



The concept of media independence and its role in the realization of an open government

HosseinAli Kalhor¹ | Fatemeh Jangjooi Kheljan²

1. PhD in Public Law and lecturer at Allameh Tabataba'i University. Tehran, Iran. E-mail: h.k137020@gmail.com

2 Ph.D. Candidate Public Law, University of Tabriz, Tabriz, Iran. E-mail: jangjookhf@gmail.com

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>Article history: Received 12 April 2023 Received in revised form 13 May 2023 Accepted 13 June 2023 Published online 13 June 2023</p> <p>Keywords: Media independence, public service broadcasting, media policy, transparency, modern public management.</p>	<p>Objective: “Media independence is a disputed concept that has different meanings in different contexts. As an ideal norm, independence can be discussed at different levels. Therefore, media independence is related to media policy in current debates, as long as media independence as a Whether the positive vision or "utopia" works for journalists, activists, policy makers or media organizations is clearly of paramount importance, because the more independent the media, the more we will see a responsive government with strong media support that can easily and without concern for the sake of every ruler and politician to make them accept their mistakes. Now, in this article, we tried to discuss the variable applications of the concept of independence in the current media policy discourse, including the conflicts between public services and commercial media, as well as other settings that This concept is cited in them, examined and finally, we discuss how the relational nature of independence makes its use as a normative principle in media policy problematic. Thus, the purpose of this article is to examine the applications and changing contexts of media independence and to examine its value in media policy. The results of this research, using the descriptive-analytical method and collecting library documents, indicate that different aspects of media independence in a contemporary media environment are necessary to achieve an open government and play an important role in making officials accountable and transparent in their actions. Plays”.</p>

Cite this article: Kalhor HosseinAli, Jangjooi Kheljan, Fatemeh. (2023). The concept of media independence and its role in the realization of an open government, *News Science*, 12 (4), 35-49



مفهوم استقلال رسانه و نقش آن در جهت تحقق دولت باز

حسینعلی کلهر^۱ | فاطمه جنگجوی خلجان^۲

۱. نویسنده مسئول، دکتری حقوق عمومی و مدرس دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران h.k137020@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری حقوق عمومی دانشگاه تبریز، تبریز، ایران jangjookhf@gmail.com

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

متن چکیده

استقلال رسانه مفهومی مورد مناقشه است که در زمینه‌های مختلف معانی متفاوتی دارد که به عنوان یک هنجار ایده‌آل، استقلال را می‌توان در سطوح مختلف مورد بحث قرار داد لذا استقلال رسانه‌ای در بحث‌های فعلی به سیاست رسانه‌ای مرتبط است که تا زمانی که استقلال رسانه به عنوان یک چشم انداز مثبت یا "آرمان شهر" برای روزنامه نگاران، فعالان، سیاست گذاران یا سازمانهای رسانه‌ای عمل کند، به وضوح اهمیت وافری دارد، چرا که هر چقدر رسانه‌ها مستقل‌تر باشند به همان میزان ما شاهد دولتی پاسخگو با پشتوانه قوی رسانه‌ها خواهیم بود که می‌تواند به راحتی و بدون دغدغه خاطر هر حکمران و سیاستمداری را وادار به پذیرش خطای خود کند. حال در این مقاله سعی شده در مورد کاربردهای متغیر مفهوم استقلال در گفتمان سیاست رسانه‌ای فعلی، از جمله مناقشات بین خدمات عمومی و رسانه‌های تجاری و همچنین سایر تنظیماتی که این مفهوم در آنها استناد می‌شود، مورد بررسی قرار داده و در نهایت، ما بحث می‌کنیم که چگونه ماهیت رابطه‌ای استقلال، استفاده از آن را به عنوان یک اصل هنجاری در سیاست رسانه ای مشکل ساز می‌کند؟ بدین ترتیب هدف این مقاله بررسی کاربردها و زمینه‌های متغیر استقلال رسانه و بررسی دقیق ارزش آن در سیاست رسانه‌ای است. نتایج این پژوهش با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی و جمع آوری اسناد کتابخانه‌ای حکایت از این موضوع دارد که ابعاد مختلف استقلال رسانه در یک محیط رسانه‌ای معاصر جهت رسیدن به دولت باز امری ضروری بوده و نقش مهمی در پاسخگو کردن مسئولین و شفافیت اقدامات آنان ایفا میکند.

کلیدواژه‌ها:

استقلال رسانه، پخش خدمات عمومی، سیاست رسانه‌ای، شفافیت، مدیریت نوین عامه.

استناد: کلهر، حسینعلی؛ جنگجویان، فاطمه؛ (۱۴۰۲). مفهوم استقلال رسانه و نقش آن در جهت تحقق دولت باز، ۱۲ (۴)، ۳۵-۴۹

DOI: <http://doi.org/000000000000000000000000>



مقدمه

استقلال یک اصل هنجاری مرکزی در سیاست رسانه‌ای و روزنامه نگاری است. همچنین یک اصطلاح بحث برانگیز است که دارای معانی مختلفی است. استقلال رسانه در میان صنایع رسانه، فعالان، روزنامه‌نگاران، محققان و تنظیم‌کننده‌ها از دیدگاه‌های مختلف مورد بحث قرار می‌گیرد. در زمینه‌های مختلف، از جمله بحث در مورد موقعیت رسانه در جوامع استبدادی، وضعیت پخش‌کننده‌های خدمات عمومی اروپایی و رسانه‌های «Indie»^۱، کنشگران مختلف استقلال را متفاوت درک می‌کنند. با اعلام استقلال از کنترل دولت، نیروهای بازار یا کنوانسیون‌های جریان اصلی، سازمان‌ها و بازیگران رسانه‌ای به دنبال تقویت مشروعیت و اعتبار خود در نزد مخاطبان و همچنین سیاستگذاران هستند لذا تعیین مفهوم استقلال رسانه به طور فزاینده‌ای دشوار می‌شود. استقلال یک «مفهوم اساساً مورد مناقشه» است که همانند بحث‌های مرتبط درباره «حکمرانی رسانه‌ها» و «بازارهای رسانه‌ای» ذاتاً در معرض بازنگری‌ها و تفسیرهای بی‌پایان است.

(Gallie 1956; Karppinen and Moe, [2013, 2014]) از اینرو مانند دیگر مفاهیم کلیدی در اندیشه سیاسی، معنای آن را نمی‌توان تنها با منطق حل کرد. مناقشه بر سر معنای استقلال رسانه حداقل به قدمت ایده آزادی مطبوعات است. با این حال، در زمی‌نه سیاست رسانه‌ای اروپا، رقابت بر سر معنای استقلال به دلیل دو گرایش موضوعی است. نخست) در اروپا و در سطوح ملی، فعالان رسانه‌های تجاری به صورت فعالانه به دنبال بازسازی تمایز بین رسانه-های تجاری و خدمات عمومی به عنوان انتخاب بین "مستقل" و "رسانه‌های دولتی" بوده‌اند. دوم) تحولات دیجیتال و افول سازمان‌های رسانه‌ای قدیمی، باعث ظهور بازیگران جدید و همچنین ابعاد جدیدی از کنترل و وابستگی شده است. در نتیجه این دگرگونی‌ها، خط سنتی بین روزنامه‌نگاری و تبلیغات، به طور فزاینده‌ای توسط اشکال جدید محتوای حمایت‌شده مبهم باقیمانده است. علاوه بر این، افزایش قدرت جمع‌آوری‌کننده‌های اخبار چندملیتی، موتورهای جستجو و سایت‌های شبکه‌های اجتماعی نیز این پرسش را برانگیخته است که منظور ما از استقلال رسانه‌ها یا روزنامه‌نگاری چیست. نیک کولدری (۲۰۰۹) در میان متفکران استدلال کرده است که پویایی‌های فناوری، اجتماعی و سیاسی و تحولات دیجیتال کنونی حس ما را از "رسانه" به عنوان یک سایت ممتاز برای دسترسی به دنیای مشترک تضعیف می‌کند. برای برخی، این تغییرات به معنای منسوخ شدن رسانه‌های سنتی به‌عنوان یک نهاد مستقل با کدهای حرفه‌ای تثبیت‌شده و اشکال سازمانی و جایگزینی آنها با مدل‌های جدید ارتباط مشارکتی و تعاملی است. در این زمینه، امروزه مفهوم استقلال رسانه‌ای مانند دیگر ارزش‌های اصلی اخلاق روزنامه‌نگاری «مدرن» به طور فزاینده‌ای مورد مناقشه و حتی زیر سؤال برده شده است. *(Hallin, 2006)* بسیاری از بازیگران جدید که امروزه روزنامه‌نگاری را با ابتکارات شهروندان (چه بصورت منفرداً یا با همفکری) تولید می‌کنند در حالیکه در مورد استقلال چه بسا به این سادگی اتفاق نیفتد، و استقلال به اندازه سایر ارزش‌های هنجاری مانند شفافیت، تنوع یا مشارکت با ابتکارات شهروندان مرتبط نباشد. *(McBride and Rosenstiel, 2013)* بنابراین آیا استقلال رسانه‌ها تنها یکی از شعارهایی است که سازمان‌های رسانه‌ای قدیمی به امید بازگرداندن موضوعیت آنها تکرار می‌کنند، حتی اگر عملی که به آن اشاره می‌کند به طور فزاینده‌ای نامربوط و مبهم باشند؟ به طور کلی، استقلال به فقدان کنترل خارجی اشاره دارد. استقلال به معنای رهایی از نفوذ دیگران است، اما همچنین ظرفیت یک فرد یا نهاد را برای تصمیم‌گیری و عمل بر اساس منطق خود توصیف می‌کند. به عنوان یک اصل هنجاری، استقلال را می‌توان در سطوح مختلف مورد بحث قرار داد و به چارچوب‌ها و گفتمان‌های گوناگونی پیوند داد. در سطح نظریه عمومی اجتماعی، استقلال را می‌توان از زندگی متفاوت جامعه مدرن ردیابی کرد که در آثار کلاسیک جامعه‌شناسی از وبر تا بوردیو مورد بحث قرار گرفته است. در چنین زمینه‌هایی،

^۱ Indie یک ویرایشگر ویدئو و عکس‌زیباشناختی است.

استقلال به خودمختاری و خودگردانی یا حق یک مؤسسه برای وضع قوانین خود و اداره تجارت خود مربوط می‌شود. به دنبال چرخش نظریه مشورتی دموکراتیک (بومن، ۱۹۹۸)، مفهوم استقلال رسانه به عنوان یک اصل هنجاری اغلب با آرمان هابرماسی مبنی بر خودمختاری حوزه عمومی از نیروهای سیستمی دولت و قدرت اقتصادی گره خورده است. همانطور که هابرماس بیان می‌کند، "ارتباطات سیاسی با واسطه تنها در صورتی که یک سیستم رسانه‌ای خودتنظیمی، حوزه‌ها یا زمینه‌های مختلف اجتماعی مستقلی را از محیط‌های اجتماعی خود به دست آورد، می‌تواند در حوزه عمومی فرآیندهای مشروعیت مشورتی را در جوامع پیچیده تسهیل کند، (Habermas, 2006: 411) در اینجا، استقلال همچنین با دیگر آرمان‌های اساسی درک لیبرال - دموکراتیک از نقش رسانه در جامعه مانند آزادی مطبوعات، نقد قدرت، رسانه‌ها به عنوان رکن چهارم و نقش ناظر روزنامه‌نگاران درهم تنیده است. این مفاهیم مثبت این اصطلاح، استقلال رسانه‌ای را هم برای کسانی که عملکرد رسانه‌ها را ارزیابی می‌کنند و هم برای خود سازمان‌های رسانه‌ای برای کسب اعتبار، ایده جذابی می‌سازد. همانطور که جیمز بنت استدلال می‌کند "استقلال رسانه‌ای در جامعه به مثابه چشم انداز آرمانی عمل می‌کند برای کسانی که آن را تنظیم می‌کنند، صاحب آن هستند، در آن کار می‌کنند و حتی آن را مطالعه می‌کنند" (Bennett, 2015: 2-5). هدف این مقاله بررسی کاربردها و زمینه‌های متغیر استقلال رسانه و بررسی دقیق ارزش آن در سیاست رسانه‌ای است. ابتدا برخی از کاربردهای مختلف را بررسی می‌کنیم. مفهوم استقلال در گفتمان فعلی سیاست رسانه‌ای، با بحث‌هایی که بر سر پخش عمومی پخش می‌شود شروع شد و سپس فراتر از آن رفت و به کاربردها در تنظیمات دیگر نگاه کرد. بر این اساس، ما درک دقیق‌تری از ابعاد مختلف این مفهوم در یک محیط رسانه‌ای معاصر ایجاد می‌کنیم. در نهایت، ما استدلال می‌کنیم که چگونه ماهیت رابطه‌ای استقلال، استفاده از آن را به عنوان یک اصل هنجاری در سیاست رسانه‌ای با مشکل مواجه می‌کند بنظر می‌رسد که اگرچه این مفهوم نمی‌تواند معیاری خنثی برای ارزیابی همه انواع رسانه‌ها ارائه کند، اما همچنان به عنوان یک هنجاری ایده‌آل در بسیاری از بحث‌های سیاست رسانه‌ای ایفای نقش می‌کند. یکی از ویژگی‌های نظام‌های سیاسی مردم سالار، توانایی پاسخگویی آنها در قبال عملکرد خود است. رسانه‌ها به عنوان یکی از اجزای قدرتمند جامعه مدنی و تاثیرگذار بر افکار عمومی نقش بسیار مهمی در واداشتن حکومت به پاسخگویی بر عهده دارند. اگر خلاقیت و نوآوری در همه سازمانها امری ضروری و حیاتی باشد، در دنیای رسانه‌ها به دلیل نوع فعالیت آنها که از جنس نفوذ، تاثیر و تغییر نگرش، باور، احساسات و رفتار مخاطبان است و همچنین به دلیل تنوع و گوناگونی فعالیت‌ها و تمرکز بر فعالیت‌های فکری و اندیشه‌ای و از طرفی گستردگی رقابت در این عرصه، از اهمیتی مضاعف برخوردار است. مطبوعات و رسانه‌های گروهی یکی از اهرمهای موثر بر پاسخگویی دولت و بیان‌کننده خواسته‌های مردم به شمار می‌روند، این ابزار اجتماعی در یک نظام مردمی، امکان تبادل افکار و اطلاعات را فراهم کرده و دولت و مردم را در جریان مواضع و خواسته‌های یکدیگر قرار می‌دهد. (<https://rasadresaneh>).

ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش

کاظم معتمدنژاد در مقاله‌ای تحت عنوان "استقلال تحریریه‌ای روزنامه‌نگاران و مشارکت آنان در مالکیت و مدیریت رسانه‌ها" به استقلال تحریریه‌ای روزنامه‌نگاران پرداخته است. در مقاله‌ای دیگر نیز تحت عنوان "اخلاق در رسانه؛ چالش‌های اساسی و توصیه‌های ملی" شعبان نجف پور موانع فراروی رسانه‌ها در ایران در قالب موانع چهارگانه (قانونی، سیاسی، اقتصادی و سازمانی) مطرح کرده است. استقلال رسانه‌ای به این معنی است که تصمیمات کلان و کلیدی در رسانه با نگاه رسانه‌ای و توسط اعضای رسانه‌ای رسانه گرفته می‌شود. استقلال رسانه‌ای یعنی رسانه در انجام فعالیت حرفه‌ای رسانه‌ای تنها متعهد به چارچوب‌های حرفه‌ای، اخلاقی و قانونی باشد به بیان دیگر استقلال رسانه‌ای به این معنی است که در فعالیت رسانه‌ای نوع نگاه و جهت‌گیری‌ها در پوشش اتفاقات، رسانه‌ای باشد و تابع

و وابسته به نهادی که از آن بودجه دریافت می کند نباشد. به عنوان مثال، در کشورهای توسعه نیافته، با تغییر دولت ها، رسانه هایی که از بودجه دولت استفاده می کنند نیز فوراً این تغییر را در خبررسانی خود اعمال می کنند و اتفاقاً آن را توجیه هم می کنند. نوع نگاه و جهت گیری این رسانه را می توان سیاست های دولت حدس زد. به عبارتی رسانه در فعالیت خود نباید تحت تاثیر نهادی باشد که از آن پولی را در قالب بودجه یا کمک یا ... دریافت می کند. به عنوان مثال وقتی رابطه دولت الف با کشور ج، بد است خبرهای رسانه دریافت کننده بودجه از دولت الف نیز علیه دولت جیم بد است و در صورت تغییر رابطه، تغییر در خبرهای رسانه دیده می شود. بنابراین نبود استقلال رسانه ای باعث می شود یک رسانه به دستگاه تبلیغاتی، روابط عمومی یا ارگان رسانه ای تبدیل شود. میان میزان استقلال حرفه ای یک رسانه و کیفیت فعالیت و تاثیرگذاری آن، رابطه مستقیم وجود دارد که سعی شده است ضمن تبیین این موضوع؛ تاثیر باز و شفاف بودن دولت ها در حصول به این استقلال نیز بررسی شود که تاکنون پژوهشی در این راستا انجام نگرفته است.

۱. رسانه های عمومی

سیستم های آلمان و کشورهای شمال اروپا به طور کلی از استقلال عملی قوی برخوردار هستند، در حالیکه در بسیاری از نقاط دیگر (مثلاً در جنوب اروپا، هلند، استرالیا و نیوزلند) رویه های تضمین استقلال از کنترل دولتی وجود دارد. (Benson and Powers, 2011; Hanretty, 2010) علیرغم ترتیبات مختلف نهادی و موفقیت متفاوت آنها در تقویت عملی استقلال، در بحث های علمی، رسانه های خدمات عمومی همچنان حداقل در اصول به عنوان فضای نهادی در نظر گرفته می شوند که به بهترین وجه آرمان های هابرماسی مبنی بر استقلال از فشارهای دولتی و تجاری را تقریب می کند. در سال های اخیر، بحث های بین پخش کننده های خدمات عمومی و رقبای تجاری آن ها درباره وضعیت و وظایف رسانه های خدمات عمومی در سراسر اروپا، ماهیت بحث برانگیز این مفهوم را دوباره برجسته کرده است. چیزی که در بحث های اخیر سیاست رسانه ای اروپایی جدید به نظر می رسد این است که کنشگران رسانه های تجاری در سراسر اروپا به طور سیستماتیک تلاش کرده اند تا با معرفی رسانه های خدمات عمومی به عنوان «رسانه دولتی» و خود به عنوان رسانه های «مستقل» یا «آزاد»، بحث سیاست رسانه ای را دوباره چارچوب بندی کنند. به عنوان مثال، در سطح اروپا، انجمن ناشران روزنامه اروپا به طور مداوم از تمایز بین "بخش مطبوعات مستقل" یا "مطبوعات آزاد و مستقل" و رسانه های خدمات عمومی به عنوان "رسانه دولتی" استفاده کرده است (ENPA, 2016). پرواضح است که خطر اصلی برای استقلال رسانه ها در استنباط غیرقانونی دولت یا بودجه عمومی نهفته است، و اینکه رسانه های خدمات عمومی، بنا به ماهیت خود، کمتر مستقل هستند و بیشتر از رسانه های مبتنی بر بازار در معرض فشارهای سیاسی بیرونی هستند. این استدلال نیز به طور گسترده توسط لابی گران صنعت رسانه ملی پذیرفته شده است. به عنوان مثال، در آلمان و فنلاند، طرفداران صنعت رسانه های خصوصی به سیستم جدید تامین مالی مبتنی بر مالیات در رسانه های خدمات عمومی اعتراض کردند به این دلیل که شرایط عملیاتی "بخش رسانه های مستقل" را تهدید می کند و در نتیجه تنوع واقعی تکثرگرایی در رسانه ها را کاهش می دهد. (Herzog & Karppinen, 2014) البته آنچه به عنوان تنوع و تکثرگرایی واقعی به حساب می آید، نمونه ای از رقابت مفهومی در سیاست رسانه است. در اینجا، تمرکز تعریف تنوع بر انتخاب (مخاطب) اشاره و تکیه دارد و نه بر ایده های پیچیده تر کثرت گرایی اجتماعی، فرهنگی و سیاسی که رسانه های خدمات عمومی اروپا از نظر تاریخی ارائه کرده اند. یکی از جنبه های مرتبط با استقلال رسانه ها حمایت مالی صورت گرفته از رسانه های دولتی به ویژه از سوی سیاستمداران و دولت است. با این حال تمایز بلاغی بین رسانه های دولتی و رسانه های مستقل چیزی در مورد سایر اشکال کنترل خارجی یا نفوذ بر روزنامه نگاری، مانند تبلیغات، مالکیت رسانه و روابط عمومی نمی گوید. بنابراین، استفاده های گزینشی از استقلال در بحث های سیاست رسانه ای اروپایی، ارزش این

مفهوم را به‌عنوان وسیله‌ای برای لابی‌گری سیاسی و ارتباطات استراتژیک سازمان‌های رسانه‌ای خبری منعکس می‌کند (Bruggeman, Esser & Humprecht, 2012) در مواجهه با دیجیتالی شدن، رسانه‌های خبری سنتی، از جمله پخش‌کننده‌های خدمات عمومی و روزنامه‌ها، به تدریج وضعیت بدون چون و چرای «واقعیت طبیعت» را در عصر دیجیتالی از دست داده و پویایی رقابتی بازارهای رسانه‌ای سنتی دچار اختلال شده است. (Couldry, 2009: 447) در نتیجه، آنها به طور فزاینده‌ای نیاز به مشروعیت بخشیدن و تأیید مجدد موقعیت خود در دید مخاطبان و سیاستگذاران رسانه ای دارند. محوریت استقلال در ارتباطات راهبردی و لابی‌گری سازمان‌های رسانه‌ای را می‌توان راهی برای تمایز آنها از سایر انواع رسانه‌ها دانست. در این میان، رسانه‌های خصوصی به طور گسترده‌تر از سایر کنشگران مانند رسانه‌های اجتماعی و وبلاگ‌ها، با رسانه‌های خدمت عمومی رقابت می‌کنند. در کنار مفاهیم دیگری مانند کیفیت، آزادی و تنوع، استقلال یک کلیدواژه اصلی در این تلاش‌ها ارائه می‌دهد. علاقه انواع رسانه‌ها متفاوت است، و بنابراین استراتژی‌های ابلاغی آنها نیز بر ابعاد مختلف استقلال تأکید دارد. در حالیکه صنعت بلاغت رسانه خصوصی به طور سیستماتیک استقلال را با زمینه بودجه دولتی و نفوذ دولت بیان می‌کند، مدافعان رسانه‌های خدمات عمومی تمایل دارند بر استقلال از تبلیغات، صاحبان رسانه‌ها و سایر منافع اقتصادی و اجتماعی خارجی تأکید کنند. توجه به این نکته مهم است که معانی و چارچوب‌های مختلف مرتبط با مفاهیم مورد مناقشه سیاسی، مانند استقلال رسانه‌ها، خود به خود ظاهر نمی‌شوند. بلکه در عوض، سازمان‌های رسانه‌ای و گروه‌های ذینفع آنها اغلب از استراتژی‌های گفتمانی حساب شده برای تأثیرگذاری بر چارچوب‌بندی گفتمان عمومی و سیاسی استفاده می‌کنند. پژوهش‌های تطبیقی درخصوص روابط بین سیستم‌های سیاسی و رسانه‌ای نشانگر آنست که چگونه راه‌های عملیاتی‌سازی و اداره استقلال بین کشورها متفاوت است (Hallin and Mancini, 2004). در برخی کشورها، مؤسسات پخش عمومی تعمداً به‌عنوان امتداد ستون‌های جامعه راه‌اندازی شدند، به طوریکه کانال‌های رادیویی و تلویزیونی از پیش توسط نماینده گروه‌های اجتماعی، شاخه‌های مذهبی یا سیاسی تعریف شده بودند. بعنوان مثال هلند یک نمونه بارز است. در جای دیگر من جمله سیستم ایتالیایی، چنین همسانی سیاسی کم‌تر از یک طرح مشورتی است تا نتیجه ناخواسته سیستم رسانه ای خدمات عمومی (Hibberd, 2001). با اینحال، در مکان‌های دیگر سازمان پخش خدمات عمومی و رسانه‌ها به طور کلی‌تر دارای فاصله نهادینه از دولت بودند؛ این نوع فاصله نهادینه از دولت اغلب به عنوان "اصل معاملات آزاد و بی شبهه" نامیده می‌شود. در یک مفهوم کلی، اصل معاملات آزاد «در تفکیک قوای قانون اساسی بین قوه قضاییه، قوه مجریه و مقننه، خلاصه می‌شود» (Hillman-Chartrand and McCaughey 1989, 43). به طور خاص‌تر، این اصل اغلب به دنبال آشنایی با سیاست‌های فرهنگی بسیاری از کشورهاست، جایی که در آن یک سیستم برای سرمایه‌گذاری پس از جنگ جهانی دوم ایجاد شد (Mangset 2009, 276). در این مجموعه، شعبه دولتی - به عنوان مثال؛ وزارت فرهنگ - تسهیل‌کننده است نه اجرا کننده، بنابراین اعمال نفوذ می‌کند از طریق تنظیم سیاست‌های گسترده و دستورالعمل‌های حسابرسی، در حالیکه "نهاد‌های دولتی غیر دپارتمانی، سیاست را اجرا و اجرا می‌کنند". در این مجموعه‌ها، شعبه دولتی به عنوان یک وزارت فرهنگ «تسهیل‌کننده است نه اجرایی، بنابراین از طریق تعیین خط‌مشی‌های کلان و دستورالعمل‌های حسابرسی اعمال نفوذ می‌شود، در حالی که «سازمان‌های عمومی غیردستگاهی عمل می‌کنند و سیاست‌ها را اجرا می‌کنند». (Taylor, 1997: 449-451) در واقع "اصل تفکیک قوا" مستلزم تفویض اختیار تصمیم‌گیری و انعقاد قرارداد خدمتی مانند فعالیت‌های فرهنگی، از جمله رسانه‌هاست، لذا لازم است به استقلال برسد. "مقامات نظارتی مستقل" رسانه‌ها در اروپا نشان‌دهنده نهادینه‌سازی اصل تفکیک قوا در سیاست رسانه‌ای هستند. با این اوصاف، این اصل ممکن است بحث برانگیز به نظر برسد. با این حال، این مورد مثلاً در سیاست فرهنگی فرانسه مصداق ندارد. در اینجا، یک آژانس فعال دولتی تمایل دارد با اولویت‌بندی کارها، توزیع بودجه و شروع پروژه‌ها، در زندگی فرهنگی دخالت کند (Andrault and Dressayre, 1987). این امر در حاکمیت واقعی رسانه‌ها مانند

مقررات پخش خدمات عمومی منعکس می‌شود، "جایی که منافع سیاسی تاریخی در سازمان رسانه‌های عمومی و موسسات رسانه‌ای به دست آمده‌است." اما حتی اگر در منطقه‌ای از جهان که در آن اصل تفکیک قوا در سیاست رسانه-ای اعمال می‌شود، همانند منطقه شمال اروپا، موفقیت واقعی نهادینه کردن استقلال در طول زمان و در بین سیستم‌ها متفاوت می‌شود. به عنوان مثال، اقدام برای جلوگیری از انتصابات سیاسی در موسسات رادیویی عمومی، همیشه بدیهی تلقی نشده است. بدین ترتیب الگوی مشابهی را می‌توان در جاهای دیگر در منطقه شمال اروپا یافت. تفاوت‌های ظریف استقلال در مقررات پخش عمومی و خصوصی در نوع خود جالب است. با اینحال، از منظر وسیع‌تر، هم رسانه‌های عمومی و هم رسانه‌های خصوصی تمایل دارند از مفهوم استقلال به شیوه‌ای بسیار گزینشی استفاده کنند. اگر فراتر از زمینه پخش‌کننده‌های خدمات عمومی اروپایی و روزنامه‌های سنتی نگاه کنیم، می‌بینیم که چگونه مفهوم استقلال رسانه تاریخی‌های زیادی دارد و در زمینه‌های مختلف به‌طور متفاوتی استفاده می‌شود.

۲. رسانه‌های عمومی در مقابل رسانه‌های خصوصی

رسانه‌های خدمات عمومی و پخش‌کننده‌های تجاری یا روزنامه‌ها تنها رسانه‌هایی نیستند که ادعای اصطلاح استقلال دارند. بخصوص با بازیگران دیجیتال جدید، معانی بالقوه این اصطلاح چند برابر شده است. علاوه بر دلالت بر استقلال از دولت یا منافع تجاری، استقلال همچنین می‌تواند به معنای فاصله گرفتن از کنوانسیونهای جریان اصلی و قدرت‌های غالب خود صنعت رسانه باشد. مفهوم "رسانه مستقل" که اغلب با اصطلاح "Indie" همراه است، برای اشاره به رسانه‌های جایگزین، اغلب غیرانتفاعی یا برانداز استفاده می‌شود. این برچسب همچنین توسط بسیاری از رسانه‌های فعال آنلاین، جایگزین و رسانه‌های شهروندی انتخاب شده است. به عنوان مثال، ایندی مدیا، یک شبکه رسانه‌ای که در سال ۱۹۹۹ مرتبط با جنبش عدالت جهانی گسترده‌تر تأسیس شد، به «رسانه‌های مستقل» به عنوان رسانه‌های مردمی، غیرشرکتی و رادیکال اشاره می‌کند. بنابراین، مستقل از این نظر به چیزی نزدیک می‌شود که «رسانه‌های جایگزین» نامیده می‌شود، (Bennett, 2015: 10-11). به‌طور مشابه در حوزه فیلم و موسیقی، مستقل اغلب به معنای سبک زیبایی شناختی خاص و فاصله خلاقانه از جریان اصلی یا شرکت‌های بزرگ است در مقایسه با بحث‌های سیاستی بین رسانه‌های خدمات عمومی و رسانه‌های تجاری در سراسر اروپا، درک متمایز از استقلال در اینجا مطرح می‌شود. (Hesmondhalgh, 1999). علاوه بر استقلال از قدرت دولتی و یا منافع تجاری، استقلال به روش خاصی برای انجام کارها نیز اشاره دارد که جایگزینی برای رسانه‌های جریان اصلی و منطق آن است. بنابراین، استقلال به عنوان مخالف در مجموعه صنعت رسانه، به معنای فاصله گرفتن از "جریان اصلی" است که به عنوان منعکس‌کننده سلیقه‌های مرسوم یا توده‌ای و محدودکننده آزادی خلاق تلقی می‌شود. اگر رسانه‌های جریان اصلی خود را مستقل نشان دهند به این دلیل که از منطق فرهنگ روزنامه‌نگاری خود پیروی می‌کنند، برای سایر رسانه‌های مستقل همین اصطلاح به معنای رهایی از همان مفهوم فرهنگ روزنامه‌نگاری اصلی است. بنابراین، به جای عدم تعهد یا جدایی، مستقل می‌تواند به معنای سیاسی شدن رادیکال، گرایش به عدالت اجتماعی یا تعهد سیاسی باشد. در عصر دیجیتال، استقلال می‌تواند به صداها و اشکال جدیدی از روزنامه‌نگاری که از نظر مالی مستقل از صنعت رسانه‌ای "میزان" هستند؛ مانند اخبار اجتماعی یا ابتکارات تامین بودجه جمعیت نیز اشاره کند (Hunter, 2015) فاصله گرفتن از محدودیت‌های سازمانی و شرکتی رسانه‌های موروثی را می‌توان به عنوان توانمندسازی مخاطبان و جوامع و مجوز داستان‌های دانست، که در غیر این صورت پوشش داده نمی‌شوند.

با اینحال، در عین حال، می‌توان استدلال کرد که ماهیت متزلزل چنین کاری و فقدان مکانیسم‌های حمایتی سازمان‌های رسانه‌ای بزرگ، این اشکال جدید روزنامه‌نگاری دیجیتال را در برابر فشارهای خارجی از سوی سرمایه‌گذاران یا سایر منافع خاص آسیب‌پذیرتر می‌کند. یکی دیگر از کاربردهای مرتبط این اصطلاح «تولیدکنندگان مستقل» است که در رسانه‌های سمعی و بصری اروپایی برای شرکت‌های تولید تلویزیون خصوصی که محتوای برنامه را برای پخش‌کننده

ها تولید می‌کنند، استفاده می‌شود. برای این شرکتها، "استقلال" به معنای فاصله گرفتن در مالکیت از نوع خاصی از نهادهای رسانه‌ای است، نه وابستگی به دولت یا سایر نیروهای خارجی (Turow, 2012). با اینحال، به همان اندازه مهم، فرض بر این است که تولیدکنندگان مستقل محتوای متفاوتی با مؤسسات پخش سنتی تولید می‌کنند یا حداقل آن چیزی که در دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا ذکر شده است، که درصد خاصی از محتوای پخش را باید توسط بخش به اصطلاح مستقل ساخته شود. اما همان‌طور که بررسی دقیق مقررات پخش، مغایرت‌هایی را با ایده‌آل هنجاری استقلال آشکار می‌کند، نگاه دقیق‌تر به بخش رسانه‌های سمعی و بصری با برچسب «مستقل» نیز حکایت از این دارد که بازیگران بزرگ و تثبیت‌شده‌ای متعلق به گروه‌هایی هستند که به وضوح جریان اصلی را نمایندگی می‌کنند. با ظهور اینترنت به عنوان یک بستر رسانه‌ای و ارتباطی، لایه دیگری از پیچیدگی به استقلال رسانه‌ها اضافه شده است. مخاطبان در قلمرو بزرگتری پخش شده‌اند و بازار تبلیغات در اینترنت بسیار پیچیده‌تر شد، تنظیم‌کننده‌ها در محدوده‌های واضح دولت‌های ملت قرار ندارند. با این حال، در اصل، ارائه دهندگان محتوای رسانه‌ای به نیروهای بازار و نهادهای نظارتی همانند رسانه‌های سنتی پاسخ می‌دهند. چیزی که این پیچیدگی را ایجاد می‌کند، شاید اغراق پیرامون رسانه‌های آنلاین باشد. (Fuchs, 2014; Curran, Freedman, and Fenton, 2012; van Dijck, 2013).

برای بسیاری، اینترنت یا خدمات خاص مانند رسانه‌های اجتماعی، پتانسیل ایجاد یک محیط رسانه‌ای کاملاً متفاوت را در خود جای داده است. اطلاعات انبوهی که از طریق موتورهای جستجو در دسترس است، علاوه بر تسهیل مکالمه در انظار عمومی، می‌تواند باعث شود فکر کنیم اینترنت استقلال رسانه‌ای را از نوع جدیدی فراهم می‌کند. با این حال، این امکانات دست به دست هم داده و با محدودیت‌هایی همراه است. (Van Dijck, 2014) این موضوع بحث‌های مربوط به حریم خصوصی را احیا کرده و افراد بیشتری را به مسائل مربوط به ناشناس ماندن آنلاین علاقه مند کرده است. تبلیغات بومی و روش‌های دیگر آنلاین که مرز بین روزنامه نگاری و محتوای حمایت شده را محو می‌کند، همچنین دیده شده است که اصول استقلال روزنامه نگاری را تهدید می‌کند (Piety, 2015). قدرت کنترل کنندگان جدید، مانند موتورهای جستجو و پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، برای تاثیرگذاری بر آنچه مردم آنلاین می‌بینند و نمی‌بینند، وابستگی‌های الگوریتمی یا محاسباتی جدیدی ایجاد می‌کند. در مجموع، رشد رسانه‌های آنلاین به وضوح یک عامل کلیدی است که ما را مجبور به تجدید نظر در معنا و ارتباط استقلال رسانه‌ای می‌کند. در حالی که استفاده‌های مختلف از استقلال که در اینجا مورد بحث قرار می‌گیرد، در سراسر مرزها اهمیت دارد، و نباید روابط بین استقلال رسانه‌ها و نظام سیاسی و فرهنگ موجود را نادیده انگاشت. همان‌طور که بحث‌های کنونی اروپا در مورد استقلال رسانه‌های خدمات عمومی ارتباط تنگاتنگی با فرهنگ‌های سیاسی ملی و سیستم‌های رسانه‌ای خاص دارد و به هیچ وجه قابل تعمیم بین فرهنگ‌ها نیست، اصطلاح (Indie) و مفاهیم آن به شدت ریشه در فرهنگ عامه غرب و سنت‌های نهادی و زیبایی‌شناختی آن دارد. بنابراین، اگر استقلال رسانه‌ای یک مفهوم مورد مناقشه در بحث‌های سیاست رسانه‌ای در سطح اروپا باشد، معانی آن در نظام‌های رسانه‌ای مختلف و فرهنگ‌های سیاسی متفاوت‌تر است. در رژیم‌های استبدادی، این اصطلاح را می‌توان برای اشاره به موضوعات شبه آزادی صرف به کار برد. استاکمن استدلال می‌کند که استقلال رسانه‌ای در رژیم‌های استبدادی مختلف مستقیماً از ورود نیروهای بازار به سیستم‌های رسانه‌ای که قبلاً تحت کنترل دولت بود، ناشی نمی‌شود. در عوض، معنا و واقعیت «استقلال» و تهدیدات آن بین رژیم‌های مختلف سیاسی و نظام‌های رسانه‌ای متفاوت است. (Stockmann, 2013) به عنوان مثال، تعدادی از رسانه‌های "غیر رسمی" یا "مستقل" در چین در سال‌های گذشته تشکیل شده‌اند. در این مورد، این برچسب به این معنا نیست که این رسانه‌ها نسبت به رسانه‌های دولتی از سانسور دولتی آزادتر هستند. در عوض، این رسانه‌ها از استقلال به‌عنوان برچسبی استفاده می‌کنند که باعث اعتبار بیشتر آن‌ها در چشم مخاطبان می‌شود، که به نوبه خود کارایی آن‌ها را به عنوان ابزاری برای تبلیغات دولتی بهبود می‌بخشد. به طور مشابه، ایده‌های استقلال رسانه‌ای و روزنامه‌نگاری در روسیه از مسیر خطی

پیش‌بینی شده توسط بسیاری پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی پیروی نکرده است، بلکه واقعیت‌های استقلال رسانه از پیچیدگی‌های محیط سیاسی، اقتصادی و فرهنگی کشور جدایی‌ناپذیر بوده است. لذا با توجه به معنای متفاوت آن، هنوز چگونگی تفکیک و دسته‌بندی ابعاد مختلف استقلال رسانه به وضوح مشخص نیست.

۳. دولت شفاف و مدیریت نوین

دولت باز شامل "شفافیت اقدامات دولت، دسترسی به خدمات و اطلاعات دولتی و پاسخگویی دولت به ایده‌ها، خواسته‌ها و نیازهای جدید" است؛ ساده‌سازی سیستم دسترسی آزاد به اطلاعات و بهبود دسترسی به داده‌ها و اطلاعات موارد مهمی هستند که ما را به سمت واژه‌های چون "داده‌ها" می‌کشاند: اکوسیستم رسانه‌ای شامل دولت، رسانه‌های بخش دولتی و خصوصی، شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی، (NGO) و شهروندان است. (Ismail, 2019) اکوسیستم رسانه‌ای یک رابطه مکمل بین رسانه‌های خصوصی و ارتباطات دولتی را در نظر می‌گیرد. در چندین کشور، رسانه‌های خصوصی نقش ناظر مهمی را از نظر پاسخگو نگهداشتن دولت‌ها ایفا می‌کنند؛ با این حال، ارتباط دولت برای حمایت از سیاست‌های دولت ضروری است و از این رو از مشروعیت دولت حمایت می‌کند. یک اکوسیستم رسانه‌ای مؤثر مستلزم آنست که هم رسانه‌های خصوصی و هم واحدهای ارتباطی دولتی ظرفیت کافی برای انجام وظایف خود و بهبود شفافیت داشته باشند (OECD, nd). البته آشکار است که اکثر دولت‌ها به طور کامل از پیوندهای بین دولت باز و ارتباطات عمومی استفاده نمی‌کنند. داده‌های نظرسنجی‌های (OECD) نشان می‌دهد که در اکثر کشورها حکومت باز و اهداف ارتباطی دولت همسو نیستند، کشورهای توسعه یافته جهان ظرفیت نسبتاً بالایی برای برقراری ارتباط دو طرفه با شهروندان دارند. در مقابل، دولت‌ها در کشورهای در حال توسعه ظرفیت محدودی برای تعامل با شهروندان دارند. (World Bank, 2009). بر اساس گزارش بانک جهانی، بسیاری از دولت‌ها اطلاعات کافی در اختیار مردم قرار نمی‌دهند، و به همین دلیل مردم نمی‌توانند آنها را برای مدیریت امور مالی عمومی پاسخگو بدانند: کارکردهای ارتباطی دولت در کشورهای در حال توسعه، پشتوانه‌های دلخراشی با مهارت کم هستند. لذا احکام و سایر مقررات مهم در قالب (PDF) منتشر می‌شوند یا مستقیماً از فایل‌های چایی اسکن می‌شوند. طی یک نظر سنجی، اکثریت مقامات قضایی و کاربران داده گفته اند که با مفهوم داده‌های باز آشنا نیستند. دولت شفاف با انتشار داده‌های باز علاوه بر اینکه در معرض نظارت و ارزیابی افراد جامعه قرار می‌گیرد، در مقیاسی وسیع تر مورد نظارت فعالان عرصه‌ی اقتصادی و سیاسی خارجی نیز قرار می‌گیرد؛ بطوریکه این رویکرد علاوه بر افزایش کارآمدی، اعتبار سیاسی برای دولت تولید می‌کند (ولدیگی، مجیدی، ازغندی، ۱۴۰۰ : ۳۰) کنترل فساد فقط در صورتی ممکن است که دولت، شهروندان و بخش خصوصی، برای تضمین شفافیت باهم همکاری کنند بدین ترتیب از نظر کارایی، موضوع شفافیت اطلاعات پراهمیت می‌شود که بر اساس آن شهروندان حق دسترسی به اسناد و مدارک و اقدامات دولت را دارند تا امکان نظارت مؤثر مردم بر دولت فراهم شود. مردم تنها در یک محیط شفاف می‌توانند با آگاهی کامل از اوضاع بطور آزادانه در خصوص رفتار خود تصمیم بگیرند که از این لحاظ شفافیت در اطلاع‌رسانی ابزاری مهم برای آزادی بوده و روشن می‌کند آنچه انجام می‌گیرد چگونه و به چه دلیل است و شامل چه کسانی می‌شود و کلاً بر اساس چه استاندارد‌هایی سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری شده است. (Lathrop & Ruma, 2010) به طور کلی، هیچ‌یک از این کشورها داده‌هایی^۱ را ارائه نمی‌کنند که الزامات داده‌های باز را برآورده کند. داده‌ها به طور جهانی برای همه شهروندان قابل دسترسی نبودند، زیرا آنها با استفاده از قالب‌هایی منتشر شدند که کاربران را ملزم به داشتن مجوزهای نرم افزاری خاصی می‌کرد. (Elena et al., 2014). با اینحال، این کشورها از نظر حرکت به سمت ارائه داده‌های باز در مورد قوه قضاییه پیشرفت کرده‌اند. در

۱- داده (Data): مجموعه‌ای از اعداد و حروف و علائم و نشانه‌هایی هستند که به صورت قراردادی در رایانه وارد می‌گردند و بدون انجام پردازش فاقد ارزش هستند. نمونه‌ای از داده‌ها را میتوان به صفر و یک‌های یک حافظه اشاره نمود که بدون انجام پردازش فاقد ارزش هستند.

شیلی، از مقاماتی که از آنها سوال کردند، ادعا کردند که از اطلاعات ۱ منتشر شده استفاده کرده‌اند. چنین اطلاعاتی برای تحلیل اجرای قوانین و قطعنامه‌های مختلف ارزشمند بود. اطلاعات قوه قضاییه شیلی نیز از نظر ارائه لوایح برای بهبود عملکرد دادگاه‌ها مفید بود. با اینحال، مقامات و کاربران شیلیایی اذعان دارند که اگر داده‌ها با درجه تجزیه و تحلیل بیشتری ارائه شود، درک بهتری از داده‌ها خواهند داشت. بین مقامات شیلی اتفاق نظر وجود داشت که داده‌ها از نظر بهبود عملکرد دادگاه‌ها مفید است. مانند شیلی، از مقامات آرژانتین و کاربران اظهار داشتند که از اطلاعات تولید شده توسط قوه قضاییه در کارهای روزانه خود استفاده می‌کنند. داده‌ها برای تحقیقات مبتنی بر اطلاعات ثانویه مورد استفاده قرار گرفت و به سیاست‌های جنسیتی، نمودار جنسیتی و سایر وسایل کمک بصری برای دفتر زنان دیوان عالی دادگستری کمک کرد. با اینحال، هیچ مدرکی مبنی بر استفاده از داده‌ها برای بهبود بهره‌وری دادگاه‌ها یا کیفیت فرآیندهای دادگاه در آرژانتین وجود نداشت. کاربران داده‌ها مایلند به رزومه درسی قضات دسترسی داشته باشند، داده‌هایی که قوه قضاییه را بهبود می‌بخشد. نیمی از افراد ادعا کردند که مکانیسمی برای استفاده از اطلاعات به صورت سیستماتیک وجود ندارد. مقامات از اطلاعات تولید شده توسط قوه قضاییه استفاده کردند تا از آخرین روندهای قضایی و وظایف مختلف قضایی مطلع شوند. خلأ اطلاعاتی در رابطه با طول فرآیندهای قضایی، تعداد جلسات برگزار شده و شکست خورده، برنامه درسی قضات و سایر جنبه‌های قوه قضاییه وجود داشت. از اینرو، تمایل به ارائه اطلاعات بیشتر به صورت عمومی وجود داشت. تا حدودی مقامات موافق بودند که از این اطلاعات برای بهبود عملکرد دادگاه‌های اروگوئه استفاده شده است. دیوان عالی از داده‌ها برای اطلاع رسانی تصمیمات خود در مورد تحریم‌ها و ترفیعات استفاده کرد. علاوه بر این، داده‌ها برای برنامه ریزی مکان‌های دادگاه جدید مفید بود. ابتکار داده‌های باز کنیا در زاغه‌های شهری و سکونتگاه‌های روستایی کنیا خود را به عنوان پیشرو در زمی‌نه داده‌های باز در آفریقا معرفی کرده است. قانون اساسی کنیا بر مشارکت شهروندان تأکید دارد. ابتکار داده‌های باز کنیا یک برنامه دولتی در سراسر کشور است که بر ارائه داده‌های ملی و محلی تمرکز دارد. (Jesuit Hakimani Centre, 2014). هدف این طرح این است که داده‌های دولتی در مورد توسعه و جمعیت و همچنین داده‌های آماری و هزینه‌ای را در قالب‌های دیجیتالی مفید برای محققان، سیاستگذاران، توسعه‌دهندگان فناوری اطلاعات و ارتباطات و عموم مردم در دسترس قرار دهد. تعدادی از مجموعه داده‌ها در دسترس قرار گرفته‌اند، و پیش‌بینی می‌شود که ارائه داده‌ها ممکن است مشارکت شهروندان را افزایش دهد و تعامل بین دولت و مردم را بهبود بخشد. نهایت اینکه مطبوعات و رسانه‌های گروهی یکی از شیوه‌های پاسخگویی دولت به خواسته‌های مردم است که امکان تبادل افکار و اطلاعات را مهیا می‌کند و دولت و مردم در جریان خواسته‌های یکدیگر قرار می‌گیرند چنانچه می‌توان گفت رابطه دولت و ملت در دوران معاصر خیلی بیشتر سایر دوران‌هاست.

۴. استقلال از چه چیزی، برای چه کسی و با چه ابزاری؟

تاکنون ما استدلال کرده‌ایم که استقلال ابزاری است برای مشروعیت بخشی مقاصد قانونی برای انواع مختلف رسانه‌ها در زمینه‌های مختلف است. بر اساس تغییر کاربری‌های آن، مشخص است که استقلال رسانه یک مفهوم رابطه-ای است. سوال که مطرح می‌شود اینست که توسط چه کسی و با چه هدفی به آن استناد می‌شود (Bennett, 2015). چیزی به نام استقلال کامل یا مطلق در حوزه رسانه وجود ندارد. در مقابل، هر رسانه ای همیشه باید با انواع مختلفی از محدودیت‌ها و تأثیرات بیرونی دست و پنجه نرم کند. اینکه کدامیک از اینها به عنوان مرتبط‌ترین یا از نظر سیاسی مرتبط تلقی می‌شوند، ناگزیر به عرصه‌های مختلف بستگی دارد. به‌طور اکتشافی می‌توان این کاربردهای مختلف را با تجزیه و تحلیل در مورد استقلال چه کسی، از چه چیزی و با چه ابزاری، تفکیک کرد. در گسترده‌ترین سطح، می‌توان در مورد استقلال یک سیستم رسانه‌ای به‌عنوان یک کل چه به‌عنوان یک ساختار نظری و چه هنگام

۱-اطلاعات: (Information) به مجموعه‌ای از داده‌ها گفته می‌شود که طی عملیات‌های منطقی پردازش می‌گردند و تبدیل به اطلاعاتی می‌گردند که دانشی را به کاربر منتقل می‌نمایند. بنابراین اطلاعات از داده‌های پردازش شده تشکیل شده است.

مقایسه سیستم‌های رسانه ملی مختلف استدلال کرد. سازمان‌های رسانه‌ای؛ موسسات و رسانه‌هایی برای تولید رسانه هستند که از کسب و کاره‌ای رسانه‌ای تثبیت شده و از موسسات عمومی گرفته تا نامزدهای کمتر شناخته شده مانند شرکت‌های مخابراتی یا پلتفرم‌های آنلاین را شامل می‌شوند. روزنامه‌نگاری را می‌توان به صورت گسترده، شامل یک حرفه یا فرهنگ، یا به طور خاص‌تر، به عنوان شیوه‌ها یا محصولات روزنامه‌نگاری تعریف کرد. نهادهایی که می‌تواند از استقلال کم و بیش برخوردار باشد، سخنگوی فردی است که شامل روزنامه‌نگاران می‌شود، با اینحال فعالانی مانند وبلاگ‌نویسان یا شهروندان شرکت‌کننده در بحث‌های عمومی را نیز در بر می‌گیرد. و نیز نیروهای اجتماعی را نشان می‌دهد که این نهادها می‌توانند کم و بیش مستقل تلقی شوند: (دولت یا حکومت؛ احزاب سیاسی یا گروه‌های ذی‌نفع) در حالیکه همه این اشکال استقلال اهمیت دارند، اما می‌توان آنها را با روش‌های مختلف رسمی و غیررسمی پرورش داد. در بسیاری از موقعیت‌ها، قانون اساسی اقدامات اساسی را برای استقلال رسانه‌ها تعیین می‌کند (مثلاً در قالب بندهای آزادی مطبوعات یا به طور کلی آزادی بیان). در برخی نظام‌ها، نقش نهادهای رسانه‌ای خاص در قانون اساسی یا در تفاسیر آن تعاریف می‌یابد. به عنوان مثال، پخش خدمات عمومی آلمان از مقررات قانون اساسی در مورد آزادی عقیده و اطلاعات (Humphreys, 1994) بهره می‌برد. از طرف دیگر، قوانین یا قوانین رسانه‌های خاص (مانند خدمات پخش یا سمعی و بصری)، مقررات نظارتی رسانه‌ای خاص (مانند قوانین الزامی برای تلویزیون) یا الزامات سازمانی خاص را پوشش می‌دهد. برای مثال، قوانین حاکم بر پخش‌کننده‌های خدمات عمومی، معمولاً استقلال را به‌عنوان یک اصل راهنمای کلی ذکر می‌کنند، اما همچنین ترتیبات سازمانی خاص‌تری را در رابطه با تأمین مالی، رویه‌های انتصاب یا نظارت خارجی تصریح می‌کنند. در درون سازمان‌های رسانه‌ای، استقلال را می‌توان با ترتیبات سازمانی دیگر، مانند جداسازی بخش‌های تحریریه و تبلیغات، تقویت کرد. استقلال بیشتر می‌تواند در قالب خودتنظیمی یا دستورالعمل‌های حرفه‌ای تثبیت شود. رهنمودهای اخلاقی روزنامه‌نگاران معمولاً شامل استقلال از تأثیرات خارجی به عنوان یک اصل اخلاقی محوری است. سازمان‌های رسانه‌ای انفرادی یا نهادهای خودتنظیمی نیز می‌توانند قوانین یا توصیه‌های خود را در مورد وضعیت حرفه‌ای روزنامه‌نگاران یا، برای مثال، هدایا یا مزایایی که ممکن است استقلال روزنامه‌نگار را به خطر بیندازند، صادر کنند. فراتر از چنین توصیه‌های رسمی، آرمان استقلال روزنامه‌نگاری به طور غیررسمی در خودشناسی و شیوه‌های روزمره روزنامه‌نگاران تقریباً در سطح جهانی نهادینه شده است. (Reich & Hanitzsch, 2013). در حالیکه سازمان‌های رسانه‌ای تثبیت شده، ممکن است یک استقلال تعریف شده قانونی همراه با تاریخچه طولانی داشته باشند. مهمتر از همه، رسمی بودن لزوماً به معنای بهتر یا حتی عملکرد خوب نیست: استقلال روزنامه‌نگاری به عنوان یک حرفه به طور رسمی در دستورالعمل‌های حرفه‌ای، اساسنامه‌ها، متون اخلاقی و در بسیاری از موارد، قوانین ذکر شده است. با این حال، عملکرد واقعی استقلال روزنامه‌نگاری به طیفی از عوامل بستگی دارد و مهمتر از آن می‌تواند بر اساس عملکرد واقعی باشد. این مقوله‌ها به وضوح متقابل نیستند: یک روزنامه‌نگار در حالت ایده‌آل از منافع دولتی و همچنین تجاری مستقل است و تابع قوانین، راهنمای حرفه‌ای است که نه تنها بر اساس خطوط تعاریف تجویزی و همچنین بر اساس اعتقادات اخلاقی خود ارزیابی می‌شود. همچنین چه بسا بازیگران می‌توانند در نقش‌های مختلف بر استقلال تأثیر بگذارند: دولت می‌تواند مالک رسانه و همچنین تنظیم‌کننده رسانه باشد. دولت می‌تواند با ابزارهای مختلف سانسور یا از طریق اعمال انحصار خود در استفاده از زور، استقلال را تهدید کند، چیزی که تا حد غم‌انگیزی در بسیاری از نقاط جهان یک مشکل باقی مانده است. به طور مشابه، بازیگران کسب و کار می‌توانند به عنوان صاحبان رسانه و به عنوان کارفرمای روزنامه‌نگاران منفرد، بلکه به عنوان مثال، به عنوان خریداران تبلیغات یا محتوا نیز عمل کنند. به طور خلاصه، بیان معانی، کاربردها و زمینه‌های مختلف استقلال رسانه‌ای به ما کمک می‌کند تا مشخص کنیم که در مورد استقلال چه کسی صحبت می‌کنیم، از چه چیزی باید باشند یا مستقل هستند، و با چه ابزاری توضیح دهیم. این امر اتصال ادعاهای مختلف و ارزیابی استقلال واقعی را در بحث‌های خاص آسانتر می‌کند. معنی و ارتباط استقلال همیشه

به موقعیت بستگی داشته و در زمینه های خاص، این مفهوم به وضوح مفید است. برای مثال، علاوه بر بحث در مورد استقلال سیاسی رسانه های خدمات عمومی، تأثیر تبلیغات یا مالکیت رسانه بر محتوای روزنامه نگاری، همچنان موضوعی مرتبط برای تحقیقات رسانه ای انتقادی است. استقلال همچنان به عنوان یک مفهوم اصلی در مطالعات فرهنگ روزنامه نگاری و هنجارهای حرفه ای آن مطرح اس با اینحال، تحقیقات در مورد فرهنگ های روزنامه نگاری در سراسر جهان حاکی از آن است که شرایط، محدودیت ها و تهدیدات درک شده آن در کشورهای مختلف متفاوت است. در این زمینه ها، استقلال به وضوح همچنان یک اصل محوری است و در هر مورد باید تلاش کنیم تا مشخص کنیم چه جنبه هایی از استقلال یا وابستگی را مرتبط می دانیم، اما اگر استقلال به عنوان یک مفهوم کاملاً نسبی درک شود، تقریباً هر کسی می تواند برای هر هدفی به آن استناد کند.

۵. فراتر از استقلال

استقلال را می توان نمونه ای از یک اصل روزنامه نگاری "مدرن" دانست که بسیاری اکنون آن را به طور فزاینده ای بی ربط و دست نیافتنی می دانند. همانطور که هالین استدلال کرده است، این ایده که روزنامه نگاری، به عنوان چهارمین رکن، می تواند واقعاً مستقل از سایر نهادها باشد و از تقسیم بندی ها و تضادهای اجتماعی برای تولید دانش اعتبار جهانی فراتر رود، در «مدرنیسم عالی» روزنامه نگاری نقش اساسی خواهد داشت. (Hallin, 2006) در دیدگاه پست مدرن، تأکید بر ذهنیت، نسبی گرایی و همه جانبه بودن روابط قدرت که همه رسانه ها و روزنامه نگاران در آن فعالیت می کنند، متداول است. حتی ممکن است این سوال مطرح شود که آیا استقلال همیشه مطلوب است؟ مفهوم استقلال رسانه تقریباً همیشه مثبت درک می شود. با اینحال، مفاهیم استقلال و خودمختاری را می توان با تداعی های منفی مانند انزواگرایی غیرسیاسی، خودکفایی، عدم تعهد، عینیت کاذب یا روزنامه نگاری «نگاهی از هیچ کجا» مرتبط کرد. (Rosen, 2010) می توان استدلال کرد که استقلال واقعی از همه منافع بیرونی نه ممکن است و نه مطلوب. همه رسانه ها به محیط اجتماعی و روابط قدرت آن ها وابسته هستند، و این ایده که رسانه ها فقط باید بر اساس منطق جزیره ای و کدهای هنجاری خودشان هدایت شوند، لزوماً حتی خیلی جذاب نیست. همانطور که بحث کردیم، محیط رسانه های دیجیتال و وابستگی های متقابل پیچیده آن تنها بر عدم امکان استقلال واقعی یا مطلق تأکید کرده است. همه اینها سؤالاتی را ایجاد می کند که آیا استقلال رسانه، به عنوان یک ارزش هنجاری که برای ارزیابی سازمان های رسانه ای در جامعه استفاده می شود، باید با ارزش های مناسبتری، مانند شفافیت، باز بودن یا تنوع، جایگزین شود؟ مک براید و روزنستیل (۲۰۱۳)، صراحتاً برای جایگزینی «مستقل عمل کن» با «شفاف بودن» به عنوان یک اصل اخلاقی هدایت کننده روزنامه نگاری استدلال کرده اند. وقتی روزنامه نگاری از منابع متنوعی نشات می گیرد، آن ها استدلال می کنند که مفهوم روزنامه نگاران به وضوح مستقل از آن هایی که پوشش می دهند، پیچیده تر خواهد بود، و به عنوان یک اصل، شفافیت روزنامه نگاران را به اقدامات و پاسخگویی سوق خواهد داد که استقلال آن ها را نشان نمی دهد. آمیت شچتر همچنین خواستار «حق شفافیت» مصرف کنندگان رسانه ها شده است، به این معنی که فراخوان های استقلال باید در رابطه با اهداف و اهداف اعلام شده سازمان های رسانه ای مختلف مورد قضاوت قرار گیرند. شچتر استدلال می کند که به جای تنها اعلامی های لفظی استقلال، انواع مختلف رسانه ها باید وفاداری ها و منافع زیربنایی خود را آشکارا افشا کنند تا شهروندان بتوانند آن ها را به خوبی ارزیابی کنند. در بحث های رسانه ای کنونی، تأکید بر چنین شفافیتی از بسیاری جهات برجسته است. به عنوان مثال، بحث در مورد تبلیغات بومی اغلب به افشای و شفافیت ختم می شود، بنابراین مصرف کنندگان می توانند به وضوح محتوای تبلیغاتی را از محتوای سرمقاله تشخیص دهند. به طور مشابه، بحث ها در مورد قدرت الگوریتم ها و اشکال جدید دروازه بانی اهمیت «پاسخ گویی و شفافیت الگوریتمی» را برجسته می کند، به عبارت دیگر، زمانی که الگوریتم ها به طور فزاینده ای بر قرار گرفتن در معرض اطلاعات ما تأثیر می گذارند، شرکت های نرم افزار باید روش های کار خود را افشا کنند تا کاربران بتوانند تأثیر آنها را درک کنند. به دلیل دشواری ایجاد استانداردهای

شناخته شده جهانی برای ارزیابی "استقلال رسانه"، می توان استدلال کرد که قضاوت‌های هنجاری در مورد رسانه ها، خواه مربوط به ساختار و یا محتوای آنها باشد، به طور فزاینده ای به سمت تاکید بر شفافیت، تنوع و باز بودن تغییر کرده است. اگر هیچ رسانه ای نتواند ادعا کند که واقعا مستقل یا عینی است، در این صورت بهترین حالتی که می توان امیدوار بود، اینست که گسترده ترین طیف ممکن از انواع رسانه های مختلف در دسترس کاربران قرار دارد. با اینحال، شفافیت، باز بودن و تنوع نیز مفاهیمی هستند که تقریباً هر کسی می تواند از آن استقبال کند. (Karpinen & Moe, 2016: 105-117) همچنین این می‌تواند آن‌ها را تا حدودی طفره‌آمیز و خالی کند، و بسیاری را به این باور برساند که آن‌ها نیز در حال تبدیل شدن به کلمات کلیدی با محتوای انتقادی کمی هستند. شفافیت و تنوع به خودی خود هیچ ارزش یا هدف خاصی را مشخص نمی کند که نیاز به پیشبرد یا محافظت داشته باشد. بنابراین مشکل جایگزینی استقلال با این مفاهیم، اینست که آنها نیز به همان اندازه مفاهیم مبهم و مورد بحث هستند شفافیت به تنهایی نمی تواند مشکلات مربوط به ساختارهای رسانه ای و مقررات دموکراتیک رسانه ها را بیش از استقلال رسانه حل کند.

بحث

مفهوم استقلال به دلیل کاربردهای ابزاری آن در لابی‌گری سیاسی می‌تواند بیشتر مورد انتقاد قرار گیرد. این مفهوم به طور فزاینده ای توسط بخش های مختلف رسانه برای تبلیغ برنامه های خود و تقویت مشروعیت خود در برابر چالش های ناخواسته استفاده می شود. آنچه تامبینی در مورد سوء استفاده از اصطلاح "آزادی مطبوعات" گفته است در مورد "استقلال رسانه" نیز صدق می کند: در بدترین حالت، "این اصطلاح به طور فزاینده‌ای برای محافظت از منافع شخصی یکی از بسیاری از رسانه های همگرا استفاده می شود. بخش‌ها، برای جلوگیری از اصلاحات و پایان دادن به بحث در مورد شکل مناسب پاسخگویی رسانه‌ها» (Tambini, 2012: 1-5) آیا این مستلزم آن است که معنای استقلال رسانه با کاربردهای فراوان آن از بین رفته است؟

نتیجه‌گیری

انتقاد از مفهوم استقلال رسانه به دلیل دست نیافتنی بودن و اتویایی بودن آن آسان است، زیرا هیچ رسانه‌ای نمی‌تواند واقعاً ادعا کند که مستقل است. همچنین پرواضح است که استقلال رسانه مفهومی است که معنای جهانی ندارد، در عوض، می‌تواند نشان‌دهنده آرمان‌های کاملاً متفاوت و اغلب متناقض باشد. در پایان می‌توان اذعان داشت رسانه‌های جمعی از هر نوع خاص، با رصد نمودن رفتارهای سازمانهای دولتی، مدیران و کارکنان آن نقش بسیار مهم و حیاتی را می‌توانند در کنترل فساد اداری ایفا نمایند. در واقع این مجموعه اثرگذار می‌تواند با اقداماتی شفاف، سریع و با حفظ استقلال خود کمکی در خشکاندن ریشه های پوسیده فساد اداری در سازمانهای دولتی نمایند. با این وجود، ما استدلال کرده‌ایم که استقلال رسانه‌ای در بحث‌های فعلی به سیاست رسانه‌ای مرتبط است. لذا تا زمانی که استقلال رسانه به عنوان یک چشم انداز مثبت یا "آرمان شهر" برای روزنامه نگاران، فعالان، سیاست گذاران یا سازمانهای رسانه-ای عمل کند، به وضوح اهمیت دارد. علاوه بر ایجاد انگیزه در افراد، بحث بر سر معنای استقلال و نیروهای مختلفی که باید از آن محافظت شود، به خودی خود اغلب برای روشن کردن جایگاه انواع مختلف شکل‌گیری‌های رسانه‌ای در جامعه مفید است. اما از منظر سیاست رسانه‌ای و پژوهش انتقادی، اذعان به این نکته ضروری است که معنای این مفهوم را نمی‌توان در هیچ تعریف جهانی تثبیت کرد.

- بنابراین، وقتی از استقلال رسانه صحبت می‌کنیم، ویژگیهای روابط بین نهادهای خاص از یک سو، از موسسات رسانه‌ای، از طریق فرهنگ‌های روزنامه‌نگاری تا سخنرانان فردی و از سوی دیگر، از محیط اجتماعی آنها، از جمله دولت، گروه‌های ذینفع سیاسی، بازار یا فرهنگ جریان اصلی صحبت می‌کنیم. لذا هر چقدر رسانه‌ها مستقل‌تر باشند به همان می‌زان ما شاهد دولتی پاسخگو با پشتوانه قوی رسانه‌ها خواهیم بود که می‌توانند به راحتی و بدون دغدغه خاطر هر حکمران و سیاستمداری را وادار به پذیرش خطای خود کنند. چرا که حکومتداری خوب حداقل رساندن موانع و حداکثر رساندن ارائه خدمات را گویند. برای موفقیت هر برنامه‌ای نیازمند ابزار ارتباطی می‌باشیم و مهمترین وسیله برقراری ارتباط با مردم و در مجموع مخاطب رسانه است.

- رسانه‌ها در تبلیغ ترویج حاکمیت قانون، شفافیت در عملکردها، جوابدهی از انجام فعالیت‌ها و حسابدهی از نتایج عملکردهای نهادهای دولتی به شهروندان می‌باشد. اصول فوق از بنیاد حکومتداری خوب را تشکیل می‌دهد.
- در درون حکومتداری خوب، داشتن سیستم مدیریت نوین عامه لازم است، مدیریت نوین عامه با تمرکز بیشتر بالای بخش خصوصی و استفاده از تجارب و سیاست‌های آنها در نهادهای دولتی یا مدیریت عامه می‌باشد.
- رسانه‌ها و نقش آن می‌تواند در حکومتداری خوب بارز باشد. اطلاع‌دهی از فعالیت‌های دولت، نظارت بر عملکرد نهادهای دولتی، سمت‌دهی و تبلیغ و ترویج افکار عامه از نقش اساسی رسانه‌ها در جوامع مردم‌سالار می‌باشد که این مهم پیشتر و بیشتر با مستقل بودن این نهاد محقق خواهد شد.

منابع

الف) فارسی

۱. ولد بیگی، عبدالشریف؛ مجیدی، حسن؛ ازغندی، علیرضا (۱۴۰۰)، "الگوی دولت شفاف برای جمهوری اسلامی ایران بر اساس نظریه داده بنیاد"، فصلنامه علمی پژوهشی جامعه‌شناسی سیاسی ایران، شماره ۳ (۱۵): ۲۸-۵۰.

ب) انگلیسی

1. Andrault, Marianne, and Philippe Dressayre. 1987. "Government and the Arts in France." In *The Patron State. Government and the Arts in Europe, North America, and Japan*, edited by Milton C. Cummings and Richard S. Katz, 17-45. New York: Oxford University Press.
2. Barlow, John Perry. 1996. *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. Accessed 30 March 2016. <http://www.eff.org/cyberspace-independence>.
3. Bennett, James. 2015. "Introduction: The Utopia of Independent Media: Independence, Working with Freedom and Working for Free." In *Media Independence: Working with Freedom or Working for Free*, edited by James Bennett and Niki Strange, 1-28. New York: Routledge.
4. Benson, Rodney, and Matthew Powers. 2011. *Public Media and Political Independence*. New York: Free Press.
5. Bohman, James. 1998. "The Coming of Age of Deliberative Democracy." *The Journal of Political Philosophy* 6 (4): 400-425. doi:10.1111/1467-9760.00061.

6. Brüggeman, Michael, Frank Esser, and Edda Humprecht. 2012. "The Strategic Repertoire of Publishers in the Media Crisis: The 'Five C' Scheme in Germany." *Journalism Studies* 13 (5–6):742–752. doi:10.1080/1461670X.2012.664336.
7. Couldry, Nick. 2009. "Does 'the Media' Have a Future?" *European Journal of Communication* 24 (4):437–449. doi: 10.1177/0267323109345604.
8. Curran, James, Des Freedman, and Natalie Fenton. 2012. *Misunderstanding the Internet*. London: Routledge.
9. Elena, S., Aquilino, N., & Pichón Rivière, A. (2014). Emerging impacts in open data in the judiciary branches in Argentina, Chile and Uruguay: Case study. <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/handle/10625/55366>
10. ENPA (European Newspaper Publishers' Association). 2016. "Policy Issues." Accessed 30 March 2016. "Annual Report." <http://www.enpa.eu/policy-issues>.
11. Gallie, Walter B. 1956. "Essentially Contested Concepts." *Proceedings of the Aristotelian Society* 56:167–198.
12. Habermas, Jürgen. 2006. "Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research." *Communication Theory* 16 (4): 411–426. doi:10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x. "MEDIA INDEPENDENCE" 117
13. Hallin, Daniel C. 2006. "The Passing of the 'High Modernism' of *American Journalism Revisited*." *Political Communication Report* 16 (1). Accessed 30 March 2016. http://www.jour.unr.edu/pcr/1601_2005_winter/commentary_hallin.htm
14. Hallin, Daniel C., and Paolo Mancini. 2004. *Comparing Media Systems—Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
15. Hanretty, Chris. 2010. "Explaining the De Facto Independence of Public Broadcasters." *British Journal of Political Science* 40 (1): 75–89. doi: 10.1017/S000712340999024x.
16. Herzog, Christian, and Kari Karppinen. 2014. "Policy Streams and Public Service Media Reforms in Germany and Finland." *European Journal of Communication* 29 (4): 416–432. doi:10.1177/0267323114530581.
17. Hesmondhalgh, David. 1999. "Indie: The Institutional Politics and Aesthetics of a Popular Music Genre." *Cultural Studies* 13 (1): 34–61. doi: 10.1080/095023899335365.
18. Hibberd, Matthew. 2001. "The Reform of Public Service Broadcasting in Italy." *Media, Culture & Society* 23 (2): 233–252. doi: 10.1177/016344301023002005.
19. Hillman-Chartrand, Harry, and Claire McCaughey. 1989. "The Arm's Length Principle and the Arts: An International Perspective—Past, Present and Future." In *Who's to Pay for the Arts? The International Search for Models of Arts Support*, edited by Milton C. Cummings and J. Mark Davison Schuster, 43–80. New York: ACA Books.
20. Humphreys, Peter. 1994. *Media and Media Policy in Germany—The Press and Broadcasting since 1945*. Oxford: Berg Publishers.

21. Hunter, Andrea. 2015. "Crowdfunding Independent and Freelance Journalism: *Negotiating Journalistic Norms of Autonomy and Objectivity*." *New Media & Society* 17 (2): 272–288. doi:10.1177/1461444814558915.
22. Ismail, Z. (2019). *Government Communication Capacity and Media Freedom*. K4D Helpdesk Report. Birmingham UK: University of Birmingham. https://gsdrc.org/wpcontent/uploads/2019/08/579_Government_Communication_and_Media_Freedom.pdf
23. Jesuit Hakimani Centre (2014). *Open government data for effective public participation: findings of a case study research investigating the Kenya's open data initiative in urban slums and rural settlements*. Jesuit Hakimani centre. <http://www.opendataresearch.org/project/2013/jhc.html>.
24. Karppinen, Kari, and Hallvard Moe. 2013. "A Critique of 'Media Governance'." In *Communication and Media Policy in the Era of Digitization and the Internet—Theories and Processes*, edited by Maria Löblich and Senta Pfaff-Rüdiger, 69–80. Baden Baden: Nomos.
25. Karppinen, Kari, and Hallvard Moe. 2016. "What We Talk about When We Talk about 'The Market': Conceptual Contestation in Contemporary Media Policy Research." *Journal of Information Policy* 4: 327–341. doi:10.5325/jinfopoli.4.2014.0327.
26. Lathrop, Daniel; Ruma, Laurel (2010). *Open Government: Transparency, Collaboration and Participation in Practice*. O'Reilly Medi, February. ISBN 978-0-596-80435- 0. OL 24435672M.
27. Mangset, Per. 2009. "The Arm's Length Principle and the Art Funding System: A Comparative Approach." In *What About Cultural Policy? Interdisciplinary Perspectives on Culture and Politics*, edited by Miikka Pyykkönen, Niina Simanainen, and Sakarias Sokka, 273–299. Helsinki: Minerva.
28. McBride, Kelly, and Tom Rosenstiel. 2013. "Introduction: New Guiding Principles for a New Era of Journalism." In *The New Ethics of Journalism*. Principles for the 21st Century, edited by Kelly McBride and Tom Rosenstiel, 1–6. London: Sage.
29. OECD. (nd). *The Contribution of Public Communication and Media Ecosystems to Open Government Principles*. OECD, <https://www.oecd.org/gov/public-communication-and-media-for-a-more-open-government-flyer.pdf>
30. Piety, Tamara. 2015. "Killing the Golden Goose: *Journalism and Sponsored Content*." Keynote paper presented at the *Communicative Democracy: Protecting, Promoting and Developing Free Speech in the Digital Era* conference, Gothenburg, October 6.
31. Reich, Zvi, and Thomas Hanitzsch. 2013. "Determinants of Journalists' Professional Autonomy: Individual and National-level Factors Matter more than Organizational Ones." *Mass Communication & Society* 16 (1): 133–156. doi:10.1080/15205436.2012.669002.
32. Rosen, Jay. 2010. "The View from Nowhere: Questions and Answers." PressThink blog. Accessed 30 March 2016. <http://pressthink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/>
33. Stockmann, Daniela. 2013. *Media Commercialization and Authoritarian Rule in China*. Cambridge: Cambridge University Press.

34. Taylor, Andrew. 1997. “ArmsLength But HandsOff”. Mapping theNewGovernance: TheDepartment of National Heritage and Cultural Politics in Britain.” Public Administration 75 (4): 441–466.
35. Turow, Joseph. 2012. The Daily You: How the New Advertising Industry Is Defining Your Identity and Your Worth. New Haven, CT: Yale University Press.
36. van Dijck, José. 2013. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Oxford: Oxford University Press.
37. van Dijck, José. 2014. “Datafication, Dataism and Dataveillance: Big Data between Scientific Paradigm and Ideology.” Surveillance & Society 12 (2): 197–208. Accessed 30 March 2016. <http://library.queensu.ca/ojs/index.php/surveillance-and-society/article/view/datafication>.
38. World Bank. (2009). The Contribution of Government Communication Capacity to AchievingGood Governance Outcomes. <http://documents.worldbank.org/curated/en/511591468331052544/The-contribution-of-government-communication-capacity-to-achieving-good-governance-outcomes>.