

## موانع اداری - سازمانی نظارت رسانه ای بر سازمان های دولتی<sup>۱</sup>

دکتر منصور ساعی<sup>۲</sup>

دکتر محمد محسن غفوریان<sup>۳</sup>

سارا عسکرنیا<sup>۴</sup>

### چکیده

هدف اصلی مقاله حاضر بررسی موانع اداری-سازمانی نظارت رسانه ای بر سازمان های دولتی است. نوع پژوهش اکتشافی- کاربردی بوده و از دو روش پیمایش (با ابزار پرسشنامه) و مصاحبه عمیق برای جمع آوری اطلاعات و شناسایی موانع نظارت رسانه ای بهره گرفته شده است. جامعه آماری این مقاله استادان حوزه روزنامه نگاری، مدیران و کارشناسان روابط عمومی سازمان های دولتی و مدیران و کارشناسان سازمان بازرسی کل کشور هستند. نتایج نشان می دهد که «به رسمیت نشناختن حق آگاه شدن مردم از مسائل سازمانی، نگاه مالکانه سازمان های دولتی به اطلاعات سازمانی، بسته بودن جلسات اداره های دولتی بر روی رسانه ها، انسداد ارتباطات دورن سازمانی توسط روابط عمومی، تلقی هجمه گرایانه و مچگیرانه مدیران سازمان ها از انتقاد رسانه ها و گره زدن منافع شخصی و سازمانی با منافع ملی از سوی مدیران» از مهم ترین موانع موجود در درون سازمان های دولتی بر سر راه نظارت رسانه ای هستند.

**واژگان کلیدی:** نظارت رسانه ای، موانع سازمانی و اداری، رسانه های جمعی، سازمان بازرسی کل کشور

۱- این مقاله بخشی از طرح پژوهشی «موانع فراوری رسانه های جمعی در نقش آفرینی / نظارتی بر سازمان های دولتی» است که با تصویب و حمایت سازمان بازرسی کل کشور اجرا شده است.

۲- پژوهشگر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی و مجری طرح پژوهشی

۳- عضو هیات عملی جهاد دانشگاهی و همکار طرح

۴- دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباطات و همکار طرح

## مقدمه

موضوع اصلی این مقاله رسانه ها و نظارت اجتماعی است. بر همین اساس سؤال آغازین این است که رسانه ها چگونه می توانند از جایگاه و کارکرد نظارتی در جامعه برخوردار شوند و در راستای ایفای نقش نظارتی خود بر سازمان ها با چه موانع و چالش هایی روبه رو هستند؟

رسانه های جمعی به عنوان یک نهاد اجتماعی و مدنی همواره از عوامل و متغیرهای مهم در بحث نظارت بر محیط و حراست از آن از طریق اطلاع رسانی، آگاهی بخشی و تحلیل و تفسیر و نقد رویدادها بوده اند. تاجایی که هارولد لاسول، نظریه پرداز ارتباطات، نخستین و مهم ترین نقش رسانه ها را نظارت بر محیط زندگی انسانی می داند. از نظریه این وسایل ارتباطی با تهیه و پخش اخبار و اطلاعات، افراد جامعه را با محیط زندگی خود آشنا می کنند و بدین گونه آن ها را آماده می سازند تا از محیط خود اطلاع کافی به دست آورند و واکنش های لازم را برای انطباق با آن نشان دهند (مک کوئیل، ۱۳۸۳: ۱۰۸). ویلبر شرام استاد معروف ارتباطات نیز نخستین نقش رسانه ها را «نقش نگهبان» می داند (معمد نژاد، ۱۳۸۶: ۹). بنابراین می توان گفت که یکی از کارکردهای اساسی رسانه ها نقش نظارتی و مراقبتی (دیده بانی) است. این کارکرد شفاف سازی ارتباطی و اطلاعاتی و انتقاد از انحراف های موجود، کژکارکردی ها و قانون گریزی هادر نظام سیاسی و اجتماعی سبب اتخاذ و تقویت تصمیم ها و عملکردها و استاندارد و اصلاح اقدامات و رویه های مضر و مخرب و جلوگیری از فساد اداری می شود و به عنوان یک عامل کنترل و نظارت کننده بر تصمیم ها و عملکردها و دولت و سازمان های اجتماعی عمل می کند.

ادموند برک، فیلسوف و سیاستمدار محافظه کار انگلیسی با تأکید بر نقش نظارتی و دیده بانی رسانه ها در دفاع از منافع عمومی و تغییر و اصلاح رویه های نادرست امور اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی؛ رسانه ها را رکن چهارم دموکراسی نامید. بدین مضمون که رسانه ها هم تراز دیگر قواد نظام های مردم سالار یعنی قوای مقننه، قضائیه و مجریه قرار می گیرد (معمد نژاد، ۱۳۸۶: ۴۵۹) و به ایفای نقش های ارتباطی، اطلاع رسانی و اطلاع یابی و نظارت همگانی برای پیشگیری از مشکلات و چالش ها و نقد روندها، رویه ها و اقدامات و فعالیت ها می پردازند.

در ایران کار نظارت و بازرسی به صورت تشکیلاتی و رسمی بر عهده سازمان بازرسی کل کشور است که بر اساس اصل ۱۷۴ قانون اساسی به منظور حسن جریان امور و اجرای صحیح قوانین در دستگاه های اداری، زیر نظر رییس قوه قضائیه در سال ۱۳۶۰ تشکیل شد (حجتی اشرفی، ۱۳۶۷: ۳۹). در اصلاحیه قانون تشکیل سازمان بازرسی (بنده ماده ۱۱ اصلاحی مصوب ۱۳۸۷/۴/۱۷) بر نقش آگاهی

بخشی و اطلاع رسانی عمومی رسانه ها به منظور ارتقای سلامت اداری و مقابله با فساد تأکید شده است و در ماده ۶۷ آیین نامه اجرایی قانون تشکیل سازمان بازرسی مصوب سال ۱۳۶۸ و اصلاحیه های بعدی آن، بر حمایت های قانونی از رسانه هایی که با اطلاع رسانی مناسب موجب تقویت نظارت و اثربخشی اقدامات می شوند، تأکید کرده است. این موضوع نشان دهنده این است که سازمان بازرسی به اهمیت اثر گذاری رسانه ها در زمینه شفافیت اطلاعاتی سازمان های دولتی و آگاهی بخشی به افکار عمومی و کشف و پیگیری تخلفات واقف است.

شناخت جایگاه و حق رسانه ها در نظارت بر سازمان های دولتی، مستلزم شناسایی و رفع موانعی است که رسانه ها در وضعیت موجود در دوران سازمان های دولتی با آن روبرو هستند. در این راستا، مقاله حاضر به دنبال بررسی «موانع سازمانی-اداری نظارت رسانه ای بر تصمیم ها و عملکرد سازمان های دولتی کشور» است. تا بتوان بر اساس نتایج آن به ارایه راهکارهایی برای ایجاد نظارت رسانه ای بر سازمان ها دست یافت و همچنین بین رسانه ها و بزرگ ترین نهاد رسمی نظارتی کشور یعنی سازمان بازرسی تعاملی سازنده ایجاد کرد.

### مبانی مفهومی و نظری

مطالعه حاضر جنبه اکتشافی دارد و لذا به دنبال فرضیه آزمایی نیست. بلکه بر مبنای مبانی مفهومی و نظری موضوع و همچنین مصاحبه عمقی با صاحب نظران در صدد کشف موانع و مؤلفه های سازمانی-اداری (دوران سازمان های دولتی) مؤثر بر کارکرد نظارتی رسانه ها است. به همین دلیل ابتدا در بعد تئوریک به مفهوم شناسی نظارت و نظرات رسانه ای و عوامل مؤثر بر آن پرداخته و سپس بر مبنای تحلیل مصاحبه های عمقی صاحب نظران به تدوین مدل مفهومی می پردازیم.

### الف- چیستی نظارت و کارکردهای آن

نظارت از ریشه «نظر» و در اصل واژه ای عربی است که برای آن معانی مختلفی ارایه شده است. نظر به معنای تأمل در چیزی و معاینه کردن آن نیز معنای می شود. نظارت در معنای دیگری همان مراقبت و کنترل یک چیز از آفت و بیماری است. همچنین در زبان عربی به معنای زیرکی و فراست آمده است (عاصی پور، ۱۳۶۸: ۲۶۸). «نظارت» به معنای نظر کردن و نگرستن به چیزی، مراقبت و تحت نظر و دیده بانی، داشتن کاری، نگرانی و مباشرت معنا شده است (لغتنامه دهخدا، جلد سیزدهم، ۱۳۷۳: ۱۹۹۴۶). به طور کلی می توان گفت که نظارت به معنی مراقبت و مشاهده ای است که شخص یا مقام و یا دستگاه ناظر نسبت به شخص یا سازمان دیگری انجام می دهد تا نظارت شونده وظایف خود

را بر اساس معیارهای تعیین شده به انجام برساند.

از کارکردهای نظارت، می توان به کارکرد حقوقی، سیاسی و مدیریتی اشاره کرد. نظارت در حقوق عمومی به معنای مراقبت و مشاهده ای است که شخص یا مقام و یا دستگاه ناظر نسبت به سازمان دیگری انجام می دهد تا نظارت شونده وظایف خود را بر اساس معیارهای تعیین شده به انجام برساند. در این فرآیند نظارت مردم بر دولت شایان توجه است. از آنجا که احتمال حضور و تقصیر در تدابیر امور جامعه می رود و از طرف دیگر هم احتمال خطا از سوی دولتمردان می رود و هم قدرت به حدی جذاب و وسوسه انگیز است که احتمال سوء استفاده از آن قابل فرض است، از این رو برای جلوگیری از هرگونه اشتباه یا خیانت، مردم باید مجاری مختلفی برای نظارت بر دولت در اختیار داشته باشند (رحمانی، ۱۳۸۵: ۱۳).

به لحاظ سیاسی، اعمال نظارت موجب تقویت مفهوم حسن جریان امور و اجرای صحیح قوانین در دستگاه های اداری و سیاسی، اصلاح ناکارآمدی ها و رویه های غلط، تثبیت و افزایش مشروعیت یک سیستم سیاسی خواهد شد. زیر نظارت موجب حضور متفکرانه اقشار مردم بخصوص از طریق احزاب و رسانه ها خواهد شد. هر چه نهادهای مردمی بیش تر در صحنه باشند و بر مقام ها و دستگاه های اجرایی نظارت کنند و مواظب اعمال، تصمیم ها و گفتار مسئولان و مدیران جامعه باشند، دستاوردهای دموکراتیک تقویت خواهد شد (تمیمی، ۱۳۸۴: ۱۲).

از نظر مدیریتی، نظارت باعث تعیین نقاط ضعف و قوت و مدیریت امور می گردد. دیدگاه مدیریتی، نظارت را کوششی می داند که مدیر در جهت تطبیق عملیات با برنامه انجام می دهد تا میزان صحت و سقم فعالیت ها را به دست آورد (تقوی دامغانی، ۱۳۷۳: ۹۵). در واقع می توان نظارت را فعالیتی دانست که باعث تطبیق عملیات با برنامه می شود و نظام را در زمینه هدف های مورد نظر از انحراف حفظ می کند (صادق پورو مقدس، ۱۳۷۲: ۱۶۰). بر این اساس نظارت فرآیندی است که از طریق آن می توان به حداکثر کارایی و اثربخشی در راستای اهداف سازمان دست یافت و به صحت پیش بینی های صورت گرفته در مورد برنامه ها پی برد و «باید ها»، «هست ها»، «مطلوب ها»، «اربا» «موجودها» و «پیش بینی ها» را با «عملکردها» مقایسه می کند و نتیجه این مقایسه تصویر روشنی از تشابه یا تمایز بین این دو گروه از عوامل خواهد بود و از آنجا که نظارت و کنترل سازمان با اصلاح انحراف ها و تطابق عملکردها با اهداف مطلوب معنا پیدا می کند می توان گفت که نظارت نقش پویایی را در هر سازمان ایفا می کند نظارت؛ مقایسه و سنجش بین آنچه هست و تحقق یافته با آنچه باید باشد و محقق شود است یعنی

تجزیه و تحلیل نتایجی که از عملکردها به دست می آید و اینکه آیا عملکرد درست مطابق اهداف، برنامه و قانون بوده است یا نه. در این بین نقاط ضعف نمایان شده و اقدام های لازم جهت حصول به نتایج مورد نظر صورت می گیرد.

### ب- نظارت رسانه ای

نظارت مردم بهترین وسیله حفظ نظام از خطرات و مفسدات اجتماعی است و در دوران مدرن امروزی یکی از ابزارهای مهم در نظارت مردم بر زمامداران و نهادهای اجتماعی و سیاسی و اقتصادی، رسانه ها هستند. رسانه های جمعی نقش زبان گویای آحاد ملت را بازی می کنند (افتخاری، ۱۳۸۱: ۷۹). در واقع نظارت رسانه ای بخشی از نظارت مستمر همگانی (مردمی) بر دولت و سازمان های دولتی در نظام های مردم سالار است. نظارت رسانه ای انعکاس نظام مند و مستمر بازخوردهای محیطی از طریق نهادهای مدنی و ارتباطی به سازمان به منظور ارتقای سطح سلامت دولت و سازمان ها و کارآمدی آنان است.

ملوین دفلور و اورت ای دنیس نویسندگان آمریکایی، در کتاب «درک رسانه های جمعی» یکی از نقش های مهم رسانه ها را نقش نظارت بر دولت و ارکان (سازمان ها و نهادها) و اعمال آن و نگهبان منافع عمومی عنوان می کنند. آن ها نقش نظارتی را ضامن سلامت و درستی عملکرد ساختار قدرت و مسئولیت در جوامع می دانند.

از نظر دفلور و دنیس، رویارویی با ساختار قدرت و نظارت بر آن، ویژگی افتخار آمیز حرفه ای روزنامه نگاری است. همین نقش رسانه ها است که گاه به استعاره از آن به عنوان «رکن چهارم دموکراسی یا مردم سالاری» یاد می شود. این استعاره را نخستین بار «توماس کارایل»<sup>۲</sup> (۱۷۹۵-۱۸۸۱) نویسنده و جامعه شناس انگلیسی از شخص دیگری به نام «ادموند برک»<sup>۳</sup> نقل قول کرد.

برک (۱۷۲۹-۱۷۹۷) در پارلمان انگلستان، جایگاه رسانه ها و روزنامه نگاران را با عنوان رکن چهارم دموکراسی در کنار سه قوه دیگر قرار داد و اظهار داشت که مهم تر از سه قوه دیگر است و سه قوه قبلی شامل مقننه، مجریه و قضائیه بودند. رسانه ها با قرار گرفتن در جایگاه چهارم، وظیفه نظارت بر عملکرد ارکان دیگر را بر عهده دارند.

به نظر دفلور و دنیس، در حکومت های برآمده از اراده مردم، حق ابراز عقیده آزادانه مردم به رسمیت شناخته شد تا بتوانند به نقد عملکرد دولت و نظارت بر آن بپردازند. حساسیت و اهمیت این نقش نظارتی

1. Melvin De Fleur & Everette Dennis

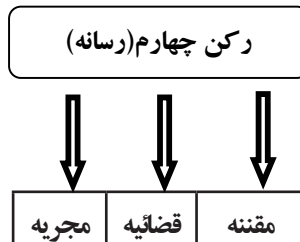
2. Tomas Carlyle

3. Edmund Burke

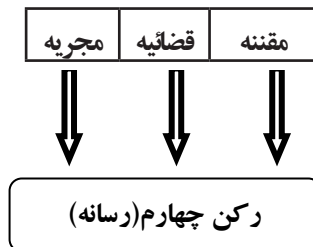
چنان بود که بنیانگذاران حکومت ایالات متحده آمریکا، پدیده آزادی رازیربنای حکومت تازه اعلام کردند. این نقش نظارتی در حکومت های دیگر مانند فرانسه و آلمان نیز پذیرفته شد. علت قدرت در مقابل رسانه ها و به تبع آن مردم بود. رسانه ها، آزادی بیان و اعمال این آزادی در مورد اقدام های دولت و نشان دهنده پاسخگو بودن دولت امروزه کارکرد نظارتی رسانه ها، نقش حساسی را در افزایش مسئولیت و پاسخگویی در زمینه های مختلف اجتماعی دارد (DeFleur & Dennis, 1998:320). در واقع نقش نظارتی رسانه ها اگر مسئولانه و درست ایفا شود، قدرت ها و سازمان های فاسد و بی بندبار و غیر پاسخگو شکل نمی گیرند.

رسانه ها اکنون به یکی از اصلی ترین رکن ها برای شکل گیری، تداوم و استحکام آزادی و دموکراسی تبدیل شده اند. البته هر چند نقش مذکور با توجه به وضعیت های جوامع گوناگون دستخوش تغییراتی شده است، اما هنوز هم یکی از افتخارات رسانه ها این است که خود را در کنار سه رکن نوین دموکراسی یعنی مقننه، قضائیه و مجریه، رکن چهارم دموکراسی بدانند. «پاولا ویچ» محقق و پژوهشگر روسی در زمینه رسانه ها در کتاب «تئوری های روزنامه نگاری» ارتباط رکن چهارم و دیگر قوا را در سه مدل قرار داد:

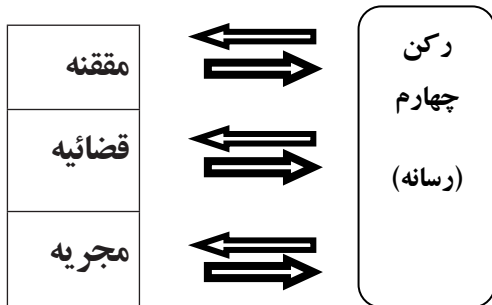
۱- مدل حاکمیت رسانه ای: این مدل متعلق به جامعه ای است که قدرت و نفوذ رسانه ها بر سایر قوا مشهود است و نقش های نظارتی، جریان سازی، هدایت و فشار رسانه ها رجحان دارد.



۲- مدل ابزار و دستیار سه قوه: این مدل شرایط کاملاً برعکس را نشان می دهد، در این مدل رسانه ها در سیطره و نفوذ قوا عمل می کنند. دستورها، هدایت شده از بالا است و رسانه ها صرفاً نقش روابط عمومی سازمانی را بازی می کنند.



۳- مدل همکاری متقابل: در این مدل ارتباط رسانه ها با دیگر قوا را دوسویه، متعادل و هم وزن می دانند. به عبارتی در این مدل نوعی مشارکت میان چهار رکن برقرار است.



البته به نظر می رسد در ساختارهای حکومتی که وزن قوای سه گانه یکسان نیست. هر قدر حجم قدرت در یک قوه بیش تر شود، به همان نسبت تأثیرش بر رکن چهارم بیش تر خواهد بود. این تأثیر به دو گونه است. هم می تواند به محدودیت و ایزوله سازی رسانه ها و در عین حال به توسعه و افزایش نقش دهی رسانه ها منتهی شود. تحقق هر یک از این دو به اندیشه های حاکم بر قوه بستگی دارد. این مدل هنگامی به وقوع می پیوندد که هر یک از این قوا در اختیار حزب یا جریان فکری ویژه ای قرار دارد. روابط حکومت و رسانه موجب نوعی بی قوارگی رسانه ای در جامعه است (رستگار، ۱۳۸۵: ۳۶ و ۳۷).

به طور کلی نظارت رسانه ای را می توان کارکردها و وظایفی دانست که رسانه ها به عنوان دیده بان منافع مردم و نظام سیاسی بر محیط اجتماعی و نهادهای اجتماعی (سازمان ها) اعمال می کنند. این نقش ها مواردی مانند آگاهی بخشی، تحلیل و تفسیر اخبار، شفاف سازی اطلاعاتی و افشاگری، پرسشگری و پاسخگویی به افکار عمومی و نظایر آن را در بر می گیرد. کارکرد نظارتی رسانه زمانی معنا پیدامی کند که رسانه در چک کردن و کنترل کردن سازمان های دولتی و عمومی آزاد باشد، استقلال حرفه ای از دولت داشته باشد و آزادی بیان رسانه ای از سوی دولت تضمین شده باشد (Coronel, 2008: 3). می توان ادعا کرد که در کارکرد نظارتی، رسانه ها با اطلاع رسانی شفاف، افشاگری، آگاه سازی و هوشیار سازی افکار عمومی مدام در حال چک کردن فعالیت های مختلف نظام سیاسی، اجتماعی و اقتصادی هستند تا زمینه اصلاح امور و به تعادل رساندن این نظام ها فراهم گردد یعنی سیاست چک کردن (ارزیابی) و متعادل کردن<sup>۱</sup> وظیفه اصلی ژورنالیسم نظارتی است.

## آزادی اطلاعات و نظارت رسانه ای

یکی از مؤلفه های بنیادی و اساسی در نظارت همگانی و نظارت رسانه ای بر نهادها و سازمان های دولتی و خصوصی وجود آزادی اطلاعات است. منظور از آزادی اطلاعات، «حق دسترسی افراد به اطلاعات موجود در دستگاه ها و مؤسسات عمومی و خصوصی» است. حق دسترسی به اطلاعات، نتیجه و محصول آزادی اطلاعات است. منظور از حق دسترسی به اطلاعات، آن است که هر یک از اعضای جامعه در هر زمان بتواند تقاضای دسترسی به اطلاعاتی را داشته باشد که در یکی از مؤسسات دولتی، عمومی و گاه خصوصی نگهداری می شود و آن مؤسسه تنها بر مبنای دلایل احصاء شده و مشخص بتواند درخواست وی را رد کند (انصاری، ۱۳۸۷: ۲۹). آزادی اطلاعات اکنون در بسیاری از کشورها و از جمله در ایران به صورت قانون در آمده است تا ضمانت اجرای آن توسط دولتمردان و منابع قدرت تضمین شود.

مفهوم آزادی اطلاعات<sup>۱</sup> با مفهوم دموکراسی و حکومت باز، قرابت زیادی دارد. تاجایی که نخستین گام که برای کمک به تحقق مفاد آرمانی دموکراسی برداشته شد، حمایت از آزادی اطلاعات بود که بعداً این آزادی به قلمرو فعالیت سایر رسانه های همگانی نیز تسری داده شد. از این ابزار، به ویژه برای آگاهی دادن به مردم در ایام انتخابات و سایر تصمیم گیری های مهم کمک گرفته شد تا مردم رادر انتخاب درست یاری دهند. به همین دلیل آزادی مطبوعات رارکن چهارم دموکراسی نامیده اند. گام دوم برای تحقق دموکراسی شفاف سازی حکومت و دولت است. به موجب این سازوکار، باید حق مردم در دسترسی آزادانه به اسناد و مدارک دولت به رسمیت شناخته شده و خانه های آهنی حاجب دولت به خانه های شیشه ای شفاف تبدیل شود تا مردم به آسانی بتوانند از عملکرد دولت آگاه شوند و در تحقق دموکراسی به صورت آگاهانه شرکت کنند اهمیت آزادی دسترسی مردم به اطلاعات و سوابق عملکرد دولت به اندازه ای است که به آن «اکسیژن دموکراسی» لقب داده اند یعنی حیات ارکان چهارگانه دموکراسی وابسته به آن اعلام شده است. در واقع شفاف سازی دولت به آزادی اطلاعات (اطلاع رسانی و کسب اطلاع) پیوندخورده که نخستین نتیجه این پیوند، تکلیف دولت به اطلاع رسانی و حق مردم در کسب اطلاع از دولت است. این نتیجه، خود مقدمه ای برای پاسخگویی دولت قرار می گیرد یعنی مردم با توجه به چند و چون اطلاعاتی که تحصیل می کنند حق پرسش از دولت را می یابند و در مقابل، دولت نیز مکلف به ارائه پاسخ های متقاعدکننده به مردم می شود (انصاری، ۱۳۸۷: ۲۷ و ۲۸).

آزادی اطلاعات و ثمره اصلی آن یعنی «به رسمیت شناختن حق دسترسی به اطلاعات» رامی توان یکی از عناصر حیاتی نظارت رسانه ای و مطبوعاتی بر سازمان ها و نهادها نامید. شهروندان باید حق و توانایی دسترسی به اطلاعات در اختیار دولت و سازمان ها را داشته باشند. چنین استدلال می شود که دسترسی به اطلاعات عنصر بنیادین در یک حکومت دموکراتیک است. زیرا برقراری و شکوفایی دموکراسی مستلزم آن است که شهروندان به اندازه کافی از اعمال و سیاست های حکومت خود آگاه باشند. بنیان حق دسترسی به اطلاعات بر این اصل استوار است که دولت نه مالک، بلکه امانت دار اطلاعات است (نمکدوست، ۱۳۸۲) و دولت باید اطلاعاتی را که در اصل متعلق به شهروندان است، در اختیار آن ها قرار دهد. براین اساس می توان گفت که یکی از مؤلفه های نظارت رسانه ای، به رسمیت شناختن حق دسترسی شهروندان به اطلاعات است.

به نظر می رسد تا زمانی که آزادی اطلاعات به صورت قانون در نیاید و اهمیت و فواید آن شناخته نشود، نمی توان حکومت ها و سازمان ها و نهادهای دولتی و عمومی را به انتشار اطلاعات و فراهم کردن زمینه دسترسی شهروندان به اطلاعات ملزم کرد. صاحب نظران و کارشناسان فواید به رسمیت شناختن آزادی اطلاعات و حق دسترسی به آن را در شش حوزه بر شمرده اند:

**الف- شفافیت:** شفافیت<sup>۱</sup> یک اصطلاح سیاسی است که شکل حقوقی نیز به خود گرفته است. قانون آزادی اطلاعات با استقرار اصل انتشار علنی تمامی اطلاعات دولتی، فضای تفاهم، اعتماد و همکاری را میان شهروندان و دولت به وجود می آورد. یک نظام اداری و قانون گذاری شفاف، نظامی است که امکان بصیرت را برای شهروندان خود فراهم می آورد. دسترسی مردم به اطلاعات موجود در مؤسسات عمومی، امکان بصیرت همگانی را در یک سطح پیشرفته و مؤثر فراهم می آورد. به اعتقاد صاحب نظران، در برخی از کشورها فضای سرد میان دولت ها و شهروندان و روحیه یأس در میان شهروندان و پرهیز آنان از مشارکت در فعالیت های سیاسی و اجتماعی به میزان قابل توجهی ناشی از فقدان اطلاعات درباره کنش های واقعی دولت ها است. نبود شفافیت در رفتارهای دولت و اصرار آن بر پنهان کاری، این احساس را در میان شهروندان به وجود می آورد که جدی گرفته نمی شوند و نقشی در سرنوشت خود ندارند (نمکدوست، ۱۳۸۲: ۴۰). بارزترین شاخص شفافیت، دسترسی شهروندان به اطلاعات است. البته اصل مهم مقدم بر دسترسی به اطلاعات، آگاهی شهروندان از وجود اطلاعات موردنظر و چگونگی دسترسی به آن است. به نظر می رسد، هر قدر دسترسی به اطلاعات و چگونگی استفاده از آن در یک جامعه مفروض دشوار باشد (زمان بر و هزینه بر بودن) به همان نسبت از میزان شفافیت در جامعه کاسته می شود (نمکدوست تهرانی، ۱۳۸۲: ۲۸ و ۲۹).

**ب- مشارکت مردمی و نظارت مستمر:** در دنیای معاصر، آزادی اطلاعات لازمه دموکراسی مشارکتی شناخته شده و به دلیل کارکردهای مفیدش، اکسیژن مردم سالاری لقب گرفته است؛ زیرا اگر مردم ندانند که در جامعه چه می گذرد و اگر اعمال حاکمان و مدیران جامعه از آنان پنهان شود در این صورت چگونه قادر خواهند بود در اداره امور جامعه نقش ایفا کنند و سهم مهمی داشته باشند. یکی از ایرادهای بزرگی که بر مردم سالاری وارد می شود این است که اکثریت عددی نمی تواند ملاک یا دلیل حقیقت یا درستی چیزی باشد. چه بسا یک شخص آگاه بتواند بهتر از اکثریت فکر کند و تصمیمات درست تر بگیرد. آزادی اطلاعات تدبیری است برای پاسخگویی به این ایراد. به موجب این آزادی، اطلاعات عمومی و به ویژه اطلاعات دستگاه های حکومتی باید آزادانه برای افراد جامعه، قابل دسترس باشد و جز در موارد استثنایی، نباید حق دسترسی مردم به این اطلاعات را محدود کرد. از این پس، دیگر صرف اکثریت عددی نیست که تصمیم گیری می کند، بلکه اکثریت مطلع و آگاه به مسایل جامعه مبنای تصمیم گیری های مردم سالارانه قرار می گیرد.

**ج- مبارزه با فساد:** حق دسترسی به اطلاعات موجود در دستگاه های دولتی علاوه بر فراهم کردن زمینه های مشارکت مردم در تصمیم گیری های مربوط به مسایل عمومی و نیز نظارت مردم بر عملکرد مدیران جامعه، به عنوان ابزار مهمی برای مبارزه با فساد اداری نیز کاربرد دارد. تأثیر قانون و سازوکارهای تضمین کننده آزادی اطلاعات و حق دسترسی بر پیشگیری از فساد اداری مورد پذیرش همگان است. در بسیاری از کشورها این امر نخستین دلیل تدوین قانون آزادی اطلاعات و تضمین حق دسترسی بوده است برای مثال دولت سوئد دارای کهن ترین سنت آزادی اطلاعات است و همواره این کشور یکی از پایین ترین نرخ های فساد اداری را در جهان داشته است (نمکدوست تهرانی: ۴۰ و ۴۱).

به اعتقاد برخی صاحب نظران، شفافیت، کلیدی ترین روش برای جلوگیری از فساد، کشف فساد و حمایت از تمامیت حکومت است. وقتی مردم از آن و قراردادهایی که این دستگاه ها با اشخاص مختلف و به مناسبت های مختلف منعقد می کنند آگاهی داشته باشند بسیاری از زمینه های فساد اداری و مالی از بین می رود. افراد نالایق به آسانی نمی توانند وارد دستگاه های حکومتی شوند و بسیاری از مجرهای رانت خواری بسته می شود. «اسرارگرایی»<sup>۱</sup> افراطی پوششی است که خطاهای حکومت و مأمورانش در پشت آن پنهان می شود و آزادی اطلاعات در صدد است تا «شفاف سازی حکومت»<sup>۲</sup> را جایگزین آن کند (انصاری، ۱۳۸۷: ۳۴).

1. Secrecy

2. Open Government

**د- تقویت فرآیندهای اداری اصلاح گرانه و افزایش کارآمدی:** بر اثر شفاف سازی، سازوکارهای اداری و فرآیندهای نا کارآمد دولتی آشکار می شوند و دولت بیش از پیش ناچار به تجدید ساختار خواهد شد هر قدر بر میزان شفافیت دستگاه های حکومتی افزوده شود، به همان میزان فرآیندهای اصلاحی اداره امور تقویت می شوند. اگر امکانات رسانه ای و فناوری های اطلاعات و ارتباطات و مدرن کردن شیوه های اجرایی که از آن به عنوان «دولت الکترونیکی» تعبیر می شود، با تصویب و اجرای درست قوانین آزادی اطلاعات همراه شود، به میزان چشمگیری بر کارآمدی نظام اداری کشورها افزوده خواهد شد. این آمیزه راهی برای شفاف ساختن حکومت است، در عین حال سبب کاهش هزینه های اجرایی نیز می شود (نمکدوست تهرانی، ۱۳۸۲: ۴۱).

**ه- تعلق اطلاعات به مردم:** مبنای دیگر برای دفاع از آزادی اطلاعات و دسترسی به اطلاعات دولتی آن است که در یک جامعه مردم سالار، کل حکومت و اطلاعات آن به مردم تعلق دارد و حاکمان و مدیران جامعه، به طور مستقیم یا غیر مستقیم، نماینده و وکیل مردم هستند. بر این اساس، هر مالکی می تواند به دارایی خود دسترسی داشته باشد و از کم و کیف اداره ی آن مطلع شود. اطلاعات موجود در دستگاه های حکومتی به حکومت تعلق ندارد، بلکه از آن مردم است و حکومت به نمایندگی از مردم از آن اطلاعات نگهداری می کند. همچنین مردم به عنوان موکل، هر زمان که مایل باشند می توانند از وکیل خود بخواهند تا حساب دوره ی تصدی خود را پس دهد (انصاری: ۳۵).

**و) پاسخگویی:** از ذهن خالی پرسشی بر نمی خیزد تا پاسخی به آن داده شود. به همین دلیل، حق دسترسی مردم به اطلاعات موجود در دستگاه های حکومتی مقدمه پاسخگویی حکومت به شمار می رود. وقتی مردم از کم و کیف اداره امور خود آگاه شوند، ممکن است ده ها پرسش یا نکته ی مبهم در این باره برای آن ها مطرح شود. حکومت پاسخگو، حکومتی است که این پرسش ها و نکته های مبهم را با گوش باز می شنود و به آن ها پاسخ معقول می دهد. بنابراین، حق دانستن به نحو لاینفکی با پاسخگویی یعنی هدف اصلی تمام نظام های حکومتی دموکراتیک پیوند خورده است. اگر فعالیت های حکومت و فرآیند تصمیم گیری ها از نظارت عمومی پنهان داشته شوند قضاوت آگاهانه و ارزیابی های مردم، مطبوعات و مجلس دشوار و حتی بی ثمر خواهد بود. البته در داخل هر حکومتی سازو کارهایی نظیر مجلس، دادگستری یا یک بازرس ویژه (سازمان بازرسی) وجود دارد که از آن ها برای بررسی و کنترل سوء استفاده از قدرت به وسیله مجریان حکومت استفاده می شود، لیکن برای اینکه این سازو کارها نیز کارآمدتر باشند، دسترسی آن ها به اطلاعات اجتناب ناپذیر است. از همین رو به اعتقاد برخی از صاحب نظران، بهترین راه پیشگیری از اشتباه ها و کاستن از دامنه

آن‌ها این است که سیاست‌های موجود و سیاست‌گذاری‌ها در برابر دیدگان عموم قرار بگیرند. در حقیقت هنگامی می‌توان از یک حکومت انتظار داشت که در رفتارهای خود خردورزی پیشه کند و به مشورت با شهروندان بپردازد که بتوان به حسابرسی در رفتار حکومت پرداخت و آن را واداشت که درباره کنش‌های خود به مردم توضیح دهد (Verhoeven, 2000: 22). از این منظر رابطه میان مردم و قدرت سیاسی نیز توجه به مفهوم آزادی اطلاعات و حق دسترسی حایز اهمیت ویژه است. در عین حال اعمال قدرت از سوی مردم و کاستن از خودرأیی حکومت و نهادهای دولتی، تنها در شرایطی میسر است که مردم از آنچه حکومت بدان مشغول است آگاه باشند. از همین رو حق دسترسی به اطلاعات هم سازوکاری لازم برای اعمال قدرت آگاهانه شهروندان در جهت تحقق حقوق خود و هم تضمینی برای درستکاری حکومت و رفتار مبتنی بر قانون و اعمال مشروع قدرت عمومی از سوی آن است (Ibid).

با الهام از مفاهیم حق آزادی بیان و اطلاعات، حق دسترسی به اطلاعات و شفافیت و پاسخگویی می‌توان گفت سازمانی که دارای قدرت سیاسی است باید از پنهان‌کاری اطلاعات خودداری کند. در یک جامعه مردم سالار، منافع سازمان یا منافع عمومی در یک راستا قرار می‌گیرند. نهادهای دولتی خود را نمایندگان و کارگزاران و در عین حال ملزم به پاسخگویی می‌دانند در حالی که رابطه عمودی بین سازمان و مخاطبان در یک حکومت غیرمردم سالار، پاسخگویی را غیر ضروری تشخیص می‌دهد. در یک حکومت غیرمردم سالار که بین سازمان و مخاطبان رابط عمودی وجود دارد، سازمان خود را در رأس و مردم را در قاعده می‌بیند. بنابراین همه مصلحت‌ها را سازمان تشخیص می‌دهد و او است که تصمیم می‌گیرد چه اطلاعاتی و به چه میزان قابل انتشار باشد. به نظر می‌سد که عملکرد نهادها و سازمان‌های دولتی در رابطه با شفاف‌سازی واقعیت‌های سازمان و میزان تعهد به پاسخگویی، یکی از شاخص‌های «به رسمیت‌شاختن حق دسترسی عموم به اطلاعات» و «شکل‌گیری حوزه عمومی» است.

### نظارت رسانه‌ای و حکمرانی خوب

حکمرانی خوب فرآیند تدوین و اجرای خط‌مشی‌های عمومی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی با مشارکت سازمان‌های جامعه مدنی و رعایت اصول «شفافیت»، «پاسخگویی»، «اثربخشی» به گونه‌ای است که ضمن برآوردن نیازهای اساسی جامعه به تحقق عدالت و امنیت و توسعه پایدار منابع انسانی و محیط زیست منجر شود. حکمرانی خوب دارای ویژگی‌هایی مانند

مشارکت محوری، اجماع گرایی (تصمیم های جمعی)، مسئولیت پذیری، شفافیت و پاسخگویی، اثربخشی و کارایی، منصفانه بودن و فراگیری و پیروی از حاکمیت قانون است (صانعی، ۱۳۸۵: ۶۵).

معیارها و شاخص های متعددی برای اندازه گیری حکمرانی خوب وجود دارد. از جمله این شاخص ها: ۱- شفافیت تصمیم ها و عملکردها و پاسخگویی حکومت در قبال مردم و افکار عمومی ۲- آزادی اطلاعات و رسانه ها ۳- ثبات سیاسی کشور ۴- بهبود میزان اثربخشی حکومت ۵- بهبود کیفیت مقررات برای تنظیم امور اقتصادی ۶- حاکمیت قانون و رعایت قانون توسط دولت مردان و مردم ۷- مبارزه با فساد و کنترل آن و ۸- مشارکت مردم در تصمیمات دولت هستند (پور معصوم، ۱۳۸۹: ۱۱). همان طور که می دانیم دستیابی به شفافیت و پاسخگویی و مبارزه با فساد و دیگر شاخص ها منوط به دسترسی به اطلاعات و وجود آزادی رسانه ها است. در واقع زمانی یک دولت و یک سازمان یا نهاد و شرکت می تواند از حکمرانی خوب و کارایی مطلوب برخوردار باشد که تصمیم ها و عملکرد و خط مشی های آن در معرض نظارت و ارزیابی افکار عمومی قرار گیرد و این امر از طریق رسانه ها و کانال های ارتباط جمعی امکان پذیر است. در جوامع امروزی تقریباً تمام عرصه های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی رسانه ای شده اند. مخاطبان و شهروندان از دریچه رسانه ها به محیط و رویدادها می نگرند. رسانه های چاپی و شفاهی نگرش ها و جهان بینی آن ها را شکل داده، در گون کرده و حفظ و تقویت می کنند در چنین شرایطی دسترسی به رسانه ها از سوی نیروهای اجتماعی یکی از ابزارهای کلیدی دستیابی به قدرت است (Sharma, 2002: 149).

در یک جامعه دموکراتیک رسانه ها نقش مهمی بر عهده دارند. دموکراسی به معنای حکمرانی مشارکتی تمام بازیگران است که در آن رسانه ها مردم را در مورد مشکلات مختلف اجتماع آگاه می سازند که این خود آگاهی، دولت مردان را متعهد به پاسخگویی به افکار عمومی می کند (Sharma, 2002: 150).

در جوامع دموکراتیک رسانه ها به عنوان بخشی از جامعه مدنی با ایفای نقش های اطلاع رسانی شفاف، نظارت بر تصمیمات و عملکرد، نقد روند ها و رویه ها، نگرانی از منافع عمومی و برجسته سازی رویدادها و وقایع گوناگون نهاد مؤثری برای دموکراتیزه کردن عرصه های قدرت، نظارت بر قدرت و ارزیابی و تعدیل آن (دولت حداقلی)، تحقق عدالت اجتماعی، کاهش مفاسد اجتماعی و اقتصادی و سیاسی و نیل به حکمرانی خوب محسوب می شوند. رسانه ها با پرسش از سازمان ها و یادآوری مسئولیت های آن ها در قبال شهروندان و الزام در پاسخگو کردن سازمان ها و ارکان قدرت و شکل دهی سازمان های شیشه ای، مسبب ایجاد شفافیت و اعتماد سازی در مردم می شوند. در جوامع مردم سالار در فضای حکمرانی، اقتدار دولت و مقام های دولتی محدود شده و روابط یک جانبه، جای خود را به

روابط چند جانبه و افقی می دهد و دولت خود را در یک سطح با دیگر نهادها (سازمان ها، جامعه مدنی، رسانه ها و...) قرار می دهد یعنی کششگران عرصه حکمرانی به قدری از یکدیگر استقلال دارند که نمی توانند چیزی را بر دیگری تحمیل کنند اما در عین حال آنقدر به یکدیگر وابسته اند و می دانند بدون یکدیگر قادر به اقدام نیستند. بنابراین با توجه به ماهیت؛ جوامع رسانه ها یا ابزار حکمرانی هستند و یا خود یکی از بازیگران و عناصر اصلی حکمرانی می باشند. رسانه هادر به وجود آوردن حکمرانی خوب مؤثر بوده و یکی از ارکان اصلی این مبحث می باشند.

هنگام پرداختن به نقش رسانه هادر حکمرانی خوب باید به جایگاه و کارکرد رسانه ها به عنوان یک رکن و بازیگر مدنی فعال، رابطه افقی رسانه ها با حکومت و میزان آزادی و اختیارات رسانه ها (فضای نقد و تحلیل افشاگری و...) توجه کرد. در واقع نقش اثربخشی رسانه ها بر فرآیند حکمرانی به نوع مالکیت رسانه (خدمات عمومی، خصوصی و دولتی)، میزان تکثیر گرایي و چندصدایی رسانه ای، جایگاه رسانه ها در قوانین و حقوق و حدود آن ها، میزان دسترسی به اطلاعات دولتی، ساز و کار نظارت رسانه ها بر حکومت و شرکت ها و سازمان ها و نظایر آن بستگی دارد (Bokpin, 2009: 30). چنین به نظر می رسد که اطلاع رسانی شفاف و روان سازی جریان ارتباطات و اطلاعات میان بخش های مختلف جامعه و پاسخگو کردن حکومت و شرکت ها از مهم ترین وظایف رسانه ها در فرآیند حکمرانی خوب محسوب می شود. اما نبود قوانین مشخص و چهارچوب های قانونی دسترسی به اطلاعات و همچنین محدودیت های موجود در دسترسی آزاد اطلاعات سبب جلوگیری از ایفای نقش نگرهبانی و تکثیر گرایي رسانه ای شده و آن را با خطر مواجه می سازد. رسانه ها؛ هم از سوی دولت با استفاده از قوانین و قواعد حقوقی مربوط به مالکیت و سانسور و توزیع منابع مادی و اقتصادی مورد تهدید قرار می گیرند و هم از سوی بخش خصوصی با استفاده از تطمیع (مثلا آگهی و...) و سایر ابزارها مورد تهدید واقع می شوند. در واقع می توان گفت حکمرانی به معنای شکستن قدرت بین بخش های فعال در جامعه است و انحصار قدرت در یک یا دو بخش و اجازه ندادن به فعالیت بخش های دیگر، ساختار را از ویژگی حکمرانی دور می کند. رسانه های جمعی می توانند تحقق شاخص های مشارکت، پاسخگویی، عدالت و برابری و شفافیت حکمرانی خوب را امکان پذیر کنند.

### مصاحبه های عمقی با صاحب نظران و تحلیل آن

در پژوهش حاضر با ۶ نفر (هر گروه ۲۰ نفر) از صاحب نظران و کارشناسان از جمله، «روزنامه نگاران و استادان رسانه»، «مدیران و کارشناسان روابط عمومی» و «مدیران ارشد سازمان بازرسی» مصاحبه انجام

گرفت. از آن ها خواسته شد تا «مهم ترین موانع موجود در دوران سازمان های دولتی را که مانعی اساسی بر سر راه نظارت رسانه ها بر تصمیم و عملکرد سازمان های مذکور هستند مشخص کنند». تحلیل مصاحبه ی مصاحبه شوندگان نشان داد که آن ها مهم ترین موانع موجود در دوران سازمان ها برای نظارت رسانه ها را چنین عنوان می کنند:

### ۱. مشکل دسترسی آزادانه رسانه ها به اطلاعات در سازمان ها

سازمان های دولتی نگاهی مالکانه به اطلاعات و اسناد خود دارند، از این رو اغلب اطلاعات عادی در گردش خود را نیز محرمانه و حفاظت شده تلقی می کنند و مانع افشا و ابراز آن از سوی مدیران و کارکنان می شوند. عدم انتشار فعال و داوطلبانه ی اطلاعات از سوی سازمان ها و اجازه ندادن به رسانه ها جهت حضور در نشست ها و جلسات، باعث می شود تا دسترسی رسانه ها به اسناد و مدارک آن ها (که در راستای انجام وظیفه نظارتی و اطلاع رسانی شفاف ضروری به نظر می رسد)، کاری پرهزینه، طاقت فرسا و بسیار کند شود.

#### گویه های مرتبط:

- هنوز در سازمان های ماحق دسترسی همگانی به اطلاع به رسمیت شناخته نشده است و اصولاً رسانه ها نامحرم تلقی می شوند.
- باید دسترسی آزادانه به اخبار و اطلاعات سازمان ها در قوانین لحاظ شود و رسانه ها بتوانند به راحتی به منابع اطلاعاتی دسترسی داشته باشند.
- باید همه سازمان ها توجیه شوند که دسترسی خبرنگاران به منابع اطلاعاتی آزاد است و اخبار و اطلاعات مورد نیاز خبرنگاران را بدون سانسور و تهدید در اختیار آن ها قرار دهند.
- امکان دریافت اطلاعات از سازمان ها به دلیل شکل و ساختار اداری آن غیر ممکن است.
- بی اعتقادی به پاسخگویی، شفاف سازی اطلاعات و تعامل با نهادهای اجتماعی و مدنی، نوعی بیماری فراگیر است که نظام مدیریتی ما را تهدید می کند.
- در صورت همکاری نکردن روابط عمومی و یا حتی سازمان در ارائه اصلاحات و ایجاد حق دسترسی رسانه ها به اطلاعات، امکان بازخواست روابط عمومی و سازمان ها در اشکال حقوقی - اخلاقی و قانونی وجود ندارد.
- فضای کسب اطلاعات شدیداً در ایران محدود و بسته است یعنی اصلاً سازمان های اداری اجازه ورود به حیطه اطلاعات را نمی دهند.

• در جامعه ای که حتی رسانه‌های منتقد روز به روز در حال رشد است پرده‌ای بین خودمان و آن‌ها ایجاد کرده‌ایم و مانع ورود آن‌ها می‌شویم و آن‌ها هم در پشت پرده نمی‌دانند چه می‌گذرد  
• یکی از محدودیت‌های مهم آن است که حق ابراز و افشای اطلاعات وجود ندارد.

## ۲. بی‌اعتقادی مدیران سازمان‌ها به حقوق مردم در جهت اطلاع از عملکرد آن‌ها

رسانه‌ها بدون دسترسی به اطلاعات کافی، نمی‌توانند به نقد، تحلیل، پرسش و نظارت پردازند. در عین حال با وجود تصویب قانون انتشار و دسترسی به اطلاعات، روزنامه‌نگاران از دسترسی به اطلاعات دولتی و سازمان‌ها محروم هستند. این از آن رواست که مدیران و مسئولان سازمان‌های دولتی اعتقادی جدی به حق مردم برای آگاه شدن از روند تصمیم‌گیری‌ها و اقدام‌های خود ندارند؛ امری که در صورت وقوع، موجب برقراری، حفظ و توسعه اعتماد متقابل بین مردم و حاکمیت شده و کمیت و کیفیت سطح مشارکت عمومی و مدنی برای پیشبردها اهداف جامعه را در پی دارد و در نهایت حکومت را کارآمدتر و فساد را کنترل می‌کند.

نبود فرهنگ انتقادپذیری و توجه‌نشدن مدیران در این خصوص که مسئولیت‌پذیری توأم با پاسخگویی است، موجب گردیده تا مدیران سازمان‌ها، نقد را در راستای تخریب ارزیابی کنند و نه تنها از رسانه‌های منتقد استقبال نکنند، بلکه در قبال آن‌ها سیاست برخورد و تحقیر را دنبال نمایند. این مسئله به‌شکلی است که در بسیاری از سازمان‌های دولتی، آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌های داخلی مانع تماس رسانه‌ها با مسئولان می‌شود، به‌طور مثال در یک سازمان مصاحبه کارشناس بدون اجازه مقام بالاتر ممنوع است. نتیجه قهری این سیاست تنبیهی، عدم همکاری مدیران سازمان‌ها با مطبوعات در عرصه اطلاع‌رسانی است چرا که هیچ حمایتی از فرد اطلاع‌دهنده نمی‌شود و وی با تزلزل شغلی و تنبیه مواجه خواهد بود.

## گویه‌های مرتبط:

• فکر می‌کنند روابط عمومی یعنی پوشاندن همه‌ی امور، گاهی وقت‌ها سعی می‌کنند بعضی از کارهای خوبشان هم که انجام می‌دهند دیگران نفهمند و فکر می‌کنند که از همین هم یک چیزی پیدامی‌کنند.

• روابط عمومی کار کردی که در نهادهای ما دارد بیش تر از آن که بخواهد اطلاع‌رسانی کند و یا به صورت سازمانی آن اطلاعات را در اختیار بگذارد تبدیل به بازوی تبلیغاتی و مدافع سازمان می‌شود.

- مدیران ضعیف تلاش می کنند تا با پنهان کاری، از انتشار اطلاعات جلوگیری شود.
- دولت حق دسترسی آزادانه به اطلاعات را جزو حقوق شهروندی نمی داند و آن را در زمره مایملک خود قرار می دهد.
- مدیران سازمان ها به وجود آزادی اطلاعات و حق دسترسی رسانه و مردم به اطلاعات و حق آزادی بیان و داوری مردم در مورد عملکرد خود اعتقاد و التزامی ندارند.
- اصلاً نهادهای دولتی ما خود را مکلف به پاسخگویی نمی دانند.
- سازمان های ما پاسخگو به افکار عمومی نیستند.
- به روابط عمومی ها یاد داده اند که مدیر چه می خواهد، مدیر چه چیزی را می خواهد اطلاع بدهد و چه چیزی را اطلاع ندهد، با این رسانه کار کند یا بارسانه ای دیگر، اصلاً مردم متوجه این موضوع بشوند یا نشوند، مردم باید بدانند یا نه، مردم اصلاً حق دارند بدانند یا نه.
- در خیلی از جاها تفسیر این است که نباید اطلاعات به مردم داده شود. در سازمان های دولتی چنین احساسی وجود دارد که اطلاعات باید محرمانه تلقی شود و بیش تر از حد معینی نباید به مردم اطلاع داده شود.

### ۳. گره زدن منافع شخصی و سازمانی با منافع ملی

- مدیران دولت و سازمان های دولتی، منافع شخصی و سازمانی خود را با منافع ملی و خطوط قرمز نظام سیاسی گره زده و بدین وسیله مانع هر گونه اطلاع رسانی جامع، انتقاد و سؤال از تصمیم و عملکرد خود و یا پاسخگویی به آن می شوند.

#### گویه های مرتبط:

- در جامعه ی خودمان به دلیل این که نهاد ما ساختارمند نیست همه خیلی سریع و راحت با استفاده از احساسات و عواطف میتوانند خودشان را به منافع ملی گره بزنند.
- حتی رئیس شرکت قند و شکر یک منطقه اگر یک موقعی نقد به او وارد شود این را تضعیف مدیر کل می داند، تضعیف مدیر کل را تضعیف وزیر می داند و تضعیف وزیر را به تضعیف رئیس جمهور ربط می دهند و همین طور به هم متصل می کنند و در آخر سر می گویند که این سیاه کاری و کارشکنی است.

#### ۴. تعامل نادرست رسانه‌ها و سازمان‌های دولتی و عملکرد غیر حرفه‌ای روابط عمومی‌ها در

##### سازمان‌های دولتی

عدم آشنایی مدیران سازمان‌ها و مسئولان روابط عمومی با نقش و جایگاه رسانه (به عنوان آینه واقعیت‌های جامعه) و همچنین تلقی میچ‌گیرانه از نقش نظارتی رسانه‌ها به جای تلقی اصلاحی، تحلیلی، درمان‌گر و راهکارمحور (که به نوعی در هر دو قشر مدیران دولتی و اصحاب رسانه وجود دارد) باعث گردیده تا تعامل نادرستی میان رسانه‌ها و سازمان‌های دولتی شکل بگیرد. این مسئله اطلاع‌رسانی مصلحتی و کاملاً گزینشی روابط عمومی‌ها در سازمان‌های دولتی را در پی دارد که آن‌ها را به واحدهایی تشریفاتی بدل می‌کند که عهده‌دار پرده‌پوشی بر واقعیت‌های سازمان خود و تنها پاسخ‌گوی مدیران ارشد سازمان هستند نه پاسخ‌گوی افکار عمومی و رسانه‌ها.

از سوی دیگر تلقی روابط عمومی سازمان‌های دولتی از رسانه‌ها، ابزاری است؛ به این معنی که رسانه‌ها را به منزله‌ی ابزاری در جهت تبلیغ و معرفی نقاط قوت سازمان و پوشاندن نقاط ضعف آن می‌دانند، از این رو روابط عمومی‌ها همواره و به انحای مختلف (تهدید و تطمیع) در صدد خاموش کردن بیان انتقادی رسانه‌ها می‌باشند.

##### گویه‌های مرتبط:

• متأسفانه بسیاری از روابط عمومی‌های ما بلبه‌قربان‌گوهستند در حالی که باید مشاوران امین باشند، بازوی تبلیغاتی و ارتباطی مسئول باشند، آخرین اخبار و اطلاعات را برسانند، تهدیدها را برسانند و آخرین دیدگاه‌ها را منتقل کند به مشتریان و مردم.

• هر دو طرف ماجرا وقتی که تعامل نداشته باشند به سراغ انقطاع و انسداد گفته‌ها می‌روند و بعد این‌ها اثر منفی می‌گذارد در تولیدات خبر و منبع در روزنامه.

• مسئولان ما به رسانه و خبرنگار نگاه ابزاری دارند و در واقع آن‌ها را وسیله‌ای برای بازتاب اهداف خود می‌دانند.

• برخی از مدیران سازمان‌ها، تصور می‌کنند خبرنگاران تریبون تبلیغاتی آن‌ها هستند که دائماً باید فعالیت‌ها و نکات مثبت آن‌ها را منعکس کنند و این در حالی است که رسانه‌ها وظیفه نظارت و بررسی امور را بر عهده دارند تا وضعیت تعادل را در جامعه حاکم کنند.

• وقتی که روابط عمومی سازمان‌ها از افراد قوی تشکیل نمی‌شوند و کسانی رئیس می‌شوند که بر حسب میزان امانت‌داری و میزان اطمینانی که مدیر بالا دستی از آن‌ها دارد منسوب می‌شوند و

اصلاً به کار کرد روابط عمومی و مختصات روابط عمومی آشنا نیستند برای همین اصلاً تعامل خوبی با رسانه را پیدا نمی کند.

• نگاه به روابط عمومی ها تبلیغاتی است. همچنین پائین بودن سواد رسانه ای در روابط عمومی و سازمانی، اطلاع از رسانه و نقش رسانه (عدم شناخت رسانه ها)، کمیت و کیفیت عملکرد آن ها در این زمینه مؤثر است.

• تقابل بین مدیران و سازمان ها با رسانه ها از مواردی است که می توان به آن اشاره کرد.  
• روابط عمومی به انحای مختلف (تهدید و تطمیع) در صدد خاموش کردن رسانه ها باشد.  
• در روابط عمومی اداره های دولتی کادر ارتباطی و مدیریتی ورزیده، آموزش دیده و با انگیزه برای تعامل با اصحاب رسانه وجود ندارد.

• ارتباط بین رسانه ها و سازمان های دولتی ارتباط منسجم، منطقی و مبتنی بر تفاهم و دوستانه نیست. گرایش به «خریدن» رسانه ها، تن دادن به تبلیغات پرزرق و برق یکسویه، به جای پذیرش دوسویگی و نقدپذیری و تبدیل روابط عمومی ها به واحدهای تشریفاتی و متصدی پرده پوشی بر واقعیت ها، از جمله آسیب های موجود در نظام اداره های دولتی ما است.

• روابط عمومی و خبرنگاران چون هیچ کدام حرفه ای و متخصص نیستند با هم معامله می کنند.  
• روابط عمومی سازمان ها غیر حرفه ای هستند: مثلاً کسی که به درد جایی نمی خورد رفته است روابط عمومی.

• روابط عمومی که وسیله انتقال و تسهیل است، به یک سدی تبدیل می شود و به شما به هیچ وجه اجازه ارتباط نمی دهد.

• خیلی از روابط عمومی ها تلاش می کنند که نظر خبرنگاران را به سمت خودشان با استفاده از راه های غیر معمول چه از نظر مالی و اقتصادی و یا تهدید جلب کنند.  
• کسانی که در روابط عمومی ها هستند نمی توانند نگاه حرفه ای و برخورد حرفه ای با رسانه ها داشته باشند، چرا که اصولاً تخصص این کار را ندارند.

• سازمان های دولتی و حکومتی با استفاده از تطمیع، جلوی رسانه را می گیرند.  
• در سال های اخیر عارضه ای پیش آمده که به نظر می رسد شاید در هر دو طرف؛ هم در حوزه رسانه و هم در حوزه روابط عمومی ها وجود دارد و این نقص است که سعی می کنند از مسیرهای غیر شفاف و غیر اصولی مسیر را طی کنند، مثلاً یکی از ابزارهایی که استفاده می کنند هدیه دادن است.

• متأسفانه هدیه دادن سازمان‌ها به خبرنگاران یک مسئله عادی شده است، آن خبرنگار دیگر نمک گیر آن وزارتخانه یا سازمان می‌شود.

• مدیران تنها در مواضع و ایام خاص سراغ رسانه‌ها می‌گیرند و فقط زمانی مبادرت به برقراری ارتباط می‌کنند که خود بخواهند. از این رو بین آن‌ها (سازمان و رسانه) ارتباط هدفمند و دوسویه برقرار نمی‌شود.

• روابط عمومی‌ها پنهان کاری‌هایی دارند و نقش سخنگو در توجیه عملکرد سازمان دارند.

#### ۵. عدم اطلاع‌رسانی شفاف و سریع توسط سازمان‌ها

عدم اطلاع‌رسانی کامل، شفاف و سریع سازمان‌ها از تصمیمات و عملکردهای خود، باعث گردش نادرست اطلاعات و در نتیجه فراهم آمدن زمینه‌ای برای رانت‌خواری و بروز انواع فساد اداری می‌شود.

#### گویه‌های مرتبط:

• یک واقعیتی است که در سازمان‌های ما هست و آن هم اینکه دوست ندارند اطلاعات را حتی به صورت قطره چکانی در اختیار خواننده قرار دهند، یعنی همه چیز را در یک قالب امنیتی برای سیستم در نظر می‌گیرند.

• در درون سازمان‌های دولتی آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌های داخلی مانع اصلی در اطلاع‌رسانی به موقع و شفاف است.

• فرار از بیان واقعیت با توجهات متفاوت و نیز در برخی موارد گریز از پاسخ‌دهی در خصوص مسئولیت‌ها به عنوان موانع درون‌سازمانی لحاظ می‌شوند.

• از اخبار و اطلاعات سازمان محافظت می‌شود و این اخبار با احتیاط در اختیار رسانه‌ها قرار می‌گیرد که مانع عملکرد شفاف سازمانی است.

• روابط عمومی تحصیلات خاص خودش را می‌طلبد. متأسفانه افرادی که در روابط عمومی کار می‌کنند، نه تحصیلات و نه تجربه‌ی این کار را ندارند.

• برخی از دستگاه‌ها خیلی راغب نیستند آن شفافیت خدمات و کاری که دارند شاید به دلیل اینکه در کارشان نقصی وجود دارد گاهی اوقات موانع و پرده‌هایی را بین خودشان و رسانه‌ها ایجاد می‌کنند.

• اخبار سازمان‌ها را به طور شفاف اعلام نمی‌کنند.

• در اغلب سازمان های اداری کشور شفافیت و پاسخگویی وجود ندارد.  
 • یکی از موانع دیگر این است که مسئولین ما معمولاً همه چیز را محرمانه تلقی می کنند که از موانع بزرگ برای نظارت است.

#### ۶. آرایه اطلاعات ناقص و نادرست به رسانه ها

سازمان ها بر اساس مصلحت تشخیص می دهند که چه اطلاعاتی و به چه میزان انتشار یابد، از این رو بسیاری از اطلاعات منتشر شده نادرست، غیر واقعی و در نتیجه غیر قابل اعتماد است.

#### گویه های مرتبط:

- روابط عمومی ها مانع اطلاع رسانی شفاف هستند.
- روابط عمومی می اندیشد که تمامی تعهد او نسبت به سازمان دفاع از مدیریت و احتمالاً کارهای نادرستی است که در سازمان انجام شده است.
- روابط عمومی ها تلاش می کنند که فیلتر کنند و جلوی موارد منفی موجود را بگیرند و به نمود موارد مثبت سازمان پردازند و همین دلیلی است که نگذارند نقش نظارتی رسانه ها بر دستگاه ها به خوبی صورت بگیرد.
- خیلی از روابط عمومی های ما می توانند به عنوان یک مانع عمل کنند و سر راه ایفای نقش نظارتی رسانه ها قرار گیرند مانند: حذف اطلاعات، دادن اطلاعات نادرست.
- ملاحظات مدیریتی باعث می شود که مدیران و کارکنان و کارشناسان حقایق را عنوان نکنند.

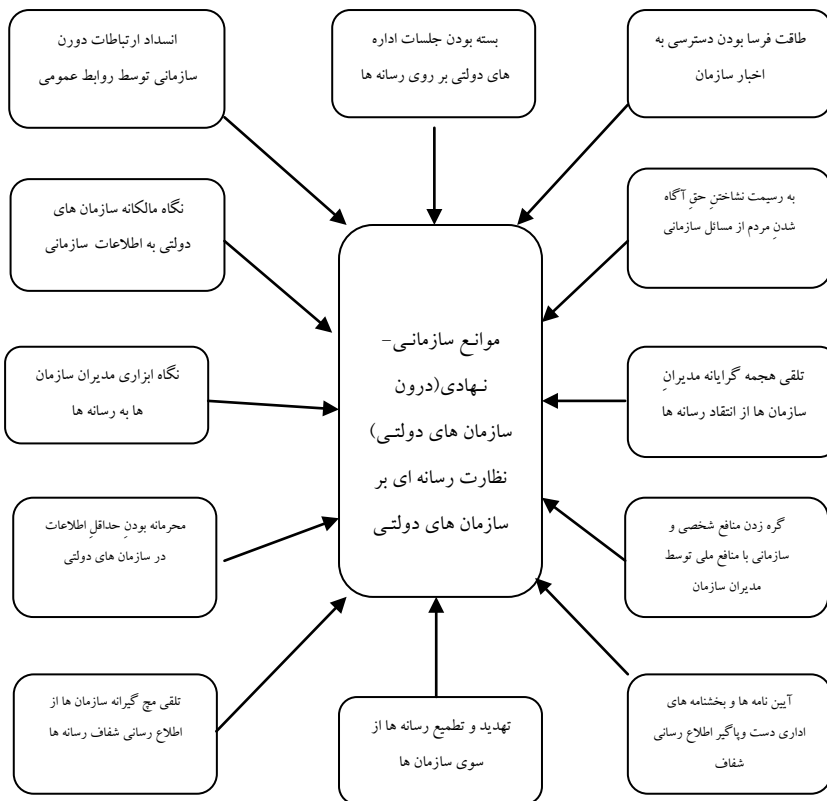
#### مدل مفهومی بر مبنای مبانی تئوریک و مصاحبه های عمقی:

پژوهش حاضر نخستین پژوهشی است که در ایران با هدف شناسایی موانع و چالش های فراروی رسانه های جمعی در نقش آفرینی نظارتی بر سازمان های دولتی انجام می گیرد. لذا یکی از مشکلات و مسائل اساسی این پژوهش فقدان یک چارچوب نظری منسجم برای استخراج مؤلفه ها و متغیرهایی بود که در وضع موجود در دوران سازمان های دولتی بر نظارت رسانه ها مؤثر هستند. بر همین اساس در پژوهش حاضر علاوه بر تدوین مبانی نظری، برای شناخت وضع موجود و شناسایی شاخص ها و متغیرها مصاحبه هایی با صاحب نظران و متخصصان و دست اندر کاران حوزه رسانه انجام شد. در واقع فرض بر این بود که برخی از مؤلفه ها و عوامل و یا موانع نظارت رسانه ای متأثر از شرایط و ساختارهای

سازمانی هستند و این شاخص ها و مؤلفه ها، تنها با استفاده از مصاحبه های نیمه ساختارمند با بخشی از جامعه آماری (نمونه ای هدفمند از متخصصان و کارشناسان حوزه رسانه، مدیران سازمان های دولتی و کارشناسان سازمان بازرسی) قابل کشف و ضبط کردن بودند.

پس از انجام مصاحبه ها و پیاده سازی و کد گذاری و تحلیل آن ها و همچنین با بررسی مبانی نظری و تجربی، ۳۰ مؤلفه (مانع) در درون سازمان ها کشف شد که مانع اساسی بر سر راه نظارت رسانه ای هستند. اما متغیرها و مؤلفه ها پس از ارزیابی، تلفیق، تدقیق و پالایش و ویرایش به ۱۲ شاخص تقلیل یافت. این شاخص ها در قالب گویه هایی تدوین شدند و پس از بررسی و تأیید اعتبار صوری به صورت پرسشنامه همراه با مقیاس لیکرت با پیوستار ۵ درجه ای برای هر گویه، در اختیار پاسخگویان قرار گرفت و از آنان خواسته شد تا نظر خود را از کاملاً موافقم (۵) تا کاملاً مخالفم (۱) ابراز دارند.

منظور از موانع درون سازمانی، موانعی هستند که از نظر ساختار سازمانی، آیین نامه و مقررات داخلی، بینش مدیریتی، نحوه تعامل با محیط پیرامونی، نگاه به اطلاعات و اطلاع رسانی در سازمان های دولتی ناشی می شوند. شاخص های موانع درون سازمانی نظارت رسانه ای در مدل زیر نشان داده شده اند:



بر مبنای این مدل، اگر رسانه ها را به عنوان ناظر در نظر بگیریم سازمان های دولتی در جایگاه نظارت شونده قرار می گیرند. بر این اساس نظارت شونده دو راه را در پیش خواهد گرفت؛ الف- خود گشودگی و شفاف سازی و اطلاع رسانی صریح و سریع و ارتباطات و تعامل دوسویه مناسب و مطلوب با رسانه ها ب- خود انقباضی، پنهان سازی، ابهام و نقص در اطلاع رسانی و انسداد در ارتباطات و اطلاع رسانی، تطمیع و تهدید رسانه ها.

### روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع اکتشافی-کاربردی است و برای نیل به اهداف پژوهش علاوه بر روش اسنادی (برای تدوین مبانی و چارچوب نظری و بررسی پژوهش های تجربی)، از روش پژوهش کیفی (مصاحبه عمیق) و کمی (پیمایش) به صورت تلفیقی استفاده شد. در پژوهش حاضر از تکنیک های پرسشنامه بسته پاسخ و مصاحبه نیمه ساختار یافته برای جمع آوری اطلاعات میدانی و بررسی و سنجش نگرش دیدگاه جامعه آماری استفاده شد.

جامعه آماری پژوهش سه گروه روزنامه نگاران (سردبیران و مدیران عامل رسانه ها)، مدیران و کارشناسان روابط عمومی (وزارتخانه ها و سازمان های مهم دولتی) و مدیران ارشد سازمان بازرسی کل کشور بودند. شیوه نمونه گیری از افراد مورد مطالعه هم برای روش کمی (پیمایش) و هم کیفی (مصاحبه) به صورت «نمونه گیری هدفمند» بود. برای بخش مصاحبه عمیق (باهدف غنی کردن پشتوانه مباحث نظری و شناسایی متغیرهای اصلی) به شیوه نمونه گیری هدفمند، نمونه ای ۶۰ نفره (از هر دسته ۲۰ نفر) از صاحب نظران و کارشناسان هر سه دسته انتخاب و با آن ها مصاحبه ای عمیق در مورد موانع نظارت رسانه ای بر سازمان های دولتی صورت گرفت.

برای بخش پیمایش و مطالعه میدانی وسیع تر، به منظور جلوگیری از اشتباه در اندازه گیری بلکه بر مبنای ارزیابی داوران و صاحب نظران (شورای ارزیابی و داوری علمی بررسی طرح های پژوهشی سازمان بازرسی کل کشور متشکل از استادان علوم اجتماعی کشور) برای هر گروه مورد بررسی به طور یکسان ۱۳۳ نفر و در مجموع ۳۹۹ نفر صاحب نظر و کارشناس در حوزه رسانه ها، روابط عمومی و نظارت و بازرسی سازمان بازرسی کل کشور مورد پرسش واقع شدند.

**یافته ها:**

در این بخش از مقاله مهم ترین یافته های حاصل از مصاحبه ها و پیمایش ارایه می شود.

**۱- طاققت فرسا بودن دسترسی به اخبار سازمان**

جدول شماره (۱) توزیع فراوانی میزان موافقت پاسخگویان با گویه «فرآیند دسترسی به اطلاعات و اخبار مربوط به تصمیم و عملکرد سازمان ها، طاققت فرسا، پرهزینه و کند است».

جدول شماره (۱)

درصدخالص	فراوانی	میزان موافقت با گویه
۱/۵	۶	کاملاً مخالفم
۱۳	۵۲	مخالفم
۶/۸	۲۷	بی نظرم
۵۵/۶	۲۲۲	موافقم
۲۳/۱	۹۲	کاملاً موافقم
۱۰۰	۳۹۹	جمع

همان طور که داده های جدول ۱ نشان می دهد، بیش تر پاسخگویان یعنی ۷۷۷ درصد آنان بر این باورند که فرآیند دسترسی به اطلاعات و اخبار مربوط به تصمیم و عملکرد سازمان ها، طاققت فرسا، پرهزینه و کند است. تنها ۱۴/۵ درصد باین موضوع مخالفت کرده اند.

این گویه به یکی از مهم ترین موانع درون سازمان های دولتی برای جلوگیری از نظارت رسانه ها بر عملکردشان اشاره دارد. به واقع یکی از معیارهای کلیدی ارزیابی قوانین مربوط به آزادی اطلاعات و نظارت بر تصمیم ها و عملکرد دولت و نهادهای دولتی، دسترسی آسان، کم هزینه و سریع افراد به اطلاعاتی است که در جست و جوی آن هستند. این توافق بالا بر روی این گویه بیانگر این است که پاسخگویان آن را مانعی اساسی می دانند.

**۲- بسته بودن جلسات اداره های دولتی بر روی رسانه ها**

جدول شماره (۲) توزیع فراوانی میزان موافقت پاسخگویان با گویه «بسته بودن جلسات ادارات بر روی رسانه ها و تولید اطلاعات توسط روابط عمومی ها، موجب محدودسازی و کنترل اخبار و اطلاعات و ارایه اطلاعات مصلحتی به رسانه ها شده است».

جدول شماره (۲)

درصد خالص	فراوانی	میزان موافقت با گویه
۱	۴	کاملاً مخالفم
۱۱/۵	۴۶	مخالفم
۸/۳	۳۳	بی نظرم
۵۶/۱	۲۲۴	موافقم
۲۳/۱	۹۲	کاملاً موافقم
۱۰۰	۳۹۹	جمع

بر اساس جدول شماره ۲ می توان گفت که ۷۹/۲ درصد پاسخگویان بر این اعتقاد هستند که بسته بودن جلسات اداره ها بر روی رسانه ها و تولید اطلاعات توسط روابط عمومی ها، موجب محدود سازی و کنترل اخبار و اطلاعات و ارایه اطلاعات مصلحتی به رسانه ها شده است. تنها ۱۲/۵ درصد با این گویه مخالف بوده اند.

### ۳- انسداد ارتباطات دورن سازمانی توسط روابط عمومی

جدول (۳) توزیع فراوانی میزان موافقت پاسخگویان با گویه «روابط عمومی سازمان های دولتی یک عامل و مسدود کننده فرآیند ارتباطات و اطلاع رسانی درون و برون سازمانی تبدیل شده و متصدی پرده پوشی بر واقعیات های سازمانی و مدافع یک جانبه آن است».

جدول شماره (۳)

درصد خالص	فراوانی	میزان موافقت با گویه
۵	۲۰	کاملاً مخالفم
۲۰/۳	۸۱	مخالفم
۱۹/۸	۷۹	بی نظرم
۳۸/۳	۱۵۳	موافقم
۱۶/۵	۶۶	کاملاً موافقم
۱۰۰	۳۹۹	جمع

داده های جدول شماره ۳ بیانگر این است که ۵۴/۸ درصد پاسخگویان بر این باورند که روابط عمومی سازمان های دولتی یک عامل فلج کننده و باعث مسدود شدن فرآیند ارتباطات و اطلاع رسانی درون و برون سازمانی تبدیل شده و متصدی پرده پوشی بر واقعیات های سازمانی و مدافع یک جانبه

آن است. در همان حال ۲۵/۳ درصد با مضمون این گویه مخالف بوده اند و حدود ۲۰ درصد نیز بی نظر بوده اند. به عبارتی آن‌ها معتقدند، روابط عمومی به عنوان مهم ترین پل ارتباطی سازمان با محیط پیرامون، باید تسهیل گر فرآیند ارتباطات درون و برون سازمانی به ویژه ارتباط با رسانه ها باشد. روابط عمومی باید اطلاع رسانی شفاف و دفاع منطقی را در راستای ارتقای تصویر و جایگاه و سرمایه اجتماعی سازمان در میان مخاطبان سرلوحه کار خود قرار دهد و از پنهان کاری، پرده پوشی بر نقاط ضعف سازمان و تأکید صرف بر منافع سازمانی پرهیز کند.

#### ۴- به رسمیت نشاخصن حق آگاه شدن مردم از مسایل سازمانی

جدول (۴) توزیع فراوانی میزان موافقت پاسخگویان با گویه «مدیران و مسئولان سازمان های دولتی برای مردم حق آگاه شدن از تصمیم ها، اقدامات و عملکردها و حق اظهار نظر و انتقاد و اعتراض به آن‌ها را قایل نیستند».

جدول شماره (۴)

درصد خالص	فراوانی	میزان موافقت با گویه
۳/۳	۱۳	کاملاً مخالفم
۱۷/۳	۶۹	مخالفم
۱۷	۶۸	بی نظرم
۴۴/۱	۱۷۶	موافقم
۳/۱۸	۷۳	کاملاً موافقم
۱۰۰	۳۹۹	جمع

بر اساس داده های جدول شماره ۴، می توان گفت که ۶۲/۴ درصد پاسخگویان بر آنند که مدیران و مسئولان سازمان های دولتی برای مردم حق آگاه شدن از تصمیم ها، اقدام و عملکردها و حق اظهار نظر و انتقاد و اعتراض به آن‌ها را قایل نیستند. این در حالی است که ۲۰/۶ درصد نیز با مضمون گویه موافق نبوده اند و ۱۷ درصد نیز گزینه «بی نظرم» را علامت زده اند.

#### ۵- نگاه مالکانه سازمان های دولتی به اطلاعات سازمانی

جدول (۵) توزیع فراوانی میزان موافقت پاسخگویان با گویه « چون دولت و سازمان های دولتی خود را مالک (نه امانت دار) سازمان، اطلاعات و اسناد آن می دانند، خود را بی نیاز از پاسخگویی به شهروندان در برابر تصمیمات و عملکردهای خود می دانند»

جدول شماره (۵)

درصد خالص	فراوانی	میزان موافقت با گویه
۲/۸	۱۱	کاملاً مخالفم
۱۸/۸	۷۵	مخالفم
۱۵	۶۰	بی نظرم
۴۳/۹	۱۷۵	موافقم
۱۹/۵	۷۸	کاملاً موافقم
۱۰۰	۳۹۹	جمع

بر اساس جدول شماره ۵ می توان گفت که ۶۳/۴ درصد پاسخگویان معتقدند چون دولت و سازمان های دولتی خود را مالک (نه امانت دار) سازمان، اطلاعات و اسناد آن می دانند، خود را بی نیاز از پاسخگویی به شهروندان در برابر تصمیم ها و عملکرد خود می دانند.

#### ۶- تلقی هجمه گرایانه مدیران سازمان ها از انتقاد رسانه ها

جدول شماره (۶) توزیع فراوانی میزان موافقت پاسخگویان با گویه « مدیران سازمان ها «انتقاد» را «هجمه» می دانند و توجه نیستند که در صورت پذیرش یک سمت، تصمیم ها و عملکردشان در معرض ارزیابی انتقادی رسانه ها و افکار عمومی قرار می گیرد».

جدول شماره (۶)

درصد خالص	فراوانی	میزان موافقت با گویه
۲	۸	کاملاً مخالفم
۹/۵	۳۸	مخالفم
۱۰/۳	۴۱	بی نظرم
۵۰/۹	۲۰۳	موافقم
۲۷/۳	۱۰۹	کاملاً موافقم
۱۰۰	۳۹۹	جمع

بر اساس جدول شماره ۶ می توان گفت که ۷۸ درصد پاسخگویان اعتقاد دارند که مدیران سازمان ها «انتقاد» را «هجمه» می دانند و توجه نیستند که در صورت پذیرش یک سمت، تصمیم ها و عملکردشان در معرض ارزیابی انتقادی رسانه ها و افکار عمومی قرار می گیرد. ۱۱/۵ درصد نیز باین گویه مخالف بوده اند.

نقد به معنی و مفهوم قضاوت و داوری، خرده گیری، ارایه معایب و محاسن است که هدف اصلی آن تغییر وضعیت نامطلوب به وضعیت مطلوب است. اما هجوم یعنی حمله و تهدید که هدف اصلی آن تخریب و شکست دادن و از میدان به در کردن رقیب و یا دشمن است. به نظر می رسد در ایران، معنای هجمه با معنای نقد یکسان گرفته شده و یا برداشت یکسانی از آن صورت می گیرد. این در حالی است که بیان های انتقادی رسانه ها به دلیل اینکه واجد منافع عمومی نفع عمومی هستند و پیامد اصلاحی دارند، از ضرورت های کار رسانه است. زیرا روزنامه نگار حرفه ای بدون غرض شخصی با هدف دفاع از منافع عمومی به انتقاد و تحلیل و تفسیر انتقادی می پردازد.

#### ۷- گاه ابزاری مدیران سازمان ها به رسانه ها

جدول شماره (۷) توزیع فراوانی میزان موافقت پاسخگویان با گویه «مدیران سازمان های دولتی رسانه ها را بلندگو و ابزار تبلیغ و اطلاع رسانی تصمیم ها و عملکردهای خوشایند سازمان و پوشاندن نقاط ضعف و تصمیم ها و عملکردهای ناخوشایند می دانند».

جدول شماره (۷)

درصد خالص	فراوانی	میزان موافقت با گویه
۲/۸	۱۱	کاملاً مخالفم
۱۱	۴۴	مخالفم
۱۳	۵۲	بی نظرم
۴۷/۱	۱۸۸	موافقم
۲۶/۱	۱۰۴	کاملاً موافقم
۱۰۰	۳۹۹	جمع

نتایج داده های جدول شماره ۷ نشان می دهد که ۷۳/۲ درصد پاسخگویان معتقدند که مدیران سازمان های دولتی رسانه ها را بلندگو و ابزار تبلیغ و اطلاع رسانی تصمیم ها و عملکردهای خوشایند سازمان و پوشاندن نقاط ضعف، تصمیم ها و عملکردهای ناخوشایند می دانند. ۱۳/۸ درصد نیز با مضمون گویه موافق نبوده اند.

### ۸- گره زدن منافع شخصی و سازمانی با منافع ملی توسط مدیران سازمان

جدول شماره (۸) توزیع فراوانی میزان موافقت پاسخگویان با گویه «مدیران سازمان های دولتی منافع شخصی و سازمانی را با منافع ملی و خطوط قرمز نظام سیاسی گره زده و بدین وسیله مانع هر گونه انتقاد و سؤال از تصمیم و عملکرد خود می شوند».

جدول شماره (۸)

درصد خالص	فراوانی	میزان موافقت با گویه
۲	۸	کاملاً مخالفم
۸/۸	۳۵	مخالفم
۱۴/۸	۵۹	بی نظرم
۵۰/۱	۲۰۰	موافقم
۲۴/۳	۹۷	کاملاً موافقم
۱۰۰	۳۹۹	جمع

بر اساس نتایج جدول شماره ۸ می توان اظهار داشت که ۷۴/۴ درصد پاسخگویان بر این باورند که مدیران سازمان های دولتی منافع شخصی و سازمانی را با منافع ملی و خطوط قرمز نظام سیاسی گره زده و بدین وسیله مانع هر گونه انتقاد و سؤال از تصمیم و عملکرد خود می شوند و تنها حدود ۱۱ درصد مخالفت کرده اند.

### ۹- آیین نامه ها و بخشنامه های اداری دست و پاگیر

جدول شماره (۹) توزیع فراوانی میزان موافقت پاسخگویان با گویه «آیین نامه ها و بخشنامه های داخلی سازمان های دولتی، موانعی اساسی در تماس رسانه ها با مدیران و کارشناسان داخل سازمان هستند».

جدول شماره (۹)

درصد خالص	فراوانی	میزان موافقت با گویه
۲	۸	کاملاً مخالفم
۱۹/۳	۷۷	مخالفم
۲۶/۸	۱۰۷	بی نظرم
۳۹/۶	۱۵۸	موافقم
۱۲/۳	۴۹	کاملاً موافقم
۱۰۰	۳۹۹	جمع

بر اساس جدول شماره ۹، حدود ۵۳ درصد پاسخگویان بر این باورند که آیین نامه ها و بخشنامه های داخلی سازمان های دولتی، مانعی اساسی در تماس رسانه ها با مدیران و کارشناسان داخل سازمان هستند. این در حالی است که ۲۱ درصد مخالفت کرده و حدود ۲۷ درصد نیز بی نظر بوده اند.

#### ۱۰- تهدید و تطمیع رسانه ها از سوی سازمان ها

جدول شماره (۱۰) توزیع فراوانی میزان موافقت پاسخگویان با گویه «در صورت برجسته کردن نقاط ضعف سازمان های دولتی، روابط عمومی ها با تهدید و تطمیع درصد خاموش کردن رسانه ها برمی آیند».

جدول شماره (۱۰)

درصد خالص	فراوانی	میزان موافقت با گویه
۲/۸	۱۱	کاملاً مخالفم
۱۴/۸	۵۹	مخالفم
۲۴/۸	۹۹	بی نظرم
۴۳/۶	۱۷۴	موافقم
۱۴	۵۶	کاملاً موافقم
۱۰۰	۳۹۹	جمع

نتایج به دست آمده از جدول شماره ۱۰ نشان می دهد، ۵۷/۶ درصد پاسخگویان اعتقاد دارند که در صورت برجسته کردن نقاط ضعف سازمان های دولتی، روابط عمومی ها با تهدید و تطمیع درصد خاموش کردن رسانه ها برمی آیند. در عین حال ۱۷ درصد مخالفت کرده و حدود ۲۵ درصد نیز بی نظر بوده اند.

#### ۱۱- تلقی میج گیرانه ی سازمان ها از اطلاع رسانی شفاف رسانه ها

جدول شماره (۱۱) توزیع فراوانی میزان موافقت پاسخگویان با گویه «مدیران سازمان های دولتی تلقی میج گیرانه ای از کارکرد «اطلاع رسانی شفاف» و «پاسخگویی» به رسانه ها دارند و از این میج گیری رسانه ها هراسانند».

جدول شماره (۱۱)

میزان موافقت با گویه	فراوانی	درصد خالص
کاملاً مخالفم	۱۰	۲/۵
مخالفم	۳۳	۸/۳
بی نظرم	۶۳	۱۵/۸
موافقم	۲۰۶	۵۱/۶
کاملاً موافقم	۸۷	۲۱/۸
جمع	۳۹۹	۱۰۰

داده های جدول شماره ۱۱ نشان می دهد که ۷۳/۴ درصد پاسخگویان بر آنند که مدیران سازمان های دولتی تلقی مچ گیرانه ای از کارکرد «اطلاع رسانی شفاف» و «پاسخگویی» به رسانه ها دارند و از این مچ گیری رسانه ها هراسان هستند. حدود ۱۱ درصد با آن مخالفند و حدود ۱۶ درصد نیز بی نظر بوده اند. اطلاع رسانی شفاف و پاسخگویی دو کارکرد اصلی رسانه ها برای مبارزه با خطا کاری و قانون گریزی نهادها و سازمان های اجتماعی و نظارت بر حسن اجرای امور و قوانین است. شفافیت به معنی انتشار علنی اطلاعات دولتی برای شهروندان است. یک نظام اداری و قانون گذاری شفاف، نظامی است که امکان بصیرت را برای شهروندان خود فراهم می آورد. تقریباً سستی ترین دلیل برای شفاف سازی حکومت ها این است که شفافیت حکومت، کنترل کنش و واکنش های مؤسسات عمومی را تسهیل می کند.

## ۱۲- محرمانه بودن حداقل اطلاعات در سازمان های دولتی

جدول شماره (۱۲) توزیع فراوانی میزان موافقت پاسخگویان با گویه « حداقل اطلاعات در سازمان های دولتی به صورت محرمانه بوده و افشا و ابراز آن از سوی مدیران و کارشناسان و کارکنان به بیرون سازمان و رسانه ها ممنوع است».

جدول شماره (۱۲)

میزان موافقت با گویه	فراوانی	درصد خالص
کاملاً مخالفم	۱۰	۲/۵
مخالفم	۳۳	۸/۳
بی نظرم	۶۳	۱۵/۸
موافقم	۲۰۶	۵۱/۶
کاملاً موافقم	۸۷	۲۱/۸
جمع	۳۹۹	۱۰۰

نتایج حاصل از جدول شماره ۱۲ بیانگر این موضوع است که ۵۹/۵ درصد پاسخگویان بر آنند که حداقل اطلاعات در سازمان های دولتی به صورت محرمانه بوده و افشا و ابراز آن از سوی مدیران و کارشناسان و کارکنان به بیرون سازمان و رسانه ها ممنوع است. در همان حال ۲۱/۳ درصد با این گویه مخالف هستند و ۱۹ درصد نیز گزینه «بی نظرم» را انتخاب کرده اند. یکی از مسائل درون سازمانی نظارت رسانه ای بر سازمان های دولتی این است که تمام اسناد دولتی طبقه بندی شده اند و همه آنها در حد اسناد محرمانه قلمداد می شوند. این امر ناشی از نبود تعریف جامعی از اطلاعات و اخبار محرمانه است مسئله دیگر این است که اصل تفکیک در اسناد ما وجود ندارد، یعنی بخش قابل انتشار آن نیز مشخص نیست و بر همین اساس حداقل اطلاعات درون سازمانی محرمانه بوده و ارایه و اطلاع رسانی به بیرون سازمان و به ویژه رسانه ها پیامدهای شغلی و قضایی و... به دنبال دارد.

### نتیجه گیری و پیشنهادها:

هدف اساسی پژوهش حاضر، بررسی موانع موجود در درون سازمان های دولتی بر سر راه نظارت رسانه ها است. منظور از موانع درون سازمانی، موانعی هستند که از ساختار سازمانی، آیین نامه و مقررات داخلی، بینش مدیریتی، نحوه تعامل با محیط پیرامونی، نگاه به اطلاعات و اطلاع رسانی در سازمان های دولتی ناشی می شوند.

نتایج نشان می دهد که ۶۲/۴ درصد پاسخگویان بر آنند که مدیران و مسئولان سازمان های دولتی برای مردم حق آگاه شدن از تصمیم ها، اقدامات و عملکردها و حق اظهار نظر و انتقاد و اعتراض به آنها را قابل نیستند.

منظور از حق دسترسی به اطلاعات، آن است که هر یک از اعضای جامعه در هر زمان بتواند تقاضای دسترسی به اطلاعاتی را داشته باشد که در یکی از مؤسسات دولتی، عمومی و گاه خصوصی نگهداری می شود. حق دسترسی مردم به اطلاعات موجود در دستگاه های حکومتی مقدمه پاسخگویی حکومت به شمار می رود. اگر فعالیت های دولت و فرایند تصمیم گیری ها از نظارت عمومی پنهان داشته شوند قضاوت آگاهانه و ارزیابی های مردم، مطبوعات و مجلس دشوار و حتی بی ثمر خواهد بود. نتایج بیانگر این است که از نظر ۶۳/۴ درصد پاسخگویان دولت و سازمان های دولتی خود را مالک (نه امانت دار) سازمان، اطلاعات و اسناد آن می دانند و خود را بی نیاز از پاسخگویی به شهروندان در برابر تصمیم ها و عملکردهای خود می دانند.

در یک جامعه مردم سالار، کل حکومت و اطلاعات آن به مردم تعلق دارد و حاکمان و مدیران جامعه، به طور مستقیم یا غیر مستقیم، نماینده و وکیل مردم اند. بر این اساس، هر مالکی می تواند به دارایی خود دسترسی داشته باشد و از کم و کیف اداره آن مطلع شود. اطلاعات موجود در دستگاه های حکومتی به حکومت تعلق ندارد، بلکه از آن مردم است و حکومت به نمایندگی از مردم از آن اطلاعات نگهداری می کند. نتایج نشان دهنده این است که از نظر ۷۹/۲ درصد پاسخگویان، بسته بودن جلسات اداره ها بر روی رسانه ها و تولید اطلاعات توسط روابط عمومی ها، موجب محدودسازی و کنترل اخبار و اطلاعات و ارایه اطلاعات مصلحتی به رسانه ها شده است.

نتایج نشان می دهد که ۵۴/۸ درصد پاسخگویان معتقدند، روابط عمومی سازمان های دولتی به یک عامل فلج کننده و مسدود کننده فرایند ارتباطات و اطلاع رسانی درون و برون سازمانی تبدیل شده و تصدی پرده پوشی بر واقعیت های سازمانی و مدافع یک جنبه آن است. به عبارتی آن ها معتقدند، روابط عمومی به عنوان مهم ترین پل ارتباطی سازمان با محیط پیرامون باید تسهیل گر فرایند ارتباطات درون و برون سازمانی و اطلاع رسانی شفاف و بی طرفانه را سرلوحه کار خود قرار دهد و از پنهان کاری، پرده پوشی بر نقاط ضعف سازمان و تأکید صرف بر منافع سازمانی پرهیز کند.

از نگاه اکثریت پاسخگویان (۷۸/۷ درصد) دسترسی به اطلاعات و اخبار مربوط به تصمیم و عملکرد سازمان ها، طاقت فرسا، پرهزینه و کند است. به واقع یکی از معیارهای کلیدی ارزیابی و نظارت بر تصمیم ها و عملکرد دولت و نهادهای دولتی، دسترسی آسان، کم هزینه و سریع افراد به اطلاعاتی است که در جست و جوی آن هستند. نتایج پژوهش حاضر نشان می دهد که از نگاه ۷۸ درصد پاسخگویان، مدیران سازمان ها «انتقاد» را «هجمه» می دانند و توجیه نیستند که در صورت پذیرش یک سمت، تصمیم ها و عملکردشان در معرض ارزیابی انتقادی رسانه ها و افکار عمومی قرار می گیرد.

به نظر می رسد در ایران، معنای هجمه با معنای نقد یکسان گرفته شده و یا برداشت یکسانی از آن صورت می گیرد. این در حالی است که بیان های انتقادی رسانه ها به دلیل اینکه واجد منافع عمومی نفع عمومی هستند و پیامد اصلاحی دارند، از ضرورت های کار رسانه است. از سوی دیگر «میزان نقد پذیری» به عنوان شاخص تعیین کننده ای در انتخاب و یا انتصاب مدیران سازمان های دولتی مطرح نیست.

همچنین از نظر ۷۳/۴ درصد پاسخگویان، مدیران سازمان های دولتی تلقی می چک گیرانه ای از کارکرد «اطلاع رسانی شفاف» و «پاسخگویی» به رسانه ها دارند و از این می چک گیری رسانه ها هراسان هستند.

بر اساس نتایج پژوهش از دیدگاه ۷۳/۲ درصد پاسخگویان، مدیران سازمان های دولتی رسانه ها را بلندگو و ابزار تبلیغ و اطلاع رسانی تصمیم ها و عملکردهای خوشایند سازمان و پوشاندن نقاط ضعف و تصمیم ها و عملکردهای ناخوشایند می دانند. نتایج نشان می دهد که از نظر ۷۴/۴ درصد پاسخگویان مدیران سازمان های دولتی منافع شخصی و سازمانی را با منافع ملی و خطوط قرمز نظام سیاسی گره زده و بدین وسیله مانع هر گونه انتقاد و سؤال رسانه ها از تصمیم و عملکرد خود می شوند.

از نظر ۵۳ درصد پاسخگویان، آیین نامه ها و بخشنامه های داخلی سازمان های دولتی، مانعی اساسی در تماس رسانه ها با مدیران و کارشناسان داخلی سازمان ها هستند. این بخشنامه ها مانع تماس رسانه ها با مسئولان سازمان ها است، به طور مثال در یک سازمان مصاحبه کارشناس بدون اجازه مقام بالاتر ممنوع است. به نظر می رسد که این مسئله ناشی از محرمانه بودن حداقل اطلاعات در سازمانی دولتی است. به طوری که ۵۹/۵ درصد پاسخگویان معتقدند، حداقل اطلاعات در سازمان های دولتی به صورت محرمانه بوده و افشا و ابراز آن از سوی مدیران و کارشناسان و کارکنان به بیرون سازمان و رسانه ها ممنوع است و هر گونه رایحه و اطلاع رسانی به بیرون سازمان و به ویژه رسانه ها پیامدهای شغلی و قضایی برای فرد به دنبال دارد. نتایج پژوهش حاکی است ۵۷/۶ درصد پاسخگویان معتقدند، در صورت برجسته کردن نقاط ضعف سازمان های دولتی، روابط عمومی ها با تهدید و تطمیع در صدد خاموش کردن رسانه ها برمی آیند.

### راهکارها؛ چه باید کرد؟

همان طور که دیدیم، در ماده ۱۱ قانون سازمان بازرسی و نیز ماده ۶۷ آیین نامه اجرایی آن علاوه بر اشاره به نقش اطلاع رسانی و آگاهی بخشی رسانه ها در ارتقاء سلامت نظام اداری و مقابله با فساد، بر حمایت های سازمان بازرسی کل کشور از رسانه هایی که با اطلاع رسانی مناسب موجب تقویت نظارت و اثربخشی اقدامات شوند، تأکید شده است. سازمان بازرسی کل کشور به منظور حمایت از نظارت رسانه ای بر سازمان های دولتی باید سازمان های مذکور و مدیران آن ها را ملزم سازد که:

- برای مردم حق دسترسی و آگاه شدن از تصمیم ها، اقدامات و عملکردها و حق اظهار نظر و انتقاد و اعتراض به آن ها را از طریق رسانه ها قایل شوند و از نگاه مالکانه به اطلاعات پرهیز کرده و اطلاعات و اسناد را سرمایه اصلی مردم تلقی کرده که باید به خود مردم بازگردانده شود. زیرا پذیرفتن این حق دسترسی مردم مقدمه پاسخگویی دستگاه های اداری خواهد بود و بهترین راه پیشگیری از اشتباه ها و

خطاها و کاستن از دامنه آن ها، اطلاع رسانی عمومی و قرار گرفتن در معرض دید عموم از طریق رسانه ها است (مانع درون سازمانی).

- روابط عمومی به عنوان مهم ترین پل ارتباطی سازمان با محیط پیرامون باید تسهیل گر فرایندها و ارتباطات درون و برون سازمانی و اطلاع رسانی شفاف و بی طرفانه را سرلوحه کار خود قرار دهد و از پنهان کاری، پرده پوشی بر نقاط ضعف سازمان و تأکید صرف بر منافع سازمانی پرهیز کند. زیرا در شرایط کنونی بر اثر نقش روابط عمومی ها، دسترسی به اطلاعات و اخبار مربوط به تصمیم و عملکرد سازمان ها، طاقت فرسا، پرهزینه و کند است. به واقع یکی از معیارهای کلیدی ارزیابی و نظارت بر تصمیم ها و عملکرد دولت و نهادهای دولتی، دسترسی آسان، کم هزینه و سریع افراد به اطلاعاتی است که در جست و جوی آن هستند.

- از انتقادهای رسانه ای هراس نداشته باشند زیرا بیان های انتقادی از ضرورت های کار رسانه ها بوده و به دلیل واجد نفع عمومی، پیامد اصلاحی دارند.

- سازمان بازرسی باید زمینه ایجاد حسن ظن سازمان های دولتی را نسبت به نقش و عملکرد اطلاع دهی، انتقادی و نظارتی رسانه ها در راستای ایجاد شفافیت و جلوگیری از خطا و فساد در سازمان های دولتی جلب کند. حسن ظن نسبت به امور رسانه ای یک اصل پذیرفته شده در عرصه جهانی است. بدین معنا که فرض بر این است که هر روزنامه نگار با حسن ظن و در راستای ایجاد شفافیت، حراست از منافع عموم مردم و جلوگیری از فساد، مطلب و محتوایی را تولید می کند (مانع درون سازمانی).

- مدیران نباید رسانه ها را بلندگو و ابزار تبلیغ سازمان خود بدانند بلکه باید توجه شوند که رسانه ها میانجی بین افکار عمومی و سازمان هستند (مانع درون سازمانی).

## منابع :

افتخاری، اصغر (۱۳۸۱). «ثبات سیاسی رسانه ای» در کتاب مجموعه مقالات همایش رسانه ها و ثبات سیاسی - اجتماعی جمهوری اسلامی ایران، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.

انصاری، باقر (۱۳۸۷). حقوق ارتباط جمعی، تهران: انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت).

پور معصوم، فاطمه (۱۳۸۹). «حکمرانی رسانه، پدیده ای نو در معادلات اجتماعی»، منتشر نشده.

تمیمی، فاطمه (۱۳۸۴). «نظارت سیاسی و اداری بر اعمال دولت در نظام جمهوری اسلامی ایران»،

پایان نامه کارشناسی ارشد حقوق، دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی.

رحمانی، سعید (۱۳۸۵). «ساز و کار نظارت مردم بر دولت در نظام جمهوری اسلامی ایران»، پایان نامه کارشناسی ارشد حقوق، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه شیراز.

رستگار، ایرج (۱۳۸۵). سرمقاله و سرمقاله نویسی، تهران: نشر قو.

صادقپور، ابوالفضل (۱۳۷۸). «نظارت یا کنترل کردن»، در کتاب نظارت و کنترل (مجموعه یازدهم)؛ نوشته جمعی از اساتید مدیریت، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.

صانعی، مهدی (۱۳۸۵). «حکمرانی خوب مفهومی نو در مدیریت دولتی»، ماهنامه تدبیر، سال هفدهم، شماره ۱۷۸.

عاصی پور، محمدجواد (۱۳۶۸). نظارت از دیدگاه نظری و ارزیابی عملکرد دستگاه های نظارتی، تهران: سازمان بازرسی کل کشور.

معمدنژاد، کاظم و رویا معتمدنژاد (۱۳۸۶). حقوق ارتباطات؛ جلد یکم، تهران: مرکز مطالعات و توسعه رسانه ها.

معمدنژاد، کاظم و رویا معتمدنژاد (۱۳۸۶). حقوق حرفه ای روزنامه نگاران (جلد یکم)، تهران: مرکز مطالعات و توسعه رسانه ها.

مک کوئیل، دنیس (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه های ارتباط جمعی، ترجمه دکتر پرویز اجالالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها

نمکدوست تهرانی، حسن (۱۳۸۲). «حق دسترسی آزادانه به اطلاعات: بنیانها، روز جهانی و جایگاه ایران»، برگرفته از تارنمای جهانی مرکز پژوهشهای ارتباطات، ۹ آذر ۱۳۸۲: <http://www.Iranwsis.org>

نمکدوست تهرانی، حسن (۱۳۸۴). «مطالعه حق دسترسی آزادانه بر اطلاعات و نقش آن در پیشبرد دموکراسی (بررسی قوانین آزادی اطلاعات کشورهای منتخب برای کمک به تدوین یک الگوی ملی)»، رساله دکتری علوم ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی و ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی.

Bokpin, Godfred Alufar (2009) ; An Examination of the Governance Practices of Ghanaian media institutions, pp. 600-609, Q Emerald Group Publishing Limited, vol 9 , no 5

Coronel, Sheila S(2008), The Media as Watchdog, retrived from www: <http://www.ziaruldela5.files.wordpress.com/2009/09/coronel20watchdog.pdf>

sharma, mukul(2002), Media and Governance. retrived from:

Verhoeven, Amaryllis(2000), "The Right to Information: A Fundamental Right?", retrived from www: [http://www.eip.nl/publications/summaries/1997-2000/workingpapers/conference proceedings/amaryllis.PFD](http://www.eip.nl/publications/summaries/1997-2000/workingpapers/conference%20proceedings/amaryllis.PFD)