

بررسی شیوه‌های غیر حرفه‌ای مدیریت روزنامه‌های سراسری: دیدگاه روزنامه‌نگاران و صاحب‌نظران روزنامه‌نگاری

دکتر هادی خانیکی^(۱)

سعید ارکان‌زاده یزدی^(۲)

تاریخ دریافت: ۸۷/۲/۱

تاریخ پذیرش: ۸۷/۴/۲۳

چکیده

محدودیت‌ها و دشواری‌های انتشار روزنامه در ایران باعث شده است تا نشریات برای بقا، به سیاستمداران و صاحبان ثروت متکی باشند و این افراد و نهادها نیز در قبال کمک به مطبوعات، حمایت‌های ویژه‌ای را از روزنامه‌ها طلب کنند. اگر مدیران روزنامه‌ها به انجام این حمایت‌ها تن دهند، استقلال و اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری را زیر پا گذاشته‌اند و اگر بر استقلال و اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری اصرار ورزند، با موانع گوناگون اقتصادی و سیاسی در نشر روبه‌رو می‌شوند. در عمل، عوامل برون‌سازمانی و

۱- عضو هیأت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.

۲- کارشناس ارشد ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.

درون‌سازمانی روزنامه‌نگاری ایران، مدیران مسؤول را وادار می‌کند برای رشد نشریه خود، به برخی شیوه‌های غیرحرفه‌ای دست بزنند. این پژوهش، در پی آگاهی از وجود مؤلفه‌های مدیریت غیرحرفه‌ای مدیران روزنامه‌ها در این مواجهه است. برای یافتن جنبه‌های غیرحرفه‌ای مدیریت روزنامه‌های سراسری و عمومی در تهران، از روش تحقیق پیمایش برای دو نمونه آماری اعضای تحریریه روزنامه‌ها و نمونه آماری استادان و صاحب‌نظران روزنامه‌نگاری استفاده شده است. برای سنجش میزان حرفه‌ای بودن مدیریت روزنامه‌ها، شاخصی از ترکیب مؤلفه‌های اخلاقی، حرفه‌ای، اقتصادی و مدیریتی مطبوعات، محاسبه و شاخص توصیف شده توسط اعضای تحریریه روزنامه‌ها با شاخص معیار صاحب‌نظران روزنامه‌نگاری، مقایسه شده است. در انتها نیز فرضیه تحقیق به اثبات رسیده و مشخص شده است که شیوه‌های مدیریت روزنامه‌های سراسری و عمومی تهران، غیر حرفه‌ای است.

واژه‌های کلیدی: روزنامه‌نگاری، مطبوعات، مدیریت، اخلاق حرفه‌ای

روزنامه‌نگاری، استقلال روزنامه‌نگاری، توسعه، اقتصاد مطبوعات، سانسور

مقدمه

دسته‌ای از روزنامه‌نگاران و اعضای تحریریه‌های مطبوعات در ایران، مدیران مسؤول روزنامه‌ها را به اعمال نظر در محتوای روزنامه‌ها متهم می‌کنند. به نظر آن‌ها، مدیران مسؤول بر اساس منافع سیاسی یا اقتصادی خود، برخی اخبار، گزارش‌ها یا عکس‌ها را به تحریریه می‌سپارند تا بدون توجه به ارزش‌های خبری، در روزنامه چاپ شود. آن‌ها می‌گویند که مدیران مطبوعات، غیرحرفه‌ای و با مهارت‌های روزنامه‌نگاری، ناآشنا هستند و از مطبوعات به عنوان سکوی پرش به مدارج مدیریتی بالاتر، استفاده می‌کنند. گروهی دیگر از روزنامه‌نگاران، از دستمزد کم، خدمات ناقص حرفه‌ای و رفاهی و امکانات محدود روزنامه‌ها ناراضی‌اند. البته در این میان، برخی نیز، مشکلات مطبوعات را کمتر به مدیریت مطبوعات و بیشتر به نگاه کلی حکومت به مطبوعات، نسبت می‌دهند.

برای تبیین موضوع تلاش شد که تفاوت این دو نگرش در دو سطح از کنش‌گران عرصه روزنامه‌نگاری مورد سنجش قرار گیرد. برای این منظور، ابتدا یک پیمایش با پرسشنامه کتبی از

روزنامه‌نگاران عضو هیأت تحریریه روزنامه‌های سراسری و عمومی تهران، درباره مدیریت مطبوعات انجام شد و پس از آن، نتایج پیمایش روزنامه‌نگاران با معیاری که از پیمایش نظرات صاحب‌نظران روزنامه‌نگاری به دست آمد، مقایسه شد.

مسأله تحقیق

اغلب روزنامه‌های عمومی ایران را صاحب‌منصبان سیاسی یا مؤسساتی منتشر می‌کنند که یا صاحب‌حزب هستند یا در رده‌هایی از قدرت سیاسی حکومت قرار دارند. انتشار یک روزنامه، به سرمایه اقتصادی فراوان و تداوم و نفوذ آن در میان مخاطبان، به سرمایه اجتماعی بسیاری نیاز دارد. این سرمایه‌ها با محدودیت‌های بسیار مطبوعات و قانون موسع آن و نبود فرهنگ نقدپذیری در جامعه، می‌توانند به راحتی از میان بروند و به همین دلیل معمولاً سیاستمداران متنفذ و صاحب‌قدرت، به عنوان مدیر روزنامه از آن سرمایه اجتماعی محافظت می‌کنند. حتی اگر روزنامه‌ای داعیه استقلال هم داشته باشد، حضور یک نقطه اتکای سیاسی برای آن اجتناب‌ناپذیر خواهد بود در قبال این حمایت، گروه‌های سیاسی یا صاحب‌منصبان حامی روزنامه، از آن انتظار دارند در موقعی، مطالبی را برخلاف استقلال و اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، چاپ کند. معمولاً مدیران روزنامه‌ها برخلاف خواسته‌های خبرنگاران، بنا به مصلحت‌ها و جهت‌گیری‌های سیاسی خود، با خواست سیاستمداران همراه می‌شوند. گاهی این مصلحت‌اندیشی‌ها برای اهداف خارج از حوزه سیاست، مثلاً برای کام‌جویی‌های اقتصادی، اجتماعی یا فرهنگی نیز رخ می‌دهد.

حال پرسش این است که آیا خبرنگاران روزنامه‌ها، مدیران آن‌ها و صاحب‌نظران روزنامه‌نگاری، سهم این مصلحت‌اندیشی‌ها را بیش از حد می‌دانند و آیا نارضایتی زیادی بین روزنامه‌نگاران از مدیران مطبوعات وجود دارد و مهم‌تر این که آیا روزنامه‌های ما آن طور که مدعی هستند، مستقل هستند؟ این پژوهش تلاش کرده جنبه‌های غیر حرفه‌ای مدیریت مطبوعات ایران را مورد بررسی قرار دهد.

پژوهش‌های پیشین

در متون علمی و پژوهشی، تحقیقات زیادی که صرفاً به مدیریت مطبوعات پرداخته

باشند، به چشم نمی‌خورد. البته تحقیقاتی نیز موجود است که هدف آن‌ها بررسی مسائل دیگر روزنامه‌نگاری بوده، اما در آن‌ها به مدیریت مطبوعات نیز پرداخته شده است. مؤخره‌ای که دکتر کاظم معتمدنژاد در کتاب روزنامه‌نگاری با فصلی جدید در روزنامه‌نگاری معاصر نگاشته است، اطلاعات بسیار مفیدی از سه مرحله تاریخ مدیریت مطبوعات به دست می‌دهد. علاوه بر آن، جلد دوم جزوه درسی دکتر معتمدنژاد با عنوان وسایل ارتباط جمعی که در سال تحصیلی ۱۳۵۷-۵۸ شمسی در دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی منتشر شده، حاوی نکته‌های مفیدی درباره اقتصاد روزنامه‌نگاری و صنعت مطبوعات است. ایشان دو کتاب مهم حقوقی نیز با نام‌های حقوق مطبوعات و حقوق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران تألیف کرده‌اند که در آن‌ها به مدیریت مطبوعات پرداخته شده است. یکی از مهمترین پژوهش‌ها درباره مدیریت مطبوعات را مینو بدیعی دزفولی، روزنامه‌نگار با سابقه کشور، با عنوان بررسی مسائل مدیریتی و تخصصی و آموزشی مطبوعات ایران، در نخستین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران در سال ۱۳۶۹ شمسی ارائه کرده است. در سال ۱۳۷۳، دکتر محمدمهدی فرقانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود را با عنوان مطبوعات و تحولات اجتماعی، تحلیل محتوای صفحات اول روزنامه‌های کیهان و اطلاعات در دوره‌های چهارگانه ۱۳۴۲-۱۳۵۲-۱۳۶۲-۱۳۷۲ نگاشت و در آن، مؤلفه‌های روزنامه‌نگاری حرفه‌ای، استقلال و اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری را شرح داد. چند سال بعد، در سال ۱۳۷۷، علی اصغر محکی، دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی با راهنمایی دکتر نعیم بدیعی، پایان‌نامه‌ای با عنوان «مدیریت سازمانی موجود و مطلوب مطبوعات ایران، بررسی دیدگاه‌های روزنامه‌نگاران» نوشت و در آن مطرح کرد که الگوی مدیریتی مطلوب مطبوعات باید مدیریت با رویکرد فرهنگی باشد.

به جز این پژوهش‌های آکادمیک معدود، کتاب‌هایی هم درباره مدیریت مطبوعات نوشته شده است که یکی از مهمترین آن‌ها کتاب «قدرت‌های جهان مطبوعات» اثر مارتین واکر و ترجمه محمد قاید است. کتاب «روزنامه‌نگاری حرفه‌ای» نوشته دیوید رندال و ترجمه علی اکبر قاضی‌زاده و نیز کتاب «اخلاق روزنامه‌نگاری» از همین مترجم هم بخش‌های متعددی درباره چگونگی رفتار حرفه‌ای مدیران روزنامه‌ها دارد. قاضی‌زاده کتاب دیگری هم درباره مدیریت تحریری مطبوعات با نام «ویراستاری و مدیریت اخبار» نگاشته است که جزوه‌ای بسیار

خلاصه از مبحث گسترده کار در تحریریه روزنامه است. کتاب دیگری با همین نام را نیز دکتر احمد توکلی نوشته است که باز هم خلاصه اما جامع تر است. کتاب دیگری هم با نام «مدیریت سازمان‌های رسانه‌ای در بی‌بی‌سی و سی‌ان‌ان» نوشته لوسی شانکلمن و ترجمه ناصر بلیغ چاپ شده است. دو کتاب با نام‌های «بحران وجدان» نوشته کارل هوسمن و «انحصار رسانه‌ها» کار بن اچ. بکدیگیان، هر دو با ترجمه محمد حیدری، منتشر شده که بیشتر به روزنامه‌نگاری در غرب، به ویژه امریکا و در نتیجه نگاه اقتصادی به مدیریت و مالکیت روزنامه‌ها و مشکلات اخلاقی این نگاه اقتصادی پرداخته‌اند. سال‌ها پیش، در سال ۱۳۵۰ نیز نشریه تحقیقات روزنامه‌نگاری، مقاله‌ای به نام «تمرکز مالکیت مطبوعاتی، مقایسه‌ای میان ۳۲ کشور» منتشر کرده است.

پایان‌نامه کارشناسی ارشد دکتر حسن نمکدوست تهرانی، با عنوان «مبانی استقلال حقوقی حرفه روزنامه‌نگاری»، نظرسنجی از روزنامه‌نگاران مطبوعات تهران است که برای این پژوهش بسیار مفید بود. عبدالرضا زکوت روشندل، در دومین سمینار بررسی مطبوعات ایران در سال ۱۳۷۶ شمسی، نتایج تحقیقی را که در سال ۱۳۷۲ شمسی با نام رضایت شغلی روزنامه‌نگاران، بررسی نگرش روزنامه‌نگاران نسبت به حرفه روزنامه‌نگاری انجام داده، ارائه کرده و حسین قندی مقاله‌ای را با نام استقلال حرفه‌ای و امنیت شغلی روزنامه‌نگاران و ضرورت تشکیلات صنفی و دکتر محمدمهدی فرقانی هم مقاله‌ای را با نام حریم حرفه روزنامه‌نگاری، استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران در نخستین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران ارائه کرده‌اند که در آن به مشکلات حرفه‌ای روزنامه‌نگاران پرداخته‌اند. دکتر مهدی محسنیان‌راد و همکارانش طی سه شماره تابستان، پاییز و زمستان فصلنامه رسانه در سال ۱۳۷۲، مقاله پژوهشی دنباله‌داری را با نام «پیام‌آفرینان مطبوعات» نوشته است که در آن به وضع ناگوار معیشتی، آموزشی و حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و مشکلات مدیریتی مطبوعات اشاره می‌کند. شعبانعلی بهرام‌پور نیز در قسمتی از کتاب «مطبوعات در دوره اصلاحات، چالش‌ها و تحولات» به نبود اشتراک روزنامه‌نگاران در مالکیت و مدیریت مطبوعات و وضع اسفبار اقتصاد روزنامه‌نگاری پرداخته است.

کتابی با عنوان «اقتصاد رسانه‌ها، مفاهیم و مسائل آن» نوشته رابرت جی. پیکارد و ترجمه محمد حیدری چاپ شده که در صفحاتی از آن به اقتصاد روزنامه‌نگاری و تصمیم‌های مدیریت

مطبوعات در این زمینه اشاره شده است. درباره آگهی‌های بازرگانی، مقاله‌ای با نام «بررسی آگهی‌های بازرگانی در مطبوعات ایران و نقش آن در تأمین مالی آن‌ها» نوشته فرهاد محمدی، در دومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران ارائه شده است. نتایج یک پژوهش درباره سرمایه لازم برای تأسیس نشریات نیز در فصلنامه رسانه در سال ۱۳۷۴ با عنوان مطبوعات ایران و مشکل بازدهی سرمایه، کار حسن مقیمی اسفندآبادی و قاسم روشناس چاپ شده است.

کتاب «قدرت، جامعه مدنی و مطبوعات» که در حقیقت بررسی نتایج پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی دکتر هادی خانیکی در دانشگاه علامه طباطبایی است نیز به مدیریت مطبوعات پرداخته است. دو کتاب «روزنامه‌نگاری نوین» اثر دکتر نعیم بدیعی و حسین قندی و «روزنامه‌نگاری با فصلی جدید در بازنگرگی روزنامه‌نگاری معاصر» کار دکتر کاظم معتمدنژاد و ابوالحسن منصفی نیز در فصل‌هایی به انواع نگرش‌ها به روزنامه‌نگاری از ابتدای تأسیس تا کنون پرداخته‌اند. در این میان باید به کتاب «روزنامه‌نگاری جهانی» نوشته جان هربرت و ترجمه یونس شکرخواه و علی ایثاری کسمایی اشاره کرد. به تازگی مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها، در دو شماره پیاپی ۷۰ و ۷۱ فصلنامه رسانه ویژه‌نامه‌هایی برای مدیریت مطبوعات منتشر کرده است. در تازه‌ترین مورد، همین مرکز، کتاب روزنامه‌نگاری و روزنامه‌داری را که کاری از حسین انتظامی است، چاپ کرده است.

پیشینه تحقیق

از ابتدای عمر روزنامه‌نگاری در مغرب زمین تا کنون، سه شیوه مدیریت و مواجهه با مطبوعات، اعمال شده است. نخستین دوره که دوران نشریات استبدادی است، هم‌زمان با تولد روزنامه‌نگاری از اوایل قرن هفدهم میلادی آغاز شد. روزنامه‌های این دوره با مدیریت معتمدان حکومت، مطبوعاتی بودند دولتی، رسمی و استبدادی که زبان تبلیغاتی حکومت‌های خودکامه وقت به شمار می‌آمدند.

با شروع انقلاب‌های دموکراتیک غربی - انقلاب مشروطیت انگلستان، جنگ‌های استقلال آمریکا و انقلاب کبیر فرانسه - دومین دوره فعالیت مطبوعات آغاز شد. در این دوره که عصر مطبوعات عقیدتی، مسلکی و سیاسی است، روزنامه‌های جدیدی به وسیله هواداران آزادی و

حکومت‌های مردمی ایجاد شدند.

اما با ظهور طبقه جدید صاحب ثروت بورژوازی که کنترل انقلاب و اداره امور سیاسی را در دست گرفت، دوره سوم شروع شد که دوره مطبوعات خبری و تجارتي است. به تدریج، اداره انحصاری مؤسسات مطبوعاتی در اختیار سرمایه‌داران قرار گرفت و روزنامه‌نگاران انقلابی و افرادی که عقاید و علاقه‌های خاص سیاسی داشتند، نتوانستند به کار روزنامه‌نگاری بپردازند. (معمدنژاد، ۱۳۶۸: ۴۵۶-۴۶۰)

هنگامی که مطبوعات غربی وارد سومین دوره تحول خود شدند، مطبوعات ایران فعالیت روزنامه‌نگاری خود را با شیوه استبدادی شروع کردند. دوره استبدادی مطبوعات ایران تا انقلاب مشروطه طول کشید. دوران مطبوعات مسلکی و عقیدتی نیز در ایران بسیار مقطعی و کوتاه بوده است. برای نمونه، در دوران مشروطه، در دوره حکومت دکتر محمد مصدق و با پیروزی انقلاب اسلامی، روزنامه‌ها نتوانستند برای کمک به جامعه، منطبق با شرایط انتشار مطبوعات عقیدتی، روزنامه منتشر کنند؛ اما این ایام هم چندان پایدار نبود.

مستقل و آزاد بودن مطبوعات از قدرت‌های سیاسی و اقتصادی، بیش از هر چیز به استقرار و دوام دموکراسی کمک می‌کند. در یک عمل دموکراتیک، افراد یک جمع برای تصمیم‌گیری، نیاز دارند که با آزادی در اظهار نظر، ابعاد یک تصمیم و تصمیم‌های جایگزین آن را از سوی افراد مختلف با فرصت‌های برابر مطرح کنند و در انتها در رأی‌گیری با رأی‌های برابر، تصمیم جمعی گرفته شود. (دال، ۱۳۷۸: ۴۸-۴۹)

دموکراسی، شهروندان آگاه می‌خواهد و شهروندان تنها زمانی می‌توانند با استفاده از ابزارهای دموکراتیک به وفاق‌های خردمندان دست یابند که به منابع گوناگون آرا و عقاید به طور برابر و آزادانه دسترسی داشته باشند. (کین، ۱۳۸۳: ۲۰۱) در چنین مشارکت سیاسی، مردم باید آزادی بیان (Free Expression) داشته باشند و یکی از نشانه‌های آن، آزادی رسانه‌ها و به طور خاص، آزادی مطبوعات (Freedom of Press) است.

آزادی مطبوعات، یک معنای عام و یک معنای خاص دارد. معنای عام آزادی مطبوعات همچون هر رسانه دیگری، سه مرحله جستجو، انتشار و دریافت آزادانه اطلاعات در مطبوعات را در بر می‌گیرد (معمدنژاد، ۱۳۸۱: ۲۴). آزادی خاص مطبوعات نیز که در پی اصلاح قوانین، برای ساختن زمینه‌های آزادی عام مطبوعات است، شامل آزادی نشر روزنامه‌ها، بدون نظارت

قبل از انتشار، نبود توقیف خودسرانه آن‌ها، پیش‌بینی دقیق مسؤولیت‌های قانونی نشریات و رسیدگی به تخلفات و جرایم احتمالی آنان در دادگاه‌های عادی با حضور هیئت منصفه است. (معمدنژاد، ۱۳۸۱: ۲۵)

تلاش برای دستیابی به آزادی مطبوعات از دوران انقلاب‌های دموکراتیک غرب با مطبوعات عقیدتی، سیاسی و انقلابی آغاز شد و با پیروزی انقلاب کبیر فرانسه، به اعلامیه حقوق بشر و شهروند راه یافت. پس از آن نیز با تصویب قانون مطبوعات فرانسه در سال ۱۸۸۱ میلادی، نمونه‌ای حقوقی از «قانون آزادی مطبوعات» ارائه شد. (بیژنی، ۱۳۸۴: ۷-۱۷)

در ایران به جز اولین قانون مطبوعات که در دوره مشروطه و بر پایه قانون مطبوعات فرانسه نوشته شد، در چهار قانون دیگر مطبوعات، با وضع ضوابط اخذ مجوز یا پروانه انتشار نشریه، آزادی مطبوعات به معنای خاص زیر پرشش رفته است. آزادی عام مطبوعات نیز در اغلب مواقع با حوادث ناگواری که در طول تاریخ مطبوعات ایران، حکومت‌های تمامیت‌خواه و استبدادی برای مطبوعات شکل داده‌اند، نادیده گرفته شده است. (محسنیان‌راد، تابستان ۱۳۷۷: ۲۰)

در کشور ما که دامنه دخالت نهاد حکومت در امور گوناگون جامعه، گسترده بوده و غالباً مشکل آزادی بیان نیز وجود داشته است، روزنامه‌نگاری در هر صورتی، مقوله و رفتاری سیاسی تلقی می‌شده و همواره برداشت سیاسی از نقش مطبوعات، بیش از کارکرد سیاسی آن‌ها بوده است. در واقع، از مطبوعات نقش‌هایی انتظار می‌رود که در جوامع توسعه‌یافته، از نهادهای مدنی و سیاسی باید انتظار داشت. از این رو است که به تدریج، مطبوعات در ایران، نقش احزاب را بر عهده گرفته‌اند و در نتیجه، کارکرد توسعه‌ای آن‌ها به توسعه سیاسی وابسته شده است؛ به این معنی که در نظام مشروع و مقبول، مطبوعات، مشروع و مقبول تلقی می‌شوند و در نظام نامقبول، اعتماد به آن‌ها نیز کم می‌شود. (خانیکی، ۱۳۸۱: ۳۷۱-۳۷۲)

از سویی دیگر، آغاز انتشار یک روزنامه به سرمایه اقتصادی فراوان و تداوم و نفوذ انتشار آن، به سرمایه اجتماعی بسیاری که همان مخاطبان هستند، نیاز دارد. این سرمایه‌ها با سانسور شدید، قانون موسع و مبهم مطبوعات و نبود فرهنگ نقدپذیری در لایه‌های قدرت کشور، می‌توانند به راحتی با توقیف یا تحدید روزنامه‌ها، از میان بروند. معمولاً سیاستمداران بانفوذ یا صاحبان ثروت، با مقاومت در برابر توقیف و تحدید، از سرمایه‌های اقتصادی و اجتماعی

روزنامه‌ها محافظت می‌کنند؛ اما در مقابل، از روزنامه‌نگاران آن نشریه انتظار حمایت دارند. عمل به انتظار آن‌ها، مستقل بودن مطبوعات را خدشه‌دار می‌کند. (Singelman, 1973: 132-151)

استقلال روزنامه‌نگاری به معنی رها بودن از قید دولت نیست؛ استقلال حقوقی حرفه روزنامه‌نگاری، مجموعه‌ای یکپارچه و در هم تنیده از مقررات و ساز و کارهایی است که روزنامه‌نگاران را بنا به سرشت ویژه این حرفه، از دارندگان دیگر شغل‌ها متمایز می‌کند و برای آنان حقوق مادی و معنوی خاصی قائل می‌شود. (نمکدوست، ۷۷-۱۳۷۶: ۷)

روزنامه‌نگاری را می‌توان از چند جهت یک شغل «ویژه» دانست. از نظر فنی باید گفت که در اغلب موارد، اتفاقات اجتماعی قابل پیش‌بینی نیستند و از آن سو، زمان کمی هم برای پوشش آن‌ها وجود دارد. وظیفه یک روزنامه‌نگار نیز تنها داد و ستد فعالیت فکری با دستمزد نیست. او باید به مصالح اجتماعی فکر کند، آگاه کردن مردم را در نظر داشته باشد و در پی حقایق باشد. او هر لحظه باید تصمیم بگیرد که چه خبری را چگونه و با چه نیتی بنویسد. بنابراین، همچون نماینده مجلس، باید در کار و حرفه و مسؤولیت اجتماعی خود، مصونیت قانونی و امنیت شغلی داشته باشد (فرقانی، زمستان ۱۳۷۰: ۱۵). روزنامه‌نگار حتی در نوشتن یک خبر چند خطی هم باید بسیاری از مسائل را، از خواست مردم تا سیاست‌های دولت، در نظر بگیرد و در این راه به راحتی ممکن است به اشتباه یا سوءاستفاده کشیده شود. بنابراین، همیشه باید اخلاق را هم پیش چشم داشته باشد. برای بسیاری از روزنامه‌نگاران، بعد اخلاقی و حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، اهمیت ویژه‌ای دارد؛ چون علت اصلی روی آوردن آن‌ها به این حرفه در واقع همین بعد اخلاقی و علاقه‌مندی به تشریح نابرابری‌های موجود در اجتماع، ایجاد ارتباط بین مردم و شکل دادن به جامعه بوده است. (کواچ، ۱۳۸۵: ۲۷۵-۲۷۶) همه این اجبارهای فنی، اجتماعی و اخلاقی از روزنامه‌نگاری، شغلی «ویژه» ساخته است (نمکدوست، ۷۷-۱۳۷۶: ۱۴-۱۸). این ویژگی، روزنامه‌نگاری را تا تبدیل شدن به یک حرفه پیش می‌برد.

حرفه به گروه کوچک و خاصی از مشاغل اتلاق می‌شود که به دلیل «ویژگی‌های» خاص خود از صرف داد و ستد یا تجارت، مجزا است. حرفه‌ها گروه‌های شغلی خاصی هستند که به طور مستقل، مقررات و موازین حاکم و معیارهای اخلاقی و درست و نادرست آن را خود تعیین می‌کنند و برای وادار ساختن اعضای حرفه به رعایت این معیارها، شیوه‌های خاص خود

را دارند. (هوسمن، ۱۳۷۷: ۱۲۶-۱۳۲)

مخالفان حرفه بودن روزنامه‌نگاری معتقدند که حرفه شناخته شدن یک شغل، باعث به وجود آمدن استانداردهایی در قالب اصول حرفه‌ای آن شغل می‌شود. به علاوه، برای اشتغال در آن باید مجوزی از تشکیلات حرفه‌ای، عضویت در یک انجمن حرفه‌ای یا مدرک دانشگاهی خاصی داشت. بنابراین، شغل نخبه‌گرا و ورود اعضای جوان‌تر به آن حرفه، مشکل می‌شود. همه این موارد موجب کاهش عنصر حیاتی کثرت‌گرایی در روزنامه‌نگاری و به تبع آن، محدود شدن آزادی بیان می‌شود. اما عده‌ای دیگر در آن سوی بحث، استقلال حقوقی روزنامه‌نگاری را که با «ویژه» بودن این شغل مترادف است، برای داشتن آزادی بیان، به خصوص در کشورهای در حال گذار، بسیار ضروری‌تر می‌دانند.

مباحث استقلال و روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و به دنبال آن، اخلاق حرفه‌ای، در دوره تجاری شدن مطبوعات یعنی از اواسط قرن ۱۹ میلادی از امریکا، مهد مؤسسات بزرگ مطبوعاتی شروع شد. در این دوران، روزنامه‌نگاری امریکا با کاهش نقش انتقادی مطبوعات، اخبار پرجاذبه و مطالب هیجان‌انگیز و سرگرم‌کننده را منتشر کردند. تا چند دهه بعد، رقابت در توجه به اخبار پرجاذبه و روزنامه‌نگاری زرد و جنجالی، بسیار شدید شد. افزون بر این، روزنامه‌ها با ایجاد یک فضای عمومی کاذب، در خدمت اهداف سیاسی کشورهای غربی قرار گرفته بودند. پس از جنگ جهانی اول، امریکایی‌ها تصمیم گرفتند به جای نگارش مطالب مغرضانه و جهت‌گیری‌های شخصی در روزنامه‌ها، از یک شیوه روزنامه‌نگاری عینی، تبعیت کنند (معمدنژاد، تابستان ۱۳۸۵: ۴۱-۴۹). البته در قرن بیستم میلادی، فرانسوی‌ها زودتر از امریکایی‌ها به فکر تدوین اصول اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری افتادند. سازمان ملل هم پس از تشکیل و انتشار اعلامیه جهانی حقوق بشر، از اوایل دهه ۱۹۵۰ میلادی برای تدوین اصول اخلاق روزنامه‌نگاری تلاش کرده است. پس از آن، اتحادیه‌ها و سازمان‌های بین‌المللی که مهمترین آن‌ها فدراسیون بین‌المللی روزنامه‌نگاران است، در کنار فعالیت‌های ملی هر کشوری، برای تدوین اصول اخلاقی تلاش کرده‌اند. (خان‌احمدی، ۱۳۷۵: ۷۳-۷۷).

در ایران برای نخستین بار، در سال ۱۳۴۲، سندیکای نویسندگان و خبرنگاران مطبوعات ایران، اصول کوتاه اخلاقی‌ای را در هشت بند با عنوان «نظام مطبوعات» درباره حرفه روزنامه‌نگاری تدوین کرد. پس از آن، تا سال ۱۳۷۵ هیچ اتفاقی برای تدوین اصول اخلاقی

نیفتاد. در آن سال، در چهار بند بیانیه پایانی نخستین هم‌اندیشی اخلاق مطبوعاتی روزنامه‌نگاران مسلمان، به طور عام به تدوین نظام‌نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران اشاره شد (معمدنژاد، تابستان ۱۳۸۵: ۵۹-۶۰). در سال ۱۳۷۷، در دومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران، دکتر کاظم معمذنژاد، استاد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، پیش‌نویسی را با نام «میثاق اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران» ارائه کرد. در سال ۱۳۸۵ نیز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی «پیش‌نویس آیین‌نامه کار حرفه‌ای روزنامه‌نگاری» را منتشر کرد. هیچ یک از این موارد، آیین‌نامه‌ها یا مقررات الزام‌آوری نیستند و اغلب به صورت خیلی کلی نوشته شده‌اند.

مبانی نظری تحقیق

همه مقررات و اصول اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در سطوح ملی، منطقه‌ای و جهانی، دارای چهار زمینه کلی است که عبارتند از آگاهی‌دهی عمومی (احساس مسؤولیت برای انجام وظیفه خبری و آموزشی و وظیفه راهنمایی و رهبری مطبوعات)، بیان حقیقت، آزادی در بیان و احترام به حیثیت فردی و زندگی خصوصی افراد. (معمذنژاد، تابستان ۱۳۸۵: ۵۶-۵۷)

البته منتقدان رویکرد فعلی به بحث اخلاق حرفه‌ای، گفته‌اند اخلاق بسیار پیچیده‌تر از آن است که با آیین‌نامه و تجویز بتوان آن را رعایت کرد و روزنامه‌نگاران با تجربه می‌دانند چگونه مقررات را نقض کنند (شکرخواه، تابستان ۱۳۸۵: ۲۶۸-۲۷۱). بهترین راه حل برای اخلاقی عمل کردن روزنامه‌نگاران، می‌تواند ارضای کافی نیازهای مادی و معنوی آن‌ها باشد. هرچه روزنامه‌نگار از لحاظ مالی، کمتر تأمین باشد و هرچه رقابت برای کسب مخاطب، بیشتر باشد، احتمال خارج شدن روزنامه‌نگاران از راه درست، بیشتر است. (زندال، ۱۳۸۲: ۲۱۰)

اگر استقلال روزنامه‌نگاری را به معنای محدود مستقل بودن از چیزی نیز در نظر بگیریم، می‌شود گفت رسانه‌ها می‌خواهند از چند دسته افراد که می‌توانند مسیر انجام وظیفه مطبوعات، یعنی آگاهی‌دهی و رهبری را منحرف کنند، مستقل باشند: گروه‌های صاحب نفوذ اجتماع، منابع خبری، صاحبان آگهی، حکومت، مالکان روزنامه و نیز محدودیت‌های درون سازمان روزنامه (نمکدوست، ۷۷-۱۳۷۶: ۱۲۵). به خصوص پس از به وجود آمدن غول‌های زنجیره‌ای مطبوعاتی در صد سال اخیر، جنبه‌ای خاص از استقلال حرفه‌ای به نام «استقلال

تحریریه‌ای» (Editorial Independence) مطرح شده است. استقلال تحریریه‌ای به معنی کوشش برای جدا کردن سیاست‌ها و راهبردهای تحریری از هدف‌ها و تمایلات مالکان رسانه‌ای است (نمکدوست، ۷۷-۱۳۷۶: ۱۲۶-۱۳۰). استفاده از قید وجدانی برای کار روزنامه‌نگاری نیز مکمل این استقلال تحریریه‌ای است. مطابق این قید، در صورت تعطیلی، توقف انتشار یا تغییر خط مشی یک نشریه، روزنامه‌نگار می‌تواند کناره‌گیری و غرامت دریافت کند (معمدنژاد، زمستان ۱۳۷۶: ۳۸).

مطبوعات می‌توانند از دو راه فروش نسخه‌های نشریه و گرفتن آگهی تبلیغاتی، درآمد کسب کنند. البته در برخی کشورها همچون ایران، دولت یارانه‌هایی نیز برای کمک به مطبوعات اختصاص می‌دهد.

امروزه با به وجود آمدن مطبوعات تجاری و خبری، صنعت مطبوعات، کار تولید روزنامه‌ها را انجام می‌دهد. این صنعت دو گونه تولید دارد: ۱) جستجو و جمع‌آوری و تولید محتوای روزنامه‌ها و ۲) تبدیل کاغذ به ماده‌ای به نام روزنامه چاپ شده. صنعت مطبوعات، با شرایط خاص تولید همراه است؛ از سویی، روزنامه‌ها برای تولید، محدودیت زمانی پرهزینه حدوداً ۱۴ ساعته دارند و از سویی دیگر، بسیار ارزان‌تر از هزینه تولیدشان با قیمتی ثابت، فروخته می‌شوند. این مسأله روزنامه‌ها را با مشکلی روبه‌رو می‌کند که آن را «تضاد اقتصادی مطبوعات» می‌نامند (معمدنژاد، ۵۸-۱۳۵۷: ۱۲۰).

اگر از دید اقتصادی به مطبوعات نگاه کنیم، دو بازار جداگانه دیده می‌شود که دو نوع خدمات به دو دسته از افراد ارائه می‌کنند. یکی از این بازارها، بازار فروش محتوا به مخاطبان با آبونمان یا تک‌فروشی است. اما مطبوعات مشتریان کم‌شمارتری هم دارند؛ مطبوعات، فضایی از صفحه‌های نشریه را که همیشه جلو چشم مخاطبان عام است، یعنی «دسترسی به مخاطبان» را به صاحبان آگهی می‌فروشند. (پیکارد، ۱۳۸۳: ۲۵-۲۷)

علاوه بر آگهی‌ها، کمک‌های دولتی در بسیاری از کشورهای دیگر راه نجات مطبوعات از «تضاد اقتصادی» است. این کمک‌ها می‌تواند شامل معافیت مالیاتی روزنامه‌ها، تخفیف در نرخ حمل و نقل، ارائه بهای ارزان مخابرات و ارتباطات، اعتبارات مالی برای خرید ماشین‌آلات و کاغذ و مرکب و کمک‌های مستقیم نقدی باشد. کمک‌های مستقیم دولت‌ها که معمولاً به همه نشریات نمی‌رسد، بر خلاف استقلال حرفه‌ای مطبوعات، روزنامه‌ها را به دولت‌ها وابسته

می‌کند. (Khiabany, 2001: 203-223)

صاحبان آگهی‌های مطبوعاتی که به روزنامه به چشم ابزاری برای تبلیغ کالاها و خدمات می‌نگرند، همیشه با روزنامه‌نگاران که روزنامه را وسیله آگاهی‌دهی به مردم و خدمات اجتماعی به آن‌ها می‌دانند، در تعارض بوده‌اند.

با این وجود، همیشه بر خلاف رسالت و شعارهای روزنامه‌نگاری دربارۀ مهمتر بودن تولیدات تحریریه از آگهی‌ها، ابتدا جای آگهی‌ها در مکتب صفحه مشخص می‌شود و بعد، روزنامه‌نگاران موظف می‌شوند بقیه حجم خالی صفحه را با مطالب خود پر کنند. از این حجم خالی صفحات، گاهی به تحقیر با «چاله‌های خبری» (News Hole) نام برده می‌شود.

(هوسمن، ۱۳۷۷: ۲۰۶-۲۰۷)

یکی از ارکان استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، مشارکت روزنامه‌نگاران در مالکیت و مدیریت روزنامه‌ها است. مالکیت مطبوعات به سه نوع مالکیت خصوصی، مالکیت دولتی و مالکیت سهامی دسته‌بندی می‌شود. در مالکیت سهامی، مشارکت روزنامه‌نگاران به بهترین شکل انجام می‌شود. رواج این اشتراک مالکیت، از سازمان روزنامه فرانسوی لوموند (Le Monde) در سال ۱۹۵۱ میلادی در پی بحران شدیدی که پس از برکناری سردبیر این روزنامه پیش آمده بود، نشأت گرفته است. در این سال، مجمع شرکت ناشر لوموند در پی اعتراض روزنامه‌نگاران و نخبگان به عزل سردبیر، تصمیم گرفت در اولین مرحله، ۸۰ سهم جدید درست کند و به روزنامه‌نگاران خود بدهد (واکر، ۱۳۸۲: ۷۹-۸۰). در سال ۱۹۶۸، سهام اعضای تحریریه لوموند افزایش یافت و به ۴۰ درصد سرمایه مؤسسه رسید (جلیلی، ۱۳۵۱: ۲۲). بدین ترتیب، عملاً کنترل لوموند در اختیار روزنامه‌نگاران و کارکنان در آمد. چند سال پس از لوموند، در فرانسه روزنامه فیگارو (Le Figaro) و بعدها، روزنامه اواست فرانس (Avast France) نیز اعضای تحریریه خود را در مالکیت روزنامه شریک کردند. روزنامه گاردین (Gaurdian) در انگلستان، مجله اشپیگل (Shpigel) در آلمان، روزنامه آساهی شیمبون (Asahi Shimbun) در ژاپن و روزنامه الاهرام در مصر، نمونه‌های مشارکت روزنامه‌نگاران در مالکیت مطبوعات است که به پیروی از لوموند اتفاق افتاده است. البته هنوز روزنامه‌هایی همچون نیویورک تایمز (Newyork Times)، واشنگتن پست (Washington Post) و ایج ملبورن (The Age) وجود دارند که دارای صاحبانی قدرتمند و خودرأی هستند

اما با پیشینه حرفه‌ای، موفقیت تجاری و کیفیت عالی، توانسته‌اند مستقل باقی بمانند. (واکر، ۱۳۸۲: ۲۱۴-۲۱۵)

در ایران، در سال ۱۳۴۵ شمسی، روزنامه آیندگان به صورت سهامی، تاسیس و سهام آن به طور محدودی میان برخی روزنامه‌نگاران توزیع شد (میلانی، ۱۳۸۵: ۲۹۲). روزنامه همشهری نیز به تازگی در تیر ماه سال ۱۳۸۶، هر یک از روزنامه‌نگاران و کارکنان خود را مالک ۲۰۰ سهم از سهام روزنامه کرده است. با این حال، مشارکت روزنامه‌نگاران ایرانی در مالکیت روزنامه خود، همه‌گیر نشده است.

اغلب صاحبان امتیاز روزنامه‌های ایران، در ابتدای کار، تجربه و تخصص لازم روزنامه‌نگاری را ندارند. آن‌ها با این استدلال که در برابر قانون پرابهام مطبوعات، پاسخگو هستند، برای حفظ تنها مزیت خود، با هرگونه مشارکت دادن روزنامه‌نگاران در سیاست‌گذاری‌ها مخالفتند؛ اما به این دلیل که تجربه کار مطبوعاتی ندارند، تصمیم‌گیری‌ها را به عهده ناشران می‌گذارند. ناشران نیز که قانون اصلاً موجودیت آن‌ها را در مطبوعات به رسمیت نمی‌شناسد، برای پرهیز از پیچیدگی در رابطه مالی خود با صاحبان امتیاز و روزنامه‌نگاران، زیر بار مشارکت مالکانه تحریریه نمی‌روند (نمکدوست، ۷۷-۱۳۷۶: ۱۳۴). از آن سو، دستمزد روزنامه‌نگاران ایرانی نسبت به کشورهای که مطبوعات توسعه یافته‌ای دارند، بسیار ناچیز است. آن‌ها ناچارند در بیش از یک نشریه کار کنند و حتی گاهی به کاری نامتناسب با روزنامه‌نگاری دست بزنند تا بتوانند مخارج زندگی را تأمین کنند یا حتی به انجام اعمالی مخالف با اخلاق حرفه‌ای وادار شوند. روزنامه‌نگاری، حرفه‌ای است که مانند قضاوت، در صورت تأمین نشدن حداقل‌های زندگی، راه‌های انحراف و سوءاستفاده از آن به راحتی باز می‌شود (فوقانی، زمستان ۱۳۷۰: ۱۸).

حرفه‌ای بودن روزنامه‌ها، تنها به عوامل درونی سازمان روزنامه بستگی ندارد. سانسور و قدرت ندادن حکومت به شکل‌های حرفه‌ای مستقل، دو عامل از این مجموعه عوامل بیرونی است. یکی از مهمترین موارد سانسور در روزنامه‌نگاری امروز ایران، قانون کسب امتیاز انتشار روزنامه است. انواع دیگر سانسور، همکاری نکردن دستگاه‌ها در دادن اطلاعات به خبرنگاران، توقیف مطبوعات یا روزنامه‌نگاران، متغیر بودن گستره خطوط قرمز و ابلاغ‌های غیر رسمی به روزنامه‌ها است.

تا پیش از رواج روزنامه‌نگاری تجاری، اشخاص با هدف‌های سیاسی خاص یا جاه‌طلبی‌های شخصی، مطالب خود را به روزنامه‌ها می‌دادند و روزنامه‌ها به جز یکی دو مدیر و چند کارمند فنی، اعضای ثابتی نداشتند. اما با تجاری و پرتیراژ شدن روزنامه‌ها، استفاده منظم از خبرنگاران و نویسندگان خبری لازم شد و روابط مالی بین صاحبان روزنامه و اعضای تحریریه تغییر کرد. نویسندگان چون عضو ثابت تحریریه شده بودند، بر اساس قرارداد، حقوق مرتب و معین دریافت کردند. حقوق ثابت، باعث استحکام وضع متزلزل فعالیت همکاران خبری مطبوعات شد و کار روزنامه‌نگاری به صورت یک شغل تخصصی درآمد. به تدریج مشخص شد که بر خلاف روابط عادی دریافت دستمزد که تبعیت کارگر از کارفرما را به همراه دارد، روزنامه‌نگاری با هر گونه رابطه حرفه‌ای تبعیت‌آمیز و اطاعت‌انگیز، مغایر است و روزنامه‌نگار، علاوه بر تخصص در حرفه، به تعهد و مسؤولیت وجدانی برای خدمت به جامعه، اهمیت می‌دهد (معمدنژاد، پاییز ۱۳۷۵: ۶۵).

رویکرد فرهنگی به مدیریت، یکی از بهترین شیوه‌های مدیریت در مطبوعات است؛ این رویکرد، سازمان روزنامه را مشابه یک فرهنگ می‌داند. در دهه ۱۹۹۰، این مقوله وارد بحث‌های آکادمیک شد. (شانکلمن، ۱۳۸۲: ۳-۱۳) فرهنگ سازمانی، الگوی منحصر به فردی از مفروضات، ارزش‌ها و هنجارهای مشترک است که فعالیت‌های جامعه‌پذیری، زبان، نمادها و عملیات یک سازمان را شکل می‌دهد و سیستمی از استنباط مشترک است که اعضا از سازمان دارند. (حقیقی، ۱۳۸۳: ۵۱۶) نکته مهم این است که برای رسیدن به موفقیت سازمانی، تنها یک قاعده فرهنگی وجود ندارد. فرهنگ سازمانی، الگویی از مفروضات اساسی است که با تلاش گروه معینی، کشف و اختراع شده یا توسعه یافته است؛ به طوری که به افراد آن گروه، انطباق با محیط خارجی و انسجام درونی را می‌آموزد.

سازمان‌های مطبوعاتی از نظر هویت، رسالت و نوع کارکرد، به کلی متفاوت از سازمان‌های تولیدی یا خدماتی هستند. مباحثی مانند شیوه به‌کارگیری مدیران عالی و میانی و انتصابی یا انتخابی بودن آن‌ها، میزان مشارکت روزنامه‌نگاران به عنوان اصلی‌ترین اجزای مطبوعات در تصمیم‌گیری‌ها و میزان استقلال یا وابستگی اقتصادی و سیاسی مطبوعات به نهادهای دیگر جامعه، به آن اندازه که در فرهنگ سازمانی مطبوعات اهمیت دارند، در سایر سازمان‌ها مهم نیستند (محکی، ۱۳۷۷: ۱۵۳-۱۵۴).

سازمان روزنامه، دو قسمت عمده اقتصادی و تحریری دارد و به همین دلیل، دارای دو نوع مدیریت تحریری و مدیریت کلی سازمان است. سردبیر، تنها مدیریت تحریریه را به عهده دارد؛ اما اختیار کل سازمان روزنامه را ناشران، صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سرمایه‌گذاران در دست دارند. معمولاً آن‌ها یک مدیر عامل برای مدیریت سازمان روزنامه تعیین می‌کنند تا در کنار مدیر مسئول، به امور اجرایی روزنامه بپردازد. مدیر باید بداند که هدف سازمان، خدمت به مردم به دلایل اجتماعی و فرهنگی است. مدیر یک روزنامه نه تنها باید تا حدودی با تخصص افراد و اعضای سازمان روزنامه آشنایی داشته باشد بلکه باید دارای آگاهی و بینش اقتصادی نیز باشد تا سازمان مطبوعاتی را به ورشکستگی نکشاند.

در اغلب روزنامه‌ها در سراسر دنیا، سردبیر در پذیرش یا رد مطالب تحریریه، حرف آخر را می‌زند و ممکن است توصیه یا نصیحت بشنود یا درباره تصمیم‌های اساسی در جمع‌های کوچک و بزرگ، با تحریریه مشورت کند (رنдал، ۱۳۸۲: ۳۹۷ و ۴۱۰). در هر حال، تحریریه باید تابع امر دبیر و سردبیر باشد و این تابعیت یکی از موارد حرفه‌ای بودن روزنامه‌نگار است. خبرنگار حق دارد درباره موضوعی که به او محول می‌شود تمام تلاش خود را به کار بگیرد تا دبیر یا سردبیر را برای پرداختن به آن موضوع، منصرف کند. اما اگر این‌ها هم تأثیر نکرد، چاره‌ای جز پذیرش آن نظر و انجام کار مطابق خواست سردبیر، یا استعفا و ترک محل کار نیست (رنдал، ۱۳۸۲: ۹۸).

آن چه سردبیر لازم دارد، دست کم، شامل آگاهی و تجربه روزنامه‌نگاری، شناخت خوب فرهنگ و تاریخ و مسائل روز کشور و جهان، توانایی در مدیریت افراد مجموعه تحریریه و قدرت هدایت محتوای روزنامه است. سردبیر باید مدام در تحریریه حاضر و در سرویس‌های گوناگون در پی کسب آخرین اخبار باشد. (Block, 2001: 185-187) سردبیر یک مدیر است و قواعد مدیریتی ایجاب می‌کند که همیشه عدالت را در تحریریه برقرار کند یا مثلاً هیچ‌گاه تقصیر کاری را که غلط از آب در می‌آید، به گردن دیگران نیاندازد. یک سردبیر باید علاوه بر مدیر تحریریه، رهبر آن هم باشد و نوعی شخصیت کاریزماتیک داشته باشد (رنдал، ۱۳۸۲: ۳۹۹-۴۱۴). همه این موارد، جزئی از فرهنگ سازمانی خاص مطبوعات هستند.

در اغلب روزنامه‌ها و نشریات دولتی، ابتدا مدیری برای اداره سازمان روزنامه منصوب می‌شود و پس از آن حکم مدیر مسئولی روزنامه به نامش صادر می‌شود. وجهه مدیریتی و

دولتی این مدیران بسیار پررنگ‌تر از وجهه مطبوعاتی آن‌ها است. تجربه روزنامه‌نگاری غیردولتی نیز نشان داده است که سیاستمداران در بر عهده گرفتن نقش مدیر مسؤولی، بر روزنامه‌نگاران حرفه‌ای ترجیح داده می‌شوند. مدیران مسؤول غیر حرفه‌ای، بدون توجه به فرهنگ سازمانی مطبوعات، به سازمان روزنامه همانند یک اداره دولتی می‌نگرند (قندی، ۱۳۷۱: ۶۰-۶۱؛ بهرامپور، ۱۳۸۴: ۱۴۹-۱۷۸).

تاریخچه زندگی مدیران مسؤول هم نشان می‌دهد آن‌ها هنگامی که از دنیای سیاست وارد مدیریت روزنامه‌ها شدند، کمتر آشنایی با فعالیت‌های مطبوعاتی داشته‌اند (خانیکی، ۱۳۷۱: ۱۸۳-۱۸۴). دو مؤلفه روزنامه‌نگار حرفه‌ای بودن، یعنی داشتن درآمد اصلی از راه روزنامه‌نگاری و استمرار در این کار که دو رکن تعریف روزنامه‌نگاری حرفه‌ای است، در مورد اغلب مدیر مسؤولان صدق نمی‌کند.

نبود الگوی مشخص مدیریت برای اداره مطبوعات و روزنامه‌های پرتیراژ، به کار نگرفتن نیروهای متخصص روزنامه‌نگاری در جایگاه حرفه‌ای معین و مشخص در مطبوعات، تبدیل کردن سازمان تحریری روزنامه‌های پرتیراژ به تشکیلات خشک اداری، سیاسی عمل کردن مدیران برخی از مطبوعات و دور بودن آن‌ها از مقوله بی‌طرفی و انعکاس صادقانه رویدادها و اخبار گوناگون سیاسی و اجتماعی در جامعه، از مشکلات مهم مدیریتی روزنامه‌های ایران است (بدیعی دزفولی، ۱۳۷۱: ۱۸۸-۲۲۵).

با این حال، مشکل مدیریت مطبوعات در ایران، تنها مسائل درونی روزنامه‌ها نیست. اساسی‌ترین مشکل مطبوعات در ایران، وجود نظام پیش‌گیرانه و اعطای مجوز به نشریات است. در این نظام، سردبیر نمی‌تواند به دستورات مدیر مسؤول گوش نسیپارد؛ چون در نهایت، او مسؤول مطالب روزنامه نیست و مدیر مسؤول است که باید در دادگاه مطبوعات از مطالب منتشر شده دفاع کند. برچیده شدن نظام اعطای مجوز به مطبوعات نیز با تحول ریشه‌ای در نظام سیاسی و اجتماعی کشور و دموکراتیزه شدن آن عملی می‌شود. (بدیعی دزفولی، ۱۳۷۱:

۱۹۳)

بر پایه این رهیافت‌های نظری و تجربی، می‌توان در پی ساختن شاخصی بود که نشان‌دهنده مدیریت حرفه‌ای مطبوعات باشد. برای این کار باید ابتدا مؤلفه‌های مدیریت حرفه‌ای روزنامه را مشخص کرد؛ این مؤلفه‌ها در جدول ۱ در چهار زمینه مؤلفه‌های حرفه‌ای، مدیریتی،

اقتصادی و برون سازمانی، فهرست شده‌اند. به این ترتیب، می‌توان گفت مدیریت یک روزنامه، هنگامی حرفه‌ای است که به گزاره‌های موجود در جدول ۱ یا بخش اعظمی از آن‌ها عمل کند. البته باید تأکید کرد که این جدول، کامل نیست؛ اما می‌تواند طرحی برای این گونه مباحث باشد و از مؤلفه‌های آن برای رد یا اثبات فرضیه تحقیق، استفاده شود. فرضیه پژوهش حاضر این است که «رفتار مدیران روزنامه‌های سراسری کشور حرفه‌ای نیست». اما چون این فرضیه، بسیار کلی است، با عبارات زیر به صورت مشخص‌تری درآمد:

فرضیه پژوهش: رفتار مدیران روزنامه‌های سراسری که از سوی روزنامه‌نگاران این روزنامه‌ها توصیف شده، با آن چه صاحب‌نظران روزنامه‌نگاری درباره روزنامه‌نگاری حرفه‌ای توصیه می‌کنند، متفاوت است.

جدول ۱ - مؤلفه‌های نشان دهنده حرفه‌ای بودن مدیریت یک روزنامه

مؤلفه‌های حرفه‌ای

- وظیفه اصلی روزنامه‌نگاران، آگاه کردن مردم است. در حقیقت آن‌ها نماینده مردم در رویارویی با مسئولان هستند.
- روزنامه‌نگاران به نیازها و خواسته‌های مردم در ارائه اطلاعات، بیشتر از هر خواسته‌ای اهمیت می‌دهند. آن‌ها مطیع و مقهور دستگاه‌ها و نهادها برای پوشش اخبار نیستند.
- روزنامه‌نگاران نباید منافع شخصی و گروهی خود را به منافع عمومی ترجیح دهند.
- روزنامه‌نگاران به حیثیت فردی و زندگی خصوصی افراد، صدمه نمی‌زنند.
- برای روزنامه‌نگاران ذکر منبع اخبار و اطلاعات، واجب است.
- همه کسانی که در روزنامه‌ها بر محتوای روزنامه تأثیر می‌گذارند، به تناسب تخصص خود، با مهارت‌های روزنامه‌نگاری از جمله خبر، گزارش، مصاحبه، عکس، مدیریت اخبار و تیتراژ، آشنا هستند.
- برای کار روزنامه‌نگاران، قید و جدانی وجود دارد.

مؤلفه‌های مدیریتی

- مدیران روزنامه‌ها، برای مدیریت سازمان روزنامه، مثل هر سازمان دیگری، برنامه

مشخصی دارند؛ شرح وظایف اعضای آن‌ها مشخص شده است؛ تصمیم‌گیری‌های آن‌ها با مشورت با اعضای سازمان همراه است و اعضا به میزان اقتداری که دارند، مسؤلیت نیز می‌پذیرند.

- روزنامه‌نگاران در تصمیم‌های مربوط به تحریریه، شریک هستند.
- مدیران روزنامه‌ها با توجه به فرهنگ سازمانی مطبوعات، محیط شاداب و انگیزه‌دهنده‌ای در تحریریه ایجاد می‌کنند و چندان به تنبیه نمی‌اندیشند.
- مدیران روزنامه‌ها همیشه در دسترس روزنامه‌نگاران هستند.

مؤلفه‌های اقتصادی

- معیشت متوسط یک روزنامه‌نگار، باید با درآمد حاصل از کار در یک روزنامه تأمین شود.
- وضعیت دستمزد، روزنامه‌نگاران را به انجام حرکت‌های خلاف اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری وادار نمی‌کند.
- قراردادهای روزنامه‌نگاران طوری است که آن‌ها، امنیت شغلی نسبی را احساس می‌کنند و در صورت اختلاف با مدیران روزنامه، می‌توانند آن را به دادگاه ارائه کنند.
- وضعیت امکانات حرفه‌ای و خدماتی روزنامه‌ها، روزنامه‌نگاران را راضی نگه می‌دارد.
- روزنامه‌نگاران، در مالکیت مطبوعات شریک هستند.
- تصمیم‌های سازمان آگهی‌های یک روزنامه درباره محتوای روزنامه، از تصمیم‌های تحریریه یک روزنامه، مهمتر نیست.

مؤلفه‌های برون سازمانی

- روزنامه‌نگاران آزادند اطلاعات غیر محرمانه رسمی را جمع‌آوری و سپس بدون سانسور منتشر کنند.
- شرایط اخلاقی و حرفه‌ای مطبوعاتی را یک نظام مطبوعاتی، مشخص و بر اجرای آن نظارت می‌کند.
- روزنامه‌نگاران دارای تشکل‌های صنفی قدرتمند و همه‌گیری هستند که برای تحقق خواسته‌های صنفی و حرفه‌ای آن‌ها، تلاش می‌کنند.

روش تحقیق

روش تحقیق حاضر، بر اساس مطالعه زمینه‌یابی یا پیمایش (Survey) انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش، روزنامه‌نگاران تهرانی شاغل در روزنامه‌های سراسری با موضوعات عمومی بود. نمونه‌گیری پژوهش به صورت تصادفی اما همراه با سوگیری ناشی از پاسخ‌های افراد داوطلب، انجام شده است. طبق نتایج تازه‌ترین تحقیقی که دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها در اواخر سال ۱۳۸۴ درباره تعداد شاغلان مطبوعات کشور انجام داده است، در تهران، تعداد اعضای تحریریه نشریات که دارای سمت‌های بالاتری از خبرنگار، همچون دبیر سرویس، معاون سردبیر و سردبیر نیستند، ۲۱۵۷ تن است (بهرامپور، ۱۳۸۶: ۸۴). بنا به اطلاع معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تعداد نشریات سراسری تهران، ۸۳۴ عنوان است. طبق آماري که مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها به پژوهشگران ارائه می‌کند و با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران (Cochran) (رفیع‌پور، ۱۳۸۱: ۳۸۳) انجام می‌شود، نمونه آماری این جامعه آماری باید شامل ۸۰ تن از روزنامه‌نگاران باشد. در این فرمول، درجه اطمینان برای t به اندازه ۲ و درجه ۵/۹۵ برای درصد اطمینان در نظر گرفته شده است. برای انتخاب نهایی نمونه‌ها، بیش از ۱۲۰ پرسشنامه در تحریریه‌های روزنامه‌های جامعه آماری، توزیع و پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، مجموعاً تعداد ۸۰ پرسشنامه به طور تصادفی انتخاب شد.

به منظور یافتن معیاری برای حرفه‌ای بودن مدیریت مطبوعات، از دیدگاه‌های صاحب‌نظران روزنامه‌نگاری که استاد و مدرس دانشکده‌ها و مؤسسات آموزش عالی هستند، استفاده شد. اعضای هیأت علمی گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی که یک مرکز کلاسیک روزنامه‌نگاری است، بخش آموزشی مرکز مطالعه و توسعه رسانه‌ها وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که نگاه دولتی بر آن حاکم است و گروه ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، به عنوان یک مرکز آموزشی غیر دولتی، جامعه آماری صاحب‌نظران روزنامه‌نگاری را تشکیل داده‌اند. از میان اعضای هیأت علمی این سه مرکز، ۲۰ استاد برای تعریف معیار حرفه‌ای بودن مطبوعات انتخاب شدند و پرسشنامه‌های متفاوتی با پرسشنامه روزنامه‌نگاران، بین آن‌ها توزیع شد.

پرسش‌هایی که در پرسشنامه پژوهش، برای ساختن شاخص حرفه‌ای بودن مطبوعات به

کار رفت، با توجه به پرسشنامه روزنامه‌نگاران، به صورت طیف پنج گزینه‌ای لیکرت، تهیه شده بود که پاسخگویان می‌بایستی پاسخ‌های خود را از «بسیار زیاد» تا «بسیار کم» یا «کاملاً موافق» تا «کاملاً مخالف» در این پرسش‌ها مشخص می‌کردند.

یافته‌ها

در میان ۸۰ روزنامه‌نگاری که نمونه آماری این پیمایش را تشکیل دادند، میانگین سابقه کار، بیش از ۸ سال (۶۱/۸ سال) بود. میانگین سن پاسخگویان نیز ۳۰ سال و نیم بود. سابقه کار و سن پاسخگویان نشان می‌دهد که اغلب اعضای تحریریه‌های روزنامه‌ها جوان هستند و این نشان‌دهنده کم بودن عمر روزنامه‌نگاری در ایران است. در پاسخگویان، تعداد زنان و مردان تقریباً به طور مساوی تقسیم شده است. مدرک تحصیلی یا مقطع تحصیلی ۸۰ درصد پاسخگویان روزنامه‌نگار، کارشناسی است و تعداد بسیار کمی از آن‌ها (۵ درصد) تحصیلات دانشگاهی ندارند. بنابراین می‌توان گفت که روزنامه‌نگاران، جزو شاغلان تحصیلکرده هستند. البته حدود نیمی از پاسخگویان، تحصیلاتی بی‌ارتباط با روزنامه‌نگاری داشته‌اند. سه چهارم پاسخگویان نیز به طور قراردادی در استخدام روزنامه‌های خود بوده‌اند. کسانی که به صورت رسمی به استخدام درآمده بودند، همه در روزنامه‌های دولتی کار می‌کردند.

یکی از اصول اخلاقی حرفه روزنامه‌نگاری، اهمیت دادن به وظیفه و مسؤولیت آگاهی‌دهی عمومی است. حدود نیمی از پاسخگویان گفته‌اند که در روزنامه‌نگاری ایران، مسؤولیت آگاهی‌دهی عمومی مطبوعات، شعاری بیش نیست یا گفته‌اند این عبارت، بیشتر شعار است و کمتر به آن عمل می‌شود. هیچ یک از پاسخگویان این اعتقاد را ندارند که به آگاهی‌دهی عمومی، کاملاً عمل می‌شود.

ذکر منبع اخبار، امری فوق‌العاده حرفه‌ای محسوب می‌شود و تنها حدود ۹ درصد روزنامه‌نگاران، اهمیت ذکر منبع را در ایران، «بسیار زیاد» عنوان کرده‌اند. ۴۰ درصد پاسخگویان، عضو هیچ تشکیلات روزنامه‌نگاری نیستند. بیش از نیمی از آن‌ها عملکرد تشکیلاتی روزنامه‌نگاری را برای تحقق خواسته‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، به میزان بسیار کم یا کمی مفید دانسته‌اند. بیش از نیمی هم میزان مؤثر بودن اعتصاب و اعتراض‌های جمعی را کم یا بسیار کم دانسته‌اند.

بیش از ۹۰ درصد پاسخگویان گفته‌اند که انتخاب سردبیر، شورای سردبیری و دبیران سرویس‌ها در روزنامه‌هایشان به صورت انتصابی است. حدود ۶۰ درصد پاسخگویان، موافق یا کاملاً موافق بودند که سردبیر روزنامه آن‌ها با رأی‌گیری انتخاب شود. اما نزدیک به ۳۰ درصد آن‌ها، مخالف یا کاملاً مخالف بودند که انتخاب سردبیر، از طریق رأی‌گیری انجام شود. می‌توان چنین نتیجه گرفت که درصد قابل توجهی از روزنامه‌نگاران، نسبت به تصمیم‌های جمعی اعضای تحریریه، بدبین هستند. درباره مشارکت در مالکیت مطبوعات، روزنامه‌نگاران، بیش از آن که خواهان سهام روزنامه‌ها باشند، خواستار تعادل دستمزد با میزان کاری که انجام می‌دهند، هستند. در پاسخ به این پرسش که اگر فرضاً خط مشی یک روزنامه بر خلاف خواست روزنامه‌نگاران، تغییر کند، آن‌ها چه می‌کنند، تنها نزدیک به ۳ درصد پاسخگویان گفته‌اند که علاوه بر استعفا، ادعای خسارت هم می‌کنند. این امر نشان می‌دهد که روزنامه‌نگاران کشور به کلی با قید وجدانی که یکی از ارکان استقلال روزنامه‌نگاری است، بیگانه‌اند.

حدود ۶۵ درصد پاسخگویان، کاملاً موافق و حدود ۲۰ درصد آن‌ها نیز موافق بودند که نهادها و سازمان‌ها وقتی موضوعی را نپسندند، در آن باره اطلاعاتی به روزنامه‌نگاران نمی‌دهند. پاسخگویان، غالباً نامه‌های محرمانه و خود سانسوری روزنامه‌نگاران را شیوه‌های معمول‌تر اعمال نظر و به عبارت دیگر، سانسور در مطبوعات دانسته‌اند. ۹۷ درصد پاسخگویان تأیید کرده‌اند که در محتوای مطبوعات کشور به طرق مختلفی اعمال نظر می‌شود. حدود ۷۰ درصد هم گفته‌اند که خطوط قرمز فعلی مطبوعات، در حد مسائل روزمره و جاری جامعه است.

تنها حدود ۴۰ درصد پاسخگویان گفته‌اند که اگر فرزند، دوست یا یکی از نزدیکانشان بخواهد روزنامه‌نگار شود، او را زیاد یا بسیار زیاد به این کار تشویق خواهند کرد و این نشان‌دهنده نارضایتی از شرایط حرفه‌ای روزنامه‌نگاری است. ۵۵ درصد پاسخگویان گفته‌اند که طرفدار کار در یک روزنامه‌اند و تنها ۱۰ درصد اعلام کرده‌اند باید در چند روزنامه کار کرد. با این حال، حدود ۴۵ درصد پاسخگویان، در بیش از یک جا کار می‌کنند. ۸ درصد پاسخگویان در سه جا و ۵ درصد هم در بیش از سه جا مشغول به کارند.

حدود نیمی از پاسخگویان جواب داده‌اند که در آخر وقت کاری، «بسیار زیاد» احتمال

می‌دهند که از فردا نتوانند در روزنامه خود کار کنند یا روزنامه‌شان دیگر منتشر نشود. در مجموع، ۶۵ درصد پاسخگویان، احتمال بی‌کار شدن در فردای آن روز را «زیاد» و «بسیار زیاد» دانسته‌اند. این مورد نشان‌دهنده سطح بسیار پایین امنیت شغلی در روزنامه‌نگاری است. حدود ۶۰ درصد پاسخگویان جواب داده‌اند که درآمدی «کمتر» یا «بسیار کمتر» از هم‌دوره‌های دوران تحصیلشان دارند. بیش از نیمی از پاسخگویان، قرارداد کاری ندارند تا در مواقع لزوم به مراجع قانونی شکایت کنند. بیش از یک سوم آن‌ها پاسخ داده‌اند که «زیاد» و «بسیار زیاد» پیش آمده است که حقوق اعضای تحریریه روزنامه‌شان با تأخیر بیش از یک ماه، پرداخت شود.

حدود سه‌چهارم پاسخگویان گفته‌اند که مدیران روزنامه‌شان در مواقع بحرانی و تعطیلی روزنامه، «کم» و «خیلی کم» به فکر اوضاع معیشتی آن‌ها خواهند بود. روزنامه‌های حدود نیمی از آن‌ها کتابخانه ندارند. روزنامه‌های بیش از یک‌سوم آن‌ها، آموزش‌های ضمن خدمت روزنامه‌نگاری ندارند. بیش از نیمی از آن‌ها کیفیت و کمیت امکانات فردی خبرنگاری را در روزنامه خود، «کم» و «بسیار کم» ارزیابی کرده‌اند. ۸/۲۸ درصد هم گفته‌اند که تعداد کامپیوترها و خطوط تلفن در روزنامه‌شان، «کم» و «بسیار کم» است.

حدود ۷۰ درصد پاسخگویان گفته‌اند که مدیر مسئول روزنامه‌شان، وجهه غیر مطبوعاتی پررنگ‌تری دارد. حدود نیمی از پاسخگویان معتقد بوده‌اند که در روزنامه‌شان به برنامه‌ریزی، اهمیتی داده نمی‌شود. تنها ۸ درصد اعلام کرده‌اند که مدیر مسئول و سردبیر، «زیاد» و «بسیار زیاد» با اعضای تحریریه مشورت می‌کنند. ۱۵ درصد پاسخگویان، اصلاً موردی از این نشست‌های مشورتی را به خاطر نمی‌آورند و ۴۵ درصد هم گفته‌اند که جلسات مشورتی «کم» یا «بسیار کم» انجام می‌شود.

۶۷/۵ درصد پاسخگویان، موافق و کاملاً موافقت می‌کنند که مدیران روزنامه آن‌ها بیش از این که به نظر مردم اهمیت دهند، به نظر دستگاه‌های رسمی گرایش دارند. ۵/۲۲ درصد پاسخگویان گفته‌اند که مدیر مسئول روزنامه‌شان با روزنامه ارتباطی ندارد. سه‌چهارم پاسخگویان گفته‌اند که مدیر روزنامه‌شان، تنبیه را بیشتر از تشویق به کار می‌گیرد. حدود ۴۰ درصد پاسخگویان جواب داده‌اند که در روزنامه‌شان افراد با دانش و تجربه یکسان، «کم» و «بسیار کم» حقوقی برابر با هم می‌گیرند. حدود دو‌سوم پاسخگویان تلویحاً پذیرفته‌اند که کم و بیش، «زیاد» یا «بسیار

زیاد» اتفاق می‌افتد که مدیران مسؤول، اخباری را به نفع آشنایان و دوستان خود در روزنامه جای دهند. بیش از سه‌چهارم پاسخگویان گفته‌اند که کم و بیش، «زیاد» یا «بسیار زیاد» اتفاق می‌افتد که آگهی‌دهندگان یا سیاستمداران موفق شوند اخبار مثبتی را به نفع خود در روزنامه چاپ یا مطالب منفی را حذف کنند.

بیش از نیمی از پاسخگویان گفته‌اند که ارضای نیازهای فرهنگی، درونی و فکری، مهمترین اولویت و دلیل آن‌ها برای ورود به حرفه روزنامه‌نگاری بوده است. هیجان داشتن کار روزنامه‌نگاری، اولویت بعدی پاسخگویان بوده است. ۵/۵۷ درصد پاسخگویان گفته‌اند که مهمترین مشکل مطبوعات ایران، سانسور، توقیف مطبوعات و دخالت مستقیم دولت از راه هیأت نظارت بر مطبوعات است. پاسخگویان پس از سانسور، مناسب نبودن وضع معیشتی روزنامه‌نگاران را مشکل مطبوعات فعلی ایران دانسته‌اند.

پس از توصیف هر یک از پرسش‌های پرسشنامه که متغیرهای پیمایش این پژوهش را تشکیل می‌دهند، با آزمون همبستگی پیرسون، میزان همبستگی همه پرسش‌ها با ۹۵ درصد اطمینان به دست آمد. برای تعیین سهم اجزای پاسخ‌های یک متغیر مستقل در پاسخ‌های یک متغیر وابسته نیز از آزمون کای-اسکویر با درجه اطمینان ۹۵ درصد و با شیوه ادغام گزینه‌های طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت استفاده شد. با استفاده از آزمون t دوطرفه نیز تاثیر دولتی بودن بر هر متغیر پرسشنامه، آزمون شد. با نتایجی که از محاسبه ضریب همبستگی پیرسون، کای - اسکویر و t دوطرفه به دست آمد، مدیریت مطبوعات به دو نوع روزنامه‌های دولتی و حکومتی و روزنامه‌های غیر دولتی، دسته‌بندی شد. تفاوت مدیریت روزنامه‌های دولتی و غیر دولتی، مشخصاً با آزمون‌های کای - اسکویر و t سنجیده شد که نتایج به شرح زیر است:

در روزنامه‌های دولتی، قراردادهای محکم‌تری با روزنامه‌نگاران بسته می‌شود؛ امکانات رفاهی و حرفه‌ای بیشتری در اختیار روزنامه‌نگاران است و وجهه مدیران مسؤول، بیشتر از وجهه مدیران مسؤول روزنامه‌های غیر دولتی است. هنگام توقیف یا تعطیل، حمایت‌های شغلی و معیشتی بیشتری از روزنامه‌نگاران روزنامه‌های دولتی صورت می‌گیرد. در این روزنامه‌ها، احتمال تأخیر در پرداخت حقوق، کمتر است. دیران سرویس‌های روزنامه‌های دولتی، بیشتر از روزنامه‌های غیر دولتی، مسؤولیت می‌پذیرند. مدیران، کمتر برای قضاوت

محتوای روزنامه به دستگاه‌های رسمی توجه دارند. نشست با اعضای تحریریه، بیشتر انجام می‌شود. روزنامه‌نگاران روزنامه‌های دولتی، میزان مؤثر بودن اعتصاب در پیش رفتن کار خود را کمتر می‌دانند. احتمال بی‌کار شدن از فردا کمتر است و روزنامه‌نگاران، بیشتر فرزندان و دوستان خود را برای روزنامه‌نگار شدن تشویق می‌کنند.

برای آزمون فرضیه پژوهش، آن را به صورت عملیاتی زیر تعریف کردیم:
فرضیه: بین میانگین‌های شاخص حرفه‌ای بودن مدیریت مطبوعات که با ادغام پاسخ‌های روزنامه‌نگاران منتخب روزنامه‌های سراسری و عمومی محاسبه شده و میانگین‌های این شاخص که به طور مشابه با ادغام پاسخ‌های استادان روزنامه‌نگاری به دست آمده است، تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

معنی‌دار بودن یا نبودن این تفاوت میانگین‌ها با آزمون t مشخص شد. مقدار t به دست آمده به مقدار $۶۷۸/۸$ با درجه آزادی ۹۸ و درجه اطمینان ۹۵ درصد، معنی‌دار بود.

$$t = ۸/۶۷۸ \quad df = ۹۸ \quad Sig < ۰/۰۵$$

به عبارت دیگر، بین میانگین‌های شاخص حرفه‌ای بودن مدیریت مطبوعات، نزد روزنامه‌نگاران و میانگین‌های همین شاخص نزد استادان روزنامه‌نگاری، تفاوت معنی‌داری وجود داشت. بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که فرضیه اصلی تحقیق نیز ثابت شده است؛ یعنی رفتار مدیران روزنامه‌های سراسری و عمومی ایران، با آن چه صاحب‌نظران روزنامه‌نگاری از مدیریت حرفه‌ای مطبوعات انتظار دارند، متفاوت است.

پس از آزمون‌های آماری، برای سنجش روایی پژوهش، ضریب آلفای کرونباخ (Cronbach's Alpha) محاسبه شد. این ضریب برای پرسشنامه استادان روزنامه‌نگاری، $۰/۸۴۲۵$ و برای پرسشنامه روزنامه‌نگاران، $۰/۷۴۹۸$ بود که نشان‌دهنده روایی بالای پرسشنامه‌ها است.

نتیجه‌گیری

مدیریت فعلی روزنامه‌های کشور، آمیختگی بسیار زیادی با سیاست دارد. از نظر شیوه مدیریت می‌توان روزنامه‌های ایران را به دو گروه روزنامه‌های دولتی و روزنامه‌های غیردولتی

تقسیم کرد. مدیران روزنامه‌های دولتی، بر اساس منافع یا خط‌مشی‌های سیاسی دولت و حکومت و در آن سو، مدیران روزنامه‌های غیردولتی نیز بر اساس موازین سیاسی و نه جنبه‌های حرفه‌ای، انتخاب می‌شوند. روزنامه‌ها برای باقی ماندن، نیاز به پشتوانه‌ای سیاسی دارند. حمایت سیاسی از روزنامه‌ها باعث می‌شود که روزنامه‌نگاران آن روزنامه‌ها استقلال خود را از دست بدهند و از موازین حرفه‌ای خود دور شوند. عملکرد دولت‌ها و حکومت‌ها نیز تاکنون، به جز موارد بسیار محدود، به گونه‌ای بوده است که موانع حرفه‌ای نشدن مدیریت مطبوعات را بلندتر و محکم‌تر کرده است. حکومت‌ها با اعمال محدودیت‌های حقوقی، اقتصادی و صنفی یا سانسور روزنامه‌های منتقد و کمک اقتصادی به روزنامه‌های طرفدار خود، مانع تحقق آزادی بیان و رقابت سالم اقتصادی مطبوعات شده‌اند. یافته‌های این پژوهش نیز حرفه‌ای نبودن مولفه‌های مختلف مدیریت مطبوعات را تأیید می‌کند.

پیشنهادها

جای تحقیقات بومی و مبتنی بر مشکلات واقعی روزنامه‌نگاری در ایران، در نظام پژوهشی کشور بسیار خالی است. کشور ما با سابقه بیش از ۱۵۰ سال انتشار روزنامه و بیش از ۴۰ سال آموزش روزنامه‌نگاری، هنوز در بسیاری از شاخه‌ها با کمبود متون پژوهشی و حتی آموزشی، روبه‌رو است. بین روزنامه‌نگاری در عمل و آن چه به طور نظری در کتاب‌های اغلب گردهم‌برداری شده از غرب آمده است، تفاوت بسیار زیادی وجود دارد. پژوهشگران باید با تحقیقات خود، فاصله این دو مقوله را پر کنند.

درباره مدیریت مطبوعات، کمبود فاحش ادبیات تحقیقی که بر اساس نیازهای بومی، تألیف و نه ترجمه شده باشند، مشهود است. از سوی دیگر باید گفت روزنامه‌نگاری همچون دیگر شاخه‌های علوم ارتباطات، به سرعت رشد و تغییر می‌کند و مترجمان کتاب‌ها و مقالات پژوهشی باید به سرعت خود را با تغییرات جهانی وفق دهند. روزنامه‌نگاری حرفه‌ای، استقلال روزنامه‌نگاری، اخلاق حرفه‌ای و حتی مهارت‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، در کشورهای مختلف، متفاوت است و محققان و مترجمان باید قوایات‌های متفاوت از این شاخه‌ها را به پژوهشگران ایرانی بشناسانند. شاید آن چه ما درباره روزنامه‌نگاری می‌دانیم، مربوط به فرهنگ

روزنامه‌نگاری در چند کشور اروپایی و امریکا باشد. اما تعداد کتاب‌های منتشر شده درباره روزنامه‌نگاری در کشورهایی همچون ترکیه، هند، مصر، مالزی و دیگر کشورهایی که از لحاظ فرهنگی و اقتصادی و اجتماعی، مشابهت‌های بیشتری با کشور ما دارند، بسیار محدود و انگشت‌شمار است.

اقتصاد روزنامه‌نگاری هنوز در ادبیات پژوهشی ما کم‌رنگ است. امروزه زیر ساخت‌های مطبوعات، در موفقیت آن‌ها بسیار مؤثرند اما در ایران چون روزنامه‌نگاری، بسیار سیاسی شده است، در آن کم‌تر به اقتصاد متکی به خود، پرداخته می‌شود.

تا سیاست‌ها و برنامه حکومت‌ها و عوامل برون‌سازمانی روزنامه‌ها، به سوی حرفه‌ای شدن روزنامه‌نگاری و به تبع آن، حرفه‌ای شدن مدیریت مطبوعات تمایلی پیدا نکنند و گامی برندارند، روزنامه‌نگاری در ایران، حرفه‌ای نخواهد شد و تلاش‌های روزنامه‌نگاران و تشکل‌های ضعیف و شکننده آن‌ها هم برای ایجاد مؤلفه‌های حرفه‌ای درون مطبوعات، ره به جایی نخواهد برد. در حال حاضر، روزنامه‌نگاران در شرایط معیشتی و حرفه‌ای خوبی به سر نمی‌برند و روزنامه‌نگاری نیز شرایط اخلاق حرفه‌ای و مدیریتی مطلوبی ندارد. برای اصلاح مدیریت مطبوعات و حرفه‌ای شدن آن‌ها، نه تنها باید بسیاری از قوانین فعلی تحول یابد و قوانین جدیدی بر اساس نیازهای جدید وضع شود، بلکه باید نوع نگاه قدرت سیاسی به مطبوعات و رسانه‌ها تغییر کند و نهادهای رسمی به جای این که مطبوعات را رقیب یا مخالف خود بدانند، به آن‌ها اعتماد کنند و انتقادهای آن‌ها را بپذیرند یا حداقل، از انتقادهای آن‌ها برآشفته نشوند. تا دموکراسی، قانونمندی و رعایت حقوق اساسی در فرایند مطلوبی قرار نگیرد و آزادی مطبوعات به صورت نهادمندی در نیاید، نمی‌توان از حرفه‌ای شدن و در نتیجه اعتماد جامعه به مطبوعات سخن گفت. بنابراین، پژوهش دیگری می‌توان پیشنهاد کرد که در آن یکسره به عوامل بیرونی محدودیت‌های مطبوعات پرداخته شود.

تمام این عوامل بیرونی و درونی، همچون زنجیره‌ای به هم پیوسته‌اند و برای اصلاح یک حلقه، باید حلقه پیشین را اصلاح کرد: برای توسعه حکومت و جامعه در همه ابعاد، به مطبوعاتی قدرتمند نیاز است؛ مطبوعات قدرتمند باید از نظر اقتصادی و حرفه‌ای، به خود

متکی باشند؛ برای خودکفایی مطبوعات، به اقبال و توجه مخاطبان نیاز است؛ مخاطبان به روزنامه‌ای توجه می‌کنند که حقایق را منعکس کند؛ انعکاس حقایق، در فضای باز و انتقادپذیر محقق می‌شود و این فضای باز را حکومت‌ها ایجاد می‌کنند.

منابع پژوهش

- ۱- بدیعی دزفولی، مینو. بررسی مسائل مدیریتی و تخصصی و آموزشی در مطبوعات ایران (مجموعه مقالات نخستین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۱.
- ۲- بیژنی، مریم. فکر آزادی مطبوعات. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۴.
- ۳- بهرامپور، شعبانعلی. مطبوعات در دوره اصلاحات، چالش‌ها و تحولات. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۴.
- ۴- بهرامپور، شعبانعلی. واحدها و شاغلان عرصه مطبوعات و خبرگزاری‌ها. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۸۶.
- ۵- پیکارد، رابرت جی. اقتصاد رسانه‌ها، مفاهیم و مسائل آن. ترجمه داوود حیدری. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۳.
- ۶- جلیلی، محمدرضا. وسایل ارتباط جمعی در کشور فرانسه. تهران: تحقیقات روزنامه‌نگاری، سال ۸، ش ۲۹ و ۳۰، مهر، آبان، آذر، دی، بهمن و اسفند ۱۳۵۱.
- ۷- حقیقی، محمدعلی، اعظم رحیمی نیک، بهاء‌الدین برهانی، کرد رستمی. مدیریت رفتار سازمانی. تهران: انتشارات ترمه، ۱۳۸۳.
- ۸- خان‌احمدی، علی. اصول اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری از دیدگاه روزنامه‌نگاران ایران، بررسی و نظرجویی پیرامون مفاهیم و معیارهای اساسی اصول اخلاق حرفه‌ای (پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی به راهنمایی دکتر رؤیا معتمدنژاد). تهران، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی: سال تحصیلی ۷۶-۱۳۷۵.
- ۹- خانیکی، هادی. قدرت، جامعه مدنی و مطبوعات. تهران: طرح نو، ۱۳۸۱.

- ۱۰- خانیکی، هادی. مقدمه‌ای بر ضرورت گسترش و تعمیق آموزش روزنامه‌نگاری در ایران (مجموعه مقالات نخستین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۱.
- ۱۱- دال، رابرت. درباره دموکراسی. ترجمه حسن فشارکی. تهران: شیرازه، ۱۳۷۸.
- ۱۲- رفیع‌پور، فرامرز. کندوکاوها و پنداشته‌ها. تهران: شرکت سهامی انتشار، ۱۳۸۱.
- ۱۳- رندال، دیوید. روزنامه‌نگاری حرفه‌ای. ترجمه علی اکبر قاضی‌زاده. تهران: مؤسسه انتشارات روزنامه ایران، ۱۳۸۲.
- ۱۴- شانکلمن، لوسی. مدیریت سازمان‌های رسانه‌ای در بی‌بی‌سی و سی‌ان‌ان. ترجمه ناصر بلیغ. تهران: طرح آینده، ۱۳۸۲.
- ۱۵- شکرخواه، یونس. اخلاق حرفه‌ای، یک بستر و یک جهان رویا. تهران: رسانه، سال ۱۷، ش ۶۶، تابستان ۱۳۸۵.
- ۱۶- فوقانی، محمدمهدی. استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران (تشکیلات صنفی، مقررات شغلی و سایر مسائل حرفه‌ای روزنامه‌نگاری). تهران: رسانه، سال ۲، ش ۴، زمستان ۱۳۷۰.
- ۱۷- قندی، حسین. استقلال حرفه‌ای و امنیت شغلی روزنامه‌نگاران و ضرورت وجود تشکیلات صنفی (مجموعه مقالات نخستین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۱.
- ۱۸- کوواچ، بیل و تام روزنستیل. عناصر روزنامه‌نگاری. ترجمه داوود حیدری. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۸۵.
- ۱۹- کین، جان. رسانه‌ها و دموکراسی. ترجمه نازنین شاه‌رکنی. تهران: طرح نو، ۱۳۸۳.
- ۲۰- محسنیان‌راد، مهدی. انتقاد در مطبوعات و وضعیت آن در ایران. تهران: فصلنامه علوم اجتماعی، سال ۵، ش ۱۰، تابستان ۱۳۷۷.
- ۲۱- محکی، علی اصغر. مدیریت سازمانی موجود و مطلوب مطبوعات ایران، بررسی دیدگاه‌های روزنامه‌نگاران (پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی به راهنمایی دکتر نعیم بدیعی). تهران، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی: ۱۳۷۷.

- ۲۲- معتمدنژاد، کاظم. اصول اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، زمینه‌های تاریخی، مقررات‌گذاری‌های ملی و پژوهش‌های جهانی. تهران: رسانه، سال ۱۷، ش ۶۶، تابستان ۱۳۸۵.
- ۲۳- معتمدنژاد، کاظم. تشکل صنفی و حقوق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران. تهران: رسانه، سال ۷، ش ۲۷، پاییز ۱۳۷۵.
- ۲۴- معتمدنژاد، کاظم. حقوق مطبوعات؛ بررسی تطبیقی مبانی حقوقی آزادی مطبوعات و مقررات تأسیس و انتشار آن‌ها. جلد یکم. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۱.
- ۲۵- معتمدنژاد، کاظم با همکاری دکتر ابوالقاسم منصفی. روزنامه‌نگاری با فصلی جدید در بازنگری روزنامه‌نگاری معاصر. تهران: سپهر، ۱۳۶۸.
- ۲۶- معتمدنژاد، کاظم. مبانی حقوقی استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری. تهران: رسانه، سال ۸، ش ۳۲، زمستان ۱۳۷۶.
- ۲۷- معتمد نژاد، کاظم. وسایل ارتباط جمعی (جزوه درسی). تهران: انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، ۵۸-۱۳۵۷.
- ۲۸- میلانی، عباس. معمای هویدا. تهران: اختران، ۱۳۸۵.
- ۲۹- نمک‌دوست تهرانی، حسن. مبانی استقلال حقوقی حرفه روزنامه‌نگاری، نظرسنجی از روزنامه‌نگاران مطبوعات تهران (پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی به راهنمایی دکتر کاظم معتمدنژاد). تهران، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی: سال تحصیلی ۷۷-۱۳۷۶.
- ۳۰- واکر، مارتین. قدرت‌های جهان مطبوعات. ترجمه م. قاید. تهران: نشر مرکز، ۱۳۸۲.
- ۳۱- هوسمن، کارل. بحران وجدان. ترجمه داوود حیدری. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۵.

32- Block, Peter, Ron Southwell, William Houseley, Tom Nicholls. *Managing in the Media*. Focal press, 2001

33- Khiabany, Gholam, Annabelle Sreberny. *The Iranian Press and the Continuing Struggle Over Civil Society 1998-2000* International

Communication Gazette, Vol. 63, No 2-3, 2001.

34- Lee Singelman. Reporting the News An Organizational Analysis. The American Journal of Sociology, Vol. 79, No 1, 1973.

