

# بررسی عملکرد سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی (۱۳۷۶-۱۳۷۹)

دفتر سیاسی - فرهنگی

## ۱. مقدمه

نظام‌های حکومتی پویا و بالنده برای ماندگاری و عمق بخشیدن به جریان پویانده توسعه و ارتقای سطح فعالیت‌های دستگاه‌های اجرایی، رویکردی مستمر و بنیادین به ارزیابی عملکرد مدیران و نیز ساز و کارها و شیوه‌های «اعمال مدیریت» و همچنین ارزیابی «کارآمدی»، «اثربخشی» و نسبت سنجی بین هزینه‌ها و فایده‌های برآمده از این دستگاه‌ها دارند تا هم اصل «پاسخگویی» را قوام و دوام ببخشند و هم مانع از «دیرینه شدن» و «رسوب شدن» ایده‌ها، افکار و باورهای پیشینیان و نیز ایجاد تصورات و ذهنیات ایجاد شده مبنی بر «انسداد افق‌های رشد» و «پیوندهای قبیله‌ای و باستانی» ... شوند.

در انداختن طرحی نو در فضای سیاسی و اجتماعی پس از دوم خرداد، از پی روی کار

---

این مقاله، چکیده پژوهشی است که به سفارش «دبیرخانه دائمی ارزیابی عملکرد دستگاه‌های اجرایی» در دفتر سیاسی فرهنگی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی توسط گروه مطالعاتی به سرپرستی آقای حجت‌ا... رسانی انجام گرفته و متن کامل گزارش در مرکز موجود است.

آمدن مجلس ششم می‌رود تا «پاسخگویی» و «نظارت نهادهای مردمی بر دستگاه‌های اجرایی» را «نهادمند» و «روال‌مند» نماید و مطالبات انباشته شده صاحبان اصلی این دستگاه‌ها - مردم - را به نمایندگی از آنان با پرسش‌گری از همه مسئولان و مدیران عالی رتبه به سمت و سوی ارتقاء و تعالی امور راهنمون شده و راهبری نماید. راهبرد و ناظر اصلی بر این پرسش‌ها نیز تلاش برای ارائه تصویری «دقیق»، «شفاف» و «جامع» برای قضاوت و داوری شایسته و خرد محور در مورد آن دستگاه‌ها است.

این «پژوهش» با در نظر داشتن اصول راهنما و کلان فرا روی خود، یعنی «آموزه‌های دینی»، «منافع و مصالح ملی» و «نظریه‌ها و اندیشه‌های مدیریتی و فرهنگی» و نیز «باید و نبایدهای عرصه‌خبر و ملاحظات، و تنگناها و موانع موجود بر سر راه این نوع فعالیت»، انجام گرفته است.

ورود مجلس شورای اسلامی به حوزه تحقیقات کاربردی را به واقع می‌توان رویکردی نو محسوب کرد که در نتیجه آن، دستگاه‌های اجرایی عادت خواهند کرد تا در پایان دوره فعالیت خود به اصلی‌ترین و برجسته‌ترین حوزه حاکمیت (نمایندگان مجلس) که به تعبیر امام راحل (ره) عصاره فضیلت ملت است گزارش بدهند و برای رفتارها و تصمیم‌گیری‌های خود در قلمرو فعالیتشان دلیل اقامه کنند.

در پایان این پژوهش، موضوعاتی مستقل نظیر «ساز و کارهای قانونی لازم برای ایجاد امنیت شغلی و منزلت اجتماعی خبرنگاران»، «نسبت سنجی بین افزایش اقتدار ملی و اعتماد سازی توسط رسانه ملی (خبرگزاری جمهوری اسلامی)»، «قوانین موجود و نسبت آن‌ها با بایدها و نبایدهای حرفه‌ای در عرصه خبرگزاری»، «دلیل و ضرورت بازنگری در ساختار تشکیلاتی خبرگزاری جمهوری اسلامی» و... نیز بررسی شده‌اند که پرداختن به هر یک از آن‌ها می‌تواند ابعاد و حوزه‌های دیگر این پژوهش را تکمیل کند.

با ظهور تحولات برآمده از دوم خرداد، سازمان‌های اجرایی و تأثیرگذار که عهده‌دار اجرای برنامه‌های دولت منتخب مردم در حوزه‌های متنوع فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و... بوده‌اند باید به‌طور دقیق از لحاظ چگونگی و نوع اجرای وظایف، فعالیت‌ها، مأموریت‌ها و نتایج عملیات اجرایی‌شان مورد ارزیابی و ارزشیابی قرار گیرند که این اقدام، دستاوردهای مثبت از جمله ضرورت پاسخگویی دستگاه‌ها در قبال مأموریت‌های محول را به همراه دارد.

## ۲. سازمان در یک نگاه

سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی به عنوان یکی از بزرگ‌ترین سازمان‌های اجرایی و اطلاع‌رسانی در حوزه مطبوعاتی و فرهنگی و نیز رسانه‌ای ملی، عهده‌دار تولید، پردازش، فرآوری و توزیع اخبار مربوط به رویدادهای کشور است. این سازمان قریب به یک دهه است که با مدیریتی ثابت اداره و هدایت می‌شود و لذا نگاه تخصصی، فنی و مدیریتی به این مجموعه به منظور بررسی و نسبت‌سنجی داده‌ها و ستاده‌ها در همه حوزه‌های اجرایی، به ویژه حوزه تولید، پردازش و توزیع خبر آن ضروری به نظر می‌رسد.

نتایج حاصل از این ارزیابی باید و می‌تواند تبدیل به آزمون‌سنجی یک سبک مدیریت در عرصه اطلاع‌رسانی بشود.

### الف) تاریخچه و ساختار سازمان

نظر به لزوم انتشار اخبار، در سال ۱۳۱۳ به دستور وزیر امور خارجه وقت، اداره‌ای برای گردآوری اخبار مملکتی به وجود آمد که «آژانس پارس» نامیده شد این آژانس پس از سال‌ها فعالیت در سال ۱۳۴۲ به «خبرگزاری پارس» تغییر نام داده و به صورت یک شرکت دولتی مستقل با اساسنامه خاص، زیر نظر وزارت اطلاعات و جهانگردی قرار گرفت.

بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، خبرگزاری مزبور متحول شد و ابعاد فعالیت‌هایش به شکل چشمگیر گسترش پیدا کرد و در ثبت و نشر رویدادهای داخلی و بین‌المللی حضور فعال یافت. شورای انقلاب با درک این مهم و با الهام از رهنمودهای امام (ره) اعمال تغییرات اساسی در این سازمان را تصویب کرد و حرکت آن را در جهت اهداف نظام تسهیل کرد و بدین ترتیب در تاریخ ۱۳۶۰/۱/۸ با نظر مجلس شورای اسلامی، خبرگزاری پارس به نام «خبرگزاری جمهوری اسلامی» تغییر نام داد.

در حال حاضر این سازمان دارای شخصیت حقوقی و مالی مستقل بوده، وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است و مطابق مقررات شرکت‌های دولتی و با رعایت اصول بازرگانی اداره می‌شود و ارکان آن عبارتند از:

۱. مجمع عمومی که مرکب است از وزیر ارشاد (رئیس مجمع)، وزیر اقتصاد و

دارایی، معاون رئیس جمهور و رئیس سازمان مدیریت و برنامه ریزی .  
 ۲. شورای عالی، مرکب از وزیر ارشاد، وزیر امور خارجه یا نماینده او، و ۵ نفر از شخصیت‌های برجسته مطبوعاتی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی کشور که به پیشنهاد وزیر ارشاد از طرف مجمع عمومی به مدت ۴ سال برگزیده می‌شوند.  
 ۳. مدیر عامل سازمان که به پیشنهاد وزیر ارشاد، تأیید مجمع عمومی و تصویب رئیس جمهور انجام می‌شود.

سازمان خبرگزاری ۳ معاونت دارد: خبری، اجرایی و فنی. سازمان در حال حاضر بیش از ۵۰ مرکز و دفتر نمایندگی در داخل کشور، صدها رابط خبری در نقاط دور دست کشور و حدود ۳۳ دفتر نمایندگی در نقاط مختلف جهانی دارد که روزانه اخبار داخلی و خارجی را پوشش می‌دهند.

این سازمان همچنین به منظور حضور در صحنه‌های جهانی، در اتحادیه‌های منطقه‌ای و جهانی مشارکت فعال دارد که سازمان خبرگزاری‌های آسیا و اقیانوسیه (OANA)، خبرگزاری کشورهای عضو اوپک (OPECNA)، خبرگزاری بین‌المللی اسلامی (IINA)، سازمان خبرگزاری‌های کشورهای غیر متعهد، اتحادیه خبرگزاری‌های کشورهای حاشیه دریای خزر (ACSNA) و سازمان خبرگزاری عضو اکو (ECONA) از آن جمله‌اند.

### ب) ارزیابی چهار جریان در خبرگزاری

مسائل و مشکلات خبرگزاری جمهوری اسلامی را باید در این واقعیت جستجو کرد که این خبرگزاری مانند سایر رسانه‌های بزرگ در جریان حیات خویش در یک چهارضلعی فعالیت می‌کند و ابعاد حرکتش از ابعاد این چهارضلعی تأثیر می‌پذیرد. اضلاع این چهارضلعی عبارتند از: صنعت، معرفت، سیاست و تجارت. خبرگزاری به ناگزیر در جریان فعالیت خویش باید از آخرین فن‌آوری‌ها - چه در زمینه سخت افزار و چه در زمینه نرم افزار - بهره‌گیرد. به علاوه تلاش برای تولید انبوه خبر به گونه‌ای که بتوان آن را به متقاضیان بیرون از خبرگزاری ارائه کرد، موجب تبدیل خبرگزاری به یک «صنعت» می‌گردد. همچنین ترکیب فن‌آوری و تولید برای فروش موجب می‌گردد که تمامی مقتضیات صنعت به عرصه خبرگزاری تعمیم یابد و موجب شود تا هم امکانات و هم

تنگناهای حیات صنعتی در این عرصه نیز خودنمایی کند. این وجه از فعالیت خبرگزاری به طور ناخواسته این سازمان را در مجموعه مشکلاتی درگیر می‌کند که به طور کلی صنعت ایران با آن درگیر و دست به گریبان است؛ مشکلاتی چون: انتقال فن آوری‌های نورسیده، حمایت از صنعت ملی در مقابل رقبای پر قدرت خارجی، مدیریت صنعتی، و مسائل و مشکلات ناشی از تلفیق انسان و ماشین.

البته خبرگزاری به عنوان یک صنعت از امکانی برخوردار است که نتیجه انحصاری بودن آن است. فقدان رقیب جدی و توانا باعث می‌شود تا خبرگزاری بتواند برخی از ناکارایی‌های مدیریتی خویش را پنهان کند و بحرانی شدن برخی از مشکلات را به تأخیر اندازد. یکی از مشکلات مطرح در صنعت تولید خبر در ایران، قاعداً «مدیریت دولتی» است. مسائل و ضعف‌های ناشی از وجود مدیریت دولتی و حساسیت‌ها و اولویت‌های آن و بهره‌وری به نسبت پایین واحدهای دولتی در این جا نیز قابل مشاهده است.

وجه دوم محدوده عملکرد خبرگزاری به «معرفت» باز می‌گردد. در این باره نیز برخی از مشکلات موجود در کل جامعه به ناگزیر به خبرگزاری نیز تحمیل می‌گردد. توقع مراکز قدرت و نفوذ از خبرگزاری این است که با ادبیاتی جهندار به تحلیل حوادث و ارائه خبرها پردازد. برآوردن این توقع گاه موجب می‌گردد که مفاهیم و اطلاعات انتقال یافته در جریان نقل اخبار مخدوش شوند و نوعی کژ اندیشی معرفتی ایجاد گردد. مفاهیم منجر به نوعی مقاومت ذهنی در مخاطب شده، انتقال سریع اطلاعات را با مشکل مواجه می‌سازند. مشکل دیگری که در خصوص معرفتی در کار خبرگزاری وجود دارد، تنوع «گفتمان‌های دینی» است. در حال حاضر در جامعه ما گفتمان‌های دینی متعددی وجود دارد که در نوعی رقابت با یکدیگر به سر می‌برند. هر یک از این گفتمان‌ها مفاهیم و طبقه‌بندی‌های خاص دارند و در هنگام گفتگو، از این مفاهیم و طبقه بندی‌ها بهره می‌گیرند که به طور خلاصه می‌توان آن‌ها را به صورت زیر فهرست کرد:

گفتمان بنیادگرا - فقاہتی، گفتمان فلسفی - سنتگرا، گفتمان عرفانی - تصوف گرا، گفتمان ایدئولوژیک - رادیکال، و گفتمان معرف شناختی - مردم‌سالار.

سردرگمی خبرگزاری در میان این گفتمان‌ها به خوبی در مجموعه محصولات این خبرگزاری آشکار است. البته لازم نیست خبرگزاری لزوماً به گزینش یکی از این گفتمان‌ها پردازد، بلکه آنچه لازم است درک تمایز و تفاوت میان این گفتمان‌ها و

به کارگیری سازگار مفاهیم هر گفتمان است.

در زمینه معرفتی مشکل دیگری نیز وجود دارد. این مشکل به استفاده از مفاهیم جامعه شناختی و جامعه شناختی سیاسی باز می‌گردد. به هر حال، تبیین و تحلیل وقایع کشور، بدون بهره‌گیری از چارچوب‌های نظری امکان‌پذیر نیست؛ اما اگر این چارچوب‌ها بدون دقت‌های لازم به کار گرفته شوند، نتایج حاصل قاعده‌تاً مورد قبول اهل علم نخواهد بود.

بخشی از مسائل مبتلا به خبرگزاری به وجه سوم عملکرد آن یعنی وجه سیاست باز می‌گردد. در حال گذار بودن اوضاع سیاسی کشور، کشمکش‌های حاد سیاسی، دوگانگی‌های موجود در درون ساختار قدرت، وجود جریان‌های فکری - سیاسی بدون شناسنامه، فعال بودن باندها به جای احزاب، وجود گروه‌های فشار پر قدرت و گاه خشونت‌گرا و... همگی مسائلی هستند که زمینه سیاسی فعالیت خبرگزاری را ناهموار می‌سازند. در میان جریان‌های سیاسی یک نوع تلقی وجود دارد که مطابق آن، خبرگزاری ابزاری مؤثر در عرصه مبارزه و رقابت سیاسی است. از این رو تلاش برای در اختیار گرفتن، حفظ تسلط بر خبرگزاری یا حتی خنثی و بی‌الر کردن آن جزء راهبردهای جریان‌های مختلف سیاسی است. از همین رو، برخورد شکاگانه با محصولات این سازمان و تلاش برای تهدید آن به برخورد سیاسی و قضایی با مسئولانش، شجاعت را به مقدار زیادی از مدیران آن ستانده، نوعی محافظه‌کاری را بر این سازمان تحمیل می‌کند. در واکنش به فشارهای سیاسی وارد، گاه مدیران این سازمان می‌کوشند تا حامیان پر قدرتی برای خویش بیابند که این تلاش خودآگاه یا ناخودآگاه حرکت و جهت‌گیری‌های سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

عملکرد خبرگزاری را از نظر تجاری نیز می‌توان مورد توجه قرار داد. به هر حال خبر چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی، بازار خاص خویش را دارد؛ یعنی در این جا نیز با تقاضا و عرضه مواجهیم و عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان می‌کوشند، در چانه زنی با یکدیگر در مورد قیمت و حجم به توافق رسند.

البته همان‌طور که قبلاً گفته شد خبرگزاری از نوعی موقعیت انحصاری در بازار ایران برخوردار است. این موقعیت انحصاری اگرچه امکان کسب درآمد را برای این سازمان افزایش می‌دهد، اما حرکت در شرایط غیررقابتی، کارایی و بهره‌وری را در این سازمان

کم می‌کند. نکته مهمی که در این باره وجود دارد این است که خبرگزاری به دلیل محدودیت‌هایی که از خارج سازمان به آن تحمیل می‌شود نمی‌تواند بخشی از تقاضاها را پوشش دهد و این امر، خبرگزاری را از تسلط بر بخشی از بازار خبر محروم می‌سازد. این از جمله مشکلاتی است که می‌تواند هر تاجر را دچار نگرانی سازد. نکته دیگر این است که تولید اخباری که بتواند به تصمیم‌گیرندگان اقتصادی - به‌ویژه در بخش غیردولتی - یاری رساند از جمله اهدافی است که باید در طراحی فعالیت‌های سازمان خبرگزاری مورد توجه قرار گیرد.

### ۳. بررسی مشکلات و تنگناها

مشکلات و تنگناهای سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی در چند بخش قابل تفکیک است که عبارتند از:

۱. مشکلات و تنگناهای ساختاری،
۲. مدیریت سنتی و غیرعلمی،
۳. ضعف منابع انسانی متخصص،
۴. ممنوعیت‌های قانونی و کمبود اعتبار برای افزایش نمایندگی خبری،
۵. کمبود اعتبار برای افزایش تحقیقات و پژوهش‌های خبری،
۶. کمبود اعتبار برای افزایش توان رقابت با بخش خصوصی، مراکز خبری و اطلاع‌رسانی،
۷. کمبود اعتبار برای افزایش آموزش‌های تخصصی کارکنان و مدیران.

#### الف) مشکلات و تنگناهای ساختاری

از جمله مشکلات ساختاری سازمان خبرگزاری، لرزان و غیرثابت بودن آن است. طبیعی است که هر سازمان اگر بخواهد وظایف خود را به درستی و بر اساس معیارهای علمی انجام دهد به ساختاری با ثبات و البته تا حدودی انعطاف‌پذیر نیاز دارد؛ ولی وقتی ساختار این سازمان پیش از آن که ثبات داشته باشد انعطاف‌پذیر باشد، طبیعتاً تأثیر این وضعیت در عملکرد تک تک افراد و عملکرد مدیران سازمان هم مستجلی می‌شود و عملکردها نیز از عدم ثبات و ناپایداری برخوردار خواهند بود و به علاوه روش‌ها و

رویه‌های معمول در آن سازمان نیز دستخوش عدم ثبات و ناپایداری بیش از حد می‌شوند. در این میان، عملکردهای متفاوت و چندگانه هم مزید بر علت می‌شود. البته نکته غیر قابل انکار، نقش تغییرات سیاسی و اجتماعی پیاپی در سطح کشور است که این امور، عدم ثبات و منقطع بودن را تا حدودی توجیه پذیر کرده است.

از میان مواردی که بر ساختار سازمان خبرگزاری تأثیر گزارند، عوامل بیرونی (فراسازمانی) را می‌توان بر شمرد. در طول چهار سال گذشته از نهادهای رسمی و غیررسمی مانند ریاست جمهوری، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و برخی نهادهای حکومتی، پیام‌ها و خواسته‌هایی مبنی بر گسترش بخش‌هایی از سازمان که در نتیجه، ساختار موجود سازمان را دگرگون می‌سازد، صادر شده است. ایجاد دانشکده خبر از جمله مواردی است که علی‌رغم تأسیس آن، هنوز ساز و کارهای اجرایی و تعامل منطقی‌اش با ساختار سازمان و مجموعه وظایف سازمان تعریف نشده و مشکلات فراوانی در این بین وجود دارد.

#### ب) مدیریت سنتی و غیر علمی

سازمان خبرگزاری علی‌رغم قدمت حدود ۷۰ ساله‌اش هنوز از نظر نظام مدیریت، کاستی‌های فراوان دارد. یکی از مشکلات قابل تعمق، ترجیحات و اولویت‌های سیاسی - نه حرفه‌ای - در عزل و نصب مدیرعامل و بعضی دیگر از مدیران عالی سازمان است. این ترجیحات سبب شده که انتخاب مدیران، بیش از آن که حسب صلاحیت‌های علمی و تخصصی آن‌ها صورت گیرد، مبتنی بر گرایش‌های سیاسی و فرهنگی خاص باشد. به نظر می‌رسد مدیریت کنونی سازمان براساس خاستگاه‌های نهادی رشد یافته در آن، تجارب ساز و کارهای مدیریت غیر بوروکراتیک را بر مجموعه ساختار و عملکرد یک سازمان ارتباطی و اطلاع‌رسانی «که ماهیت بوروکراتیک دارد» تحمیل کرده است. از جمله اصول یک مدیریت علمی غیر سنتی، مشارکت‌پذیری و شفاف سازی مجموعه عملکردها، رفتارها و برنامه‌های سازمان متبوع است، اصولی که معمولاً در محیط بحرانی فاقد مفهومند.

طبیعی است مدیری که وجه غالب سوابق مدیریتی او، مدیریت بحران بوده نمی‌تواند توافق چندانی با محیط کاملاً عقلانی و تخصصی داشته باشد.



### ج) ضعف منابع انسانی متخصص

بر اساس آمارها و بررسی‌های موجود، سازمان خبرگزاری از نظر منابع انسانی متخصص وضعیت نامطلوبی دارد. علی‌رغم آن که نزدیک به ۵/۶ درصد کارکنان سازمان در حال حاضر در سطح تحصیلی کارشناسی ارشد هستند، اما این رقم با توجه به ماهیت سازمان و مجموعه وظایف و مأموریت‌هایش، بسیار پایین است. گذشته از این، بررسی‌ها نشان می‌دهند که درصد بسیار کمی از کسانی که تحصیلات کارشناسی دارند در رده تخصصی واقعی خود مشغول به کارند.

به عبارت دیگر، سطح و نوع تحصیلات نیروهای تخصصی سازمان با نوع کار آن‌ها منطبق نیست. به علاوه، وجود نوعی نظام سنتی و غیر سیستمی و غیر شفاف سبب شده که جذب و دفع نیروها بر مبنای سلیق و روابط مدیران سازمان شکل بگیرد و در نتیجه این فرایند غیر علمی، حجم نیروهای انسانی غیرکارآمد افزایش یافته و با پرشدن فرصت‌های شغلی، نیروهای کارآمد و شایسته امکان ورود به سازمان را از دست داده‌اند که یکی از آسیب‌های جدی این رویه معمول، پایین آمدن کارشناسی فعالیت‌های سازمان و پایین بودن سطح انگیزه پرسنل و در نتیجه، نزول خلاقیت‌ها، ابتکارات و کارآفرینی در سازمان است.

د) ممنوعیت‌های قانونی و کمبود اعتبار برای افزایش نمایندگی‌های خبری سازمان خبرگزاری علی‌رغم مشکلات و تنگناهای ساختاری، مدیریتی و نیروی انسانی، کماکان تمایل خود را برای افزایش تعداد نمایندگی‌های خبری در سطح کشوری، منطقه‌ای و بین‌المللی نشان داده است. وجود بیش از ۳۰ نمایندگی در خارج از کشور و ۶۰ دفتر نمایندگی در سراسر کشور نشانگر ظرفیت بالقوه این سازمان برای تولید این نمایندگی‌ها است.

با رجوع به برنامه‌های مصوب می‌توان تمایل سازمان را برای افزایش نمایندگی‌ها مشاهده کرد. با این حال به نظر می‌رسد آنچه سبب شده که برنامه‌های سازمان در این زمینه محقق نشود، تنگناهای مالی و ممنوعیت‌های قانونی باشد. با توجه به خط‌مشی‌ها و سیاست‌های کلی فرهنگی و سیاسی نظام جمهوری اسلامی ایران، مبنی بر توسعه نفوذ و افزایش قابلیت‌های فرهنگی ایران در خارج از کشور و نیز مقابله با اقدامات

خبری و فرهنگی بیگانگان، نمی‌توان توجیهی منطقی برای ایجاد محدودیت در زمینه گسترش نمایندگی‌های خبری یافت؛ مگر آن‌که بپذیریم سازمان خبرگزاری از چنان‌توان و ظرفیت ساختاری و عملکردی برخوردار نیست که بتواند بر این تنگناها و ممنوعیت‌ها -از طریق ساز و کارهای قانونی و عرفی- فائق آید.

### ه) کمبود اعتبار برای افزایش تحقیقات و پژوهش‌های خبری

سازمان خبرگزاری با وجود گسترش فعالیت‌های خبری‌اش در سطح ملی و فراملی، نه در سیاست‌ها و خط‌مشی‌های اساسی و نه در هدف‌های کمی و برنامه‌های جاری، توجه شایسته و ضروری چندانی به امر پژوهش نداشته و انجام بررسی‌های پراکنده و موردی پژوهشی نمی‌تواند نشان‌دهنده توجه عمیق و سازمان‌یافته در این خصوص باشد. البته مهم‌ترین عاملی که به نظر می‌رسد سازمان را مجبور ساخته در این خصوص فعالیت در خور توجیهی نداشته باشد، کمبود اعتبار است، هر چند همین مسأله را نیز باید حاکی از ضعف مدیریت و دیدگاه سنتی مدیران سازمان قلمداد کرد. اگر تمایل آشکار و توانمندی برای انجام پژوهش‌های بنیادی و کاربردی در زمینه‌های اطلاع‌رسانی، ارتباطات و خبررسانی وجود داشت مسلماً راهکارهای جذب امکانات و اعتبارات نیز پیش‌بینی و پیگیری می‌شد. به هر حال می‌توان چنین ارزیابی کرد که سازمان فاقد نظام توانمند پژوهشی است و در این باره، توجه کمبود اعتبار برای انجام نیافتن پژوهش کافی نیست، گرچه یک واقعیت محسوب می‌شود.

و) کمبود اعتبار برای افزایش توان رقابت با بخش خصوصی، مراکز خبری و

### اطلاع‌رسانی

گرچه سازمان خبرگزاری به عنوان بزرگ‌ترین مرکز تولید خبر در کشور از امکانات و ظرفیت‌های فراوان برخوردار است و از این نظر با مراکز خبری و اطلاع‌رسانی مشابه قابل مقایسه نیست، اما به هر حال از نظر حرفه‌ای باید به سازوکارهایی بیندیشد تا بتواند با گروه‌های رقیب، به رقابت بپردازد و هر سال که می‌گذرد فاصله خود را با آن‌ها افزایش دهد. هرچند سازمان در این خصوص، انگیزه‌های حرفه‌ای خود را فراموش نکرده و نگاه به آینده و گسترش و توسعه فعالیت‌ها و مراکز خبری خود را مدنظر قرار داده، اما

مهم‌ترین دلیل برای کاهش موفقیت سازمان در این باره را می‌توان کمبود اعتبار معرفی کرد؛ زیرا علی‌رغم همه موفقیت‌ها و به‌دست آوردن امکانات بسیار، هنوز حد مطلوب کیفیت خبری به دست نیامده و بارها مشاهده شده که بعضی از گروه‌های رقیب، با استفاده از خلأ موجود و به‌کارگیری خلاقیت خود از سازمان پیش افتاده‌اند. البته بحث مذکور در خصوص مراکز خبری و اطلاع‌رسانی داخلی است و اگر بخواهیم سازمان را با مراکز خبری خارجی مقایسه کنیم، دامنه تفاوت‌ها - اعم از کمّی و کیفی - وسیع‌تر است و با وجود تعاملات خبری و حضور فعال سازمان در همکاری‌های بین‌المللی خبری، سازمان خبرگزاری هنوز گام‌های بسیار فرا روی خود دارد، چه آن‌که دو عامل اساسی مدیریت و اعتبارات، بر این وضعیت تأثیر گذارند؛ دو عاملی که از چالش‌های اصلی سازمان طی سال‌های اخیر - به‌ویژه ۴ سال گذشته - بوده‌اند.

#### ۳) کمبود اعتبار برای افزایش آموزش‌های تخصصی کارکنان و مدیران

در مورد آموزش، وضعیت سازمان چندان نامطلوب نیست. تأسیس دانشکده خبر در سال ۱۳۷۶ و گسترش فعالیت‌های آموزشی آن تا سطح آموزش‌های ضمن خدمت و آموزش‌های آزاد خبری، و توسعه آموزش‌های بلند مدت تا سطح کارشناسی ارشد - در افق آینده - نشان دهنده توجه ویژه‌ای است که مدیریت کنونی سازمان به امر آموزش داشته است. با این حال به دلایل مختلفی - از جمله مهم‌ترین دلیل آن: کمبود اعتبارات آموزشی - سازمان در حد مطلوب در این حوزه ظاهر نشده است. با توجه به آن‌که عملکرد دانشکده خبر جداگانه ارزیابی شده و ضمیمه این پژوهش است، به ذکر جزئیات بیش‌تر نمی‌پردازیم و فقط متذکر می‌شویم که نظام آموزشی ما در سطح عالی، این ظرفیت و توان بالقوه را دارد که در زمینه خبر و اطلاع‌رسانی دانشکده‌ای تأسیس کند، اما چه بهتر آن‌که با افزایش اعتبارات و ایجاد ساز و کارهای منطقی و علمی قابل توجه، هم از نظر کمیت و هم از نظر کیفیت سطح آموزش آن ارتقا یابد.

#### ۴. ارزیابی محیط خارجی: فرصت‌ها و تهدیدها

محیط خارجی در چهار سال اخیر در دو بُعد در عملکرد سازمان مؤثر بوده است. یک بُعد مربوط می‌شود به بخشی که تجهیزات فنی و فناوریانه سازمان را به عهده دارد؛ یعنی

مطالبات و خواسته‌های فنی (ماهواره، پیشرفت‌های ارتباطی و اطلاعاتی، سرعت اطلاعات، و تهیه و توزیع سریع اطلاعات) و بُعد دوم به کیفیت انجام کار یا سیاستگذاری خبری مربوط است. این عوامل روی تهیه و تولید خبر در سازمان تأثیر می‌گذارند. در بُعد اول، خبرگزاری به موفقیت‌هایی دست یافته است. برای مثال در خصوص ارسال اخبار بر روی شبکه اینترنت، سازمان به طور ابتکاری عمل کرده و حتی برای نخستین بار اخبار صدا و سیما را روی شبکه برده، و برنامه‌های ویژه‌ای را به مناسبت‌های مختلف ملی و مذهبی طراحی و در شبکه ارائه داده است که مخاطبان بسیاری را جذب کرده است. تعداد زیادی از مخاطبان مرتب در ارتباط هستند و سازمان هم تشویق شده که به مناسبت‌های مختلف برنامه‌هایی را برای مخاطبان خود - بویژه برای ایرانیان خارج از کشور - ارسال کند. البته در بخش‌هایی هم سازمان به موفقیت دست پیدا نکرده است که از آن جمله می‌توان نیاز به خبرگزاری‌های دیگر را با وجود امکانات و اعتبارات نسبتاً مناسب فعلی از جمله این عدم موفقیت‌ها دانست. در همین باره می‌توان به فعالیت رو به فزونی خبرگزاری دانشجویان (ایسنا) در بُعد اخبار و گفتگوهای سیاسی که به نظر می‌رسد از سازمان خبرگزاری پیش افتاده است، اشاره کرد. برخی از کارشناسان پدیده اخیر را مثبت ارزیابی کرده و معتقدند در یک جامعه در حال توسعه، سازمان‌های غیر دولتی زمینه‌های مساعدی برای فعالیت می‌یابند و حتی از سازمان‌های دولتی و رسمی پیشی می‌گیرند. از آن‌جا که سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی دولتی است، این امر استلزاماتی در بردارد و الزاماً وجود سایر خبرگزاری‌ها نشانگر ناکارآمدی این سازمان نیست و می‌توان چنین رقابت‌هایی را در سطح حرفه‌ای، مثبت و طبیعی ارزیابی کرد. اما نکته مهم‌تر این است که سهم خبرگزاری در بازگویی درست اخبار و ایجاد اعتماد عمومی چقدر است؟ این سهم را می‌توان از طریق مقایسه رشد شاخص‌ها در طول سال‌های اخیر به دست آورد.

نکته دیگری که لازم است در این قسمت بر آن تأکید شود، نقش و تأثیر نفوذ و دخالت عوامل و گروه‌های رسمی قدرت در عملکرد سازمان است. بسیاری از مواقع این گروه‌های فشار وارد عرصه اجتماع شده، اعلام نظر می‌کنند و حتی در مقابل سازمان خبرگزاری تظاهرات پر سر و صدا انجام داده، مدیرعامل سازمان را تهدید به مرگ می‌کنند. گرچه این مسأله برای مدیریت سازمان یک چالش زودگذر و غیر قابل اعتنا تلقی

می‌شود، اما این مسأله و این تهدید برای کارکنان سازمان بسیار جدی است و خطر محسوب می‌شود و آنان هر آن احساس می‌کنند که این گروه‌های فشار تهدیدشان را عملی خواهند کرد. اما در چهار سال اخیر، غالب تهدیدهای سازمان توسط تور قانون بوده و در واقع این تور قانون جانشین آن مسأله‌های اجتماعی شده است. به هر حال خبرگزاری به دلیل آن که تولید آگاهی می‌کند و این تولید آگاهی برای افرادی که این مسائل را بر نمی‌تابند، مشکل می‌آفریند، دائم تحت فشار و تهدید است. البته سازمان خبرگزاری به دلیل آشنایی با ساز و کار این فشارها و تهدیدها، سعی کرده غافلگیر نشود و به نومی بحران‌های به وجود آمده را مدیریت کند.

### ۵. فرایند فعالیت‌های خبری سازمان

خبرگزاری جمهوری اسلامی به طور شبانه روزی صدها خبر، گزارش، تحلیل و دیگر مطالب متنوع از انواع نظر سنجی‌ها و موضوعات تحقیقی را به زبان‌های فارسی، عربی، انگلیسی تولید و از طریق شبکه‌های ارتباطی رایانه‌ای و ماهواره‌ای در اختیار مشترکان پرشمار داخلی و خارجی خود قرار می‌دهد.

هناوین خطوط خبری ایرنا عبارتند از:

- اخبار مطبوعاتی،

- اخبار اقتصادی،

- اخبار بین‌الملل فارسی،

- اخبار انگلیسی،

- اخبار عربی،

- اخبار ورزشی،

- ایرنا تصویری.

این سازمان روزانه حدود ۱۳۰ هزار کلمه خبر به زبان فارسی، ۴۰ هزار کلمه خبر به زبان انگلیسی، ۴۵ هزار کلمه خبر به زبان عربی و ۱۲۰ هزار کلمه برای خط فارسی بین‌الملل تولید و از طریق شبکه داخلی موسوم به «پیام نگار» در اختیار کاربران داخلی و از طریق شبکه جهانی اینترنت، تجهیزات ماهواره‌ای VSAT و ارتباط مودمی در دسترس متقاضیان خارجی قرار می‌گیرد.

خبرگزاری جمهوری اسلامی با بیش از ۵۰ خبرگزاری بین‌المللی در سراسر جهان، موافقتنامه همکاری فنی حرفه‌ای دارد و یکی از اعضای فعال ائتلاف خبری منطقه‌ای و بین‌المللی از جمله خبرگزاری‌های آسیا و اقیانوسیه، ائتلاف خبرگزاری‌های عضو جنبش عدم تمهد، ائتلاف خبرگزاری‌های حوزه دریای خزر، سازمان خبرگزاری‌های عضو اکو و سازمان خبرگزاری‌های عضو اوپک محسوب می‌شود. علاوه بر خطوط خبری داخلی، ایرنا براساس قراردادهایی که با خبرگزاری‌های معتبر جهانی دارد، اقدام به توزیع انحصاری اخبار این خبرگزاری‌ها در داخل کشور می‌کند. شکل ساده شده جریان یک برون داد (خبر، تحلیل و...) در سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی از ابتدا تا هنگام نشر، دارای دو وجه اساسی کمی و کیفی است. به لحاظ کیفی، این جریان از جمع‌آوری اطلاعات خام شروع می‌شود و پس از پردازش و اضافه شدن عناصر لازم برای بالارفتن سطح و زرفای آن به مرحله انتشار می‌رسد. از لحاظ کمی، این عمل فرآوری برون داد، توسط دفاتر خبرگزاری در داخل و خارج و گروه‌های خبری مستقر در مرکز شکل می‌گیرد. موضوع خبر ممکن است توسط خود دفاتر گروه‌های خبری، خبرنگاران و رابطان خبر سازمان یا توسط نهادها، ارگان‌ها، احزاب، گروه‌های سیاسی، صنوف و نهادهای مدنی و صنفی، ادارات، سازمان‌ها و وزارتخانه‌ها و حتی اقشار مختلف مردم به اطلاع بخش‌های مختلف خبرگزاری برسد. اما این تصویر ساده شده از کار سازمان خبرگزاری در عالم واقع فرایندی بسیار پیچیده است و با ملاحظات بسیاری همراه است؛ زیرا هر خبر، گزارش، تحلیل و تحقیق، آثار و عواقب مثبت و منفی دارد.

ممکن است اطلاعاتی یک گروه، سخنرانی یک مقام مسئول یا اظهارات یک شخصیت سیاسی یا غیر آن، بحث و تبعات فراوانی به دنبال داشته باشد. به لحاظ شکل و محتوا، هر خبر تولیدی با خبر دیگر کاملاً متفاوت است. حتی گاه به یک موضوع واحد هم می‌توان از زوایای مختلف نگریست. زوایایی که می‌توانند مغایر یکدیگر باشند؛ زیرا عناصری که موضوع را بیان می‌کنند همچون ادبیات خبر و نوع تنظیم اطلاعات می‌تواند از زاویه مثبت، منفی یا مستقل طرح شود و بر مخاطب اثر متفاوت بگذارد.

## ۶. تعهدات حرفه‌ای سازمان

اولین و مشخص‌ترین تعهد سازمان که در واقع به عنوان یک شاخص همواره در خط

مشی و اصول سازمان مورد توجه قرار می‌گیرد، تعهد سازمان نسبت به اصل نظام است. دومین تعهد سازمان، تعهد به خط‌مشی نظام و دولت جمهوری اسلامی ایران است. خبرگزاری براساس این دو شاخص اصلی به پدیده‌های خبری و روند آن حساسیت نشان داده، با دیدگاه اصلاحی به موضوع می‌پردازد و نسبت به بازتاب‌ها کارکردهای داخلی در خارج از کشور هشدارهای لازم را ارائه می‌دهد و می‌کوشد به صورت فعال و تا آن‌جا که ممکن است یک خبر خاص را به هدف‌های عالی نظام جمهوری اسلامی نزدیک گرداند.

در همین خصوص لازم به ذکر است که یکی از مأموریت‌های سازمان، ارائه خدمات خبری به مسئولان و دستگاه‌های مختلف است که در درون نظام انجام وظیفه می‌کنند. سازمان براساس احساس نیاز و زمینه‌های مورد تقاضای مسئولان و دستگاه‌ها تلاش می‌کند نیاز آنان را برطرف سازد.

بنابراین، خدمات خبری سازمان به سه صورت اختصاصی (برای عالی‌ترین مراجع تصمیم‌گیری)، ویژه (برای مسئولان و دستگاه‌های مختلف نظام) و خروجی مطبوعاتی است.

## ۷. ارزیابی کیفی عملکرد خبری سازمان

۱. خبرگزاری نقش اساسی در فرایند خبرسازی در طول سال‌های بعد از انقلاب داشته است. اغلب کسانی که بعد از انقلاب وارد عرصه مطبوعات و رسانه‌ها شدند، کار روزنامه‌نگاری را تازه شروع کرده بودند و جسارت کم‌تری در برخورد با رویدادها نسبت به خبرنگاران حرفه‌ای گذشته و خارج شده از مطبوعات داشتند؛ اما خبرگزاری در این زمینه نقش اساسی یافت و لذا از لحاظ کیفیت کار خبری توانست با توجه به تجارب گذشته خود به موفقیت‌هایی دست یابد.

نقش خبرگزاری به عنوان یک رسانه ملی در مورد تهیه خبر و خبررسانی، علی‌رغم مشکلات و نارسایی‌ها و محدودیت‌های چندی که قابل تصور است، درخور توجه ارزیابی می‌شود.

۲. در سال‌های ۱۳۷۹ - ۱۳۷۶ که جامعه وارد عرصه تحولات و تغییرات گسترده شد، خبرگزاری نیز به گسترش و افزایش سطح خدمات خبری خود افزود، به طوری که

کارشناسان خبری معتقدند در این دوره پایه بسیاری از گزارش‌های رسانه‌ای که در داخل کشور منتشر می‌شده مطالب و تولیدات خبرگزاری بوده است. هرچند رسانه‌های رقیب مانند واحد مرکزی خبر و خبرگزاری دانشجویان نیز به گسترش خدمات خود پرداختند، اما همچنان مطبوعات و رسانه‌های اطلاع‌رسانی و تصویری بی‌نیاز از اخبار و گزارش‌های خبرگزاری نبودند.

۳. از لحاظ کیفی به‌رغم این‌که سازمان خبرگزاری به پیشرفت‌هایی دست یافته است، این موفقیت‌ها دلیل کامل بودن کیفیت خدمات خبری سازمان نیست. به نظر می‌رسد توانمندی و ظرفیت حرفه‌ای سازمان همین مقدار بوده که عرضه شده است. نکته حائز اهمیت در این باره این است که یک مسأله بسیار مهم در خبرگزاری به درستی پی‌گیری نشده و از آن غفلت شده که موضوع «آموزش خبرنگاران» است. با وجود تأسیس دانشکده خبر که اخیراً تأسیس شده - و هنوز فارغ‌التحصیلی در مقطع بلند مدت نداشته - و آموزش‌های کوتاه‌مدت هم چندان گسترده نبوده و بازتابی نیز در کار خبرگزاری مشاهده نشده است؛ از این لحاظ هنوز مشکلاتی وجود دارد.

به طورمثال یک خبرنگار اقتصادی قاعدتاً باید بتواند بعد از چندسال کار مداوم و تجربه‌اندوزی به مرحله‌ای برسد که در این حوزه حرفی برای گفتن داشته و صاحب‌نظر باشد، اما این رشد و ارتقای سطح را متأسفانه خبرگزاری و خبرنگاران آن نداشته‌اند و برعکس حتی در مواردی رکود دیده می‌شود. به ویژه در سال‌های اخیر از لحاظ خبرهای کیفی، سطح خبرگزاری بسیار محدودتر شده است. البته ایجاد چنین وضعیتی دلایلی دارد که می‌توان مهم‌ترین آن‌ها را چنین برشمرد:

- جایگاه اجتماعی خبرنگاران: بسیاری از کسانی که می‌توانستند در خبرگزاری نقش مؤثری ایفا کنند به دلایل اقتصادی و مالی (عدم تأمین هزینه‌های زندگی) مجبور شدند خبرگزاری را ترک کنند.

- ناپاوری خبرنگاران نسبت به مدیریت: برخی از خبرنگاران خبرگزاری نتوانستند باور و اعتماد کاملی به مدیریت جدید سازمان از لحاظ حرفه‌ای پیدا کنند و لذا ترجیح دادند محیط کار را ترک و همکاران دیگری را در مطبوعات و رسانه‌های دیگر پیدا کنند.

- ناپاوری مدیریت نسبت به خبرنگاران: دسته‌ای دیگر از خبرنگاران اساساً به دلیل عدم اعتماد مدیریت و گرایش مدیریت به کسانی دیگری که از بیرون به سازمان وارد شده



بودند، نتوانستند پر و بالی بگیرند و جسارت و شهامتی را که از لوازم حرفه‌ای کار خبرنگاری است از خود نشان دهند. گروهی از این خبرنگاران نیز سازمان را ترک کردند یا کنار گذاشته شدند.

- توجه بیش از حد به مسائل حاشیه‌ای: پدیده دیگری که صدمات فراوانی به کیفیت کار خبری سازمان زده، توجه بیش از حد به رویدادهای نه چندان مهم - از نظر سطح کار خبری - است. با نگاهی به گروه‌های خبری خبرگزاری این نکته قابل درک است که در عرصه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی و اقتصادی که طبعاً موضوعات خبری قابل توجهی وجود دارد، صرفاً در مسائل خبر حادثه‌ای و ورزشی «رشد» مشاهده می‌شود و سایر عرصه‌ها به لحاظ تولید خبر، چندان رشد نیافته‌اند.

- حرفه‌ای نبودن مدیریت سازمان: حرفه‌ای نبودن و دید رسانه‌ای نداشتن مدیر سازمان ممکن است دلیل اصلی مشکلات موجود سازمان به لحاظ کیفیت خبری باشد. چنانچه به یک سازمان صرفاً نگاه امنیتی و دولتی داشته باشیم - نگاهی که فقط مبلغ و گزارشگر فعالیت‌های مثبت و پیشرفت‌های دولت باشد - کیفیت محصول خبری پایین می‌آید و همین امر، منشأ دیگر مشکلات سازمان می‌شود.

۴. سازمان خبرگزاری تا حد زیادی در عرصه مسائل مربوط به پیگیری اهداف و ایده‌های دوم خرداد و اصلاحات در چهار سال گذشته خوب عمل کرده و اشکال قابل توجهی در این خصوص نداشته است. خبرنگاران هم مثل بقیه مردم در این مورد دغدغه داشتند و طبعاً براساس همین دغدغه‌ها، خدمات شایان توجهی ارائه کردند؛ اما به هر حال، خدمات عرضه شده مطابق با انتظارات نبوده و می‌توانست بهتر از وضع موجود باشد.

۵. یکی از فعالیت‌های قابل توجه سازمان در طول سال‌های اخیر، فعالیت «روزنامه ایران» است که توانست تا حد زیادی تقابص کار خبرگزاری را جبران کند. به هر حال به دلیل وابسته بودن خبرگزاری به دولت، محدودیت‌هایی وجود داشته است، اما روزنامه ایران کم‌تر با این محدودیت‌ها مواجه بود و توانست بازتر عمل بکند. البته برخی از خبرهای منتشر شده توسط روزنامه ایران، تولید خبرگزاری بود که خبرگزاری به دلیل محدودیت‌ها و الزامات حکومتی نمی‌توانست رأساً به انتشار آن‌ها بپردازد.

۶. سازمان خبرگزاری می‌توانست با بالابردن سطح کیفی نیروها و جابه‌جایی آن‌ها از

امکانات بهتری بهره بگیرد. برای مثال، مدیریت سازمان می‌توانست نیروهای خوب و کارشناسان زنده خبری سازمان را دوباره به سازمان برگردانده، جذب کند و به گسترش سطح فعالیت‌های خود از لحاظ کمی و کیفی بپردازد.

۷. مدیریت سازمان در طول دوره اخیر (۷۹-۱۳۷۹) تابعی از کار خبری خبرنگاران خود بود و می‌توان از این لحاظ موفقیت‌های خبرگزاری را بیش‌تر مرهون عملکرد بدنه سازمان و خبرنگاران آن دانست و نه الزاماً سیاست‌ها و برنامه‌های مدیریت سازمان.

۸. نکته دیگری که در مورد کیفیت کار خبری در سطح سازمان مطرح است، نوع رویکرد به پدیده‌های سیاسی و اجتماعی است. برخی از صاحب‌نظران معتقدند رویکرد خبرگزاری به همین شیوه غیر رادیکال، مطلوب‌تر از شیوه‌های رادیکال است که احياناً برخی از مطبوعات وابسته به دوم خرداد در پیش گرفته‌اند. علی‌رغم انتقادات موجود، خبرگزاری به عنوان یک رسانه ملی و دولتی وظیفه‌اش را انجام داده و لازم نبوده که نقش بیش‌تری ایفا کند. با توجه به نقش و اهمیت و جایگاه خبرگزاری، اگر این سازمان وارد عرصه‌های دیگری می‌شد و رویکرد متفاوت‌تری پیدا می‌کرد مطمئناً با واکنش‌های تند در سطح کل نظام روبه‌رو می‌گردید و معلوم نبود بتواند کارش را در سطح فعلی هم ادامه بدهد.

با این حال، خبرگزاری از عرصه چالش‌های سیاسی و مطبوعاتی پا پس نگذاشت و هر زمان که با تعرض آشکار و تند مواجه شد، اقدام به پاسخگویی کرد. شاید بتوان علت استحکام اقدام سازمان را در اتخاذ همان مواضع میانه‌ای دانست که به عنوان یک پشتوانه اجتماعی و چتر امنیتی و حمایتی، تعرض و خطرهای بیش‌تر را دفع می‌کرد.

۹. از موارد قابل توجه درباره کیفیت خبرهای سازمان خبرگزاری، اتکا و ابتدای خبرگزاری به تولید خبرهای خام و بدون پردازش است. گرچه خبرگزاری مدعی پردازش حرفه‌ای خبرهای خود است اما خبرهای منتشر شده توسط سازمان، جایی برای دفاع از این ادعا باز نمی‌گذارد. پردازش مورد نظر غیر از تحلیل است. طبیعی است که از خبرگزاری نباید با توجه به حجم اخبار روزانه و سرعت خبر و محدودیت‌های دیگر انتظار تحلیل داشت. گرچه حتی در صورت فراهم شدن تمام زمینه‌ها، اصولاً نیازی به تحلیل نیست و این امر گاه نقض فرض هم تلقی می‌شود. لکن همراه کردن خبرها با سوابق قابل اتکای خبرها و اشاره به آمارهای موجود حداقل انتظار است که

از یک رسانه ملی و مادر وجود دارد. این توقع از سازمانی که ادعای رایانه‌ای کردن تمام اطلاعات و خدمات خود را مطرح می‌کند، چندان زیاد نیست و قابل حصول است.

۱۰. درباره رابطه خبرگزاری و مردم این مطلب وجود دارد که یکی از وظایف خبرگزاری، بازگویی و بازنمایی افکار، نظرها و خواسته‌های مردم به مسئولان است؛ اما از این نظر هم می‌توان فعالیت خبرگزاری را ناموفق ارزیابی کرد؛ زیرا به ویژه در سال‌های اخیر، خبرگزاری نتوانست مطالبات، انتظارات و پرسش‌های مردم را در سطح وسیع و قابل توجه مطرح کند. اساساً خبرنگاران سازمان کم‌تر به میان مردم رفته و نظر آن‌ها را پرسیده‌اند.

همچنین در زمینه «نظرسنجی» که یک فعالیت علمی و پژوهشی است و در حیطه کار خبرگزاری نیز قرار دارد، چندان توفیقی حاصل نشده است. اغلب مشاهده شده که خبرنگاران و پرسشگران سازمان پس از پرسش‌های فاقد روش و شیوه خاص و بدون توجه به ارزش‌های علمی، از چند تن از رهگذران در اطراف سازمان و میادین شهر، گزارشی را منتشر می‌کنند و به آن‌ها عنوان نظرسنجی می‌دهند که بدیهی است با تعجب کارشناسان افکارسنجی و پژوهشگران اجتماعی مواجه می‌شوند.

به‌رحال یکی از نقاط ضعف سازمان در بازگویی نظرهای واقعی مردم را می‌توان به عدم بهره‌مندی از نظام نظرسنجی علمی مربوط دانست.

۱۱. از بُعد فعالیت‌های بین‌المللی خبر، کار خبرگزاری در طی دوره مورد بررسی درخور نقد و بررسی است. قرار بود که با ارتقای سطح فعالیت‌های بین‌المللی، اخبار و رویدادهای مهم واقع شده در سطح جهان به نحو مطلوب در ایران منتشر شود و همچنین خبرهای مهم داخلی، در سطح بین‌المللی، مخابره گردد؛ لکن متأسفانه این مهم به درستی صورت نپذیرفته که در زیر به برخی از دلایل آن اشاره می‌شود:

الف) خبرنگاران مقیم در کشورهای که دفاتر خبرگزاری فعال هستند به ترجمه و ارسال خبرهای تولید شده توسط منابع خبری محلی یا بین‌المللی اکتفا می‌کنند.

ب) خبرنگاران و مسئولان دفتر سازمان در خارج از کشور به لحاظ دانش خبری و ویژگی حرفه‌ای در سطح پایینی قرار دارند و گاه مشاهده شده که از لحاظ خبری بسیاری از اخبار ارسالی توسط دفاتر خارج از کشور بسیار ضعیف‌تر از دفاتر خبرگزاری در برخی از استان‌های کشور بوده است و بدیهی است با توجه به اصل «هزینه - فایده» این

وضعیت قابل توجیه نیست.

ج) بسیاری از دفاتر خارج از کشور سازمان، گویی در جزیره‌ای خارج از محیط فرهنگی و سیاسی خاستگاه خود زندگی می‌کنند. این دفاتر هماهنگی مطلوبی با خواسته‌ها و انتظارات دولت جدید بر خاسته از حماسه دوم خرداد ندارند و همچنان در فضای سیاسی قبل از دوم خرداد به سر می‌برند.

د) گستردگی و تعدد دفاتر خبرگزاری در خارج از کشور از مشکلات خبری سازمان در عرصه بین‌المللی است. علی‌رغم سیاست‌ها و برنامه‌های سازمان، مبنی بر گسترش ارتباطات بین‌المللی و رشد کمی دفاتر خارج از کشور، به نظر می‌رسد از نظر کیفی کار مؤثری صورت پذیرفته است.

ها) با توجه به حجم نسبتاً وسیع دفاتر خبری سازمان در خارج از کشور و نیز توسعه تکنولوژی ارتباطات در این سازمان، همچنان پدیده بی‌اعتمادی رسانه‌های بین‌المللی و عدم بهره‌برداری از خبرهای سازمان به چشم می‌خورد که یکی از علت‌های آن احتمالاً پایین بودن ارزش حرفه‌ای خبرهای سازمان است.

۱۲. در خصوص تجهیزات و تکنولوژی‌های خبری، عملکرد سازمان مثبت است و رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است. البته نسبت به گسترش این گونه تجهیزات در دنیای خبر، این پیشرفت‌ها چندان قابل توجه نیستند، اما با توجه به محدودیت‌ها و مشکلات موجود، نسبتاً مطلوب ارزیابی می‌شوند.

۱۳. راه رفع مشکلات سازمان خبرگزاری به لحاظ خبری، لزوماً تغییر مدیریت این سازمان نیست. تجربه سال‌های اخیر نشان داده که برخورداری نهادهای ملی از پشتیبانی تمام یا اغلب عناصر حکومت، آن‌ها را از گزندها و آسیب‌های غیر طبیعی و مبتنی بر گرایش‌های سیاسی مصون می‌سازد؛ هرچند که کیفیت کار آن‌ها تماماً پذیرفته شده نباشد. اما بقای مدیریت فعلی سازمان نباید به قیمت عدم بهره‌گیری او از خدمات مشاوران متخصص و کارشناسان و خبرنگاران برجسته خبری کشور - که بنا به دلایلی جایگاه خود را به خارج از سازمان انتقال داده یا این‌که اصولاً در خارج از سازمان فعالیت می‌کرده‌اند، تمام شود.

۱۴. با وجود ارزیابی فوق که صرفاً یک نظر کارشناسی است، می‌توان توجه سازمان را به این نکته جلب کرد که تغییر و تحول بدنه کارشناسی سازمان در سطح سردبیران و

مدیران خبر، اجتناب ناپذیر است. اغلب مشکلاتی که در این ارزیابی ذکر گردیده، ناشی از عملکرد مدیران میانی و کارشناسان ارشد سازمان است که این وضعیت در سطح دفاتر خارج از کشور و مدیریت‌های خبری وخیم‌تر است.

۱۵. یکی از چالش‌های پیش روی مدیر عامل سازمان مورد اخیر (۱۴) است. این مدیریت در ابتدا یک گروه کاری را وارد سازمان کرده است؛ اما بعد از دوم خرداد، الزامات جدیدی مطرح شده که ممکن است فرایند این الزامات، تغییر این گروه باشد و این معضلی است که مدیر سازمان با آن طبعاً درگیر است. یا باید گروه خودش را تنزل بدهد که در کل سازمان نیز مشکل ایجاد می‌شود یا این‌که با همان گروه به کار ادامه بدهد، در حالی که این تیم توان تخصصی محدودی دارد و بدین ترتیب، مشکلات همچنان پابرجا خواهد ماند.

۱۶. با توجه به این‌که دوراهی فوق‌الذکر (ابقای مدیران میانی یا تغییر آن‌ها و بافت سازمان) مشکل عمیق و گسترده‌ای ایجاد می‌کند، راه حل میانه‌ای پیشنهاد می‌شود؛ بدین توضیح که سازمان باید با ابتکاراتی، نوعی از فعالیت‌های پروژه‌ای را وارد سازمان کند. به این ترتیب بسیاری از کاستی‌های تخصصی سازمان به‌ویژه در بُعد خبری، به شکل پروژه‌ای جبران می‌شود. این امر می‌تواند از طریق ایجاد ارتباط با مجامع تخصصی و پژوهشی و بهره‌گیری از خدمات حرفه‌ای آن‌ها محقق شود.

راه حل دیگر که برخلاف راه حل اول، بلند مدت است، تربیت حرفه‌ای خبرنگاران است که به مرور وارد بدنه تخصصی سازمان شوند؛ و راه حل سوم، جذب خبرنگاران جدید است که می‌توان با زمینه‌سازی مطلوب، به این مهم هم دست یافت.

۱۷. یکی دیگر از مشکلات خبری سازمان به خدمات و سرویس عکس خبری مربوط می‌شود. در این باره مشکل خبرگزاری، کیفی نبودن و حرفه‌ای نبودن عکس‌هایی است که به مشتریان خود - به‌عنوان یک فعالیت خدماتی بازرگانی - عرضه می‌کند. به همین دلیل بسیاری از مطبوعات داخل کشور از این سرویس استقبال نمی‌کنند. دلیل دیگری هم برای عدم استفاده وجود دارد و آن، گران بودن عکس‌ها است. با توجه به گستردگی جغرافیایی فعالیت‌های سازمان و دسترسی بیشتر به رویدادهای محلی، ملی و بین‌المللی طبعاً انتظار می‌رود تسهیلات پیش‌تر و مناسب‌تری در اختیار مطبوعات قرار گیرد.

۱۸. سیستم تقسیم بندی اخبار به صورت مطبوعاتی، ویژه و اختصاصی، مبنای خبری و حرفه‌ای ندارد و معلوم نیست این خبرها بر چه اساسی چنین تقسیم بندی شده‌اند. در نظر گرفتن قیمت برای خبرهای ویژه هم از جمله موضوعاتی است که قابل بررسی است. به نظر می‌رسد تأکید خبرگزاری بر در اختیار قرار دادن اخبار در ازای پرداخت وجه، دوری از اهداف اصلی سازمان و بهره‌گیری آن از بودجه عمومی است.

### ۸ چالش‌های دیرپا

الف) وابستگی نظام اداری و مالی سازمان خبرگزاری به دولت که مشکلات فراوانی را در این سازمان به وجود آورده، به نحوی که این سازمان هیچ‌گاه احساس استقلال عمل نداشته است.

ب) چالش‌های درون سازمانی شامل چالش‌های نیروی انسانی (قدیم و جدید)، چالش‌های مدیران که بر اساس بررسی‌های انجام گرفته تأثیر فراوانی بر بدنه سازمان گذاشته، چالش‌های برخورداری از امتیازات خاص (مانند سفر خارج و مسافرت‌های بین شهری و...) که بر انگیزه سازمانی کارکنان تأثیر گذاشته و در نتیجه نوعی فضای ناامیدی و بی‌اعتنایی در بین کارکنان به وجود آورده است.

ج) چالش‌های برون سازمانی، شامل چالش‌های قضایی، اجتماعی و سیاسی و نیز چالش‌های امنیتی و چالش‌های رسانه‌ای که در چندین نوبت موجب بحران برای سازمان شده است، مانند درگیری‌های سازمان با روزنامه‌های کیهان و رسالت در مقاطع مختلف.

د) به دلیل کمبود اعتبارات مالی - برای پرداخت حقوق و دستمزد و... و مسئله رقبا و نداشتن مجوز استخدام، نیروهای کارآمد و جدید جذب سازمان نشده‌اند.

ه) امنیت شغلی خبرنگاران به دلیل عدم وجود قوانین و حمایت‌های لازم مورد تهدید قرار گرفته است.

و) از منزلت اجتماعی خبرنگاران به خوبی دفاع نشده است.

ز) به دلیل عدم وجود نظامنامه خبری، حوزه وظایف و فعالیت خبرنگاران و نیز امنیت حرفه‌ای آنان دچار چالش‌های اساسی شده است.

ح) از جمله چالش‌های درون سازمانی، تأکید بر سلسله مراتبی بودن ساختار

سازمانی است که تأثیر مستقیمی بر کارایی و سودمندی فعالیت‌های کارکنان سازمان دارد.

## ۹. چالش‌های آینده

آینده نگری تحولات و تغییرات فرهنگی و سیاسی در سطح جهان از نظر نظام خبری و اطلاع‌رسانی، وجود وضعیت بسیار متفاوت با آنچه اکنون جریان دارد را آشکار می‌سازد. مراکز خبر پراکنی بزرگ با برخورداری از تکنولوژی مدرن و افزایش سرعت کسب، پردازش و انتشار اخبار به شکل‌های مختلف نوشتاری، صوتی و تصویری روز به روز کارآمدتر شده، سیطره ارتباطی خود را بر دیگر کشورها گسترش می‌دهند.

از سوی دیگر، با توجه به گرایش‌های جدید در میان رسانه‌های تلویزیونی چند ملیتی (کانال‌های ماهواره‌ای) مبنی بر تولید برنامه به زبان‌های محلی و نیز در دسترس قرار گرفتن مطبوعات فارسی خارج از کشور از طریق شبکه اینترنت، با فرض حفظ جریان‌های موجود در حوزه نظام اطلاع‌رسانی کشور، به این تقاضای فزاینده به شکل قابل توجهی توسط تولیدکنندگان خارجی پاسخ داده خواهد شد که این امر مشکلات موجود از جمله تهاجم فرهنگی را بیش از پیش دامن خواهد زد.

در مورد چالش‌های فرا روی سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی با توجه به مجموع عملکرد سال‌های گذشته ذکر نکات زیر ضروری به نظر می‌رسد:

- الف) ناکارآمدی تکنولوژی موجود: نیاز فوری به تعویض و تکمیل تکنولوژی و تبدیل سیستم‌های فعلی تولید، پخش و انتقال برنامه‌های صوتی، تصویری و خبری به سیستم‌های جدید و منابع مالی و انسانی هنگفت مورد نیاز این امر، با توجه به در دسترس بودن ده‌ها شبکه ماهواره‌ای تلویزیونی با کیفیت رو به رشد و با محتوای گاه متناقض یا مخالف نظام ارزشی ایران اسلامی، از نیازهای اصلی توسعه رسانه‌های صوتی، تصویری و خبری است. اما به نظر می‌رسد جانشین کردن و تعویض پرهزینه تا حد زیادی باید جای خود را به تنوع تولید، استفاده از خلاقیت‌ها و افزایش کیفیت بدهد.
- ب) رقابت‌ها و محدودیت‌ها: سازمان با گسترش سازمان‌های رقیب و محدودتر شدن مخاطبان خود روبه‌رو خواهند شد. به علاوه سایر رسانه‌ها نیز به گسترش دامنه فعالیت‌های خبری خود خواهند افزود و رقابت‌ها تنگاتنگ‌تر می‌شود و بنابراین دایره

نفوذ خبرگزاری محدودتر می‌گردد.

ج) عدم امنیت شغلی: سازمان خبرگزاری در بهترین وضعیت عملکردی خود در طی ۴ سال گذشته بارها مواجه با برخورد قضایی نامتعارف شد. بسیاری از خبرنگاران، مدیران و حتی مدیرعامل سازمان مورد بازجویی قرار گرفتند و گاه در مدت زمان کوتاهی بازداشت شدند. علاوه بر این، دیگر خبرنگاران رسانه‌های مکتوب به زندان‌های طولانی، بازداشت موقت بدون محاکمه، سلب حیثیت شغلی و از دست دادن شغل محکوم شدند. نشریات بسیاری به اندک بهانه یا حتی بدون بهانه توقیف گردیدند. این‌ها همه در شرایطی به وقوع پیوست که بهار جامعه مدنی بود. ولی چشم‌انداز آینده چندان روشن نیست، بلکه احتمال برخوردهای شدیدتر هم وجود دارد. بدین ترتیب، خطر خبرنگاری بسیار بالا می‌رود و ممکن است افراد شجاع، خلاق و پرکار در بین خبرنگاران سازمان اندک شوند و انگیزه کم‌تری برای خبررسانی و به چالش افکندن مسائل اجتماعی با عناصری از قدرت حاکمه به وجود بیاید.

د) توسعه تکنولوژی ارتباطات: با توسعه تکنولوژی ارتباطات، اثرپذیری از خبررسانی به شیوه‌های کنونی که ممکن است کارآمدی فعلی خود را رفته رفته از دست بدهند بسیار کم خواهد شد و در آن صورت سازمان نمی‌تواند با روش‌های فعلی به حیات خود ادامه دهد و اگر خود را با تکنولوژی نوین ارتباطی هماهنگ نکند به عقب ماندگی مفرطی دچار خواهد شد؛ هرچند در این خصوص سازمان خبرگزاری نشان داده هوشیاری خود را حفظ و نسبتاً همپای تکنولوژی ارتباطات حرکت کرده است.

## ۱۰. راه‌حل‌های پیشنهادی

۱. بازنگری و اصلاح اساسنامه سازمان و پیش‌بینی و تصویب قوانین هماهنگ با خط‌مشی‌ها و سیاست‌های فرهنگی کلان نظام جمهوری اسلامی ایران.
۲. ارتقای سطح کیفی فعالیت‌ها به ویژه فعالیت‌های خبری سازمان، از طریق جذب نیروهای متخصص و کارآفرین و آموزش نیروهای موجود.
۳. تعیین استانداردهای محتوایی و کیفی فعالیت‌های سازمان به منظور نیل به افزایش کارایی و مقبولیت ملی و بین‌المللی.
۴. بسترسازی برای سرمایه‌گذاری در خصوص فن‌آوری‌های نو و ارتقای سطح بهره



- گیری از سیستم‌های پیشرفته رسانه‌ای در امر ساخت، انتقال، نصب، بهره‌برداری، جمع‌آوری، پردازش و انتشار اخبار و نیز سایر فعالیت‌های مربوط به حوزه اطلاع‌رسانی به منظور افزایش توانایی‌ها و قابلیت‌ها.
۵. تقویت و توسعه پژوهش‌های راهبردی (بنیادی) و کاربردی در ابعاد اطلاع‌رسانی، مدیریتی و فنی.
۶. تقویت بنیه اقتصادی و فرهنگی و ایجاد زمینه‌های جلب مشارکت بین‌المللی، نهادهای صنفی و حرفه‌ای و همکاری با بخش غیر دولتی برای استفاده از کلیه ظرفیت‌های موجود.
۷. اصلاح روش‌های مالی و حسابداری مورد عمل و تقویت کنترل‌های داخلی و برقرار کردن سیستم قیمت تمام شده.
۸. افزایش توانمندی و ظرفیت‌پذیری برای ارتقای کیفی فعالیت‌های برون‌مرزی و اصلاح روش‌ها و خط‌مشی‌های موجود به منظور کارآمدتر کردن دفاتر خارج از کشور.
۹. افزایش توانمندی و ظرفیت‌پذیری با هدف ارتقای کمی و کیفی سطح فعالیت‌های خبری در عرصه ملی و زمینه‌سازی برای حضور فعال‌تر سازمان در اقصی نقاط کشور.
۱۰. ارزیابی مداوم عملکرد سازمان و افراد از طریق اتخاذ ساز و کارهای نظارتی و کنترل کیفیت به منظور افزایش کارایی و سودمندی فعالیت‌های سازمان.
۱۱. تدوین و تصویب «نظامنامه خبری کشور» با هدف حفظ حقوق خبرنگاران و ایجاد امنیت شغلی و حرفه‌ای برای آنان و همچنین شفاف ساختن مرزهای قانونی و قانون‌گریزی در فرایند فعالیت‌های خبری و اطلاع‌رسانی سازمان.