

بخش ۱۶ - نظارت/ارزشیابی آزادی بیان و دسترسی به منابع^۱

خلاصه بخش: مسایلی کلیدی در جامعه‌ی دموکراتیک وجود دارد که اهمیتی فراتر از روند انتخاباتی دارند. این بخش، پس از بررسی کوتاه اهمیت مسایلی خاصی که در روند انتخاباتی وجود دارد، مطرح می‌کند که تا چه میزان می‌توان محدودیت بر آزادی بیان که معمولن در طول انتخابات اعمال می‌شود را پذیرفت؛ مسایل مربوط به تساوی و انصاف در دسترسی/عملکرد کمپین‌های انتخاباتی هم به طور کلی و هم در ارتباط ویژه با کمپین انتخابی؛ جایگزین‌های چندی که در سازمان دهی در بندهی نظارتی موجود است؛ و انواع گوناگون ارعاب و سرکوب که احتمال دارد روی دهد. این بخش با چک‌لیست مشروح مسایلی که ناظرین باید ارزشیابی کنند پایان می‌پذیرد.

۱. اهمیت موضوع

آزادی بیان، بخش جدایی‌ناپذیر دموکراسی است و باید در چارچوب قانونی یک کشور تامین شود. این حق اساسی، ضامن دریافت و بهره‌مندی اعضای جامعه از اطلاعات بدون سانسور و بدون محدودیت و مداخله است. حق انتشار آزادانه و بدون محدودیت، یکی از شرایط اساسی آزادی بیان است و همچنین رکن هر جامعه‌ی دموکراتیک است. رسانه‌های مستقل و متنوع بهترین راه ضمانت بیان و مطرح شدن عقاید و دیدگاه‌های مختلف در صحنه‌ی عمومی‌اند. برای روند انتخاباتی اصیل دموکراتیک می‌بایست نامزدها و احزاب سیاسی حق داشته باشند عقاید سیاسی و بیانیه‌های خود را در رسانه‌ها مطرح سازند تا رای دهندگان اطلاعات گوناگون را دریافت کنند و انتخاب آگاهانه داشته باشند. رسانه‌ها، در طول دوره‌ی انتخابات، نقشی اساسی و تاثیرگذار در نزدیک ساختن نامزدها و احزاب سیاسی به رای‌دهندگان ایفا می‌کنند. از این لحاظ، رسانه محفل اصلی برای مطرح ساختن مباحثات رقابت. رسانه، منبع اصلی اخبار و تحلیل‌های مربوط به بیانیه‌های رقابتی انتخاباتی و همچنین ابزاری برای انتشار اطلاعات مربوط به روند انتخابات - از قبیل تدارکات، رای دهی، نتایج آراء، و نیز آموزش رای‌دهندگان است. بنابراین، رسانه‌ها در طول دوره‌ی انتخابات مسوولیت بزرگی بر عهده دارند و ضروری است که رسانه‌های همگانی از قبیل رادیو و تلویزیون و روزنامه، انتخابات را به نحو منصفانه و بیطرفانه و متعادل پوشش دهند تا مردم از عقاید و ایده‌های گوناگون سیاسی مطلع گردند.

۲. مسایل اصلی مربوط به آزادی بیان و دسترسی به رسانه

تعدادی مسایل مربوط به گروه نظارت است که باید بدان‌ها پرداخت و ارزشیابی شان کرد. در بخش‌های بعدی به اختصار بدان‌ها خواهیم پرداخت. پس از بررسی این مسایل، چک لیستی ارائه می‌شود که شامل برخی پرسش‌هایی است که باید بدان‌ها پاسخ داد.

پذیرفتاری محدودیت‌های آزادی بیان: آزادی بیان هرگز مطلق نیست و حتی وقتی قرار برگزاری انتخابات نباشد [آزادی بیان] وجود دارد. آزادی بیان به معنی توجیه اهانت به اشخاص نیست و قانون باید زیاده روی‌ها را مجازات کند. با این همه، محدودیت‌ها باید معقول باشند. اعلامیه‌ی جهانی، پیمان‌های بین‌المللی، پیمان آمریکایی و پیمان اروپایی همگی آزمون سه-بخشی و ضروری‌ای را طراحی کرده‌اند که مشروعیت محدودیت بر آزادی بیان را مشخص می‌سازد. نخستین شاخه‌ی این آزمون بیان می‌دارد که هر گونه محدودیتی باید از سوی قانون ایجاد شود. دوم این که هر محدودیتی باید در خدمت هدف مشروعی باشد که صریحن در متن ذکر شده باشد. سوم این که هر نوع محدودیتی باید نشان دهد که ضروری است. در مورد دوره‌ی انتخاباتی، چندین محدودیت مشروع اضافی ذکر شده است. برای نمونه، رسم است که روز پیش از انتخابات روز «سکوت» باشد تا رای‌دهندگان فرصت اندیشیدن داشته باشند. اما این دوره‌ی سکوت، نباید بیش از یک یا دو روز باشد. دوم این که، معمولن قوانینی وجود دارد که مانع از انتشار موادی می‌شوند که احتمال دارد عداوت نژادی یا دینی را برانگیزاند و توجه عمده‌ی عموم را به خود جلب کند^۲. آخرین مورد، رسم است که انتشار اطلاعات تکنیکی در مورد برگه‌های نظرسنجی الزامی باشد، و نیز انتشار نظرسنجی را در یک مرحله پیش از روز رای‌گیری ممنوع سازند. همچنین ابزار قانونی وجود دارد که رسانه‌ها را تشویق می‌کند توجه داشته باشند که در کار ایشان منافع عمومی به بهترین نحو تامین شود. هر اقدام قانونی در مورد رسانه‌ها، نباید فعالیت‌های رسانه‌ها را بیش از اندازه محدود کند و نباید محدودیت‌های غیرضروری اعمال کند. محدودیت‌های رسانه‌ای باید متناسب باشد و «در جامعه‌ی دموکراتیک اضطراب داشته باشد». بند

^۱ این بخش عمدتاً بر اساس بخش ۴.۷ راهنمای نظارت انتخاباتی اتحادیه‌ی اروپا، بروسل، کمپسیون اروپا، ۲۰۰۸، نوشته شده است.

^۲ رویداد تلخ و ناگوار رواندا، عمدتاً به این خاطر رخ داد که ایستگاه رادیویی میل کولینز، عداوت نژادی را برانگیخت. رویداد رواندا به ما یادآوری می‌کند که هرگاه به چنین سخنانی اجازه داده شود تا بیان شوند باید منتظر پیامدهای ناگواری بود.

۱۹ راهنمای آزادی بیان، لندن، ۱۹۹۳، اطلاعات مشروحی درباره‌ی قوانین و استانداردها و رویه‌های بین‌المللی و تطبیقی ارائه می‌دهد و تعداد زیادی مورد پژوهی و نمونه‌ی پژوهشی دارد.

دسترسی و برخورداری برابر و منصفانه

قوانین و مقررات رسانه‌ای باید دسترسی آزاد و برابر را برای همه‌ی نامزدها و احزاب سیاسی فراهم آورد تا بتوانند تبلیغات سیاسی کنند. با همه‌ی نامزدها باید به یکسان برخورد کنند تا دسترسی مساوی به فضای تبلیغاتی داشته باشند. در مواردی که همه یا بخشی از تبلیغات رایگان است و هزینه را مقامات انتخاباتی می‌پردازند، مصداق انصاف مطرح می‌شود. انصاف را نباید با تساوی یکی گرفت. انصاف، مفهوم کلیدی است که با تعادل گره خورده است. گرچه با احزاب سیاسی و نامزدهای گوناگونی که در انتخابات ثبت نام کرده اند باید به تساوی برخورد کرد، اما امکان دارد این احزاب از حمایت و جایگاه بالاتری در جامعه برخوردار باشند. رسم است که زمان رسانه‌ای را متناسب با شاخص‌هایی که نمایانگر حمایت جامعه از حزب است اختصاص دهند - [شاخص‌هایی مانند] شمار رای‌هایی که در انتخابات پیش کسب کرده اند، شمار کرسی‌هایی که در پارلمان کسب کرده اند، و مانند آن. برای جلوگیری از تبعیض در حق احزاب کوچک یا احزابی که در انتخابات قبلی شرکت نداشته اند، در غالب موارد باید زمان برابر به ایشان اختصاص داد، و در دیگر موارد مطابق ابعاد حمایتی که از حزب مزبور، بر اساس مدارک و نشانه‌ها صورت گرفته، عمل شود.

انصاف در رابطه با پوشش رسانه ای کمپین: مفهوم "بیطرفی مقتضی" به این معنی نیست که رسانه‌ها نمی‌توانند نامزدها و احزاب را نقد کنند، بل به این معنی است که دیدگاه‌های متفاوت را ارایه دهند، واقعیت‌ها را بازتاب دهند و بین اخبار و دیدگاه کارمندان رسانه‌ها تفاوت قایل شوند. احزاب بزرگ که از حمایت گسترده‌ای برخوردار هستند، طبیعتاً در رسانه‌های خبری، بیش‌تر مطرح می‌شوند. مفهوم انصاف، بر اساس ایده‌ی تناسب بنا شده است، در کشورهایی که احزاب سیاسی زیادی فعالیت می‌کنند، به نظر می‌رسد سیاست رسانه‌ای معقول این باشد که احزاب بزرگ، بیشتر پوشش رسانه‌ای شوند. رسانه‌های شخصی و عمومی، وظایف و مسوولیت‌های متفاوتی دارند. رسانه‌هایی که دولتی هستند و از بودجه‌ی عمومی برخوردارند مسوولیت ویژه‌ای دارند که در طول دوره‌ی کمپین انتخاباتی متعادل و بیطرف باشند. رسانه‌های دولتی، به خاطر نقش منحصر به فردی که در جامعه دارند، به عنوان بخشی از مسوولیتی که در قبال مردم دارند باید به احزاب و نامزدها اجازه دهند که دسترسی منصفانه‌ای به اینگونه رسانه‌ها داشته باشند. رسانه‌های عمومی، در طول برگزاری کمپین انتخاباتی، نباید وظایف رسمی مقامات را به طرز نامتناسبی پوشش دهند، و بایستی گزارش‌های مربوط به وظایف رسمی مقامات را از دیگر فعالیت‌های کمپینی جدا سازند. در مواردی که رسانه‌های عمومی اجازه داده اند که احزاب دسترسی آزادی به برنامه‌های رسانه‌ای سیاسی و حزبی داشته باشند، این برنامه‌ها بایستی بدون دخالت سردبیران تهیه شوند. برنامه‌سازان بایستی مسوول و پاسخگوی نظرات نامزدها باشند. برنامه‌های رسانه‌ای آزاد سیاسی باید در طول ساعات پرمخاطب پخش شوند، یعنی ساعاتی که برنامه بیشترین مخاطب را دارد. زمان برنامه باید بدون تبعیض تعیین شود - برای نمونه، با قرعه‌کشی تعیین شوند - و مدت این زمان باید پیش از این که کمپین آغاز شود مشخص گردیده باشد. گرچه نمی‌توان همین وظایف را در مورد برنامه‌سازان شخصی صادق دانست، اما حرفه‌ی روزنامه‌نگاری مستلزم آن است که همچنان در پوشش خبری بیطرفی و تعادل را حفظ کنند. در مورد روزنامه‌ها می‌توان پذیرفت که در سرمقاله‌ها از حزب سیاسی معین حمایت کنند؛ با این همه باید خبر، عقیده و سرمقاله از هم جدا باشد و بین واقعیت و عقیده تمایز قایل شوند.

ویژگی‌های نظارت رسانه‌ای: رویکردهای متفاوت - و مشروعی - به نظارت رسانه‌ای در رابطه با روند انتخاباتی وجود دارد. در برخی موارد، مقام ناظر رسانه‌ای که مسوول بررسی فعالیت رسانه‌هاست، مسوول نظارت بر مقررات مربوط به انتخابات نیز است. امتیاز این راهکار آن است که مسوولیت مسایل سازمانی را دارد که از منابع و دانش لازم برای نظارت کارآمد و موثر برخوردار است. در موارد دیگر، این مسوولیت بر دوش واحد ویژه‌ی مدیریت انتخابات است. آخر این که، موارد اندکی موجود است که الگوی خودتنظیم به عنوان مشی رسانه انتخاب شده است، و مقام نظارت عمدتاً شامل نمایندگان رسانه‌هاست. در برخی موارد نیز، ترکیبی از آنها انتخاب شده است - برای نمونه، هیئت نظارت بر انتخابات مسوول نظارت است، اما همراه با پشتیبانی شورایی که مرکب از نمایندگان رسانه‌هاست این مسوولیت را انجام می‌دهند. در همه‌ی موارد، باید در نظر گرفت که نظارت بر رسانه‌ها کاری پیچیده و پرهزینه است چرا که نه تنها باید رسانه‌های ملی، که رسانه‌های محلی و بومی را نیز نظارت کرد، و همین مساله مستلزم آن است که شبکه‌ای منطقه‌ای از واحدهای نظارتی ایجاد شود.

هر کدام از این الگوها که انتخاب شود، گروه نظارت باید بیطرفانه و مستقل و شفاف و قاطع عمل کند تا وظیفه‌ی خویش را انجام دهد و عملکرد مطابق قانون رسانه‌ها را تضمین کند. همچنین باید تخطی‌های احتمالی را مورد بازرسی قرار داد و به محض آن که این گونه تخطی‌ها روی داد چاره‌ی موثر در پیش گرفت. شیوه‌ی موثری از تسلیم شکایت نیز باید ایجاد کرد تا ابزاری اصلاحی برای خودتنظیمی و قانون‌گرایی فراهم آید. هرگونه مجازاتی که گروه نظارت اعمال می‌کند باید با تخطی که رسانه مرتکب شده متناسب باشد، و باید شامل اصلاح و پیگیری خبر غیرموثق باشد تا اولین گام مقررات اجرا شده باشد. اگرچه ممکن است ابزار دیگری نیز در دسترس گروه نظارت باشد، اما این ابزار نباید شامل مجازات‌های کیفی یا دیگر ابزاری باشد که تأثیر دلسردکننده بر رسانه دارند و منجر به خودسانسوری در روزنامه‌نگاران می‌شوند، یا به هر روی آزادی رسانه را خفه کند.

ارباب بالقوه: موضوع ویژه‌ای که باید بررسی شود، حضور بالقوه‌ی اشکال مختلف ارباب روزنامه‌نگاران و مطبوعات است. دولت وظیفه دارد روزنامه‌نگاران را از حمله یا ارباب محافظت کند، فضای کاری ایمنی برای روزنامه‌نگاران فراهم آورد و ترتیبی دهد که روزنامه‌نگاران به خاطر گزارش‌هایی که می‌دهند ترس از انتقام نداشته باشند. هر نوع خشونت علیه روزنامه‌نگاران (از قبیل آزار و ارباب) مانند هر اقدام غیرقانونی دیگری با آزادی رسانه‌ها در تضاد است، و باید مورد بررسی و پیگرد قانونی قرار گیرد. باید به انواع ظریف‌تر و زیرکانه‌تر فشار و ارباب، مانند فقدان انصاف در توزیع تبلیغات دولتی نیز پرداخت.

وارسی رسانه‌ها: گهگاه گروه ناظر تصمیم می‌گیرد مستقیم محتوای رسانه‌ها را نظارت و ارزش‌یابی کند. این گزینه‌ی مهمی است گرچه بی‌اندازه پرهزینه و پیچیده خواهد بود. وارسی عملکرد رسانه‌ها - وقتی بیطرفانه و حرفه‌ای و مبتنی بر روش‌شناسی معتبر باشد - مشخص می‌سازد که آیا این جنبه‌ی مهم روند انتخابات، یعنی عملکرد رسانه‌ها، به برگزاری انتخابات دمکراتیک کمک کرده است یا نه. بازرسی رسانه‌ها می‌تواند این موارد را ارزیابی کند؛ میزان پوشش موضوعات انتخاباتی، حضور یا عدم سمت‌گیری خبری، تناسب دسترسی نامزدهای انتخاباتی به رسانه‌ها، و اینکه آیا اطلاعاتی که از طریق اخبار و پیام‌های سیاسی مستقیم و برنامه‌های اطلاعات عمومی و آگهی‌های آموزش رای‌دهندگان به رای‌دهندگان منتقل شده است کفایت داشته است یا نه. وارسی رسانه‌ها می‌تواند اثبات کند که رقبای سیاسی و مردم به رسانه‌ها و مقامات انتخاباتی و حکومتی که مسوول برگزاری انتخاباتی سالم هستند باید اعتماد کنند. از طریق وارسی به موقع می‌توان قصور و کوتاهی‌های عملکرد رسانه‌ها را تشخیص داد و اقدامات اصلاحی را انجام داد. وقتی از قدرت رسانه‌های همگانی برای تحت تأثیر قرار دادن انتخاب‌های رای‌دهندگان سواستفاده می‌شود، باید آن را نیز باید مستند ساخت؛ این کار به مردم و جامعه‌ی بین‌المللی اجازه می‌دهد ماهیت حقیقی روند انتخاباتی را آن طور که هست ببینند.

همانطور که در بالا اشاره شد، وارسی رسانه‌ها کار پیچیده‌ای است، و تقریباً غیرممکن است که بخواهیم آن را فقط در محدوده‌ی یک بخش خلاصه کنیم. اما رابرت نوریس و پاتریک مرلو، راهنمای کامل و روشنی برای سازمان و وظایف گروه بازرسی رسانه‌ها آماده کرده اند؛ "بازرسی رسانه‌ها جهت پیشبرد انتخاباتی دمکراتیک: راهنمایی برای سازمان‌ها و شهروندان"، موسسه دمکراتیک ملی، واشینگتن، ۲۰۰۲، که به این کتاب ضمیمه شده است.

۳. چکلیست

چکلیستی که در زیر آمده است که ناظران می‌توانند از آن استفاده کنند. این چکلیست عیناً از راهنمای نظارت انتخاباتی اتحادیه‌ی اروپا نقل شده است.

در رابطه با چشم‌انداز رسانه‌ها

- آیا چارچوب قانونی، آزادی رسانه‌ها را تضمین کرده؟ اگر کرده، آیا این آزادی در عمل هم وجود دارد؟
- آیا رسانه‌ها قادرند آزادانه کار کنند و بدون سانسور (از جمله خود-سانسوری) و ارباب و منع و مداخله عمل کنند؟
- آیا هیچ خشونت‌ی علیه روزنامه‌نگاران وجود دارد؟ اگر وجود دارد، آیا این خشونت‌ها در انتخابات هم پدیدار می‌شود؟
- آیا حکومت هیچ رسانه‌ای را تعطیل کرده است؟ اگر کرده است، تحت چه شرایطی بوده و آیا انگیزه‌های سیاسی داشته است؟
- آیا حکومت هیچ رسانه‌ای را تحت آزار و حمله قرار داده است (از قبیل ممیزی مالیاتی)؟

- آیا افترا و توهین جرم به شمار می آید؟ اگر جرم به شمار می آید، آیا هیچ روزنامه‌نگاری به خاطر گزارش طبق این جرم مجازات شده است؟ آیا در رابطه با انتخابات موردی مشاهده شده است؟
- آیا رسانه‌ها مورد شکایت قانونی و انتخاباتی قرار گرفته اند؟
- آیا به برنامه‌های رسانه‌ها، بیطرفانه و به دور از وابستگی سیاسی جواز داده می شود؟
- آیا محیط تکثرگرا و مستقل رسانه‌ای وجود دارد تا دستیابی به عقاید گوناگون سیاسی را فراهم آورد؟
- مردم از چه راه‌هایی می توانند بیشترین اخبار انتخاباتی را دریافت کنند؟ تلویزیون؟ رادیو؟ روزنامه؟ دیگر منابع؟
- آیا رسانه‌ها عملکرد حرفه ای دارند؟

در رابطه با پوشش رسانه‌ای انتخابات

- آیا چارچوب مقرراتی روشن و ثابتی برای پوشش رسانه‌ای انتخابات وجود دارد؟
- آیا این چارچوب مقرراتی اجازه می دهد که رسانه‌ها در طول کمپین انتخابات آزادانه و بدون سانسور کار کنند؟
- آیا این چارچوب مقرراتی، حق دسترسی منصفانه و بدون تبعیض همه‌ی نامزدها و احزاب سیاسی شرکت کننده در انتخابات به رسانه ها را فراهم می آورد؟ آیا رقبا نیز امکان دارند از این حقوق برخوردار شوند؟
- آیا رسانه‌ها - از طریق گزارش‌های خبری و تحلیل‌ها و مباحث - اطلاعات کافی فراهم می آورند تا را دهندگان را قادر سازند که در انتخابات گزینش آگاهانه صورت دهند؟ آیا این اطلاعات منصفانه و متعادل و بیطرفانه فراهم شده است؟
- آیا رسانه‌ها اطلاعاتی عینی درباره‌ی مدیریت اجرایی انتخابات ارایه می دهند و آیا در راستای آموزش رای‌دهندگان کاری انجام می دهند؟
- آیا مقرراتی برای تبلیغات سیاسی غیررایگان وجود دارد، آیا هزینه‌ها و شرایط معقول است، و به طور مساوی ارایه شده است؟ آیا هزینه‌های تبلیغات سیاسی به طور شفاف طبقه‌بندی شده اند؟
- آیا رسانه‌ای هست که به نفع نامزد یا حزب سیاسی عمل کند؟
- آیا در گزارش‌های رسانه‌ها، تبعیضی نژادی، قومی، جنسیتی، یا دینی وجود دارد؟ آیا کلیشه به کار می گیرند؟
- آیا رسانه‌ها متنی را پوشش قرار داده اند که به عنوان کلام نفرت‌مدار تلقی شود؟ آیا نمونه‌هایی از تهمت به نامزدها یا تحریف پیام‌های کمپینی وجود دارد؟
- اگر ممنوعیت‌هایی بر انتشار برگه‌های رای یا «دوره‌ی سکوت رسانه‌ای» در پیش از انتخابات اعمال شده باشد، آیا مقررات رسانه‌ای با این ممنوعیت‌ها منطبق هستند؟
- آیا قانون، در مواردی که مقررات رسانه‌ای زیر پا گذاشته شد، بی‌درنگ راهکارهای اصلاحی را ارائه است؟ آیا کرده و آیا این راهکارها موثر بوده‌اند؟

در رابطه با رسانه‌های دولتی یا عمومی

- آیا رسانه‌های دولتی همه‌ی نامزدها و احزاب سیاسی را منصفانه و متعادل و بیطرفانه پوشش می دهند؟ آیا هیچ سمت‌گیری ملاحظه شده است، اگر شده است، به نفع چه کسی بوده است؟
- آیا همه‌ی نامزدها و احزاب سیاسی دسترسی منصفانه ای به امکانات چاپی یا برنامه‌های تلویزیونی، رادیویی، اینترنتی انتخاباتی که رسانه‌های دولتی/عمومی برگزار می کنند دارند؟ آیا این دسترسی، رایگان است؟
- آیا رسانه‌های دولتی/عمومی، مسوولیتی که در زمینه‌ی آگاهسازی مردم درباره‌ی مسایل مربوط به انتخابات دارند را انجام می دهند؟
- آیا شکایتی در مورد پوشش نامنصفانه یا دخالت در امکانات رایگان چاپی/برنامه‌ای موجود در رسان های دولتی و عمومی صورت گرفته است؟
- آیا رسانه‌های عمومی، مستقل از حکومت عمل می کنند؟

در رابطه با رسانه‌های خصوصی

- آیا رسانه‌های خصوصی مردم را به اندازه‌ی کافی در جریان کمپین انتخاباتی و مسایل انتخاباتی قرار می دهند؟ آیا این پوشش انتخاباتی، بیطرفانه و متعادل بوده است؟ اگر رسانه‌های خصوصی سمت‌گیری در پوشش انتخاباتی خود داشته اند، به نفع چه کسی بوده است؟

- آیا رسانه‌های خصوصی در مالکیت نامزدها یا احزاب سیاسی هستند؟ اگر هستند، آیا این امر تعادل کلی پوشش رسانه‌ای انتخابات را تحت تاثیر قرار می‌دهد؟
- آیا مالکیت رسانه‌های خصوصی در دست افراد انگشت‌شماری متمرکز شده است، آن چنان که می‌توانند پوشش انتخاباتی را سمت‌گیرانه و نامتعادل سازند؟

در رابطه با بدنه‌ی نظارت بر رسانه‌ها

- آیا بدنه‌ی نظارت بر رسانه‌ها وجود دارد؟ اگر وجود دارد، آیا مستقل عمل می‌کند و رفتار بیطرفانه و شفاف و حرفه‌ی دارد؟ آیا آزاد است بدون مداخلات غیرضروری عمل کند؟ آیا گروه نظارت رسانه‌ها، مورد اعتماد بدنه‌ی دست‌اندرکاران انتخابات، و به ویژه صنعت رسانه‌ای هست؟ آیا به طور مستقل پوشش رسانه‌ای انتخابات را کنترل می‌کند؟ آیا در مواجهه با شکایت‌های مربوط به رسانه‌ها موثر است؟