



سال پنجم / زمستان ۱۳۹۴

شاخص‌های کیفیت مطبوعات از دیدگاه استادان ارتباطات و روزنامه‌نگاران^۱

• محمد مهدی فرقانی^۲
• رویا پیامنی^۳

چکیده

این مقاله حاصل کوششی است در راستای بررسی شاخص‌های کیفیت مطبوعات از دیدگاه استادان ارتباطات و روزنامه‌نگاران حرفه‌ای در ایران. دستیابی به این شاخص‌ها علاوه بر مشارکت در ارتقای سطح دانش و غنی‌تر کردن ادبیات این حوزه، در امر بهبود سیاست‌گذاری و سازوکارهای ارتباط با مطبوعات به سازمان‌ها و نهادهای ذی‌ربط کمک می‌کند تا براساس شاخص‌ها و معیارهای مشخصی به این امر مبادرت کنند. در این پژوهش با استفاده از نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها، معیارها و اصول اخلاقی و حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، و نیز مرور ادبیات نظری سبک‌های روزنامه‌نگاری و مفاهیم این حوزه، گویه‌های تحقیق استخراج و با استفاده از روش کیو و تحلیل عاملی، نظرات دو گروه روزنامه‌نگاران و استادان ارتباطات، مورد سنجش و مقایسه قرار گرفت. با توجه به گستردگی حوزه مطبوعات، از ابعاد گوناگون می‌توان کیفیت مطبوعات را مورد ارزیابی قرار داد. در این تحقیق، شاخص‌های کیفیت مطبوعات در پنج بعد قوانین و مقررات حقوقی، مالکیت و مدیریت مطبوعات، تکنیک‌ها و اصول روزنامه‌نگاری، رابطه مطبوعات با دولت و ملزومات اشتغال به حرفه روزنامه‌نگاری مورد بررسی قرار گرفته است. در نهایت با محاسبه بار عاملی، مشخص شد که پاسخگویان از بین ۵۲ گویه مطرح شده بر سر ۴۲ گویه اجماع و اتفاق نظر داشتند که حاکی از توافق بالای روزنامه‌نگاران و استادان ارتباطات در مورد گویه‌های تحقیق است.

واژگان کلیدی:

مطبوعات، شاخص‌های کیفیت، روزنامه‌نگاری کیفی، روزنامه‌نگاری حرفه‌ای، اخلاق حرفه‌ای

۱. این مقاله مستخرج از پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد علوم ارتباطات است.

۲. دکترای علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی. دانشیار دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی mmforghani@yahoo.com

۳. کارشناس ارشد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی roya.payamani@gmail.com

مقدمه

مطبوعات از جمله محصولات جوامع نوین به شمار می‌آیند که پس از اختراع دستگاه چاپ، هویت بارزی پیدا کردند. این پدیده اجتماعی به راحتی توانست به مهم‌ترین مرجع آگاهی‌بخش جامعه تبدیل شود، اطلاعات مورد نیاز افراد را تأمین کند و طبیعتاً در زمره مهم‌ترین نهادهای شکل‌دهی و هدایت افکار عمومی جامعه قرار گیرد.

حوزه گسترده مطبوعات و مطالعه در زمینه آن نیازمند یک جهان‌بینی همه‌جانبه است چرا که بسیاری از اقتضائات و الزامات وجودی این حرفه جنبه جهانی داشته و بین تمامی کشورها مشترک است. مسائل و دغدغه‌هایی که در طول سال‌های فعالیت مطبوعات همراه آنها بوده است و در سطوح مختلف بین‌المللی، منطقه‌ای و داخلی تلاش‌های بسیاری برای مرتفع کردن آنها صورت گرفته است. با شکل‌گیری دکترین جریان آزاد اطلاعات و گفتمان‌هایی چون آزادی بیان و عقیده، حق دسترسی آزاد به اطلاعات و لزوم شکل‌گیری رسانه‌های مستقل، آزاد و کثرت‌گرا، بسیاری از کشورها از جمله ایران در راستای ارتقاء سطح کمی و کیفی رسانه‌ها، قوانین خود را مورد بازنگری قرار دادند. اما تمامی این تغییرات در جایگاه نظری پذیرفته شده است چرا که با نگاهی دقیق‌تر، خلاءها و شکاف‌های عمیق بین مباحث نظری و آنچه که در جهان واقع جریان دارد، مشخص می‌شود.

چگونگی تحقق جریان آزاد اطلاعات، آزادی بیان، استقلال مطبوعات و قابلیت انتقادگری آنها، حق دسترسی آزاد به اطلاعات، عدم لزوم کسب اجازه قبلی برای انتشار نشریات، نظام حقوقی و صنفی حاکم بر فعالیت مطبوعات، مقررات حقوقی تأسیس و اداره مؤسسات مطبوعاتی، مالکیت و مدیریت آنها، اصول اخلاق حرفه‌ای از جمله موضوعات تعیین‌کننده در حرفه روزنامه‌نگاری و به طور کلی فعالیت در عرصه رسانه‌ها محسوب می‌شود.

با وجود گذشت زمان بسیار از انتشار نخستین روزنامه در ایران، حرفه روزنامه‌نگاری در این کشور همچنان با مسائلی روبه‌رو است که نشان از ساختار بی‌ثبات و غیرحرفه‌ای این عرصه دارد. عدم شکل‌گیری سازوکارهای حرفه‌ای، کژفهمی، جهت‌گیری‌های مغرضانه، اهمال‌ها و سهل‌انگاری در امر قانون‌گذاری و اجرای آن از جمله عواملی هستند که باعث می‌شود تا این نهاد اجتماعی در طی این سال‌ها درگیر مسائلی تکراری و گویا لاینحل باشد. این عوامل علاوه بر ایجاد مانع بر سر راه این رسانه، خسارت‌های جبران‌ناپذیری نیز به جامعه تحمیل می‌کند.

روزنامه‌نگاران در شرایطی می‌توانند به رسالت خود عمل کنند که شرایط و فضای مناسب سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی برای فعالیت حرفه‌ای آنها فراهم باشد. یک روزنامه‌نگار حرفه‌ای در وهله اول به استقلال، بی‌طرفی، رعایت عینیت، توازن و تعادل در گزینش و ارائه اطلاعات، فضای باز سیاسی، عدم دخالت و تحمیل دولت‌ها و رقابت آزاد نیاز دارد. اما این

شرایط در بسیاری از کشورهای در حال توسعه فراهم نیست. (فرقانی، ۱۳۷۸: ۲۶)

رعایت زبان ارتباطی مناسب، استفاده آگاهانه از آموزه‌های تخصصی روزنامه‌نگاری، استناد به منابع معتبر، توجه بیشتر به فرایندها به جای رویدادها، اولویت‌دهی به تولید محتوا، مخاطب‌شناسی و پاسخ‌گویی به نیازهای او و توجه به اخبار توسعه را می‌توان از عناصر محتوایی روزنامه‌نگاری حرفه‌ای دانست. (فرقانی؛ ۱۳۸۸)

طرح مسئله و هدف پژوهش

این تحقیق تلاشی است در راستای دستیابی به شاخص‌های کیفیت مطبوعات از دیدگاه استادان ارتباطات و روزنامه‌نگاران حرفه‌ای. دو گروه مرتبط با ادبیات کیفیت روزنامه‌نگاری، دانشگاهیان و روزنامه‌نگاران حرفه‌ای هستند. اعضای هر دو گروه علائق مشترکی درباره ماهیت و کیفیت خروجی روزنامه‌نگاری دارند. اما آنها آموزش‌ها و اهداف متفاوتی دارند. روزنامه‌نگاران حرفه‌ای، روزنامه‌نگاری را خلق می‌کنند و دانشگاهیان به مطالعه آن می‌پردازند. (Lacy & Rosenstiel: ۲۰۱۵) دانشگاهیان از منظر دو رویکرد تقاضا و عرضه به تعریف بحث کیفیت مطبوعات می‌پردازند که هر دو رویکرد کیفیت را به عنوان یک درجه بر روی یک طیف تعریف می‌کنند. (Bogart: 2004)

با توجه به گستردگی حوزه مطبوعات و تنوع نشریات موجود، در این تحقیق شاخص‌ها و مؤلفه‌های کیفیت روزنامه‌های یومیه کثیرالانتشار چند موضوعی مورد بررسی قرار گرفت.

با توجه به تغییرات ایجاد شده در عرصه تکنولوژی‌های ارتباطی و ظهور رسانه‌های جدید که در فضای مجازی فعالیت می‌کنند؛ شاهد شکل‌گیری نوع جدیدی از تعاملات و مناسبات اجتماعی هستیم که زمینه‌ساز تغییراتی اساسی در شکل، ماهیت و ساختار رسانه‌ها و رسالت اجتماعی آنها است. تغییرات ایجاد شده در ذائقه خبری افراد، تنوع منابع خبری رسمی و غیررسمی، تغییر در سبک‌های خبرنگاری و حتی نیازها و علایق مخاطبان از جمله نشانه‌های تحول در رسالت و کارکرد رسانه‌ها از جمله مطبوعات است. عنصر زمان و مکان بیش از پیش معنا و مفهوم خود را از دست داده است و در مقابل سرعت و حجم بالای مبادله اطلاعات در سطح جهان به زانو در آمده است.

سرگذشت مطبوعات در ایران، داستانی پیچیده، پر فراز و نشیب و سرشار از بیم و امیدهایی است که با بررسی آن، خیل عظیمی از بایدها و نبایدها، به ذهن متبادر می‌شود. حدود ۱۸۰ سال از عمر مطبوعات در ایران می‌گذرد، اما مسائل، خلاءها و دغدغه‌های اهالی این عرصه، همچنان درگیر تسلسل و دور باطل است.

اگر از بیرون به وضعیت کنونی مطبوعات بنگریم، درک اجتماعی از مطبوعات و رسالت آنها، جایگاه روزنامه و روزنامه‌نگاران در بین شخصیت‌های حقیقی و حقوقی و داوری‌ها و انتظارات از این رسانه همچنان حاکی از نگاهی نامهربانانه، ابزاری و تبلیغاتی است. نگاهی که امکان تجربه

مطبوعاتی آزاد، مسئول، مستقل و کثرت‌گرا را محدود کرده است و عامل حفظ و تداوم مسائل، خلاءها و دغدغه‌هایی است که از بدو تولد مطبوعات در ایران، با آنها همراه بوده است.

در کنار عوامل بیرونی این چنینی بر سر راه فعالیت مطبوعات، عوامل تعیین‌کننده دیگری نیز وجود دارد که از درون به بدنه این رسانه آسیب می‌رساند. عدم حرفه‌ای‌گرایی، فقر آموزش تخصصی و حضور افرادی با تخصص‌های نامرتب در دفتر تحریریه‌ها، عدم تحقق و تأمین آزادی، استقلال و امنیت شغلی روزنامه‌نگاران، جابجایی سریع و گسترده نیروی انسانی، سیاست‌زدگی، وضعیت مجهول مالکیت و مدیریت مطبوعات، جای خالی تشکل‌های صنفی مؤثر و کارا در سپهر مطبوعات، ارتباط تنگاتنگ این رسانه با نهادهای قدرت، وضعیت حقوقی و قانونی حاکم بر فعالیت آنها، وجود مسائلی چون سانسور و خودسانسوری و ضعف‌های موجود در زمینه پایبندی به اصول اخلاق حرفه‌ای از جمله عواملی هستند که بلاشک بر عملکرد و سطح کیفیت مطبوعات اثر می‌گذارد.

موانع عمده توسعه فعالیت‌های روزنامه‌نگاری که در «تمرکز قدرت سیاسی» و «ضعف جامعه مدنی» به عنوان عوامل برون‌سازمانی خلاصه می‌شود، در کنار سه عامل درون‌سازمانی «ناپوستگی و جوانمردگی نشریات مستقل و آزاد»، «نبود استقلال حرفه‌ای و امنیت شغلی در حرفه روزنامه‌نگاری» و «کمرنگی نقش آموزش‌های آکادمیک در مطبوعات» گسستگی بین آموزش و کار حرفه‌ای را برجسته کرده است. (خانیک، ۱۳۸۱: ۲۶)

با این وجود روزنامه به عنوان رسانه‌ای مسلط و تعیین‌کننده در کنار سایر رسانه‌ها، وظایفی را بر عهده دارد. آنچه که در این شرایط تعیین‌کننده است، کیفیت مطبوعات، چگونگی عملکرد و جایگاه آنها در میان افراد جامعه است. تیراژ و تنوع در انتشار مطبوعات گوناگون، معیار درستی برای قضاوت در مورد جایگاه و کیفیت مطبوعات یک جامعه نیست. برخورداری مطبوعات از آزادی بیان، تکرر صداهایی که در این رسانه منعکس می‌شود، پایبندی به اصول اخلاق حرفه‌ای و ایجاد شفافیت در مالکیت و مدیریت روزنامه‌ها همواره از دغدغه‌های فعالان عرصه مطبوعات بوده است. هر چند که لاینحل ماندن این گونه مسائل خود مشکلات متعدد دیگری را برای قشر روزنامه‌نگار ایجاد کرده است و دغدغه نان و قلم همواره یکی از عوامل ایجادکننده اختلال در مسیر پایبندی به اصول اخلاقی و حرفه‌ای این عرصه بوده است. بنابراین دیگر نمی‌توان با تمسک به تیراژ و تنوع مطبوعاتی که در نهایت همه یک حرف می‌زنند، تصویری زیبا و البته درست از وضعیت مطبوعاتی کشور ترسیم کرد. چرا که در نهایت آنچه تعیین‌کننده است میزان مقبولیت و تأثیرگذاری رسانه مورد نظر در میان مردم یک جامعه است.

به این ترتیب، سیاست‌گذاری در حوزه مطبوعات، بدون شناخت دقیق و ارزیابی وضعیت گذشته و حال نمی‌تواند راه به آینده‌ای روشن و امیدبخش برد. سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر فعالیت‌های مطبوعاتی، حقوق و حدود روزنامه‌نگاری، مقتضیات و ضرورت‌های طراحی و تدوین

نظام حقوقی حرفه‌ای (نظام جامع) مطبوعات، نیازمند بررسی و واکاوی است تا معیارهای لازم برای سیاست‌گذاری در این حوزه را فراهم نماید.

در این تحقیق تلاش شد از منظری علمی و حرفه‌ای شاخص‌ها و معیارهای مؤثر بر سطح کیفیت مطبوعات شناسایی و به صورت نظام‌مند تدوین شود تا به عنوان منبع معتبری در تدوین استراتژی‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان همانند امتیازدهی به مطبوعات، پرداخت یارانه‌های دولتی و سایر مسائل مربوط به مطبوعات از سوی مراجع ذی‌ربط مورد استناد قرار گیرد.

چارچوب نظری تحقیق

نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها

نظریه‌های هنجاری به تشریح بایدها و نبایدهای حاکم بر وسایل ارتباط جمعی یا به عبارتی، نظام‌های کنترل و مدیریت رسانه‌ها می‌پردازد. نحوه کنترل و مالکیت رسانه‌ها، بر محتوای آن‌ها اثر می‌گذارد، و این امر، به نوبه خود اثرات رسانه‌ها را معین و مشخص می‌سازد. هنجارها و نظام کنترل رسانه‌ها در برهه‌های زمانی و موقعیت‌های مکانی، تابعی از آراء و اندیشه‌های مربوط به فلسفه سیاسی، حقوق و تکالیف انسانی و نظام‌های اقتصادی است. به این معنا که ساختار قدرت سیاسی، نظام حقوقی مربوط به حقوق و تکالیف انسانی و مکانیزم فعالیت‌های اقتصادی و تنظیم بازار، بر چگونگی فعالیت رسانه‌ها و نظام کنترل و مدیریت آن‌ها تأثیر مستقیم می‌گذارد. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۸۹)

منابع تعهد هنجاری

دنیس مک‌کوایل^۱ با اشاره به اینکه در تاریخ، اساسنامه و راهنمایی برای نهادهای رسانه‌ای وجود دارد که تعهدات نانوشته معینی را که در عمل مورد توجه است، معرفی می‌کند، می‌نویسد، «نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها، هم اهداف انتخاب شده درونی و هم اهداف و ادعاهای بیرونی درباره چگونگی اداره رسانه‌ها توسط خودشان را شامل می‌شوند.» وی می‌افزاید، «در میان منابع مربوط به آمال و آرزوها و توقعات هنجاری، مهم‌ترین آن‌ها از بافت تاریخی شکل‌دهنده به نقش نهاد رسانه‌ای ناشی می‌شود. به این معنا که در ساختار سیاسی دموکراتیک، بین نهادهای سیاسی و نقش رسانه‌ها به عنوان ناقل اخبار و پیش‌تاز افکار عمومی، ارتباط نزدیکی وجود دارد. این پیوند (بین نهادهای سیاسی و رسانه) به لحاظ نهادی، تثبیت شده نیست و تحمیلی (اجباری) نیز نمی‌تواند باشد. همچنین به معنای واقعی، انتخاب نیز نیست.» (مک‌کوایل، ۲۰۰۶: ۱۶۱)

مک‌کوایل در ادامه به دیگر منابع تعهد هنجاری نیز اشاره می‌کند: «یکی از منابع تعهد هنجاری رسانه‌ها، نظریه‌های سیاسی و هنجاری است. آداب و قواعد و نیز آمال و آرزوهای حرفه‌ای تحت

عنوان افکار عمومی، درباره رسانه‌ها وجود دارد. نقطه نظرات عامه مردم درباره نقش و مسئولیت رسانه‌ها چنانچه آشکارا بیان شود، (برای رسانه‌ها) تعهدآور است. لذا رسانه‌ها دارای ارتباط شبکه‌وار با بازار و مشتریان هستند که این امر بر نحوه اداره رسانه‌ها تأثیر می‌گذارد. منبع دیگر تعهد هنجاری، دولت و کارگزاران حکومت هستند. منافع و علایق پراکنده به ویژه منافع اقتصادی و نیز فرهنگی و اجتماعی که به وسیله رسانه‌ها به ویژه اخبار و اطلاعات تحت تأثیر قرار می‌گیرد، دیگر منبع تعهد هنجاری است.» (مک کوایل، ۲۰۰۶: ۱۶۲)

نظریه اقتدارگرا

در این نظریه، رسانه‌ها نقش آمرانه‌ای برای اعمال قدرت در جامعه دارند. فقدان استقلال رسانه‌ها و وابستگی آنها به دولت، از جمله ویژگی‌های نظام اقتدارگرای رسانه‌ای است. برپایه این نظریه، حقیقت و قدرت دو روی سکه‌اند. به این معنا که صاحب قدرت، مدعی حقیقت است، و این پیوند حقیقت و قدرت، توجیهی برای هدایت و کنترل رسانه‌ها از بالاست. «مطبوعات (و رسانه‌ها) اگر چه ممکن است دارای مالکیت شخصی یا عمومی باشند، اما وسیله‌ای برای تحقق سیاست‌های دولت محسوب می‌شوند.» (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۴۳)

اشکال کنترل دولت بر مطبوعات و رسانه چینی است:

- وضع قانون
 - کنترل مستقیم و بدون واسطه تولیدات (رسانه‌ای)
 - وضع مالیات و انواع مجازات‌های اقتصادی
 - کنترل ورود رسانه‌های خارجی
 - حق دولت در انتصاب اعضای سردبیری
 - معلق نگه داشتن انتشار (مک کوایل، ۱۳۸۲: ۱۶۳)
 - اصول اساسی نظریه اقتدارگرا
 - رسانه‌ها باید مطیع و تابع قدرت مستقر باشند.
 - رسانه‌ها باید از توهین به اکثریت یا ارزش‌های غالب سیاسی و اخلاقی پرهیز کنند.
 - اعمال سانسور برای اجرای اصول فوق موجه است.
 - حمله غیرقابل قبول به مراجع قدرت، انحراف از سیاست‌های رسمی و توهین به اصول اخلاقی جرم محسوب می‌شود.
 - روزنامه‌نگاران و دیگر کارکنان رسانه‌ها در درون سازمان رسانه‌ای خود هیچ استقلالی ندارند.
- (مک کوایل، ۱۳۸۸: ۱۶۴)

نظریه تمامیت خواه شوروی

نظریه اقتدارگرا درباره مطبوعات در بسیاری از کشورهای جهان به شکل نظریه تمامیت خواه شوروی تکامل یافت. شوروی هدف اصلی رسانه‌ها را کمک به موفقیت و تداوم سیستم شورا می‌دانست. نظارت و اعمال اقتصادی و سیاسی دولت، مطبوعات را کنترل می‌کرد، و تنها اعضای وفادار و اصول‌گرای حزب به طور منظم می‌توانستند رسانه‌ها را به کار گیرند. روش‌های حزبی ممکن بود مورد نقد قرار گیرد اما امکان نقد اهداف و مقاصد وجود نداشت. رسانه‌ها در سیستم شوراها تحت مالکیت و کنترل دولتی بودند و صرفاً به عنوان بازوی حکومت برای پیشبرد اهداف آن محسوب می‌شدند. (سورین و تانکار، ۱۳۸۱: ۴۴۶) در این نظام، رسانه‌ها جزئی از حکومت هستند. در قانون اساسی سال ۱۹۲۵ اتحاد جماهیر شوروی سابق، هدف از انتشار مطبوعات، «تقویت نظام اجتماعی کمونیست» ذکر شده بود. (Christians, 2009: ۱۱) از این رو، رسانه‌ها باید یکدست باشند و تعارض‌های سیاسی در جامعه را منعکس نکنند. علاوه بر این، از پیش‌فرض‌های ذهنی مارکسیستی در انعکاس رویدادهای خبری استفاده کنند. طبق این نظریه، رسانه‌ها در شکل‌گیری جامعه سوسیالیستی و حرکت به سوی کمونیسم، نقش مثبتی ایفا می‌کنند و از این رو در اموری چون جامعه‌پذیری، کنترل غیررسمی اجتماعی و بسیج عمومی به سمت اهداف اجتماعی و اقتصادی از پیش تعیین شده، وظایف مهم و متعددی دارند. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۹۱)

اصول کلی نظریه رسانه‌های شوروی

- رسانه‌ها باید در خدمت طبقه کارگر و تحت کنترل آن قرار داشته باشند.
 - رسانه‌ها نباید تحت مالکیت خصوصی باشند.
 - رسانه‌ها باید برای جامعه وظایف مثبتی همچون جامعه‌پذیری در زمینه‌های مورد نظر، آموزش، آگاهی‌دهی، انگیزش و بسیج اجتماعی، ایفا کنند.
 - رسانه‌ها در انجام وظایف خود برای جامعه، باید به خواست‌ها و نیازهای مخاطبان، پاسخ دهند.
 - دولت حق اعمال سانسور و سایر اقدام‌های ضروری برای پیشگیری از انتشار مطالب ضدجامعه‌ای و یا تعقیب و مجازات تخلف‌های مربوط به این مطالب پس از انتشار آنها را داراست.
 - رسانه‌ها باید یک دیدگاه کامل و عینی در مورد جامعه و جهان، بر اساس اصول مارکسیسم-لنینیسم، عرضه کنند.
 - روزنامه‌نگاران، حرفه‌ای‌های مسئولی هستند که هدف‌ها و آرمان‌های آنان باید با منافع عالی جامعه، انطباق داشته باشند.
 - رسانه‌ها باید جنبش‌های ترقی‌خواه را در داخل و خارج، مورد حمایت قرار دهند.
- (مک‌کوایل، ۱۳۸۸: ۱۷۴-۱۷۳)

نظریه آزادی‌گرا

نظریه آزادی‌خواهانه از عصر روشنگری و نظریه عمومی فردگرایی و حقوق طبیعی نشأت گرفته‌است و در جهت مقابله با دیدگاه اقتدارگرا توسعه یافته است. این نظریه از نوشته‌های میلتنون، لاک و میل به وجود آمد که مطبوعات به همان اندازه که در خدمت اطلاع‌رسانی و سرگرمی و در اندیشه فروش بیشتر هستند، باید در خدمت کشف حقیقت و نظارت بر دولت نیز باشند. در نظریه آزادی‌خواهانه، مطبوعات به طور عمدی خصوصی هستند و هر شخصی که استطاعت آن را داشته باشد می‌تواند مطلبی را انتشار دهد. رسانه‌ها به دو طریق کنترل می‌شوند، به وسیله کثرت آرا یا فرآیند خود اصلاحی حقیقت و کذب و همچنین به وسیله سیستم قانونی که هتک حرمت، اتهام، ابتذال و فتنه‌گری در زمان جنگ را تحت پیگرد قرار می‌دهد. (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۴۳)

در نظریه آزادی‌گرا، مطبوعات ابزار حکومت نیستند. بلکه بیشتر وسیله عرضه واقعیت‌ها و استدلال‌ها هستند. به طوری که براساس آنها مردم می‌توانند حکومت را مورد نظارت قرار دهند و اذهان خود را برای ارزیابی سیاسی آماده سازند. به همین جهت، آزادی مطبوعات از کنترل و نفوذ دولت، جنبه اقتضایی و ضروری پیدا می‌کند. به این ترتیب، برای شناخت حقیقت، باید تمام اندیشه‌ها امکان مناسب شنیده شدن پیدا کنند. به عبارت دیگر، در این زمینه باید یک بازار آزاد افکار و اطلاعات، وجود داشته باشد. (معمدنژاد، ۱۳۸۶: ۲۲۵) در حکومت دموکراسی، مردم حکومت می‌کنند. در چنین حکومتی، مردم برای تصمیم‌گیری به داشتن اطلاعات لازم و کافی نیاز دارند و رسانه‌ها در این میان، می‌توانند نقش ارزنده‌ای ایفا کنند. (Sandman, et al, 1982: ۱۶۶)

اصول مهم نظریه مطبوعات آزاد

- مطبوعات باید بدون سانسور قبلی و به طور آزادانه منتشر شوند.
- فعالیت انتشار و توزیع مطبوعات، باید توسط هر فردی یا گروهی، بدون ضرورت کسب اجازه قبلی، آزاد باشد.
- حمله به حکومت، مقام رسمی یا احزاب سیاسی (بر خلاف حمله به افراد خصوصی یا خیانت و لطمه زدن به امنیت کشور) نباید (حتی پس از وقوع آن)، قابل مجازات باشد.
- اعمال فشار برای انتشار هر نوع مطلبی، ممنوع است.
- انتشار «خطا» نیز مانند انتشار «حقیقت» در زمینه افکار و عقاید، مورد حمایت قرار گیرد.
- بر جمع‌آوری اطلاعات از طرق قانونی برای انتشار آنها، نباید محدودیت اعمال شود.
- برای صدور و ورود یا ارسال و دریافت «پیام‌ها» در فراسوی مرزهای ملی، نباید محدودیت اعمال وجود داشته باشد.

- روزنامه‌نگاران باید دارای استقلال حرفه‌ای در درون سازمان خودشان باشند. (مک کوایل، ۱۳۸۸: ۱۶۸-۱۶۹)

نظریه مسئولیت اجتماعی

در این نظریه، اصل بر ایجاد پیوند میان «استقلال و آزادی رسانه‌ها» و «وظایف و مسئولیت‌های اجتماعی» آنهاست که تأکید می‌کند رسانه‌ها باید در عین پاسخگویی به نیازهای مخاطبان، در برابر فعالیت‌های خود مسئولیت نیز داشته باشند و وظایف اجتماعی خود را محدود به گیرندگان پیام یا مالکان رسانه‌ها ندانند. مضمون اصلی این نظریه این است که آزادی و مسئولیت، دو روی یک سکه هستند و همان‌گونه که رسانه‌ها حق دارند از دولت و سایر نهادها انتقاد کنند، مسئولیتی نیز در قبال مصالح و منافع ملی و پاسخ به نیازهای جامعه دارند. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۸۹)

مدافعان نظریه مسئولیت اجتماعی معتقدند که تحقق این نظریه باعث می‌شود که بین سه اصل به ظاهر ناسازگار آزادی فردی و آزادی رسانه‌ها از یک سو و تعهد رسانه در برابر جامعه از سوی دیگر، سازگاری ایجاد گردد و برای مقابله با تعارض‌های نظریه مطبوعات آزاد در عرصه تجربی، راه حل مناسب پیدا شود. (معتدنزاد، ۱۳۸۶: ۲۸۱)

اصول اساسی نظریه مسئولیت اجتماعی

- رسانه‌ها باید برخی تعهدات و وظایف را در برابر جامعه بپذیرند و آنها را انجام دهند.
- برای تحقق این تعهدات، باید به استانداردهای حرفه‌ای خبری مانند حقیقت، صحت، عینیت و توازن توجه فراوانی معطوف شود.
- رسانه‌ها با پذیرش و ایفای تعهدات موردنظر، باید به خود انضباطی حرفه‌ای خویش در چارچوب قوانین و نهادهای موجود بپردازند.
- رسانه‌ها باید از آنچه ممکن است به جنایت، خشونت یا بی‌نظمی در کشور یا هتک حرمت گروه‌های اقلیت منجر شود، پرهیز کنند.
- رسانه‌ها به عنوان یک مجموعه کلی، باید کثرت‌گرا باشند و با ایجاد امکان دسترسی به دیدگاه‌های مختلف و تأمین حق جواب، انعکاس‌دهنده تعدد و تنوع اندیشه‌ها در جامعه خویش باشند.
- جامعه و مخاطبان رسانه‌ها، با توجه به تعهدات و وظایف اجتماعی مورد نظر، حق دارند خواستار رعایت استانداردهای عالی حرفه‌ای در فعالیت‌های روزنامه‌نگاری باشند و در صورت لزوم، برای تأمین و تضمین منافع و مصالح عمومی در این زمینه، مداخله کنند.
- روزنامه‌نگاران و همکاران حرفه‌ای رسانه‌ها، باید در برابر جامعه و همچنین کارفرمایان خود و بازار، پاسخگو باشند. (مک کوایل، ۱۳۸۸: ۱۷۱)

نظریه رسانه‌های توسعه‌بخش

این نظریه بیشتر در کشورهای در حال توسعه شکل گرفته و در واکنش نسبت به نابرابری ارتباطات و عدم تعادل اطلاعات است. در مباحث دهه هفتاد در یونسکو بر این نظریه تأکید زیادی شده است که اساس آن بر بهره‌برداری از رسانه‌ها در جهت توسعه، تحکیم استقلال و هویت فرهنگی، کم کردن روند تجاری شدن ارتباطات، عدم استفاده از زور و اجبار در رسانه‌ها و دوسویه کردن جریان بین‌المللی اخبار است. مدافعان این نظریه معتقدند که چون کشورهای در حال توسعه، نیازها و الزام‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی خاص خود را دارند و رسانه‌ها باید وظایف توسعه‌بخشی مثبتی را ایفا کنند، طبعاً نباید از الگوهای آزادی‌گرایانه غربی پیروی کنند. اصطلاح روزنامه‌نگاری توسعه به آن معناست که نقش رسانه‌ها باید حمایت از منافع ملی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی و اهدافی چون هویت ملی، ثبات و وحدت فرهنگی باشد.

این نظریه با وابستگی و سلطه خارجی و نیز اقتدارگرایی داخلی مخالف است و ضمن حمایت از دموکراسی، از استقلال فردی دفاع می‌کند. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۹۲)

اصول اساسی نظریه رسانه‌های توسعه‌بخش

- رسانه‌ها باید وظایف مربوط به توسعه مثبت را بپذیرند و در انطباق با خط‌مشی‌های سیاسی ملی، به انجام برسانند.
- آزادی رسانه‌ها باید با توجه به اولویت‌های اقتصادی و نیازهای توسعه‌ای جامعه، محدودیت‌پذیر باشد.
 - رسانه‌ها، باید در محتوای خود، برای فرهنگ و زبان ملی، اولویت قائل شوند.
 - رسانه‌ها باید برای اخبار و اطلاعات مربوط به سایر کشورهای در حال توسعه، که از لحاظ جغرافیایی و فرهنگی یا سیاسی به آنها نزدیک‌اند، اولویت در نظر بگیرند.
 - روزنامه‌نگاران و سایر همکاران رسانه‌ها، در انجام وظایف خود برای جست‌وجو، جمع‌آوری، انتقال و انتشار اطلاعات، هم مسئولیت و هم آزادی دارند.
 - برای پیشبرد هدف‌های توسعه‌ای، دولت حق دارد در فعالیت‌های رسانه‌ها مداخله کند یا آنها را محدود سازد. دستور سانسور، اعطای کمک به رسانه‌ها و کنترل مستقیم آنها نیز قابل توجیه‌اند. (مک‌کوایل، ۱۳۸۸: ۱۷۶-۱۷۷)

نظریه رسانه‌های دموکراتیک-مشارکت‌کننده

این نظریه بر پایه مشابهت‌هایی با نظریه رسانه‌های توسعه‌بخش شکل گرفته‌است؛ با این تفاوت که در جوامع لیبرال جایگاه بیشتری دارد. نظریه رسانه‌های دموکراتیک-مشارکت‌کننده با ایجاد

جامعه توده‌وار مخالف است و در مقابل، از حق کاربرد رسانه‌ها در مقیاس‌های کوچک اجتماعی دفاع می‌کند. به عبارت دیگر، به جای مخاطبان کلان، طرفدار مخاطبان خرد و عکس‌العملی در برابر تمرکزگرایی تجاری و انحصار رسانه‌هاست. این نظریه از تنوع رسانه‌ای، کوچک بودن مقیاس آن، سهولت تبادل آراء بین منبع پیام و گیرنده پیام، محلی بودن انتشار و پیوندهای افقی ارتباطات در سطوح مختلف جامعه پشتیبانی می‌کند. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۹۲)

اصول کلی نظریه رسانه‌های دموکراتیک-مشارکت‌کننده

- شهروندان و گروه‌های اقلیت، حق دسترسی به رسانه‌ها (حق ارتباط) و حق استفاده از رسانه‌ها را براساس نیازهای واقعی و ارادی خود دارند.
- سازماندهی و تهیه و تولید محتوای رسانه‌ها نباد تحت کنترل متمرکز سیاسی یا دولتی باشد.
- گروه‌ها، سازمان‌ها و جماعت‌های محلی باید از رسانه‌های خاص خود برخوردار باشند.
- رسانه‌های کوچک و تعاملی و مشارکتی، بر رسانه‌های بزرگ، یک سویه و حرفه‌ای برتری دارند.
- برخی از نیازهای اجتماعی مربوط به رسانه‌های جمعی، به طور مناسب از طریق تقاضای مصرف‌کنندگان فردی یا از طریق دولت یا نهادهای عمده دولتی تأمین نمی‌شود.
- ارتباطات به دلیل اهمیت بسیار زیاد آنها، نباید صرفاً در اختیار متخصصان و حرفه‌ای‌ها باشد. (مک‌کوایل، ۱۷۹: ۱۳۸۸-۱۷۸)

الگوی سه مفهومی آلتشول

روایت ساده‌تر از چارچوب‌های هنجاری که در ابتدا به آنها اشاره شد، سه شکل اساسی نظام رسانه‌ای (مطبوعات) است که جی. هربرت آلتشول^۱ پیشنهاد می‌کند: نظام رسانه‌ای جهان اول (لیبرال سرمایه‌داری)، جهان دوم (شوروی-سوسیالیستی) و جهان سوم (در حال توسعه). وی این نظام‌ها را به ترتیب نظام بازار، مارکسیستی و در حال پیشرفت می‌خواند. آلتشول به «هفت قانون روزنامه‌نگاری» اشاره می‌کند که در مورد نظام‌ها گوناگون کاربرد دارد. این هفت قانون عبارت‌اند از:

-در همه نظام‌های ارتباطی، رسانه‌های خبری عامل و کارگزار آنهایی هستند که به اعمال قدرت اقتصادی و سیاسی مشغولند. پس روزنامه‌ها، مجلات و انواع وسایل پخش، مستقل عمل نمی‌کنند، هر چند که بالقوه می‌توانند مستقلانه اعمال قدرت کنند.

- محتوای رسانه‌های خبری همواره منافع آنهایی را منعکس می‌کنند که تأمین اعتبار آنها را بر عهده دارند.

- همه نظام‌های مطبوعاتی بر ایده بیان آزاد مبتنی هستند، اگر چه «بیان آزاد» به صور متفاوتی تعریف شده است.

- همه نظام‌های رسانه‌ای به اندیشه مسئولیت اجتماعی می‌چسبند و ادعا می‌کنند که به نیازهای مردم پاسخ می‌دهند و به منافع‌شان خدمت می‌کنند و اشتیاق خود را برای قرار گرفتن رسانه‌ها در دسترس مردم اظهار می‌کنند.

- در هریک از مدل‌های پیش گفته، رسانه‌های پیرو مدل دیگر، منحرف قلمداد می‌شوند.

- مدرسه‌های روزنامه‌نگاری، ایدئولوژی‌ها و نظام‌های ارزشی جامعه‌ای را که در آن قرار دارند منتقل می‌کنند و به ناگزیر به آنهایی که قدرت را در دست دارند یاری می‌رسانند تا کنترل خود را بر رسانه‌های خبری استمرار بخشند.

- عمل رسانه‌ها همواره با نظریه‌ها متفاوت است. (مک کوایل، ۱۳۸۸: ۱۸۲)

روزنامه‌نگاری توسعه

ناریندر آگاروالا^۱ روزنامه نگار هندی و مسئول پیشین ارتباطات در برنامه توسعه ملل متحد و آسیا و اقیانوسیه، در مقاله‌های متعدد خود راجع به روزنامه‌نگاری در جهان سوم، به معرفی مشخصات «اخبار توسعه»، پرداخته است. او در عین حال که بر دشواری ارائه یک تعریف درباره این گونه اخبار، تأکید می‌کند، یادآور می‌شود که در این زمینه، اخباری که از سوی مأموران دستگاه‌های روابط عمومی، تهیه می‌گردد و به «اخبار مثبت» معروف است، مورد نظر نیست. به عقیده او، خبرنگاری که در زمینه امور توسعه خدمت می‌کند، باید طرح‌های مربوط به توسعه را از لحاظ تأمین نیازهای ملی و محلی، تفاوت‌های موجود بین آنچه طرح‌ریزی شده و آنچه اجرا گردیده است و نیز تفاوت دیدگاه اولیه دولت راجع به آثار این طرح‌ها در زندگی مردم و نتایج نهایی به دست آمده از آنها را، مورد بررسی انتقادی قرار دهد و دقیقاً ارزیابی نماید. (فرقانی، ۱۳۹۳: ۱۷۸)

وی اعتقاد دارد که در روزنامه‌نگاری برای توسعه، تمام توجه به رویدادهای تازه و آنچه در یک زمان معین و یک روز خاص اتفاق افتاده است، معطوف نمی‌گردد؛ بلکه آنچه در طول یک دوره نسبتاً طولانی پدید آمده است، مورد نظر واقع می‌شود. به همین لحاظ، خاطر نشان می‌سازد که این نوع روزنامه‌نگاری، به گزارشگری «فراگردها»^۲ بیش از «رویدادها»^۳ اهمیت می‌دهد. به بیان دیگر،

1 . Narender Agrawala
2 . processes
3 . events

گزارشگری که در این زمینه‌ها فعالیت دارد، در کنار رویدادها، سوابق قبلی و آثار و نتایج آینده آنها را بررسی می‌کند و بدین طریق، مخاطبان را با مداومت و طبیعت درازمدت فراگرد توسعه اقتصادی و دگرگونی اجتماعی، آشنا می‌سازد. از این دیدگاه، «اخبار توسعه» با «اخبار تهییج کننده» و آنچه به طور سریع گزارش می‌شود، به طور کلی متفاوت است. (معمدنژاد، ۵۱۲: ۱۳۸۹-۵۱۳)

ویلبر شرآم^۱ و اروین آتوود^۲ در کتاب «جریان خبر در جهان سوم: بررسی آسیا^۳»، در تعریف خبرهای توسعه می‌نویسند: مطالب مربوط به رشد و پیشرفت‌های اقتصادی و اجتماعی به صورتی که از طریق کوشش و برنامه‌ریزی انسانی انجام گرفته باشد. مفهوم کلیدی، «عمدی» بودن کوشش‌هاست. خبرهای توسعه اقتصادی و اجتماعی شامل مطالبی است که کوشش دولت، سازمان‌های خصوصی، گروه و افراد را در بهبود وضع موجود نشان دهد. (فرقانی، ۱۳۹۳: ۱۷۹)

باید به این نکته توجه داشت که به ندرت می‌توان نظریه‌ای مدون در باب مطبوعات پیدا کرد. سنت سوسیالیستی شوروی یک مورد استثنایی بود که به وضوح از توقعاتی که از رسانه‌ها در مورد توسعه جامعه می‌رفت، سخن می‌گفت. در دیگر موارد، می‌بایست ویژگی‌های اصلی نظریه حاکم را از دل قراردادها، فرضیات تلویحی، بخش‌هایی از ایدئولوژی و گاه قواعد (عرف)، قوانین و موارد قانون اساسی آن جامعه بیرون کشید. بر این نکته باید تأکید کرد که عملاً هیچ نظام رسانه‌ای از یک نظریه خالص پیروی نمی‌کند و حتی در صورت غلبه داشتن یک نظریه خاص هم این طور نیست که در عمل هم دقیقاً از نظریه مناسب انگاشته شده پیروی شود. بیش‌تر نظام‌ها بازتاب عملکردهای متفاوت (یا حتی متضاد) عناصر گوناگون متعلق به نظریه‌های مختلف هستند. (مک کوایل، ۱۳۸۸: ۱۶۰) در این تحقیق نیز تلاش شده است براساس تئوری‌های عنوان شده، شاخص‌های کیفیت مطبوعات از دل ادبیات موجود استخراج شود. بدیهی است که استناد به یک نظریه خاص جامعیت موضوع را در بر نمی‌گیرد و برای تعیین این شاخص‌ها باید نظریه‌ها و مفاهیم مختلف مورد بررسی و ارزیابی قرار گیرد.

روش تحقیق

در این پژوهش که هدف از آن شناخت شاخص‌های کیفیت مطبوعات است از روش کیو^۴ استفاده شده است. روش‌شناسی کیو را ویلیام استفنسون^۵ در دهه ۱۹۳۰ میلادی ابداع کرد که شیوه مناسبی برای تدوین نظریه است. (بدیعی، ۱۳۸۲: ۱۹) در واقع روش‌شناسی کیو فارغ از چهارچوب نظری و تعریف مفهومی و به دنبال آن، تعریف عملیاتی (ابزار سنجش)، در صدد

- 1 . Wilbur Lang Schramm
- 2 . Erwin Atwood
- 3 . Circulation of News in the Third World: a Study of Asia
- 4 . Q-methodology
- 5 . William Stephenson

شناسایی ذهنیت‌هاست. (خوشگویان فرد، ۱۳۸۶: ۲۵) در این تحقیق نیز با توجه به گستردگی حوزه مطبوعات و وجه اشتراک بسیار زیاد این رسانه با سایر رسانه‌های خبری می‌توان نتایج به دست آمده را تا حدودی به سایر رسانه‌ها نیز تعمیم داد. اما به منظور تدقیق موضوع و دستیابی به نتایجی دقیق‌تر، موضوع تحقیق را به روزنامه‌های یومیه سراسری چند موضوعی محدود کردیم. از سوی دیگر کیفیت مطبوعات را می‌توان در ابعاد و زوایای گوناگون تقسیم‌بندی و بررسی کرد. از این روی با تمرکز بر روی پنج بعد اصلی مطبوعات، گویه‌های مربوط به آنها مورد سنجش قرار گرفت.

انتخاب گویه‌های تحقیق

با استناد به نظریه‌ها و ادبیات مفهومی این حوزه، تحقیقات داخلی و بین‌المللی انجام شده در این زمینه و دیدگاه‌های صاحب‌نظران، ۵۲ گویه استخراج شد. گویه‌های تحقیق در پنج بعد اصلی تکنیک‌ها و اصول روزنامه‌نگاری (اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری)، ملزومات اشتغال به حرفه روزنامه‌نگاری، ارتباط دولت و مطبوعات، قوانین و مقررات حقوقی و در نهایت مالکیت و مدیریت مطبوعات دسته‌بندی شدند که گویه‌های تحقیق بر مبنای آنها استخراج و مورد ارزیابی قرار گرفته است. این گویه‌ها به صورت پرسش‌نامه همراه با مقیاس لیکرت^۱ با پیوستار پنج درجه‌ای برای هر گویه در اختیار پاسخگویان قرار گرفت و از آنان خواسته شد که نظر خود را از کاملاً موافق (۱) تا کاملاً مخالف (۵) ابراز دارند.

انتخاب پاسخگویان

به منظور دستیابی به نقاط اشتراک و افتراق دیدگاه سرآمدان این حوزه، در قالب دو گروه ۱۵ نفره، متشکل از استادان ارتباطات و روزنامه‌نگاران حرفه‌ای با سابقه ۱۰ سال کار روزنامه‌نگاری، گویه‌های مربوطه مورد سنجش قرار گرفت. روش نمونه‌گیری پژوهش نیز از نوع نمونه‌گیری غیرتصادفی و به صورت هدفمند است. بنا به تعریف دلاور، نمونه‌گیری یعنی انتخاب تعدادی از افراد، حوادث و اشیاء از یک جامعه تعریف شده به‌عنوان نماینده آن جامعه. (دلاور، ۱۳۸۵: ۱۲۰)

ارزشیابی گویه‌های تحقیق

در این تحقیق از نرم‌افزار آماری کوانل^۲ که برای روش کیو توسط نورمن ون توبرگن^۳، استاد دانشگاه آیوا آمریکا، تدوین شده، استفاده گردید. پرسش‌ها (گویه‌های تحقیق) به صورت پرسش‌نامه

1 . Likert scale

2 . PC-QUANL software

3 . Norman van Tubergen

تدوین شده و در اختیار پاسخگویان قرار گرفت. برنامه کوانل امکان توزیع نرمال تحقیق را روی مقیاس لیکرت فراهم می‌سازد. (Linn, 1975:168)

گویه‌های مورد توافق

گویه‌های مورد توافق گویه‌هایی هستند که اختلاف بین میانگین گونه‌های^۱ پاسخگویان، در منحنی نرمال، در حد بین +۱ و -۱- نمره استاندارد از میانگین (صفر) قرار دارد.

گویه‌های مورد اختلاف

در روش کیو گویه‌های مورد اختلاف، گویه‌هایی هستند که اختلاف بین میانگین گونه‌های پاسخگویان بیش‌تر از +۱ یا -۱- نمره استاندارد باشد. (بدیعی، ۱۳۸۱:۱۸۰)

پرسش اصلی تحقیق

سوال اصلی

شاخص‌های کیفیت مطبوعات از دیدگاه استادان ارتباطات و روزنامه‌نگاران حرفه‌ای کدام است؟

سوالات فرعی

- ۱- نقاط اشتراک دیدگاه استادان ارتباطات و روزنامه‌نگاران حرفه‌ای در مورد شاخص‌های کیفیت مطبوعات کدام است؟
- ۲- نقاط افتراق دیدگاه استادان ارتباطات و روزنامه‌نگاران حرفه‌ای در مورد شاخص‌های کیفیت مطبوعات کدام است؟

بررسی یافته‌های تحقیق

پس از تهیه پرسشنامه تحقیق، از استادان ارتباطات و روزنامه‌نگاران خواسته شد تا نظر خود را در مورد هریک از ۵۲ گویه تحقیق روی مقیاس لیکرت با پیوستار پنج درجه‌ای ابراز دارند. پرسشنامه تحقیق در دی ماه ۱۳۹۴ بین پاسخگویان توزیع شد.

دیدگاه استادان ارتباطات و روزنامه‌نگاران حرفه‌ای درباره شاخص‌های کیفیت مطبوعات بعد از جمع‌آوری داده‌ها و با استفاده از برنامه کامپیوتری کوانل، ابتدا ضریب همبستگی پیرسون^۲

1 . types

2 . Pearson product-moment correlation coefficient

بین تمام پاسخگویان محاسبه شد و به دنبال آن تحلیل عاملی^۱ انجام گرفت. تحلیل عاملی روشی است که با استفاده از آن می‌توان پاسخگویی را که دیدگاه‌های مشابهی با یکدیگر دارند، در گویه‌های جداگانه قرار داد. (Brown, 2015:10)

الف- گویه‌های مورد توافق دو گروه پاسخگو

برای هرگونه پاسخگو، نمرات استاندارد (Z) محاسبه شد. جدول شماره ۱ میانگین نمرات استاندارد دو گونه پاسخگو را براساس موافقت بیش‌تر تا کم‌تر با گویه‌ها نشان می‌دهد. نمرات استاندارد در منحنی نرمال قرار داشتند. براساس نتایج بدست آمده، پاسخگویان به یک گروه ۲۹ نفره متشکل از استادان و روزنامه‌نگاران و یک گروه متشکل از یک نفر از استادان تقسیم شدند. نتایج به‌دست آمده حاکی از توافق بالای استادان ارتباطات و روزنامه‌نگاران بر سر گویه‌های مورد ارزیابی است. از بین ۵۲ گویه مطرح شده پاسخگویان تنها بر سر ۱۰ گویه اختلاف نظر داشتند.

جدول شماره ۱) آرایه گویه‌های مورد توافق پاسخگویان		
میانگین نمره Z		کد گویه
۱/۲۸	مصالح و منافع عمومی در مطبوعات باکیفیت بر منافع اشخاص، گروه‌ها و سازمان‌ها اولویت دارد.	۳۸
۱/۲۲	زبان نوشتار در مطبوعات باکیفیت، توأم با ادب و بدون توهین، افترا و جهت‌گیری منفی نسبت به افراد است.	۱۹
۱/۱۷	مطبوعات باکیفیت به مسائل گروه‌های مختلف اجتماعی (جنسیتی، قومی، نژادی و دینی) توجه داشته و در مطالب منشتره خود برای آنها سهمی قائل هستند.	۱۰
۱/۱۷	پایبندی به میثاق اخلاق حرفه‌ای از ویژگی‌های مطبوعات باکیفیت است.	۲۶
۱/۱۳	مطبوعات باکیفیت در انتشار اخبار و مطالب خود به دیدگاه‌ها و صداهای متنوع و متضاد توجه دارند.	۱۴
۱/۰۷	مطبوعات باکیفیت به انتشار اخبار و اطلاعات مربوط به سوء مدیریت‌ها، سوءاستفاده‌ها و فسادهای مقامات، مسئولان و سازمان‌های دولتی و غیر دولتی می‌پردازند و رسالت حرفه‌ای خود را بر هر چیزی مقدم می‌دانند.	۱۲
۱/۰۳	مطبوعات باکیفیت در انتخاب اعضای تحریریه و ارتقای جایگاه سازمانی آنها از نظام و قواعد حرفه‌ای و تخصصی پیروی می‌کنند.	۳۳
۱/۰۳	در مطبوعات باکیفیت به تمامی ژانرهای روزنامه‌نگاری حرفه‌ای مانند خبر، تحلیل، تفسیر، گزارش، مصاحبه و... پرداخته می‌شود	۵۲
۱/۰۱	مطبوعات کیفی به چالش‌ها و تنش‌های قومی، زبانی، نژادی، و مذهبی دامن نمی‌زنند.	۴۳
۰/۹۲	در مطبوعات باکیفیت اعضای تحریریه از قرارداد کار و مزایای آن مانند بیمه، بازنشستگی و ... برخوردار هستند.	۳۶
۰/۸۷	مطبوعات باکیفیت مستقل از نهادهای قدرت و ثروت فعالیت می‌کنند.	۲۹
۰/۸۶	اعضای تحریریه مطبوعات باکیفیت، روزنامه‌نگاران حرفه‌ای با منبع درآمد مبتنی بر شغل روزنامه‌نگاری هستند.	۳۰
۰/۳۴	مطبوعات باکیفیت حقیقت را بیان می‌کنند و حق مخاطبان در دسترسی به حقیقت را محترم می‌شمارند.	۲۸
۰/۳۱	مطبوعات کیفی به چالش‌ها و تنش‌های قومی، زبانی، نژادی، و مذهبی دامن نمی‌زنند.	۴۲
۰/۳۰	در مطبوعات کیفی به عکس، طرح، نقشه، عناصر بصری و اینفوگرافی‌ها برای انتقال اطلاعات و اخبار توجه خاص می‌شود.	۱۶
۰/۲۵	نظارت مداوم و هوشیارانه بر تصمیمات و عملکردهای دولت از ویژگی‌های مطبوعات کیفی است.	۴۴
۰/۱۹	مطبوعات کیفی امکان پاسخگویی مسئولان، مقامات و سایر افرادی که مطلبی در مورد آنها منتشر می‌شود را فراهم می‌کنند.	۳۲
۰/۱۸	حق جست‌وجو، کسب و انتشار آزادانه اطلاعات، می‌تواند عامل ایجاد مطبوعات باکیفیت باشد.	۵۰
۰/۱۳	انتشار دیدگاه‌ها و مطالب نخبگان در مطبوعات باکیفیت سهم عمده‌ای دارد.	۸
۰/۱۰	مطبوعات کیفی تحت فشار اشخاص حقیقی و حقوقی، به انتشار یا عدم انتشار مطلبی نمی‌پردازند.	۴۰

جدول شماره ۱) آرایه گویه‌های مورد توافق پاسخگویان

میانگین Z نمره	سکد گویه
۰/۰۹	۳۷
۰/۰۸	۴۱
۰/۰۰	۲۳
-۰/۰۸	۵۱
-۰/۰۹	۱۷
-۰/۱۴	۱۳
-۰/۱۵	۱۵
-۰/۱۹	۲۰
-۰/۱۹	۲۵
-۰/۲۲	۲۷
-۰/۳۳	۴۶
-۰/۳۷	۴۵
-۰/۴۱	۲۴
-۰/۵۴	۳۹
-۰/۷۰	۵
-۱/۱۶	۱۸
-۱/۳۹	۴۷
-۱/۵۷	۳۱
-۱/۸۱	۲۱
-۱/۹۶	۴۸
-۱/۹۹	۴۹
-۲/۰۱	۲

توصیف و تحلیل گویه‌های مورد توافق پاسخگویان
الف) گویه‌هایی که هر دو گروه در موافقت با محتوای آن‌ها با هم اشتراک نظر دارند.
گویه ۳۸: «مصلح و منافع عمومی در مطبوعات با کیفیت بر منافع اشخاص، گروه‌ها و سازمان‌ها
اولویت دارد.»

$$z = 1/28$$

گویه شماره ۳۸ رتبه اول را در بین گویه‌ها دارا است. این گویه به معیارها و اصول حرفه‌ای در
روزنامه‌نگاری اشاره دارد.

حقیقت‌جویی و صحت‌گرایی، استقلال حرفه‌ای و همچنین احترام به حیثیت فردی و نیز
احساس مسئولیت در برابر مصلح عمومی از جمله مهمترین اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری شناخته
می‌شود. (معمدنزاد، ۱۳۸۶: ۴۳۸) در تعریف مسئولیت اجتماعی آمده است که، مسئولیت اجتماعی،
چگونگی رفتار مسئولانه و غیرمسئولانه روزنامه‌نگاران در قبال منافع و مصلح عمومی جامعه است.
(عبودی، ۱۳۸۰: ۳۲)

نظریه مسئولیت اجتماعی به رعایت استانداردهای حرفه‌ای فعالیت‌های روزنامه‌نگاری اشاره
می‌کند که یکی از مصادیق آن مداخله روزنامه‌نگاران در جهت تأمین و تضمین منافع و مصلح
عمومی است. مضمون اصلی این نظریه این است که آزادی و مسئولیت، دو روی یک سکه هستند و
همان گونه که رسانه‌ها حق دارند از دولت و سایر نهادها انتقاد کنند، مسئولیتی نیز در قبال مصلح
و منافع ملی و پاسخ به نیازهای جامعه دارند. اصطلاح روزنامه‌نگاری توسعه نیز به آن معناست که
نقش رسانه‌ها باید حمایت از منافع ملی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی و اهدافی چون هویت
ملی، ثبات و وحدت فرهنگی باشد. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۸۹ و ۹۲)

گویه ۱۹: «زبان نوشتار در مطبوعات با کیفیت، توأم با ادب و بدون توهین، افترا و جهت‌گیری
منفی نسبت به افراد است.»

$$z = 1/22$$

گویه شماره ۱۹ رتبه دوم را در بین گویه‌ها دارا است. این گویه جزء اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری
محسوب می‌شود.

احترام به حق فردی، حفظ حریم و اسرار خصوصی و شئون انسانی که با قوانین ملی و
بین‌المللی مربوط به حفظ حقوق و شهرت افراد، منع افترا، تهمت، توهین و مخدوش کردن
شهرت افراد هماهنگ است؛ بخش لاینفک از معیارهای حرفه‌ای روزنامه‌نگار محسوب می‌شود.
(معمدنزاد، ۱۳۸۶: ۳۹۲) در ماده چهارم اصل سوم قانون اساسی نیز به این موضوع اشاره شده
است که «انتقاد سازنده مشروط به دارا بودن منطق و استدلال و پرهیز از توهین، تحقیر و تخریب

می‌باشد.»

رسانه‌ها باید از آن چه ممکن است به جنایت، خشونت یا بی‌نظمی در کشور یا هتک حرمت گروه‌های اقلیت منجر شود، پرهیز کنند. (مک کوایل، ۱۳۸۸: ۱۷۱)

گویه ۱۰: «مطبوعات باکیفیت به مسائل گروه‌های مختلف اجتماعی (جنسیتی، قومی، نژادی و دینی) توجه داشته و در مطالب منشتره خود برای آنها سهمی قائل هستند.»

$$z = 1/17$$

گویه شماره ۱۰ رتبه سوم را در بین گویه‌ها دارا است. این گویه علاوه بر اشاره به مواردی که در قالب قانون جهت جلوگیری از تشدید اختلافات و دامن‌زدن به تفاوت‌های قومی، نژادی و... مورد تأکید قرار گرفته است به این اصل حرفه‌ای نیز اشاره دارد که در رسانه‌ها و مطبوعات باید تنوع صدا وجود داشته باشد و تمامی اقشار و طبقات اجتماعی بتوانند از این تریبون استفاده کنند و صدای آنها نیز شنیده شود.

رسانه‌ها نباید در مالکیت و انحصار دولت و صنایع رسانه‌ای خصوصی باشند. اصل هادی و راهنما این است که نظام رسانه‌ای نباید تحت تسلط منافع و علایق ویژه و خاص قرار بگیرد. همچنین شهروندان باید به عنوان دریافت‌کننده و ارسال‌کننده، دسترسی آزادانه به رسانه‌ها داشته باشند. نظام رسانه‌ای باید عرضه‌کننده طیف وسیعی از برون‌داده‌ها حاوی تنوعات درون جامعه به ویژه در قلمرو دین، سیاست، قومیت، فرهنگ و... باشد. مجاری رسانه‌ای باید به روی عقاید و جنبش‌های جدید و به‌ویژه اقلیت‌ها گشوده باشد. (مک کوایل، ۱۳۸۸: ۱۶۶)

در نظریه رسانه‌های دموکراتیک-مشارکت‌کننده نیز به این اشاره شده که، شهروندان و گروه‌های اقلیت، حق دسترسی به رسانه‌ها (حق ارتباط) و حق استفاده از رسانه‌ها را براساس نیازهای واقعی و ارادی خود دارند. (مک کوایل، ۱۳۸۸: ۱۷۹)

گویه ۲۶: «پایبندی به میثاق اخلاق حرفه‌ای از ویژگی‌های مطبوعات باکیفیت است.»

$$z = 1/17$$

گویه شماره ۲۶ رتبه چهارم را در بین گویه‌ها دارا است. این گویه به اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری اشاره دارد.

منظور از اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری این است که روزنامه‌ها در جست‌وجو، کسب و انتشار اخبار و اطلاعات باید طوری عمل کنند که شرافت، اعتبار و حیثیت حرفه‌ای آنها مورد انتقاد و سوال قرار نگیرد. (فرقانی، ۱۳۹۳: ۱۵۷) ارکان روزنامه‌نگاری حرفه‌ای عبارتند از، استقلال حرفه‌ای، پیمان

جمعی کار، آموزش تخصصی، اصول اخلاق حرفه‌ای و استقلال اقتصادی. (فرقانی، ۱۳۹۲)

احترام به اخلاق حرفه‌ای به معنای پذیرش این نکته است که رسانه‌ها تنها منافع خود را در نظر نمی‌گیرند و برای آنها منافع اجتماعی بر منافع یک رسانه خاص اولویت دارد. هدف از تدوین میثاق اصول اخلاق حرفه‌ای در سطح بین‌المللی نیز این بود که با اجرای این نکات، مطبوعات بتوانند جهاد مقدسی را برای تفکیک راست از دروغ، در دنیایی که پر از فساد و دروغ و اشتباه است، آغاز و دنبال کنند. (دفلور، ۱۳۸۳: ۶۸۲)

گویه ۱۴: «مطبوعات با کیفیت در انتشار اخبار و مطالب خود به دیدگاه‌ها و صداهای متنوع و متضاد توجه دارند.»

$$z = 1/13$$

گویه شماره ۱۴ رتبه پنجم را در بین گویه‌ها دارا است. تنوع و چندصدایی در مطبوعات و به‌طور کلی رسانه‌ها، یکی از عناصر سازنده نظام مطلوب روزنامه‌نگاری است که می‌تواند پاسخگوی تحرک اجتماعی و افزایش سطح رقابت‌ها و مشارکت جامعه و قوام و استقرار جامعه مدنی باشد. (خانیکی، ۱۳۷۹: ۳۰)

مجاری رسانه‌ای باید به روی عقاید و جنبش‌های جدید و به ویژه اقلیت‌ها گشوده باشد. (مک کوایل، ۱۳۸۸: ۱۶۶)

همچنین یکی از اصول نظریه رسانه‌های دموکراتیک-مشارکت‌کننده به این موضوع اشاره دارد که، شهروندان و گروه‌های اقلیت، حق دسترسی به رسانه‌ها (حق ارتباط) و حق استفاده از رسانه‌ها را براساس نیازهای واقعی و ارادی خود دارند. (مک کوایل، ۱۳۸۸، ۱۷۹)

ب) گویه‌های مورد اختلاف پاسخگویان

در این تحقیق مشخص شد که دو گروه پاسخگو از میان ۵۲ گویه مورد ارزیابی، تنها بر سر ۱۰ گویه با یکدیگر اختلاف نظر دارند. به عبارت دیگر، تفاوت بین میانگین نظرات گروه اول و گروه دوم در این ۱۰ گویه، از ۱+ نمره استاندارد بیشتر و یا از ۱- نمره استاندارد کمتر است. جدول شماره ۲، گویه‌های مورد اختلاف دو گروه را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۲: آرایه گویه‌های مورد اختلاف دو گروه

کد	گویه	گروه ۱	گروه ۲	اختلاف
۶	اخبار منتشره در مطبوعات باکیفیت از منابع معتبر برخوردار هستند.	۱/۱۱۹	-۱/۶۵۳	۲/۷۷۲
۱	مطبوعاتی باکیفیت هستند که درباره رویدادها و مسائل مهم اجتماعی تحلیل‌ها و تفسیرهای به موقع و مناسبی ارائه دهند.	۰/۹۵۷	-۱/۶۵۳	۲/۶۲۸
۹	مطبوعات باکیفیت حق تصحیح و حق پاسخ را محترم می‌شمارند. (جوابیه)	۱/۲۸۴	-۰/۱۳۶	۱/۴۱۹
۳	مطبوعات باکیفیت حریم خصوصی افراد و شئون انسانی آنها را محترم می‌شمارند.	۱/۱۲۱	-۰/۱۳۶	۱/۲۵۷
۳۵	در مطبوعات باکیفیت مطالب خبری، رپرتاژ آگهی و تبلیغات کاملاً از یکدیگر تفکیک می‌شوند.	۱/۰۱۵	-۰/۱۳۶	۱/۱۵۱
۴	مطبوعات باکیفیت در تعداد صفحات زیاد منتشر می‌شوند.	-۱/۲۲۰	-۰/۱۳۶	-۱/۰۸۵
۱۱	مطبوعات باکیفیت به طور متوازن، موضوعات و حوزه‌های خبری متفاوت می‌پردازند.	۰/۱۷۲	۱/۳۰۹	-۱/۱۳۷
۳۴	مطبوعات در شرایطی کیفی هستند که حق دسترسی به اطلاعات برای خبرنگاران آنها در چارچوب قوانین تضمین شده و عملاً امکان‌پذیر باشد.	۰/۱۵۵	۱/۳۰۹	-۱/۱۵۴
۷	مطبوعات کیفی بیشتر بر اخبار رویدادمدار تأکید دارند تا اخبار فرایندمدار.	-۱/۹۹۲	-۰/۱۳۶	-۱/۸۵۶
۲۲	تیراژ کم مطبوعات، نشان از پایین بودن کیفیت آنهاست.	-۱/۴۳۸	۱/۳۰۹	-۲/۷۴۷

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در این پژوهش تلاش شد تا شاخص‌ها و مؤلفه‌هایی که براساس آن بتوان سطح عملکرد کیفی مطبوعات را ارزیابی و بررسی کرد، بر اساس نظرات استادان ارتباطات و روزنامه‌نگاران استخراج شود. برای دستیابی به این شاخص‌ها، تمامی ابعاد حقوقی، مسئولیت‌ها و اقتضات اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و ارتباطی لازم جهت مبادرت به کار حرفه‌ای روزنامه‌نگاری مورد بررسی قرار گرفت. برای نیل به این هدف، دیدگاه‌های ۳۰ نفر از استادان ارتباطات و روزنامه‌نگاران حرفه‌ای در مورد ۵۲ گویه مورد ارزیابی قرار گرفت.

دستیابی به نقاط اشتراک و افتراق دیدگاه این دو گروه از صاحب‌نظران از اهداف اصلی این پژوهش بود. نتایج تحقیق حاکی از توافق بالای این دو گروه بر سر گویه‌های مورد ارزیابی است. پس از محاسبه مقادیر بار عاملی، پاسخگویان به دو گروه ۲۹ نفره متشکل از استادان ارتباطات و روزنامه‌نگاران و یک گروه یک نفره (یکی از استاد ارتباطات) تقسیم شدند.

از میان ۵۲ گویه مورد نظر، بر سر ۴۲ گویه بین دو گروه اتفاق نظر وجود داشت و گویه‌های مورد

اختلاف آنها ۱۰ گویه بود. نکته قابل توجه در نتایج تحقیق حاکی از بالاترین ضریب همبستگی بین یکی از استادان ارتباطات و یکی از روزنامه‌نگاران است. البته در مورد پایین‌ترین ضریب همبستگی نیز این نسبت برقرار است.

در زمینه شاخص‌های توسعه رسانه‌ها تحقیقات گسترده‌ای در سطح بین‌المللی انجام شده است اما با توجه به موقعیت تاریخی ایران به عنوان یک کشور در حال توسعه و با توجه به زیرساخت‌های غنی فرهنگی و تمدنی این کشور لازم می‌نماید که شاخص‌های کیفیت مطبوعات و به‌طور کلی رسانه‌ها مورد بازنگری قرار گرفته و به صورت بومی، علمی و کاربردی تدوین شود. مطبوعات در کشورهای در حال توسعه نقشی به مراتب حساس و تعیین‌کننده دارند، چرا که در کنار نقش تسهیل‌کننده فرآیند توسعه، می‌توانند به عنوان عاملی بازدارنده نیز ظاهر شوند. بنابراین در راستای تبیین دستاوردهای این تحقیق می‌توان به این نکته اشاره کرد که یکی از ویژگی‌های مطبوعات با کیفیت، تسهیل فرآیند توسعه در جامعه است. نوع محتوای منتشره در مطبوعات همچون انعکاس صداهای متنوع، نقادی‌های منصفانه و سازنده و بازتاب آرا و دیدگاه‌های نخبگان، قطعاً علاوه بر آگاهی‌بخشی و تنویر افکار عمومی، نقش هم‌فکری و مشاوره برای مسئولان و دست‌اندرکاران کشور در فرآیند تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌ها دارد.

از سوی دیگر تعیین شاخص‌های کیفیت مطبوعات به سازمان‌ها و نهادهای ذی‌ربط از جمله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کمک می‌کند تا در سیاست‌گذاری‌ها، مقررات‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های مطبوعاتی خود، براساس معیارها و شاخص‌های دقیق، علمی و کاربردی عمل کنند. تخصیص یارانه‌های دولتی، رتبه‌بندی و امتیازدهی به مطبوعات و سیاست‌های حمایتی دولت، اقداماتی است که نیازمند شاخص‌هایی است که این مهم برپایه آن انجام شود.

گویه‌های زیر شاخص‌هایی است که استادان ارتباطات و روزنامه‌نگاران بر سر آنها به عنوان معیارهای لازم برای مطبوعات با کیفیت بر سر آنها اتفاق نظر دارند:

اولویت مصالح عمومی بر منافع گروه‌ها و اشخاص حقیقی و حقوقی، توجه به گروه‌های اقلیت و مسائل آنها، تنوع صداها و دیدگاه‌ها در مطبوعات، نقش نظارتی و نگهبانی مطبوعات، توجه به تمامی ژانرهای روزنامه‌نگاری، بیان حقیقت و صحت مطالب منتشره، استفاده از عناصر بصری و اینفوگرافی‌ها در مطبوعات، انتخاب اعضای تحریریه براساس معیارهای حرفه‌ای و تخصصی، پیروی از معیارها و اصول مشخص جهت انتخاب اعضای تحریریه و ارتقاء جایگاه‌ها آنها، چندشغله نبودن روزنامه‌نگاران، انعکاس صدای نخبگان در مطبوعات، شرکت در دوره‌های آموزشی ضمن خدمت، استفاده از تکنولوژی‌های جدید ارتباطی و رسانه‌های دیجیتال در کنار توزیع چاپی مطبوعات، عدم وابستگی به نهاد قدرت و ثروت، پاسخگویی مسئولان نسبت به اقدامات و عملکردشان در قبال مردم، عدم توهین، افترا و لطمه به حیثیت و اعتبار افراد، رعایت اخلاق و پایبندی به میثاق اخلاق

حرفه‌ای، افشای فسادها و سوءمدیریت‌های مراجع دولتی و غیردولتی، دامن نزدن به تنش‌ها و اختلافات قومی، نژادی، دینی و... قوانین مربوط به قراردادکار و امنیت شغلی روزنامه‌نگاران، قوانین مربوط به حق دسترسی آزادانه به اطلاعات و منابع خبری و عدم اعمال فشار به روزنامه‌نگاران جهت انتشار یا عدم انتشار مطالب توسط اشخاص و گروه‌ها.

منابع فارسی

- بدیعی، نعیم (۱۳۸۱) روش‌شناسی کیو، سالنامه پژوهش و ارزشیابی در علوم اجتماعی و رفتاری، جلد اول، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- بدیعی، نعیم (۱۳۸۲) معیارهای روزنامه‌نگاری مطلوب در ایران، بررسی دیدگاه استادان دانشگاه و روزنامه‌نگاران، فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، شماره ۲۳، بهار ۱۳۸۲.
- خانیکی، هادی (۱۳۸۱) قدرت جامعه مدنی و مطبوعات، تهران: انتشارات طرح نو.
- خانیکی، هادی (۱۳۷۹) جامعه مدنی و روزنامه‌نگاری آرمانی؛ چالش‌ها و چشم‌اندازهای عمومی و ملی، فصلنامه رسانه، سال یازدهم، شماره ۴، زمستان ۱۳۷۹.
- خوشگویان‌فر، علیرضا (۱۳۸۶) روش‌شناسی کیو، تهران: انتشارات سروش
- سورین و تانکارد (۱۳۸۸)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ چهارم.
- دفلور، ملوین و دنیس، اورت. ای (۱۳۸۳)، شناخت ارتباطات جمعی، ترجمه سیروس مرادی، تهران: انتشارات دانشکده صداوسیما.
- دلاور، علی (۱۳۸۵)، راهنمای تحقیق و ارزشیابی، تهران: انتشارات ارسباران.
- عبودی، حبیب (۱۳۸۰)، مسئولیت اجتماعی روزنامه‌نگار، ماهنامه علمی تخصصی روابط عمومی، شماره ۱۰، شماره پیاپی ۲۱.
- فرقانی، محمد مهدی (۱۳۷۸)، روزنامه‌نگاری حرفه‌ای؛ یک تصویر جهانی، فصلنامه رسانه، سال دهم، شماره اول.
- فرقانی، محمد مهدی (۱۳۹۳) روزنامه‌نگاری، ارتباطات و جامعه، تهران: انتشارات اطلاعات
- فرقانی، محمد مهدی، تقریرات درس روزنامه‌نگاری تحقیقی، دوره کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۹۳-۱۳۹۲، دانشگاه علامه طباطبایی.
- فرقانی، محمد مهدی. تقریرات کلاس درس روزنامه‌نگاری تحقیقی، دوره کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۸۹-۱۳۸۸، دانشگاه علامه طباطبایی.
- مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۸)، درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجلالی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، چاپ سوم.

- معتمدنژاد، کاظم و رویا معتمدنژاد (۱۳۸۶)، حقوق ارتباطات، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۷)، حقوق مطبوعات، تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ پنجم.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۹)، حقوق حرفه ای روزنامه نگاری، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، جلد یک، چاپ اول.
- مهدی‌زاده، سید محمد مهدی (۱۳۸۹)، نظریه‌های رسانه اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: انتشارات همشهری، چاپ اول.

منابع انگلیسی:

- Bogart, L. (2004) Reflections on content quality in newspapers. newspaper Research Journal, 25(1),40-53
- Brown, Timothy A. (2015) Confirmatory Factor Analysis for Applied Research. Guilford Publications.
- Christians, Clifford G., Theodore L. Glasser and Denis McQuail (2009) S. Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies, University of Illinois Press.
- Lacy, Stephen (2015) & Tom Rosenstiel. Defining and Measuring Quality Journalism, Rutgers School of communication and information
- Linn, Patricia L., Adam Howard and Eric Miller (2004) Handbook for Research in Cooperative Education and Internships. Routledge.
- Sandman, Peter M. (1982) David M. Rubin and David B. Sachsman. Media: An Introductory Analysis of American Mass Communications. Canada: Pearson Education.