

## بررسی مقایسه‌ای بی‌طرفی در انتشار اخبار ایران در شبکه‌های بی‌بی‌سی فارسی، من و تو، تلویزیون سراسری و شبکه خبر ایران

دکتر اکبر نصراللهی\*

سمانه سلطانی‌پور\*\*

### چکیده

در این تحقیق، محققان به بررسی مقایسه‌ای بی‌طرفی در انتشار اخبار ایران در شبکه‌های بی‌بی‌سی فارسی، من و تو، تلویزیون سراسری و شبکه خبر ایران در سه ماه پایانی سال ۱۳۸۹ پرداخته‌اند. مساله اصلی پژوهش این است که بی‌طرفی در انتشار اخبار ایران در دو شبکه خبری داخلی شامل شبکه خبر و کانال یک تلویزیون ایران و دو شبکه فارسی زبان خارج از کشور شامل بی‌بی‌سی فارسی و اتاق خبر من و تو چگونه است؟ برای پاسخ به این سوال، ۲۱۷ خبر شبکه‌های مذکور با استفاده از روش تحلیل محتوا بررسی و مقایسه شده است. حجم نمونه مورد بررسی با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند ۱۸ روز آماری است. برای سنجش بی‌طرفی، ۱۶ متغیر از جمله میزان انعکاس نظرات طرفین ماجرا، دعوت از طرفین، استفاده از اصطلاحات و صفات ارزشی، دلایل و نتایج، صحنه و ... مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد بیش از ۸۰ درصد اخبار شبکه خبر و کانال یک تلویزیون

- تاریخ دریافت مقاله: ۱۸ بهمن ۱۳۹۰ تاریخ پذیرش نهایی: ۲۰ فروردین ۱۳۹۱

\* عضو هیأت علمی گروه ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز [kasmani3@yahoo.com](mailto:kasmani3@yahoo.com)  
 \*\* کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد، واحد تهران مرکز - عضو باشگاه پژوهشگران جوان دانشگاه آزاد اسلامی [Asmaneh77@gmail.com](mailto:Asmaneh77@gmail.com)

ایران به انعکاس نظرات گروه‌های موافق اختصاص داشته، نیمی از اخبار اتاق خبر من و تو نیز به انعکاس نظر گروه‌های مخالف و بیشتر اخبار بی‌بی‌سی فارسی به انعکاس نظرات هر دو طرف ماجرا و گروه‌های بی‌طرف اختصاص داشته است.

صفات ارزشی مثبت و منفی در تمام شبکه‌ها، مورد استفاده قرار گرفته است و بر این اساس، استفاده از صفات ارزشی مثبت در دو شبکه داخلی بیشتر از بی‌بی‌سی فارسی و اتاق خبر و استفاده از صفات منفی در اتاق خبر و شبکه خبر بیش از دو شبکه دیگر است. بی‌بی‌سی فارسی بیشتر از سایر شبکه‌های مورد بررسی از صفات خنثی استفاده کرده است. بر خلاف شبکه خبر و کانال یک تلویزیون ایران که ارائه سابقه خبر در این شبکه‌ها مورد توجه چندانی قرار نگرفته، ارائه سابقه به‌خصوص سابقه غیرهمسو در بی‌بی‌سی فارسی و اتاق خبر من و تو مورد توجه بوده است.

در مجموع، بی‌بی‌سی فارسی در بین شبکه‌های مورد بررسی دارای بیشترین میزان بی‌طرفی و رعایت تعادل در اخبار است و القای بی‌طرفی در بین شبکه‌ها دارای تفاوت معناداری نیست و چندان مورد توجه قرار نگرفته است.

**واژه‌های کلیدی:** اخبار، بی‌طرفی، القای بی‌طرفی، شبکه خبر، بی‌بی‌سی فارسی، کانال یک تلویزیون ایران، اتاق خبر من و تو.

## مقدمه

در دنیای امروز که عصر ارتباطات و اطلاعات است، تولید، توزیع و انتشار خبر حرفه و تخصصی مهم محسوب می‌شود و نیاز به مهارت، تخصص و آموزش دارد.

ما هم‌اکنون در عصری زندگی می‌کنیم که روزانه با انتشار هزاران خبر از رسانه‌ها اعم از مکتوب، دیداری و شنیداری مواجه هستیم و هر چه ابزارها و تکنولوژی‌های ارتباطات نوین‌تر می‌شوند، بر تعداد شبکه‌ها و گزینه‌های قابل انتخاب برای دریافت اخبار و اطلاع از رویدادهای مهم روز افزوده می‌شود.

بر اساس تحقیقات انجام شده، در عصر حاضر تلویزیون یکی از مهم‌ترین منابع مورد استفاده مردم برای کسب اخبار و اطلاعات است به طوری که "تحقیقات گوناگون نشان می‌دهد مخاطبان، تلویزیون را مهم‌ترین منبع کسب اطلاعات خود می‌شناسند و بر همین اساس نیز اطلاعات مذکور را موثق‌تر و بی‌طرفانه‌تر از اطلاعات ارائه شده در مطبوعات می‌دانند. یکی از مهم‌ترین دلایل این مسئله را مسلماً باید در مفاهیم ارائه متعادل خبر تلویزیونی جست‌وجو کرد" (میرفخرایی، ۱۳۸۸: ۱۵۸).

با توجه به این که "تعادل خبری از سویی مشروعیت برنامه‌های خبری را مخصوصاً در تلویزیون افزایش می‌دهد و از سوی دیگر، اعتقاد بر این است که اطلاع‌رسانی بی‌طرفانه، دقیق و به دور از سوگیری‌های آشکار، به دلیل امکان‌پذیر ساختن مشارکت سیاسی مخاطب، مشروعیت نظام حاکم بر جامعه را افزایش می‌دهد" (همان منبع: ۱۱۵).

"رسانه به دلیل اتخاذ یک موضع بی‌طرف، اعتبار بیشتری در بین مخاطبان خود کسب می‌کند" (سلطانی‌فر و هاشمی، ۱۳۸۲: ۴۵). این سوال مطرح است که آیا به‌راستی تعادل خبری و بی‌طرفی در اخبار رعایت می‌شود؟

در واقع مساله این است که در عصر حاضر، رسانه‌ها چگونه خبررسانی می‌کنند. آیا به روزنامه‌نگاری عینی پایبند هستند، جهت‌دار عمل می‌کنند، القای بی‌طرفی می‌کنند، بی‌طرف هستند و در واقع اصل بی‌طرفی در دنیای عظیم رسانه‌ای امروز چه جایگاه و ارزشی دارد؟ بنابراین در این تحقیق تلاش شده بی‌طرفی در انتشار اخبار بررسی شود و برای دست‌یابی به پاسخ این پرسش، چگونگی بی‌طرفی در انتشار اخبار ایران در چهار شبکه‌ی فارسی زبان

مورد بررسی قرار گرفته است.

به همین منظور دو شبکه مستقر در خارج از کشور شامل بی‌بی‌سی فارسی و من و تو و دو شبکه مستقر در داخل کشور شامل شبکه یک تلویزیون ایران و شبکه خبر برای این بررسی انتخاب شد تا این موضوع مورد بررسی قرار گیرد که بی‌طرفی در انتشار اخبار مرتبط با ایران به چه میزان است و چنانچه این شبکه‌ها در انتشار اخبار بی‌طرف نیستند، آیا جهت‌گیری آشکار دارند و یا اخبار جهت‌دار خود را همراه با تظاهر به بی‌طرفی به مخاطب عرضه می‌کنند؟ در مجموع تلاش شده نحوه انتشار اخبار مرتبط با ایران در بخش‌های خبری شبکه‌های مذکور در ساعات نزدیک به هم در زمان پخش اخبار بررسی شود.

### ضرورت و اهمیت تحقیق

با توجه به افزایش روزافزون تعداد شبکه‌های خبری فارسی زبان از جمله بی‌بی‌سی فارسی، یورونیوز و .... و اثرگذاری این شبکه‌ها بر روی مخاطبان، تبیین نحوه انتشار اخبار به ویژه اخبار مرتبط با ایران در شبکه‌های مستقر در خارج از کشور و مقایسه این مهم با نحوه انتشار اخبار از بخش‌های خبری صداوسیما جمهوری اسلامی ایران ضروری به نظر می‌رسد. با توجه به اینکه بی‌بی‌سی فارسی "۱۷۰ میلیون فارسی زبان در سراسر جهان را به عنوان مخاطبان خود تعریف کرده است" (سایت رسانه‌نیوز، ۱۳۸۹).

شبکه تازه تأسیس "من و تو" به دلیل جذابیت‌های تصویری و استفاده از بخش‌های مختلف و متنوع و پرداختن به اخبار مرتبط با ایران در چند بخش از جمله "اتاق‌خبر" که دارای شیوه‌ی جدید انتشار اخبار است، توانسته مخاطبانی را به خود جلب کند. شبکه خبر دارای برد بین‌المللی است و اخبار شبکه یک تلویزیون ایران یکی از با سابقه‌ترین بخش‌های خبری داخلی است و تا کنون به طور مشخص و خاص، مقایسه بی‌طرفی شبکه‌های خبری فارسی زبان داخلی و خارجی مورد بررسی قرار نگرفته است. انجام این تحقیق از آن جهت اهمیت دارد که می‌تواند روش‌های حفظ بی‌طرفی، راه‌های بهره‌گیری هوشمندانه و حرفه‌ای از تاکتیک‌های خبری از جمله القای بی‌طرفی و .... را با توجه به کمتر پرداخته شدن به این موضوع، به اصحاب رسانه و دست‌اندرکاران ارتباطات جمعی در ایران تبیین کند.

## اهداف تحقیق

- ۱- بررسی نحوه و چگونگی انتشار اخبار مرتبط با ایران در بی‌بی‌سی فارسی، من و تو، شبکه خبر و کانال یک تلویزیون ایران
- ۲- شناخت چگونگی و میزان بی‌طرفی در انتشار اخبار در چهار شبکه خبری مورد بررسی
- ۳- شناخت چگونگی و میزان القای بی‌طرفی در شبکه‌های مورد بررسی

## فرضیه‌ها

- ۴- بین بی‌طرفی رسانه‌ای در چهار شبکه خبری مورد بررسی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.
- ۵- بین القای بی‌طرفی رسانه‌ای در چهار شبکه خبری مورد بررسی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

## چارچوب مفهومی

### بی‌طرفی

«بی‌طرفی یکی از اصول مهم خبر محسوب می‌شود و سنجش میزان بی‌طرفی در یک خبر، تا حدود زیادی ارزش خبر را در نظر مخاطب مشخص می‌سازد. به عبارت دیگر خبر باید قبل از هرگونه پیشداوری و جانبداری عین حقیقت را در ذهن مخاطب حک کند و به طور دقیق، صحیح و عینی از یک رویداد گزارش دهد.

در واقع صاحب‌نظران وسایل ارتباط جمعی 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» (بهمن‌آبادی، ۱۳۸۸: ۱).

"باید یادآوری کرد که بین بی‌طرفی و بی‌اعتنائی تفاوت است. بدیهی است که خبرنگار در جریان وقایع اجتماعی نباید مانند یک دادستان یا یک وکیل مدافع به طور مشخص جهت‌گیری کند و موظف است نقش شاهد را به عهده بگیرد.

اما هرگز نمی‌تواند یک شاهد بی‌اعتنا و بی‌تفاوت باقی بماند. زیرا او هم مانند سایر افراد عضو اجتماع است و همیشه قادر نیست مثل یک ماشین ضبط صوت یا دوربین عکسبرداری و فیلم‌برداری بدون توجه به اندیشه‌ها، معتقدات و تمایلات انجام وظیفه کند و اغلب ناچار می‌شود برای حفظ مصالح عمومی و منافع اجتماعی درباره رویدادهای زندگی اظهار نظر کند و با در نظر گرفتن مسئولیت‌های خود در مورد راهنمایی جامعه، نیکی‌ها و بدی‌ها و کارهای درست و نادرست را به عموم افراد بشناساند و مانند یک قاضی دلسوز ترجمان عدالت اجتماعی باشد.

پس هر چند خبرنگار در نقل وقایع بی‌طرف است ولی در برابر اجتماع و برای حفظ مصالح و منافع افراد متعهد می‌باشد و نمی‌تواند نسبت به آنها بی‌اعتنا بماند زیرا به بی‌اعتنائی عموم افراد منتهی می‌شود. بدین طریق می‌توان گفت که تعهد در خدمت مهم‌ترین وظیفه خبرنگار است و اصولاً تمام وظایف حرفه‌ای او در این خدمت خلاصه می‌شود و شک نیست که اگر این خدمت را با علاقه و صداقت به انجام برساند از موثرترین افراد خواهد بود" (معمدنژاد و منصفی، ۱۳۶۸: ۳۲-۳۱).

بر اساس تحقیقات انجام شده ارائه گزارش بی‌طرفانه، فراتر از قلمرو دانش تخصصی روزنامه‌نگاران است و به‌خصوص در قلمرو واقعیت روزمره اخبار سیاسی، بسیار کار دشواری است و فقط مسائل واقعی به نسبت ساده را می‌توان با استفاده از ابزارهای معمولی حرفه روزنامه‌نگاری بررسی کرد.

منظور از بی‌طرفی این است که خبرنگار هیچ‌گاه نباید طرفدار یکی از طرفین نزاع باشد و این معمولاً با تعریف اصلی روزنامه‌نگاری که بیان می‌کند خبرنگار باید همیشه طرفی را در نزاع بگیرد که بیشتر شواهد و منابع از آن طرف پشتیبانی می‌کند - صرفنظر از این که خبرنگار تمایلی به پشتیبانی از این طرف دارد یا نه - مغایرت دارد.

بر این اساس، نظر شخصی یک خبرنگار در رابطه با بی‌طرفی تنها یکی از هزاران عاملی است که ممکن است باعث شود وی در چنین وضعیتی بی‌طرف بماند.

همچنین از جمله عوامل موثر در جهت‌گیری خبرنگاران، انتظار مخاطبان، سردبیران و افراد فعال در اتاق خبر و ... است و با توجه به محدودیت اتاق‌های خبری مدرن، خبرنگار زمان

کافی جز برای «رونوشت برداشتن»<sup>۱</sup> و «چسباندن»<sup>۲</sup> نقل قول‌ها ندارد و البته این در حالی است که برخی عوامل، خبرنگار را به داوری تشویق می‌کند (Pingree, 2008: 10).

«در مجموع خبرنگاران برای حفظ بی‌طرفی علاوه بر تخصص داشتن، 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» (Nyden, 1988: 2).

### عینیت

در واژه نامه‌ی کتاب «شیوه‌های اساسی گزارش خبری» آمده است: عینیت<sup>۳</sup> هدفی است که هنگامی بدان نایل می‌شوند که خبر، بدون جهت‌گیری و تمایل باشد. یک گزارش خبری عینی، فاقد قضاوت شخصی و نظرات گزارشگر یا دبیر و سرویس نشریه است. دفلور نیز گزارشگری عینی را به این صورت تعریف کرده است: «گزارشگری عینی، یک سبک غیر شخصی گزارش خبر است که بر واقعیات به دور از نظرات و تفسیرهای گزارشگر استوار است» (نقیب‌السادات، ۱۳۷۵: ۶۲-۶۱).

### تعادل در خبر

«تعادل در ارائه<sup>۴</sup> به شیوه‌ی ارائه اشاره دارد و در آن، هر دو سوی تضاد، یا به عبارت دیگر، نظرهای مخالف یا موافق موضوع مورد گزارش، به یک میزان و اندازه انعکاس می‌یابند» (میرفخرایی، ۱۳۸۸: ۱۲۲).

### سوگیری یا جهت‌گیری

«فریدون وردی‌نژاد، جهت‌دار بودن را چنین تعریف می‌کند: جهت‌دار بودن به مفهوم عام امری مذموم نیست چرا که هر رسانه‌ای به دور از هر نوع نگرش، جهت‌دار حرکت خواهد کرد که اصولاً جهت‌دار بودن ویژگی ذاتی هر نوع حرکتی است، اما سالم‌ترین جهت‌ها در فعالیت رسانه‌ای ارائه اطلاعات به مخاطبان به دور از هر گونه قضاوت، پیش‌داوری و تصمیم‌گیری به جای مخاطب است. اما آن چه به عنوان جهت‌داری در مفهوم خاص به کار برده می‌شود القای پیامی خاص از

---

1. Copy

2. Paste

3. Objectivity

4. Balance of Presentation

طریق اطلاع‌رسانی به مخاطب است که در حقیقت نوعی اندیشیدن به جای مخاطب است که در این صورت ناپسند و نارواست» (رستگار، ۱۳۷۶: ۲۴-۲۳).

### تظاهر به بی‌طرفی<sup>۱</sup>

"رسانه با حفظ پوشش بی‌طرفی می‌تواند پیام‌های خود را به آسانی به مخاطب القا کند و اهداف مورد نظر خود را تامین نماید. گاهی برای تخریب سوژه مورد نظر در ابتدا مواضع بی‌طرفانه‌ای نسبت به آن اتخاذ می‌شود. به طوری که دیگران تصور می‌کنند در این جریان نوعی حفظ احترام برای مخالفان و نوعی بی‌طرفی وجود دارد، در حالی که با پوشش بی‌طرفی، به طور مودبانه القای مطالب مورد نظر خود را اعمال می‌کنند. در این اصل ضمن اظهار بی‌طرفی و حفظ احترام مخالفان، اقدام به پخش سخنان و نظرات مخالفان می‌نمایند، ولی به دنبال آن مطالب خود را القا می‌کنند" (سلطانی‌فر و هاشمی، ۱۳۸۲: ۴۵).

### 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 دربردارد، باعث می‌شود تا یک خبر متعادل جلوه کند، تعدد دلایل و نتایج از نظر نحوه ارائه، شکل متعادل‌تری را جلوه‌گر می‌سازد. توجه به این نکته ضروری است که از نظر قالب ارائه، شکل خبررسانی‌ای که بر اساس ارائه دلایل وقوع یک حادثه خبری و نتایج حاصل از آن باشد، خبر را برای مخاطب ملموس و قابل فهم می‌کند، ادراک مخاطب را بالا می‌برد و حافظه‌ی او را نیز نسبت به خبر یاد شده تحکیم می‌بخشد. مخاطب، در برخورد با خبری که دلیل اتفاق آن و عواقب اجتماعی یا فردی آن مطرح شده است، احساس تبلیغ و یا هیجان‌زایی تجاری صرف نمی‌کند" (میرفخرایی، ۱۳۸۸: ۱۳۲-۱۳۱).

### سابقه نویسی

"در این تاکتیک، روزنامه‌نگار با تکیه بر حوادثی که در گذشته اتفاق افتاده و خاطره‌ی آن همچنان در اذهان عمومی به جا مانده، آنها را به گونه‌ای به حوادث و موضوعات جدید ربط

---

<sup>1</sup>. To Pretend Neutrality



می‌دهد و پیام مورد نظر خود را به مخاطب القا می‌کند. استفاده از این تاکتیک به منظور تاکید یا ایجاد یک جریان مخالف فکری نسبت به یک رویداد یا موضوع صورت می‌گیرد" (سلطانی فر و هاشمی، ۱۳۸۲: ۱۸).

### صحنه

"صحنه یکی از عوامل مهم در حفظ تعادل در خبر است. بر این اساس "خبری که در آن تعدد صحنه رعایت می‌شود، خبری حرفه‌ای و متعادل جلوه می‌کند؛ یعنی دست‌کم، قالب ارائه متعادل را رعایت کرده است، اما خبری که تنها در یک صحنه (کنفرانس - همایش) فیلم‌برداری شود، سوگیرانه جلوه می‌کند؛ چون مخاطب آشکارا شاهد است که خبر تنها از یک زاویه، زاویه‌ی صحنه‌گردان آن صحنه، آن همایش و آن کنفرانس خبری یا مراسم، ارائه شده است" (میرفخرایی، ۱۳۸۸: ۱۳۱).

### چارچوب نظری

#### نظریه مسئولیت اجتماعی

از نظر مک‌کوایل «نظریه مسئولیت اجتماعی مجبور است سه اصل نسبتاً ناسازگار، را با هم سازگار سازد: آزادی و انتخاب فرد، آزادی رسانه و تعهد رسانه نسبت به جامعه. برای حل این ناسازگاری‌های بالقوه راه حل واحدی وجود ندارد، اما نظریه مذکور به دو نوع راه اصلی متمایل است. اول رشد نهادهای عمومی، اما مستقل برای مدیریت پخش امواج - تحولی که به نوبه خود دامنه و استحکام سیاسی مفهوم مسئولیت اجتماعی را گسترش می‌دهد- و دوم رشد بیشتر حرفه‌ای‌گرایی همچون ابزار تحقق استانداردهای بالاتر عمل در عین حال که اصل خودمدیریتی رسانه‌ها نیز حفظ می‌شود.

ویژگی نهادهای دولتی پخش امواج این است که سهم زیادی در سازگار کردن اصول بالا با یکدیگر، از راه تاکید کردن بر بی‌طرفی و عینیت در رابطه با حکومت و موضوع‌های مساله برانگیز اجتماعی دارند و دارای ساز و کارهایی هستند که رسانه مورد نظر را به تقاضاهای مخاطبین، حساس و در مقابل جامعه پاسخگوی اعمال خود می‌سازد. همچنین حرفه‌ای‌گرایی که توسط نظریه مسئولیت اجتماعی تبلیغ می‌شود دربرگیرنده تاکید بر استانداردهای بالای اجرایی و همچنین فضایل تعادل و بی‌طرفی است که در رسانه‌های موج‌افشان (رادیو و تلویزیون) بیش از همه رشد کرده است» (میرفخرایی، ۱۳۸۸: ۱۷۰).

- بر اساس توضیحات مک‌کوایل اصول اساسی نظریه‌ی مسئولیت اجتماعی بدین شرح است:
- «رسانه‌ها باید تعهدات مشخصی را در مورد جامعه پذیرفته و انجام دهند.
  - این تعهدات را با گذاشتن استانداردهای بالا یا حرفه‌ای آگاهی بخشی، حقیقت، دقت، عینیت و تعادل می‌توان به‌جا آورد.
  - برای پذیرش و اجرای این تعهدات، رسانه باید در چارچوب قانون و نهادهای مستقر خودگردان عمل کند.
  - رسانه‌ها باید از هر چه احتمال دارد به جرم، خشونت، بی‌نظمی اجتماعی و یا تهاجم به گروه‌های اقلیت بیانجامد جلوگیری کنند.
  - رسانه‌ها به طور کلی باید کثرت‌گرا بوده و گونه‌گونی‌های موجود در جوامع را بازتابانند و دسترسی به نقطه‌نظرهای گوناگون و حتی پاسخگویی افراد را امکان‌پذیر سازند.
  - جامعه و عموم مردم، بر اساس نخستین اصل این نظریه، از این حق برخوردارند که از استانداردهای بالای عمل بهره‌مند شوند. پس دخالت برای تضمین عرضه این کالاهای عمومی قابل توجیه است.
  - روزنامه‌نگاران و متخصصان رسانه‌ها باید در مقابل جامعه، کارفرمایان و بازار پاسخگو باشند» (همان منبع: ۱۷۱).

### روزنامه‌نگاری عینی

«والتر لیپمن»<sup>۱</sup> اولین فردی است که به صورت علمی «بر ضرورت دگرگونی روزنامه‌نگاری ذهنی‌گرای موجود و توجه به یک شیوه «روزنامه‌نگاری عینی»<sup>۲</sup> (معمدنژاد و معتمدنژاد، ۱۳۸۶: ۲۰۳) تاکید کرده است.

«وی در کتاب معروف خود به نام «افکار عمومی» که در سال ۱۹۲۲، انتشار یافت نیز برای مقابله با روزنامه‌نگاری جنجالی و ذهنی‌گرا و حمایت از روزنامه‌نگاری واقعیت‌جو و عینی‌گرا، از تاثیر نامناسب «قالب‌های ذهنی» خبرنگاران در ارائه گزارش‌های خبری، نکوهش کرد. او در این کتاب، به تعریف «روزنامه‌نگاری عینی» طرف توجه خویش پرداخت و با تاکید بر لزوم جدایی بین ذهنیت

<sup>۱</sup>. Walter Lippman

<sup>۲</sup>. Objective Journalism

فردی خبرنگار و عینیت واقعه یا مسئله مورد گزارش، تاثیر ندادن احساسات و تمایلات شخصی و رعایت بی طرفی کامل در کسب و انتشار اخبار را از اصول اساسی روزنامه‌نگاری مذکور معرفی نمود. گردانندگان «انجمن آمریکایی سردبیران روزنامه‌ها»<sup>۱</sup> هم به موازات کوشش‌های «والتر لیپمن» برای پشتیبانی از «روزنامه‌نگاری عینی»، در سال ۱۹۲۳ به تدوین اصول اخلاقی و شرافتی حرفه روزنامه‌نگاری، دست زدند. به موجب این اصول، حقیقت‌جویی و صحت‌گرایی و استقلال و بی طرفی و همچنین احترام به حیثیت فردی و نیز احساس مسئولیت در برابر مصالح عمومی، از مهم‌ترین مبانی حرفه‌ای روزنامه‌نگاری شناخته شدند (همان منبع: ۲۰۴-۲۰۳).

نظر «گای تاکمن»<sup>۲</sup> و «جان سولوسکی»<sup>۳</sup> در رابطه با عینی‌گرایی نیز بدین شرح است: «گای تاکمن» در مقاله‌ی معروف خود «عینی‌گرایی، شیوه‌ای راهبردی: بررسی مفهوم عینی‌گرایی در نزد روزنامه‌نگاران» سه عامل موثر بر تحقق عینیت‌گرایی را چنین مشخص کرده است: شکل‌کار- روابط درون سازمانی- محتوای کار.

در مقابل، او هشت راه حل برای پایبندی روزنامه‌نگاران به عینی‌گرایی در مطالبی که تهیه می‌کنند، اشاره می‌کند. این راه‌ها عبارتند از:

- ۱- طرح احتمالات متناقض
- ۲- ارائه سندهای تکمیلی
- ۳- استفاده از نقل قول
- ۴- طرح مهم‌ترین موضوع در ابتدای مطلب
- ۵- تمایز دقیق میان حقایق از نظرات و تحلیل‌ها
- ۶- توالی مناسب و ساخت‌مند اطلاعات
- ۷- بیان عناصر شش‌گانه خبر
- ۸- ذکر منبع

«جان سولوسکی» نویسنده مقاله «خبردهی و حرفه‌ای‌گری: برخی محدودیت‌ها در کار گزارشگری اخبار» معتقد است که عینی‌گرایی در گزارش‌های خبری وجود ندارد، بلکه بیشتر در رفتار روزنامه‌نگاران نمود می‌یابد. روزنامه‌نگاران باید به گونه‌ای رفتار کنند که امکان

<sup>۱</sup>. American Society of Newspaper Editors (A.S.N.E)

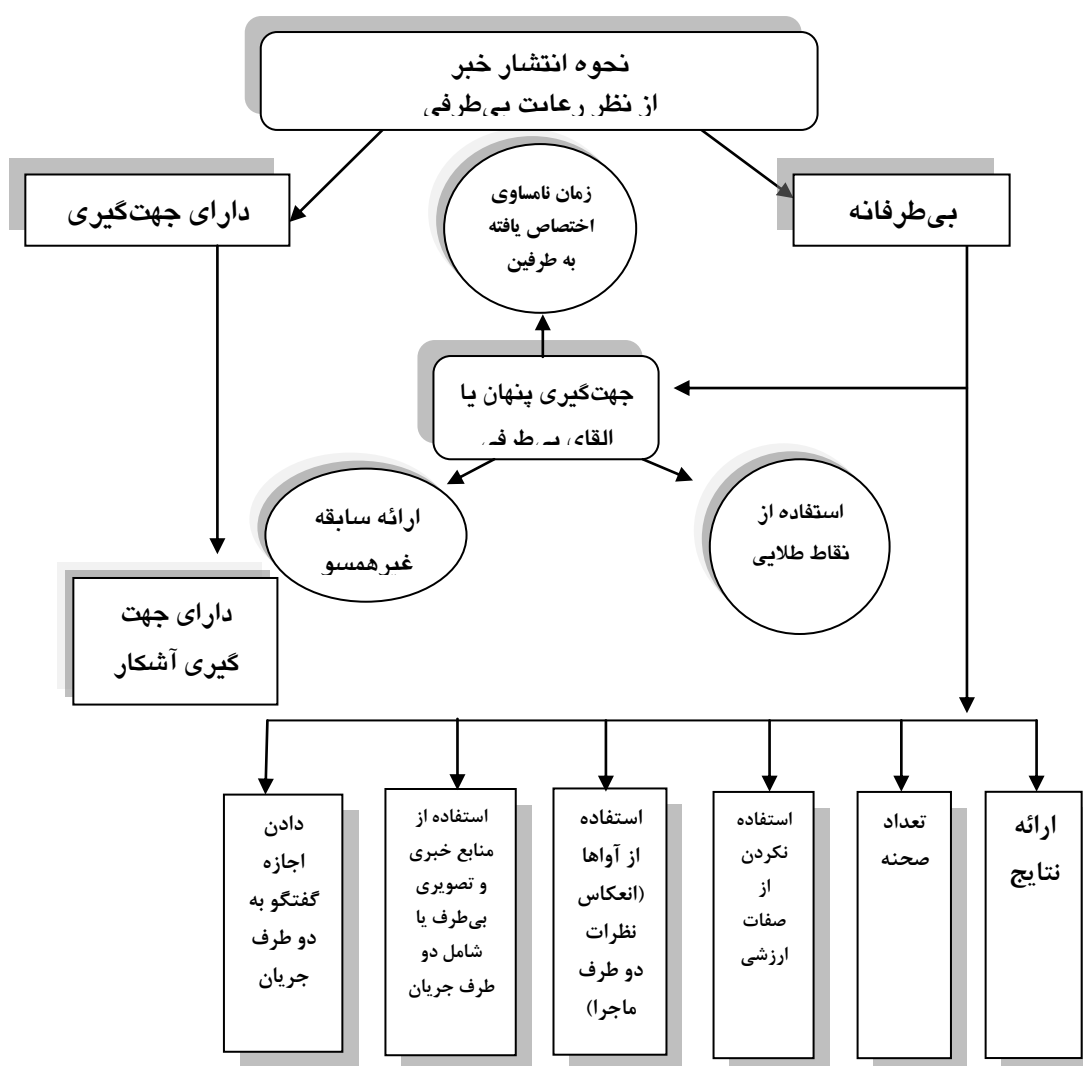
<sup>۲</sup>. Gaye Tachman

<sup>۳</sup>. John Soloski

گزارشگری عینی خبری را داشته باشند. همچنین عینی‌گرایی در نزد روزنامه‌نگاران بدین معنا نیست که آنان ناظران بی‌طرف رویداد هستند، بلکه به این معناست که آنان باید حقایق را تا حد ممکن به گونه‌ای منصفانه و متوازن گزارش کنند» (نمکدوست تهرانی، ۱۳۸۰: ۴۴-۴۳).

### مدل مفهومی

محققان به نوعی جمع‌بندی به صورت مدل مفهومی رسیده‌اند که در شکل ۱ ارائه شده است:



شکل ۱: مدل مفهومی بی‌طرفی در اخبار

### روش تحقیق

با توجه به این که انجام هر تحقیق علمی نیاز به استفاده از روش یا روش‌های تحقیق دارد، در نتیجه برای انجام این پژوهش نیز از روش «تحلیل محتوا» که «نوعی تکنیک پژوهشی است که برای توصیف عینی، منظم و احتمالات کمی در زمینه محتوای ارتباطات به کار می‌رود» (دادگران، ۱۳۷۴: ۱۶۳) استفاده شده است.

با توجه به این که یکی از مراحل اصلی انجام تحلیل محتوا «کدگذاری داده‌ها» است، در این پژوهش نیز برای دستیابی به نتایج لازم برای بررسی بی‌طرفی شبکه‌های خبری، ۱۶ متغیر تعریف شد که شامل «نام شبکه»، «مهم‌ترین مسائل روز جامعه در مقطع مورد بررسی»، «قالب ارائه مطلب»، «اهمیت خبر»، «آواها (میزان انعکاس نظرات طرفین جریان)»، «زمان اختصاص یافته برای انعکاس نظرات طرفین جریان»، «نحوه انعکاس نظرات»، «استفاده از زمان‌های طلایی (محل قرار دادن نظر گروه‌های درگیر ماجرا)»، «اصطلاحات و صفات ارزشی»، «استفاده از دلایل و نتایج»، «نحوه سابقه‌نویسی»، «ذکر منابع و مآخذ خبری»، «منبع تصویر»، «موضع منبع خبر و تصویر» و «صحنه» است.

### جامعه آماری

جامعه آماری تمام اخبار پخش شده از اخبار ساعت ۲۲ شبکه خبر، ۶۰ دقیقه بی‌بی‌سی فارسی، ساعت ۲۱ کانال یک تلویزیون ایران و ساعت ۲۱ اتاق خبر شبکه من و تو از تاریخ ۱۳۸۹/۱۰/۱ تا تاریخ ۱۳۸۹/۱۲/۲۹ است.

علت انتخاب سه ماهه پایانی سالی ۱۳۸۹ برای انجام این تحقیق، آغاز اجرای طرح هدفمند کردن یارانه از ابتدای دی ماه، تشدید ناآرامی‌های سیاسی ایران در این برهه زمانی و ادامه دور جدید مذاکرات در مورد پرونده هسته ای ایران است.

### حجم نمونه

حجم نمونه ۱۸ روز آماری است.

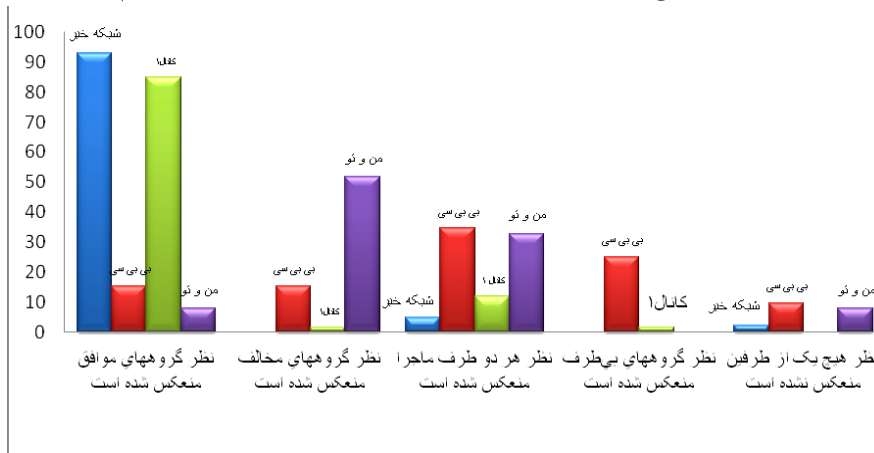
## روش نمونه‌گیری

در این تحقیق از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. در نمونه‌گیری هدفمند «هدف از نمونه‌گیری آن است که مناسب‌ترین فرد یا موقعیت برای مشاهده انتخاب شود. برای این منظور لازم است پژوهشگر نوعی از نمونه‌گیری هدفمند را از مجموعه نمونه‌های ممکن مشخص کند و به طور مستدل انتخاب آن را توجیه کند» (بازرگان، ۱۳۸۷: ۵۳).

## یافته‌های تحقیق

برای دستیابی به یافته‌های این پژوهش، داده‌های گردآوری شده وارد نرم افزار آماری "SPSS" شد و پس از ورود و پردازش اطلاعات در این فضای نرم‌افزاری، جداول مورد نظر به صورت خروجی به دست آمده است و در این بخش مهم‌ترین این یافته‌ها به طور خلاصه ارائه می‌شود.

نمودار شماره ۱: درصد توزیع وضعیت آواها (میزان انعکاس نظرات طرفین جریان) در سه ماهه چهارم سال ۱۳۸۹



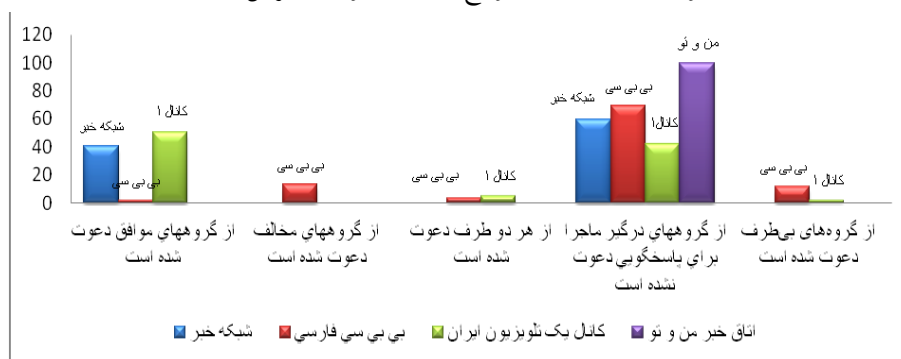
بر اساس آنچه در نمودار شماره ۱ آمده است: در ۹۲/۹ درصد اخبار شبکه خبر و ۸۴/۷ درصد اخبار کانال یک تلویزیون ایران، نظر گروه‌های موافق منعکس شده است، در حالی که در هیچ‌یک از اخبار شبکه خبر نظر گروه‌های مخالف و بی‌طرف منعکس نشده است، در ۴/۸ درصد اخبار این شبکه نظر هر دو طرف ماجرا منعکس شده است. در کانال یک نیز به نسبت مساوی شامل ۱/۷ درصد، اخبار این شبکه به انعکاس نظرات

گروه‌های مخالف و بی‌طرف اختصاص دارد و در ۱۱/۹ درصد اخبار این شبکه، نظر هر دو طرف ماجرا منعکس شده است.

در بی‌بی‌سی فارسی نسبت یکسانی برای انعکاس نظرات گروه‌های موافق و مخالف رعایت شده که شامل ۱۵/۴ درصد اخبار است، ۳۴/۶ درصد اخبار بی‌بی‌سی فارسی به انعکاس نظر هر دو طرف ماجرا اختصاص دارد و در ۲۵ درصد اخبار نیز نظر گروه‌های بی‌طرف منعکس شده است.

در اتاق خبر من و تو نیز در ۵۱/۶ درصد اخبار نیز نظر گروه‌های مخالف منعکس شده است.

نمودار شماره ۲: درصد توزیع وضعیت دعوت از طرفین



نمودار شماره ۲ بیانگر آن است که در ۴۰/۵ درصد اخبار شبکه خبر از گروه‌های موافق برای انعکاس نظرات دعوت شده است. در شبکه خبر از گروه‌های مخالف و هر دو طرف ماجرا و بی‌طرف دعوت نشده است.

در اخبار بی‌بی‌سی فارسی از گروه‌های موافق و گروه‌های مخالف دعوت شده است، بی‌بی‌سی فارسی در ۳/۸ درصد اخبار از هر دو طرف ماجرا و در ۱۱/۵ درصد اخبار از گروه‌های بی‌طرف دعوت کرده است. در کانال یک تلویزیون ایران نیز در ۵۰/۸ درصد اخبار از گروه‌های موافق و در ۵/۱ درصد اخبار از هر دو طرف ماجرا دعوت شده است، در اخبار کانال یک تلویزیون ایران از گروه‌های مخالف دعوت نشده است.

اتاق خبر من و تو نیز فاقد دعوت از گروه‌های موافق، مخالف، بی‌طرف و هر دو طرف جریان است.

منظور از این‌که از طرفین ماجرا دعوت نشده است این است که در اخبار یا گزارش‌ها

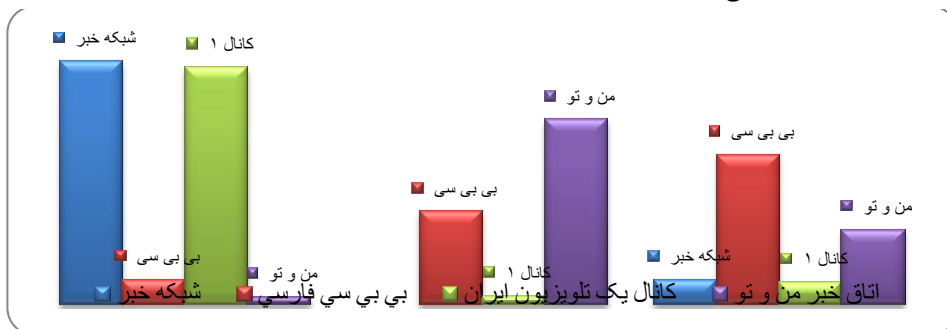
شبکه‌های مورد بررسی، به جای دعوت از گروه‌های اصلی درگیر ماجرا برای پاسخگویی از نظرات مردم، کارشناسان، منتقدان و حتی گوینده یا گزارشگر استفاده شده است.

نمودار شماره ۳: درصد و توزیع وضعیت زمان اختصاص یافته برای انعکاس نظرات طرفین جریان



بر اساس یافته‌های ارائه شده در نمودار ۲، با توجه به این که دعوت از دو طرف ماجرا (همراه با هم برای پاسخگویی) فقط در بی بی سی فارسی و کانال یک تلویزیون ایران صورت گرفته است، در نتیجه و بر اساس یافته‌های ارائه شده در نمودار ۳، در ۱/۹ درصد از اخبار بی بی سی فارسی، زمان اختصاص یافته برای گروه‌های موافق و در ۱/۹ درصد از خبرهای این شبکه زمان در نظر گرفته شده برای گروه‌های مخالف بیشتر است. در کانال یک تلویزیون ایران نیز در ۵/۱ درصد اخبار، زمان اختصاص یافته برای انعکاس نظر گروه‌های موافق بیشتر از سایر طرفین ماجراست.

نمودار شماره ۴: درصد توزیع وضعیت استفاده از زمان‌های طلایی (محل قرار دادن نظر گروه‌های درگیر ماجرا)



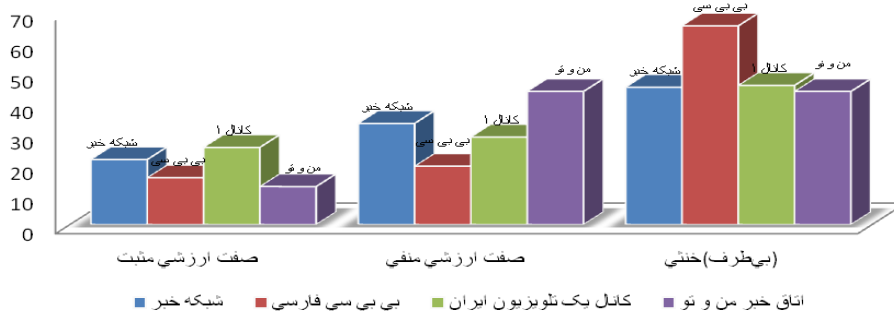


داده‌های نمودار ۴ نشان می‌دهد که در ۹۰/۵ درصد اخبار پخش شده از شبکه خبر، نظر گروه‌های موافق در زمان‌های طلایی قرار گرفته و نظر گروه‌های مخالف در زمان‌های طلایی قرار داده نشده است.

در ۹/۶ درصد اخبار بی‌بی‌سی فارسی نظر گروه‌های موافق و در ۳۴/۶ درصد خبرها، نظر گروه‌های مخالف در زمان‌های طلایی قرار گرفته است، همچنین در ۵۵/۸ درصد اخبار بی‌بی‌سی فارسی نظر گروه‌های موافق و مخالف در زمان‌های طلایی قرار نگرفته است.

در ۸۸/۱ درصد اخبار کانال یک تلویزیون ایران نظر گروه‌های موافق در زمان‌های طلایی قرار گرفته است. در اتاق خبر من و تو نیز در ۶۸/۸ درصد اخبار نظر گروه‌های مخالف در زمان‌های طلایی قرار گرفته و در ۲۸/۱ درصد اخبار من و تو نظر گروه‌های موافق و مخالف در زمان‌های طلایی قرار نگرفته است.

نمودار شماره ۵: توزیع وضعیت استفاده از اصطلاحات و صفات ارزشی



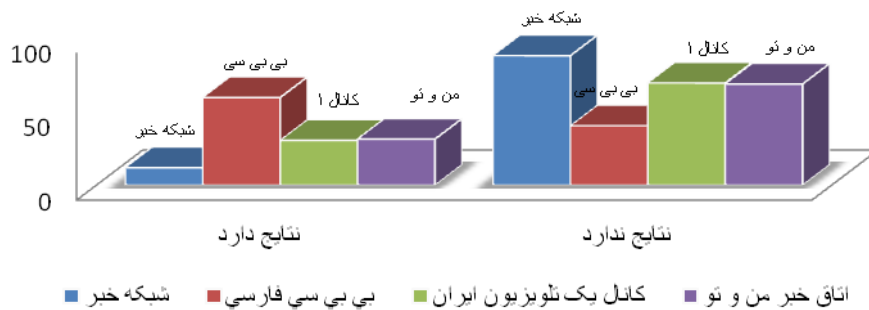
داده‌های نمودار ۵ بیانگر آن است که در ۲۱/۴ درصد اخبار شبکه خبر از اصطلاحات و صفات ارزشی مثبت و در ۳۳/۳ درصد اخبار از صفات ارزشی منفی استفاده شده است، در ۴۵/۲ درصد اخبار این شبکه از صفت ارزشی مثبت یا منفی استفاده نشده است.

در بی‌بی‌سی فارسی نیز ۶۵/۴ درصد اخبار بدون صفات ارزشی مثبت یا منفی اعلام شده‌اند و این در حالی است که در ۱۵/۴ درصد اخبار صفات ارزشی مثبت و در ۱۹/۲ درصد اخبار از اصطلاحات و صفات ارزشی منفی استفاده شده است.

در کانال یک تلویزیون ایران نیز ۲۵/۴ درصد اخبار دارای صفات ارزشی مثبت و ۲۸/۸

درصد اخبار دارای اصطلاحات و صفات ارزشی منفی بوده‌اند، در کانال یک، ۴۵/۸ درصد اخبار بدون استفاده از صفات ارزشی اعلام شده‌اند. در اتاق خبر من و تو نیز ۱۲/۵ درصد اخبار دارای صفات ارزشی مثبت و ۴۳/۸ درصد اخبار نیز دارای صفات ارزشی منفی هستند، در اتاق خبر ۴۳/۸ درصد اخبار، خنثی (بدون صفت ارزشی) اعلام شده‌اند.

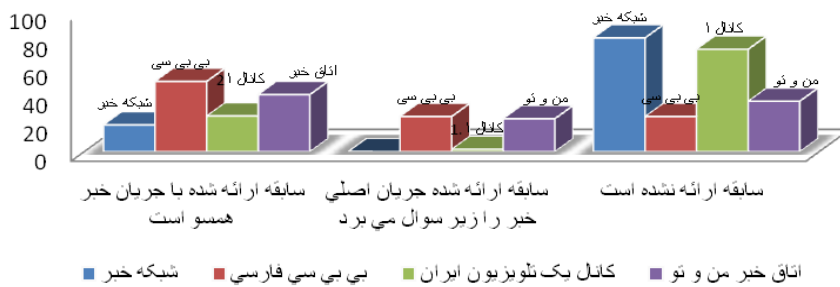
نمودار شماره ۶: توزیع وضعیت استفاده از دلایل و نتایج



داده‌های نمودار ۶ نشان می‌دهد که ۸۸/۱ درصد اخبار شبکه خبر بدون بیان دلایل و نتایج اعلام شده‌اند.

در بی بی سی فارسی نیز ۵۹/۶ درصد اخبار دارای دلایل و نتایج بوده و ۴۰/۴ درصد اخبار بدون دلایل و نتایج بیان شده است. در کانال یک تلویزیون ایران در ۶۹/۵ درصد اخبار دلایل و نتایج بیان نشده است. در اتاق خبر من و تو نیز ۶۸/۸ درصد اخبار بدون دلایل و نتایج بیان شده‌اند.

نمودار شماره ۷: درصد و توزیع وضعیت نحوه سابقه نویسی



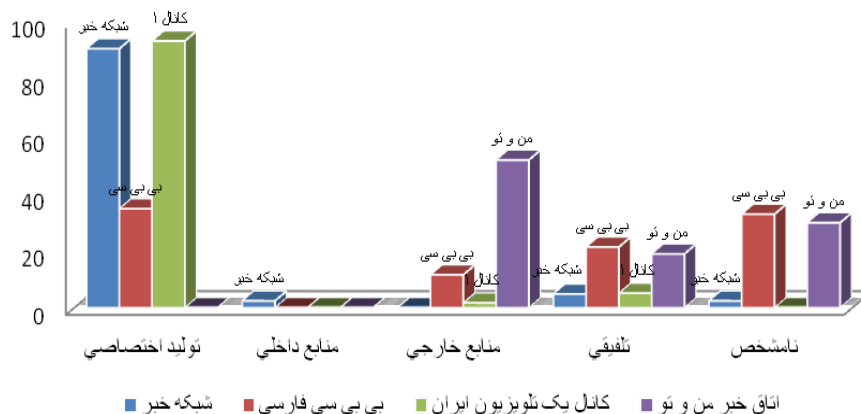
بررسی داده‌های نمودار ۷ نشان می‌دهد که در ۸۱ درصد اخبار شبکه خبر، سابقه ارائه نشده است. شبکه خبر فاقد اخباری بوده که سابقه ارائه شده در خبرها، جریان اصلی خبر را زیر سوال ببرد.

در نیمی از اخبار بی‌بی‌سی فارسی سابقه ارائه شده با جریان خبر همسو است و در ۲۵ درصد اخبار سابقه ارائه نشده است، ۲۵ درصد اخبار بی‌بی‌سی فارسی دارای نوعی سابقه بوده‌اند که جریان اصلی خبر را زیر سوال می‌برد.

در ۷۲/۹ درصد اخبار کانال یک، سابقه ارائه نشده است، تنها در ۱/۷ درصد اخبار کانال یک تلویزیون ایران، سابقه ارائه شده جریان خبر را زیر سوال می‌برد.

در اتاق خبر من و تو نیز در ۴۰/۶ درصد اخبار سابقه ارائه شده با جریان خبر همسو است و در ۳۵/۹ درصد اخبار سابقه ارائه نشده است، ۲۳/۴ درصد اخبار اتاق خبر دارای سابقه غیر همسو با جریان خبر بوده است.

نمودار شماره ۸: توزیع وضعیت ذکر منابع و مآخذ خبری



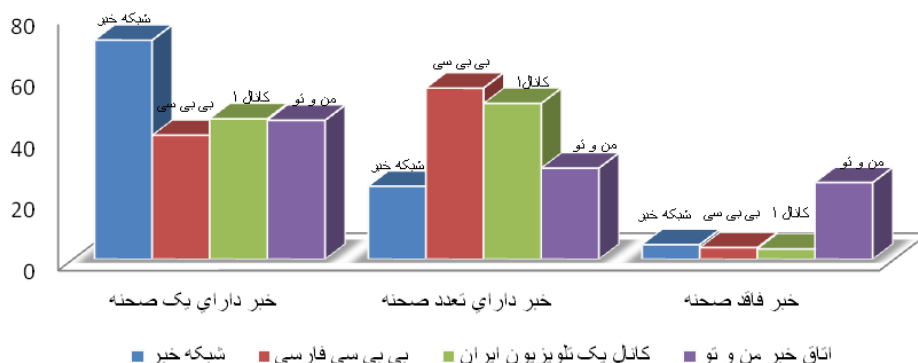
با بررسی داده‌های نمودار ۸ در می‌یابیم که ۹۰/۵ درصد اخبار شبکه خبر تولید اختصاصی این شبکه بوده و ۲/۴ درصد اخبار این شبکه به نقل از منابع داخلی (خبرهای تولیدی خبرگزاری‌ها یا دیگر رسانه‌های داخل کشور) و ۴/۸ درصد اخبار به صورت تلفیقی از منابع خبری مختلف اعلام شده است، در ۲/۴ درصد اخبار شبکه خبر، منبع خبر نامشخص بوده است. در بی‌بی‌سی فارسی نیز ۳۴/۶ درصد اخبار تولید اختصاصی این شبکه بوده است و ۱۱/۵

درصد اخبار نیز به نقل از منابع خارجی (خبرگزاری‌ها و رسانه‌های غیرانگلیسی) اعلام شده‌اند، بی‌بی‌سی فارسی در ۲۱/۲ درصد اخبار از منابع تلفیقی استفاده کرده و ۳۲/۷ درصد اخبار این شبکه دارای منبع مشخصی نبوده‌اند.

۹۳/۲ درصد اخبار کانال یک تلویزیون ایران تولید اختصاصی این شبکه بوده و در ۱/۷ درصد اخبار از منابع خارجی استفاده شده است، ۵/۱ درصد اخبار کانال یک تلویزیون ایران دارای منابع تلفیقی بوده‌اند.

در اتاق خبر من و تو هیچ یک از اخبار، تولید اختصاصی این شبکه نبوده و ۵۱/۶ درصد اخبار اتاق خبر به نقل از منابع خارجی (خبرگزاری‌ها و رسانه‌های غیرانگلیسی) بیان شده است. در ۱۸/۸ درصد اخبار اتاق خبر از منابع خبری تلفیقی استفاده شده و ۲۹/۷ درصد اخبار این شبکه دارای منابع خبری مشخص نمی‌باشند.

نمودار شماره ۹: توزیع وضعیت صحنه



داده‌های نمودار ۹ بیانگر آن است که در ۷۱/۴ درصد اخبار شبکه خبر، اخبار و گزارش‌ها دارای یک صحنه و ۲۳/۸ درصد اخبار دارای تعدد صحنه است.

۴/۸ درصد اخبار شبکه خبر نیز فاقد صحنه می‌باشد.

در بی‌بی‌سی فارسی نیز ۴۰/۴ درصد اخبار دارای یک صحنه و ۵۵/۸ درصد اخبار دارای تعدد صحنه است، در شبکه بی‌بی‌سی فارسی نیز ۳/۸ درصد اخبار فاقد صحنه است.

۴۵/۸ درصد اخبار کانال یک تلویزیون ایران دارای یک صحنه، ۵۰/۸ درصد دارای تعدد

صحنه و ۳/۴ درصد اخبار بدون صحنه است.

در اتاق خبر من و تو نیز ۴۵/۳ درصد اخبار دارای یک صحنه، ۲۹/۷ درصد اخبار دارای تعدد صحنه و ۲۵ درصد اخبار فاقد صحنه است.

### آزمون فرضیه ها

با توجه به اینکه در این تحقیق، دو فرضیه مطرح شده است، در این بخش فرضیه ها طرح شده مورد آزمون قرار می گیرد.

**فرضیه ۱:** به نظر می رسد تفاوت معنی داری بین بی طرفی رسانه ای در ۴ شبکه وجود دارد. با توجه به نتایج آزمون ANOVA مستقل در فاصله اطمینان ۹۹ درصد  $F=۲۶/۲۶۷$  سطح معناداری (sig=0/000) می باشد. به عبارت دیگر بین بی طرفی رسانه ای در شبکه های ۴ گانه تفاوت معنی داری وجود دارد.

نتایج به دست آمده از میانگین ها نشان می دهد که بی بی سی فارسی (بخش خبری ۶۰ دقیقه ساعت ۲۲) بالاترین بی طرفی را داشته است.

همچنین بر اساس یافته های این جدول، اتاق خبر من و تو بعد از شبکه بی بی سی فارسی و با اختلاف کم با کانال یک تلویزیون ایران دارای مرتبه بعدی رعایت بی طرفی است. شبکه خبر کمترین میزان رعایت بی طرفی را در بین شبکه های خبری مورد بررسی به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۱: رابطه آماری وضعیت بین بی طرفی رسانه ای در ۴ شبکه

نام گروه	تعداد	میانگین از ۱	انحراف معیار	F مقدار	درجه آزادی	سطح معنی داری
شبکه خبر (بخش ساعت ۲۲)	۴۲	۰/۳۷۷	۰/۱۰۸	۲۶/۲۶۷	۳	۰/۰۰۰
بی بی سی فارسی (بخش خبری ۶۰ دقیقه ساعت ۲۲)	۵۲	۰/۶۲۶	۰/۱۵۵			
کانال یک تلویزیون ایران (بخش خبری ساعت ۲۱)	۵۹	۰/۴۱۸	۰/۱۳۴			
اتاق خبر من و تو (بخش خبری ۲۱:۳۰)	۶۴	۰/۴۴۴	۰/۱۸۵			

			۰/۱۷۶	۰/۴۶۸	۲۱۷	کل
--	--	--	-------	-------	-----	----

فرضیه ۲: به نظر می‌رسد تفاوت معنی‌داری بین القای بی‌طرفی رسانه‌ای در ۴ شبکه وجود دارد. با توجه به نتایج آزمون ANOVA مستقل در فاصله اطمینان ۹۵ درصد  $F=۲/۳۱۶$  سطح معناداری (sig=0/077) می‌باشد. به عبارت دیگر بین القای بی‌طرفی رسانه‌ای در شبکه‌های ۴ گانه تفاوت معنی‌داری مشاهده نشده است.

با توجه به این که سطح معناداری در این فرضیه زیر پنج صدم نیست، در نتیجه تفاوت قابل‌تاملی بین القای بی‌طرفی شبکه‌های مورد بررسی وجود ندارد. بر این اساس، با وجود تفاوت جزئی در القای بی‌طرفی شبکه‌های مورد بررسی، اما این تفاوت معنادار نیست.

جدول شماره ۲: رابطه آماری وضعیت بین القای بی‌طرفی رسانه‌ای در ۴ شبکه

نام گروه	تعداد	میانگین از ۱	انحراف معیار	F مقدار	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
شبکه خبر (بخش ساعت ۲۲)	۴۲	۰/۳۰۱	۰/۰۹۹	۲/۳۱۶	۳	۰/۰۷۷
بی‌بی‌سی فارسی (بخش خبری ۶۰ دقیقه ساعت ۲۲)	۵۲	۰/۲۴۳	۰/۲۵۶			
کانال یک تلویزیون ایران (بخش خبری ساعت ۲۱)	۵۹	۰/۳۲۷	۰/۱۱۵			
اتاق خبر من و تو (بخش خبری ۲۱:۳۰)	۶۴	۰/۳۱۷	۰/۲۰۰			
کل	۲۱۷	۰/۲۹۹	۰/۱۸۳			

## نتیجه‌گیری

مهم‌ترین نتایج تحقیق به قرار زیر است:

- ۱- موضوع انرژی‌هسته‌ای، هدفمند کردن یارانه‌ها و ناآرامی‌های سیاسی ایران از مهم‌ترین مسائل در مقطع مورد بررسی است. بیشترین تعداد خبرهای شبکه خبر و کانال یک

تلویزیون ایران در مدت مورد بررسی به موضوع هدفمند کردن یارانه‌ها و بیشترین فروانی اخبار بی‌بی‌سی فارسی و اتاق خبر من و تو به ناآرامی‌های سیاسی ایران اختصاص داده شده است.

۲- شبکه‌های داخلی مورد بررسی توجه چندانی به موضوع انعکاس نظرات دو طرف جریان ندارند و با توجه به این که انعکاس نظرات دو طرف جریان و گروه‌های بی‌طرف نشانگر بی‌طرفی است، می‌توان نتیجه گرفت که بی‌بی‌سی فارسی از نظر این شاخص بیشترین میزان رعایت بی‌طرفی را در بین شبکه‌های مورد بررسی داشته است.

۳- بی‌بی‌سی فارسی و کانال یک تلویزیون ایران به دلیل دعوت از هر دو طرف ماجرا و گروه‌های بی‌طرف تلاش بیشتری برای رعایت بی‌طرفی داشته‌اند و البته باید گفت که درصد‌های رعایت بی‌طرفی بی‌بی‌سی فارسی در این شاخص، بیشتر از کانال یک تلویزیون ایران است.

۴- با توجه به این که استفاده از زمان‌های طلایی نشان دهنده‌ی القای بی‌طرفی رسانه و جهت‌گیری پنهان شبکه‌های خبری است و جایگاه ویژه‌ای را در تاثیرگذاری در ذهن مخاطب دارد و شامل نقطه آغازین یک برنامه و یا به تعبیری تیترو مقدمه یک موضوع، نقطه پایانی و انتهای یک جریان و یا به تعبیری جمع‌بندی و نتیجه‌گیری یک موضوع و همچنین نکاتی که توسط گوینده مورد تاکید قرار می‌گیرد، است در نتیجه بیشترین فراوانی قرار گرفتن نظر گروه‌های موافق در زمان‌های طلایی مربوط به شبکه خبر و کانال یک تلویزیون ایران می‌شود و این در حالی است که بیشترین فراوانی قرار دادن نظر گروه‌های مخالف در زمان‌های طلایی مربوط به اتاق خبر من و تو و بی‌بی‌سی فارسی می‌شود و بیانگر این نکته است که این شبکه‌ها در نحوه قرار دادن نظر گروه‌های موافق و مخالف در زمان‌های طلایی توجه داشته‌اند.

۵- با توجه به این که استفاده نکردن از اصطلاحات و صفات ارزشی در نشان دادن بی‌طرفی رسانه نقش مهمی دارد. میزان استفاده از صفات ارزشی مثبت در شبکه‌های داخلی مورد بررسی بیشتر از بی‌بی‌سی فارسی و اتاق خبر من و تو است و استفاده از صفات ارزشی منفی نیز در اتاق خبر من و تو و شبکه خبر بیشتر از بی‌بی‌سی فارسی و کانال یک تلویزیون ایران است. در بی‌بی‌سی فارسی نیز تعداد خبرهای خنثی (بدون صفات ارزشی) حدود دو برابر اخبار دارای صفات ارزشی است.

۶- شبکه خبر، بیشترین میزان بیان نکردن دلایل و نتایج را با ۸۸/۱ درصد در بین شبکه‌های مورد بررسی به خود اختصاص داده و بی‌بی‌سی فارسی بیشترین میزان اعلام دلایل

و نتایج را به خود اختصاص داده است.

۷- ارائه سابقه‌ی همسو یکی از شاخص‌های بی‌طرفی در اخبار است اما شبکه‌های خبری داخلی مورد بررسی به استفاده از این تاکتیک خبری بی‌توجه بوده‌اند به طوری که در ۸۱ درصد اخبار شبکه خبر و ۷۲/۹ درصد اخبار کانال یک، سابقه ارائه نشده است.

۸- با توجه به این که ذکر منابع خبری به رسانه اعتبار می‌بخشد و در جلب اطمینان مخاطب موثر است و ذکر منابع خبری نشان دهنده توان حرفه‌ای و اعتبار آن رسانه است، می‌توان نتیجه گرفت که اخبار شبکه‌های داخلی ایران در بین شبکه‌های مورد بررسی از اعتبار بیشتری برخوردارند به ویژه اخبار کانال یک که همه منابع خبری آن مشخص است، دارای بیشترین سطح حرفه‌ای‌گرایی در این زمینه در بین شبکه‌های مورد بررسی است.

۹- با توجه به این که خبری که در آن تعدد صحنه رعایت شود، خبری حرفه‌ای و متعادل جلوه می‌کند، بی‌بی‌سی فارسی در استفاده از تعدد صحنه و ارائه خبر متعادل بر اساس این شاخص از سایر شبکه‌ها موفق‌تر است.

۱۰- با توجه به این که «ارائه نتایج»، «تعدد صحنه»، «استفاده نکردن از اصطلاحات و صفات ارزشی»، «استفاده از آواها»، «استفاده از منابع خبری و تصویری بی‌طرف یا شامل دو طرف جریان» و «دادن اجازه گفتگو به دو طرف»، به عنوان شاخص‌های سنجش بی‌طرفی در شبکه‌های خبری، مورد بررسی قرار گرفت. در نتیجه بی‌بی‌سی فارسی در بین چهار شبکه مورد بررسی دارای بیشترین میزان رعایت بی‌طرفی است و این شبکه بالاترین درصد رعایت تعادل و بی‌طرفی در اخبار را در بین شبکه‌های مورد بررسی به دلیل دعوت از طرفین، استفاده کمتر از صفات ارزشی، رعایت تعدد صحنه، ارائه نتایج و ... به خود اختصاص داده است و تفاوت قابل ملاحظه‌ای بین میانگین رعایت بی‌طرفی در این شبکه با سایر شبکه‌ها وجود دارد. اما باید به این نکته توجه داشت که این موضوع به معنای رعایت صد درصدی بی‌طرفی در بی‌بی‌سی فارسی نمی‌باشد، بلکه باید به این مهم اذعان داشت که بر اساس نتایج به دست آمده، بی‌بی‌سی فارسی نیز دارای اخبار جهت‌دار بوده است اما میزان بی‌طرفی و رعایت تعادل در اخبار در مجموع در این شبکه بیشتر از جهت‌گیری است.

۱۱- با توجه به این که «استفاده از زمان‌های طلایی»، «سابقه‌ی غیر همسو» و «زمان نامساوی اختصاص یافته به طرفین» به عنوان شاخص القای بی‌طرفی بررسی شد، در نتیجه و بر اساس



نتایج به دست آمده، تفاوت معنی‌داری بین القای بی‌طرفی شبکه‌های مورد بررسی قابل مشاهده نیست، اگر چه بین القای بی‌طرفی شبکه‌ها تفاوت وجود دارد و بی‌بی‌سی فارسی کمترین میزان القای بی‌طرفی را به خود اختصاص داده اما این تفاوت بین شبکه‌ها جزئی است و معنادار نمی‌باشد. نتیجه کلی اینکه شبکه‌های مورد بررسی، توجه چندانی به استفاده از تاکتیک القای بی‌طرفی ندارند.

### پیشنهادها

- ۱- بازنگری در دستورالعمل و شیوه‌های انتشار اخبار در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران به منظور ایجاد الزام در زمینه رعایت بی‌طرفی و تعادل و عینیت در اخبار.
- ۲- برگزاری دوره‌های آموزشی آشنایی روزنامه‌نگاران و خبرنگاران با مسئولیت اجتماعی و روزنامه‌نگاری عینی و توجه خبرنگاران به این مهم که هر شخص می‌تواند دارای گرایش سیاسی خاص و ... باشد اما در عرصه خبر نباید گرایش‌های شخصی را دخالت دهد.
- ۳- اگرچه در صورت بازنگری در قوانین موجود در زمینه‌ی انتشار اخبار و یا تغییر شرایط حاکم بر رسانه‌های دولتی می‌توان نسبت به رعایت بی‌طرفی در اخبار امیدوار بود اما نیاز به راه‌اندازی رسانه‌های خصوصی و مستقل به‌ویژه شبکه‌های تلویزیونی خبری، برای جلوگیری از وابستگی این شبکه‌ها به دولت و اعلام اخبار جانبدارانه است تا رسانه‌ها این مهم را رعایت کنند که باید در مقابل عموم جامعه و همه اقشار پاسخگو باشند و نه تنها در مقابل دولت.
- ۴- ایجاد زمینه‌های لازم برای تحقق کثرت‌گرایی در رسانه‌ها به‌طوری‌که افراد دارای عقاید مختلف و حتی متضاد بتوانند در بطن یک رسانه فعالیت داشته باشند و از منابع متعدد و دارای موضع متفاوت بتوان استفاده کرد.
- ۵- با توجه به این که بی‌طرفی رسانه تحت تاثیر عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی قرار می‌گیرد، تبیین اصل مهم رعایت توازن و بی‌طرفی رسانه‌ها باید برای مسئولان و افرادی که ممکن است به هر شکل رسانه را برای تحقق اهداف خود تحت فشار قرار دهند، تبیین شود.
- ۶- تحقیقات گسترده برای بررسی میزان بی‌طرفی رسانه‌های مختلف داخلی از جمله مطبوعات، شبکه‌های رادیویی، خبرگزاری‌ها و ...، برای اصلاح کاستی‌های موجود در زمینه رعایت بی‌طرفی انجام شود.

- ۷- توجه بیشتر رسانه‌ها به نیاز مخاطبان و ایجاد فضای تعاملی تا افرادی که حتی دارای سواد رسانه‌ای نیستند نیز به جهت‌گیری رسانه اعتراض نکنند و این امر موجب ریزش مخاطب نشود.
- ۸- پیشنهاد می‌شود، دستورالعملی برای باز شدن فضای رسانه‌ای ایران فراهم شود تا گروه‌های مخالف نیز امکان ابراز نظر داشته باشند.
- ۹- سیاست‌گذاران شبکه‌های خبری داخل کشور به استفاده از سبک‌های خلاقانه در انتشار اخبار توجه بیشتری داشته باشند و البته به سیاست‌گذاران اخبار اتاق‌خبر نیز توصیه می‌شود به جای گوینده محوری به دعوت از گروه‌های اصلی درگیر ماجرا و برقراری ارتباط زنده با مخاطب توجه بیشتری داشته باشند تا به اخبار جلوه عینی بدهند.
- ۱۰- با توجه به این که در اخبار شبکه‌های داخلی ارتباط زنده تلفنی با مردم به ویژه افرادی که موضع مخالف دارند برقرار نمی‌شود و در مقابل، در خبر های بی‌بی‌سی فارسی برقراری ارتباط زنده تلفنی با شاهدان عینی، مردم و ... به‌طور مکرر مشاهده می‌شود در نتیجه خبرهای بی‌بی‌سی عینی‌تر و باورپذیرتر جلوه می‌کند، پیشنهاد می‌شود نقش مخاطب و مردم در اخبار پررنگ‌تر نمود پیدا کند و به جای مصاحبه ضبط شده با مردم از برقراری ارتباط زنده تصویری یا تلفنی بهره‌برداری شود، در رابطه با اتاق خبر من و تو نیز پیشنهاد می‌شود به جای بیان نظرات گوینده در انتهای بیشتر خبرها، از نظرات کارشناسان و منتقدان بهره‌گیری شود.
- ۱۱- با توجه به اینکه در بی‌بی‌سی فارسی تعداد خبرهای خنثی (بدون صفات ارزشی) حدود دو برابر اخبار دارای صفات ارزشی است، بررسی اخبار این شبکه به رسانه‌های داخلی و اتاق خبر توصیه می‌شود. همچنین با توجه به اینکه متن خبر بخش مهمی از خبر را تشکیل می‌دهد، پیشنهاد می‌شود نحوه بکارگیری کلمات در متن خبر به خبرنگاران آموزش داده شود.
- ۱۲- به شبکه‌های داخلی مورد بررسی پیشنهاد می‌شود به جای واژه داشتن از انعکاس نظر گروه‌های مخالف و یا اخبار مخالفان، از ابتدا تا انتهای متن خبر را بی‌طرفانه گزارش کنند و با استفاده از تاکتیک «سابقه نویسی» و با گفتن یک جمله در انتهای خبر اصل جریان را زیر سوال ببرند و بی‌طرفی خود را به مخاطب القا کنند.
- ۱۳- با توجه به این که ۳۲/۷ درصد منابع خبری بی‌بی‌سی فارسی و ۲۹/۷ درصد منابع اتاق خبر من و تو مشخص نمی‌باشد، پیشنهاد می‌شود این دو شبکه به اعلام منابع خبری برای اعتمادسازی بیشتر در بین مخاطبان توجه بیشتری داشته باشند، زیرا اعلام منبع خبر موجب

جلب اعتماد مخاطب می شود.

۱۴- با توجه به این که بیشتر تصاویر مورد استفاده از شبکه خبر و کانال یک تلویزیون ایران تولیدی این شبکه هاست، پیشنهاد می شود در این شبکه ها جایی برای فیلم ها و تصاویر خبری تولیدی مردم و «روزنامه نگاری شهروندی» باز شود تا مخاطبان ارتباط بیشتری با این بخش های خبری برقرار کنند.

۱۵- با توجه به این که بیشتر منابع خبری و تصویری مورد انتخاب شبکه خبر و کانال یک تلویزیون ایران دارای موضوع موافق ایران و در اتاق خبر من و تو بیشتر منابع دارای موضع مخالف ایران هستند، پیشنهاد می شود به تکررگرای و تنوع بخشیدن به منابع خبری و تصویری در این شبکه ها توجه بیشتری شود.

۱۶- با توجه به این که یک تحقیق نمی تواند تمام زوایا و جوانب چگونگی خبررسانی بی طرفانه ی چهار شبکه را مورد بررسی قرار دهد لذا به منظور کسب نتایج بیشتر و صحیح تر از عملکرد شبکه ها در زمینه رعایت تعادل و بی طرفی، پژوهش های مکمل پیشنهاد می شود که از جمله می توان به «تحلیل گفتمانی اخبار شبکه های خبری فارسی زبان»، «مقایسه میزان اعتماد مردم به اخبار شبکه های داخلی و شبکه های خبری فارسی زبان خارج از کشور»، «سنجش بی طرفی در مطبوعات ایران»، «شاخص های رعایت بی طرفی در مطبوعات از نظر صاحب نظران»، «شناخت عوامل درون رسانه ای و برون رسانه ای موثر بر عدم رعایت بی طرفی در رسانه ها»، «دیدگاه صاحبان قدرت و مدیران رسانه ها به رعایت بی طرفی در اخبار»، «دیدگاه مردم در زمینه میزان بی طرفی اخبار شبکه های داخلی» و .... اشاره کرد.

## منابع

- بازرگان، عباس. (۱۳۸۷). مقدمه ای بر روش های تحقیق کیفی و آمیخته. چاپ اول. تهران: انتشارات دیدار.
- بهمن آبادی، یوسف. (۱۳۸۸). بی طرفی رسانه سراب یا واقعیت؟. خبرگزاری فارس. <http://www.farsnews.com/newstext>. ۱۳۹۰/۴/۲۳.
- دادگران، محمد. (۱۳۷۴). مبانی ارتباط جمعی. چاپ اول. تهران: انتشارات مروارید.
- رستگار، لیلا. (۱۳۷۶). رسانه و افکار عمومی، فصلنامه رسانه. سال هشتم، شماره ۲.
- سایت رسانه نیوز. (مهر: ۱۳۸۹). دلایل راه اندازی شبکه فارسی زبان بی بی سی، <http://www.rasanenews.com>. ۱۳۸۹/۹/۱.
- سلطانی فر، محمد و هاشمی، شهناز. (۱۳۸۲). پوشش خبری. چاپ اول. تهران: انتشارات سیمای شرق.
- مک کوایل، دنیس. (۱۳۸۸). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. (پرویز اجلالی، مترجم). چاپ سوم. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها.
- معتمد نژاد، کاظم و منصفی، ابوالقاسم. (۱۳۶۸). روزنامه نگاری با فصلی جدید در بازنگری روزنامه نگاری معاصر. چاپ سوم. تهران: مرکز نشر سپهر.
- معتمد نژاد، کاظم و معتمد نژاد، رویا. (۱۳۸۶). حقوق ارتباطات. چاپ اول. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها.
- میرفخرایی، تژا. (۱۳۸۸). مفاهیم نظری و عملی خبر تلویزیونی. چاپ دوم. تهران: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران. مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه ای.
- نقیب السادات، سیدرضا. (۱۳۷۵). روزنامه نگاری عینی، موافقان و مخالفان. فصلنامه رسانه. شماره ۲.
- نمکدوست تهرانی، حسن. (۱۳۸۰). کنکاشی در مفهوم عینی گرایی در روزنامه نگاری معاصر. فصلنامه پژوهش و سنجش. شماره ۲۷.

1- [Nyden, Michael N. J.](#)(1988).” **Crisis in mass media? A study of validity, relevance and neutral presentation in four Swedish newspapers' reporting regarding the international oil companies as a cause for the 1973-74 oil crisis**”, <http://proquest.umi.com/pqdweb?>

2- Pingree, Raymond. (2008). **"Is There Truth Out There? Neutral Reporting And Epistemic Political Efficacy"**, <http://proquest.com>.

## **The comparative unbiased coverage of news among BBC Persian, Manoto, IRIB and IRNN**

**Akbar Nasrollahi (PhD)\***

**Samane Soltanipour (MA)\*\***

### **Abstract**

The research concentrate on impartiality or unbiased states of two local television networks namely IRNN and IRIB Channel One as well as the two overseas channels namely BBC Persian and the newsroom of Manoto channel. In order to answer the above mentioned question, the news coverage of aforementioned channels has been concerned and further examined from the beginning of December 2010 to the February 2011. Researchers checked 217 news items of this television networks by Content Analysis method. The sample size by purposive sampling is 18 statistical days. To assess the fairness 16 variables like reflect the views of the parties, invited the parties, use of valuable traits and terms, reasons and results, were studied.

The research findings show In reflecting the views of the opinions of the involved groups (proponents and opponents) by anchor or the reporter, more than 80% of the news in IRINN and IRIB channel one was devoted to the proponent group opinions, 50% of the news in Manoto newsroom was devoted to that to the opponents, while the most news in BBC Persian allocated to the opinions of both groups as well as these of neutral groups and most of the news coverage was reflecting the viewpoints of both sides of the concerned issue. Both positively-valued and negatively valued adjectives have been used in all 4 networks.

The positively-valued adjectives in the two local networks more than the BBC Persian and the newsroom were used. Using of negatively-valued adjectives in newsroom and news network was considered more than the two other networks. The neutral adjectives were used by BBC Persian more than the others.

---

\* Faculty Member of Communication Science, Islamic Azad University/Tehran Central Branch/[kasmani3@yahoo.com](mailto:kasmani3@yahoo.com)

\*\* MA in Social Communication Science, Islamic Azad University/Tehran Central Branch/Member Of Yoyng Researcher Club Islamic Azad University/[Asmaneh77@gmail.com](mailto:Asmaneh77@gmail.com)

Despite of the good discussion on guests credential and there background by IRNN and channel one, there was not much attention paid to the background information of the interview is by the BBC the newsroom.

All in all, the BBC Persian has shown to be more unbiased in covering the news than all the other networks and the induction of impartiality among for networks is not a significant difference, so much attention was not paid to it.

**Key words:** News, unbiased, induced unbiased, Islamic Republic News Network (IRNN), BBC Persian, Iran's channel one television network, Manoto news room