



اشاره:

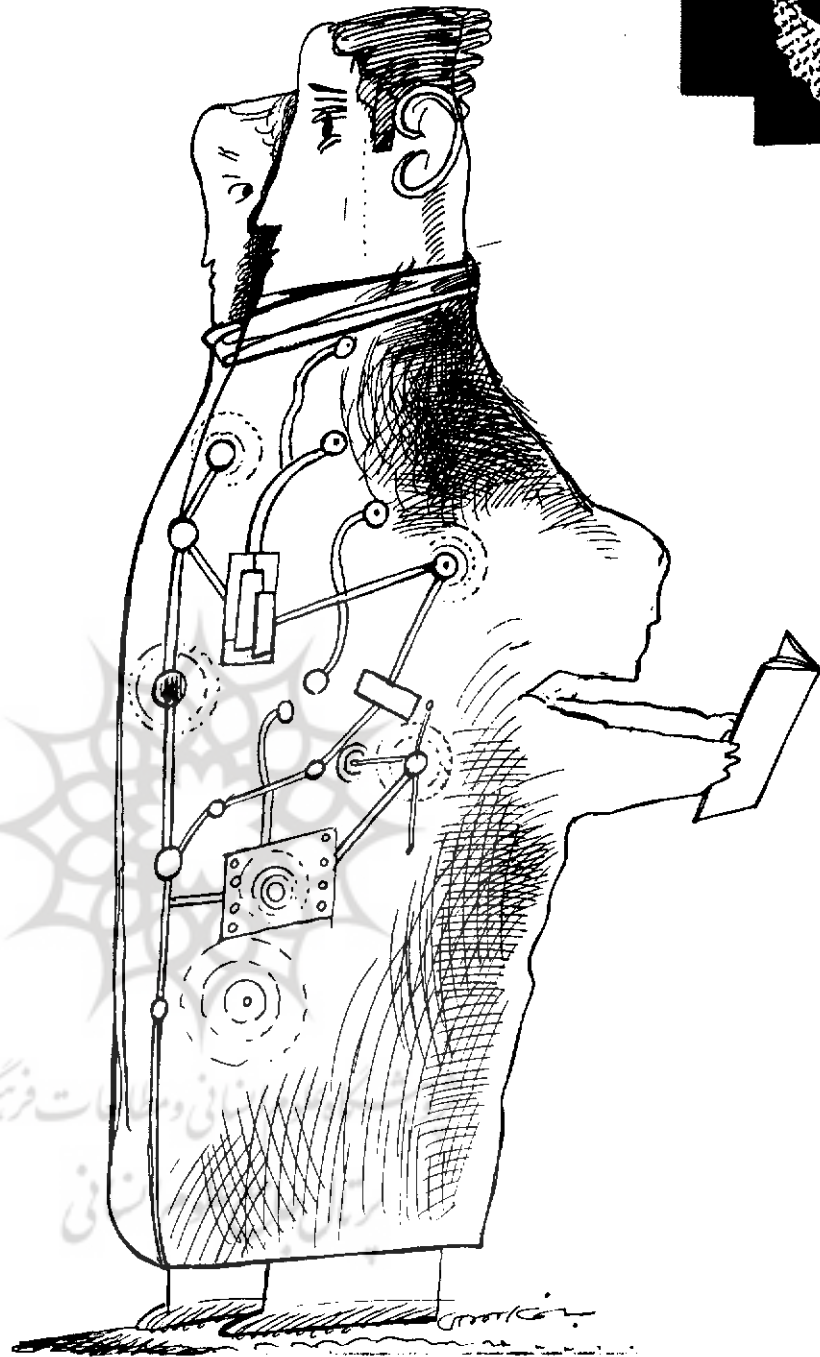
گزینش یا دروازه‌بانی خیر از آن جهت که واگوی سیاست‌های خبری حاکم بر یک جامعه یا بازتابی از نظام سیاسی حاکم بر جامعه است، بی‌تدید یکی از ارکان اساسی و قابل توجه فرآیند ارتباط و تولید خبر به‌شمار می‌آید. مطلب حاضر که چکیده پایان‌نامه نگارنده است، به بررسی معیارهای گزینش اخبار در خبرگزاری جمهوری اسلامی می‌پردازد، از آنجا که تحقیق حاضر چند سال پیش انجام شد، تحقیق جدید دیگری می‌تواند روشن سازد که سیاست‌های حاکم بر گزینش اخبار در آن سال‌ها در حال حاضر نیز اعمال می‌شود؟

نگاه کلی

وسایل ارتباط جمعی نقش بسیار مهمی در ارائه اطلاعات و آگاهی بخشی پیرامون رخدادهای جامعه دارند. پیچیدگی زندگی و دور از دسترس بودن حوادث از یک‌سو و عدم امکان حضور افراد جامعه در تمام صحنه‌های رخدادهای از سوی دیگر رسانه‌ها را در جایگاه وساطت نقل رویدادها قرار داده است.

رسانه‌ها نقل‌کننده و راوی رویدادها شده‌اند و به ما اطلاع می‌دهند چه اتفاقی و چگونه به وقوع پیوسته است. از سوی دیگر هر آنچه رسانه‌ها نقل می‌کنند، مبنای قضاوت ما نسبت به آن حادثه قرار می‌گیرد.

در حیطه وسایل ارتباط جمعی افرادی مشغول کارند که وظیفه کنترل و نظارت بر نحوه اطلاع‌رسانی را به عهده دارند و تحقیق حاضر بر معیارهای عمل این افراد (که همچون دروازه‌بان مانع ورود توپ اطلاعات به دروازه اطلاع‌گیری می‌شوند) در خبرگزاری جمهوری اسلامی متمرکز است. البته لازم به ذکر است که در نحوه اطلاع‌رسانی و کنترل و گزینش اخبار یک رسانه صرفاً گزینشگران شاغل در آن رسانه (یا عوامل درون سازمانی) دخیل نیستند بلکه عوامل بیرون از سازمان نیز بر این



گزینش اخبار در رسانه‌های ایران

مطالعه‌ای موردی درباره گزینش اخبار در
خبرگزاری جمهوری اسلامی

حبیب‌الله معظمی‌گودرزی

جریان تأثیر دارند.

در زمینه گزینشگری عوامل متعددی نقش دارند. شناخت این عوامل راهگشای خوبی برای شناخت این مقوله خواهد بود. یکی از بحث‌ها در ارتباطات بین‌الملل و جامعه‌شناسی فرهنگی، گزینش هدفمند مطالب برای انتشار رسانه‌ای است.

اگر چه تحقیقات در زمینه مباحث مختلف ارتباطات (رسانه‌ای) هنوز در کشور ما گسترش نیافته است اما در این میان «گزینشگری» یا «دروازه‌بانی» خبر جزو مباحثی است که مهجور مانده و کمتر مورد پژوهش قرار گرفته است.

خبرگزاری جمهوری اسلامی با عمر ۶۷ ساله در سال ۱۳۱۴ ش در وزارت امور خارجه تحت عنوان اداره‌ای موسوم به «آژانس پارس» تأسیس شد تا اخبار کشور را گردآوری و در اختیار مطبوعات قرار دهد.

آژانس پارس در سال ۱۳۴۲ ش به «خبرگزاری پارس» تغییر نام داد و به صورت اداره کل فعالیت می‌کرد. در سال ۱۳۵۴ خبرگزاری پارس به شکل شرکت مستقل به وزارت اطلاعات و جهانگردی وقت پیوست و با همان نام فعالیت خود را ادامه داد.

پس از پیروزی انقلاب اسلامی و به موجب مصوبه مورخ ۱۳۶۰/۱۰/۸ مجلس شورای اسلامی، خبرگزاری پارس به «خبرگزاری جمهوری اسلامی» تغییر نام داد. این خبرگزاری با ۴۲ مرکز و دفتر داخلی که اخبار خود را از طریق پنج مرکز منطقه‌ای در سراسر کشور مستقیماً در اختیار مشترکین قرار می‌دهد، از وجود ۱۶۰ رابط خبری در نقاط مختلف ایران سود می‌جوید و دارای ۳۲ دفتر نمایندگی خارج از کشور است.

بیش از ۵۰ آژانس خبری بین‌المللی و ملی اخبار خود را برای خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا) ارسال می‌کنند

■ پیچیدگی زندگی و دور از دسترس بودن حوادث از یکسو و عدم امکان حضور افراد جامعه در تمام صحنه‌های رخدادها، از سوی دیگر رسانه‌ها را در جایگاه وساطت نقل رویدادها قرار داده است.

■ در حیطه وسایل ارتباط جمعی افرادی مشغول کارند که وظیفه کنترل و نظارت بر نحوه اطلاع‌رسانی را به عهده دارند.

■ در نحوه اطلاع‌رسانی و کنترل و گزینش اخبار یک رسانه صرفاً گزینشگران شاغل در آن رسانه (یا عوامل درون سازمانی) دخیل نیستند بلکه عوامل بیرون از سازمان نیز بر این جریان تأثیر دارند.

تفاوت این جهت‌گیری معنی‌دار است؟ شباهت و تفاوت انتخاب‌های سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی، چگونه است؟ آیا می‌توان سردبیران موردنظر در این تحقیق را از لحاظ نوع انتخاب خبرها به گونه‌های مختلف تقسیم کرد؟ این سردبیران روی چه خبرهایی توافق دارند (گوبه‌های متفق) و چه نوع خبرهایی دچار اختلاف در گزینشند؟ کدام ترکیب از ارزش‌های خبری برای گزینشگران ایرنا معنی‌دار است؟

بررسی مطالعاتی

تعاریفی که از خبر ارائه شده، طیف گسترده و در عین حال کاملاً گوناگونی را از این مفهوم شامل می‌شود، تعاریفی نظیر «هر عمل و اندیشه واقعی که برای عده کثیری از خوانندگان جالب توجه باشد» از لیل اسپنسر Lyle Spencer مؤلف آمریکایی کتاب خبرنویسی، یا روزه کلوس Roger Clause استاد دانشگاه بروکسل که خبر را «نقل ساده و خالص وقایع جاری» تعریف می‌کند یا هارولد اوانس Harold Evans سردبیر پیشین ساندی تایمز و تایمز لندن، خبر را به عنوان «خبر، مردم است» تعریف می‌کند و بر وجه مفید بودن خبر برای مخاطبان و مردمی بودن آن تأکید دارد، یا تعریف مکتب انتقادگرای گلاسکوی انگلیس که «خبر، محصول جهان سیاسی و اجتماعی است که آن را گزارش می‌کند» ارائه می‌دهد

که بایستی به آن ۴۵ رادیوی خارجی با هفت زبان مختلف و ۲۴۴ بخش خبری را به عنوان دیگر منابع خبری این تنها سازمان رسانه‌ای خبری رسمی کشور افزود. ایرنا روزانه به طور متوسط ۱۳۰ هزار کلمه خبر و دیگر فرآورده‌های خبری در اختیار رسانه‌های داخلی قرار می‌دهد که دست‌کم ۵۰ درصد نیاز آنها را تأمین می‌کند. ستاد و کانون اصلی ایرنا، اتاق خبر آن است که در آن گروه‌های خبری سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، ورزشی، علمی، تهران بزرگ (در هنگام این تحقیق، دفتر خبری مستقل تهران بزرگ راه‌اندازی نشده بود)، آسیا و اقیانوسیه، اروپا و آمریکا، آفریقا و خاورمیانه، ایرنای انگلیسی، ایرنای عربی، ایرنای فارسی و گروه شهرستان‌ها حضور دارند.

هدف پژوهش حاضر بررسی و بیان بخشی از رفتار ارتباطی یا همان رفتار گزینشگران یک رسانه اصلی و مهم خبری (ایرنا) است. در این تحقیق کوشش شده است رفتار ارتباطی گزینشگران در مهم‌ترین مرکز خبری رسانه‌ای ایران یعنی ایرنا بررسی و معیارهای انتخاب اخبار نزد آنها آشکار شود.

پرسش یا پرسش‌های اصلی این تحقیق این است که کدام ارزش‌های خبری یا ترکیبی از آنان برای گزینشگران ایرنا از بیشترین اهمیت برخوردار است؟ آیا افزودن جهت‌گیری (مثبت، منفی و خنثی) تأثیری در این انتخاب‌ها دارد؟ و آیا

و بالاخره یونسکو (در گزارش مک براید) از خبر چنین تبیینی ارائه می‌کند: «خبر باید فوراً پس از حادثه به جریان افتد، برای عموم جالب باشد، حاوی اطلاعات تازه باشد، خنثی نباشد و ادراکات فرهنگی جوامع خاص خود را منعکس نماید.»

دروازه‌بانی و گزینشگری اطلاعات که اشکال آن در انواع وسایل ارتباط جمعی از جمله رسانه‌ای خبری نمود می‌یابد، قدمتی به عمر ارتباطات دارد.

شناسایی و چارچوب نظری دادن به موضوع گزینشگری یا دروازه‌بانی (خبر) برای نخستین بار توسط کسانی از جمله دیوید میننگ و ایت David Maning White محقق آمریکایی در اوایل دهه ۵۰ صورت گرفت. او رفتار ارتباطی گزینشگران خبر را بررسی کرد اما مفهوم گزینشگری که دروازه‌بانی، مرزبانی، سوزنبانی و خبربانی نیز ترجمه شده است، نخستین بار و پیش از وایت توسط کورت لوین Kurt Lewin یکی از کارشناسان معروف علوم اجتماعی آمریکا در دوره جنگ جهانی دوم مطرح شد. مفهوم دروازه‌بانی خبری که وایت از آن نام برد، عمدتاً با همین مفهوم به کار گرفته شد. از نظر وایت، دروازه‌بانی به طور خاص به معنی رد یا گزینش پیام‌های خاص بود، البته منظور وایت عیناً شبیه برداشتی نبود که لوین - روانشناس اجتماعی - از دروازه‌بانی داشت.

لوین، جریان غذا و کالاهای بالقوه‌ای را که در دسترس خانم‌های خانه‌دار برای خرید بود، نوعی مناطق دروازه Gate Areas می‌دانست که خانم‌های خانه‌دار می‌توانستند در چارچوب آنها دست به انتخاب بزنند.^۱ مارشال مک لوهان نیز مشابه چنین نظری، «عرضه مواد غذایی» را به مثابه گزینشگری می‌داند. دیگرانی مثل استیو چینبال Steve Chinball انتقادی‌گری غربی با تمثیلی از جمع‌آوری سیب‌های باغ‌سیب، علاوه بر مسأله

دروازه‌بانی خبر، خیرسازی و فشار بیرون از سازمان رسانه‌ای را بر فرآیند انتخاب و نشر خبر، نیز مورد توجه قرار داد.

اساساً موضوع گزینشگری و انتخاب از موضوعات بسیار ملموس در زندگی ماست به طوری که «... نحوه لباس پوشیدن ما مشتمل بر انتخاب‌ها و گزینش‌هاست و همانند زبان که در آن نیز دست به انتخاب واژگان می‌زنیم، قابل تجزیه و تحلیل است... لباسی که می‌پوشیم نیز یک ارتباط معنی‌دار است...»^۲

شاید مهم‌ترین بحث در مورد دروازه‌بانان یا گزینشگران رسانه‌ها، موضوع چگونگی عمل و یا مبنای عمل آنهاست. دروازه‌بانان چگونه عمل می‌کنند؟ بر چه اساسی اطلاعاتی را از یک گزارش حذف و یا به آن اضافه می‌کنند؟ اساساً گزارش رسانه‌ها از رویداد چیست؟ مشهورترین معیارهای عمل دروازه‌بانان یا گزینشگران و در عین حال ملاک‌های کلاسیک گزینش (اخبار)، همانا ارزش‌های خبری News Values است. همچنین با استفاده از الگوی خبری والتر جی وارد Walter J. Ward ابعاد الگوی خبری به این شرح است:

الف. اهمیت؛ ۱. دربرگیری؛ ۲. بزرگی (فراوانی) مقدار و تعداد؛ ۳. بدون دربرگیری و فراوانی؛
ب. برجستگی (معروفیت)؛

۱. شهرت؛ ۲. بدون شهرت؛
ج. معمول (مستعارف)؛ ۱. عجیب و استثنا؛ ۲. برخورد (اختلاف و کشمکش و درگیری)؛ ۳. عادی یا بدون برخورد و استثنا.

با این حال اگر چه ارزش‌های خبری و یا معیارهای حرفه‌ای خبر، از ملاک‌های اصلی گزینش اخبار، به شمار می‌آیند که محور این پژوهش نیز این مورد است، اما عوامل شخصی (باورها، اعتقادات، گرایش‌ها، تمایلات و علایق مختلف)

گزینشگر و نیز عوامل برون سازمانی نیز در فرآیند انتخاب و دروازه‌بانی خبر مؤثرند.

عوامل درون سازمانی که در نوشته‌ای از دکتر بدیعی آمده است و درون یک سازمان وجود دارند، «... شامل اعمال نظر مدیریت مؤسسه به صورت آشکار یا نهان (سیاست خبری)، جامعه‌پذیری کارکنان مؤسسه خبری با توجه به معیارها و ارزش‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، مذهبی و غیره و اعمال نظر شخص خبرنگار براساس باورها، نگرش‌ها و اعتقادات او، مسائل روزنامه (میزان جا در صفحه) و غیره است.»

اما گستره شمول عوامل برون سازمانی وسیع است و از سیاست‌های رسمی انتشار اطلاعات و اخبار در هر کشور، عوامل اقتصادی و بازار و قوانین تا گروه‌های فشار را شامل می‌شود.

مدل‌های گزینشگری یا دروازه‌بانی خبر
گزینشگری یا دروازه‌بانی خبر بسیار بیش از مباحث نظری، در مدل‌های نظریه‌پردازان راه پیدا کرده به طوری که بیش از سایر بخش‌های فرآیند ارتباطات، مورد توجه الگوسازان قرار گرفته است. از الگوی دروازه‌بانی وایت (۱۹۵۰) تا الگوی دروازه‌بانی ویندال - مک کوئل (۱۹۸۱) روندی از الگوهای متنوع برای دروازه‌بانی خبر را شاهدیم.

وایت - که نخستین الگوی دروازه‌بانی خبر را ارائه داد - الگویی را عرضه داشت که کم و بیش همان ساختار را در الگوی بعدی (ویندال - مک کوئل) می‌بینیم. در الگوی اخیر، منبع یا منابع خبر، اخبار متنوع و متعدد را به سوی مخاطب ارسال می‌کنند اما دروازه‌بان خبر دست به گزینش و انتخاب آنها می‌زند و شمار کمی از آنها را از دروازه عبور می‌دهد.

الگوی دروازه‌بانی ویندال - مک کوئل (۱۹۸۱) که از آخرین الگوها در این زمینه

الف: دربرگیری (Impact)
 ب: بزرگی (فراوانی مقدار و تعداد)
 (Magnitude)
 ۲. عادی یا متعارف بودن
 (Normality) که به صورت زیر پیش‌بینی
 شد:

الف: عجیب و استثنا (شگفتی)
 (Oddity)

ب: برخورد یا کشمکش (Conflict)

ج: هیچکدام

۳. معروفیت (Prominence) شامل:

الف. شهرت (Known Principal)

ب. بدون شهرت

دکتر وارد در این ترکیب فاکتوریال
 (۳×۳×۲) به ۱۸ ترکیب از ارزش‌های
 خبری دست یافت که بعداً توسط خود او،
 ارزش خبری «فراوانی مقدار و تعداد» به
 علت آن که وجود آن تفاوت معنی‌داری با
 جنبه آماری در رفتار گزینشگران نداشت،
 حذف شد و در آخر جدول زیر شکل
 گرفت:

معروفیت Prominence

شهرت Known Principal

بدون شهرت Unknown Principal

اهمیت Significance

دربرگیری Not Impact

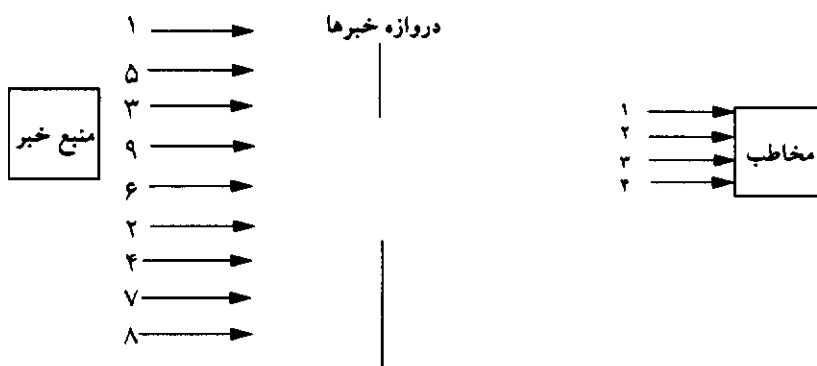
متعارف بودن Normality					
O	C	N	O	C	N
OPI	CPI	PI	OI	CI	I
OP	CP	P	O	C	N

C=Conflict کشمکش

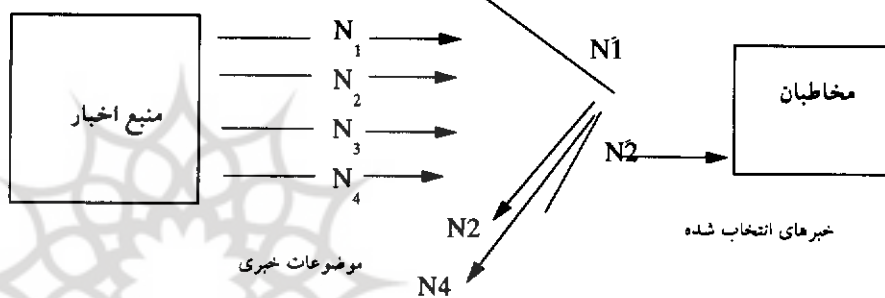
O=Oddity شگفتی

P=Prominence معروفیت

I=Impact دربرگیری



(الگوی دروازه‌بانی وایت - ۱۹۵۰)



(الگوی دروازه‌بانی ویندال - مک‌کوئل - ۱۹۸۱)

به‌شمار می‌آید شباهت بسیاری به
 نخستین الگو دارد.

روش تحقیق

در این پژوهش به منظور دستیابی به
 نگرش و معیارهای سردبیران خبرگزاری
 جمهوری اسلامی در گزینش اخبار داخلی
 و خارجی و شباهت‌ها و تفاوت‌های
 احتمالی آنان در امر گزینش اخبار و
 اولویت‌هایی که در این زمینه رعایت
 می‌کنند، الگوی خبری فاکتوریال «والتر
 جی. وارد» مورد استفاده قرار گرفت و برای
 دستیابی به نتایج تحقیق از روش «Q»
 استفاده شد.

دکتر وارد در رساله دکترای سال ۱۹۶۷
 خود سه جنبه مستقل برای ویژگی‌های
 خبری در نظر گرفت:

۱. «اهمیت» (Significance) که به

صورت زیر پیش‌بینی شد:

تحقیق حاضر نیز با استفاده از الگوی دکتر وارد اجرا شد با این تفاوت که عنصر «جهت‌گیری» (Direction) نیز به جدول اضافه شد (جهت‌گیری‌های مثبت، منفی و خنثی).
مهم‌ترین هدف از افزودن این عنصر به جدول وارد موضوع «منفی‌گرایی» مطرح شده از سوی «یوهان گالتونگ» و «مری روگ» بود. با افزودن عنصر جهت‌گیری، الگوی دکتر وارد برای تحقیق حاضر به شکل زیر درآمد:

برجستگی

بدون شهرت

شهرت

اهمیت

	بدون دربرگیری	دربرگیری	بدون دربرگیری	دربرگیری
مثبت	C-POS	CI-POS	CP-POS	CIP-POS
منفی	C-NEG	CI-NEG	CP-NEG	CIP-NEG
خنثی	C-NEU	CI-NEU	CP-NEU	CIP-NEU
مثبت	POS	I-POS	P-POS	IP-POS
منفی	NEG	I-NEG	P-NEG	IP-NEG
خنثی	NEU	I-NEU	P-NEU	IP-NEU

مثبت
منفی
خنثی
مثبت
منفی
خنثی

خانه نوزدهم: کشمکش + جهت‌گیری مثبت
خانه بیستم: کشمکش + جهت‌گیری منفی
خانه بیست و یکم: کشمکش + جهت‌گیری خنثی

خانه بیست و دوم: جهت‌گیری مثبت
خانه بیست و سوم: جهت‌گیری منفی
خانه بیست و چهارم: جهت‌گیری خنثی

برای دستیابی به دیدگاه‌های سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی، ۹۶ گویه^۲ ۴۸ گویه داخلی و ۴۸ گویه خارجی دو گویه برای هر یک از ۲۴ ترکیب یا خانه جدول - تهیه شد. تحقیق اولیه دکتر وارد، از ۵۴ گویه برخوردار بود (سه گویه برای هر یک از ۱۸ ترکیب جدول) در آن تحقیق از پیوستار ۱۱ تا پیوستار ۲ استفاده شده بود که از بیشترین تا کمترین احتمال استفاده^۵ را در برمی گرفت. اما در تحقیق حاضر مقیاس هفت تایی (هفت برای بیشترین احتمال استفاده و یک برای کمترین احتمال استفاده) مورد استفاده قرار گرفته است.

در این تحقیق، مراحل تحقیق به این صورت انجام شد که ابتدا ۹۶ گویه با توجه به خانه‌های جدول که از افزودن

جدول توزیع فراوانی گویه‌ها

کمترین احتمال استفاده	بیشترین احتمال استفاده						
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
کارت‌های مقیاس	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
تعداد گویه‌های لازم	۲	۶	۹	۱۲	۹	۶	۲

عنصر جهت‌گیری (مثبت، منفی، خنثی) به الگوی سه بُعدی دکتر وارد به دست آمده بود، تهیه شد. معمولاً در چنین تحقیقاتی به ۶۰ تا ۱۲۰ گویه احتیاج است. نظر به این که جهت‌گیری برای رهنمون سازی تحقیق به معیارهای گزینش مورد نظر بود، ارزش «عجیب و استثناء» از بعد متعارف حذف شده است. سپس برای حصول اطمینان از تطابق گویه‌ها با ارزش‌های مندرج در خانه‌های

خانه چهاردهم: کشمکش، دربرگیری + جهت‌گیری منفی
خانه پانزدهم: کشمکش، دربرگیری + جهت‌گیری خنثی
خانه شانزدهم: دربرگیری + جهت‌گیری مثبت
خانه هفدهم: دربرگیری + جهت‌گیری منفی
خانه هجدهم: دربرگیری + جهت‌گیری خنثی

توضیح: شماره خانه‌های جدول از گوشه بالا سمت چپ و از بالا به پایین: خانه اول: کشمکش، دربرگیری، شهرت + جهت‌گیری مثبت
خانه دوم: کشمکش، دربرگیری، شهرت + جهت‌گیری منفی
خانه سوم: کشمکش، دربرگیری، شهرت + جهت‌گیری خنثی
خانه چهارم: دربرگیری، شهرت + جهت‌گیری مثبت
خانه پنجم: دربرگیری، شهرت + جهت‌گیری منفی
خانه ششم: دربرگیری، شهرت + جهت‌گیری خنثی
خانه هفتم: کشمکش، شهرت + جهت‌گیری مثبت

■ شناسایی و چارچوب نظری دادن به موضوع گزینشگری یا دروازه‌بانی (خبر) برای نخستین بار توسط کسانی از جمله دیوید میننگ وایت محقق آمریکایی در اوایل دهه ۵۰ میلادی صورت گرفت.

■ مفهوم گزینشگری که دروازه‌بانی، مرزبانی، سوزنبانی و خبربانی نیز ترجمه شده است، نخستین بار و پیش از وایت توسط کورت لوین یکی از کارشناسان معروف علوم اجتماعی آمریکا در دوره جنگ جهانی دوم مطرح شد.

ارزش‌گذاری ۹۶ خبر (به صورت دو دسته جداگانه اخبار داخلی و خارجی) را انجام دادند.

متغیرهای تحقیق عبارت بودند از: متغیرهای وابسته^۸: نحوه نگرش سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی در گزینش اخبار (داخلی و خارجی) با بیشترین و کمترین احتمال استفاده از خبرها (ارزش‌های مطروحه در دو دسته جداگانه ۴۸ تایی گویه).

متغیرهای مستقل: ارزش‌های خبری الگوی خبری دکتر وارد با حذف ارزش خبری عجیب و استثناء و افزودن عنصر جهت‌گیری (مثبت، منفی و خنثی) به آن. عادی یا متعارف بودن: با کشمکش و بدون کشمکش.

برجستگی: با شهرت و بدون شهرت. اهمیت: با دربرگیری و بدون دربرگیری.

جهت‌گیری: با جهت‌گیری‌های مثبت، منفی و خنثی.

همچنین در تحقیق حاضر تعاریف عملیاتی برای کشمکش، دربرگیری، شهرت، جهت‌گیری مثبت، جهت‌گیری منفی، جهت‌گیری خنثی و سردبیر ارائه شد.

ارزش‌های خبری در این تحقیق، متغیرهای مستقل را تشکیل می‌دهد و در ۹۶ گویه (۴۸ گویه داخلی و ۴۸ گویه خارجی) (با ترکیب‌های مختلف حضور دارند. این گویه‌ها برای ۱۰ سردبیر

جدول، گویه‌ها در اختیار دو کارشناس خبری خبرگزاری جمهوری اسلامی و یک استاد دانشگاه^۹ قرار گرفت و پس از تأیید آنها، این اطمینان حاصل شد که گویه‌ها قطعاً معرف هر یک از خانه‌های جدول است.

بعد از آن، از بین ۹۶ گویه، ۴۸ گویه (برای هر کدام از اخبار داخلی و یا خارجی) انتخاب شد و روی کارت‌های موسوم به «کارت کیو» تایپ شد. گویه‌ها نیز از یک تا ۴۸ شماره‌گذاری شدند.

و سرانجام ۴۸ گویه نهایی در ۱۰ نسخه تکثیر شد و به همراه کارت‌های مقیاس و برگه دستورالعمل، در اختیار ۱۰ تن از سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی قرار گرفت. ارزش هر گویه نیز برای هر یک از سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی طی دستورالعمل مربوطه توضیح داده شد. ضمناً ترتیب قرار دادن گویه‌ها از جنبه تعداد لازم، برای هر کارت مقیاس نیز مشخص شد. مثلاً روی کارت مقیاس چهار باید ۱۲ گویه قرار گیرد یا برای کارت شماره هفت، سه گویه احتیاج است.^۷

جامعه آماری در تحقیق حاضر، ۹۶ گویه خبر تعیین شد (۴۸ گویه خبر داخلی و ۴۸ گویه خبر خارجی) که از میان انبوه خبرها، انتخاب شدند. فرض بر این است که ۹۶ خبر انتخابی، معرف جامعه آماری ارزش‌های خبری در الگو می‌باشند. سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی

خبرگزاری جمهوری اسلامی مثل خبرهایی هستند که هر روز از منابع خبری (خبرنگار اعزامی، مطالب رسانه‌های خارجی، روابط عمومی‌ها و...) دریافت می‌کنند. قضاوت^{۱۰} سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی نیز در این تحقیق، متغیر وابسته است. بنابراین، چون دامنه این تحقیق به گروهی مشخص و محدود از پاسخ‌دهندگان که ۱۰ سردبیر خبرگزاری جمهوری اسلامی هستند، محدود می‌شود، از روش‌شناسی "Q" اثر ویلیام استفنسن^{۱۲} استفاده شده است.

تکنیک یا روش کیو^{۱۳} نیز مجموعه‌ای از شیوه‌هاست که در اجرای روش کیو مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد. این تکنیک، به‌طور مشخص برای رتبه‌بندی^{۱۴} گویه‌های مورد بررسی (خواه عبارت، جمله، عکس، خبر و...) که روی کارت‌های موسوم به کارت کیو^{۱۵} نوشته می‌شود، مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای استفاده از این روش باید گویه‌ها را شماره‌گذاری کرد. برای سهولت تحلیل در روش کیو از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود تا تعداد کارت‌های انتخابی را به شیوه‌های شبه نرمال^{۱۶} که روی دستورالعمل مشخص می‌شود، توزیع کنند. اغلب توصیه شده است که تعداد گویه‌ها (کارت‌ها) بین ۶۰ تا ۹۰ عدد باشد. در روش کیو، محقق گویه‌ها را در اختیار پاسخگویان قرار می‌دهد و آنها باید پس از انتخاب، گویه‌ها را روی کارت‌های مقیاس لیکرت^{۱۷} به همان صورت که ذکرش رفت، توزیع فراوانی را شبه نرمال انجام دهند.

از سردبیران (دبیران) خواسته شد تا ۹۶ گویه (۴۸ گویه داخلی و ۴۸ گویه خارجی) را به‌طور جداگانه و براساس مقیاس ۷ تایی طبقه‌بندی کنند. متغیرهای مستقل، ارزش‌های خبری موجود در ۹۶ گویه بود. متغیر وابسته در این بررسی، نگرش سردبیران نسبت به گویه‌ها و به

تهران: خبرگزاری جمهوری اسلامی

چند گردنه برفگیر مهم کشور که با شروع بارش سراسری برف سنگین از صبح دیروز مسدود شده بود، صبح امروز در پی تلاش مأموران راه و ترابری گشوده شد. به گزارش خبرنگاران خبرگزاری جمهوری اسلامی از شهرستان‌ها، یخبندان شب گذشته در گردنه‌های حیران در استان اردبیل، اسالم در استان گیلان، فیروزکوه و هراز در استان تهران، آوج در استان همدان و زاغه در استان لرستان موجب تصادفات شدید چندین خودرو سبک و سنگین شد که با کمک امدادگران هلال احمر مجروحان حوادث از مرگ حتمی نجات یافتند.

تهران: خبرگزاری جمهوری اسلامی

مراقبت‌های بارداری و خدمات شبکه‌های بهداشتی و درمانی کشور باعث شده که میزان مرگ و میر مادران باردار در ایران با ۵۰۰ نفر در سال به کمتر از متوسط سالانه در کشورهای جهان سوم برسد. دکتر محمد اسماعیل اکبری معاون امور بهداشتی وزیر بهداشت و درمان صبح امروز در مراسم گشایش کارگاه آموزش سلامت و ایمنی مادران و نوزادان افزود: با برنامه‌هایی که این وزارتخانه در سال آینده اجرا خواهد کرد، میزان مرگ و میر مادران باردار در ایران به حد متوسط جهانی می‌رسد.

تهران: خبرگزاری جمهوری اسلامی

مدیرکل آموزش سازمان اموراداری و استخدامی کشور با انتقاد شدید از نظام کنونی آموزش عمومی در کشور تأکید کرد نظام آموزش عمومی جوابگوی نیازهای واقعی مشاغل دولتی نیست و باید تغییر کند. وی در گفت‌وگو با خبرنگاران گفت: عدم هماهنگی نظام آموزش عمومی با شرایط فعلی جامعه باعث شده که ساختار اداری کشور لطامت شدیدی ببیند و اجرای برنامه دوم توسعه با کندی صورت گیرد.

تهران: خبرگزاری جمهوری اسلامی

نایب‌امانی در توزیع و کمبود پودر شوینده و سیمان در تهران و برخی نقاط کشور موجب تشکیل صف‌های طولیل و نیز برخورد و نزاع‌های پراکنده میان متقاضیان شده است. مدیرکل بازرگانی استان تهران در گفت‌وگو با خبرگزاری جمهوری اسلامی افزود: شایعه افزایش قیمت پودر شوینده موجب احتکار آن از سوی برخی افراد سودجو شده و کمبود سیمان نیز باعث اختلال در امر ساختمان‌سازی و اجرای طرح‌های عمرانی در این استان و بسیاری از استان‌های دیگر گردیده است.

عبارتی، رفتار ارتباطی آنان در قبال متغیرهای مستقل، به‌شمار می‌رفت.

اخبار خارجی

هدف مقدماتی این بررسی که دستیابی به شباهت‌ها و تفاوت‌های ارزیابی خبری سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی بود تعیین شد و بعد از آن که گویه‌ها از سوی سردبیران طبقه‌بندی شد، با استفاده از بار عاملی سردبیران، در هر مورد اخبار داخلی و خارجی تقسیم شدند.

اخبار داخلی

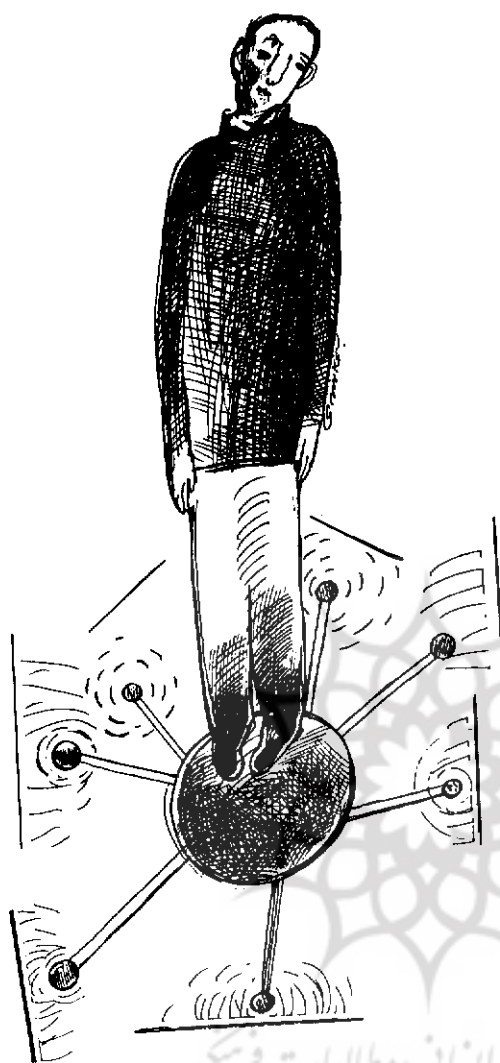
گونه اول: سردبیران گروه‌های آسیا و اقیانوسیه، اجتماعی، علمی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اروپا و آمریکا و بعد از ظهر (اتاق خبر).
گونه دوم: سردبیران گروه‌های

شهرستان‌ها و ایرنا انگلیسی.

گونه اول: سردبیران گروه‌های آسیا و اقیانوسیه، اجتماعی، علمی، سیاسی، اروپا و آمریکا، شهرستان‌ها و ایرنا انگلیسی.
گونه دوم: سردبیران گروه‌های فرهنگی، بعدازظهر (اتاق خبر) و اقتصادی.

در همین حال با استفاده از ماتریس داده‌ها، همبستگی بین سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی با بهره‌گیری از برنامه کامپیوتری کوانل محاسبه شد. نتیجه این شد که در مورد اخبار داخلی میان سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی، بین سردبیران گروه‌های آسیا و

اقیانوسیه و علمی (هر دو از گونه اول) همبستگی بسیار بالایی وجود دارد (۰/۷۹۱۷). در مورد این اخبار، همچنین سردبیران گروه‌های آسیا و اقیانوسیه و اروپا و آمریکا (هر دو از گونه اول) با (۰/۷۸۳۳) و سردبیران گروه‌های آسیا و اقیانوسیه و اروپا و آمریکا (هر دو از گونه اول) با (۰/۷۸۳۳) و سردبیران گروه‌های آسیا و اقیانوسیه و سیاسی (هر دو از گونه اول) با (۰/۷۷۵۰) نیز با همبستگی بالا در مراتب بعدی قرار دارند. کمترین میزان همبستگی هم متعلق به گروه‌های ایرنا انگلیسی و بعد از ظهر اتاق خبر اولی از گونه دوم و دومی از گونه اول (۰/۳۰۰۰) است. در مراتب بعدی همبستگی پایین، گروه‌های ایرنا انگلیسی و اجتماعی (اولی از گونه دوم و دومی از گونه اول) ۰/۳۳۳۳



و نیز ایرنا انگلیسی و آسیا و اقیانوسیه (۰/۳۹۱۷) قرار دارند. در مورد اخبار خارجی، میان سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی، بین سردبیران گروه‌های آسیا و اقیانوسیه و علمی (هر دو از گونه اول) همبستگی بالا وجود دارد (۰/۷۸۳۳) و در مراتب بعدی میان سردبیران گروه‌های آسیا و اقیانوسیه و علمی (هر دو از گونه اول) با (۰/۷۰۸۳۳) همبستگی بالایی موجود است. کمترین همبستگی میان گونه‌ها در این نوع اخبار، میان سردبیران گروه‌های بعدازظهر اتاق خیر و ایرنا انگلیسی (اولی از گونه دوم و دومی از گونه اول) با (۰/۳۷۵۰) وجود دارد. و در مراتب بعدی گروه‌های بعدازظهر اتاق خیر و شهرستان‌ها با (۰/۴۱۶۷) و گروه‌های فرهنگی و اروپا و آمریکا با (۰/۴۲۵۰) قرار دارند.

همان‌گونه که ذکر شد، تحلیل عاملی، ضمن این‌که در مورد اخبار داخلی و خارجی، ۱۰ سردبیر خبرگزاری جمهوری اسلامی را از نظر مشابهت در قضاوت به دو گونه تقسیم کرد، این امکان را نیز فراهم ساخت تا به معرف (نماینده) هر گونه (برای هر نوع از اخبار یادشده) نیز پی ببریم. معرف (نماینده) هر گونه یعنی فردی که انتخاب‌های سایر اعضای گونه به او شبیه‌تر است. در مورد اخبار داخلی، سردبیر گروه آسیا و اقیانوسیه معرف گونه اول بود (۵/۲۷۵۰) و سردبیر گروه اجتماعی، از نظر انتخاب‌ها، شبیه‌ترین عضو گونه اول، به سردبیر گروه آسیا و اقیانوسیه بود (۰/۷۹۱۷). در این گونه، سردبیر گروه بعدازظهر (اتاق خیر) کمترین شباهت را با سردبیر گروه آسیا و اقیانوسیه داشت (۰/۶۹۱۷). کمترین شباهت در این گروه میان سردبیران گروه‌های بعدازظهر (اتاق خیر) و علمی موجود بود (۰/۴۶۶۷).

(از ۴۸ گویه) اتفاق نظر دارند و در مورد نه گویه اختلاف نظر دارند. گویه‌های مورد توافق، نشان دادند که سردبیران هر دو گونه، خبرهای حاوی کشمکش و سپس شهرت را ترجیح می‌دهند. به دیگر سخن، هر دو گونه، به کشمکش و شهرت گرایش نشان دادند، به‌طوری که در هشت گویه اول مورد توافق، بیشترین حضور ارزش‌های خبری، مربوط به کشمکش و شهرت است (شهرت هفت بار و کشمکش شش بار). گویه‌های مورد توافق این سردبیران از یک جنبه دیگر نیز قابل توجه بود: جهت‌گیری. سردبیران هر دو گونه به گویه‌های بدون جهت‌گیری (خشی) بیشتر تمایل نشان دادند. اما با این

(نماینده‌ای) نداشت. در مورد اخبار خارجی سردبیر گروه علمی معرف (نماینده) گونه اول بود (۳/۸۲۴۹) و سردبیر گروه آسیا و اقیانوسیه نیز از نظر انتخاب‌ها شبیه‌ترین عضو گونه اول به سردبیر گروه علمی بود (۰/۷۸۳۳). کمترین شباهت در این گروه، بین سردبیران گروه‌های اجتماعی و شهرستان‌ها (۰/۴۶۶۷) و نیز آسیا و اقیانوسیه و شهرستان‌ها (۰/۴۶۶۷) وجود دارد.

از دیگر سو، بررسی گویه‌های مورد توافق و مورد اختلاف دو گونه از هر یک از دو نوع خیر محاسبه شد. در مورد اخبار داخلی، دو گونه مورد نظر بر سر ۳۹ گویه

که سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی در ۳۹ گویه مورد توافق، به جهت‌گیری خنثی تمایل نشان دادند، ولی در هشت گویه اول، بیشترین گرایش به جهت‌گیری مثبت است و تنها در یک مورد جهت‌گیری خنثی وجود دارد. بررسی گویه‌های مورد اختلاف (نه گویه) نیز نشان داد که به عکس گویه‌های مورد توافق، بیشترین اختلاف نظر را در مورد گویه‌های دارای ارزش خبری دربرگیری دارند، در گویه‌های مورد اختلاف بیشترین جهت‌گیری‌ها مربوط به جهت‌گیری مثبت است.

اختلاف سردبیران، بیشترین اختلاف نظر، در مورد اخبار با ارزش شهرت است. همچنین جهت‌گیری در اختلاف نقشی ندارد، به طوری که در شش گویه مورد اختلاف، دو گویه دارای جهت مثبت، دو گویه جهت‌گیری منفی و دو گویه خنثی است. این نشان آن است که در توافق و اختلاف سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی در مورد اخبار خارجی، جهت‌گیری اخبار تأثیری ندارد.

افزون بر این، بررسی نمرات استاندارد بالا و کم دوگونه اخبار داخلی و خارجی نشان داد که در مورد اخبار داخلی،

■ شاید مهم‌ترین بحث در مورد دروازه‌بانان یا گزینشگران رسانه‌ها، موضوع چگونگی عمل و یا مبنای عمل آنهاست.

■ گزینشگری یا دروازه‌بانی خبر بسیار بیش از مباحث نظری، در مدل‌های نظریه‌پردازان راه پیدا کرده به طوری که بیش از سایر بخش‌های فرآیند ارتباطات، مورد توجه الگوسازان قرار گرفته است.

■ برخورداری اخبار داخلی از ارزش خبری شهرت و دربرگیری، مورد توجه سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی است و این‌گونه اخبار معنادار تلقی می‌شوند.

در مورد اخبار خارجی، سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی در گونه اول و دوم بر سر ۴۲ گویه اتفاق نظر و بر سر شش گویه اختلاف نظر دارند. گویه‌های متفق نشانگر آن است که سردبیران هر دو گونه، اخبار حاوی ارزش دربرگیری را ترجیح می‌دهند. ضمناً در پنج گویه اول، در چهار مورد، ارزش خبری شهرت و کشمکش تکرار شده است. گویه‌های مورد توافق از نظر جهت‌گیری نیز قابل ارزیابی هستند. نتایج این بررسی نشان داد که در میزان توافق هر دو گونه سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی، جهت‌گیری تأثیری ندارد. (از ۴۲ گویه، ۱۴ گویه مثبت، ۱۴ گویه منفی و ۱۴ گویه خنثی است).

سردبیران گونه اول که جریان غالب گزینش این نوع اخبار در این بررسی باید به حساب آیند، تمایل به گویه‌های خنثی و سپس گویه‌های مثبت وجود دارد، از ۱۸ گویه این سردبیران، هفت گویه خنثی، شش گویه مثبت و پنج گویه منفی است. همچنین سردبیران گونه اول، به ارزش خبری شهرت بیشتر اهمیت داده‌اند. سردبیران گونه دوم (سردبیران شهرستان‌ها و ایرنا انگلیسی) دارای گرایش مساوی به اخبار مثبت و منفی هستند. ضمن آن که نسبت به گونه اول، خنثی‌گرایی کمتری دارند.

در مورد سردبیران گونه دوم، برعکس گرایش به جهت‌گیری خنثی کمتر از دو جهت دیگر (مثبت و منفی) که با یکدیگر برابرند) است. از ۱۶ گویه این‌گونه، شش گویه دارای جهت‌گیری مثبت، شش گویه

دارای جهت‌گیری منفی و چهار گویه خنثی است. همچنین سردبیران گونه دوم به ارزش خبری کشمکش بیشتر توجه دارند. ارزش خبری کشمکش در هشت گویه، ارزش خبری شهرت در هفت گویه و ارزش خبری دربرگیری در شش گویه حضور دارد.)

بررسی نمرات استاندارد بالا و کم دو گونه اخبار خارجی نشان داد که در گونه اول، تمایل به هر یک از جهت‌های سه گانه مساوی است (از ۱۸ گویه، شش گویه مثبت، شش گویه منفی و شش گویه خنثی است) همچنین سردبیران گونه اول، به ارزش خبری کشمکش تمایل بیشتری دارند (از ۱۸ گویه، ۱۱ گویه دارای ارزش خبری کشمکش، هشت گویه حاوی ارزش خبری شهرت و هفت گویه دارای ارزش خبری دربرگیری است). در گونه دوم گرایش به جهت‌گیری خنثی بیشتر است. (از ۱۸ گویه، هفت گویه دارای جهت‌گیری خنثی، شش گویه حاوی جهت‌گیری مثبت و پنج گویه دارای جهت‌گیری منفی است) همچنین در همین گونه، گرایش به اخبار حاوی ارزش خبری شهرت و دربرگیری بیشتر است (از ۱۸ گویه در ۱۰ گویه ارزش خبری شهرت و کشمکش حضور دارد).

در همین حال جدول مقایسه اولویت استفاده از ارزش‌های خبری کل سردبیران در مورد اخبار داخلی و خارجی نشان داد که سردبیران در اخبار خارجی به ارزش ترکیبی کامل کشمکش + دربرگیری + شهرت بیشتر اهمیت می‌دهند و در اخبار داخلی برای ارزش خبری شهرت در اولویت استفاده ارزش بیشتری قائلند. در همین حال، تحلیل واریانس سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی برای اخبار داخلی نشان داد که ارزش خبری شهرت، دربرگیری، کشمکش + دربرگیری و کشمکش + شهرت + جهت‌گیری، ترکیباتی معنادارند و در همین تحلیل،

جدول شماره ۱. ماتریس ضریب همبستگی پیرسون ۱۰ سردبیر خبرگزاری جمهوری اسلامی در احتمال استفاده از ۴۸ گویه اخبار داخلی

سردبیران	شهرستان‌ها	ایرنا انگلیسی	اروپا و آمریکا	فرهنگی	بعد از ظهر	آسیا و اقیانوسیه	اجتماعی	علمی	سیاسی	اقتصادی
شهرستان‌ها	۱/۰۰۰۰	۰/۵۱۶۷	۰/۶۰۸۲	۰/۶۸۳۳	۰/۵۵۰۰	۰/۶۸۳۳	۰/۵۲۵۰	۰/۶۴۱۷	۰/۵۵۰۰	۰/۶۱۶۷
ایرنا انگلیسی	۰/۵۱۶۷	۱/۰۰۰۰	۰/۴۲۳۳	۰/۴۲۳۳	۰/۳۰۰۰	۰/۲۹۱۷	۰/۲۳۳۳	۰/۴۰۸۲	۰/۵۰۰۰	۰/۴۸۳۳
اروپا و آمریکا	۰/۶۰۸۲	۰/۴۲۳۳	۱/۰۰۰۰	۰/۶۸۳۳	۰/۶۲۳۳	۰/۷۸۳۳	۰/۶۲۳۳	۰/۷۰۰۰	۰/۷۲۳۳	۰/۶۹۱۷
فرهنگی	۰/۶۸۳۳	۰/۴۲۳۳	۰/۶۸۳۳	۱/۰۰۰۰	۰/۶۲۳۳	۰/۷۲۱۷	۰/۶۶۶۷	۰/۶۲۳۳	۰/۶۲۳۳	۰/۶۵۰۰
بعد از ظهر	۰/۵۵۰۰	۰/۳۰۰۰	۰/۶۲۳۳	۰/۶۲۳۳	۱/۰۰۰۰	۰/۶۹۱۷	۰/۵۲۵۰	۰/۴۶۶۷	۰/۶۰۰۰	۰/۶۵۸۲
آسیا و اقیانوسیه	۰/۶۸۳۳	۰/۳۹۱۷	۰/۷۸۳۳	۰/۷۲۱۷	۰/۶۹۱۷	۱/۰۰۰۰	۰/۷۹۱۷	۰/۷۵۸۲	۰/۷۷۵۰	۰/۷۲۳۳
اجتماعی	۰/۵۲۵۰	۰/۳۳۳۳	۰/۶۲۳۳	۰/۶۶۶۷	۰/۵۲۵۰	۰/۷۹۱۷	۱/۰۰۰۰	۰/۷۴۱۷	۰/۶۲۳۳	۰/۶۵۰۰
علمی	۰/۶۴۱۷	۰/۴۰۸۲	۰/۷۰۰۰	۰/۶۲۳۳	۰/۶۶۶۷	۰/۷۵۸۲	۰/۷۴۱۷	۱/۰۰۰۰	۰/۶۶۶۷	۰/۵۸۳۳
سیاسی	۰/۵۵۰۰	۰/۵۰۰۰	۰/۷۲۳۳	۰/۶۲۳۳	۰/۶۰۰۰	۰/۷۷۵۰	۰/۶۲۳۳	۰/۶۶۶۷	۱/۰۰۰۰	۰/۵۶۶۷
اقتصادی	۰/۶۱۶۷	۰/۴۸۳۳	۰/۶۹۱۷	۰/۶۵۰۰	۰/۶۵۸۲	۰/۷۲۳۳	۰/۶۵۸۲	۰/۶۵۰۰	۰/۵۶۶۷	۱/۰۰۰۰
جمع	۵/۳۷۵۰	۳/۷۹۹۹	۵/۸۹۹۸	۵/۷۵۸۲	۵/۰۵۸۲	۶/۳۵۰۰	۵/۵۰۰۰	۵/۶۰۰۰	۵/۶۵۸۲	۵/۶۳۳۳

کلیه ضرایب بزرگ‌تر از 0.233 و $df=70$ در سطح احتمال خطای ۵ درصد و کلیه ضرایب بزرگ‌تر از 0.202 و $df=70$ در سطح احتمال خطای ۱ درصد معنی‌دار است.

برای اخبار خارجی، ارزش خبری کشمکش، شهرت، دربرگیری، جهت‌گیری و کشمکش + شهرت + جهت‌گیری، ترکیباتی معنا دارند.

نکته قابل توجه این است که برخورداری اخبار داخلی از ارزش خبری شهرت و دربرگیری، مورد توجه سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی است و این‌گونه اخبار معنا دارند. در حالی که برای اخبار خارجی، برخورداری از ارزش خبری کشمکش و جهت‌گیری مورد توجه آنان است و به عبارتی معنا دارند. اما همان‌گونه که ذکر شد، سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی در مورد اخبار داخلی از جنبه جهت‌گیری، مثبت‌گرا و به عکس در مورد اخبار خارجی منفی‌گرا بوده‌اند. این مطلب در جدول اولویت احتمال استفاده، به خوبی مشخص می‌شود. از پنج گویه اول جدول شماره ۳۴، برای اخبار داخلی، سه گویه دارای جهت‌گیری مثبت و برای اخبار خارجی، سه گویه دارای جهت‌گیری منفی هستند.

سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی، در مورد اخبار داخلی، مثبت‌گرا، از نظر ارزش خبری، شهرت‌گرا (شخصیت‌گرا) هستند و در مورد اخبار خارجی، منفی‌گرا، از نظر ارزش خبری، جهت‌گیری، کشمکش و شهرت، دربرگیری، جهت‌گیری و کشمکش + شهرت + جهت‌گیری، ترکیباتی معنا دارند. نکته قابل توجه این است که برخورداری اخبار داخلی از ارزش خبری شهرت و دربرگیری، مورد توجه سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی است و این‌گونه اخبار معنا دارند. در حالی که برای اخبار خارجی، برخورداری از ارزش خبری کشمکش و جهت‌گیری مورد توجه آنان است و به عبارتی معنا دارند. اما همان‌گونه که ذکر شد، سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی در مورد اخبار داخلی از جنبه جهت‌گیری، مثبت‌گرا و به عکس در مورد اخبار خارجی منفی‌گرا بوده‌اند. این مطلب در جدول اولویت احتمال استفاده، به خوبی مشخص می‌شود. از پنج گویه اول جدول شماره ۳۴، برای اخبار داخلی، سه گویه دارای جهت‌گیری مثبت و برای اخبار خارجی، سه گویه دارای جهت‌گیری منفی هستند.

جهت‌گیری‌اش منفی است، شانس انتخابش کم شود. در اینجا ذکر یک نکته ضروری به نظر می‌رسد؛ خبرگزاری جمهوری اسلامی یک سازمان خبری دولتی و رسمی و تنها خبرگزاری کشور به‌شمار می‌رود. به این

۱. شباهت در عمل گزینشگران یک رسانه - به خاطر پیروی از ضوابط و معیارهای مشترک - در تحقیق حاضر و در مورد سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی هم تأیید شد.
۲. بررسی نمرات استاندارد زیاد و کم

جدول شماره ۲. ماتریس ضریب همبستگی پیرسون ۱۰ سردبیر خبرگزاری جمهوری اسلامی در احتمال استفاده از ۴۸ گویه اخبار خارجی

شهرستانها	ایرنا انگلیسی	اروپا و آمریکا	فرهنگی	بعد از ظهر	آسیا و اقیانوسیه	اجتماعی	علمی	سیاسی	اقتصادی
شهرستانها	۱/۰۰۰۰	۰/۴۸۳۳	۰/۴۲۳۳	۰/۴۱۶۷	۰/۴۶۶۷	۰/۴۶۶۷	۰/۵۳۳۳	۰/۵۰۰۰	۰/۵۲۵۰
ایرنا انگلیسی	۰/۵۳۳۳	۱/۰۰۰۰	۰/۴۸۳۳	۰/۳۷۵۰	۰/۶۷۵۰	۰/۶۹۱۷	۰/۶۷۵۰	۰/۶۴۱۷	۰/۵۶۶۷
اروپا و آمریکا	۰/۴۸۳۳	۱/۰۰۰۰	۰/۴۲۳۳	۰/۵۱۶۷	۰/۵۵۸۳	۰/۶۶۶۷	۰/۵۲۵۰	۰/۶۹۱۷	۰/۵۰۰۰
فرهنگی	۰/۴۲۳۳	۰/۴۸۳۳	۱/۰۰۰۰	۱/۰۰۰۰	۰/۷۰۰۰	۰/۶۱۶۷	۰/۶۴۱۷	۰/۵۶۶۷	۰/۶۱۶۷
بعد از ظهر	۰/۳۷۵۰	۰/۵۱۶۷	۰/۵۱۶۷	۱/۰۰۰۰	۱/۰۰۰۰	۰/۶۰۸۳	۰/۵۱۶۷	۰/۵۱۶۷	۰/۵۷۵۰
آسیا و اقیانوسیه	۰/۶۷۵۰	۰/۵۵۸۳	۰/۷۰۰۰	۰/۷۰۰۰	۱/۰۰۰۰	۱/۰۰۰۰	۰/۷۸۳۳	۰/۶۰۸۳	۰/۶۵۰۰
اجتماعی	۰/۶۹۱۷	۰/۶۶۶۷	۰/۶۱۶۷	۰/۶۱۶۷	۰/۷۲۵۰	۱/۰۰۰۰	۰/۶۳۳۳	۰/۵۵۰۰	۰/۵۱۶۷
علمی	۰/۵۳۳۳	۰/۶۷۵۰	۰/۶۹۱۷	۰/۶۹۱۷	۰/۷۸۳۳	۰/۶۳۳۳	۱/۰۰۰۰	۰/۶۷۵۰	۰/۶۳۳۳
سیاسی	۵/۰۰۰۰	۰/۶۴۱۷	۰/۵۶۶۷	۰/۵۶۶۷	۰/۶۰۸۳	۰/۵۵۰۰	۰/۶۷۵۰	۱/۰۰۰۰	۰/۵۱۶۷
اقتصادی	۰/۵۲۵۰	۰/۵۶۶۷	۰/۶۱۶۷	۰/۶۱۶۷	۰/۶۵۰۰	۰/۵۱۶۷	۰/۶۳۳۳	۰/۵۱۶۷	۱/۰۰۰۰
جمع	۴/۳۵۸۳	۵/۲۰۰۰	۴/۷۵۰۰	۵/۲۶۶۷	۳/۸۰۸۳	۵/۷۷۴۹	۵/۶۷۴۹	۵/۲۶۶۸	۵/۱۰۰۱

کلیه ضرایب بزرگتر از 0.222 و ≥ 0.7 در سطح احتمال خطای ۵ درصد و کلیه ضرایب بزرگتر از 0.202 و ≥ 0.7 در سطح احتمال خطای ۱ درصد معنی دار است.

گزینشگران خبرگزاری جمهوری اسلامی در مواردی و در گزینش اخبار (داخلی و خارجی) برخلاف روش جاری در این سازمان گزینشگری می‌کنند.

۴. بررسی اولویت‌های خبری و معنی‌دار بودن و بی‌معنی بودن تفاوت‌های آنها نزد گزینشگران خبرگزاری جمهوری اسلامی این مطلب را بیان می‌دارد که گزینشگران در انتخاب اخبار خارجی گسترده‌تر عمل می‌کنند (به تمامی ارزش‌های خبری توجه دارند) و در عین حال به عنصر جهت‌گیری در انتخاب اخبار خارجی توجه دارند (به عکس اخبار داخلی)، چرا که در انتخاب اخبار خارجی ارزش کشمکش، شهرت، دربرگیری و جهت‌گیری (به تنهایی) در اولویت‌های خبری تفاوتی معنی‌دار نشان می‌دهد، اما در گزینش اخبار داخلی فقط عنصر شهرت و دربرگیری (به تنهایی) در اولویت‌های خبری، تفاوت معنی‌دار نشان می‌دهد.

۵. گزینشگران خبرگزاری جمهوری اسلامی در انتخاب اخبار خارجی به عنصر جهت‌گیری توجه خاص دارند (آنها در انتخاب اخبار خارجی حاوی جهت‌گیری و هم جهت‌گیری با کشمکش + شهرت یا اخبار فاقد آنها تفاوت معنی‌دار قائلند و

اخبار خارجی، اخباری تلقی شده که مرتبط با ایران باشد، ارزش دربرگیری زیاد قابل بحث نیست، در نتیجه می‌توان گفت که سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی در گزینش اخبار داخلی بر مبنای شخصیت‌گرایی و به عبارتی عنصر «که» (Who) و ارائه تصویری مثبت عمل می‌کنند و برخلاف آن در مورد اخبار خارجی بر مبنای ارائه تصویری منفی و پرتضاد از جهان عمل می‌کنند.

- سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی در گزینش اخبار خارجی به اخبار دارای ارزش کشمکش و جهت‌گیری منفی توجه بیشتری دارند.
- دروازه‌بانی و گزینشگری اطلاعات که اشکال آن در انواع وسایل ارتباط جمعی از جمله رسانه‌های خبری نمود می‌یابد، قدمتی به عمر ارتباطات دارد.

۳. بررسی نمرات استاندارد زیاد و کم‌گونه‌های دوم اخبار داخلی و خارجی و نیز بررسی نمرات استاندارد کم (ترجیح برای عدم انتشار یا انتخاب) گونه‌های اول اخبار داخلی و خارجی نشان می‌دهد که به عکس نتایج بندهای اول و دوم، برخی از

گونه‌ها و نیز گویه‌های مورد توافق و اختلاف گونه‌ها همچنین بررسی میانگین ترکیب‌های فاکتوریال حاوی ارزش‌های خبری نشانگر آن است که:
الف: سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی در گزینش اخبار داخلی به ارزش خبری شهرت و جهت‌گیری مثبت توجه بیشتری دارند. این بدین معناست که اینان در مورد این‌گونه اخبار شخصیت‌گرا و تنش‌گریز (یا تغییر‌گریز) هستند؛

ب: همین سردبیران در گزینش اخبار خارجی به اخبار دارای ارزش کشمکش و جهت‌گیری منفی توجه بیشتری دارند اگر چه ارزش دربرگیری و بدون جهت‌گیری (تعداد مساوی جهت‌های سه‌گانه) هم مورد ملاحظه بوده است. البته از آنجا که

جهت‌گیری، توجه دارند (به عکس اخبار داخلی). این بررسی همچنین ثابت می‌کند که سردبیران خبرگزاری، در انتخاب اخبار خارجی، برخلاف اخبار داخلی، به عنصر جهت‌گیری، توجه خاص دارند و نکته آخر آن که هر چه ترکیب‌های ارزش‌های خبری بیشتر شود، شانس انتخاب خبری در اخبار خارجی بیشتر وجود دارد تا در اخبار داخلی. البته این امر، نکته‌ای مطلق و همیشگی نیست. براساس آنچه از نتایج این تحقیق به دست آمد، پیشنهاد می‌شود در گزینش اخبار خبرگزاری جمهوری اسلامی بازنگری صورت پذیرد. □

پی‌نویس‌ها:

1. Kurt Lewin, Field Theory in Social Science, New York: Harper. 1951, p.170.
2. James C. Richards and..., Dictionary of Language Teaching and Applied linguistics, London, Longman 1992, p. 80.
3. Item.
4. Il-Point Continuum (Likert Scale).
5. "Most"- "to Least- Probably Would-use".
6. انتخاب ۴۸ گویه داخلی و ۴۸ گویه خارجی با راهنمایی و تحت نظر آقای دکتر بدیمی رئیس گروه علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی صورت گرفت. اخبار داخلی آنهایی قلمداد شد که در حوزه جغرافیایی ایران و یا مرتبط با مقامات ایران رخ داده باشد. به هنگام آماده‌سازی گویه‌های اخبار خارجی به عنصر دربرگیری و ارتباط داشتن با «ایران» توجه شده است. همچنین لازم به ذکر است که برخی گویه‌ها برحسب ضرورت ساخته شد و واقعیت خارجی نداشتند.
7. Q-Sort.
8. Dependent Variables.
9. Independent Variables.
10. Judgement.
11. Q-methodology.
12. William Stephenson.
13. Q-Technique.
14. Rank-Ordering.
15. Q-Cord.
16. Quasi-Normal.
17. Likert Scale.

■ در انتخاب اخبار داخلی، سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی به ارزش خبری شهرت و جهت‌گیری مثبت، توجه بیشتری دارند. به عبارتی آنان در قبال اخبار داخلی، شخصیت‌گرا و تنش‌گریز هستند.

■ بررسی اولویت‌های خبری و معنی‌دار بودن و بی‌معنی بودن تفاوت‌های آنها نزد گزینشگران خبرگزاری جمهوری اسلامی این مطلب را بیان می‌دارد که گزینشگران در انتخاب اخبار خارجی گسترده‌تر عمل می‌کنند.

دست داده است که سردبیران خبرگزاری، در انتخاب اخبار داخلی، به ارزش خبری شهرت و جهت‌گیری مثبت، توجه بیشتری دارند، به عبارتی آنان در قبال اخبار داخلی، شخصیت‌گرا و تنش‌گریز هستند. همین سردبیران در مورد اخبار خارجی، به اخبار دارای ارزش کشمکش و جهت‌گیری منفی، توجه بیشتری نشان می‌دهند، اگر چه ارزش دربرگیری و بدون جهت‌گیری هم مورد توجه بوده است. به عبارت دیگر، سردبیران مذکور (در خبرگزاری)، در قبال اخبار خارجی، بر مبنای ارائه تصویری منفی و نیز جهانی پرتضاد و برخورد، عمل می‌کنند. بررسی نمرات استاندارد زیاد و کم گونه‌های دوم اخبار داخلی و خارجی و نیز بررسی نمرات استاندارد کم گونه‌های اول اخبار داخلی و خارجی، این نکته را نشان می‌دهد که برخی از گزینشگران این سازمان، در انتخاب اخبار، برخلاف روش معمول در خبرگزاری، عمل می‌کنند. بررسی اولویت‌های خبری و معنی‌دار بودن و نبودن تفاوت‌های این اولویت‌ها نزد سردبیران خبرگزاری، این مطلب را بیان می‌دارد که اینان در گزینش اخبار خارجی به تمامی ارزش‌های خبری حتی عنصر

برخلاف آن در انتخاب اخبار داخلی، برای اخبار حاوی جهت‌گیری همراه با کشمکش + شهرت با اخباری که فاقد آنند، تفاوت معنی‌دار قائلند).

۶. اگر چه بیشتر بودن ترکیب‌های ارزش‌های خبری موجب افزایش شانس انتخاب اخبار خارجی (نه اخبار داخلی) می‌شود اما این مطلب در تمامی موارد صادق نیست چرا که جهت‌گیری می‌تواند، خبر در بردارنده تمامی سه ارزش خبری را از گردونه انتخاب دور کند.

خلاصه و نتیجه‌گیری

نتیجه بررسی انتخاب‌های سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی در مورد هر یک از دسته اخبار داخلی و خارجی نشان می‌دهد که شباهت عمل ارتباطی گزینشگران اخبار، در مراکز خبری و وسایل ارتباط جمعی، به خاطر پیروی آنها از ضوابط مشترک، در تحقیق حاضر و در مورد سردبیران خبرگزاری جمهوری اسلامی هم تأیید شده است. بررسی نمرات استاندارد زیاد و کم گونه‌ها و گویه‌های مورد توافق و اختلاف گونه‌ها و نیز میانگین نمرات ترکیب‌های فاکتوریال حاوی ارزش‌های خبری، این نتیجه را به