



شیوه‌های برجسته‌سازی تیترهای صفحه اول روزنامه‌ها

رویکرد روزنامه‌ها به پرونده‌های ملی و مسایل

سیاسی سال ۱۳۷۸

اکرم دیداری

در دنیای امروز که بشر با قدم گذاردن در سال‌های آغازین قرن ۲۱، عصر انفجار اطلاعات را تجربه کرده است و در انتخاب از میان انبوه اطلاعات «دانشی» خود را محک می‌زند، دیگر اهمیت نظارت بر افکار عمومی و جهت دادن به آن از طریق وسایل ارتباط جمعی به ویژه مطبوعات، بر هیچ فردی پوشیده نیست. مطبوعات با گزینش بعضی رویدادها و بزرگ‌نمایی آنها در قالب عناوین و تیترهای اصلی در صفحه اول خود، می‌کوشند تا با تعیین اولویت‌های ذهنی برای مخاطب، تأثیرات شناختی مورد نظر را بر آنها اعمال کنند. تیترهای صفحه اول روزنامه و به ویژه تیتر اول که با حروف درشت چاپ شده و چند ستون را به خود اختصاص داده است و نمونه‌ای از برجسته‌سازی در حرفه روزنامه‌نگاری به‌شمار می‌رود، صرفاً یک خبر و تصویر از آنچه اتفاق افتاده است، نیست بلکه اهداف و گرایش‌ها، ایدئولوژی و منش گردانندگان نشریه را در خود نهفته دارد زیرا هیچ رسانه‌ای فارغ از اعمال قدرت، ایدئولوژی و پارادایم بینشی و معرفتی، به فعالیت نمی‌پردازد و همه این عوامل به صورت مستقیم و غیرمستقیم در قالب مفاهیم، گفتمان‌ها و جمله‌های رمزگذاری شده در تیترها به خود نمایی می‌پردازند.

بسه عقیده صاحب‌نظران و پژوهشگران ارتباطات، برجسته‌سازی مطالب در رسانه‌های خبری باعث همانندسازی می‌شود. یعنی مخاطب احساس می‌کند همان مطلبی که برجسته شده، حتماً مهم‌ترین مطلب هم هست.

آنان معتقدند اگر رسانه‌های خبری نتوانند با این روش، تغییرات قابل قبول رفتاری در مخاطبان‌شان ایجاد کنند، حداقل اسباب بروز تغییرات شناختی قابل ملاحظه‌ای را در آنان فراهم می‌آورند. این امر، خصوصاً وقتی نمود عینی‌تری می‌یابد که توجه داشته باشیم در عصر انفجار اطلاعات، مخاطبان رسانه‌های جمعی در اقیانوسی متراکم از اخبار گوناگون شناورند. بنابراین به کاربردن ظرافت و اندکی هم بازیگوشی در ارائه اخبار به مخاطبان، حتی فرصت معنی‌سازی را نیز از آنان خواهد گرفت. به عبارت دیگر، همانندسازی در وجهی

بسیار قوی ظاهر خواهد شد و فرصت فکر کردن و معنی‌سازی را از مخاطب دریغ خواهد کرد.^۱ مطبوعات ایران در عمر بیش از یک‌ونیم قرن خود، هیچ‌گاه فرصت نیافتند تا تأثیرگذاری بر ذهن و اندیشه مخاطبان را در عرصه‌های مختلف به‌طور جدی بیازمایند، چرا که در هر دوره با محدودیت‌های خاصی روبه‌رو بوده‌اند.

■ مطبوعات با گزینش بعضی رویدادها و بزرگ‌نمایی آنها در قالب عناوین و تیترهای اصلی در صفحه اول خود، می‌کوشند تا با تعیین اولویت‌های ذهنی برای مخاطبان، تأثیرات شناختی مورد نظر را بر آنها اعمال کنند.

پس از رویداد «دوم خرداد ۱۳۷۶» که به اعتقاد بسیاری از کارشناسان ارتباطات، یک نقطه عطف به یادماندنی از منظر تأثیرگذاری مطبوعات بر افکار عمومی به حساب می‌آید، جامعه ایران با ظهور مطبوعات مستقل و جدید مواجه شد و تعدد و تکثر روزنامه‌ها، تیراژ مطبوعات ایران را به طرز چشمگیری افزایش داد. در مرحله بعد، پس از دوم خرداد ۱۳۷۶، مسائلی مهمی نظیر پرونده قتل‌های زنجیره‌ای، پرونده حمله به کوی دانشگاه، پرونده‌های مربوط به عملکرد مطبوعات،

موضوع رابطه با آمریکا و انتخابات ششمین دوره مجلس شورای اسلامی به عنوان اخبار مهم مورد توجه افکار عمومی بود و از طریق روزنامه‌ها انعکاس می‌یافت. روزنامه‌ها نیز به نسبت تصویری که از اهمیت و ارزشی که این مسائلی داشتند و براساس گرایش‌های فکری و سیاسی خود به انعکاس مطالب مربوط به پرونده‌های حساس ملی می‌پرداختند. با توجه به این که مطبوعات یک آفریده فکری به حساب می‌آیند و شیوه‌های برجسته‌سازی برخی موضوع‌ها و رویدادها و نوع جهت‌گیری و نشانگاه تیترهای روزنامه‌ها - در صفحه اول که به مثابه ویتترین روزنامه است - نشانگر اندیشه، باور و تفکر گردانندگان روزنامه‌هاست، لذا بررسی و تحلیل محتوای تیترهای صفحه اول روزنامه‌های دولتی، روزنامه‌های منتسب به جناح‌های فکری - سیاسی و روزنامه‌های جدید که پس از تاریخ دوم خرداد ۷۶ انتشار یافتند، ما را با تفاوت‌ها و شباهت‌های آنان آشنا می‌کند. ضرورت چنین تحقیقی از آن روست که در مقطع پس از دوم خرداد ۷۶، حتی یک بررسی درباره شیوه‌های برجسته‌سازی تیترهای صفحه اول روزنامه‌ها صورت نگرفته است به همین منظور در تحقیق حاضر با استفاده از شیوه «تحلیل محتوا» و با روش نمونه‌گیری، تیترهای نیم صفحه اول روزنامه‌های ابرار، رسالت، صبح‌امروز، عصرآزادگان، کیهان و همشهری طی شش ماهه دوم سال ۱۳۷۸ مورد بررسی قرار گرفت. به عبارتی از هر روزنامه ۲۳ شماره و در مجموع ۱۳۸ شماره روزنامه و ۱۱۴۷ عنوان تیتر از لحاظ محتوا بررسی شد. مقطع شش ماهه دوم سال ۱۳۷۸ بدین علت انتخاب شد که از این دوره به عنوان اوج فعالیت مطبوعات قبل از توقیف فله‌ای در بهار ۱۳۷۹، یاد می‌شود و بی‌تردید، تحلیل محتوای تیتر روزنامه‌ها قبل از توقیف، مدرکی مستند و علمی از عملکرد آنها ارائه خواهد داد.

نمایندگان مردم: کوتاه نمی آیم - تیترا
 همچنین بلندترین تیترا با ۱۹ کلمه به
 روزنامه همشهری اختصاص دارد که
 عنوان آن به شرح زیر است:

در دیدار اعضای هیأت علمی کنگره
 امام خمینی با حضرت آیت الله خامنه‌ای
 عنوان شد - روتیترا

رهبر معظم انقلاب: هنوز در اول راه
 قرار داریم، کارهای فراوان، گام‌های بلند و
 اقدامات عظیمی در انتظار ماست - تیترا

همچنین بیش از ۳ تیتراهای صفحه
 اول روزنامه‌ها غیراستنباطی و رویدادگرا
 و حدود ۱ تیترا استنباطی، تحلیلی و
 موضوع‌گرا بوده است که در این زمینه
 تفاوت زیادی میان روزنامه‌های مورد
 بررسی وجود ندارد.

امور سیاسی داخلی، اولویت نخست
 روزنامه‌ها

یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که
 اولویت محتوای تیتراهای صفحه اول
 روزنامه‌ها به ترتیب بر امور سیاسی
 داخلی (۴۶/۱ درصد)، روابط خارجی
 (۱۰/۷ درصد) و امور اقتصادی (۹/۳
 درصد) متمرکز بوده است که این سه
 محتوا جمعاً ۶۶ درصد از تیتراهای
 روزنامه‌ها را پوشش می‌دهد. هر چند
 تفاوت چشمگیری میان اولویت نخست
 محتوای تیتراهای صفحه اول روزنامه‌ها
 (امور سیاسی داخلی) وجود ندارد اما
 اولویت‌های دوم و سوم محتوای تیترا
 روزنامه‌ها، آنها را از یکدیگر متمایز
 می‌کند. در حالی که روزنامه کیهان، بحث
 در مورد امور اقتصادی و روابط خارجی را
 در اولویت‌های دوم و سوم خود قرار داده
 است، روزنامه صبح/امروز، به ترتیب بر
 امور قضایی و حقوق بشر در اولویت‌های
 دوم و سوم تمرکز کرده است. آزمون
 مجذور خی $X^2 = 365/41$ با درجه آزادی
 $df = 70$ در سطح اطمینان ۹۹ درصد نیز
 نشان می‌دهد که بین دو متغیر محتوای
 تیترا و نام روزنامه‌ها ارتباط معنی‌داری
 وجود دارد. (جدول شماره ۱)



تعداد کلمات به کار رفته در ۱۱۴۷
 عنوان تیترا مورد بررسی نیز ۹۶۷۳ کلمه
 بوده است که از این تعداد کلمه، ۱۳۳
 عنوان تیترا ۹ کلمه‌ای و دو عنوان تیترا ۱۹
 کلمه‌ای بوده است. در عین حال براساس
 میانگین تعداد کلمات $Me = 8$ می‌توان
 گفت که به طور متوسط تعداد کلمات به
 کار رفته در تیتراهای صفحه اول
 روزنامه‌های مورد بررسی، هشت کلمه
 بوده است. در میان تیتراهای اول،
 کوتاه‌ترین تیترا مربوط به روزنامه
 صبح/امروز و بلندترین تیترا مربوط به
 روزنامه همشهری بوده است که عناوین
 آنها به شرح زیر است:

اعتراض گسترده به پیشنهاد یک
 مرحله‌ای شدن انتخابات - روتیترا

نتایج تحقیق
 براساس یافته‌های این تحقیق، از
 ۱۱۴۷ عنوان تیترا صفحه اول روزنامه‌های
 مورد بررسی، بیشترین فراوانی تیترا با
 ۲۵۰ عنوان (۲۱/۸ درصد) به روزنامه
 کیهان و کمترین فراوانی تیترا با ۱۲۴ عنوان
 (۱۰/۸ درصد) به روزنامه صبح/امروز
 اختصاص دارد. به عبارت دیگر روزنامه
 کیهان، روزنامه‌ای است که می‌کوشد در
 صفحه اول خود تیتراهای بیشتری را از
 مطالب خود انعکاس دهد و در عین حال
 روزنامه صبح/امروز درصدد است تا با
 انعکاس کمتر تیتراهای مطالب خود در
 صفحه اول، جای بیشتری را به تیترا اول و
 دوم خود اختصاص دهد.

جدول شماره (۱) توزیع فراوانی تیترهای مورد بررسی برحسب محتوای تیتر به تفکیک روزنامه‌ها

رتبه	سایر	آموزنده‌یی	آموزتوسه	هنر، فرهنگ	دردشی	حقوق بشر	انرژی، محیط زیست	امور قضایی و جرم‌ها	حوادث و اتفاقات	آموز آموزشی	علوم پزشکی، بهداشت	امور اقتصادی، تجاری، کارگری	امور داخلی - سیاسی	روابط خارجی - سیاسی	نظامی، جنگ، دفاع	محتوای تیتر	
																فراوانی	روزنامه‌ها
۱	۹	۰	۰	۳۱	۱۳	۲	۲	۳	۱	۶	۷	۲۱	۹۴	۱۸	۳	فراوانی	ابرار
	۲۱۰	۱۴/۸	۰	۳۷/۳	۵۹/۱	۶/۵	۶/۱	۵/۷	۱۰	۱۵	۶۳/۶	۱۹/۶	٪۱۷/۸	٪۱۴/۶	۱۷/۶	درصدستون	
	٪۱۸/۳	٪۴/۳		٪۱۲/۸	٪۶/۲	٪۱	٪۱	٪۱/۲	٪۱/۵	٪۲/۹	٪۳/۳	٪۱۰	٪۲۲/۸	٪۸/۶	٪۱/۲	درصدسطر	
۲	۳	۴	۱	۸	۴	۶	۱	۵	۰	۰	۱	۲۲	۹۳	۲۷	۰	فراوانی	رسالت
	۱۷۵	٪۲/۹	٪۲۱/۱	٪۱۲/۵	٪۹/۶	٪۱۸/۲	٪۱۱/۲	٪۳	٪۹/۲	۰	٪۸/۱	٪۲۰/۶	٪۱۷/۶	٪۲۲	۰	درصدستون	
	٪۱۵/۳	٪۱/۷	٪۲/۳	٪۰/۶	٪۲/۶	٪۲/۳	٪۳/۴	٪۱/۶	٪۲/۹		٪۰/۶	٪۱۲/۶	٪۵۲/۱	٪۱۵/۲		درصدسطر	
۳	۵	۱	۰	۰	۰	۱۰	۰	۱۳	۳	۱	۳	۷۳	۹	۶	۶	فراوانی	صبح امروز
	۱۲۴	٪۸/۲	٪۵/۳	۰	۰	٪۳۲/۳	۰	٪۲۴/۵	٪۳۰	۰	٪۹/۱	٪۲/۸	٪۱۲/۸	٪۷/۳	٪۲۵/۳	درصدستون	
	٪۱۰/۸	٪۴	٪۰/۸			٪۸/۱		٪۱۰/۵	٪۲/۴		٪۰/۸	٪۲/۴	٪۵۸/۹	٪۷/۳	٪۴/۸	درصدسطر	
۴	۷	۱	۰	۱۲	۰	۷	۳	۱۱	۱	۰	۰	۲	۹۷	۲۴	۳	فراوانی	عصر آزادگان
	۱۶۸	٪۱۱/۵	٪۵/۳	٪۱۴/۵	۰	٪۲۲/۶	٪۹/۱	٪۲۰/۸	۱۰	۰	۰	٪۱/۹	٪۱۸/۲	٪۱۹/۵	٪۱۷/۶	درصدستون	
	٪۱۴/۶	٪۲/۲	٪۰/۶	٪۷/۱		٪۴/۲	٪۱/۸	٪۶/۵	٪۰/۶			٪۱/۲	٪۵۷/۷	٪۱۴/۳	٪۱/۸	درصدسطر	
۵	۱۱	۵	۴	۳	۰	۱	۵	۱۴	۳	۱۵	۱	۲۸	۱۰۸	۳۷	۵	فراوانی	کیهان
	۲۵۰	٪۱۸	٪۲۶/۳	٪۵۰	٪۳/۶	۰	٪۳/۲	٪۱۵/۷	٪۲۶/۲	٪۳۰	٪۳۷/۵	٪۹/۱	٪۳۵/۵	٪۲۰/۳	٪۳۰/۱	درصدستون	
	٪۲۱/۸	٪۴/۴	٪۲	٪۱/۶	٪۱/۲	٪۰/۴	٪۲	٪۵/۶	٪۱/۲	٪۶	٪۰/۴	٪۱۵/۲	٪۲۳/۶	٪۱۴/۸	٪۲	درصدسطر	
۶	۲۶	۸	۳	۲۹	۵	۵	۲۲	۷	۲	۱۹	۱	۲۱	۶۴	۸	۰	فراوانی	همشهری
	۲۲۰	٪۲۲/۶	٪۲۲/۱	٪۳۷/۵	٪۲۲/۹	٪۱۶/۱	٪۶۶/۷۷	٪۱۲/۲	٪۲۰	٪۲۷/۵	٪۹/۱	٪۱۹/۶	٪۱۲/۱	٪۶/۵	۰	درصدستون	
	٪۱۹/۲	٪۱۱/۸	٪۳/۶	٪۱/۴	٪۱۳/۲	٪۲/۳	٪۱۰	٪۳/۲	٪۰/۹	٪۸/۶	٪۰/۵	٪۹/۵	٪۲۹/۱	٪۳/۶		درصدسطر	
۷	۶۱	۱۹	۸	۸۳	۲۲	۳۱	۳۳	۵۳	۱۰	۴۰	۱۱	۱۰۷	۵۲۹	۱۲۳	۱۷	فراوانی	جمع
	۱۱۴۷	٪۵/۳	٪۱/۷	٪۷/۲	٪۱/۹	٪۲/۷	٪۲/۹	٪۴/۶	٪۰/۹	٪۳/۵	٪۱	٪۹/۳	٪۴۶/۱	٪۱۰/۷	٪۱/۵	درصد	

$$\chi^2 = ۳۶۵/۴۱$$

$$df = ۷۰$$

$$p < ٪۱$$

ارزش‌های خبری؛ رویارویی «برخورد» و

«شهرت»

در ماهیت هر رویداد، «ارزش‌های خبری» نهفته است. ارزشی که هر رویداد واقعی در ماهیت خود دارد، عینی، ثابت و تغییرناپذیر است. در حالی که آنچه به عنوان خبر و در نهایت به عنوان تیتر در روزنامه‌ها چاپ می‌شود، حاصل تأثیر عوامل گوناگونی از جمله نگرش و تفکر دست‌اندرکاران روزنامه‌هاست که واقعیت

■ در عصر انفجار اطلاعات، مخاطبان رسانه‌های جمعی در اقیانوسی متراکم از اخبار گوناگون شناورند.

■ مطبوعات ایران در عمر بیش از یک‌ونیم قرن خود، هیچ‌گاه فرصت نیافتند تا تأثیرگذاری بر ذهن و اندیشه مخاطبان را در عرصه‌های مختلف به‌طور جدی بیازمایند، چرا که در هر دوره با محدودیت‌های خاصی روبه‌رو بوده‌اند.

را به صورت واقعیت نسبی نشان می‌دهد. همچنین ارزش و اهمیت ابعاد رویداد - از دید گردانندگان روزنامه‌ها - با نمایاندن یک ارزش خبری در تیتراژ آشکار می‌شود. در این راستا، نتایج تحقیق حاضر نشان

عصرآزادگان ارزش خبری «شهرت» را در اولویت نخست ارزش‌های خبری تیترهای صفحه اول خود قرار داده‌اند. در این میان، روزنامه همشهری تنها روزنامه‌ای است که اولویت نخست ارزش‌های خبری تیترهای

جهت‌گیری تیترها براساس یافته‌های مندرج در جدول شماره (۳)، ۵۵/۲ درصد از تیترهای صفحه اول روزنامه‌ها، حاوی نگرش خنثی یا بی‌طرفانه، ۲۵/۸ درصد حاوی

جدول شماره (۲) توزیع فراوانی تیترهای مورد بررسی برحسب ارزش‌های خبری به تفکیک روزنامه‌ها

روزنامه‌ها	ارزش‌های خبری		برخورد	شهرت	عجیب و استننا	درب‌گیری	فراوانی تعداد و مقدار	برخورد + درب‌گیری	بیش‌از دو ارزش خبری	شهرت + درب‌گیری	شهرت + برخورد	بدون ارزش خبری	جمع
	فراوانی	درصدستون											
ایران	فراوانی	درصدستون	۴۷	۶۰	۱	۴۷	۴	۲۵	۱	۱۶	۹	۲۱۰	
	درصدستون	درصدسطر	%۱۸/۷	%۲۵/۶	%۳۳/۳	%۱۷/۴	%۱۱/۱	%۲۶/۲	%۲/۷	%۱۱/۹	%۱۰/۸	%۱۸/۳	
رسالت	فراوانی	درصدستون	۶۸	۱۵	۰	۳۴	۶	۶	۳	۱۷	۲۱	۱۷۵	
	درصدستون	درصدسطر	%۲۷/۱	%۶/۴	%۰/۰	%۱۲/۶	%۱۶/۷	%۸/۷	%۸/۱	%۱۲/۶	%۱۲/۳	%۱۵/۳	
صبح امروز	فراوانی	درصدستون	۲۷	۳۶	۱	۱۳	۶	۷	۷	۲۵	۰	۱۲۴	
	درصدستون	درصدسطر	%۱۰/۸	%۱۵/۴	%۳۳/۳	%۴/۸	%۱۶/۷	%۱۸/۹	%۱۰/۱	%۱۵/۸	%۰/۰	%۱۰/۸	
عصر آزادگان	فراوانی	درصدستون	۲۳	۴۱	۰	۲۳	۸	۱۴	۱۴	۳۱	۱۱	۱۶۸	
	درصدستون	درصدسطر	%۹/۲	%۱۷/۵	%۰/۰	%۸/۵	%۲۲/۲	%۲۷/۸	%۲۰/۳	%۲۳	%۱۳/۳	%۱۴/۶	
کیهان	فراوانی	درصدستون	۶۷	۴۱	۱	۶۵	۵	۱۰	۳	۲۹	۵	۲۵۰	
	درصدستون	درصدسطر	%۲۶/۷	%۱۷/۵	%۳۳/۳	%۲۴/۱	%۱۳/۹	%۸/۱	%۱۴/۵	%۲۸/۹	%۲۸/۹	%۲۱/۸	
همشهری	فراوانی	درصدستون	۱۹	۴۱	۰	۸۸	۷	۷	۷	۷	۳۷	۲۲۰	
	درصدستون	درصدسطر	%۷/۶	%۱۷/۵	%۰/۰	%۳۲/۶	%۱۹/۴	%۱۰/۱	%۲۴/۳	%۵/۲	%۴۴/۶	%۱۹/۲	
جمع	فراوانی	درصد	۲۵۱	۲۳۴	۳	۲۷۰	۲۹	۶۹	۳۷	۱۳۵	۸۳	۱۱۴۷	
			%۲۱/۹	%۲۰/۴	%۰/۳	%۲۳/۵	%۳۱/۱	%۶	%۲/۲	%۱۱/۸	%۷/۲	۱۰۰	

$$\chi^2 = 277/29$$

$$df = 45$$

$$p < 1\%$$

می‌دهد که تیترهای صفحه اول روزنامه‌های مورد بررسی به ترتیب حاوی ارزش خبری درب‌گیری (۲۳/۵ درصد)، برخورد (۲۱/۹ درصد) و شهرت (۲۰/۴ درصد) بوده است.

در حالی که ارزش خبری «برخورد» اولویت نخست ارزش‌های خبری تیترهای صفحه اول روزنامه‌های کیهان و رسالت بوده است، دو روزنامه صبح‌امروز و

صفحه اول خود را به ارزش خبری «درب‌گیری» اختصاص داده است. به بیان دیگر می‌توان چنین نتیجه گرفت که تیترهای مهم و با ارزش خبری از نظر کیهان و رسالت تیترهایی حاوی «برخورد»، از نظر صبح‌امروز و عصرآزادگان، تیترهای حاوی «شهرت» و از نظری همشهری تیترهای حاوی «درب‌گیری» بوده است. (جدول شماره ۲)

نگرش منفی و ۱۵/۴ درصد حاوی نگرش مثبت نسبت به یک موضوع یا رویداد بوده است. به طوری که بیشترین تیترها با نگرش خنثی در روزنامه همشهری، بیشترین تیترها با نگرش منفی در روزنامه کیهان، بیشترین تیترها با نگرش مثبت در روزنامه عصرآزادگان و بیشترین تیترها با نگرش دو پهلو در روزنامه صبح‌امروز بوده است.

جدول شماره (۳) توزیع فراوانی تیترهای مورد بررسی
برحسب نگرش تیر به تفکیک روزنامه‌ها

روزنامه‌ها	نگرش تیر					جمع	
	فراوانی	درصدستون	درصدسطر	مثبت	منفی		خنثی
ایران	فراوانی	۱۸	۱۰/۲٪	۱۸/۶٪	۴۶	۱۴۵	۱
	درصدستون	۱۸	۱۰/۲٪	۱۸/۶٪	۴۶	۱۴۵	۱
رسالت	فراوانی	۳۴	۱۹/۲٪	۳۴/۶٪	۶۴	۷۲	۵
	درصدستون	۳۴	۱۹/۲٪	۳۴/۶٪	۶۴	۷۲	۵
صبح امروز	فراوانی	۲۰	۱۱/۳٪	۲۰/۹٪	۴۲	۵۰	۱۲
	درصدستون	۲۰	۱۱/۳٪	۲۰/۹٪	۴۲	۵۰	۱۲
عصر آزادگان	فراوانی	۴۱	۲۲/۲٪	۴۱/۴٪	۵۲	۶۵	۱۰
	درصدستون	۴۱	۲۲/۲٪	۴۱/۴٪	۵۲	۶۵	۱۰
کیهان	فراوانی	۳۱	۱۷/۵٪	۳۱/۴٪	۷۵	۱۲۴	۱۰
	درصدستون	۳۱	۱۷/۵٪	۳۱/۴٪	۷۵	۱۲۴	۱۰
همشهری	فراوانی	۳۳	۱۸/۶٪	۳۳/۷٪	۱۷	۱۶۷	۳
	درصدستون	۳۳	۱۸/۶٪	۳۳/۷٪	۱۷	۱۶۷	۳
جمع	فراوانی	۱۷۷	۱۵/۴٪	۱۷۷/۸٪	۲۹۶	۶۳۳	۴۱
درصد	۱۷۷	۱۵/۴٪	۱۷۷/۸٪	۲۹۶	۶۳۳	۴۱	۱۱۴۷

$\chi^2 = 130.70$ $df = 15$ $p < .1$

قوه مجریه - نشانگاه نخست روزنامه‌ها
از میان نشانگاه‌های مختلف تیترهای
روزنامه‌ها که حاوی نگرش مثبت یا منفی
نسبت به آنها بوده است، قوه مجریه و
مجموعه دولت، اولویت نخست، احزاب
و شخصیت‌های منتسب به جناح چپ،
اولویت دوم و دولت آمریکا اولویت سوم
نشانگاه تیترهای صفحه اول روزنامه‌ها
بوده است.

روزنامه رسالت بیش از دیگر
روزنامه‌ها، قوه مجریه را نشانگاه قرار داده
است. همچنین روزنامه ابرار، احزاب و
شخصیت‌های منتسب به جناح چپ و
روزنامه کیهان، آمریکا را بیش از دیگر
روزنامه‌ها نشانگاه قرار داده‌اند. همچنین
در حالی که مطبوعات نشانگاه رده‌های
آخر روزنامه‌ها بوده است اما روزنامه
کیهان، عملکرد مطبوعات را در اولویت
سوم نشانگاه تیترهای صفحه اول خود
قرار داده است. همچنین روزنامه‌های
عصر آزادگان و صبح امروز بیش از سایر
روزنامه‌ها شورای نگهبان، قوه قضاییه و
قوه مقننه را مورد نشانگاه قرار داده‌اند. این
در حالی است که در روزنامه‌های ابرار و
کیهان، نشانگاه هیچ تیتری از قوه قضاییه

جدول شماره (۴) توزیع فراوانی تیترهای مورد بررسی برحسب نشانگاه تیر به تفکیک روزنامه‌ها

روزنامه‌ها	نگرش تیر	دهری	شورای نگهبان	قوه مقننه	قوه قضاییه - قوه مجریه	احزاب و شخصیت‌های			احزاب و شخصیت‌های			جمع
						منتسب به کارگزاران	منتسب به جناح راست	منتسب به جناح چپ	منتسب به اپوزیسیون	مطبوعات	امریکا	
ایران	فراوانی	۱	۳	۱	۱۸	۶	۲۱	۱	۱	۱	۱	۲۱۰
	درصدستون	۱/۷٪	۱۴/۳٪	۶/۲٪	۲۰/۹٪	۲۶/۱٪	۲۷/۶٪	۱۱/۱٪	۱۱/۱٪	۳/۶٪	۸/۱٪	۲۱/۴٪
رسالت	فراوانی	۱	۳	۲	۲۴	۲	۱۹	۷	۱	۲	۲	۱۷۵
	درصدستون	۱/۷٪	۱۴/۳٪	۱۱/۲٪	۲۷/۹٪	۱۷/۴٪	۲۵/۱٪	۴/۲٪	۱۱/۱٪	۲/۴٪	۲/۴٪	۲۱/۴٪
صبح امروز	فراوانی	۱	۳	۲	۱۰	۴	۷	۶	۱	۲	۲	۱۲۲
	درصدستون	۱/۷٪	۱۴/۳٪	۱۱/۲٪	۸/۱٪	۱۷/۴٪	۹/۲٪	۵/۶٪	۱/۱٪	۲/۴٪	۲/۴٪	۱۲/۲٪
عصر آزادگان	فراوانی	۱	۳	۲	۱۱	۶	۱۱	۳	۲	۲	۲	۱۶۸
	درصدستون	۱/۷٪	۱۴/۳٪	۱۱/۲٪	۱۲/۸٪	۱۶/۱٪	۱۴/۵٪	۱۷/۶٪	۲/۲٪	۲/۴٪	۲/۴٪	۱۶/۸٪
کیهان	فراوانی	۱	۳	۲	۱۳	۰	۱۵	۰	۴	۲	۲	۲۵۰
	درصدستون	۱/۷٪	۱۴/۳٪	۸/۱٪	۱۵/۱٪	۰	۱۹/۷٪	۶٪	۱/۱٪	۲/۴٪	۲/۴٪	۲۵/۰٪
همشهری	فراوانی	۱	۳	۲	۷	۳	۳	۱	۱	۲	۲	۲۲۰
	درصدستون	۱/۷٪	۱۴/۳٪	۱۱/۲٪	۱۱/۶٪	۱۳٪	۴/۹٪	۵/۱٪	۱/۱٪	۲/۴٪	۲/۴٪	۲۲/۰٪
جمع	فراوانی	۶	۲۸	۱۶	۸۶	۲۲	۷۶	۱۷	۹	۱۸	۹	۱۱۴۷
درصد	۶/۵٪	۲۴/۴٪	۱۴/۴٪	۲۷/۵٪	۳۷/۵٪	۱۹/۵٪	۶۶/۶٪	۱۵/۵٪	۸/۸٪	۱۶/۴٪	۱۶/۴٪	۱۰۰

$\chi^2 = 178.54$ $df = 60$ $p < .1$

■ پس از رویداد «دوم خرداد ۱۳۷۶» که به اعتقاد بسیاری از کارشناسان ارتباطات، یک نقطه عطف به یادماندنی از منظر تأثیرگذاری مطبوعات بر افکار عمومی به حساب می‌آید، جامعه ایران با ظهور مطبوعات مستقل و جدید مواجه شد و تعدد و تکثر روزنامه‌ها، تیراژ مطبوعات ایران را به طرز چشمگیری افزایش داد.

نبوده است. در روزنامه کیهان همچنین نشانگاه هیچ تیتري حزب کارگزاران سازندگی و شخصیت‌های منتسب به آن و جناح راست نبوده است. (جدول شماره ۴)

با محاسبه ضریب همبستگی بین دو متغیر نشانگاه و نگرش تیتري به میزان $C=0/44$ در سطح اطمینان ۹۹ درصد روشن می‌شود که میان نشانگاه و نگرش تیتريهای صفحه اول روزنامه‌ها، همبستگی بالایی وجود دارد. به عبارت دیگر، بیشترین نگرش‌های منفی و مثبت مربوط به قوه مجریه است و تلاش روزنامه‌ها بر ایجاد نگرش مثبت یا نگرش منفی نسبت به دولت متمرکز بوده است. در عین حال میزان نگرش‌های منفی نسبت به دولت به مقدار قابل ملاحظه‌ای بیشتر از نگرش‌های مثبت به دولت بوده است. همچنین نگرش‌های منفی نسبت به احزاب و شخصیت‌های منتسب به جناح چپ، آمریکا، قوه قضاییه و مطبوعات دوم خردادی به مقدار قابل توجه‌ای بیشتر از نگرش‌های مثبت نسبت به این موارد بوده است. (جدول شماره ۵)

رویکرد روزنامه‌ها به پرونده‌های ملی ۷۸ در میان مسائل روز جامعه در مقطع مورد بررسی انتخابات ششمین دوره مجلس شورای اسلامی به عنوان مهم‌ترین موضوع در اولویت نخست و عملکرد مطبوعات و موضوع رابطه با آمریکا در اولویت‌های دوم و سوم تیتريهای صفحه اول روزنامه‌ها بوده است.

از کل تیتريهای مورد بررسی ۲۱۶ عنوان تیتري (۱۸/۸ درصد از کل تیتريها) درباره انتخابات ششمین دوره مجلس شورای اسلامی بوده است. به طوری که بیشترین آن در روزنامه عصرآزادگان با ۵۱ عنوان (۲۳/۶ درصد) و کمترین آن در روزنامه همشهری، با ۲۷ عنوان (۱۲/۵ درصد) بوده است.

همچنین از کل ۹۵ عنوان تیتري (۸/۳

جدول شماره (۵) توزیع فراوانی نگرش تیتريهای مورد بررسی برحسب نشانگاه تیتري

نشانگاه تیتري	نگرش تیتري				
	مثبت	منفی	خنثی	دو پهلو	جمع
رهبری	فراوانی درصدستون درصدسطر	۶ ٪۳/۴ ٪۱۰۰	.	.	۶ ٪۰/۵
شورای نگهبان	فراوانی درصدستون درصدسطر	۱۳ ٪۷/۲ ٪۴۶/۴	۱۰ ٪۳/۴ ٪۳۵/۷	.	۲۸ ٪۲/۴
قوه مقننه	فراوانی درصدستون درصدسطر	۶ ٪۳/۴ ٪۳۷/۵	۸ ٪۲/۷ ٪۵۰	.	۱۴ ٪۱/۴
قوه قضاییه	فراوانی درصدستون درصدسطر	۲ ٪۱/۱ ٪۶/۱	۲۸ ٪۹/۵ ٪۸۴/۸	.	۳۰ ٪۲/۹
قوه مجریه	فراوانی درصدستون درصدسطر	۲۶ ٪۱۴/۷ ٪۳۰/۲	۵۵ ٪۱۸/۶ ٪۶۴	۲ ٪۰/۳ ٪۲/۲	۸۳ ٪۷/۵
احزاب و شخصیت‌های منتسب به حزب کارگزاران	فراوانی درصدستون درصدسطر	۱۳ ٪۷/۲ ٪۵۶/۵	۵ ٪۱/۷ ٪۲۱/۷	.	۱۸ ٪۲
احزاب و شخصیت‌های منتسب به جناح راست	فراوانی درصدستون درصدسطر	۷ ٪۴ ٪۴۱/۲	۸ ٪۲/۷ ٪۴۷/۱	.	۱۵ ٪۱/۵
احزاب و شخصیت‌های منتسب به جناح چپ	فراوانی درصدستون درصدسطر	۱۷ ٪۹/۶ ٪۲۲/۴	۵۴ ٪۱۸/۲ ٪۷۱/۱	۱ ٪۰/۲ ٪۱/۳	۷۲ ٪۶/۶
احزاب و شخصیت‌های منتسب به اپوزیسیون	فراوانی درصدستون درصدسطر	۲ ٪۱/۱ ٪۲۲/۲	۷ ٪۲/۴ ٪۲۷/۸	.	۹ ٪۰/۸
مطبوعات	فراوانی درصدستون درصدسطر	۶ ٪۳/۴ ٪۲۱/۴	۲۰ ٪۱۸/۲ ٪۷۱/۴	.	۲۶ ٪۲/۴
آمریکا	فراوانی درصدستون درصدسطر	۶ ٪۳/۴ ٪۹/۷	۵۴ ٪۱۸/۲ ٪۸۷/۱	.	۶۰ ٪۵/۴
سایر	فراوانی درصدستون درصدسطر	۷۳ ٪۴۱/۲ ٪۵۶/۱	۴۷ ٪۱۵/۹ ٪۳۶/۱	.	۱۲۰ ٪۱۱/۳
فاقد نشانگاه	فراوانی درصدستون درصدسطر	.	۶۳۰ ٪۹۹/۵ ٪۱۰۰	.	۶۳۰ ٪۵۵/۲
جمع	فراوانی درصد	۱۷۷ ٪۱۵/۴	۲۹۶ ٪۲۵/۸	۶۳۲ ٪۵۵/۲	۱۱۴۷ ٪۱۰۰

$$\chi^2=666/89$$

$$df=30$$

$$p<1\%$$

$$C=0/44$$

روزنامه‌ها، حاوی بیشترین تیتراها با نگرش مثبت در صفحه اول خود بوده است.

سخن آخر
بسیار گفته‌اند که روزنامه‌نگاری حرفه‌ای مقدس است زیرا در شرایطی که مقام‌های حکومتی، اقتصادی و یا سایر قدرت‌ها، برای پنهان ساختن یا تحریف جدول شماره (۶) توزیع فراوانی تیتراهای مورد بررسی برحسب مسایل

زنجیره‌ای در صفحه اول روزنامه‌ها کم‌ترین توجه را در انعکاس تیتراهای مربوط به مطالب این پرونده در صفحه اول خود داشته است.

روزنامه صبح/امروز نیز با اختصاص ۲۶/۷ درصد از کل تیتراهای مربوط به پرونده حمله به کوی دانشگاه، رتبه نخست را در توجه بیشتر به این پرونده داشته است. (جدول شماره ۶)

درصد) درباره پرونده‌های مطبوعات، روزنامه عصرآزادگان با ۲۶ عنوان (۲۷/۶ درصد) بیشترین توجه و روزنامه ابرار با شش عنوان (۶/۳ درصد) کمترین توجه را در انعکاس اخبار و مطالب مربوط به پرونده‌های مطبوعات داشته است.

نتایج این تحقیق همچنین نشان می‌دهد که از کل ۳۷ عنوان تیترا (۳/۲ درصد) درباره موضوع رابطه با آمریکا،

روز جامعه به تفکیک روزنامه‌ها

جمع	سایر	موضوع رابطه با امریکا	انتخابات ششمین دوره مجلس	مطبوعات	پرونده حمله به کوی دانشگاه	پرونده قتل‌های زنجیره‌ای	مسایل روزنامه در مقطع مورد بررسی	
							روزنامه‌ها	فراوانی
۲۱۰	۱۵۵	۵	۲۷	۶	۲	۵	فراوانی	ابرار
%۱۸/۳	%۲۰/۵	%۱۲/۵	%۱۷/۱	%۶/۳	%۱۳/۳	%۱۷/۲	درصدستون	
	%۷۳/۸	%۲/۴	%۱۷/۶	%۲/۹	%۱	%۲/۴	درصدسطر	
۱۷۵	۱۱۸	۷	۳۵	۱۰	۲	۳	فراوانی	رسالت
%۱۵/۳	%۱۵/۶	%۱۸/۹	%۱۶/۲	%۱۰/۵	%۱۳/۳	%۱۰/۳	درصدستون	
	%۶۷/۴	%۴	%۲۰	%۵/۷	%۱/۱	%۱/۷	درصدسطر	
۱۲۴	۵۳	۴	۲۸	۱۹	۴	۶	فراوانی	صبح امروز
%۱۰/۸	%۷	%۱۰/۸	%۱۷/۶	%۲۰	%۲۶/۷	%۲۰/۷	درصدستون	
	%۴۲/۷	%۳/۲	%۳۰/۶	%۱۵/۳	%۳/۲	%۴/۸	درصدسطر	
۱۶۸	۷۳	۸	۵۱	۲۶	۲	۸	فراوانی	عصر آزادگان
%۱۴/۶	%۹/۷	%۲۱/۶	%۲۳/۶	%۲۷/۴	%۱۳/۳	%۲۷/۶	درصدستون	
	%۴۳/۵	%۴/۸	%۳۰/۴	%۱۵/۵	%۱/۲	%۴/۸	درصدسطر	
۲۵۰	۱۷۶	۱۲	۲۸	۲۵	۳	۶	فراوانی	کیهان
%۲۱/۸	%۲۳/۳	%۳۲/۴	%۱۳	%۲۶/۳	%۲۰	%۲۰/۷	درصدستون	
	%۷۰/۴	%۴/۸	%۱۱/۲	%۱۰	%۱/۲	%۲/۴	درصدسطر	
۲۲۰	۱۸۰	۱	۲۷	۹	۲	۱	فراوانی	همشهری
%۱۹/۲	%۲۳/۸	%۲/۷	%۱۲/۵	%۹/۵	%۱۳/۳	%۳/۴	درصدستون	
	%۸۱/۸	%۰/۵	%۱۲/۳	%۴/۱	%۰/۹	%۰/۵	درصدسطر	
۱۱۴۷	۷۵۵	۳۷	۲۱۶	۹۵	۱۵	۲۹	فراوانی	جمع
%۱۰۰	%۶۵/۸	%۳/۲	%۱۸/۸	%۸/۳	%۱/۳	%۲/۵	درصد	

$\chi^2=124/05$

$df=25$ $p < 1\%$

اطلاعات مورد توجه افکار عمومی تلاش می‌کنند، روزنامه‌نگاری می‌تواند به عنوان یک «ضد قدرت» مؤثر باشد. حال این پرسش مطرح است که در شرایط کنونی جامعه ایران که طول عمر یک روزنامه حتی ممکن است به انتشار نخستین شماره‌اش هم نکشد، روزنامه‌نگاری می‌تواند به عنوان یک ضد قدرت عمل کند؟ □

پی‌نویس:

محمد، مهدیزاده‌طالشی، ساخت و محتوای تیتراهای اول کیهان لندن، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، پیز ۱۳۷۷.

به‌طور کلی می‌توان چنین نتیجه گرفت که در میان روزنامه‌ها، تیتراهای روزنامه همشهری، به عنوان یک روزنامه دولتی، حاوی نگرش خنثی و بی‌طرفانه، دارای ارزش خبری دربرگیری و در عین حال کم‌توجه‌ترین روزنامه در انعکاس مطالب مربوط به پرونده قتل‌های زنجیره‌ای در صفحه اول خود بوده است. در عین حال روزنامه کیهان به عنوان دیگر روزنامه عمومی، حاوی بیشترین نگرش‌های منفی بوده است. همچنین روزنامه کیهان شباهت زیادی با روزنامه رسالت در انعکاس تیترا با ارزش‌های خبری دارد. روزنامه عصرآزادگان نیز در میان دیگر

بیشترین آن در روزنامه کیهان با ۱۲ عنوان (۳۲/۴ درصد) و کمترین آن در روزنامه همشهری با یک عنوان (۲/۷ درصد) بوده است.

در مورد پرونده قتل‌های زنجیره‌ای که به عنوان پرونده ملی در جامعه مطرح بوده است، روزنامه عصرآزادگان با اختصاص ۲۷/۶ درصد از کل مطالب به پرونده قتل‌های زنجیره‌ای بیشترین توجه را در انعکاس اخبار و مطالب مربوط به آن در صفحه اول خود داشته است.

این در حالی است که روزنامه همشهری با اختصاص ۰/۵ درصد از کل تیتراهای مربوط به پرونده قتل‌های