

بررسی میزان پایبندی مطبوعات ایران به عینی‌گرایی^۱ مطالعه تطبیقی روزنامه‌های همشهری، ایران و جام جم

مصطفی رهبر^۲، الهام گوهریان^۳

تاریخ دریافت: ۹۵/۱۰/۲۶ تاریخ تأیید: ۹۶/۳/۶

چکیده

مقاله حاضر حاصل پژوهشی پیرامون میزان پایبندی مطبوعات ایران به عینی‌گرایی است، بدین منظور الگوی مندیج بعد از اعمال اصلاحات ارائه شده توسط فیدر، مبنا قرار گرفت، این الگو چهار ویژگی برای اخبار عینی مطرح می‌کند: استفاده از زبان‌های خنثی، گنجانیدن همه طرف‌های مربوط به یک داستان، انصاف، ارائه حقایق به ترتیب اهمیت و تعادل. در ادامه با استفاده از نظرات مذکور و روش تحلیل محتوای کمی مقولاتی همچون گونه خبر (گزارش، استنباط و قضاوت)، جهت، انعکاس نظرات طرفین، دلایل و نتایج خبر، پیشینه خبر، منبع، سوگیری تصویری، حذف منجر به تحریف و همخوانی تیترو خبر تعریف شدند. سپس با نمونه‌گیری سیستماتیک از هر کدام از سه روزنامه ایران، جام‌جم و همشهری، ۲۴ نسخه انتخاب و اخبار سیاسی آن‌ها در سال ۱۳۹۲ تحلیل شدند. سرانجام مشخص شد ۳۲ درصد اخبار در سه روزنامه عینی‌گرایی کامل دارند و روزنامه همشهری به‌طور معناداری عینی‌گرایی را کمتر از روزنامه جام‌جم رعایت می‌کند. همچنین برای تحلیل نتایج پژوهش با شش نفر از اساتید روزنامه‌نگاری مصاحبه عمقی شد، به اعتقاد ایشان روزنامه همشهری با توجه به تاریخچه و ظرفیت‌های خود باید نسبت به سایر روزنامه‌ها عینی‌گراتر باشد در حالی که امروز به‌طور کاملاً آشکار و بدون ظرافت، جانبداری سیاسی می‌کند و به نظر می‌رسد میزان سیاسی‌گرایی و حزب‌گرایی در روزنامه همشهری در دوره مدیریت اخیر افزایش یافته است، لذا پیشنهاد واگذاری موسسه همشهری به شورای شهر برای حفظ استقلال حرفه‌ای همشهری توسط یکی از اساتید مطرح شد.

واژگان کلیدی: عینی‌گرایی، مطبوعات ایران، روزنامه همشهری، سوگیری.

۱- این پژوهش با حمایت مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران انجام شده است.

۲- کارشناس ارشد ارتباطات و پژوهشگر رسانه.

۳- کارشناس ارشد ارتباطات و پژوهشگر رسانه.

rahbar.mostafaa@gmail.com

elham.goharian@gmail.com

بیان مسئله

رسانه‌ها در تمامی فعالیت‌های خود به‌ویژه وقتی نقش نظارتی و اطلاع‌رسانی خویش را ایفا می‌کنند، با مسئله عینی‌گرایی و بی‌طرفی مواجه هستند و کمتر رسانه‌ای را می‌توان یافت که ادعای عینی‌گرایی نداشته باشد، چراکه اعتبار رسانه‌ها و اعتماد مردم به آن‌ها ربط مستقیمی به رعایت بی‌طرفی و عینی‌گرایی دارد، اگر مردم احساس کنند که اخبار منتشر شده در رسانه‌ای تحریف و دستکاری شده است دیگر به آن رسانه رجوع نخواهند کرد و به دنبال رسانه جدید برای تأمین نیازهای خبری خود می‌روند.

عینی‌گرایی در اخبار در اصل دوم اصول بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای خبرنگاری نیز مورد توجه ویژه قرار گرفته است: «بارزترین وظیفه روزنامه‌نگار این است که با وقف صادقانه خویش نسبت به واقعیت عینی، خود را در خدمت حق مردم درراه دستیابی به اطلاعات حقیقی و موثق قرار دهد و به نحوی رویدادها را وجداناً در گستره صحیح خود با ترسیم مناسبات اصلی و بدون تحریف و با کاربرد ظرفیت خلاقانه خود انعکاس دهد، مطالب کافی در اختیار مردم قرار گیرد تا بتوانند با استفاده از این مطالب به تصویری جامع و صحیح از جهان دست یابند؛ جهانی که در آن منشأ، ماهیت و جوهره رویدادها و نیز فرایند و وضعیت امور به عینی‌گراترین شکل ممکن قابل‌درک باشد» (شکر خواه، ۱۳۷۸: ۱۲۶).

اما رسانه‌هایی که با بودجه دولتی و عمومی کشور اداره می‌شوند بیش از دیگر رسانه‌ها لازم است عینی‌گرایی و بی‌طرفی را رعایت کنند، اگر رسانه‌های خصوصی فقط از جنبه اخلاق حرفه‌ای خبرنگاری و برای حفظ و افزایش مخاطبان خود باید در اخبار خود عینی‌گرایی را رعایت کنند، رسانه‌های عمومی با توجه به اینکه از بودجه عمومی استفاده می‌کنند از لحاظ قانونی نیز موظف به رعایت بی‌طرفی هستند. قطعاً چنین رسانه‌هایی جهت‌دار بودنشان خطرناک و مغایر با منافع ملی است. درست مثل ارتش یک کشور که نمی‌تواند در منازعات سیاسی، جهت یکی از احزاب را بگیرد، چون نهادی است که حافظ منافع ملی است (رستگار، ۱۳۷۰: ۲۴).

از طرف دیگر روزنامه همشهری به‌عنوان پرتیراژترین روزنامه و بزرگ‌ترین موسسه مطبوعاتی کشور و همچنین به‌عنوان روزنامه‌ای که با محوریت شهر و شهروندان فعالیت می‌کند و ارگان بالادستی آن نیز ارگان سیاسی نیست جایگاه متمایزی نسبت به سایر مطبوعات دولتی و حاکمیتی و عمومی دیگر پیدا می‌کند، عدم رعایت عینی‌گرایی اگر برای روزنامه‌های خصوصی فقط جنبه رعایت اخلاق حرفه‌ای دارد و اگر برای روزنامه‌های دولتی از نظر قانونی و بودجه‌ای محل پذیرش است برای همشهری از نظر حفظ سرمایه فرهنگی کشور نیز قابل تأمل است.

این پژوهش به دنبال بررسی عینی‌گرایی در روزنامه همشهری است اما با توجه به اینکه عینی‌گرایی مفهومی نسبی است عینی‌گرایی در دو روزنامه دیگر یعنی روزنامه جام جم و روزنامه ایران نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد تا بتوان مقایسه‌ای مناسب بین سه روزنامه پرتیراژ کشور که هیچ‌کدام متعلق به بخش خصوصی نیستند انجام داد.

مبانی نظری

روزنامه‌نگاری عینی

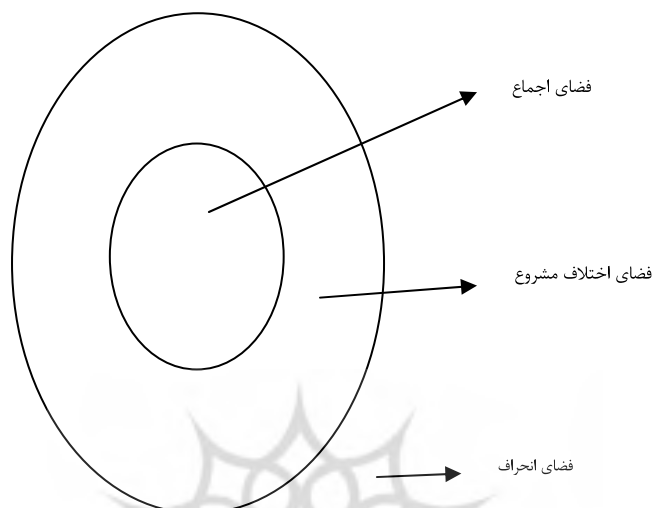
عینی‌گرایی در لغت به معنی واقعیت یا حقیقت و در مقابل ذهنیت به معنی ذهنی و تصویری است. عینی‌گرایی در روزنامه‌نگاری روشی علمی است که خصوصیت مفروض آن، جملات فاقد جهت‌گیری است. عینی‌گرایی در واژه‌نامه کتاب شیوه‌های اساسی گزارش خبری (۱۹۷۷) چنین تعریف شده است: عینی‌گرایی هدفی است که هنگامی بدان نائل می‌شوند که خبر بدون جهت‌گیری و تمایل باشد. یک گزارش خبری عینی، فاقد قضاوت شخصی و نظرات گزارشگر یا سردبیر سرویس است (نقیب‌السادات، ۱۳۷۵: ۴۸).

در شیوه روزنامه‌نگاری عینی، این اصل مبنای عمل است که «اجازه دهید واقعیت‌ها، خود سخن بگویند» (همان: ۶۳) مخاطبان بر اساس واقعیت‌های دریافتی خود قضاوت می‌کنند و نیازی به القای قضاوت و برداشت خبرنگار نیست القای پیامی خاص از طریق اطلاع‌رسانی به مخاطب در حقیقت نوعی «اندیشیدن به جای مخاطب» است که امری ناپسند و نارواست (رستگار، ۱۳۷۰: ۲۳) «خبر باید قبل از هرگونه پیش‌داوری و جانب‌داری عین حقیقت را در ذهن مخاطب حک کند و به‌طور دقیق، صحیح و عینی از یک رویداد گزارش دهد. درواقع صاحب‌نظران وسایل ارتباط‌جمعی یک رابطه علت و معلولی بین بی‌طرفی و عینی بودن خبر برقرار کرده‌اند. آن‌ها معتقدند که حفظ بی‌طرفی در تهیه و تنظیم خبر منجر به عینی بودن و واقعی بودن آن می‌شود. شعار مخصوص مطبوعات آنگلوساکسون چنین است: خبر مقدس است ولی تفسیر آزاد» (بهمن آبادی، ۱۳۸۵).

جان سولوسکی معتقد است خبرنگاران باید حقایق را تا حد ممکن به‌گونه‌ای منصفانه و متوازن گزارش کنند (سولوسکی، ۱۹۸۹: ۲۱۳). درواقع گزارشگر نمی‌تواند بی‌طرف باشد و همانند دیگران به سمتی متمایل است اما می‌تواند گزارش خود از وقایع را تا حد زیادی به‌طور عینی ارائه دهد.

دانیل هالن جهان فعالیت روزنامه‌نگاری را به سه منطقه تقسیم می‌کند. بر هر یک از این مناطق نوع خاصی از استانداردهای روزنامه‌نگاری حاکم است، آنچه به عینی‌گرایی مربوط می‌شود، قلمرو فضای اختلاف مشروع است در این منطقه مبارزات و مجادلات معمول حزبی و

اجتماعی صورت می‌گیرد که بازتابانند آن به صورت عینی فضیلت اصلی کار روزنامه‌نگاری است.



مدل شماره ۱: جهان روزنامه نگاری از دیدگاه دانیل هالن (نمک‌دوست، ۱۳۸۰)

در مرکز، منطقه اجماع قرار دارد منطقه‌ای که اکثریت جامعه بر سر آن توافق دارند و روزنامه‌نگاران نیازی به بیان رویکردهای متناقض احساس نمی‌کنند و در عین حال ابایی از بیان نظر صریح خود ندارند.

فضای سوم که بیرون از دو دایره را در برمی‌گیرد منطقه انحراف است، منطقه‌ای که بیشتر روزنامه‌نگاران و اکثریت سیاستمداران علاقه‌ای به بحث و توجه به آن ندارند. هالن، به عنوان مثال به موضوعاتی اشاره می‌کند که در ایالات متحده آمریکا [اغلب برچسب تمایل کمونیستی می‌خورد و روزنامه‌نگاران از بیان آن پرهیز می‌کنند (نمک‌دوست، ۱۳۸۰).

لانس مانند بسیاری از صاحب‌نظران دیگر بر این عقیده است که عینیت در ابتدا نوعی روش کار محسوب می‌شد، اما طولی نکشید که به یک ارزش تبدیل و وسیله‌ای برای نشان دادن بی‌طرفی شد (هوسمن، ۱۳۸۸: ۳۹).

والتر لیپمن روزنامه‌نگار معروف آمریکایی از جمله پیشگامان روزنامه‌نگاری عینی بشمار می‌رود. وی برای نخستین بار ضمن یک تجربه و تحلیل علمی که در سال ۱۹۲۰ به کمک یکی از همکاران خویش راجع به سنجش صحت اخبار روزنامه نیویورک تایمز در مورد انقلاب بلشویکی روسیه انجام داد، از جهت‌گیری‌های شخصی و گزارش‌های مغرضانه خبرنگاران این روزنامه در

طول دو سال بعد از پیروزی انقلاب مذکور، انتقاد کرد. او به این نتیجه رسید که خبرنگاران درباره موضوع مذکور به آنچه اتفاق افتاده توجه نمی‌کنند بلکه آنچه آرزوی وقوع آن را دارند مورد توجه آن‌ها است، وی معتقد است این‌گونه برخوردها غیر عینی و ذهنی هستند و باید مذموم شناخته شوند.

لیپمن در کتاب خود با عنوان افکار عمومی، ضمن انتقاد از قالب‌های ذهنی خبرنگاران در ارائه رویدادهای خبری، بر ضرورت جدایی بین روزنامه‌نگار و رویداد تأکید کرد و تأثیر ندادن احساسات و پیش‌داوری‌ها و تمایلات و علاقه‌های شخصی و رعایت بی‌طرفی کامل در کسب و انتشار اخبار را از اصول اساسی روزنامه‌نگاری عینی معرفی کرد (معمدنژاد، ۱۳۸۶: ۴۸۵-۴۸۴).

انتقاد از عینی‌گرایی

اصلی‌ترین مخالفان روزنامه‌نگاری عینی، روزنامه‌نگاران مدافعه‌گرند که به دنبال ایجاد تحرک در گزارش‌هایشان هستند. روزنامه‌نگاران تشریحی نیز چون اخبار را برای مخاطبان‌شان تشریح و تفسیر می‌کنند، با عینی‌گرایی مخالف هستند.

بیل مویز منشی مطبوعاتی پیشین رئیس‌جمهوری آمریکا و یکی از روزنامه‌نگاران باسابقه، با صراحت تمام عینی‌گرایی در اخبار را امری واهی می‌خواند، وی می‌نویسد روزنامه‌نگاران از دریچه چشمان خود به ایده‌ها و رویدادها نگاه می‌کنند، این موضوع به خودی خود مشکلی ایجاد نمی‌کند، مشکل زمانی پدیدار می‌شود که آنچه را شخص دیده به‌عنوان حقیقت به کسانی که آگاهی کمتری دارند، منتقل کند. هر یک از انسان‌ها، همان چیزی را می‌بینند که تجربیاتشان آنها را به دیدن آن سوق می‌دهد. شرح رویدادها اغلب به شاهد رویداد بستگی دارد (هوسمن، ۱۳۸۸: ۴۰).

برخی دیگر از اندیشمندان حوزه روزنامه‌نگاری معتقدند که ما فقط می‌توانیم جهان را از منظر درونی خودمان مشاهده کنیم؛ بنابراین، اخبار عینی امکان‌پذیر نیست (ایون و کنسلی به نقل از فیدر، ۲۰۱۰: ۹). برای اثبات این قضیه تحقیقات فراوانی صورت گرفته که نشان می‌دهد رسانه‌های آمریکایی دارای جهت‌گیری‌های خاصی هستند (بنت، ۱۹۸۸؛ هرمن و چامسکی، ۱۹۸۸؛ پارتی، ۱۹۸۶؛ گاندی، ۱۹۸۸، کورکوران ۱۹۸۶ به نقل از په و ملکوت، ۱۳۷۶: ۳۶).

شیوه‌های دستکاری اطلاعات

به اعتقاد برخی از روزنامه‌نگاران و محققان، عینی‌گرایی نه وجود دارد و نه قابل تحقق است و

توسل به عینی‌گرایی چیزی جز رازآلود کردن کار روزنامه‌نگاری نیست (مکنیر به نقل از نمک‌دوست تهرانی، ۱۳۸۰: ۵۰). رسانه‌ها شیوه‌های مختلفی برای دستکاری و کنترل اطلاعات دارند که نتیجه همه آن‌ها عدم تحقق عینی‌گرایی در اخبار می‌شود، مایکل بارنتی شیوه‌های دستکاری اطلاعات و افکار را به شش دسته تقسیم کرده است:

- ۱- چارچوب سازی؛ ۲- عدم توازن در ارائه دیدگاه‌ها؛ ۳- حذف و کتمان؛ ۴- برجسب زدن؛ ۵- دروغ
- ۶- انتقال ارزش‌های ظاهری (احراری، ۱۳۸۲: ۶۱).

همچنین پژوهشگران ارتباطات از منظرهای مختلف به مسئله دستکاری اطلاعات توسط رسانه‌ها پرداخته‌اند که در ذیل به برخی از این دیدگاه‌ها اشاره می‌شود.

دروازه‌بانی و کنترل اطلاعات

مفهوم دروازه‌بانی به‌خصوص در وسایل ارتباط‌جمعی، همه شکل‌های کنترل اطلاعات را در برمی‌گیرد و شامل همه مواردی می‌شود که به نحوی به تصمیم‌گیری در مورد درج یا عدم درج یک خبر بازمی‌گردد و به همین دلیل می‌توان دروازه‌بانی را در همه مواردی چون گزینش، شکل‌دهی، عرضه، زمان‌بندی، محدودسازی، تکرار یک پیام و ... بررسی کرد و رد پای آن را دریافت. مفهوم سانسور در چارچوب دروازه‌بانی، مفهوم ملموسی برای روزنامه‌نگاران است (شکرخواه، ۱۳۸۰: ۳۳). تنها با انتخاب یک عنصر برای تیتراژ، گزارشگر قضاوت خود را در مورد این‌که چه چیز مهم است و چه چیز مهم نیست نشان داده است. سبک هرم وارونه نیز نشان از بی‌طرفی خبرنگار است.

انگاره‌سازی خبر و تئوری بیان

ارائه انگاره‌ای (تصویری) از شخصیت‌ها، مکان‌ها، اشیا و رویدادها به مخاطب، انگاره‌سازی خبری نام دارد. در انگاره‌سازی، با بازتاب واقعیت سروکار نداریم. واقعیت‌ها دستکاری شده و توأم یا تفسیر پنهان ارائه می‌شوند. انگاره‌سازی تکنیک و کلید کارگشای معنی‌سازی در جهان خبر است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۰: ۷۳).

تئوری چارچوب^۱ و ساخت اجتماعی واقعیت

بر اساس این تئوری، رسانه‌ها در نقش خبری خود، آیینه‌انعکاس رویدادها و واقعیات دنیای اجتماعی و سیاسی نیستند. بلکه بر عکس، آفریننده واقعیات‌های اجتماعی و سیاسی هستند و

به برداشت افراد از دنیای اطرافشان هستی می‌بخشند. آن‌ها در تهیه خبر، علاوه بر انتخاب داده‌ها، آن‌ها را بر اساس فرمول‌ها و قالب‌های جاافتاده به هم ربط می‌دهند و معنی‌دار می‌کنند؛ بنابراین، این رویداد نیست که قالب را تعیین می‌کند بلکه این قالب است که داده‌ها را برمی‌گزیند و روابط آن‌ها را شکل می‌بخشد. رسانه‌ها معمولاً با تصویر پیش‌ساخته و داستانی پیش‌پرداخته به مشاهده رویدادها می‌روند و با نگرشی شکل‌گرفته به‌گزینش داده‌ها و بررسی پدیده‌های اجتماعی می‌پردازند. فرایند گردآوری، گزینش و انتشار اخبار، فرایندی عینی و بی‌طرفانه نیست، بلکه آمیخته با ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی، سیاسی و اجتماعی است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۰: ۷۶).

به لحاظ معرفت‌شناسی، برای فروید ساختار روان، برای مارکس ساختار اقتصاد، برای سوسور ساختار زبان، برای هابرماس تعلقات و برای فوکو گفتمان قدرت، همگی بر فرد موضوع بررسی، مقدم‌اند و به خوبی معلوم می‌سازند که فرد در هر شرایطی چه می‌تواند انجام دهد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۰: ۷۶).

بنابراین اخبار بدان حد که ساخته می‌شوند یافته و حتی گردآوری نمی‌شوند، بلکه در حقیقت، حاصل فرایندی ژورنالیستی و مصنوعی هستند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۰: ۷۶).

فیلترهای خبری چامسکی و هرمان

چامسکی و هرمان به پنج فیلتر خبری اشاره می‌کنند که در جهت منافع قدرتمندان، میدان عمل خبرنگاران را محدود می‌کنند. این پنج فیلتر عبارت‌اند از:

۱. میزان تمرکز مالکیت وسایل ارتباط جمعی
۲. آگهی‌های تجاری به‌عنوان اصلی‌ترین منابع درآمد وسایل ارتباط جمعی
۳. اعتماد و وابستگی وسایل ارتباط جمعی به اخبار و اطلاعاتی که دولت، سازمان‌های مهم تجاری و متخصصان صاحب‌نام به‌عنوان منابع اصلی ارتباطی و خبری در اختیارشان می‌گذارند.
۴. انتقاد از وسایل ارتباط جمعی
۵. ضدیت با کمونیسم (هرمن و چامسکی، ۱۳۷۷).

سازوکارها و ویژگی‌های اخبار عینی

اما گذشته از مسائلی که به آن اشاره شد بازهم فرض دسترسی به عینی‌گرایی، در میان روزنامه‌نگاران فرضی مسلط و قوی است. پژوهشگران رسانه‌ها برای رسیدن به خبر عینی، الزامات و ملاحظات را مطرح کرده‌اند که امکان می‌دهد واقعیت هرچه آزادتر و مستقل‌تر از اراده و منافع طبقه حاکم گزارش، تفسیر و یا فهم شود که در ذیل به آن‌ها اشاره می‌شود.

۱- دنیس مک کوایل در بیان معنا و مفهوم عینی‌گرایی شش ویژگی زیر را برشمرده است:

- ۱- توازن و تعادل در ارائه جنبه‌های مختلف یک موضوع
 - ۲- رعایت صحت و واقع‌گرایی در ارائه گزارش
 - ۳- جداسازی حقایق از دیدگاه‌ها و نظرهای شخصی
 - ۴- به حداقل رسیدن تأثیر علائق، آرا و دخالت نویسنده در ارائه گزارش
 - ۵- ارائه همه نکات اصلی مرتبط با موضوع
 - ۶- اجتناب از سوگیری، غرض‌ورزی و فریبکاری و رعایت بی‌طرفی (مک‌کوایل، ۱۹۹۲: ۱۸۹).
- ۲- گای تاکمن معتقد است سه عامل شکل کار، روابط درون‌سازمانی، محتوای کار بر تحقق عینی‌گرایی تأثیر می‌گذارد، در مقابل، او به هشت راه‌حل برای پابندی روزنامه‌نگاران به عینی‌گرایی در مطالبی که تهیه می‌کنند اشاره می‌کند. این راه‌ها عبارت‌اند از:

۱. طرح احتمالات متناقض
- برای مثال وقتی نماینده مجلسی درباره مسائل دفاعی ادعایی را مطرح می‌کند اگر این ادعا به‌تنهایی نقل شود مخاطب احساس می‌کند که روزنامه‌نگار جانبداری کرده است، در این حالت روزنامه‌نگار حرفه‌ای باید با یکی از مسئولان دولتی مصاحبه کند و نظر او را در این باره جویا شود و هر دو نقل‌قول را بدون قضاوت کردن در اختیار مخاطب خود قرار دهد.
۲. ارائه شواهد تکمیلی
 ۳. استفاده صحیح از نقل‌قول
 ۴. طرح مهم‌ترین موضوع در ابتدای مطلب
 ۵. تمایز دقیق میان حقایق از نظریات و تحلیل‌ها
 ۶. توالی مناسب و ساخت‌مند اطلاعات
 ۷. بیان عناصر شش‌گانه خبر
 ۸. ذکر منبع (تاچمن، ۱۹۷۲: ۶۷۶-۶۶۵)
- ۳- میندیچ برای ارزیابی عینی‌گرایی رسانه، پنج عامل را مورد توجه قرار می‌دهد:
- (۱) جدا شدن و نداشتن وابستگی (استفاده از زبان‌های خنثی)،
 - (۲) بی‌طرفی (گنجاندن همه طرف‌های مربوط به یک داستان. انصاف)
 - (۳) سبک هرم وارونه نوشتن (ارائه حقایق به ترتیب اهمیت)،
 - (۴) تجربه‌گرایی ساده (صحت و دقت)
 - (۵) تعادل (عدم اعوجاج، مانند حذف حقایق مربوط). (مندپیچ، ۱۹۹۸: ۱۰ به نقل از شکر خواه و کمالی چیرانی، ۱۳۸۸: ۱۶۵ و فیدر، ۲۰۱۰: ۴)
- به اعتقاد کری فیدر ضرورتی ندارد صحت و دقت را در هنجارهای اصلی عینی‌گرایی قرار دهیم

چراکه سایر هنجارها شیوه دستیابی به صحت و دقت و یا منعکس‌کننده آن هستند.

۴- هایاکاوا سه نوع بیان مرتبط با تحریف یعنی گزارش، استنباط و قضاوت و موضوع را مورد بحث قرار می‌دهد. گزارش بیانی است که مستعد تأیید است و استنباط و قضاوت را خارج می‌کند. استنباط، بیانی است درباره امری نامعلوم بر اساس امر معلوم. قضاوت، اظهار تأیید یا عدم تأیید یک رخداد شخص یا شیء است (سورین و تانکارد، ۱۳۸۶: ۱۳۶-۱۳۵). یک روزنامه‌نگار با از میان بردن استنباطها و قضاوتها تا جای ممکن و با اصرار بر گزارشها می‌تواند کار زیادی در جهت عینی‌گرایی انجام دهد؛ اما این به‌تنهایی عینی‌گرایی را تضمین نمی‌کند. همان‌طور که هایاکاوا متذکر می‌شود، عامل دیگری که باید در نظر گرفت، تحریف است. تحریف گزینشی جزئیاتی مطلوب یا نامطلوب، برای موضوع مورد بحث است (سورین و تانکارد، ۱۳۸۶: ۱۳۷).

۵- جان مریل استاد روزنامه‌نگاری (۱۹۵۰) در مطالعه خویش به اسم چگونه تایم در مورد سه رئیس‌جمهور آمریکا قضاوت قالبی به عمل آورد، از مفاهیم معناشناسی و مفاهیم خاص خود استفاده کرد. وی شش دسته خطا به شرح زیر ترتیب داد: خطای اسنادی (ترومن نیش‌دار سخن گفت)، خطای صفت (گرم سخن گفتن آیزنهاور)، خطای قیدی (ترومن با تندی سخن گفت)، عقیده آشکار (معادل مفهوم قضاوت هایاکاوا)، خطای متنی و خطای تصویری (اینکه تصویر چه احساسی را می‌رساند)، وی ۱۰ شماره از مجله تایم را برای هر رئیس‌جمهور بررسی کرد و دریافت که تایم درباره ترومن دارای خطاهای منفی فراوانی است درحالی‌که درباره آیزنهاور دارای خطاهای مثبت فراوانی است (سورین و تانکارد، ۱۳۸۶: ۱۳۹-۱۳۷).

۶- همچنین برخی دیگر از محققان نیز تأکید کرده‌اند که خبرنگاران برای حفظ بی‌طرفی علاوه برداشتن تخصص، باید به انتخاب جمله‌بندی و سبک زبانی، استفاده از شواهد در گزارش‌های خبری، نقل قول از منابع معتبر و شرح صحیح و درست وقایع توجه کنند (نیدن، ۱۹۸۸: ۲ به نقل از نصراللهی و سلطانی پور، ۱۳۹۱: ۱۱۳) نکته دیگر این‌که خبرنگار باید بتواند در مصاحبه‌هایی که انجام می‌دهد لحن مناسبی را تا آخر مصاحبه حفظ کند. یک سؤال اگر با دو لحن متفاوت ادا شود، می‌تواند دو معنای متفاوت را برساند. یکی غرض‌ورزی را نشان دهد و دیگری بی‌طرفی.

برای تکمیل بحث به تحلیل یکی از بنگاه‌های خبررسانی باسابقه معاصر درباره بی‌طرفی می‌پردازیم، سردبیران بی.بی.سی در بخش آموزش روزنامه‌نگاری معتقدند که خبرنگار بعد از انجام یک سری اقدامات می‌تواند بر اساس شواهد موجود، یک نوع تحلیل و قضاوت را در شکل تنظیم گزارش و یا نتیجه‌گیری آن مطرح کند؛ اما در طول روند جمع‌آوری اطلاعات، روی هم ریختن داده‌ها، شکل دادن به گزارش و تنظیم متن آن، باید اصل بی‌طرفی را کاملاً رعایت کرد.

«بی‌طرفی» به خبرنگار این امکان را می‌دهد که بر اساس داده‌های واقعی به یک نوع تحلیل و قضاوت برسد و تأکید آن بر این است که او به جستجوی دیدگاه و نظرهای مهمی برود که به بحث گزارش مربوط می‌شوند.

به اعتقاد این رسانه، «این که فقط گزارش کنید هر طرف چه می‌گوید، کافی نیست. اگر فرض بگیریم خبرنگاری شواهدی در دست دارد که نشان می‌دهد جایی قتل‌عام شده باید ته و توی ماجرا را درآورد و اگر واقعاً مطمئن شد که قتل عامی در کار بوده باید بگوید که «کشتار جمعی» شده است» (بی.بی.سی، بی.تا).

درحالی‌که بنا به تعریف محققان ارتباطات، خبرنگار حق قضاوت و اظهارنظر شخصی درباره رویدادها را ندارد حتی در منعطف‌ترین نگاه که مربوط به هربرت گانز است نیز عقاید خبرنگار به صورت آشکار و قابل تفکیک با اصل خبر بیان می‌شود نه به‌عنوان جمع‌بندی و نتیجه‌گیری خبر؛ ضمن آنکه مثال کشتار جمعی که بی.بی.سی مطرح می‌کند نشان از وجود مشکلات جدی در این نوع بی‌طرفی است؛ چرا که طبق کنوانسیون بین‌المللی منع و مجازات کشتار جمعی، این نوع کشتار به‌منظور از بین بردن تمام یا بخشی از یک گروه ملی، قومی، نژادی یا مذهبی صورت می‌گیرد، درحالی‌که خبرنگار فقط می‌تواند ظواهر کار را ببیند و گزارش کند و از نیت‌ها و منظورها مطلع نیست که بخواهد این عبارات را که دارای بار حقوقی است بکار برد.

چارچوب نظری

برای یافتن پاسخی مناسب و جامع برای سؤال اصلی این تحقیق، الگوی مندیچ باملاحظه اصلاحات فیدر را مبنا قرار می‌دهیم، این الگو چهار مشخصه برای سنجش عینی‌گرایی مطرح می‌کند که عبارت‌اند از:

۱ جدا شدن و نداشتن وابستگی (استفاده از زبان‌های خنثی)

۲ بی‌طرفی (گنجاندن همه طرف‌های مربوط به یک داستان. انصاف)

۳ سبک هرم وارونه نوشتن (ارائه حقایق به ترتیب اهمیت)

۴ تعادل (عدم اعوجاج، مانند حذف حقایق مربوط)

همچنین با بهره‌گیری از مطالعات سایر صاحب‌نظران این حوزه سعی شده است، همه ابعاد عینی‌گرایی بررسی شود، از این‌رو بر اساس نظرات تاچمن متغیر ذکر منبع، بر اساس مطالعات هایاکاوا سه مفهوم استنباط، قضاوت و گزارش و بر اساس مطالعه مریل خطاب تصویری نیز سنجیده می‌شوند.

ذکر این نکته ضروری است که عینی‌گرایی فقط مربوط به مطالب منتشرشده نیست و طبق برخی از نظریه‌هایی که مرور شد بخشی از انحراف رسانه‌ها از عینی‌گرایی مربوط به حذف و

نادیده گرفتن پاره‌ای از اخبار است اما این پژوهش صرفاً عینی‌گرایی مطبوعات از حیث مطالب منتشرشده در روزنامه‌ها را طبق مقوله‌های تحقیق تحلیل و بررسی می‌کند.

روش تحقیق

در این پژوهش از دو روش استفاده شده است، ابتدا نیاز به روشی بود که بتوان به‌طور یکسان و استاندارد، داده‌های لازم را در یک مقطع زمانی خاص، جمع‌آوری کرد. از این با روش تحلیل محتوای کمی انتخاب شد.

جامعه آماری این پژوهش کلیه روزنامه‌های کشور هستند اما با توجه به اینکه روزنامه‌های دولتی و حاکمیتی و عمومی که با بودجه دولت اداره می‌شوند در رعایت عینی‌گرایی نسبت به روزنامه‌هایی که توسط بخش خصوصی و احزاب سیاسی اداره می‌شوند علی‌القاعده در اولویت هستند، روزنامه‌های مربوط به بخش خصوصی و احزاب را از تحلیل خود خارج و از میان روزنامه‌های متعلق به بخش‌های دولتی، حاکمیتی و عمومی، سه روزنامه پرتیراژ این دسته یعنی روزنامه‌های همشهری، ایران و جام جم را انتخاب کردیم.

همچنین با توجه به اهمیت سیاسی سال ۱۳۹۲ در دهه اخیر - به علت برگزاری انتخابات ریاست جمهوری و توافقنامه ژنو- این سال برای مطالعه موردی این روزنامه‌ها انتخاب شد، همچنین با توجه به سؤالات تحقیق صرفاً اخبار سیاسی داخلی مندرج در این روزنامه‌ها مدنظر پژوهشگر قرار داشت.

در این پژوهش حجم نمونه چهار هفته آماری (۲۴ نسخه از هر روزنامه) در نظر گرفته شد و با روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی‌شده، نمونه‌ها انتخاب شدند بدین ترتیب که ابتدا برای ماه اول هر فصل از بین شنبه تا دوشنبه یک قرعه انتخاب شد و دو روز باقی‌مانده به ترتیب به ماه‌های دیگر فصل تعلق گرفت، سپس همین کار برای هر فصل برای روزهای سه‌شنبه تا پنجشنبه انجام شد (برای مثال قرعه فروردین در قرعه‌کشی اول یکشنبه تعیین شد، بنابراین دوشنبه به اردیبهشت و شنبه به خرداد تعلق می‌گیرد). در نتیجه هر فصل شامل یک هفته می‌شود سپس برای روزهای تعیین‌شده یک قرعه انتخاب شد تا مشخص شود برای مثال کدام شنبه ماه و یا کدام سه‌شنبه ماه باید تحلیل شود.

روش دوم این پژوهش با توجه به اینکه نظرات صاحب‌نظران حوزه مطبوعات می‌تواند منجر به بررسی دقیق‌تر نتایج و تحلیل دلایل میزان عینی‌گرایی در مطبوعات شود، روش مصاحبه عمقی هست. لذا سؤالاتی پیرامون وضعیت و چرایی و بایسته‌های عینی‌گرایی در مطبوعات ایران طرح و از اساتید حوزه روزنامه‌نگاری پرسیده شد. اساتیدی که با آن‌ها مصاحبه شد به شرح ذیل هستند: آقایان دکتر محمد مهدی فرقانی، دکتر حسن نمک‌دوست، دکتر علی‌اصغر محکی، دکتر

یونس شکر خواه، دکتر منوچهر بیات و استاد فریدون صدیقی. بعد از پیاده کردن متن مصاحبه‌ها داده‌ها کدگذاری شدند، برای کدگذاری از تلفیقی از روش‌های زنده، ساختاری توصیفی، محوری و فرایندی استفاده شد، سپس با ترکیب کدها ۱۲ مقوله از مصاحبه‌ها استخراج شد و سرانجام روابط بین مقولات و نتیجه‌گیری تشریح شد.

تعاریف عملیاتی مقوله‌های تحلیل محتوا

۱. «گونه»

گونه‌های خبر با استفاده از تقسیم‌بندی سه‌گانه «هایاکاوا» به سه زیر مقوله؛ گزارش، استنباط و قضاوت مشخص شدند.

۱ گزارش: خبری به‌عنوان گزارش کد می‌شود که قابلیت تأیید و یا رد داشته باشد.

۲ استنباط: جمله‌ای درباره یک‌چیز مجهول است که بر پایه و اساس یک‌چیز معلوم ساخته شده باشد.

۳ قضاوت: قضاوت بیانی از یک نویسنده، دال بر موافقت یا عدم موافقت او با رویدادها، افراد و موضوعات است (هایاکاوا ۱۹۷۲ به نقل از په و ملکوت، ۱۳۷۶).

به‌عنوان یک قانون کلی برای این مطالعه، خبری که حاوی قید، صفت، افعال قوی و یا هر چیز که احساسات نویسنده را در قبال یک موضوع نگرشی بیان کند مانند علامت تعجب، در طبقه «قضاوت» می‌گنجد.

۲. «جهت»

«جهت» خبر نیز به دو زیر مقوله جهت‌دار و خنثی تقسیم شد. خبری به‌عنوان جهت‌دار کدگذاری می‌شود که یک معنی منفی و یا مثبتی را نسبت به موضوعی برساند و در کل، موجب ایجاد نگرش منفی یا مثبت در خواننده شود.

۳. تعادل (انعکاس نظرات طرفین)

برخی از اخبار به موضوعاتی مربوط می‌شوند که در آن موضوعات نظرات مختلفی وجود دارد و از این‌رو این خبرها قابلیت درج نظرات دو یا چند طرف درگیر ماجرا را دارند، یکی از ملاک‌های مشخص شدن این نوع اخبار این است که در متن خبر صحبت‌های یک نفر توسط فرد دیگر نقد شود.

۴. استفاده از دلایل و نتایج

پرداختن به دلایل و نتایج خبر از زوایای مختلف، می‌تواند به شکل ارائه تاریخچه یا عواقب خبر برای مخاطبان باشد این‌که چرا خبر اتفاق افتاده است و این اتفاق چه نتایجی در بردارد، باعث می‌شود تا یک خبر متعادل جلوه کند، تعدد دلایل و نتایج از نظر نحوه ارائه، شکل متعادل‌تری

را جلوه‌گر می‌سازد.

۵. نحوه سابقه نویسی

سابقه‌نویسی یک از روش‌هایی است که برای جریان دهی و مسیردهی به اخبار کمک شایانی به روزنامه‌نگاری می‌کند. در این تاکتیک روزنامه‌نگار با تکیه بر حوادثی که در گذشته اتفاق افتاده و خاطره آن همچنان در اذهان عمومی به‌جامانده، آن‌ها را به‌گونه‌ای به حوادث و موضوعات جدید ربط می‌دهد و پیام موردنظر خود را به مخاطب القا می‌کند (سلطانی فر و هاشمی، ۱۳۸۲: ۱۸).

۶. منبع

۷. سوگیری تصویری

این مقوله مانند مقوله جهت است.

۸. حذف منجر به تحریف

حذف برخی مطالب می‌تواند باعث تحریف واقعیت شود، برای یافتن این‌چنین حذف‌هایی باید اخبار سه روزنامه به‌صورت هم‌زمان بررسی شوند تا در قیاس باهم حذف‌های منجر به تحریف مشخص شود.

۹. یکسانی تیتر و متن خبر

پایایی

برای پایایی تحقیق ۲۰ درصد کل محتوا توسط کدگذار دیگری، کدگذاری و ضریب قابلیت اعتماد برای متغیرهای «گونه»، «جهت»، «حذف منجر به تحریف»، «سوگیری تصویری»، «نحوه سابقه نویسی» و «انعکاس نظرات طرفین» محاسبه شد که این متغیرها نمرات قابل قبولی کسب کردند.

نتایج تحقیق

از ۶۳۹ خبر تحلیل‌شده ۵۶٫۸ درصد اخبار متعلق به روزنامه ایران و ۲۴٫۹ درصد مربوط به روزنامه جام جم و ۱۸٫۳ درصد مختص به روزنامه همشهری بوده‌اند؛ که این قضیه نشانگر مقدار سیاسی بودن این روزنامه‌هاست، همچنین از نظر گونه خبر، اکثر خبرهای سه روزنامه، گزارش محسوب می‌شوند و فقط ۵٫۲ درصد استنباط و ۹٫۷ درصد قضاوت هستند، ضمن آنکه ۷۳٫۷ درصد مطالب بدون جهت‌گیری و ۲۶٫۳ درصد دارای جهت‌گیری هستند. در تحلیل این دو نتیجه اخیر باید گفت که اساساً بسیاری از اخبار دارای قابلیت جهت‌دار شدن و همچنین قابلیت گنجاندن استنباط و قضاوت‌های روزنامه‌نگاران را ندارند. به نظر می‌رسد خبر باید به درجه‌ای از حساسیت و اهمیت برای رسانه برسد که به‌صورت خودآگاه و یا ناخودآگاه

روزنامه‌نگار به آن جهت بدهد و یا قضاوت خود را نیز در آن درج کند؛ بنابراین می‌توان گفت که درصدهای پایین اخبار جهت‌دار و گونه‌های قضاوت و استنباط الزاماً به معنای رعایت عینی‌گرایی در روزنامه‌ها نیست یافته‌های ضمنی پژوهشگر بیانگر آن است که بسیاری از اخبار اساساً قابل جهت‌دار شدن و اضافه کردن قضاوت نیستند.

همچنین این پژوهش نشان داد که حدود ۸۵ درصد اخبار فاقد قابلیت دوطرفه بودن هستند و در میان اخباری که این قابلیت را دارند حدود ۸۸ درصد به‌صورت یک‌طرفه نگارش شده‌اند و فقط ۱۲ درصد نظرات دو طرف را منعکس کرده‌اند.

همچنین در بین اخباری که در بیش از یک روزنامه درج شده‌اند ۶,۲ درصد دارای حذف منجر به تحریف هستند و ۹۳,۸ درصد چنین حذفی ندارند. در تحلیل این نتایج باید توجه داشت که فقط ۳۳ درصد اخبار در بیش از یک روزنامه درج شده‌اند و مابقی اخبار به‌صورت انحصاری در یک روزنامه بوده‌اند ضمن آنکه فقط در ۲,۳ درصد اخبار، بین تیتر و بدنه خبر همخوانی وجود ندارد، در تحلیل مقوله سوگیری تصویری نیز مشخص شد که فقط چهار درصد اخبار دارای تصویر، سوگیری تصویری دارند. گفتنی است حدود ۴۰ درصد اخبار دارای تصویر بوده‌اند.

در دو مقوله «استفاده از دلایل و نتایج» و «پیشینه خبر» به ترتیب ۹,۴ و ۲۵,۷ درصد اخبار قابلیت داشتن دلایل و نتایج و همچنین پیشینه خبر را داشته‌اند که از این میزان ۳۶,۷ درصد دلایل و نتایج را ذکر کرده‌اند و در مقوله پیشینه خبر ۲۲ درصد پیشینه جهت‌دار و ۲۵ درصد پیشینه خنثی و مابقی فاقد پیشینه بوده‌اند. ضمن آنکه در خصوص مقوله منبع، این پژوهش نشان داد که ۴۲ درصد اخبار تحلیل شده فاقد منبع هستند.

جدول شماره ۱: خلاصه نتایج توصیفی پژوهش

مقوله	زیر مقوله	فراوانی	درصد	درصد معتبر
روزنامه	جام جم	۱۵۹	۲۴,۹	
	همشهری	۱۱۷	۱۸,۳	
	ایران	۳۶۳	۵۶,۸	
گونه	گزارش	۵۴۴	۸۵,۱	
	استنباط	۳۳	۵,۲	
	قضاوت	۶۲	۹,۷	
جهت	جهت‌دار	۱۶۸	۲۶,۳	
	خنثی	۴۷۱	۷۳,۷	
منبع	منبع دارد	۳۶۶	۵۷,۳	
	منبع ندارد	۲۷۳	۴۲,۷	
همخوانی تیر و خبر	همخوانی دارد	۶۲۴	۹۷,۷	
	ندارد	۱۵	۲,۳	
تعالد	انعکاس نظرات طرفین	۱۱	۱,۷	12.1
	انعکاس یک‌طرفه نظرات	۸۰	۱۲,۵	87.9
	اخباری که طرفین ندارد	۸۵۴	۸۵,۸	-
دلایل و نتایج	دلایل آورده شده	۲۲	۳,۴	36.7
	دلایل ذکر نشده	۳۸	۵,۹	63.3
	اخباری که اساساً دلایل ندارد	۵۷۹	۹۰,۶	
پیشینه	پیشینه جهت‌دار است	۳۶	۵,۶	22.0
	پیشینه خنثی است	۴۱	۶,۴	25.0
	پیشینه ندارد	۸۷	۱۳,۶	53.0
	نیازی به پیشینه ندارد	۴۷۵	۷۴,۳	
حذف منجر به تحریف	دارد	۱۳	۲,۰	6.2
	ندارد	۱۹۶	۳۰,۷	93.8
	اخبار انحصاری	۴۳۰	۶۷,۳	
سوگیری تصویری	سوگیری دارد	۱۰	۱,۶	4.0
	ندارد	۲۴۳	۳۸,۰	96.0
	اخباری که تصویر ندارند	۳۸۶	۶۰,۴	4.0
	سوگیری دارد	۱۰	۱,۶	4.0

شاخص عینی‌گرایی که ترکیبی از مقولات تحلیل‌شده است نشان داد که ۳۲,۱ درصد مطالب روزنامه‌های تحلیل‌شده دارای عینی‌گرایی کامل هستند و ۶۷,۹ درصد در رعایت عینی‌گرایی، دچار نقصان هستند که البته در مجموع ۵۳,۶ درصد اخبار دارای نقص کم و خیلی کم در عینی‌گرایی هستند و ۶,۷ درصد نقص زیاد و خیلی زیادی در عینی‌گرایی مشاهده‌شده و ۲۰,۳ درصد نیز در عینی‌گرایی نقصانی با نمره متوسط دارند.

همچنین نتایج به‌دست‌آمده از آزمون‌های آماری نشان داد که بین مقوله روزنامه (همشهری، جام جم و ایران) و مقوله جهت‌گیری تفاوت معناداری وجود دارد. طبق نتایج، ۱۸,۹ درصد از مطالب روزنامه جام جم جهت‌دار است در حالی که روزنامه‌های همشهری و ایران به ترتیب ۳۰,۸ و ۲۸,۱ درصد مطالبشان جهت‌دار است بنابراین می‌توان گفت که اخبار سیاسی روزنامه همشهری و ایران بیش از روزنامه جام جم جهت‌دهی دارند.

جدول شماره ۲: تفاوت سه روزنامه از حیث جهت

مجموع	جهت‌دار بودن		فرآوانی	جام جم	روزنامه
	بی‌جهت	جهت‌دار			
۱۵۹	۱۲۹	۳۰	فرآوانی	جام جم	روزنامه
۱۰۰,۰	۸۱,۱	۱۸,۹	درصد		
۱۱۷	۸۱	۳۶	فرآوانی	همشهری	روزنامه
۱۰۰,۰	۶۹,۲	۳۰,۸	درصد		
۳۶۳	۲۶۱	۱۰۲	فرآوانی	ایران	روزنامه
۱۰۰,۰	۷۱,۹	۲۸,۱	درصد		
۶۳۹	۴۷۱	۱۶۸	فرآوانی	مجموع	روزنامه
۱۰۰	۷۳,۷	۲۶,۳	درصد		

سطح معناداری	مقدار	آزمون
۰,۰۴۲	۶,۳۴	خی دو

همچنین با توجه به آزمون آماری می‌توان چنین استنباط کرد که بین دو مقوله روزنامه و منبع خبر تفاوت معناداری وجود دارد. همان‌طور که در جدول زیر ملاحظه می‌شود، ۲۵,۸ درصد از مطالب روزنامه جام جم فاقد منبع هستند در حالی که روزنامه‌های ایران و همشهری به ترتیب ۴۶,۸ و ۵۳ درصد از مطالبشان منبع ندارند؛ بنابراین می‌توان گفت که اخبار سیاسی روزنامه همشهری و ایران بیش از روزنامه جام جم و ایران بدون منبع هستند.

جدول شماره ۳: تفاوت سه روزنامه از حیث داشتن منبع

منبع			فرآوانی	جام جم	روزنامه
مجموع	ندارد	دارد			
۱۵۹	۴۱	۱۱۸	فرآوانی	جام جم	روزنامه
۱۰۰,۰	۲۵,۸	۷۴,۲	درصد	جام جم	
۱۱۷	۶۲	۵۵	فرآوانی	همشهری	روزنامه
۱۰۰,۰	۵۳,۰	۴۷,۰	درصد	همشهری	
۳۶۳	۱۷۰	۱۹۳	فرآوانی	ایران	روزنامه
۱۰۰,۰	۴۶,۸	۵۳,۲	درصد	ایران	
۶۳۹	۲۷۳	۳۶۶	فرآوانی	مجموع	روزنامه
۱۰۰,۰	۴۲,۷	۵۷,۳	درصد	مجموع	

مقدار	سطح معناداری	آزمون
۲۶,۱۸	۰,۰۰۰۰	خی دو

نتایج این تحقیق درباره تفاوت متغیر روزنامه و مقولات گونه خبر، استفاده از دلایل و نتایج، پیشینه خبر و حذف منجر به تحریف بیانگر عدم تفاوت معناداری بین آنها است. همچنین درباره تفاوت مقوله روزنامه و متغیرهای سوگیری تصویری، همخوانی تیترو خبر و تعادل به علت مشکلات آماری نمی‌توان اظهار نظر کرد.

جدول شماره ۴: تفاوت سه روزنامه از حیث گونه، دلایل و نتایج، پیشینه خبر و حذف منجر

مقدار	سطح معناداری	وضعیت معناداری	مقوله مورد سنجش برای تفاوت سه روزنامه
۶,۹۷	۰,۱۳۷	معنادار نیست	گونه
۲,۱۵	۰,۳۴۱	معنادار نیست	دلایل و نتایج
۵,۶۲	۰,۲۲۹	معنادار نیست	پیشینه خبر
۰,۱۴۱	۰,۹۳۲	معنادار نیست	حذف منجر به تحریف

همچنین نتایج آزمون‌های آماری درباره متغیرهای عینی‌گرایی و روزنامه حاکی از تفاوت معنادار عینی‌گرایی در سه روزنامه همشهری، جام جم و ایران است، طبق این نتایج روزنامه جام جم از لحاظ شاخص عینی‌گرایی به‌طور معناداری دارای میانگین بالاتری نسبت به روزنامه همشهری

است. به عبارت دیگر پاسخ سؤال اصلی پژوهش این است که روزنامه جام جم به طور معناداری بیش از روزنامه همشهری عینی‌گرایی را رعایت کرده است.

جدول شماره ۵: تفاوت سه روزنامه از حیث شاخص عینی‌گرایی

میانگین	فراوانی	
۳۵۱,۲۸	۱۵۹	جام جم
۲۸۱,۸۲	۱۱۷	همشهری
۳۱۸,۶۰	۳۶۳	ایران
	۶۳۹	مجموع

سطح معناداری	مقدار	آزمون
۰,۰۰۲	۱۰,۲۲۵	کروسکال والیس

سرانجام در خصوص تفاوت روزنامه‌ها از لحاظ رعایت عینی‌گرایی در شش ماه نخست سال در مقایسه با شش ماه دوم نتایج این پژوهش نشان داد که روزنامه ایران و جام جم به طور معناداری عینی‌گرایی را در شش ماه اول سال ۹۲ کمتر از شش ماه دوم رعایت کرده‌اند برای نمونه در مقوله گونه اخبار، مقدار قضاوت‌ها و استنباط‌های این دو روزنامه در شش‌ماه دوم کمتر از نصف شده، همچنین جهت‌دار بودن اخبار روزنامه ایران نیز نصف شده است اما روزنامه همشهری مشی نسبتاً واحدی را طی کرده است و تفاوت معناداری بین مطالب این روزنامه از حیث رعایت عینی‌گرایی و همچنین گونه اخبار در شش ماه اول و دوم سال وجود ندارد.

جمع‌بندی مصاحبه‌ها

مقوله «عینی‌گرایی» مقوله‌ای زمینه‌ای است که با درک آن و همچنین با ملاحظه «عوامل مؤثر بر عینی‌گرایی» می‌تواند منجر به فهم بهتر «وضعیت عینی‌گرایی در مطبوعات ایران» و چرایی این وضعیت شود. البته پیش از آن، درک «وضعیت عینی‌گرایی در رسانه‌های کشورهای پیشرفته» می‌تواند به عنوان یک الگوی عملی، مشوقی باشد تا تصور نکنیم وضعیت ما نیز با میانگین رسانه‌های کشورهای پیشرفته فاصله‌ای ندارد.

وابستگی مطبوعات از نظر مدیریتی و مالی به ارگان‌های دولتی و محدوده نه‌چندان گستره‌ای که مطبوعات می‌توانند در آن حوزه قلم بزنند، در کنار عدم تخصص روزنامه‌نگاری و سرانجام نقش پررنگ حاکمیت در فضای مطبوعاتی و تلقی حاکمیت از رسانه‌ها به عنوان بلندگوی تبلیغاتی، باعث شده است که روزنامه‌نگار تلاش چندانی برای تطبیق گزارش خود با واقعیت نکند.

همچنین حرفه‌ای‌گرایی در این بین کم‌رنگ شده و حاصل این فرآیندها پایین بودن عینی‌گرایی در مطبوعات است. روزنامه‌ها با پنهان کردن وابستگی خود به جریانات سیاسی و احزاب؛ به نام روزنامه‌های غیرسیاسی، اخبار و تحلیل سیاسی منتشر می‌کنند و آن‌قدر در جهت‌گیری‌های سیاسی خود آشکار عمل می‌کنند که تشخیص سوگیری آنان نه فقط برای محققان حوزه رسانه بلکه برای مردم عادی نیز امری ممکن شده است.

اما در خصوص روزنامه همشهری که موضوع اصلی این پژوهش بوده است باید گفت که وقتی «تاریخچه» این روزنامه که بخشی از «ظرفیت‌های روزنامه همشهری برای رعایت عینی‌گرایی» است در کنار «لزوم رعایت عینی‌گرایی در همه مطبوعات» بررسی شود مفهوم لزوم رعایت عینی‌گرایی در روزنامه همشهری شکل می‌گیرد.

به اعتقاد صاحب‌نظران و اساتیدی که در تحقیق با آن‌ها گفتگو شده است، روزنامه همشهری علی‌رغم آنکه در ابتدای تأسیس، اهداف خود را غیرسیاسی عنوان کرده اما از همان ابتدا می‌توان رگه‌هایی از جهت‌گیری سیاسی و سوگیری را در آن مشاهده کرد. با این وجود، روزنامه همشهری در دوره‌های پیشین خود با روش‌های غیرمستقیم و ظرافت، پیام‌های سیاسی خود را منتقل می‌کرده و از ورود به جنجال‌های سیاسی پرهیز داشته است و همین موارد باعث شده است که مخاطبان همشهری از این روزنامه انتظار رویکرد سیاسی نداشته باشند و بیشتر برای مطالب غیرسیاسی روزنامه، آن را بخوانند لذا همشهری با این رویکرد توانسته است پرتیراژترین روزنامه کشور و موسسه همشهری بزرگ‌ترین موسسه مطبوعاتی تاریخ ایران شود. اینک با توجه به اینکه نهاد بالادستی همشهری نهادی عمومی است و نه سیاسی و با عنایت به اینکه این روزنامه مدت‌هاست به استقلال اقتصادی رسیده و به شهرداری و یا حاکمیت وابستگی مالی ندارد، انتظار بیشتری از این روزنامه نسبت به سایر روزنامه‌ها برای رعایت عینی‌گرایی می‌رود.

از طرف دیگر حتی با دید اقتصادی و برای حفظ تیراژ و فروش مناسب نیز رعایت عینی‌گرایی می‌تواند کمک‌کننده باشد، ضمن آنکه همه رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های بخش‌های غیرخصوصی، نماینده مردم در گزارش رویدادها هستند و وظیفه آن‌ها کمک به توسعه همه‌جانبه جامعه ایران است و در حوزه مطبوعات یکی از مسائلی که می‌تواند به توسعه کمک کند، رعایت عینی‌گرایی است، چراکه عینی‌گرایی نیاز جامعه برای تصمیم‌گیری مناسب است، بنابراین همه رسانه‌ها ملزم به رعایت عینی‌گرایی‌اند و روزنامه همشهری نیز با توجه به تاریخچه و ظرفیت خویش ضروری است عینی‌گرایی را بیش از رسانه‌های دیگر رعایت کند.

اما با نگاه به وضعیت رعایت عینی‌گرایی در روزنامه همشهری که بیانگر شدت گرفتن گرایش‌های سیاسی و پایین آمدن حرفه‌ای‌گرایی است، روشن می‌شود که بین وضعیت مطلوب

و وضعیت کنونی این روزنامه فاصله فراوانی وجود دارد، به اعتقاد صاحب‌نظران دلایل این فاصله به مدیریت همشهری برمی‌گردد به نظر می‌رسد ورود شهردار تهران به عرصه انتخابات، سبب دور شدن روزنامه همشهری از عینی‌گرایی شده است چراکه ساختار فعلی شهرداری تهران تأثیر فراوانی بر روزنامه همشهری می‌گذارد.

تضاد وضعیت نامطلوب رعایت عینی‌گرایی در روزنامه همشهری با لزوم رعایت عینی‌گرایی در این روزنامه صاحب‌نظران را به سمت ارائه راهکار برای رفع این تضاد رهنمون کرده است؛ اگرچه همه راهکارها اعم از تخصصی شدن روزنامه‌نگاری، افزایش دسترسی به اطلاعات، ایجاد واحدهای تحقیق برای رصد عینی‌گرایی و افزایش منابع خبری راهکارهای کاربردی و مناسبی هستند اما به نظر می‌رسد راهکار واگذاری موسسه همشهری به شورای شهر و هیئت‌امنایی شدن اداره همشهری در مقام نظر بهترین راهکار باشد چراکه در شورای شهر همیشه طیف‌های مختلفی حضور دارند و سرنوشت روزنامه به یک شخص با یک تفکر خاص گره نمی‌خورد.

نتیجه‌گیری

عینی‌گرایی فقط در الفاظ و متن نیست بلکه انتخاب سوژه یکی از اصلی‌ترین نقاطی است که عینی‌گرایی دچار تزلزل می‌شود اما این پژوهش با تأکید بر متن منتشرشده توسط رسانه‌ها، به بررسی عینی‌گرایی در سه روزنامه مطرح کشور پرداخت چراکه به نظر می‌رسد رعایت عینی‌گرایی در متن گرچه در بسیاری از موارد صرفاً تکنیکی است اما می‌تواند قدمی به سوی حرفه‌ای شدن روزنامه‌نگاری باشد؛ در این پژوهش با عملیاتی کردن ۱۴ مقوله سعی شد تمامی انحرافات متنی از عینی‌گرایی تبیین شود، نتایج نشان داد فقط ۳۲ درصد اخبار دارای عینی‌گرایی مطلق هستند و مابقی اخبار در عینی‌گرایی خود دچار نقصان می‌باشند، بها ندادن به نظرات طرفین خبر، یکی از پررنگ‌ترین ضعف‌های سه روزنامه همشهری، جام جم و ایران است و بیانگر عدم توسعه فرهنگ گفتگو در روزنامه‌نگاری و همچنین وجود تصور گلوله جادویی از رسانه در میان صاحبان این رسانه‌ها است.

ضمن آنکه پایین بودن میزان پرداختن به پیشینه خبر، دلایل و نتایج خبر و نیز پایین بودن میزان ذکر منبع، نشانگر فاصله نسبت زیاد روزنامه‌نگاری ما با روزنامه‌نگاری حرفه‌ای است. در خصوص مقولات گونه خبر و جهت، گرچه میزان عدول از عینی‌گرایی در این دو مقوله پایین است، اما نتیجه‌گیری ضمنی محقق آن است که در اکثر اخباری که برای روزنامه مهم و حساس محسوب می‌شده روزنامه‌نگار، خبر را از عینی‌گرایی خارج کرده و به آن جهت داده و یا قضاوت و استنباط شخصی خویش را به خبر افزوده است، روشن است که روزنامه‌نگار صرفاً در خصوص برخی از اخبار مهم است که نظرات شخصی خود را وارد می‌کند و نسبت به سایر اخبار

انگیزه‌ای برای دخالت دادن نظرات خود ندارد.

سرانجام نتایج نشان داد هر سه روزنامه بررسی شده در عینی‌گرایی ضعف داشتند اما روزنامه همشهری با اینکه کمترین مطالب سیاسی را داشته است به‌طور معناداری عینی‌گرایی را کمتر از روزنامه جام جم رعایت می‌کند، اما با مقایسه شش ماه اول و دوم این سه روزنامه مشخص شد که عینی‌گرایی در روزنامه همشهری در شش ماه اول و دوم تفاوتی نداشته و این روزنامه مشی واحدی را دنبال می‌کند اما در روزنامه ایران و جام‌جم عینی‌گرایی در شش ماهه نخست به‌طور معناداری کمتر از شش‌ماه دوم است، این نتیجه درباره روزنامه جام جم و ایران می‌تواند در اثر دور شدن از فضای انتخابات باشد البته در خصوص روزنامه ایران تغییر مدیریت در اواخر شش ماه دوم نیز احتمالاً تأثیرگذار بوده است؛ اما ثابت ماندن مشی روزنامه همشهری می‌تواند گویای این باشد که مشی این روزنامه یا از فضا انتخابات تأثیر نپذیرفته و یا آنکه بعد از انتخابات نیز همچنان فضای انتخاباتی داشته است.

در بخش مصاحبه نیز به اعتقاد اساتیدی که با آن‌ها مصاحبه شد عینی‌گرایی در مطبوعات ایران وضعیت مناسبی ندارد و اکثر روزنامه‌ها مبلغ آراء قدرت‌هایی هستند که به آن‌ها وابسته‌اند، درحالی‌که در رسانه‌های کشورهای پیشرفته عینی‌گرایی گرچه مطلوب نیست اما از وضع کنونی ما بهتر است، در خصوص روزنامه همشهری نیز اعتقاد اساتید بر این بود که با توجه به تاریخچه و ظرفیت‌های همشهری؛ این روزنامه باید نسبت به سایر روزنامه‌ها عینی‌گراتر باشد ضمن آنکه اساساً رعایت عینی‌گرایی برای همه مطبوعات یک وظیفه اجتماعی است چراکه کشور برای توسعه نیازمند عینی‌گرایی است ضمن آنکه لازمه حفظ مخاطبان رسانه و فروش، رعایت عینی‌گرایی است درحالی‌که امروز همشهری به‌طور کاملاً آشکار و بدون ظرافت، جانب‌داری سیاسی می‌کند و میزان سیاسی‌گرایی و حزب‌گرایی در روزنامه همشهری در دوره مدیریت اخیر افزایش یافته است و دلیل آن نیز ورود شهردار تهران به عرصه سیاست و انتخابات ریاست جمهوری ارزیابی می‌شود، لذا پیشنهاد واگذاری موسسه همشهری به شورای شهر برای حفظ استقلال حرفه‌ای همشهری توسط یکی از اساتید مطرح شد.

منابع

- احراری، ابراهیم (۱۳۸۲) «مقایسه تطبیقی معیارهای خبری رسانه‌های منتسب به جناح‌های سیاسی در ایران بررسی تطبیقی اخبار شبکه اول تلویزیون و روزنامه‌های کیهان و حیات نو»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، تهران، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.
- بهمن‌آبادی، یوسف (۱۳۸۵) «بی‌طرفی، سرای یا واقعیت»، سایت همشهری آنلاین، ۲۳ آذر ۱۳۸۵ بازبازی شده از <http://hamshahronline.ir/details/> ۱۰۹۴۱
- بی.بی.سی (بی تا) **بی طرفی**، بازبازی شده از: <http://www.bbc.co.uk/academy/persian/article/art۲۰۱۳۰۷۰۲۱۱۲۱۳۴۴۹۲>
- په، دیانا و سرینیواس ملکوت (۱۳۷۶) «جهت‌گیری سیاسی در گزارشگری روزنامه تحلیل محتوای پوشش اخبار مربوط به سرنگونی هواپیمای کره و ایرباس ایران در مطبوعات برجسته آمریکا»، مترجم محمد مهدی فرقانی، **فصلنامه رسانه**، شماره ۲۹، صفحات ۳۵-۴۱.
- رستگار، لیلا (۱۳۷۶) «رسانه‌ها و افکار عمومی»، **فصلنامه رسانه**، شماره ۳۰، صفحات ۱۰-۳۵.
- سلطانی فر، محمد و شهناز هاشمی (۱۳۸۲) **پوشش خبری**، انتشارات سیمای شرق، چاپ اول، تهران.
- سورین، ورنر و جیمز تانکارد (۱۳۸۶) **نظریه‌های ارتباطات**، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ سوم.
- سلطانی پور، سمانه (۱۳۹۰) «بررسی مقایسه‌ای بی طرفی در انتشار اخبار ایران در شبکه‌های بی بی سی فارسی، من و تو، تلویزیون سراسری و شبکه خبر»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
- شکرخواه، یونس (۱۳۸۰) «خبر، رسانه‌های خبری و کنترل دروازه‌ها»، **فصلنامه پژوهش و سنجش**، سال ۸، شماره ۲۷، صص ۳۹-۳۱.
- شکرخواه، یونس (۱۳۷۸) **خبر**، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، چاپ سوم.
- شکرخواه، یونس و فاطمه کمالی چیرانی (۱۳۸۸) «روزنامه نگاری همراه و پوشش خبری جنگ عراق: مطالعه موردی فاکس نیوز»، **فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران**، شماره ۵، صفحات ۱۷۴-۱۵۵.
- میرفخرایی، تژا (۱۳۸۸) **مفاهیم نظری و عملی خبر تلویزیونی**، تهران: انتشارات سروش.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۶) **روزنامه‌نگاری**، تهران: مرکز نشر سپهر.
- مهدی زاده، محمد (۱۳۸۰) «ایدئولوژی و اخبار»، **فصلنامه پژوهش و سنجش**، سال ۸، شماره ۲۷، صص ۸۵-۶۱.
- نقیب‌السادات، سید رضا (۱۳۷۵) «روزنامه‌نگاری عینی؛ موافقان و مخالفان»، **فصلنامه رسانه**، شماره ۲۶ صفحات ۶۶-۶۱.
- نمک دوست تهرانی، حسن (۱۳۸۰) «کنکاشی در مفهوم عینی‌گرایی در روزنامه‌نگاری معاصر»، **فصلنامه پژوهش و سنجش**، سال ۸، شماره ۲۷، صص ۵۹-۴۱.

- نصراللهی، اکبر و سمانه سلطانی پور (۱۳۹۱) «بررسی مقایسه‌ای بی‌طرفی در انتشار اخبار ایران در شبکه‌های بی‌بی‌سی فارسی، من و تو، تلویزیون سراسری و شبکه خبر ایران»، *فصلنامه فرهنگ ارتباطات*، شماره ۵، صفحات ۱۳۶-۱۰۷.

- هرمن، ادوارد و نوام چامسکی (۱۳۷۷) *فیلترهای خبری*، ترجمه تژا میرفخرایی، چاپ اول، انتشارات موسسه ایران.

- هوسمن، کارل (۱۳۸۸) *بحران و وجدان «اخلاق روزنامه نگاری»*، مترجم داود حیدری، انتشارات دفتر مطالعات رسانه‌ها، چاپ دوم به صورت e-book.

- Figdor, Carrie(2010) Objectivity in the News: Finding a Way Forward, *Journal of Mass Media Ethics* 25 (1):19 – 33.
- McQuail, Denis(1992) *Media Performance*, London, Sage.
- Soloski, John (1989) *News Reporting and Professionalism: Some Constraints on the Reporting of the News*, *Media, Culture & Society*, London, Newbury Park.and New Delhi: Sage,1989,Vol. 11, pp 207-28.
- Tuchman, Gaye(1972) Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity, *American Journal of Sociology*, Vol. 77, No. 4, pp. 660-679.



پیوست: مقوله‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها

مجموعاً ۱۲ مقوله از نظرات اساتید استخراج شد که در ادامه این مقوله‌ها و زیر مقوله‌های آنها می‌آید:

مقوله		زیرمقوله
۱	عینی‌گرایی	۱ عینی‌گرایی نسبی است و مطلق نیست.
		۲ عینی‌گرایی یعنی انطباق گزارش رویداد با اصل رویداد.
		۳ عینی‌گرایی یعنی بی‌طرفی و عدم دخالت نظرات شخصی روزنامه‌نگار و خبرنگار در چگونگی روایت کردن یک رویداد.
		۴ عینی‌گرایی یعنی تلاش برای نزدیک شدن به واقعیت آن‌چنان که هست.
		۵ حقیقت چند وجهی است و هر روزنامه‌ای بخشی از آن را منعکس می‌کند.
		۶ بخش قابل توجهی از حرفه‌ای‌گرایی، رعایت عینی‌گرایی است.
۲	عوامل مؤثر بر عینی‌گرایی	۱ عینی‌گرایی در رسانه‌های تابعی از فرآیندی است که رسانه مجاز است به آن بپردازد.
		۲ مدیریت و مالکیت و منبع تأمین مالی اصل است.
		۳ عدم امنیت شغلی و حرفه مطبوعات
		۴ عدم آموزش‌های حرفه‌ای کافی در روزنامه‌نگاران
		۵ شخص محوری نه موضوع محوری
		۶ عدم همکاری منابع اطلاعاتی و آماری
		۷ تخصص خبرنگار
		۸ ساختارهای روزنامه‌نگاری (مانند سبک هرم وارونه)
		۹ فرایند اجتماعی شدن خبر توسط دبیران سرویس و سردبیران
		۱۰ نقش پر رنگ حاکمیت در فضای مطبوعاتی و تلقی حاکمیت از رسانه‌ها به عنوان بلندگوی تبلیغاتی
۳	وضعیت عینی‌گرایی در مطبوعات ایران	۱ روزنامه‌ها جای احزاب را گرفته‌اند، اما این مسئله را پنهان می‌کنند و با شناسنامه خود حرف نمی‌زنند.
		۲ جهت‌گیری‌های آشکار و عیان روزنامه‌ها برای مردم عادی نیز جلب توجه می‌کند
		۳ در ساختار رسانه‌ای ما سهم رسانه‌های سوگیر بسیار بالاست.
۴	وضعیت عینی‌گرایی در رسانه‌های دنیا	۱ در هیچ جای دنیا عینی‌گرایی حتی به شکل مطلوبش وجود ندارد.
		۲ روزنامه‌نگاری در دنیا شکل حرفه‌ای‌تری دارد و به همین دلیل دخالت جهت‌گیری‌ها و ایدئولوژی‌ها کمتر به نظر می‌آید.
		۳ رسانه‌های کشورهای پیشرفته عینی‌گرایی را بیشتر از ما رعایت می‌کنند
		۴ رسانه‌های خارجی در مسائل عادی، عادی گزارش می‌کنند اما ما اینجا همه چیز را سوگیرانه گزارش می‌کنیم.

۱	تفاوت معنادار و فاصله‌داری میان این سه روزنامه وجود ندارد.	۵	تفاوت همشهری، جام جم و ایران از نظر عینی‌گرایی
۲	هر کدام از این سه روزنامه به نوعی ارگان و مبلغ نظرات سازمان خود هستند.		
۳	روزنامه ایران از روزنامه همشهری بهتر عمل می‌کند.		
۴	جام جم زیر چتر صدا و سیمايي است که به شدت سياسي است.		
۵	مأموریت روزنامه ایران سیاسی است.		
۱	روزنامه‌نگار نماینده مردم است و مردم باید به آن اعتماد کنند.	۶	لزوم رعایت عینی‌گرایی در مطبوعات
۲	رشد جامعه و توسعه فرهنگی نیازمند عینی‌گرایی است.		
۳	رعایت عینی‌گرایی یعنی رعایت مسئولیت اجتماعی		
۱	در فضای نظری، همشهری باید بینابین‌تر و بی‌طرف‌تر حرکت کند.	۷	ظرفیت‌های همشهری برای رعایت عینی‌گرایی
۲	ارگان بالادستی همشهری سیاسی نیست.		
۳	روزنامه همشهری استقلال اقتصادی دارد باید از بقیه روزنامه‌ها عینی‌گرایی را بیشتر رعایت کند.		
۴	پرتیراژترین روزنامه کشور است و اساساً موسسه همشهری بزرگ‌ترین موسسه مطبوعاتی تاریخ ایران است در واقع همشهری یک سرمایه ملی و فرهنگی است.		
۵	مخاطبان همشهری انتظار سیاسی از همشهری ندارند، محیط زیست، ترافیک، اقتصاد شهری و... دلایل اقبال مردم به همشهری است.		
۱	جهت‌گیری شدید و تحریف‌عامل رویگردانی مردم از روزنامه است.	۸	نقش عینی‌گرایی در فروش
۲	عینی‌گرایی می‌تواند سرعت کاهش فروش روزنامه‌های چاپی را کم کند.		
۳	عینی‌گرایی پاسخ مناسبی به نیازهای مخاطب است، مخاطب اگر نتواند نیازهایش را با رسانه برطرف کند رسانه خویش را تغییر می‌دهد.		
۱	همشهری در شروع کار خود را غیر سیاسی معرفی کرد.	۹	تاریخچه روزنامه همشهری
۲	شعار همشهری رنگ و زندگی و جامعه بود.		
۳	رویکرد انتقادی همشهری حتی شهرداری را هم در بر می‌گرفت.		
۴	از روز اول همشهری سیاسی و دارای سوگیری بوده است.		
۵	در گذشته همشهری به جنجال‌های سیاسی ورود نمی‌کرد.		
۶	جهت‌گیری سیاسی همشهری توأم با ظرافت و به شیوه غیر مستقیم بود.		
۱	حرفه‌ای‌گرایی در همشهری پایین آمده است.	۱۰	وضعیت عینی‌گرایی در همشهری
۲	شدت گرایشان سیاسی در مطالب همشهری زیاد است.		
۱	اولویت دادن به تعهدات حزبی و جناحی به جای تعهدات حرفه‌ای توسط مدیران فعلی همشهری	۱۱	دلایل پایین بودن عینی‌گرایی در همشهری
۲	ورود شهردار تهران به انتخابات ریاست جمهوری باعث دور شدن روزنامه زیر نظر شهرداری از عینی‌گرایی شد.		
۳	شهردار تهران در سرنوشت روزنامه همشهری تأثیرگذار است. شهردار تهران		

یک چهره سیاسی پنهان هم نیست.			
مدیریتی که شهردار برای همشهری انتخاب کرده با نگاه سیاسی شهردار به مجموعه نگاه می‌کند.	۴		
واگذاری همشهری به شورای شهر	۱	راهکار برای رعایت عینی‌گرایی در همشهری	۱۲
همشهری به صورت هیئت امنایی اداره شود؛ هیئت امنایی که شخصیتش بیشتر علمی و حرفه‌ای باشد تا سازمانی و نهادی	۲		
افزایش دسترسی روزنامه‌نگاران به اطلاعات است ضمن آنکه به همراه اطلاعات باید مجوز انتشار مطالب هم باشد.	۳		
تخصصی شدن روزنامه‌نگاری؛ دوره لیسانس روزنامه‌نگاری منتفی و به فوق‌لیسانس تبدیل شود.	۴		
ایجاد واحد تحقیقات در رسانه‌ها برای بررسی عملکرد آن‌ها در زمینه عینی‌گرایی	۵		
افزایش منابع اخذ خبر- استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای مختلف	۶		
حمایت از پژوهش‌های مربوط به عینی‌گرایی	۷		

