

# نظارت بر رسانه‌های گروهی به منظور ارتقای انتخابات دمکراتیک



راهنمای NDI برای سازمان‌های امور شهروندان

رابرت نوریس و پاتریک مرلو

# نظارت بر رسانه‌های گروهی به منظور ارتقای انتخابات دمکراتیک

راهنمای NDI برای سازمان‌های امور شهروندان

رابرت نوریس و پاتریک مرلو

مؤسسه ملی دمکراتیک برای امور بین‌المللی (NDI)

این متن توسط «خانه‌ی آزادی» ترجمه شده است. «خانه‌ی آزادی» مسئولیت کامل هرگونه اشتباهی در ترجمه‌ی متن حاضر را بعهده می‌گیرد. برای اظهار نظر در خصوص ترجمه‌ی این متن خواهشمند است با این شماره تلفن: ۵۱۰۱-۲۹۶-۲۰۲ در «خانه‌ی آزادی» یا با نشانی الکترونیکی ما: [infofarsi@freedomhouse.org](mailto:infofarsi@freedomhouse.org) تماس حاصل فرمایید.



فهرست نویسی پیش از انتشار کتابخانه‌ی کنگره

نوریس، رابرت ۱۹۵۴-

نظارت بر رسانه‌های گروهی به منظور ارتقای انتخابات دموکراتیک : راهنمای NDI برای سازمان‌های امور شهروندان / رابرت نوریس و پاتریک مرلو

ص. س. م.

شابک 1-880134-33-0

۱. نظارت‌گری بر انتخابات - کتاب‌های مرجع، کتاب‌های راهنما، غیره ۲. رسانه‌های جمعی و نظرات اجتماع

۳. رسانه‌های جمعی - ابعاد سیاسی الف. مرلو، پاتریک ب. مؤسسه‌ی ملی دموکراتیک برای امور بین‌المللی ج. عنوان.

JF1081 .N67 2002

324.6'5--dc21

2002009308

۲۰۰۲

حق چاپ برای مؤسسه‌ی ملی دموکراتیک برای امور بین‌المللی (NDI) محفوظ است. واشنگتن دی سی، کلیه‌ی حقوق محفوظ است. ترجمه و یا چاپ مجدد بخش‌هایی از این اثر برای مقاصد غیر تجاری و با ذکر نام NDI به عنوان منبع و ارسال رونوشت مطالب ترجمه شده به آن سازمان بلامانع است.

## درباره‌ی NDI

مؤسسه‌ی ملی دموکراتیک برای امور بین‌المللی (NDI) سازمانی غیر انتفاعی است که در جهت تقویت و توسعه دموکراسی در سراسر جهان فعالیت می‌نماید. NDI از طریق درخواست از شبکه‌ی جهانی کارشناسان داوطلب، در جهت پیشبرد ارزش‌ها، اقدامات و مؤسسات دموکراتیک برای رهبران سیاسی و مدنی مساعدت‌های عملی فراهم می‌آورد. NDI با دموکرات‌های هر منطقه از جهان جهت ساختن سازمان‌های سیاسی و مدنی، انتخابات حفاظت شده و مطمئن، توسعه شرکت شهروندان در انتخابات و صراحت و مسئولیت‌پذیری دولت فعالیت می‌نماید.

دموکراسی به قانون‌گذارانی بستگی دارد که نماینده شهروندان باشند و بر قوه مجریه، قوه قضاییه مستقلی که از قوانین حفاظت مینماید، گروه‌های سیاسی صریح و مسئول و انتخاباتی که شرکت‌کنندگان در آن آزادانه جهت انتخاب نمایندگان خود در دولت رای می‌دهند، نظارت داشته باشد. NDI مانند یک پیشران برای توسعه دموکراسی عمل نموده و جهت شکوفایی و رونق دموکراسی به تقویت مؤسسات و فرآیندهای مربوطه می‌پردازد.

**ساخت سازمان‌های مدنی و سیاسی:** NDI به ساخت مؤسسات با ثبات، گسترده و سازمان یافته که پایه و اساس یک فرهنگ شهری قوی را پایه ریزی می‌کنند، کمک می‌نماید. دموکراسی به این مؤسسات میانجی بستگی دارد - صدای شهروندان مطلع که ایشان را از طریق فراهم آوردن راه‌هایی جهت شرکت آنها در سیاست عمومی، به دولتشان و به یکدیگر متصل می‌نماید.

**حفاظت انتخابات:** NDI انتخابات آزاد و دموکراتیک را توسعه می‌دهد. گروه‌های سیاسی و دولت‌ها از NDI خواسته‌اند که دستورالعمل‌های انتخاباتی را بررسی و بهبودهای لازم را توصیه نماید. موسسه همچنین برای گروه‌های سیاسی و مدنی کمک‌های فنی فراهم می‌آورد تا فعالیت‌های آموزشی رای دهندگان را اجرا نماید و برنامه‌های نظارت بر انتخابات را سازماندهی کند. NDI پیشرو نظارت بر انتخابات می‌باشد که با سازماندهی هیئت‌های بین‌المللی جهت نظارت بر انتخابات در بسیاری از کشورها، تلاش می‌نماید تا نتایج آراء منعکس کننده خواست مردم باشد.

**ارتقاء صراحت و مسئولیت‌پذیری:** NDI به رهبران دول، پارلمان‌ها، گروه‌های سیاسی و گروه‌های مدنی متقاضی مصلحت‌اندیشی در خصوص سلسله مراتب قضایی برای تشکیل موازنه روابط مدنی - نظامی در یک جامعه دموکراتیک، پاسخ می‌دهد. NDI همچنین در جهت ساخت قوه قانونگذار و دولت‌های محلی حرفه‌ای، مسئولیت‌پذیر، صریح و جوابگو نسبت به شهروندان خود، فعالیت می‌نماید.

همکاری بین‌المللی کلید توسعه مؤثر و کارآمد دموکراسی می‌باشد. همکاری بین‌المللی همچنین پیام عمیق‌تری برای دموکراسی‌های جدید و نوظهور دارد که زمانی که دیکتاتوری‌ها بطور فطری منزوی می‌باشند و از دنیای خارج واهمه دارند، دموکراسی‌ها می‌توانند بر روی دوستان بین‌المللی خود و بر روی یک سیستم حمایتی فعال حساب کنند. NDI که ریاست آن در واشنگتن و ادارات آن در هر منطقه از جهان می‌باشد، مهارت‌های کارکنان خود را از طریق ثبت نام کارشناسان داوطلب از سراسر جهان تکمیل می‌نماید. بسیاری از این داوطلبان کارآموزان فعال‌های دموکراتیک در کشور خود می‌باشند و می‌توانند چشم اندازهای بارز خود در مورد توسعه دموکراسی را با دیگران سهیم شوند.

**مؤسسه‌ی ملی دموکراتیک برای امور بین‌المللی**

M Street, N.W., Fifth Floor 2030  
Washington, D.C. 20036-3306, USA

تلفن: +1 202 728 5500

فاکس: +1 202 728 5520

پست الکترونیکی: [demos&ndi.org](mailto:demos&ndi.org)

سایت اینترنتی: <http://www.Ndi.org>

**هیئت مدیره**

مادلن کی. آبرایت  
رئیس

راشل هرویتس  
معاون رئیس

کنت اف. میلی  
دبیر

اوزنی ایدنبرگ  
نخستین داری

کنت دی. والاک  
رئیس کل

برنارد دالبیو، آرونسان  
جی. براین آتوود

هریت سی. بیبت

الیزابت فرالی بگلی  
جون باگت کالامیوکیدیس

باربارا جی. استرلینگ

جرالدین ای. فرارو

سم گندسون

پاتریک جی. گریفین

جون اندرسون گرو

شرلی رابینسون هال

هرولد هونگیو کو

پیتربی. کوپلر

الیوت اف. کولیک

نات لاکور

لوتیس مانیلو

کونستانس جی. میلستان

مالی ریزر

نیکولاس ای. ری

سوزان ای رایس

نانسی اچ. رایین

ایلین کی. شوکاس

ماریا ای. اسمالز

میشل آر. سنید

موریس تمپلزن

آرتورو والتزولا

**کمیته‌ی ارشد رایزنی**

ویلیام وی. الکساندر

میشل دی. بارنز

جان برادمان

بیل برادلی

امانوئل کلیور

ماریو ام. کونومو

پارتیشیا دالبیو، دریان

میشل اس. دوکاکیس

توماس اف. ایگلتن

مارتین فراست

ریچارد ان. گاردنر

ریچارد ای. گیفارد

جان تی. جوپس

پیتربی. کلی

پول جی. کرک

جان لوئیس

دونالد اف. مک هنری

اینز جی. میکوا

آزی نیلور مورتون

دانیل پاتریک مویننهان

چارلز اس. روب

استفان جی. سولازز

تودور سی. سورنسن

استیوان ای. تورس

ان وکسلر

اندرو جی. یانگ

**ریاست افتخاری**

پول جی. کرک

والتر اف. موندال

چارلز تی. ماتت

## سیاسگذاری

این کتاب راهنما توسط مؤسسه ملی دموکراتیک برای امور بین‌المللی (NDI) تهیه گردید تا به سازمان‌های مدنی، انجمن‌های خبرنگاری، گروه‌های سیاسی و سازمان‌های دیگر در سراسر جهان که در زمینه حمایت از آزادی مطبوعات فعالند، کمک نماید. آزادی که به تبع آن رقابتی سیاسی می‌تواند پیامهای خود را از طریق رسانه‌های جمعی به مردم برساند و شهروندان اطمینان حاصل کنند که از اطلاعات لازم جهت انتخاب آگاهانه گزینه‌های سیاسی برخوردارند. کتاب راهنما منعکس‌کننده تجربیات کاری ۱۷ ساله با رهبران مدنی و سیاسی جهت توسعه رفرم دموکراسی و تمامیت سیاسی می‌باشد.

NDI مایل است آنهایی را که در گوشه و کنار جهان برای حمایت و طرفداری از آزادی رسانه‌های گروهی و توسعه مکانیزم‌های نظارت بر رسانه‌ها کوشش نموده‌اند و شهروندان را از ماهیت اطلاعاتی که دریافت می‌کنند آگاه می‌سازند، به رسمیت بشناسد، مانند خبرنگاران که فعالیت‌هایشان اغلب تحت شرایط سیاسی سخت انجام می‌گیرد و از طریق انجام این فعالیت‌ها خود را در معرض خطر قرار می‌دهند. NDI از این امتیاز برخوردار بوده است که با بسیاری از اینگونه اشخاص در گستره وسیعی از حوزه‌ها اعم از نظارت بر رسانه‌ها همکاری نموده است و درسهایی را که از این تجربیات آموخته، در این کتاب منعکس کرده است. NDI همچنین فعالیت‌های پیشگامانه سازمان‌های بین‌المللی غیردولتی و بین‌الدولی چه در مورد طرفداری از آزادی ارتباطات جمعی و چه در مورد نظارت بر رسانه‌ها را به رسمیت می‌شناسد. NDI لیستی از سازمان‌های بین‌المللی و داخلی را که در این نوع تلاش‌ها فعال بوده‌اند بعنوان مرجع در ضمیمه این کتاب راهنما گنجانده است.

رابرت نوریس، مشاور باسابقه‌ی NDI و نماینده‌ی قبلی NDI در بعضی از کشورها، و پاتریک مرلو، عضو ارشد NDI و مدیر برنامه‌های انتخاباتی و فرآیندهای سیاسی، این کتاب راهنما را به تحریر در آورده‌اند. این کتاب بطور کلی به تجربیات باب نوریس در مورد فعالیت‌های نظارتی‌اش بعنوان یک نماینده‌ی مقیم در اسلوواکی در طی دوره انتخابات پارلمانی سال ۱۹۹۸ برای کمک به رسانه‌های اسلوواکی و تجربیاتش در رابطه با کوشش‌های نظارتی او بر رسانه‌های کشورهای گینه، اوگاندا، مونتنگرو و کشورهای دیگر، می‌پردازد. این کتاب همچنین به تجربیات پت مرلو در کمک به نظارت بر رسانه‌های گروهی و فعالیت‌های نظارتی وسیع‌ترش بر انتخابات در بیش از ۵۰ کشور در سراسر دنیا می‌پردازد.

پروفیسور توماس لسنر، که به تدریس در رشته‌ی رسانه‌های گروهی و ارتباطات در دانشگاه کلمبیا مشغول است، بطور داوطلبانه تخصص و وقت خود را صرف کمک به توسعه اسلوب شناسی که در این باره شرح داده شده، نموده است. او همچنین پیش‌نویس اولیه این کتاب را مرور نمود. هولی روتراف، عضو هیئت رئیسه ارشد NDI در انتخابات و فرآیندهای سیاسی، بعنوان ویراستار اصلی این کتاب عمل نمود و کمک قابل توجهی به محتوای این کتاب کرد. سووان باگی، عضو هیئت رئیسه برنامه ریزی NDI، و لیندا پاترسون، معاون برنامه ریزی NDI هم این کتاب را ویرایش کرده و در پیشرفت آن کمک نمودند. کارکنان قبلی و فعلی NDI هم در مورد توسعه ابزارهای نظارتی رسانه‌های گروهی همکاری نمودند مانند المامی سیلا، نماینده قبلی NDI در کنیا و هائیتی و کارورزان سابق NDI نیکول لسنیاک، جو لانگوباردو و مارتا مک لالن.

NDI تشکر خاصی از رهبران سازمان نظارتی رسانه‌های گروهی اسلوواکی MEMO'98، متشکل از مارک مراشکا، راستیسلاو کوژل، آنا نوگوا و آندره بارتوسیویز دارد. NDI از کوشش‌هایی که منجر به تاسیس مشترک MEMO'98 توسط انجمن شهروندان هلیسینکی اسلوواکی و انجمن حمایت از دموکراسی داخلی گردید حمایت می‌نماید. این مؤسسه سپس به نظارت‌ها و گزارشات MEMO'98 در مورد رفتار رسانه‌های گروهی در طی زمان انتخابات و بعد از آن، کمک نمود. NDI تجربه‌های همکاری خود با فعالیت‌های نظارتی بر رسانه‌های گروهی بیش از دهه‌ها کشور را بکار گرفت تا به MEMO'98 در توسعه‌ی یک اسلوب نظارتی بر پایه بهترین شیوه‌های شناخته شده کمک نماید. NDI

کمک نماید. NDI در اسلوواکی و سایر کشورها، اصول و تحلیل‌هایی را ترسیم نمود که در سال ۱۹۹۳ توسط ساندر کولیور و پاتریک مرلو مورد تحقیق قرار گرفته و طبق ماده ۱۹ به چاپ رسیده بود، پیکار جهانی برای آزادی بیان (لندن)، تحت عنوان رهنمودها برای پخش انتخابات در دموکراسی‌های انتقالی. مؤسسه از همکاری ماده ۱۹ و ادامه کمک‌ها جهت نظارت بر رسانه‌های گروهی در سراسر دنیا قدردانی می‌نماید.

پیش نویس، تولید و انتشار این کتاب توسط کمک بلاعوض آژانس توسعه بین‌المللی ایالات متحده (USAID) امکانپذیر گردید. مرکز دموکراسی و ریاست دفتر دموکراسی، تنش و کمک‌های انسان دوستانه‌ی USAID، در جریان توسعه‌ی این پروژه حمایت‌های ارزشی به عمل آوردند. امیدواریم آنهایی که از این کتاب استفاده می‌کنند جهت ارائه نظرات، پیشنهادات و یا درخواست‌های خود با NDI تماس حاصل کنند.

کنت والاک  
ریاست NDI

## فهرست مطالب

|    |  |
|----|--|
| د  | سپاسگذاری  |
| ت  | پیش‌گفتار  |
| ۱  | فصل اول: درآمد   |
| ۵  | فصل دوم: راه‌اندازی پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی                   |
| ۵  | ایجاد اهداف پروژه و طرح خط‌مشی آن  |
| ۶  | ایجاد بیانیه‌ی مأموریت   |
| ۷  | بررسی چارچوب قانونی و مقررات   |
| ۸  | تصمیم بر اینکه چه نهادهایی از رسانه‌های گروهی را می‌باید به نظارت‌گری نشست |
| ۱۰ | تصمیم درباره اینکه چه مسائلی را باید مورد نظارت قرار داد                   |
| ۱۱ | شناسایی پُشتوانه‌های مالی  |
| ۱۲ | روابط عمومی  |
| ۱۳ | فصل سوم: طرح و سازماندهی   |
| ۱۳ | استقرار سازماندهی  |
| ۱۴ | ایجاد خط‌مشی روابط عمومی   |
| ۱۴ | زمان‌بندی  |
| ۱۵ | گزینش مکان   |
| ۱۵ | استخدام نظارت‌گران   |
| ۱۷ | ساختار گروهی   |
| ۱۸ | دیگر وظایف   |
| ۲۱ | طراحی و تمرین  |
| ۲۳ | فصل چهارم: مبانی نظارت‌گری   |
| ۲۳ | ارزیابی‌های کمی  |
| ۲۵ | ارزیابی‌های کیفی   |
| ۲۷ | دیگر یافته‌های در ارتباط با محتوا  |
| ۲۹ | گردآوری داده‌ها  |
| ۳۰ | ارزیابی داده‌ها  |
| ۳۱ | عرضه نتایج   |
| ۳۳ | گزارش‌های نهایی پیرامون پوشش خبری انتخابات                                 |
| ۳۵ | فصل پنجم: آموزش‌های نظارت‌گری  |
| ۳۵ | اخبار تلویزیونی  |
| ۳۹ | اخبار رادیو  |
| ۳۹ | روزنامه‌ها   |
| ۴۲ | برنامه‌ریزی ارتباط مستقیم و امور عمومی                                     |

|     |   |
|-----|---|
| ۴۷  | فصل ششم: گزارش نتایج  |
| ۴۸  | ترجمه به زبان‌های دیگر  |
| ۴۸  | اینترنت   |
| ۴۸  | کنفرانس‌های مطبوعاتی  |
| ۵۳  | فصل هفتم: استنتاج   |
| ۵۵  | پیوست‌ها  |
| ۱۳۲ | منابع برگزیده‌ای برای نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در بافت انتخابات |
| ۱۳۳ | پیرامون مؤلفین  |
| ۱۳۴ | نشریات برگزیده‌ی NDI پیرامون نظارت‌گری بر انتخابات                  |



## فهرست پیوست‌ها

|           |  |     |
|-----------|--|-----|
| پیوست ۱   | فهرستی از سازمان‌هایی که در انتخابات به نظارت‌گری رسانه‌های گروهی می‌پردازند یا به دیگر سازمان‌ها را در نظارت‌گری یاری می‌دهند | ۵۶  |
| پیوست ۲   | ارزیابی چارچوب قانونی در ارتباط با رسانه‌های گروهی و انتخابات  | ۵۸  |
| پیوست ۳   | شرایط حقوق بشر جهانی پیرامون انتخابات دموکراتیک و آزادی بیان   | ۶۰  |
| پیوست ۴   | نمونه‌ی زمان بندی سازمانی برای پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی  | ۶۸  |
| پیوست ۵ آ | نمونه‌ی فرم تعهد غیر حزبی نظارت‌گری  | ۷۱  |
| پیوست ۵ ب | نمونه‌ی دستورالعمل رفتاری نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی   | ۷۲  |
| پیوست ۶   | نمونه فرم‌های نظارت‌گری بر رسانه‌ها  | ۷۴  |
| پیوست ۷ آ | نمونه‌ای از دستورالعمل رفتاری رسانه‌های گروهی - گویان  | ۹۲  |
| پیوست ۷ ب | کمیسیون انتخابات مالای: آیین‌نامه‌های پوشش خبری انتخابات پارلمانی و ریاست جمهوری   | ۱۰۲ |
| پیوست ۸ آ | نمونه گزارش نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی - اسلواکی   | ۱۰۹ |
| پیوست ۸ ب | نمونه گزارش نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی - بلغارستان   | ۱۱۶ |
| پیوست ۸ ج | نمونه گزارش نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی - پرو   | ۱۲۲ |
| پیوست ۸ د | نمونه گزارش نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی - توگو  | ۱۲۸ |

## پیش‌گفتار

اراده‌ی مردم، چنانچه در انتخاباتی راستین و دموکراتیک ابراز شود، شالوده‌ی قدرت هر حکومت دموکراتیک است. این قدرت تنها در صورتی پایه می‌گیرد که رأی دهندگان آزادانه، آگاهانه فرد مورد نظر را از بین حریفان سیاسی برگزینند. رسانه‌های همگانی اطلاعاتی را برای انبوه رأی دهندگان فراهم می‌آورند که برای دست یابیدن به انتخاباتی راستین در پای صندوق‌های رأی حیاتی است. بنا براین، برخورد شایسته‌ی رسانه‌های گروهی در قبال تمامی احزاب و نامزدهای سیاسی و نیز شیوه‌ی ارائه‌ی مربوط به گزینه‌های انتخاباتی برای برپایی انتخاباتی آزاد، سرنوشت ساز است.

کنترل رفتار رسانه‌های گروهی، زمانی که بی‌طرفانه، ماهرانه و بر مبنای شیوه‌ای معتبر انجام پذیرد، روشن می‌سازد که آیا این بُعد کلیدی روند انتخاباتی، یارمند یا مخرّب ماهیت انتخابات آزاد است. نظارت بر رسانه‌های گروهی می‌تواند میزان پوشش موضوعات انتخاباتی، بود و نبود سوگیری خبری، دسترسی منصفانه‌ی رقبای سیاسی به رسانه‌ها، پخش اطلاعات بسنده به رأی دهندگان از طریق اخبار، پیام‌های مستقیم سیاسی، برنامه‌های اطلاع‌رسانی همگانی و اطلاعیه‌های آموزشی رأی دهندگان را مورد ارزیابی قرار دهد. نظارت بر رسانه‌های گروهی می‌تواند این نکته را آشکار سازد که رقبای سیاسی و کل جامعه بایستی به رسانه‌های گروهی، مقامات انتخاباتی و دولت که مسئولیت برگزاری انتخابات واقعی و حقیقی را بر عهده دارد، اعتماد کنند. نقطه ضعف‌های حاکم بر شیوه‌ی رسانه‌های گروهی را می‌توان از طریق کنترل و نظارت، به هنگام، و به منظور برطرف ساختن مشکلات شناسایی کرد. سوء استفاده‌ی رسانه‌های گروهی از قدرت خود برای نفوذ در تصمیم رأی دهنده را نیز می‌توان به ضبط و ثبت درآورد و این خود به مردم و جامعه‌ی جهانی فرصت می‌دهد که ماهیت حقیقی روند انتخاباتی را دریابند.

در حقیقت، کنترل رسانه‌های گروهی در جریان انتخابات، عملکرد شماری از موازین بنیادین حقوق بشری را برجسته می‌سازد که از جمله می‌توان به حق برخورداری از انتخابات راستین؛ حق رأی دهندگان در کسب اطلاعات دقیق و صحیح و کافی که بر اساس آن فرد دلخواه خود را از میانه‌ی نامزدها برگزینند، اشاره کرد. در این راستا همچنین می‌توان از حق رقبای انتخاباتی برای ابراز نقطه نظرهای خود در جریان فعالیت‌های مربوط که به منظور کسب حمایت از رأی دهندگان صورت می‌گیرد و نیز حق رسانه‌های گروهی برای دستیابی به اطلاعات و انتقال آن نام برد. تمامی این حقوق توسط اعلامیه‌ی جهانی حقوق بشر و دیگر مراکز بزرگ بین‌المللی حقوق بشر تصریح شده است. شرایط مستتر در شماری از این اسناد در پیوست این کتاب نشر یافته است. این اسناد در میان کشورها تعهدی جهانی ایجاد کرده است و همزمان نیز قانون اساسی و قوانین هر آزاد کشوری از حقوق مدنی و سیاسی مربوط به انتخابات راستین و آزادی بیان حمایت می‌کند.

به راستی، روند انتخابات را تنها نمی‌توان به نقش رسانه‌های گروهی منحصر دانست. کنترل رسانه‌های گروهی را باید بخشی از تلاش‌های گسترده‌ی کنترل کل انتخابات تلقی کرد. ارزیابی روند یک انتخابات باید عوامل گوناگونی را در بر گیرد؛ از جمله چارچوب قانونی آن، شناخت قانونی احزاب سیاسی و صلاحیت احزاب و نامزدها در رأی‌گیری، تعیین

حوزه‌های انتخاباتی، صحتِ فهرست نام رأی دهندگان، آزادی در جا به جایی برای مبارزاتِ انتخاباتی، مواردِ خشونت بار در ارتباط با انتخابات، إرباب و خرید رأی، عملکردِ ستادِ انتخاباتی، امانت‌داری در رأی‌گیری، شمارش و فهرست‌بندی نتایج و عملکردِ مؤثرِ مکانیزم‌های شکایت‌بری. از اینرو، باید این کتابِ راهنمای کنترلِ رسانه‌های گروهی به همراه دیگر مراجع موردِ بررسی قرار گیرند؛ از جمله: چگونه سازمان‌های داخلی بر انتخابات نظارت می‌کنند: راهنمای جامع؛ ارتقای چارچوبِ قانونی برای انتخاباتِ دُمکراتیک: راهنمای گسترشِ قوانینِ انتخابات و قانون گزارشگری؛ ایجادِ اعتماد در روندِ نام‌نویسی در انتخابات: راهنمای نظارت برای احزابِ سیاسی و بنیادهای مدنی؛ شمارش سریع و مُشاهداتِ انتخاباتی: راهنمای بنیادهای مدنی و احزابِ سیاسی؛ و دیگر مراجع.

در حالی که امکان دُمکراسی در کشوری بدونِ انتخاباتِ راستین فراهم نیست، روندِ دُمکراتیک به فراسوی انتخابات کشیده می‌شود. لازمه‌ی حکومتِ دُمکراتیک، فعالیت و آگاهی شهروندان است و رسانه‌های گروهی نقشی بس حیاتی دارند تا شهروندان را از دانش لازم به منظور رسیدن به حقی خود در سهم شدن در دولت و امورِ مملکتی بهره‌مند سازند. مهارت‌هایی را که در جهتِ کنترلِ رسانه‌های گروهی برای ارتقای آزادی به دست آمده، می‌توان مستقیماً در زمانهای غیر انتخاباتی نیز موردِ استفاده قرار داد. نظارت بر رسانه‌های گروهی می‌تواند اهمیتِ خود را در ارتقای امانت‌داری در پهنه‌ی گسترده‌ترِ روندِ سیاسی نیز حفظ کند. تلاش‌های نظارت‌گرانه بر رسانه‌های گروهی، همچنین قادر است دانش، مهارت و شبکه‌ای به منظورِ حمایت از قانون و اصلاحاتِ قانونی فراهم آورد و نیز در ارتقای مسئولیت‌های شغلی به دستِ جامعه‌ی روزنامه‌نگاران و در راستای بهبود و خودنظمی، مؤثر افتد.

تجربه نشان می‌دهد که نظارت بر رسانه‌های گروهی زمانی ثمربخش است که به دستِ شهروندانِ متعهدی انجام گیرد که نسبت به بیطرفی التزام دارند، با پیگیری به کار تداوم می‌بخشند و داده‌هایی را که به دست آورده‌اند با دقتِ موردِ تحلیل قرار می‌دهند. این اقدامِ توسطِ تعدادی از گروه‌های مدنی، با موفقیت در سراسر دنیا صورت گرفته است. این جریان همچنین با موفقیت وسیله‌ی اتحادیه‌ی روزنامه‌نگاران که علاقه‌ی ویژه‌ای نسبت به تضمین امانت‌داری رفتارِ رسانه‌های گروهی در زمانِ انتخابات و ورای آن داشته‌اند، به عمل آمده است. نهادهای بین‌المللی نیز برخی اوقات به نظاره‌ی رسانه‌های گروهی نشست‌اند و یا همچون NDI، برای نیل به این هدف، به یاری دیگران شتافته‌اند. مسئولانِ انتخاباتی، و هیأتِ نظارِ رسانه‌های گروهی و دیگران نیز برخی اوقات به نظاره‌گری رسانه‌های گروهی پرداخته‌اند. امید آنکه این کتابِ راهنما در آن چنان تلاش‌هایی مفید فایده افتد.

این کتاب، روشِ گام به گامی را برای سازمان دادن به طرح نظاره‌گری بر رسانه‌های گروهی تدارک دیده است. کتاب مسائلی را عنوان می‌کند که با تکیه بر آنها می‌توان تصمیم گرفت و طرحی نو در انداخت، برنامه‌ریزی و سازماندهی این طرح را پی گرفت و روش‌های کنترل را نیز برای رسانه‌های گروهی و سیاسی گوناگون دنبال کرد. خواننده دستورالعمل‌های ویژه‌ای را در متن و داده‌هایی را که توسطِ نظاره‌گران گزارش شده است، در خواهد یافت. پیوست‌ها در بر گیرنده‌ی فرم‌های نمونه برای کنترل، التزام‌های بدور از وابستگی‌های حزبی و اصول رفتاری، شرایطِ مربوط به حقوقِ بشر جهانی در ارتباط با این مسأله و نمونه گزارش‌هایی از چندین طرحِ نظاره‌گری رسانه‌های گروهی است.

باید تأکید کرد که این کتابِ راهنما بر آن نیست که شیوه‌ای قطعی و ویژه‌ای را برای کنترلِ رسانه‌های گروهی رقم

زند. بل، هدف ارائه‌ی آمیزه‌ای از دروسی فراگرفته است و با این امید آنانی که خود را با تجربه‌ها و منابع گوناگونی برای کنترل رسانه‌های گروهی آماده می‌سازند، یاری دهد. مؤلفین از همکاری بسیاری از گروه‌ها و افراد بسیاری که در طول سال‌ها آنها را در درک عمیق‌تر بر شیوه‌های کنترل رسانه‌های گروهی یاری داده‌اند، سپاسگزاری می‌کند. نام بسیاری از گروه‌ها در متن یا پیوست ۱ عنوان شده است.

امیدواریم آنهایی که دست اندر کار کنترل رسانه‌های گروهی هستند، این کتاب را سودمند یابند. NDI به دیگر فعالیت‌های دموکراتیک پیرامون راه‌هایی در جهت بهبود بخشیدن به کنترل رسانه‌های گروهی و نظاره‌گری بر انتخابات بطور آغم چشم دوخته است تا مشتاقانه از آن بهره گیرد.

**رابرت نوریس و پتريک مېرول**

جون ۲۰۰۲

## فصل اول درآمد

« تنها سنگر اطمینان بخش برای تداوم آزادی در دل یک دولت مقتدر که از منافع مردم حمایت می‌کند و مردمی به اندازه کافی مقتدر و مطلع تا کنترل مطلق خود را بر دولت خویش اعمال دارند، نهفته است. »  
فرانکلین دلانو روزولت، سخنرانی‌های رادیویی با عنوان «گپی کنار شومینه»، ۱۴ اپریل ۱۹۳۸

می‌تواند نشان دهد که رسانه‌ها تا حدودی با این جریان کنار آمده‌اند و همزمان نیز تا میزانی مسئولیت بنیادین خویش را نسبت به مردم به انجام رسانیده‌اند. طرح نظارت بر رسانه‌های گروهی باید با عواملی که احتمالاً منتهی به پوشش خبری ناپسند و نادرست از امور مردمی می‌شود، آغاز گردد. این عوامل ممکن است شامل:

- سانسور مستقیم؛
- کنترل رسانه‌های بین‌المللی توسط مقامات دولتی
- کنترل رسانه‌های بین‌المللی وسیله‌ی دیگر نیروهای وابسته به حزب
- کنترل رسانه‌های بین‌المللی از سوی گروه‌های فشار غیر دولتی
- خود سانسوری رسانه‌های گروهی از بیم اتهامات دولتی یا گروه‌های فشار یا عملاً مورد تهدید خشونت‌بار واقع شدن که لبه‌ی تیغ آن نمایندگی رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران را هدف خویش قرار داده است.
- تبعیض
- فساد
- دسترسی ناپسند به اسناد و مدارک؛ و
- عدم صلاحیت، از جمله عدم درک رسم و عرف در پیوند با حقوق و وظایف رسانه‌ها از سوی اربابان، مدیران و گزارشگران رسانه‌های گروهی.

باور داشتن به وجود چنین دشواری‌هایی خود، دلیلی کافی در جهت تلاش نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی است. چنانچه مردم، احزاب سیاسی

هیچ دموکراسی نمی‌تواند پیشرفت کند مگر آنکه شهروندان اطلاعات ضروری را که برای گزینش آزادانه و آگاهانه کسانی که خواهان تفویض قدرت از سوی مردم اند، به دست آرند. رسانه‌های همگانی — رادیو، تلویزیون و رسانه‌های نوشتاری — زمینه‌هایی فراهم می‌سازند که اکثر شهروندان اطلاعاتی را که در جهت گزینش‌های سیاسی مهم است، از این راستا به دست می‌آورند. بنا بر این، در هر کشوری، پرسشی حیاتی مطرح می‌شود: شهروندان بر چه سان اطمینان می‌یابند اطلاعاتی را که در رسانه‌های گروهی می‌خوانند و می‌شنوند، درست، منصفانه و جامع است؟

در کشورهایی با سنت دیرینه‌ی دموکراسی و آزادی مطبوعات، شماری از حفاظ‌ها در جهت حمایت از آزادی بیان، آزادی رسانه‌های نوشتاری و حق شهروندان در دستیابی به اطلاعات بنا شده است که به شهروندان، چنانچه بخواهند، امکان بهره‌گیری از اطلاعات را می‌دهد. همچنین، در جوامع دموکراتیک، روزنامه‌نگاران حرفه‌ای اغلب منشور اخلاقی را برای خود وضع کرده‌اند که از سوگیری خبری پیش‌گیری می‌کند.

این سنت‌ها و حفاظ‌ها در کشورهایی که سیستم دموکراسی هنوز پای نگرفته رُشد چندان نکرده است. بنا بر این، برای شهروندان این کشورها نهایت اهمیت را دارد که خواستار برخورد حرفه‌ای و واقع بینانه رسانه‌های گروهی شوند و پوشش خبری احزاب سیاسی، نامزدها، مقامات دولتی و امور جاری را به نظاره بنشینند. اینکه چرا رسانه‌های گروهی ممکن است در ارائه‌ی اطلاعات بسنده و راستین به شهروندان در باره‌ی دولت و امور سیاسی کوتاهی کنند، دلایل بی‌شماری دارد از جمله کنترل دولتی مطبوعات، خود-سانسوری یا عدم معیارهای روزنامه‌نگاری. طرح نظارت بر رسانه‌های گروهی

نهایی این پروژه به مردم مردم اطمینان خواهد داد که اینک می توان به رسانه‌ها اعتماد کرد یا هشدار می‌دهد اطلاعاتی را که به دست می‌آوردن مورد پرسش قرار دهند، از این رهگذر، پروژه‌ای نیک سازمان یافته می‌تواند کمک ارزشمندی نسبت به منافع مردم باشد.

در بنیادی‌ترین سطح آن، نظارت بر رسانه‌های گروهی به منظور ارتقای انتخابات دموکراتیک شامل مشاهده‌ای منصفانه از رفتار رسانه‌ها در دوره انتخابات است.

گرچه عدم اعتماد به پوشش خبری رسانه‌ها یا باور به اینکه این پوشش نامناسب یا ناکافی است ممکن است موجهی برای طرح نظارت رسانه‌ای باشد با اینهمه، هدف از یک چنین پروژه‌ای باید به ثبت و ضبط درآوردن عملکرد رسانه به گونه‌ای حرفه‌ای، روش مند و واقع بینانه باشد. در بنیادی‌ترین سطح آن، نظارت بر رسانه‌های گروهی به منظور ارتقای انتخابات دموکراتیک شامل مشاهده‌ای منصفانه از رفتار رسانه‌ها در دوره انتخابات است. این مرحله شامل تحلیلی از عملکرد یا مسامحه‌ی دولت و تضمین حقوق رسانه‌های گروهی در گردآوری و انتقال اطلاعات به رأی دهندگان است.

نظارت بر رسانه‌های گروهی به این نکته تکیه می‌کند که آیا رقبای انتخاباتی بدون هیچگونه تبعیضی به رسانه‌ها دسترسی دارند تا پیام‌های حاوی خط مشی‌های خود را به گوش شهروندان برسانند و رأی دهندگان بالقوه نیز تفاوت میان آنها را محک‌زنند. و آیا شهروندان اطلاعات درست و بسنده‌ای را از طریق رسانه‌های گروهی دریافت داشته‌اند تا به هنگام رأی دادن آگاهانه مقصود خود را برگزینند. نظارت بر رسانه‌های گروهی به این مسأله می‌پردازد که آیا پوشش خبری از نامزدهای انتخاباتی، دولت و امور سیاسی مکفی و به دور از سوگیری، اشتباهات و دیگر عواملی که می‌تواند به روز انتخابات موجب تضعیف گزینه‌های راستین شود، بوده است. این تحلیل همچنین به آزمون توان رسانه‌های گروهی به انتقاد از دولت و احزاب حاکم می‌پردازد. افزون بر این، این ارزیابی توان رسانه را در عملکرد مستقل به آزمون می‌برد. در برخی از کشورها، نظارت بر رسانه‌های گروهی نحوه ارائه‌ی آموزش رأی‌دهنده از سوی رسانه را مورد بررسی و آزمون قرار می‌دهد تا دریابد این رسانه‌ها تا چه حد در امر پاسخگویی به نیازهای مردم به اطلاعات، در روند انتخابات از نقطه نظر سیاسی بی طرفانه و کارآمد عمل کرده‌اند.

### اطلاعات مفید

زمانی که به نظارت‌گری رسانه‌ها می‌پردازید، چهار مسأله اساسی باید مورد توجه قرار گیرد:

- چگونه دولت حق رسانه‌ها را در گردآوری اطلاعات و انتقال آرا و عقاید تضمین می‌کند.
- چگونه دولت و رسانه‌های خبری زمینه دسترسی به احزاب سیاسی و نامزدهای انتخاباتی را فراهم می‌سازند تا اینان در دوره فعالیت‌های انتخاباتی به گونه‌ای مؤثر و مستقیم با مردم به گفت و شنود پردازند.
- چگونه دولت و رسانه‌های گروهی نسبت به تضمین پوشش خبری راستین و منصفانه پیرامون احزاب سیاسی و نامزدها در برنامه خبری اقدام می‌کنند.
- چگونه دولت و رسانه‌های گروهی در مورد آموزش رأی دهندگان و چند و چون رأی دادن عمل می‌کنند.

### تعیین اینکه چه کسی رسانه‌های گروهی را کنترل می‌کند

بوجود آنکه رسانه‌های گروهی در عرصه بین‌المللی حقوقی شناخته شده دستی آزاد در گردآوری اطلاعات و انتقال آن دارند، از دیگر سوی در قبال این اطلاعات مسئولند. این مسئولیت به ویژه، در دوره انتخابات از حساسیت برخوردار است.

تعیین اینکه چه کسی رسانه‌های گروهی را کنترل می‌کند، یکی از مسائل بنیادی است که پیش از دست‌یازیدن به پروژه نظارت بر رسانه‌های گروهی باید مورد تأمل قرار گیرد. از آنجایی که تفاوت‌هایی میان حق و حقوق و مسئولیت‌های رسانه‌های گروهی دولتی و غیر دولتی جاری است، آزمون این دو نهاد به گونه‌ای جداگانه سودمند و مهم است.

### رسانه‌های گروهی تحت کنترل دولت

تلویزیون، رادیو و رسانه‌های نوشتاری که دولتی هستند یا از سوی دولت کنترل می‌شوند، باید از معیارهای والا و راستین، انصاف، بی‌غرضی و توازن

دولتی و غیر دولتی تفاوت دارد. در فضایی که از تعلق مقررات ناموجه و نامناسب دولتی آزاد است، هر کسی می‌تواند با اندک مایه‌ای در وسع خود روزنامه‌ای را منتشر و به سهولتی نسبی آن را توزیع کند.

با اینهمه، باید این مسأله‌ی مهم را بررسی کرد که آیا دولت با به وجود آوردن موانعی، همچون شرایط صدور پروانه، محدودیت‌های گمرکی برای واردات و دسترسی به کاغذ روزنامه و یا دستگاه‌های چاپ، سد راه مطبوعات آزاد می‌شود. از دیگر نکات قابل بررسی برای رسانه‌های نوشتاری مسأله‌ی مکانیزم توزیع می‌باشد که تحت کنترل دولت است. همچنین تصمیمات مربوط به درج آگهی‌های دولتی، یا استفاده از رایانه‌ها و تهدید به قطع یا امتناع از تأدیه اینگونه درآمدهایی از دیگر عوامل دست و پاگیر بر سر راه آزادی مطبوعات، از سوی حکومت‌ها است.

در بسیاری از کشورها، تعداد زیادی روزنامه و مجله‌ی غیر دولتی که مبین دیدگاه‌های گوناگون سیاسی هستند، انتشار می‌یابد. حتی احزاب سیاسی نیز ممکن است روزنامه‌هایی را که بیانگر مواضع سیاسی آنها است، منتشر و توزیع کنند. البته، این پرسش‌ها را همواره باید مد نظر داشت که چه تعداد روزنامه و مجله‌ی غیر دولتی توزیع می‌شود و رویهمرفته چند درصد از جمعیت، رسانه‌های نوشتاری را می‌خوانند. در جاهایی که چندگانگی رسانه‌های گروهی در عمل با محدودیت مواجه است و شمار معین و محدودی از رسانه‌های نوشتاری در افکار عمومی تأثیر بزرگ می‌گذارند، مشاهده‌ای از نزدیک به اینکه آیا وظایف حرفه‌ای در این راستا برآورده شده از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

این منابع باید در جهت منافع مردمی و نه به سود منافع شخصی یا هدف‌های سیاسی یک شخص یا حزب سیاسی خاص مورد بهره‌برداری قرار گیرد. از اینرو، تمامی رسانه‌های گروهی تحت کنترل دولت وظیفه مهمی در ارائه برنامه‌های راستین، به دور از غرض و درعین حال متوازن و فارغ از اینکه چه حزب سیاسی یا احزابی قدرت را در دست دارند، ایفا می‌کنند. این مسأله برای نهادهای مردمی، احزاب سیاسی و نامزدهای انتخاباتی شایسته و حتی ضروری است تا بر توازن و بی‌طرفی رسانه‌های گروهی اصرار ورزند و مقامات دولت را فراخوانند تا رسانه‌های ملی حقوق شهروندان را که به عنوان رأی دهنده نیاز به اطلاعاتی دارند، مورد خطاب قرار دهند.

### رسانه‌های گروهی غیر دولتی

برخی از ایستگاه‌های تلویزیونی و رادیویی خصوصی و شخصی است و حقوق اینان را پیرامون آزادی رسانه‌ای، می‌باید از دخالت دولت بر کنار داشت. با اینهمه، رادیو و تلویزیون‌های غیر دولتی به خاطر نفوذی که در افکار عمومی دارند و نیز طبیعت عام کار خویش در پخش برنامه‌های الکترونیکی، باید کار خود را در مرتبه والایی نگاهدارند. این رسانه‌ها به جهت ارائه اطلاعات دقیق به مردم مسئولیت اخلاقی دارند. بنابراین، پوشش خبری آنها پیرامون نامزدهای سیاسی باید روندی درست، دور از غرض داشته باشد و موازنه را نیز، نگاهدارند. افزون بر این، بهره‌گیری از رادیو و تلویزیون، حتی توسط بخش خصوصی نیز مسئولیت‌های عمومی می‌طلبد.

این مسأله عموماً پذیرفته شده است که امواج رادیو و تلویزیون یک منبع عمومی است. بهره‌گیری از آنها توسط گردانندگان خصوصی منوط به داشتن پروانه از دولت و کم و بیش مقررات در جهت منافع مردمی است. علاقه به حمایت از حق مردم برای وصول اطلاعات کافی پیرامون رقبای انتخاباتی باید توازنی در برابر گردانندگان رادیو و تلویزیون در جهت آزادی عمل فارغ از دغدغه‌های مقررات ناموجه دولتی داشته باشد. این جریان اساسی را برای این مسأله پی می‌ریزد که عبارتند از: گزارش‌های بدون سوگیری، عدم تبعیض در دسترسی حریفان سیاسی به رسانه؛ و دست کم، هنگامی که دسترسی به رسانه‌ی تحت کنترل دولت برای دریافت اطلاعات در جهت منافع مردمی ناکافی است، همکاری رسانه‌هایی که با کمک دولت کار می‌کنند در اختصاص زمانی به حریفان سیاسی از مسائل بنیادی است.

### رسانه‌های نوشتاری غیر دولتی

رفتار نظارت‌گران رسانه‌های گروهی، با رسانه‌های نوشتاری غیر دولتی زمانی، که مسأله‌ی دسترسی و سوگیری مطرح می‌شود غالباً با رسانه‌های گروهی





## فصل دوم

# راه اندازی پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی

ایجادِ خطِ مشی، تصمیم‌گیری درباره اینکه چه نهادهای رسانه‌ای و چه مسائلی را باید مورد نظارت قرار داد.

- متعاقب ساختن مقامات دولتی در اعمال قوانین و مقررات موجود؛
- نفوذ بر روزنامه‌نگاران، سردبیران و اربابان رسانه‌های گروهی در جهت فراهم‌آوری اطلاعاتی که سرشار از دقت، دور از غرض و مُنصفانه است؛
- ترغیب اتحادیه‌ی روزنامه‌نگاران به فعالانه گام برداشتن در جهت پای‌بندی به اعتلای موازین حرفه‌ای؛
- هواخواهی از قوانین جدید در حمایت از آزادی مطبوعات، حقوق شهروندان در دستیابی به اطلاعات و نیز حقوق حریفان انتخاباتی در برابر نظرگاه‌های سیاسی؛
- آموزش دیگر نهادهای مدنی داخلی و سازمان‌های بین‌المللی پیرامون چگونگی برخورد رسانه‌های گروهی که بر روند فضای پیش انتخابات تأثیر گذاشته‌اند؛ و
- بهره‌وری از مهارت‌هایی که می‌تواند در اعتلای منصفانه‌ی رسانه‌های گروهی، در روزهای پس از انتخابات نیز مورد بهره‌گیری قرار گیرد.

زمانی که اهداف و مقاصد شناسایی و اولویت داده شد، ایجادِ بیانیه‌ی مأموریت و طرح خطِ مشی، می‌تواند گام بعدی باشد. طرح خطِ مشی باید

زمانی که بر لزوم نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی تصمیمی به عمل آمد، آنگاه پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی را می‌توان آغاز کرد. نخستین مرحله‌ی راه‌اندازی پروژه شامل ایجاد اهداف پروژه و طرح خطِ مشی آن؛ بیانیه‌ی مأموریت، بررسی جهات قانونی در ارتباط با آن است و نیز تصمیم بر اینکه چه نهادها و چه مسائلی را می‌باید به نظاره نشست و پُشتوانه‌ی مالی پروژه را چگونه تضمین کرد.

## ایجاد اهداف پروژه و طرح خطِ مشی آن

نخستین گام در راه‌اندازی پروژه‌ی نظارت‌گری، اندیشه‌ای درازمدت برای شناخت اثراتی می‌باشد که قرار است پروژه از خود بر جای گذارد و نیز گردآوری فهرستی از اهداف و مقاصد پروژه است. این مسائل، شالوده‌ی تمامی پروژه را در بر خواهد گرفت. اهداف و مقاصد می‌توانند شامل موارد زیر باشند:

- انتشار نتایج با این امید که دل‌نگرانی‌ها را در مورد بی‌پایه و اساس بودن مشکلات کاهش می‌دهد.
- انتشار نتایج با این امید که به شهروندان هشدار می‌دهد پیش از یک جریان انتخاباتی، منابع اطلاعاتی خود را مورد سؤال قرار دهند.

### ایجاد بیانیه‌ی مأموریت

چند زمانی را باید صرف چگونگی ارائه این پروژه به مردم کرد: چگونه باید اهداف پروژه را تشریح کرد؟ این پروژه چه ره‌آوردی در پی خواهد داشت؟ هدف از راه‌اندازی یک چنین پروژه‌ای چیست؟ ایجاد بیانیه‌ی مأموریت که در برگیرنده‌ی تمامی نقطه‌نظرهای آشکار پروژه باشد می‌تواند طریقی مؤثر در پاسخگویی به همه‌ی پرسش‌های رسانه‌های گروهی و مردم باشد. چارچوب نوشتاری زیر نمونه‌ای را از یاداشت ۹۸ بیانیه‌ی مأموریت پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی اسلواکی را به نمایش می‌گذارد. این بیانیه همزمان که پاسخگوی برخی از دل‌نگرانی‌ها است، زمینه را نیز در جهت پذیرش تغییراتی که ممکن است تحت شرایط خاصی به وجود آید، باز گذاشته است.

می‌تواند گام بعدی باشد. طرح خط مشی باید این مسائل را مورد توجه قرار دهد: ارزیابی چارچوب قانونی و مسائل ناشی از آن که عملکرد رسانه را در شرایط انتخاباتی به نمایش می‌گذارد؛ تأمل در اینکه کدام رسانه را باید مورد نظارت قرار داد؛ کدام مسأله را نظارت کرد؛ تصمیم بر اینکه چه زمان و چه مدت فعالیت‌های مربوط به پروژه را همگام با زمان مربوط آغاز کرد؛ پیرامون شکل و نام سازمانی پروژه به تصمیم‌گیری پرداخت؛ روش شناسی نظارت‌گری را برگزید؛ و اینکه چه نوع نیروی انسانی مورد نیاز است؛ جذب نیرو و آموزش آنان؛ ایجاد خط مشی مطبوعاتی و روابط عمومی و برنامه‌ریزی؛ تصمیم‌گیری پیرامون راه و روندی در زمینه‌ی تهیه و انتشار گزارش‌ها؛ تأملاتی مبنی بر فعالیت‌های دراز مدت پس از انتخابات؛ و ایجاد طرحی عملی به منظور دستیابی به منابع مالی. طرح خط مشی، پرسش‌های بسیار دست‌اندرکاران پروژه را پاسخ خواهد داد و زمینه را برای ایجاد پیشنهادات منابع مالی، بنیان خواهد نهاد. این نکات مشروحاً در زیر، مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

### اطلاعات سودمند

**بیانیه‌ی مأموریت، هدف پروژه را به گونه‌ای موجز ارائه می‌دهد، برای نمونه:**

### بیانیه‌ی مأموریت 98 MEMO

۱. نظارت‌گری و گزارشی پیرامون بی‌طرفی رسانه‌های گروهی در برخورد با احزاب سیاسی، مسائل سیاست‌گذاری عمومی و حقوق مدنی و حقوق بشر
۲. اصلاح دانسته‌ها، آگاهی قانونی و اطلاعات شهروندی در ارتباط با امور عمومی و حکومت.
۳. طرفداری از حقوق شهروندان نسبت به دریافت اطلاعات از منابع رسمی، از جمله کل سطوح مدیریت اجرایی کشور، منطقه و ایالت بدون محدودیت.
۴. طرفداری از آزادی بیان از جمله حق جوایی، وصول و انتقال اطلاعات و آرای مربوط به شهروندان که به گونه‌ای دقیق و بسنده به روندهای سیاسی و دولتی آگاهی یابند.
۵. نظارت‌گری و تضمین شفافیت در کار رسانه‌های غیر دولتی و نیز روند انتصاب هیأت امنای رسانه‌های گروهی ملی.
۶. طرفداری از تنظیم قوانین مناسب در ارتباط با رسانه‌های گروهی، تهیه‌ی اطلاعات برای شهروندان و برخورداری از حق بیان سیاسی.
۷. تعلیم و تربیت شهروندان، روزنامه‌نگاران، مقامات اداری ایالت و کارگزاران محلی نسبت به انتقال، جوایی و وصول اطلاعات.
۸. افزایش شفافیت در روند تصمیم‌گیری‌های مدیریت استانی و نیز محلی، در جهت تدارک بحث‌های علنی مربوط به لوایح، مقررات و خط‌مشی‌ها توسط مقامات دولتی در همه‌ی سطوح.
۹. طرفداری از مسئولیت شهروندان و درگیر کردن آنان در امور عمومی
۱۰. تعاون و همکاری با دیگر گروه‌ها و نهادهای داخلی و بین‌المللی با همین اهداف و منظور.
۱۱. دست یازیدن به دیگر اقدامات هم‌تراز با اهداف و مقاصد بالا.

نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی بایستی تمامی این پرسش‌ها را درک کند و تأثیر این عوامل را بر عملکرد رسانه‌های گروهی در زمان برگزاری انتخابات نیز مورد ارزیابی قرار دهد. (همچنین نگاه کنید به پیوست ۳، برای شروط مربوط از اسناد حقوق بشر بین‌الملل).

تحلیلی از مسائل بافت متنی، می‌باید راهگشایی در شکل گرفتن طرح پروژه و همچنین پس زمینه‌ای در فراهم آوردن اطلاعات برای بیان گزارش‌ها باشد. این نکته‌ی مهم را باید به خاطر سپرد که ارزیابی مسائل درون‌متنی نباید با داده‌هایی که پیرامون رفتار رسانه‌های گروهی ارائه می‌شود، سردرگمی به وجود آورد. یک پروژه‌ی دقیق، کیفیت و کمیت مسائل را به گونه‌ای جدا از هم مورد توجه قرار خواهد داد.

چارچوب زیرین نمونه‌ای از پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در ارتباط با بافت متنی را که در زیرلایه‌های چارچوب قانونی و مقرراتی مملکت قرار گرفته است، مطرح می‌سازد. این اطلاعات، از بسیاری جهات، زمینه را برای تلاش‌هایی در جهت نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی فراهم می‌آورد.

## بررسی چارچوب قانونی و مقررات

پیش از آغاز پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی، آگاهی به قوانین و مقررات مربوط به آن لازم است. بنا براین، این پروژه باید ارزیابی دقیقی از چارچوب قانونی در ارتباط با عملکرد خود در قبال مبارزات انتخاباتی به وجود آورد که مترتب بر قانون اساسی، قوانین، مقررات و تعهدات و معیارهای بین‌المللی است.

این تحلیل و بررسی همچنین هر مکانیزم خود-ناظری، همچون دستورالعمل رفتاری را که اربابان رسانه‌ها یا اتحادیه‌ی روزنامه‌نگاران برگزیده‌اند، در برمی‌گیرد تا معیارهای حرفه‌ای بودن آنها و نیز نهاد رسیدگی به شکایات را تضمین کند. این تحلیل و بررسی می‌باید تمامی اختلاف‌نظرها را در دوره‌ی فعالیت‌های رسمی انتخابات، در نظام حقوقی شناسایی کند.

یکی از نخستین گام‌ها در آغاز کار پروژه، ترتیب دادن یک رشته از گفت و شنودها با افرادی همچون وکلای اساتید رشته‌ی حقوق دانشگاه‌ها، قانون‌گذاران، روزنامه‌نگاران، و دیگر فعالان مدنی و رهبران احزاب آشنا با قانون و مقررات جاری است. تا از این رهگذر، پرسش‌های قانونی مربوط را که ممکن است مانعی بر سر راه پوشش‌های سیاسی راستین، منصفانه و بسنده توسط رسانه‌ها باشد، ردیابی کنند. پیوست ۲ سلسله پرسش‌هایی را در بر دارد که می‌باید در راستای برآورد صحیحی از چارچوب قانونی مربوط مورد ملاحظه قرار گیرد. یک پروژه‌ی دقیق و جامع

## یادداشت کشوری

### انستیتوی مقدونیه - اروپا برای ارزیابی عوامل مربوط به متن

در ۱۹۹۴، انستیتوی اروپا برای رسانه‌های گروهی (EIM) تلاشی در نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی را به راه انداخت. این سازمان گزارشی را با نام «انتخابات پارلمانی و ریاست جمهوری سال ۱۹۹۴ در جمهوری پیشین مقدونیه‌ی یوگسلاوی (FYRO) نظارت‌گری بر پوشش انتخاباتی در رسانه‌های گروهی» منتشر ساخت. این گزارش، تحلیلی توأمان از چارچوب قانونی و مقرراتی در ارتباط با رسانه‌های گروهی همراه با تلاش گسترده‌ای به منظور نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی برای پوشش انتخابات بود. نظارت‌گران با طیف وسیعی از مردم، از جمله اربابان رسانه‌های گروهی، ناشران، سردبیران، گزارشگران و غیره، به گفت و گو پرداختند. پس زمینه‌ی تاریخی و موازین قانونی در این کشور نیز مورد بررسی قرار گرفت. اینان همچنین منابع مالی نهادهای رسانه‌های گروهی، اطلاعات در گردش، برنامه‌ریزی، و شیوه‌های اعطای پروانه و توزیع را مورد نظر قرار دادند. آنان برداشت‌های برآمده از هراس سیاسی، خود - سانسوری و تلاش‌های دولت در تحدید دستیابی به اخبار و نفوذ بر آن را سنجه کردند. این نظارت‌گران همچنین پوشش مسائل سیاسی را، چه از نظر کمیت و چه کیفیت به نظاره نشستند. دست اندر کاران این پروژه نه تنها به نظارت‌گری نشستند تا دریابند اخبار مربوط به فعالیت‌های انتخاباتی منصفانه و کامل بوده است، بل همزمان بر آن شدند تا با نفوذ بر دولت و رسانه‌های گروهی این دو نهاد را به کاری حرفه‌ای و رسم و عُرف فضایی باز و آزاد فراخوانند. دیگر گروه‌ها (فی‌المثل، صندوق ذخیره جامعه‌ی باز) در حمایت از خط‌مشی‌هایی برای پوشش انتخاباتی نیز به EIM پیوستند.

تصمیم بر اینکه چه نهادهایی از رسانه‌های گروهی را می‌باید به نظارت‌گری نشست.

در بافت یک انتخابات، درک این نکات امری حیاتی است: آیا رأی دهندگان به اطلاعات مورد نیاز برای گزینه‌های خود در پای صندوق‌های رأی دست یافته‌اند؟ و آیا حریفان سیاسی هم فرصت کافی در ترغیب رأی دهندگان به حمایت از خود داشته‌اند؟ برای پاسخ دادن به این پرسش‌ها، ضروری است که منابع اطلاعاتی رأی دهندگان را در گزینه‌های سیاسی ردیابی کرد.

در بافت یک انتخابات، درک این نکات امری حیاتی است: آیا رأی دهندگان به اطلاعات مورد نیاز برای گزینه‌های خود در پای صندوق‌های رأی دست یافته‌اند؟ و آیا حریفان سیاسی هم فرصت کافی در ترغیب رأی دهندگان به حمایت از خود داشته‌اند؟

منابع آشکار همانا روزنامه‌ها، رادیو و تلویزیون هستند. اطلاعات همچنین مستقیماً از سوی احزاب سیاسی و نامزدهای انتخاباتی، اعضای خانواده، دوستان، همکاران و دیدگاه‌های ریش سفیدان سنتی جامعه حاصل می‌گردد.

تصمیم بر اینکه کدام رسانه گروهی ویژه‌ای می‌تواند پُشتوانه‌ی اطلاعات قرار گیرد، حائز اهمیت است. از آنجایی که پاسخ‌های نهایی بی‌آنکه کند و کاوی پیرامون این جریان صورت گیرد فراهم نیست، عقل سلیم و درون‌یافت را باید به یاری فرا خواند. آنگاه که این پرسش مورد توجه قرار می‌گیرد، برخی از منابع ممکنه‌ی زیرین را می‌توان به رایزنی گرفت.

### رأی پُرسی

به شهامت می‌توان گفت که بهترین منبع برای رایزنی، نظرخواهی یک ارزیاب حرفه‌ای در چگونگی دست‌یابی رأی دهندگان به اطلاعات مورد نیاز پیرامون سیاست و حکومت است. آنچه در این راستا ضرورت می‌یابد این است که آیا یک چنین پژوهشی تا کنون صورت گرفته یا آنکه نهاد رأی‌پُرسی همین مسأله را در دستور کار خویش قرار داده است. اگر پاسخ منفی است، در این صورت نظارت‌گران خود باید امکان زمان و پُشتوانه‌ی مالی راندن یک چنین برنامه‌ای را مورد بررسی قرار دهند. ممکن است پژوهشگران تحقیقاتی در این زمینه انجام داده باشند بنا براین مراجعه به

این منابع در دانشگاه‌ها پُر بار از اهمیت است.

یافته‌های مُتکی بر ارزیابی نظرات مردم نسبت به رادیو و تلویزیون آمار و ارقام داده‌ها برای برنامه‌های اخبار و امور مردمی در ارتباط با انتخابات منشأ دیگری در راستای ارزیابی است و از این رهگذر می‌شود پی بُرد که مردم در گزینه‌های سیاسی خود از کدام منبعی بهره می‌گیرند. درک این نکته نیز خالی از اهمیت نیست که آیا این داده‌ها از نقطه نظر منطقه، زبان یا دیگر عوامل همراه، طبقه بندی شده‌اند یا به دور از آن‌اند. مُدیران بخش پیام‌های بازرگانی و بازاریابی رسانه‌های صوتی و تصویری زمانی که در صدد متقاعد ساختن مشتریان به ارسال پیام‌های بازرگانی از ایستگاه‌های خود به سراغ آنان می‌روند، و نیز هنگامی که نرخ‌ها را تعیین می‌کنند، از این داده‌ها را بهره می‌گیرند. بنا براین، امکان دارد چنین اطلاعاتی در پهنه‌ی گسترده‌ای در دسترس باشد. نهایتاً، تحلیل دقیق این داده‌ها و اینکه چگونه آنها را به اهداف پروژه پیوند داد، ضروری است.

### توزیع داده‌ها برای رسانه‌های نوشتاری

در رسانه‌های نوشتاری، باید داده‌هایی که تا میزانی جزئیات مربوط به توزیع و گروه خوانندگان را بازگو می‌کند، در دسترس باشد. این داده‌ها نشان می‌دهد که چه روزنامه‌هایی و مجلاتی توسط چه شماری از مردم خوانده می‌شوند و این خوانندگان در چه نقاطی زندگی می‌کنند. باید کوشید این حقایق را با کاوشی پیرامون اینکه این داده‌ها سودمندند یا غیر سودمند، به پروژه مرتبط ساخت. برای نمونه، چنانچه پُر فروش‌ترین روزنامه، یک نشریه‌ی جنجال برانگیز باشد که بر ورزش، سرگرمی و تفریح یا دیگر مسائل غیر مرتبط به انتخابات تأکید می‌ورزد، به رغم سطح تیراژ بالا باید از پروژه حذف شود مگر آنکه به نشر گسترده‌ای از مسائل سیاسی دست یازیده باشد. دست اندرکاران پروژه در پس خواندن این روزنامه‌ها و مشاوره با شهروندان محلی و درک اینکه این نشریات به چه دلیلی خریده و خوانده می‌شوند، از عقل سلیم خود برای یک چنین داوری مدد جویند.

### دیگر ملاحظات

در اتخاذ تصمیم بر این که کدامین رسانه مورد نظارت‌گری قرار می‌گیرد، عواملی همچون گوناگونی زبان‌ها، میزان سواد، فهرست رأی دهندگان و دیگر داده‌های جمعیت‌شناسی باید نقشی بر عهده گیرند. اهمیت میزان شرکت‌کنندگان در انتخابات در گزینش برنامه‌ی نظارت‌گری، به ویژه در

است. همچنین بُردِ مخابراتِ رسانه‌ای و اینکه آیا جمعیتِ قابلِ توجهی در نقاطِ دور افتاده‌ای زندگی می‌کنند که دسترسی به آنان چه از طریق رسانه‌های نوشتاری و چه رادیو و تلویزیونی امکان‌پذیر نیست، قابلِ بررسی است.

همواره باید به خاطر سپرد که هدف از واری این عوامل این است که رأی دهندگان اطلاعاتی را که لازمی گزینده‌ها در پای صندوق رأی است، از کجا به دست می‌آورند. هدف همان پُربیننده‌ترین برنامه‌های تلویزیونی، پُربیننده‌ترین شوهای رادیویی و پُرفروش‌ترین روزنامه‌ها هستند. محدودیتِ منابع، ظاهراً همین گزیننده‌ها را اولویت می‌بخشد.

### نظارت‌گری بر پوشش سیاسی از طریق اینترنت

اینترنت، به گونه‌ای فزاینده، به سرچشمه‌ای از اطلاعاتِ سیاسی و امکاناً کانونِ نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی مُبدل شده است. سازمان و طبیعتِ اینترنت، چالش‌های ویژه‌ای را بر می‌انگیزد. بنا براین، حقِ افرادی که در جهتِ حقِ ابرازِ آزادیِ بیانِ سیاسی از اینترنت برای انتقالِ آرای خود بهره

ارتباط با کشور دور افتاده‌ای که دارای سوادِ پایین اما نام‌نویسی بالا است، آشکار می‌گردد. در یک چنین کشوری، نظارت‌گری بر روزنامه‌ها از چندان اولویتی برخوردار نیست، حال آنکه ممکن است رادیو مهم‌ترین رسانه‌ی گروهی به شمار رود. آگاهی از درصد رأی دهندگان، برنامه‌ی نظارت‌گری را با اطلاعاتِ جمعیت‌شناسی ارجمندی همراه می‌سازد. از جمله اینکه آیا اکثریتِ رأی دهندگانِ بالفعل نشانه‌ی ویژه‌ای از شخصیتِ خود که ممکن است رسانه را در جریانِ رأی دادن موردِ تأثیر قرار دهند، بروز می‌دهند. برای نمونه، چنانچه ۶۰ درصد رأی دهندگان زیر ۳۰ سال باشند، آنگاه این امکان وجود دارد که به جای شیوه‌های آبا و اجدادی، به تکنولوژی‌های نوتر روی کنند. از دیگر ویژگی‌هایی که باید موردِ توجه قرار گیرد، مسأله‌ی جنسیت، اشتغال و آموزش است.

بُردِ امواج رادیویی، جمعیتی شایان توجه را که به دور از روزنامه و رادیو و تلویزیون، و آنهم در نواحی دورافتاده زندگی می‌کنند نیز باید به محاسبه آورد. از دیگر ویژگی‌ها جست و جو در جنسیت، اشتغال، مذهب و آموزش

## یادداشتِ کشوری

### اِتخاَذِ تصمیمِ مبنی بر اینکه کدام نهادهای رسانه‌ای مورد نظارت قرار گیرند

#### مکزیک

در سال ۱۹۹۴، آکادمی حقوق بشرِ مکزیک (MADH) با همگامیِ اِتخاَذِ مدنی در تلاشی برای نظارت‌گری بر انتخابات، با بررسی داده‌های رأی پُرسی همگانی به این نتیجه رسید که در میان توده رسانه‌های گروهی مکزیک، تلویزیون مؤثرترین وسیله در پُراکندنِ اطلاعات بود که بر افکارِ عمومی تأثیر نهاد. آکادمی، به ویژه به این امر پی بُرد که دو کانالِ تلویزیونی در این جریان فراسوی دیگر ایستگاه‌های تلویزیونی ایستادند. بر مبنای این ارزیابی، دست اندرکارانِ پروژه، هم خود را متوجه پوششِ برنامه‌ی خبریِ انتخاباتِ سراسری توسط این دو کانال متمرکز ساختند.

#### مونتِه نِگرو

اِتخاَذِیِ روزنامه‌نگارانِ جوانِ مونتِه نِگرو، پیش از انتخاباتِ ۲۰۰۲ به بررسی تحقیقاتِ آکادمی و داده‌های افکارِ دست یازیدند و دریافتند که برنامه‌ی تلویزیون بین ساعاتِ چهار بعد از ظهر و نیمه شب، بزرگترین تأثیر را در افکارِ عمومی داشته بود، حال آنکه در موردِ رادیو، بیش‌ترین شنونده را ساعاتِ یک بامداد تا چهار بعد از ظهر تشکیل می‌داد. این جریان در شکل دادن به تلاش‌های اِتخاَذِیِ جهتِ نظارت‌گری مددکار افتاد.

#### پرو

در انتخاباتِ ۲۰۰۰ پرو، گروهِ نظارت‌گری بر انتخاباتِ گسترده‌ی شفاف، تحقیقاتِ آکادمی و افکارِ عمومی را پیرامونِ نفوذِ رسانه‌های گروهی موردِ مطالعه قرار داد و شش ایستگاهِ تلویزیونی را که از پُربیننده‌ترین بود، بر گزید. در همین راستا، هفت روزنامه‌ی پُرخواننده را که بهایِ مشخصی داشتند و نیز شش روزنامه‌ی دیگر را با همین ویژگی، اما در بهایی کمتر از آن هفت روزنامه که بیشترین‌شان را جرایدِ جنجال‌برانگیز تشکیل می‌دادند، انتخاب کرد.

مرگ آدم مشهوری نیز با اهداف ناسازگار است (گرچه حرکت نامطلوب یک شخصیت سیاسی یا فرد بی صلاحیتی در جریان تحقیقات مقامات دولتی ممکن است قضیه را به اهداف ارتباط دهد).

پوشش انتخابات و مسائلی که تأثیر بر گزینه‌ی رأی دهنده در پای صندوق رأی می‌گذارد، از نخستین دل‌نگرانی‌ها است. این مسائل بستگی به ویژگی‌های انتخابات آتی، همچون کدام شخص یا چه چیزی در برگه‌ی رأی‌گیری خواهد بود، دارد.

معمولاً چنانچه شو یا داستانی در اخبار جریان دارد که با رویدادهای سیاسی کاملاً بیگانه است، نظارت‌گر هیچ نیازی ندارد که زمان آن را یادداشت یا نظری پیرامون محتوای آن ارائه دهد. پوشش انتخابات و مسائلی که تأثیر بر گزینه‌ی رأی دهنده در پای صندوق رأی می‌گذارد، از نخستین دل‌نگرانی‌ها است و ضرورت ایجاد می‌کند که از میانه‌ی داستان‌های مرتبط، موضوعات ویژه‌ای را مورد سنجش قرار داد. این مسائل به ویژگی‌های انتخابات آتی، از جمله اینکه کدام شخص یا چه چیزی در برگه‌ی رأی‌گیری خواهد بود، بستگی دارد.

### احزاب و نامزدهای انتخاباتی

هم حزب سیاسی و نیز نامزدهای انتخاباتی که در نظارت‌گری رسانه‌های گروهی ردیابی شده‌اند، می‌توانند «موضوعات سیاسی» قرار گیرند. در بسیاری از انتخابات پارلمانی، به ویژه در کشورهایی که نمایندگان بر اساس جای نشست مجلس تعیین می‌شوند، گزینه‌های واقعی برای رأی‌دهندگان همین احزاب هستند. اگر چنانچه در یک انتخابات قریب‌الوقوع پارلمانی، چندین حزب برای احراز کرسی مجلس مبارزه می‌کنند، پوشش این احزاب کانون اصلی پروژۀ نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی خواهد بود. زمانی که اخبار نخست‌وزیر یا رهبر و نامزد حزب مخالف را زیر پوشش خود قرار می‌دهد، داده‌ها را باید جداگانه ثبت و ضبط کرد، اما کل زمان پوشش خبری را که به حزب این آقا و یا خانم تعلق گرفته است، توأمان ساخت. چنانچه این جریان یک انتخابات ریاست جمهوری است یا مبارزای بر سر مسند شهرداری، پوشش اینان آنگاه از اولویت برخوردار می‌شود. این مسأله نمونه‌ای برای انتخابات پست‌های اجرایی و انتخابات تک‌عضوی منطقه‌ای در جهت هیأت قانون‌گذاری است.

می‌برند، از جمله رقابت کنندگان برای پست‌های سیاسی، و حتی شهروندان در استفاده از این ابزار برای حصول اطلاعات به منظور گزینه‌های آگاهانه‌ی سیاسی، با اهداف نظارت‌گری همخوانی دارد. منابع گوناگونی در اینترنت یافت می‌شوند که می‌توان از آنها در جهت اهداف نظارت‌گری سود برد و از آن جمله‌اند: سرویس‌های خبری که مسائل سیاسی و دیگر موارد در ارتباط با گزینه‌های انتخاباتی را پوشش می‌دهند؛ وب‌گاه‌های احزاب سیاسی و نامزدهای انتخاباتی؛ راه اندازی وب‌گاه‌هایی که وب‌گاه حزب و نامزد انتخاباتی را به سخره می‌گیرند، و هرازگاه نیز از آن برای برانگیختن نفرت و خشونت بهره‌گیری می‌شود؛ وب‌گاه‌هایی وسیله‌ی تحلیل‌گران سیاسی نوابسته؛ و منابع بیشمار دیگر.

دست‌اندرکاران پروژۀ نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی می‌توانند فهرستی از این وب‌گاه‌ها را تهیه و با بهره‌وری از روش‌شناسی شبیه به طرُق‌ی که برای روزنامه‌ها به کار آمد و در فصل ۵ به آن اشارت گردید، به گونه‌ای منظم به نظارت‌گری بنشینند. متون، تصاویر و دیگر مطالب، و نیز عوامل کیفی (همچون جهت مثبت، منفی و مایه‌ی بیطرفی مطالب) و دیگر ضابطه‌هایی که در فصل ۴ به شرح آمد، مورد ارزیابی قرار دهند. افزون بر این، از جست‌گرهای اینترنت می‌توان برای یافتن نام احزاب سیاسی، نامزدهای انتخاباتی و دیگر موارد سیاسی به منظور منابع اضافی دیگری در ارتباط با اطلاعاتی پیرامون آنان بهره‌جست.

در بسیاری از کشورها، دسترسی به اینترنت به بخش کوچکی از جمعیت محدود شده است، با این همه، پروژۀ نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی باید اهمیت نسبی اینترنت را با توجه به شرایط حاکم بر انتخابات خاصی مورد بررسی قرار دهند. خرید کامپیوترها، چاپگرها، تأمین هزینه‌ی استفاده از اینترنت را می‌توان در بودجه و پیشنهادات گنجانید.

### تصمیم درباره اینکه چه مسائلی را باید مورد نظارت قرار داد

اینکه اخبار روز یا تمامی برنامه‌ها ملحوظ نظر نظارت‌گری می‌تواند باشد، نخست تأکید می‌باید محدود به برنامه‌هایی شود که ارتباطی به انتخابات قریب‌الوقوع دارند. گزارش وضعیت هوای روزانه معمولاً ارتباطی به اهداف پروژۀ ندارد (گرچه پیش‌بینی هوا به گونه‌ای گمراه‌کننده در روز انتخابات ممکن است عمده‌اً به قصد افزایش یا کاهش تعداد رأی‌دهندگان پخش شود). رویدادهای ورزشی هم معمولاً خارج از مقوله‌ی اهداف پروژۀ است (گرچه حضور شخصیت‌های سیاسی در میانه‌ی جمعیت، یا استفاده از آرم حزب بر روی اونیفورم‌ها و غیره، بی‌ارتباط نخواهد بود). داستانی پیرامون

### مسائل مُرتبط به سیاست عمومی

دست‌اندرکاران پروژه‌های نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی پوشش مسائل سیاست عمومی در ارتباط با مبارزات انتخاباتی را نیز ممکن است در دستور کار خویش قرار دهند. این مسائل از نحوه‌ی برخورد اخبار پیرامون پیش‌بینی‌های روند اقتصادی گرفته تا تصویب و یا اجرای قوانین کلیدی در زمینه‌ی محیط زیست، آموزش و پرورش، خدمات اجتماعی یا اصلاح امور مربوط به انتخابات را در بر گیرد. پوشش مواردِ خشونت‌بارِ برخاسته از انگیزه‌های سیاسی در برخی از کشورها می‌تواند همان میزان مهم باشد که اطلاعات در مورد صلح ملی و روند آشتی و توافق. نظارت‌گری بر موارد انگیزش تنفر یا خشونت هم خالی از اهمیت نیست. تصمیم بر اینکه چه مسائلی را باید در نظارت‌گری ملحوظ یا برکنار داشت، می‌تواند در ارزیابی بسیاری از عوامل عینی روند بس پیچیده‌ای به شمار آید. افزون بر این، سنجه‌ی تأثیر چنین پوششی بر گزینه‌های انتخاباتی نیز دشوار است. نظارت‌گری این چنین مسائلی فرای میدان روش‌شناسی‌ای که در این کتاب مورد بحث قرار گرفت، جای می‌گیرد.

### شناسایی پُشتوانه‌های مالی

نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی کار پرهزینه‌ای است و گروه باید بنیان مالی بسنده‌ای داشته باشد تا مُتعهد یک چنین پروژه‌ای شود. این بخش مُتضمن نگاهی اجمالی است پیرامون اینکه چگونه گروهی می‌تواند برای پیاده کردن یک چنین پروژه‌ای در پی تأمین بُنیه‌ی آن باشد.

### برآورد هزینه‌ها

نخستین گام در تضمین منابع مالی، محاسبه‌ی تقریبی هزینه‌ی پروژه است. پروژه نیاز به پرسنل تمام وقت، وسایل فنی، محل کار و ملزومات دارد. بودجه‌ی ساده‌ای را باید برای محاسبه‌ی تقریبی هزینه‌ها طرح‌ریزی کرد. بحث پیرامون کادر اداری و فهرستی از ملزومات برای پروژه را می‌توان در فصل سوم این کتاب به دست آورد. هزینه‌های چاپ و توزیع گزارش‌ها و دیگر جنبه‌های طرح ارتباطات باید در مبحث بودجه گنجانیده شود.

### شناسایی بالقوه‌ی منابع مالی

گام دیگر شناسایی بالقوه‌ی منابع مالی در جوامع محلی و بین‌المللی است. گرچه تهیه‌ی وجوه محلی به گونه‌ی داوطلبانه ممکن است در بسیاری از

تحت پوشش قرار دادن احزاب یا نامزدهایی که تصمیم به تحریم انتخابات گرفته‌اند یا از شرکت در انتخابات منع شده‌اند مسأله‌ای است که باید پیرامون آن تصمیم گرفت. تحت شرایطی، این عوامل در روند سیاسی کشور حائز اهمیت است و حذف آنها از نتایج نظارت‌گری تصویر سیاسی را تحریف خواهد کرد. در دیگر شرایط، ممکن است ک این احزاب و نامزدهای انتخاباتی تُهی از بار سیاسی باشند. شمول یا غیر شمول این عوامل تصمیم مهمی است که باید برای مردم تشریح کرد. تصمیم‌گیری و توضیح به مردم درباره آن، باید فارغ از جهت‌گیری بسوی تحریم باشد.

### همه‌پرسی‌ها

همه‌پرسی‌ها پیرامون مسائل مهم مملکتی، و غالباً در مورد قانون اساسی یا مُتمم آن نقطه‌ی عطفی در روند سیاسی کشور است. مبارزات انتخاباتی بر سر موافقت یا مخالفت با چنان پیشنهاداتی، نخست خوراک را برای نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی فراهم می‌سازد. تمامی مسائل و روش شناسی‌هایی که پیش‌تر در این کتاب مورد بحث قرار گرفت، عملاً شمول حال است و می‌باید در تمامی موارد همه‌پرسی‌ها نیز مقبول نظر افتد.

### دولت

پوشش اقدامات یک دولت مشروع، مسأله‌ای جداگانه و بس دشوار را مطرح می‌سازد. نهادهای خبری باید مردم را نسبت به اقدامات مهم دولت در جریان بگذارند. با این همه، چنین پوششی طبیعتاً دست حزب در قدرت یا دولت ائتلافی را علناً در انتقال خواسته‌هایش در ذهن رأی‌دهندگان باز می‌گذارد. بسیاری از دولت‌های بر سر کار از این موقعیت آگاه‌اند و با فرا افکندن طرح‌های نو، همچون گشایش جاده‌هایی تازه بنیاد، گفت و گو پیرامون آموزش همگانی و محیط زیست یا دیگر مسائل مورد علاقه‌ی رأی‌دهندگان، اندکی پیش از انتخابات، در صدد بهره‌برداری از این موقعیت‌اند. تمیز میان اقدامات مهم دولت و قول و قرارهای دوران مبارزات انتخاباتی سخت دشوار است. بر نظارت‌گران است که معیارهای روشنی را میان این دو بر گزینند. دست‌اندرکاران پروژه ممکن است گزارش پیرامون دولت را از پوشش نامزدهای سیاسی جدا نگاهدارند. به هر حال، زمانی که مبارزات انتخاباتی رسماً آغاز می‌شود، شمارش تمامی پوشش‌های خبری مقامات دولتی را باید به عنوان بخشی از پوشش احزاب دولتی و نامزدهای شاغل محسوب داشت. این امکان وجود دارد که داده‌های دولتی را جداگانه منظور کرد و آنگاه تلفیقی از هر دو را مطرح ساخت.

پروژه و فعالیت‌هایش را باید فراهم ساخت و اینکه هدف از آن چیست و این گروه در اجرای این پروژه چه توانایی‌هایی دارد را به تحریر آورد. تخمینی از هزینه‌ی خام پروژه را باید فراهم کرد و همزمان نیز برای تشریح جزئیات بودجه آماده بود. ارائه‌ی این طرح باید روشن و موجز باشد. گام بعدی، تعیین وقت دیدار با نمایندگان سازمان‌های بالقوه‌ی مالی برای تبادل آرا است و پی بردن به اینکه آیا این منابع در دسترس‌اند و چگونه می‌شود از آنها بهره گرفت.

#### روابط عمومی

دست‌یابی گسترده و حرفه‌ای به رسانه‌های نوشتاری و روابط عمومی شریان‌های حیاتی هر پروژه‌ی رسانه‌های گروهی را تشکیل می‌دهد. فصل‌های سه و شش حاوی اطلاعاتی پیرامون کادر اداری و ملاحظات در مورد تماس با رسانه‌ها و فرا روابط عمومی است. دبیر مطبوعاتی و روابط عمومی می‌باید طرح کامل و جامعی از طرح ارتباطی را که رهنمون فعالیت‌های پروژه در این حوزه‌ها است، و از سوی رهبریت پروژه تصویب شده، آشکار سازد.

کشورها دشوار باشد، اما امکان کمک‌های غیر مالی میسر است. برای نمونه، آیا یک شرکت محلی یا سازمان غیر دولتی بین‌المللی یافت می‌شود که بتوان کامپیوتری، دستگاه تلویزیونی یا پخش نوار ویدیویی را برای مدت زمان گرداندگی پروژه از آنان وام گرفت؟ دست‌آوری به آنها و یادداشت چنین کمک‌هایی ممکن است در جلب دیگر یاری‌دهندگان مالی مفید فایده‌آفتد.

یاری از منابع بین‌المللی در جهت ایجاد بنیة مالی از کشور به کشور دیگری در نوسان است، اما نوعاً سفارت‌های خارجی، شرکت‌های دو جانبه یا چند جانبه‌ی گسترش و توسعه، نهادهای وابسته به دولت و سازمان‌های غیر دولتی بین‌المللی را در بر می‌گیرد. می‌توان با همکاران خود در اجتماع ان‌جی‌او سخن گفت و فهرستی از یاری‌دهندگان مالی بالقوه را به دست آورد.

#### عرضه‌ی پیشنهاد

صرف‌نظر از اینکه یاری‌دهندگان مالی بالقوه چه کسانی هستند، آنها خواهان یک طرح پروژه یا طرح‌گونه‌ای از آن خواهند بود. پیش طرح



## فصل سوم

## طرح و سازماندهی

## آغاز کار، زمان بندی، عضوگیری نظارت‌گران و ساختار گروه‌ها

اصلاحات پس — انتخابات اساسی بوده است. (برای نمونه، نگاه کنید به، یادداشت کشوری، در پایان فصل چهارم.)

پروژه‌ای که درست پیش از روز انتخابات آغاز می‌شود، از مزیت بی شماری برخوردار است. اگر پروژه زمان بسنده‌ای در اثبات پذیرفتاری خود داشته باشد، آنگاه تأثیرش فراوان تر خواهد بود و چنانچه نتایج طی زمان درازتری در دسترس قرار گیرد اثر آن بیش تر است. دست بردن به نظارت‌گری در آوان کار می‌تواند همچنین مددیار کسانی که خواهان تغییر در دسترسی به رسانه‌های گروهی و پوشش‌اند باشد، و در این راستا زمان لازم برای اصلاحات به وجود خواهد آمد.

## استقرار سازماندهی

توفیق و شکست یک پروژه‌ی نظارت‌گری ممکن است به میزان زیادی بستگی به برداشت‌هایی پیرامون افراد و سازمان‌های دست‌اندر کار این پروژه داشته باشد. نتایج نظارت‌گری نه تنها باید دقیق، منصفانه و حرفه‌ای به انجام رسیده باشد، بل همزمان خالی از تعصب، واقع‌نگرانه و حرفه‌ای جلوه کند.

پروژه‌های نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی با دو راه‌های ذاتی رویارویند: اگر نتایج نشان دهد که برخی از نهادهای رسانه‌ای یکسونگر یا در وظایف خود نسبت به پوشش انتخابات به گونه‌ای راستین و منصفانه کوتاهی

بر سر زمان آغاز نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی با خود به مجادله نپردازید. پاسخ آماده است: اکنون! هرزمان که پروژه را آغاز کنی، زود نیست. و برای کشوری که در روند دموکراسی است، این پروژه در هیچ زمانی بی مصرف نخواهد بود.

اندیشه‌ی نظارت‌گری معمولاً در شرایط انتخابات قریب‌الوقوع خود را نشان می‌دهد. پروژه‌ای که درست پیش از روزهای انتخابات آغاز شود، از مزیت بی شماری برخوردار است. اگر پروژه زمان بسنده‌ای در اثبات پذیرفتاری خود داشته باشد، آنگاه تأثیرش فراوان تر خواهد بود و چنانچه نتایج طی زمان درازتری در دسترس قرار گیرد اثر آن بیش تر است. دست بردن به نظارت‌گری در آوان کار می‌تواند همچنین مددیار کسانی که خواهان تغییر در دسترسی به رسانه‌های گروهی و پوشش‌های خبری‌اند باشد، و در این راستا زمان لازم برای اصلاحات به وجود خواهد آمد. بنا براین، از آنجایی که ممکن است سازماندهی و دست یافتن به منابع مالی زمان چشمگیری را به خود اختصاص دهد، امکان راه‌اندازی یک پروژه تا نزدیکی به انتخابات میسر نخواهد بود. ( نگاه کنید به پیوست شماره ۴ برای نمونه‌ی مهلت‌مقرر در جهت سازماندهی یک پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی )

پروژه‌ی نظارت‌گری مسأله‌ی با ارزشی در ترسیم سرشت و طبیعت روند انتخابات خواهد بود و اینکه چگونه رسانه نقش مهم خود را در دوران پیش از انتخابات ایفا می‌کند. در برخی از کشورها، پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در پس انتخابات نیز همچنان به کار خود تداوم بخشیده است. و از این رهگذر توان جامعه‌ی مدنی را علیه‌ی سوگیری رسانه‌های گروهی و هواخواهی از آزادی رسانه‌ها تضمین کرده است. در چندین کشور، یافته‌های ناشی از نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی نسبت به

کرده‌اند، ممکن است که این نهادها به پرخاش برخاسته و بر اعتبار پروژه یورش آورند.

بنا بر این، نخست ندای طرح پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی از اهمیت‌والایی برخوردار است. با این دل‌نگرانی، بیش و کم معاضدت‌ی پیش از آغاز پروژه و تا به پیشباز رفتن آن ضروری است. در این راستا، امکان دارد که صاحبان قدرتمند منافی قصد بر بی‌اعتباری گزارش‌های پروژه داشته باشد.

چنانچه رهبران دست اندر کار پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌ها یا سازمان‌های وابسته، آوازه‌ای پُر بار در موضع بی‌طرفی و حرفه‌ای داشته باشند، دشواری‌ها کاسته خواهد شد. به هر حال، اگر افراد یا سازمان‌هایی به مثابه‌ی متحدان مُسَلِّم احزاب سیاسی یا چهره‌های سیاسی انگاشته شوند، آنگاه لازم است تلاش‌های مضاعفی را در راستای اعتباربخشی به پروژه برداشت.

یک نگرش در اجرای پروژه همکاری با گروه دوم است که بی‌طرفی و کارایی را فزونی خواهد بخشید. دومین نگرش فراخوانی افراد شناخته شده به اجرای پروژه با اندکی آزادی عمل است. سومین گزینش، استقرار سازمانی جدید است. به هر صورت، عقل حکم می‌کند که یک هیأت مدیره یا سرپرستی را که شامل افراد قابل احترام و در بی‌طرفی و انصاف، وجه‌المُله‌اند و همزمان متخصص در کار، و همچنین یک یا دو تن آشنا با حرفه‌ی رسانه به عنوان فرد دانشگاهی یا استاد پیشین، برای پروژه بر گزینند. لزوم یا امکان تشکیل چنین هیأت مدیره‌ای همیشه میسر نیست، اما آن را باید مد نظر داشت.

رهبران پروژه و نظارت‌گران پیش از آغاز به کار به دقت مورد واری قرار خواهند گرفت، بنابر این باید نهایت تلاش خود را در استقرار بی‌طرفی و مهارت و تخصص به نمایش بگذارند. نظارت‌گران باید مردمی باشند با ذهنیتی شهروندی که در حال حاضر در هیچ حزب خاصی فعالیت ندارند. از نظارت‌گران باید خواسته شود که سوگیرهای سیاسی خود را کنار نهند. مقررات روشن و آشکاری باید در مورد منصف بودن و دقت در کار برقرار و اعمال گردد. از نظارت‌گران می‌توان خواست تا با امضای تعهدی پیش از نظارت‌گری، بی‌طرفی کامل خود را نگاهداشته و وابستگی‌های حزبی را کنار گذارند. گردانندگان پروژه همچنین می‌توانند دستورالعمل رفتاری خود پیرامون اقدامات‌شان را منتشر و آن را به اطلاع همگان برسانند. (برای نمونه‌ی تعهد از دستورالعمل رفتاری نگاه کنید به پیوست‌های ۵ آ - ب.)

### ایجاد خط مشی روابط عمومی

هر پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی باید خط‌مشی‌ای که جزئیات، خطوط اصلی، روش شناسی و طرح پروژه را در بر دارد، ترسیم کند. از این خط‌مشی می‌توان مردم، احزاب سیاسی و نامزدها و مسئولان انتخاباتی، سازمان‌های دولتی در ارتباط با این مسأله و نهادهای رسانه‌ای را پیرامون پروژه مطلع ساخت. دیدارهایی را نیز باید در راستای معرفی پروژه با احزاب، مسئولان انتخاباتی، سردبیران رسانه‌ها و دیگران به عمل آورد. در فرصتی مناسب، با برگزاری یک مصاحبه‌ی مطبوعاتی راه اندازی پروژه را به آگاهی همگان رسانید. پوشش خود پروژه‌ی نظارت‌گری را نیز باید به نظاره نشست تا از منابع دوستانه و غیر دوستانه‌ی رسانه‌ها در جهت تلاش‌های آتی روابط عمومی بهره گرفت. (برای بحث‌های مربوط به خط‌مشی روابط عمومی و سازماندهی مصاحبه‌ی مطبوعاتی، نگاه کنید به فصل ششم.) در بسیاری از کشورها، کانون روزنامه نگاران، سازمان‌های مدنی‌ی علاقه‌مند به آزادی بیان و انتخابات دموکراتیک و نمایندگان جامعه‌ی بین‌المللی از متحدان مهم پروژه هستند. حمایت اینان را باید در آسرع وقت خواستار شد.

### ایجاد نام و آرم

نخستین گام در تحقق بخشیدن به یک روابط عمومی مطلوب ایجاد نام و آرمی است که به آسانی قابل شناسایی باشد. این جریان در عرضه‌ی پیام و تبلیغ تلاش‌های گردانندگان یارمند خواهد بود. اهمیت این وظیفه را نباید سهل انگاشت، چه نام و آرم ابعاد گسترده‌ای، همچون جلب نظارت‌گران، حامیان و سرمایه‌گذاران را در بر خواهد گرفت. وب‌گاهی برای پروژه هم، دیگر طریقی یارمند در جهت ارتقای تلاش‌ها است که اطلاعات مربوط به این اقدامات را به سهولت در دسترس عامه قرار می‌دهد. (برای فهرستی از سازمان‌های نظارت‌گری همراه با وب‌گاه‌های آنان به پیوست ۱ رجوع کنید.)

### زمان‌بندی

به موازات گسترش پروژه‌ی نظارت‌گری، بررسی هرازگاه پیشرفت پروژه و طرح از پیش قابل اهمیت است. گاه شمار پروژه را باید بر روال منظمی بررسی و در آن تجدیدنظر کرد. مقدار زمان مانده تا انتخابات را به دقت پی‌گیری بود. به خاطر سپرد چه مقدار زمان برای تمرین نیاز است و چه تعداد گزارشی را می‌باید تا پیش از انتخابات منتشر ساخت و چه مقدار

و نمونه‌های لازم است، برای این پروژه منظور گردد. این اداره باید مرکزیت داشته، ایمن و از نیروی برق قابل‌اعتمادی برخوردار باشد. این قرارگاه همچنین باید محلی برای آموزش‌ها و دیگر نشست‌ها به شمار آید. داشتن یک اداره‌ی مرکزی از این جهت ضروری است که گزارش‌نظارت‌گران را به موقع تضمین و آنها را در فعالیت‌هایشان راهنمایی می‌کند و نمونه‌ها را بر می‌گیرد. اگر پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌ها بخشی از نظارت‌گری بر انتخابات یک سازمان گسترده‌تر یا کانون روزنامه‌نگاران است، فضای کافی جداگانه‌ای باید برای این پروژه منظور داشت.

در برخی از کشورها، بیش از یک شهر در روند انتخاباتی و سیاسی حائز اهمیت است و از این جهت نظارت‌گری بر رادیو و تلویزیون و رسانه‌های نوشتاری از یک نقطه امکان پذیر نیست. رسانه‌های سراسری را می‌توان همراه با محلی از شهر اصلی کشور به نظاره نشست، اما مراکز نظارت‌گری جداگانه‌ای برای دیگر نقاط لازم است. در موقعیتی که تعداد شهرهای واجد شرایط به نحو چشمگیری زیاد است، بهترین امکان، می‌تواند اجرای پروژه‌ها به صورت جداگانه و انتشار گزارش‌ها محلی باشد، و همزمان نیز می‌شود این گزارش‌ها را در اداره‌ی مرکزی در دسترس قرار داد. در غیر این صورت داده‌ها و گزارش‌ها می‌باید در گزارش‌های آدواری سراسری ادغام شوند.

### استخدام نظارت‌گران

یکی از نخستین چالش‌ها در استقرار پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی این است که چگونه می‌توان یک کادر اداری متعهد را فراهم آورد و نگاهداشت. این وظیفه‌ای پیوسته و با اهمیت است.

تمامی نظارت‌گران باید این نکته را درک کنند که نسبت به پروژه و طول زمانی آن تعهد دارند. رهبران دست‌اندرکار باید برنامه‌های آنان را در تمامی دوره‌ی پروژه مورد بحث قرار دهند. رهبران پروژه باید این گونه پرسش‌ها را با نظارت‌گران بالقوه در میان بگذارند: آیا نظارت‌گران برنامه‌ای برای مرخصی دارند؟ اگر دانشجو هستند، آزمون‌هایشان چه زمانی است؟ آیا مجلس عروسی یا همایشی است که باید حضور به‌م‌رسانند؟ آیا دیگر مشغله‌ای است که با زمان بخصوصی برخورد پیدا می‌کند؟ آیا تعهدات خانوادگی، همچون برداشت محصول دارند، یا دیگر وظایفی که مخرج برنامه‌های نظارت‌گری برای مدت زمانی طولانی است؟ در حالی که هر فردی ممکن است نیاز به زمان معقولی برای پیگیری مسائل شخصی خود داشته باشد، رهبران باید مسائل مربوط به جدول زمانی را پیش‌بینی و از

زمان برای ارزیابی داده‌ها و تهیه‌ی گزارش لازم خواهد بود و هرچند بار نتایج انتشار می‌یابد.

گرچه هیچ قاعده و قانونی در اینکه چندی یکبار می‌باید گزارش‌ها انتشار یابد، وجود ندارد، با این همه نیک است که مجموعه‌ی قابل‌توجهی از داده‌ها را پیشاپیش انتخابات آماده کرد و همچنان که انتخابات نزدیک‌تر می‌شود، به دفعات منتشر ساخت. ارائه‌ی داده‌ها به فواصل متعارف (فی‌المثل هر پنجشنبه یا سه شنبه‌های هر دو هفته) مفید است و بنا براین، جراید و دیگر طرفین علاقه‌مند می‌توانند، برنامه‌ای را در اینکه چه زمانی اطلاعات را دریافت خواهند داشت، طرح ریزی کنند. برای نظارت‌گران رسانه‌های گروهی همچنین حائز اهمیت است که گزارش‌ها را دست‌کم چندین هفته، نه چندین ماه، پیش از انتخابات منتشر سازند تا به شهروندان اجازه دهند که طبیعت عملکرد رسانه را دریابند، برداشت‌های آنان را از اعتبار اطلاعات سیاسی برآمده از دل رسانه همانگ سازند و به رسانه این فرصت را ارزانی دارند تا در رفع سوگیری و کاستی‌های خود در پوشش خبری بکوشد.

زمانی که کار پیش‌نظارت‌گری از جمله: ارزیابی بستر عمل رسانه و چارچوب قانونی در جهت آزادی بیان؛ جمع‌آوری وجوه؛ استخدام کادر مطلوب اداری برای پروژه؛ گسترش روش‌شناسی؛ استقرار کامل نیروی کار؛ و تدارک فضای مناسب و تجهیزات به کمال رسید، آنگاه پروژه آماده برای تمرین و آغازیدن به کار است. (پیوست ۴ نمونه‌ای از زمان‌بندی برای دوره‌ی پیش - نظارت‌گری را تدارک می‌بیند.)

پس از آنکه کار تمرین به پایان رسید، به نظارت‌گری باید تدویم بخشید و برابر برنامه پیش‌تاخت. چنانچه مشکلاتی غیر منتظره پیش آمد، باید از زمان برای حل آن یاری جست و این نکته را به خاطر سپرد که ایجاد برنامه‌ای که همهی دوران پروژه را در برمی‌گیرد، حائز اهمیت است. زمانی که پروژه اعلام شد و نتایج انتشار یافت، اندک فرصتی برای تعویض روش‌ها باقی خواهد ماند. پیرامون میزان انتظارات نسبت به ارائه‌ی گزارش‌ها باید جانب احتیاط را نگاهداشت. برای نمونه، اگر دست‌اندرکاران پروژه اعلام کنند که گزارش‌ها را تا شش هفته پیش از انتخابات، هر پانزده روز یکبار و پس از آن تا انتخابات، هفته‌ای یکبار منتشر خواهند کرد، این برنامه باید بر همین اساس پیش رود.

### گزینش مکان

باید یک اداره‌ی مرکزی که شامل تمامی تجهیزات، جراید، نوار ضبط صوت

مشکلات کمیبود کادر اداری اجتناب ورزند.

- نصب اطلاعات در مراکز دانشگاه ها و فراخوانی همایش برای تشریح پروژه؛ و
- تبلیغ در روزنامه‌ها یا اینترنت.

### کارمندان داوطلب یا حقوق بگیر؟

در گزینش داوطلبان به عنوان نظارت‌گر منافی هفته است. جدا از مسائل مالی، بهره‌وری از داوطلبان یارمندی به استقرار سنت همکاری مدنی است که مزایای دراز مدتی را برای تکمیل پروژه‌ی خصوصی به دست خواهد داد. آنهایی که بیشتر دل‌نگران کشور خویش‌اند تا مسائل مالی و پروژه نیز آنها را به شوق آورده است، امکان دارد به یک فعال مدنی دراز مدت مبتدل شده و در راه رسیدن کشور خود به یک دمکراسی نیرومند به مبارزه برخیزند.

تداوم و اعتبار پروژه، تا میزان زیادی، در گرو معیارهای هماهنگی است که بتوان آنها را در طول حیات پروژه حفظ کرد.

به هر حال، دلایل خوبی هم برای پرداخت دستمزد به نظارت‌گران بر رسانه‌های گروهی وجود دارد. نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی بیش از اکثر پروژه‌های مدنی، نیاز به افراد آموزش دیده و متعهدی دارد که میتوانند مقدار زمان قابل توجهی را صرف پروژه کنند. این نظارت‌گران را که ممکن است مسائل شخصی یا حرفه‌ای در کار آنها اختلالی ایجاد کند، به سادگی نمی‌توان جایگزین کرد. تداوم و اعتبار پروژه، تا میزان زیادی، در گرو معیارهای هماهنگی است که بتوان آنها را در طول حیات پروژه حفظ کرد. خواستن از داوطلبان به زمان‌گذاری بیش از اندازه روی پروژه، آنها را بدون پاداش، نامعقول و دور از انصاف می‌نماید. بنابراین، عقل حکم می‌کند که در راستای تضمین پیوستگی و یکپارچگی پروژه، دستمزد متعادلی به آنان پرداخت کرد.

### روند استخدامی

فارغ از اینکه به نظارت‌گران وجوهی پرداخت می‌شود یا نه، آنها را باید به همان طریقی که دیگران را برای کوشش‌های سیاسی یا مدنی به خدمت می‌گیرند، برگزید:

- تماس شخصی با افرادی که هم اکنون به کار نظارت‌گری علاقه‌مندند؛
- تماس با اساتید دانشگاه و دریافت نام دانشجویان علاقه‌مند؛

از راه‌های دیگر میتوان از گفت و گو با برخی از گروه‌های مدنی و پیشنهاد همکاری به آنان به مثابه شرکتی برنامه نام برد. زمانی که چند تن نظارت‌گر متعهد به خدمت درآمدند، می‌توانند از دوستان یا همکاران خود که طریقی با ارزشی در جهت تکمیل نیازهای کادر اداری است، بهره‌گیرند.

### تشویق و حفظ داوطلبان و کارمندان حقوق بگیر

همچنانکه در بالا اشاره شد، اعتبار پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در گرو تداوم معیارهای بی‌طرفی و حرفه‌ای بودن آن است. بهترین راه در تضمین این تداوم حفظ کارکنان آموزش دیده و بسیار مشتاق، چه داوطلب و چه حقوق بگیر است. آنهایی که به پروژه‌ی نظارت‌گری می‌پیوندند، این کار را به خاطر درک مأموریت پروژه به انجام می‌رسانند و اشتیاقی آنان هم ظاهراً به پیشرفت این مأموریت وابسته است. آموزش دقیق این تعهد را استحکام خواهد بخشید. ارجاع وظایف واضح و روشن و تکمیل آنها با توفیق، حائز اهمیت است. توجه‌ی لازم باید مبذول گردد که برای نظارت‌گران وسائلی که در انجام وظایف به آن نیاز دارند، فراهم شده باشد و باید از آنها به خاطر تلاش‌هایشان نیز سپاسگذاری کرد. قدردانی خود را نشان دادن نه تنها کار درستی است که باید انجام داد، بلکه برای نگهداشت کارکنان مطلوب هم کاری بنیادی است. مدیر پروژه و گروه رهبران باید سطح میزان رضایت کارکنان داوطلب و حقوق بگیر را ارزیابی کنند و چنانچه پروژه می‌تواند گام‌های معقولی در جهت حفظ یا بهبودی آن بردارد، به تصمیم‌گیری بپردازند. تهیه و تدارک زیر پیراهن ورزشی، کلاه، کفش و برچسب‌هایی با نام پروژه روی آنها و نیز آرم می‌تواند نقشی مهمی در استقرار یکپارچگی و روحیه کارکنان ایفا کند. اجازه دادن به کارکنان برای حضور در کنفرانس‌های مطبوعاتی، و در اختیار قرار دادن نسخه‌هایی از تمامی گزارش‌ها که حاوی نتایج کار آنها است و نیز برگزاری جشن‌هایی به مناسبت نیل به موفقیت‌ها نیز خالی از اهمیت نیست.

قدردانی خود را نشان دادن نه تنها کار درستی است که باید انجام داد، بلکه برای نگهداشت کارکنان مطلوب هم کاری بنیادی است.

عنوان سخنگوی اصلی یا جانشین وی عمل کند و در پاسخگویی به پرسش‌های فنی پیرامون روش‌ها آماده و خنثی و حاضر باشد.

### گروه رهبری

در اینکه کدامین نهاد رادیو و تلویزیونی یا برنامه‌ها هدف نظارت‌گری قرار خواهند گرفت، دسته‌ها باید میان گروه‌ها تقسیم شوند. نظارت‌گری بر رادیو و تلویزیون در مقایسه با رسانه‌های گروهی نوشتاری تفاوت‌هایی اساسی دارند. بنا براین، یکی از دو سه تن رهبران مختلفی که این شیوه‌های گوناگون را در می‌یابند، و نظارت‌گران را در گردآوری و ارزیابی نتایج آموزش می‌دهند، باید برگزید. رهبران گروه می‌توانند نمونه‌هایی را که وسیله‌ی نظارت‌گران بایگانی شده است، مقایسه کنند. زمانی که تضادهایی مشاهده می‌شود، رهبر گروه می‌تواند مسأله را با نظارت‌گران در میان نهد و یا آن گزارش‌ها را مورد ارزیابی دوباره قرار داده و پیرامون صحت و سقم آنها تصمیم گیرد. رهبران گروه می‌توانند همچنین نظارت‌گران را در تضمین به شیوه‌ای متحد و یکنواخت در شیوه‌های نظارت‌گری آموزش دهند و همزمان از نظاره‌گری هر برنامه در زمان خود، اطمینان خاطر حاصل کنند. سرانجام، رهبران گروه باید در ضبط برنامه‌های منفرد مسؤلیت داشته و مطمئن شوند که تمامی نمونه‌ها در موعد مقرر بازگشته است.

### نظارت‌گران

تعداد نظارت‌گران مورد نیاز بستگی به تعداد «موارد نظاره‌گری» دارد. هر برنامه‌ی رسانه‌ی گروهی و هر ویرایش روزنامه که مورد نظارت‌گری قرار گیرد، به مثابه‌ی یک واقعه‌ی نظارت‌گری محسوب خواهد شد. نظارت‌گران بایستی به خدمت درآیند، تربیت شوند، در تمرین‌های نظارت‌گری مورد آزمون قرار گیرند و برای پوشش و ارزیابی هر واقعه‌ی نظارت‌گری در اختیار گروه گذارده شوند. نظارت‌گری بر نیم ساعت برنامه‌ی خبری، ممکن است برای هر گروه یک ساعت تا یکساعت و نیم بابت ضبط، راه‌اندازی، دو بار مرور آن و تکمیل نمونه‌های نظارت‌گری برای ارزیابی بعدی، زمان گیرد. نظارت‌گران را می‌توان بر بیش از یک برنامه‌نظارت‌گری گمارد، اما بایستی در این کار هوشیار و سخت‌کوش باشند.

### تحلیل‌گر داده‌ها و دستیاران داده پرداز

یک کامپیوتر مطلوب، یک نرم‌افزار صفحه‌ی گسترده‌ی کامپیوتری و یک

### ساختار گروهی

آنگاه که یک گروه هسته‌ای دست به دست هم دادند، وظیفه‌ی آموزش کارکنان و نظارت‌گران فرا رسیده است تا وظایف خود را حرفه‌ای و بیطرفانه به انجام رسانند. زمان بسنده‌ای را باید بدین امر اختصاص داد و اطمینان یافت که کار به نحو مطلوبی پیش رفته است. طراحی اولیه و توجه و مراقبت، ظاهراً موفقیت و شکست تمامی برنامه را تعیین می‌کند. برخی از موارد زیرین پیشنهاداتی را پیرامون جایگاه کارکنان، وظایف، و اینکه چگونه می‌توان این مواضع را تکامل بخشید، مطرح می‌سازد.

### مدیر پروژه

همزمان با راه‌اندازی پروژه، نیاز به یک مدیر پروژه‌ی ایده‌آل با پشتوانه‌ی تجربه آشکار می‌شود. ممکن است ضرورت ایجاد کند که مدیر پروژه را خارج از محدوده‌ی برنامه برگزید یا همزمان با استخدام نظارت‌گران، فردی را نیز برای این سمت شناسایی کرد. غالباً این مسأله به سرعت نمایان می‌شود که در گروه محوری چه کسی متعهدترین است، چه کسی است که که بیشترین زمان را مصروف پروژه می‌کند، چه کسی بیش از همه پیرامون هدف و فعالیت‌های در ارتباط با آن به بحث و گفت و گو می‌نشیند، چه کسی از میانه‌ی دیگران ظاهراً حسن احترام را به خود جلب می‌کند، و چه کسی پروژه را به بهترین وجهی باز می‌شناسد. این فرد می‌تواند مدیریت پروژه را بر عهده گیرد.

به مدیر پروژه مسؤلیت درخوری بخشیدن تا پیرامون ساختار پروژه اتخاذ تصمیم کند، حائز اهمیت است. مدیر پروژه همچنین باید مسؤلیت تأم و تمامی در حذف یا نظارت بر بسیاری از وظایف سازمانی پروژه داشته باشد. این مسؤلیت‌ها شامل این موارد است: پرداختن به امور بودجه و لیست حقوقی، تنظیم جدول زمانی نظارت‌گران نسبت به چشم‌انداز برنامه‌های خاص، طراحی، توزیع، گردآوری، و ارزیابی نمونه‌های گزارش‌ها، وارد کردن داده‌ها در برنامه‌ی کامپیوتری صفحه‌ی گسترده، آماده‌سازی نمودارها و منحنی‌ها، تحریر گزارش‌ها، سازماندهی کنفرانس‌های مطبوعاتی، تهیه و عرضه‌ی شفاهی داده‌ها، ایراد سخنرانی‌ها و نیز پاسخ‌گویی به رسانه‌های گروهی، برجسب زدن و ذخیره‌ی نمونه‌های گزارش‌ها و نوار صدای برنامه‌ها و بایگانی نسخه‌های روزنامه‌ها. مدیر برنامه‌ی پروژه می‌باید مسؤلیت گماردن افرادی که تمامی این وظایف را انجام می‌دهند، بر عهده گیرد و در این راستا جدا از راهنمایی، نظارت کافی نیز داشته باشد. افزون بر این، مدیر برنامه‌ی پروژه باید در انظار عمومی به

شوند و تمامی اینان نسخه‌هایی از گزارش‌ها را نیز دریافت دارند. دبیر مطبوعاتی و روابط عمومی همچنین مسئولیت تدارک مصاحبه‌ی مطبوعاتی و توزیع گزارش‌ها را بر عهده خواهد داشت. (برای جزئیات بیشتر پیرامون محث خط مشی روابط عمومی و برگزاری کنفرانس‌های مطبوعاتی به فصل ششم رجوع شود.)

هر پروژه‌ی نظارت‌گری باید یک سخنگوی رسمی داشته باشد. این سخنگو را می‌باید با دقت برگزید تا اعتبار پروژه را تثبیت و محفوظ دارد.

### سخنگو

هر پروژه‌ی نظارت‌گری باید یک سخنگوی رسمی برای برپایی کنفرانس‌های مطبوعاتی داشته و پروژه را در دیدار با هیأت‌سردبیران، رهبران مدنی و سیاسی و نمایندگان جامعه‌ی بین‌المللی عرضه کند. این سخنگو را می‌باید با دقت برگزید تا اعتبار پروژه را تثبیت و محفوظ دارد. در حالیکه ممکن است این سخنگو درگیر فعالیت‌های هر روزه پروژه نباشد، اما درک گسترده‌ی او از اهداف، روش‌شناسی و یافته‌های پروژه‌ی نظارت‌گری بسیار مهم است.

### دیگر وظایف

موارد زیر، دیگر وظایفی است که بر مبنای امور جاری نیازمند انجام است. مدیر پروژه یا شخص دیگری که از میان‌های کارکنان انتخاب شده است این وظیفه را باید انجام دهد.

دستیار ورزیده‌ی کامپیوتر در جهت ارائه‌ی دقیق داده‌ها و قابل فهم برای جمع حاضر از مهمات است. تحلیل‌گر داده‌ها برای وارد کردن داده‌ها در هر روز، به یاری نیازمند است. با توجه به ظرفیت پروژه (تعداد رسانه‌های گروهی و رخدادهای نظارت‌گری) به یک یا بیش از یک دستیار داده پرداز نیاز خواهد بود. طی روزهای پیش از انتشار گزارش‌ها، تحلیل‌گر برای تهیه‌ی مَنحنی‌های مربوط به عرضه‌ی داده‌ها به زمان بیشتری نیازمند خواهد بود.

### نویسنده

افزون بر تحلیل‌گر، به یک نویسنده‌ی کارآمد هم نیاز خواهد بود تا گزارش و یا بیانیه‌ای را که مشتمل بر تشریح نمودار مَنحنی‌ها و ادغام مَنحنی‌ها با دیگر اطلاعات می‌باشد و هدف از آن آگاهی عموم است، آماده سازد. تمامی این مسائل مَتکی بر اطلاعات از سوی رهبران گروه و نظارت‌گران است تا اطمینان حاصل شود که برداشت‌های نهایی و نتایج دقیق و مرتبط اند.

### دبیر مطبوعاتی و روابط عمومی

نخستین وظیفه‌ی دبیر مطبوعاتی و روابط عمومی تدوین فهرست ارتباطی حاوی آدرس‌ها، پُست الکترونیکی، شماره‌های تلفن و فکس تمامی نهادهای رسانه‌ای، گزارش‌گران و سردبیران رسانه‌های محلی و بین‌المللی، گروه‌های مدافع، حقوق بشر و مدنی، احزاب سیاسی و نامزدها، سازمان‌های بین‌المللی و سفارتخانه‌ها، هیأت‌های نظارت‌کننده بر رسانه‌ها، مسئولان انتخاباتی و مقامات انتخابی و انتصابی دولتی است. بیشترین این افراد می‌باید به کنفرانس مطبوعاتی خوانده

### اطلاعات سودمند

#### فهرست هفتگی رویدادهای نظارت‌گری ظاهراً به این ترتیب به نظر می‌رسد:

|           |   |
|-----------|---|
| ۷ رویداد  | اخبار شامگاهی تلویزیون دولتی، ۷:۰۰ تا ۷:۳۰ شامگاه، روزانه |
| ۷ رویداد  | اخبار شامگاهی تلویزیون مستقل، ۷:۳۰ تا ۸:۰۰ شامگاه، روزانه |
| ۶ رویداد  | اخبار رادیو دولتی، ۱۲:۰۰ تا ۱۲:۳۰ نیمروز، دوشنبه تا شنبه  |
| ۷ رویداد  | اخبار رادیو دولتی، ۶:۰۰ تا ۶:۳۰ شامگاه، روزانه            |
| ۷ رویداد  | روزنامه‌ی شماره‌ی ۱، روزانه                               |
| ۶ رویداد  | روزنامه‌ی شماره‌ی ۲، دوشنبه تا شنبه                       |
| ۷ رویداد  | روزنامه‌ی شماره‌ی ۳، روزانه                               |
| ۴۷ رویداد | جمع رویدادهای نظارت‌گری در هر هفته                        |

## سناریوی اسلواکی برای نظارت‌گری

در اسلواکی، MEMO98، هر شامگاه، برنامه‌ی اخبار ساعت هفت تلویزیون مارکیترا و همچنین اخبار STV در ساعت هفت و نیم را به ضبط آورد. رادیو Twist و اسلواک رادیو، دو برنامه‌ی خبری روزانه در ظهر و ۶ بعدازظهر پخش می‌کردند. این دو برنامه نیز ضبط گردید. هر روز، روزنامه‌ها خرید و در اداره نگهداری شد. این سازمان یک دستگاه تلویزیون، یک دستگاه ضبط ویدئو، دو رادیو با امکانات زمان سنج و دیگر وسایل را خریداری کرد.

نظارت‌گران به دو گروه تقسیم شدند: یک گروه برای تلویزیون، یک گروه برای رادیو، یک گروه برای روزنامه‌ها، یک گروه برای ارزیابی داده‌ها و تهیه‌ی گزارش و دیگری برای امور مطبوعاتی. رهبران گروه، نظارت‌گران را به تماشا یا گوش فرادادن به هر خبری از اخبار رسانه‌ای و مرور روزنامه‌ای فراخواندند. نمونه‌ها توسط نظارت‌گران تکمیل و طی هفته به رهبران تحویل گردید.

یکشنبه‌ی پس از آن، با آغاز هفته‌ی نو، گروه تحلیل‌گران داده‌ها را از هفته‌ی پیش گردآوری میکنند. دوشنبه، گروه مطبوعاتی با صدور بیانیه‌ای، توجه رسانه‌ها را به زمان و مکان کنفرانس هفتگی که روزهای پنجشنبه انجام می‌شود، جلب میکند. تمامی زمان کیفی و کتبی داده‌ها، پیرامون آمار بینندگان و شنوندگان رادیو و تلویزیون چه مثبت چه منفی و چه بی‌طرف، وارد صفحه‌ی گسترده‌ی کامپیوتر و آنگاه، در قالب نمودارهای مدور و نگاره‌های خطی عرضه میشود. این مضمونی‌ها برای تهیه‌ی خلاصه‌ای از نتایج، در گزارش نوشتاری مورد استفاده قرار می‌گیرد.

رهبران گروه، آنگاه، «اظهارنظرهای» نظارت‌گران را مورد بررسی قرار می‌دهند و گرایش‌هایی را که در جمع‌بندی، با نمونه‌های ویژه‌ای برای گزارش توصیف شده است، شناسایی می‌کنند. چنین اظهارنظرهایی بر آنند که تا بر عدم توازن در دل رویداد یا زبانی یکسویه نگر، قطعه فیلمی نابرابر زنده و با دیگر کارهای دور از انصاف تکیه کنند. با گذشت زمان، این اظهار نظرها شیوه‌ی روشن و نگران‌کننده‌ای از روشی را که نهاد بخصوص خبری اخبار عرضه می‌کند، نشان می‌دهد، به ویژه روندی از امتناع تلویزیون دولتی در اختصاص فرصتی به رقبای مخالف به تشریح نقطه‌نظرهای آنها است. این گزارش، در چهارشنبه‌ی پایانی هر دوره‌ی نظارت‌گری تکمیل گردید و در کنفرانس مطبوعاتی عمومی، در روز پنجشنبه، ارائه شد. نخستین گزارش، یک هفته را در بر داشت و دیگر گزارش‌ها، دوره‌ی دو هفته‌ای یا به موازات نزدیکی انتخابات، حاوی داده‌های افزاینده‌ای بود. (برای نمونه‌ای از زمان‌بندی نظارت‌گری به پیوست شماره ۴ رجوع شود).

## تنظیم برنامه‌ی نظارت‌گران

زمانی که تصمیم گرفته شد کدام نهادهای رسانه‌ی گروهی مورد نظارت‌گری قرار خواهند گرفت، و هر یک از این رسانه‌ها هر چند یکبار پوششی مرتبط انتشار یا پخش خواهند کرد (این مسائل متقابلاً مورد بحث قرار می‌گیرد)، آنگاه برنامه‌ها و نشریات باید در مقوله‌ای منطقی که رویدادهای نظارت‌گری را ارائه می‌کنند، تقسیم شوند.

هر رویداد ممکن است در جدول ساده‌ای که تاریخ مشخصی دارد، نوشته شده و همراه جعبه‌ای که نام نظارت‌گران تعیین شده را در بر دارد، روی دیوار نصب شود. دست‌کم باید دو نظارت‌گر که عدم سونگري آنها را تضمین می‌کند، به هر رویداد گماشته شوند. زمانی که نمونه‌های گزارش مسترد شدند، علامتی کنار نام نظارت‌گر روی جدول زمان‌بندی شده، زده شود.

سرپرستی نظارت‌گران یک مسؤلیت مهم و وقت‌گیری است که از عهده‌ی یک شخص منضبط، و حساس نسبت به دل‌نگرانی‌های نظارت‌گران و آگاه از اینکه تمامی رویدادها می‌باید هر هفته تحت پوشش قرار گیرد، برمی‌آید. حتی از دست دادن یک برنامه‌خبری یا نادیده گرفتن یک روزنامه می‌تواند کل نتایج پروژه را از درجه‌ی اعتبار ساقط کرده و بر پذیرفتاری و حرفه‌ای بودن پروژه تأثیر نامطلوبی بر جای گذارد. تهیه‌ی دفتر روزانه‌ای حاوی برنامه‌ی کار و اقدامات نظارت‌گر شیوه‌ی پسندیده‌ای است. مدیر پروژه و با رهبران گروه نیاز بدان دارند که بدانند روی چه افراد وقت شناس، قابل اعتماد و با ثباتی باید حساب کرد. همچنین اگر به نظارت‌گران بر اساس کارایی‌شان حقوقی پرداخت می‌شود، به سابقه‌ای از اینکه چه کسی کار را انجام داد و چه چیزی ضرورت دارد، نیاز است.

حتی از دست دادن یک برنامه خبری یا نادیده گرفتن یک روزنامه می‌تواند کلّ نتایج پروژه را از درجه‌ی اعتبار ساقط کرده و بر پذیرفتاری و حرفه‌ای بودن پروژه تأثیر نامطلوبی بر جای گذارد.

### ایجاد نمونه‌ها

نمونه‌های نظارت‌گری برای هرگونه رویدادی از این دست و همچنین نمونه‌ی داده‌های مُدون و تحلیل‌ها، می‌باید ایجاد و با دقت بسیار بایگانی شود. نوع داده‌هایی را که باید در یک چنین نمونه‌ها گرد آورد، در فصل‌های چهار و پنج مورد بحث قرار گرفته و گونه‌هایی از این نمونه‌ها نیز در پیوست‌ها ارائه شده است.

### نگهداری اسناد

افزون بر نگهداشتِ دفتری از اقداماتِ نظارت‌گر، یک پروژه مطلوب باید سابقه‌ای از تمامی لوازم در ارتباط با آن را نیز با دقت کامل حفظ و نگهداری کند. این لوازم باید با شیوه‌ای منظم و مطمئن در انبار یا قفسه‌ی مُشخصی محفوظ نگهداشته شوند.

نگهداری اسنادِ پروژه شامل لوازم زیر است:

- نُسخه‌های برچسب زده‌ی تمامی نوارهای ویدئو برنامه‌های تلویزیونی با قیدِ زمان و تاریخ و نامِ نهادِ خبری؛
- نُسخه‌های برچسب زده‌ی تمامی نوارهای صوتی برنامه‌های رادیویی با قیدِ زمان و تاریخ و نامِ نهادِ خبری؛
- نسخه‌هایی از تمامی روزنامه‌های موردِ نظارت‌گری قرار گرفته با قیدِ نامِ نشریه و تاریخ؛
- بایگانی جداگانه‌ی نسخه‌هایی از تمامی نمونه‌هایی که از سوی نظارت‌گران تحویل گردیده با قیدِ تاریخ و نامِ نهادِ خبری؛
- نسخه‌هایی از تمامی دیگر نمونه‌های استفاده شده برای جدول بندی و مقابله‌ی نتایج نظارت‌گری با قیدِ تاریخ و نامِ نهادِ خبری؛
- نسخه‌هایی از تمامی بروشورها، اطلاعیه‌های رسمی، گزارش‌ها و دیگر اطلاعاتِ انتشار یافته از سوی پروژه؛ و
- سوابقِ تمامی پوشش رسانه‌ای (بُریده‌ی جراید، نوارهای ویدئویی و صوتی) پروژه‌ی نظارت‌گری.

### تهیه‌ی ملزومات

موارد زیر فهرستِ پیشنهادیِ ملزوماتِ موردِ نیاز برای دست‌یازیدن به یک پروژه‌ی نظارت‌گری است که تلویزیون، رادیو و جراید را شامل می‌شود.

**تلویزیون‌ها و رادیوها.** پس از برنامه‌ریزیِ رویدادهایِ نظارت‌گری، باید تصمیم گرفت که چند دستگاهِ تلویزیون و رادیو موردِ نیاز است. اگر رویدادها همزمان از کانال‌های مختلفی پخش می‌شود، بیش از یک یا دو دستگاه احتیاج خواهد بود. همچنین ممکن است که نظارت‌گران در زمانی که دیگران سرگرم ضبطِ برنامه‌ها هستند به تعدادی از آن برای تماشای نوارهای ویدئویی نیاز داشته. این مسأله می‌تواند تضمینی بر آن باشد که تمامی رویدادهایِ نظارت‌گری به نحو مطلوبی در حال ضبط شدن است.

**نشریات.** آيونمانِ تمامی نشریاتِ در ارتباط با نظارت‌گری یا شیوه‌ای برای خریدِ آنها بر مبنایِ روزانه ضروری است.

**دستگاه‌های ضبط صوت و ویدئو.** دستگاه‌های ضبط صوت و ویدئویی برای ضبط رویدادها موردِ نیاز است. به ضبط‌های بیشتری هم ممکن است احتیاج باشد بنابراین زمانی که دیگر دستگاه‌ها به ضبط برنامه‌ها اشتغال دارند، بتوان از دیگر دستگاه‌ها به نوارها گوش فراداد و یا تصویر را تماشا کرد. این دستگاه‌ها باید به دستگاهِ زمان‌سنج مجهز باشند که برنامه‌ها را خود به خود ضبط کند. اگر امکانش میسر نیست، کارکنانِ موقتگی برای به کار انداختن وسیله در زمان‌های مناسب موردِ نیاز خواهند بود.

**نوارها.** تعدادِ نوارهای صوتی و ویدئویی موردِ نیازِ تمامی مدتِ پروژه را باید برآورد کرد و آنها را از پیش خرید.

**گوشی‌ها.** به گوشی هم ممکن است احتیاج باشد تا به نظارت‌گران اجازه دهد که بدون ایجاد مزاحمت برای دیگران در اداره به کار بپردازند و این البته بستگی به شرایط و فضای اتاقِ نظارت‌گری دارد.

**دوربین فیلمبرداری.** از دوربین فیلمبرداری می‌توان برای ضبطِ تمرینات مربوط به کُنفرانس‌های مطبوعاتی و دیگر رویدادها در جهتِ آموزشِ آنها می‌تواند که در مجامع عمومی یا برای رسانه‌ها سخن خواهند گفت، بهره بُرد.



تجهیزات فراهم باشد.

**حسابداری و امور مالی.** پروژه‌های نظارت‌گری باید صورت حسابی از وجوهات رسیده و تمامی پرداخت‌های حقوقی، لوازم، ارتباطات دوربرد، توزیع گزارش‌ها، بیمه، اجاره و کرایه، و بسیاری دیگر از اینگونه موارد را با نهایت دقت تنظیم کند. ضرورت ایجاب می‌کند که شخص بخصوصی را همچون مدیر امور اداری یا در هم‌آمیزش این مسئولیت‌ها با وظایف فرد دیگری، به کار گرفت. در این زمینه عقل حکم می‌کند که از همیاری یک حسابدار قسم خورده که سیستم حسابداری را بنا می‌گذارد و متناوباً به مرور آنها می‌پردازد، بهره‌مند شد.

### طراحی و تمرین

اهمیت مسأله در این است که تمامی شرکت کنندگان در پروژه، به ویژه آنهایی که در انظار عمومی سخن خواهند راند، این توانایی را داشته باشند که با اطمینان خاطر بر شیوه‌های دور از غرض، راستین و پُر اعتبار پروژه انگشت نهند و در رویارویی با منتقدان و شکاکان این اطلاعات را در دفاع از پروژه به کار گیرند. به همین دلیل، ضرورت ایجاب می‌کند که پیش از علنی کردن مسائل، به ارزیابی و انتشار یافته‌ها روی آورند. هر پروژه‌ی نظارت‌گری، در دوره‌ی تمرینات ماقبل آغاز عملی پروژه، باید ارزیابی داده‌ها، تهیه‌ی گزارش و ارائه‌ی آن به جامعه را مورد تمرین قرار دهد. پرسش‌هایی را که مطرح خواهد شد، باید پیش‌بینی کرد و به تمرین پاسخ‌ها پرداخت تا اینکه تمامی کارکنان دست‌اندر کار، بتوانند با اعتماد و اطمینان خود را نشان دهند و به دفاع از روش شناسی پروژه برخیزند.

هر پروژه‌ی نظارت‌گری، در دوره‌ی تمرینات ماقبل آغاز عملی پروژه، باید ارزیابی داده‌ها، تهیه‌ی گزارش و ارائه‌ی آن به جامعه را مورد تمرین قرار دهد.

به عنوان پاره‌ای از تمرینات، می‌توان از رهنمود افراد خبره‌ی خارج از فضای پروژه سود جست. این مسأله نه تنها یارمند طراحی شیوه‌های مطلوبی خواهد بود، بلکه ممکن است ارج و اعتباری هم به پروژه بیافزاید. تعداد بیشماری از گروه‌های بین‌المللی وجود دارند که با معیارهای رسانه‌ای برخورد کرده و یا به اجرای پروژه‌های نظارت‌گری دست یا بیده‌اند و امکان دارد که به دیدار از مرکز پروژه علاقه نشان دهند، در کنفرانس مطبوعاتی

کامپیوتر، چاپگر و نرم‌افزار. کامپیوتر، چاپگر و نرم‌افزار برای وارد کردن داده‌ها، ارزیابی و تهیه‌ی گزارش‌ها و دیگر اسناد ضروری هستند. در صورت امکان از یک کامپیوتر مطمئن پشتیبان اسناد هم می‌توان سود جست.

**دستگاه‌های فتوکپی.** به دستگاه‌های فتوکپی، یا دسترسی به آنها برای نسخه برداری از نمونه‌ها، گزارش‌ها و غیره نیاز است.

**زمان سنج‌ها.** ثبت زمان گزارش‌های خبری مقدار معتنا بهی زمان سنج را طلب می‌کند.

**خط کش.** تعدادی معتنا بهی خط کش برای اندازه‌گیری اندازه‌ی گزارش روزنامه نیز احتیاج است.

**نوشت افزار و دیگر لوازم اساسی.** برای اجرای پروژه به مقدار کافی مداد و قلم، کاغذ و گیره و سنجاق و دیگر لوازم اداری نیاز است.

**قفسه و دیگر وسائل انبارش.** قفسه و دیگر وسائل انبارش برای نگهداشت نوارهای صوتی و ویدئویی، روزنامه‌ها، نمونه‌ها و گزارش‌ها نیاز است.

**خوردنی و آشامیدنی.** وجود خوراک و نوشیدنی‌ها (چای، قهوه، آب، و غیره) موجب می‌شود که نظارت‌گران زمان لازم را صرف کارهای خود کنند و با توجه به رسم و رسوم محلی، دیدارکنندگان نیز از آن بهره می‌برند.

**پروژکتور و کاغذ شفاف.** در کنفرانس‌های مطبوعاتی، برای نمایش نمودارها و منحنی‌ها به یک پروژکتور با ظرفیت که مستقیماً از یک کامپیوتر یا از طریق overhead projections «کاغذهای شفاف» انعکاس می‌یابد، نیاز است.

**تجهیزات صوتی.** تجهیزات صوتی همچون میکروفون، و بلندگو برای کنفرانس‌های مطبوعاتی و دیگر رویدادهای عمومی نیاز است. در برخی موارد، محلی که کنفرانس مطبوعاتی در آن بر پا می‌شود، ممکن است این

حضور بهم رسانند یا از طریق تلفن، پست الکترونیکی یا دیگر طرق به مشاوره برخیزند. امکان دارد که بخش مطبوعاتی گروه های ناظر و سفارتخانه ها نیز رهنمودهای سودمندی ارائه دهند. (برای فهرستی از سازمان هایی که می توانند مورد تماس قرار گیرند، به پیوست ۱ رجوع کنید.)

## فصل چهارم

## مبانی نظارت‌گری

ارزیابی‌های کمی، ارزیابی‌های کیفی،

مشاهدات مورد بحث قرار می‌دهد و برای برخی از پرسش‌هایی که قاعدتاً مطرح می‌شود، پاسخ‌هایی نیز به همراه دارد.

## ارزیابی‌های کمی

ساده‌ترین و قابل فهم‌ترین داده‌هایی را که می‌توان گردآوری کرد، ارزیابی کمی مقدار زمانی است که رسانه‌های گروهی به موضوعات سیاسی اختصاص داده‌اند. در مورد رادیو و تلویزیون، به این معنی است که با بهره‌گیری از یک زمان سنج، می‌توان مقدار زمان پوششی را که در اختیار هر یک از احزاب سیاسی یا نامزدهای انتخاباتی قرار داده شده اندازه گرفت و سپس به مقایسه آنها با یکدیگر پرداخت. این مسأله پرسش‌هایی همچون: «قضیه در مورد چه بود؟» و «زمان آن چقدر بود؟» را پاسخ می‌دهد. این نکات برای نظارت‌گران داده‌های نسبتاً آسانی را برای ثبت روی فرم‌ها پیش روی می‌گذارد. از این گذشته، این داده‌ها را می‌شود در نمودارهای دایره‌ای یا دیگر منحنی‌های گرافیکی که به سهولت قابل فهم است، انتقال داد. این منحنی‌ها می‌توانند مدت زمان پوشش را در هیأت ارقام نشان دهند و اینکه برخی از رقبای سیاسی در قیاس با دیگران، چه درصدی از پوشش را به خود اختصاص داده‌اند.

نظارت‌گران افزون بر اندازه‌گیری و ضبط زمان داده شده به موضوعات سیاسی بخصوصی (احزاب سیاسی، نامزدها و مقامات بلند پایه‌ی دولتی) در تلویزیون، می‌توانند عواملی که مسائل ظریفی را برجسته می‌سازد، نیز اندازه‌گیری کنند که از آن جمله می‌شود به نحوه‌ی عرضه‌ی موضوعات گوناگون سیاسی اشارت داشت. برای نمونه، برخی از نامزدها یا نمایندگان

زمانی که تصمیم گرفته شد که کدامین نهاد رسانه‌ها، برنامه‌ها و موضوعات مد نظر است، آنگاه یک روش‌شناسی دقیق در مورد ارزیابی مسائل باید اتخاذ گردد. روش‌هایی که از سوی پروژه به کار گرفته می‌شود، اساس آن عموماً به این نکته بستگی دارد که چه نوعی از رسانه‌ها مورد نظارت‌گری قرار خواهند گرفت. تلویزیون، رادیو و روزنامه‌ها نظارت‌گری متفاوتی را طلب می‌کنند. این بخش، روش‌شناسی در ارتباط با این رسانه‌های گروهی را مورد بررسی قرار خواهد داد.

تعداد بی شماری از جنبه‌های عملکرد رسانه‌های گروهی، همچون مقدار زمان اختصاص داده شده به هر نامزد انتخاباتی، اقدامات حزب وابسته به دولت یافت می‌شود و اینکه آیا نظرات رسانه‌ها پیرامون یک نامزد انتخاباتی و یا حزبی، دقیق و بر اساس منابع موثقی است. اصولاً، این مسائل مستلزم یکی از سه طرق ارزیابی است: کمی، کیفی (یا محتوا) یا آمیزه‌ای از این دو. برای مقاصد آزمایشی، نوع پوشش‌های خبری رادیو و تلویزیون و نسخه‌هایی از روزنامه‌ها که هدف پروژه‌ی نظارت‌گری است، باید مورد استفاده قرار گیرد. نظارت‌گران باید به کرات انواع گزارش‌های خبری را لمس کرده تا زمانی که با این روش‌ها خو نگرفته‌اند، مسائل مختلف را مورد آزمایش قرار دهند. نظارت‌گران در پس یکبار تماشای گوش فرادادن یا خواندن تمامی رویدادهای خبری، این برنامه‌ها را باید به صورت گروهی نیز مورد بحث قرار داده و آنگاه دوباره هر یک از آنها را به ارزیابی بنشینند. ظاهراً پس از یک بررسی تنگاتنگ، تغییراتی در برداشت‌ها پیش به وجود خواهد آمد. فصل پنجم این کتاب طرح‌ریزی نمونه‌هایی را برای ضبط

اندازه‌گیری کنند که از آن جمله می‌شود به نحوه‌ی عرضه‌ی موضوعاتِ گوناگونِ سیاسی اشارت داشت. برای نمونه، برخی از نامزدها یا نمایندگان احزاب امکان دارد که همیشه در تلویزیون ظاهر شده و خود به صحبت بنشینند، حال آنکه ممکن است گوینده، شخصاً به خلاصه یا تفسیر اظهارات دیگران بپردازد. در مورد برنامه‌های خبری رادیو و تلویزیون، اندازه‌گیریِ زمانی می‌تواند به ریزبخش‌هایی به این شرح تقسیم شود:

- جمعِ زمانِ یک گزارش به ثانیه، برای هر موضوعِ مرتبطِ سیاسی (در بالا مورد بحث قرار گرفت)؛
- جمعِ زمانِ به ثانیه، که نامزدِ انتخاباتی یا نماینده‌ی حزبی در تلویزیون حضور می‌یابد و سخن می‌گوید؛
- زمانِ به ثانیه که تصویرِ نامزدِ انتخاباتی یا نماینده‌ی حزب بدون سخن گفتن در صفحه‌ی تلویزیون ظاهر می‌شود (مثلاً، حتی زمانی هم که ممکن است یک شخصیتِ سیاسی بدون سخن گفتن درباره نقطه نظرهای خود، تصویرش در صفحه‌ی تلویزیون ظاهر است)؛
- زمانِ به ثانیه که صدایِ نامزدِ انتخاباتی یا نماینده‌ی حزب شنیده می‌شود (حتی چنانچه فیلم و تصویری هم دیده نمی‌شود)؛
- ترتیبِ طبقه‌بندیِ مسائلِ خبری در رادیو/تلویزیون (اول، دوم، و غیره).

این نتایج، داده‌هایی کمی را ارائه می‌کنند که در مقایسه، تفاوت‌هایی در مقدار و نیز جنبه‌هایی از کیفیتِ پوششِ خبری مربوط به موضوعاتِ متفاوت در ایستگاه‌های مختلف را به نمایش می‌گذارد. در نظر بگیرید که تمامی رسانه‌های صوتی و تصویری تصمیمِ مشابهی پیرامونِ ارزش‌مندیِ خبریِ رویدادهایِ مختلفِ سیاسی اتخاذ کنند، آنگاه مقدارِ زمانی که به اینگونه مسائلِ سیاسی اختصاص داده شده است، مشابه خواهد بود. هنگامی که تفاوت‌های چشمگیری در میانه‌ی رسانه‌های گروهی اتفاق افتد، این مسأله ممکن است ناشی از سونتگری باشد که در این صورت توالیِ بروزِ آن را باید به مرور زمان موردِ ارزیابی قرار داد. اگر یک چنین تفاوت‌هایی، به گونه‌ی پیوسته همزمان با نزدیکی انتخابات شکل گیرد، روشن است که رأی‌دهندگانِ اطلاعاتِ متفاوتی را بر اساس منابعِ خبریِ مختلف به دست آورده‌اند. چنانچه این تفاوت‌ها همیشه یک حریفِ سیاسی را در یک نهادِ رسانه‌ای بخصوصی ارجحیت دهد، این سونتگری

## یادداشتِ کشوری

### توگو— گزارشگرانِ بدونِ مرز

#### تحلیلِ کمی

گزارشگرانِ بدونِ مرز، در سال ۱۹۹۸ یک پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی را در توگو که به وضوح و علنی سونتگری رسانه‌ها را به نفع رئیس جمهور در قدرت، ژنرال گناسینگبه ایادما، نشان می‌داد، به راه انداختند. دست‌اندرکارانِ این پروژه در گزارش‌های هفتگی دریافتند که ایستگاه تلویزیونی در پوشش خبری خود ۹۸.۸ درصد از زمان را به دولت و احزابِ ائتلافی حاکم اختصاص داده است حال آنکه بهره‌ی شخصیت‌های مخالف تنها دو درصد از زمان بوده است. این داده‌ها تمامی مردم مملکت را به مشکلی عظیم آگاه ساخت و موجبِ مباحثاتی گردید که همزمان با نزدیکی انتخابات، اندک موازنه‌ای در پوشش‌های خبری را به وجود آورد. (برای گزارشی از آن پروژه، به پیوست ۸ رجوع شود.)

داده‌های کمی، تنها بخشی از جریان را حکایت می‌کنند. پوششِ خبریِ بیشتری به برخی از رقیبان نسبت به دیگران دادن ممکن است مشروع جلوه کند در حالی که پوششِ رقمی یکسان می‌تواند این تمایز را پنهان سازد.

داده‌های کمی، تنها بخشی از جریان را حکایت می‌کنند. به طور قطع، تخصیصِ زمانِ قابلِ توجهی به مسائلِ گوناگونِ سیاسی (از جمله تفاوت‌هایی در مقدارِ زمان، تصویر و صدا و غیره) می‌تواند کانونِ توجه را بر آنچه که ممکن است مشکلِ بزرگی به نماید، تند و تیز گرداند، اما مقدارِ زمانِ پوششی که ارائه شده است، اطلاعاتِ کاملی را پیرامونِ اینکه پوششِ منصفانه بوده، به دست نمی‌دهد. برای یک ایستگاه تلویزیونی، رادیو یا یک روزنامه پوششِ بیشتری به برخی از نامزدها به دلایل وابستگی‌ی نژادی، والایی عقاید یا صرفنظر از اینکه به کرسی‌های مجلس دست خواهند یافت یا نه ممکن است مشروع جلوه کند. از سوی دیگر، یک ایستگاه تلویزیونی می‌تواند پوششِ زمانیِ برابری را به تمام احزابِ اختصاص دهد، اما

شاهد قانع‌کننده‌ای را پیرامون رفتار رسانه‌های گروهی فراهم خواهند آورد.

## ارزیابی مثبت، منفی و بی‌طرف

باید این نکته‌ی مهم را به خاطر سپرد که ارزیابی رفتار نهادهای رسانه‌ای منظور نظر است و نه موضوعات سیاسی. نظارت‌گران باید از نحوه‌ی گرایش برخی از رسانه‌ها در ارائه‌ی مسائل گوناگون نمونه‌هایی را برگزینند. اگر این داده‌ها در میانه‌ی رسانه‌های مختلف از تفاوت‌های چشمگیری برخوردار باشد، آنگاه این مسأله به مرور زمان روشن خواهد شد که تمامی نهادها معیارهای رایج روزنامه‌نگاری را رعایت نمی‌کنند و یا اینکه در پی یک سونگری متفاوت سیاسی هستند.

## اطلاعات مفید

### ارزیابی‌های مثبت، منفی و بی‌طرف

آنچه در پی می‌آید، یک نمونه از نتیجه‌ای پیرامون ارزیابی مثبت، منفی و بی‌طرف است:

رادپو دولتی پیوسته گزارش‌هایی پخش می‌کند که حزب ملی ذرت‌کاران را به گونه‌ی مثبتی نشان می‌دهد. از کل گزارش‌هایی از هفته‌ی آغاز جولای پیرامون این حزب مؤلفه‌ی حاکم منعکس گردید، ۵۲ گزارش دست آورده‌های آنها را مورد ستایش و ۲ گزارش شخصیت آنها را مورد سؤال قرار داد (سه گزارش از بی‌طرفی حکایت می‌کرد).

طی همان هفته، تلویزیون خصوصی ۳، بُعد دیگری را به نمایش گذاشت. ۳۲ گزارش پیرامون این حزب پخش گردید: ۲۲ گزارش اینان را به گونه‌ی منفی تصویر کرد؛ ۷ گزارش مثبت؛ و ۳ گزارش حاوی برگزاری اجلاس قریب‌الوقوع این حزب بود که بی‌طرفی منظور گردید. این تفاوت، حتی بدون ارزیابی بیشتری که سونگری را به آزمون می‌گیرد، نشان دهنده‌ی آن است که بینندگان تلویزیون باید در نتیجه‌گیری‌های خود پیرامون گزینه‌های سیاسی متکی بر یکی از این منابع، جانب احتیاط را نگاه‌دارند.

برخی اوقات امکان دارد به خاطر گزارشی که قادر است فردی را در کسوتی منفی تصویر کند، سر درگمی‌هایی به وجود آید، اما این تصویرسازی ممکن است که همزمان متوازن و منصفانه نیز باشد. پی‌برد

چهره‌های سیاسی مخالف را پیوسته در شرایط نامطلوبی به نمایش می‌گذارد در حالی که نکات مثبت دیگران را به رخ می‌کشد. خبرها ممکن است سرشار از دروغ یا تحریفات باشد و ارزیابی‌های کمی این نکات را منعکس نمی‌کند. انسان باید نسبت به شرایط محیط و بافت سیاسی که پوشش‌های خبری از قبیل آن سرچشمه می‌گیرد، آگاهی داشته باشد و از حقیقت‌جویی باز نایستد.

نوعی پس‌زمینه را می‌توان به این شیوه فراهم ساخت:

- مقایسه‌ی پوشش‌های خبری در ایستگاه‌های مختلف؛
- مقایسه‌ی پوشش‌های خبری به مرور زمان؛ و
- تحلیل مقدار زمان مسائل بخصوصی که در سایه‌ی اهمیت وقایع جاری پوشش می‌یابد.

## ارزیابی‌های کیفی

هنگامی که نتایج کیفی با داده‌هایی پیرامون طرقتی که موضوعات سیاسی از سوی رسانه‌های خبری عرضه می‌شوند، همراه گردد، حاوی اطلاعات مهمی خواهد بود. به هر حال، یک ارزیابی کیفی عینی‌تر خواهد بود و در این راستا، احتمالاً پرسش‌هایی را پیرامون روش‌ها بر خواهد انگیخت. زمانی که این روش‌ها ایجاد می‌شوند و آنگاه که نظارت‌گران برای بهره‌وری از آنها آموزش می‌بینند، باید نهایت دقت را به کار بست. ارزیابی‌های کیفی را می‌توان در دو زده‌ی بزرگ طبقه‌بندی کرد که در زیر جداگانه مورد بحث قرار خواهند گرفت.

۱. لحن پوشش (مثبت، منفی یا بی‌طرف). این داده را می‌توان برای تمامی گزارش‌ها ضبط کرد و به منظور نشان دادن تفاوت‌ها میان رسانه‌های تصویری/صوتی و نیز تفاوت‌ها در گذشت زمان، آنها را به گونه‌ی گرافیک عرضه کرد.
۲. اظهارات مهم دیگری در ارتباط با تحلیل متکی به محتوا که موازنه، انصاف، دقت یا تلاش برای کنترل را ترسیم می‌کند. عرضه‌ی این داده‌ها به گونه‌ی نمودار و منحنی بسیار دشوار است، اما از یک ارزیابی ساده‌ی مثبت و منفی شناخت بیشتری را ارائه می‌دهد. به محض آنکه در مورد این عوامل نتیجه‌گیری به عمل آمد، باید آنها را در گزارش‌های علنی تشریح کرد. اگر این مسائل به طور منظم مستند سازی و به وضوح ارائه شوند،

ارزیابی‌های مثبت و منفی باید بر این اساس شکل گیرد که آیا بیننده - بی توجه به حقیقت و توازن که باید در جای خود مورد بررسی قرار گیرد - به برداشتی مثبت یا منفی از موضوع رسیده است، یا نه.

هنگامی که داده‌های کمی و کیفی پیرامون اینکه هر نهاد تصویری چگونه موضوع سیاسی را انعکاس می‌دهد، گردآوری شد، آنگاه این داده‌ها را می‌توان به نمودارهای دایره‌ای که نماینگر مقدار پوشش هر موضوع سیاسی و نگرانه‌های خطی که نمایشگر تعداد گزارش‌های «مثبت، منفی و بی‌طرف» پیرامون موضوعات است، انتقال داد. این نگاره‌ها در جهت ارائه‌ی یک گزارش کامل پیرامون پوشش خبری توسط یک نهاد تلویزیونی بخصوصی مددکار می‌افتد. (برای بحث بیشتر و نمونه‌ی نگاره‌ها، به بخش آتی، زیر عنوان «ارائه‌ی نتایج» رجوع کنید.)

مسئله‌ی مهم این است که باید از هر گونه نتیجه‌گیری بدون بهره‌گیری از این داده‌ها اجتناب ورزید. برای نمونه، تنها بر اساس دو نگاره، نمی‌توان در مورد یکپارچگی گزارشگران، تهیه‌کنندگان، ویرایشگران و صاحبان ایستگاه تلویزیونی به استنتاج پرداخت. در مقابل، این داده‌ها یک چشم‌انداز تطبیقی را برای توصیف موضوعات سیاسی پیرامون تمایل ایستگاه‌های مختلف به نمایش می‌گذارند. این تفاوت‌ها ممکن است نشانگر اشتباهی در روند گزارش‌ها باشد و یا آنکه تلویحاً نمودی از سونگري برخی از رسانه‌های تصویری را به نمایش می‌گذارد. دیگر جزئیات پیرامون انصاف، توازن و حرفه‌ای بودن ایستگاه تلویزیونی که در زیر مورد بحث قرار می‌گیرد، می‌تواند نقطه ضعف‌های بیشتری از رسانه‌های خبری را بازگو کند.

به اینکه این گزارش منصفانه یا راستین است، دشوار می‌نماید. بنابراین، ارزیابی‌های مثبت و منفی را باید در گرو این مسأله دید، موضوعی که به یک بیننده ارائه شده، گذشته از درستی و توازن که جداگانه ارزیابی خواهد شد، آیا برداشتی مثبت از آن داشته است یا منفی.

این روش به این معنی نیست که مفاهیم «حقیقت و توازن» فاقد اهمیت‌اند یا آنکه باید از چشم نظارت‌گران پوشیده ماند. جدا سازی عوامل گزارش، زمینه‌ای را برای عدم جمع‌بندی و مقایسه‌ی عناصر پوشش فراهم می‌سازد. به هر صورت، نظارت‌گران باید موارد دروغ، تحریف، عدم توازن در پوشش خبری، بی‌عدالتی و هر مسأله‌ی دیگری را که برای ارائه‌ی اطلاعات به رأی‌دهندگان حائز اهمیت است، گزارش دهند. اما، این داده‌ها را باید جداگانه گزارش داده و آنها را با دیگر نکات و نتیجه‌گیری‌ها، در گزارش‌های پروژه ادغام کنند.

این داوری‌ها بر اساس تعریف، عینی هستند، اما اگر نظارت‌گران آموزش دیده و دست به کار یازیده‌اند، پاسخ‌ها پیش از آنکه ممکن است در وهله‌ی نخست دشوار بنمایند، کاملاً روشن و واضح‌اند. اگر پوشش خبری عادلانه به نظر نمی‌رسد، برای گروه نظارت‌گران آموزش دیده‌ی این چنین داوری‌هایی چندان دشوار نیست. در دست داشتن این نوارها و قراردادن آنها در دسترس عام برای دیدار از این نوارها، و چالش‌ویژگی‌های پروژه، کوشش‌های نظارت‌گری را بیش از پیش معتبرتر خواهد ساخت. ترغیب نظارت‌گران در طول تمرینات و آموزش به برخورد و بحث پیرامون تصمیمات مربوط به مشکلات، ویژگی‌های شدیداً ذهنی کیفیت و وحدت برنامه را در طول پیشرفت پروژه تضمین خواهد کرد. رهبران گروه و مدیر پروژه را باید فراخواند تا گزارش‌های خبری بحث‌انگیز و دیگر خبرهایی را که نظارت‌گران به شدت با آن مخالف‌اند، مورد بررسی قرار دهند.

### اطلاعات سودمند

#### ارزیابی تأثیرات مثبت یا منفی یک گزارش خبری:

پُرسی را که نظارت‌گران باید مورد توجه قرار دهند این است که آیا یک گزارش خبری بر آن است که بیننده نسبت به موردی با نظر مساعد یا غیر مساعد بنگرد؟ استفاده از این روش، به گونه‌ی داستانی است پیرامون یک نامزد انتخاباتی که متهم به آدم‌ربایی و شکنجه‌ی رقیب سیاسی شده است. این مسأله منفی منظور خواهد گردید. در این ارزیابی، پیرامون صحت اتهامات یا در مورد ارائه‌ی نظرگاه‌های مخالف یک ایستگاه تلویزیونی هیچگونه قضاوتی به عمل نخواهد آمد. چنانچه این داستان رأی‌دهندگان را به این نتیجه رهنمون شود که این نامزد انتخاباتی چندان جایگاهی برای احراز مقامی ندارد، بنابراین، به رغم امکان فرصتی برای ارائه‌ی نظرگاه‌هایش، ارزیابی داستان منفی خواهد بود. از سوی دیگر، اگر متهم اتهامات را تکذیب کند و نهادهای خبری نیز اتهام را به مثابه‌ی یک حمله‌ی ناروا علیه «پیشگام برجسته» به نمایش در آورند، داستان نظر مساعدی در بینندگان به وجود خواهد آورد و در این صورت، جریان به عنوان یک داستان مثبت معرفی خواهد شد. این مسأله نیاز به یک آموزش کامل، بازبینی مکرر هر داستان از سوی نظارت‌گران و تحلیل دقیقی از نمونه گزارش‌های نظارت‌گری دارد.

نظر داشت، همچون: آیا عکس فلان رهبرسیاسی به روشنی از آلبوم قدیمی مربوط به سالیان قبل، زمانی که وی جوان‌تر و خوش‌قیافه‌تر بود گرفته شده؛ یا تصویر فلان نامزد انتخاباتی وی را در حالی نشان می‌دهد بی‌مورد اخم کرده و گره بر ابروان افکنده؟ آیا تصویر یک نامزد انتخاباتی روشن و دیگری مات و کدر است؟ آیا تصویر یک نامزد انتخاباتی پیوسته بزرگ‌تر از دیگری است یا به گونه‌ی برجسته‌ای نشان داده می‌شود؟ دست‌اندرکاران پروژه باید گرایش‌های برخی از ایستگاه‌های تلویزیونی و جراید را در نشان دادن تصاویر ناخوشایند یا بدنام‌کننده و خوشایند جلوه دادن دیگر تصاویر را در ارتباط با برخی موضوعات مورد توجه قرار دهند.

### دیگر یافته‌های در ارتباط با محتوا

برخی از داده‌ها نباید به صورت رقمی ثبت شود، بلکه می‌باید توسط نظارت‌گران در بخش «اظهارنظرهای» فرمهای آنان یادداشت گردد. این اظهارنظرها باید گردآوری و ارزیابی شده و به منظور نشانه‌ای از کارکرد مطلوب یا نارسایی پاره‌ای از نهادهای رسانه‌ای، پیوست گزارش‌های علنی شود. برخی از نمونه‌ی یافته‌های در ارتباط با این محتوا در زیر مورد بحث قرار می‌گیرد.

### موازنه

یکی از مسئولیت‌های روزنامه‌نگار خوب، زمانی که ایجاد کند، اینست که بیش از یک ضلع داستان را به تحریر آورد و این خود باید منظور نظر هر پروژه‌ی نظارت‌گری باشد. آنگاه که داوری پیرامون موازنه پیش می‌آید، نظارت‌گران باید از خویش به پرسند که آیا همه‌ی طرفین فرصتی برای بازگویی داستان خویش یافته‌اند.

موازنه به این مفهوم نیست که باید دقیقاً به تمامی طرفین زمانی مساوی داد، اما باین معنا هم نیست که بتوان دست را برای پوشش کاذبانه یا

باید این نکته را به خاطر سپرد که نشان دادن برخی از موضوعات به گونه‌ی منفی ممکن است عملی معقول باشد. برای نمونه، اگر حزبی از نظرسنجی‌های ضد دموکراتیک هواخواهی کند، آنگاه روزنامه‌نگار مطلعی حقیقت را گزارش کند، این داستان ظاهراً یک برداشت منفی را به همراه خواهد داشت. زمانی که برخی از رسانه‌های تصویری همین موضوع را به گونه‌ی دیگری منعکس کنند، به هر حال ممکن است مسأله علنی شود. در کشورهایی که تمامی ایستگاه‌های تلویزیونی و احتمالاً رادیویی دولتی است، بعید به نظر می‌رسد که یک ارزیابی تطبیقی از این ایستگاه‌ها مفید فایده افتد. در یک چنین شرایطی، مقایسه‌ی رسانه‌های نوشتاری و دیگر ارزیابی‌ها ضروری است.

### ارزیابی مثبت، منفی و بی طرف در مورد تصاویر

در اینکه چگونه باید عکسی را در مقیاس مثبت و منفی ارزیابی کرد، ممکن است سردرگمی ایجاد شود. یک تصویر چگونه قادر است همه چیزی جز حقیقت ذهنی را بازگو کند؟ حقیقت این است که روزنامه‌ها و تلویزیون‌ها که تصویری را چاپ یا پخش می‌کنند، می‌توانند عکس‌هایی را که حاوی پیام‌های مؤثری هستند، به کار گیرند. در حالی که گل داوری در مورد اینکه عکسی حاوی تأثیراتی مثبت، منفی یا بی‌طرفانه‌ای باشد، ذهنی است، نظارت‌گران برای نیل به داوری، باید هر معیار عینی را که ممکن است به آن دسترسی داشته باشند به کار گیرند. برای نمونه، تصویری از یک نامزد انتخاباتی گروه مخالف که از رویاروی با عکاس اجتناب می‌ورزد و با صورتش را با دست می‌پوشاند، حکایت از آن دارد که طرف در صدد پنهان کردن چیزی است. عکسی از یک نماینده‌ی مجلس که روی صندلی خوابش برده است، می‌تواند به عنوان نشانه‌ای از عدم جدیت در کار مورد استفاده قرار گیرد. دیگر پرسش‌هایی را نیز باید مد

## یادداشت‌های کشوری

### بنگلادش — FEMA

#### نظارت‌گری بر استفاده‌ی عوام‌فریبانه از تیتراها و تصاویر

در انتخابات پارلمانی سال ۲۰۰۱ بنگلادش، «اتحادیه‌ی نظارت‌گری برانتخابات عادلانه» (FEMA) یک پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های الکترونیکی نوشتاری را بر عهده گرفت. این اتحادیه در ارزیابی روزنامه‌ها توجه ویژه‌ای را به جنبه‌های کمتی، همچون جایگذاری مقالات، کیفیت و تعداد تصاویر، استفاده از رنگ در تصاویر و گزینش تیتراها به نفع یک چهره‌ی سیاسی یا حزب مبذول داشت. در مدت شش هفته‌ای کار پروژه، این اتحادیه به روزنامه‌هایی که توازن را در چنان جهاتی فراهم آورده بودند، تبریک گفت و از آنهایی که تصویری با کیفیت نامرغوب چاپ کرده یا سونگری را به نمایش گذاشته بودند، انتقاد کرد.

نادیده گرفتن و حذف دیگری باز گذاشت. اگر چنانچه رفتار ناهمخوان موضوعات سیاسی، به مرور زمان رُخ نماید، مسائل مربوط به موازنه روشن تر خواهد شد. برای نمونه، نظارت‌گران باید این پرسش را مطرح سازند: اگر نماینده‌ی یک حزب سیاسی را نشان می‌دهند که نامزد انتخاباتی دیگر حزب را به باد انتقاد گرفته است، آیا طرف فرصتی برای پاسخ گفتن به این اتهامات خواهد یافت؟ نظارت‌گران باید این مسأله را دریابند که آیا یک طرف قضیه از همکاری شانه خالی می‌کند؟ یک گزارشگر، به رغم امتناع در این مقوله، باید همچنان تلاش خویش را در دریافت نظرات مخالف تداوم بخشد. نظارت‌گران باید دانش خویش را با توجه به شرایط جاری در کشور خود، به کار گیرند، خوشنامی این نهادهای رسانه‌ای می‌باید مورد نظارت‌گری قرار گیرد و عقل سلیم نیز در اینگونه تصمیمات سهیم گردد.

موازنه به این مفهوم نیست که باید دقیقاً به تمامی طرفین زمانی مساوی داد، اما باین معنا هم نیست که بتوان دست را برای پوشش کاذبانه یا نادیده گرفتن و حذف دیگری باز گذاشت.

#### استفاده‌ی عوام‌فریبانه از فیلم، تصاویر و صدا

استفاده‌ی پیوسته از زوایای دوربین که جمعیت را در برخی از مجتمع‌های حزبی یا نامزدهای انتخاباتی بزرگ‌تر از واقعیت نشان می‌دهد، حال آنکه زاویه‌ها روی دیگر حریفان، آنها را ظاهراً خردتر می‌نماید، نمونه‌ی دیگری از یافته‌ها در این مقوله است. نمونه‌های بیتشری شامل این موارد است: نمایش بریده فیلم‌هایی با نگاهی مساعد به برخی احزاب یا نامزدها که پیوندی با رویدادهایی که گزارش شده است، ندارد؛ بهره‌گیری از پس‌زمینه‌ی موسیقی یا شگردهای بصری که لحنی بد شگون، طنزآلود، وطن‌پرستانه یا دلگرم‌کننده به داستان می‌بخشد؛ و استفاده از لحن‌های عوام‌فریبانه یا کنایه‌دار توسط اعلام‌کنندگان برنامه‌ها یا گویندگان اخبار رادیو.

برخی از عوام‌فریبی‌ها ممکن است لعابی از زیرکی در برداشته باشد، مثلاً: همیشه یک نامزد را از کنار و دیگری را از مقابل نشان می‌دهد؛ یکی را از دور و دیگری را از نزدیک می‌نماید؛ یک زاویه‌ی بالا ممکن است پیوسته برای یک نامزد انتخاباتی که مسأله‌ی رهبری را توصیف می‌کند به کار گرفته شود؛ یا دیگری که همگام با طرفدارانش به پیش می‌تازد، حال آنکه

دیگران راساکت و بی حرکت جلوه می‌دهد. تمامی این مسائل باید به موازات مرور زمان و تأثیراتی که خواهند داشت، یادداشت و ارزیابی شود.

#### سنجش افکار

سنجش افکار پیرامون رقابت‌های سیاسی تأثیر فراوانی بر رأی‌دهندگان بالقوه خواهد داشت. بنابراین، نظارت‌گران رسانه‌های گروهی باید روندی را که سنجش افکار عمومی در رسانه‌ها ارائه می‌شود، مورد آزمایش قرار دهند. پرسش‌های زیر در زمره‌ی کلّ سئوالاتی است که نظارت‌گران باید آنها را مد نظر قرار دهند:

- آیا سنجش افکار عمومی با شهرت بخشیدن بی‌مورد می‌تواند موجب عنایت یک نامزد انتخاباتی نسبت به دیگری شود؟
- آیا این نظر سنجی از منابع قابل اعتمادی است؟
- آیا گزارش نشان می‌دهد که کدام بُنگاهی این نظر سنجی را عهده‌دار بوده است؟
- آیا رسانه‌های گروهی، منبع این نظرسنجی همراه با دیگر نکات مربوط به متن همچون مرز لغزش، زمان انجام نظر سنجی، اندازه‌ی نمونه‌ها، مکان این نمونه‌ها و پرسش‌های اصلی را در اختیار قرار دادند؟
- چنانچه شکاف میان رقیبان سیاسی در میان مرز لغزش بوده، آیا این مسأله گزارش شده است؟
- آیا نتایج دیگر نظرسنجی‌های قابل اعتماد پیرامون همان موضوع و در حدود همان زمان در گزارش انعکاس یافته است؟
- آیا روند نظرسنجی‌ها در وقت اضافی نیز در گزارش منعکس گردیده است؟

#### اطلاعات گمشده

هدف نظارت‌گران، رهبران گروه و دیگر کارکنان پروژه این خواهد بود تا به خوبی در جریان رویدادهای جاری قرار گیرند. نظارت‌گری بر تلویزیون، رادیو و یا روزنامه‌ها و نیز شگرد یادگیری از دیگر گروه‌های نظارت‌گر، به نظارت‌گران فرصت خواهد داد تا در مورد صحت گزارش‌هایی که مرور می‌کنند، به داوری بنشینند. نظارت‌گران باید حذف پوشش خبری در ارتباط با گزینه‌های سیاسی را نیز یادداشت کنند؛ (مثلاً، گزارش‌هایی که در آرا نسبت به نامزدها و احزاب تأثیراتی مثبت یا منفی بر جای خواهد گذاشت). موارد دیگر عبارت‌اند از: یک حزب اصلی جناح مخالف، تظاهراتی به راه انداخته است، اما هیچگونه پوششی در تلویزیون‌ها و رادیوهای دولتی



جنبه‌های عملکرد رسانه‌های گروهی برای نظارت‌گری عبارت‌اند از:

- مقدارِ زمان و یا فضایی که در اختیار هر یک از نامزدها یا حزب قرار داده شده است (ارزیابی کمتی برای هر کدام و ارزیابی تطبیقی میان آنان) و نیز به فعالیت‌های دولت (امکان دارد این جریان به یک نامزدِ بخصوص یا حزب حقی تقدم یابد)؛
- نحوه‌ای که نامزدها و احزاب معرفی می‌شوند (ارزیابی مثبت، منفی یا بی‌طرف)؛
- هنگامی که در یک برنامه‌ی خبری یک حزبِ بخصوص یا نامزدِ انتخاباتی پوششِ خبری می‌یابند (آیا یک حزب همیشه در آغاز اخبار قرار می‌گیرد؟)
- استفاده از تصویر و صدا در گزارشی و ارزیابی تطبیقی آن چنانچه روندی به نفع احزابِ بخصوص یا نامزدها صورت می‌گیرد (مثلاً، آیا به برخی از نامزدها و احزاب همیشه اجازه داده می‌شود که مسائل را خود مطرح سازند حال آنکه در موردِ دیگران گوینده‌ی اخبار به ترجمانِ نظرگاه‌های آنان می‌نشیند؟ آیا زاویه‌ی دوربین نشانه‌ای از مبالغه یا توهین نسبت به احزاب یا نامزدهای بخصوصی را بیان می‌کند یا آنکه به تحریفِ تعدادِ شرکت کنندگان و سخنرانان در یک اجتماع می‌پردازد؟)
- اینکه یک گزارشگر اظهاراتی پیرامون یک حزب یا نامزدِ انتخاباتی عنوان می‌کند که مبتنی بر منابع مشکوک می‌باشد یا تهی از رگه‌های واقعیت است (مثلاً، گزارش شایعه به مثابه‌ی حقیقت)؛
- اینکه برای پوشش یک رویداد واقعی در ارتباط با برخی احزاب یا نامزدها از پخشِ مستقیم یا بُریده فیلم بهره گرفته می‌شود و حال آنکه برای دیگران از فیلم‌های آرشیو استفاده می‌گردد.
- اینکه یک سونگري آشکار و علنی توسط یک مصاحبه کننده یا اداره کننده‌ی جلسه به چشم می‌خورد؛
- شیوه‌ی اعلامِ سنجشِ افکارِ عمومی (مثلاً، آیا داده‌های مربوط به متن همچون مشخصاتِ بنگاه نظرسنجی، اندازه‌ی نمونه‌ها، تاریخ انجام این سنجش، سئوالاتِ مطروحه، رمز لغزش، گرایش‌های رأی پُرسی و غیره در این اعلام عنوان گردیده است؟)
- اینکه گزارش اخباری پیرامون برخی از احزاب یا نامزدها توسط یک رسانه‌ی خبری حذف شده است؛ و اینکه آیا خبرها پایه و اساس دارد و نظرگاه به عنوان خبر عرضه شده است.

پایه گرفته استوار است. نظارت‌گران باید به این نکته نیز بپردازند که آیا موضع‌گیری‌های سرمقاله به مثابه‌ی اخبار انعکاس یافته است؟ برای نمونه: آیا یک گزارشگر یا اعلام کننده، نظرگاه‌های شخصی خود یا حزب یا گروه‌های فشار را به عنوان اخبار منعکس می‌کند؟ آیا یک گزارشگر یا گوینده‌ی خبر، شرح، اظهارات یا توصیفات به کار می‌برد که غیرمنصفانه، طنزآلود، بی اساس، غیر حرفه‌ای یا توهین‌آمیز به نظر می‌رسد؟

گردآوری داده‌ها

در پس تصمیم پیرامون موضوعات و پوششی که موردِ نظارت‌گری قرار خواهد گرفت، و ارزیابی اینکه این موضوعات چگونه ارائه شده است، پایه‌ریزی طرح سیستمی برای ضبط این داده‌ها ضروری است. فرم‌ها بر اساس نوع رسانه‌ای که مطمح نظارت‌گیری است، برگزیده می‌شوند. پیشنهادات برای طراحی فرم‌ها جهت تلویزیون، رادیو و روزنامه‌ها به

به چشم نمی‌خورد؛ یا اینکه کوچک‌ترین خبری هم پیرامون یک رسوایی مبنی بر سوء استفاده از منابع مالی دولتی انعکاس نمی‌یابد.

نظارت‌گران باید حذف پوششِ خبری در ارتباط با گزینه‌های سیاسی را نیز یادداشت کنند.

خبرهای بی اساس و پایه

برای نظارت‌گران تشخیص اینکه گزارش‌ها به نحو مناسبی تأیید شده یا نه، دشوار است. به هر حال، نظارت‌گران آموزش دیده باید در مورد هر گزارش پرسش‌هایی از این دست را با خود مطرح سازند: آیا هر گزارش مبتنی بر چنان حقیقتی است که دیگر هیچگونه گواهی برای آن داده نشده است؟ اگر پاسخ به این پرسش مثبت است، نظارت‌گران باید به این مسأله بپردازند که آیا نبودِ گواه چشمگیر می‌باشد یا اینکه اساس کار بر واقعیتی

تفصیل در فصل پنجم تحت عنوان دستورعمل‌های نظارت‌گری مورد بحث قرار گرفته است. این فرم‌ها با توجه به داده‌های گردآوری شده، باید جرح و تعدیل شود. رهبران گروه در هر پروژه‌ی نظارت‌گری باید اهمیت دقت، تداوم و روشنی در جمع‌آوری داده‌ها را مورد تصریح قرار دهند.

### ارزیابی داده‌ها

پس از آنکه تمامی نمونه‌ها برای یک دوره‌ی تعیین شده‌ی نظارت‌گری جمع‌آوری گردید (مثلاً هر روز)، این داده‌ها باید توسط رهبران گروه مَدُون و مورد بررسی قرار گیرد. مغایرت‌ها میان دو نظارت‌گر که داستانی همانند را مرور کرده‌اند، باید رفع و رجوع گردد. اگر اختلاف در مورد یک ارزیابی کمی است، باید برای یافتن ارقام صحیح به نسخه یا نوار اولیه رجوع کرد. چنانچه اختلاف پیرامون ارزیابی کیفی است، نظارت‌گران می‌توانند گزارش را با رهبر گروه خود بررسی کرده و ارزیابی‌ها را مورد بحث قرار دهند تا تصمیمی در این زمینه اتخاذ گردد.

خواهی نخواهی برخی تفاوت‌هایی در یافته‌ها به وجود خواهد آمد. اگر پرسشی پیرامون روش‌های پروژه به میان آید، باید با اطمینان خاطر به آنها پاسخ گفت و خاطر نشان ساخت که دست اندرکاران پروژه از این تفاوت‌های بالقوه آگاه‌اند و آنها را مستقیماً به عنوان بخشی لاینفک از روش‌شناسی مورد توجه قرار داده‌اند. متعاقب ساختن افراد شکاک پیرامون اعتبار پروژه راهی بس دور و دراز است. هنگامی که در مورد شیوه‌های یک پروژه‌ی نظارت‌گری که به طریق معقولی پایه گرفته گزارش می‌شود، اختلافات هرازگاهی در نظرگاه‌ها، ازاهمیت چندانی برخوردار نیست. اگر اختلافاتی مکرر در میان نظارت‌گران اتفاق افتد، رهبران گروه باید این مسأله را با آنان در میان نهند و منبع را شناسایی کنند. شاید هم آموزش بیشتری مورد نیاز باشد. حتی پیدایی نوعی سونگری در میانه‌ی نظارت‌گران نیز امکان‌پذیر است که در این صورت باید آن را مورد توجه قرار داد.

### عرضه‌ی نتایج

نرم‌افزارهای صفحه‌ی گسترده، این امکان را فراهم می‌سازد که داده‌ها را به سرعت و کارایی به هضم آورد و آنها را در نمودارهایی که به سهولت قابل درک‌اند، پیاده کرد. بسیاری از برنامه‌های پردازش کامپیوتوری به برخی از امکانات منحنی و نموداری مجهزاند و زمینه را برای تهیه‌ی نمودارهای ساده‌ی ستونی و دایره‌ای فراهم می‌سازند.

### نمودارهای دایره‌ای

هر نمودار دایره‌ای باید زمان در ارتباط با هر مسأله‌ی سیاسی را به عنوان درصد کل پوشش همگین با اخبار پیرامون یک رسانه‌ی خبری به نمایش بگذارد. نظارت‌گران باید به موازات نزدیکی انتخابات، ازدیاد یا کمبود پوشش خبری هر موضوع را در هر یک از رسانه‌ها ردیابی کنند. اگر این درصدها تغییر چشمگیری را نشان می‌دهد، ممکن است یک جریان سونگری در یکی از رسانه‌ها و یا رسانه‌های بیشتری نهفته باشد. ( نگاه کنید به شکل شماره‌ی ۴-۱ که در زیر ارائه شده است.)

ارزیابی داده‌ها از زمان، مکان و مثبت و منفی، همزمان که نظارت‌گران نمونه‌های خود را مسترد می‌دارند می‌تواند ثبت گردد و یا بر اساس برنامه‌ی مدوتی، تمامی داده‌ها پیشاپیش تهیه‌ی گزارش مورد ضمانت قرار گیرد. در مورد داده‌هایی که به صورت نمودار ارائه خواهد شد، اطلاعات زیرین باید تدوین و وارد پایگاه داده‌ها شود.

- موضوعات سیاسی که مورد توجه نظارت‌گری قرار خواهد گرفت (مثلاً، نامزدهای انتخاباتی، احزاب و مقامات دولتی).
- کل زمان و فضا که طی دوره‌ی نظارت‌گری از سوی هر رسانه‌ی خبری در اختیار یک جریان سیاسی قرار گرفته است.
- تعداد توصیفات مثبت، منفی و بی‌طرف آن جریان سیاسی در دوره‌ی نظارت‌گری در هر یک از رسانه‌های خبری.

این ارقام برای هر یک از رسانه‌های گروهی، به نمودارهای دایره‌ای جداگانه تبدیل خواهد شد. ارزیابی مثبت، منفی و بی‌طرف برای هر یک از این موضوعات ممکن است برای هر یک از رسانه‌ها نیز به گونه‌ی نمودار ستونی مبتدل گردد. برای اجتناب از بُحران‌های ناشی از آخرین لحظات آماده سازی گزارش علنی، باید پیش از نخستین گزارش به رهنمودهای نرم‌افزار مربوط مراجعه و چندین گزارش آزمایشی تهیه کرد تا مطمئن شد که این کار به سهولت انجام می‌گیرد.

نظارت‌گران برای نظارت‌گری بر تلویزیون می‌توانند داده‌ها را به گونه‌ی دیگری عرضه کنند. برای این منظور نظارت‌گران می‌توانند داده‌ها را وارد و نمودارهایی ترسیم کنند که نشان دهنده‌ی مقدار زمانی است که به هر فرد در مقابل دوربین با صدای خود وی یا بدون آن، اختصاص داده شده است. پروژه می‌تواند با تکیه بر شمارنده‌های رسانه‌ای در حال نظارت‌گری و تعداد عواملی که قرار است ارزیابی شوند، داده‌ها را به گونه‌ای

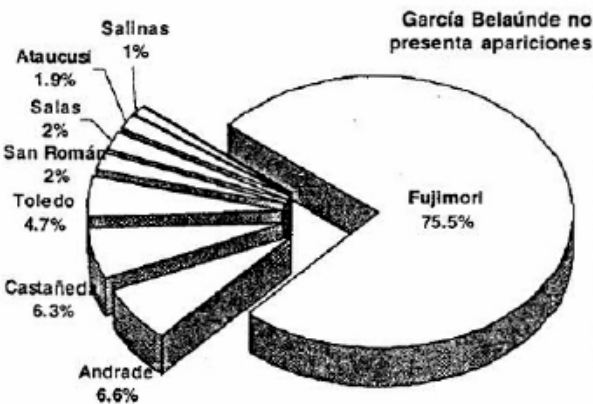
اسلواکی — مقیاس ۵ امتیازی

MEMO 98 در اسلواکی، یک مقیاس ۵ امتیازی را برای ارزیابی مسائل به کار گرفت. درجه‌ی ۱ و ۲ به این معنی بود که موضوع در پرتو مثبت ارائه شده است (۱ بسیار مثبت و ۲ اندکی مثبت تلقی گردیده است). درجه‌ی ۳ نشانه‌ی بی‌طرفی بود. این مسأله حکایت از آن می‌کرد که پوشش خبری ظاهراً تأثیری موافق یا مخالف در یک رأی دهنده‌ی بالقوه را بر جای نخواهد گذاشت. درجه‌ی ۴ و ۵ بدین مفهوم بود که یک موجودیت سیاسی به گونه‌ای منفی ارائه شده است (۵ بسیار منفی و ۴ اندکی منفی است). یک مقیاس ۵ امتیازی به نظارت‌گران معیارهای بیشتری در ارتباط با مثبت یا منفی برای گزینش می‌بخشید که این خود شمار ویژگی‌های بی‌طرفانه‌ای را که از یک مقیاس سه درجه‌ای منتج می‌شد، به نمایش می‌گذاشت. تعداد درجات مثبت، منفی و بی‌طرفی که پیرامون هر موضوعی واصل شده بود، به صورت نمودارهای ستونی در گزارش‌ها تجلی یافت.

که مشکلات را نشان می‌دهند، عرضه کند. به هر حال، پیام پروژه باید سهل و ممتنع باشد. شمار گزیده و اندک نمودارها و مُحنی‌های قابل فهم، جذاب‌تر از انبوه داده‌های گیج‌کننده خواهد بود. همچنین عرضه‌ی همین داده‌ها و به همین سبب در گزارش‌های آتی، پیام را هماهنگ، قابل فهم و مرتبط نشان خواهد داد. (برای نمونه‌ی گزارش‌های نظارت‌گری به پیوست ۸ کتاب رجوع شود).

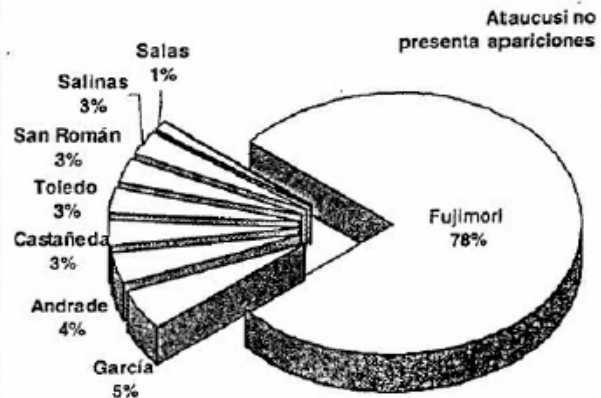
در زمینه‌ی نظارت‌گری بر روزنامه‌ها، طُرق بی‌شماری برای نمودارها وجود دارد. برای نمونه، یک نمودار می‌تواند مقدار زمان پوشش یک موضوع سیاسی را در صفحه‌ی اول یا کل روزنامه به نمایش بگذارد. نمودارها همچنین قادرند شمار ارجاع‌ها به یک مطلب سیاسی در صفحه‌ی اول روزنامه یا دیگر صفحات را نشان دهند. این نمودارها می‌توانند فضایی را که به تصاویر یا تیترهای مرتبط با موضوعات سیاسی اختصاص داده شده است، منعکس کنند. همچنین امکان افزودن تیترو مقاله و نمودارهایی که به اندازه‌ی یک عکس‌اند و نیز ارائه‌ی یک رقم برای کل پوشش برای هر موضوع وجود دارد. اگر چنانچه به مرور زمان معلوم گردد که یک تلاش بین‌المللی برای استفاده از تیترها و یا تصاویری به شیوه‌ی انحصارگرانه به چشم می‌خورد، این داده‌ها می‌توانند در نمودار نشان داده شوند.

**Gráfico 7.16**  
**Televisión Nacional, Canal 7**  
**Tiempo de aparición de los candidatos**  
**-11 al 25 de enero de 2000-**



Expresado en porcentajes y sobre cobertura realizada del 11 al 25 de enero de 2000

**Gráfico 7.17**  
**Televisión Nacional, Canal 7**  
**Tiempo de aparición de los candidatos**  
**en noticiero nocturno «Confirmado»**  
**-28 de febrero al 3 de marzo de 2000-**



Expresado en porcentajes y sobre cobertura realizada del 28 de febrero al 3 de marzo de 2000

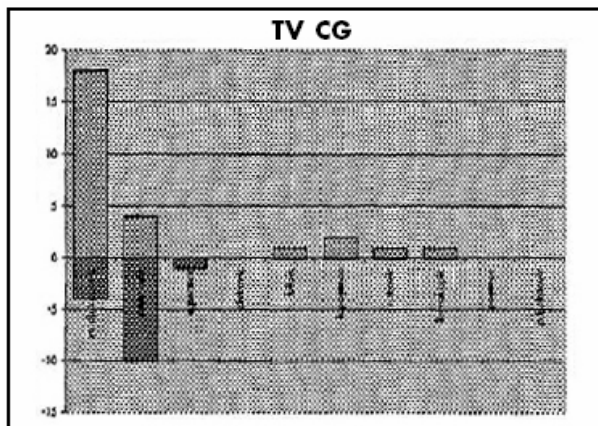
## نمودارهای ستونی

که یافته‌ها چشمگیر هستند، باید مورد ارزیابی قرار گرفته و نتایج در گزارش‌ها منعکس شود. در یک چنین مواردی، یافته‌های نظارت‌گری باید در گزارش‌ها به صورت فهرست‌واره‌ی گلوله‌ای (bullet) یا دیگر اشکال گنجانیده شود.

در حالی که مَنحنی‌ها جالب توجه‌اند، اما بدون همراهی با توضیحات و تحلیل‌های دیگر داده‌ها که در درون مَنحنی‌ها و نمودارها نمی‌گنجد، می‌تواند موجب گمراهی شود.

باید به خاطر سپرد که گزارش‌ها بایستی یافت‌ها را عرضه کنند و همزمان با تکامل پروژه گرایش‌ها را به مرور زمان به نمایش بگذارند. با این همه، گزارش‌ها باید کوتاه و ارائه‌ی آن موجز باشند. تهیه‌ی یک صفحه اطلاعاتی رسمی به همراه گزارش‌ها بسنده و عقلائی خواهد بود. زمانی که یافته‌ها و نتایج مشکلاتِ مهمی را در کردار رسانه‌های گروهی ردیابی می‌کنند، دست اندر کارانِ پروژه‌ی نظارت‌گری باید توصیه‌های فراخوری را تدوین و در اختیار نهادهای تلویزیونی، مقامات دولتی و حریفان سیاسی بگذارند. این چنین توصیه‌هایی اصلاحاتِ آنی را در پی خواهد داشت و میتواند بر روند انتخابات و گستره‌ی سیاسی سودمند باشد.

گزارش‌های منظم و آدواری در مورد پوشش خبری رسانه‌ها پیرامون حریفان انتخاباتی و دیگر مسائل مرتبط



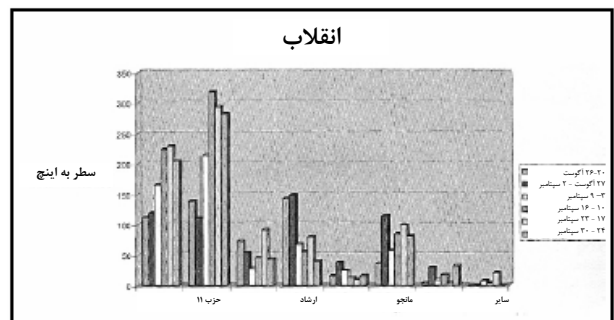
شکل ۴-۲: نمودار ستونی از انجمن روزنامه نگاران جوان مונته نگرو نشاندهنده‌ی پوشش خبری مثبت و منفی ۱۰ سیاستمدار اول در TV CG

تهیه‌ی نمودارهای ستونی که شمار تصویب‌های مثبت و منفی هر یک از مطالب سیاسی در هر یک از نهادهای رسانه‌ای را ترسیم می‌کنند، می‌توانند امکان سونگری در هر یک از نهادِ بخصوصی را به مراتب واضح‌تر از نمودارهای دایره‌ای عرضه کند. ارزیابی بی‌طرفی در هیأت نمودارهای ستونی می‌تواند مستقیماً به صورت ارقام زیر نمودار ثبت شود. امکان آن نیز وجود دارد که ارجاعات مثبت و منفی این تبلورات را همگام یا به جای تعداد این موارد، از طریق زمان کل آن توصیفات نشان داد.

باید هر مَنحنی را با نام رسانه‌های تصویری و زمانی که نظارت‌گری انجام شده است، برچسب زد. (مثلاً، تلویزیون دولتی، کانال یک، اخبار شامگاهی، هفته‌ی اول تا هفتم ژوئن). هر قسمت مَنحنی را هم می‌شود رنگی و سیاه و سفید نشان داد. مَنحنی‌های رنگی را می‌توان از طریق پرژکتورهای overhead به مثابه‌ی پشتوانه در کنفرانس‌های مطبوعاتی به کار گرفت و در وبگاه پروژه نیز از آن سود جست. نسخه‌برداری از بخش‌های سیاه و سفید به مراتب آسان‌تر است و آنها را می‌شود همراه گزارش‌ها چاپ و میان روزنامه‌نگاران و دیگران توزیع کرد.

## ارزیابی نمودارهای غیر مَنحنی

در حالی که مَنحنی‌ها جالب توجه‌اند، اما بدون همراهی با توضیحات و تحلیل‌های دیگر داده‌ها که در درون مَنحنی‌ها و نمودارها نمی‌گنجد، می‌تواند موجب گمراهی شود. این نکته را باید به خاطر سپرد زمانی که نظارت‌گران به مواردی از پوشش‌های خبری نامتوازن و غیر مُتصفانه بر می‌خورند، باید این موارد در فرم‌های مربوط ثبت و ضبط شود. هنگامی



شکل ۴-۳: نمودار ستونی از FEMA (بنگلادش) نشاندهنده‌ی پوشش خبری روزنامه‌ای از احزاب در مدت زمان شش هفته پیش از انتخابات ۲۰۰۱

## کامبوج

COMFREL و دیگر سازمان‌های نظارت‌گری بر انتخابات، فعالیت‌های هواخواهانه‌ای را پیرامون انتخابات محلی ۲۰۰۲، در مورد اصلاح مقرراتی که کمیسیون انتخابات تمامی مواد آموزشی و برنامه‌نویسی رأی‌دهنده را پیشاپیش تصویب کند، به راه انداخت. این اقدام به پیروزی نسبتاً چشمگیری دست یافت. مقررات، بررسی این مواد را کاملاً داوطلبانه خواند، با این همه، گروه به این نکته پی‌برد که در بسیاری از ایالات هنوز هم ارائه‌ی تمامی مواد برای تأیید، ضروری است.

## مکزیک

بر اساس بازده پروژه‌ی والای نظارت‌گری ۱۹۹۴ آکادمی حقوق اساسی (AMDH) مکزیک، که همراه با اتحادیه‌ی مدنی (یک ائتلاف نظارت‌گری بر انتخاباتی بیش از ۴۰۰ سازمان مدنی) صورت گرفت، مرکز انتخاباتی فدرال مکزیک (IFE) هیأتی را برای نحوه‌ی برخورد رسانه‌های گروهی بنیان گذاشت. یافته‌های هیأت آکادمی و IFE، رسانه‌های گروهی را فراخواند تا حقوق مردم برای دستیابی به اطلاعات را محترم شمارند و روشی را که سرشار از حقیقت، عینی، متوازن و منصفانه است، در پیش گیرند. در پی انتخابات، اتحادیه‌ی مدنی، یافته‌های نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی را به پرزیدنت سالیناس تقدیم کرد و وی در پس آن خواهان اجرای معیارهایی در تضمین پوشش منصفانه و عینی رسانه‌های گروهی شد. دو کانال تلویزیونی آمادگی خود را برای در اختیار گذاشتن اوقاتی از زمان تلویزیون نسبت به تمامی احزاب سیاسی و نامزدهای انتخاباتی در جهت ارائه‌ی پیام‌شان اعلام کردند.

## اسلواکی

MEMO 98 و دیگر سازمان‌های اسلواکی در پس انتخابات، فعالیت‌های موفقیت‌آمیزی را در جهت تصویب قانون آزادی دستیابی به اطلاعات در تضمین دسترسی رسانه‌های گروهی و مردم به اطلاعات در کنترل دولت به راه انداختند. افزون بر این، پارلمان اسلواکی از MEMO 98 خواست تا پیشنهادهای را پیرامون اصلاح قوانین حاکم بر رسانه‌های گروهی در کتاب سفید فراهم آورد.

پیش از انتخابات در ارتقای انتخابات دموکراتیک از اهمیتی در خور برخوردار است.

## گزارش‌های نهایی پیرامون پوشش خبری انتخابات

گزارش‌های منظم و آدواری در مورد پوشش خبری رسانه‌ها پیرامون حریفان انتخاباتی و دیگر مسائل مرتبط پیش از انتخابات در ارتقای انتخابات دموکراتیک از اهمیتی در خور برخوردار است. این گزارش‌ها و پیشنهادات می‌تواند منجر به بهبودهایی در فضای سیاسی شده و برای آنهایی که تمامی روند انتخاباتی را به نظارت‌گری نشستند، کمک‌ارزنده‌ای به ارمغان آورد.

پروژه‌ی نظارت‌گری همچنین تحلیل‌هایش را پیرامون چارچوب قانونی که بر اقدامات رسانه‌های گروهی چونان میزان قدرت و ضعف در قوانین و مقررات و اجرای آنها حاکم است، ارائه خواهد داد. این مسأله و ارزیابی دیگر عوامل، همچون تاریخ آزادی مطبوعات یا سانسور و ارجاع آنها باید از گزارش‌های ادواری نظارت‌گری، به گونه‌ی جداگانه‌ای انعکاس یابد. زمانی که این مسائل با یکدیگر ادغام شوند، پروژه‌ی نظارت‌گری به دانشی ژرف از شرایطی که بر رسانه‌های گروهی در پوشش روندهای سیاسی اثر می‌گذارد، دست می‌یابد.

به مجرد اینکه روند انتخاباتی پایان گرفت، پروژه‌ی نظارت‌گری باید گزارش‌های جامعی از رسانه‌های گروهی و شیوه‌های پوشش خبری آنها فراهم سازد. این گزارش باید یافته‌های در ارتباط با نظارت‌گری و تحلیل‌های بافتی را در هم آمیزد. گزارش باید پیشنهادهای را برای بهبود چارچوب قانونی و مقرراتی ارائه دهد. این گزارش همچنین باید پیشنهادهای گسترده‌ای را پیرامون اقدامات دولت در حمایت از آزادی مطبوعات، و ارتقای آزادی ابراز بیان سیاسی توسط رقبای سیاسی و حق مردم به کاوش و دریافت اطلاعات لازم برای شرکت مؤثر در امور عمومی عرضه کند.

گزارش جامع که (پاره‌ای اوقات از آن به عنوان «گزارش نهایی در مورد رسانه‌های گروهی در انتخابات نام می‌برند») می‌تواند شالوده‌ای را برای فراخوانی مردم به گفت و شنود، فراهم آورد و در این راستا به سازماندهی میزگردها به پردازد و زمینه را نیز برای فعالان و نظارت‌گری در جریان رسانه‌ها در پوشش خبری روندهای دولتی و سیاسی آماده سازد.



## فصل پنجم

## آموزش‌های نظارت‌گری

نظارت‌گری بر اخبار تلویزیونی، اخبار رادیویی،

روزنامه‌ها و برنامه‌ی دسترسی مستقیم

اختیار آنها قرار گیرد.

آموزش باید بر اهمیتِ دُرستی، انصاف، ارزیابی و عرضه‌ی

یافته‌ها در نظارت‌گری تأکید ورزد.

پخش اخبار تلویزیون یا رادیو با ارائه‌ی خلاصه‌ای از اهم اخبار آغاز می‌شود. این جریان مروری است بر خبرهای مهم و فرصتی را برای آگاهی از موضوعات مرتبط سیاسی فراهم می‌سازد. این بخش مقدماتی در تلویزیون معمولاً با فیلم، تصاویر و احتمالاً پاره صدای کوتاهی از مسائل سیاسی همراه است. نظارت‌گران باید این نکات را روی فرم‌ها یادداشت کنند: اهم اخبار به ترتیب پخش و کلمه به کلمه؛ موضوع گزارش‌های مهم خبری؛ نحوه‌ای که موضوعات سیاسی (احزاب سیاسی، نامزدها، مقامات بلند پایه‌ی دولتی و غیره) عنوان می‌شوند؛ طول زمانی هر تیترا خبری؛ نوع نمودار یا تصویر که همراه با آن به نمایش در می‌آید (البته در صورت انتشار)؛ و ترتیبی که گزارش‌ها در این بخش عرضه می‌شوند. این جریان باید در صفحه‌ی اول فرم نظارت‌گری بر تلویزیون یا رادیو ثبت گردد. صفحات جداگانه‌ای نیز باید برای یادداشت داده‌ها پیرامون هر گزارش که به صورت کامل پخش می‌شود، در دسترس قرار داشته باشد. ظاهراً هر نظارت‌گر مجبور است که برای گردآوری تمامی اطلاعات لازم در جهت ارزیابی، چندین بار نوار ضبط شده را به تماشا بنشیند.

آموزش ثمربخش نظارت‌گران و دیگر کادر اداری، کلید موفقیت در کار نظارت‌گری است. آموزش باید بر اهمیتِ صحت، انصاف، ارزیابی و عرضه‌ی یافته‌ها در نظارت‌گری تأکید ورزد. (برای نمونه‌ای از فرم قولنامه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی و دستورالعمل رفتاری به پیوست‌های ۵ آ — بی مراجعه شود.) نکته‌ی اصلی برای آموزش و عملکردهای در جریان نظارت‌گری تهیه‌ی فرم‌های ساده و آسانی برای بهره‌وری است که داده‌های بنیادین را در انطباق با روش‌شناسی در راستای پروژه به خدمت می‌گیرد. فراهم سازی آموزش‌های سهل و ممتنع برای استفاده‌ی صحیح از این فرم‌ها از دیگر ابعاد مهم برنامه است. این فصل، بهره‌گیری از فرم‌های نظارت‌گری نسبت به رسانه‌های مختلف را مورد بحث قرار می‌دهد و تفاوت میان نظارت‌گری تیترا در مقابل فحوای داستان، و نظارت‌گری بر انواع برنامه‌ها را بازگو می‌کند. فرم‌هایی که در متن و همچنین مجموعه فرم‌های کاملی که در پیوست ۶ عرضه شده است، به مفهوم نهایی بودن آنها نیست. راه‌های بی‌شماری برای طراحی فرم یافت می‌شود و باید آنها را با توجه به شرایط ویژه‌ی کشوری مورد استفاده قرار داد. این فصل برگزیده‌ای از تجربه‌ی تطبیقی نسبت به این موضوع را عرضه می‌کند.

## اخبار تلویزیونی

مثال تصویری شماره‌ی ۱ (در صفحه‌ی ۳۷) نمونه‌ای از صفحه‌ی اول فرم نظارت‌گری بر تلویزیون را نشان می‌دهد. هر زمانی که نظارت‌گران در حال مرور اخبار هستند، باید تعداد قابل توجهی از اینگونه و دیگر فرم‌ها در

## آموزش‌های نظارت‌گری بر بخش‌های مهم اخبار

نظارت‌گری بر برنامه‌های اخبار تلویزیونی با یک بخش خبری آغاز می‌گردد. صفحه‌ی اولِ فرمِ نظارت‌گری بر تلویزیون برای ثبتِ اطلاعاتِ پیرامونِ همین بخش مورد استفاده قرار می‌گیرد. این صفحه همزمان اطلاعات عام و خاص را در خود نهفته دارد. (به تصویر شماره‌ی ۱ در صفحه‌ی ۳۷ و پیوست ۶ مراجعه کنید.)

## اطلاعات کلی

شماره‌ی هویتِ نظارت‌گر. بهتر است که نظارت‌گران به جای ذکر نام خود روی فرم‌ها، از شماره بهره‌گیرند. این امر می‌تواند آنها را در مقابل ارباب احتمالی مقامات دولتی یا دیگر گروه‌های فشار که ممکن است نتایج آنان را به خشم آورده باشد، مصون نگاه می‌دارد.

نهادِ تلویزیونی که موردِ نظارت‌گری قرار می‌گیرد. بطور مثال، کانال ۲ تلویزیون دولتی.

عنوانِ برنامه. بطور مثال، برنامه‌ی اخبارِ شامگاهی ساعت ۶.

تاریخ و زمان. نظارت‌گر باید تاریخ برنامه، زمان آغاز و پایان برنامه را ضبط کند. بر اساس این اطلاعات، نظارت‌گر قادر خواهد بود تا برنامه‌ی خصوصی را که موردِ نظارت‌گری قرار گرفته است شناسایی کند و همچنین ممکن است بعداً تصمیم گیرد که کُلِ مدت زمانِ اطلاعات در ارتباط با مسائل سیاسی را با کُلِ زمانِ برنامه‌ی خبری مقایسه کرده و آنها را گزارش دهد. تفاوت‌های چشمگیر میانِ نهادهای تلویزیونی یا اختلاف‌ها در مدت، ممکن است قابل توجه واقع گردد.

## اطلاعات مربوط به یک پوشش خبری ویژه

اطلاعات مربوط به عناوین خبرها. تعدادی خطوط شماره گذاری شده برای یادداشتِ مهم خبرهای اعلام شده در آغاز برنامه و به ترتیبی که اعلام می‌شوند، در اختیار قرار گذاشته شده است. این مسأله باید حاوی کلمه به کلمه‌ی آوا نوشته عناوین خبری باشد و در این راستا، رجوع به نوار ضبط صوت جهت تأیید نتایج نظارت‌گری در آینده را تسهیل خواهد کرد. ارزشمند خواهد بود که در این فرم، تمامی عناوین گزارش‌ها ثبت گردد و تنها به پوشش خبری در ارتباط با انتخابات بسنده نشود. این امر به

نظارت‌گران فرصت خواهد داد که بعدها پیرامون گزارش‌های مرتبط سیاسی در مقایسه با تمامی اخبار روز به داوری بنشینند. مثلاً، اگر یک حزب، پیوسته به عنوانِ خبر اصلی روز انعکاس یابد، اما گزارش‌ها پیرامون دیگران همواره در آخر برنامه — آن هم احتمالاً پس از گزارش وضع هوا و ورزش — منعکس شود در این صورت، اظهار نظر و تحلیل در این زمینه مفید فایده خواهد بود.

نظارت‌گران آنگاه موضوعِ عناوین خبری (همچون خبرهای اقتصادی، آتش سوزی محلی یا فاجعه‌ی طبیعی، پوشش سیاسی، زُخدهای دولتی) را ثبت خواهند کرد. سپس مدت زمان و بعد — در صورت وجود — نوعِ گرافیک یا عکس همراهِ عناوین خبری (مثلاً تصویر نامزدِ سیاسی یا مقام دولتی، آرم یا نمادِ حزبِ سیاسی، گرافیکِ یک آتش سوزی و غیره) وارد خواهد شد. در پس آن، هر نظارت‌گر حال و هوای موضوع را در صورتِ مثبت، یا منفی یا بی‌طرفانه بودن، یادداشت خواهد کرد.

## آموزش خلاصه‌ی بخش برنامه‌ی خبری

تصویر شماره‌ی ۲ نمونه‌ای از صفحه‌ی ۲ یک فرمِ نظارت‌گری بر اخبار تلویزیونی را به نمایش می‌گذارد. نظارت‌گران در این صفحه می‌توانند اطلاعات مربوط به گزارش‌های کاملی که پیرامونِ بخش اخبار در صفحه‌ی اول شناسایی شده و نیز گزارش‌هایی که انعکاس یافته اما در عناوین خبری عنوان نشده است، یادداشت کنند. هر گزارشی فرمِ جداگانه‌ای طلب می‌کند که می‌توان آن را به گونه‌ی زیرین تکمیل کرد.

## اطلاعات عمومی برای باز شناسایی گزارش

شماره‌ی نظارت‌گر. این داده‌ها برای تضمین اینکه فرم‌ها جابجا نشوند یا اجتناب از سردرگمی، دوباره وارد می‌شوند.

نهاد و برنامه‌ای که موردِ نظارت‌گری قرار گرفته است. نهادِ خبری دوباره وارد فرم می‌شود (مثلاً، «کانال ۲ تلویزیون دولتی»). نام برنامه دوباره وارد می‌شود (مثلاً، «اخبار شامگاهی»). تاریخ و زمانِ برنامه دوباره وارد می‌شود. این وارد کردن‌ها، به آنهایی که داده‌ها را گردآوری و تحلیل می‌کنند، یارمند بوده و از طرفی فرم‌های صحیح نیز همراه یکدیگر نگهداری می‌شوند.

شماره و عنوان گزارش. اگر گزارش «مورد» در بخش عناوین خبری



نمونه فرم‌های نظارت‌گری بر اخبار تلویزیون

تصویر شماره ۱: فرم نظارت‌گری بر اخبار بامدادی تلویزیون — بخش عنوان خبر؛ تصویر شماره ۲: فرم خلاصه‌ی پخش برنامه‌ی اخبار تلویزیون؛ تصویر شماره ۳: برنامه‌ی خبری تلویزیون — فرم خلاصه‌ی تفسیر. (لطفاً برای این و دیگر نمونه فرم‌هایی که برای خلاصه کردن یافته‌های نظارت‌گری روزانه و همچنین برگه‌های جمع امتیازات هفتگی که مورد استفاده قرار می‌گیرد، به پیوست ۶ مراجعه کنید.)

**فرم نظارت‌گری بر اخبار تلویزیون — بخش عنوان خبر**  
لطفاً پس از ساعت پخش:

نام نظارت‌گر: \_\_\_\_\_  
استانگاه پخش: \_\_\_\_\_  
نام: \_\_\_\_\_  
پست: \_\_\_\_\_

**فرم خلاصه‌ی پخش برنامه‌ی اخبار تلویزیون**  
انتخاب برای جدولین اخبار: \_\_\_\_\_  
از ورقه‌ی جدولین برای هر یک از جدولین اخبار استفاده کنید.

استانگاه: \_\_\_\_\_  
تاریخ و ساعت پخش: \_\_\_\_\_  
برنامه‌ی آموزشی: \_\_\_\_\_  
پایان زمان: \_\_\_\_\_  
شماره: \_\_\_\_\_  
تلفن: \_\_\_\_\_  
پست: \_\_\_\_\_  
اصلی: \_\_\_\_\_

فرم بر روی صفحه‌ی نظارت‌گری به ترتیب جدولین (از بالا به پایین) را در آن شامل کنید:

| ب  | تصویر اصلی (ص) | تصویر اصلی (ص) | تصویر اصلی (ص) |
|----|----------------|----------------|----------------|
| ۱  | ۱              | ۱              | ۱              |
| ۲  | ۲              | ۲              | ۲              |
| ۳  | ۳              | ۳              | ۳              |
| ۴  | ۴              | ۴              | ۴              |
| ۵  | ۵              | ۵              | ۵              |
| ۶  | ۶              | ۶              | ۶              |
| ۷  | ۷              | ۷              | ۷              |
| ۸  | ۸              | ۸              | ۸              |
| ۹  | ۹              | ۹              | ۹              |
| ۱۰ | ۱۰             | ۱۰             | ۱۰             |

با سطرهایی که به این جدولین از آنها نقل قول یا استفاده شده است، به ترتیب و با زمان مربوطه:

| تاریخ پخش | زمان  | محتوای اصلی این طرف |
|-----------|-------|---------------------|
| _____     | _____ | _____               |
| _____     | _____ | _____               |
| _____     | _____ | _____               |
| _____     | _____ | _____               |
| _____     | _____ | _____               |
| _____     | _____ | _____               |

**برنامه‌ی اخبار تلویزیون — فرم خلاصه‌ی تفسیر.**

نام نظارت‌گر: \_\_\_\_\_  
عنوان برنامه: \_\_\_\_\_  
استانگاه: \_\_\_\_\_  
تاریخ برنامه از زمان: \_\_\_\_\_

۱. آیا اخبار مهم، روز وجود داشت که گزارش نشده؟  
اگر مرشدی دیگری گزارش شده است، لطفاً آن رسانه را نام ببرید.

۲. آیا به «ترافیک‌های رسانه‌ای» که می‌توانست چنانکه سوادگرنی یا تعریف باشد، توجه کردید؟  
(لطفاً قبل از آنجا که تمام شده، به تکمیل شرح دهید.)

۳. لطفاً به هر نوع گفتار یا گزارشی را که فکر می‌کنید برآمده از افرادی با ترویج‌های تعریف نشده، تدارک یا زبان آهر بوده است شد نظر قرار دهید.  
(لطفاً سوره، زبان و محتوای آن قبل از آنجا که تمام شده، به تکمیل شرح دهید.)

۴. آیا توضیحات یا گزارشی استفاده شده بود که به نظر شما سوادگرنی و تدارک می‌رسید؟ لطفاً قبل از آنجا که تمام شده، به تکمیل شرح دهید.  
(لطفاً سوره، زبان و محتوای آن قبل از آنجا که تمام شده، به تکمیل شرح دهید.)

لطفاً برای اظهارنظرهای اصلی از پشت حسن رویه استفاده کنید.  
لطفاً به یاد داشته باشید که تاریخ، زمان و مکان هر برخطی را که میان گردید، ذکر شده باشد.  
لطفاً برای نقل قول، در اظهارنظرهای خود بنابر ترتیب، به‌یاد داشته باشید.

یاریمندی بازساخت آتی وارد فرم‌ها کنند.

برنامه عنوان گردید، نظارت‌گران آنگاه می‌توانند شماره‌ی عنوان خبری را از صفحه‌ی اول فرم وارد آن کنند. آنها باید همچنین چند کلمه‌ای که عنوان آن مورد را بیان می‌کند وارد سازند.

خلاصه‌ی گزارش. نظارت‌گران باید خلاصه‌ی کوتاهی از دورن مایه‌ی اصلی گزارش را وارد سازند.

اطلاعات ویژه پیرامون موضوعات گزارش

یک سلسله خطوط می‌تواند به منظور وارد کردن داده‌های ضروری برای تحلیلی از این گزارش مورد استفاده قرار گیرد. هر خط می‌تواند ستونی برای مسائلی زیرین به کار آید:

طول گزارش. زمانی که این گزارش آغاز گردیده و زمانی که پایان یافته است و نیز کل سپری شدن زمان باید وارد شود. می‌توان از یک زمان سنج یا زمان شمار دستگاه ضبط صوت برای اندازه‌گیری این زمان‌ها بهره گرفت.

شناخت گزارش

- نام هر یک از موضوعات سیاسی که در گزارش برده می‌شود؛

نظارت‌گران باید کلمه به کلمه آوا نوشته‌ی خط آغازین گزارش را در جهت

- هر اشارتی دال بر اینکه آیا فرد نمایان بر صفحه‌ی تلویزیون، با تصویر خود، تنها صدا، یا تصویر و صدا توأمان با یکدیگر همراه است؛
- مدت زمانی که فرد در صفحه‌ی تلویزیون ظاهر شده است، می‌تواند در ستون دیگری یادداشت گردد؛
- سرانجام، نظارت‌گر باید با بهره‌گیری از مقیاس عددی در اینکه آیا این فرد جمعاً به گونه‌ای مثبت یا منفی ارائه شده است یا نه، به داور بنشیند. (مثلاً، ۱ برای بسیار مثبت، ۲ برای تا اندازه‌ای مثبت، ۳ برای بی‌طرف، چهار برای تا حدی منفی، ۵ برای بسیار منفی). (نگاه کنید به صفحه‌ی ۳۱، یادداشت کشوری: اسلوواکی — مقیاس ۵ امتیازی، برای تشریح یک مقیاس ۵ امتیازی).

یک فضای جداگانه‌ای را می‌توان به ثبت اطلاعاتی پیرامون افرادی که در گزارش از آنها نقل قول یا استناد شده اما در صفحه‌ی تلویزیون ظاهر نشده‌اند، اختصاص داد.

- نام فرد، زمان اختصاص داده شده و مقیاس امتیاز مثبت و منفی باید ثبت گردد.
- باید افرادی را که تنها نامی از آنها برده شده یا نقل قولی گردیده است، یادداشت کرد. اگر چنانچه فقط به نام آنان در جریان گزارش اکتفا شده است، این امر را می‌توان بی‌اشارتی به مدت زمان، ثبت کرد. این اظهار نظرات را همچنین می‌توان بر مقیاس مثبت و منفی ارزشیابی کرد و این خود، روند اینگونه نهادها را حتی آنگاه که زمانبندی قابل اندازه‌گیری هم داده نشده است، آشکار می‌سازد.

اگر چه ممکن است کلیه‌ی این مسائل قابل درج در گزارش‌ها نباشد، اما ثبت آنها حائز اهمیت است. امکان دارد که نظارت‌گران در پس مدتی به شیوه‌های برخی از این نهادها تلویزیونی پی برند. برای نمونه، به جای اینکه اجازه دهند که افراد خود سخن گویند، فشرده‌ی اظهارات آنان را پخش کنند. ممکن است برخی از رخدادهای چندان اهمیت‌ی نداشته باشد، اما چنانچه این مسأله به گونه‌ی روندی همراه و پیوسته به چشم آید، می‌تواند در کنفرانس‌های آتی و گزارش‌های نوشتاری انعکاس یابد. در غیر این صورت، ارائه‌ی داده‌ها با آمیزش زمان تمامی گزارش در دل گل زمان

که به یک موضوع اختصاص داده شده است، ساده‌تر خواهد نمود.

### آموزش‌های خلاصه تفسیر برنامه‌ی اخبار

تصویر شماره‌ی ۳ و پیوست ۶ نمونه‌ای از صفحه‌ی سوم فرم نظارت‌گری بر تلویزیون را به نمایش می‌گذارد. نظارت‌گران برای اطمینان از عدم تداخل یا از دست دادن فرم‌ها باید برای هر گزارشی، تمامی داده‌های مشخص از صفحات ۱ و ۲ را دوباره وارد سازند. نظارت‌گران باید اطلاعاتی را که لزوماً بر اندازه‌گیری کمیّت پذیر وابستگی ندارد، در این صفحه یادداشت کنند. بطور مثال، باید از نظارت‌گران پرسش‌هایی از این دست را مطرح ساخت:

- آیا خبرهای مهمی در آن روز وجود داشته که گزارش نشده است؟
- آیا نهاد تلویزیونی در تلاش بود تا اطلاعات متوازی ارائه دهد؟ (مثلاً، چنانچه گزارش بحث‌انگیزی پیرامون یک مورد سیاسی عرضه گردید، آیا به این فرد اجازه‌ی پاسخ به این گزارش داده شد و اینکه آیا برای رقبای سیاسی او نیز چنین امکانی فراهم گردید؟)
- آیا گزارشگر یا گوینده‌ی تلویزیون برآن شد تا عقاید خود را نیز تلویحاً در این گزارش بگنجانند؟
- آیا در زوایای دوربین حرکتی غیر عادی یا ناهنجاری در نشان دادن فردی، به گونه‌ی مثبت یا منفی دیده می‌شد؟
- تصاویری که نشان داده شد آیا انعکاس راستینی از فرد را در گزارش می‌نمود؟
- آیا نمودارهای دیگر، موسیقی یا ترفندهایی که از آنها بهره‌گیری شد، تغییری در حال و فضای مقصود به وجود آورد؟
- آیا دروغ یا تصویر غلطی، آمیزه‌ی گزارش گردیده بود، یا آنکه لحن موهنی از سوی روزنامه‌نگاری به کار گرفته شده بود؟
- چنانچه مصاحبه‌ای انجام می‌شد، آیا به نامزد انتخاباتی فرصتی داده نشد تا بطور کامل به پرسش‌ها پاسخ گوید؟
- آیا چنین به نظر می‌رسید که بریده فیلم‌ها به نحو غیر منصفانه‌ای مونتاژ شده بود؟ و
- آیا بریده فیلم یا صدا مقارن با رخدادهایی بود که در گزارش انعکاس می‌یافت؟

آنجا که رادیو در یک یا دو نهادِ خیر پراکنی تحت کنترل دولت قرار دارد، نظارت‌گری به سادگی می‌گراید و از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌شود. آنجا که ایستگاه‌های غیر دولتی وجود دارند، چندگرایی نیز امکان‌پذیر می‌شود و در این راستا نیاز به سازماندهی نظارت‌گری، گذشته از شهر اصلی، در دیگر نقاط کشور نیز احساس می‌شود. آموزش نظارت‌گران، مدیریت در برگزاری نظارت‌گری‌های چند نوبتی و تکیه بر زمان‌بندی، چالش ویژه‌ای را در یک چنین موقعیتی می‌طلبد.

### روزنامه‌ها

خواندن روزنامه نقش فعال‌تری را می‌طلبد تا به تماشای تلویزیون نشستن یا گوش به رادیو فرادادن. زمانی که فردی چشم به تلویزیون می‌دوزد یا گوش به رادیو می‌سپارد، جز شنیدن و دیدن انتخاب چندانی برای وی باقی نمی‌ماند. این مسأله اما در مورد روزنامه‌ها صادق نیست، چرا که خوانندگان خود تصمیم می‌گیرند که کدام مطلب را بخوانند. با اینهمه، می‌توان چندین حکم کلی نیز صادر کرد. بطور مثال، تبتی در صفحه‌ی اول احتمالاً ابعاد وسیعی از خوانندگان را به خود جلب خواهد کرد و تأثیر بیشتری از یک بحث همراه با جزئیات پیرامون مسأله‌ای در صفحه‌ی پنج، بر جای خواهد گذاشت. تصویری توجه را جلب کرده و تأثیری خواهد

پیش‌بینی‌طرقی گوناگونی که ممکن است یک نهاد تلویزیونی در جهت کنترل گزارشی به کار گیرد، امکان‌پذیر نیست، اما یک نظارت‌گر باید هر روالی را که خود می‌اندیشد ارزشمند است، به کار گیرد. به مرور زمان و به موازات پیشرفت پروژه، گرایش‌ها رُخ خواهد نمود و نهایتاً به ارزیابی‌های پروژه مساعدت خواهد کرد. (افزون بر فرم‌های نظارت‌گری که در این متن به آن پرداخته شد، برای خلاصه فرم‌ها جهت اتم اخبار و برگه‌های جمع امتیازات هفتگی در ارتباط با تلویزیون، رادیو و رسانه‌های نوشتاری به پیوست ۶ مراجعه کنید).

### اخبار رادیو

برای نظارت‌گری بر برنامه‌های خبری رادیو می‌توان به استثنای داده‌های بصری، از همان شیوه‌های اساسی، که برای تلویزیون بهره‌گیری شد، سود جست. (برای نمونه فرم‌های نظارت‌گری بر رادیو، به پیوست ۶ مراجعه کنید.) رادیو ابزار نهادینی است که مردم بسیاری از کشورها از طریق آن اطلاعات خود پیرامون رقبای سیاسی و دیگر مسائل در ارتباط با انتخابات را به دست می‌آورند. رادیو در این زمینه نقش اساسی را در این کشورها که تلویزیون و رسانه‌های نوشتاری نیز از اهمیت برخوردارند، بر عهده دارد.

## یادداشت‌ کشوری

### کنیا — هیأت حقوق بشر کنیا و ماده‌ی ۱۹

#### نظارت‌گری بر اخبار رادیو

در ماه‌های پیش از انتخابات دسامبر ۱۹۹۷، هیأت حقوق بشر کنیا (KHRC) در همراهی با ماده‌ی ۱۹، پیکار جهانی برای آزادی بیان (لندن)، اخبار تلویزیونی وابسته به دولت (KBC)، سرویس رادیو ملی، (KBC) (بخش برنامه به زبان کیسواهیلی) و سرویس رادیویی به زبان انگلیسی (KBC) را مورد نظارت قرار داد. افزون بر این، ایستگاه‌های مرکزی، غربی و شرقی (KBC) نیز نظارت‌گری شد. ایستگاه تلویزیونی غیر دولتی کنیا و چندین رسانه‌های ملی نوشتاری هم به منظور مقایسه، مورد بررسی قرار گرفت.

دست‌اندرکاران پروژه مشکلات عدیده‌ای را در ارتباط با پوشش KBC در مسائل سیاسی ردیابی کردند، که از آن میان، گذشته از دیگر موارد، پوشش خارج از تناسب در اخبار مربوط به رئیس‌جمهور و حزب سیاسی وی (KANU) نسبت به دیگر احزاب را می‌توان نام برد: نمایش پیوسته رویدادهای ریاست جمهوری در آغاز خبرها؛ حذف قابل توجهی از مسائل مهم سیاسی که می‌توانست تأثیری منفی در مورد دولت داشته باشد؛ و پوشش رویدادهای سیاسی به گونه‌ای که با منابع خبرهای غیر دولتی تفاوت می‌کرد. بطور مثال، گزارش پروژه در پوشش خبرها در اکتبر حاکی از آن بود که رادیو KBC ۵۷ درصد از زمان اخبار خود را وقف رویدادها و اقدامات ریاست جمهوری کرده و ۲۶ درصد را به KANU اختصاص داده بود و حال آنکه تنها هشت درصد نصیب جناح مخالف سیاسی و نه درصد نیز صرف خبرهای عام محلی و سراسری شده بود. یافته‌ها در این گزارش همچنین حکایت از آن داشت که ۱۰۰ درصد از مسائل در ارتباط با KANU به گونه‌ی مثبت انعکاس یافته بود و حال آنکه ۸۰ درصد از پوشش خبری جناح مخالف به صورت منفی ارائه شده بود.

یافته‌ها در نظارت‌گری روزنامه‌ها به گونه‌ای روشن و دقیق از اهمیت قابل توجهی برخوردار است.

### عنوان گزارش

یک پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های نوشتاری را می‌توان با تصمیم به اینکه موضوع اصلی یک گزارش سیاسی، خود از فحوای تیترو پاراگراف پیشاهنگ پیدا است، به طریقی سهل و همزمان موقت به انجام رساند. زمانی که موضوع اصلی شناسایی شد، باید ابعاد گزارشی که به این موضوع تخصیص یافته است مورد توجه قرار گیرد. تمامی موضوعات سیاسی درج شده را می‌توان با این ارزیابی که آیا به گونه‌ی مثبت یا منفی عرضه شده است یادداشت کرد، اما اگر برخی از آنها حاشیه‌ای می‌نماید، آنگاه امکان دارد دست اندرکاران پروژه نسبت به مقدار فضایی که به این موضوعات در گزارش اختصاص داده شده نظر مخالفی ابراز دارند.

### ابعاد گزارش

تیتروها را می‌توان بر اساس موضوع سیاسی طبقه بندی کرد و اندازه گرفت (با یک خط کیش و بر مبنای یک سانتیمتر مربع)؛ تصاویر و ابعاد گزارش را هم می‌توان به همین شیوه انجام داد. داده‌های صفحه‌ی اول را می‌شود جداگانه یادداشت کرد. این امکان نیز وجود دارد که فضای مطلب را توأمان به عنوان تمامی

داشت حتی اگر خواننده شرح مُندرج در داستان را نادیده بگیرد و از آن بگذرد. گزارش‌های اصلی صفحه‌ی اول ممکن است به نظر رأی دهندگان که حتی امکان دارد خود روزنامه را هم نخوانند، برسد. مثلاً، شخصی که سوار اتوبوس است، امکان دارد چشمش به تیترو یا تصویری بیافتد و همین مسأله دیدگاه او را پیرامون یک موضوع سیاسی تغییر دهد. بسیاری از مردم به صفحه‌ی اول نگاهی می‌افکنند که حتی ممکن است ادامه‌ی مطلب در داخل صفحات را نادیده گذارند یا اینکه احتمالاً پاراگراف اصلی را بخوانند و روی به دیگر گزارش آورند. بنابراین، برای بسیاری از مردم، تیتروها، تصاویر، جای مطلب، پاراگراف اصلی و بخش‌های گزارش در صفحه‌ی اول از اهمیت بیشتری برخوردار است تا ادامه‌ی آنها در صفحات داخلی روزنامه.

دقت بر اینگونه جزئیات کار نظارت‌گری را پیچیده‌تر می‌سازد. نظارت‌گری بر روزنامه‌ها گردآوری داده‌های بیشتری را در مقایسه با رادیو و تلویزیون طلب می‌کند و این امر زمان زیادی از اوقات تحلیلگران داده‌ها را به خود اختصاص می‌دهد.

اگر چنانچه اطلاعات مربوط به اخبار، تصاویر و تیتروهای صفحه‌ی اول به گونه‌ای جدا منظور شود و همین مسأله در ارتباط با داخل صفحات انجام گیرد، پسندیده می‌نماید، مضافاً اندکی از بار نظارت‌گران را نیز کاهش می‌دهد. به هر حال، امکان دارد که سرانجام با انبوهی از داده‌ها که تحلیل و ارائه‌ی آنها می‌تواند دشوار باشد، رویاروی گردید. بنابراین، عرضه‌ی

### اطلاعات سودمند

#### روزنامه‌ها — عوامل مختلفی که قابل نظارت‌گری است

- داستان‌هایی که در صفحه‌ی اول چاپ می‌شوند، از آنجایی که بیشتر قابل بحث‌اند و خوانندگان بسیاری را در بر می‌گیرند، می‌توانند جداگانه مورد نظارت قرار گیرند.
- کلیه‌ی فضایی که در صفحه‌ی اول یا تمامی روزنامه به مسائل سیاسی اختصاص یافته است (احزاب، نامزدهای انتخاباتی، و غیره) می‌تواند متغیر باشد که در این صورت موجب می‌شود که داخل گزارش‌ها را جداگانه نظارت‌گری کرد حتی چنانچه این مطالب ادامه‌ی گزارش‌هایی باشد که از صفحه‌ی اول آغاز شده است.
- ابعاد تیترو را می‌توان جداگانه اندازه گرفت تا گرایش‌هایی که هدفش جلب توجه خوانندگان بر یک موضوع سیاسی بیش از دیگر موضوعات بوده است، آشکار گردد. تیتروهای صفحه‌ی اول را می‌شود جدا از تیتروهای صفحات داخلی روزنامه اندازه‌گیری کرد.
- تصاویر را هم می‌توان جداگانه اندازه‌گیری کرد تا تلاش‌هایی که در جهت جلب نظر خواننده به عمل آمده است نیز روشن گردد.
- تصاویر صفحه‌ی اول را می‌توان جدا از صفحات داخلی اندازه‌گیری کرد.
- ممکن است گزارشی حاوی یک سلسله از مسائل و موضوعات سیاسی باشد حتی اگر چه امکان دارد برخی از مسائل فقط به اختصار در آخر یا داخل روزنامه عنوان شده باشد که در این صورت تصمیم در سنجی فضای اختصاص داده شده به موضوع را با دشواری رویاروی خواهد ساخت.

نمونه فرم‌های نظارت‌گری بر رسانه‌های نوشتاری

تصویر شماره‌ی ۴: فرم نظارت‌گری بر رسانه‌های نوشتاری – پوشش صفحه‌ی اول؛ تصویر شماره‌ی ۵: فرم نظارت‌گری بر رسانه‌های نوشتاری – پوشش داخل روزنامه؛ تصویر شماره‌ی ۶: فرم نظارت‌گری بر رسانه‌های نوشتاری – مراجعات از صفحه‌ی اول؛ تصویر شماره‌ی ۷: فرم نظارت‌گری بر رسانه‌های نوشتاری – ادامگی مطالب در داخل روزنامه؛ تصویر شماره‌ی ۸: فرم پوشش تفسیر کوتاه رسانه‌های نوشتاری. (برای این فرم و دیگر نمونه فرم‌هایی که جهت خلاصه کردن یافته‌های نظارت‌گری روزانه مورد استفاده قرار گرفته است، لطفاً به پیوست ۶ مراجعه کنید.)

۴ فرم نظارت‌گری بر رسانه‌های نوشتاری – پوشش صفحه‌ی اول (صفحه‌ی اول تا چهارم)  
نام نظارتگر: \_\_\_\_\_  
روزنامه‌ای که نظارت‌گری شده است: \_\_\_\_\_  
تاریخ: \_\_\_\_\_

۵ فرم نظارت‌گری بر رسانه‌های نوشتاری – پوشش داخل صفحات (صفحه‌ی ۲ تا ۴)  
نام نظارتگر: \_\_\_\_\_  
روزنامه‌ای که نظارت‌گری شده است: \_\_\_\_\_  
تاریخ: \_\_\_\_\_

۶ فرم نظارت‌گری بر رسانه‌های نوشتاری – مراجعات از صفحه‌ی اول (صفحه‌ی سوم تا چهارم)  
نام نظارتگر: \_\_\_\_\_  
روزنامه‌ای که نظارت‌گری شده است: \_\_\_\_\_  
تاریخ: \_\_\_\_\_

۷ فرم نظارت‌گری بر رسانه‌های نوشتاری – زنجیره‌ای از صفحات مبانی (صفحه‌ی چهارم تا چهارم)  
نام نظارتگر: \_\_\_\_\_  
روزنامه‌ای که نظارت‌گری شده است: \_\_\_\_\_  
تاریخ: \_\_\_\_\_

۸ فرم پوشش خلاصه تفسیر روزنامه  
نام نظارتگر: \_\_\_\_\_  
روزنامه: \_\_\_\_\_  
تاریخ: \_\_\_\_\_

۱. آیا هیچ خبر مهمی در مورد دناست که از قلم گرفته بود؟  
اگر چه چیزی بر دناست ندرمان جان شده بود، لطفاً شرح آن را در ادامه ذکر کنید.

۲. آیا به «رسانه‌های رسانه‌ای» که می‌توانست به‌طور سوتگرنی یا تحریف‌ناشد، توجه کردید؟  
(لطفاً آره، نه، یا توضیح کامل بده.)

۳. لطفاً به هر نوع گفتار یا گزارش را که فکر می‌کنید به‌طور بی‌طرفانه یا بی‌طرفانه، تحریف‌ناشد، تازست یا زبان آور بوده است، ذکر نظر قرار دهید.  
(لطفاً آره، نه، یا توضیح را در ادامه به‌کار بیاورید.)

۴. آیا توضیحات یا گزارش استفاده شده بود که به نظر شما سوتگرنی و تازست می‌رسد؟ لطفاً مثال دقت را بکار بیاورید.  
(لطفاً آره، نه، یا توضیح را در ادامه به‌کار بیاورید.)

لطفاً برای اظهارنظرهای اضافی از پشت حسن و به استفاده کنید.  
لطفاً دقت کنید به تاریخ، زمان، مکان، هر برده‌ای را که بیان کردید، دناست باشد.  
لطفاً نام دقت را در اظهارنظرهای خود بکار بیاورید. (پاسخگزارین)

چنانچه نظارت‌گران بر اساس این عوامل، داده‌ها را جداگانه محاسبه و یادداشت کنند، اما به منظور نشان دادن تمامی فضا برای هر موضوع سیاسی آنها را با یکدیگر ادغام کنند، آنگاه داده‌های فزون‌تر برای کسانی که طالب آن هستند، در دسترس قرار خواهد گرفت یا چنانچه زمان آن فرا رسیده باشد، این داده‌ها را می‌توان به موقع خود گزارش کرد. تصویر شماره‌ی ۴ نمونه‌ای از صفحه‌ی اول نظارت‌گری بر روزنامه را نشان می‌دهد. (برای فرم‌های نظارت‌گری بر رسانه‌های نوشتاری به صفحه‌ی ۴۱

داستان، تیترو و تصویر گزارش کرد. گرچه ممکن است تیترها که از حروفِ درشت‌تر بهره می‌برند بار کمتری از خود گزارش‌ها داشته باشند، اما روی هم‌رفته اثری که بر خواننده می‌گذارند (اینکه فردی نگاهی به آن می‌اندازد یا روزنامه را به دقت می‌خواند) به این معنی است که باید حقی مطلب را در این زمینه ادا کرد. این مسئله در مورد تصاویر که ممکن است اطلاعاتِ چندانی را القا نکنند، اما از آنجایی که تأثیر به‌سزایی از خود بر جای می‌گذارند، نیز صادق باشد.

و پیوست ۶ مراجعه کنید). در این مثال، تمامی داده‌های در ارتباط با صفحه‌ی اول ثبت گردیده است. تحلیل این مسائل به گونه‌ای که در بالا به آن اشارت شد، می‌تواند عملی شود.

تصویر شماره‌ی ۵ نمونه‌ای از فرم نظارت‌گری بر دومین صفحه‌ی روزنامه را به نمایش می‌گذارد. این صفحه اطلاعات مربوط به داخل صفحات روزنامه را نشان می‌دهد. این مسأله از یک جهت همانند صفحه‌ی اول است.

تصویر صفحات ۶ و ۷ نمونه‌ای دیگر از ابزار جایگزین برای اندازه‌گیری میزان پوشش موضوعات سیاسی است که به روزنامه واصل می‌شود. در این روش، تمامی موضوعاتی که در روزنامه درج می‌شود (در صفحه‌ی اول یا در داخل صفحات) و تعداد دفعاتی که مطرح می‌گردد، یادداشت می‌شود.

تصویر ۸ نمونه‌ای از پیشنهادات دیگری برای نظارت‌گری بر روزنامه است که دیگر عوامل متکی بر محتوا را می‌توان یادداشت کرد. امکان دارد که یک نظارت‌گر گزارش‌های مهمی را که در این روزنامه درج نشده است، بهره‌وری از سونگری یا انحصارگری یک گزارشگر از واژه‌ها، یا استفاده از زبانی محرک یا ناخوشایند، تصاویر یا کاریکاتور و دیگر عواملی که به ذهن نظارت‌گر خطور می‌کند را ثبت کند. دیگر طرق نظارت‌گری بر روزنامه به قرار زیر است:

- از آنجایی که روزنامه‌ها درستی حروف چاپی را به یک اندازه انتخاب نمی‌کنند بهتر است که به جای اندازه‌گیری فضای مطلب، تعداد کلمات را شمارش کرد. اندازه‌گیری فضای مطلب احتمالاً بهترین راه است چرا که حروف درشت، حتی در واژه‌هایی اندک ممکن است تأثیر به‌سزایی داشته باشند.
- به جای اندازه‌گیری حیطه‌ی گزارش می‌توان تعداد ستون‌ها به اینچ را که به هر یک از موضوعات سیاسی اختصاص داده شده است، اندازه‌گیری کرد.

#### برنامه‌ریزی ارتباط مستقیم و امور عمومی

چندین راه برای نامزدهای انتخاباتی یا احزاب وجود دارد که می‌توانند بدون نفوذ و برایشگر نهادهای رسانه‌ای مستقیماً نظرگاه‌های خود را به رأی دهندگان عرضه کنند. بنابراین، نظارت‌گری بر یک چنین رسانه‌ای شیوه‌ای متفاوت را در مقایسه با دستگاه‌های خبر پراکنی طلب می‌کند. یکی از متداول‌ترین اینان ارتباط مستقیم و آزاد حزب یا نامزد انتخاباتی است که موجودیت قانونی دارد و زمینه‌ای را برای رقبای سیاسی فراهم ساخته است تا پیام‌های انتخاباتی خود را به گوش رأی دهندگان برسانند.

دومین شیوه‌ی متداول در همین حیطه‌ی ارتباط مستقیم، آگهی‌های سیاسی از طریق پرداخت هزینه‌ی تبلیغاتی است. در هر دو مورد، باید به حرفان سیاسی اجازه داده شود که فارغ از دغدغه‌های مالی پیام‌هاشان را ارسال دارند. امکان دارد که قانون تنها در طی دوره‌ی رسمی فعالیت‌های انتخاباتی متعهد یک چنین پیام‌هایی شود.

دست اندرکاران پروژه باید به منظور درک و تهیه‌ی گزارش جنبه‌های بافتی پیام‌ها را مبنی بر اینکه آیا رها از سانسور دولتی یا فشارهای بی دلیل و نیز فارغ از تبعیض سیاسی اربابان یا کنترل کنندگان رسانه‌ها بوده است، مورد بررسی قرار دهند.

در یک چنین مواردی، نقش نظارت‌گران داوری پیرامون متن یا صحت و توازن هر پیام یا تبلیغ سیاسی نیست. در مقابل، وظیفه‌ی نظارت‌گران در این موارد تکیه بر رفتار نهاد رسانه‌ای است و نه احزاب. حقیقت این است که آیا به احزاب زمان داده شده است یا اینکه خود قادرند که به منظور ارائه‌ی پیام‌هاشان به گونه‌ی مستقیم، این زمان را خریداری کنند و این خود ممکن است به گونه‌ای مثبت تلقی شود. در این راستا، دستگاه‌های خبر پراکنی نیز در پی آنند که اطلاعات را به رأی دهندگان انتقال دهند و همزمان به رقبای سیاسی هم فرصتی داده شود تا نظرگاه‌های خود را به مردم عرضه کنند. به هر حال، امکان دارد که نظارت‌گران این پیام‌ها را به منظور اینکه آیا نفرت یا خشونت را پایه می‌گذارند و اینکه آیا اصول و ضوابط فعالیت‌های انتخاباتی را رعایت می‌کنند، ارزیابی نمایند. (برای نمونه‌ای از راه و رسم داوطلبانه‌ی رسانه‌ها و آیین نامه‌های قانونی به پیوست‌های ۷-آ ب مراجعه کنید.)

#### دستگاه‌های تصویری و سخن پراکنی غیر دولتی

دست اندرکاران پروژه در مورد اینگونه دستگاه‌ها عواملی از این دست را می‌توانند مورد توجه قرار دهند:

- اینکه آیا معیارها در جهت صلاحیت و استحقاق برای دسترسی، بی‌غرضانه بوده و منصفانه اجابت یافته است؛
- مقدار زمانی که در اختیار احزاب برای ارائه‌ی نظرگاه‌های خود گذاشته شده بود آیا به آن میزان برای رأی دهندگان بوده است که گزینه‌های سیاسی خود را آگاهانه در روز انتخابات برگزینند؟
- آیا پیام‌ها و تبلیغات سیاسی زمانی پخش شد که رأی دهندگان به آسانی به آن دسترسی داشتند؟
- اینکه آیا این پیام‌ها بدون ترتیب یا نوبت ارائه گردید؟

یکسان و برابر عمل می‌کند؟

- آیا استفاده از تبلیغات سیاسی با پرداخت هزینه برای آن دسته از احزاب و نامزدهای انتخاباتی که نسبت به دیگران از بُنیه‌ی مالی کمتری برخوردارند، غیرمُتصفانه برخورد می‌شود؟ تا چه میزانی این نابرابری و تأثیر آن بزرگ جلوه می‌کند؟ (بطور مثال، آیا احزابی با تمایلات متفاوت قادر به خرید آگهی‌های سیاسی هستند؟)

پاسخ به پرسش‌های بالا را می‌توان در مصاحبه با احزاب، نامزدها و ایستگاه‌های رادیو و تلویزیون و مقامات دولتی گرد آورد و در گزارش‌های پروژه ارائه داد.

#### برنامه‌ریزی امور عمومی

ممکن است که ایستگاه‌های تلویزیون و رادیو مرتباً شوهایی در ارتباط با بحث‌های سیاسی، برنامه‌های ویژه‌ای مربوط به پوشش انتخاباتی، پوشش مناظرات، برنامه‌های به اصطلاح «جلسات انجمن شهر»، پوشش از مجمع عمومی حزب یا تجمعات حزبی، مباحثات میزگرد، مصاحبه‌ها با حضور میانجی، یا شوهای تفسیری تلفنی را پخش کنند. چنانچه پژوهش‌ها نشان دهد که این مسائل منابع مهم اطلاعاتی رأی‌دهندگان را تشکیل می‌دهند، بنا براین باید مورد نظارت‌گری قرار گیرند.

هدف از نظارت‌گری بر برنامه‌های امور عمومی رهبرد به این است که آیا به تمامی احزاب یا نامزدهای انتخاباتی فرصت‌های یکسانی داده شده و اینکه آیا رفتار مسئول جلسات با آنها مُتصفانه بوده است.

هدف از نظارت‌گری بر برنامه‌های امور عمومی رهبرد به این است که آیا به تمامی احزاب یا نامزدهای انتخاباتی فرصت‌های یکسانی داده شده و اینکه آیا رفتار مسئول جلسات با آنها مُتصفانه بوده است. در شوهایی که به نامزدهای انتخاباتی اجازه‌ی حضور داده شده است، توجهات باید شامل موارد زیر باشد:

اینکه آیا به تمامی افراد در ارتباط با جریان‌های سیاسی فرصت یکسانی برای حضور در برنامه و سخن گفتن از سوی خود در

- اینکه آیا به احزاب یا نامزدهای انتخاباتی اجازه داده شد تا مسائل خود را به دور از ویرایشگری یا بدون بررسی مقامات دولتی یا نهادهای رسانه‌ای عرضه کنند؟ و
- اینکه آیا فرصتی برابر و مساوی به احزاب و نامزدهای انتخاباتی داده شد تا در صورت نبود تجهیزات و تسهیلات از امکانات تحت نظر دولت برای تهیه‌ی پیام‌های خود سود جویند؟

زمانی که این عوامل بافتی مورد ارزیابی قرار گرفت و گزارش داده شد، آنگاه نظارت‌گری باید بر این نکته متمرکز گردد که آیا شرایط قانونی و الزامی حاکم بر بهره‌وری رایگان از نهاد رسانه‌ای به درستی انجام پذیرفته است. افزون براین، اتفاقاتی همچون مشکلات فنی در نهادهای رسانه‌ای، قطع جریان برق و دیگر موارد را باید پی گرفت تا دید که آیا این مسائل روندی از تبعیض سیاسی را نشان می‌دهند.

#### تبلیغات سیاسی مُتکی بر پرداخت هزینه

بسیاری از کشورها تبلیغات سیاسی مُتکی بر پرداخت هزینه را منع کرده‌اند، اما این مسأله همیشه صادق نیست. زمانی که بر اینگونه آگهی‌ها نظارت‌گری به عمل می‌آید، دست‌اندرکاران نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی باید تمامی عواملی را که در بالا پیرامون پیام‌های سیاسی بدون پرداخت هزینه مورد بحث قرار گرفت مد نظر گیرند.

نظارت‌گران در این موارد باید زمانی را که هر حزب یا نامزد انتخاباتی مورد استفاده قرار دادند و نیز جایگاه آگهی‌ها را در جهت مُتصفانه بودن این مسائل اندازه گیرند. این داده‌ها را می‌توان همانند داده‌هایی که پیرامون برنامه‌ریزی اخبار به کار رفت، عرضه کرد، اما از آنجایی که رقبای سیاسی پیام‌هاشان را خود ارائه می‌دهند، اندکی به تحلیل متن نیاز است. به هر حال، آنجایی که احزاب و نامزدهای انتخاباتی با دستورالعمل رفتاری به توافق رسیده‌اند، نظارت‌گری بر متن می‌تواند حائز اهمیت باشد. پیام‌ها را هم می‌توان در جهت اینکه آیا برانگیزاننده‌ی نفرت یا خشونت‌اند، نظارت‌گری کرد.

هنگامی که مسأله‌ی نظارت‌گری بر آگهی‌های تبلیغاتی سیاسی با پرداخت هزینه پیش می‌آید، عوامل دیگری را نیز می‌توان مورد توجه قرار داد:

- آیا ایستگاه‌ها از همه‌ی نامزدهای انتخاباتی به تساوی حق‌الزحمه دریافت می‌کند یا اینکه تخفیفی برای احزاب مورد نظر قائل می‌شوند؟ آیا ایستگاه‌ها با تمام احزاب برای خرید وقت آگهی‌ها

آیا رفتار مسئول جلسات با آنها مُنصفانه بوده است. در شوهایی که به نامزدهای انتخاباتی اجازه‌ی حضور داده شده است، توجّهایت باید شامل موارد زیر باشد:

- اینکه آیا به تمامی افراد در ارتباط با جریان‌های سیاسی فرصت یکسانی برای حضور در برنامه و سخن گفتن از سوی خود در این شو داده شده است؛
- اینکه آیا برخورد مسئولان جلسه، تهیه کنندگان، کارگردانان یا مُفسران، با احزاب و نامزدهای انتخاباتی همراه با انصاف متعادل بوده است؛ و
- اینکه آیا نگاه دوربین (زوایا و غیره) برای تمامی افراد سیاسی مشابه بوده است.

زمان اختصاص داده شده به موارد مختلف نیز باید مورد نظارت‌گری قرار گرفته و به همان شیوه‌ای که با برنامه‌های نهادهای خبری انجام شد گزارش گردد. مضافاً، انصاف و بی طرفی را نیز می‌توان با توصیف مواردی

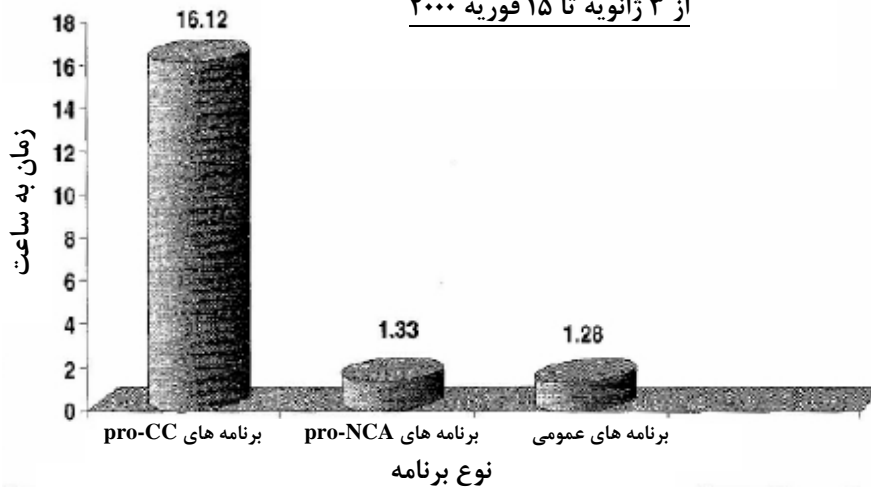
از سونگری، تحریف یا دیگر عوامل مُتکّی بر متن به نظارت‌گری نشست. در اینکه یک چنین برنامه‌هایی خبر ارائه می‌دهند عذر و بهانه‌ای در کار نیست و عیان است که به تفسیر و مناظره می‌پردازند یا اینکه با استفاده از فرصت در رقابت از منافع، دیدگاه‌های خود را مستقیماً عرضه می‌دارند. در این شرایط، فرصتی برای افراد مختلف پیش می‌آید تا نظرگاه‌های خود را که مهم‌تر از اطلاعات دقیق یا متوازی است که عرضه می‌شود، بیان کنند. سلوک و نظرگاه‌های سیاسی مسئول یا میزبان جلسه باید توسط نظارت‌گران ثبت گردد. پرسش‌های پرخاشگرانه و اینکه به کدامین طرف حواله می‌شود و کُل فضای بی‌طرفانه‌ای که میهمانان با آن برخورد می‌کنند از دقت مهمی برخوردار است. نظارت‌گران باید سونگری مسئول جلسه، زمان عادلانه و مکفی به احزاب و نامزدهای انتخاباتی، میزان زمانی که برای تهیه‌ی این برنامه تخصیص داده شده، زوایای دوربین، نورپردازی، و جایگاه شرکت‌کنندگان را زیر نظر گیرند. تمامی این عوامل را می‌توان در تحلیلی بافتی در گزارش‌های نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی خلاصه کرد. برنامه‌های امور عمومی را همچنین می‌توان در ارتباط با بروز ایجاد نفرت و

## یادداشت‌های کشوری

### زیمبابوه - MMPZ نظارت‌گری بر برنامه‌های امور عمومی

در آستانه‌ی همه‌پرسی قانون اساسی در سال ۲۰۰۰، طرح نظارت‌گری بر رسانه‌های زیمبابوه (MMPZ) پوشش رسانه‌ای مربوط به همه‌پرسی را با تکیه بر برنامه ریزی امور جاری مورد نظارت قرار داد. در جریان این طرح، MMPZ به این نکته دست یافت که ایستگاه‌های رسانه‌ای اعم از رادیو و تلویزیون برنامه ریزی امور جاری را با دسترسی مستقیم و یا تبلیغات سیاسی از طریق

### زمان پخش برنامه‌های امور جاری در تلویزیون ZBC از ۳ ژانویه تا ۱۵ فوریه ۲۰۰۰



پخش برنامه‌های شبه مستند درباره‌ی همه‌پرسی که آشکارا به حمایت از رای «بلی» مطلوب دولت و یا رای «خیر» مورد نظر گروه‌های مخالف می‌پردازند، مخدوش می‌نمایند. علاوه بر اینها، تلویزیون دولتی ZBC عمدتاً به پخش برنامه‌هایی می‌پرداخت که از جایگاه دولت حمایت می‌کرد و فاقد اطلاعات بی‌طرفانه درباره‌ی مسأله‌ی پیچیده‌ی تغییرات پیشنهادی در قانون اساسی بود. در جریان نظارت شش هفته‌ای پیش از همه‌پرسی، تلویزیون دولتی ZBC ۱۶.۱۲ ساعت برنامه در حمایت از جایگاه دولت، برنامه‌های pro-CC، ۱.۳۳ ساعت برنامه در حمایت از جایگاه مخالفان، برنامه‌های pro-NCA، و تنها ۱.۲۸ ساعت برنامه حاوی اطلاعات بی‌طرفانه در مورد همه‌پرسی پرداخت.



برنامه‌ریزی آموزش مدنی و رأی دادن، در رسانه‌های گروهی حائز اهمیت است. همچنین توجه به منبع یک چنین پیام‌هایی از این جهت شایان اهمیت است که اینکه سازمان‌های مدنی جامعه به فرصتی دست یافته‌اند تا مردم را به شرکت در روند انتخابات ترغیب کنند.

شیوه‌هایی مورد نیاز است تا کفایت و مناسبت اطلاعات مرتبط با رأی دهندگان را همزمان با مقدار زمان اختصاص داده شده توسط رسانه‌های گروهی و زبان‌هایی که این برنامه‌ها را ارائه می‌دهند، زمانها و ایستگاه‌هایی که این مسائل را منعکس می‌کنند و صحت اطلاعاتی را که عرضه می‌دارند، ارزیابی کنند.

نظارت‌گری بر برنامه‌هایی از ایندست با نظارت‌گری بر پوشش خبری تفاوت دارد. شیوه‌هایی مورد نیاز است تا کفایت و مناسبت اطلاعات مرتبط با رأی دهندگان را همزمان با مقدار زمان اختصاص داده شده توسط رسانه‌های گروهی و زبان‌هایی که این برنامه‌ها را ارائه می‌دهند، زمانها و ایستگاه‌هایی که این مسائل را منعکس می‌کنند و صحت اطلاعاتی را که عرضه می‌دارند، ارزیابی کنند. نظارت‌گری این پیام‌ها یا برنامه‌ها در جهت سونگری سیاسی نیز ضرورت دارد.

نظارت‌گران می‌توانند این برنامه‌ها را تماشا کنند و متن آنها را با واقعیت‌های عملی درباره اینکه چگونه، چه هنگام و کجا باید نام نویسی کرد و رأی داد مقایسه کنند. نظارت‌گران همچنین باید به این نکته تکیه

خوشونت و با پیروی از تبلیغات موجود دستورالعمل رفتاری نظارت‌گری کرد.

### برنامه‌ریزی آموزش مدنی

آگاهی به اینکه چه زمانی، کجا و چگونه برای رأی دادن نام‌نویسی کرد، آگاهی به اینکه چگونه به صحت دفاتر ثبت نام برای رأی دادن پی‌برد و اینکه چه زمان، کجا و چگونه رأی داد از مبانی اصلی انتخابات دموکراتیک در هر کشوری است. یارمندی به رأی دهندگان در تفهیم اهمیت رأی دادن در انتخاباتی راستین از مهمات است. زمانی که قوانین و آیین‌نامه‌های انتخاباتی تغییر کرده است این مسائل به ویژه از اهمیت برخوردار می‌شود.

برخی از بخش‌های سنتی جمعیت ممکن است از دسترسی همسان به روند سیاسی جدا یا محروم مانند و در این صورت باید تلاش‌هایی از سوی رسانه‌ها در ترغیب آنان برای شرکت همگانی در فعالیت‌های سیاسی به عمل آید. این جریان‌ها می‌تواند گروه‌های اقلیت را که در داخل حکومت فاقد نمایندگی هستند و زبان دیگری را متفاوت با زبان همگان در تلویزیون و رادیو یا روزنامه به کار می‌گیرند، مورد نظارت قرار دهد. اینان ممکن است زبانی باشند که در جامعه‌ای زیر سلطه‌ی رهبران سیاسی مرد به سر می‌برند یا می‌توانند جوانان یا نخست رأی‌دهندگانی باشند که در جوامع پسا کشمکش یا دیگر جوامع زندگی می‌کنند.

به هر دلیل ممکنه، در بسیاری از کشورها تلاش‌هایی هرچند اندک که به تمامی رأی‌دهندگان اطلاعات اولیه و لازم را در جهت رأی دادن تشریح کند، از اهمیت برخوردار است. بنا براین، نظارت‌گری بر میزان و محتوای

### یادداشت کشوری

#### کامبوج — COMFREL

#### نظارت‌گری بر آموزش برنامه‌ریزی مدنی

در جریان انتخابات شورای ناحیه‌ای سال ۲۰۰۲، کمیته برای انتخابات آزاد و منصفانه در کامبوج (COMFREL) یک برنامه‌ی جامع نظارت‌گری را به راه انداخت. (COMFREL) بخشی از این تلاش‌ها را به نظارت‌گری بر پخش برنامه‌های آموزش مدنی و نحوه‌ی رأی‌دهندگی توسط ایستگاه‌های رادیو و تلویزیونی دولتی و خصوصی در سطح ایالت مصروف داشت. نظارت‌گران جمع‌زمان برنامه‌ی آموزش مدنی و نحوه‌ی رأی‌دادن را که وسیله‌ی کمیسیون انتخابات سراسری و گروه‌های مدنی، از جمله (COMFREL) تهیه شده بود، ضبط کردند. نظارت‌گران همچنین با دقت هرگونه نقضی در قانون انتخابات را زیر نظر گرفتند. تأکید (COMFREL) — هم به عنوان یک نهاد نظارت‌گری و همچنین منبع مطلعی بر شیوه‌ی رأی‌دادن — بر آموزش رأی‌دهنده از آن نشأت می‌گرفت که مراقب بود که رأی‌دهندگان به اطلاعاتی منصفانه و ناسونگر دست یابند و بدینوسیله می‌کوشید در برابر پاره‌ای از تأثیر عملکرد سونگرانه‌ی رسانه‌هایی که در فضایی وابسته فعالیت می‌کنند، مقابله کند.

کنند. تحقیق پیرامون بهره‌گیری از چنین برنامه‌های و رای خبری حائز اهمیت است و حتی اگر یک نظارت‌گری کامل نیز غیر ممکن به نظر رسد، امکان دارد که اظهار نظری از سوی یک سازمان نظارت‌گری مقبول نظر افتد.

### مکانیزم‌های شکوایی در نظارت‌گری رسانه‌های گروهی

ارزیابی پروژه‌ی نظارت‌گری پیرامون چارچوب قانونی که بر سر شیوه‌ی عملکرد رسانه‌های گروهی سایه افکنده است به این مسأله خواهد پرداخت که آیا مکانیزم‌های مؤثری وجود دارد که در این راستا رقبای سیاسی، شهروندان یا روزنامه‌نگاران احتمالاً در صدد اصلاح نقض حقوق سیاسی توسط رسانه‌ها، دخالت بی‌مورد دولت یا کوتاهی در حمایت از آزادی مطبوعات برآیند. آنجا که چنین مکانیزم‌هایی وجود دارد (از طریق قانون یا به گونه‌ای داوطلبانه از سوی اتحادیه‌ی رسانه‌های گروهی)، نظارت‌گران باید نسبت به کارکرد مکانیزم‌های شکواییه از رسانه‌ها گزارش دهند. این مسأله‌ی بافتی می‌تواند شاخص مهمی از رفتار رسانه‌ها باشد. (برای نمونه‌هایی از شیوه‌های آیین داوطلبانه و الزامی رسانه‌ها به پیوست‌های ۷ آ — ب مراجعه کنید.)

کنند که آیا این پیام‌ها به گونه‌ای مطرح می‌گردد که تبعیضی علیه برخی از گروه‌های مردمی است و یا اینکه منافع سیاسی پاره‌ای را بر دیگری ترجیح می‌دهد. تمامی این داده‌ها را می‌توان در گزارشی که چنین برنامه‌هایی را به گونه‌ای مناسب تحلیل می‌کند، گردآوری کرد.

### برنامه‌ریزی تفریحات و ورزش‌ها

از برنامه‌های تفریحات و ورزش‌ها می‌توان در جهت نفوذ بر بینندگان برای انتخابات بهره گرفت. ممکن است مقامات دولتی یا نامزدهای انتخاباتی در شوهای میزگرد بامدادی، مسابقات فوتبال و به عنوان شرکت کننده در شوهای سرگرم کننده یا حتی شوهای خنده‌آور و اشک‌انگیز عامه پسند ظاهر شوند. امکان دارد که چهره‌های درگیر در برنامه‌های تفریحی، ظریفانه یا آشکارا به ارائه‌ی پیام‌های سیاسی دست بزنند. این مسائل می‌تواند بنبیه‌ی مهمی برای نظارت‌گری به شمار رود، اما لازمی نظارت‌گری جامع بر تمامی برنامه‌ریزی‌ها در یک نیروی انسانی کارآمد و منابع مالی نهفته است. افزون بر این، ترجمان این داده‌ها ممکن است بسیار دشوار باشد. با اینهمه، باید نظارت‌گران و دیگران را تشویق کرد تا تأییراتی از ایندست را در برنامه‌های عادی تلویزیونی و رادیویی گزارش

Gráfico 7.18  
Cobertura de lanzamiento de candidaturas en Televisión Nacional, Canal 7



شکل ۵.۱: پوشش تلویزیونی دولتی از فعالیت‌های انتخاباتی ریاست جمهوری سال ۲۰۰۰ (پرو) «معرفی» چهار نامزد پيشاهنگ: تصویر فوجی موری با ۱۸ دقیقه و ۲۸ ثانیه پوشش، آندرادا با یک دقیقه و ۵۵ ثانیه و تولدو و کاستاندا، هر دو تن، بی هیچ پوششی.

## فصل ششم

## گزارش نتایج

## انتشار گزارش‌ها و روابط مطبوعاتی روزنامه‌ها و

## برنامه‌ی دسترسی مستقیم

سه پرسش اصلی که پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در صدرِ پاسخ به آنها است، عبارت‌اند از: «آیا رأی دهندگان اطلاعات دقیق و غیر سونگراهای در جهت‌گزی‌شان انتخاب سیاسی مورد نظر خویش داشته‌اند؟» «آیا نامزدهای سیاسی از فرصت‌های مناسبی برای ارائه‌ی دیدگاه‌های خود به رأی دهندگان بهره‌مند بوده‌اند؟» «آیا رسانه‌های گروهی در انجام مسئولیت‌های خویش به عنوان 'دیده بان' منافع مردم در مبارزات انتخاباتی آزادی عمل داشته‌اند؟» با دست‌یابی به پاسخی مُنصفانه و دقیق به این پرسش‌ها به گونه‌ای قابل اندازه‌گیری و گرافیک، پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌ها مقام خویش را در جهت‌پرداری از رفتاری که شایسته‌ی رسانه‌ها است، تثبیت می‌کند. و این است دلیلی برای گزارش‌ها و باید این پرسش‌ها را زمانی که یافته‌های پروژه عرضه می‌شوند به خاطر سپرد.

رنگ‌مایه و فحوای گزارش‌های پروژه چنانچه مترتب بر تأثیری باشند، از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار خواهند بود. گزارش‌ها باید مُنصفانه بوده و براساس یافته‌های قابل اثبات، به دقت در قالب واژه‌ها ریخته شده و به گونه‌ای حرفه‌ای ارائه گردد.

گزارش‌های نظارت‌گری بر رسانه‌ها باید از سادگی بسیاری در خواندن برخوردار باشد تا مطبوعات و دیگران بتوانند یافته‌ها و داده‌های تطبیقی را به سهولت از میان آن بر گزینند. (برای نمونه گزارش‌های نظارت‌گری از

بلغارستان، پرو، اسلواکی و توگو، به پیوست ۸ رجوع کنید). افزون بر گزارش، یک بیانیه‌ی مطبوعاتی که حاوی پیام اصلی پروژه می‌باشد و در آن یافته‌های نظارت‌گران مورد پیش‌بینی قرار گرفته است باید تهیه گردد. بیانیه‌ی مطبوعاتی نباید از یک یا یک صفحه و نیم فراتر رود.

یک گزارش باید متضمن نوعی از اطلاعات مفیدی برای آنها باشد که علاقه‌مند به پروژه هستند. از میانه‌ی آنها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- در صورت وجود، شرح کوتاهی از سازمان یا سازمان‌هایی که پشتیبانی مالی داشته‌اند و نیز از خود پروژه‌ی نظارت‌گری؛
- فشرده‌ای از بیانیه‌ی مأموریت پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی، حاکی از هدف این پروژه، و تکیه بر اینکه چرا نظارت‌گری از اهمیت برخوردار است و دلیل راه‌اندازی پروژه؛
- خلاصه‌ای از اهم یافته‌ها و نتیجه‌گیری‌ها برای مدت زمانی که گزارش آنها را تحت پوشش قرار داده است؛
- رسانه‌های به خصوصی که مورد نظارت‌گری قرار گرفته‌اند و اینکه چرا این رسانه‌ها بر گزیده شده‌اند؛
- توصیفی از روش‌شناسی پروژه؛
- بحثی معقول پیرامون جزئیات یافته‌ها طی دوره‌ی نظارت‌گری؛
- گرافیک‌ها و نمودارهایی حاوی میزان مدت زمان پوشش و تحلیل‌های مثبت و منفی در اینکه چگونه موضوعات توسط هر یک از رسانه‌هایی که مورد نظارت‌گری قرار گرفته است، عرضه گردیده‌اند؛

- پیشنهاد‌های مناسبی در جهت بهبود رفتار رسانه‌ها یا دولت در قبال رسانه‌های گروهی؛ و
- سیاست‌گذاری از داوطلبان، کادر اداری، بنیانگذاران و شریکان پروژه.

نمودارها و گرافیک‌هایی باید پروژه را همراهی کنند و توضیحات جداگانه‌ای نیز پیرامون آنها تهیه گردد. نتیجه‌گیری باید عوامل بنیادین را همچون دسترسی به رسانه، انصاف در مقابل سونگری و پوشش مکفی و دقیق مد نظر قرار دهد.

زبان و فحوای گزارش‌های پروژه چنانچه خواهان تأثیری هستید، از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. گزارش‌ها باید منصفانه بوده و براساس یافته‌های قابل اثبات، به دقت در قالب واژه‌ها ریخته شده و به گونه‌ای حرفه‌ای ارائه گردد. باید به تحولات مثبتی که در رفتار رسانه‌ها دیده می‌شود، اعتبار بخشید و همچنین کوتاهی‌ها و عدم توفیق آنها را در کار نامعقول به نمایش گذاشت. گزارش‌ها باید همچنین شیوه‌ی برخورد دولت با رسانه‌ها و مسئولیت‌مقامات انتخاباتی در فراهم‌آوری آموزش کافی به رأی دهندگان را مورد توجه قرار دهند.

دست اندرکاران پروژه افزون بر انتشار گزارش‌های ادواری پیرامون نتایج فعالیت‌های در حال نظارت‌گری، باید خود را در جهت نشر گزارش‌های عاجل در مواقعی که نیاز ایجاب می‌کند نیز آماده سازند.

دست اندرکاران پروژه افزون بر انتشار گزارش‌های ادواری پیرامون نتایج فعالیت‌های در حال نظارت‌گری، باید خود را در جهت نشر گزارش‌های عاجل در مواقعی که نیاز ایجاب می‌کند نیز آماده سازند. در مواردی که حملاتی نسبت به رسانه‌ها و یا اعمال سانسور مطرح است، بیانیه‌های ویژه‌ای را می‌توان منتشر ساخت.

گزارش‌های حاشیه‌ای پیرامون چارچوب قانونی رفتار رسانه‌ها و دیگر مسائل متنی همانند پیشینه‌ی سانسور در زمان مخاصمات یا حالت اضطراری و یا سوانح طبیعی باید تهیه شود و جدا از گزارش‌های ادواری پروژه انتشار یابد. افزون بر این، بلافاصله پس از تکمیل روند انتخابات یک گزارش جامع «نهایی» نیز باید پیرامون رفتار رسانه‌ها منتشر شود. (رجوع کنید به فصل چهارم: مبانی نظارت‌گری، بخش تحت عنوان «گزارش‌های

نهایی پیرامون پوشش خبری انتخابات» صفحه‌ی ۳۲)

### ترجمه به زبان‌های دیگر

پُرسش مهمی که باید مورد توجه قرار گیرد این است که آیا می‌شود گزارش‌ها را به زبان‌های دیگری هم برگرداند؟ اگر هدف پروژه حامل پیامی برای جامعه‌ی جهانی یا به زبان اقلیت جمعیت کشوری است، ترجمه‌اهمیتی برای پروژه خواهد داشت، اما همزمان به زمان چشمگیری در جهت آماده کردن گزارش نیز نیاز خواهد بود. در مواردی که زمان و منابع محدود است و داوری نیز بر اهمیت دیگر زبان‌ها صحه می‌گذارد، پروژه ممکن است انتشار فشرده‌ای از یافته‌ها را در آن زبان‌ها مورد توجه قرار دهد.

### اینترنت

در صورت امکان، دست اندرکاران پروژه باید وب‌گاهی به راه اندازند تا از طریق آن گزارش‌ها و نمودارها را بلافاصله پس از کنفرانس‌های مطبوعاتی در دسترس قرار دهند. افزون بر ارائه‌ی هر یک از گزارش‌های پروژه، وب‌گاه می‌تواند دیگر اطلاعات را به گونه‌ای زنده فراهم آورد. نشانی پروژه می‌تواند به نحو گسترده‌ای در کشور مورد نظر و گرداگرد جهان در دسترس بوده و همچنین به وب‌گاه سازمان‌های همباز نیز پیوند خورد. این ارتباط‌ها را می‌توان میان این وب‌گاه و دیگر سازمان‌ها برقرار ساخت. (برای نشانی پروژه‌های استقرار یافته‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌ها به پیوست ۱ مراجعه کنید؛ و نیز نگاه کنید به فصل دوم، بخش تحت عنوان «نظارت‌گری بر پوشش سیاسی از طریق اینترنت.»)

پُست‌های الکترونیکی گروهی را هم می‌توان برای توزیع اطلاعیه‌های کنفرانس‌های مطبوعاتی، گزارش‌های اضطراری، بیانیه‌های مطبوعاتی و گزارش‌های ادواری در پس کنفرانس‌های مطبوعاتی بنا نهاد. این گروه‌های توزیع باید دفاتر اصلی رسانه‌های کلیدی بین‌المللی خارج از کشور و همچنین سازمان‌های مهم غیر دولتی و وابسته به دولت را در آن بگنجانند.

### کنفرانس‌های مطبوعاتی

شیوه‌ای که گزارش‌ها انتشار می‌یابند حیاتی است. اغلب با برپایی یک کنفرانس مطبوعاتی که به نحو خوبی سازماندهی شده، بهترین راه در جهت تضمین جلب توجه به پروژه است و اینکه گزارش‌های نظارت‌گری از تأثیر قابل توجهی برخوردار خواهد بود. در ارتباط با کنفرانس‌های

که پروژه در صدد نیست با آن به رقابت برخیزد (همچون کنفرانس‌های خبری هفتگی که به وسیله‌ی نخست‌وزیر برای عرضه‌ی متناوب داده‌های اقتصادی صورت می‌گیرد)؟

### شرکت‌کنندگان

از پیش باید نهادهای رسانه‌ای، روزنامه‌نگاران مورد نظر از جوامع داخلی و بین‌المللی را به کنفرانس‌های مطبوعاتی فراخواند و اطلاعات لازم را در تماس با آنها برای آخرین اعلام‌خبر و پیگیری به دست آورد. چندین روز پیش از برگزاری کنفرانس می‌توان بیانیه‌ی مطبوعاتی یا مشورتی برای آنان ارسال داشت و به منظور پیگرفت، یک روز پیش از برنامه، تلفنی شرکت‌کنندگان بالقوه را پیرامون زمان و محل کنفرانس مطبوعاتی یادآوری کرد.

### محل و تدارکات برگزاری

موقعیت کنفرانس مطبوعاتی باید کاملاً شناخته شده و برای دسترسی به آن برای جامعه‌ی مطبوعاتی به راحتی انجام گیرد. تمامی کنفرانس‌های مطبوعاتی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی باید هر هفته یا هر دو هفته یکبار یا دیگر فواصل منظم در همان محل، همان ساعت صورت پذیرد. سالن باید به اندازه بوده و بتواند تعداد متناسبی از شرکت‌کنندگان را در خود جای دهد و همزمان زیاد هم بزرگ نباشد. اگر سالن اندکی پُر نشان دهد بهتر از سالن بزرگی است که «خالی» به نماید. سالن را باید به گونه‌ای آماده ساخت که بتوان نتایج را از طریق پروژکتور نشان داد و یک میکروفن و سیستم صوتی را هم در دستور کار گذاشت. میزی را باید در مقابل برای سخنگویان قرار داد و احتمالاً تریبون را هم با توجه به تعداد سخنگویان و شیوه‌ی سخن گفتن آنان برای مجری برنامه و فردی که گزارش را ارائه می‌دهد، تهیه دید. همچنین نام و آرم پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌ها را روی پرده‌ای بزرگ در پس‌ویز صحنه به نمایش گذاشت و به خاطر داشت که در بریده فیلم‌ها و تصاویر کنفرانس تجلی خواهد یافت. زمانی که ترتیب نشست سخنگویان پشت میز داده می‌شود، باید روی همین جلوه نیز تکیه کرد.

میزی را هم که روی آن دفتری برای امضا در نظر گرفته شده، باید در آستانه‌ی سالن و در صورت نبود محل، آن را در داخل کار گذاشت. دفتری هم باید برای اعضای مطبوعاتی و دیگران، به انضمام بسته‌های مطبوعاتی (که بحث آن متعاقباً خواهد آمد)، روی میز نهاد. گزارش‌ها را احتمالاً می‌توان ضمیمه‌ی همان بسته کرد، زیرا ممکن است که گزارشگران پاکت

مطبوعاتی ملاحظاتی بی‌شماری وجود دارد که باید مورد توجه قرار گیرد. دبیر مطبوعاتی و روابط عمومی پروژه باید فهرستی از اسامی، آدرس‌ها، نشانی‌های پست الکترونیکی، شماره‌های تلفن و دورنگار (فکس)، شماره تلفن رادیوها و تلویزیون‌ها و همچنین زمان پخش اخبار و مهلت مقرر جهت تسلیم اطلاعات برای نهادهای بین‌المللی در ارتباط با ایستگاه‌های رسانه‌ای را آماده سازد. این فهرست‌ها که در یک دفتر یادداشت و نیز در حافظه‌ی کامپیوتر قرار دارد، همچنین باید شامل اسامی ناشران، ویرایشگران، و سردبیران و گزارشگران مُنتصب که ظاهراً کار پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌ها را پوشش خواهند داد، باشد.

این اطلاعات در جهت سازماندهی کنفرانس‌های مطبوعاتی سودمند تواند بود. این اطلاعات برای برپایی دیدارها با سردبیران و فراخوانی مطبوعات به منظور آشنایی با عملکردهای پروژه نیز می‌تواند مفید فایده باشد. اطلاعاتی از این دست همچنین اتحادیه روزنامه‌نگاران، سازمان‌های حقوق بشر و دیگر فعالان مدنی، هیأت‌نظار و سرپرستی بر رسانه (از جمله کمیته‌های پارلمانی و وزرا)، مقامات مسئول درانتخابات، سفارتخانه‌ها، سازمان‌های مرتبط بین‌المللی و مؤسسات پشتیبانی مالی را که بایستی بخشی از استراتژی گزارش‌ها و رسانه‌ها به شمار آیند، در بر می‌گیرد.

دبیر مطبوعاتی و روابط عمومی باید روابط حرفه‌ای را با سردبیران و گزارشگران مُنتصب که پوشش کار نظارت‌گری بر رسانه‌ها را بر عهده خواهند داشت، برقرار سازد و مراقب باشد که این مسائل روابطی حرفه‌ای است و نه اجتماعی. دبیر مطبوعاتی همواره باید به عنوان نماینده‌ی پروژه سخن گوید و به خاطر بسپارد که پروژه به اتهاماتی از جمله اَلطاف به روزنامه‌نگاران بخصوص، روی خوش نشان نخواهد داد. این روابط به مرور زمان در نیاز به پوشش یافته‌های نظارت‌گری و پی‌گیری با ایستگاه‌های رسانه‌ای در تضمین پوشش دقیق کار پروژه از اهمیت برخوردار خواهد بود. در میانه‌ی دیگر عوامل اصلی در جهت سازماندهی به یک کنفرانس مطبوعاتی، باید از نکات زیرین بهره گرفت.

### زمان بندی

بهترین روز و زمان برپایی کنفرانس مطبوعاتی را باید به دقت مورد توجه قرار داد. داشتن زمان و محلی در جهت ارائه‌ی گزارش‌های روزانه، موجب ازدیاد جمعیت خواهد شد. در گزینش زمان، پرسش‌هایی از این دست را می‌توان مطرح ساخت: ضرب‌الاجل روزنامه‌نگاران چه هنگام است؟ آیا دیگر رویدادهای جالب خبری معمولاً در روزهای بخصوصی بر پا می‌شود

اهمیت تلقی می‌کند، آگاه بوده و به کرات این پیام را بازگو کند. به سخنی دیگر، سخنگو یا سخنگویان باید «بر سر پیام بایستند». روزنامه‌نگاران احتمالاً علاقه‌ی مفراطی از خود به یافته‌های پروژه نشان خواهند داد چرا که عاقبت این یافته‌ها سایه بر سر نهادهای آنان و رقباشان خواهد افکند. بنابراین، سخنگویان باید با ظرافت از عهده‌ی پرسش‌ها، چالش‌ها و حتی اتهامات از سوی مطبوعات برآیند. آنان باید در دفاع از گزارش‌ها و روش شناسی پروژه که متکی بر حقایق است، از آرامش برخوردار باشند و از حالت دفاعی یا جر و بحث پرهیز کنند.

این مسأله نیاز به تمرکز حواس دارد و می‌توان پیش از کنفرانس به تمرین آن پرداخت. سخنگویان باید مدتی پیش از کنفرانس مطبوعاتی گزارش نظارت‌گری بر رسانه‌ها و بیانیه‌های مطبوعاتی در ارتباط با آن را در دست داشته باشند و در این راستا می‌توانند به مرور آن بپردازند و مطالب را آماده سازند. سخنگو یا سخنگویان همچنین باید پیش از کنفرانس مطبوعاتی با کادر فنی همکاری کنند و اطمینان یابند که کار با پروکتور برای نمایش گرافیک‌ها عملی است و در روند ارائه، با نظم پیش خواهد رفت. همچنین عاقلانه خواهد بود که مدیر پروژه و رهبران تیم نیز در آماده‌سازی کنفرانس مطبوعاتی سهیم باشند. مدیر پروژه می‌تواند که طی کنفرانس پشت‌میز نشسته و در صورت لزوم یارمند در پاسخگویی‌ها باشد. چنانچه مدیر پروژه بار سخنگوی رسمی را نیز با خود حمل می‌کند، شخصیت قابل احترام دیگری که به نیکی با عملیات پروژه و یافته‌های آن آشنایی دارد و سخنوری فصیح و منضبط است، باید سر میز بنشیند. داشتن یک سخنگوی پشتیبان همیشه خردمندانه است و به عنوان نفر دومی که سر میز می‌نشیند تضمین خواهد کرد که امر مهمی از قلم نمی‌افتد و با تصویر نادرستی از مسائل عرضه نمی‌گردد.

#### وانمود سازی کنفرانس مطبوعاتی

باز هم از خرد به دور نخواهد بود که پیش از اینکه پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی خود را آماده‌ی انتشار نخستین گزارش می‌کند دست به برپایی یک کنفرانس مطبوعاتی تمرینی زد. این جریان برای تمامی شرکت‌کنندگان، به ویژه سخنگویان، هم فال و هم تماشا خواهد بود. حتی پس از به راه افتادن پروژه، این جلسات تمرین باید پیش از هر کنفرانس مطبوعاتی همچنان برگزار شود تا نکات فنی — که در بالا بحث شد — مورد توجه قرار گیرد و نیز چند تنی با وانمودسازی از سوی مطبوعات، پرسش‌هایی در ارتباط با گزارش را که قرار است انتشار یابد مطرح سازند.

را برداشته و دیگر برای جلسه به انتظار نشینند. چنانچه کنفرانس مطبوعاتی در زمانی است که روزنامه‌نگاران وقتی کافی برای موعد مقرر خود دارند، بنابراین نسخه‌هایی از گزارش‌های پروژه را می‌توان در پایان کنفرانس یا پس از ارائه‌ی یافته‌ها توزیع کرد. افزون بر این، میزی را هم می‌توان برای سایر اطلاعات (همچون بیانیه‌ی مأموریت پروژه‌ی نظارت‌گری و گزارش‌های پیشین) در نظر گرفت. همچنین تخصیص میزی برای نوشیدنی‌ها و خوراکی که قطعاً مورد سپاس خضار قرار خواهد گرفت، ضروری است.

سخنگو باید به دقت از پیام اصلی که پروژه عرضه‌ی یافته‌های مترتب به آن را با اهمیت تلقی می‌کند، آگاه بوده و به کرات این پیام را بازگو کند.

#### بسته‌های مطبوعاتی

بسته‌های مطبوعاتی برای توزیع در کنفرانس باید پیشاپیش آماده شود. داشتن این بسته‌ها در دیگر موارد برای عرضه به روزنامه‌نگاران و دیگران که علاقه‌ای نسبت به آگاهی پیرامون پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه ابراز می‌کنند، ارزشمند است. بسته‌های مطبوعاتی باید شامل: بیانیه‌ی مأموریت پروژه، شرحی از سازمان‌های حامی پروژه (در صورت وجود)، هیأت مدیره یا گروه مشاورتی (در صورت وجود)، توصیفی از روش شناسی پروژه، و بیانیه‌ی مطبوعاتی در ارتباط با گزارش نظارت‌گری بر رسانه‌ها که قرار است در کنفرانس مطبوعاتی عرضه شود، باشد.

#### سخنگو یا سخنگویان و ارائه‌ی کنفرانس مطبوعاتی

سخنگو یا سخنگویان رسمی برای پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی باید به دقت برگزیده شوند تا اعتبار و نگهداشت پروژه را (همانگونه که در فصل چهارم عنوان گردید) بنیان نهند. این شخص باید سخنرانی فوق‌العاده در انظار عمومی به شمار آید و قادر باشد تا یافته‌های پروژه را در کنفرانس مطبوعاتی به گونه‌ای موجز و روشن بیان کند. این ارائه باید نمودارها و گرافیک‌ها را نیز در بر گیرد. مضافاً، این سخنگو باید با مهارت پرسش‌هایی از سوی رسانه‌ها را پاسخ گوید. عرضه‌ی گزارش‌های نظارت‌گری بر رسانه‌ها همچنین طالب انضباط است. سخنگو باید در آغاز سخنان خود و نیز در پاسخ به پرسش‌های روزنامه‌نگاران، به دقت از پیام اصلی که پروژه عرضه‌ی یافته‌های مترتب به آن را با

پروژه باید این داده‌ها را به مثابه‌ی مسائل داخلی نسبت به اینکه چگونه نهادهای رسانه‌ای خود با این پروژه برخورد کرده‌اند، مورد بررسی قرار دهد. این پوشش نباید به عنوان بخشی از گزارش‌های ادواری پروژه قلمداد گردد. به هر حال، این نکته و همچنین بهبود در پوشش خبری از حریفان انتخاباتی و اقدامی مثبت در قوانین، مقررات، قواعد خود رسانه‌ها و دیگر عوامل می‌توانند به مرور زمان در تحلیل اثرات این پروژه از اهمیت برخوردار باشند.

### پیگیری

پس از کنفرانس مطبوعاتی باید اقدامات گسترده‌ای را در ارتباط با پیگیری مسائل به کار بُرد. دفتر امضا را باید به دقت برای حضور یا عدم حضور نماینده یا نمایندگان با نفوذ رسانه‌ای از دیگر بخش‌ها مورد بررسی قرار داد. نسخه‌هایی از گزارش و بیانیه‌های اطلاعاتی در ارتباط با مسأله باید در اسرع وقت شخصاً یا از طریق پُست تصویری یا پُست الکترونیکی به آنان رسانده شود.

دبیر مطبوعاتی و روابط عمومی همچنین باید اطمینان یابد که خود پوشش نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی نیز مورد نظارت‌گری قرار گرفته است. فرم‌های نظارت‌گری نیز باید توسط تیم‌های نظارت‌گر تکمیل و به هرگونه پوششی از پروژه توجهی مبذول گردد. (برای نمونه فرم‌ها، به پیوست ۶ مراجعه کنید.) تحلیلی جداگانه نیز باید از همین پوشش تهیه و در اختیار مدیر پروژه و دبیر مطبوعاتی و روابط عمومی گذارده شود.

### اطلاعات سودمند

در صورت موفقیت، گزارش‌های پروژه می‌تواند خدمتی به این مسائل کند:

- اعتماد مردم را نسبت به رسانه‌ها تا حدی موجه بالا خواهد بُرد و به حریفان سیاسی پیرامون کارکرد مُنصفانه‌ی رسانه‌ها اطمینان خاطر خواهد بخشید.
- رأی دهندگان را از هرگونه دل‌نگرانی آگاهی می‌بخشد و آنان را در نیاز به سؤال در مورد اطلاعاتِ سونگرانه‌ای که ممکن است به دست آورند، یاری می‌رساند و همزمان آنها را به کسب اطلاعاتِ بیشتر از منابع دیگر به جست و جوی وا می‌دارد.
- روزنامه‌نگاران، ویرایشگران و اربابان رسانه‌های گروهی را از قصور یا ضعف‌ها شان آگاه می‌کند و آنان را بر می‌انگیزاند تا دست به اصلاحات بزنند.
- هیأت‌نظار دولتی را از مشکلاتی که ممکن است با اجرای مکانیزم‌های موجود قابل رفع باشد با خبر می‌سازد یا اینکه وادارشان می‌سازد که کوتاهی‌های خویش را در این زمینه توضیح دهند.
- مقامات دولتی را در دست یا بیدن به اصلاحاتی که می‌تواند در رفع مشکلات مفید افتد، با خبر می‌سازد.
- رقبای سیاسی را از مشکلاتی که دارند و اینکه می‌توانند با تلاش‌های خود در اصلاح آنها گام بر دارند، آگاه می‌سازد.
- اتحادیه یا جامعه‌ی روزنگاران را از مشکلاتی که می‌توان آنها را از طریق مقرراتِ عضویت یا دستورالعمل‌های رفتاری مورد توجه قرار داد، آگاه می‌سازد.
- جامعه‌ی بین‌المللی را از مشکلاتِ حاکم بر فضای پیش از انتخابات که ممکن است کمکی در ارزیابی آنان نسبت به طبیعت روند انتخاباتی باشد، آگاه می‌سازد؛ یا آنکه از یارمندی آنان پیرامون این مشکلات که می‌توان از طریق موافقت‌های موجود بین‌المللی آنها را مورد توجه قرار داد، بهره گرفت.
- دیگر گروه‌های مدنی را پیرامون اطلاعاتی که نیاز دارند تا برنامه‌های مدنی خویش را در ارتباط با انتخابات یا حقوق بشر به مورد اجرا بگذارند، آگاه می‌سازد.





## فصل هفتم

## استنتاج

نقش رسانه‌ها در آن، پاره‌ای بنیادین از این تحرک دو جانبه است. بنا براین، نظارت‌گری بر رسانه‌ها در جهت ارتقای انتخاباتی آزاد برای فعالان حقوق بشر و آزادی در هر کشوری حائز اهمیت است.

برای نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی پیش و در پس انتخابات دلایل بی شماری وجود دارد. دشواری‌هایی که در نتیجه‌ی کنترل رسانه‌ها از سوی گروه‌های فشار عمومی و خصوصی پدید می‌آید، می‌تواند سلامت دموکراسی پُر شور و هیجان ملتی را به مخاطره افکند و روند آزادی در دیگر نقاط را نیز به تمام و کمال سد کند. بسیاری از شهروندان در دموکراسی‌های نو رس و در کشورهایی که روند پیشرفت دموکراتیک متوقف شده یا مورد تهدید قرار گرفته است، نخست دیده‌ی خویش را به رفتار رسانه‌ها در بافت انتخاباتی می‌دوزند. آنان اغلب نظارت‌گری بر رسانه‌ها را به آینده نیز بسط می‌دهند و امکان دارد که نظارت‌گری بر پوشش روندهای سیاسی و امور دولتی پایگاهی دائمی یابد.

شهروندان فعالی که اقدامات منجر به فساد رسانه‌ها را فاش می‌سازند و نیز نقش رسانه‌ها را در ارائه‌ی اطلاعات ناراستین یا سونگرانه زیر ذره‌بین می‌برند، می‌توانند آنهایی را که در جست و جوی راه حلی برای این مشکلاتند، یاری دهند. نظارت‌گری بر رسانه‌ها می‌تواند در طرفداری از اصلاح قوانین و مقررات رسانه‌ها و نیز اقدامات مؤثر دولت در اعتلا و حمایت از آزادی‌های مطبوعات، حقوق سیاسی حریفان سیاسی در جلب حمایت جامعه از طریق رسانه‌ها و حق مردم به دریافت پوشش دقیق، متوازن و کامل از روندهای سیاسی و مسائل دولتی، نقشی حیاتی داشته باشد. نظارت‌گری بر رسانه‌ها همچنین می‌تواند رسانه‌ها و کانون روزنامه‌نگاران را با ترغیب به پای‌بندی به موازین حرفه‌ای، به اصلاح مقرراتی که خود وضع کرده‌اند، دست یابند. از این رهگذر، نظارت‌گران بر رسانه‌های گروهی زمینه را برای تمامی شهروندانی که در طلب اطلاعات در جهت اتخاذ تصمیمات مهم در راستای دموکراسی‌اند، فراهم می‌آورند.

نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی کاری طاقت فرسا است که از حساسیت زمانی برخوردار می‌باشد. این کار نیاز به تلاش‌های بسیار دقیقی نظارت‌گران، تحلیل محتاطانه رهبران تیم و داوری هوشمندانه‌ی آنهاست که پروژه‌های نظارت‌گری را آماده و عرضه می‌کنند، دارد. در اینکه آیا یافته‌ها از مشارکت راستین رسانه‌ها نسبت به انتخاباتی دموکراتیک حکایت دارند، یا نه، مسأله‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌ها خود می‌تواند اعتماد مردم به رسانه‌های گروهی را گسترش داده و همچنین در حمایت دولت از آزادی بیان و روند انتخاباتی مؤثر افتد. نظارت‌گری بر رسانه‌ها می‌تواند تأثیر به‌سزایی در بهبود فضایی که روزنامه‌نگاران در آن به کار اشتغال دارند، به وجود آورد و در اصلاح رفتار رسانه‌ها نسبت به رقبای سیاسی و فراهم‌آوری اطلاعات دقیق و متوازن که بر اساس آن مردم آگاهانه و آزادانه به گزینه‌های سیاسی خود دست می‌یابند، نقشی ایفا کند.

نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی بنا بر طبیعت خویش، پرسش‌های نسبتاً پیچیده‌ای را مطرح می‌سازد. راه اندازی نظارت‌گری بر رسانه‌ها تنها بر یک روش متکی نیست. مضافاً، آنهایی که پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی را سازمان می‌دهند، باید روش‌شناسی را با توجه به شرایط موجود در کشور خویش برگزینند.

این کتاب راهنما بر مسائل ویژه‌ای در ارتباط با پوشش خبری پیرامون بافت انتخاباتی تأکید می‌گذارد. انتخابات فرصت مهمی را در جهت مشاهده‌ی شیوه‌ی رفتار رسانه‌های گروهی پیش می‌آورد و این درست به گونه‌ی فرصتی است که خود این رسانه‌ها برای بررسی یک رشته از نهادها و روندهای حاکم بر انتخابات در اختیار می‌گذارند. از آنجایی که انتخاباتی راستین حق بنیادین انسان است و این حق اگر تحقق یابد به استحکام سیستم‌هایی که از حقوق بنیادین حمایت می‌کنند و آن را اعتلا می‌بخشند یاری می‌رساند، به همین دلیل یک انتخابات دموکراتیک بدون بهره‌مندی آزادانه از دیگر احقاق مدنی و سیاسی امکان‌پذیر نخواهد بود. آزادی بیان و



## پیوست‌ها

فهرستی از سازمان‌هایی که در انتخابات به نظارت‌گری رسانه‌های گروهی می‌پردازند یا به دیگر سازمان‌ها را در نظارت‌گری یاری می‌دهند.

سازمان‌های ملی:

|               |   |
|---------------|---|
| آلبانی        | کانون فرهنگ دموکراتیک (SHKD)  |
| بنگلادش       | اتحادیه‌ی نظارت‌گری برانتخابات عادلانه (FEMA)   |
| بلغارستان     | کانون انتخابات عادلانه و حقوق بشر بلغارستان (BAFECR)<br><a href="http://www.bia-bg.com/Business/directory/bschigp_english.htm">www.bia-bg.com/Business/directory/bschigp_english.htm</a>      |
| کامبوج        | کمیته برای انتخابات آزاد و منصفانه در کامبوج (COMFREL)<br><a href="http://www.bigpond.com/kh/users/comfrel/">www.bigpond.com/kh/users/comfrel/</a>  |
| کنیا          | هیأت حقوق بشر کنیا (KHRC)<br><a href="http://www.hri.ca/partners/khrc">www.hri.ca/partners/khrc</a>   |
| کوسوو         | کُنش کوسوو برای ابتکارات مدنی (KACI)<br><a href="http://www.kaci-kosova.org">www.kaci-kosova.org</a>  |
| مکزیک         | آکادمی حقوق بشر مکزیک (AMDH) و اتحادیه‌ی مدنی<br><a href="http://www.unam.mx/amdh">www.unam.mx/amdh</a> ; <a href="http://www.laneta.apc.org/alianza/">http://www.laneta.apc.org/alianza/</a> |
| مونته نگرو    | اتحادیه‌ی روزنامه‌نگاران جوان (AMN)<br><a href="http://www.amnng.com/amn">www.amnng.com/amn</a>   |
| پرو           | گروه نظارت‌گری بر انتخابات گسترده‌ی شفاف<br><a href="http://www.transparencia.org.pe">www.transparencia.org.pe</a>  |
| رومانی        | انجمن آزادی خواهان (APD)<br><a href="http://www.apd.ro">www.apd.ro</a>  |
| اسلواکی       | MEMO'98<br><a href="http://www.memo98.sk">www.memo98.sk</a>   |
| آفریقای جنوبی | پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی (MMP)<br><a href="http://www.sn.apc.org/mmp/index.html">www.sn.apc.org/mmp/index.html</a>  |
| سريلانكا      | مرکز جایگزین‌ها و آگاهی ده<br><a href="http://www.cpalanka.org">www.cpalanka.org</a>  |
| اوکراین       | کمیته‌ی رأی دهندگان اوکراین (CVU)<br><a href="http://www.cvu.kiev.ua">www.cvu.kiev.ua</a>   |
| زیمبابوه      | پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی زیمبابوه (MMPZ)<br><a href="http://www.cvu.kiev.ua">www.cvu.kiev.ua</a>  |

## سازمان‌های بین‌المللی

ماده ۱۹، فعالیت‌های جهانی برای آزادی بیان  
[www.article19.org](http://www.article19.org)

خدمات بین‌المللی اصلاح انتخابات  
[www.eris.org.uk/](http://www.eris.org.uk/)

انجمن رسانه‌های گروهی اروپا (EIM)  
[www.eim.de](http://www.eim.de)

اتحادیه‌ی اروپا (EU)  
[europa.eu.int/comm/development/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/development/index_en.htm)

انجمن ملی دموکراسی برای امور بین‌المللی  
[www.ndi.org](http://www.ndi.org)

انجمن پاپوآ  
[www.osservatorio.it/](http://www.osservatorio.it/)

سازمان برای امنیت و همکاری در اروپا  
دفتر انجمن‌های دموکراتیک و حقوق بشر (OSCE/ODIHR)  
[www.osce.org/odihhr](http://www.osce.org/odihhr)

گزارشگران بدون مرز (RSF)  
[www.rsf.org](http://www.rsf.org)

بنیاد آسیا (TAF)  
[www.asiafoundation.org](http://www.asiafoundation.org)

برنامه‌ی توسعه‌ی سازمان ملل متحد  
[www.undp.org](http://www.undp.org)

## ارزیابی چارچوب قانونی در ارتباط با رسانه‌های گروهی و انتخابات

### چارچوب قانونی

- شروط در ارتباط با قانون اساسی و قانونی کدامین هستند؟ باید به بررسی آنها پرداخت و به حقوق و تعهداتی که به آزادی بیان، از جمله آزادی قلم و حق تحقیق، وصول و انتقال اطلاعات ارتباط می‌یابد، پی بُرد. آیا تصمیمات قضایی وجود دارد که ممکن است در تعبیر این حقوق و تعهدات یارمند افتد؟ آیا به آرای دادگاه‌ها احترام گذاشته می‌شود؟
- قوانین در ارتباط با مسؤلیت و هتک حرمت در کشور مورد نظر چگونه است و آیا اجرای آنها مسبوق به سابقه است؟ آیا قوانینی مربوط به سخنرانی‌هایی که هدفش هتک حرمت است، وجود دارد؟ حزبی که مورد اهانت قرار گرفته است آیا اصلاً حق پاسخگویی به این اهانت‌ها را دارد؟ آیا این قوانین از سوی مقامات دولتی یا افراد غیر دولتی به منظور تحت فشار قرار دادن روزنامه‌نگاران یا اربابان رسانه‌های انتقادگر مورد استفاده قرار گرفته است؟
- آیا در قوانین انتخابات به حقوق و مسؤلیت‌های رسانه‌ها طی برگزاری انتخابات اشارتی شده است؟ آیا شروطی برای پوشش خبری دقیق و متوازن نسبت به نامزدهای سیاسی و پیش‌گیری از سونگری وجود دارد؟ آیا در جریان برگزاری یک انتخابات شروطی حاکم بر دسترسی آزادانه و مستقیم برای برنامه‌ریزی توسط احزاب یا نامزدها وجود دارد؟ زمان‌های اختصاص داده شده برای این منظور چگونه است؟ آیا اجازه‌ی تبلیغات غیر رایگان سیاسی نیز داده شده است؟ آیا موازینی برای نشریات آموزش رأی دهندگان وجود دارد؟ آیا محدودیت‌هایی نسبت به اعلان‌های رادیو و تلویزیونی یا نشر خبرها و اطلاعات پیش و طی دوره‌ی انتخابات وجود دارد؟ در صورتی که حقوق نامزدهای انتخاباتی توسط رسانه‌ها نقض شده باشد، آیا مکانیسمی برای احقاق حق وجود دارد؟ آیا قانون به کمیسیون انتخابات در جریان رأی‌گیری اختیاراتی ورای رسانه‌ها داده است؟
- آیا کشور مورد نظر معاهدات بین‌المللی یا دیگر تعهدات را امضا کرده است که این کشور را نسبت به برگزاری انتخاباتی راستین و دمکراتیک، آزادی بیان، آزادی مطبوعات و حق دسترسی به اطلاعات ملزم می‌سازد؟
- آیا قوانینی بر نهادهای رادیو و تلویزیونی و یا رسانه‌های نوشتاری، مالکیت رسانه و دریافت پروانه یا دیگر مسائل مرتبط، همچون واردات تجهیزات و ملزومات جاری است؟

### پروانه‌ی کار

- نهادهای رادیو و تلویزیونی در کشور مورد نظر چگونه درخواست پروانه‌ی کار می‌کنند؟ این شرایط و سوابق اینکه نهادهای رادیو و تلویزیونی چگونه به همین پروانه و حق پخش برنامه دست یافته‌اند را باید بررسی کرد. آنگاه که تاریخ پروانه‌ها منقضی می‌شود، چه شرایطی برای تمدید آن وجود دارد؟ پروانه‌ها چگونه و توسط چه کسی لغو می‌شود؟ آیا این شیوه منصفانه به نظر می‌رسد؟
- آیا برای رسانه‌های نوشتاری، واردات، مالکیت یا اداره‌ی دستگاه چاپ و نیز مقرراتی نسبت به واردات یا قیمت گذاری کاغذ روزنامه یا توزیع مطالب چاپی، شرایط اخذ پروانه‌ای وجود دارد؟
- آیا نهاد نظارت‌کننده‌ای که مسؤل بر رسانه‌های دولتی یا غیر دولتی است، وجود دارد؟ قدرت‌ش تا چه حد است و سابقه‌ی آن چیست؟ باید تمامی مقررات منتشره و آنهایی را که رسماً اعلام گردیده به انضمام تصمیمات به عمل آمده و جرائم موضوعه بررسی کرد.

## سانسور

- آیا در کشور مورد نظر سابقه‌ای از سانسور رسمی دولت بر رسانه‌های گروهی وجود دارد (مثلاً، در ارتباط به کشمکش‌های مدنی یا دیگر موارد)؟ در صورت وجود، آیا هیچگونه اثراتی طولی‌مدت بر آزادی رسانه‌ها بر جای گذاشته است؟
- آیا در کشور مورد نظر سابقه‌ای از حملات جسمانی نسبت به روزنامه‌نگاران، ویرایشگران یا اربابان رسانه‌ها وجود داشته است؟ آیا دولت مرتکبین را به دست عدالت سپرده است؟ آیا در نتیجه‌ی چنان حملات یا تهدید به حمله، اثراتی در پوشش رسانه‌ها بر جای گذاشته است؟
- آیا در نتیجه‌ی چنان مواردی که در بالا به آنها اشارت گردید یا دیگر عوامل، هیچگونه گزارش‌های معتبری از خود سانسوری در رسانه‌ها دیده شده است؟ در صورت وجود، تأثیر احتمالی آن در پوشش مرتبط به انتخابات چگونه بوده است؟

## مالکیت و نفوذ

- آیا دولت هیچگونه مالکیت یا کنترلی بر نهادهای رسانه‌ای دارد؟ باید آنهایی را که این نهادها را کنترل می‌کنند، باز شناخت. آیا اینگونه نهادها دارای هیأت مدیره‌ی مستقلی هستند؟ در صورت وجود چه کسانی در آن عضویت دارند و چگونه انتصاب یافته‌اند؟
- در کشور مورد نظر چه کسانی نهادهای رسانه‌ای را کنترل می‌کنند؟ آیا به حزبی بخصوص یا دیگر افراد یا سازمان‌های با نفوذی وابسته‌اند؟
- منابع مالی نهادهای رسانه‌ای دولتی و خصوصی از کجا تأمین می‌شود؟ باید یارانه‌های دولتی و درآمدهای ناشی از تبلیغات را بررسی کرد. نهادهای مختلف رسانه‌ای برای رفاه حال یا بقای خویش تا چه میزانی به تبلیغات یا یارانه‌ی دولت وابسته‌اند؟

## مقررات درونی

- آیا انجمن اربابان رسانه‌ها یا ناشرین وجود دارد؟ ضوابط عضویت چیست؟ آیا از یک اصول اخلاقی یا معیارهای شبیه به آن برخوردار است؟ آیا هیأت مدیره یا کمیته‌ای برای نقض این معیارها در نظر گرفته شده است؟ آیا این نهاد در امر سانسور، تعلیق یا لغو عضویت دارای قدرت است؟ آیا یک غیر عضو می‌تواند شکواییه‌ای را در این هیأت مدیره مطرح سازد؟ آیا این هیأت مدیره توان آن را دارد که فرمان بر اصلاح، حق پاسخگویی یا راه‌حلی از این دست را صادر کند؟
- آیا شورای ملی مطبوعات یا کانون روزنامه‌نگاران وجود دارد؟ آیا این نهاد معیاری برای مسئولیت‌های حرفه‌ای، دستورالعمل رفتاری یا موازینی شبیه به آن را برخوردار است؟ آیا اعضا موظف‌اند که این معیارها را رعایت کنند یا اینکه خود را به رعایت آن ملزم می‌سازند؟ آیا کمیته‌ای برای شکایات از مطبوعات یا «دفتر رسیدگی به شکایات» یا مراکزی از این دست که شهروندان شکایات خویش از کُنش روزنامه‌نگاران را در آن مطرح سازند، وجود دارد؟ آیا کمیته‌ی رسیدگی به شکایات، توانایی سانسور، تعلیق یا اخراج روزنامه‌نگاری را از شورا یا انجمن دارد؟

## شرایط حقوق بشر جهانی پیرامون انتخابات دموکراتیک و آزادی بیان

### اعلامیه‌ی جهانی حقوق بشر

ماده ۲

هر فرد صرف‌نظر از هرگونه مسائلی از جمله نژاد، رنگ، جنس، زبان، مذهب، عقیده‌ی سیاسی یا دیگر عقیده‌ای، پیشینه‌ی ملی یا اجتماعی، ثروت، تولد یا دیگر منزلت، مُحَقَّ به بهره‌مندی از کلیه‌ی حقوق و آزادی‌هایی است که در این اعلامیه عنوان گردیده است.

ماده ۱۹

هر فرد حق آزادی عقیده و بیان دارد و این حق شامل آزادی در نگهداشت عقاید بدون مداخله و کاوش، دریافت و تبادل اطلاعات و نظرات از هر رسانه و صرف‌نظر از چارچوب مرزها است.

ماده ۲۱

۱- هر فرد حق دارد که در اداره امور کشور خود، خواه مستقیم و خواه با انتخاب نمایندگان از طریق انتخاباتی آزاد، شرکت جوید.

۲- هر فرد حق دارد که برای خدمات عمومی در کشورش، از حق دسترسی برابر برخوردار باشد.

۳- پایگاه قدرت حکومت، در اراده‌ی مردم نهفته است؛ این اراده باید به وسیله‌ی انتخاباتی ادواری و راستین که با حق رأی مساوی و همگانی و از طریق مخفی یا با روندهای مشابه آزاد رأی گیری انجام می‌گیرد، ابراز گردد.

### پیمان بین‌المللی در حقوق مدنی و سیاسی

ماده ۲

۱. هر نماینده‌ی کشوری در میثاق کنونی متعهد می‌شود که حقوق شناخته شده در این قرارداد را محترم شمرده و آن را نسبت به تمامی افراد داخل سرزمین و حیطه‌ی قضایی خویش بدون هرگونه تمایزی از جمله نژاد، رنگ، جنس، زبان، مذهب، عقیده‌ی سیاسی یا هر عقیده‌ی دیگر، ملیت یا اجتماعی، ثروت، تولد یا دیگر شأن و مرتبه تضمین کند.

۲. آنجایی که چنین قوانین یا دیگر موازین در حال حاضر فراهم نگردیده است، هر نماینده‌ی کشور عضو این میثاق متعهد می‌شود که که گام‌های ضروری را در ارتباط با شیوه‌های قانون اساسی خویش و با توجه به قرارداد کنونی برداشته و چنین قوانین یا دیگر موازینی را که ممکن است به منظور تأثیر بخشیدن به حقوق شناخته شده در این قرارداد ضروری باشد، برگزیند.

۳. هر نماینده‌ی کشور عضو حاضر در این میثاق تعهد می‌کند:

الف. در صورتی که فردی حقوق یا آزادی‌های به رسمیت شناخته شده‌ی وی در این میثاق نقض گردیده است، به رغم اینکه این اقدام از سوی شخصی در مقام رسمی انجام گرفته باشد، جبران آن باید به نحوی مؤثر تضمین گردد.



ب. دسترسی هر فرد دادخواه به چنین مافاتی باید توسط دستگاه قضایی ذیصلاح، یا از سوی مقامات اداری و قانونی یا دیگر منابع واجد صلاحیت که توسط سیستم قانونی کشور که امکانات عملکرد قضایی را فراهم دیده است، تضمین گردد.

س. مقامات ذیصلاح باید اجرای این چنین مافات را در صورت صحت مورد ضمانت قرار دهند.

ماده ۱۹

۱. هر فردی حق دارد که عقایدی را بدون مداخله حفظ کند.

۲. هر فرد حق آزادی عقیده و بیان دارد و این حق شامل آزادی در کاوش، دریافت و تبادل اطلاعات و نظرات از هر نوع، صرفنظر از مرزها، به صورت شفاهی یا مکتوب، در قالب هنر یا از طریق رسانه‌ای مطلوب نظر خویش است.

۳. بهره‌گیری از این حقوق که در پاراگراف ۲ این ماده آمده در برگیرنده وظایف و مسؤولیت‌های ویژه‌ای است. بنا براین، امکان دارد به پاره‌ای از محدودیت‌ها بستگی داشته باشد، اما این محدودیت‌ها تنها زمانی انطباق می‌یابد که در قانون در نظر گرفته شده است و در این موارد ضرورت پیدا می‌کند:

الف. در احترام به حقوق یا حیثیت دیگران؛

ب. در حمایت از امنیت ملی یا نظم عمومی یا سلامت یا اخلاق جامعه.

ماده ۲۵

هر شهروند، بدون تمایزهایی که در ماده ۲ عنوان گردیده است و نیز بدون محدودیت‌های غیر موجه حق و فرصت خواهد داشت:

الف. شرکت در اداره‌ی امور مملکت، مستقیم یا از طریق نمایندگانی که آزادانه انتخاب شده‌اند.

ب. رأی دادن و انتخاب شدن در انتخاباتی ادواری و راستین که با حق رأی مساوی و همگانی و از طریق رأی گیری مخفی انجام می‌گیرد و متضمن آزادی بیان و اراده‌ی رأی دهندگان است؛

س. دسترسی به خدمات عمومی در کشورش، به مفهوم عام برابری.

میثاق جهانی در حذف تمامی نمونه‌های تبعیض نژادی

ماده ۵

در پذیرش با تعهدات بنیادین که در ماده ۲ این میثاق عنوان شده است، نمایندگان دولت‌ها متعهد می‌شوند که تبعیضات نژادی را در تمامی نمونه‌های آن ممنوع و منسوخ کرده و حق هر فرد را بدون وجه تمایزی در نژاد، رنگ، ا خاستگاه ملی و قومی، در مقابل قانون، به ویژه در بهره‌مندی از حقوق زیرین یکسان دانند:

...

س. حقوق سیاسی، به ویژه حق شرکت در انتخابات - رأی دادن و انتخاب شدن - بر مبنای حق رأی همگانی و برابر، شرکت در دولت و همچنین اداره‌ی امور عمومی در هر سطح و دسترسی مساوی به خدمات عمومی؛

د. بخصوص دیگر حقوق مدنی؛

...

- حق آزادی عقیده و بیان.

### میثاق جهانی در حذف تمامی نمونه‌های تبعیض علیه زنان

ماده ۷

نمایندگان دولت‌ها باید موازینی در خور را در حذف تبعیض نسبت زنان در زندگی سیاسی عمومی کشور به کار گیرند، و به ویژه، حق وجود برابری با مردان را تضمین کنند:

(الف) حق رأی در تمامی انتخابات و همه پرسی‌ها و استحقاق برای انتخاب در کلیه‌ی نهادهای منتخب عمومی؛

(ب) شرکت در تدوین سیاست دولت و تحقق آنها و تکیه بر مسند دولتی و انجام تمامی وظایف عمومی در کلیه‌ی سطوح دولتی؛

(س) شرکت در سازمان‌های غیر دولتی و انجمن‌های در ارتباط با حیات عمومی و سیاسی کشور؛

ماده ۸

نمایندگان دولت‌ها باید تمامی موازین مناسب را در تضمین به زنان، در وجود برابری با مردان به کار بندند، و اینان بدون هیچگونه تبعیضی فرصت نمایندگی دولت متبوع خویش در سطح بین‌المللی را به دست آورند و در سازمان‌های جهانی شرکت جویند.

### کنوانسیون حقوق سیاسی زنان

ماده ۱

زنان باید بی هیچگونه تبعیض و در وجود برابر مُحَقَّق به رأی دادن در تمامی انتخابات باشند.

ماده ۲

زنان باید در تمامی انتخابات برای نهادهای انتخابی عمومی که از سوی قانون اساسی مقرر شده است، در وجود برابر با مردان و بدون هیچگونه تبعیضی مُحَقَّق باشند.

ماده ۳

زنان باید نسبت به تکیه بر مسند عمومی مُحَقَّق بوده، در اداره‌ی تمامی وظایف عمومی که از طریق قانون اساسی بنیان نهاده شده است، بی هیچگونه تبعیض، و برابر با شرایط مردان، دست داشته باشند.

### منشور آفریقا پیرامون حقوق بشر و مردمی

ماده ۹

۱. هر فردی مُحقّ دریافتِ اطلاعات است.

۲. هر فردی در حیطه‌ی قانون، حقّ بیان و اشاعه‌ی آن را دارد.

ماده ۱۳

۱. هر شهروندی آزادانه حقّ شرکت در دولتِ خویش، مستقیم یا از طریقِ گُزینشِ نمایندگان که در ارتباط با شرایطِ قانونی، آزادانه انتخاب می‌شوند را، دارد.

### کنوانسیون آمریکا پیرامون حقوق بشر

ماده ۱۳. آزادی اندیشه و بیان

۱. هر فردی حقّ ابراز اندیشه و بیان دارد. این حقّ شامل آزادی در کاوش، دریافت، و تبادلِ اطلاعات و عقایدی از هر دست، بدون توجه به مرزها، کلامی یا مکتوب، به اشکال هنری، یا از طرقِ دیگر رسانه‌ای بر مبنای گُزینشِ خویش است.

۲. دستیابی به این حقّ که در بند بالا به آن اشاره گردید، نباید در گروهی پیش سانسوری باشد، اما منوط به تعاقبِ وضعِ مسؤلیتی است که از سوی قانون توضیح گردیده است و ضرورتِ آن را اینگونه ضمانت می‌کند:

الف. احترام برای حقوق یا اشتهاِ دیگران؛ یا

ب. حمایت از امنیّتِ ملی، نظمِ عمومی، یا سلامت و اخلاق عمومی.

ماده ۲۳. حقّ شرکت در دولت

۱. هر شهروندی از حقوق و فرصت‌های زیرین بهره‌مند خواهد شد:

الف. شرکت در اجرای برنامه‌های عمومی، مستقیم یا از طریقِ نمایندگانی که آزادانه انتخاب شده‌اند.

ب. رأی دادن و انتخاب شدن در انتخاباتی راستین ادواری، که با حقّ رأی مساوی و همگانی و از طریقِ مخفی یا با روندهای مشابه آزاد رأی‌گیری انجام می‌گیرد و آزادی بیان در اراده‌ی رأی‌دهندگان را تضمین می‌کند؛ و

س. دسترسی تحت شرایطِ عام و برابر نسبت به خدماتِ عمومی در کشورش را امکان پذیر می‌سازد.

۲. ممکن است که قانون اجرای حقوق و فرصت‌هایی را که در بندهای زیرین به آن اشاره شده است تنها بر اساس سن، ملیت، اقامتگاه، زبان، آموزش، جایگاهِ مدنی و روانی، یا بر مبنای حکمِ دادگاه در دادخواهی‌های کیفری تنظیم کند.

### بیانیه‌ی آمریکا پیرامون حقوق و وظایف انسان

ماده ۴

هر فردی حقّ دارد آزادانه به تحقیق پیرامون عقیده‌ای بپردازد و بیان و نشرِ نظرات را با هر وسیله‌ای ممکن به انجام رساند.

ماده ۲۰

هر فردی با ظرفیت حقوقی مُحق به شرکت در دولت مملکت خویش، مستقیم یا از طریق نمایندگان و شرکت در انتخاباتی همگانی است که به وسیله‌ی رأی مخفی و به گونه‌ی راستین، ادواری و آزاد انجام می‌شود.

### منشور دُمکراتیک داخل آمریکا

ماده ۱

مردم آمریکا حَق دُمکراسی دارند و دولت‌های آنان موظف به ارتقا و دفاع از آن هستند.

...

ماده ۳

عوامل اصلی نشانه‌های دُمکراسی شامل مسائل درونی آن، احترام برای حقوق بشر و آزادی‌های بنیادین، دسترسی به قدرت و اعمال آن در ارتباط با حاکمیت قانون، برپایی انتخاباتی ادواری، آزاد و منصفانه بر اساس حَق رأی مخفی و همگانی به مثابه‌ی ابراز اقتدار مردم، سیستم کثرت‌گرایی احزاب و سازمان‌های سیاسی، و تفکیک قدرت‌ها و استقلال شعبات دولت است.

### کنوانسیون اروپا برای حمایت از حقوق بشر و آزادهای بنیادین

ماده ۱۰

۱. هر فردی حَق آزادی بیان دارد. این حَق شامل آزادی در داشتن عقاید و دریافت و تبادل اطلاعات و نظرات بدون دخالت مقام دولتی و قطع نظر از مرزها است. این ماده نباید دولت‌ها را از الزام به اخذ جواز از سوی نهادهای تلویزیونی یا سینمایی باز دارد.

۲. به کارگیری این آزادی‌ها با توجه به وظایفی که به همراه دارد، ممکن است در یک جامعه‌ی دُمکراتیک، تابع پاره‌ای تشریفات، شرایط، محدودیت‌ها یا جرائمی که قانون آنها را منع کرده است، و نیز نسبت به منافع امنیت ملی، تمامیت ارضی یا ایمنی مردمی، جلوگیری از بی نظمی یا پزه‌کاری، حمایت از سلامت و اخلاق، حمایت از اشتهار یا حقوق دیگران، جلوگیری از افشای اطلاعات واصله‌ی محرمانه، یا برای حفظ قدرت و بی غرضی سیستم قضایی ضروری باشد.

### پروتکل (شماره‌ی ۱) به کنوانسیون اروپا برای حمایت از حقوق بشر و آزادی‌های بنیادین

ماده ۳

نمایندگان بلند مرتبه‌ی این میثاق متعهد می‌شوند که انتخابات آزادی را در ادواری معقول با رأی مخفی، تحت شرایطی که آزادی بیان و عقیده‌ی مردم را نسبت به انتخاب هیأت مقننه تضمین می‌کند، بر پا سازند.

### سند ۱۹۹۰ اجلاس کپنهاگ پیرامون بُعد انسانی (سند ۱۹۹۰ کپنهاگ)

...

[کشورهای شرکت کننده] اذعان می‌کنند که دُمکراسی کثرت‌گرا و حاکمیت قانون برای تضمین احترام به تمامی حقوق انسانی و آزادی‌های بنیادین، رُشد ارتباطات مردمی و پاسخ به دیگر مسائل متکی بر شخصیت انسانی، اساسی است. از اینرو، این اجلاس، از تعهدات ابراز شده از سوی کشورهای شرکت کننده نسبت به دُمکراسی آرمانی و کثرت‌گرایی حزبی و همچنین اراده‌ی مشترک آنان را بر بنیان نهادن جوامع دُمکراتیک بر اساس انتخاباتی آزاد و حاکمیت قانون استقبال می‌کند.

...

به منظور تقویت احترام به حقوق بشر و آزادی‌های بنیادین و برخورداری از آنها، و برقراری ارتباطات انسانی به منظور

خل مسائل در ارتباط با شخصیت انسانی، کشورهای شرکت کننده به موارد زیرین صحنه می‌گذارند:

...

(۳) مجدداً تأکید می‌کنند که دموکراسی عامل جدایی ناپذیر حاکمیت قانون است. آنان اهمیت کثرت‌گرایی در ارتباط با سازمان‌های سیاسی را باز می‌شناسند.

...

(۵) آنان با جدیت اعلام می‌دارند که در میانه‌ی آن عناصر عدالت که در جهت بروز کامل شأن لاینفک و حقوق یکسان تمامی بشریت جنبه‌ی حیاتی دارد، از این قرار است:

(۵.۱) - برپایی انتخاباتی آزاد که در ادواری معقول و از طریق رأی مخفی یا با روندهای مشابه آزاد رأی‌گیری انجام می‌گیرد، تحت شرایطی است که در عمل، ابراز عقیده‌ی رأی دهندگان را در انتخاب نمایندگان آنان تضمین می‌کند؛

...

(۵.۱۰) - هر فرد ابزار مؤثر جبران‌کننده‌ی را که به مثابه‌ی تضمین در احترام برای حقوق بنیادین و ضمانتی در جهت انجام قانون در قبال تصمیمات اداری است، در اختیار خواهد داشت؛

(۶) کشورهای شرکت کننده اعلام می‌دارند که اراده‌ی مردم، که از طریق انتخابات ادواری و راستین ابراز می‌گردد، اساس قدرت و مشروعیت تمامی حکومت‌ها است. کشورهای شرکت کننده متناسب با آن حقوق شهروندان خویش را در شرکت در اداره‌ی کشورهاشان، مستقیم یا از طریق نمایندگان که از سوی آنان در روند انتخاباتی منصفانه، آزادانه برگزیده شده‌اند، محترم خواهند شمرد.

(۷) با تضمین اینکه اراده‌ی مردم به عنوان اساس قدرت دولت محسوب می‌شود، کشورهای شرکت کننده به موارد زیرین دست خواهند زد:

(۷.۱) - براساس قانون، انتخابات آزادی را در ادواری قابل قبول برپا خواهند ساخت؛

...

(۷.۵) - حقوق شهروندان را در نیل به مناصب سیاسی یا خدمات عمومی، انفرادی یا در حکم نمایندگان احزاب یا سازمان‌ها، بدون تبعیضی محترم خواهند شمرد؛

(۷.۶) - حقوق افراد و گروه‌ها را، در آزادی کامل، نسبت به تأسیس احزاب سیاسی یا دیگر سازمان‌های سیاسی محترم شمرده و این چنین احزاب و سازمان‌های سیاسی را با تصریح تضمین‌های قانونی لازم قادر خواهند ساخت تا براساس نحوه‌ی برخوردی یکسان در مقابل قانون و مراجع صلاحیت دار به رقابت با یکدیگر برخیزند؛

...

(۷.۸) - تصریح می‌کنند که بر مبنای عدم تبعیض، هیچگونه مانع قانونی یا اداری بر سر راه دسترسی به رسانه‌ها برای تمامی گروه‌های سیاسی و افرادی که تمایل به شرکت در روند انتخاباتی را دارند، وجود نخواهد داشت؛

(۸) کشورهای شرکت کننده بر این پندارند که حضور ناظران، چه خارجی و چه داخلی، می‌تواند روند انتخابات در کشورهایی را که انتخاباتی در آنها در حال انجام است، بهبود بخشد. بنابراین، ناظرانی را از دیگر ICSCE اینک، IOSCE کشورهای شرکت کننده و هر نهاد و سازمان‌های مقبول خصوصی که ممکن است علاقه‌ای به شرکت و نظارت بر روندهای انتخاباتی ملی آنها - تا آنجایی که قانون اجازه می‌دهد - داشته باشند، فرا می‌خوانند. آنان همچنین تلاش خواهند کرد که امکانات مشابه‌ای را نیز در دسترسی به روندهای انتخاباتی در سطح پایین‌تر از ملی ا

نیز فراهم سازند. این ناظران هیچگونه مداخله‌ای در جریان‌های انتخاباتی نخواهند داشت.

(۹) کشورهای شرکت‌کننده بار دیگر تأکید می‌کنند که:

(۹.۱) - همه افراد حقی آزادی بیان، از جمله حقی ارتباط خواهند داشت. این حق شامل آزادی در داشتن عقاید و دریافت و تبادل اطلاعات و نظرات، بدون مداخله‌ی مقام‌های دولتی و صرفنظر از مرزها است. اعمال این حق ممکن است با محدودیت‌هایی که تنها به وسیله قانون تصریح گردیده و با موازین بین‌المللی نیز همخوانی دارد، رو یاروی گردد. به ویژه، هیچگونه محدودیتی نسبت به دسترسی و بهره‌گیری از ابزار تکثیر مدارک، از هر سنجی، وجود نخواهد داشت، با این همه، حقوق مالکیت فکری، از جمله حق انحصاری، محترم شناخته خواهد شد.

(۱۰) آنان با تأکید مجدد نسبت به تضمین مؤثر حقوق فرد در آگاهی و عمل در مورد حقوق بشر و آزادی‌های بنیادین، و شرکت فعالانه، فردی یا در همراهی با دیگران، در ارتقا و حمایت آنان، کشورهای شرکت‌کننده تعهد می‌کنند:

(۱۰.۱) - حق هر فرد، انفرادی یا در همراهی با دیگران، به کاوش، دریافت و تبادل آزادانه‌ی نظرات و اطلاعات پیرامون حقوق بشر و آزادی‌های بنیادین، از جمله حقوق اشاعه و انتشار چنان نظرات و اطلاعاتی را محترم می‌شمارند؛

(۱۰.۳) - تضمین می‌کنند که افراد مجازند از حق خود در پیوستن به انجمن‌ها، از جمله حق تشکیل و شرکت مؤثرانه در سازمان‌های غیر دولتی که هدفش ارتقا و حمایت از حقوق بشر و آزادهای بنیادین، همچون اتحادیه‌های کاری و گروه‌های ناظر بر حقوق بشر است، بهره‌مند شوند.

(۱۰.۴) - به چنین گروه‌ها و سازمان‌ها اجازه می‌دهند که بدون مانعی با نهادهای مشابه در داخل و خارج از کشورهای خویش و نیز سازمان‌های بین‌المللی تماس گیرند و به تبادل نظر و همکاری با این گروه‌ها و سازمان‌ها بپردازند و به منظور ارتقا و حمایت از حقوق بشر و آزادی‌های بنیادین، بر اساس قانون، از کمک‌های مالی منابع داوطلب داخلی و بین‌المللی نیز بهره‌مند گردند.

(۲۴) کشورهای شرکت‌کننده تضمین می‌کنند بهره‌مندی از تمامی مزایای حقوق بشر و آزادهای بنیادین که در بالا تصریح گردید، به استثنای مواردی که قانون تدارک دیده و با وظایف آنان تحت قوانین بین‌المللی، به ویژه پیمان بین‌المللی در حقوق مدنی و سیاسی، و تعهدات بین‌المللی آنان، به خصوص اعلامیه‌ی جهانی حقوق بشر همخوانی دارد، به هیچگونه محدودیتی وابسته نخواهد بود. این محدودیت‌ها از ماهیت استثنایی برخوردار است. کشورهای شرکت‌کننده تضمین خواهند داد که این محدودیت‌ها مورد سوء استفاده قرار نگرفته و به شیوه‌ی خودسرانه نیز عمل نخواهد گردید، اما به گونه‌ای است که بهره‌گیری مؤثر از این حقوق ضمانت شده باشد.

در یک جامعه‌ی دموکراتیک، هرگونه محدودیتی نسبت به حقوق و آزادی‌ها باید در ارتباط با یکی از اهداف قابل اجرای قانون و منحصراً متناسب با هدف همان قانون باشد.

افزون بر شروط اینگونه اسناد حقوق بشر جهانی که تعهداتی را برای کشورهای عضو آن به وجود آورده است، پاره‌ای از دیگر اعلامیه‌ها و اسناد قابل توجه از کانون‌های کشورها و انجمن‌های قانونگذار شعبات دولت‌ها نیز وجود دارد. از میانه‌ی آنها که مستقیماً با انتخابات دموکراتیک در پیوند است، می‌توان از این موارد نام برد: اعلامیه‌ی

مشترک‌المنافع‌های (۱۹۹۰) کشورهای مشترک‌المنافع؛ اسناد اجلاس سران سازمان امنیت و همکاری در اروپا متعاقب سند ۱۹۹۰ کپنهاگ؛ معیارها و موازین ۲۰۰۱ برای انتخابات در منطقه SADC اقتباس از سوی گردهمایی جامعه‌ی توسعه‌ی پارلمانی جنوب آفریقا؛ و اعلامیه‌ی ۱۹۹۰ پیرامون معیارهایی برای انتخابات منصفانه و آزاد اتحادیه‌ی میان پارلمانی. مضافاً ترجمان شروط اسناد حقوق بشر جهانی و آرا و تصمیمات پیرامون نمونه‌های فردی توسط دادگاه‌های بین‌المللی، منابع مهمی از قوانین در ارتباط با انتخابات آزاد و آزادی بیان را فراهم می‌آورد.

## نمونه‌ی زمان بندی سازمانی برای پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی

(بسیاری اَقلام فهرست شده وظایف در دست اقدام و مُرتبط به یگدیگر است)

### ماهِ اوّل — تعیین وظایف

- ایجاد اهداف سازمانی
- ترسیم برنامه‌ی خط مشی
- آفرینش بیانیه‌ی مأموریت
- تصمیم پیرامون نام و آرم پروژه
- بنا نهادن ساختار سازمانی
- هیأت نظار یا مشورتی (اگر ایجاد کند)
- گزینش مدیر پروژه
- فراهم سازی بُنیه‌ی مالی آغازین

### ماهِ اوّل — وظایف آغازین سازمانی

- ارزیابی چارچوب قانونی و مقرراتی
- تصمیم بر اینکه کدام نهادها را باید به نظارت‌گری پرداخت
- تصمیم بر اینکه چه موضوعاتی را باید نظارت‌گری کرد
- تصمیم پیرامون روش شناسی‌های نظارت‌گری
- ایجاد روابط عمومی و خط مشی رسانه‌ای
- در نظر گرفتن فضای کار مناسب
- استخدام رهبران تیم
- یارمندی از کارشناس کارآموده

### ماهِ دوّم — راه اندازی عملیات

- فراهم آوری تجهیزات و ملزومات
- تصمیم بر اینکه چه داده‌هایی گردآوری گردد، چه روش شناسی‌هایی به کار گرفته شود و راه‌اندازی کامپیوترها
- نوشتن فرم‌های نظارت‌گری و لوازم آموزشی
- ایجاد روش‌های آموزشی
- تصمیم بر برنامه‌ریزی و نیازهای کادر اداری
- استخدام و آموزش نظارت‌گران و دیگر کادر اداری و دواطلبان
- تمرین در جهت استفاده از نرم افزار کامپیوتر
- تصمیم بر آشکال گزارش و زبان‌های نشر
- ایجاد فهرست‌های تماس‌گیری، پست‌های الکترونیکی گروه‌ها و دیگر ابزار ارتباطی
- راه اندازی وب‌گاه
- تدوam در تلاش‌هایی گردآوری منابع مالی
- سازماندهی نشست‌های کادر اداری در جهت بررسی پیشرفت



ماه ۲ — آغاز به اقدامات برای نظارت‌گری

- گماردن نظارت‌گران و دیگران در تیم‌ها و نظارت‌گری ارزیابی و برنامه‌ریزی‌هایی در جهت تهیه‌ی گزارش
- برپایی تمرین‌های بدلی برای نظارت‌گران، ارزیابی داده‌ها، تهیه‌ی گزارش‌ها و تمرین روابط عمومی
- ترتیب نشست‌هایی با نهادهای رسانه‌ای، هیأت سردبیران، شورای رسانه‌ها، جامعه‌ی روزنامه‌نگاران، هیأت نظار رسانه‌ها، احزاب سیاسی و نامزدهای انتخاباتی و مقامات انتخاباتی به منظور معرفی پروژه
- فراخوانی از فهرست بالا در جهت بازدید از پروژه و آشنایی با روش‌شناسی‌ها و عملیات
- اقدام به یک هفته تمرین کامل به مثابه‌ی «مُرور آخر» جهت آزمایش تمامی سیستم‌ها و ارزیابی عملیات
- برگزاری نخستین دور نظارت‌گری بر رسانه‌ها
- برپایی نخستین کنفرانس مطبوعاتی آدواری و ارائه‌ی اولین گزارش متناوب و هرگونه گزارش‌های پس‌زمینه‌ی جداگانه پیرامون مسائل متنی

ماه ۲ بلافاصله در پی دوران انتخاباتی — نظارت‌گری آدواری و گزارش

برنامه‌ریزی عادی هفتگی:

دوشنبه:

- آغاز نظارت‌گری هفتگی؛ نظارت‌گران فرم‌های روزانه را مسترد می‌دارند
- رهبران تیم‌ها داده‌ها را از نظارت‌گری هفته‌ی گذشته گردآوری می‌کنند و اوراق جمع امتیازات و ارزیابی هفتگی را تهیه می‌کنند
- روند پیش نویس گزارش را آغاز می‌کنند
- رهبران تیم/کادر اداری آرشد دیدارهایی را به منظور ارزیابی موقعیت عملیات برگزار می‌کنند
- اعلامیه‌ی مطبوعاتی در مورد کنفرانس مطبوعاتی روز پنجشنبه و گزارش نظارت‌گری را منتشر می‌سازند

سه شنبه:

- نظارت‌گری ادامه می‌یابد و فرم‌ها مسترد می‌شود
- داده‌ها از اوراق جمع امتیازات وارد کامپیوتر و نرم‌افزار صفحه‌ی گسترده‌ی می‌گردد
- تهیه‌ی نمودارها و گرافیک‌های مقدماتی آغاز می‌شود
- روند پیش نویس گزارش تداوم می‌یابد

چهارشنبه:

- نظارت‌گری ادامه می‌یابد و فرم‌ها مسترد می‌شود
- نمودارها و گرافیک‌ها، پیرامون یافته‌های نظارت‌گری هفته‌ی پیش کامل می‌گردد
- گزارش در مورد یافته‌های هفته‌ی پیش تکامل می‌یابد
- اگر مناسب است ایجاب کند، پیشنهادات تهیه و در گزارش گنجانیده می‌شود
- بیانیه‌ی مطبوعاتی متضمن پیام اصلی در باره‌ی یافته‌ها نوشته می‌شود
- دیدار با همکاران یا هیأت مدیره، در صورت نیاز، به منظور مرور و تأیید انتشار بیانیه‌ی مطبوعاتی
- ترجمه‌ی بیانیه‌ی مطبوعاتی و گزیده‌ی گزارش به دیگر زبان‌های ضرور برای توزیع

## پنجشنبه:

- نظارت‌گری ادامه می‌یابد و فرم‌ها مُسترد می‌شود
- کنفرانس مطبوعاتی برپا می‌گردد و گزارش انتشار می‌یابد
- گزارش و بیانیه‌ی مطبوعاتی به گروه‌ها پُست الکترونیکی می‌شود و در وب‌گاه منعکس می‌گردد
- پی‌گیری پیرامون گزارش با روزنامه‌نگاران صاحب نام و دیگران

## جمعه و شنبه:

- نظارت‌گری ادامه می‌یابد و فرم‌ها پراکنده می‌شود
- پی‌گیری در مورد توزیع گزارش و واکنش به آن تکامل می‌یابد
- ارزیابی در اینکه آیا تلاش‌های هواخواهان‌های در پی گزارش و توصیه‌ها به وجود آمده است و طرح ریزی پیرامون این چنین اقدامات

## یکشنبه:

- نظارت‌گری ادامه می‌یابد و فرم‌ها مُسترد می‌شود
- روند تدوین داده‌ها در اوراق امتیازاتِ هفتگی آغاز می‌گردد
- ارزیابی برای گزارش بعدی شروع می‌شود

## ماه ۲ در پی دوران انتخاباتی — وظایف در دست اقدام و برنامه‌ریزی آینده

- ارزیابی موقعیت عملیات و گام برداشتن در جهت بهبود آنها، از جمله ترغیب کادر اداری و داوطلبان
- بهبود بخشیدن به شبکه‌های ارتباطاتی و امدادی
- دریافت این نکته که آیا قانون و یا تحولات و یا اصلاحات خود - مقرراتی روزنامه مورد نیاز است و برنامه‌ریزی مؤثر برای مبارزات گروه‌های هواخواه
- تدوین بخشیدن به تلاش‌های جمع‌آوری وجوه برای نیازها و برنامه‌ها
- تهیه‌ی گزارش‌های عملی اضطراری و نیز گزارش‌ها پیرامون مسائل متنی، در صورت نیاز
- تهیه‌ی گزارش جامع فردای انتخابات همراه با پیشنهادات و ارتباط دادن بالقوه‌ی آن به بحث‌های میزگرد و یا تلاش‌های هواخواهانه
- بررسی دروسی که از این اقدامات به دست آمده و طرح آن در داخل برنامه‌ی پروژه یا به دیگر سازمان‌های نظارت‌گری
- تجدید نظر در طرح خط مشی در سایه‌ی اقدامات بالقوه‌ی دراز مدت و بررسی امکانات نظارت‌گری بر جهات مضاعف رفتار رسانه‌ها، آزادی بیان برای نامزدهای انتخاباتی و حق شهروندان در دستیابی به اطلاعات

تعهد نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی

بدین وسیله متعهد می‌شوم که:

۱. به عنوان یک نظارت‌گر غیرحزبی بر رسانه‌های گروهی به انجام وظیفه پرداخته یا در غیر این صورت با \_\_\_\_\_ ( نام پروژه یا سازمانی که دست اندر کار راه‌اندازی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی است) کار خواهم کرد؛
۲. من نه یک نامزد انتخاباتی هستم و نه برای نامزدی، حزب سیاسی یا دیگر جمعیتی که در انتخابات آتی در طلب دست یابی به مسندی است، فعالیت می‌کنم؛
۳. من نه قصدی برای اعلام نامزدی خود در انتخابات آتی دارم و نه آنکه تمایلی به استفاده از سازمان غیر وابسته‌ی حزبی نظارت‌گری بر انتخابات به عنوان پایگاهی برای حمایت از نمایندگی‌ام در هرگونه‌ای از انتخابات آینده را دارم؛
۴. من در تمامی روند انتخاباتی با منصفانه بودن در کلیه‌ی فعالیت‌های در ارتباط با انتخابات، با امتناع از ابراز آشکار هرگونه برتری یا عدم آن نسبت به هر نامزد انتخاباتی، حزب سیاسی یا دیگر جمعیتی که در طلب مسند عمومی‌اند، و با رد هرگونه عطیه‌ای یا تهدیدی توسط هر یک از نامزدهای انتخاباتی یا عوامل آنان، موقعیت غیر حزبی خود را شدیداً حفظ خواهم کرد؛
۵. من در تمامی فعالیت‌های نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی، با جدیت کار خواهم کرد، انصاف و دقت، ارزیابی و گزارش و عرضه‌ی پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌ها را به دیگران را صرفنظر از اینکه چه کسی در انتخابات برنده یا بازنده خواهد شد در پیش خواهم گرفت و دیدگاه‌های شخصی خود را جز زمانی که از حق خویش در رأی دادن مخفی در پای صندوق بهره می‌گیرم، در مورد کسانی که در پی مسند عمومی هستند، به کناری خواهم نهاد؛
۶. در جلسات آموزش نظارت‌گری بر رسانه‌ها شرکت و در نهایت حد توانایی‌های خود در تمامی فعالیت‌های نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی اقدام خواهم کرد؛ و
۷. دستورالعمل رفتاری برای نظارت‌گری بر رسانه‌ها برای انتخابات آتی» را خوانده و آن را درک کرده‌ام و موافقت خود را در ارتقای اهداف و مبانی و پیروی از شرایط آن را اعلام می‌دارم.

محل امضا ..... تاریخ .....

نام و نام خانوادگی .....

نشانی .....

اطلاعات دیگر در مورد تماس گرفتن .....

علاقه‌مندی‌ها و مهارت‌هایی که قابل اطلاق به نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی است

.....  
 .....  
 .....  
 .....

## نمونه‌ی دستورالعمل رفتاری نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی

## نمونه‌ی دستورالعمل رفتاری نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی برای انتخابات آتی

ما، افراد و اعضای سازمان‌های مدنی موافقت کرده‌ایم که بدون وابستگی حزبی در نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در انتخابات آتی شرکت جوییم:

واقفیم به اینکه اراده‌ی مردم پایگاه قدرت هر حکومت دموکراتیک است و اینکه انتخابات راستین و دموکراتیک حقی بنیادی انسان است، و نیز فراتر از آن تشخیص می‌دهیم برای اینکه انتخابات راستین باشد، اراده‌ی مردمی که در پای صندوق‌های رأی ابراز می‌شود، باید بر اساس گزینشی آزاد و آگاهانه صورت پذیرد؛

إذعان می‌کنند که رسانه‌های گروهی برای مردم که اطلاعات مکفی و دقیق خود پیرامون گزینه‌های انتخاباتی را از این رهگذر به دست می‌آورند، حیاتی است و اینکه رقبا برای دست یابی به مسندهای سیاسی و برنده شدن باید از فرصتی مناسب برای عرضه‌ی پیام‌های خود به مردم از طریق رسانه‌ها برخوردار باشند و واقفانند که رسانه‌ها برای انجام نقش خویش به عنوان چشم و گوش مردم بر روندهای دولتی و سیاسی باید آزاد باشند؛

از نقشی که نظارت‌گری بدون وابستگی حزبی بر انتخابات در تضمین انتخابات راستین و دموکراتیک بر عهده دارد، آگاهانند و نسبت به تلاش‌هایی در جهت حفاظت از یکپارچگی، انصاف و تأثیر نظارت‌گری وقوف دارند، موافقت خود را با این دستورالعمل رفتاری برای نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی اعلام می‌دارند.

**ما بی طرف و به دور از وابستگی حزبی خواهیم بود**

هر کسی که اقداماتی را با این پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌ها به انجام می‌رساند باید در همه‌ی موارد بدون پیش‌داوری یا تبعیض نسبت به: هر حزب سیاسی، نامزد یا انجمنی که در طلب دستیابی به مسند عمومی است؛ هر ناحیتی از کشور؛ هر گروه یا افراد قومی و نژادی؛ یا هر نهاد رسانه‌ای، ناشر، ویراستار، روزنامه‌نگار، هیأت نظار بر رسانه یا مقام انتخاباتی بنویسد و سخن بگوید.

**ما به شیوه‌ای بی طرفانه، دقیق و قابل اثبات گزارش خواهیم کرد**

نظارت‌گران باید بی طرفانه و دقیق پیرامون تمامی پوشش‌های خبری، پیام‌های رقبای انتخاباتی (احزاب سیاسی، نامزدها یا دیگران) از طریق ارتباط مستقیم، در شکل تبلیغات سیاسی بر مبنای پرداخت هزینه، یا عکس آن، برنامه‌های امور عمومی، پیام‌های مدنی یا آموزش رأی دهندگان یا هر گونه برنامه‌های رادیو و تلویزیونی یا گزارش‌های نوشتاری یا تبلیغات – صرفنظر از اینکه موضوع آن چه ممکن است باشد، گزارش دهند. وقایع، مسائل و موضوعات باید به گونه‌ی مناسبی ثبت و ضبط و سوابق نیز به نحوی نگهداری شود که تمامی یافته‌ها قابل اثبات باشد.

**ما اطلاعات را تجزیه و تحلیل نموده و آنها را غیر مغرضانه، صحیح و قابل رسیدگی ارائه مینماییم.**

هر کس که داده‌های گردآوری شده توسط نظارت‌گران را بررسی و ارائه می‌نماید آن را بطور غیر مغرضانه و صحیح انجام می‌دهد و تجزیه و تحلیلها و گزارشات مکتوب در مورد یافته‌ها را بطور قابل بازبینی ضبط می‌نماید.

### ما در مورد اخبار رسانه‌ها، خبرنگاران، مقامات انتخاباتی، مدافعان و رقبای سیاسی و یا رای دهندگان دخالت نمی‌کنیم

هیچ شخص شرکت کننده در این پروژه نظارتی رسانه ای، در فعالیت هیچ رسانه، ناشر، ویراستار، خبرنگار، مدافع سیاسی، مقام انتخاباتی و یا گروه نظارتی رسانه ای دخالت نمی‌کند. هیچ فرد شرکت کننده در این پروژه نظارتی رسانه‌های گروهی، کوشش نخواهد کرد تا بصورت حزبی بر رای دهندگان اثر گذارد و یا فرآیند انتخابات را هدایت و یا مانع آن گردد.

### ما کلیه قوانین، قواعد و مقررات را رعایت خواهیم نمود

هر فرد شرکت کننده در این پروژه نظارتی رسانه باید از قوانین، قواعد و مقررات مربوط به اجرای انتخابات و مربوط به رسانه‌های گروهی آگاه باشد و دقیقاً به این قوانین و مقررات در ارتباط با انجام وظایفش وفادار باشد.

پروژه نظارت بر رسانه و سخنگویان آن می‌توانند جهت گیری نادرست رسانه‌ها و یا جهت گیری نادرست مقامات دولتی نسبت به رسانه‌های گروهی را به نظر مقامات مربوطه و مردم برسانند.

### ما رابطه ای سازنده با رسانه‌های گروهی، صاحبان رسانه‌های گروهی، ناشران، ویراستاران، خبرنگاران، بنیانهای نظارتی رسانه، مدافعان و رقبای سیاسی و مقامات انتخاباتی خواهیم داشت

هر شخص شرکت کننده در این پروژه نظارتی رسانه ای با رسانه‌های گروهی، صاحبان رسانه‌های گروهی، ناشران، ویراستاران، خبرنگاران، بنیانهای نظارتی رسانه ای، مدافعان و رقبای سیاسی و مقامات انتخاباتی رابطه‌ی احترام آمیز و اصولی خواهد داشت.

هیچ فردی که در این پروژه نظارتی رسانه ای شرکت می‌نماید نباید هیچگونه پاداش و یا مساعدتی از شخصی که با رسانه‌های گروهی، مدافعان و رقبای سیاسی، بنیانهای نظارتی رسانه ای کار می‌کند و یا کسانی که به هر طریق کوشش می‌نمایند تا بر فعالیتهای شخص در رابطه با این پروژه نظارتی رسانه ای اثر بگذارند، قبول نماید. هرکس که در این پروژه شرکت دارد و پیشنهاد چنین پاداش و یا مساعدتی و یا هر گونه تهدیدی از شخصی که قصد نفوذ بر فعالیت‌های او در مورد پروژه را دارد، دریافت نماید، باید فوراً آن را به رهبران و مدیران پروژه گزارش دهد.

### ما در نظارت‌گری بر انتخابات همکاری خواهیم کرد

هر فردی که دست اندر کار این پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی است در تلاش خواهد بود که همراه با سازمان‌هایی که خارج از وابستگی حزبی برنامه‌های نظارت‌گری را انجام می‌دهند و نیز با ناظران بین‌المللی بر انتخابات همکاری کرده و گزارش‌های مبنی بر یافته‌های نظارت‌گری بر رسانه‌ها را با یکدیگر سهیم شوند.

### فرم نظارت‌گری بر اخبار تلویزیون — بخش عنوان خبر

لطفاً بسیار با دقت بنویسید!!!

نام نظارت‌گر \_\_\_\_\_  
 ایستگاه پخش برنامه‌ی نظارت‌گری شده \_\_\_\_\_  
 نام برنامه \_\_\_\_\_  
 تاریخ \_\_\_\_\_ زمان آغاز \_\_\_\_\_ پایان برنامه \_\_\_\_\_

عناوین اخبار: واژه به واژه اهم اخبار به ترتیب ارائه شده

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵
- \_\_\_\_\_ .۶
- \_\_\_\_\_ .۷
- \_\_\_\_\_ .۸

| موضوع عنوان خبر | طول زمان عنوان خبر | نوع گرافیک یا تصویر ارائه شده<br>با عنوان خبر | برداشت نظارت‌گر از عنوان<br>خبر:<br>مثبت، منفی، بی طرف |
|-----------------|--------------------|---|--|
| .۱              | .۱                 | .۱  | .۱   |
| .۲              | .۲                 | .۲  | .۲   |
| .۳              | .۳                 | .۳  | .۳   |
| .۴              | .۴                 | .۴  | .۴   |
| .۵              | .۵                 | .۵  | .۵   |
| .۶              | .۶                 | .۶  | .۶   |
| .۷              | .۷                 | .۷  | .۷   |
| .۸              | .۸                 | .۸  | .۸   |

**فُرْمِ خلاصه‌ی بخشِ برنامه‌ی اخبارِ تلویزیون**

امتیاز برای عناوین اخبار مرتبط.

از ورقه‌ی جداگانه‌ای برای هر یک از عناوین اخبار استفاده کنید.

نامِ نظارت‌گر \_\_\_\_\_ ایستگاه \_\_\_\_\_

عنوانِ برنامه \_\_\_\_\_ تاریخِ برنامه/زمان \_\_\_\_\_

۱. شماره‌ی بخش/تیترا (از برنامه‌ی آهمِ اخبار) \_\_\_\_\_

۲. زمانِ آغازِ بخش \_\_\_\_\_ پایانِ زمان \_\_\_\_\_ کلِ زمان \_\_\_\_\_ دقیقه \_\_\_\_\_ ثانیه \_\_\_\_\_

۳. خطِ آغازین را کلمه به کلمه رونویسی کنید

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

۴. خلاصه‌ی مضمونِ بخشِ اصلی

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

۵. نام و وابستگی سازمانی افراد در روی صفحه‌ی تلویزیون، به ترتیبِ حضور (گزارشگر را در آن شامل نکنید)

| مثبت/منفی (۱-۵) | زمان در تصویر دقیقه‌ها/ثانیه‌ها | تصویر/صدا (ت/ص)<br>تنها صدا (ص)<br>تنها تصویر (ت) | نام/وابستگی<br>دولت/حزب/غیره |
|-----------------|---------------------------------|---|------------------------------|
| .۱              | .۱                              | .۱  | .۱                           |
| .۲              | .۲                              | .۲  | .۲                           |
| .۳              | .۳                              | .۳  | .۳                           |
| .۴              | .۴                              | .۴  | .۴                           |
| .۵              | .۵                              | .۵  | .۵                           |
| .۶              | .۶                              | .۶  | .۶                           |
| .۷              | .۷                              | .۷  | .۷                           |

۶. نام و ارتباطِ سازمانی افراد یا سازمان‌هایی که بدون تصویر از آنها نقلِ قول یا استناد شده است، به ترتیب و با زمانِ مربوط

| مثبت/منفی/بی‌طرف | زمان | نام/ارتباط |
|------------------|------|------------|
|                  |      | .۱         |
|                  |      | .۲         |
|                  |      | .۳         |
|                  |      | .۴         |
|                  |      | .۵         |
|                  |      | .۶         |
|                  |      | .۷         |

### برنامه‌ی اخبارِ تلویزیون — قُرْمِ خلاصه‌ی تفسیر.

نامِ نظارت‌گر \_\_\_\_\_ ایستگاه \_\_\_\_\_  
عنوانِ برنامه \_\_\_\_\_ تاریخِ برنامه/زمان \_\_\_\_\_

۱. آیا اخبارِ مهمِ روز وجود داشت که گزارش نشد؟  
(اگر در رسانه‌ی دیگری گزارش شد، لطفاً آن رسانه را نام بَرید)

---



---



---

۲. آیا به «تَرَفندهای رسانه‌ای» که می‌توانست بیانگرِ سونگری یا تحریف باشد، توجّه کردید؟  
(لطفاً قلم به قلم از آنها نام برده و به تفصیل شرح دهید)

---



---



---

۳. لطفاً به هر نوع گفتار یا گزارشی را که فکر می‌کنید پیرامونِ پاره‌ای افراد یا گروه‌هایی تحریف شده، نادرست یا زیان آور بوده است مَد نظر قرار دهید.  
(لطفاً مورد و زمان و مطالب را کلمه به کلمه یاد داشت کنید)

---



---



---

۴. آیا توصیف‌ها یا گزارشی استفاده شده بود که به نظر شما سونگرانه و نادرست می‌رسید؟ لطفاً کمالِ دقّت را بکار بَرید.  
(لطفاً مورد و زمان و مطالب را کلمه به کلمه یاد داشت کنید)

---



---



---

لطفاً برای اظهارنظرهای اضافی از پشتِ همین ورقه استفاده کنید.  
لطفاً دقت کنید که تاریخ، زمان و عنوان هر برنامه‌ای را که بیان گردید، ذکر شده باشد.  
لطفاً کمالِ دقّت را در اظهارنظرهای خود بکار بَرید. سپاسگزاریم!



مهمترین اخبار روزانه‌ی تلویزیون

تاریخ \_\_\_\_\_

خبرهای مهم ۵ ایستگاه تلویزیونی

تلویزیون دولتی شماره‌ی ۱

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

تلویزیون دولتی شماره‌ی ۲

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

تلویزیون خصوصی شماره‌ی ۱

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

تلویزیون خصوصی شماره‌ی ۲

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

تلویزیون خصوصی شماره‌ی ۳

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

## ورقه‌ی امتیازاتِ هفتگی تلویزیون

ایستگاه نظارت‌گری شده \_\_\_\_\_  
دوره‌ی نظارت‌گری از \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ تا \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

دولت

| تعداد بیطرفی | تعداد منفی | تعداد مثبت | زمان        |   |   |     | تاریخ |
|--------------|------------|------------|-------------|---|---|-----|-------|
|              |            |            | نه در تصویر | ص | ت | ت/ص |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |

کُل زمان = [ ] = [ ] (۴ مورد را جمع کنید)

حزب ۱

| تعداد بیطرفی | تعداد منفی | تعداد مثبت | زمان        |   |   |     | تاریخ |
|--------------|------------|------------|-------------|---|---|-----|-------|
|              |            |            | نه در تصویر | ص | ت | ت/ص |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |

کُل زمان = [ ] = [ ] (۴ مورد را جمع کنید)

حزب ۲

| تعداد بیطرفی | تعداد منفی | تعداد مثبت | زمان        |   |   |     | تاریخ |
|--------------|------------|------------|-------------|---|---|-----|-------|
|              |            |            | نه در تصویر | ص | ت | ت/ص |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |

کُل زمان = [ ] = [ ] (۴ مورد را جمع کنید)

پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌ها/افراد

| تعداد بیطرفی | تعداد منفی | تعداد مثبت | زمان        |   |   |     | تاریخ |
|--------------|------------|------------|-------------|---|---|-----|-------|
|              |            |            | نه در تصویر | ص | ت | ت/ص |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |
|              |            |            |             |   |   |     |       |

کُل زمان = [ ] = [ ] (۴ مورد را جمع کنید)

فُرْمِ نظارت‌گری بر اخبارِ رادیو - بخشِ اَهمِ اخبار

لطفاً بسیار خوانا بنویسید!

شماره‌ی نظارت‌گر \_\_\_\_\_  
 ایستگاهِ سخن‌پراکنیِ نظارت‌گری شده \_\_\_\_\_  
 عنوانِ برنامه \_\_\_\_\_  
 تاریخ \_\_\_\_\_ زمانِ آغاز \_\_\_\_\_ زمانِ پایان \_\_\_\_\_

عناوینِ خبری: کلمه به کلمه عناوینِ خبری به ترتیبِ رانه شده

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵
- \_\_\_\_\_ .۶
- \_\_\_\_\_ .۷
- \_\_\_\_\_ .۸

| موضوعِ عنوانِ خبری | طولِ زمانیِ عنوانِ خبری | موزیک یا افکت صدا همراه با عنوانِ خبری | دریافتِ نظارت‌گر از عنوانِ خبری: مثبت، منفی، بی‌طرفی (۱-۵) |
|--------------------|-------------------------|--|--|
| .۱                 | .۱                      | .۱                                     | .۱   |
| .۲                 | .۲                      | .۲                                     | .۲   |
| .۳                 | .۳                      | .۳                                     | .۳   |
| .۴                 | .۴                      | .۴                                     | .۴   |
| .۵                 | .۵                      | .۵                                     | .۵   |
| .۶                 | .۶                      | .۶                                     | .۶   |
| .۷                 | .۷                      | .۷                                     | .۷   |
| .۸                 | .۸                      | .۸                                     | .۸   |

### فُرْمِ خلاصه‌ی پخش برنامه‌ی اخبارِ رادیو

امتیاز برای عناوین اخبار مرتب.

از ورقه‌ی جداگانه‌ای برای هر یک از عناوین اخبار استفاده کنید.

نام نظارت‌گر \_\_\_\_\_ ایستگاه \_\_\_\_\_

عنوان برنامه \_\_\_\_\_ تاریخ برنامه/زمان \_\_\_\_\_

۱. شماره‌ی بخش/تیترو (از برنامه‌ی آهم اخبار) \_\_\_\_\_

۲. زمان آغاز بخش \_\_\_\_\_ پایان زمان \_\_\_\_\_ کل زمان \_\_\_\_\_ دقیقه \_\_\_\_\_ ثانیه \_\_\_\_\_

۳. خط آغازین را کلمه به کلمه رونویسی کنید

---



---



---

۴. خلاصه‌ی مضمون بخش اصلی

---



---



---

۵. نام و وابستگی سازمانی افراد در روی صفحه‌ی تلویزیون، به ترتیب حضور (گزارشگر را در آن شامل نکنید)

| نام/وابستگی<br>دولت/حزب/غیره | تنها صدا (ص) | دقیقه‌ها/ثانیه‌ها | مثبت/منفی (۱-۵) |
|------------------------------|--------------|-------------------|-----------------|
| ۱.                           | ۱.           | ۱.                | ۱.              |
| ۲.                           | ۲.           | ۲.                | ۲.              |
| ۳.                           | ۳.           | ۳.                | ۳.              |
| ۴.                           | ۴.           | ۴.                | ۴.              |
| ۵.                           | ۵.           | ۵.                | ۵.              |
| ۶.                           | ۶.           | ۶.                | ۶.              |
| ۷.                           | ۷.           | ۷.                | ۷.              |

۶. نام و ارتباط سازمانی افراد یا سازمان‌هایی که بدون تصویر از آنها نقل قول یا استناد شده است، به ترتیب و با زمان مربوط

| نام/ارتباط | زمان | مثبت/منفی/بی طرف |
|------------|------|------------------|
| ۱.         |      |                  |
| ۲.         |      |                  |
| ۳.         |      |                  |
| ۴.         |      |                  |
| ۵.         |      |                  |
| ۶.         |      |                  |
| ۷.         |      |                  |

برنامه‌ی اخبارِ رادیو— قُرْمِ خلاصه‌ی تفسیر.

نامِ نظارت‌گر \_\_\_\_\_ ایستگاه \_\_\_\_\_  
 عنوانِ برنامه \_\_\_\_\_ تاریخِ برنامه / زمان \_\_\_\_\_

۱. آیا اخبارِ مهمِ روز وجود داشت که گزارش نشد؟  
 (اگر در رسانه‌ی دیگری گزارش شد، لطفاً آن رسانه را نام بَرید)

---



---



---

۲. آیا به «تَرَفندهای رسانه‌ای» که می‌توانست بیانگرِ سونگری یا تحریف باشد، تَوَجه کردید؟  
 (لطفاً قلم به قلم از آنها نام برده و به تفصیل شرح دهید)

---



---



---

۳. لطفاً به هر نوع گفتار یا گزارشی را که فکر می‌کنید پیرامونِ پاره‌ای افراد یا گروه‌هایی تحریف شده، نادرست یا زیان آور بوده است مَدِ نظر قرار دهید.  
 (لطفاً مورد و زمان و مطالب را کلمه به کلمه یاد داشت کنید)

---



---



---

۴. آیا توصیف‌ها یا گزارشی استفاده شده بود که به نظر شما سونگرانه و نادرست می‌رسید؟ لطفاً کمالِ دَقّت را بکار بَرید.  
 (لطفاً مورد و زمان و مطالب را کلمه به کلمه یاد داشت کنید)

---



---



---

لطفاً برای اظهارنظرهای اضافی از پشتِ همین ورقه استفاده کنید.  
 لطفاً دقت کنید که تاریخ، زمان و عنوانِ هر برنامه‌ای را که بیان گردید، ذکر شده باشد.  
 لطفاً کمالِ دقت را در اظهارنظرهای خود بکار بَرید. سپاسگزاریم!

## مهمترین اخبار روزانه‌ی رادیو

تاریخ \_\_\_\_\_

## خبرهای مهم ۵ ایستگاه رادیویی

رادیو دولتی شماره‌ی ۱

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

رادیو دولتی شماره‌ی ۲

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

رادیو خصوصی شماره‌ی ۱

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

رادیو خصوصی شماره‌ی ۲

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

رادیو خصوصی شماره‌ی ۳

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

ورقه‌ی امتیازاتِ هفتگی رادیو

ایستگاهِ نظارت‌گری شده \_\_\_\_\_  
دوره‌ی نظارت‌گری از \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ تا \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

دولت

| تعدادِ بیطرفی | تعدادِ منفی | تعدادِ مثبت | زمان          |              | تاریخ |
|---------------|-------------|-------------|---------------|--------------|-------|
|               |             |             | صدا شنیده نشد | صدا شنیده شد |       |
|               |             |             |               |              |       |
|               |             |             |               |              |       |
|               |             |             |               |              |       |
|               |             |             |               |              |       |

کُلِ زمان (۴ مورد را جمع کنید)  =

حزب ۱

| تعدادِ بیطرفی | تعدادِ منفی | تعدادِ مثبت | زمان          |              | تاریخ |
|---------------|-------------|-------------|---------------|--------------|-------|
|               |             |             | صدا شنیده نشد | صدا شنیده شد |       |
|               |             |             |               |              |       |
|               |             |             |               |              |       |
|               |             |             |               |              |       |
|               |             |             |               |              |       |

کُلِ زمان (۴ مورد را جمع کنید)  =

حزب ۲

| تعدادِ بیطرفی | تعدادِ منفی | تعدادِ مثبت | زمان          |              | تاریخ |
|---------------|-------------|-------------|---------------|--------------|-------|
|               |             |             | صدا شنیده نشد | صدا شنیده شد |       |
|               |             |             |               |              |       |
|               |             |             |               |              |       |
|               |             |             |               |              |       |
|               |             |             |               |              |       |

کُلِ زمان (۴ مورد را جمع کنید)  =

پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌ها/افراد

| تعدادِ بیطرفی | تعدادِ منفی | تعدادِ مثبت | زمان          |              | تاریخ |
|---------------|-------------|-------------|---------------|--------------|-------|
|               |             |             | صدا شنیده نشد | صدا شنیده شد |       |
|               |             |             |               |              |       |
|               |             |             |               |              |       |
|               |             |             |               |              |       |
|               |             |             |               |              |       |

کُلِ زمان (۴ مورد را جمع کنید)  =

فُرْمِ نظارت‌گری بر رسانه‌های نوشتاری - پوششِ صفحه‌ی اوّل (صفحه‌ی اوّل تا چهارم)  
لطفاً بسیار با دقّت بنویسید!

نامِ نظارت‌گر \_\_\_\_\_  
روزنامه‌ای که نظارت‌گری شده است \_\_\_\_\_  
تاریخ \_\_\_\_\_

عنوانِ خبری: کلمه به کلمه تیترهای خبری بر مبنای اندازه در صفحه‌ی اوّل

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

مقالاتِ خبری صفحه‌ی اوّل

| موضوع | سانتیمترِ مربع | مثبت / منفی (۱ - ۵) |
|-------|----------------|---------------------|
| _____ | _____          | _____               |
| _____ | _____          | _____               |
| _____ | _____          | _____               |
| _____ | _____          | _____               |
| _____ | _____          | _____               |

تساویرِ خبری صفحه‌ی اوّل

| موضوع | سانتیمترِ مربع | مثبت / منفی (۱ - ۵) |
|-------|----------------|---------------------|
| _____ | _____          | _____               |
| _____ | _____          | _____               |
| _____ | _____          | _____               |
| _____ | _____          | _____               |
| _____ | _____          | _____               |



فُرْمِ نظارت‌گری بر رسانه‌های نوشتاری - پوششِ داخلِ صفحات (صفحه‌ی ۲ تا ۴)  
 لطفاً بسیار با دقّت بنویسید!

نامِ نظارت‌گر \_\_\_\_\_  
 روزنامه‌ای که نظارت‌گری شده است \_\_\_\_\_  
 تاریخ \_\_\_\_\_

تیتراهای خبری غایب در صفحه‌ی اوّل (کلمه به کلمه)

| موضوع | شماره‌ی صفحه | سانتیمترِ مربع | مثبت / منفی (۱ - ۵) |
|-------|--------------|----------------|---------------------|
|       |              |                |                     |
|       |              |                |                     |
|       |              |                |                     |
|       |              |                |                     |
|       |              |                |                     |

۱.  
۲.  
۳.  
۴.  
۵.

دیگر تیتراهای خبری غایب در صفحه‌ی اوّل

| موضوع | شماره‌ی صفحه | سانتیمترِ مربع | مثبت / منفی (۱ - ۵) |
|-------|--------------|----------------|---------------------|
|       |              |                |                     |
|       |              |                |                     |
|       |              |                |                     |
|       |              |                |                     |
|       |              |                |                     |

۱.  
۲.  
۳.  
۴.  
۵.

تصاویرِ غایب در صفحه‌ی اوّل

| موضوع | شماره‌ی صفحه | سانتیمترِ مربع | مثبت / منفی (۱ - ۵) |
|-------|--------------|----------------|---------------------|
|       |              |                |                     |
|       |              |                |                     |
|       |              |                |                     |
|       |              |                |                     |
|       |              |                |                     |

۱.  
۲.  
۳.  
۴.  
۵.

فُرْمِ نظارت‌گری بر رسانه‌های نوشتاری - رُجوعاتِ از صفحه‌ی اوّل (صفحه سوم تا چهارم)  
لطفاً بسیار با دقّت بنویسید!!!

نام نظارت‌گر \_\_\_\_\_  
روزنامه‌ای که نظارت‌گری شده است \_\_\_\_\_  
تاریخ \_\_\_\_\_

به ترتیبِ حروفِ الفبا، کُلّ تعدادِ ارجاعات به یک شخصیتِ سیاسی یا حزبِ سیاسی در صفحه‌ی اوّل این روزنامه را یاد داشت کنید.

| تعدادِ ارجاعات | نام |
|----------------|-----|
|                | ۱.  |
|                | ۲.  |
|                | ۳.  |
|                | ۴.  |
|                | ۵.  |
|                | ۶.  |
|                | ۷.  |
|                | ۸.  |
|                | ۹.  |
|                | ۱۰. |
|                | ۱۱. |
|                | ۱۲. |
|                | ۱۳. |
|                | ۱۴. |
|                | ۱۵. |
|                | ۱۶. |
|                | ۱۷. |
|                | ۱۸. |
|                | ۱۹. |
|                | ۲۰. |
|                | ۲۱. |
|                | ۲۲. |
|                | ۲۳. |
|                | ۲۴. |
|                | ۲۵. |

فَرْمِ نِظَارَتِ گِری بِر رِسانِه‌های نِوِشْتاری - رُجُوعَاتِ از صَفْحَاتِ مِیانی (صَفْحَه چِهَارم تا چِهَارم)  
لِطْفاً بِسِیَار با دَقَّتِ بِنویسید!!!

نامِ نِظَارَتِ گِری \_\_\_\_\_  
رِوِزنامِه‌ای کِه نِظَارَتِ گِری شُدِه اسْت \_\_\_\_\_  
تاریخ \_\_\_\_\_

بِه تَرْتِیبِ حُرُوفِ الفبا، کُلِّ تَعْدَادِ اِرْجَاعَاتِ بِه یِکِ شَخْصِیَّتِ سِیاسِی یا حِزْبِ سِیاسِی دَر صَفْحَه ی اَوَّلِ اِین رِوِزنامِه را یاد داشت کنید.

| تعدادِ اِرْجَاعَاتِ | نام |
|---------------------|-----|
|                     | ۱.  |
|                     | ۲.  |
|                     | ۳.  |
|                     | ۴.  |
|                     | ۵.  |
|                     | ۶.  |
|                     | ۷.  |
|                     | ۸.  |
|                     | ۹.  |
|                     | ۱۰. |
|                     | ۱۱. |
|                     | ۱۲. |
|                     | ۱۳. |
|                     | ۱۴. |
|                     | ۱۵. |
|                     | ۱۶. |
|                     | ۱۷. |
|                     | ۱۸. |
|                     | ۱۹. |
|                     | ۲۰. |
|                     | ۲۱. |
|                     | ۲۲. |
|                     | ۲۳. |
|                     | ۲۴. |
|                     | ۲۵. |

### فُرْمِ پوششِ خلاصه تفسیرِ روزنامه

نامِ نظارت‌گر \_\_\_\_\_

نامِ روزنامه \_\_\_\_\_

۱. آیا هیچ خبرِ مهمِ روز وجود داشت که از قلم افتاده بود؟

(اگر چنانچه در دیگر نشریه‌ای چاپ شده بود، لطفاً منبعِ آن را در اینجا ذکر کنید)

---



---



---

۲. آیا به «تَرَفندهای رسانه‌ای» که می‌توانست بیانگرِ سونگری یا تحریف باشد، توجّه کردید؟

(لطفاً آن مورد و تاریخش را با توصیفِ کامل عنوان کنید)

---



---



---

۳. لطفاً به هر نوع گفتار یا گزارشی را که فکر می‌کنید پیرامونِ پاره‌ای افراد یا گروه‌هایی تحریف شده، نادرست یا زیان

آور بوده است مَدِ نظر قرار دهید.

(لطفاً مورد و زمان و مطالب را کلمه به کلمه یاد داشت کنید)

---



---



---

۴. آیا توصیف‌ها یا گزارشی استفاده شده بود که به نظر شما سونگرانه و نادرست می‌رسید؟ لطفاً کمالِ دقّت را بکار بَرید.

(لطفاً مورد و زمان و مطالب را کلمه به کلمه یاد داشت کنید)

---



---



---

لطفاً برای اظهارنظرهای اضافی از پشتِ همین ورقه استفاده کنید.

لطفاً دقت کنید که تاریخ، زمان و عنوان هر برنامه‌ای را که بیان گردید، ذکر شده باشد.

لطفاً کمالِ دقّت را در اظهارنظرهای خود بکار بَرید. سپاسگزاریم!

مهمترین اخبار روزانه‌ی روزنامه‌ها

تاریخ \_\_\_\_\_

خبرهای مهم ۵ روزنامه

روزنامه‌ی شماره‌ی ۱

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

روزنامه‌ی شماره‌ی ۲

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

روزنامه‌ی شماره‌ی ۳

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

روزنامه‌ی شماره‌ی ۴

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

روزنامه‌ی شماره‌ی ۵

- \_\_\_\_\_ .۱
- \_\_\_\_\_ .۲
- \_\_\_\_\_ .۳
- \_\_\_\_\_ .۴
- \_\_\_\_\_ .۵

## پوشش روزنامه از طریق نهاد

## ورقه‌ی امتیازاتِ هفتگی\*

تاریخ \_\_\_\_\_ نهاد \_\_\_\_\_  
 موضوع \_\_\_\_\_

| #   | تاریخ | اشارات<br>فرد/وابستگی<br>یا سازمان<br>(از جمله پروژه‌ی نظارت‌گری<br>بر رسانه) | فضا (سانتیمتر مربع)<br>تیترِ صفحه‌ی اول (ص ۱ / تیتر)<br>تصویرِ صفحه‌ی اول (ص ۱ / تصویر)<br>مقاله‌ی صفحه‌ی اول (ص ۱ / مقاله)<br>تیترِ داخل (شماره‌ی صفحه / تیتر)<br>مقاله‌ی داخل (شماره‌ی صفحه / مقاله)<br>تصویرِ داخل (شماره‌ی صفحه / تصویر) | مثبت / منفی<br>(۵-۱) |
|-----|-------|---|--|----------------------|
| ۱.  |       |   |  |                      |
| ۲.  |       |   |  |                      |
| ۳.  |       |   |  |                      |
| ۴.  |       |   |  |                      |
| ۵.  |       |   |  |                      |
| ۶.  |       |   |  |                      |
| ۷.  |       |   |  |                      |
| ۸.  |       |   |  |                      |
| ۹.  |       |   |  |                      |
| ۱۰. |       |   |  |                      |
| ۱۱. |       |   |  |                      |
| ۱۲. |       |   |  |                      |
| ۱۳. |       |   |  |                      |
| ۱۴. |       |   |  |                      |
| ۱۵. |       |   |  |                      |
| ۱۶. |       |   |  |                      |
| ۱۷. |       |   |  |                      |
| ۱۸. |       |   |  |                      |
| ۱۹. |       |   |  |                      |
| ۲۰. |       |   |  |                      |
| ۲۱. |       |   |  |                      |
| ۲۲. |       |   |  |                      |
| ۲۳. |       |   |  |                      |
| ۲۴. |       |   |  |                      |
| ۲۵. |       |   |  |                      |
| ۲۶. |       |   |  |                      |
| ۲۷. |       |   |  |                      |
| ۲۸. |       |   |  |                      |
| ۲۹. |       |   |  |                      |
| ۳۰. |       |   |  |                      |

\* ورقه‌ی امتیازاتِ هفتگی باید به یک موضوع سیاسی و یک نشریه اختصاص یابد. پوشش خبری هر موضوع در هر نشریه می‌تواند به مرور زمان ردیابی شود و شیوه‌ی برخورد آنها را می‌توان با دیگر نشریات مقایسه کرد.

پوشش خبری روزنامه بر مبنای موضع سیاسی

ورقه‌ی امتیازات هفتگی

تواریخ (هفته‌ی) \_\_\_\_\_

روزنامه \_\_\_\_\_

نام فرد یا سازمانی که پوشش خبری یافته‌اند \_\_\_\_\_

(از جمله پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌ها)

صفحه‌ی اول

| بخش                                       | فضا (سانتیمتر مربع) | مثبت/منفی (۱-۵) |
|---|---------------------|-----------------|
| تیتر صفحه اول (ص ۱/ت)                     |                     |                 |
| تصویر صفحه اول (ص ۱/ت)                    |                     |                 |
| مقاله صفحه اول (ص ۱/ت)                    |                     |                 |
| جمع جزء صفحه‌ی اول بر مبنای سانتیمتر مربع |                     |                 |

صفحات داخل

| بخش                                       | فضا (سانتیمتر مربع) | مثبت/منفی (۱-۵) |
|---|---------------------|-----------------|
| تیتر صفحه اول (ص ۱/ت)                     |                     |                 |
| تصویر صفحه اول (ص ۱/ت)                    |                     |                 |
| مقاله صفحه اول (ص ۱/ت)                    |                     |                 |
| جمع جزء صفحه‌ی اول بر مبنای سانتیمتر مربع |                     |                 |

جمع سانتیمتر مربع

\_\_\_\_\_

جمع مثبت

\_\_\_\_\_

جمع منفی

## گویان — نمونه‌ای از دستورالعمل رفتاری رسانه‌های گروهی

### یک دستورالعمل رفتاری رسانه

برای گزارش و پوشش خبری انتخابات در ۲۰۰۱ در گینه

در نهم اکتبر ۲۰۰۰ در «میز گرد دستورالعمل رفتاری رسانه‌های گروهی» در Le Meridien Pegasus ، خیابان Georgetown ، Old Seawall ، بر آن موافقت شد و توسط افراد زیر امضا گردید:

Andaiye, Mark Bhagwandin, Anthony Calder, Hugh Cholmondeley, Rockliff Christie, Karen Davis, David De Caires, David De Groot, Patrick Denny, Omar Farouk, Martin Goolsaran, Alex Graham, David Granger, Albert Henry, Catherine Hughes, Julia Johnson, Sharief Khan, Prem Misir, Kit Nascimento, Compton Peters, Abraham Poole, Khrishna Ramdhani, Rudy Saul, Lalan Shewcharan, Savitree Singh, Henry Skerret and Colin Smith.

#### ۱. پیشگفتار

با توجه به ضرورت یک انتخابات منصفانه و منظم و دور از عوامل تشدید تنش قومی و ناسازگاری غیر ضروری سیاسی، ما به توافق رسیدیم و پذیرفتیم که یک دستورالعمل رفتاری رسانه‌های گروهی — که عموماً محترم شمرده شده و رعایت گردیده است — به روزنامه‌ها و ایستگاه‌های رادیو و تلویزیونی میانه‌رو تعمیم دادن، به برگزاری یک انتخابات آزاد و منصفانه مساعدت خواهد کرد.

ما با توافق در پذیرش، و تقبل آن، در نهایت امکان خویش از این دستورالعمل رفتاری پیروی می‌کنیم و تمامی گام‌های خردمندانه را در جهت تضمین رعایت آن بر می‌داریم.

ما با پذیرش و تعهد روشن و بی قید و شرط از این دستورالعمل رفتاری، درک می‌کنیم که دولت یا هر یک از مؤسسات وابسته به آن و کمیسیون انتخابات، پیشاپیش در صدد کنترل یا سانسور نشریه یا رسانه‌ای نخواهد بود و آن را تحمیل نخواهد کرد.

#### ۲. دستورالعمل رفتاری

۱. رسانه‌های گروهی طی دوران مبارزات انتخابی، در پوشش خبری خود و گزارش مربوط به انتخابات موافقت می‌کنند که:

الف. از نشر یا پخش هر گونه مطلب با زمینه‌ای که ممکن است موجب و محرک انزجار نژادی باشد یا آنکه سونگری یا توهین یا هر مسأله‌ای که احتمالاً درون‌مایه‌ای در جهت ترویج یا عامل بی‌نظمی عمومی داشته باشد، یا تهدیدی متوجهی امنیت ملی باشد، خودداری ورزند.

از خدشه‌ی نام، تهمت زدن یا آنکه هیولایی از مردم بر اساس جنسیت، نژاد، طبقه، قومیت، زبان، جهت جنسی و توانایی جسمی و روانی ساختن، خودداری کنند.

ب. خود را از قید هرگونه کنترلی از سوی دولت و جناح مخالف سیاسی، مستقل و آزاد نامند.

ت. خود را از تسلط و جهت‌گیری هر حزب سیاسی که رسماً برای شرکت در انتخابات نامنویسی کرده‌اند، مستقل و آزاد دانند.

د. خود را از کنترل و جهت‌گیری همه‌ی افراد، گروه‌ها، یا سازمان‌هایی که نمایندگی یا اشاعه‌ی منافع خاص هر حزب سیاسی می‌کنند که رسماً برای مبارزات انتخاباتی ثبت نام کرده‌اند، برکنار شمارند.

۲. رسانه‌ها گروهی در راستای حقوق اساسی خویش نسبت به آزادی بیان، و در شناخت منتج از مسؤولیت اجتماعی



خود نسبت به جامعه‌ای که خدمتگزار آن‌اند، در تمامی اوقات هم خود را به کار خواهند بُرد که:

الف: گزارش‌هایی واقعی، جامع، دقیق، متوازن از وقایعی که برای آنان از مفهوم برخوردار است، فراهم آورند؛

ب. به عنوان تریبونی آزاد برای تبادل افکار عمومی، عقاید، مناظرات و نقد، با شیوه‌ای متوازن و معقول عمل کنند؛

پ. تصویری دقیق از گروه‌های رأی دهنده، سازمان‌ها و احزاب درگیر در مبارزات انتخاباتی و جامعه را در کل، ارائه دهند؛

ت. در حد امکان، اهداف و ارزش‌های گروه‌های رأی دهنده، سازمان‌ها و احزاب درگیر در مبارزات انتخاباتی، و جامعه را در کل به وضوح نشان دهند؛

۳. رسانه‌های گروهی با پذیرش اصل «انصاف و توازن» در گزارش‌ها، تشخیص می‌دهند که:

الف. هرگونه گزارشی در صورت حذف حقایق مهم و ارزنده‌ی آن از انصاف بدور بوده و بنابراین ناقص تلقی می‌شود؛

ب. هرگونه گزارشی در صورت حاوی بودن اطلاعاتی اصولاً نامربوط، شایعه یا اظهاراتی به بهای حقایق، بدور از انصاف است.

پ. هرگونه گزارشی که آگاهانه یا نا آگاهانه خواننده، شنونده یا بیننده را گمراه یا حتی فریب دهد، بدور از انصاف خواهد بود.

۴. رسانه‌های گروهی با پذیرش اصل «دقت و توازن» در گزارش‌های خود، به ویژه طی دوره‌ی مبارزات انتخاباتی اذعان می‌کنند که این دو مسأله‌ی اساسی، دقت و توازن، در تلاش است تا میان روزنامه‌نگاری خوب و بد و روزنامه‌نگاری و شعار، تفاوت نه‌د. از این دیدگاه، می‌پذیریم که:

- **دقت** (تا سرحد امکان) نیازمند اثبات و عرضه‌ی تمامی حقایقی که مناسب و ضروری برای درک یک رویداد یا مسأله است، می‌باشد، حتی چنانچه پاره‌ای از حقایق با روزنامه‌نگار، یا با برخی از باورها و احساسات گوینده‌ی رادیویی یا تلویزیونی در تضاد است.
- **توازن**، یا بی‌طرفی، نیازمند عرضه‌ی تمامی دیدگاه‌های اصلی یا ترجمان یک رویداد یا یک مسأله است، صرف‌نظر از اینکه روزنامه‌نگار، گزارشگر، گوینده، ویرایشگر یا تماشاگر و شنونده با این دیدگاه‌ها موافق‌اند یا مخالف.

۵. رسانه‌های گروهی فراتر اذعان می‌کنند که این رهنمودها — دقت و توازن — برای شهروندان در راستای کسب تصویری کامل و حقیقی از مسائل در جریان مبارزات انتخاباتی و نیز دنیای اطراف آنان ضروری است. دموکراسی، که نیازمند شرکت فعال شهروندان مطلع می‌باشد، در گروهی روزنامه‌نگاران و گویندگان رادیو و تلویزیونی است تا شهروندان را پیرامون مسائل حیاتی آگاهی دهند.

۶. رسانه‌های گروهی می‌پذیرند که حذف حقایق و دیدگاه‌های مطروحه در گزارش‌های مسائل مهم در ارتباط با منافع مردمی بی‌تردید نظری واقعی را که یک روزنامه‌نگار، گزارشگر یا گوینده ارائه می‌دهد، تحریف کرده و به این ترتیب

جامعه را گمراه و منحرف می‌سازد.

۷. رسانه‌های گروهی اذعان دارند که تحریف عمده‌ی واقعیت بدون توجه به حقیقت، به میزانی که جامعه را به یک برداشت ویژه از رویدادها و مسائل سوق دهد، می‌تواند روند دموکراسی را مسموم سازد.

۸. رسانه‌های گروهی از تشکیل یک هیأت منصفه‌ی و مرجع مستقل نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در ارتباط با انتخابات که از قدرتی در نظارت‌گری بر رسانه‌ها و وصول شکایات نسبت به کنش رسانه‌ها برخوردار باشد، حمایت می‌کنند. رسانه‌های گروهی نسبت به انتشار یافته‌های این مرجع در ارتباط با شکواییه‌های رسیده، متفوق‌القولند.

### ۳. رهنمودها

این رهنمودها در اوّل نوامبر ۲۰۰۲ در «پیش‌نویس رهنمودها: میزگرد دستورالعمل رفتاری رسانه‌ها» در **Le Meridien Pegasus**، خیابان **Old Seawall**، **Georgetown**، مورد بررسی قرار گرفت. این میزگرد با حضور این افراد تشکیل گردید:

Mark Benschop, Anthony Calder, Andrew Carmichael, Hugh Cholmondeley, Rockliff Christie, Dennis Cuffy, Karen Davis, David De Caires, David De Groot, Patrick Denny, Omar Farouk, Martin Goolsaran, Alex Graham, David Granger, Nichole Griffith, Adam Harris, Catherine Hughes, Mike James, Glenn Lall, Margaret Lawrence, Marie Maltais, Prem Misir, Roger Moore, Kit Nascimento, Rawle Nelson, Abraham Poole, Christopher Ram, Lalan Shewcharran, Savitree Singh, Colin Smith, Oneidge Waldron, Bert Wilkinson, Vivian Williams and Enrico Woolford.

#### ۱. «تحریک انزجار نژادی و اشاعه‌ی بی‌نظمی عمومی.»

سازمان‌های رسانه‌ای مطالب یا اطلاعاتی را که از سوی احزاب سیاسی یا از طریق نمایندگان آنان دریافت می‌کنند، صرفنظر از رایگان بودن یا با پرداخت هزینه، برای نشر در روزنامه‌ها یا از طریق رادیو و تلویزیون نباید به دست‌سانسور یا ویرایش بسپارند.

با این همه، سازمان‌های رسانه‌ای که قانون را رعایت می‌کنند و نسبت به سلیقه‌ی مطلوب یا احترام برای سلامت عمومی و ضوابط اخلاقی ویرایشگری را به داوری فرا می‌خوانند، باید از پذیرش مطالبی که توسط احزاب سیاسی یا از طریق نمایندگان آنان واصل می‌شود و ممکن است انزجار برانگیز، توهین به قومیت، اشاعه‌ی بی‌نظمی عمومی یا تهدیدی متوجه‌ی امنیت کشور باشد، خوداری ورزند.

در تمامی موارد امتناع، باید حزب سیاسی ذینفع را در اسرع وقت از دلیل امر آگاه ساخت و با توجه به زمان باقی مانده، به این حزب یا نماینده‌اش فرصتی کافی جهت جرح و تعدیل مطلب رد شده به منظور تطبیق آن با موازین قابل قبول قانونی، اخلاقی و غیره فراهم آورد.

رسانه‌های گروهی نباید گزارشی را که در بافت آن نکات آشکاری از تحریک در انزجار نژادی توهین یا اشاعه‌ی بی‌نظمی سیاسی ملموس است، بدون تأیید دست‌کم ۲ (دو) منبع مستقل پیرامون دقت و اصالت این گزارش منتشر سازند.

#### ۲. «فضای رایگان و زمان برای احزاب سیاسی پس از روز اعلام نامزدی برای انتخابات»

در دوره‌ی پس از روز نامزدی برای انتخابات، و در سایه‌ی کنشی منصفانه و عادلانه برای تمامی احزاب، رسانه‌های

گروهی موافقت می‌کنند که یک مقدار فضای رایگان و زمان برای کلیه‌ی احزاب سیاسی که موازین قانونی برای مبارزات انتخاباتی را کسب کرده‌اند، قرار دهند.

رسانه‌های نوشتاری، تصویری و گفتاری، امکانات فنی خود، همچون صفحه‌آرایی و چاپ، استودیو با امکانات معمولی، دستگاه‌های ضبط صوت صدایی و ویدیویی خود را برای تهیه و عرضه‌ی مقالات و برنامه‌ها، بدون هزینه‌ای در اختیار قرار دهند، اما شرایط ویرایش، همگامی ذوقی یا تجهیزات سخن‌پراکنی خارج از محدوده یا تکثیر و توزیع جهت استفاده توسط دیگر سازمان‌های رسانه‌ای در زمره‌ی این امکانات قرار نمی‌گیرد.

### ۳. «دسترسی یکسان به تبلیغات با پرداخت هزینه»

سازمان‌های رسانه‌های گروهی وظیفه‌ی خود را در قبال دسترسی یکسان و فرصت برای کلیه‌ی احزاب سیاسی بدون تبعیض در خرید فضا در روزنامه‌ها و بهترین زمان پخش برنامه‌های رادیو و تلویزیونی در جهت ارائه‌ی نگاه‌های اینان در دوره‌ی انتخابات اعلام می‌دارند.

رسانه‌های گروهی، در این راستا، اطلاعات کاملی پیرامون فضا و زمان موجود برای امر تبلیغ در اختیار احزاب سیاسی درگیر مبارزات انتخاباتی قرار خواهند داد و نرخ نشر تبلیغات در تمامی مؤسسات روابط عمومی، بنگاه‌های تبلیغاتی و نیز هیأت پیشنهادی مستقل نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی، به منظور پای بندی در نظارت‌گری بر دستورالعمل رفتاری و این رهنمودها موجود خواهد بود.

### ۴. «گزارش‌های خبری و برنامه‌های امور جاری»

تمامی رسانه‌های گروهی بر این نکته تأکید می‌کنند که گزارش‌های خبری و برنامه‌های امور جاری ممکن است در همه‌ی زمان‌ها، با هر مسأله، هر علت، سازمانی یا فردی بحث می‌کند، تابع دستورالعمل رفتاری رسانه‌ها باشد. با این همه، با توجه به تعداد زیادی از احزاب درگیر در انتخابات، پوشش خبری از رویدادهای مبارزاتی و دیگر مسائل مربوط، با تکیه بر امکانات رسانه‌ها در به کارگیری کادر خویش برای اینگونه فعالیت‌ها با محدودیتی رویاروی خواهد بود. تخصیص زمان و فضای رایگان یا با هزینه برای احزاب سیاسی در عرضه‌ی دیدگاه‌های خویش در رسانه‌های گروهی، منوط به این التزام خواهد بود.

بنا بر این، بار داوری و ویرایشگری همچنان بر دوش سازمان‌های ذینفع باقی می‌ماند. این داوری‌ها همیشه بی طرفی، انصاف و پیوستگی را هدف خود قرار می‌دهد و در این راستا حقیقت را از برداشت افراد در مسائل سیاسی و دیگر مباحث بحث‌انگیز متمایز می‌سازد. داوری‌ها همچنین از سوی گواهان عینی و بیانات رسمی قابل منسوب به مقامات مسؤول و دیگر منابع در جهت اعتبار بخشیدن به گزارش‌های مشخصی مورد حمایت قرار می‌گیرد.

### ۵. «فعالیت‌های سیاسی ابواب جمعی رسانه‌های گروهی و احتمال اتهامات سونگری.»

رسانه‌های گروهی بر این باورند که اربابان رسانه‌ای خصوصی، کادر اداری تمام وقت، کارمندان نیمه وقت یا دیگر پیمان کاران که برای نوشتن، تهیه یا عرضه‌ی مقالات، فیلمنامه، برنامه‌نویسی، تفاسیر، یا دیگر مطالبی که در سطح جامعه اشاعه می‌یابد، و کسانی که (الف) از نظر عموم به عنوان نامزدهای انتخاباتی شناخته شده‌اند؛ یا (ب) مسندی در یک حزب سیاسی دارند، ظاهراً بیشتر در معرض اتهامات سونگری هستند. در این راستا، سازمان‌های رسانه‌ای بر این نکته صحه می‌گذارند که این چنین افراد در عملکرد وظایف خویش از برنامه‌های خود به منظور ترویج مقاصد سیاسی طی آغاز امضای دستورالعمل رفتاری رسانه‌ای و رهنمودهای متکی بر آن، و در پس‌روزی که نتایج انتخابات اعلام می‌شود، خود داری خواهند ورزید.

## ۶. «اشتباهات اطلاعاتی»

رسانه‌های گروهی متعهد می‌شوند که مسئولانه با هرگونه شکواییه‌ای که در ارتباط با گزارش‌های نشر یافته یا پخش در رادیو و تلویزیون واصل می‌گردد و حاوی اشتباهات اطلاعاتی است برخورد کنند، و از آنجایی که به باور اینان چاپ و یا پخش این مطالب همراه با اصلاحاتی است، موجه جلوه می‌کند.

## ۷. «پوشش خبری در روز انتخابات»

سازمان‌های رسانه‌ای تقبل می‌کنند که هیچگونه فعالیتی نباید توسط احزاب سیاسی ۲۴ (بیست و چهار) ساعت پیش از آغاز رأی‌گیری در حوزه‌های مربوط و ادامه‌ی آن تا هنگام پایان رأی‌گیری صورت پذیرد.

## ۸. «نظارت‌گری بر عملکرد رسانه‌های گروهی»

رسانه‌های گروهی از تشکیل یک هیأت منصفه‌ی و مرجع مستقل نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در ارتباط با انتخابات که نهایتاً کانون تفاهمی برای تسلیم شکایات پیرامون عملکرد رسانه‌ها نسبت به گزارش و پوشش رویدادها در دوران مبارزات انتخاباتی است، حمایت کنند.

سازمان رسانه‌های گروهی مراتب سپاس خود را از تلاش‌های هیأت انتخابات‌گویان و دیگر یاری‌کنندگان مالی در جهت شناخت و تضمین منابعی که حامی این کار هستند، ابراز می‌دارند.

با این همه، رسانه‌های گروهی بر این مورد صحه می‌گذارند که حوزه‌ی اختیارات، عملکردها، ساختار و همچنین بیان تنبیهات و دیگر موازینی که هدفش اصلاح عملکرد است، باید توسط خود سازمان‌های رسانه‌ای که دستورالعمل رفتاری رسانه‌ای و رهنمودهای همراه با آن را امضا کرده‌اند، تدوین گردد و آمادگی خود را برای همکاری مشترک با هیأت انتخابات‌گویان در جهت نیل به هدف یک هیأت منصفه‌ی کارآمد و مرجع مستقل نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در ارتباط با انتخابات اعلام می‌دارند.

## هیأت منصفه و مرجع مستقل نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در ارتباط با انتخابات

این حوزه‌ی اختیارات در هشتم نوامبر ۲۰۰۰ در سومین و آخرین «میز گرد دستورالعمل رفتاری رسانه‌ای در رسانه‌ها» در Le Meridien Pegasus، خیابان Old Seawall، Georgetown، مورد بررسی قرار گرفت. این میز گرد با حضور این افراد تشکیل گردید:

Mark Benschop, Hugh Cholmondeley, Dennis Cuffy, Karen Davis, David De Caires, David De Groot, Martin Goolsaran, Alex Graham, Nichole Griffith, Cathy Hughes, Mike James, Marie Maltais, Prem Misir, Kit Nascimento, Bob Norris, Cmpton Peters, Abraham Pools, Savitree Singh, Colin Smith, and Enrico Woolford.

## ۱. پیشینه

## متن داخلی

حدود چهل تن از اربابان رسانه‌ها و متخصصین در گویان، بین نهم اکتبر تا اول نوامبر ۲۰۰۰ در اجلاس دو میز گرد حضور یافتند و در بحث‌ها شرکت جستند. مذاکرات به ابتکار هیأت انتخابات‌گویان (GECOM) و بُنگاه توسعه‌ی بین‌المللی کانادا (CIDA) انجام گرفت و اجلاس از سوی آقای هیو چولموندلی گشایش یافت. هدف از این میز گردها

تدوین یک دستورالعمل رفتاری رسانه‌ها و رهنمودهای همراه آن بود تا عملکرد سازمان‌های رسانه‌ای در دوره‌ی مبارزات انتخاباتی منتهی به انتخابات عمومی ۲۰۰۱ را قوام بخشد. متن داخلی برای این مذاکرات اینگونه تعیین شده بود:

- نبود مقرراتی حاکم بر موازین و عملکرد رسانه‌های الکترونیکی؛
- فقدان یک دستورالعمل رفتاری رأی‌دهندگی برای احزاب سیاسی که در انتخابات ۲۰۰۱ به رقابت می‌پردازند؛
- به پاس اقدام مشترک کارکنان رسانه‌های گروهی بهترین فرصت برای اصلاح موازین عملکرد در دوره‌ی مبارزات انتخاباتی فراهم آمد.

در پی اتفاق نظر در مورد دستورالعمل رفتاری رسانه‌ها، و رهنمودهای همراه، نمایندگان رسانه‌های گروهی تشکیل یک هیأت منصفه و مرجع مستقل نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در ارتباط با انتخابات را پیشنهاد کردند که به مثابه‌ی حوزه‌ی اختیاراتی جهت وصول شکایات و دیگر دیدگاه‌های مردمی، رقبات انتخاباتی احزاب سیاسی و دیگران پیرامون عملکرد رسانه‌ها در گزارش و پوشش رویدادها در دوره‌ی مبارزات انتخاباتی عمل خواهد کرد.

#### متن بین‌المللی

تبادل نظرها و نتیجه‌گیری‌های میزگردها در برگزیده‌ی یک متن حقوق بشر جهانی است که از سه رویداد مهم مایه می‌گیرد.

(الف) در ۱۹۹۰، دبیر کل سازمان ملل متحد هشدار داد:

« ما نمی‌توانیم نسبت به این حقیقت بی‌اعتنا باشیم در حالی که دموکراسی شرطی لازم برای شناخت بنیادین حقوق بشر است، اما تضمین بهره‌گیری از آن حقوق به خودی خود کافی نیست. افزون بر این، دموکراسی راستین سیاسی شانس اندک برای بقای خود دارد، و ثبات بدون عدالت اجتماعی بطور قطع گریزنده است. استحکام بخشیدن به آن چنان عدالتی نیازمند یاری آنانی است که می‌توانند به درستی به حمایت آن برخیزند، گرچه در بسیاری موارد، درست در پس باروری، به حال خود رهاش می‌کنند.»

(ب) در ۱۹۹۱، مجمع عمومی سازمان ملل متحد (مورد: ۴۶/۱۳۷ از ۱۷ دسامبر ۱۹۹۱) تأکید می‌ورزد که...

«انتخابات ادواری و راستین عواملی لازم و ضروری برای پیگیری تلاش‌ها در جهت حمایت از حقوق و منافع دولت است و اینکه به عنوان یک مسأله‌ی تجربه‌ی عملی، حق هر فرد شرکت در دولت و کشور خویش عاملی حیاتی در بهره‌وری مؤثر از تمامی ابعاد دیگر حقوق بشر و آزادی‌های بنیادین می‌باشد که حقوق سیاسی، اقتصادی، مدنی و فرهنگی را در بر می‌گیرد.»

(پ) در ۱۹۹۰، دبیر کل سازمان ملل متحد (گزارش ۴۶/۶۰۹/آ) اظهار داشت...

«انتخابات به خودی خود دموکراسی را ایجاد نمی‌کند. انتخابات پایان کار نیست، بل گامی مهم و غالباً

اصلی در مسیر دموکراتیک کردن جوامع و تحقق بخشیدن به حق شرکت در حکومت کشور خویش به گونه‌ای است که در اسناد اصلی حقوق بشر جهانی به وضوح تشریح گردیده است. متأسفانه پایان کار به تخلیط انجامیده و فراموش شده است و آن اینکه دموکراسی پای فراتر از صرف عمل رأی دادن ادواری می‌گذارد و تمامی روند شرکت شهروندان در زندگی سیاسی کشورشان را در بر می‌گیرد.»

#### دایره‌ی کار

دایره‌ی کار یک هیأت منصفه و مرجع مستقل نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در ارتباط با انتخابات در ۲۰۰۱ در گویان، باید، به هر صورت، از موازین دیدگاه بین‌المللی حقوق بشر سازمان ملل متحد در ارتباط با انتخابات، عموماً و دسترسی به رسانه‌های گروهی، خصوصاً، نیز نگریسته شود. گزیده‌ی زیرین از کتاب راهنمای «حقوق بشر و انتخابات» در مسائل حقوقی و فنی و جنبه‌های «حقوق بشر و انتخابات» که در سال ۱۹۹۱ از سوی مرکز حقوق بشر سازمان ملل متحد در ژنو انتشار یافته است، اقتباس شده است.

«تدارکات برای دسترسی منصفانه به رسانه‌های گروهی از سوی نامزدهای انتخاباتی و احزاب کانون مهم قانون انتخاباتی را تشکیل می‌دهد. این مسأله به ویژه، در جایی نمود می‌کند که بزرگ‌ترین منبع اطلاعاتی تحت کنترل دول است. مقررات رسانه‌های گروهی باید زمینه‌ای برای حفاظت در قبال سانسور سیاسی، مزیت ناعادلانه‌ی دولتی و دسترسی نابرابر در دوران مبارزات انتخاباتی فراهم آورد.

«دسترسی عادلانه نه تنها به اختصاص زمان و فضای برابر تکیه می‌کند، بل ساعات پخش (مثلاً، ساعات پُر بیننده در مقابل ساعات آخر شب) و مکان تبلیغات (مثلاً، صفحه‌ی اول در مقابل صفحه‌ی آخر) را نیز مورد توجه قرار می‌دهد. بهره‌گیری از رسانه‌های گروهی دلالت بر مسؤلیت آن دسته از افراد یا احزابی دارد که پیام‌ها یا انتقالات اطلاعات از طریق رسانه‌ها را (مثلاً، سرشار از صداقت، حرفه‌ای و خودداری از وعده‌های دروغین یا بر مبنای انتظارات کاذب) ارائه می‌دهند.

«یک مکانیزم ارزشمند در جهت تضمین پخش اخبار منصفانه و پُر بار از مسؤلیت در دوران انتخاباتی وجود یک نهاد مستقلی است که نظارت‌گری برانتشار اخبار سیاسی، برنامه‌ریزی آموزش مدنی و تخصیص زمان برای احزاب مختلف سیاسی، و همچنین وصول شکایات و اقدام در بررسی نسبت به دسترسی عادلانه و مسؤله به رسانه‌های گروهی را بر عهده گیرد. این اقدام ممکن است وسیله‌ی نماینده‌ی نهادهای موقتی، مدیریت انتخابات، یا یک هیأت جداگانه‌ی رسانه‌ای انجام شدنی باشد.

«تضمین در جهت پخش و انتشار مسائل مربوط به انتخابات به گونه‌ی مسؤله‌ای از سوی رسانه‌های گروهی، می‌تواند تا میزانی بر اساس توافق پیرامون دستورالعمل رفتاری رسانه‌ها صورت پذیرد. این چنین آیین‌هایی ممکن است به عنوان یک روش مقررات رسانه‌ها (مثلاً، خود - مقرراتی) در مقایسه با عمل قانونگذاری یا اقدامی از طرف دولت که احتمالاً مسأله‌ی سانسور غیر مجاز و مداخله در امر آزادی بیان و اطلاعات حقوق بشر را به میان می‌کشد، مرجح به نظر آید.

هیأت منصفه‌ی و مرجع مستقل نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در ارتباط با انتخابات با اربابان رسانه‌های گروهی و متخصصین، با هدف ویژه‌ای در بهبود کیفیت گزارش‌ها و پوشش خبری روزنامه‌ها و ایستگاه‌های رادیو و تلویزیونی طی دوران مبارزات انتخاباتی منتهی به انتخابات ۲۰۰۱ به همکاری برخواهد خاست. در کل، کار این هیأت باید همچنین به روند گزینش و نگهداشت معیارهای والایی در دوران‌هایی پس از انتخابات نیز یاری رساند. نتیجتاً، از طریق تبادل دانش و تجربه طی مبارزات انتخاباتی، یک روند یادگیری که مددی در افزایش مهارت‌ها و بهبود قابلیت متخصصین رسانه‌ها خواهد بود، به میان خواهد آمد.

به ویژه، هیأت منصفه و مرجع مستقل نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در ارتباط با انتخابات به عنوان کانون مرجعی یارمند عملکرد سازمان‌های رسانه‌ای و متخصصینی که از دستورالعمل رفتاری رسانه‌های گروهی و رهنمودهای همراه آن پشتیبانی کرده‌اند، خواهد بود. این هیأت هیچگونه قدرت قانونی و حقوقی و غیره نخواهد داشت.

بنابراین، نیروی اخلاقی و پیوستگی این هیأت از میانی ساختار دستورالعمل رفتاری همراه با شیوه‌هایی که از رهنمودهای آن برگزیده شده است، نشأت می‌گیرد. این هیأت شکایاتی را که از سوی افراد جامعه، نمایندگان معتبر احزاب سیاسی یا نامزدهای انتخاباتی، مقامات کمیسیون انتخابات گویان یا نمایندگان ناظر بر انتخابات داخلی، منطقه‌ای یا بین‌المللی مطرح گردیده است، دریافت خواهد کرد. در این راستا، طی دوره‌ی مبارزات انتخاباتی، این هیأت:

الف. یافته‌های جراید، ایستگاه‌های رادیو و تلویزیونی را به منظور پایبندی به معیارهای تدوین شده، که تلویحاً نیز در واژه‌ها، و نفس و نیت دستورالعمل رفتاری و رهنمودهای همراه آن انعکاس یافته است، مورد نظارت‌گری، بررسی و ارزیابی قرار خواهد داد؛

ب. شکایات، رضایتمندی و دیگر مکاتبات در زمینه‌ی نحوه‌ی رفتار جراید، ایستگاه‌های رادیو و تلویزیونی را دریافت و بیانیه‌های آشکاری در خور منتشر خواهد ساخت.

پ. تمامی مطالب مرتبط از جمله مدارک، مقالات، فیلم نامه‌ها، نوارهای صوتی و تصویری یا دیگر مطالب در ارتباط با شکایات رسمی تسلیم شده را برای ملاحظات، کسب و گردآوری خواهد کرد.

ت. تمامی مطالب در ارتباط و دیگر اطلاعات را — در صلاحدید این هیأت — به منظور بررسی اینکه آیا این شکایات عدم پایبندی به دستورالعمل رفتاری یا رهنمودهای همراه به وجود آورده است یا نه بر عهده می‌گیرد و در این راستا پژوهشی پیرامون گنشی رسانه‌ی بخصوصی را موجه خواهد شمرد.

د. تحقیقاتی را، با هر وسیله‌ای که مناسب به نظر رسد، از جمله مصاحبه با نمایندگان رسانه‌ای مربوط و شاکی، نسبت به هر گونه شکواییه‌ای که رسماً تسلیم گردیده است، به کار خواهد گرفت.

ذ. یافته‌ها و نتایج در ارتباط با هرگونه تحقیقاتی را که امکان دارد این هیأت در پاسخ به شکواییه‌ی

ویژه‌ای بر عهده گرفته است. به تمامی سازمان‌های رسانه‌ای که رسماً دستورالعمل رفتاری و رهنمودهای همراه آن را مورد تأیید قرار داده‌اند، ارسال دارد تا احتمالاً اهمیتی به دیدگاه‌های این هیأت در ارتباط با انتشار و سخن‌پراکنی داده شود.

### ۳. ترکیب هیأت

اینگونه پیشنهاد شده است که عضویت در هیأت منصفه و مرجع مستقل نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی توسط اربابان رسانه‌های گروهی و متخصصین امر که دستورالعمل رفتاری و رهنمودهای همراه را پذیرفته‌اند، مورد تأیید قرار گیرد. پیش‌بینی شده است که اقدامات این هیأت دوره‌ی رسمی مبارزات انتخاباتی را از روز اعلام نمایندگی، و مثلاً، یک هفته در پس اعلام نتایج انتخابات در بر می‌گیرد.

ترکیب این هیأت باید از یک رئیس تمام وقت و دو عضو نیمه وقت تشکیل یابد. رئیس باید از ملیت کارائیبی برخوردار و تجربه‌ای در خور از برنامه‌های رادیو و تلویزیونی ملی و منطقه‌ای داشته باشد. دومین عضو می‌تواند یک روزنامه‌نگار محلی یا اهل کارائیب با تجربه‌ای چشمگیر در رسانه‌های نوشتاری بوده و شخص سوّم را نیز یک وکیل دعاوی محلی تشکیل دهد.

#### تدارکات/اداری

این هیأت باید در یک دفتر کار مناسبی که به امکانات ضروری از جمله یک کامپیوتر روی میزی، چاپگر، تلفن، دورنگار (فکس) و اینترنت مجهز است، جای گیرد. یک دستیار جهت انجام امور اداری، یک منشی با آگاهی کامل از واژه پردازی و نیز تنخواه گردانی برای ملزومات مورد نیاز اداری، ترابری و پیشامدهای احتمالی در این منظور پیش‌بینی شده است.

#### تدارکات عملیاتی

دسترسی فارغ از قید و بند این هیأت به یک امکان فنی برای گوش دادن، تماشا کردن، ضبط و باز نواختن آن از داده‌های ایستگاه‌های رادیو و تلویزیونی گویان حائز اهمیت است. همچنین دسترسی این هیأت به جدول زمانی برنامه‌های جاری و آینده‌ی ایستگاه‌های رادیو و تلویزیونی و نیز تعداد پرسنل اندکی با توان پیگیری، نظارت‌گری و فهرست‌سازی داده‌های رسانه‌های گروهی بر اساس روندی متداوم در سراسر دوره‌ی مبارزات انتخاباتی، نیز از اهمیت برخوردار است.

باید یادآور شد که در محدوده‌ی کلی مسئولیت‌های کمیسیون انتخابات گویان برای اداره و اجرای انتخابات سال ۲۰۰۱، برنامه همکاری مشترک وابسته به GECOM منابع خود را برای مشاور نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در دسترس قرار داده است. افزون بر تدارک یک گروه فنی که وظایف در ارتباط با نظارت‌گری را بر عهده خواهند داشت، امکاناتی را نیز در جهت کسب و سائل‌های همچون دستگاه‌های رادیو و تلویزیون، ضبط صوت و دیگر تجهیزات فراهم آورده است.



## تدارکات سازمانی

به منظور اجتناب از تکرار بهره‌گیری از منابع انسانی و تجهیزات، پیشنهاد گردیده است که کمیسیون انتخابات گویان، برنامه‌ی همکاری مشترک وابسته به GECOM و هیأت منصفه و مرجع مستقل نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی، هدف خود را در نیل به یک توافق رسمی پیرامون وجوه تفاهمی روشن و نیز تنظیم برنامه‌ی کار دقیق برای گروه فنی نظارت‌گری متمرکز سازند.

این هدف باید شفافیت و استقلال گروه فنی را در انجام خدمات حرفه‌ای با کیفیتی والا به کمیسیون و هیأت تضمین کند. در این راستا، کار این هیأت از منابع مالی که از سوی اهدا کنندگان جامعه برای نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی تخصیص داده شده است، تأمین خواهد گردید. مضافاً، سازمان‌های رسانه‌های گروهی که رسماً از دستورالعمل رفتاری و رهنمودها پشتیبانی کرده‌اند، کار این هیأت را مورد حمایت قرار خواهند داد.

## کمیسیون انتخاباتِ مالاوی

### آیین‌نامه‌های پوششِ خبری انتخاباتِ پارلمانی و ریاست جمهوری

#### هدف

این آیین‌نامه‌ها به رسانه‌های الکترونیکی (به ویژه، کمیانی سخن پراکنی مالاوی) و در مواردِ بخصوصی، به مطبوعات اطلاق می‌شود. هدف از این آیین‌نامه‌ها ضمانت بخشیدن به پوششِ خبری کامل و منصفانه، بدون سانسور، در جهتِ مبارزاتِ انتخاباتی تمامی احزابِ سیاسی به ثبت رسیده که برای انتخاباتِ پارلمانی و ریاست جمهوری نامنویسی کرده‌اند، می‌باشد که دورانِ مبارزاتِ انتخاباتی تا پایانِ رأی‌گیری را در بر می‌گیرد.

هدف از این آیین‌نامه‌ها همچنین تضمین این نکته است که رسانه‌های گروهی برنامه‌های ضروری آموزشِ مدنی در ارتباط با هر یک از جنبه‌های روند انتخاباتی و نسبت به حقوقِ انتخاباتی هر یک از شهروندان را فراهم خواهند آورد. اینگونه حمایت برای سیستمِ انتخاباتی توسطِ رسانه‌های غیر دولتی در نهادِ دموکراسی نهفته است.

این آیین‌نامه‌ها بر مبنای اختیارات تفویض شده به کمیسیونِ انتخابات و نیز قانونِ انتخاباتِ پارلمانی و ریاست جمهوری ۱۹۳۰ است.

بخش ۱ پوششِ خبری

بخش ۲ آموزشِ انتخابات و برنامه‌ی اطلاعاتی

بخش ۳ پخش برنامه‌های سیاسی حزب (مستقیم یا دسترسی آزاد)

بخش ۴ سنجشِ افکار

بخش ۵ نظارت‌گری بر پوششِ خبری

بخش ۶ روندِ شکایات

#### ۱ اخبار و پوششِ امور جاری

##### ۱.۱

رسانه‌های ملی (این جریان در حال حاضر منحصراً به کمیانی سخن پراکنی مالاوی اطلاق می‌گردد) ملزم‌اند که گزارش‌هایی منصفانه و متوازن از مبارزاتِ انتخاباتی، سیاست‌ها، نشست‌ها، اجتماعات و کنفرانس‌های مطبوعاتی تمامی احزاب به ثبت رسیده را طی دورانِ مبارزاتی فراهم آورند و در پسِ آن نیز خبرهای روندِ انتخاباتی را تا اتمامِ رأی‌گیری انعکاس دهند.

##### ۱.۲

این وظیفه همچنین رسانه‌های گروهی را مکلف می‌سازد که در توافق با احزابِ سیاسی، یک رشته برنامه‌های ویژه‌ی انتخاباتی – مباحثات عمومی، مصاحبات با رهبران احزاب و بحث‌هایی از طریقِ تلفنِ طراحی کنند که طی آن تمامی احزابِ سیاسی به ثبت رسیده به گونه‌ای یکسان موردِ برخورد قرار می‌گیرند و همین موازنه‌ی ویرایشگری و برخوردِ منصفانه، در بولتن‌ها و گزارش‌های خبری نیز منعکس شود.

##### ۱.۳ مباحثات به قرار زیر سازماندهی خواهد شد:

کمیسیونِ انتخابات و کمیانی سخن پراکنی مالاوی یک رشته مباحثاتِ شش جلسه‌ای با احزابِ قانونی را؛ دو جلسه در مزوزو، دو جلسه در ایلونگوی و دو جلسه در بلانتایر با هر هشت حزبِ معرفی شده در هر برنامه، در هر شهر برگزار خواهد کرد. در هر جلسه‌ی بحث یک مسؤلِ جلسه، دو روزنامه‌نگار و (نمایندگان) چهار حزب از هشت حزب شرکت

خواهد جُست.

تاریخ نشست‌ها بعداً مشخص خواهد شد.

شرکت در مجالس مباحثات در شهرها، بر مبنای برگه‌های ورودیه خواهد بود و محلّ تجمع ۲۰۰ تن را در خود جای خواهد داد. سازمان‌های محلی، کلیساها و مساجد ۱۰۰ برگه دریافت خواهند داشت. به هر یک از چهار حزب سیاسی شرکت کننده در این مباحثه، ۲۵ برگه اعطا خواهد شد.

پُرسش‌های مباحثات توسط شش تن از روزنامه‌نگاران شرکت کننده در این نشست مطرح خواهد شد. پُرسش‌ها نسبت به هر بحثی متفاوت خواهد بود، اما هر سؤال ارزش و اهمیتی یکسان در ارتباط با مسأله‌ی مهمی که مالاوی با آن رویاروی است، قرار دارد.

به هر نماینده‌ی حزب یک دقیقه و نیم فرصت داده خواهد شد تا به پُرسش روزنامه‌نگاران پاسخ گوید. با توجه به نظریه مسؤل جلسه، به نماینده‌ی حزب سی ثانیه زمان داده خواهد شد تا به چالش مستقیم نماینده‌ی حزب مخالف پاسخ گوید\*.

این مباحثات، مادامی که موازین دستورالعمل رفتاری از سوی هیچ شرکت کننده‌ای نقض نشده است، مورد ویرایشگری قرار نخواهد گرفت.

| درآمد   | مسؤل جلسه      | ۳ دقیقه |
|---------|----------------|---------|
| پُرسش ۱ | روزنامه‌نگار ۱ | ۱ دقیقه |
| پاسخ ۱  | چهار حزب       | ۶ دقیقه |
| پُرسش ۲ | روزنامه‌نگار ۲ | ۱ دقیقه |
| پاسخ ۲  | چهار حزب       | ۶ دقیقه |
| پُرسش ۳ | روزنامه‌نگار ۱ | ۱ دقیقه |
| پاسخ ۳  | چهار حزب       | ۶ دقیقه |
| پُرسش ۴ | روزنامه‌نگار ۲ | ۱ دقیقه |
| پاسخ ۴  | چهار حزب       | ۶ دقیقه |
| پُرسش ۵ | روزنامه‌نگار ۱ | ۱ دقیقه |
| پاسخ ۵  | چهار حزب       | ۶ دقیقه |
| پایانی  | چهار حزب       | ۸ دقیقه |
| پایانی  | مسؤل جلسه      | ۱ دقیقه |

کل: ۴۷ دقیقه

هر برنامه در پس ضبط، دوبار در تعطیلات آخر هفته پخش خواهد شد.

\* NDI هیچگاه از طرح مباحثه‌ی بخصوصی حمایت نخواهد کرد. طرح‌های مطلوب متنوع‌اند و بستگی به درجه‌ی معقولی نسبت به شرایط ملی دارند. برای نمونه، یک دقیقه و نیم برای پاسخ گفتن، در آنچه اینجا نمود می‌کند، ممکن است آنجا که شهروندان با احزاب و مواضع آنان آشنایی دارند و آنجا که سخنگوی احزاب متجرب و متبحرند، بسنده باشد. در موارد دیگر، ممکن است زمان بیشتری را طلب کند. افزون بر این، طرق مختلفی نیز در پذیرش ساختار طرح پُرسش مطروحه یافت می‌شود.

## ۱.۴

مسئولیت ویرایشگری در جهت نگهداشت و پخش متوازن و عادلانه توسط کمپانی سخن پراکنی گویان بر عهده‌ی سرپرست اخبار خواهد بود. در این راستا، وی در مقابل کمیسیون انتخابات مسؤل است. (روند شکواییه‌ها را که متعاقباً در بخش شش خواهد آمد، ملاحظه کنید).

## ۱.۵

کنفرانس‌های مطبوعاتی احزاب توسط MBC در برنامه‌های عادی اخبار آنان گزارش خواهد شد. سلسله برنامه‌های ویژه‌ی انتخابات جانشین ادامه‌ی برنامه‌های ضبط شده‌ای که در حال حاضر پخش گردیده است، خواهد شد؛

الف. مباحثات (به ۳.۱ مراجعه کنید)

ب. تلفن‌های زده شده

پ. یک رشته دیدار با نامزدهای انتخاباتی خود و مصاحبات حضوری انجام می‌شود که در آن رهبران احزاب فراخوانده خواهند شد تا فلسفه‌ی سیاسی و برنامه‌های خود را، هر یک به مدت ۳۰ دقیقه، مطرح سازند.

## ۱.۶

MBC باید تمام مطالب برای پخش در دوره‌ی منتهی به پایان رأی‌گیری را در تضمین به اینکه هیچ حزبی برنامه‌های عمومی (جز در موارد شناخته شده‌ی دسترسی مستقیم احزاب سیاسی به سخن پراکنی، پوشش خبری ویژه‌ی انتخابات یا برنامه‌های مخصوص انتخاباتی) در جهت اشاعه‌ی منافع انتخاباتی خود به کار نمی‌گیرد، مد نظر قرار دهد.

## ۱.۷

کادر اداری MBC به عنوان سخن پراکنان عمومی، نباید عقاید سیاسی خود را انتشار دهند. هرگونه اظهاریه یا تحلیل‌هایی باید به وضوح روی این مسأله تأکید گذارد و برای جلوگیری از سونگری، آن را به دقت با توازن همراه سازد.

## ۱.۸

در این مقوله، روزنامه‌ها نیز باید نظرگاه‌های سردبیری خود را از خبرها متمایز سازند.

## ۲ آموزش انتخابات و برنامه‌ی اطلاعاتی

## ۲.۱

رسانه‌های در ید مالکیت عمومی ملزم‌اند که در سراسر مبارزات انتخاباتی و تا اتمام رأی‌گیری، برنامه‌های آموزشی و اطلاعاتی پیرامون روند انتخاباتی که هدف از آن شرکت حداکثر رأی دهندگان آگاه است، فراهم سازند.

## ۲.۲

این وظیفه همچنین روزنامه‌ها را مکلف می‌سازد که گام‌های مثبتی در جهت مطلع ساختن خوانندگان خویش نسبت به حقوق انتخاباتی خود بر دارند و در عرضه‌ی برنامه‌های آموزشی عمومی نهایت تلاش را به کار بندند.

## ۲.۳

مطالب و برنامه‌های اطلاعاتی و آموزشی از ایندست، چه پخش شود چه در روزنامه انتشار یابد نباید در برگیرنده‌ی مسائلی که هدفش یاری به چشم‌انداز انتخاباتی هر حزب شرکت کننده در انتخابات است، باشد.

۲.۴

تعداد، مدت و دفعات آن چنان سخن پراکنی‌هایی باید میان شرکت‌های تولیدی و MBC مورد گفت و گو قرار گیرد و همیشه نتیجه‌ی خدمات با اهدافی که توسط کمیسیون انتخابات پیش بینی شده است، هماهنگی داشته باشد.

### ۳ پخش برنامه‌های سیاسی حزب (مستقیم/دسترسی آزاد)

۳.۱

بنگاه‌های سخن پراکنی مکلفاند که برای هر حزب به ثبت رسیده یک رشته زمان پخش مناسب با وقت یکسان، به دفعات، و حداکثر مدت فراهم سازند (به جدول زمانی زیر مراجعه کنید). در این اوقات هر حزب سیاسی ممکن است برنامه‌های از پیش ضبط شده را، به زبانی که خود بر می‌گزیند، رها از نظارت و پراشگری MBC یا دیگران (با توجه به شرایط و مکانیسم‌های نظارت‌گری که به قرار زیر، در بخش ۵ تدوین شده است)، پخش کند.

۳.۲

تصمیم پیرامون مدت، ساعات مورد نظر و تکرار برنامه‌های سیاسی حزب با کمیسیون انتخابات خواهد بود. این ساعات، زمان‌های برابر و مختلف، از جمله ساعات پُر بیننده و شنونده را در روز پخش برنامه نیز شامل خواهد شد.

۳.۳

یک چنین برنامه‌هایی باید با معیارهای حرفه‌ای ضبط شوند. هر هفته، ساعاتی یکسان و رایگان، برای بهره‌گیری از استودیوی تولید و پراشگری برای آن دسته از احزابی که مایل به استفاده از این امکانات هستند، در مرکز MBC فراهم خواهد بود. برنامه‌ها زیر نظر نمایندگان منتخب احزاب که برای تهیه‌ی آنها در محل حضور یافته‌اند، ضبط خواهد شد. برنامه‌ها ممکن است در صورت تمایل احزاب در استودیوهای حرفه‌ای خارج از MBC انجام گیرد. این امر با هزینه‌ی خود آن احزاب صورت خواهد گرفت. MBC این حق را برای خود محفوظ نگاه می‌دارد که میزان حرفه‌ای بودن هر موردی را که توسط حزب مورد نظر، جای دیگری ضبط و به استودیو آورده شده است، مورد بررسی قرار دهد. اگر یک چنین موردی با معیار فنی MBC تطبیق نکند، ممکن است در برنامه منظور نگردد.

۳.۴

یک عضو یا اعضای کمیسیون انتخابات در تمامی اوقات ضبط برنامه‌های سیاسی حزب که در MBC ضبط می‌شوند، به منظور اطمینان خاطر از اینکه حزب مربوط از منابع و شیوه‌ی رفتاری یکسان بهره‌مند گردیده است، حضور خواهند داشت. نقش عضو کمیسیون تضمین این نکته می‌باشد برنامه‌ای که قرار است پخش شود با این روندها همخوانی داشته و پخش آن منع قانونی ندارد. اگر مطلب یا کل برنامه‌ی ارائه شده توسط یک حزب برای پخش با معیارهای فنی مطابقت نکند، قابل قبول برای پخش نخواهد بود.

۳.۵

یک چنین برنامه‌ها نباید از حداکثر طول زمانی مورد توافق فراتر رود. MBC هر برنامه‌ای را که از طول زمان مقرر تجاوز کند، اجازه‌ی پخش به آن نخواهد داد. MBC باید فرصتی در محدوده‌ی دوره‌ی تولید معین شده برای این حزب نسبت به ویرایش چنین برنامه‌ای با حداکثر مدت مجاز قائل شود. MBC نباید به هر دلیل، خود در جهت قطع پخش برنامه‌ی سیاسی یک حزب تصمیمی اتخاذ کند. یک چنین تصمیمی تنها توسط حزب مربوط یا بر مبنای دستور ویژه‌ی کمیسیون انتخاباتی می‌تواند به عمل آید. کمیسیون نیز یک چنین تصمیمی را به مرحله اجرا در نخواهد آورد مگر آنکه این برنامه، قانون یا آیین‌نامه‌ها را نقض کرده باشد.

۳.۶

یک چنین برنامه‌هایی رها از کنترل ویرایشگری یا سانسور است مگر آنکه از سوی افراد خود احزاب صورت پذیرد، با این همه، باید از تحریک بی‌نظمی عمومی، خشونت یا مخاصمه اجتناب ورزند و دستورالعمل رفتاری را رعایت کنند. این محدودیت‌ها در مورد ایستگاه‌های سخن پراکنی و روزنامه‌ها نیز به گونه‌ی یکسان اعمال می‌گردد.

۳.۷

پخش برنامه‌های سیاسی حزب که در جدول زمانی زیر تدوین گردیده است، ممکن است به صلاح دید هر حزب به عنوان پخش برنامه‌های نامزدی ریاست جمهوری مورد استفاده قرار گیرد. تنها در مورد نامزدهای مستقل ریاست جمهوری، زمان ویژه‌ای برای پخش برنامه‌های این دسته از نامزدهای انتخاباتی اختصاص داده خواهد شد. تصمیم این تخصیص زمانی پس از پایان اعلام نامزدی ریاست جمهوری توسط کمیسیون انتخابات گرفته خواهد شد.

۳.۸

هیچ حزبی طی دوره‌ی منتهی به پایان رأی‌گیری، مجاز به خرید زمان پخش برنامه در MBC نیست.

۳.۹

برنامه‌هایی که برای پخش آماده شده است، باید در پایان جدول زمانی تولید، به MBC مسترد گردد. هیچ برنامه‌ای تا اتمام پخش نهایی آن نباید در دسترس همگان قرار گیرد. به هر حال، چنانچه حزبی بر آن است که از پخش برنامه‌ی خود در طول هفته صرف‌نظر کند، ممکن است که به این کار دست یازد، اما، به این حزب تا پخش برنامه‌ی هفته‌ی آتی اجازه داده نخواهد شد که آن را با برنامه‌ی دیگری تعویض کند. برنامه‌هایی که خارج از MBC تهیه می‌گردد باید در زمانی که به آن حزب تخصیص داده شده است به MBC تحویل گردد تا نماینده‌ی کمیسیون انتخابات موظف در آن ساعت همراه با نماینده‌ی حزب، انطباق برنامه را با قانون انتخابات مورد تأیید قرار دهد. یک مسؤل فنی MBC نیز حضور خواهد داشت تا اطمینان یابد که برنامه با معیار فنی لازم مطابقت دارد.

۳.۱۰

هیچ برنامه‌ی سیاسی حزب که در انتخابات هفدهم می‌شرکت می‌کند، نباید پس از ساعت ۶ بعد از ظهر پانزدهم می ۱۹۹۴ به روی آنتن رود.

برنامه‌های سیاسی حزب باید محدودیت‌های استفاده از سنجش افکار را که در بخش ۱.۴، در زیر تدوین شده است، رعایت کند.

## جدول بندی برنامه‌های سیاسی حزب

شمار یک چنین برنامه‌هایی که در اختیار هر حزب طی هشت هفته قرار گرفته است، ۱۲ برنامه خواهد بود\*. این برنامه‌ها در جلسات تولید هفتگی ضبط و به دفعاتی که در زیردر جریان هفته‌ی آتی تنظیم گردیده است، روی آنتن خواهد رفت.

به هر حزب در یک زمان هشت هفته‌ای، یکشنبه بیستم مارچ ۱۹۹۴ - شنبه چهاردهم می ۱۹۹۴، موارد زیر عرضه خواهد شد

|           |   |
|-----------|---|
| هفته‌ی ۱. | ۱ برنامه / ۲ دقیقه / ۵ بار در روز / ۷ روز در هفته |
| هفته‌ی ۲. | ۱ برنامه / ۲ دقیقه / ۵ بار در روز / ۷ روز در هفته |
| هفته‌ی ۳. | ۱ برنامه / ۲ دقیقه / ۵ بار در روز / ۷ روز در هفته |
| هفته‌ی ۴. | ۱ برنامه / ۲ دقیقه / ۵ بار در روز / ۷ روز در هفته |
| هفته‌ی ۵. | ۱ برنامه / ۳ دقیقه / ۳ بار در روز / ۷ روز در هفته |
| هفته‌ی ۶. | ۱ برنامه / ۱ دقیقه / ۳ بار در روز / ۷ روز در هفته |
| هفته‌ی ۷. | ۱ برنامه / ۳ دقیقه / ۳ بار در روز / ۷ روز در هفته |
| هفته‌ی ۸. | ۱ برنامه / ۴ دقیقه / ۲ بار در روز / ۷ روز در هفته |
| جمع       | ۱۲ برنامه برای هر حزب                             |

روی هم رفته جمعاً ۲۶ دقیقه ضبط برنامه برای هر حزب

۱۰ ساعت و ۱۶ دقیقه زمان روی آنتن برای هر حزب

۳۰۸ برنامه‌ی روی آنتن برای هر حزب

## ۴ سنجش افکار

۴.۱

نتایج سنجش افکار باید با نهایت دقت توسط تمامی رسانه‌های گروهی مورد استفاده قرار گیرد. این نتایج تنها زمانی باید پخش شود یا انتشار یابد که به دلیلی باور داشت از نقطه نظر آماری قابل اطمینان است. در هر موردی، تمامی اطلاعات مربوط، از جمله هویت سازمان مسؤل انجام سنجش افکار، حزب یا دیگر سازمانی که این امر را بر عهده داشته و هزینه‌ی آن را پرداخته است، روش شناسی، اندازه‌ی نمونه‌ها، محل این سنجش، تاریخ و مرز لغزش باید پخش یا منتشر شود. این موارد باید از سوی روزنامه‌ها نیز انجام گیرد.

\* NDI از هیچگونه ترتیب خاصی برای پیام‌های مستقیم، رایگان یا با هزینه، برای دسترسی مستقیم حزب یا نامزد انتخاباتی نسبت به ارسال پیام‌های مستقیم به مردم پشتیبانی نمی‌کند.

## ۴.۲

سنجش افکار نباید پس از دوره‌ی مبارزات انتخاباتی، مثلاً، طی مدت ۴۸ ساعت پیش، و تا اتمام رأی‌گیری پخش یا منتشر شود.

## ۵ نظارت‌گری بر پوشش خبری انتخابات

## ۵.۱

MBC باید سوابق کاملی از تمامی بولتن‌های خبری و نوارهای دیگر برنامه‌های در ارتباط با انتخابات، از جمله برنامه‌ی سیاسی حزب را در آرشیو نگاهداری کند. این موارد سیستم نظارت‌گری تنگاتنگ و بسیار دقیقی در تضمین توازن در سراسر مبارزات انتخاباتی منتهی به اتمام رأی‌گیری را پایه‌گذاری می‌کند.

## ۵.۲

MBC باید در هر زمان قابل قبول کلیه‌ی چنین سوابق، اطلاعات و نوارها را بر مبنای درخواست کمیسیون و به منظور تحقق بخشیدن به نقش نظارت‌گری خویش در اختیار کمیسیون انتخابات قرار دهد. روزنامه‌ها نیز موظف‌اند در صورت وجود شکواییه‌ای این امکان را برای کمیسیون، برای بررسی نسخه‌های پیشین فراهم آورند.

## ۶ روند شکواییه‌ها

## ۶.۱

هر نامزد انتخاباتی یا حزبی شکایتی منطقی نسبت به رفتار غیر عادلانه یا پوشش خبری در جریان مبارزات انتخاباتی داشته باشد، باید این مسأله را کتباً به کمیسیون گزارش دهد. هر شاکی که از سرپرست اخبار در MBC یا سردبیر روزنامه‌ای درخواست تصحیح اشتباهی دارد، باید نسخه‌ای از آن را به کمیسیون انتخابات ارسال کند. این روزنامه‌نگاران حرفه‌ای که از این آیین‌نامه‌ها پیروی می‌کنند، به این شکایات پاسخی درخور خواهند داد، اما در همه احوال، تمامی چنین شکایاتی را به کمیسیون انتخابات ارسال خواهند داشت.

## ۶.۲

آنجایی که در مورد MBC یا روزنامه پاسخی مطلوب همچون تکذیب یا تصحیح یک چنین مسأله‌ی قابل اهمیت، ضرورت پیدا می‌کند، اینگونه پاسخ در یک شرایط یکسان با مسأله‌ی بااهمیت قرار گرفته و جا یا زمان مشابهی به آن داده می‌شود.

## ۶.۳

در جایی که اختلاف حل نشده‌ای نسبت به یک شاکی در مورد برخورد غیر منصفانه‌ی پوشش خبری رسانه‌ها وجود داشته باشد، حکمیت نهایی با کمیسیون انتخابات خواهد بود.

خانم مسوسا، قاضی دیوان عالی، رئیس

کمیسیون انتخابات مالوی

هشتم مارچ ۱۹۹۴



نمونه گزارش نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی - اسلواکی  
(همراه با اجازه‌نامه‌ی MEMO'98)



مجمع شهروندان هلسینکی، آنا نوگوا

همهانگ کننده‌ی پروژه:  
مارک مراکا

کانون حمایت از دموکراسی محلی، آندریا بارتوسویچ

گزارشی از پوشش خبری امور سیاسی اسلواکی

هفته ۲: ۲۰ جولای ۱۹۹۸ تا آخر ۲۶ جولای ۱۹۹۸

انتشار در ۳۰ جولای ۱۹۹۸

MEMO'98 تلاشی است مستقل و غیر حزبی که توسط مجمع شهروندان هلسینکی و کانون حمایت از دموکراسی محلی برای نظارت‌گری، به گونه‌ای منظم بر رسانه‌های گروهی نسبت به پوشش خبری در ارتباط با انتخابات پارلمانی اسلواکی که در ۲۵ و ۲۶ سپتامبر برگزار می‌شود، تشکیل گردیده است. یافته‌های MEMO'98 حکایت از آن دارد که نباید از هیچیک از نامزدهای انتخاباتی و یا حزب سیاسی حمایت کرد. MEMO'98 با تبعیت از یک روش شناسی قاطعانه و دقیق بر سر آن است اطلاعاتی را که مردم اسلواکی در راستای انتخاب آگاهانه‌ی خود نیاز دارند و نیز لازمه‌ی خواسته‌های شهروندان در یک جامعه‌ی دموکراتیک به شمار می‌رود، فراهم سازد.

در پس دو هفته نظارت‌گری بر اخبار دو ایستگاه مهم تلویزیونی و دو ایستگاه قابل اهمیت رادیویی و همچنین پس از نخستین هفته نظارت‌گری بر ۵ روزنامه‌ی مهم، یافته‌های MEMO'98 از اختلاف وسیعی در نوع خبرهایی که توسط ایستگاه‌ها منعکس شده بود و نیز تفاوت‌های چشمگیری که در نحوه‌ی عرضه‌ی موجودیت احزاب معتبر سیاسی ارائه گردیده بود، حکایت می‌کرد. موارد زیر، دومین گزارش از مجموعه گزارش‌های ادواری است که MEMO'98 در جریان انتخابات سپتامبر منتشر خواهد ساخت.

نکات مهم

دومین هفته از نظارت‌گری بر رادیو و تلویزیون یافته‌هایی را به دست داد که روندهای حاصله از نخستین هفته را مورد تأیید قرار می‌داد. به هر صورت، اختلافات در میزان پوشش خبری و ارائه‌ی موضوعات مرتبط سیاسی در هفته‌ی دوم سخت شگفت‌آورتر به نظر می‌رسید.

♦ ۴۸٪ از زمان داده شده به گزارش‌های برجسته‌ی سیاسی در اخبار هفته‌ی گذشته‌ی STV به دولت شاغل و ۲۸.۶٪ هم به HZDS اختصاص یافته بود. پوشش احزاب سیاسی خارج از دولت ائتلافی حاکم، جمعاً ۱۳.۳٪ از خبرهای در ارتباط را به دست آورده بودند.

- ◇ STV به ارائه تصویری از دولت شاغل و احزاب مؤتلفه‌ی حاکم، در پرتو مثبت و احزاب مخالف به گونه‌ی منفی ادامه داد. STV همچنین از عرضه‌ی دیدگاه‌های مخالف به کرات سرباز زد.
- ◇ تلویزیون مارکیزا ۲۶.۴٪ از پوشش خبری خود را به اقدامات دولت و ۸.۵٪ اضافی را به HzDS اختصاص داد. احزاب خارج از مؤتلفه‌ی حاکم جمعاً ۳۷.۶٪ از کل اخبار مهم را دریافت داشتند.
- ◇ تلویزیون مارکیزا عموماً HzDS را به گونه‌ی منفی نشان داد و در مقابل پوشش خبری مربوط به دولت را در قیاس با اولی بسیار مثبت ارائه داشت. این ایستگاه دیدگاه‌های مثبت یا بی طرفانه‌ی احزاب مخالف و نیز SNS را مداوماً روی آنتن برد.
- ◇ از میان پنج روزنامه‌ای که مورد نظارت‌گری قرار گرفت، اسلونسکا ریپوبلیکا در مقایسه با دیگر روزنامه‌ها بیشترین فضای صفحات خود را به گونه‌ای مثبت به HzDS و دولت اختصاص داد.

### تلویزیون

شهروندان اسلواکی که به دیدن تلویزیون مارکیزا می‌نشینند رویدادهای مهم سیاسی را نسبت به تماشاگران STV کاملاً متفاوت دریافت می‌دارند. طی هفته‌ی منتهی به ۲۶ جولای ۱۹۹۸، STV پوشش خبری مربوط به دولت و احزاب مؤتلفه‌ی حاکم را در قیاس با مارکیزا به گونه‌ی چشمگیری منعکس ساخت. این اختلاف حتی در هفته‌ی اول نظارت‌گری به نحو برجسته‌ای نمایان بود. در مقابل مارکیزا، گزارش‌های بسیار بیشتری در مقایسه با STV پیرامون SDK، SDL و SOP منتشر ساخت. به هر حال، طریقی که احزاب معتبر سیاسی و اقدامات دولت ارائه گردید از میزان پوشش خبری مهمتر بود.

◇ STV مکرراً دولت و HzDS را در پرتو مثبت ارائه کرد در حالی که SDK، SDL و SOP را به گونه‌ی منفی یا بی طرف به نمایش گذاشت. مارکیزا اخبار مربوط به دولت را به گونه‌ی مثبت، منفی و بی طرف پوشش داد. ارائه‌ی HzDS اکثر اوقات به جای مثبت، منفی بود. دیدگاه‌های مثبت مارکیزا نسبت به SDK، SDL، SMK و SOP مسأله‌ای عادی است. مارکیزا همچنین SNS را با به صورت مثبت و یا به گونه‌ای بی طرفانه به معرض نمایش گذاشت.

در حفظ توازن در هر یک از گزارش‌ها در این ایستگاه‌های تلویزیونی تفاوت‌ها همچنان ادامه یافت. مارکیزا دست‌کم در یک مورد، گزارشی را بی آنکه تمامی داستان را بازگو کند، آن را در جهت منافع خود منتشر ساخت.

◇ ۲۳.۷.۱۹۹۸ - ۱۹۰۰۰ - مارکیزا طی عرضه‌ی یافته‌های MEMO'98 در هفته‌ی منتهی به نوزدهم جولای ۱۹۹۸، این داده‌ها را چنان ارائه کرد که برنامه‌ی خبری این ایستگاه مثبت‌ترین برنامه‌ها به شمار می‌رفت. پیشنهاد ما تنها این بود که یافته‌های اولیه احتمالاً روندی را آشکار می‌سازد که نیازمند بررسی بیشتری است.

اینگونه به نظر می‌رسد که STV گزارش‌هایی یک بُعدی یا غیر منصفانه، آن هم به کرات پخش می‌کند. موارد زیر نمونه‌هایی از هفته‌ی گذشته است:

- ◇ ۷.۲۴، ۷.۲۶، ۱۹۹۸.۷.۲۶، ۱۹:۳۰ - در یک رشته گزارش‌هایی مربوط به موفقیت‌های گوناگون دولت اسلواکی در زمینه‌ی پرداخت بدهی‌های شرکت‌های واگذار شده به بخش خصوصی، STV برای مدت دو هفته داده‌های آماری را بدون استناد به دیگر عوامل اقتصادی یا عقاید مخالف پخش کرده است.
- ◇ ۷.۲۳، ۱۹۹۸.۷.۲۳ - STV هم خود را به پوشش گسترده‌ای در ارائه‌ی درخواستی در ارتباط با غیر خصوصی شدن پاره‌ای از شرکت‌ها مصروف ساخته است. هدف از این گزارش‌ها ظاهراً ارتقای HzDS بوده است. STV در بیست و پنجم و بیست و ششم جولای بار دیگر به گزارش‌هایی در همین زمینه بازگشت.
- ◇ ۷.۲۴، ۱۹۹۸.۷.۲۴ - STV در گزارشی پیرامون سیل در مناطق شرقی اسلواکی، دیدگاه‌های دولت و کارشناس دولتی را «صحیح» عنوان کرد. آنگاه به پخش بریده فیلم‌ها و تفسیرهای بیشتری پرداخت که در این راستا عقاید احزاب دیگر نادرست قلمداد می‌شد.
- ◇ ۷.۲۶، ۱۹۹۸.۷.۲۶ - در گزارشی در تحلیل تصادف وُلف، معاون هیأت‌مدیره‌ی SDK در یک حادثه‌ی رانندگی، آقای وُلف را به گونه‌ای بسیار منفی عرضه کرد و گزارش با بریده فیلمی از یک اتومبیل خُرده شده همراه گردید. به آقای وُلف فرصتی داده نشد تا در این زمینه اظهار نظری کند.
- ◇ ۷.۲۵، ۱۹۹۸.۷.۲۵ - در بخش «Nazory» (دیدگاه‌ها)، «Poznamka» طی گزارش‌هایی، جناح مخالف به گونه‌ی منفی نمایش داده شد. STV در راستای اثبات نظرگاه‌های خود مطالبی را که از دیگر ایستگاه‌ها گردآوری کرده و تنها قسمت‌های منفی آنها را برگزیده بود، مورد بهره برداری قرار داد.

### رادیو

در هفته‌ی منتهی به ۲۶ جولای ۱۹۹۸، رادیو اسلواکی اندکی بیشتر از رادیو Twist به پوشش خبری پیرامون دولت و مؤتلفه‌ی حاکم اختصاص داد. رادیو Twist به مراتب خبرهای بیشتری در باره‌ی SDK و SDL پخش کرد. توصیف رادیو اسلواکی از دولت و HzDS به جای منفی اغلب با نگاهی مثبت همراه بود. رادیو Twist دولت و HzDS را هم از دید مثبت و هم منفی مورد بررسی قرار داد. این دو ایستگاه رادیویی گزارش‌های متعددی را که به نظر نظارت‌گران ما بی‌طرفانه تلقی می‌شد روی آنتن بُردند. SDK از سوی رادیو Twist اغلب به گونه‌ی مثبت تصویر گردید و از طرف رادیو اسلواکی توأمأً به صورت مثبت و نیز منفی مورد توصیف قرار گرفت.

نظارت‌گران ما همچنین در موارد بخصوصی به این نکته پی بردند که رادیو اسلواکی ظاهراً در صدد برآمده بود که در پوشش‌های خبری خود دولت را مورد عنایت بیشتری قرار دهد و در اختصاص فرصتی‌هایی به نظرات مخالف نیز غفلت ورزید.

- ◇ ۷.۲۰، ۱۹۹۸.۷.۲۰ - رادیو زورنال گزارشی پیرامون دیدار نماینده‌ی پارلمان کرواسی از اسلواکی روی آنتن بُرد. او با اعضای دولت اسلواکی و نمایندگان HzDS در پارلمان دیداری داشت. این اطلاعات چهار بار در همین گزارش تکرار گردید و پوشش خبری فراوانی به دولت در مقایسه با دیگران که از گزارش‌های خبری مهم همسانی برخوردار بودند، اختصاص داد.

◇ ۲۲. ۷. ۱۹۹۸ ۱۸:۰۰ - کالمان، معاون نخست وزیر در باره‌ی این حقیقت که وضعیت اجتماعی در اسلواکی مسالمت آمیز است، و مملکت ما از سیاست‌های نسبتاً بهتری نسبت به اقلیت برخوردار است و اینکه الحاق اسلواکی در سازمان ناتو یک موفقیت به شمار می‌رود، داد سخن داد. هیچگونه زمانی برای ابراز نظرگاه‌های مخالف در نظر گرفته نشد.

◇ ۲۳. ۷. ۱۹۹۸ ۱۸ - سرگی کوزالیک، معاون نخست وزیر، دولت کارنوگورسکی را در واگذاری Nafta Gbely به بخش خصوصی مقصر قلمداد کرد. اطلاعات فاقد توازن بود زیرا به دیگر احزاب فرصتی داده نشد تا عقاید خود را بیان کنند.

### روزنامه‌ها

MEMO'98 از آغاز هفته ی بیستم جولای، نظارت‌گری بر پنج روزنامه‌ی مهم، از جمله نوی کاز، پراودا، پراکا، و اسلونزکا ریپابلیکا را نیز به پروژه‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی ما افزود. یافته‌های ما در نظارت‌گری بر این روزنامه‌ها حاکی است که چهار روزنامه برآند تا دولت و HzDS را به گونه‌ای منفی تصویر کنند. اسلونزکا ریپابلیکا جدا از دیگر روزنامه‌ها با تمام نیرو طرف دولت را می‌گیرد و HzDS را پیوسته مورد عنایت قرار می‌دهد.

◇ پراودا ۱۳٪ از فضای خبری روزنامه را به دولت که بیشتر اوقات از نگاهی منفی برخوردار می‌باشد، اختصاص داده است. ۲۹.۵٪ از خبرهای مهم سیاسی نصیب HzDS شده که آن هم بیش از آنکه مثبت باشد، اکثراً با بینشی منفی همراه است. SDK ۱۲.۷٪ پوشش خبری را به خود اختصاص داد که بیشتر اوقات نیز مثبت بود. ZRS ۲۰.۷٪ پوشش خبری دریافت داشت که اکثراً به دیده‌ی منفی به آنها نگریسته شده بود. خبرهای اندکی در مورد دیگر احزاب انتشار یافت.

◇ هفته‌ی گذشته برخی از این روزنامه‌ها خبرهای بیشتری پیرامون HzDS منتشر ساختند (۴.۴٪) که بیشترین آنها منفی بود. ۲۰٪ از فضای روزنامه‌ها به خبرهایی پیرامون دولت اختصاص یافته بود که بیشتر اوقات هم دیدی منفی داشت. ۶.۱۲٪ نیز نصیب SDK شد که پیوسته از توصیفی مثبت یا بی‌طرفانه حکایت می‌کرد.

◇ روزنامه‌ی نوی کاز نیز دولت و HzDS را اکثر اوقات منفی به نمایش گذاشت. دولت ۷.۳٪ از پوشش‌های خبری مرتبط را به خود اختصاص داد و ۴۸.۲٪ هم به HzDS رسید. SDK و SDL هم پیوسته مثبت یا بی‌طرفانه مورد پوشش خبری قرار گرفتند. SDK ۱۳٪ از فضای خبرها را دریافت داشت و SDK هم ۳.۶٪ به دست آورد. این روزنامه همچنین ۱۶.۴٪ از فضای خبرهای در ارتباط را در اختیار SMK قرار داد که تمامی آن به صورت دو صفحه مصاحبه که به نظر نظارت‌گران ما بی‌طرفانه به نظر می‌رسید، تهیه شده بود.

◇ روزنامه‌ی پراکا ۳۰.۱٪ از پوشش خبری خود را که بیشترین آنها منفی بود، به دولت اختصاص داد. HzDS کلاً ۲۹٪ دریافت داشت. بخش اعظم این گزارش‌ها پیوسته تصویری منفی به دست می‌داد. گزارش‌ها از سوی روزنامه‌ی پراکا در مورد SDK بالغ بر ۱۱.۲٪ بود. بیشترین این گزارش‌ها مثبت یا بی‌طرفانه درجه بندی شد. SOP و SDL پوشش خبری بسیار کمتری دریافت داشتند، اما این پوشش پیوسته مثبت بود.

◇ اسلونزکا ریپابلیکا بیشتر از هر منبع خبری دیگر پوشش‌های خبری خود را به HzDS اختصاص داد. کلاً ۵۷.۸٪ از گزارش‌های مرتبط از آن HzDS بود و در تمامی آنها نیز از جنبه‌های مثبت یا بی‌طرفانه‌ای بهره گرفته شده بود. ۱۴.۷٪ هم به به دولت تخصیص یافته بود که باز هم بیشترین آنها دیدگاهی مثبت یا بی‌طرفانه‌ای داشت. کلیه‌ی احزاب مخالف رویهمرفته ۲۱.۷٪ از پوشش‌های خبری مرتبط را به دست آوردند و تمامی این گزارش‌ها، جز در یک مورد منفی بود (در یک درجه‌بندی در اشاره به SMK از دیدگاه بی‌طرفانه‌ای استفاده شده بود). در یکی از شماره‌های این هفته‌ی روزنامه، ۸ صفحه از هفته‌نامه‌ی HzDS پیوست این روزنامه گردیده بود.

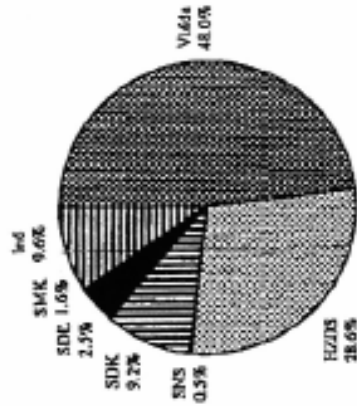
### استنتاج

یافته‌ها از دومین هفته‌ی نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی توسط MEMO'98 تفاوت‌های گسترده‌ای را در نحوه‌ای که موضوعات سیاسی ارائه می‌شوند و میزان پوششی که به مسائل سیاسی اختصاص می‌باید نشان می‌دهد. دو هفته نظارت‌گری حکایت از آن دارد که کلیه‌ی نهادهای رسانه‌ای لزوماً موازین توازن و انصاف را به گونه‌ای یکسان رعایت نمی‌کنند. یافته‌های ما همچنین حاکی از آن است که STV به کرات از ارائه‌ی دیدگاه‌های مخالف اسلواکی‌ها در زمینه‌های بخصوصی سر باز زد. MEMO'98 یافته‌ها در سراسر دوره‌ی پیش از انتخابات را به منظور بررسی اینکه آیا این مسأله یک روند پیوسته‌ای بوده گردآوری خواهد کرد. گزارش بعدی ما دو هفته بعد از این تاریخ انتشار خواهد یافت و حاوی یافته‌های فشرده‌ای از چهار هفته‌ی کامل نظارت‌گری خواهد بود.

گرافیک‌های پیوست، نمایشگر میزان پوشش خبری است که به موجودیت‌های مهم سیاسی توسط هر یک از نهادهایی که مورد نظارت‌گری قرار گرفته‌اند اختصاص یافته است. پیوست همچنین حاوی نمودارهایی است که گرایش‌های این نهادهای رسانه‌ای را در ارائه‌ی این موجودیت‌ها، به گونه‌ای مثبت یا منفی ارائه می‌کند.

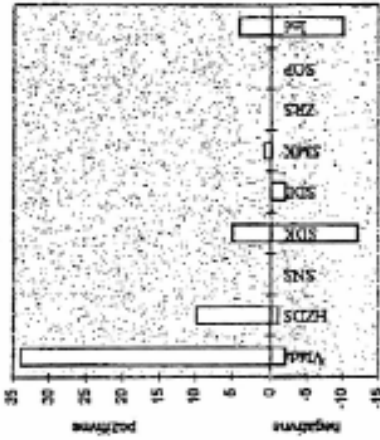
**MEMO**

Vysielanie Novín STV  
od 20. 7. do 26. 7. 1998

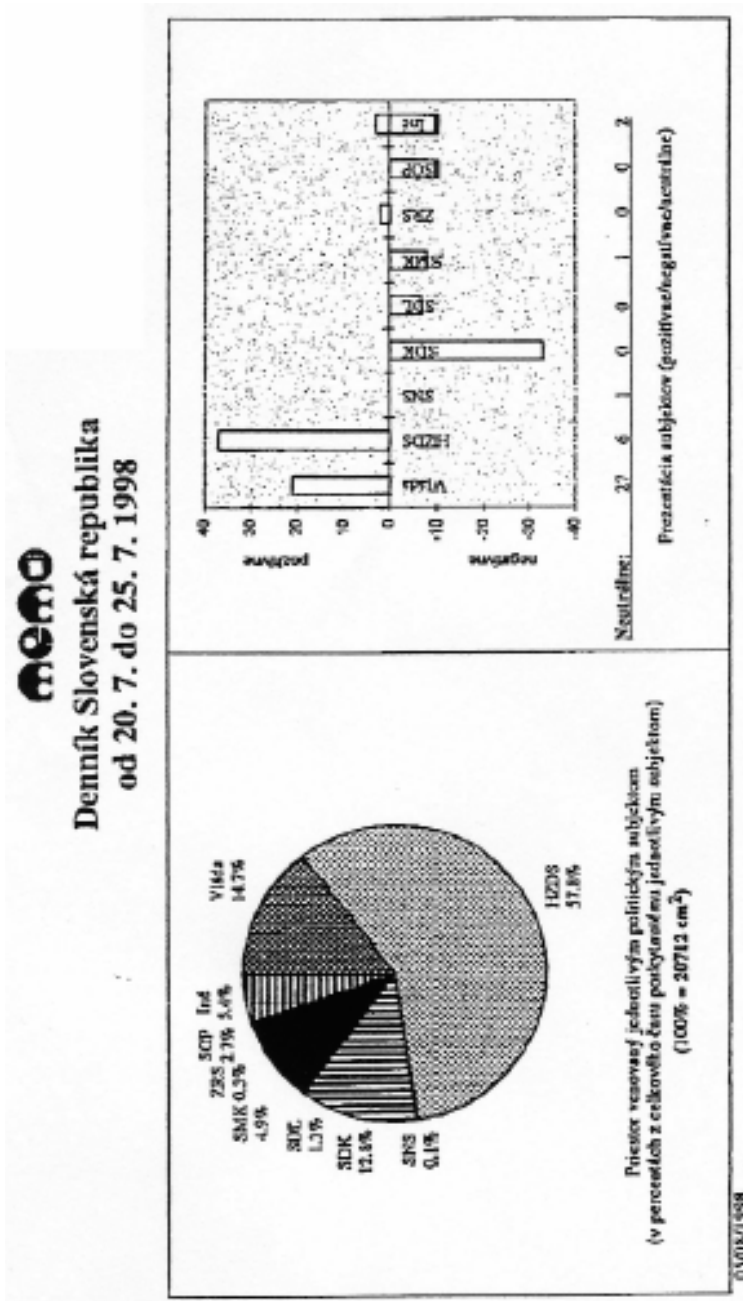


Priestor venovaný jednotlivým politickým subjektom  
(v percentách z celkovej časti poskytnutého jednotlivým subjektom)  
(100% = 28 min 41 s)

03/06/1998



Nezákladní:  
Prerazenie subjektov (pozitívne/negatívne/neutralne)



نمونه گزارش نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی - بلغارستان  
(همراه با اجازه‌نامه‌ی BAFECR)

# آینه‌ی<sup>۹۷</sup>



انتخابات پارلمانی  
به گونه‌ای که در رسانه‌های گروهی تصویر گردید

نشر سریع از  
انجمن بلغارستان برای انتخابات منصفانه و حقوق مدنی

۱۹ آوریل ۱۹۹۷



## نظارت‌گری رسانه‌های گروهی در پوشش خبری فعالیت‌های انتخاباتی برای سی و هشتمین

مجمع ملی طی دوره‌ی ۰۳/۲۴ تا ۰۴/۱۸/۱۹۹۷

انجمن بلغارستان برای انتخابات منصفانه و حقوق مدنی یک بررسی نظارت‌گری از رسانه‌های گروهی را طی دوران فعالیت‌های انتخاباتی به عمل آورد. هدف از این تحقیق این بود که آیا رسانه‌ها دسترسی متعادل رأی دهندگان به رقابتی مؤتلف و احزاب را مورد ضمانت قرار می‌دهند و همچنین آیا رسانه‌ها شرایطی را برای گزینش آگاهانه ایجاد می‌کنند؟

این نظارت‌گری هفت روزنامه‌ی ملی روزانه را با تیراژ وسیعی در بر می‌گرفت: ۲۴ چاسا، ترود، استاندارد نیوز، کانتیننت، زمیا، نووینار و پاری، همچنین روزنامه‌هایی از دو نیروی اصلی سیاسی: دمکراتسیا و دوما. کانال یک و آنتن ۲ تلویزیون ملی بلغارستان (BNT) (پخش روزانه پس از ساعات ۱۷:۰۰)، برنامه‌های هوریزون و هرستو بوتوف رادیو ملی بلغارستان (BNR) (روزانه از ساعت ۰۶:۳۰ تا ۱۱:۱۰؛ ۱۲:۰۰ تا ۱۵:۱۰، و از ۱۸:۰۰ تا ۲۰:۳۵)\*.

نظارت‌گری بر مبنای یک روش شناسی که وسیله‌ی یک گروه جامعه‌شناس تهیه شده بود، توسط داوطلبان آموزش دیده‌ی ویژه‌ی BAFECR انجام گرفت.

طی دوره‌ی نظارت‌گری (۲۴-۰۳-۱۹۹۷ تا ۰۴-۱۸-۱۹۹۷)، جمعاً ۲۰۰۴ واحد اطلاعات\*\* در مطبوعات، رادیو و یا تلویزیون ثبت گردید. از کل آن، ۲۹۱۲ (۸۰٪) در مطبوعات، ۷۲۵ (۱۸٪) در BNR و ۳۶۵ (۹٪) در BNT به دست آمد.

بزرگترین سهم «واحدهای اطلاعات» میان روزنامه‌های ملی در فعالیت‌های نظارت‌گری که شمارش گردید، دمکراتسیا (۵۰٪)، و سپس ترود با (۴۰٪)، دوما (۹۰٪)، چاسا (۵۰٪)، استاندارد نیوز (۳۰٪)، نووینار (۵۰٪)، کانتیننت (۴۰٪)، زمیا (۶۰٪)، و پاری (۸۰٪) بود.

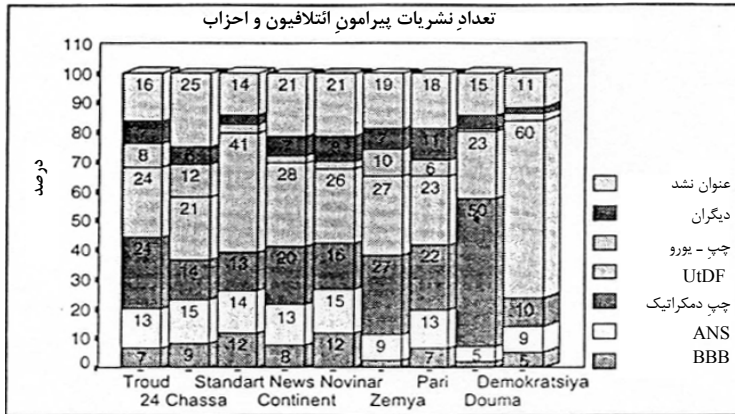
از واحدهای اطلاعات ثبت شده در تلویزیون ملی بلغارستان، پخش برنامه در کانال یک سه برابر بیشتر از آنتن ۲ - یعنی ۲۷۱ به ۹۴ بود.

در رادیو ملی بلغارستان ۶۵۴ واحد اطلاعات در برنامه‌ی هوریزون، و ۷۱ در برنامه‌ی هرستو بوتوف ثبت گردید.

\* بیانات پیشگفتاری و استنتاجی که در آن هیچگونه مداخله‌ی رسانه‌ی وجود ندارد و همچنین مناظراتی که در آن نقش روزنامه‌نگاران به عنوان مسؤلان جلسات دقیقاً تنظیم می‌شود، از نظارت‌گری رسانه‌های الکترونیکی ملی مستثنی گردید.

\*\* یک «واحد اطلاعات» یک گزارش یا پخش برنامه‌ای است که در برگزیده‌ی نام یک نیروی سیاسی یا یک واژه‌ی هم معنا با آن است.

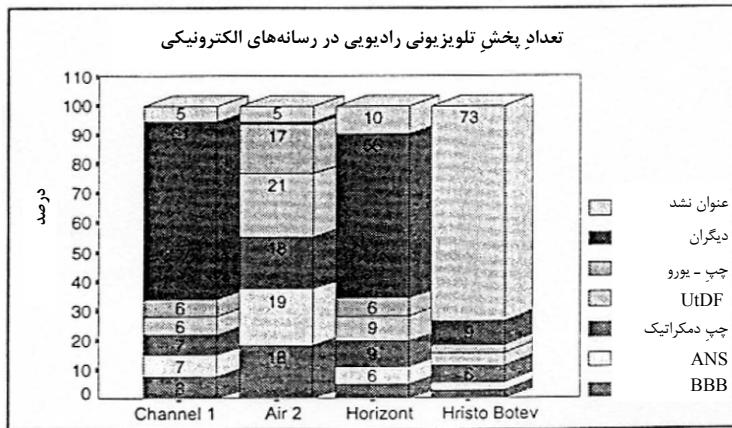
## سیل اطلاعات



علاقه‌ای که وسیله‌ی منابع خبری نسبت به مبارزان انتخاباتی مؤتلفه و احزاب ابراز گردید در مطبوعات و رسانه‌های الکترونیک ملی متفاوت بود (نمودارهای ۱ و ۲).

جمعاً ۷۷.۳٪ از تمامی گزارش‌ها در مطبوعات نسبت به پنج نیروی پیشروی سیاسی بود: بلوک پیشه‌ی بلغارستان (BBB)، اتحادیه برای رستگاری ملی (ANS)، چپ دمکراتیک،

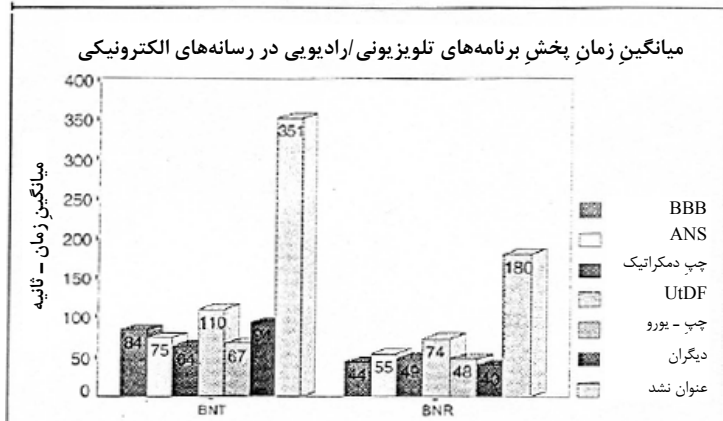
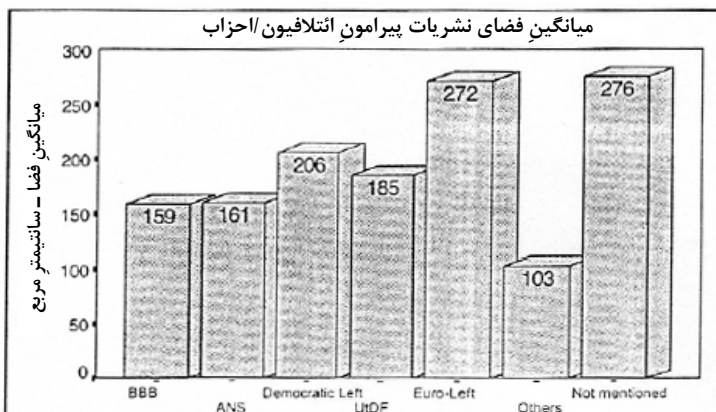
نیروهای متحد دمکراتیک (UtDF)، و چپ - یورو. از این ۷۷.۳٪، BBB ۱٪، ANS ۵٪، چپ دمکراتیک ۵٪، UtDF ۷٪، و چپ - یورو ۱٪ پوشش خبری دریافت کردند. تنها ۵.۶٪ از نشریات به دیگر احزاب به ثبت رسیده توجهی مبذول داشتند.



این پژوهش همچنین نشریات را بر اساس تکیه بر این یا آن نیروی سیاسی از هم متمایز می‌ساخت. تعداد معتنابهی از گزارش‌های خبری در چاسا ۲۴ و نوینار توجه خود را بر یک مؤتلفه‌ی پیشاهنگ یا حزب متمرکز نکردند. مطالبی که بر یک نیروی سیاسی بخصوصی تکیه‌ای نداشتند در دوما، دمکراتسیا و استاندارد نیوز عمومیت یافته بود. مطالبی هم که به بیش از یک نیروی سیاسی اختصاص یافته بود، بیشتر در دیگر روزنامه‌ها به چشم می‌خورد.

رفتار رسانه‌های گروهی الکترونیک نیز تفاوت‌های کیفیتی را به نمایش گذاشت. بیش از نیمی از پخش برنامه‌ها در کانال یک و در برنامه‌ی هورایزن به استثنای پنج موردی که در بالا به آن اشارت شد، به احزاب و ائتلافیون اختصاص داده شده بود. تصمیم CEC ۱۳۵ N\*\*\* دسترسی رسانه‌های گروهی الکترونیک را در این سال تنظیم کرده بود.

\*\*\* تصمیم N ۱۳۰، ۲۰/۰۳/۱۹۹۷ شرکت رسانه‌های گروهی پیرامون احزاب و ائتلافیون را در BNT و BNR و به استناد آن ANS، BBB، چپ دمکراتیک، UtDF و چپ - یورو از بلوک A و دیگر احزاب به ثبت رسیده و ائتلافیون بلوک B را تعیین می‌کند.



تفاوت‌های مشخصه نسبت به زمان پخش مطالب میان رادیو و تلویزیون و همچنین بین برنامه‌های آنان مورد بررسی قرار گرفت. در مورد کانال یک، بیش از نیمی از برنامه‌ها به مدت یک دقیقه ونیم می‌شد در حالی که پخش برنامه‌ها در آنتن ۲ به یک دقیقه هم نمی‌رسید. ۲.۲٪ از پخش‌ها در کانال یک از زمانی که CEC مقرر کرده بود، فراتر رفت. سهم پخش برنامه‌ها در آنتن ۲ به گونه‌ی چشمگیری پایین بود: فقط ۱۰.۹٪.

گزارش‌هایی کمتر از یک دقیقه در برنامه ی هورایزن از BNR ۷.۷٪ بود، در حالی که بیش از نیمی از مطالب (۶۰.۵٪) در برنامه ی هریستو بوفوف بیش از یک دقیقه و نیم به درازا می‌کشید که با تصمیم CEC در تناقض

بود. این دلنگرانی‌های اصلی در مورد عرضه‌ی چپ - یورو و ANC، با پخش برنامه‌ها پیرامون این نیروهای سیاسی از زمانی که در تمامی موارد تثبیت شده بود، فراتر می‌رفت. ۷۵.۰٪ از پخش برنامه‌ها در مورد چپ دمکراتیک از محدوده‌ی قابل قبول نیز پیشی می‌گرفت.

تمامی رسانه‌هایی که مورد نظارت‌گری قرار گرفتند، بیشترین فضا یا طولانی‌ترین مدت را وقف مطالبی کرده بودند که فاقد نامی از یک نیروی مهم سیاسی بود (نمودارهای ۳ و ۴). تنها نشریات در ارتباط با چپ - یورو از اندازه‌ی قابل توجهی سود می‌بردند. در مقایسه با احزابی در بلوک آ، به رغم اندک‌ترین تعداد مطالب، همین نیروی سیاسی بود که مطبوعات را بر آن داشت تا سهم به سزایی به آن اختصاص دهند.

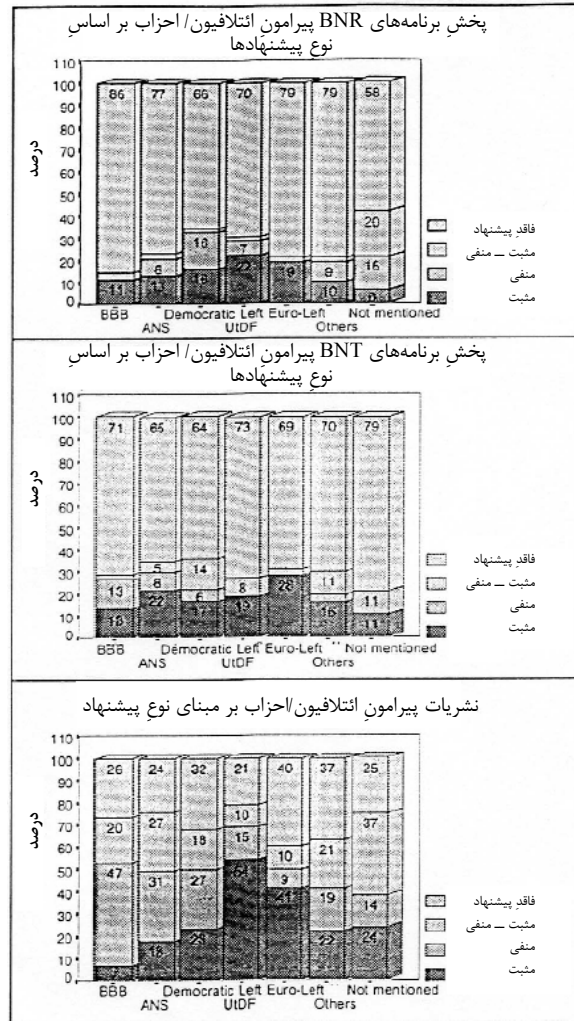
### شیوه‌ی نگرش به ائتلافیون و احزاب

به رغم سنجش افکار که طی جریان مبارزات انتخاباتی یک مؤتلفه‌ی سیاسی را همیشه مقدم می‌شمارد، رسانه‌های الکترونیک ملی توازی را در میانگین زمان پخش مطالب پیرامون احزاب منفرد و مؤتلفه، در بلوک آ، رعایت کردند.

در مقایسه با انتخابات ریاست جمهوری، رسانه‌های الکترونیک ملی اینک شیوه‌ی قوی تری را در امتناع از پیشنهاد مستقیم در ارائه‌ی احزاب منفرد و مؤتلفه از خود نشان می‌دهند. (نمودارهای ۵ و ۶)

سهم پخش برنامه‌های غیر سونگرانه در BNT و BNR از ۷۰٪ فراتر رفت (استثنا تنها در مورد برنامه‌ی هریستو بوتوف، با ۵۳٪ بود). عدم سونگری گزارش‌های مطبوعات به گونه‌ای چشمگیر اندک بود؛ یعنی ۸٪ (نمودار ۷)

UTDF در مطبوعات به نحو قابل توجهی مثبت به نمایش آمد و پس آن چپ - یورو بود. آرای مثبت پیرامون UTDF و چپ - یورو و چپ دمکراتیک در BNR همه جانبه بود. بزرگ‌ترین سهم مطالب سونگرانه از سوی BNT پیرامون چپ - یورو و در تعاقب آن، ANC و UTDF بود.



### درونمایه‌ی جهات مبارزات انتخاباتی

این مبارزات انتخاباتی بیش از آنکه محتوای فعالیت‌های انتخاباتی مدعیان را در پی داشته باشد، روندی بس گسترده از اظهارنظرها و فراوان مباحثات رقابتی سیاسی را پی‌گیری می‌کرد. با توجه به محتوا و مضمون پخش مبارزات انتخاباتی، تلویزیون بر توافقی ملی برای آینده‌ی مملکت، مسؤلیت سیاسی و قصور، و بازسازی اقتصادی تکیه کرده بود. BNR همچنین مبحث جهت‌یابی سیاست خارجی بلغارستان را مطرح کرده بود. با توجه به موضوع اصلی، روزنامه‌هایی که مورد نظارت‌گری قرار گرفتند، این اولویت‌ها را مطرح ساختند: چسا ۲۴ و نووینار به مسأله‌ی توافقی ملی، زمیا و تروود به مسؤلیت‌های سیاسی، بزه کاری و هیأت مدیره‌ی پول رایج، دمکراتسیا، استاندارد نیوز و کانتیننت به تعاون اجتماعی و جهت‌یابی سیاست خارجی.

در ارتباط با صفحه آرای، صفحه‌ی نخست دوما و زمیا تقریباً نیمی به این گزارش اختصاص داده شد. مطالب دیگر که با مبارزات انتخاباتی همخوانی داشت بیشتر در صفحات میانی روزنامه به چشم می‌خورد: در چسا ۲۴ - ۹۳٪ از مطالب، پاری ۹۳٪، دمکراتسیا - ۸۹٪، تروود - ۸۸٪، استاندارد نیوز - ۸۵٪ و نوینار - ۷۸٪.

رسانه‌های ملی و همچنین خصوصی شیوه‌ای را در پیش گرفتند که در آن مسأله‌ی پرداختِ وجوه در درج مطالب نشانی از خود برجای نگذاشت. رسانه‌های گروهی به اشاعه‌ی تصویری مستقل و غیر تجاری، ادامه دادند و اینگونه وانمود ساختند که در خدمت منافع مردمی گام بر می‌دارند. در عمل، به هر حال، حقایق روابط مالی با احزاب و ائتلافیون را از دید جامعه پنهان کردند.

### نتیجه‌گیری‌های اساسی

- در مقایسه با انتخابات ۱۹۹۶ ریاست جمهوری، رسانه‌های الکترونیک ملی و نشریات نوشتاری خصوصی خط مشی متفاوتی را در انتخابات پارلمانی ۱۹۹۷ در پیش گرفتند. در مقایسه با ۰۱.۱۰.۰۳.۱۱.۱۹۹۶، گزارش‌ها در BNT در دوره‌ی میان ۰۳.۲۴.۰۴.۱۷.۱۹۹۷ تقریباً چهار بار و در BNR به تقریب ۹ بار کاهش یافت، در حالی که مطالب در مطبوعات، پیش از انتخابات پارلمانی تقریباً به دو برابر فزونی یافت. (چسا ۲۴ - ۴.۲. بار، تروود و استاندارد نیوز - ۷.۱. بار، کانتیننت - ۱.۵. بار).
- پوشش رقابت‌های پارلمانی به گونه‌ای نامساوی میان برنامه‌ها در آنتن ملی توزیع گردید. گزارش‌ها در کانال یک سه بار بیشتر از آنهایی که در آنتن ۲، و بیش از ۹ بار در هوریزونت در مقایسه با هریستو بوتوف به وقوع پیوست. در عمل، برنامه‌ی آنتن ۲ و هریستو بوتوف، نقش وابسته‌ای را در عرضه‌ی احزاب و ائتلافیون بر عهده گرفتند.
- در جریان مبارزات انتخابات پارلمانی، روزنامه‌نگاران در رسانه‌های الکترونیک ملی، بار دیگر به جای میانجی، به ناقلان خبر مبدل شدند و به جای افراد صاحب نظر به گزارشگران صرف. تلاش برای حفظ بیطرفی نسبت به پخش مطالب در رسانه‌های الکترونیک ملی، به روزنامه‌نگاری لطمه زده است. بیطرفی، به بهای تنوع در ارتباط با نوع، محتوا و مضمون و شیوه طرح اطلاعات، همچنان به عنوان مبحث قابل اعتنایی برجای مانده است.
- این مبارزات انتخاباتی، کماکان روند منفی خود را طی می‌کند. و حقایق پیرامون وجوهی را که به نشریات/پخش رادیو و تلویزیونی پرداخت شده است، پنهان می‌سازد.
- رسانه‌ها به یک گزینده‌ی آگاه، اساساً در ارتباط با احزاب و ائتلافیون در گروه آ یاری رساندند. افراد گروه ب حضور کوتاهی در نشریات خصوصی داشتند و عرضه‌ی آنها اساساً گاه به گاه و با خوانندگانی اندک در رسانه‌های الکترونیک ملی تجلی می‌یافت.

نمونه گزارش نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی - پرو  
(همراه با اجازه نامه‌ی Transparencia)



Dirección de Comunicaciones

## INFORME DE MONITOREO DE MEDIOS MARZO 2001

El monitoreo de medios realizado por la Asociación Civil Transparencia tiene como fin revelar el comportamiento de los medios de comunicación, especialmente la prensa escrita y la televisión, con relación a los candidatos a la Presidencia de la República.

El trabajo contempla la realización de un análisis cuantitativo y cualitativo de la cobertura de los candidatos en los medios.

El informe estudia la cobertura periodística de los ocho candidatos a la Presidencia de la República (Marco An-

tonio Arrunátegui, de Proyecto País; Carlos Boloña, de Solución Popular; Lourdes Flores, de Unidad Nacional; Ciro Gálvez, de Renacimiento Andino; Alan García, del Partido Aprista Peruano; Ricardo Noriega, de Todos por la Victoria; Fernando Olivera, del Frente Independiente Moralizador, y Alejandro Toledo, de Perú Posible)<sup>1</sup> en los principales medios de comunicación escrita y televisiva del país.

Este tercer Informe de Monitoreo de Medios abarca el período entre el 1 y el 31 de marzo de 2001.

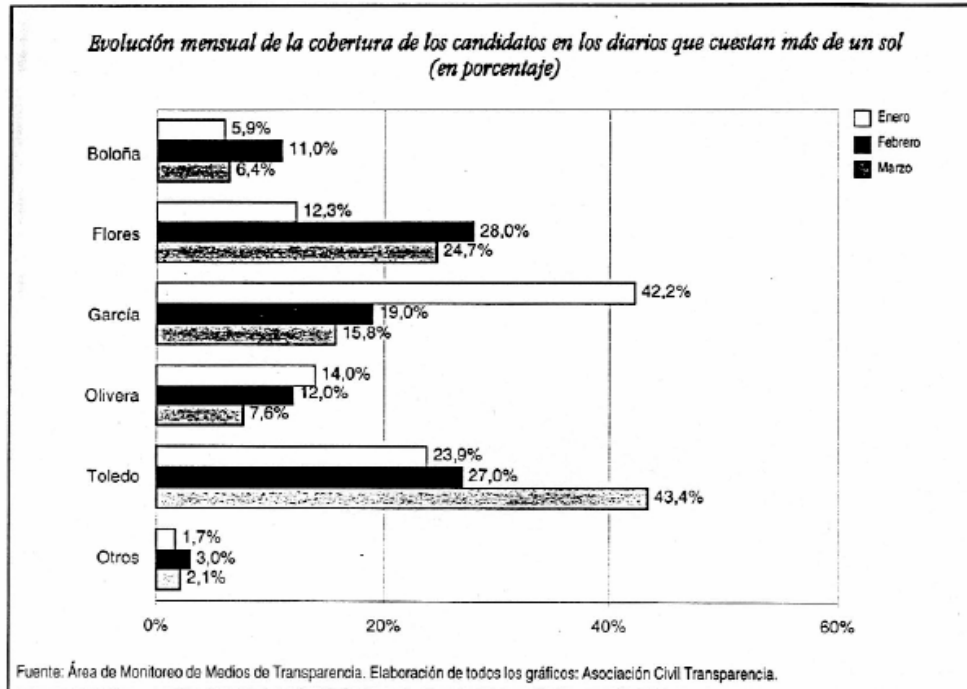
### I. RESUMEN EJECUTIVO

#### 1.1 Diarios que cuestan más de un sol

- Toledo es el candidato con más volumen de apariciones (43,4%) en los diarios que cuestan más de un sol. En segundo lugar se ubica Flores (24,7%), seguida de García (15,8%).
- Con la excepción de El Comercio y El Peruano, los demás diarios que cuestan más de un sol replican, en su secuencia de candidatos por volumen de apariciones, el orden de la mayoría de las encuestas publicadas en marzo: Toledo en primer lugar, Flores en segundo y García en el tercero.
- El volumen de cobertura de los candidatos presidenciales en marzo aumentó 2,2 veces con relación al volumen de febrero, y 4 veces con relación al de enero en los diarios que cuestan más de un sol.
- Las apariciones sin sesgo o "neutras"<sup>2</sup> son las que tienen mayoría en los diarios que cuestan más de un sol (40%). Las menciones de sesgo positivo llegan a 37%, y las de sesgo negativo, a 23%.
- Toledo obtiene el más alto porcentaje de apariciones de sesgo positivo (40%). Boloña encabeza la lista de menciones de sesgo negativo (32%). El candidato con más apariciones "neutras" es Olivera (48%).
- La República es el diario que dedica más espacio a la cobertura de los candidatos presidenciales (72.015,9 cm<sup>2</sup> y 21,4%). El diario que les brinda el menor espacio es Ojo (24.032,9 cm<sup>2</sup> y 7,1%).

<sup>1</sup> De aquí en adelante, toda mención a los candidatos consignará sólo su primer apellido: Arrunátegui, Boloña, Flores, Gálvez, García, Noriega, Olivera, Toledo.

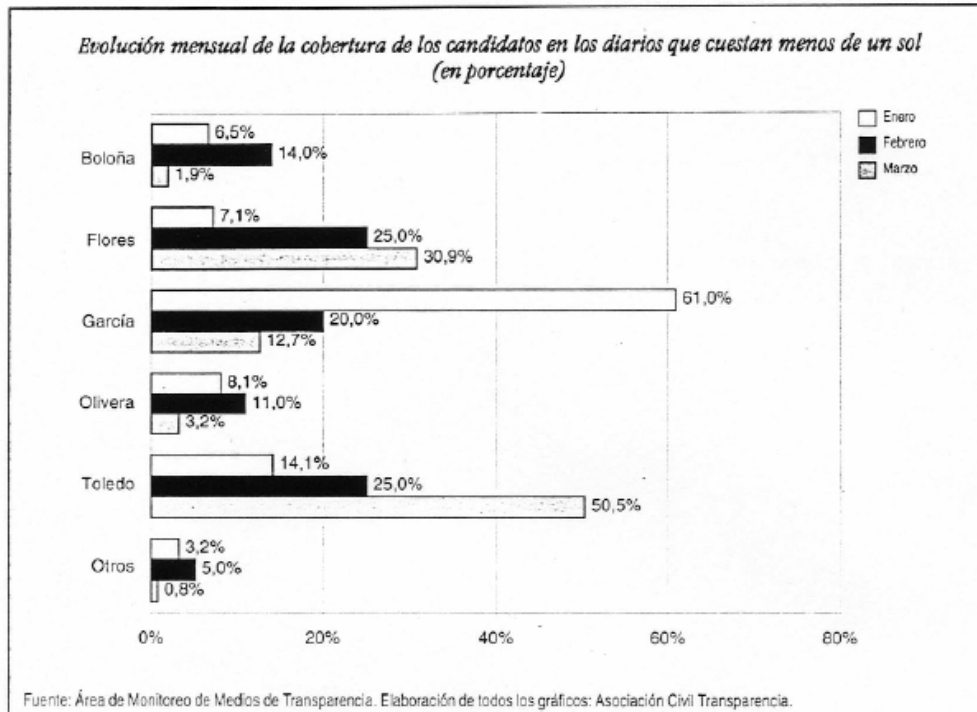
<sup>2</sup> Los términos "neutralidad" y "neutro" aparecen entre comillas a lo largo del informe, para subrayar el hecho de que se usan bajo una acepción especial. Todas las definiciones de sesgo figuran en la sección final del presente informe.



- El volumen de apariciones de Olivera en el diario Ojo desciende notoriamente, desde un 31% que le dio el primer lugar de cobertura en febrero, hasta un reducido 3% que hace que se le agrupe en el rubro "Otros".
- En cuanto al "agenda setting", el eje temático electoral es el que aparece con mayor frecuencia (20%) en las portadas de los diarios que cuestan más de un sol. El eje temático político ocupa el segundo lugar con el 17%.
- Expreso es el diario que dedica más espacio en su portada al eje temático electoral (30%). Gestión, con 6%, es el que menos espacio le dedica en portada.

### 1.2 Diarios que cuestan menos de un sol

- Toledo ocupa poco más de la mitad (50,5%) del espacio que los diarios que cuestan menos de un sol dedican a la cobertura de los candidatos presidenciales. Le siguen Flores (30,9%) y García (12,7%).
- En todos los diarios que cuestan menos de un sol, la secuencia de candidatos ordenados según su volumen de apariciones replica el orden de la mayoría de las encuestas de opinión durante el mes de marzo: Toledo en primer lugar, Flores en segundo y García en el tercero.
- El volumen de cobertura de los candidatos presidenciales en marzo aumentó 1,8 veces con relación al volumen de febrero, y 2,3 veces con relación al de enero en los diarios que cuestan menos de un sol.
- Todos los diarios que cuestan menos de un sol redujeron considerablemente su cobertura de Boloña, hasta el punto en que el candidato fue agrupado en el rubro "Otros" por tener 3% o menos del total de apariciones.



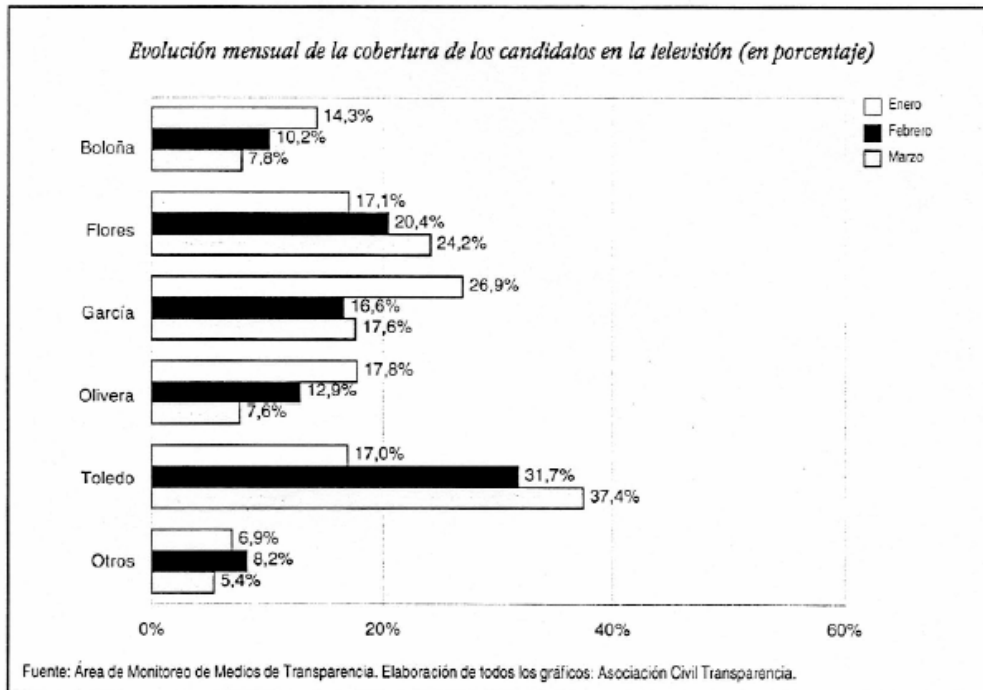
- Las apariciones de sesgo positivo son las que exhiben el mayor porcentaje en los diarios que cuestan menos de un sol (42%). Las menciones que no tienen sesgo o son "neutras" tienen 32%, y las que son de sesgo negativo llegan a 26%.
- Flores es la candidata con más apariciones de sesgo positivo (48%). En las de sesgo negativo, lleva la delantera Toledo (45%). Olivera encabeza la lista de menciones sin sesgo o "neutras" (65%).
- Correo es el diario que dedica más espacio a la cobertura de los candidatos presidenciales (49.913,4 cm<sup>2</sup> y 38%). El diario que les brinda el menor espacio es Ajá (8.875,5 cm<sup>2</sup> y 6,8%).
- En línea con el previsible comportamiento de los diarios que cuestan menos de un sol, el eje temático de espectáculos es el que aparece con más frecuencia en la portada de estos medios (27%), seguido por el local (16%). El eje temático electoral ocupa el cuarto lugar con el 13%.

### 1.3 Televisión

- Toledo es el candidato que mayor tiempo de cobertura recibe en la televisión durante el mes de marzo (39 horas, 8 minutos y 48 segundos), con un porcentaje de 37,4%. En el segundo lugar se ubica Flores, con 24,2% del total.
- Sólo Panamericana Televisión y Canal N replican, en la secuencia de porcentajes de la cobertura de los candidatos, el orden de ubicación de los postulantes presidenciales en la mayoría de las encuestas de opinión a nivel nacional publicadas durante el mes de marzo: Toledo en primer lugar, Flores en segundo y García en tercero.



- El volumen de cobertura de los candidatos presidenciales en marzo aumentó 2,3 veces con relación al volumen de febrero, y 1,9 veces con relación al de enero en los canales de televisión.
- Toledo es el candidato con mayor porcentaje de apariciones de sesgo positivo en televisión (55%). Boloña, con 17%, es el que registra el mayor porcentaje de apariciones de sesgo positivo. En cuanto a las apariciones "neutras", se da un empate entre Boloña y Olivera con 48%.
- Las apariciones de candidatos en televisión son mayoritariamente de sesgo positivo (49%). Las "neutras" alcanzan el 41%, y las de sesgo negativo registran sólo el 10%.
- Canal N es el que da mayor cobertura a los candidatos presidenciales (46 horas, 47 minutos y 50 segundos, que representan un 44,7% del tiempo total). El canal que les da menor cobertura es ATV, con 2 horas y 49 minutos, lo que significa un 2,7% del total.
- El grueso de la cobertura de los candidatos en televisión se da a través de los noticieros (76%) y programas periodísticos o de debate (15%). La transmisión de mítines en vivo o en diferido, en su conjunto, representa solamente el 3% de la cobertura electoral de los canales.
- Toledo es el candidato cuyos mítines se transmiten con mayor frecuencia en el conjunto de los canales de televisión (28% del total de mítines transmitidos). En el segundo lugar se encuentran los mítines de Flores y de García (20% cada uno).
- El canal que transmite más mítines, proporcionalmente al conjunto de su programación sobre temas electorales, es Red Global (13%). En términos absolutos, el canal que transmitió más mítines en marzo fue Canal N (63).





(23,9% cada uno), Toledo (20%) y los agrupados en "Otros" con 2,2%.<sup>30</sup>

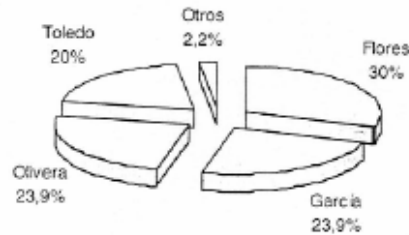
Apariciones de candidatos en Frecuencia Latina

| Candidato    | Tiempo            | Porcentaje    | Apariciones |
|--------------|-------------------|---------------|-------------|
| Flores       | 1h 58m 26s        | 30,0%         | 53          |
| García       | 1h 31m 26s        | 23,9%         | 51          |
| Olivera      | 1h 31m 44s        | 23,9%         | 43          |
| Toledo       | 1h 16m 02s        | 20,0%         | 63          |
| Otros        | 6m 06s            | 2,2%          | 17          |
| <b>Total</b> | <b>6h 23m 50s</b> | <b>100,0%</b> | <b>227</b>  |

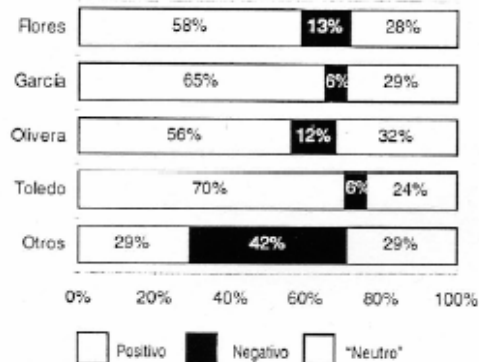
| Otros        |               |             |           |
|--------------|---------------|-------------|-----------|
| Arrunátegui  | 0m 03s        | 0,1%        | 1         |
| Boloña       | 3m 56s        | 1,0%        | 13        |
| Gálvez       | 0m 03s        | 0,1%        | 1         |
| Noriega      | 2m 03s        | 1,0%        | 2         |
| <b>Total</b> | <b>6m 06s</b> | <b>2,2%</b> | <b>17</b> |

Candidatos en Frecuencia Latina (%)



Toledo es quien exhibe la mayor proporción de menciones de sesgo positivo (70%), seguido de García (65%). En cuanto al sesgo negativo, encabezan la lista Flores (13%) y Olivera (12%). El mayor porcentaje de apariciones "neutras" lo tiene Olivera (32%), seguido de García (29%).

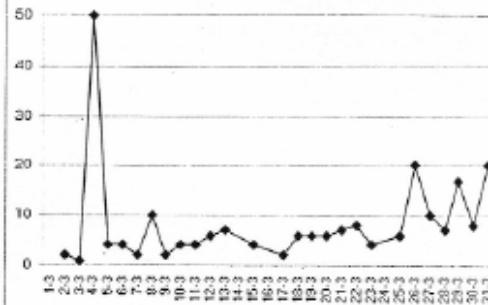
Sesgo por candidatos en Frecuencia Latina



<sup>30</sup> Candidatos con 5% o menos del total de apariciones en Frecuencia Latina: Boloña 1%, Noriega 1%, Arrunátegui 0,1%, Gálvez 0,1%.

Después de un pico al inicio del período estudiado, la evolución de la cobertura de los candidatos mostró una tendencia estacionaria durante casi todo el mes, para iniciar una curva ascendente en los últimos días de marzo. El rango de apariciones fluctúa entre 1 y 50 menciones diarias.

Evolución de cobertura en Frecuencia Latina



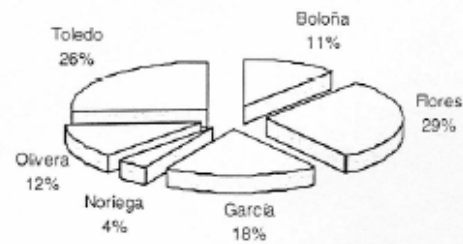
### b. América Televisión

El tiempo total de cobertura a los candidatos en América Televisión es de 2 horas, 49 minutos y 29 segundos. Flores es la candidata más aparece en América (29% del total). Detrás de ella se ubican Toledo (26%), García (18%), Olivera (12%), Boloña (11%) y Noriega (4%). Arrunátegui y Gálvez nunca aparecen en América Televisión.

Apariciones de candidatos en América Televisión

| Candidato    | Tiempo            | Porcentaje  | Apariciones |
|--------------|-------------------|-------------|-------------|
| Boloña       | 19m 18s           | 11%         | 3           |
| Flores       | 48m 40s           | 29%         | 20          |
| García       | 31m 13s           | 18%         | 15          |
| Noriega      | 6m 27s            | 4%          | 2           |
| Olivera      | 19m 53s           | 12%         | 11          |
| Toledo       | 43m 58s           | 26%         | 22          |
| <b>Total</b> | <b>2h 49m 29s</b> | <b>100%</b> | <b>73</b>   |

Candidatos en América Televisión (%)



Boloña, con 100%, es quien tiene el mayor porcentaje de menciones de sesgo positivo; le sigue Flores (75%). La mayor proporción de menciones negativas es para Flores

نمونه گزارش نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی - توگو  
(همراه با اجازه‌نامه‌ی RSF)



Lomé, le 12 juin 1998

**Communiqué de presse**  
**Elections présidentielles au Togo**

## Les médias publics ne respectent pas la loi

### Le traitement des différents candidats est totalement déséquilibré

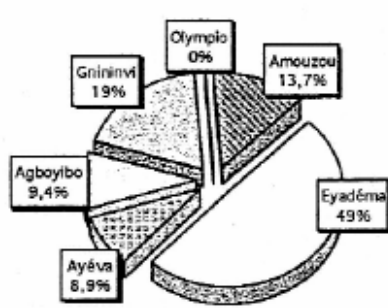
L'information sur les médias publics n'a pas respecté le principe d'égalité entre les différents candidats, normalement en vigueur depuis le début de la campagne électorale. C'est ce qui ressort de l'observation de TV Togo, Radio Lomé, Radio Kara, Togo Presse et l'Agence Togolaise de Presse menée par Reporters sans frontières (RSF) entre le vendredi 5 juin à 0 heure et le jeudi 11 juin à 24 heures. Comme il est de règle, cette observation des médias d'Etat ne prend pas en compte les messages diffusés dans le cadre de la campagne officielle.

A l'image de la pré-campagne électorale, le candidat du RPT, M. Gnassingbé Eyadéma, a été avantagé, bénéficiant d'un temps d'antenne largement supérieur à celui accordé à chacun de ses challengers. Si des candidats - MM. Léopold Gnininvi et Jacques Amouzou - sont correctement traités, d'autres sont marginalisés, voire pratiquement ignorés, comme c'est le cas pour M. Gilchrist Olympio (cf. annexe). Cette attitude des médias publics fausse délibérément les règles du jeu. En choisissant ce comportement, les responsables des médias publics et leur ministère de tutelle violent la loi togolaise.

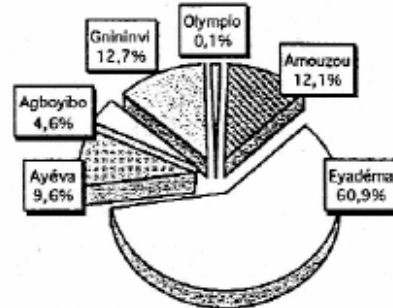
En effet, pendant la campagne électorale, les médias publics doivent accorder le même temps d'antenne et le même espace rédactionnel aux six candidats à l'élection présidentielle. C'est ce que précise l'article 2 de l'arrêté du 20 avril 1998 : «Tous les candidats à l'élection présidentielle figurant sur la liste arrêtée et publiée par la Cour constitutionnelle reçoivent un traitement égal dans l'utilisation des organes publics de presse écrite, de radiodiffusion et de télévision». Un arrêté qui reprend l'article 130 de la Constitution affirmant que «la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication (...) veille (...) à l'accès équitable des partis politiques et des associations aux moyens officiels d'information et de communication» et l'article 133 du code électoral qui stipule que «la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication assure l'égalité entre les candidats dans l'utilisation du temps d'antenne».

5, rue Geoffroy-Marie  
75009 Paris  
Tél. (33) 01 44 83 84 84  
Fax (33) 01 45 23 11 51  
E-mail : [rsf@rsf.fr](mailto:rsf@rsf.fr)

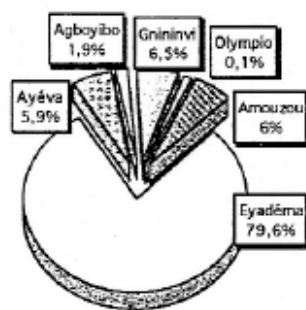
Cette inégalité de traitement réservée aux différents candidats est en contradiction avec la volonté affichée par les pouvoirs publics d'organiser des élections transparentes et démocratiques. Elle nie le droit de chacun d'être informé le plus complètement et le plus honnêtement possible des enjeux du scrutin du 21 juin. Les chiffres attestent du traitement privilégié dont bénéficie le candidat-Président G. Eyadéma.



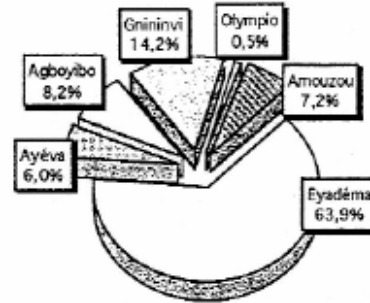
TV Togo



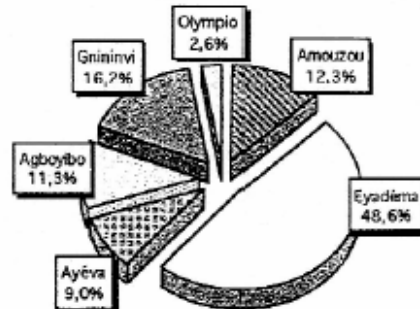
Radio Lomé



Radio Kara



Togo Presse



ATOP

## منابع برگزیده‌ای برای نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی در بافت انتخابات

کالیور، ساندرا و پاتریک مرلوئه. رهنمودهایی برای پوشش انتخابات در دموکراسی‌های در حال گذار. بریتانیای کبیر: ماده ۱۹، ۱۹۹۴.

گزارش انتخابات: رهنمودهای عملی برای نظارت‌گری. بریتانیای کبیر: ماده ۱۹، ۱۹۹۸.

گودوین، جیل، گای اس. انتخابات آزاد و منصفانه: حقوق بین‌الملل و کاربرد آن. ژنو: اتحادیه‌ی میان پارلمانی، ۱۹۹۴.

کتاب راهنما پیرامون گزارش انتخابات: پندها، پیشینه و اطلاعات مرتبط در جهت یاری در پوشش انتخابات پارلمانی. بنگلادش: انجمن گسترش شرایط محیط زیست و انتخابات (SEHD)، ۱۹۹۵.

لانگ، یاشا و آندرو پالم (ویراستاران). رسانه‌های گروهی و انتخابات: یک کتاب راهنما. تهیه شده توسط انستیتوی اروپا برای رسانه‌ها. بلژیک: تاسیز، ۱۹۹۵.

مرلوئه، پاتریک. نظارت‌گری بر منصفانه بودن رسانه‌ها در مبارزات انتخاباتی: درآمدی بر مسائل بنیادی. واشنگتن، دی سی: NDI، ۱۹۹۵.

میکویچ، آلن و چارلز فایرستون. تلویزیون و انتخابات. کوئینزتاون، مریلند: انستیتوی اسپن، ۱۹۹۲.

پراگنل، آنتونی. آزادی و کنترل: عوامل خدمات پوشش دموکراتیک. انستیتوی اروپا برای رسانه‌ها، ۱۹۹۰.

پراگنل، آنتونی و ایلدیکو گرگلی (ویراستاران). بافت سیاسی پوشش: رساله‌ی رسانه شماره‌ی ۱۵. انستیتوی اروپا برای رسانه‌ها.

رابرت، جی. کی. دسترسی به پخش سیاسی در EEC. بریتانیای کبیر: انستیتوی اروپا برای رسانه‌ها، ۱۹۸۴.

شلینگر، لیس. آزاد و منصفانه: رهنمودهای یک روزنامه‌نگار در جهت بهبود گزارش در دموکراسی‌های نوپا. واشنگتن دی سی: مرکز بین‌الملل برای روزنامه‌نگاران، ۲۰۰۱.

رابرت نوریس دیرزمانی است که به سمت مشاور در NDI به کار اشتغال دارد. او مدیر بنیاد دنیای بهتر سازمان ملل متحد است. آقای نوریس در دهسال گذشته به عنوان پژوهشگر و تحلیل‌گر سیاسی معرّف‌کننده‌هایی برای تصدی دواپر ملی و ایالتی بوده است. او پنج سال در کادر اداری بارنی فرانک، نماینده‌ی کنگره (ماساچوست) به خدمت اشتغال داشته است. همچنین به عنوان نماینده‌ی NDI در یمن، اسلواکی سرگرم کار بوده و برنامه‌های NDI را در پاره‌ای از کشورها یاری رسانده است. آقای نوریس تلاش‌های NDI را در حمایت از سازمان نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی اسلواکی MEMO'98 پیش از آغاز انتخابات ۱۹۹۸ اسلواکی تا دوران پس از انتخابات سرپرستی کرده است. او با چندین برنامه‌ی NDI پیرامون نظارت‌گری بر رسانه‌ها و تلاش‌های گسترده‌ی حمایت از انتخابات همکاری داشته است. افزون بر این، به عنوان مشاور برجسته در امر نظارت‌گری بر رسانه‌ها در گویان، از سوی برنامه‌ی توسعه‌ی سازمان ملل متحد و در اوگاندا، با خدمات بین‌المللی اصلاحات انتخابات که یک سازمان غیر انتفاعی مستقر در لندن است، به خدمت اشتغال داشته است. آقای نوریس مدرک خود در حقوق را از دانشکده‌ی حقوق کلمبوس دانشگاه کاتولیک آمریکا دریافت داشت و دوره‌ی لیسانس را نیز در کالج هلی کراس به پایان رسانید.

پاتریک مرلوئه همکار ارشد و مدیر برنامه‌ها در امور انتخابات و روندهای انتخاباتی است. او برنامه‌های انتخاباتی NDI را در ارتباط با قانون اساسی و اصلاح قانون، نظارت‌گری بر انتخابات ناوابسته‌ی حزبی داخلی، تلاش‌های حزب سیاسی در تضمین یکپارچگی انتخابات و نظارت بر انتخابات بین‌المللی را نظارت می‌کند. او سرپرستی بیش از ۹۰ هیأت اعزامی و گروه‌های تعاونی را در بیش از ۵۰ کشور، مشتمل بر معاضدت به پروژه‌های نظارت‌گری بر رسانه‌ها را بر عهده داشته و یا در آنها شرکت جسته است. او همراه با ساندرا کلیور، کتاب رهنمودهایی برای پوشش انتخابات در دموکراسی‌های در حال گذار را که از سوی ماده ۱۹، مبارزه‌ی جهانی برای آزادی بیان (لندن) انتشار یافته به رشته‌ی تحریر درآورده است. او همچنین با خانم کولبور و آن نوتون از مجلّات ماده‌ی ۱۹، تحت عنوان قانون مطبوعات و عمل: پژوهشی مقایسه‌ای از آزادی مطبوعات در دموکراسی‌های اروپا و دیگر دموکراسی‌ها را منتشر ساخته است که هدف از هر دوی این کتاب‌ها معاونت به آنهاست که دلنگران اصلاح قانون و مبارزات برای آزادی بیان هستند. آقای مرلوئه پیش از پیوستن به NDI به عنوان وکیل دعوی با Heller Ehrman White & McAuliffe، یکی از بزرگترین دفاتر وکالت در سانفرانسیسکو به کار اشتغال داشت. او مدرک حقوق خود را از دانشکده‌ی حقوق دانشگاه پنسلوانیا دریافت داشت و مطالعات مربوط به فوق لیسانس را در انستیتوی پژوهش‌های سیاست گذاری به انجام رساند و دوره‌ی لیسانس را نیز در دانشگاه تمپل به پایان برد.

De plus, certains journalistes des médias publics violent l'article 7 de l'arrêté du 20 avril 1998 qui précise que «le personnel des organes de presse d'Etat est tenu pendant la campagne électorale d'observer la plus stricte neutralité et de s'obliger (...) au respect des règles de déontologie de leur profession». Plusieurs éditoriaux sont, en fait, des appels à peine déguisés à voter pour le candidat du RPT. Et certains «reportages» n'ont d'autre objectif que de dénigrer tel ou tel parti de l'opposition, comme le prouve la diffusion d'un «témoignage» d'un repentis accusant un responsable de l'opposition d'avoir fait assassiner un député et les propos d'une jeune femme se présentant comme la fille d'un candidat en lice et mettant en cause l'honneur et l'honnêteté de celui-ci.

Face à ce comportement des médias publics, manifestement discriminatoire à l'égard de plusieurs candidats à l'élection présidentielle (M. Eyadéma est le seul à avoir bénéficié, en tant que candidat, de la «une» de Togo Presse et de plusieurs «ouvertures» des journaux de la télévision et des radios) et devant le silence complice de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication, RSF appelle la Commission Electorale Nationale à se saisir de cette question, comme les articles 139 et 133 alinéa 1 du code électoral lui en donnent la possibilité. Le premier stipule en effet que celle-ci «veille au respect du principe d'égalité entre les candidats dans les propagandes d'informations des organes de presse d'Etat». Le second ajoutant qu'elle «intervient, le cas échéant, auprès des autorités compétentes pour que soient prises toutes les mesures susceptibles d'assurer cette égalité».

Depuis le 8 mai - date du début de l'observation conduite par RSF -, les médias publics ont sensiblement évolué. Ils sont aujourd'hui beaucoup plus ouverts aux différents partis et sensibilités politiques. Mais, si rien n'est fait dans les huit jours de campagne électorale à venir pour changer le comportement encore partisan des médias publics, il sera impossible, pour quiconque, d'affirmer que les candidats en lice auront bénéficié des mêmes conditions de campagne et donc, que le vote se sera déroulé dans la transparence. La communauté internationale devra alors en tirer toutes les conséquences.

L'opération d'observation des médias publics menée par RSF bénéficie de l'appui financier de la Commission européenne.

---

Pour toutes informations complémentaires, vous pouvez contacter Reporters sans frontières (Hôtel Palm Beach - Tel 21 85 11 - chambre 902).

Vous pouvez retrouver l'ensemble des communiqués de presse de Reporters sans frontières concernant l'opération d'observation des médias publics togolais à l'occasion des élections présidentielles sur l'Internet : [www.rsf.fr](http://www.rsf.fr)



## Annexe

## Campagne électorale du 5 juin à 0 heure au 11 juin à 24 heures

|                                      | Agboyibo<br>(CAR) | Amouzou<br>(ULI) | Ayéva<br>(PDR) | Eyadéma<br>(RPT) | Gnininvi<br>(CDPA) | Olympio<br>(UFC) |
|--------------------------------------|-------------------|------------------|----------------|------------------|--------------------|------------------|
| TV Togo<br>(en minutes)              | 18' 01''          | 26' 04''         | 17' 00''       | 1h 33' 23''      | 36' 17''           | 0                |
| Radio Lomé<br>(en minutes)           | 11' 22''          | 30' 07''         | 23' 52''       | 2h 31' 34''      | 31' 39''           | 0' 06''          |
| Radio Kara<br>(en minutes)           | 7' 04''           | 22' 46''         | 21' 51''       | 4h 57' 12''      | 24' 27''           | 0' 10''          |
| Togo Presse<br>(en cm <sup>2</sup> ) | 707,3             | 619,1            | 512,9          | 5494,8           | 1222,4             | 43,2             |
| ATOP<br>(en mots)                    | 916               | 1007             | 728            | 3949             | 1317               | 211              |

## نشریات برگزیده ی NDI پیرامون نظارت‌گری بر انتخابات

راهنمای NDI چگونگی نظارت‌گری بر انتخابات توسط سازمان‌های داخلی: رهنمود جامع (۱۹۹۵). این کتاب راهنما یک نظر اجمالی همه جانبه‌ای را بر چگونگی سازمان دادن به تلاشی در جهت نظارت‌گری بر انتخابات داخلی ناوابسته‌ی حزبی فراهم آورده است. کتاب مباحثی از این دست را مورد بررسی قرار داده است: مسائل برنامه‌ریزی و سازماندهی، جذب نیرو، آموزش و موارد مربوط به ایجاد شبکه‌ی ارتباطات برای گزارش کردن و موضوعات گوناگونی در ارتباط با نظارت‌گری پیش از انتخابات، روز انتخابات و دوران پس از آن و تأملات پیرامون اینکه چگونه سازمان و مهارت‌هایی که در جریان تلاش‌های نظارت‌گری حاصل می‌شود می‌تواند به فعالیت‌های غیر انتخاباتی نیز گسترش یابد. گرچه این رهنمود از سوی سازمان‌های مدنی برای نظارت‌گری طراحی شده است، اما می‌تواند توسط احزاب سیاسی نیز در برنامه‌ریزی تلاش‌های آنان در تضمین یکپارچگی انتخابات و حفاظت از رأی آنها مورد استفاده قرار گیرد.

ارتقای چارچوب‌های قانونی برای انتخابات دموکراتیک: راهنمای NDI جهت ایجاد قوانین انتخابات و اظهارنظرهای قانونی، توسط پاتریک مرلوئه (۲۰۰۲). این راهنما اهمیت ایجاد چارچوب‌هایی که انتخابات دموکراتیک را اشاعه می‌دهد، بررسی می‌کند. چرا برای احزاب سیاسی، سازمان‌های مدنی و دیگران مهم است که نقاط قدرت و ضعف قوانین موجود و پیشنهادی را که بر روندهای انتخاباتی تأثیر می‌گذارد، ارزیابی کنند، اهمیت ایجاد روند باز و فراگیر سیاسی را که اینگونه قوانین را بررسی می‌کند، به وجود آورند و احتمالاً رقبای سیاسی نیز پیرامون «قوانین بازی» به توافق برسند و جامعه هم می‌تواند نسبت به این روند اعتماد کند. این کتاب راهنما مسائلی بنیادین را مطرح می‌سازد که به هنگام ارزیابی چارچوب قانونی مورد آزمایش قرار می‌گیرد و بیش از ۳۰۰ پرسش که می‌توان مد نظر داشت، و همچنین منابع قانون بین‌المللی نسبت به همین موضوع و نمونه‌هایی از اظهارنظرهای NDI پیرامون قانون انتخابات در این کتاب مطرح شده است.

ایجاد اعتماد در روند ثبت نام رأی دهندگان: راهنمای NDI در مورد نظارت‌گری برای احزاب و سازمان‌های مدنی، توسط ریچارد ال. کلین و پاتریک مرلوئه (۲۰۰۱). کتاب راهنمای نظارت‌گری بر ثبت نام رأی دهندگان این موارد را بررسی می‌کند: نقش ثبت نام رأی دهندگان و انواع اصلی سیستم‌های آن، چرا برای احزاب سیاسی و سازمان‌های مدنی حائز اهمیت است که نظارت‌گری بر این سیستم‌ها را به کار گیرند و چرا تکنیک‌های ویژه برای نظارت‌گری روندها در جهت گردآوری اسامی، تهیه‌ی این لیست و فهرست‌های رأی دهنده در پای صندوق‌های رأی، اصلاح اشتباهات در لیست‌ها و بهره‌گیری از این فهرست‌ها در روز رأی‌گیری از اهمیت برخوردار است.

شمارش سریع و نظارت بر انتخابات: کتاب راهنمای NDI برای سازمان‌ها و احزاب سیاسی، توسط فلیسا استوک، نیل نوبیت و گلن کوان (۲۰۰۲). این کتاب راهنما اهمیت ایجاد نظارت منظم روندهای حیاتی روز انتخابات، از جمله کیفیت رأی دادن، شمارش آرا و جدول بندی نتایج انتخابات، همچنین پیش بینی نتایج همراه با مرزهای لغزش فوق‌العاده اندک و بالاترین درجه‌ی آماری قابل اعتماد را مورد توجه قرار می‌دهد. کتاب همچنین مسائل برنامه‌ریزی و سازمانی، جذب نیرو و آموزش، سیستم‌های ارتباطی، ایجاد نمونه‌ای از آمار تصادفی حوزه‌های رأی‌گیری جهت تحلیل سریع و دقیق، ارزیابی تکنیک‌های تحلیلی و تأملات در جهت انتشار یافته‌های شمارش سریع را مورد پوشش قرار می‌دهد. این کتاب راهنما برای سازمان‌های مدنی طراحی شده است، اما می‌تواند به سهولت از سوی احزاب سیاسی نیز بهره‌گیری شود. این کتاب همچنین برای سازمان‌های مدنی که مصمم‌اند تعهدی در قبال یافته‌های انتخاباتی نداشته باشند، فراهم آمده است. کتاب به عنوان یک راهنمای سازمان دهنده، مسائل بسیاری را که در کتاب راهنمای NDI ۱۹۹۵ «جامع» تحت پوشش قرار گرفته بود، مورد بررسی قرار می‌دهد.

افزون بر این مطالب، NDI بیش از ۳۰۰ گزارش، مقاله و بیانیه در ارتباط با روش‌هایی که عموماً انتخابات دموکراتیک و نیز روند انتخاباتی در کشورهای خصوصی را ارتقا می‌بخشد، انتشار داده است. برای اطلاعات بیشتر در این زمینه و دیگر نشریات NDI به وب‌گاه [www.ndi.org](http://www.ndi.org) «دسترسی به دموکراسی» و «برنامه‌های بین‌المللی/ انتخابات و روندهای سیاسی» مراجعه شود.

رسانه‌ها چه ارتباطی با انتخابات دموکراتیک دارند؟

انتخاباتی دموکراتیک انجام پذیر نیست مگر آنکه رأی دهندگان از آزادی توأم با آگاهی‌گزینش در پای صندوق‌های رأی برخوردار باشند. رسانه‌های گروهی اطلاعاتی را که برای اکثر رأی‌دهندگان جنبه‌ی حیاتی دارد، فراهم می‌آورند. بنابراین، ارزیابی اینکه آیا رسانه‌ها مسؤولیت‌های خویش در قبال کاندیداهای انتخاباتی و جامعه به انجام می‌رسانند، حائز اهمیت است.

چرا نظارت‌گری بر رسانه‌ها یک اقدام مهم است؟

نظارت‌گری بر رسانه‌ها می‌تواند این مسأله را روشن کند که رقبای سیاسی و جامعه در کل باید به رسانه‌ها، و نیز مسؤولان انتخابات و دولت که مسؤول برپایی یک انتخابات واقعی هستند، اعتماد کنند. کوتاهی‌ها در رفتار رسانه‌ها می‌تواند از طریق نظارت‌گری به هنگام، جهت اقدامات اصلاحی مورد شناسایی قرار گیرد. سوء استفاده‌ی رسانه‌های گروهی از قدرت خویش در تأثیر بر گزینه‌ی رأی‌دهندگان می‌تواند مستند گردد که از این رهگذر به توده‌ی مردم و جامعه‌ی بین‌المللی اجازه می‌دهد ماهیت واقعی روند انتخاباتی را به گونه‌ی شایسته‌ای به توصیف آورند.

چگونه می‌شود نظارت‌گری بر رسانه‌ها را سازماندهی کرد و چه روش‌شناسی‌هایی را به کار گرفت؟

این کتاب راهنما روندی گام به گام را در برپایی یک پروژه‌ی نظارت‌گری به نمایش می‌گذارد. کتاب تأملات در تصمیم‌گیری مبنی بر راه اندازی پروژه، سازمان و طرح آن، و نیز روش‌شناسی‌های نظارت‌گری را تحت پوشش قرار می‌دهد. پیوست‌ها نمونه‌هایی از فرم‌های نظارت‌گری، تعهدات ناوابستگی حزبی و دستورالعمل‌های رفتاری، شروط در ارتباط با حقوق بشر بین‌الملل و نمونه گزارش‌هایی از چندین اقدامات نظارت‌گری بر رسانه‌های گروهی را ارائه می‌دهد.

چگونه سازمان‌های مدنی و اتحادیه‌ی روزنامه‌نگاران می‌توانند رفتار شایسته‌ی رسانه‌ها و یک فضای انتخاباتی منصفانه را ارتقا دهند؟

این کتاب راهنما برای استفاده کسانی طراحی شده است که نسبت به آزادی بیان و یکپارچگی انتخابات دلگراوند و آنان را در پرورش توانایی‌ها برای اقدام نظارت‌گری و عواملی که بر رسانه‌ها در بافت‌های انتخاباتی مؤثر می‌افتد، یاری می‌رساند. خوانندگان علاقه‌مند می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر در مسائل نظارت‌گری به کتاب راهنمای NDI: چگونه سازمان‌های داخلی انتخابات را نظارت‌گری می‌کنند: رهنمود جامع و دیگر نشریات به NDI مراجعه کنند.

National Democratic Institute  
for International Affairs  
2030M Street, N.W., Fifth Floor  
Washington, D.C. 20036-3306, USA  
Tel + 1 202 728 5500  
Fax + 1 202 728 5520  
E-mail [demos@ndi.org](mailto:demos@ndi.org)  
Website <http://www.ndi.org>