، نشاط، نوروز، یاس نو، آفتاب یزد، اعتماد، کارگزاران، اعتماد ملی، کلمه سبز، سرمایه و... .

اصولگرا: جریان مقابل اصلاح طلبان که همان خط فکری به اصطلاح راست را به یدک می کشند. این جریان نیز پس از شکل گیری جریان اصلاح طلب در دولت هفتم از دل جریان فکری راست که مؤتلفه قدرتمند، جامعه روحانیت مبارز پرنفوذ، جامعه اسلامی مهندسین و..... را با خود به همراه داشت متولد شد و با توجه به دسترسی این جریان به ارکان اصلی قدرت و رسانه صدا و سیما به جنگ تمام عیار علیه رسانه های محدود اصلاح طلبان برخاست.

از جمله نشریات این جریان می توان به روزنامه کیهان، جام جم، رسالت، سیاست روز، جوان، وطن امروز و..... اشاره کرد.

9-1 روش تحقیق:

در این پژوهش از روش تحلیل محتوا استفاده می شود. تحلیل محتوای کمی، آزمون نظام مند (سیستماتیک) و تکرار پذیر نمادهای ارتباطی است که طی آن ارزش های عددی بر اساس قوانین معتبر اندازه گیری، به متن نسبت داده می شود و سپس با استفاده از روش های آماری، روابط بین آن ارزش ها تحلیل می شود. این عمل به منظور توصیف محتوای ارتباطات استخراج نتیجه درباره معنی آن یا پی بردن به بافت و زمینه ارتباط، هم در مرحله تولید و هم در مرحله مصرف صورت می گیرد. (رایف، لیسسی و فیکو 1385: 25)

الف) جامعه آماری:

جامعه آماری این تحقیق تمامی شماره های منتشر شده از هر کدام از نشریات مورد بررسی (ایران، کیهان و اعتماد) در خلال سالهای 83 و 87 (یعنی سال سوم دوره دوم ریاست جمهوری خاتمی و سال سوم دوره اول ریاست جمهوری احمدی نژاد) خواهد بود.

ب) روش نمونه گیری و حجم نمونه:

با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده (احتمالی) از میان تمامی روزنامه های منتشره در دو سال مورد بررسی (83، 87) مجموعاً 72 شماره به عنوان نمونه های آماری انتخاب می کنیم. به این ترتیب که هر نشریه در هر سال 12 شماره (یعنی در هر ماه یک شماره و آن هم در روزهای مختلف هفته به قید قرعه و به صورت تصادفی) به خود اختصاص می دهد، بر این اساس روز تعیین شده را در مورد هر سه نشریه تعمیم می دهیم و مجموعاً هر سه نشریه در یک روز از ماه انتخاب شده مورد بررسی قرار می گیرند که به این ترتیب هفته آماری ما کامل می شود و این روش به ما کمک می کند تا بتوانیم بر این اساس نمونه های معرف به دست آوریم و نتایج را به کل جامعه آماری تعمیم دهیم.

ج) واحد تحلیل:

در این تحقیق که دارای حال و هوای انتقادی است، تمامی مطالب منتشره اعم از خبر، گزارش، یادداشت مصاحبه در تمامی صفحات به جز صفحه بین الملل و حوادث در روزهای مورد بررسی محل رجوع قرار می گیرند و اطلاعات براساس دستور العمل کدگذاری به برگه کدگذاری منتقل می شود.

د) فنون مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل داده ها:

تجزیه و تحلیل داده ها در دو سطح توصیفی و تبیینی انجام خواهد شد و برای این منظور از جداول توزیع فراوانی، آزمون خی دو و در صورت نیاز آزمونهای t و f با استفاده از نرم افزار SPSS بهره خواهیم گرفت.

فصل دوم

ادبیات

و

مبانی نظری تحقیق

اشاره

برای انجام پژوهش پیرامون " فضای نقد در مطبوعات ایران " ضروری به نظر می‌رسد که پنج مقوله " مطبوعات و نقش اجتماعی آنها "، "مطبوعات و نظریه های ارتباطی"، "نقد در مطبوعات"، " پیشینه مطالعاتی تحقیق " و " مطبوعات مورد بررسی " مورد مطالعه و ارزیابی قرار گیرند و برآن اساس " چارچوب نظری و فرضیه های تحقیق " در بخش آخر این فصل تدوین شوند. از این رو این فصل در شش بخش تدوین شده است.

بخش اول: "مطبوعات و نقش اجتماعی آنها"

1-1-2 نقش مطبوعات در توسعه

کارکرد های متعددی در سال های دور و نزدیک توسط صاحب نظران و اندیشمندان حوزه ارتباطات برای وسایل ارتباط جمعی مطرح شده اما در این میان سه نقش و وظیفه اصلی که اکثریت برآن اتفاق نظر دارند عبارتند از وظیفه خبری و آموزشی، وظیفه راهنمایی و رهبری و وظیفه تفریحی و تبلیغی (معمد نژاد، 1355) نقش خبری و آموزشی شامل انتشار جریان رویدادها اجتماعی و آرایه روش های صحیح زندگی است. متخصصان برای رسانه ها نقش آموزش موازی را در کنار آموزش دایمی قایل هستند.

نقش راهنمایی و رهبری به معنی بیداری و ارشاد افکار است و طبق این نقش، رسانه ها باید آینه تمام نمای افکار عمومی باشند. اما چنین نقشی می تواند نتیجه دوگانه ای داشته باشد، همچنان که این وظیفه در کشورهای دموکراتیک می تواند موجب بیداری ملت شود، در کشورهای استبدادی به ابزار تحمیل قدرت و اقناع مردم تبدیل می شود.

رسانه ها هرگاه باعث سرگرمی افراد و پرکردن وقتشان شوند، نقش تفریحی و هرگاه برای جلب توجه یا ایجاد اعتقاد و اطمینان به کار روند، نقش تبلیغی به خود می گیرند.

در کشورهای در حال گذار دو وظیفه آموزشی و به خصوص رهبری، بسیار چشمگیر است و رسانه ها می توانند در توسعه اجتماعی و اقتصادی جوامع خیلی تأثیر گذار باشند.

در کتاب قدرت، جامعه مدنی و مطبوعات، چهار جنبه عمده نقش رسانه ها در توسعه بررسی شده است. به گفته نویسنده این کتاب، مطبوعات و به طور اعم رسانه ها، در زمینه های توسعه فرهنگی توسعه سیاسی توسعه اقتصادی و توسعه آموزشی موثر هستند. آمیختگی، توازن و پیوند دادن نوآوری ها به سنت های بارور و کهن، از نقش های مطبوعات در توسعه فرهنگی است.

گسترش ظرفیت نظام سیاسی در ابداع، تطبیق و تحول پذیری، تحکیم و اشاعه هویت دینی و ملی افزایش روحیه مشارکت، رقابت، اعتماد و تقویت سازی و کارهای حل اختلاف از تأثیرات مطبوعات در کشاندن جامعه به سطوح بالایی از آگاهی و تعالی سیاسی است. نویسنده این کتاب در زمینه اقتصاد، نوشته است که مطبوعات در بخش های مؤثر جامعه، هم انتظارات، توقعات و مطلوبیت ها را افزایش می دهند و هم دانش مهارت و ظرفیت انسانی را توسعه و ارتقا می بخشند. او تقویت و تحکیم مبانی فرهنگ عمومی و زبان و آموزش های تخصصی را نیز نقش مهم مطبوعات در توسعه آموزشی عنوان کرده است. (خانیک، 1381)

در کتاب روزنامه نگاری نوین نقش های رسانه های خبری در هفت بند فهرست شده است:

- تهیه و تنظیم و ارائه خبرها و گزارش های صحیح درباره وقایع مهم کشور و جهان.

- حمایت از قانون و نظارت بر اجرای درست و دقیق قوانین.

- ایجاد محیط مناسب برای برخورد عقاید گوناگون.

- فراهم کردن زمینه آموزش مداوم برای بزرگسالان.

- کمک به رشد فکری و فرهنگی جامعه.

- فراهم کردن سرگرمی های آموزنده.

- ایجاد روحیه مشارکت و همکاری با برنامه های توسعه بخش. (بدیعی - قندی 1378:420)

اما دکتر معتمد نژاد بر اساس الگوی توسعه در جوامع مختلف، وظایف اجتماعی متفاوتی برای وسایل ارتباط جمعی قائل شده است. در جوامع آزادی گرای غربی، رسانه ها کار نظارت بر محیط، همبستگی اجتماعی انتقال میراث فرهنگی و نقش تفریحی را بازی می کنند در جوامع سوسیالیستی تهیج، تبلیغ و سازماندهی و وظیفه رسانه ها است. جوامع در حال گذار، بنا به شرایط خود، رسانه های یکی از جوامع غربی یا سوسیالیستی را بر می گزینند. (زارعیان 1374:7)

2-1-2 مطبوعات و توسعه سیاسی

توسعه به معنی باز کردن و خروج از لفاف است. منظور از لفاف، همان ارزش ها و سنت های جامعه سنتی است که مانع پیشرفت و توسعه می شود. بر مبنای این تعریف، راه رسیدن به توسعه، دور ریختن ارزش ها و سنت های دست و پا گیر است. این واژه در فرهنگ لغت به صورت رشد تدریجی، به تدریج کامل شدن بزرگ شدن و بهتر شدن نیز تعریف شده است.

در واژه توسعه، مفهوم تغییر نهفته است. پس مفهوم توسعه سیاسی نیز به معنی تغییر در پدیده های سیاسی است. اما، ماهیت، چگونگی، ابعاد، نحوه اجرا، اهداف و جهت گیری این تغییرات، باعث پیدایی مباحث پیچیده ای در مورد توسعه سیاسی شده و چالش های جدی را پیرامون این مفهوم شکل داده است.

در تحول مفهومی توسعه سیاسی، تعاریف حول سه محور؛ مردم، نظام سیاسی و سازمان حکومت می‌چرخند.

لوسین پای⁵، نظریه پرداز آمریکایی علوم سیاسی، در کتاب فرهنگ سیاسی و توسعه سیاسی خود یازده ویژگی را برای توسعه یافتگی بر می‌شمارد که برخی از مهمترین آنها عبارتند از:

- 1- توسعه سیاسی به مفهوم مقتضیات سیاسی و پیش نیاز توسعه اقتصادی؛
 - 2- توسعه سیاسی یعنی افزایش دموکراسی، آزادی، حاکمیت مردم و نهادهای آزاد؛
 - 3- توسعه سیاسی یعنی قدرت بسیج مردم؛
 - 4- توسعه سیاسی به معنی بسیج عمومی و مشارکت مردم؛
 - 5- توسعه سیاسی به معنی خلق یک دولت - ملت پایدار و توانا در جهان نو؛
- در مجموع می‌توان به این نکته اشاره کرد که در همه تعاریف ارائه شده پیرامون این موضوع "مشارکت" به عنوان رکن اساسی توسعه سیاسی یافت می‌شود. (فرقانی 1382: 12)
- رسانه به عنوان یکی از ابزارهای پرنفوذ و تأثیر گذار در روند توسعه سیاسی به شمار می‌رود. این تأثیرات به تناسب جایگاه، مشروعیت، سطح پوشش و در برگیری رسانه در هر جامعه‌ای با فراز و نشیب‌های همراه است. برخی از این کارکردها که در این مسیر می‌توانند کار ساز باشند عبارتند از:
- با انتشار اعتقادات و دیدگاه‌های سیاسی جدید به جامعه پذیری سیاسی شهروندان کمک می‌کنند.
 - باعث توسعه دموکراسی می‌شوند.

- با ارتباط بین مردم و رهبران باعث ایجاد مشروعیت می‌شوند.

- حس مشارکت و همکاری را تقویت می‌کنند.

- فضای عمومی را که هرکس در آن حق شرکت آزادانه در بحث و گفت و گو و تبادل نظر دارد، می‌سازند. (رحیمی 1379: 28)

اما بر این نکته باید تأکید کرد که رسانه‌ها همچنان که می‌توانند باعث وفاق و مشارکت شوند، می‌توانند اسباب تفرقه و اختلاف نظر هم باشند. در حال حاضر رسانه‌ها عموماً مقلد دیدگاه دولت‌ها، مؤسسات بزرگ و غول‌های اطلاعات تخصصی هستند. به آراء و عقاید دانشمندان دگر اندیش و یا رخدادهایی که از پیش برای مصرف شهروندان بسته بندی نشده است، توجه کافی نمی‌کنند. افشاگری‌ها شتابزده هستند و اطلاعات به خوبی تحلیل نمی‌شوند. (کین 1383: 201)

در تعریف انواع روزنامه نگاری، که به طور مفصل به آن پرداخته شده و جایگاه نقد در آن مورد بررسی قرار گرفته، روزنامه نگاری توسعه تناسب بیشتری با شرایط جامعه ما دارد و بیشتر دستمایه دولتمردان و متعارضین با انتقاد قرار گرفته هر چند که در تعریف کامل و جامع آن به این نکته اشاره شده که این نوع روزنامه نگاری به بهانه همگامی با دولت در زمینه رشد و توسعه نباید تنها به مدح و ستایش نقاط مثبت و کارکردها بپردازد و چشم بر کاستی‌ها و ضعف‌ها بیندازد بلکه در جای خود به عنوان گوشه شنوا و چشمی بینا باید به بازنگری و تحقیق و تفحص در حوزه‌های مورد انتقاد بپردازد و از هیچ ایرادی در حوزه‌ها و سطوح مختلف اغماض نکند.

⁵-Lucian pye

3-1-2 روزنامه نگاری حرفه ای و لوازم آن

دکتر نمکدوست تهرانی، روزنامه نگاری حرفه ای را شامل سه مؤلفه اخلاق حرفه ای، مهارت های فن روزنامه نگاری و مسئولیت اجتماعی می داند و معتقد است روزنامه نگاری حرفه ای تنها با هر سه مؤلفه مذکور حاصل می شود و در صورت نقص هر کدام از آنها نمی توان به روزنامه نگاری حرفه ای دست یافت. (نمک دوست تهرانی 1377: 8)

در خصوص حرفه ای شدن روزنامه نگاری دو دیدگاه وجود دارد؛ عده ای که مخالف این قضیه هستند اینگونه استنباط می کنند که حرفه شناخته شدن یک شغل، باعث به وجود آمدن استانداردهایی در قالب اصول حرفه ای آن شغل می شوند و همچنین برای اشتغال در آن باید مجوزی از یک سندیکای خاص یا دانشگاه ویژه ای داشت. بنابراین، شغل نخبه گرا و ورود اعضای جوان تر به آن مشکل می شود. همه این موارد موجب کاهش عنصر حیاتی کثرت گرایی در روزنامه نگاری و به تبع آن محدود شدن آزادی بیان می شود.

از سوی دیگر عده ای که معتقد به حرفه ای شدن آن هستند بر این باورند که، استقلال روزنامه نگاری با "ویژه" بودن این شغل مترادف است و برای داشتن آزادی بیان بسیار ضروری است. به خصوص در کشورهای در حال گذاری مثل ایران که دولت برای اقناع مردم به دخالت های بی حد و حصر در رسانه ها علاقه دارد، داشتن استانداردهای حرفه ای، گرفتن مجوز اشتغال از تشکیلات حرفه ای و کنترل ورود اعضا با نظارت نخبگان بی طرف، می تواند از فلسفه وجودی روزنامه نگاری که آگاه کردن مردم و آموزش روش درست زندگی به آنهاست، حفاظت کند. (ارکان زاده 1386: 46)

3-1-2-1-1 اخلاق و روزنامه نگاری حرفه ای

گفتن این که کدام یک از اصول استقلال حرفه ای، اصول اخلاق حرفه ای و اصول روزنامه نگاری حرفه ای حاصل اصول دیگر است راحت نیست. گاهی داشتن استقلال در شرح اصول اخلاق روزنامه نگاری، یکی از بند های رعایت اخلاق محسوب می شود. باید در نظر داشت که تدوین اصول اخلاق حرفه ای یکی از شرایط داشتن استقلال حرفه ای محسوب می شود. (کاسپرس 1374: 8)

روزنامه نگاران همیشه ممکن است خطا کنند ولی اصول حرفه ای و اخلاقی باعث می شوند مرتکب خطای کمتری شوند. با این که اشتباه جزء جدایی ناپذیر کار روزنامه نگاری است اما با استفاده از اصول حرفه ای می توان از به وجود آمدن خطاهای فاحش جلوگیری کرد. همه این اجبارهای فنی اجتماعی و اخلاقی از روزنامه نگاری شغل ویژه ای ساخته است. این ویژگی روزنامه نگاری را تا تبدیل شدن به یک حرفه پیش می برد. (نمک دوست تهرانی 1377: 7)

2-3-1-2- استقلال حرفه ای روزنامه نگاری

برای این که مطبوعات بتوانند آزاد باشند یا از آزادی خود استفاده کنند باید مستقل باشند. استقلال روزنامه نگاری تنها به معنی رها بودن از قید دولت نیست. استقلال مطبوعات به این معنی است که روزنامه ها و نشریات بتوانند درباره مقررات حرفه خود تصمیم بگیرند، قوانین خاص خود را داشته باشند، به طور جداگانه محاکمه شوند، راه های رسیدن آنها به اطلاعات مورد نیاز باز باشد.

نباید فراموش کرد که موانع استقلال روزنامه نگاری تنها به جوامع دیکتاتوری و استبدادی محدود نمی شود بلکه در جوامع دموکراتیک هم استقلال روزنامه نگاری می تواند با نفوذ سرمایه داران و سیاستمداران در مطبوعات مخدوش شود. سیاستمداران می توانند از روزنامه ها برای تبلیغ حزب و مرام سیاسی خود و سرمایه داران برای سود بردن یا تبلیغ کالای خود استفاده کنند. در این شرایط مطبوعات بدون حفظ استقلال خود، آزاد نیستند که اطلاعات واقعا مورد نیاز را کسب و منتشر کنند. در این صورت آنها بدون در نظر گرفتن موازین حرفه ای، آنچه را که صاحبان احزاب یا سرمایه بخواهند، منتشر خواهند کرد.

از آن سو، درآمد مطبوعات تنها از راه فروش نسخه ها یا آگهی تأمین می شود. برای گرفتن آگهی باید تیراژ و مخاطب زیادی داشت. تیراژ بالا باعث پایین آمدن هزینه های چاپ می شود. برای داشتن تیراژ بالا باید به نیازهای مخاطبان توجه کرد. برای ارضای نیاز مخاطبان باید به آنها اخباری را که می پسندند ارائه کرد و این اخبار در نزد نخبگان سیاسی یافت می شود. نخبگان سیاسی برای دادن اطلاعات، انتظار دارند آنچه آنها می خواهند منعکس شود و برخی موارد منفی مربوط به آنها دیده نشود. به این ترتیب به مخاطب اخبار و اطلاعات جهت دار و فریب آمیز داده می شود. روزنامه نگاران به تدریج به نخبگان سیاسی نزدیکتر و وابسته تر می شوند و نخبگان می توانند اخبار را کنترل کنند. (نمک دوست تهرانی 1377: 6)

گاهی آگهی دهندگان و صاحبان سرمایه نیز مطبوعات را تحت فشار می گذارند تا در محتوای رسانه ها انتقاد و مطالبی علیه محصولات آگهی دهنده منتشر نشود. آنها برخی اوقات حتی پا را فراتر می گذارند و سفارش می کنند که مطبوعات در مطالبی، مخاطبان را غیر مستقیم به خرید محصولاتشان تشویق کنند. اتفاق بدتر هنگامی می افتد که آگهی دهندگان و نخبگان سیاسی یعنی صاحبان سرمایه و قدرت، با هم متحد شوند تا مطبوعات را کنترل کنند. در این شرایط به تنها چیزی که اهمیت داده نمی شود استقلال روزنامه نگاری و آزادی انتشار مطالب است.

در جوامع در حال گذار می توان آمیخته ای از همه مشکلات مذکور را دید. از سویی، به دلیل نبود توسعه سیاسی کشورها، ممکن است دیکتاتوری و استبداد مانع استقلال روزنامه نگاران شود. از سوی دیگر سیاستمداران چون فنون زد و بندهای پشت پرده سیاست را می دانند، از معدود کسانی هستند که می توانند باعث بقای روزنامه ها باشند و به مدیریت مطبوعات گماشته می شوند اما در مدیریت خود، نه اصول و موازین حرفه ای، که علایق و سلیق سیاسی خود را دخالت می دهند. مطبوعات تحت مدیریت آنها برای دست یافتن به اخبار سراغ نخبگان سیاسی ای می روند که افکاری نزدیک به مدیریت روزنامه داشته باشند و به این ترتیب سلطه تفکر سیاسی واحد بر روزنامه بیشتر می شود. صاحبان سرمایه و آگهی هم به دلیل ضعیف و کم بنیه بودن مطبوعات به راحتی آنها را زیر فشار می گذارند تا به خواسته هایشان تن دهند. در جوامع در حال گذار همه این مشکلات یک باره و توأماً اتفاق می افتد و به دلیل نوپا بودن

روزنامه نگاری، حفظ استقلال برای رسیدن به آزادی بیان بسیار مشکل تر و حتی خطرناک تر از کشورهای توسعه یافته است.

حال در این میان به معرفی ارکان استقلال حرفه ای مطبوعات می پردازیم که عبارتند از:

1- مقررات خاص فعالیت های حرفه ای روزنامه نگاران که شامل موارد:
تعریف قانونی روزنامه نگار، صدور کارت هویت حرفه ای، قید وجدانی، حفظ اسرار حرفه ای، حق مؤلف اصول اخلاق حرفه ای می شود.

2- تشکیلات حرفه ای روزنامه نگاران

3- نظام حرفه ای روزنامه نگاران

4- مشارکت روزنامه نگاران در مالکیت و مدیریت مطبوعات

بهترین راه کنترل مطبوعات در مسیر حرفه ای و جلوگیری از بی توجهی آنها به اصول اخلاقی مشارکت داشتن روزنامه نگاران در مالکیت و در نتیجه مدیریت مطبوعات است. روزنامه نگاران باید در انتخاب مدیران تحریریه نیز سهیم باشند. به این ترتیب مدیران سیاسی و صاحبان سرمایه نمی توانند سیاست های خود را در تغییر و دخل و تصرف محتوا پیش ببرند.

5- پذیرش و اجرای قوانین بین المللی

روزنامه نگاران در عین توجه به اصول حرفه ای و مبانی استقلال رسانه ای، به منظور حفظ پایگاه و تقویت مشروعیت خود در میان افکار عمومی باید به اصول اخلاق حرفه ای روزنامه نگاری پایبند بوده و همواره در تمامی مسیر حرفه ای خود آنرا لحاظ کنند.

در واقع پیشرفت امکانات فنی، گسترش آگهی های بازرگانی، ظهور مؤسسات بزرگ خبری و سود دهی آن ها عامل مهم توجه به اخلاق روزنامه نگاری بود. این توجه از آمریکا، مهد مؤسسات مطبوعاتی شروع شد؛ از دهه 1840 میلادی اصول اخلاقی روزنامه نگاری تحت تأثیر ضرورت های عینی و بی طرفانه بودن مطالب خبرگزاری های تازه تأسیس قرار گرفت. با کاهش نقش انتقادی مطبوعات، اغلب روزنامه های اروپایی و آمریکایی به جای ارایه و بررسی افکار و عقاید سیاسی و اجتماعی، اخبار پر جاذبه و مطالب هیجان انگیز و سرگرم کننده را منتشر کردند. تا چند دهه بعد رقابت در توجه به اخبار پر جاذبه و روزنامه نگاری زرد و جنجالی، بسیار شدید شد. به علاوه روزنامه ها با ایجاد یک فضای عمومی کاذب، در خدمت اهداف سیاسی کشورهای غربی قرار گرفته بودند. برای مثال ویلیام راندولف هرست، غول بزرگ مطبوعاتی اوایل قرن بیستم میلادی، با روزنامه هایش توانست جنگ امریکا و اسپانیا بر سر کوبا را به راه بیندازد. همه این ها اعتراض روزنامه نگاران اروپایی را در پی داشت. این نارضایتی به خود آمریکا هم رسید و پس از جنگ جهانی اول آمریکایی ها تصمیم گرفتند به جای نگارش مطالب مغرضانه و جهت گیری های شخصی در روزنامه ها، از یک شیوه روزنامه نگاری عینی تبعیت کنند. از سال 1923 میلادی انجمن امریکایی مدیران روزنامه ها به تدوین اصول اخلاقی و شرافتی حرفه روزنامه نگاری دست زد. (معتمد نژاد 1375: 41-49)

10 اصل بین المللی اخلاق حرفه ای روزنامه نگاری که پایه تهیه قوانین اخلاقی در سطح ملی و منطقه ای شده است عبارتند از:

اصل اول - دستیابی به اطلاعات حقیقی

اصل دوم - واقعیت عینی
 اصل سوم - مسئولیت اجتماعی
 اصل چهارم - شرافت حرفه ای
 اصل پنجم - دسترسی همگانی
 اصل ششم - حریم خصوصی
 اصل هفتم - منافع عمومی
 اصل هشتم - تنوع فرهنگ ها
 اصل نهم - مبارزه با جنگ

اصل دهم - ارتقای نظم نوین اطلاعاتی (شکرخواه 1374: 125-128)

اما دیویدرندال که سال ها روزنامه نگار و دبیر روزنامه های مهم انگلیسی بوده اصول اخلاقی زیر را برای روزنامه نگار حرفه ای آورده است که مواردی از آن در پایه های تحقیق حاضر بیشتر مورد توجه است:

- روزنامه نگار فقط در خدمت مخاطب روزنامه است.
- روزنامه نگار تنها در پی کشف حقیقت است.
- روزنامه نگار تحت تأثیر وسوسه، هدیه و پول قرار نمی گیرد.
- متصدیان آگهی بر روزنامه نگار، دبیر و سردبیر تأثیر نمی گذارند.
- کمترین دستکاری در نقل قول ها صورت می گیرد.
- روزنامه نگار از قدرت خود برای اهداف شخصی استفاده نمی کند.
- روزنامه نگار قول انتشار مطلبی را به هیچ کسی در خارج از روزنامه نمی دهد.
- هنگام پی گیری اخبار و گزارش ها، روزنامه نگار باید به مردم بگوید که روزنامه نگار است.
- روزنامه نگار اطلاعات را حتی به طور جزئی دستکاری نمی کند.
- روزنامه نگار منبع اطلاعاتش را فاش نمی کند.
- روزنامه نگار برای نفع خود خبری را چاپ نمی کند.
- روزنامه نگار از منبع ساختگی و قلبی استفاده نمی کند.
- روزنامه نگار به حریم زندگی خصوصی دیگران وارد نمی شود.
- روزنامه نگار برای تهیه گزارش ها از اصول نادرست و غیر اخلاقی استفاده نمی کند. (رندال 1382: 224-212)

با وجود موارد متعددی که در این خصوص تحت عنوان آیین نامه های اخلاق حرفه ای در نقاط مختلف جهان متناسب با زیر ساخت های سیاسی و فرهنگی آنها به رشته تحریر در آمده اند، اما منتقدان بر این باور هستند که اخلاق بسیار پیچیده تر از آن است که با آیین نامه و تجویز بتوان آن را رعایت کرد. به علاوه منتقدان می گویند که آیین نامه های اخلاقی تنها به موارد بحث برانگیز اشاره می کنند و برای جلوگیری از طولانی شدن، به کلی نویسی رو می آورند، بنابر این قابل انطباق با شرایط واقعی کار، نیستند. شاید بهترین راه حل برای اخلاقی عمل کردن روزنامه نگاران این باشد که به نیازهای مادی و معنوی آنها، تا حد امکان در