

عنوان مقاله:

تحلیل محتوای کیفی موانع شفافیت در رسانه های خبری ایران

محل انتشار:

دوفصلنامه رسانه و فرهنگ، دوره 11، شماره 2 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 40

نویسندگان:

عباس زمانی - دانشجوی دکترای تخصصی مدیریت رسانه ای، باشگاه پژوهشگران و نخبگان، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

فائزه تقی پور - عضو هیئت علمی و دانشیار گروه علوم ارتباطات، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

رضا اسماعیلی - عضو هیئت علمی و استادیار گروه علوم ارتباطات، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف شناسایی موانع شفافیت در رسانه های خبری ایران انجام شده است. بدین منظور تعداد ۵۲ نفر از مدیران و متخصصان رسانه، ارتباطات، جامعه شناسی و حقوق با استفاده از نمونه گیری هدفمند انتخاب شده و با روش تحلیل محتوای کیفی و پرسشنامه عمیق نیمه ساختارمند مورد مطالعه قرار گرفتند. یافته ها شامل موانع شفافیت رسانه ای در دو بخش "درون سازمانی" و "برون سازمانی" بود. موانع درون سازمانی شامل ۱۳ مقوله: "فقدان امنیت شغلی و مالی اصحاب رسانه"، "مشکلات مالی و اقتصادی رسانه ها"، "وجود رانت در رسانه ها"، "فقدان شایسته سالاری"، "نبود محتوای حرفه ای مخاطب محور"، "کمبود زیرساخت های فناورانه"، "خودسانسوری و ترس اصحاب رسانه" و...؛ و موانع برون سازمانی شامل ۱۵ مقوله: "پایین بودن نقدپذیری مسوولان"، "ضعف قوانین و مقررات رسانه ای"، "نبود چارچوب شفاف آزادی رسانه ها"، "نبود نظام صنفی رسانه ای کارآمد"، "وجود رسانه های دولتی انحصاری"، "نبود مدیران کارآمد رسانه ای در مناصب دولتی"، "انفعال مردم در برابر رسانه ها"، "نگاه ابزار دولتمردان به رسانه ها"، "عدم پاسخگویی به نیازهای رسانه ها" و... بود. یافته ها نشان داد که یکی از راهکارهای عملی مقابله با بحران های اجتماعی و اقتصادی امروزی و مبارزه با فسادهای ساختاری، ایجاد جریان آزاد اطلاعات و توجه به شفافیت رسانه ای است.

کلمات کلیدی:

شفافیت، رسانه، رسانه های خبری، شفافیت رسانه ای، آزادی بیان، آزادی اطلاعات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1434729>

