

La subjetividad y la objetividad en el periodismo

新聞的主觀性與客觀性

Lin, Chen Yu*

林震宇

Resumen

La objetividad requiere exactitud en la descripción, no perspicacia interpretativa. Algunos expertos indican que el periodista está influido por una serie de factores en la producción de noticias; sus valores y creencias, sus hábitos profesionales, la propia educación y otras circunstancias que inciden en el modo de informar.

Sin embargo, otros creen que la objetividad no es imposible en el periodismo moderno, pero sí requiere un intento sistemático de proporcionar un reportaje imparcial. De todas formas, la objetividad es como un faro en el mar o la estrella polar, que tiene la función de indicar a los barcos que sigan navegando en un camino correcto.

Palabras clave: subjetividad, objetividad, imparcialidad

摘要

新聞反映社會現況，同時也呈現給大眾更多相關的國內外生活訊息。它正如通往世界的一扇窗，告訴我們想知道的，以及我們應該知道的消息。儘管如此，新聞報導的主觀性與客觀性一直以來都是廣受爭議的話題。

不少學者指出所有的新聞報導，從新聞的選擇、採訪、撰稿到播報都具有某種程度的主觀性。然而，其他的專家卻認為要達到新聞的客觀性並非不可能，對所有的媒體記者而言，它就如同是海上的燈塔，引領著所有船隻正確且順利地航向其目的地。

關鍵字：主觀、客觀、公正

I. Introducción

* Lector, Departamento de Español, Escuela universitaria de Wenzao.



Mientras el cine y la literatura tratan de representar acciones humanas construyendo ficciones, el periodismo intenta dar a conocer acontecimientos que han ocurrido realmente, con referencia a un mundo exterior al que debe ajustarse.

Como se sabe, la noticia es un reflejo de la sociedad, es decir, presenta a la sociedad un espejo de sus asuntos e intereses. Tal vez la noticia puede considerarse como una ventana abierta al mundo, nos dice qué queremos saber, qué necesitamos saber y qué deberíamos saber. Sin embargo, como todo marco que delinea un mundo, el marco de la noticia puede considerarse problemático. La visión a través de una ventana depende de si la ventana es grande o pequeña, si tiene muchos o pocos cristales, si el vidrio es opaco o claro, si la ventana da a la calle o a un patio. La escena que se observa depende también de donde está uno, lejos o cerca, alargando el cuello hacia un costado o mirando recto hacia adelante, con los ojos paralelos a la pared en la que está colocada la ventana. Por tanto, es importante cómo trabajen los periodistas.

La objetividad de la información es una exigencia moral de honestidad intelectual en la tarea profesional de los periodistas. La actualidad es una propiedad fundamental de las noticias, y esta proximidad a los hechos supone una fuente de errores de perspectiva que nunca podrá cegarse totalmente. El periodista lo tiene que saber y no puede, por tanto, precipitarse a hacer afirmaciones tajantes y definitivas.

La objetividad requiere exactitud en la descripción, no perspicacia interpretativa. Las maneras que tienen los periodistas de ver este mundo están influidas por el comercialismo, las tecnologías y las tendencias políticas de sus periódicos o cadenas televisivas. Los periodistas reconocen que un reportaje puede estar mal construido, incluso cometer errores, deformar verdades, y malinterpretar lo que dicen otros. Los periodistas admiten que hay dos tipos de prejuicios que pueden influir en su trabajo: valores o preferencias personales, y compromisos ideológicos.¹

Luka Brajnovic, en su código deontológico, incluye entre las obligaciones morales del periodista la objetividad informativa: (1) Divulgar y defender siempre la verdad (2) Interpretar rectamente la opinión pública en general o la opinión, postura e ideas de un grupo de la sociedad (3) Exponer sinceramente la información o la opinión propia sobre un hecho o acontecimiento.² La exigencia moral del periodista impone como primeros principios el respeto a la verdad y a la

¹ Vid. Altheide, David L. *Creating reality, How TV News Distorts Events*, Sage Publications, London, 1976, pp.174-175.

² Cfr. Brajnovic, Luka, *Deontología periodística*, Eunsa, Pamplona, 1978, p.103.



justicia, y una información exacta, precisa y completa. La verdad consiste en la adecuación del entendimiento a la realidad, labor que pertenece exclusivamente al informador, y que condiciona la objetividad y credibilidad de la información.

En la objetividad hay también un problema de “honestidad” del informador. Está claro que la objetividad en sentido absoluto no puede darse, teniendo en cuenta las inevitables deformaciones a las que se somete la realidad, tanto por obra del sujeto activo como por el sujeto receptor. No obstante, Desantes Guanter afirma que la objetividad es una cualidad exigible en la noticia:

“Por tanto, la objetividad informativa es exigible en la noticia. Resulta por consecuencia, condenable todo aquello que suponga introducción de elementos subjetivos en la captación o en la comunicación de hechos: manipulación, deformación, simulación, retorsión, engaño, sensacionalismo, fabulación, disimulo, etc.³”

El verdadero entendimiento de la realidad no se encuentra en lo que se dice en las noticias, sino respondiendo a las siguientes preguntas: ¿Quién es el sujeto de la información? ¿Por qué lo hace? ¿Cuáles son sus intereses? ¿Cómo lo hace? Sólo después de responder a estas preguntas se puede comenzar a entender la realidad que reflejan las informaciones de temas de actualidad.

II. Veracidad, responsabilidad, objetividad, legalidad

Establecer principios de la actividad periodística equivale a definir implícitamente la naturaleza teórica y práctica de la información. El análisis de los estándares permite configurar la noción de profesionalidad en función de cuatro principios básicos: veracidad, responsabilidad, objetividad y legalidad. Como señala José Alberto García Avilés, la veracidad consiste en decir prudentemente todo lo que se sabe respecto a un asunto, con la disposición a seguir enterándose, y/o a rectificar en su caso lo dicho. La veracidad, el “hacer la verdad”, se traduce por “hacer bien” el propio trabajo de informar, según las dimensiones éticas y estéticas, políticas y creativas que conlleva. En segundo lugar, la responsabilidad se orienta a preservar el funcionamiento democrático; es un valor basado en la tolerancia y el respeto a las distintas opciones ideológicas, sociales y culturales. La ABC News define la responsabilidad como el “ejercicio honesto de la profesión”, exigiendo obedecer a la propia conciencia. Los manuales desdibujan el valor de la “objetividad” predominante hasta los años setenta, y asumen la imposibilidad de que el periodista

³ Desantes Guanter, José María, *La verdad en la información*, Servicio de Publicaciones de la Excma. Diputación, Valladolid, 1976, p.60.

sea “completamente objetivo”. Por eso, resaltan los parámetros de “equidad” y “justicia” en el tratamiento de la actualidad. La equidad se configura como la ausencia de conflictos de intereses en el trabajo. Parece un objetivo más razonable a la vista de los obstáculos que presenta la objetividad: las manipulaciones de las noticias, la dificultad para conseguir un punto de vista neutral y la imposibilidad de cubrir todos los elementos que integran un suceso. Con objeto de evitar que el ejercicio del periodismo se vea perjudicado por intereses económicos, políticos o de otra naturaleza, los manuales establecen criterios para los empleados.⁴

El de la cadena norteamericana ABC es el más explícito al especificar las consecuencias:

“Los periodistas deben abstenerse de realizar ningún acto que ponga en peligro la objetividad en el ejercicio de sus deberes y tareas. En nuestra profesión nunca hemos de servir a otros intereses distintos a los del público. Los empleados no pueden aceptar ningún pago, regalo o similar, que pretenda condicionar su trabajo, aunque sólo sea en apariencia. Esta prohibición abarca el soborno y otros intentos más sutiles.”⁵

Los manuales también utilizan el término *objetividad* para aludir a la aspiración de separar los hechos de las opiniones, la información del análisis, la exactitud de la ambigüedad. La información *objetiva* se presenta como información neutral, es decir, desapasionada, sin prejuicios ni distorsiones. Por último, la legalidad se refiere a unos aspectos legales derivados de ciertas prácticas utilizadas en la producción de programas, tales como la interpretación de conversaciones telefónicas o la grabación con cámara oculta. En este contexto, la legalidad comprende una función correctora y preventiva, con objeto de prevenir errores y fraudes, asegurar la fiabilidad de la información y garantizar la adecuación a la normativa jurídica.⁶

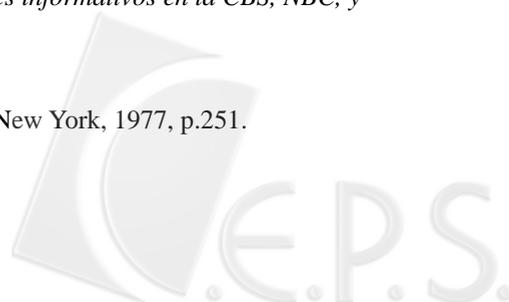
Autor del libro de texto de uso general *Interpretative Reporting*, Curtis MacDougall, quería que los reporteros orientasen a sus lectores hacia el significado de los acontecimientos interpretándolos: “Los periodistas más famosos del futuro serán aquellos que tengan la capacidad para evitar el sentimentalismo y conservar estilos descriptivos y objetivos, el poder de observación y, sobre todo, la capacidad para comprender el significado de los eventos inmediatos en relación con tendencias sociales, económicas y políticas a mayor escala”.⁷

⁴ Cfr. García Avilés, José Alberto, *Periodismo de calidad: Estándares informativos en la CBS, NBC, y ABC*, EUNSA, Pamplona, 1996, pp.30-33.

⁵ ME, ABC News, cap. I, p.3.

⁶ Cfr. García Avilés, José Alberto, 1996, op.cit., pp.34-35.

⁷ MacDougall, Curtis Daniel, *Interpretative Reporting*, Macmillan, New York, 1977, p.251.



III. La subjetividad en el periodismo

En cuanto al dilema de la objetividad, Robert Miraldi también expresa sus propias opiniones. ¿Es ético para un periodista estar tan cerca de su fuente como para influir en lo que ésta haga y diga? Existe una línea muy clara sobre la que el periodista provoca que su fuente diga lo que él quiere, y las palabras verdaderas de la fuente sobre el tema. Como indica Herbert Strentz, los periodistas siempre revelan sus opiniones y expectativas a sus fuentes y, al mismo tiempo, comparten las informaciones.⁸

Al considerar esta noción de objetividad, Merrill se pregunta: “la información objetiva, en efecto, equivaldría a la realidad; decir la verdad, toda la verdad y nada más que la verdad. ¿Dónde encontramos este tipo de información? Ningún informador conoce la verdad, ninguno puede exponer la realidad tal cual (...) En otras palabras, la noticia nunca es lo que pretende ser”. El periodista está influido por una serie de factores en la producción de noticias; sus valores y creencias, sus hábitos profesionales, la propia educación y otras circunstancias que inciden en el modo de informar.⁹

Además, Merrill señala que los periodistas no podrían ser objetivos, aunque quisieran. La respuesta obvia para todas estas preguntas es que realmente resulta imposible desprender de la subjetividad a los periodistas, ya que valores, prejuicios, interpretaciones y juicios siempre entran en la producción de noticias. Cualquier frase, cualquier artículo, cualquier movimiento ante la cámara es subjetivo. El periodismo es un hecho subjetivo desde el comienzo hasta el fin, y los reportajes no son excepciones. Tal vez existe una imagen de objetividad en unas historias – un aura lingüística de objetividad, pero detrás del aura está la subjetividad del periodista. El mismo autor añade que el periodista tiene que seleccionar, organizar y manipular las verdades, que es lo natural del periodismo. Ningún reportero conoce la verdad. Una historia de un evento es solamente una imagen parcial de la realidad. Los periodistas son subjetivos y lo que ofrecen al público no es nada más que un mapa superficial del territorio real.¹⁰ Por eso, para Merrill, un periódico no es una obra científica, sino una acción social, determinada por temperamentos e influida por un ambiente, que impone una subjetividad colectiva.

⁸ Cfr. Miraldi, Robert, *Muckraking and Objectivity, Journalism's colliding traditions*, Greenwood Press, New York y London, 1990, p. 139.

⁹ Dennis, Everette E., Merrill, John C., *Media debates: issues in mass communication*, Longman, New York, 1996, p.107.

¹⁰ *Ibid*, pp.109-112.

En la opinión de Muñoz-Torres, lo que significa subjetivo en conexión con interés es, más bien, “carente de causa entera”, “incognoscible desde fuera” e incluso “arbitrario” o “caprichoso”.¹¹ O como señaló Ortego Costales: “El hecho, indudable, de que el interés sea un concepto de relación entre el acontecimiento y el lector, ha llevado, sobre todo al periodismo norteamericano, y por su influencia a otros muchos, a la conclusión práctica de que es totalmente subjetivo.”¹²

García Avilés mantiene un punto de vista semejante sobre este asunto. Opina que todo reportaje contiene elementos de subjetividad, aunque el narrador adopte una actitud retórica que asegura al público que sólo le proporciona información y se reserva las opiniones. La credibilidad, por tanto, se sustenta en la relación entre la realidad y su representación. Aquí se plantean cuestiones como la modificación de la realidad durante la grabación y la posterior edición, la noción de punto de vista del autor y su expresión durante la manipulación del material audiovisual. El hecho de que los periodistas empleen ciertas técnicas implica que inevitablemente participan en un proceso de interpretación de los asuntos.¹³

El fenómeno periodístico o informativo se deriva del juego de las interpretaciones a que dan lugar los hechos que lo conforman, ya que la objetividad no aparece en *sentido auténtico* en ningún momento. El periodista Pedro J. Ramírez afirma que “cuanto más se habla de la objetividad con un mínimo de rigor, más claramente se llega a la conclusión de que o bien no existe, o bien se trata del más subjetivo de los conceptos”.¹⁴

Fattorello también habla de una doble subjetividad en la noticia: la subjetividad que impone la elaboración del mensaje, y la que añade el receptor al descodificar el mensaje que recibe. Por lo tanto, para Fattorello, no se puede hablar de objetividad, sino de que el fenómeno social está en la interpretación de una forma subjetiva del promotor y del receptor. Lo explica así:

“El fenómeno de la información resulta doblemente subjetivo si se tiene en cuenta que los

¹¹ Muñoz-Torres, Juan Ramón, *Por qué interesan las noticias: un estudio de los fundamentos del interés informativo*, Herder, Barcelona, 2002, p.71.

¹² Ortego Costales, J., *Noticia, actualidad, información*, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, 1966, p.73.

¹³ García Avilés, José Alberto, “El narrador en el reportaje televisivo. La credibilidad del periodista-detective en 112”, en Imícoz, Teresa y otros, *Quién cuenta la historia*, Ediciones EUNATE, Pamplona, 1999, p.167.

¹⁴ Ramírez, Pedro J., *Prensa y libertad*, Unión Editorial/ Instituto de Economía de Mercado, Madrid, 1980, p.115.

sujetos opinantes son dos en el ámbito de la misma relación y percepción de lo que es el objeto de la información, como se ha visto. Esta subjetividad hasta el infinito, puesto que el fenómeno de la información se renueva sin límites, es un sucederse continuo, ininterrumpido, de relaciones. En esta subjetividad reside el valor de la información.¹⁵”

Otro autor, Bennett, afirma que la mayoría de la gente piensa que los periodistas fracasan en su obligación de ser objetivos u honrados. La cuestión de prejuicio es confundida por la verdad; mucha gente ve este mundo a través de sus propios prejuicios políticos y piensa que las perspectivas desviadas de sus opiniones son desequilibradas. Como hay tantas opiniones distintas entre el público sobre cualquier tema, es un sueño imposible pedir a todos los periodistas que sean objetivos, honrados y equilibrados. Por eso, en los últimos años, los periodistas han preferido adoptar el término *honradez* en vez de la *objetividad*. La honradez parece ser una palabra más razonable para explicar todos los obstáculos de la objetividad: los valores inherentes en los asuntos políticos, la dificultad de conseguir un punto de vista totalmente neutral, las decepciones de los periodistas, la imposibilidad de cubrir todos los lados y recoger todas las verdades.¹⁶

IV. La objetividad en el periodismo

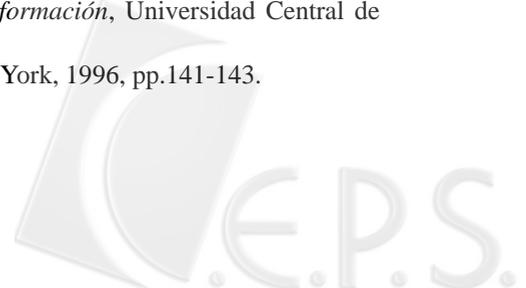
La defensa de los reportajes objetivos es la de que estos previenen, o al menos minimizan, los prejuicios políticos y distorsiones en las noticias. Los estándares del periodismo objetivo exigen que el periodista profesional desempeñe el papel político de un adversario neutral; es decir, que examine ambos lados de un tema y realice un reportaje imparcial. Dennis señala que durante los años sesenta y setenta, el nuevo estilo periodístico enfrentó un desafío al problema de la objetividad, considerada como una meta imposible de alcanzar. Pero el mismo autor advierte que a veces se olvida que la objetividad es simplemente un método y un estilo de presentar información y se puede resumir en dos características principales: separar la verdad de la opinión; y luchar por la justicia y el equilibrio, dando a ambos lados una oportunidad de ofrecer la total información al público. La objetividad no es imposible en el periodismo moderno, pero sí requiere un intento sistemático de proporcionar un reportaje imparcial.¹⁷

Al mismo tiempo, la objetividad también plantea un aspecto técnico, que la convierte en un hecho social intrínseco y cuantificable. Este aspecto ha sido denominado por algunos sociólogos

¹⁵ Fattorello, Francesco, *Introducción a la técnica social de la información*, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1969, p.57.

¹⁶ Bennett, W. Lance, *News: the politics of illusion*, Longman, New York, 1996, pp.141-143.

¹⁷ Dennis, Everette E./ Merrill, John C., op.cit., p.113.



norteamericanos como la no-intencionalidad del mensaje informativo. Como analiza Martínez Albertos, la no-intencionalidad es una disposición psicológica del periodista, que existe cuando los mensajes no resultan incitativos, ni provocadores de respuestas concretas, ni agresivos, ni están cargados de intereses y propósitos previamente concebidos.¹⁸ Dirá posteriormente que el enemigo de la información no radica en la interpretación, sino en las interpretaciones fragmentarias.

Comprendemos con este planteamiento que es más eficaz ofrecerle al receptor el dilema (los datos que apuntan en direcciones distintas), que elegir con cierto riesgo de fracaso una sola dirección por razones no muy sólidas. Es decir, debemos dar al receptor los hechos sobre los cuales se basa la interpretación, con el fin de que cada individuo pueda determinar la perspicacia del análisis.¹⁹

Según algunos reconocidos manuales periodísticos, existen cinco componentes en un reportaje “objetivo”. El primero es la *justicia*: asegurar que los asuntos mismos hablen, evitar las opiniones del reportero. La ética de *no tomar partido* es el segundo: los periodistas tienen que ofrecer “ambos lados” de cada historia. El tercero es un estilo de redacción llamado la *pirámide invertida*, que da al público lo más importante en el primer párrafo. El *empiricismo naïve* sobre “verdades” para “reportar adecuadamente la verdad o la realidad del asunto”, es el cuarto componente. El último es el *equilibrio*; una meta importante que conduce a “un reportaje no deformado”.²⁰

Respecto a *no tomar partido*, hay que admitir que existe un mínimo de interpretación personal, por muy partidario que se sea de la objetividad informativa. La mera estructuración de una noticia periodística implica una impronta humana. No obstante, sea cual sea el partido que se tome, siempre hay buenas razones para sostener y para admitir que de informar a opinar hay un buen trecho.

Es inevitable que cada periodista tenga sus propias pautas profesionales acerca de los automatismos de su trabajo diario, sobre la selección de material, estilo para “descremar” y “re-contextualizar”, formas del titular, utilización de precedentes, etc. Sin embargo, un periodista

¹⁸ Martínez Albertos, José Luis, *La noticia y los comunicadores públicos*, Pirámide, Madrid, 1978, p.85.

¹⁹ Vid. Hohenberg, John, *The Professional Journalist. A Guide to the Practices and Principles of the News Media*, Rinehart and Wiston, New York, 1978, p.440.

²⁰ Mindich, David T.Z., *Just the Facts: How “Objectivity” came to define American Journalism*, New York University Press, New York and London, 1998, pp.8-9.



profesional debe mantener la distancia y tratar de enfriar los ánimos, en lugar de utilizar los gestos y adjetivos típicos de una apasionada tertulia entre amigos pero impropio de una actuación profesional que se supone que pretende ser objetiva e imparcial.

Tal como señala Massó Tarruella, las noticias, más que nunca, son un producto que se vende. Estamos en la era de los “reality show” y la moderación no es bienvenida en este marco circunstancial. La noticia ha pasado de ser un servicio a ser un producto. Porque la noticia no es más que el resultado de una red de relaciones que se establecen con y entre el público. De tal modo que puede decirse que, cada vez más, una noticia existe en la medida en que es comentada por el público. Su existencia depende de que los lectores la hagan circular a través de la boca y la oreja. El mismo autor afirma que tanto las rutinas (espacio disponible, tiempo que queda para tratar la información y la confianza en las fuentes), como los prejuicios (responden más a experiencias propias de cada profesional de la comunicación), no deben contemplarse como una manera de manipulación sino como factores de producción que están determinados por el contexto de cada momento. Tales factores siempre se imponen a las teorías del periodismo objetivo.²¹

V. Conclusión

La subjetividad en el periodismo se trata de los criterios intuitivos del periodista, que están condicionados por factores subjetivos pero inevitables: educación, ideología, experiencia profesional, formación cultural, etc. Es importante recordar que lo importante es la ética del periodista, que supone que cuando valore las noticias lo haga con absoluta honradez, convencido de que elige lo que de verdad es más importante para hacerlo llegar a los lectores. De lo contrario se produciría lo que conocemos como manipulación o adulteración informativa.

El periodista, al proceder a la elaboración de un relato de análisis, no debería hacer una valoración personal, no expresar juicios, ni aportar estimaciones. El recurso está en recoger las valoraciones de expertos, o de personas implicadas en los hechos que se interpretan. Es cierto que estas opiniones podrán reforzar la valoración que el propio periodista tiene de los contenidos analizados.

A pesar de la existencia de tantas opiniones distintas sobre la objetividad en el periodismo, podemos llegar a la conclusión de que el periódico que no se plantease la honestidad y la

²¹ Massó Tarruella, Ramón/ García-Lavernia Gil, Joaquín, *Noticias frente a hechos: Entender la realidad después de leer los periódicos*, CIMS 97, Barcelona, 1997, p.154.

objetividad como máximos objetivos, caerá fácilmente en el “editorialismo moralizante barato y denigrante”. En cualquier caso, el periodista “debe huir de su propia voz”, lo cual es difícil en la práctica diaria. Siempre hay que recordar que el informador, tanto en la prensa como en la TV, no debe implicarse emocionalmente con la peripecia de las noticias sobre las que trabaja.

Tal vez podemos aceptar el término *imparcialidad* para sustituir a la objetividad. La imparcialidad significa una relación desinteresada en las noticias, en la que el periodista no debe intentar a deformar materiales a favor de cualquier opinión particular. Mientras la objetividad requiere mucho más que esto.

En todo caso, aunque muchos periodistas rechazan la idea de “pura objetividad”, tienen sus propias “rutinas de objetividad” y siguen luchando por alcanzarlas. En otras palabras, la objetividad es, para muchos periodistas, una meta. El periodista valora, interpreta, y sin embargo no debe comentar sus opiniones. En caso de que lo haga, tiene que advertirlo claramente. La valoración irá dirigida únicamente al interés de la noticia para el lector. Según las opiniones de distintos autores, cabe suponer que la objetividad es una meta difícil de alcanzar para los periodistas, porque existe un proceso inevitable de seleccionar las noticias. Pero es como un faro en el mar o la estrella polar, que tiene la función de indicar a los barcos que sigan navegando en un camino correcto.

Bibliografía

Altheide, David L. (1976): *Creating reality, How TV News Distorts Events*. London: Sage Publications.

Bennett, W. Lance. (1996): *News: the politics of illusion*. New York: Longman.



- Berrocal Gonzalo, Salomé/ Rodríguez-Maribona, Carlos. (1998): *Análisis Básico de la Prensa Diaria*. Madrid: Editorial Universitas.
- Brajnovic, Luka. (1978): *Deontología periodística*. Pamplona: Eunsa.
- Dennis, Everette E.& Merrill, John C. (1996): *Media debates: issues in mass communication*. New York: Longman.
- Desantes Guanter, José María. (1976): *La verdad en la información*. Valladolid: Servicio de Publicaciones de la Excm. Diputación.
- Fattorello, Francesco. (1969): *Introducción a la técnica social de la información*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- García Avilés, José Alberto. (1996): *Periodismo de calidad: Estándares informativos en la CBS, NBC, y ABC*. Pamplona: EUNSA.
- (1999): “El narrador en el reportaje televisivo. La credibilidad del periodista-detective en 112”, en Imicóz, Teresa y otros, *Quién cuenta la historia*. Pamplona: Ediciones EUNATE.
- Hohenberg, John. (1978): *The Professional Journalist. A Guide to the Practices and Principles of the News Media*. New York: Rineheart and Wiston.
- MacDougall, Curtis Daniel. (1977): *Interpretative Reporting*. New York: Macmillan.
- Martínez Albertos, José Luis. (1978): *La noticia y los comunicadores públicos*. Madrid: Pirámide.
- Massó Tarruella, Ramón/ García-Lavernia Gil, Joaquín. (1997): *Noticias frente a hechos: entender la realidad después de leer los periódicos*. Barcelona: CIMS 97.
- Mindich, David T.Z. (1998): *Just the Facts: How “Objectivity” came to define American Journalism*. New York and London: New York University Press.
- Miraldi, Robert. (1990): *Muckraking and Objectivity, Journalism’s colliding traditions*. New York and London: Greenwood Press.
- Muñoz-Torres, Juan Ramón. (2002): *Por qué interesan las noticias: un estudio de los fundamentos del interés informativo*. Barcelona: Herder.
- Ortego Costales, J. (1966): *Noticia, actualidad, información*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Ramírez, Pedro J. (1980): *Prensa y libertad*. Madrid: Unión Editorial/ Instituto de Economía de Mercado.

The Subjectivity and Objectivity of Journalism

新聞的主觀性與客觀性



Lin, Chen Yu*

林震宇

Abstract

The field of journalism often requires objective description, not subjective interpretation. One group of experts concludes that the view of any journalist is easily subject to a series of factors in the news production process, such as his values and beliefs, professional training, educational background, and the relevant factors alike.

Nevertheless, the other group of scholars asserts that the objectivity can be completed, only when the journalists are willing to maintain a fair and unbiased reportage. Accordingly, just as the lighthouse in the ocean or the polar star in the sky, the objectivity of journalism serves as a guiding force for the boats to launch a correct and smooth sailing.

Keywords: subjectivity, objectivity, fairness

* Lector, Departamento de Español, Escuela universitaria de Wenzao.

