

## ملاک های بازدارنده خبر در مطبوعات ایران

محمد سلطانی فر، استاد یار دانشگاه آزاد اسلامی (نویسنده مسئول مکاتبات)

msoltanifar@yahoo.com

مریم مزروعی، کارشناس ارشد ارتباطات

Mazrooei\_maryam@yahoo.com

### چکیده

هرگونه فعالیتی در جوامع از جمله فعالیت های اجتماعی و سیاسی و بالتبع آن فعالیت های رسانه ای، چه آشکار و چه پنهان، همواره تحت محدوده ای انجام می گیرد که از آن در ایران به عنوان خطوط قرمز نام برده می شود. خطوط قرمز تعیین کننده حدود و مرزهای هویتی جوامع می باشند که هر گونه تخطی از آن نظام حاکم بر آن را به غیر از آن تبدیل می کند.

در این تحقیق که توصیفی-پیمایشی و کمی-کیفی می باشد، برای جمع آوری مطالب و تدوین چارچوب نظری از روش کتابخانه ای بهره گرفته شده است که علاوه بر مرور عوامل و ملاک های بازدارنده خبر در مطبوعات، نظام های هنجاری حاکم بر رسانه ها تقسیم بندی شده توسط دنیس مک کوئیل، مورد توجه قرار گرفته است و سپس با توجه به کمبود منابع مربوط به خطوط قرمز در ایران و نیز ابهام آن، به روش پیمایشی و ابزار جمع آوری اطلاعات تحقیق پرسشنامه ای با ۳۶ سوال، طراحی شده براساس مقیاس لیکرت می باشد که سوالات آن از دل مصاحبه عمقی با تعدادی از روزنامه نگاران انتخاب شده است و با توجه به اینکه قصد تحقیق نظرسنجی از اهالی رسانه می باشد، لذا اساتید ارتباطات و روزنامه نگاری و نیز تعدادی از کارشناسان فعال در مطبوعات و روزنامه نگاران حرفه ای مد نظر قرار گرفته اند و تحقیق به صورت کل شماری از جامعه در دسترس انجام گرفته است.

هدف تحقیق شناخت منابع صادرکننده خطوط قرمز و تا حد امکان تعیین حدود آن و کم تر کردن خلا اطلاعاتی در این زمینه می باشد که با توجه به یافته های پژوهش، خطوط قرمز خبر در ایران تنها ریشه قوانین ندارند و عوامل دیگری دست اندرکار تعیین، تحدید یا گسترش این ملاک های بازدارنده خبر می باشند.

**واژگان کلیدی:** خطوط قرمز، مطبوعات، خبر، کارشناسان رسانه، روزنامه نگاران

## مقدمه

امروزه حتی با وجود گسترش رسانه‌های برخط، نقش تعیین‌کننده مطبوعات به عنوان رسانه‌ای سنتی در جوامع غیرقابل انکار است. مردم برای به‌دست آوردن آگاهی و خبر و در سطح پیشرفته‌تر نظارت بر دولت‌ها و حکومت‌ها، برای ارتباط و کنترل مردم همواره نیاز به مطبوعات داشته‌اند و مطبوعات چه به عنوان ابزار، چه نهاد و چه فرآیند تأثیر شگرفی بر رشد و توسعه یک کشور و اعتلا به اهداف یک نظام دارند.

خبررسانی از طریق مطبوعات در کشور ما، از بدو ورود تاکنون، مراحل و موانع مختلفی را از سرگذرانده است و عوامل، مکانیزم‌ها و ملاک‌هایی همواره بازدارنده خبر بوده‌اند و شرایط این دوره‌ها همواره بستگی به رویکرد هیأت حاکمه به مطبوعات داشته است.

شکی نیست که هر اجتماعی بر اساس حدود و مرزهایی شکل می‌گیرد و شرط دوام آن نیز رعایت آن حدود و خطوط قرمز توسط تک تک اعضا می‌باشد. اما تجربه و تحقیقات انجام شده در تاریخ ایران موید این موضوع است که عمده آسیب‌های جدی وارد شده به حکومت و ملت ایران از مشروطه تاکنون جدی نگرفته شدن خطوط قرمز توسط گروه‌ها، دسته‌ها و افراد گوناگون بوده است، که نتیجه آن محدود و بسته شدن شرایط حاکم شده است. با توجه به اینکه مطبوعات در ایران، از اصلی‌ترین بازیگران صحنه سیاست و اجتماع بوده و هستند، وجود ابهام در خطوط قرمز و مدون نبودن آنها همواره از بزرگ‌ترین معضلات پیش روی مطبوعات کشور بوده است، چرا که دانستن حدود و خطوط قرمز و ملاک‌های بازدارنده از پیش فرض‌های اساسی کار مطبوعات محسوب می‌شود.

گروهی از پژوهشگران بر این باورند که خطوط قرمز ریشه در گفتمان هر نظامی دارد، اما تجربه نشان داده است آنچه که تحت عنوان خطوط قرمز به شکل مانعی در نشر مطالب در مطبوعات ایران در آمده است، تنها ریشه در قانون ندارد و عوامل دیگری دست‌اندرکار تعیین، تحدید یا گسترش این ملاک‌های بازدارنده می‌باشند و موجب تبدیل خط قرمز به طیفی گسترده و پراکنده می‌شوند. در این تحقیق سعی بر آن است که با بررسی ملاک‌های مدون و مشخص بازدارنده (خطوط قرمز نوشته و نیز نانوشته) که ملاک عمل مطبوعات است، به این سوال پاسخ داده شود که قوانین نوشته شده تا چه میزان تعیین‌کننده این خطوط است؟

## مبانی نظری

### خبر چیست

خبر در واقع نخستین گزارشی از یک حادثه بامعناست که مورد توجه عامه قرار می‌گیرد. (شکرخواه، ۱۳۷۸: ص ۴) خبر گزارشی عینی از واقعیت‌هاست که دارای یک یا چند ارزش خبری است و احتمالاً تحت تأثیر عوامل درون سازمانی و برون سازمانی شکل گرفته است. (

محسنیان راد، ۱۳۷۱:ص ۱۳) و نهایتاً خبر پرارزش ترین کالای امروز است. (سلطانی فر، ۱۳۸۲:ص ۱۴)

هربرت شیلر معتقد به پنج افسانه وابسته بهم می باشد که محتوای پیام های خبری را شکل می دهند و اذهان را دستکاری می کنند.

افسانه آزادی فردی و انتخاب شخصی<sup>۱</sup>، افسانه بی طرفی<sup>۲</sup>، افسانه تغییرناپذیری طبیعت انسانی<sup>۳</sup>، افسانه فقدان تعارض های اجتماعی<sup>۴</sup> و افسانه تکثر رسانه ای<sup>۵</sup>. (Maxwell, ۱۹۵۷: ۵۲-۵۳)

### عوامل بازدارنده خبر

شومیکر و ریز<sup>۶</sup> بر اساس کار هربرت گنز<sup>۷</sup> و تار گیتلین<sup>۸</sup> پنج دسته ای اصلی از اثر بر محتوای رسانه ها را به ترتیب مطرح کرده اند:

۱- اثرهای ناشی از فرد فرد کارکنان رسانه ها<sup>۲</sup>- اثرهای مربوط به رویه های رسانه ها<sup>۳</sup>- نفوذهای سازمانی بر محتوا<sup>۴</sup>- اثر و نفوذ بر محتوا خارج از سازمان های رسانه ای<sup>۵</sup>- اثر ایدئولوژی

که این عوامل را سلسله مراتب نفوذها<sup>۹</sup> می خوانند و ایدئولوژی در رأس سلسله مراتب قرار می گیرد و از صافی دیگر سطوح می گذرد و به پایین می رسد. (سورین و تانکار، ۱۳۸۴:ص ۳۵۳)

از نظر محقق به طور جزئی تر عوامل اصلی بازدارنده خبر به دو دسته درونی و بیرونی تقسیم می شوند که شامل موارد زیر می باشند:

### عوامل بازدارنده درونی

#### ۱- دیدگاه ها و ارزش های شخصی

یکی از معیارهای گزینش خبر ارزش ها و پیش زمینه های ذهنی و فردی گزارشگران و خبرنگاران می باشد. (دادگران، ۱۳۸۵:ص ۱۲۰) که این مساله مستقیماً با عینیت خبر در ارتباط است. در نظریه عینی گرایی، خبر، گزارش و بازتاب وقایع و رویدادها است و روزنامه نگار

<sup>۱</sup> -The myth of individualism

<sup>۲</sup> -The myth of neutrality

<sup>۳</sup> -The myth of unchanging human nature

<sup>۴</sup> -The myth that human progress occurs without social conflict

<sup>۵</sup> -The myth of media pluralism )

<sup>۶</sup> -Shomaker and Rise

<sup>۷</sup> -Herbert gans

<sup>۸</sup> -Todd gitline

<sup>۹</sup> -Hierarchy of influences

آنچه را که اتفاق افتاده است در قالب خبر به مخاطبان عرضه می‌دارد. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۰: ص ۷۱)

## ۲ - منافع شخصی روزنامه نگار

از آنجایی که منبع پاداش‌ها در روزنامه، از همکاران و افراد مافوق است نه از خوانندگان، گزارشگر آرمان‌های اجتماعی و حرفه‌ای را به خاطر ارزش‌های اتاق خبر که در سطح عملی تری قرار دارند، رها می‌کند به این ترتیب گزارشگر هم پاداش‌های شغلی و هم پذیرش گروهی را به دست می‌آورد. (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴: ص ۴۸۰)

## ۳ - منافع و ارزش‌های سازمان رسانه

نیاز رسانه‌ها به منفعت شدیداً بر فعالیت خبری و محتوای کلی آنها تأثیر می‌گذارد. (همان: ص ۴۷۵) شیوه‌ها و مقررات سازمان ارتباطی و دخالت سردبیران که معمولاً رئیس یا عضو ارشد یک بخش محسوب می‌شوند و سیاستگذاری اخبار را برعهده دارند، یکی از عوامل اصلی گزینش خبر می‌باشد. (دادگران، ۱۳۸۵: ص ۱۲۱)

## عوامل بازدارنده بیرونی

### ۱ - دولت‌ها (حکومت‌ها)

به گفته گدرویچ و بلومر؛ سهم رسانه‌های گروهی در فراگرد سیاسی بسیار مهم‌تر از آن بوده است که به امان بخت و اقبال رها شود. (فرهنگی، ۱۳۷۰: ص ۶) سیاست راهبردی و بخش اعظم محتوای رسانه‌های گروهی، در جهت رضایت و خواست تکنولوژی و مهندسی و نیز تثبیت نظم موجود است. (پیکارد، ۱۹۸۵: ص ۳۵) کنترل اجتماعی، افراد جامعه را از رفتار و گفتار به طریقی خلاف آنچه که صاحبان قدرت می‌پسندند باز می‌دارد. (J. Gans, ۱۹۹۴: ۲۹۵)

### ۲ - احزاب

احزاب سیاسی شکل خاصی از سازماندهی نیروهای اجتماعی اند که در پی کسب و حفظ قدرت و یا نقش آفرینی در تصمیم‌گیری‌های سیاسی اند. (فراهانی، ۱۳۸۳: ص ۶۳) رهبران سیاسی و احزاب می‌دانند که رسانه‌های خبری بر رأی مردم و انتخاب سیاستمداران تأثیر دارند.

### ۳ - گروه‌های فشار

گروه فشار اصطلاحی است در مورد گروه‌های سیاسی یا مذهبی یا صنفی که برای حفظ منافع خود یا تأمین مقاصد خاصی به وجود می‌آیند و از طریق وسائل ارتباط جمعی یا سازمان‌های اقتصادی، مراجع تصمیم‌گیری را تحت فشار می‌گذارند، به کار برده می‌شود. (طلوعی، ۱۳۷۲: ص ۷۶)

گروه‌های ذی‌نفوذ بر عکس احزاب، مستقیماً در به دست گرفتن زمام قدرت و اعمال آن مشارکت نمی‌کنند، بلکه ضمن خارج ماندن از قدرت بر آن تأثیر می‌گذارند و به آن فشار وارد می‌کنند. (دوورژه، ۱۳۷۶:ص ۱۷۱)

#### ۴ - عوامل اقتصادی

بدون آگاهی به چگونگی توزیع منابع عظیم رسانه‌ای و صنایع اطلاعاتی و اینکه چه کسانی این جنبش پر تکاپو را کنترل می‌کنند، نمی‌توان دریافت که چرا شکل و محتوای رسانه‌ها به گونه‌ای است که می‌بینیم. (اینگلیس، ۱۳۷۷:ص ۱۸۴)

هربرت شیلر<sup>۱۰</sup> معتقد است که امروز با اطلاعات همچون کالا رفتار می‌شود. (وبستر، ۱۳۸۴، ص ۱۳۴)

#### ۴ - ۱ - مالکیت رسانه، پشتیبانان مالی

مضامین مطبوعات مستقیماً همپای منافع کسانی که تأمین‌کننده مالی مطبوعات بوده‌اند. (بیکارد، ۱۳۸۳) وازمهم‌ترین عاملی که بر محتویات رسانه‌ها تأثیر می‌گذارد، مالکیت رسانه است و تبلیغات مهم‌ترین جنبه خدمات کلی رسانه‌ها ست. (محکی، ۱۳۸۰:ص ۱۰۵)

#### ۴ - ۲ - آگهی‌دهندگان

مطبوعات به دلایل مختلف از بقاء تا کسب منفعت نیاز به چاپ آگهی‌ها دارند و این نیاز گاهی چنان بر عملکرد رسانه‌ها تأثیر می‌گذارد که شخص حقیقی یا حقوقی آگهی‌دهنده، به تعیین خط مشی روزنامه می‌پردازد و یا مانع و موجب انتشار یک خبر که در تضاد یا همسو با منافع اوست، می‌شود.

#### ۴ - ۳ - کمک‌های دولتی

بدون تردید کمک دولت به مطبوعات یکی از عناصر متشکله و خصائص اصلی نظریه حق استفاده از اطلاعات محسوب می‌گردد و در اکثر کشورهای جهان، نشریات دوره‌ای خواستار این مداخله دولتی هستند. (معمدنژاد، ۱۳۸۱:ص ۴)

یکی از شیوه‌هایی که رسانه‌ها می‌توانند اتکای خود را به آگهی‌های بازرگانی کم کنند، دریافت یارانه از دولت است. البته این امر در واقع همانند تیغ دودم است. در واقع در برخی از کشورها این کمک‌ها به عنوان ابزاری برای فشار بر مطبوعات مستقل یا دگراندیش و در روزنامه‌های دولتی و نیمه‌دولتی، یارانه‌های دولتی عاملی در جهت محدود کردن آزادی قرار می‌گیرد. (ل. پالتز، ۱۳۸۰: ص ۸۰) در ایران چهارروزنامه بزرگ دولتی، بیش از ۶۰ درصد منبع ارزی تخصیص یافته برای روزنامه‌ها را به خود اختصاص می‌دهند. (رضایی، ۱۳۷۷: ص ۱۳۴)

<sup>۱۰</sup> -Herbert Schiller

## ۵- منابع خبری

اطلاعات از طریق مجراهای گوناگون به سازمان‌های خبری می‌رسد. جنگ‌های بین مطبوعات و منابع آن، عمدتاً بر سرمنابعی است که همواره پرده‌های چندلایه‌ای بر روی رخدادها می‌اندازند و روزنامه‌نگاران با شدت هر چه بیشتر می‌کوشند تا این پرده‌ها را سوراخ کنند. (کمپل، ۱۳۸۰: ص ۶۳) ضرورت‌های اقتصادی و منافع متقابل، وسایل ارتباط جمعی را در همزیستی با نهادهای رسمی و افراد مقتدر جامعه به عنوان منبع اطلاعاتی قرار داده است. رسانه‌ها همواره به یک منبع دایمی و قابل اعتماد اخبار احتیاج دارند. زیرا اصولاً امکانات اقتصادی تهیه اخبار از تمام صحنه‌های خبری مهم را ندارند. دولت و بخش خصوصی نیز همان‌گونه امکاناتی برای رسانه‌های خبری فراهم می‌کنند تا به عنوان منبع موثق خبری در جامعه شناخته شوند. (۱)

## ۶- رسانه‌های نخبه<sup>۱۱</sup>

رسانه‌های نخبه می‌توانند اولویت رسانه‌های دیگر را تأمین کنند. دانیلیان و ریز، این فرایند را بر جسته‌سازی بین رسانه‌های می‌خوانند. (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴: ص ۳۵۱) این وابستگی و اتکا به رسانه‌های نخبه و رسانه‌های خبری غرب در مطبوعات تمامی کشورها وجود دارد و در مطبوعات ایران حتی در سال‌های بعد از انقلاب نیز کاهش نیافته است. (شعار غفاری، ۱۳۷۱: ص ۳۶۹)

## ۷- مسائل دیپلماتیک

یکی از عوامل مؤثر در نشر یا عدم نشر و اولویت بندی یک خبر، روابط دیپلماتیک کشورها با یکدیگر می‌باشد. برای مثال بحث بر سر رابطه با کشور آمریکا و درج مطلب در مورد آن تا چندی قبل، جزء خطوط قرمز مطبوعات در ایران محسوب می‌گردید.

## مکانیزم‌های بازدارندگی خبر (خطوط قرمز)

### ۱- سانسور

واژه «سانسور» به طور گسترده به فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که مانع از آزادی ارتباطات (جستجو، پردازش، انتقال و دریافت اطلاعات) باشد. (استور، ۱۳۷۵: ص ۱۸۳) در فارسی برای سانسور، مترادف‌هایی چون ممیزی، بررسی، تفتیش عقاید، نظارت، و ارزیابی به کار رفته است (خسروی، ۱۳۷۸: ص ۱۰) و به عنوان یک تراوش فرهنگی از غرب وارد جامعه ما شد. (محسنیان راد، ۱۳۷۱: ص ۵)

<sup>۱۱</sup> elite media

در تفسیر وسیع تر اصطلاح سانسور برای توضیح تصویب و تنفیذ قوانینی که آزادی نشر را محدود می کند استفاده می شود، مگر اینکه این قوانین با حمایت از حقوق دیگران نظیر موارد افترا، توهین یا نقض کپی رایت مواجه بشوند. (BOAZ, ۲۰۰۳: ۴۶۹)

## ۲ - خودسانسوری

خودسانسوری به نیرویی درونی گفته می شود که شخص را جدا از عوامل فشار مجبور به سانسور می کند. خودسانسوری در واقع انگیزه یک کنش است که عامل اصلی آن درجات گوناگونی از ترس است. (محسنیان راد، ۱۳۷۱: ص ۶) خودسانسوری ای که در کشورهای دموکراتیک به روزنامه نگار تحمیل می شود، در نظر گرفتن ملاحظات افکار عمومی است که از طریق نامه و تلفن ابراز می شود و ممکن است شهرت و اعتبار روزنامه نگار را به خطر اندازد. (رولو، ۱۳۸۰: ص ۶)

در ایران ۹۵ درصد از تاریخ روزنامه نگاری همراه با سانسور بوده است. لذا چنین زمان طولانی ای زیر سلطه سانسور، فرزندان خواهد داشت که نخواهند آموخت که در شرایط بی سانسور چگونه عمل کنند و شاید همین امر سبب شده که هر گاه شرایط آزادی مطبوعات شکل گرفته مطبوعات فحاش متولد شده است. (محسنیان راد، ۱۳۷۱: ص ۶) طولانی شدن جنگ نیز فرهنگی را خلق کرد که زبان کلیشه ای و خودسانسوری از ویژگی های بارز آن بود. (افخمی، ۱۳۷۸: ص ۱۴۸)

## ۳ - دروازه بانی خبر

مفهوم دروازه بانی برای نخستین بار توسط کورت لوبن به کار رفت. به نظر او مجراهایی وجود دارد که اخبار از آنها می گذرد. در این مجراها نقاطی وجود دارد که همچون در ورودی عمل می کنند و فقط برای برخی اخبار گشوده می شود و برخی را طرد و غیرقابل پخش تلقی می کند. (کازنو، ۱۳۶۵: ص ۶۱)

ویلبر شران درباره ای اهمیت کار دروازه بان می گوید: «در کشورهای در حال توسعه، فرایند انتقال اطلاعات از حاکمان به مردم و بالعکس و همچنین بین مردم، آشکارا به دروازه بان بستگی دارد.» (عباسی، ۱۳۸۲: ص ۸) در مجراهای رسمی دروازه بانان همان گزارشگران، سردبیران خبر، سردبیران سرویس های مخابره خبر و نظایر آنها در رسانه های گروهی و رؤسای دوایر، رؤسای بخش ها، رؤسای هیئت مدیره و غیره در سازمان های رسمی هستند. (بلیک و هارولدسن، ۱۳۷۸: ص ۱۳۸)

شاید بتوان گفت که امروزه کمترین نقش دروازه بانی را به ویژه در جهان سوم، خود روزنامه نگاران دارا هستند زیرا که مختار و مخیر در انتخاب و انتشار اخبار واقعاً دلخواه مردم نیستند. به طور کلی سه گروه را می توان به عنوان دروازه سازان عمده خبر نام برد:

گروه اول: هیئت حاکمه و سیاستگذاران که به انحاء مختلف جلو انتشار آنچه را که به صلاح خود نمی‌بینند، می‌گیرند. گروه دوم: به‌خصوص در عصر ما، سرمایه‌داران و صاحبان قدرت‌های مالی و تأمین‌کنندگان هزینه‌های مطبوعات از طریق آگاهی‌ها هستند. گروه سوم: مدیران و سردبیران مطبوعات جهان سوم هستند که در بسیاری از موارد انتصابی‌اند. (بروجردی علوی، ۱۳۸۰: ص ۷۳)

#### ۴ - برجسته‌سازی

اگر برجسته ساختن گروهی از پیام‌ها را، بازداشتن انتشار گروهی از خبرهای دیگر، فرض کنیم، عوامل مؤثر در برجسته‌سازی را می‌توان عوامل بازدارنده خبر دانست. راجر و دیرینگ<sup>۱۲</sup> عامل که برای دستور رسانه‌های خبری مؤثر هستند را شناسایی کرده‌اند.

۱ - ساختار جامعه ۲ - شاخص‌های جهانی واقعی ۳ - اتفاقات خبری تماشایی (بصری) ۴ - دروازه‌بان‌ها و رسانه مؤثر، که ما از آن به عنوان برجسته‌سازی درون رسانه‌ای یاد می‌کنیم. (Shoemaker, ۱۹۸۹:۴۷)

#### ۵ - فیلترهای خبری

چامسکی<sup>۱۳</sup> و هرمان<sup>۱۴</sup> در مدل معروف خود، مدل پروپاگاندا<sup>۱۵</sup> عواملی را برمی‌شمارند که به کمک آن‌ها، بازیگران سیاسی - اجتماعی مهم و قدرتمند به اخبار شکل می‌دهند و در حقیقت ما با بازار هدایت شده خبری مواجه‌ایم نه بازار آزاد خبری.

این مدل تبلیغاتی، ترسیم‌کننده انواع مختلف محدودیت‌ها برای دست‌اندرکاران خبر است که آن را فیلترهای خبری می‌نامند. این فیلترها هم بنیادی است هم ایدئولوژیکی است. (گرین، ۱۳۶۹: ص ۲۳) و روزنامه‌نگار بدون داخل شدن در این فیلترهای خبری تنها از نظر تئوری می‌تواند بقا داشته باشد. (ریوریو، ۱۳۶۹: ص ۱۹)

چامسکی و هرمان به ۵ عامل در زمینه کنترل اخبار اشاره می‌کنند:

۱. مالکیت و سودجویی وسایل ارتباط جمعی ۲. آگاهی‌های تبلیغاتی ۳. منابع خبری وسایل ارتباط جمعی ۴. مؤاخذة شدیدة ۵. ضدیت با کمونیسم به مثابه ماشین کنترل. (هرمن و چامسکی، ۱۳۷۷: ص ۱۹)

البته این فیلترهای خبری با توجه به سیستم حاکمیت و نظام حاکم بر رسانه‌های یک کشور می‌تواند متفاوت باشد و امروزه فیلتر پنجم با کم‌رنگ شدن خطر کمونیسم برای نظام سرمایه داری، به ضدیت با اسلام تبدیل شده است.

<sup>۱۲</sup> -Roger, Dearing

<sup>۱۳</sup> -Noam Chamsky

<sup>۱۴</sup> -Edward S. Herman

<sup>۱۵</sup> -Propaganda model



## ۶- تکنیک‌های پوشش خبری

پوشش خبری مجموعه‌ای از فعالیت‌هایی است که بر روی خبر صورت می‌گیرد تا ارزش یک خبر و جایگاه آن از وضعیت واقعی آن بالاتر، یا پایین‌تر مطرح شود و ارزش آن خبر در مجاورت مطالب دیگر دارای ارزش کمتر، بیشتر و یا در حد صفر شود. (سلطانی فر، ۱۳۸۲:ص ۱۴) پوشش خبری با استفاده از تاکتیک‌های اطلاعاتی انجام می‌گیرد، تاکتیک‌های اطلاعاتی، بازی‌ها و تدابیر و مانورهای قدرتی است مبتنی بر دستکاری در اطلاعات و بخش عمده این کار حتی پیش از آنکه اطلاعات به رسانه‌ها برسد انجام می‌شود. (تافلر الوین، ۱۳۸۴:ص ۳) برخی از این روش‌ها عبارتند از: حذف، کلی‌بافی، زمان‌بندی، قطره‌چکانی، موج، تبخیر، بازگشتی، دروغ بزرگ، و وارون‌سازی، پیشینه نویسی و . . . (همان:ص ۹۰)

## نظام‌های رسانه‌ای

نظام‌های حاکم بر رسانه‌های جهان زیرمجموعه‌ای از توابع پوشای نظام‌های مستقر در آن کشورها می‌باشند و نظام اداری رسانه‌ی یک کشور، توسط نظام حاکم تعریف می‌شود. گروهی از اندیشمندان براین باورند که در واقع تنها دونظریه در باره مطبوعات وجود دارد، نظریه‌ی طرفداری از آزادی و نظریه‌ی طرفداری از استبداد.

از زمان سقراط و افلاطون تا ماکیاولی<sup>۱۶</sup> برای قرن‌ها، تفکر استبدادی بر فلسفه سیاسی جهان حاکم بوده است. (معمدنزاد، ۱۳۵۶:ص ۴) که در آن مطبوعات مستخدم دولت بودند و ممکن بود با تغییر عقیده ناگهانی سلطان مجوزشان فسخ گردد و سانسوراعمال شود. (مارلین، ۱۳۷۳:ص ۱۷) لازم به ذکر است نه تنها شرایط سیاسی و ساختار قدرت در جوامع، بلکه شرایط اقتصادی و اجتماعی وزن عناصر موجود در اعمال تئوری استبدادی مطبوعات را تعیین می‌کند. (کهن، ۱۳۷۱:ص ۱۲۴) اما تئوری آزادی مطبوعات مبتنی بر فطرت انسانی و حق حیات او برای ابراز بی‌دغدغه اندیشه و پندارهایش بوده است. (بدیعی دزفولی، ۱۳۷۱:ص ۱۸۹)

طبقه بندی مشهوری برای سیستم‌های مطبوعاتی در دنیا در کتاب «چهار نظریه در مطبوعات»<sup>۱۷</sup> ارائه شده است که در آن مولفان<sup>۱۸</sup>، دنیای مطبوعات را به چهار گروه تقسیم کرده اند:

۱ - اقتدارگر<sup>۱۹</sup> ۲ - آزادی خواهانه<sup>۲۰</sup> ۳ - تمامیت خواه شوروی<sup>۲۱</sup> ۴ - مسئولیت اجتماعی<sup>۲۲</sup> (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴، ص ۴۴۲)

<sup>۱۶</sup> Machiavellian  
<sup>۱۷</sup> Four Theories of the Press

<sup>۱۸</sup> - فرد. اس. سبیرت، ویلبر شرام و تئودور پترسون

پیکارد نیز قائل به سه نظریه در زمینه نظام‌های مسلط بر رسانه‌ها می‌باشد:

- ۱ - نظریه گرایش به آزادی؛ شامل نظام‌های طرفدار آزادی و مسئولیت اجتماعی
- ۲ - نظریه متوازن یا متعادل؛ شامل سوسیالیست دموکرات و تکاملی و انقلابی
- ۳ - نظریه گرایش به استبداد؛ شامل کمونیست و استبدادگرا (پیکارد، ۱۹۸۵: ۱۹۸)

اما به اعتقاد دنیس مک کوئیل رسانه‌های همه جوامع با حجمی کم و بیش متفاوت، به صورتی گریزناپذیر به قدرت‌های سازمان یافته اقتصادی و سیاسی به عنوان مالکان، کنترل کنندگان و منابع کسب اطلاع نزدیک‌ترند تا مخاطبین خود و در مجموع آنچه که قواعد این بازی تا حدی نابرابر را تعیین می‌کند اصولی است که مک کوئیل آنها را اصول عمومی هنجاری و فلسفی حاکم بر رسانه‌ها می‌نامند، در واقع در هر جامعه باید‌ها و نباید‌هایی بر رسانه‌ها حاکم است که بسیاری از آنها همچون بخش زیر آب یک کوه یخی به وضوح دیده نمی‌شود، آنچه که رؤیت آن به سادگی ممکن است قوانین وضع شده در پارلمان‌های این کشور است که مشابه بخشی از آن کوه یخی است که بیرون از آب است. (محسنیان راد، ۱۳۷۷: ص ۸)

#### ۱. تئوری اقتدارگرا و خودکامه

که رسانه‌ها مطیع قدرت شکل می‌گیرند و سانسور و تنبیه و اعمال انواع فشارهای غیرمستقیم از ویژگی‌های آن می‌باشد و رسانه‌ها به هیچ عنوان حق به هم زدن نظم موجودیا حمله به ارزش‌های سیاسی و اخلاقی حاکم را ندارند.

#### ۲. تئوری آزادی رسانه‌ای

در این نظریه، مطبوعات آزاد، جزء جدایی ناپذیر و اساس جامعه آزاد و عقلانی شناخته شده است و رسانه‌ها مسئول در برابر قانون و مسئول حراست از اعتبار، مالکیت و حریم خصوصی افرادی باشند و سانسور و افشای اطلاعات مربوط به امنیت ملی از نبایدهای نظام محسوب می‌شود.

#### ۳. تئوری مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها

تئوری مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها مالکیت خصوصی رسانه‌ها را مشروع می‌داند اما معتقد است که پیام‌آفرینان مطبوعات پیش از مسئولیت در قبال سهام‌داران رسانه‌ها و یا مخاطبان، در قبال جامعه مسئولیت دارند. از ویژگی‌های این نظام کثرت‌گرایی و انعکاس‌گرایشات مختلف اجتماعی همچنین مشروع شمردن دخالت دولت برای پاسداری از اهداف عمومی

<sup>۱۹</sup> Authoritarian

<sup>۲۰</sup> -Libertarian

<sup>۲۱</sup> soviet Communist

<sup>۲۲</sup> -Social Responsibility

#### ۴. تئوری رسانه‌های شوروی (مسلکی)<sup>۲۳</sup>

در این نظام رسانه‌ها در خدمت خواسته‌ها و کنترل طبقه مسلکی حاکم و عهده‌دار وظیفه مسلکی کردن جامعه و تسلیم بی‌قید و شرط در مقابل سانسور قبل از انتشار و کنترل نهایی حکومت می‌باشند، ضمن آنکه از آنها انتظار می‌رود که علی‌رغم محدودیت‌های فوق، خودگردان بوده و از روش‌های حرفه‌ای استفاده نمایند تا بتوانند خواسته و نیازهای مخاطبان را (که مغایر با اصول مسلکی نباشد) دنبال کنند<sup>۲۴</sup>

#### ۵. تئوری رسانه‌های توسعه بخش

در این تئوری با توجه به اوضاع خاص کشورهای جهان سوم یا در حال توسعه، مقابله با وابستگی، سلطه خارجی و اقتدار مستبدانه داخلی دنبال می‌شود و در تلاش برای استفاده مثبت از رسانه‌ها به منظور توسعه ملی، حاکمیت ملی و هویت فرهنگی و طرفدار مشارکت دموکراتیک عمومی است. در این تئوری آزادی براساس اولویت‌های اقتصادی و نیازهای توسعه دنبال می‌شود و مداخله و یا محدود کردن رسانه‌ها از سوی دولت به نفع اهداف توسعه از طریق سوبسید، کنترل مستقیم و یا سانسور انجام می‌گیرد.

#### ۶. تئوری مشارکت دموکراتیک رسانه‌ها

این تئوری بر اساس توسعه رسانه‌های جماعتی و کوچک اقوام، گروه‌ها، سازمان‌ها و اجتماعات محلی و به عنوان عکس‌العملی در برابر تجاری و انحصاری شدن رسانه‌های قدرتمند خصوصی در تئوری آزادی رسانه‌ها و همچنین تمرکزگرایی بوروکراتیک رسانه‌ها در تئوری مسئولیت اجتماعی است.

#### بازنگری در نظریه هنجاری رسانه‌ها

مک کوئیل در بازنگری‌ای که در کتاب خود انجام داده است مدلهایی را که از نظر او عملاً دیگر جایگاهی در جهان ندارد را حذف نموده و چهار مدل را زیر ارائه داده است.

#### ۱ - مدل بازار یا لیبرال پلورال

این مدل بر نظریه مطبوعات آزاد اصیل تکیه دارد، که در آن آزادی مطبوعات با آزادی مالکیت و اداره ابزارهای نشر بدون اجازه و دخالت دولت شناخته می‌شود. «حوزه عمومی» به عنوان «بازار آزاد ایده‌ها» شناخته می‌شود. مسئولیت در قبال جامعه و سایر افراد از مسیر بازار

<sup>۲۳</sup> دکتر محسنیان راد در تحقیق خود به جای طبقه پرولتاریا از طبقه مسلکی حاکم نام می‌برد (محسنیان راد، ۱۳۸۰:ص ۱۴)

<sup>۲۴</sup> در بایدها و نبایدهای منعکس در گفته‌های دولتمردان ایران این تئوری هنجاری با سهمی معادل ۳۱/۷ درصد، در رتبه اول از میان شش تئوری هنجاری قرار داشته است. (محسنیان راد، ۱۳۷۷:ص ۱۹)

رسانه‌ای و برخی صورت‌های خود مقررات‌گذاری حداقلی با نقشی حداقلی برای دولت می‌گذرد.

## ۲ - مدل منافع عمومی یا مسؤولیت اجتماعی

در این مدل حق آزادی نشر با تعهد به جامعه‌ای بزرگ‌تر همراه می‌شود که از منافع فردی فراتر است. مفهوم مثبت آزادی که شامل برخی تعهدهای اجتماعی است، در این مدل پیش‌بینی شده است. رسانه‌های مسئول استانداردهای بالایی را به کمک خود مقررات‌گذاری به وجود می‌آورند، اما مداخله‌های حکومت نیز منع نشده است. سازوکارهای مسؤولیت‌پذیری نسبت به جامعه وجود دارند. شبکه‌های پخش سراسری خدمت عمومی را می‌توان در این مدل جای داد.

## ۳ - مدل حرفه‌ای

مک‌کوئیل معتقد است که نهادهای بزرگ رسانه‌ای و ارزش‌های حرفه‌ای آنها به عنوان ادامه دهندگان راه مبارزان آزادی و دموکراسی در دوره‌های پیشین عمل می‌کنند و ساختارهای رسانه‌ای آنها کمک می‌کند تا تحت تأثیر قرار نگیرند. در این دیدگاه خودمختاری حرفه‌ای و سازمانی رسانه‌ها همچنان بهترین محافظ دیده‌بانی مناسب بر عملکرد آنهاست که در قدرت هستند.

## ۴ - مدل رسانه‌های جایگزین

این مدل شماری از رسانه‌های غیر جریان اصلی را بازنمایی می‌کند، که اهداف و منشاءهایی متفاوت دارند. با این وجود برخی ارزش‌های مشترک میان این رسانه‌ها وجود دارند، مخصوصاً تأکید بر سازمان‌های مقیاس کوچک و مردمی، مشارکت و جماعت، اهداف مشترک میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و اینکه در برخی موارد با دولت و صنعت مخالف هستند. این مدل بر حق خرده فرهنگ‌ها و ارزش‌های خاص آنها و ارتقای فهم بین موضوعی<sup>۲۵</sup> و حس واقعی جماعت را ارتقاء می‌دهند. (۲) مک‌کوئیل در نهایت تأکید می‌کند این مدل‌ها هم‌پوشانی دارند و باید به آن‌ها طیفی نگاه کرد و نه صفر و یک. (McQuail, ۲۰۰۵:۱۴۸)

از نظر دکتر محسنیان‌راد برای یافتن تئوری هنجاری حاکم بر مطبوعات ایران، نباید فقط در قوانین جست‌وجو نمود و مهم‌تر از قوانین نگرش‌ها، عقاید و باورهای حکومت مردان ایران است که در عملکرد مطبوعات تأثیر می‌گذارد و در واقع به‌طور عملی باید‌ها و نبایدها را تعیین می‌نماید. (محسنیان‌راد، ۱۳۸۰:۱۲) با عنایت به این موضوع و نیز توجه به تاریخ، نحوه

<sup>۲۵</sup> Intersubjective

شکل‌گیری و رشد مطبوعات در ایران و رویکردهای مختلف حاکمیت به موضوع مطبوعات در دوره‌های مختلف تاریخ ایران، نمی‌توان کل نظام حاکم بر مطبوعات کشور را مشمول یک نظریه‌های هنجاری خاص نمود و هر دوره‌ای به فراخور شرایط مشمول یکی از نظام‌ها می‌شود.

### ملاک های بازدارنده خبر

#### خط قرمز چیست؟

خط‌های قرمز در جوامع، مانند مرزهای جغرافیایی که تعیین‌کننده حدود کشورها و تقسیمات آن است، می‌باشد، ترسیم‌کننده جغرافیای هویتی نظام‌ها و جوامع گوناگون می‌باشند. (افتخاری، ۱۳۷۷: ص ۱۵) خطوط قرمز عبارت است از حدودی که تخطی از آن «یک نظام» را به «غیرآن» تبدیل می‌کند و در فضایی مابین «گفتمان نظام» و «قانون اساسی» در ساختار «انتظام ملی» قرار می‌گیرند. ساختار انتظام ملی، عنوانی است که به لایه‌های مختلف حقوقی در یک نظام دخالت دارد و در مجموع بیانگر چگونگی ایجاد انتظام در گستره ملی می‌باشد. (همان: ص ۱۲۳)

خطوط قرمز در جوامع بر اساس توافق عام شکل می‌گیرد. با دقت و بررسی در حکومت‌های مختلف در می‌یابیم که در تمام دموکراسی‌های جهان، بر اساس قانون اساسی توافق و تصویب شده ملت و قوانین موضوعه، مرزبندی‌ها، خط قرمزها و باید و نبایدهایی هم برای حاکمیت دولتمردان و صاحبان قدرت و هم برای مردم تعیین و تصریح شده است. (یزدی، ۱۳۷۷: ص ۲۹۲) و این خطوط چنان پذیرفته شده و در بین افراد اجتماع جاافتاده است و حدود آن محدود و مشخص می‌باشد که جز در مواقع خاص عبور از آن توسط فعالین سیاسی و یا مطبوعاتی منتفی است و درحالت عادی نیز هیچ شهروندی قائل به عبور از خطوط آن نیست. البته این امر از جامعه‌ای به جامعه دیگر متفاوت است و با ورود به جوامع کمتر توسعه یافته خطوط قرمز از حالت خط خارج شده و طیف‌واره‌ای می‌گردد که گذشت زمان قسمتی از آن را پررنگ تر و قسمتی را کمرنگ تر می‌کند.

#### لزوم وجود خط قرمز

خط قرمز برای حاکمیت و قدرت از آن جهت ضروری است که بدون رعایت آن قدرت به یک نیروی سرکوبگر و مخرب علیه ملت و مردم تبدیل می‌شود. ضرورت تعریف و رعایت خط قرمز برای مردم نیز از آن جهت است که هم حقوق عمومی جامعه و هم حقوق شهروندان از تعرض‌ها و تجاوزهای یکدیگر مصون و محفوظ بماند. (افتخاری، ۱۳۷۷: ص ۱۸۵)

#### خط قرمز در فلسفه‌های سیاسی

به طور کلی دو نگرش اساسی و قدرتمند اساس حکومت‌های جهان را شکل داده است؛ نگرش اول طبق جمله معروف «انسان گرگ انسان» است، درحالت طبیعی انسان را موجودی

شریر و خودخواه، منفعت‌جو و ظالم می‌داند که برای رسیدن به خواسته‌هایش دست به هرکاری می‌زند. (زیباکلام، ۱۳۷۷:ص ۸۵) که در این حالت برای انسان حقوق وجود دارد اما قانون وجود ندارد. (طباطبایی، ۸۸) چنین انسانی نیاز به یک نهاد قدرتمند کنترل‌کننده دارد که همان حکومت است. اما نگرش دوم لزوماً انسان را موجودی ستمگر و سودجو و منفعت‌طلب نمی‌داند، بلکه موجودی منطقی قانع به حق و مسئول می‌داند، در این حالت انسان برای مصلحت و خیر جمعی خود اجتماع و حکومت را بوجود می‌آورد و لزوم وجود نهاد حکومت نه برای کنترل شهروندان بلکه برای خدمت به آنها می‌باشد. (همان، ۸۸) عده‌ای از اندیشمندان معتقدند که پذیرش خط قرمز در واقع تن دادن به نگرش اول است (زیباکلام، ۱۳۷۷:ص ۸۵)

### خطوط قرمز در ایران

از آنجایی که تحقیق کیفی ارتباط خاصی با مطالعه روابط اجتماعی دارد و وامدار این واقعیت است که زیست جهان‌ها متکثر شده‌اند. مدافعان پست مدرنیسم از پایان عصر روایت‌ها و نظریه‌های کلان سخن می‌گویند. به اعتقاد آنان اکنون به روایت‌های محلی و موقت و محدود نیاز داریم. (فلیک، ۱۳۸۸:ص ۱۳) به همین دلیل برای بررسی خطوط قرمز در مطبوعات ایران ابتدا به روش کتابخانه‌ای به شکل مصاحبه عمقی با گروهی از روزنامه نگاران عوامل موثر در خطوط قرمز را تعیین و به شکل پرسشنامه در آورده سپس اعتبار آن را از نظر کارشناسان رسانه کسب نموده ایم.

با توجه به نظام سیاسی موجود در ایران کانون‌های صادرکننده خطوط قرمز شامل ۱- الگوی دولت کشوری (منافع ملی، استقلال، قانون اساسی) ۲- اسلامیت و ۳- جمهوریت نظام می‌باشد که در قانون اساسی بر آن تصریح شده است. (افتخاری، ۱۳۷۷: ۱۸۰)

متغیروابسته تحقیق شامل خطوط قرمز و متغییرهای مستقل؛ اصول قانون اساسی، مفادقانون مطبوعات، خودسانسوری، سانسور، استقلال مطبوعات، گفتمان نظام جمهوری اسلامی، روابط دیپلماتیک، گروه‌های فشار می‌باشد.

### سیر تاریخی خط قرمز در ایران بعد از انقلاب:

تجربه تاریخی نظام جمهوری اسلامی را در زمینه خطوط قرمز و رقابت‌های سیاسی در قالب چند مرحله می‌توان تفکیک و تفسیر نمود:

#### دوره اول: هرج و مرج گرای

که این هرج و مرج گرای ناشی از دو علت بود: ۱- نبود خطوط قرمز مدون (از پیروزی انقلاب تا آذرماه ۱۳۵۸ افتتاح مجلس خبرگان و آغاز به کار تدوین پیش نویس قانون اساسی)

ابتدا عمده مباحث این دوران حول جمهوریت، اسلامیت و رجحان هر کدام بود، اما بعد از همه پرسی و تشکیل نظام جمهوری اسلامی آنچه موجب بحث گروه ها و احزاب مختلف شد قانون اساسی و اختلاف در تشکیل و حد و حدود حیطة اختیارات مجلس خبرگان بود.

۲ - هرج و مرج گرایى (از دی ماه ۵۸ تا مرداد ۶۰)

این دوره، دوره اولویت های جناحی بود که اگرچه با تعیین نوع نظام و تدوین قانون اساسی، جهت خطوط قرمز مشخص شده بود، اما در عمل به این خطوط گردن نهاده نشد و فعالیت ها با الگوی قبلی همچنان ادامه داشت که نهایتاً منجر به اتخاذ سیاست تازه ای توسط نظام تحت عنوان تحدید تمام فعالیت های سیاسی و مطبوعاتی شد. اوج این هرج و مرج ها انتخابات ریاست جمهوری و نهایتاً تعارض مجلس شورای اسلامی و رییس جمهور (بنی صدر) بود که رای به عدم بی کفایتی او پایان این دوره محسوب می شود. (افتخاری، ۱۳۸۱: ۶۶)

### دوره دوم: یکسان سازی

باتوجه به آسیب های جدی ای که نظام در دوره قبل متحمل شد (از جمله حذف تعداد زیادی از مهره های کلیدی نظام) و به منظور دفاع از مبانی نظام، استراتژی یکسان سازی در عرصه های مختلف در پیش گرفته شد. علاوه بر این پس از اتمام جنگ و اولویت یافتن اهداف اقتصادی در برنامه های دولت هاشمی رفسنجانی و نیاز به نوعی ثبات سیاسی و افزایش ضریب امنیتی شاهد تلاش دولت برای ثابت نگاه داشتن سطح رقابت سیاسی، محدودیت تعداد نشریات و جراید با دیدگاه انتقادی و مخالف و خوابانیدن جریان های فکری نو اندیش در حوزه فکری می باشیم. (همان: ۷۶)

### دوره سوم: الگوی واگرایی متعهدانه (از اوایل سال ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۴)

پس از دوره طولانی یکسان سازی با تغییر شرایط سیاسی اجتماعی فرهنگی اقتصادی کشور در سال های پایانی دولت هاشمی رفسنجانی و طرح الگویی که از طرف خاتمی ارائه شد خبر از ظهور دور جدیدی در مناسبات سیاسی داشت که علاوه به پای بندی به اصول و مبانی نظام، تفاسیر تازه ای را برای نحوه اداره حیات اجتماعی ارائه می داد. (همان: ۷۸)

### دوره چهارم: دوره سکون (از سال ۱۳۸۴ تا کنون)

با شروع این دوران و با توقیف چندین روزنامه، مطبوعات به محاق فرو رفته و به حالت سکون و رکود خودخواسته، خالی از هرگونه انتقادی درآمدند.

### پایایی و روایی تحقیق

#### ۱ - پایایی

راه پی بردن به اینکه آیا پاسخ های مربوط به یک گویه خاص، با پاسخهای گویه های دیگر هماهنگی دارد یا خیر، محاسبه ضریب همبستگی میان نمره افراد در آن گویه و نمره

آنها در بقیه مقیاس است. اما از آنجا که بیشتر اوقات دستیابی به افراد در دو موقعیت امکان پذیر نیست، رهیافت علمی تر توجه به هماهنگی پاسخ یک فرد به یک گویه در مقایسه با هر یک از گویه های دیگر مقیاس است. (همبستگی های گویه به گویه) این رهیافت سنجی ای برای اندازه گیری قابلیت اعتماد کلی مقیاس فراهم می کند. شاخص آن آماره ای است که " آلفای کرونباخ " نامیده می شود. این آماره از ۰ تا ۱ تغییر می کند، هرچه این رقم بالاتر باشد، قابلیت اعتماد مقیاس بیشتر است. براساس یک قاعده سر انگشتی، آلفا باید حداقل ۷/۰ باشد تا بتوانیم بگوییم که مقیاس دارای قابلیت اعتماد است. (دواس، ۱۳۷۶: ۳۳۱) در آزمون پایایی مربوط به آزمون مقیاس سنجش متغیر های این تحقیق، مقدار آلفای کرونباخ مربوط به تمامی متغیرها آن بالاتر از ۷/۰ می باشد. در نتیجه تمامی مقیاس ها دارای قابلیت اعتماد است.

## ۲ - اعتبار (روایی)

اعتبار یک تحقیق در معنای کلی پاسخ به این سوال است که آیا شاخص ها و معیارهایی که برای سنجش پدیده مورد نظر تهیه شده اند از دقت و جامعیت لازم برخوردار است یا خیر؟ اعتبار به دو نوع درونی و بیرونی تقسیم می شود. اعتبار بیرونی به چگونگی جمع آوری داده ها و قابلیت تعمیم اشاره دارد (رایف، ۱۳۸۱: ۱۵۸) که برای سنجش اعتبار ابزارها از اعتبار صوری استفاده گردید. منظور از اعتبار صوری میزان توافق متخصصان یک امر در رابطه با یک شاخص یا معیار است. (ساروخانی، ۱۳۷۳: ۲۸۷). در این تحقیق پس از تهیه پرسشنامه جهت کسب اعتبار صوری به اساتید و صاحب نظران مراجعه و نظرات آنان در پرسشنامه اعمال شد.

## یافته های تحقیق

یافته های زیر نظر اساتید و کارشناسان رسانه و روزنامه نگاران نسبت به تاثیر هر کدام از متغیرهای؛ قوانین رسمی نوشته شده در کشور، استقلال روزنامه، مراجع اعمال کننده سانسور، گفتمان نظام جمهوری اسلامی ایران، گروه های فشار و روابط دیپلماتیک با دیگر کشورها؛ بر تعیین خطوط قرمز بعنوان متغیر وابسته می باشد و اینکه

آیا خطوط قرمز نانوشته با گذر زمان تغییر می کنند؟

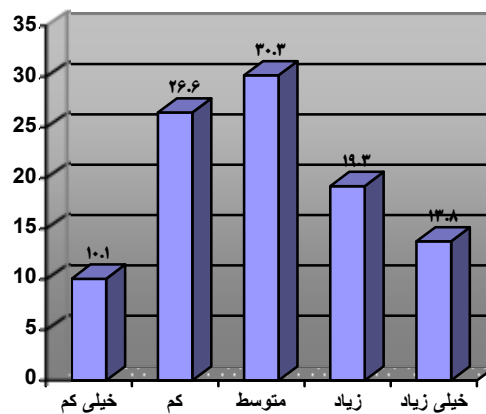
آیا خطوط قرمز در مطبوعات ایران، خط است یا طیف گونه؟

آیا منشا خطوط قرمز در مطبوعات ایران هنجار است یا ارزش؟



### قوانین نوشته و رسمی کشور و خطوط قرمز

قوانین نوشته و رسمی کشور در ارتباط با مطبوعات، به دو دسته اصول قانون اساسی و مواد قانون مطبوعات تقسیم می شوند، در این تحقیق آیین نامه ها و بخش نامه های صادر شده مربوط به مطبوعات نیز در زمره قوانین نوشته شده محسوب شده است. از نظر اساتید و کارشناسان، تاثیر قانون اساسی در تعیین خطوط قرمز متوسط و تاثیر قانون مطبوعات زیاد، تاثیر آیین نامه های مرتبط با قانون مطبوعات متوسط و زیاد و تاثیر بخش نامه های مرتبط با قانون مطبوعات، زیاد است.



نمودار شماره ۱- تاثیر قانون اساسی در تعیین خطوط قرمز از نظر کارشناسان رسانه و سیاست

### استقلال روزنامه و خطوط قرمز

شاخص های مربوط به متغیر استقلال روزنامه، استقلال سیاسی، فرهنگی و استقلال اقتصادی می باشد.

طبق نتایج تحقیق، تاثیر مساله استقلال سیاسی روزنامه در تعیین خطوط قرمز خبر، زیاد می باشد، تاثیر مساله استقلال فرهنگی، کم و تاثیر مساله استقلال اقتصادی روزنامه، زیاد است.

### خودسانسوری و خطوط قرمز

شاخص های مربوط به متغیر خودسانسوری شامل ارزش های شخص، ارزش های روزنامه، منافع شخص، منافع سازمان رسانه، منافع گروه های کنترل کننده اقتصادی و منافع اگهی دهندگان می باشد.

طبق نتایج تحقیق، تاثیر ارزش های شخصی روزنامه نگار را در اعمال خودسانسوری به عنوان عامل تعیین کننده خطوط قرمز، زیاد تاثیر ارزش های سازمان رسانه ای، زیاد تاثیر

منافع روزنامه نگار خیلی زیاد تاثیر منافع سازمان رسانه ای، زیاد تاثیر منافع اقتصادی گروه های اداره کننده رسانه ها، خیلی زیاد منافع آگهی دهندگان به مطبوعات خبری، خیلی زیاد است.

### مراجع اعمال کننده سانسور و خطوط قرمز

شاخص های مربوط به متغیر سانسور، شورای عالی امنیت ملی، وزارت ارشاد، هیات نظارت بر مطبوعات، سیاستگذاران روزنامه (مدیرمسئول صاحب امتیاز) می باشند. طبق نتایج تحقیق، نقش صاحب امتیاز در تعیین خطوط قرمز خبر زیاد نقش مدیر مسئول، زیاد- نقش وزارت ارشاد، خیلی زیاد نقش هیات نظارت بر مطبوعات در تعیین خطوط قرمز خبر، خیلی زیاد می باشد.

### گفتمان نظام جمهوری اسلامی ایران و خطوط قرمز

شاخص های مربوط به متغیر گفتمان نظام جمهوری اسلامی ایران شامل مقوله وفاق ملی، مساله تمامیت ارضی، مساله وحدت ملی، مقوله مذهب و دین، مسائل قومی و اصول قانون اساسی می باشد.

طبق نتایج تحقیق، تاثیر گفتمان جمهوری اسلامی بر تعیین موارد و مصادیق خطوط قرمز خبر، خیلی زیاد اصول قانون اساسی، متوسط تاثیر مقوله وفاق ملی، متوسط - مساله تمامیت ارضی، زیاد- مساله وحدت ملی (نظم دورنی)، متوسط مقوله مذهب و دین، خیلی زیاد - تاثیر مسائل قومی، خیلی زیاد و تاثیر مباحث مربوط به مقوله جمهوریت در جمهوری اسلامی، خیلی کم است.

### گروه های فشار و خطوط قرمز

شاخص های مربوط به متغیر گروه های فشار گروه های فشار سیاسی و گروه های فشار شبه نظامی است که طبق نتایج تحقیق، تاثیر گروه های فشار سیاسی در تعیین خطوط قرمز خبر خیلی زیاد می باشد.

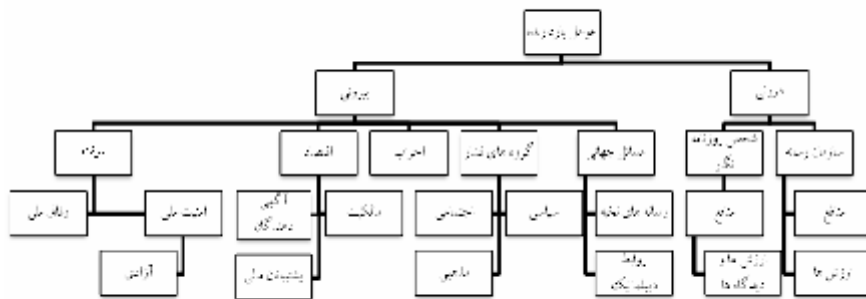
### روابط دیپلماتیک کشورها و خطوط قرمز

شاخص های مربوط به متغیر روابط دیپلماتیک کشورها روابط خصمانه، روابط دوستانه می باشند.

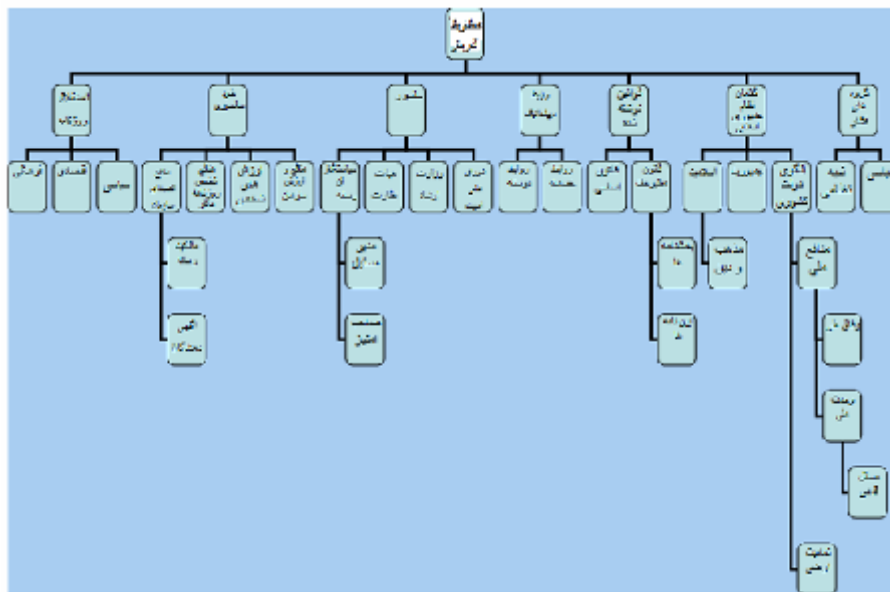
طبق نتایج تحقیق، تاثیر رابطه دیپلماتیک با کشورها در تعیین خطوط قرمز خبر، متوسط روابط دوستانه میان ایران و یک کشور، متوسط روابط خصمانه میان ایران و یک کشور، زیاد است.

لازم به ذکر است که ۹۳ درصد از پاسخ دهندگان خط قرمز خبر در مطبوعات ایران را، تابعی از شرایط زمانی می دانند. ۶۷ درصد از پاسخ دهندگان خط قرمز خبر در مطبوعات ایران

راه تابعی از شرایط مکانی می دانند. ۷۰ درصد خطوط قرمز را طیف فرض می کنند و ۹۳/۵ درصد معتقدند که خطوط قرمز به شکل خطوطی ثابت و تعریف شده نیست و متغیر می باشد و ۶۲/۱ درصد از پاسخ دهندگان خطوط قرمز را مقوله ای هنجاری و ۵۵ درصد آن را مقوله ای ارزشی می دانند.



نمودار شماره ۴ عوامل بازدارنده خبر در مطبوعات ایران



نمودار شماره ۴ عوامل صادرکننده خطوط قرمز در ایران

### نتیجه گیری

بدون شک خط قرمز در هر جامعه‌ای و تحت هر عنوانی وجود دارد که این حدود اصولاً توسط قانون تعیین می‌گردد. در کشوری مثل ایران که در حال گذار است مطبوعات هم مانند سایر نهادها نه تنها وظیفه حرفه‌ای خود را ایفا نمی‌کنند و هزاران بار اضافی از جمله تأمین بستر مشارکت مردم در عرصه‌های تصمیم‌گیری و قانونگذاری را نیز به دوش می‌کشند. بدیهی است که کارکرد صحیح مطبوعات در این عرصه که مستقیماً با امنیت ملی ارتباط پیدا می‌کند، امری ظریف و حساس می‌باشد. (باوند، ۱۳۶۹: ص ۵)

از پژوهش صورت گرفته چنین برمی‌آید که در ایران، نه تنها خطوط قرمز وجود دارند که عوامل زیادی در تعیین و اعمال آنها بر مطبوعات نقش موثر دارند، عواملی که باید ریشه در قوانین حاکم بر کشور داشته باشد اما به علل مختلف از جمله عدم شفافیت قانون و باز بودن دست مجریان امر در خوانش آن، دامنه‌ای وسیع و بی‌محدوده پیدا کرده است. ملاک‌های بازدارنده‌ای که مشخص و واضح نیستند و طیف‌واره‌ای گردیده‌اند که گذشت زمان و تغییر مکان و تغییر دولتها و حتی مسئولین گوشه‌هایی از آن را کم‌رنگ و گوشه‌ای دیگر را پررنگ می‌نماید و دست عوامل رسمی و ظاهری و عوامل پنهان را در اعمال فشار بر روزنامه‌نگار در تمامی مراحل تهیه خبر و نیز مواخذه او بعد از انتشار خبر باز می‌گذارد. بطور کلی می‌توان تمامی عوامل موثر در تعیین خطوط قرمز و ذکر شده در تحقیق را با عنایت به استنادات کتاب پایان داستان غم‌انگیز، که توسط دفتر پژوهش‌های فرهنگی کیهان به چاپ رسیده و به بررسی‌های زمینه‌ساز صدور حکم حکومتی توسط مقام رهبری درباره قانون مطبوعات پرداخته، زمینه تخلفات مطبوعات که منجر به توقیف و محدود شدن فعالیت آنها گردیده را با ذکر مصادیق چنین برشمرد: تبلیغ جدایی دین از سیاست، حمله به ولایت فقیه و رهبری، اهانت به مقدسات و مردم متدین، اتهام زدن به نظام اسلامی، تضعیف نهادهای قانونی، ترسیم فضای تیره و تاریک، تحریف واقعیات، رواج ابتذال (رسایی، ۱۳۸۱، صفحه ۲۳ تا ۷۵)

که طبق نتایج تحقیق به طور جزئی‌تر در قوانین نوشته شده و رسمی، قانون اساسی که اشاره مشخص بر آزادی مطبوعات دارد کمتر جدی گرفته شده است و عملاً به مقدار متوسط در تعیین خطوط قرمز نقش دارد و قانون مطبوعات که محدودکننده‌تر است به مقدار زیاد و موثر تری ایفای نقش میکند. با توجه به شرایط خاص ایران زمین و تکرر قومیتها و اقلیتها، در حالت مطلوب، امنیت ملی، تمامیت ارضی و مسائل قومی، در حالت ایجابی و نه سلبی، باید خطوط قرمز اصلی باشد، اما طبق نتایج تحقیق مقوله مذهب و دین تأثیر بسیار زیاد و مقوله مهم وفاق ملی تأثیر متوسطی در تعیین خطوط قرمز دارد. همچنین تأثیر عوامل پنهان و گروه‌های فشار بسیار زیاد اعلام گردیده است.

از دیگر موارد شایان ذکر عوامل مترتب بر خودسانسوری است که همه به مقدار زیاد و خیلی زیاد تخمین زده شده است، به این معنا که علاوه بر فشارها و عوامل بیرونی، عوامل درون سازمانی و شخصی نیز وسعت بیشتری به طیف قرمز مطبوعات در ایران می بخشد. با توجه به مطالب گفته شده می توان در مجموع چنین برداشت کرد که نقش مطبوعات در ایران همواره حساس و شرایط آن شکننده بوده است و با توجه به دامنه وسیع و نامحدود خطوط قرمز و عوامل متعدد اعمال آن، راهکار اصلی برون رفت از چنین شرایطی اصلاح قوانین نوشته شده درباره مطبوعات و تعیین حدود خطوط قرمز بطور مشخص و روشن واضح نمودن تعابیر آن و نیز تعریف جامع و مانع جرم سیاسی و اجرای آن در عمل می باشد. اما پیشنهاد حاشیه ای این تحقیق که در حین انجام کار به ذهن پژوهشگر رسید همکاری و همدلی بیشتر اصحاب مطبوعات، از اساتید تا روزنامه نگاران است. ایجاد اعتماد بیشتر برای تحمل و صبر بر شرایط و تلاش در جهت بهبود آن، نه ترویج و گسترش روح بی اعتمادی حتی در بین خود اصحاب مطبوعات.

## منابع

۱. افتخاری، اصغر، ۱۳۸۱، درآمدی بر خطوط قرمز در رقابت های سیاسی، تهران، انتشارات فرهنگ گفتمان
۲. افخمی، حسین، ۱۳۸۷، «سی سال مطبوعات و هفت «هیچ» آرزو»، سالنامه اعتماد
۳. اینگلیس، فرد، ۱۳۷۷، نظریه رسانه ها، ترجمه محمودحقیقت کاشانی، مرکز تحقیقات و سنجش برنامه های صدا و سیما جمهوری اسلامی
۴. باوند، ۱۳۶۹، گفت و شنودی درباره منافع ملی، اطلاعات سیاسی اقتصادی، شماره ۴۰، تهران:موسسه اطلاعات
۵. بدیعی دزفولی، مینو، ۱۳۷۱، «بررسی مسائل مدیریتی و تخصصی و آموزشی در مطبوعات ایران»، مجموعه مقالات، نخستین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
۶. بروجردی علوی، مهدخت، ۱۳۸۰، «دروازه بانی خبر چیست و دروازه بانان کیستند؟» روزنامه نگاری حرفه ای، مجموعه مقالات، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها
۷. بلیک، رید؛ هارولدسن، ادوین، ۱۳۷۸، طبقه بندی مفاهیم در ارتباطات (مسعود اوحدی، مترجم)، تهران: انتشارات سروش
۸. پیکارد، رابرت جی، ۱۳۸۳، اقتصاد رسانه‌ها و مفاهیم آن، (ترجمه داوود حیدری)، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
۹. تافلر، الوین، ۱۳۸۴، جابجایی در قدرت، (ترجمه شهیندخت خوارزمی)، چاپ هشتم، تهران: نشرعلم
۱۰. چامسکی، نوام و هرمان، ادوارد، ۱۳۷۷، فیلترهای خبری، (ترجمه ژا امیر فخرایی)، تهران، انتشارات موسسه ایران
۱۱. دادگران، محمد، ۱۳۸۴، افکار عمومی و معیارهای سنجش آن، تهران: انتشارات مروارید
۱۲. دادگران، محمد، ۱۳۸۵، مبانی ارتباط جمعی، چاپ دهم، تهران: انتشارات فیروزه
۱۳. دادگران، محمد، ۱۳۸۵، مبانی ارتباط جمعی، چاپ دهم، تهران: انتشارات فیروزه
۱۴. دواس، دی ای، ۱۳۸۴، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، (ترجمه هوشنگ نائی)، تهران: نشرنی
۱۵. دوورژه، موریس، ۱۳۶۷، جامعه شناسی سیاسی، ( ترجمه ابوالفضل قاضی)، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
۱۶. رایف، دانیل و همکاران، ۱۳۸۱، تحلیل پیام های رسانه ای، (ترجمه مهدخت بروجردی علوی)، انتشارات سروش، تهران
۱۷. رسایی، حمید، ۱۳۸۱، پایان داستان غم انگیز، چاپ پنجم، جلد اول، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی کیهان
۱۸. رضایی، حمیدرضا، «دولت عامل اصلی بازدارندگی توسعه مطبوعات»، مجموعه مقالات دومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران، جلد اول، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه

۱۹. رولو، اریک، ۱۳۸۰، « مصاحبه یونس شکرخواه با رولو»، فصلنامه رسانه، سال ۱۲، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
۲۰. رولو، اریک، ۱۳۸۰، « مصاحبه یونس شکرخواه با رولو»، فصلنامه رسانه، سال ۱۲، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
۲۱. ریوریو، مانتهلی، ۱۳۶۹، «فیلترهای خبری مصاحبه با ادوارد اس هرمان و مک چسنی»، فصلنامه رسانه، شماره ۴، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
۲۲. زیباکلام، صادق، ۱۳۷۷، «حکومت، حق نظارت مردم و خط قرمز»، مجموعه مقالات خط قرمز؛ آزادی بیان و اندیشه و حدود مرزهای آن، تهران: نشر قطره
۲۳. سلطانی فر، محمد، هاشمی، شهناز، ۱۳۸۲، پوشش های خبری، تهران: انتشارات سیمای شرق
۲۴. سورین، ورنر؛ تانکارد، جیمز، ۱۳۸۴، نظریه های ارتباطات، چاپ دوم، (علیرضا دهقان، مترجم)، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
۲۵. سی کمپبل، کول، ۱۳۸۰، روزنامه نگاری به عنوان یک هنردموکراتیک، ترجمه حسن نورایی بیدخت، فصلنامه رسانه، سال دوازدهم، شماره دوم، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
۲۶. شعار غفاری، ۱۳۷۱، پیروز، مجموعه مقالات، نخستین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
۲۷. شکرخواه، یونس، ۱۳۸۲، «جنگ روانی: صورت شدید انگاره سازی»، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۴، سال دهم
۲۸. طباطبایی، سید جواد، ۱۳۸۸، درس گفتارهای موسسه پرسش
۲۹. طلوعی، محمود، ۱۳۷۲، فرهنگ جامع سیاسی، تهران: انتشارات سخن و نشر علم
۳۰. عباسی، حجت الله، ۱۳۸۲، « دروازه بانی خبر در تلویزیون»، ماهنامه افق، شماره ۴۵، سال چهارم
۳۱. فراهانی، عذرا، ۱۳۸۴، اسناد و پرونده های مطبوعاتی ایران دهه ۷۰، جلد اول، تهران، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
۳۲. فرهنگ، علی اکبر، ۱۳۷۰، رسانه ها در جامعه اطلاعاتی امروز، فصلنامه رسانه، سال دوم شماره ۶، تابستان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
۳۳. فلیک، اووه، ۱۳۸۸، درآمدی بر تحقیق کیفی (ترجمه هادی جلیلی)، تهران: نشرنی
۳۴. کازنو، ژان، ۱۳۴۶، قدرت تلویزیون، ترجمه علی اسدی، تهران: انتشارات امیرکبیر
۳۵. کهن، گوئل، ۱۳۷۱، شناخت جایگاه مطبوعات کنونی ایران در بستر نظریه پردازی های مطبوعاتی و فرایند رشد و توسعه ملی، مجموعه مقالات، نخستین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
۳۶. گرین، فیلیپ، ۱۳۶۹، فصلنامه رسانه، سال اول شماره ۴، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه

۳۷. ل. پالتر، دیوید، ۱۳۸۰، ارتباطات سیاسی در عمل، ترجمه مهدی شفق، تهران، انتشارات سروش
۳۸. مارلین، آری، ۱۳۷۳، «فلسفه رسانه های جهانی»، فصلنامه رسانه، سال پنجم، شماره دوم، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
۳۹. محسنیان راد، مهدی، ۱۳۷۱، روش‌های مصاحبه خبری، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
۴۰. محسنیان راد، مهدی، ۱۳۷۷، «انتقاد در مطبوعات و وضعیت آن در ایران»، فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، شماره ۱۰، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی
۴۱. محسنیان راد، مهدی، ۱۳۸۰، «تصویری ماندنی از دوره استثنایی تاریخ مطبوعات ایران»، مصاحبه لیلا رستگار با محسنیان راد، فصلنامه رسانه، سال ۱۲، شماره ۲، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
۴۲. محکی، علی اصغر، ۱۳۸۰، «اقتصاد سیاسی رسانه ها»، فصلنامه رسانه، سال دوازدهم، شماره دوم، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
۴۳. معتمدنژاد، کاظم، ۱۳۸۱، «مبانی حقوقی کمک دولت به مطبوعات»، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
۴۴. وبستر، فرانک، ۱۳۸۴، نظریه های جامعه اطلاعاتی، (ترجمه مهدی داوودی)، تهران: مرکز چاپ و انتشار وزارت امور خارجه
۴۵. یزدی، ابراهیم، ۱۳۷۷، «جمهوری مشروطه، توسعه سیاسی و خط قرمز»، مجموعه مقالات خط قرمز؛ آزادی بیان و اندیشه و حدود مرزهای آن، تهران: نشر قطره
۴۶. بدیعی، نعیم، ۱۳۶۹، «معیارهای گزینش خبر، کدام خبر؟ چرا؟»، فصلنامه رسانه، سال اول، شماره اول، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه

J. Gans, Herbert (۲۰۰۴), deciding what's news ,study of CBS evening news  
NBC nightly news ,by northwestern university press  
Pamela J. Shoemaker, ۱۹۸۹ ,communication campaigns about drugs :  
government , media and the public,us:Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum  
Associates  
Boaz, Martha, ۲۰۰۳, "Censorship", Encyclopedia of Library and  
Information Science: Abs-Dec, Vol.۴ ,By Miriam A. Drake - Language Arts &  
Disciplines  
Picard, Robert, ۱۹۸۵, The press and decline of democracy, (contribution to  
the study of mass media and communication, ISSN ۰۷۳۲- ۴۴۵۶; no  
۴), Greenwood press



Maxwell, Richard. ۱۹۵۷, Key Thinkers in critical media studies; Herbert  
Chiller, The Rowman & Littlefield Publishing Group

McQuail, D. (۲۰۰۵). McQuail's Mass Communication Theory. London: Sage  
Publication

- تفضلی، بیژن (۲۰۱۰، ۲ می)، اقتصاد سیاسی رسانه‌ها، بازیابی ۱۳۸۹/۴/۲۳ از  
<http://www.hccmr.com/news-۶۰۶.aspx>

- چهار مدلی شدن نظریه هنجاری رسانه‌ها (۲۰۱۰، ۲۳ آوریل، بازیابی ۸۹/۳/۱۴، از  
<http://pedramspace.blogspot.com/۲۰۱۰/۰۴/blog-post.html>