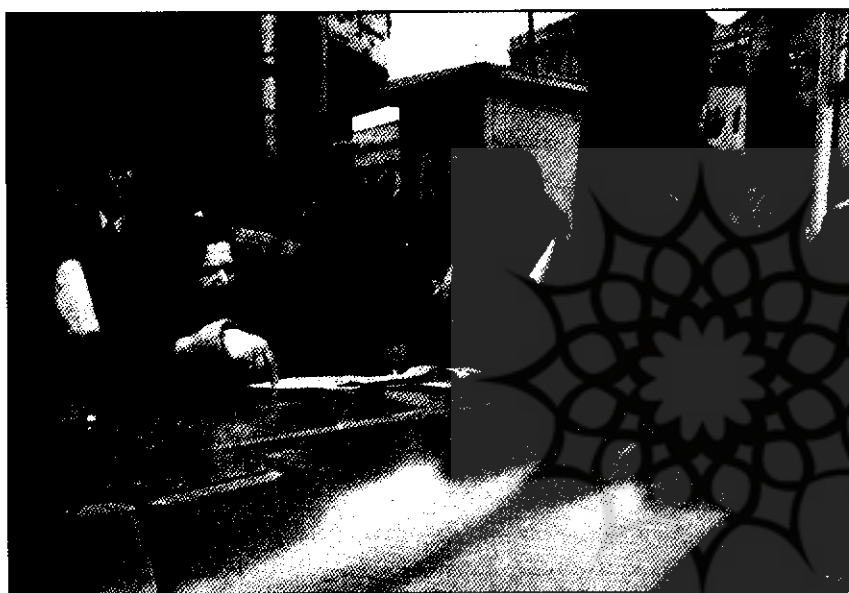


روزنامه‌نگاری و پژوهش‌های ارتباطی قابل اهمیت است، بلکه از جنبه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی نیز قابل ملاحظه می‌باشد.

«جرج گربنر» George Gerbner، استاد بازنشسته دانشگاه «پنسیلوانیا»، از رسانه‌های خبری به عنوان «بازوی فرهنگی نظام صنعتی» نام می‌برد و می‌نویسد: در بسیاری از مناطق دنیا، رسانه‌های خبری نقش مهمی ایفا می‌کنند. از طریق انتخاب، تأکید و برجسته‌سازی مطالب، رسانه‌های خبری می‌کوشند هم واقعیت‌های مهم خود و هم اولویت‌های



تحلیل محتوای مطالب

۱۰ روزنامه تهران

دکتر نعیم بدیعی

پژوهش برگزیده ۷۶ سال
در گروه فرهنگ و رسانه‌ها

اشاره

تحلیل محتوای مطالب ۱۰ روزنامه تهران، عنوان تحقیق دکتر نعیم بدیعی است که به عنوان پژوهش برگزیده سال ۷۶ در گروه «فرهنگ و رسانه‌ها» انتخاب شد. رسانه در شماره پاییز سال ۷۶ گزارشی از برگزاری این مراسم و اعطای جوایز به پژوهشگران برگزیده سال را به استحضار خوانندگان رساند. آنچه در ادامه می‌خوانید خلاصه پژوهش یادشده است که توسط دکتر نعیم بدیعی دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی در اختیار رسانه قرار گرفته است.

«اگر قرار باشد که خوانندگان و شنوندگان در سراسر جهان، گزارش‌های صادقانه و جامع‌تری از رویدادها، تحولات و تغییرات، هم در مورد کشورهای در حال توسعه و هم کشورهای توسعه یافته دریافت کنند، معیارهای مرسوم انتخاب و گزارش خبر و بسیاری از ارزش‌های خبری پذیرفته شده، نیاز به ارزیابی دوباره دارد.»

این تحقیق، کوششی در تحلیل محتوای ده روزنامه تهران در سال ۱۳۷۳ است. هدف اصلی تحقیق، بررسی مشابهت‌ها و تفاوت‌های روزنامه‌های مورد بررسی است. مطالعه درباره نحوه گزینش و ارائه اخبار و مطالب روزنامه‌ها، نه تنها از جنبه حرفه

جامعه را تعیین کنند و در نتیجه، سیاست‌ها و خط مشی‌های کشور خود را مشخص سازند. ۲ تعداد و مقدار خیرها و گزارش‌هایی که روزانه در روزنامه‌ها منتشر می‌شود، حاصل انتخاب‌ها و ارزیابی‌های کسانی است که به آنان «دروازه‌بانان خبری» News gatekeepers می‌گویند. نحوه انتخاب و گزارشگری این گزینشگران، سال‌هاست که مورد توجه پژوهشگران علوم ارتباطات قرار گرفته و تحقیقات بسیاری در این زمینه انجام شده است. تصور و ادراک ما از مردم و رویدادهای جهان به مقدار زیادی بستگی به تصویری دارد که از طریق وسایل ارتباط جمعی به ما منتقل می‌شود. واقعیت این است: جهانی که باید با آن از جنبه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی،

■ در سال ۱۳۷۳، از کل ۱۴۷۲۱
مطلب کُندگاری شده در ده
روزنامه تهران، ۷۹/۱ درصد به
خبر رویدادهای جاری
اختصاص داشته و تشریح،
تحلیل و تفسیر رویدادها بخش
ناچیزی را در برداشته است. از
این رو، غلبه رویدادگرایی بر
موضوع‌گرایی در روزنامه‌های
تهران مشاهده می‌شود.

فرهنگی و... روبرو شویم، غیر قابل دسترسی، غیر قابل مشاهده و در بسیاری از موارد، دور از ذهن ماست. این جهان باید از طریق وسایل ارتباط جمعی برای ما شناخته و تبیین شود.^۲ بنابراین برای شناخت واقعیت‌های دنیای اطراف، ما متکی به تصویری هستیم که از طریق وسایل ارتباط جمعی برای ما ترسیم می‌شود. وسایل ارتباط جمعی با ارائه اخبار و اطلاعات گوناگون - آگاهانه و یا ناخودآگاه - می‌کوشند به شکل‌گیری ذهنیات ما از محیط اطراف کمک کنند.

در سال‌های اخیر، تأکید تازه‌ای بر مفهوم «شکل‌گیری واقعیت‌های اجتماعی» به عنوان یکی از مهمترین آثار اجتماعی پیام‌های ارتباطی مورد بررسی پژوهشگران علوم ارتباطات قرار گرفته است.^۳ امروز، پرسش این نیست که پیام‌های ارتباطی چگونه بر نگرش‌ها، اعتقادات، باورها و رفتارهای مخاطبان تأثیر می‌گذارند، بلکه پرسش این است که رسانه‌ها چه کمکی به تبیین مخاطبان از محیط اطراف خود می‌کنند. در اینجا فرض بر این است که رسانه‌ها می‌توانند با تأکید و برجستگی انتخابی خود بر ارزش‌ها، هنجارها و رویدادهای گوناگون به شکل‌گیری ادراکات ما از محیط اطراف کمک کنند.

روزنامه، به عنوان یکی از مهمترین رسانه‌های ارتباط جمعی، نقش مهمی را در شکل‌گیری واقعیت‌های اجتماعی مخاطبان ایفا می‌کند. با ارائه اطلاعات درست، لازم و کافی، اظهارنظرها و دیدگاه‌های مختلف، بررسی و تشریح رویدادها، روزنامه می‌تواند خوانندگان خود را در تصویرسازی ذهنی آنها از محیط اطرافشان یاری دهد.

ورزشی، صفحه زنان، صفحه مصور و تفسیر و اظهارنظرها.^۸ «گایدو استمپل» Guido Stempel در دو بررسی جداگانه دسته‌بندی دیگری پیشنهاد می‌کند. دسته‌بندی او رویدادها را به شش طبقه‌بندی به این شرح تقسیم می‌کند: برخورد، امور عمومی، علائق انسانی، مطالب به روز، عوامل مثبت و خبرهای خوب و مباحثه‌های عمومی.^۹

در بررسی دیگری، «استمپل» هشت طبقه‌بندی اخبار را پیشنهاد کرد: سیاست‌های ملی، خبرهای با منافع آنی، فعالیت‌های اقتصادی، بهداشت و رفاه عامه، شبه واقعی، اخبار کم مورد توجه، برخورد و فعالیت‌های اوقات فراغت.^{۱۰}

«فیلیپ انست» Philip Anast در تحقیقی دو دسته طبقه‌بندی ارائه داد. دسته اول شامل: اخبار خارجی، سیاسی، اقتصادی، آموزش و رفاه و ستون مقالات و دسته دوم شامل: ورزشی، جرم‌ها، فجایع، حوادث و علائق انسانی.^{۱۱}

«ویسلبر شرام» Wilbur Schramm و «اروین اتوود» Erwin Atwood در کتاب «جریان اخبار در جهان سوم: مورد آسیا» که در سال ۱۹۸۱ منتشر شد، مقایسه‌ای بین مطالب روزنامه‌های آسیایی با تلکس چهار خبرگزاری بین‌المللی و خبرگزاری چینی شین‌هوا انجام دادند.^{۱۲} طبقه‌بندی پانزده‌گانه آنها در این تحقیق، با تغییراتی، برای بررسی اولویت‌های موضوعی مطالب، مورد استفاده قرار گرفته است. بررسی آنها نشان داد که همبستگی نسبتاً زیادی بین اولویت‌های موضوعی چهار خبرگزاری و روزنامه‌های آسیایی، از جمله دو روزنامه اطلاعات و کیهان اینترنت‌نشان که در این بررسی مورد مقایسه قرار گرفتند، وجود دارد.^{۱۳} «دنيس كاريگن» Dennis M. Corrigan لیده‌های خبری صفحه اول روزنامه‌ها را با استفاده از یک طبقه‌بندی نه‌گانه مورد بررسی قرار داد. طبقه‌بندی مورد استفاده او شامل: اهمیت، برخورد، علائق انسانی، تازگی خبر، برجستگی (شهرت)، پیامدها و همجواری بود.^{۱۴}

اشکال اساسی به برخی از پژوهشگران از جمله تحقیق «استمپل»، این است که طبقه‌بندی موضوعی مطالب را با طبقه‌بندی غیر موضوعی ادغام کرده‌اند. در حالی که طبقه‌بندی غیر موضوعی، می‌تواند همه

تحقیقاتی که در زمینه برجسته‌سازی پیام‌های خبری انجام شده است، همگی مؤید این مطلب است که رسانه‌ها با تأکید و برجستگی خبرها و موضوع‌های مختلف، اولویت‌های ذهنی مخاطبان را شکل می‌دهند. «مک‌کوم» و «شا» McCombs, Shaw حتی این رابطه را به صورت علی بیان کرده‌اند: افزایش برجستگی موضوع‌ها و مسایل در وسایل ارتباط جمعی، باعث افزایش برجستگی آن موضوع‌ها و مسایل در بین مخاطبان می‌شود.^۵ برخی از بررسی‌ها نشان داده‌اند که تأثیر تأکید و برجستگی پیام‌ها در مواردی که امکان تجربه مستقیم برای مخاطبان وجود ندارد، بیشتر است.^۶

نگاهی به پژوهش‌های کلاسیک تحلیل محتوا

در چهل سال اخیر، تحقیقات بسیاری در مجله‌ها و فصلنامه‌های تخصصی روزنامه‌نگاری و علوم ارتباطات با استفاده از روش تحلیل محتوا منتشر شده است. اکثر این تحقیقات به بررسی محتوای مطالب روزنامه‌ها پرداخته و هرکدام طبقه‌بندی‌های گوناگونی را ارائه کرده‌اند که در اینجا به برخی از آنان اشاره می‌شود.

«چیلتون بوش» Chilton Bush یک طبقه‌بندی پنجاه‌گانه ارائه داد که حسب مورد می‌توان آن را افزایش یا کاهش داد.^۷ «روبک» Robeck و «ترولدال» Troidahl با استفاده از تحلیل عاملی، یک طبقه‌بندی هشتگانه موضوعی برای تحلیل محتوای مطالب روزنامه‌ها ارائه داده‌اند که به این شرح است: اخبار نظام اجتماعی، ستون‌طنز،

موضوع‌های خیری را مانند: نظامی، اقتصادی، سیاسی و غیره در برگیرد، طبقه‌بندی موضوعی، یک بُعدی و به بار اصلی مطلب اشاره دارد.

این مقاله برخی از مقوله‌های تحقیق و بخش‌هایی از تحقیق اصلی ارائه خواهد شد. ۱۷

تحلیل یافته‌های تحقیق

به منظور شناخت ساختار و نحوه ارائه مطالب در ۱۰ روزنامه تهران، کلیه مطالب این روزنامه‌ها در سال ۱۳۷۳، با توجه به دستورالعمل مربوط، گدگذاری شد. در مدت مورد بررسی، مجموعاً ۱۴۷۲۱ مطلب در ۱۰ روزنامه تهران چاپ شده که از این تعداد ۱۱۶۴۸ مورد، یا ۷۹/۱ درصد، «خبر» رویدادهای جاری بوده است.

ساختار موضوعی مطالب روزنامه‌های تهران

جدول شماره ۱، تعداد و درصد فراوانی مطالب ۱۰ روزنامه تهران را به تفکیک پانزده طبقه‌بندی موضوعی تمام مطالب روزنامه

■ در روزنامه‌های تهران، به

موضوع‌هایی مانند: امور

آموزشی، حقوق بشر، علوم،

بهداشت و پزشکی، امور

توسعه، امور قضایی و جرم‌ها

و امور مذهبی کمتر پرداخته

می‌شود.

نشان می‌دهد. همان‌طور که جدول شماره ۱ نشان می‌دهد، از کل ۱۴۷۲۱ مطلب، ۲۰۱۴ مطلب یا ۱۳/۷ درصد به مطالب اقتصادی، تجاری و بازرگانی اختصاص یافته که بیشترین درصد را به خود اختصاص داده است. همچنین، ۱۶۸۶ مطلب یا ۱۱/۵ درصد مطالب مربوط به مطالب نظامی، خشونت‌های سیاسی، و ۱۵۹۶ مطلب یا ۱۰/۸۱ درصد به هنر، فرهنگ و سرگرمی و ۱۵۱۳ یا ۱۰/۳ درصد به مطالب ورزشی تعلق دارد. مطالب مربوط به روابط خارجی، ۱۰ درصد کل مطالب روزنامه است که برابر ۱۴۷۵ مورد است.

به عبارت دیگر، اگر کسی یکی از ۱۰ روزنامه تهران را مطالعه کند، بیش از نیمی از مطالب شامل پنج زیرمقوله اقتصادی، نظامی، هنر و ورزشی است. سایر زیرمقوله‌های موضوعی، کمتر از نیمی از مطالب روزنامه‌ها را

روش تحقیق

برای آگاهی از ساختار و نحوه ارائه مطالب در ۱۰ روزنامه تهران، از روش تحلیل محتوا استفاده شد. تحلیل محتوا روشی است که برای بررسی و پژوهش درباره پیام‌های ارتباطی به صورت منظم، عینی، کمی و کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرد. ۱۴ در تحلیل محتوا، پژوهشگر پیام‌هایی را که تولید شده، مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد و پرسش‌های تحقیقی خود را مطرح می‌کند.

در این تحقیق، کلیه مطالب تحریری چاپ شده در ۱۰ روزنامه تهران (ابزار، اطلاعات، تهران‌تایمز، جمهوری اسلامی، جهان اسلام، رسالت، سلام، کیهان، کیهان اینترنشنال و همشهری) در سال ۱۳۷۳ مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. ۱۵

برای انجام تحقیق، دستورالعملی تهیه و مطالب روزنامه‌ها گدگذاری شد. ۱۶ با استفاده از نرم‌افزارهای کامپیوتری جدول‌های مورد نیاز تهیه شد و محاسبه‌های آماری انجام گرفت. واحد تحقیق در این بررسی، تمام مطالب روزنامه (شامل روتینر، تیتراژ اصلی، خلاصه تیتراژ، متن مطلب، عکس، نقشه و...) است که از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفت. در

■ ساختار کل مطالب

روزنامه‌های تهران بر مطالب

«اقتصادی، تجاری و

بازرگانی»، «نظامی، جنگ و

خشونت‌های سیاسی»، «هنر،

فرهنگ و سرگرمی» و

«ورزشی» متمرکز است.



در برمی گیرد. آزمون آماری «کای اسکور» نشان می دهد که بین روزنامه ها تفاوت های معنی داری وجود دارد. همان طور که در جدول شماره ۱ ملاحظه می شود، در حالی که در بین ۱۰ روزنامه مورد بررسی، روزنامه های ابرار، اطلاعات، جمهوری اسلامی، جهان اسلام، رسالت، سلام و همشهری به ترتیب، ۱۴/۱ درصد، ۱۲/۸ درصد، ۱۵/۳ درصد، ۱۵/۶ درصد، ۱۲/۴ درصد، ۱۹/۶ درصد، ۱۱/۱ درصد و ۱۲ درصد از کل مطالب خود را به امور اقتصادی، تجاری و بازرگانی اختصاص می دهند، روزنامه های

جدول شماره ۱
تعداد و درصد فراوانی موضوع های پانزده گانه در ۱۰ روزنامه تهران: تمام مطالب

موضوع	ابراز	اطلاعات	تهران تایمز	جمهوری اسلامی	جهان اسلام	رسالت	سلام	کیهان	کیهان اینترنتی	همشهری	جمع
۱ نظامی، دفاع، خسرت های سیاسی	تعداد ۱۳۸ نسطری ۸/۲ نسئونی ۸/۸	تعداد ۲۱۷ نسطری ۱۲/۹ نسئونی ۸/۳	تعداد ۱۹۱ نسطری ۱۱/۳ نسئونی ۲۰/۳	تعداد ۲۰۲ نسطری ۱۲/۰ نسئونی ۱۰/۹	تعداد ۲۵۳ نسطری ۱۵/۰ نسئونی ۱۶/۸	تعداد ۱۰۹ نسطری ۶/۵ نسئونی ۹/۲	تعداد ۱۶۱ نسطری ۹/۵ نسئونی ۱۱/۲	تعداد ۹۴ نسطری ۵/۶ نسئونی ۸/۸	تعداد ۱۷۰ نسطری ۱۰/۱ نسئونی ۲۳/۱	تعداد ۱۵۱ نسطری ۹/۰ نسئونی ۸/۴	تعداد ۱۶۸۶ نسطری ۱۱/۵
۲ روابط خارجی، سیاسی	تعداد ۱۲۹ نسطری ۸/۷ نسئونی ۸/۳	تعداد ۱۹۱ نسطری ۱۲/۹ نسئونی ۷/۳	تعداد ۱۴۱ نسطری ۹/۶ نسئونی ۱۵/۰	تعداد ۱۹۵ نسطری ۱۳/۲ نسئونی ۱۰/۵	تعداد ۱۸۳ نسطری ۱۲/۴ نسئونی ۱۲/۱	تعداد ۷۸ نسطری ۵/۳ نسئونی ۶/۶	تعداد ۱۵۲ نسطری ۱۰/۳ نسئونی ۱۰/۶	تعداد ۹۷ نسطری ۶/۶ نسئونی ۹/۱	تعداد ۱۳۵ نسطری ۹/۲ نسئونی ۱۸/۳	تعداد ۱۷۴ نسطری ۱۱/۸ نسئونی ۹/۶	تعداد ۱۴۷۵ نسطری ۱۰/۰
۳ امور سیاسی، حکومت محلی	تعداد ۷۳ نسطری ۱۰/۸ نسئونی ۴/۷	تعداد ۸۰ نسطری ۱۱/۸ نسئونی ۳/۰	تعداد ۸۰ نسطری ۱۱/۸ نسئونی ۸/۵	تعداد ۸۴ نسطری ۱۲/۴ نسئونی ۴/۵	تعداد ۵۵ نسطری ۸/۱ نسئونی ۳/۶	تعداد ۵۳ نسطری ۷/۸ نسئونی ۴/۵	تعداد ۸۲ نسطری ۱۲/۱ نسئونی ۵/۷	تعداد ۵۲ نسطری ۷/۷ نسئونی ۴/۹	تعداد ۷۱ نسطری ۱۰/۵ نسئونی ۹/۶	تعداد ۴۷ نسطری ۶/۹ نسئونی ۲/۶	تعداد ۶۷۷ نسطری ۴/۶
۴ امور اقتصادی، تجاری، بازرگانی	تعداد ۲۲۰ نسطری ۱۰/۹ نسئونی ۱۴/۱	تعداد ۳۳۶ نسطری ۱۶/۷ نسئونی ۱۲/۸	تعداد ۱۰۸ نسطری ۵/۴ نسئونی ۱۱/۵	تعداد ۲۸۴ نسطری ۱۴/۱ نسئونی ۱۵/۳	تعداد ۲۳۵ نسطری ۱۱/۷ نسئونی ۱۵/۶	تعداد ۱۴۷ نسطری ۷/۳ نسئونی ۱۲/۴	تعداد ۲۸۰ نسطری ۱۳/۹ نسئونی ۱۹/۶	تعداد ۱۱۸ نسطری ۵/۹ نسئونی ۱۱/۱	تعداد ۷۰ نسطری ۲/۵ نسئونی ۹/۵	تعداد ۲۱۶ نسطری ۱۰/۷ نسئونی ۱۲/۰	تعداد ۲۰۱۴ نسطری ۱۳/۷
۵ علوم، بهداشت، پزشکی	تعداد ۷۶ نسطری ۹/۷ نسئونی ۴/۹	تعداد ۱۹۲ نسطری ۲۴/۴ نسئونی ۷/۳	تعداد ۳۸ نسطری ۴/۸ نسئونی ۴/۰	تعداد ۸۲ نسطری ۱۰/۴ نسئونی ۴/۴	تعداد ۶۳ نسطری ۸/۰ نسئونی ۴/۲	تعداد ۸۰ نسطری ۱۰/۲ نسئونی ۶/۸	تعداد ۸۵ نسطری ۱۰/۸ نسئونی ۵/۹	تعداد ۴۹ نسطری ۶/۲ نسئونی ۴/۶	تعداد ۲۵ نسطری ۳/۲ نسئونی ۳/۴	تعداد ۹۷ نسطری ۱۲/۳ نسئونی ۵/۴	تعداد ۷۸۷ نسطری ۵/۳
۶ امور آموزشی	تعداد ۴۷ نسطری ۹/۸ نسئونی ۳/۰	تعداد ۱۱۴ نسطری ۲۳/۷ نسئونی ۴/۳	تعداد ۵ نسطری ۱/۰ نسئونی ۰/۵	تعداد ۷۹ نسطری ۱۶/۴ نسئونی ۴/۳	تعداد ۳۰ نسطری ۶/۲ نسئونی ۲/۰	تعداد ۴۵ نسطری ۹/۴ نسئونی ۳/۸	تعداد ۳۸ نسطری ۷/۹ نسئونی ۲/۷	تعداد ۳۸ نسطری ۷/۹ نسئونی ۳/۶	تعداد ۳ نسطری ۰/۶ نسئونی ۰/۴	تعداد ۸۲ نسطری ۱۷/۰ نسئونی ۴/۵	تعداد ۴۸۱ نسطری ۳/۳
۷ حوادث و اتفاقات	تعداد ۸۸ نسطری ۹/۷ نسئونی ۵/۶	تعداد ۱۹۳ نسطری ۲۱/۲ نسئونی ۷/۳	تعداد ۶۶ نسطری ۷/۳ نسئونی ۷/۰	تعداد ۹۰ نسطری ۹/۹ نسئونی ۴/۸	تعداد ۸۰ نسطری ۸/۸ نسئونی ۵/۳	تعداد ۸۶ نسطری ۹/۵ نسئونی ۷/۳	تعداد ۵۷ نسطری ۶/۳ نسئونی ۴/۰	تعداد ۷۱ نسطری ۷/۸ نسئونی ۶/۷	تعداد ۲۱ نسطری ۲/۳ نسئونی ۲/۹	تعداد ۱۵۷ نسطری ۱۴/۳ نسئونی ۸/۷	تعداد ۹۰۹ نسطری ۶/۲
۸ امور قضایی و جرم ها	تعداد ۵۰ نسطری ۱۰/۳ نسئونی ۳/۲	تعداد ۶۸ نسطری ۱۴/۰ نسئونی ۲/۶	تعداد ۲۳ نسطری ۴/۸ نسئونی ۲/۴	تعداد ۵۱ نسطری ۱۰/۵ نسئونی ۲/۷	تعداد ۵۶ نسطری ۱۱/۶ نسئونی ۳/۷	تعداد ۶۹ نسطری ۱۴/۳ نسئونی ۵/۸	تعداد ۵۴ نسطری ۱۱/۲ نسئونی ۳/۸	تعداد ۳۸ نسطری ۷/۹ نسئونی ۳/۶	تعداد ۲۲ نسطری ۴/۵ نسئونی ۳/۰	تعداد ۵۳ نسطری ۱۱/۰ نسئونی ۲/۰۹	تعداد ۴۸۴ نسطری ۳/۳
۹ انرژی و محیط زیست	تعداد ۳۹ نسطری ۸/۸ نسئونی ۲/۵	تعداد ۹۵ نسطری ۲۱/۳ نسئونی ۳/۶	تعداد ۱۸ نسطری ۴/۰ نسئونی ۱/۹	تعداد ۵۰ نسطری ۱۱/۲ نسئونی ۲/۷	تعداد ۳۱ نسطری ۷/۰ نسئونی ۲/۱	تعداد ۵۱ نسطری ۱۱/۵ نسئونی ۴/۳	تعداد ۳۴ نسطری ۷/۶ نسئونی ۲/۴	تعداد ۱۹ نسطری ۴/۳ نسئونی ۱/۸	تعداد ۱۲ نسطری ۲/۷ نسئونی ۱/۶	تعداد ۹۶ نسطری ۲۱/۶ نسئونی ۵/۳	تعداد ۴۴۵ نسطری ۳/۰
۱۰ حقوق بشر	تعداد ۱۰ نسطری ۱۰/۹ نسئونی ۰/۶	تعداد ۸ نسطری ۸/۷ نسئونی ۰/۳	تعداد ۷ نسطری ۷/۶ نسئونی ۰/۷	تعداد ۱۱ نسطری ۱۲/۰ نسئونی ۰/۶	تعداد ۶ نسطری ۶/۵ نسئونی ۰/۴	تعداد ۱۰ نسطری ۱۰/۹ نسئونی ۰/۸	تعداد ۶ نسطری ۶/۵ نسئونی ۰/۴	تعداد ۱۲ نسطری ۱۳/۰ نسئونی ۱/۱	تعداد ۹ نسطری ۹/۸ نسئونی ۱/۲	تعداد ۱۳ نسطری ۱۴/۱ نسئونی ۰/۷	تعداد ۹۲ نسطری ۰/۶
۱۱ ورزشی	تعداد ۱۴۶ نسطری ۹/۶ نسئونی ۹/۳	تعداد ۲۲۲ نسطری ۱۴/۷ نسئونی ۸/۵	تعداد ۸۸ نسطری ۵/۸ نسئونی ۹/۴	تعداد ۱۲۳ نسطری ۹/۵ نسئونی ۷/۷	تعداد ۱۲۳ نسطری ۹/۵ نسئونی ۱۳/۹	تعداد ۱۶۵ نسطری ۱۰/۹ نسئونی ۱۳/۹	تعداد ۱۶۹ نسطری ۱۱/۲ نسئونی ۱۱/۸	تعداد ۱۵۳ نسطری ۱۰/۱ نسئونی ۱۴/۴	تعداد ۸۸ نسطری ۵/۸ نسئونی ۱۲/۰	تعداد ۱۹۶ نسطری ۱۳/۰ نسئونی ۱۰/۸	تعداد ۱۵۱۳ نسطری ۱۰/۳
۱۲ هنر، فرهنگ و سرگرمی	تعداد ۲۹۵ نسطری ۱۸/۵ نسئونی ۱۸/۹	تعداد ۲۸۸ نسطری ۱۸/۰ نسئونی ۱۱/۰	تعداد ۱۰۰ نسطری ۶/۳ نسئونی ۱۰/۶	تعداد ۱۵۴ نسطری ۹/۶ نسئونی ۸/۳	تعداد ۱۰۶ نسطری ۶/۶ نسئونی ۷/۰	تعداد ۱۰۴ نسطری ۶/۵ نسئونی ۸/۸	تعداد ۱۱۳ نسطری ۷/۱ نسئونی ۷/۹	تعداد ۱۳۱ نسطری ۸/۲ نسئونی ۱۲/۳	تعداد ۵۱ نسطری ۳/۲ نسئونی ۶/۹	تعداد ۲۵۴ نسطری ۱۵/۹ نسئونی ۱۴/۱	تعداد ۱۵۹۶ نسطری ۱۰/۸
۱۳ امور توسعه	تعداد ۴۳ نسطری ۷/۷ نسئونی ۲/۸	تعداد ۱۷۵ نسطری ۳۱/۵ نسئونی ۶/۷	تعداد ۸ نسطری ۱/۴ نسئونی ۰/۹	تعداد ۱۰۵ نسطری ۱۸/۹ نسئونی ۵/۷	تعداد ۶۱ نسطری ۱۱/۰ نسئونی ۴/۰	تعداد ۲۳ نسطری ۴/۱ نسئونی ۱/۹	تعداد ۴۰ نسطری ۷/۲ نسئونی ۲/۸	تعداد ۲۹ نسطری ۵/۲ نسئونی ۲/۷	تعداد ۱۱ نسطری ۲/۰ نسئونی ۱/۵	تعداد ۶۰ نسطری ۱۰/۸ نسئونی ۳/۳	تعداد ۵۵۵ نسطری ۳/۸
۱۴ امور مذهبی	تعداد ۳۸ نسطری ۶/۴ نسئونی ۲/۴	تعداد ۱۵۰ نسطری ۲۵/۲ نسئونی ۵/۷	تعداد ۲۰ نسطری ۳/۴ نسئونی ۲/۱	تعداد ۱۱۹ نسطری ۲۰/۰ نسئونی ۶/۴	تعداد ۳۵ نسطری ۵/۹ نسئونی ۲/۳	تعداد ۸۸ نسطری ۱۴/۸ نسئونی ۷/۴	تعداد ۲۳ نسطری ۳/۹ نسئونی ۱/۶	تعداد ۴۶ نسطری ۷/۷ نسئونی ۴/۳	تعداد ۱۶ نسطری ۲/۷ نسئونی ۲/۲	تعداد ۶۰ نسطری ۱۰/۱ نسئونی ۳/۳	تعداد ۵۹۵ نسطری ۴/۰
۱۵ مغزله	تعداد ۱۷۱ نسطری ۱۲/۱ نسئونی ۱۰/۹	تعداد ۲۹۸ نسطری ۲۱/۱ نسئونی ۱۱/۳	تعداد ۴۶ نسطری ۳/۳ نسئونی ۴/۹	تعداد ۲۰۸ نسطری ۱۴/۷ نسئونی ۱۱/۲	تعداد ۱۷۳ نسطری ۱۲/۳ نسئونی ۱۱/۵	تعداد ۷۶ نسطری ۵/۴ نسئونی ۶/۴	تعداد ۱۳۸ نسطری ۹/۸ نسئونی ۹/۶	تعداد ۱۱۹ نسطری ۸/۴ نسئونی ۱۱/۲	تعداد ۳۲ نسطری ۲/۳ نسئونی ۴/۳	تعداد ۱۵۱ نسطری ۱۰/۷ نسئونی ۸/۴	تعداد ۱۴۱۲ نسطری ۹/۶
جمع	تعداد ۱۵۶۳ درصد ۱۰/۶	تعداد ۲۴۲۷ درصد ۱۷/۸	تعداد ۹۳۹ درصد ۶/۴	تعداد ۱۸۵۷ درصد ۱۲/۶	تعداد ۱۵۱۰ درصد ۱۰/۳	تعداد ۱۱۸۴ درصد ۸/۰	تعداد ۱۴۳۲ درصد ۹/۷	تعداد ۱۰۶۶ درصد ۷/۲	تعداد ۷۳۶ درصد ۵/۰	تعداد ۱۸۰۷ درصد ۱۲/۳	تعداد ۱۰۰۰/۰

$$X^2 = 1457/51, df = 146, P < 0.001$$



■ از نظر روزنامه‌نگاران ایرانی، رویدادهایی که حاوی ارزش خبری شهرت (شخصیت حقیقی یا حقوقی) باشد، از اهمیت بیشتری برخوردار است.

■ رویدادهای حاوی ارزش «دربگیری» در مرتبه دوم و رویدادهایی که حاوی «برخورد» باشد در مرتبه سوم قرار دارد.

بهداشت، آموزش، و توسعه است. این بررسی نشان می‌دهد که سهم این‌گونه مطالب، در مقایسه با سایر زمینه‌ها به مراتب ناچیز است.

سبک مطالب روزنامه‌ها

همان‌طور که جدول شماره ۲ نشان می‌دهد، نزدیک به ۸۰ درصد از مطالب روزنامه‌ها مطالب خبری است و تفسیر و تحلیل از رویدادها حدود ۳/۵ درصد از مطالب را شامل می‌شود. به عبارت دیگر، ده روزنامه

روزنامه‌ها حجم ناچیزی از مطالب خود را به موضوع‌هایی نظیر: امور آموزشی (۳/۲ درصد)، حقوق بشر (۰/۶ درصد)، علوم، بهداشت و پزشکی (۵/۳ درصد)، توسعه (۳/۸ درصد)، امور مذهبی (۴ درصد)، حوادث و اتفاقات (۶/۲ درصد)، امور قضایی و جرم‌ها (۳/۳ درصد) اختصاص می‌دهند.

آنچه انتظار می‌رود در روزنامه‌های یک کشور در حال توسعه مانند ایران بیش از دیگر کشورها ملاحظه شود، مطالب مربوط به علوم،

انگلیسی‌زبان تهران (تهران‌تایمز و کیهان ایسترن‌نشال) به ترتیب، ۲۰/۳ درصد و ۲۳/۱ درصد از مطالب خود را به امور نظامی، جنگ و خشونت‌های سیاسی اختصاص می‌دهند.

همچنین، روزنامه کیهان ۱۴/۴ درصد از کل مطالب خود را به مطالب ورزشی، و ۱۲/۳ درصد را به مطالب هنر، فرهنگ و سرگرمی اختصاص می‌دهد. همان‌طور که داده‌ها نشان می‌دهد،

جدول شماره ۲

تعداد و درصد فراوانی سبک‌های ۱۰ روزنامه تهران: تمام مطالب

سبک مطلب	ایران		اطلاعات		تهران‌تایمز	جمهوری اسلامی	جهان‌اسلام	رسالت	سلام	کیهان	کیهان‌اینترنشنال	مجموع
	تعداد	٪	تعداد	٪	تعداد	٪	تعداد	٪	تعداد	٪	تعداد	٪
۱. خبر	۱۳۱۳	۱۱/۳	۲۰۸۱	۱۷/۹	۷۷۱	۶/۲	۱۵۰۴	۱۰/۰	۱۱۶۲	۷/۹	۶۲۹	۱۱۶۴۸
	۸۴/۰	۷۹/۲	۷۶/۸	۸۱/۰	۷۷/۰	۷۷/۲	۸۰/۹	۱۰/۰	۶/۴	۵/۴	۷۹/۱	
۲. تفسیر و تحلیل	۴۵	۸/۶	۵۳	۲/۹	۴۸	۹/۲	۸۲	۱۶/۳	۵۳	۷/۹	۲۲	۵۲۲
	۲/۹	۲/۰	۵/۱	۴/۴	۵/۶	۴/۵	۲/۹	۱۰/۲	۹/۲	۶/۷	۳/۵	
۳. گزارش و رپرتاژ	۲۰	۵/۲	۴۴	۱/۷	۳۴	۸/۹	۳۱	۱۳/۴	۴۰	۱۲/۴	۱۹	۳۸۲
	۱/۳	۱/۷	۳/۶	۱/۷	۳/۴	۳/۴	۳/۴	۳/۴	۲/۸	۲/۶	۲/۶	
۴. ترجمه کتاب	۱۰	۵/۷	۹۹	۵۶/۶	۵	۲/۹	۸	۱/۷	۱	۲/۴	۲۴	۱۷۵
	-/۶	۳/۸	-/۵	-/۴	-/۲	-/۱	-/۳	-/۳	-/۳	-/۳	۱/۲	
۵. سایر	۱۷۵	۸/۸	۲۵۰	۱۲/۳	۱۳۱	۶/۶	۲۳۲	۱۱/۶	۱۷۵	۸/۷	۵۳	۱۹۹۴
	۱۱/۲	۱۳/۳	۱۳/۳	۱۲/۵	۱۳/۸	۱۳/۸	۱۲/۵	۱۳/۸	۱۴/۸	۱۴/۶	۱۳/۵	
جمع	۱۵۶۳	۱۰/۶	۲۶۲۷	۱۷/۸	۹۳۹	۶/۴	۱۸۵۷	۱۰/۳	۱۱۸۴	۹/۷	۷۳۶	۱۴۷۲۱
												۱۰۰/۰

$$X^2 = 438/78, df = 26, P < 0.001$$

تهران بیشتر درصدد هستند آنچه را که روی داده است ارائه نمایند و کمتر به تشریح و تبیین رویدادها می‌پردازند.

با توجه به آزمون آماری انجام شده، در بین روزنامه‌ها، روزنامه جهان اسلام بیش از سایر روزنامه‌ها تفسیر و اظهارنظر ارائه داده و روزنامه همشهری کمترین تفسیر و اظهارنظر را داشته است. روزنامه اطلاعات ۳/۸ درصد از مطالب خود را به ترجمه کتاب‌های خارجی اختصاص داده است. روزنامه کیهان ۴/۶ درصد از کل مطالب خود را به چاپ گزارش‌های گوناگون اختصاص می‌دهد که در بین روزنامه‌ها، بیشترین است.

به این نکته باید توجه داشت که روزنامه، به عنوان یک وسیله مهم ارتباطی، باید توجه بیشتری به انتشار مقالات، تفسیرها، اظهارنظرها داشته باشد. نظر به این که رادیو و تلویزیون با توجه به ویژگی‌های خبررسانی آنان، امکان خبررسانی سریع‌تری را دارند، روزنامه باید توجه بیشتری به سایر زمینه‌ها داشته باشد.

منبع مطالب: در ابتدای مطلب و در داخل متن

در این قسمت، ابتدا منبع کلیه مطالب تحریری چاپ شده در روزنامه‌ها در ابتدای مطلب (dateline) و سپس در داخل متن مطالب کُنگذاری شد. جدول شماره ۳، تعداد و درصد فراوانی هریک از منابع خبری را در ابتدای مطلب و در داخل متن نشان می‌دهد. جداسازی این دو قسمت براین اساس است که برخی از روزنامه‌ها، از ذکر نام منبع در ابتدای خبر خودداری می‌کنند، ولی در داخل مطلب به منبع مورد استفاده اشاره می‌کنند. در برخی از موارد، خصوصاً در مورد خبرهای خارجی که معمولاً از تلفیق تلکس چند خبرگزاری، تدوین می‌شود، در داخل متن خبر، احتمال ذکر نام منابع متعدد وجود دارد.

همان‌طور که در جدول شماره ۳ ملاحظه می‌شود، ده روزنامه مورد بررسی، حدود یک چهارم (۲۳/۹ درصد) از مطالب خود را توسط خبرنگاران و نمایندگی‌های خودشان تأمین می‌کنند. نام خبرگزاری جمهوری اسلامی در ۱۷/۱ درصد و واحد مرکزی خبر در ۲/۱ درصد از موارد در ابتدای مطلب ذکر شده است. نام چهار خبرگزاری بزرگ بین‌المللی

(آسوشیتدپرس، یونایتدپرس، رویتر و خبرگزاری فرانسه)، در ۷/۱ درصد از کل موارد در ابتدای مطلب ذکر شده است که در بین آنان خبرگزاری فرانسه، بیش از سایر خبرگزاری‌ها نامش در ابتدای خبرها آمده است. حدود ۵۰ درصد از موارد نیز، نام منبع در ابتدای مطلب ذکر نشده و یا در مواردی نام منابع متفرقه دیگر آمده است.

استفاده از تلکس خبرگزاری فرانسه بیش از سه خبرگزاری دیگر، با مرتبه‌ای که این خبرگزاری از جنبه تهیه و تولید اخبار در دنیا داراست، مغایرت دارد. خبرگزاری آمریکایی آسوشیتدپرس که روزانه بیش از ۱۷ میلیون کلمه به سراسر جهان مخابره می‌کند، در این تحقیق، رتبه بعد از این خبرگزاری را داراست. به نظر می‌رسد، علت این مغایرت به عدم تمایل روزنامه‌نگاران ایرانی در استفاده از تلکس خبرگزاری آسوشیتدپرس، به خاطر وضعیت حاضر در روابط خارجی بین دو کشور و از طرف دیگر، اتکای برخی از روزنامه‌ها به

تلکس‌های ترجمه شده از منابع خارجی توسط خبرگزاری جمهوری اسلامی مرتبط باشد.

چنانچه به منابع در داخل متن مطالب نگاه کنیم، همان‌طور که جدول شماره ۳ نشان می‌دهد، نام خبرگزاری فرانسه بیش از سایر خبرگزاری‌های بین‌المللی در داخل متن به آن اشاره شده است. در واقع، به نسبت کل، ۳۴۲۹ مورد کُنگذاری شده، نام خبرگزاری فرانسه ۱۳/۵ درصد از موارد را به خود اختصاص می‌دهد و ذکر نام خبرگزاری جمهوری اسلامی و واحد مرکزی خبر در داخل متن مطالب، به ترتیب در ۱۰/۱ درصد و ۵/۵ درصد از کل موارد است.

نکته قابل ملاحظه در این جدول آن است که روابط عمومی‌ها، در بیش از یک چهارم (۲۸/۳۵ درصد) موارد، تأمین‌کننده مطالب روزنامه‌ها هستند که خود، جای تأمل دارد. مطالبی مانند، «به گزارش روابط عمومی وزارت...»، نشانگر این مطلب است که اطلاعیه‌های ادارات روابط عمومی تأمین‌کننده

جدول شماره ۳

تعداد و درصد فراوانی نام منبع در ابتدا و در داخل مطالب ۱۰ روزنامه تهران

نام منبع	در ابتدا		در متن مطلب	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۱ خبرنگار روزنامه	۲۵۲۴	۲۳/۹	۱۳/۱	۲۵۰
۲ خبرگزاری جمهوری اسلامی	۲۵۰۷	۱۷/۰	۱۰/۱	۳۲۵
۳ واحد مرکزی خبر	۳۱۱	۲/۱	۵/۵	۱۹۰
۴ خبرگزاری آسوشیتدپرس	۳۱۱	۲/۱	۳/۵	۱۲۰
۵ خبرگزاری یونایتدپرس	۵۰	۰/۳	۳/۰	۱۰۴
۶ خبرگزاری رویتر	۱۹۳	۱/۳	۴/۴	۱۴۹
۷ خبرگزاری فرانسه	۵۰۱	۳/۴	۱۳/۵	۴۶۲
۸ خبرگزاری‌ها	۵۰	۰/۳	۱/۳	۴۶
۹ رادیو صدای آمریکا	۱۰	۰/۱	۰/۶	۱۹
۱۰ بی بی سی	۱۷	۰/۱	۲/۱	۷۳
۱۱ رادیو صدای اسرائیل	۹	۰/۱	۰/۴	۱۵
۱۲ رادیو صدای آلمان	۶	۰/۱	۰/۶	۱۹
۱۳ خبرگزاری تانیوک	۲	۰/۰	۰/۱	۲
۱۴ خبرگزاری چین شین‌ها	۲	۰/۰	۰/۴	۱۵
۱۵ خبرگزاری ژاپنی کیودو	۲	۰/۰	۰/۲	۸
۱۶ خبرگزاری اینترتاس	۱	۰/۰	۰/۹	۳۲
۱۷ خبرگزاری کشورهای آسیای میانه	۰	۰/۰	۰/۱	۳
۱۸ سرویس خبری واشنگتن پست	۸	۰/۱	۰/۲	۷
۱۹ سرویس خبری نیویورک تایمز	۴	۰/۰	۰/۵	۱۶
۲۰ تلویزیون آمریکایی ای.بی.سی.	۹	۰/۱	۰/۲	۷
۲۱ تلویزیون آمریکایی سی.بی.اس.	۸	۰/۱	۰/۱	۴
۲۲ تلویزیون آمریکایی سی.ان.ان.	۴	۰/۰	۱/۸	۶۳
۲۳ تلویزیون آمریکایی ان.بی.سی.	۳	۰/۰	۰/۴	۱۲
۲۴ سایر منابع	۲۴۷	۱/۷	۸/۶	۲۹۶
۲۵ نام منبع ذکر نشده	۶۹۲۲	۲۷/۱	—	—
۲۶ روابط عمومی‌ها	—	—	۲۸/۴	۹۷۲
جمع	۱۴۷۲۱	۱۰۰/۰	۳۴۲۹	۱۰۰/۰

کسب خیر است.

الگوی خبری سه بعدی والتر وارد Walter Ward مورد تحلیل محتوا قرار گرفته است. ۱۸ نحوه انجام کُذگذاری بدین ترتیب بوده است که اگر تیتتر مطالب خبری طوری نوشته شده که فقط دارای ارزش خبری «برخورده» است، در دسته اول و چنانچه حاوی ارزش «دربرگیری» نیز باشد (برخورد + دربرگیری)، در دسته پنجم قرار گرفته است. به همین ترتیب، ترکیب دوازده گانه «الگوی وارد» در تیتترهای خبری کُذگذاری شده است.

ارزش‌های خبری در تیتتر خبرها
همان‌طور که می‌دانیم، ارزش‌های خبری در ماهیت رویدادهای خبری وجود دارد. اهمیت و ارزش رویدادهای گوناگون، با توجه به وجود هر یک از ارزش‌ها و یا ترکیب فاکتوریال آنان، در ماهیت آنان نهفته است. در این قسمت، ارزش‌های خبری مندرج در تیتترهای مطالب خبری روزنامه‌ها با استفاده از

بخش مهمی از مطالب روزنامه‌ها می‌باشند. گرچه اطلاعاتی‌های روابط عمومی ادارات و سازمان‌های دولتی و غیردولتی، در مواردی می‌تواند نقش آگاهی‌دهنده و هشداردهنده برای مردم داشته باشد، ولی در بسیاری از موارد، جنبه تبلیغی برای آن سازمان و اداره دارد. پرسشی که در اینجا مطرح می‌باشد این است که آیا روزنامه‌ها در تهیه و تولید مطالب، وظیفه خود را به خوبی انجام می‌دهند یا این وضعیت ناشی از ضعف روزنامه‌ها در تهیه و

جدول شماره ۴
تعداد و درصد فراوانی ارزش‌های خبری برجسته در تیتتر خبرهای ۱۰ روزنامه تهران

ارزش‌های خبری	تعداد	ابرار	اطلاعات	تهران تاینز	جمهوری اسلامی	جهان اسلام	رسالت	سلام	کیهان	کیهان ایترنشال	مشموری	جمع
۱ برخوردار	۱۱۵	۲۰۵	۱۹۶	۱۸۳	۱۳۰	۹۲	۱۰۱	۸۲	۱۳۳	۱۳۰	۱۳۸۷	
	%/سطری	۸/۳	۱۴/۸	۱۴/۱	۹/۴	۶/۶	۷/۳	۵/۹	۱۰/۳	۱۰/۱	۱۲/۳	
	%/استونی	۸/۹	۱۰/۰	۲۷/۲	۱۲/۵	۱۱/۸	۱۰/۱	۹/۵	۱۱/۰	۲۲/۷	۱۱/۱	
۲ شهرت	۲۷۹	۴۸۹	۲۸۱	۲۸۱	۱۷۰	۲۶۰	۱۹۱	۱۸۱	۲۷۵	۱۶۸	۲۵۷۵	
	%/سطری	۱۰/۸	۱۹/۰	۱۰/۹	۶/۶	۱۰/۱	۷/۴	۷/۰	۱۰/۷	۶/۵	۲۲/۹	
	%/استونی	۲۱/۶	۲۳/۷	۲۹/۰	۱۵/۵	۲۸/۵	۱۷/۹	۲۴/۳	۲۳/۷	۱۳/۴	۲۲/۹	
۳ عجیب و استننا	۴۲	۸۲	۲۹	۲۹	۳۲	۳۳	۳۷	۳۳	۳۴	۱۵	۴۰۸	
	%/سطری	۱۰/۳	۲۰/۱	۷/۱	۷/۸	۸/۱	۹/۱	۸/۲	۸/۲	۳/۷	۳/۶	
	%/استونی	۳/۳	۴/۰	۴/۰	۲/۹	۳/۶	۳/۵	۴/۶	۴/۶	۲/۴	۴/۴	
۴ دربرگیری	۲۷۱	۵۱۵	۳۹	۳۵۳	۲۲۷	۱۷۵	۲۴۱	۱۳۰	۲۲	۲۲	۲۲۴۷	
	%/سطری	۱۲/۱	۲۲/۹	۱/۷	۱۵/۷	۱۰/۱	۷/۸	۵/۸	۱۰/۷	۱/۰	۲۰/۰	
	%/استونی	۲۱/۰	۲۵/۰	۵/۴	۲۴/۱	۲۰/۷	۱۹/۲	۲۲/۶	۱۷/۴	۳/۵	۲۱/۸	
۵ برخوردار + دربرگیری	۲۹	۵۶	۱	۵۱	۲۲	۱۱	۱۲	۱۱	۲۶	۴	۲۵۱	
	%/سطری	۱۱/۶	۲۲/۳	-/۲	۸/۸	۳/۴	۴/۸	۴/۸	۱۰/۴	۱/۶	۲/۲	
	%/استونی	۲/۲	۲/۷	۰/۱	۲/۰	۱/۲	۱/۱	۳/۵	۳/۵	-/۶	۲/۱	
۶ عجیب + دربرگیری	۶	۲۳	۱	۱۲	۳	۹	۶	۱۰	۱	۱	۷۵	
	%/سطری	۸/۰	۳۰/۷	۱/۳	۱۶/۰	۴/۰	۱۲/۰	۱/۳	۱۳/۳	۱/۳	۰/۷	
	%/استونی	-/۵	۱/۱	-/۱	۰/۸	۰/۳	۱/۰	-/۱	۱/۳	-/۲	۰/۷	
۷ شهرت + دربرگیری	۱۶۶	۱۷۹	۱۷	۶۲	۸۳	۸۴	۵۶	۸۱	۲۸	۲۸	۸۸۶	
	%/سطری	۱۸/۷	۲۰/۲	۱/۹	۹/۲	۹/۵	۶/۳	۹/۱	۳/۲	۳/۲	۷/۹	
	%/استونی	۱۲/۹	۸/۷	۲/۴	۷/۶	۹/۲	۵/۳	۱۰/۹	۴/۵	۱۰/۴	۱۰/۴	
۸ شهرت + برخوردار	۷۸	۷۶	۶۲	۸۲	۶۲	۸۳	۵۱	۶۷	۱۱۴	۴۳	۷۱۸	
	%/سطری	۶/۰	۱۰/۶	۸/۶	۱۱/۴	۸/۶	۱۱/۶	۹/۳	۱۵/۹	۶/۰	۶/۴	
	%/استونی	۶/۰	۳/۷	۸/۶	۵/۶	۵/۶	۹/۱	۹/۰	۱۸/۱	۳/۴	۶/۴	
۹ شهرت + عجیب	۱۱	۱۵	۰	۱۱	۱	۱۱	۱۳	۹	۱	۱	۷۸	
	%/سطری	۱۴/۱	۱۹/۲	۰/۰	۱۴/۱	۱/۳	۱۴/۱	۱۶/۷	۱۱/۵	۱/۳	۰/۷	
	%/استونی	-/۹	۰/۷	-/۰	۰/۸	-/۱	۱/۲	۱/۲	۱/۲	-/۲	۰/۷	
۱۰ شهرت + برخوردار + دربرگیری	۱۹	۱۹	۰	۱۷	۱۵	۲۱	۱۲	۱۵	۲	۲	۱۴۴	
	%/سطری	۱۳/۲	۱۳/۲	۰/۰	۱۰/۴	۱۴/۶	۱۴/۶	۱۰/۴	۱۰/۴	۱/۴	۱/۳	
	%/استونی	۱/۵	۰/۹	-/۰	۱/۴	۲/۳	۲/۳	۲/۰	۲/۰	۰/۳	۱/۳	
۱۱ شهرت + عجیب + دربرگیری	۴	۷	۰	۱	۳	۱	۲	۱	۱	۰	۲۳	
	%/سطری	۱۷/۴	۳۰/۴	۰/۰	۱۳/۰	۴/۳	۸/۷	۴/۳	۴/۳	۰/۰	۰/۲	
	%/استونی	-/۳	۰/۳	-/۰	-/۳	-/۱	-/۲	-/۱	-/۱	-/۰	۰/۲	
۱۲ بدون ارزش خبری/مورد ندارد	۲۷۰	۳۹۴	۹۵	۳۶۰	۳۵۱	۱۳۳	۳۳۸	۱۱۰	۲۴	۲۴	۲۴۴۹	
	%/سطری	۱۱/۰	۱۶/۱	۳/۹	۱۴/۷	۵/۴	۱۴/۲	۴/۵	۱/۰	۱/۰	۲۱/۸	
	%/استونی	۲۰/۹	۱۹/۱	۱۳/۲	۲۴/۶	۱۴/۶	۳۲/۷	۱۴/۷	۳/۸	۳/۸	۲۹/۰	
جمع	۱۲۹۰	۲۰۶۰	۷۲۱	۱۴۶۲	۱۰۹۹	۹۱۲	۱۰۶۵	۷۴۶	۶۲۹	۱۲۵۶	۱۱۲۴۱	
درصد	۱۱/۵	۱۸/۳	۶/۴	۱۳/۰	۹/۸	۸/۱	۹/۵	۶/۶	۵/۶	۱۱/۲	۱۰۰/۰	

$\chi^2 = 1526/13, df = 99, P < .0001$

از یک سابقه تاریخی، نه تنها در حرفه روزنامه‌نگاری بلکه در فرهنگ جامعه است. توجه به گفتار و کردار شخصیت‌ها همواره در طول تاریخ، مورد توجه روزنامه‌نگاران ایرانی بوده است. خیر برای آنها، گفتار و کرداری است که از شخص مشهوری سرزده باشد. داده‌های این بررسی، ضرورت توجه به انتخاب رویدادهایی که بر روی افراد جامعه تأثیر دارد را آشکار می‌سازد.

ارزش‌های خبری در لید مطالب خبری

در این قسمت نیز، ارزش‌های خبری مندرج در لیدهای مطالب خبری روزنامه‌ها با استفاده از الگوی خبری سه بعدی «والتر وارد» مورد تحلیل محتوا قرار گرفت. نحوه انجام کدگذاری همانند قسمت قبل بوده است.

جدول شماره ۵، تعداد و درصد ارزش‌های دوازده‌گانه خبری را در لیدهای مطالب خبری روزنامه‌های تهران نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، حدود یک چهارم (۲۶/۴ درصد) لیدهای مطالب خبری روزنامه‌های تهران حاوی ارزش خبری شهرت، بدون ترکیب سایر عوامل است. همچنین، لیدهای خبری روزنامه‌های تهران حاوی ارزش خبری «درب‌گیری»، ۱۶/۹ درصد و «برخورد» ۱۰/۵ درصد است. لیدهایی که از ترکیب عامل «شهرت» با عوامل دیگر ساخته شده‌اند، در مجموع ۲۱/۱ درصد لیدهای خبری را شامل می‌شوند.

از طرف دیگر، لیدهایی که از ترکیب عامل درب‌گیری ساخته شده‌اند، در مجموع ۱۶/۱ درصد لیدهای خبری روزنامه‌ها را تشکیل می‌دهند. تعداد ۱۸/۸ درصد از لیدهای روزنامه‌ها، فاقد ارزش‌های خبری مورد بررسی بوده است.

با توجه به معنی دار بودن آزمون آماری انجام شده، تفاوت‌هایی بین روزنامه‌ها ملاحظه می‌شود. اگر اولویت اول لیدها را که حاوی ارزش خبری شهرت است، کنار بگذاریم، اولویت دوم بیشتر روزنامه‌ها، لیدهایی است که حاوی ارزش خبری «درب‌گیری» است. در مرتبه سوم، لیدهای حاوی شهرت + درب‌گیری برای روزنامه‌های ابرار، اطلاعات، رسالت، کیهان و همشهری و لیدهای حاوی برخورد + شهرت برای روزنامه‌های تهران تایمز و کیهان اینترنشنال حائز اهمیت است.



■ توجه بسیار به رویدادگرایی و توجه ناچیز به موضوع‌ها و مسایل جامعه، با توجه به تعدد منابع ارتباطی در دنیای امروز، باعث خواهد شد که روزنامه‌نگاری کشور در آینده نزدیک با بحران روبرو شود. تهیه گزارش، مقاله، تفسیر و اظهارنظر در مورد رویدادها از ضرورت‌های روزنامه‌نگاری امروز است.

تهران مشاهده شد، ۳۱/۶ درصد از خبرها را تشکیل می‌دهد.

با توجه به آزمون آماری انجام شده، تفاوت معنی‌داری بین روزنامه‌های مورد بررسی ملاحظه می‌شود. در حالی که همه روزنامه‌های فارسی‌زبان تهران به عامل شهرت و درب‌گیری به تنهایی در تیتراها اهمیت می‌دهند، روزنامه‌های انگلیسی‌زبان تهران به ارزش خبری شهرت و برخورد، توجه خاص دارند که تفاوت عمده بین روزنامه‌های فارسی و انگلیسی‌زبان تهران به حساب می‌آید. اولویت سوم روزنامه‌های انگلیسی‌زبان تهران، شهرت + برخورد است که در این خصوص نیز با روزنامه‌های فارسی زبان متفاوت هستند. در بین روزنامه‌های فارسی، به استثنای روزنامه ابرار، اولویت سوم بعد از شهرت و درب‌گیری، ارزش خبری برخورد است و تنها روزنامه ابرار شهرت + درب‌گیری را مقدم بر ارزش برخورد به تنهایی می‌داند.

توجه به ارزش خبری شهرت (شخصیت حقیقی یا حقوقی) در روزنامه‌های تهران، ناشی

جدول شماره ۴، تعداد و درصد ارزش‌های دوازده‌گانه خبری را در تیتراهای مطالب خبری روزنامه‌های تهران نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، از نظر روزنامه‌نگاران ایرانی، رویدادی که حاوی ارزش شهرت (شخصیت حقیقی یا حقوقی) باشد، بالاترین مرتبه را داراست. رویدادهایی که حاوی درب‌گیری باشند در مرتبه دوم و رویدادهایی که حاوی «برخورد» باشند، در مرتبه سوم اهمیت در تیتراهای خبری روزنامه‌ها قرار دارند. به عبارت دیگر، ۲۲/۹ درصد تیتراهای مطالب خبری حاوی ارزش خبری شهرت، بدون ترکیب با سایر عوامل است و وقتی این ارزش با درب‌گیری ترکیب شود، ۷/۹ درصد و چنانچه با ارزش برخورد ترکیب شود، ۶/۴ درصد تیتراها را به خود اختصاص می‌دهد. تعداد کمی از تیتراهای مطالب خبری (۱/۳ درصد) از ترکیب سه‌گانه (شهرت + برخورد + درب‌گیری) تشکیل شده است.

رویدادهایی که حاوی برخورد به تنهایی و یا ترکیب عوامل دیگر در تیتراهای روزنامه‌های

جدول شماره ۵
تعداد و درصد فراوانی ارزش های خبری برجسته در لید خبرهای ۱۰ روزنامه تهران

جمع	مشرقی	کیهان	کیهان	سلام	رسالت	جهان اسلام	جمهوری اسلامی	تهران تایمز	اطلاعات	ایران	تعداد	ارزش های خبری
۱۱۸۲	۱۳۸	۸۲	۷۲	۹۸	۸۶	۱۴۲	۱۵۸	۱۴۵	۱۶۱	۹۹	تعداد	برخورد
۱۰/۵	۱۱/۷	۶/۹	۶/۲	۸/۳	۷/۳	۱۲/۰	۱۳/۲	۱۲/۳	۱۳/۶	۸/۲	%سطری	
	۱۰/۵	۱۳/۲	۱۰/۱	۸/۹	۹/۵	۱۲/۶	۱۰/۸	۲۰/۷	۷/۸	۸/۰	%ستونی	
۲۹۶۷	۲۴۹	۳۱۵	۱۶۴	۲۲۵	۲۶۱	۲۲۱	۳۰۹	۳۶۲	۵۴۳	۳۱۸	تعداد	شهرت
۲۶/۲	۸/۲	۱۰/۶	۵/۵	۷/۶	۸/۸	۷/۴	۱۰/۲	۱۲/۲	۱۸/۳	۱۰/۷	%سطری	
	۱۹/۰	۵۱/۶	۲۲/۶	۲۰/۵	۲۸/۹	۱۹/۶	۲۱/۰	۵۱/۷	۲۶/۳	۲۵/۶	%ستونی	
۳۵۷	۵۱	۹	۲۷	۳۴	۳۱	۲۳	۴۷	۲۲	۷۹	۳۴	تعداد	عجیب و استثنای
۳/۲	۱۴/۳	۲/۵	۷/۶	۹/۵	۸/۷	۶/۲	۱۳/۲	۶/۲	۲۲/۱	۹/۵	%سطری	
	۳/۹	۱/۵	۳/۷	۳/۱	۳/۴	۲/۰	۳/۲	۳/۱	۳/۸	۲/۷	%ستونی	
۱۹۰۵	۲۵۰	۲۳	۱۰۳	۲۱۰	۱۲۶	۲۰۳	۳۰۷	۲۱	۲۱۱	۲۴۰	تعداد	دربریگری
۱۶/۹	۱۳/۱	۱/۲	۵/۵	۱۱/۰	۷/۱	۱۰/۷	۱۶/۱	۱/۱	۲۱/۶	۱۲/۶۰	%سطری	
	۱۹/۱	۳/۸	۱۴/۳	۱۹/۱	۱۵/۰	۱۸/۰	۲۰/۹	۳/۰	۱۹/۹	۱۹/۳	%ستونی	
۲۷۷	۴۷	۷	۱۹	۱۳	۱۲	۲۳	۵۷	۲	۶۷	۳۰	تعداد	برخورد + دربریگری
۲/۵	۱۷/۰	۲/۵	۶/۹	۴/۷	۴/۳	۸/۳	۲۰/۶	۰/۷	۲۴/۲	۱۰/۸	%سطری	
	۳/۶	۱/۱	۲/۶	۱/۲	۱/۳	۲/۰	۳/۹	۰/۳	۲/۳	۲/۴	%ستونی	
۷۶	۱۴	۱	۹	۱	۹	۶	۹	۰	۲۳	۴	تعداد	عجیب + دربریگری
۰/۷	۱۸/۴	۱/۳	۱۱/۸	۱/۳	۱۱/۸	۷/۹	۱۱/۸	۰/۰	۳۰/۳	۵/۳	%سطری	
	۱/۱	۰/۲	۱/۲	۰/۱	۱/۰	۰/۵	۰/۶	۰/۰	۱/۱	۰/۳	%ستونی	
۱۲۱۱	۱۵۸	۲۲	۱۰۱	۸۶	۱۱۰	۱۲۹	۱۱۷	۲۳	۲۶۱	۲۰۴	تعداد	شهرت + دربریگری
۱۰/۸	۱۳/۰	۱/۸	۸/۳	۷/۱	۹/۱	۱۰/۷	۹/۷	۱/۹	۲۱/۶	۱۶/۸	%سطری	
	۱۲/۱	۳/۶	۱۳/۹	۷/۸	۱۲/۲	۱۱/۵	۸/۰	۳/۳	۱۲/۷	۱۶/۴	%ستونی	
۸۴۶	۵۹	۱۳۰	۷۱	۶۸	۸۳	۸۴	۱۰۹	۷۲	۹۷	۷۳	تعداد	شهرت + برخورد
۷/۵	۷/۰	۱۵/۴	۸/۴	۸/۰	۹/۸	۹/۹	۱۲/۹	۸/۵	۱۱/۵	۸/۶	%سطری	
	۴/۵	۲۱/۳	۹/۸	۶/۲	۹/۲	۷/۵	۷/۴	۱۰/۳	۴/۷	۵/۹	%ستونی	
۷۷	۵	۰	۱۲	۱۲	۱۲	۴	۸	۰	۱۸	۶	تعداد	شهرت + عجیب
۰/۷	۶/۵	۰/۰	۱۵/۶	۱۵/۶	۱۵/۶	۵/۲	۱۰/۲	۰/۰	۲۳/۴	۷/۸	%سطری	
	۰/۲	۰/۰	۱/۷	۱/۱	۱/۳	۰/۲	۰/۵	۰/۰	۰/۹	۰/۵	%ستونی	
۲۰۰	۲۳	۱	۲۲	۱۹	۲۲	۱۸	۳۰	۰	۳۳	۳۲	تعداد	شهرت + برخورد + دربریگری
۱/۸	۱۱/۵	۰/۵	۱۱/۰	۹/۵	۱۱/۰	۹/۰	۱۵/۰	۰/۰	۱۶/۵	۱۶/۰	%سطری	
	۱/۸	۰/۲	۳/۰	۱/۷	۲/۳	۱/۶	۲/۰	۰/۰	۱/۶	۲/۶	%ستونی	
۳۴	۸	۰	۱	۱	۴	۵	۳	۰	۷	۵	تعداد	شهرت + عجیب + دربریگری
۰/۳	۲۳/۵	۰/۰	۲/۹	۲/۹	۱۱/۸	۱۴/۷	۸/۸	۰/۰	۲۰/۶	۱۴/۷	%سطری	
	۰/۶	۰/۰	۰/۱	۰/۱	۰/۴	۰/۴	۰/۲	۰/۰	۰/۳	۰/۴	%ستونی	
۲۱۱۶	۳۰۷	۲۱	۱۲۳	۳۳۱	۱۳۸	۲۶۸	۳۱۵	۵۳	۳۶۱	۱۹۹	تعداد	بدون ارزش خبری مورد ندارد
۱۸/۸	۱۴/۵	۱/۰	۵/۸	۱۵/۶	۶/۵	۱۲/۷	۱۴/۹	۲/۵	۱۷/۱	۹/۴	%سطری	
	۲۳/۵	۳/۴	۱۶/۹	۳۰/۱	۱۵/۳	۲۳/۸	۲۱/۴	۷/۶	۱۷/۵	۱۶/۰	%ستونی	
۱۱۲۴۸	۱۳۰۹	۶۱۱	۷۲۶	۱۰۹۸	۹۰۴	۱۱۲۶	۱۴۶۹	۷۰۰	۲۰۶۱	۱۲۴۴	تعداد	جمع
۱۰۰/۰	۱۱/۶	۵/۴	۶/۵	۹/۸	۸/۰	۱۰/۰	۱۳/۱	۶/۲	۱۸/۳	۱۱/۱	درصد	

لیدهای روزنامه های انگلیسی زبان تهران بیشتر بر مبنای ارزش های شهرت و برخورد به تنهایی و یا ترکیب هر دو ارزش تدوین شده است. برجسته کردن نام اشخاص در تیترو لید از خصوصیات روزنامه نگاری تشریفاتی Protocol journalism است که بیشتر جنبه تبلیغاتی برای اشخاص دارد. در این قسمت، مطالب خبری، مطالب صفحه اول، مطالب مربوط به ایران و مطالب خارجی روزنامه ها مورد بررسی قرار می گیرد.

$\chi^2 = 1472/01, df = 99, P < 0.0001$
خارجی و ۱۳۶۱ یا ۱۱/۷ درصد به خبرهای ورزشی تعلق دارد. به عبارت دیگر، نزدیک به ۶۰ درصد از مطالب خبری روزنامه های تهران، شامل موضوع های اقتصادی، نظامی، روابط خارجی و اخبار ورزشی است. سایر زیر مقوله های موضوعی، حدود ۴۰ درصد مطالب روزنامه ها را دربرمی گیرد. داده ها نشان می دهد، در حالی که در بین ۱۰ روزنامه مورد بررسی، روزنامه های ایران، اطلاعات، جمهوری اسلامی، جهان اسلام،

ساختار موضوعی مطالب خبری روزنامه ها جدول شماره ۶، تعداد و درصد فراوانی مطالب خبری ۱۰ روزنامه تهران را به تفکیک پانزده طبقه بندی موضوعی نشان می دهد. همان طور که این جدول نشان می دهد، از کل ۱۱۶۴۸ مطلب خبری، ۱۶۸۶ خبر یا ۱۴/۵ درصد به موضوع های اقتصادی، تجاری و بازرگانی اختصاص یافته است که در بین روزنامه ها بیشترین درصد را دارا می باشد. همچنین ۱۴۶۱ خبر یا ۱۲/۵ درصد مطالب مربوط به موضوع های نظامی، خشونت های سیاسی، و ۱۵۹۶ خبر یا ۱۰/۹ درصد به روابط

رسالت، سلام و همشهری به ترتیب، ۱۱/۵ درصد، ۱۶/۹ درصد، ۱۴/۷ درصد، ۱۰/۷ درصد، ۷/۲ درصد، ۱۴/۹ درصد، ۴/۵ درصد و ۱۰/۹ درصد از کل مطالب خبری خود را به امور اقتصادی اختصاص می‌دهند، روزنامه‌های انگلیسی‌زبان تهران (تهران تایمز و کیهان اینترنشنال) به ترتیب، ۲۱/۸ درصد و ۲۵ درصد از مطالب خود را به امور نظامی، جنگ و خشونت‌های سیاسی اختصاص می‌دهند.

همچنین، روزنامه اطلاعات ۷/۹ درصد از کل مطالب خبری خود را به مطالب توسعه اختصاص می‌دهد که بیشترین درصد در بین روزنامه‌ها است.

۱۶۳۸ مطلب یا ۱۱/۱ درصد در صفحه اول تیر داشته است که از این تعداد ۱۳۲۰ یا ۸۰/۵ درصد خبر بوده است.

جدول شماره ۶، تعداد و درصد فراوانی مطالب صفحه اول روزنامه‌ها را به تفکیک طبقه‌بندی پانزده‌گانه موضوعی مطالب نشان می‌دهد. همان‌طور که این جدول نشان می‌دهد، از کل ۱۶۳۸ مطلب، ۳۰۰ مطلب یا ۱۸/۸ درصد به مطالب نظامی، دفاع و خشونت‌های سیاسی اختصاص یافته است که بیشترین میزان در بین روزنامه‌ها می‌باشد. همچنین، ۲۸۶ مطلب یا ۱۷/۵ درصد مطالب صفحه اول به مطالب اقتصادی، تجاری و بازرگانی و ۲۷۳ مطلب یا ۱۶/۷ درصد به

روابط خارجی تعلق دارد. به عبارت دیگر، بیش از نیمی از مطالب صفحه اول روزنامه‌ها شامل زیر مقوله‌های نظامی، اقتصادی و روابط خارجی است. سایر زیر مقوله‌های موضوعی، کمتر از نیمی از مطالب روزنامه‌ها را در برمی‌گیرد.

همان‌طور که داده‌ها نشان می‌دهد، روزنامه‌ها حجم ناچیزی از مطالب خود را به موضوع‌هایی نظیر: امور آموزشی، ۳/۸ درصد، حقوق بشر، ۰/۷ درصد، علوم، بهداشت و پزشکی، ۳/۲ درصد، توسعه، ۲/۱ درصد، امور مذهبی، ۵ درصد، حوادث و اتفاقات، ۳/۱ درصد، امور قضایی و جرم‌ها، ۳/۳ درصد اختصاص می‌دهند.

جدول شماره ۶

تعداد و درصد فراوانی موضوع‌های پانزده‌گانه در ۱۰ روزنامه تهران: مطالب خبری، صفحه اول، مطالب ایران، مطالب خارجی، تمام مطالب

موضوع	مطالب خبری	صفحه اول	مطالب ایران	مطالب خارجی	تمام مطالب
۱. نظامی، دفاع، خشونت‌های سیاسی	تعداد: ۱۴۶۱ درصد: ۱۲/۵	۳۰۰ ۱۸/۳	۲۸۶ ۳/۴	۱۳۷۶ ۲۴/۲	۱۶۸۶ ۱۱/۵
۲. روابط خارجی، سیاسی	تعداد: ۱۲۷۵ درصد: ۱۰/۹	۲۷۳ ۱۶/۷	۳۵۸ ۴/۲	۱۰۹۲ ۱۹/۲	۱۴۷۵ ۱۰/۰
۳. امور سیاسی، حکومت محلی	تعداد: ۵۹۴ درصد: ۵/۱	۱۱۳ ۶/۹	۴۰۱ ۴/۷	۳۷۰ ۴/۷	۶۷۷ ۴/۶
۴. امور اقتصادی، تجاری، بازرگانی	تعداد: ۱۶۸۶ درصد: ۱۴/۵	۲۸۶ ۱۷/۵	۱۴۷۸ ۱۷/۴	۵۰۳ ۸/۸	۲۰۱۴ ۱۳/۷
۵. علوم، بهداشت، پزشکی	تعداد: ۶۲۹ درصد: ۵/۴	۵۲ ۳/۲	۳۶۴ ۴/۳	۳۷۶ ۶/۶	۷۸۷ ۵/۳
۶. امور آموزشی	تعداد: ۳۷۹ درصد: ۳/۳	۶۲ ۳/۸	۴۴۵ ۵/۲	۲۵ ۰/۴	۴۸۱ ۳/۳
۷. حوادث و اتفاقات	تعداد: ۸۶۷ درصد: ۷/۴	۵۰ ۳/۱	۵۳۳ ۶/۳	۳۷۲ ۶/۵	۹۰۹ ۶/۲
۸. امور قضایی جرم‌ها	تعداد: ۴۴۱ درصد: ۳/۸	۵۴ ۳/۳	۲۹۲ ۳/۴	۱۸۶ ۳/۳	۴۸۴ ۳/۳
۹. انرژی و محیط زیست	تعداد: ۳۶۱ درصد: ۳/۱	۳۷ ۲/۳	۲۷۴ ۳/۲	۱۵۶ ۲/۷	۴۴۵ ۳/۰
۱۰. حقوق بشر	تعداد: ۷۸ درصد: ۰/۷	۱۱ ۰/۷	۲۴ ۰/۳	۶۶ ۱/۲	۹۲ ۰/۶
۱۱. ورزشی	تعداد: ۱۳۶۱ درصد: ۱۱/۷	۵۰ ۳/۱	۸۸۵ ۱۰/۴	۶۰۸ ۱۰/۷	۱۵۱۳ ۱۰/۳
۱۲. هنر، فرهنگ و سرگرمی	تعداد: ۱۰۱۹ درصد: ۸/۷	۱۳۴ ۸/۲	۱۲۳۲ ۱۴/۵	۲۹۰ ۵/۱	۱۵۹۶ ۱۰۸
۱۳. امور توسعه	تعداد: ۵۰۵ درصد: ۴/۳	۳۵ ۲/۱	۵۱۷ ۶/۱	۳۴ ۰/۶	۵۵۵ ۳/۸
۱۴. امور مذهبی	تعداد: ۳۴۶ درصد: ۳/۰	۸۲ ۵/۰	۴۴۶ ۵/۲	۹۳ ۱/۶	۵۹۵ ۴/۰
۱۵. متفرقه	تعداد: ۶۴۶ درصد: ۵/۵	۹۹ ۶/۰	۹۷۲ ۱۱/۴	۲۳۹ ۴/۲	۱۴۱۲ ۹/۶
جمع	تعداد: ۱۱۶۴۸ درصد: ۱۰۰/۰	۱۶۳۸ ۱۰۰/۰	۸۵۰۷ ۱۰۰/۰	۵۶۸۶ ۱۰۰/۰	۱۴۷۲۱ ۱۰۰/۰

در هر مورد، درصدها ستونی محاسبه شده است.

بیش از سه چهارم مطالب مربوط به ایران در روزنامه‌های مورد بررسی، مطالب خبری است و تفسیر و تحلیل از رویدادها حدود ۳/۱ درصد از مطالب تحریری روزنامه‌ها را شامل می‌شود.

داده‌ها همچنین نشان می‌دهد، روزنامه‌ها حجم ناچیزی از مطالب خبری خود را به موضوع‌هایی نظیر: امور آموزشی، ۳/۳ درصد، حقوق بشر، ۰/۷ درصد، علوم، بهداشت و پزشکی، ۳/۲ درصد، توسعه، ۲/۱ درصد، امور مذهبی، ۵ درصد، حوادث و اتفاقات، ۳/۱ درصد، امور قضایی و جرم‌ها، ۳/۳ درصد اختصاص می‌دهند.

ساختار موضوعی مطالب صفحه اول

صفحه اول، مهمترین صفحه روزنامه از جنبه ارزش و اهمیت مطالب است. صفحه اول در اغلب روزنامه‌های تهران، صفحه‌ای حاوی تیترها و مطالب برجسته شده‌ای است که خواننده را به مطالعه آن دعوت می‌کند. تیترهای بزرگ و کوچک در این صفحه کوشش دارند اهمیت و ارزش رویدادها را به خواننده القا کنند.

از کل ۱۴۷۲۱ مطلب کُندگاری شده،

ساختار مطالب مربوط به ایران در روزنامه‌ها

از ۱۴۷۲۱ مطلب گدگذاری شده، ۸۵۰۷ مورد یا ۵۷/۸ درصد اختصاص به ایران داشته که از این تعداد، ۶۵۳۲ مورد یا ۷۶/۷ درصد مطالب خبری بوده است. توجه اصلی روزنامه‌ها به رویدادهای کشور از یک جنبه قابل توجه است ولی از طرف دیگر که بیش از سه چهارم (۷۶/۷ درصد) مطالب مربوط به ایران، محدود به خبر می‌باشد نیاز به تأمل دارد. انگیزه‌های توجه اصلی روزنامه‌ها به گزارش رویدادهای جاری و توجه کمتر به تجزیه و تحلیل آنها قابل مطالعه و بررسی است. ضعف روزنامه‌نگاری در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، معمولاً ناشی از کم‌توجهی به آموزش و تربیت روزنامه‌نگاران متخصص است؛ روزنامه‌نگارانی که دارای توانایی کافی برای

■ اختصاص حجم زیادی از مطالب تحریری روزنامه‌ها به خبرهایی که توسط خبرگزاری‌ها و روابط عمومی‌ها تهیه و در اختیار روزنامه‌ها قرار می‌گیرد قابل مطالعه و بررسی است.

بررسی، تجزیه و تحلیل رویدادها باشند و فقط به چهار عنصر خبر (که، کجا، چه و کی) اکتفا نکنند. بدیهی است، توجه به دو عنصر «چرا» و «چگونه» برای تفسیر، تجزیه و تحلیل رویدادها، نیاز به شناخت و آگاهی‌های علمی از مسایل و موضوع‌ها دارد.

جدول شماره ۶، تعداد و درصد فراوانی مطالب مربوط به ایران را در ۱۰ روزنامه تهران، به تفکیک پانزده طبقه‌بندی موضوعی، نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، از کل ۸۵۰۷ مطلب مربوط به ایران، ۱۴۷۸ مطلب یا ۱۷/۴ درصد به مطالب اقتصادی، تجاری و بازرگانی اختصاص دارد که بیشترین تعداد در بین روزنامه‌ها است. همچنین، ۱۲۳۲ مطلب یا ۱۴/۵ درصد مطالب مربوط به هنر، فرهنگ و سرگرمی و ۸۸۵ مطلب یا ۱۰/۴ درصد به

مطلب ورزشی تعلق دارد. به عبارت دیگر، ۴۲/۳ درصد مطالب مربوط به ایران اختصاص به سه زیر مقوله امور اقتصادی، هنر و فرهنگ و ورزشی دارد که با توجه به شرایط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی ایران در سال ۱۳۷۳ قابل تبیین است.

همان‌طور که داده‌ها نشان می‌دهد، روزنامه‌ها حجم کمی از مطالب مربوط به ایران خود را به موضوع‌هایی نظیر: امور آموزشی، ۵/۲ درصد، حقوق بشر، ۰/۳ درصد، علوم، بهداشت و پزشکی ۴/۳ درصد، توسعه، ۶/۱ درصد، امور مذهبی، ۵/۲ درصد، حوادث و اتفاقات، ۶/۳ درصد، امور قضایی و جرم‌ها، ۳/۴ درصد اختصاص می‌دهند.

ساختار موضوعی مطالب خارجی روزنامه‌ها

جدول شماره ۶، همچنین تعداد و درصد فراوانی مطالب ۱۰ روزنامه تهران را به تفکیک پانزده طبقه‌بندی موضوعی مطالب خارجی روزنامه‌ها نشان می‌دهد. همان‌طور که جدول شماره ۶ نشان می‌دهد، از کل ۵۶۸۶ مطلب خارجی، ۱۳۷۶ مطلب یا ۲۴/۲ درصد به مطالب نظامی جنگ و خشونت‌های سیاسی اختصاص داده شده که در بین روزنامه‌ها بیشترین است. همچنین، ۱۰۹۲ مطلب خارجی یا ۱۹/۲ درصد مطالب مربوط به روابط خارجی و ۶۰۸ مطلب یا ۱۰/۷ درصد به مطالب ورزشی تعلق دارد. مطالب مربوط به امور اقتصادی، تجاری و بازرگانی ۸/۸ درصد کل مطالب روزنامه است که برابر ۵۰۳ مورد است.

به عبارت دیگر بیش از نیمی از مطالب خارجی روزنامه‌ها، (۵۴/۹ درصد)، شامل سه زیرمقوله نظامی، اقتصادی و ورزشی است. سایر زیر مقوله‌های موضوعی، کمتر از نیمی از مطالب روزنامه‌ها را شامل می‌شود.

داده‌ها نشان می‌دهد که روزنامه‌های ابرار، اطلاعات، تهران‌تایمز، و سلام به نسبت کل مطالب خود توجه بیشتر به مطالب اقتصادی دارند و روزنامه‌های اطلاعات، و رسالت بیش از ۱۰ درصد از کل مطالب از کل مطالب خارجی خود را به علوم و بهداشت پزشکی اختصاص می‌دهند، توجه روزنامه همشهری و ابرار به مطالب فرهنگی و هنری بیش از سایر روزنامه‌هاست و سایر روزنامه‌ها کمتر به این زمینه می‌پردازند.

همه روزنامه‌ها به استثنای روزنامه جمهوری اسلامی، ۸/۱ درصد تا ۱۷ درصد از کلیه مطالب خارجی خود را به مطالب ورزشی اختصاص می‌دهند.

همان‌طور که داده‌ها نشان می‌دهد، روزنامه‌ها حجم ناچیزی از مطالب خارجی خود را به موضوع‌هایی نظیر: امور آموزشی، ۰/۴ درصد، حقوق بشر، ۱/۲ درصد، هنر و فرهنگ ۵/۱ درصد، توسعه، ۰/۶ درصد، امور مذهبی، ۱/۶ درصد، امور قضایی، جرم‌ها، ۳/۳ درصد، امور سیاسی ۴/۷ درصد و محیط زیست ۲/۷ درصد اختصاص می‌دهند.

خلاصه تحقیق

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که یک بازنگاری دقیق نسبت به اولویت‌های مطالب خبری و غیرخبری در روزنامه‌های کشور ضروری به نظر می‌رسد. در سال ۱۳۷۳، از کل ۱۴۷۲۱ مطلب گدگذاری شده در ده روزنامه تهران، ۷۹/۱ درصد به خبر رویدادهای جاری اختصاص داشته و تشریح، تحنیل و تفسیر رویدادها بخش ناچیزی را در برداشته است. از این‌رو، غلبه رویدادگرایی بر موضوع‌گرایی در روزنامه‌های تهران مشاهده می‌شود.

ساختار کل مطالب روزنامه‌های تهران بر مطالب «اقتصادی، تجاری و بازرگانی»، «نظامی، جنگ و خشونت‌های سیاسی»، «هنر، فرهنگ و سرگرمی» و «ورزشی» متمرکز است و به موضوع‌هایی مانند: امور آموزشی، حقوق بشر، علوم، بهداشت و پزشکی، امور توسعه، امور قضایی و جرم‌ها و امور مذهبی کمتر پرداخته می‌شود.

از جنبه ارزش‌های خبری در تیترو لید خبرها، داده‌ها نشان می‌دهد که از نظر روزنامه‌نگاران ایرانی، رویدادهایی که حاوی ارزش خبری شهرت (شخصیت حقیقی یا حقوقی) باشد، بیشترین اهمیت را برای آنان در بردارد. رویدادهای حاوی ارزش «دربرگیری» در مرتبه دوم و رویدادهایی که حاوی «برخورد» باشد در مرتبه سوم قرار دارد.

اختصاص حجم زیادی از مطالب تحریری روزنامه‌ها به خبرهایی که توسط خبرگزاری‌ها و روابط عمومی‌ها تهیه و در اختیار روزنامه‌ها قرار می‌گیرد قابل مطالعه و بررسی است.

توجه بسیار به رویدادگرایی و توجه ناچیز به موضوع‌ها و مسایل جامعه، با توجه به تعدد

A. Danielson, ed., *Paul J. Duetschmann Memorial Papers in Mass Communications Research* (Cincinnati: Scripps-Howard Research, 1963), p. 19.

10. Guido H. Stempel III, "A Factor Analytic Study of Reader Interest in News," *Journalism Quarterly*, Vol. 44 (Summer 1967), pp. 326-330.

11. Philip Anast, "Attitude Toward the Press as a Function of Interest," *Journalism Quarterly*, Vol. 38 (Summer 1967), pp. 376-380.

12. Wilbur Schramm and Erwin Atwood, *Circulation of News in the Third World - A Study of Asia*, (Hong Kong: The Chinese University Press, 1981).

13. Dennis M. Corrigan, "Value Coding Consensus In Front Page News Leads," *Journalism Quarterly*, Vol. 67, (Winter 1990), pp. 653-662.

14. Fred N. Kerlinger, *Foundations of Behavioral Research*, 2nd ed., (New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1973), p. 535; Guido H. Stempel III, "Content Analysis," in Guido Stempel III and Bruce H. Westley, eds., *Research Methods in Mass Communication*, (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc., 1981); Ole R. Holsti, *Content Analysis for Social Science and Humanities* (Reading: Mass.: Addison-Wesley Publishing Co., 1969), pp. 2-23.

۱۵. با توجه به محدودیت‌های تحقیق، دو هفته آماری در سال ۱۳۷۳ انتخاب شد.

۱۶. در این تحقیق، دستورالعمل دولیبر شرام، و داروین اتوود، که برای سنجش مطالب روزنامه‌های آسیایی و خبرگزاری‌های بین‌المللی به کار بردند، با تغییرهایی مورد استفاده قرار گرفت. برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد، ۵ درصد کتل داده‌ها مجدداً آنگذاری و با استفاده از فرمول ویلیام اسکات، ضریب قابلیت اعتماد محاسبه شد. مقدار ضریب به دست آمده، برای تمام مقوله‌ها، به‌طور میانگین برابر ۰/۹۱ بود. نگاه کنید به: دکتر نعیم بدیمی، «تجزیه و تحلیل محتوا: نحوه محاسبه ضریب قابلیت اعتماد»، تحقیق در علوم انسانی، نشریه معاونت پژوهشی دانشگاه علامه طباطبائی، شماره ۱، بهار ۱۳۷۵، صص ۲۵-۳۱ و همچنین:

William A. Scoot, "Reliability of Content Analysis: The Case of Nominal Scale Coding," *Public Opinion Quarterly*, Fall 1955, pp. 321-325.

۱۷. در خصوص تعاریف عملیاتی زیر مقوله‌های موضوعی، سبک مطلب و غیره نگاه کنید به: دکتر نعیم بدیمی: «ساختار اخبار خارجی در روزنامه‌های تهران»، فصلنامه علوم اجتماعی، نشریه دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، دوره اول، شماره ۳-۴، زمستان ۱۳۷۱، بهار ۱۳۷۲ شمسی، صص ۲۰۵ تا ۲۴۴.

۱۸. برای مطالعه درباره الگوریتم بعدی دکتر وارد، نگاه کنید به:

دکتر نعیم بدیمی، «معیارهای گزینش خبر: کدام خبر، چرا؟» رسانه: فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی در وسایل ارتباط جمعی، سال اول، شماره اول، بهار ۱۳۶۹، صص ۴۵-۴۰.

تخصصی روزنامه‌نگاران و استقلال حرفه‌ای آنان هر چه بیشتر گسترش یابد که این مهم در طول زمان به نفع مردم و کشور است. □

پی‌نوشتها:

1. *Many Voices, One World: the MacBride Report*, Abridged Edition, UNESCO: Report by the International Commission for the Study of Communication Problems, (Paris: UNESCO, 1984), p. 211.

2. George Gerbner, "Press Perspective in World Communication: A Pilot Study," *Journalism Quarterly*, Vol. 38 (Summer 1961), pp. 313-322.

3. Walter Lippmann, "The World Outside and the Picture in Our Heads," in Wilbur Schramm and Donald Roberts (eds.) *The Process and Effects of Mass Communication*, Revised ed. (Urbana: University of Illinois Press, 1971), p. 284.

4. Alexis S. Tan, *Mass Communication Theories and Research*, (Columbus, Ohio: Grid Publishing, Inc., 1981), p. 253. Also see, Phil Harris, "Selective Images: An Analysis of the West African Wire Services of an International News Agency," a paper presented to the International Association for Mass Communication (IAMCR), Leicester, U.K., 1976.

5. Donald L. Shaw and Maxwell E. McCombes, *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*, (St. Paul Minn.: West Publishing Co., 1977), p. 12.

6. John Spicer Nichols, "Increasing Reader Interest in Foreign News by Increasing Foreign News Content in Newspaper: An Experimental Text," *Gazette*, Vol. XXI, No. 5, 1975, pp. 231-237; Leonard Tipton, Roger D. Haney and John R. Baseheart, "Media Agenda-setting in City and State Election Campaigns," *Journalism Quarterly*, Spring 1975, pp. 15-22; Linda L. Kaid, K. Hale and J. A. Williams, "Media Agenda Setting of a Specific Political Events," *Journalism Quarterly*, 54 (Autumn 1977), pp. 584-587.

7. Chilton R. Bush, "A System of Categories for General News Content," *Journalism Quarterly*, Vol. 37 (Spring 1960), pp. 206-210.

8. George B. Robeck and Verling C. Troidahl, "News-Selection Pattern Among Newspaper Readers," a paper presented at the annual convention of the Association for Education in Journalism, University of Iowa, Iowa City, August 1966.

9. Guido H. Stempel, "An Empirical Exploration of the Nature of News." In Wayne

منابع ارتباطی در دنیای امروز، باعث خواهد شد که روزنامه‌نگاری کشور در آینده نزدیک با بحران روبرو شود. تهیه گزارش، مقاله، تفسیر و اظهارنظر در مورد رویدادها از ضرورت‌های روزنامه‌نگاری امروز است.

بیش از سه چهارم مطالب مربوط به ایران در روزنامه‌ها مورد بررسی، مطالب خبری است و تفسیر و تحلیل از رویدادها حدود ۳/۱ درصد از مطالب تحریری روزنامه‌ها را شامل می‌شود. همچنین، نزدیک به ۹۰ درصد از مطالب خارجی روزنامه‌ها، مطالب خبری است و تفسیر و تحلیل از رویدادها تنها ۴ درصد مطالب خارجی را در برمی‌گیرد.

برای آن که روزنامه‌های کشور بتوانند تصویر درست و روشنی از واقعیت‌ها برای خوانندگان خود ترسیم کنند، ضروری است که

■ برای آن که روزنامه‌های کشور بتوانند تصویر درست و روشنی از واقعیت‌ها برای خوانندگان خود ترسیم کنند، ضروری است که در شیوه اداره و مدیریت روزنامه‌های کشور، سیاست خبری، نحوه تهیه، انتخاب و ارائه مطالب، تجدید نظر قابل ملاحظه‌ای پدید آید.

در شیوه اداره و مدیریت روزنامه‌های کشور، سیاست خبری، نحوه تهیه، انتخاب و ارائه مطالب، تجدید نظر قابل ملاحظه‌ای پدید آید. روزنامه‌نگار امروز باید با آگاهی از وضعیت جغرافیای سیاسی و به دور از احساسات و شرایط مقطعی، با در نظر داشتن نیازهای اطلاعاتی مخاطبان و منافع و مصالح عمومی فعالیت کند. روزنامه‌نگاری کشور باید برای کمک به هویت فرهنگی و توسعه ملی به عنوان وسیله‌ای مؤثر برای مشارکت و همکاری‌های اجتماعی در جهت تحقق برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی کشور تلاش و فعالیت کند.

در شرایط کنونی باید در کنار توسعه ارتباطات و همراه با بهبود نحوه اداره مطبوعات، امکانات آموزش و بازآموزی