

جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه از دیدگاه خوانندگان

دکتر نعیم بدیعی *

وسایل ارتباط جمعی^(۱)، همانند دستگاه سلسله اعصاب بدن که اندامهای مختلف را به یکدیگر متصل می‌کنند، میلیونها انسان را نه تنها در داخل یک کشور، بلکه در این « دهکده جهانی^(۲) » به هم مرتبط می‌سازند. وسایل ارتباط جمعی (روزنامه، رادیو و تلویزیون)، این توانایی را دارند که در مواقع گوناگون آگاهی‌ها و هشدارهای لازم را به افراد جامعه بدهند تا آنها بتوانند، با تصمیم‌گیریهای آگاهانه، به فعالیت‌های خود ادامه دهند.

نکته قابل ملاحظه‌ای که بین وسایل ارتباط جمعی و افراد جامعه وجود دارد این است که هر دو از اجزاء مرتبط یک نظام اجتماعی می‌باشند که برای ادامه حیات باید قدرت شناخت و توانایی رویارویی با مسایل سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و غیره را داشته باشند. جوامعی که نتوانند مسایل و مشکلات خود را بشناسند و در صدد یافتن راه حل برای آن برآیند، نمی‌توانند به حیات خود ادامه دهند و در نتیجه فناپذیر هستند. پیش از آن که بتوانیم با مسایل و مشکلات مبارزه کنیم، باید در درجه اول از آنها آگاه باشیم و آنها را بشناسیم.

* استادیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی

1) mass communication media

2) " global village "

وظایف وسایل ارتباط جمعی

یکی از مهمترین وظایف وسایل ارتباط جمعی، بخصوص روزنامه، گسترش دانش و اطلاعات مخاطبان در زمینه‌هایی است که امکان دسترسی و تجربه مستقیم از رویدادها و موضوعهای مختلف برای آنان فراهم نباشد. در بین سازمانها و نهادهای گوناگونی که در جامعه فعالیت می‌کنند، وظیفه جمع‌آوری، تدوین و انتقال اطلاعات و تأمین نیازهای مخاطبان در زمینه‌های مختلف به عهده وسایل ارتباط جمعی است. دنیائی که در آن زندگی می‌کنیم، در بسیاری از موارد، دور از چشم و ذهن ماست. این دنیا باید شناخته، تبیین و متصور شود (۱). آنچه در صحنه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و غیره رخ می‌دهد، برای همه مردم قابل دسترسی یا تجربه مستقیم نیست. وسایل ارتباط جمعی با ارائه اخبار و اطلاعات گوناگون - آگاهانه یا ناخودآگاه - می‌کوشند به شکل‌گیری ذهنیات ما از محیط اطراف کمک کنند.

ارائه اطلاعات درست به منظور دستیابی به واقعیت‌های محیط اطراف با وجود عوامل گوناگونی که در فرایند انتقال اطلاعات از رویداد تا خواننده وجود دارد، کار ساده‌ای نیست، عوامل مختلف درون سازمانی و بیرون سازمانی بر این فرایند تأثیر متقابل دارند. (۲)

در سالهای اخیر، تأکید تازه‌ای بر مفهوم « شکل‌گیری واقعیت‌های اجتماعی^(۱) » به عنوان یکی از مهمترین آثار اجتماعی پیامهای ارتباطی مورد بررسی پژوهشگران قرار گرفته است. (۳) امروز سؤال این نیست که پیامهای ارتباطی چگونه بر نگرشها، اعتقادات، باورها و رفتارهای مخاطبان تأثیر می‌گذارند، بلکه سؤال اینست که رسانه‌ها چه کمکی به تبیین مخاطبان از محیط اطراف خود می‌کنند. در اینجا فرض بر اینست که رسانه‌ها می‌توانند با تأکید و برجستگی انتخابی خود بر ارزشها، هنجارها و رویدادهای گوناگون به شکل‌گیری ادراکات ما از محیط اطراف کمک کنند. روزنامه، به عنوان یکی از مهمترین

1) construction of social realities

رسانه‌های ارتباط جمعی، نقش مهمی را در شکل‌گیری واقعیت‌های اجتماعی مخاطبان ایفا می‌کند. با ارائه اطلاعات درست، لازم و کافی، اظهار نظرها و دیدگاههای مختلف، بررسی و تشریح رویدادها، روزنامه می‌تواند خوانندگان خود را در تصویرسازی ذهنیشان از « دهکده‌ای » که در آن زندگی می‌کنند، یاری دهد.

پژوهشگران علوم ارتباطات، در پنجاه سال اخیر، به گونه‌های مختلف رسالت و وظایف وسایل ارتباط جمعی را تبیین کرده‌اند. (۴) از نظر این پژوهشگران، ارتباط موفق در صورتی انجام می‌گیرد که بین اهداف پیام دهندگان و پیام گیران وجوه مشترکی وجود داشته باشد:

اهداف پیام دهندگان

اهداف پیام گیران

۱- اطلاع و آگاهی

۱- آگاهی از تهدیدها و فرصتها، شناخت محیط اطراف، شناخت واقعیت‌ها، دستیابی به تصمیم‌گیری.

۲- آموزش

۲- کسب مهارتها و دانش لازم برای انجام وظیفه در جامعه؛ یادگیری ارزشها، رفتار و نقشهای مناسب برای پذیرش در جامعه.

۳- ترغیب و اقناع

۳- رسیدن به تصمیم‌گیری، انطباق ارزشها، رفتار و نقشهای قابل پذیرش در جامعه

۴- تفریح و سرگرمی

۴- لذت بردن، استراحت و سرگرمی، گریز از مسایل روز.

مقایسه سه رسانه - روزنامه، رادیو و تلویزیون - و اهداف پیام دهندگان و پیام گیران نشان

می‌دهد که وظایف رسانه‌ها در تأمین نیازهای مخاطبان یکسان نیست. روزنامه به عنوان یک رسانه خبری و مطبوعات به طور عام در تمام موارد فوق سهیم می‌باشند. روزنامه با ارائه اطلاعات درست می‌تواند آگاهیهای لازم را برای شناخت مخاطبان از محیط اطراف خود فراهم کند تا آنان بتوانند تصمیمهای درستی در موارد مختلفی که به زندگیشان مربوط است اتخاذ نمایند. روزنامه می‌تواند بامطرح کردن دیدگاهها، نگرشها و دانشهای گوناگون که داریم در حال تغییر می‌باشند، وسیله انطباق مخاطبان را با ارزشها و نگرشهای جدید فراهم سازد و آنان را به یکدیگر پیوند دهد.

هدف تحقیق

این تحقیق به منظور دستیابی به یک نظریه در باره جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه از دیدگاه خوانندگان صورت گرفت. سؤال اصلی تحقیق اینست:

«جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه باید چه باشد؟»

جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه در جوامع مختلف، با ساختارهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی متفاوت به گونه‌های مختلف تبیین شده است. رسالتی که برای روزنامه، چه از نظر نقطه نظر مخاطبان، چه از نظر دولتها و چه از دیدگاه دست اندرکاران مطبوعات تصور می‌شود، حاوی مشابهتها و تفاوتهاست. در کشورما، بحثها و اختلاف نظرها در باره جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه، نه با انتشار نخستین قانون مطبوعات در سال ۱۳۲۶ قمری (۱۲۸۷ شمسی) (۵) و نه ۷۷ سال بعد، با تصویب آخرین قانون مطبوعات در اسفندماه ۱۳۶۴ شمسی در مجلس شورای اسلامی خاتمه نیافت. امروز هم این سؤال مطرح می‌شود که رسالت مطبوعات به طورکلی و روزنامه به طور خاص چه باید باشد. چه روزنامه‌ای می‌تواند رسالت و مسئولیت اجتماعی خود را به

نحو مطلوب به انجام رسانند؟ به عبارت دیگر، روزنامه نگاری مطلوب در کشور ما باید به چه شیوه‌ای باشد و چه ویژگی‌هایی را دارا باشد؟
برای یافتن پاسخ به سؤال تحقیق، بررسی دیدگاهها و مفاهیم گوناگونی که در روزنامه - نگاری مطرح است، مورد توجه قرار گرفته است.

الف - شیوه‌های روزنامه نگاری. در شصت سال اخیر، حداقل سه شیوه روزنامه نگاری مورد توجه روزنامه نگاران و پژوهشگران بوده است که به اختصار به آنها اشاره می‌شود:

۱- روزنامه نگاری عینی^(۱): روزنامه نگاری عینی را به نگرشی که در قرن نوزدهم نسبت به مفهوم « آزادی بیان » مورد نظر بود، مرتبط می‌دانند و خبرنگارها را پیشگامان روزنامه نگاری عینی می‌دانند. در آن زمان خبرنگارها دریافتند که ارائه مطالب، بدون گرایش خاص و اظهار نظرهای شخصی، نه تنها از نظر مخابراتی ارزان‌تر تمام می‌شود بلکه تعداد بیشتری از مخاطبان را می‌تواند تحت پوشش قرار دهد. (۶)

در روزنامه نگاری عینی‌گرا، بر ضرورت جدایی بین روزنامه نگار و واقعه یا موضوع مورد گزارش، تاکید می‌شود. تأثیر ندادن احساسات و پیشداوریها و تمایلات و علاقه‌های شخصی و رعایت بی‌طرفی کامل در کسب و انتشار اخبار از اصول آن می‌باشد. حقیقت جویی و صحت‌گرایی، استقلال و بی‌طرفی و همچنین احترام به حیثیت فردی و نیز احساس مسئولیت در برابر مصالح عمومی از جمله مهمترین اصول حرفه روزنامه نگاری شناخته می‌شود. (۷)

بدیعی است « عینیت مطلق^(۲) » با توجه به انتخاب و گزینش‌های متعددی که در فرایند

1) objective journalism

2) absolute objectivity

انتقال خبر، از رویداد تا خواننده، وجود دارد ممکن نیست و روزنامه نگاران از « عینیت نسبی»^(۱) سخن می‌گویند و کوشش می‌کنند تا آنجا که ممکن است به اصل عینیت نزدیک شوند.

۲- روزنامه نگاری تشریحی^(۲): روزنامه نگاری تشریحی زمانی تولد یافت که روزنامه نگاری عینی قادر نبود مسایل و مشکلات مهم جامعه را تبیین کند. گزارش اینکه مسئولین مملکتی چه گفتند و یا مجلس چه تصویب کرد، در بسیاری از موارد نه تنها کافی نبود، بلکه منحرف کننده نیز بود. ارائه حقایق متفرق نمی‌توانست ماهیت واقعیت‌ها را به خوبی نشان دهد. رشد روزنامه نگاری تشریحی در زمان جنگ جهانی اول آغاز شد، زمانی که خبرنگاران نه تنها گزارشهایی در باره جنگ ارائه می‌دادند بلکه به تشریح حقایق نیز پرداختند. توسعه روزنامه نگاری تشریحی در اوایل دهه ۱۹۳۰ میلادی صورت گرفت و بسیاری از خبرنگاران « اجازه » تشریح و تفسیر رویدادها را یافتند. (۸)

« کورتیس مک دوگال»^(۳) یکی از طرفداران روزنامه نگاری تشریحی می‌گوید: روزنامه نگاری سنتی، حتی در زمانی که می‌کوشد « عینی » باشد، در آن مقداری « تشریح»^(۴) نهفته است. بررسیهایی که بر روی ویژگیهای روزنامه نگاری تشریحی انجام شده نشان می‌دهد که در این شیوه روزنامه نگاری، ارائه سابقه رویداد، تشریح و تجزیه و تحلیل خبرنگار از خصوصیات کلیدی روزنامه نگاری تشریحی است. (۹)

« مک دوگال » معتقد است در روزنامه نگاری تشریحی، روزنامه نگار باید از « سطح » به « درون » برود و عمق مسایل و رویدادها را بکاود. در این شیوه، روزنامه نگار خواننده را

- 1) relative objectivity
- 2) Interpretative journalism
- 3) Curtis D. Mac Dougall
- 4) Interpretation

به « پشت صحنه رویداد » می‌برد و رویداد را به چارچوب ذهنی و تجربیات او مرتبط می‌سازد. (۱۰)

در یک بررسی که به منظور مقایسه بین روزنامه نگاری عینی و روزنامه نگاری تشریحی صورت گرفت، پاسخگویان روزنامه نگاری « عینی - تشریحی » را به هر یک از دو نوع روزنامه نگاری ترجیح دادند. به عبارت دیگر، خوانندگان نه تنها تمایل به آگاهی از رویداد داشتند، بلکه مایل بودند حقایق ارائه شده برای آنان تشریح و تبیین شود. (۱۱)

۳- روزنامه نگاری تحقیقی^(۱): این شیوه که در گذشته به « افشاکاری افشاحات^(۲) » موسوم بوده از اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی مورد توجه بیشتر قرار گرفت. در این شیوه، روزنامه نگار به کند و کاو مسایل سیاسی و اجتماعی می‌پردازد و ماهیت نهان آنها را فاش می‌سازد. گزارشگری در این شیوه روزنامه نگاری، معمولاً محدود به اعمال سوء دولتمردان نیست، بلکه عملکرد نهادها، مؤسسات، شرکتها و سازمانهای مختلفی که در جامعه فعالیت می‌کنند مورد تحقیق و بررسی قرار می‌گیرد (۱۲).

امروز در برخی از کشورها، روزنامه‌ها و مجله‌ها گروهی از خبرنگاران خود را مأمور تهیه گزارشهای تحقیقی در زمینه‌های سیاسی (از قبیل سوء استفاده‌ها، حیف و میل‌ها)، و زمینه‌های اجتماعی (مانند اعتیاد، سرقت، تصادفات و غیره) می‌کنند: تهیه گزارشهای تحقیقی نیاز به زمانی طولانی، مطالعه و تحقیق بسیار دارد. این شیوه روزنامه نگاری، در حالیکه جنبه‌های عینی و تشریحی را دربردارد، به رابطه میان رویدادها، و پدیده‌ها نیز توجه خاص دارد (۱۳).

ب - مفاهیم مورد توجه در روزنامه نگاری - برای تبیین جایگاه، رسالت و مسئولیت

1) Investigative journalism

2) " muckraking "

اجتماعی روزنامه، علاوه بر شیوه‌های گوناگون روزنامه نگاری که یادآوری شد، مفاهیم و شیوه‌های دیگر نیز مورد توجه قرار گرفته‌است. برخی از این مفاهیم در توصیف شیوه‌های مذکور عنوان شد و برخی نیز به شرح زیر است:

- ۱- موضوع تأمین نیازهای خبری مخاطبان
- ۲- صداقت و درستی در ارائه اخبار و رویدادها
- ۳- موضوع توصیف و تشریح رویدادها
- ۴- دارا بودن استقلال کامل برای گزینش و ارائه خبرها
- ۵- ارائه خبرها بدون تحریف و دستکاریهای شخصی
- ۶- موضوع عینیت
- ۷- ارائه دیدگاههای مختلف یا «بازار آزاد اندیشه‌ها»^(۱)
- ۸- مسئولیت اجتماعی روزنامه در مقابل خواننده
- ۹- جداسازی خبر از تفسیر و اظهار نظرهای شخصی
- ۱۰- موضوع جلب اعتماد خواننده
- ۱۱- آزادی مطبوعات، سانسور و خود سانسوری
- ۱۲- راهنمایی و هدایت افکار عمومی
- ۱۳- انجام وظیفه نگهبانی در برابر سوءنیت‌های دولتی و غیر دولتی^(۲)
- ۱۴- روزنامه نگاری انتقادرگرا^(۳)
- ۱۵- روزنامه نگاری دولتی یا طرفدارنظم مستقر^(۴)
- ۱۶- روزنامه نگاری مدافعه‌گر^(۵)

1) "Free Market Place of Ideas"

2) " Watchdog Functoin "

3) the establishment

4) Advocacy Journalism

روش تحقیق

برای بررسی دیدگاههای خوانندگان در مورد جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه، از «روش کیو»^(۱) استفاده شده است (۱۴). روش کیو، تکنیکی است تحقیقی که برای رتبه بندی گویه‌های^(۲) مورد بررسی (عبارت، جمله، عکس، خبر، ...)، با استفاده از مقیاسی شبیه مقیاس لیکرت^(۳) انجام می‌گیرد. در این روش، گویه‌های مورد تحقیق بر روی کارتهایی که به «کارتهای کیو»^(۴) موسوم است نوشته یا چاپ می‌شود و در اختیار پاسخگویان قرار می‌گیرد و به ترتیبی که محقق تعیین می‌کند گویه‌ها بر روی کارتهای مقیاس لیکرت توزیع می‌شود، به صورتی که توزیع فراوانی‌ها شبه نرمال باشد. روش کیو که به وسیله ویلیام استفنسن^(۵) ابداع شده، روش مناسبی برای آزمون مفاهیم و نظریه‌هاست که با استفاده از پاسخگویی که خصوصیتی مشترک داشته باشند انجام می‌گیرد. (۱۵). در این تحقیق، پاسخگویان خوانندگان روزنامه بودند که دیدگاههای آنها در باره جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه مورد سنجش قرار گرفت. در روش کیو، تعداد پاسخگویان محدود است و معمولاً بین ۱۰ تا ۱۰۰ نفر می‌باشد. همچنین گویه‌های تحقیق معمولاً بین ۶۰ تا ۱۲۰ عدد انتخاب می‌شود. (۱۶)

در این تحقیق، ۶۸ گویه از میان بیش از ۲۰۰ گویه از مقاله‌ها، کتابها و از جمله قانون مطبوعات سال ۱۳۶۴، مصوب مجلس شورای اسلامی انتخاب شد. فرض ما در این تحقیق بر اینست که این ۶۸ گویه، معرف دیدگاههای مختلف در مورد جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه می‌باشد. کوشش شد که گویه تحقیق بتواند به این سوال پاسخ دهد:

- 1) " Q-methodology "
- 2) Item
- 3) Likert Scale
- 4) " Q-sort "
- 5) William Stephenson

« جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه باید چه باشد؟ » مفاهیم و شیوه‌های روزنامه نگاری که در مبحث قبل به آن اشاره شد در تدوین ۶۸ گویه تحقیق مورد توجه قرار گرفت.

برای آگاهی از دیدگاه‌های خوانندگان در مورد جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه، از ۳۸ نفر از خوانندگان روزنامه‌ها خواسته شد پس از مطالعه دقیق گویه‌های تحقیق، که هر یک بر روی یک کارت نوشته شده بود، آنها را به ترتیب زیر، بر روی کارت‌های مقیاس، از « کاملاً موافق » (کارت مقیاس شماره ۹) تا « کاملاً مخالف » (کارت مقیاس شماره ۱) به ترتیب زیر توزیع کنند (۱۷):

جدول شماره ۱

توزیع فراوانی گویه‌های ۱۲ بر روی مقیاس لیکرت

کاملاً موافق	کاملاً مخالف
۹	۱
۸	۲
۷	۳
۶	۴
۵	۵
۴	۶
۳	۷
۲	۸
۱	۹
۰	۱۰
۰	۱۱
۰	۱۲
۰	۱۳
۰	۱۴
۰	۱۵
۰	۱۶
۰	۱۷
۰	۱۸
۰	۱۹
۰	۲۰
۰	۲۱
۰	۲۲
۰	۲۳
۰	۲۴
۰	۲۵
۰	۲۶
۰	۲۷
۰	۲۸
۰	۲۹
۰	۳۰
۰	۳۱
۰	۳۲
۰	۳۳
۰	۳۴
۰	۳۵
۰	۳۶
۰	۳۷
۰	۳۸

پس از توزیع کارت‌ها به پاسخگویان گفته شد در صورت تمایل می‌توانند جای برخی از کارت‌ها را با توجه به میزان موافقت یا مخالفت خود جابجا کنند، به شرطی که تعداد کارت‌ها (گویه‌ها) بر روی کارت‌های مقیاس برابر تعداد گویه‌های خواسته شده باشد.

بدین ترتیب، ارزش هر گویه برای هر یک از پاسخگویان با توجه به مکانی که بر روی مقیاس لیکرت قرار گرفت مشخص شده و ماتریس داده‌ها با توجه به کد هر کارت که گوشه

سمت راست پائین کارت نوشته شده بود، تدوین گردید. تمام ۶۸ گویه را می توان در جدول شماره ۲ (گویه های مورد توافق) و جدول شماره ۳ (گویه های مورد اختلاف) ملاحظه کرد. شماره های سمت راست جدول کد هر کارت است که به صورت تصادفی در کارتها منظور شده است.

با استفاده از ماتریس داده ها، ضریب همبستگی پیرسون^(۱) بین ۳۸ خواننده با استفاده از برنامه کامپیوتری «کوانل»^(۲) که برای این منظور تدوین شده است، محاسبه شده و تحلیل عاملی^(۳) با استفاده از این برنامه صورت گرفت (۱۸). تحلیل عاملی روشی است که پس از محاسبه ضریب همبستگی بین متغیرها انجام می گیرد و بدنبال آن می توان افراد، گویه ها و به طور کلی متغیرهایی را که با یکدیگر مشابهت بیشتری دارند مشخص کرد و در گونه های خود جای داد. در این تحقیق متغیرهای مستقل^(۴) مفاهیم مطرح شده در گویه ها و متغیر وابسته^(۵) میزان موافقت یا مخالفت پاسخگویان به گویه ها می باشد.

بر اساس مقادیر بار عاملی^(۶)، خوانندگان به دو گونه تفکیک شدند. ۲۴ نفر در گونه اول و ۱۴ نفر در گونه دوم قرار گرفتند. ضریب همبستگی پیرسون بین دو گونه با توجه به میانگین مقادیر ۶۸ گویه، برابر ۰/۶۶۴ می باشد که نشانگر همبستگی نسبتاً زیاد بین دیدگاههای دو گونه خواننده می باشد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

- 1) Pearson Coefficient
- 2) Quanall
- 3) Factor analysis
- 4) Independent Variable
- 5) Dependent variable
- 6) Factor Loading

بررسی یافته‌ها:

برای دستیابی به یک نظریه در باره جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه از دیدگاه خوانندگان، ۶۸ گویه برای تحقیق انتخاب شد. فرض بر اینست که گویه‌ها معرف مفاهیم و دیدگاه‌های مختلف در زمینه روزنامه نگاری می‌باشد.

با استفاده از برنامه کامپیوتری «کوانل»، «تحلیل عاملی» صورت گرفت و با محاسبه مقادیر «بارعاملی»، دو گونه خواننده متمایز گردید. (۱۹)

برای هر دو گونه خواننده، نمرات استاندارد به طریقی که «استفنسن» شرح می‌دهد، محاسبه شد. تفاوت نمرات استاندارد بیش از +۱ و یا -۱ به عنوان معیار تمایز بین دو گونه در نظر گرفته شد. بنابراین نمره Z هر گویه که بیشتر از +۱ باشد دلالت به موافقت بیشتر و نمرات Z هر گویه که کمتر از -۱ باشد، دلالت بر مخالفت بیشتر دارد. در جایی که تفاوت نمرات Z بین دو گویه کمتر از +۱ یا -۱ است بین آن گونه خواننده تفاوت محسوسی وجود ندارد. این گویه‌ها را «گویه‌های مورد توافق» می‌نامیم. ابتدا «گویه‌های مورد توافق» را بررسی می‌کنیم و در قسمت بعد، گویه‌هایی را که بین دو گونه خواننده اختلاف نظر است.

«گویه‌های مورد توافق» - جدول شماره ۲، گویه‌هایی که تفاوت میانگین نمرات استاندارد بین دو گونه خواننده کمتر از +۱ یا -۱ را نشان می‌دهد. از ۶۸ گویه تحقیق، ۵۳ گویه اختلاف بین نمرات استاندارد گونه اول و دوم کمتر از +۱ یا -۱ بوده است. به عبارت دیگر، هر دو گونه خوانندگان با این ۵۳ گویه از جنبه موافقت یا مخالفت با مضامین آن اختلاف نظر فاحشی با یکدیگر ندارند.

جدول شماره ۲

کد	گویه های مورد توافق دوگانه خواننده	میانگین نمرات Z
۲۱	روزنامه باید با هرگونه سانسور و خود سانسوری (بجز در مواردی که حیثیت افراد و یا تمامیت مملکت به مخاطره افکنده می شود) مبارزه کند.	۱/۳۵۰۵
۱۰	روزنامه باید با انتقاد سازنده، ضعفها و نارسائی های کشور را به دولتمردان گوشزد نماید.	۱/۱۶۳۵
۱۸	روزنامه باید در انتشار اخبار و یا سایر مطالب خود صداقت و درستی را اساس کار خود قرار دهد.	۱/۱۰۰۵
۶۰	روزنامه باید راوی صادق حقایق و بازگو کننده واقعیتها و نشان دهنده کژیها و انحرافات، ضعفها و نارسائی ها باشد.	۱/۰۵۵۰
۴۵	روزنامه باید با هرگونه اعمال نظر، فشار و جو سازی از طرف مقامات دولتی برای چاپ مطالب یا مقاله مبارزه کند.	۱/۰۰۶۰
۵۳	روزنامه باید پناهگاه مردم باشد و نه فقط ارگان دولت و حکومت.	۰/۸۸۰۵
۳۹	روزنامه باید زبان آزادیهای فردی و اجتماعی جامعه باشد.	۰/۸۷۳۵
۲۶	روزنامه باید از انتشار مطالب مغرضانه و تحریف شده پرهیزد.	۰/۸۴۷۰
۶۲	روزنامه باید از درج عمدی اخبار و مطالب خلاف واقع پرهیزد.	۰/۸۴۰۰

- ۱۵ روزنامه باید برای روشن ساختن افکار عمومی و بالا بردن سطح معلومات و دانش مردم در زمینه‌های گوناگون کوشش نماید.
- ۳۷ روزنامه باید در اطراف مسائل اساسی و ضرورت‌های جامعه برای مردم آزادانه روشن‌گری کند.
- ۵۸ روزنامه باید منعکس‌کننده نظرات مردم باشد و مسائل و مشکلات جامعه را بدون قصد و غرض خاصی عنوان نماید.
- ۲۰ روزنامه باید با بیان حقایق عدالت اجتماعی را در جامعه گسترش دهد.
- ۴۲ روزنامه باید خوانندگان خود را در مقابل آگهی‌های تجارتي و غیر تجارتي کذب و فریبنده حفاظت کند.
- ۶ روزنامه باید محل برخورد افکار گوناگون باشد.
- ۴۴ روزنامه باید کارها و اعمال دولت را همیشه تحت نظر داشته باشد و نارسائی‌ها را گوشزد نماید.
- ۱۴ روزنامه باید با انتقاد سازنده - بدون توهین و تحقیر و تخریب و ارائه اطلاعات صحیح و تحریف نشده، اعتماد مردم را بخود جلب کند.
- ۴۱ روزنامه باید چشم و گوش مردم در برابر اعمال دولتمردان باشد.
- ۴۸ روزنامه باید در مواردی که ضروری می‌داند از برنامه‌ها و کارهای دولت و مسئولان انتقاد کند.

- ۵۲ روزنامه باید در جهت شناخت مردم و مسئولان مملکتی نسبت به رسالت، مسئولیت و جایگاه حرفه روزنامه نگاری در جامعه کوشش نماید. /۳۹۷۰
- ۵۱ روزنامه باید تا حد امکان وقایع رایبی طرفانه و صحیح گزارش کند و در صورت لزوم از تشریح، توصیف و تحلیل رویدادها نیز اجتناب نورد. /۳۹۵
- ۲۵ روزنامه باید از تکرار، یکنواختی و عدم نوآوری فاصله بگیرد. /۳۹۵
- ۱۶ روزنامه باید در گسترش فضائل اخلاقی بکوشد. /۳۶۵
- ۶۶ روزنامه باید از ایجاد اختلاف بین گروههای مختلف جامعه بویژه از طریق طرح مسائل نژادی و قومی اجتناب و رزد. /۳۵۴۵
- ۰۲ روزنامه باید افکار عمومی جامعه را هدایت کند. /۳۴۶۵
- ۲۷ روزنامه باید وقایع را بدون تحریف، تعصبات و دخالت نظر شخصی سردبیران و یا هر مسئول دیگر گزارش کند. /۳۳۵۵
- ۲۲ روزنامه باید از حقوق مدنی کلیه افراد جامعه دفاع کند. /۳۱۸۵
- ۰۷ روزنامه باید در مواردی که ضروری می داند پیشنهادهای سازنده جهت بهبود امور ارائه دهد. /۲۹۳۵
- ۰۴ روزنامه باید در درجه اول «نیاز خبری» خوانندگان خود را به نحو مطلوب تأمین کند. /۲۹۲۰
- ۶۷ روزنامه باید با طرح مسائل و مشکلات جامعه، اعتماد خوانندگان را به خود جلب کند. /۲۰۳۰
- ۱۳ روزنامه باید مستقلاً کنترل کامل روی انتشار اخبار را دارا باشد. - /۱۲۱۵

- ۳۳ روزنامه باید آئینه تمام نمای خوبیها و بدیهای جامعه باشد. - ۰/۲۷۰۰
- ۳۴ روزنامه باید از چاپ اخباری که باعث تشنج خوانندگان می شود خودداری کند. - ۰/۳۵۸۵
- ۲۳ روزنامه باید معرف واقعیتهای عینی جامعه باشد و از تشریح، تحلیل و توصیف رویدادها بپرهیزد. - ۰/۴۲۴۰
- ۱۲ روزنامه باید از افترا و توهین به مقامات، نهادها، ارگانها و افراد کشور اگر چه از طریق انتشار عکس یا کاریکاتور باشد خودداری کند. - ۰/۴۵۵
- ۴۳ روزنامه نباید نهاد تبلیغاتی هرگونه عقیده وایدئولوژی خاصی باشد. - ۰/۴۷۷۵
- ۱۹ روزنامه باید با انتشار به موقع رویدادهای مهم جامعه از شایعه پراکنی جلوگیری کند. - ۰/۷۴۳۰
- ۳۰ روزنامه نباید مسئولیتی در قبال ارائه دیدگاههای مختلف داشته باشد. - ۰/۸۱۲
- ۰۸ روزنامه نباید مسئولیتی در جدا سازی حقایق عینی، اظهار نظر و تفسیر داشته باشد. - ۰/۸۹۶
- ۳۱ روزنامه باید در هر کجا که سر دبیران صلاح بدانند اظهار نظرش را در مورد رویدادها بنویسد. - ۱/۰۶۱۵
- ۴۶ روزنامه نباید هیچگونه مسئولیتی در برابر خوانندگان بجز انعکاس وقایع داشته باشد. - ۱/۰۷۷
- ۳۸ روزنامه نباید کوششی در تشریح، توصیف و تحلیل رویدادها داشته باشد. - ۱/۲۱۴

- ۴۹ روزنامه باید فقط « خبرهای خوب » را چاپ کند و از انتشار « خبرهای بد » که باعث تشنج خوانندگان می شود اجتناب ورزد.
- ۵۹ روزنامه باید برنامه ها و سیاستهای داخلی و خارجی دولت را تبلیغ کند.
- ۵۹ وقتی فردی، دیگری را به عمل خلافی متهم می کند، روزنامه باید گفته وی را دقیقاً منعکس کند و لزومی ندارد که مشخص شود آیا این اتهامات درست است یا خیر.
- ۳۵ روزنامه نباید توجهی به تأثیر اخلاقی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی گزارشهای خبری و غیر خبری خود داشته باشد.
- ۱۱ روزنامه باید ارگانی جهت انعکاس نظرات سیاستمداران و دولتمردان باشد.
- ۳۲ روزنامه باید هر چه را که منابع خبری بیان می کنند چاپ کند و کاری به درستی و یا نادرستی این مطالب نداشته باشد.
- ۵۰ روزنامه باید فقط ناقل اخبار و اطلاعیه های دفاتر روابط عمومی ادارات و مؤسسات دولتی باشد.
- ۶۵ روزنامه می تواند در مواقع اضطراری بخاطر سرعت بخشیدن به انتشار روزنامه، از صحت و درستی بعضی از مطالب چشم پوشی کند.
- ۵۴ روزنامه باید از تمام برنامه ها و سیاستهای دولت حمایت و پشتیبانی نماید.
- ۳۶ هدف روزنامه باید فقط فروش بیشتر باشد.
- ۰۳ روزنامه باید ارگان دولت حاکم باشد.

جدول شماره ۲ نمایانگر رتبه بندی گویه های مورد توافق با توجه به میانگین نمرات استاندارد است. به عبارت دیگر، گویه اول (کد ۲۱) در بین تمام پاسخگویان رتبه اول و گویه آخر (کد ۰۳) رتبه ۵۳ را در بین گویه های مورد توافق بدست آورده است. در این جدول، هر چه از میزان نمره Z کاهش می یابد، در پیوستار «مقیاس لیکرت» از سمت موافقت به سمت مخالفت پیش می رویم. گویه های منفی، بسته به میزان مقادیر نمرات Z مخالفت هر دوگونه خواننده را نسبت به مضمون گویه ها بیان می دارد.

نگاهی به ترتیب گویه ها در جدول شماره ۲ نشان می دهد که خوانندگان به طور کلی جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه را در این می بینند که «روزنامه با هرگونه سانسور و خود سانسوری (بجز در مواردی که حیثیت افراد و یا تمامیت مملکت به مخاطره افکنده می شود) مبارزه کند.» به عبارت دیگر، خوانندگان معتقدند که روزنامه باید راوی صادق حقایق و بازگو کننده واقعیت ها و نشان دهنده کژیها و انحرافات، ضعفها و نارسائی های جامعه باشد. در انتشار اخبار و گزارشها، صداقت و درستی را اساس کار خود قرار دهد و از انتشار مطالب تحریف شده بپرهیزد.

خوانندگان انتقاد را لازمه حرفه روزنامه نگاری می دانند و معتقدند باید با عوامل مختلفی که مانع از انتقاد و انتشار حقایق می شود مبارزه کرد. آنان بز این باورند که روزنامه باید با انتقاد سازنده، بدون توهین و تحقیر، مسایل جامعه را مطرح کند و چشم و گوش مردم در برابر اعمال دولتمردان باشد. برنامه ها و کارهای دولت را زیر نظر داشته باشد و در مواردی که ضروری می داند انتقاد کند و پیشنهادهای سازنده ارائه نماید. به اعتقاد آنان، روزنامه باید منعکس کننده نظرات، مسائل و مشکلات جامعه باشد و آنها را بدون قصد و غرض خاصی عنوان کند. از درج عمدی اخبار و مطالب خلاف واقع بپرهیزد و در هدایت و روشن ساختن افکار عمومی در زمینه های مختلف کوشش کند.

همچنین، خوانندگان معتقدند روزنامه باید معرف واقعیت های عینی جامعه باشد. «خبرهای خوب» را در کنار خبرهای به اصطلاح «بد» چاپ کند. در مواردی که ضروری

می‌داند، از تشریح و توصیف رویداد اجتناب نورزد. با این حال روزنامه باید حقایق عینی را از تفسیر و اظهار نظرهای شخصی جدا کند.

خوانندگان بر این باورند که روزنامه نباید همانند یک سازمان دولتی عمل کند و منحصرأً منعکس کننده نظرات سیاستمداران و دولتمردان باشد؛ از تمام برنامه‌ها و سیاستهای دولت چشم بسته حمایت و پشتیبانی کند. به عقیده خوانندگان، روزنامه، به عنوان یک مؤسسه فرهنگی، نباید هدفش فقط کسب درآمد بیشتر باشد و آن را در برابر خوانندگان مسئول می‌داند. از این رو، به عقیده آنان، روزنامه نباید هر مطلبی را که منابع خبری بیان می‌کند چاپ کند و کاری به درستی و یا نادرستی ادعاها نداشته باشد. آنها روزنامه را در مقابل خواننده مسئول می‌دانند و معتقدند روزنامه باید به تأثیر اخلاقی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی گزارشهای خبری و غیر خبری خود توجه داشته باشد. در برابر چاپ آگهی‌های کذب و فریبنده روزنامه را مسئول می‌دانند.

کوتاه سخن، با نگاهی به ردیف گویه‌ها در جدول شماره ۲، در مجموع می‌توان به این نتیجه رسید که خوانندگان روزنامه نگاری «عینی - تشریحی - انتقادی» را بر سایر شیوه‌ها ترجیح می‌دهند. آنان معتقدند روزنامه باید ضمن اینکه منعکس کننده واقعیت‌های جامعه باشد تا خوانندگان بتوانند تصویر درستی را از دنیای خارج در ذهن خود تجسم کنند، از تشریح و تجزیه و تحلیل رویدادها نیز نباید غافل باشد و وقایع را برای آنان تبیین کند.

«گویه‌های مورد اختلاف» - از میان ۶۸ گویه تحقیق، در ۱۵ مورد میانگین نمرات Z بین دو گونه خوانندگان از +۱ یا -۱ بیشتر بود. این ۱۵ گویه، مواردی بودند که دو گونه خواننده نظرات متفاوتی نسبت به مضمون آنها داشتند. همانطور که جدول شماره ۳ نشان می‌دهد، میانگین نمرات Z برای هر دو گونه خواننده محاسبه شده و تفاوت بین گونه اول با دوم مشخص گردیده است. به عنوان مثال، در مورد گویه اول (شماره ۵)، در حالیکه گروه اول معتقد است «روزنامه باید وقایع را حتی اگر برای عده‌ای ناخوش آیند باشد به صورت

مناسب گزارش کند، خوانندگان در گونه دوم با نمره Z منفی مخالف این نظر هستند. بانگاهی به موارد اختلاف بین دو گونه، بنظر می‌رسد خوانندگانی که در گونه اول قرار گرفته‌اند اعتقاد به « عینی‌گرایی مطلق » در تهیه و ارائه اخبار و گزارشها دارند و معتقدند که روزنامه باید هر آنچه به دستش می‌رسد چاپ کند و توجهی به آثار اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی آن نداشته باشد. این گونه خوانندگان حتی معتقدند که روزنامه باید اسناد و اسرار نظامی، مذاکرات غیر علنی مجلس شورای اسلامی و محاکم غیر علنی دادگستری و تحقیقات قضایی را چاپ کند. چنین شیوه‌ای در روزنامه نگاری هیچ کشوری مرسوم نیست و ظاهراً باید ناشی از ناآگاهی خوانندگان نسبت به مسئولیتهای حرفه روزنامه نگاری باشد. به عبارت دیگر چنین بنظر می‌رسد که مطبوعات ما نتوانسته‌اند جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه را برای برخی از خوانندگان خود به درستی تبیین کنند.

در مقابل گونه اول، گونه دوم خوانندگان اعتقاد به مسئولیت اجتماعی روزنامه دارند و معتقدند که روزنامه در مقابل خواننده مسئولیت دارد و نباید هر عکس یا مطلبی که حیثیت افراد را خدشه دار می‌کند چاپ کند. فاش نمودن اسناد و اسرار نظامی، مذاکرات غیر علنی مجلس شورای اسلامی و موارد دیگر را بدون مجوز قانونی، مجاز نمی‌دانند و معتقدند روزنامه که به عنوان یک رسانه خبری وظیفه‌ای خطیر بهمه دارد.

همانطور که بیان شد، هر دو گونه خواننده در ۵۳ گویه از ۶۸ گویه مورد تحقیق، نظرات متفاوتی نداشتند و ضریب همبستگی بین آنان برابر ۰/۶۶۴ می‌باشد.

جدول شماره ۳

کد	گویه های مورد توافق دوگونه خواننده	خواننده گونه		تفاوت
		اول	دوم	
۰۵	روزنامه باید وقایع راحتی اگر برای عده ای ناخوش آیند باشد، به صورت مناسب گزارش کند.	۰/۸۸۹	۰/۵۳۵	۱/۴۲۴
۵۵	روزنامه باید مکانی برای ارائه عقاید و نظرات همه افراد جامعه باشد.	۱/۰۷۸	۰/۲۵۸	۱/۳۳۶
۶۴	روزنامه باید در بیان مسائل، رویدادها، ضعفها و نارسائیها جامعه آزاد باشد.	۱/۴۴۷	۰/۲۰۴	۱/۰۴۴
۵۶	روزنامه باید مسائل جامعه را منعکس کند حتی اگر برای بعضی از دولتمردان خوش آیند نباشد.	۱/۲۷۱	۰/۱۰۶	۱/۱۶۵
۲۹	روزنامه باید همانند یک پستیچی ناقل خبر باشد و نه سازنده و شکل دهنده آن.	۰/۱۱۲	۰/۲۶۹	۱/۱۵۶
۱۱	روزنامه باید جایگاهی برای ارائه دیدگاههای مردم باشد نه محلی برای القای افکار دولتمردان به مردم.	۱/۶۱۸	۰/۵۸۰	۱/۰۳۸

- ۲۸ روزنامه باید با مظاهر فرهنگ استعماری (اسراف، تبذیر، لغو، تجمل پرستی، اشاعه فحشا و ...) مبارزه کند. ۰/۰۹۷ ۱/۱۵۷ - ۱/۰۶۰
- ۶۳ روزنامه باید از اشاعه فحشا و منکرات و از انتشار عکسها و تصاویر و مطالب خلاف عفت عمومی اجتناب ورزد. ۰/۰۲۴ - ۱/۰۴۸ ۱/۰۷۲ -
- ۴۰ روزنامه باید فرهنگ اصیل اسلامی را ترویج و تبلیغ نماید. ۰/۵۱۷ - ۱/۰۲۶ - ۱/۵۴۳
- ۲۴ روزنامه باید نظرات، انتقادات سازنده، پیشنهادات و توضیحات مردم و مسئولین را با رعایت موازین اسلامی و مصالح جامعه درج و به اطلاع عموم برساند. ۰/۹۹۸ - ۰/۵۶۵ - ۱/۵۶۲
- ۱۷ روزنامه باید از تحریص و تشویق افراد و گروهها به ارتکاب اعمالی علیه امنیت و منافع جمهوری اسلامی ایران در داخل و یا خارج اجتناب ورزد. ۰/۵۴۴ - ۱/۰۳۱ - ۱/۵۷۵
- ۴۷ روزنامه باید از چاپ مطالب مربوط به احزاب و گروههای منحرف و مخالف اسلام به نحوی که برای آنان تبلیغ باشد اجتناب ورزد. ۰/۹۱۵ - ۰/۷۰۷ - ۱/۶۲۲
- ۰۹ روزنامه باید از اهانت به دین مبین اسلام و مقدسات آن و همچنین اهانت به مقام رهبری و مراجع مسلم تقلید اجتناب ورزد. ۰/۲۶۳ - ۱/۳۷۴ - ۱/۳۶۷

- ۶۱ روزنامه باید از قاش نمودن اسناد و اسرار نظامی، انتشار مذاکرات غیر علنی مجلس شورای اسلامی و محاکم غیر علنی دادگستری و تحقیقات مراجع قضائی بدون مجوز قانونی خود داری کند. ۰/۶۰۴ - ۱/۱۳۶ - ۱/۷۴۰
- ۶۸ روزنامه باید از انتشار مطالب الحادی و مخالف موازین اسلامی و ترویج مطالبی که به اساس حکومت جمهوری اسلامی لطمه وارد می سازد اجتناب ورزد. ۰/۸۲۵ - ۱/۴۳۴ - ۲/۲۵۹



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

خلاصه و نتیجه گیری

این تحقیق که به منظور آگاهی از دیدگاههای خوانندگان در باره جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه صورت گرفت، موارد زیر را مشخص کرد:

۱- خوانندگان تمایل به روزنامه‌ای دارند که منعکس کننده واقعیت‌های جامعه باشد تا آنان بتوانند به ادراک درستی از دنیای خارج از محیط اطراف خود دست یابند. برای نیل به این مقصود، آنان روزنامه‌نگاری « عینی - تشریحی - انتقادی » را بر سایر شیوه‌های روزنامه‌نگاری ترجیح می‌دهند و می‌خواهند روزنامه واقعیت‌ها را همانگونه که رخ داده منعکس کند و نه به صورتی که برخی مایلند روی داده باشد. خوانندگان مایلند در موارد لازم روزنامه به تشریح و تحلیل رویدادها بپردازد.

۲- خوانندگان معتقدند که روزنامه در برابر خواننده مسئول است و باید در انتخاب و ارائه مطالب دقت کافی داشته باشد و نباید هر مطلبی را چاپ کند. از دیدگاه آنان، روزنامه باید نسبت به تأثیر اخلاقی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی مطلب خود احساس مسئولیت کند.

۳- خوانندگان روزنامه‌ای را که چشم و گوش بسته و بدون بررسی کارشناسانه از تمام برنامه‌ها و اقدامات دولت حمایت و پشتیبانی می‌کند، مناسب نمی‌دانند و معتقدند که روزنامه باید اعمال دولتمردان را زیر نظر داشته باشد.

۴- در حالیکه یک گونه از خوانندگان اعتقاد به « عینی‌گرایی مطلق » دارند و روزنامه را مجاز به چاپ هرگونه عکس و مطلب می‌دانند، گونه دیگر، مسئولیت اجتماعی روزنامه را سنگین می‌دانند و معتقدند که روزنامه در برابر خواننده مسئولیتی خطیر دارد.

این بررسی نشان می‌دهد که روزنامه‌های کشور باید برای رفع سوء تفاهم‌هایی که در زمینه‌های مختلف، به خصوص آنچه در ۱۵ گویه مورد اختلاف دو گونه خواننده وجود دارد، در جهت شناخت خوانندگان و مسئولان مملکتی نسبت به جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی حرفه روزنامه‌نگاری تلاش کرده، وظیفه خود را به عنوان یک رسانه

مهم خبری تبیین کنند.

بررسی دیدگاههای مسئولان دولتی و دست اندرکاران مطبوعاتی و مقایسه آنها با دیدگاههای خوانندگان با توجه به شرایط خاص کشور می تواند به سوء تفاهم های موجود در این زمینه خاتمه دهد و روزنامه نگاری ایران را در راه توسعه و پیشرفت اجتماعی کشور هدایت نماید.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

یادداشت‌ها

1- Walter Lippmann, " *The World Outside and the picture in our Heads,*" in Wilbur Schramm and Donald Roberts (eds.), *The Process and Effects of Mass Communication, 2nd.,* (Urbana: University of Illinois Press, 1971), p. 284; also see, L.p Berger and T. Luckman, *The Social Construction of Reality, New York: Anchor Books, 1967.*

۲- برای مطالعه در باره عوامل درون سازمانی و بیرون سازمانی نگاه کنید به: دکتر نعیم بدیعی، « معیارهای گزینش خیر: کدام خیر، چرا؟ » رسانه: فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی در وسایل ارتباط جمعی، سال اول، شماره اول، بهار ۱۳۶۹، صفحات ۴۵-۴۰.

3- Hanna Adoni and Sherrill Mane, " *Media and the Social Construction of Reality: Toward an Integration of Theory and Research,* " *Communication Research, Vol. 11, No. 3, July 1984, pp. 323-340;* Berger and Luckman, OP Cit.; G. Gerbner et al., " *Cultural Indicators: Violence Profile No. 9,* *Journal of Communication, 28, 1978, pp. 176-207;* A. Bandura, *Social Learning Theory (Englewood Cliffs, N. J. : Prentice - Hall, 1977);* David Krech and Richard Crutchfield, " *Perceiving the World* ", in Wilbur Schramm and Donald Roberts (eds.), *The Process and Effects of Mass Communication, 2nde ed. (Urbana: University of Illinois Press, 1971), pp. 233-264;* Alexis S. Tan, *Mass Communication Theories and Research, (Columbus, Ohio: Grid Publishing, Inc., 1981), pp. 253-266.*

4- Harold Lasswell, " *The Structure and Function of Communication in*

Society, " in L. Bryson (ed.), *The Communication of Ideas* (New York Harper and row, 1948), pp. 37-51; Wilbur Schramm, " *The Nature of Communication between Humans*, " in W. Schramm and D. Roberts, *The Process and Effects of Mass Communication*, *Op Cit.*, pp. 3-53; William L. Rivers and Wilbur Schramm, *Responsibility in Mass Communication*, Rev. ed. (New York: Harper & Row, Publishers, 1969); Alexis S. Tan, *Op Cit.*, p. 75.

۵- دکتر کاظم معتمد نژاد با همکاری دکتر ابوالقاسم منصفی، روزنامه نگاری: با فصلی جدید در بازنگری روزنامه نگاری معاصر، چاپ سوم، تهران، مرکز نشر سپهر، ۱۳۶۸، صفحه ۴۶۷.

6- Fred S. Siebert, Theodor Peterson and Wilbur Schramm, *Four Theories of the Press* (Urbana, Ill: University of Illinois Press, 1965), p. 60.

۷- دکتر کاظم معتمد نژاد با همکاری دکتر ابوالقاسم منصفی روزنامه نگاری: با فصلی جدید در بازنگری روزنامه نگاری معاصر، چاپ سوم. تهران: مرکز نشر سپهر، ۱۳۶۸، صفحات ۵۲۷-۴۳۸ همچنین رجوع کنید به:

Naiim Badii, " *How Readers Perceive Objective and Interpretative Reporting*, " *Midwest Communications Research Journal*, Vol. 2, 1979, pp. 20-32; John Merrill, " *Objective Reporting: a myth, however Valuable*, " *TheQuill*, 57 (July 1969), pp. 26-27; Gaye Tuchman, " *Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notion of Objectivity*," *American Journal of Sociology*, 77 (January 1972), pp. 660-679.

8- *Curtis D. Macdougall, Interpretative Reporting, 6th ed. (New York : Macmillian, 1972)*, *William L. Rivers, Theodore Peterson and Jay Jenson, The Mass Media and Modern Society (New York: Hoit, Rinehart and Winston, 1971)*; *Michael Ryan and James W. Tankard, Jr., Basic News Reporting (Palo Aito, Calif.: Mayfield Publishing Company, 1977)*, pp. 21-24.

9- *Macdougall, Ibid, p. 58*; *George R. Rhoades, " Characteristics of Interpretative News: Newsmen's Priorities, (unpub. Ed. D. dissertation, Oklahoma State University, 1973)*; *John De Mott, " A Content Analysis of News Stories Described as Interpretative, " (unpub. ph. D. dissertation, Northwestern University, 1971)*; *John De Mott, " Interpretative News Stories Compared with ' Sport ' News, " Journalism Quarterly, Vol. 50 (Spring 1973)*, pp. 102 - 108.

10- *Macdougall, Ibid., p. 15*

11- *Badii, OP Cit.*

12- *Mitchell V. Charnely, Reporting, 3rd ed., New York: Hoit, Rinehart and Winston, 1975, pp. 337 - 348*; *Rayon and Tankard, Jr., p. 16.*

۱۳- برای مطالعه در باره شیوه‌های روزنامه نگاری معاصر، نگاه کنید به: دکتر کاظم معتمدنژاد با همکاری دکتر ابوالقاسم منصفی، روزنامه نگاری: با فصلی جدید در بازنگری روزنامه نگاری معاصر، صفحات ۵۲۷ - ۴۳۸، و منابع زیر:

Michael Ruffner, " An Empirical Approach for the Assessment of Journalistic Writing, " Journalism Quarterly, 58: 77-82, (1981); *Douglas*

A. Anderson and Bruce D. Itule, Contemporary News Reporting, Westminster, MD: Randon House, 1984; Warren Burkett, News Reporting: Science, Medicine and High Technology, Ames, Iowa: Iowa State University Press, 1986; Julian Harriss, B. Kelly Leiter, and Stanley Johnson, The Complete Reporter, 5th ed. New York, N.Y.: Macmillon Publishing Co., 1985.

14- *William Stephenson, The Study of Behavior: Q-Technique and Its Methodology (Chicago: The University of Chicago Press, 1953); also see, Fred N. Kerlinger, Foundation of Behavioral Research (New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1973), pp. 582-600; William D. Brooks, " Q-Sort Technique, " in Phillip Emmert and William D. Brooks, eds., Methods of Research in Communication (Boston: Houghton Mifflin Co., 1970), pp. 165-180; L.Erwin Atwood, " Analysis of Q-Factors and Tupal Response Patterns, " paper presented at the XIX International Center for Higher Education in Journalism, Strasbourg, France, November 1970.*

15- *Kerlinger, p. 583.*

۱۶- در روش Q، برعکس روش R که معمولاً برای تحقیقات پیمایشی انجام می‌گیرد، گویه‌های تحقیق بجای افراد قرار دارند و فرض براینست که گویه‌های تحقیق نمونه معرف از مفاهیم و نظریه‌های مورد سنجش است. در روش R، افراد با استفاده از یکی از انواع روشهای نمونه‌گیری که معرف جامعه آماری باشد انتخاب می‌شوند. بنابراین، در روش Q تعداد پاسخگویان محدود است و نیاز به نمونه‌گیری نیست بلکه همانطور که در متن مقاله اشاره شد، پاسخگویان باید دارای خصوصیات مشترک باشند، مانند خوانندگان روزنامه، سردبیران و غیره.

۱۷- برای انجام این تحقیق از دانشجویان دروس «گزارش تحقیقی و پژوهش مستند در

رسانه‌های همگانی» و «خبرنویسی برای مطبوعات» دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی کمک گرفته شد که نگارنده بدینوسیله از همه آنان سپاسگزار است. قبل از جمع‌آوری داده‌ها، به دانشجویان گفته شد که کارتهای Q را در اختیار افرادی قرار دهند که حداقل ۲ تا ۳ بار در هفته یکی از روزنامه‌ها را مطالعه می‌کنند. به دلیل حساسیت موضوع و جلوگیری از ورود عواملی که می‌توانست بر نتایج تحقیق تأثیر بگذارد، به دانشجویان گفته شد، هیچگونه اطلاعات دیگری از پاسخگويان دریافت ندارند.

18- Norman Van Tubergen, *Qual User's Guide* (Lexington, KY: Offset, 1975), a computer program providing a single-execution method for handling all phases of Stephenson's Q analysis; R.J. Rummel, *Applied Factor Analysis* (Evanston: Northwestern University Press, 1970.

۱۹- تحلیل عاملی به صورت چرخش مایل بیشینه (*Oblimax Rotation*) صورت گرفت. مقدار واریانس کل برابر ۵۳/۱۷ درصد (۶۷/۴۳ در صد واریانس مشترک) است. خوانندگان گونه اول ۴۶/۴۳ در صد واریانس و خوانندگان گونه دوم ۶/۷۳ درصد واریانس را به خود اختصاص دادند.