

## میزان و چگونگی پوشش اخبار میراث فرهنگی در روزنامه‌ها و خبرگزاریها

شعبانعلی بهرامپور\*

### چکیده

این بررسی به منظور شناسایی میزان و همچنین چگونگی و نحوه انتشار اخبار و مطالب مربوط به میراث فرهنگی در روزنامه‌های سراسری و خبرگزاریهای ایرنا و ایسنا و باروش تحلیل محتوا انجام شده است. از این رو، شناسایی میزان و نحوه انتشار و انعکاس اخبار و مطالب مربوط به میراث فرهنگی در روزنامه‌ها و خبرگزاریها به همراه بررسی مشابهتها و تفاوتها در روزنامه‌ها و خبرگزاریها در انتشار این اخبار و مطالب، مهمترین اهداف این تحقیق بوده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که برخی از روزنامه‌ها مانند *انتخاب*، *رسالت*، *جمهوری اسلامی*، *کیهان* و *حیات نو* در سال ۱۳۸۱ ه. ش به مقوله میراث فرهنگی توجه لازم نداشته‌اند و به طور متوسط هر دو شماره و بیشتر تنها یک مطلب درباره میراث فرهنگی منتشر کرده‌اند. روزنامه‌های *اطلاعات*، *ایران* و *جام جم* در هر شماره بیش از یک مطلب درباره میراث فرهنگی منتشر کرده‌اند. در مجموع، روزنامه‌ها بیشتر مطالب مربوط به میراث فرهنگی را در قالب خبر منتشر کرده‌اند و توجه چندانی به مطالب تحلیلی و تفسیری در این باره نداشته‌اند. خبرگزاری ایرنا، در مقایسه با ایسنا، اخبار و گزارشهای بیشتری را در سال ۱۳۸۱ ه. ش از گوشه‌ها و اکناف کشور درباره میراث فرهنگی منتشر کرده و اغلب موضوعات و مسائل مربوط

به میراث فرهنگی را پوشش داده است. در عین حال ایسا به موضوع بازسازی و مرمت آثار و ایرنا به موضوع شناسایی و ثبت آثار بیشتر توجه داشته است.

## کلید واژه

خبر، خبرگزاری، روزنامه، میراث فرهنگی، پوشش خبری.

### ۱- مقدمه

امروزه کمتر کسی را می‌توان یافت که از کنار وسایل ارتباط جمعی با بی‌اعتنایی بگذرد. محققان برآنند که دوره مدرن، بدون وسایل ارتباطی جدید قابل تصور و تبیین نیست. از این رو، اکنون حتی اگر فرد یا گروهی بخواهد وسایل ارتباط جمعی را نادیده بگیرد و آن را رها سازد، خود وسایل ارتباط جمعی، یا به عبارت دقیق تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، آنها را رها نمی‌سازد. وسایل ارتباط جمعی در دنیای مدرن دارای نقش انکارناپذیر و بی‌بدیلی است.

برخی معتقدند که رسانه‌ها از جمله ابزار اجتماعی‌اند که کارکردشان کنترل و جهت‌دهی افکار عمومی است. بنابراین از منظر این افراد، رسانه‌ها قادر به دخل و تصرف اذهان عمومی جامعه‌اند و می‌توانند محرک دگرگونی‌های عظیم اجتماعی، سیاسی در محیط باشند. از منظر این افراد رسانه‌ها آنچه از جهان پیرامون خود به مخاطبان ارائه می‌دهند، لزوماً عین اخبار و وقایع نیست، بلکه تصور و برداشت خود از جهان و رویدادهای جاری در آن را به مخاطبان عرضه می‌کنند. در مقابل، گروه دیگری قرار دارند که معتقدند رسانه‌ها صرفاً نمی‌توانند به کنترل و جهت‌دهی افکار عمومی پردازند و منویات افراد و گروه‌های خاصی را تبلیغ کنند، بلکه باید شرایط مساعد پذیرش افکار خاصی در جامعه موجود باشد تا رسانه‌ها بتوانند آنها را جهت دهند. از منظر این افراد، امروزه جهان به گونه‌ای است که این روابط دوجانبه و تعاملی است. مردم خواسته‌هایی دارند که اگر رسانه‌های خاصی نتوانند به آنها پاسخ گویند، رسانه‌های دیگر را جایگزین آنها می‌سازند. به عبارت دیگر در نظر این افراد، هم مردم و گروه‌ها هستند که به صاحبان رسانه‌ها و... می‌فهمانند که چه می‌خواهند و هم رسانه‌ها در مواقع خاص می‌دانند چگونه افکار عمومی را کنترل کنند یا جهت دهند.

برآیند این تعامل در رسانه‌ها، منجر به ظهور پدیده‌ای شده است که سیاست خبری رسانه‌ها نام دارد. سیاست خبری رسانه‌ای موفق تر است که خواسته‌های مردم را هم در برنامه‌هایش لحاظ کرده باشد. اگر رسانه‌ای سیاست خبری خود را یک سویه تنظیم کند (خواه مبتنی بر سوگیری مردمی و خواه مبتنی بر سوگیری قدرت حاکم) محکوم به شکست است. سیاست خبری رسانه‌ها تعیین‌کننده خط‌مشی‌ها و برنامه‌های رسانه‌ها در برجسته‌سازی و چگونگی طرح مطالب درباره نهادها، دستگاهها، سازمانها و... است. در موضوع بررسی شده می‌توان گفت که این سیاست خبری روزنامه‌ها و خبرگزاریهاست که (در صورت نگاه دو سویه) با لحاظ کردن منویات هر دو سوی مسئله، برجسته‌سازی و چگونگی طرح مطالب مربوط به میراث فرهنگی را تعیین می‌کند. به عبارت دیگر، بررسی اخبار و مطالب مربوط به میراث فرهنگی در روزنامه‌ها و خبرگزاریها به منظور شناسایی نگرشها و برنامه‌های هر یک از این رسانه‌ها، می‌تواند سیاست خبری هر یک را در این زمینه به‌خوبی نشان دهد.

## ۲- خبر

در میان چاپ روزانه میلیون‌ها کلمه در مطبوعات و انتشار میلیون‌ها کلمه دیگر توسط خبرگزاریها و دیگر رسانه‌ها در داخل و خارج کشور، اخبار سهم ویژه‌ای را به خود اختصاص می‌دهد. هر خبر دارای اجزا و عناصری است که با یکدیگر روابط منطقی و پایدار داشته و ساختار و قالب خبر را تشکیل می‌دهند. این عناصر هر کدام دارای دو وجه «شکل» و «محتوا» هستند. صورت و شکل همان فرم و قالب ظاهری مطالب است و محتوا همان متن و مفاهیمی است که معنا و پیام خبر و مطالب تنظیم شده را منتقل می‌کند. «شکل» ارائه اخبار و مطالب و همچنین نحوه انعکاس آنها در مطبوعات و خبرگزاریها به مسائل و موضوعات خاصی بستگی دارد که در اینجا به ترتیب به مهمترین آنها اشاره می‌شود.

### ۱-۲- تعریف خبر

صاحب‌نظران و اندیشمندان علوم ارتباطات، تعاریف متفاوتی از خبر ارائه داده‌اند که در این جا به مهمترین آنها اشاره می‌شود.

فرناندو ترو، استاد و رئیس سابق مطبوعات دانشگاه پاریس در تعریفی از خبر به دو ویژگی اشاره کرده است. نخست، نظم در انتشار و دوم، محدود نبودن به رویداد به نحوی که آگاهی، عقیده و دانش انسانی را نیز شامل می‌شود. از نظر ترو خبر، انتشار منظم جریان وقایع، آگاهیها و دانشهای انسانی و نقل عقاید و افکار عمومی است (معمدنژاد. ۱۳۶۸. ۱۸). والتر لیپمن، محقق برجسته آمریکایی در تعریفی از خبر به دو ویژگی «تازگی» (از نظر زمانی) و «ابهام» اشاره می‌کند و آنها را لازمه هر خبر می‌داند.

لیپمن، معتقد است که اخبار انعکاس واقعیت‌های اجتماعی نیست، بلکه گزارشی از واقعیت‌های جامعه است. اخبار به مسائلی می‌پردازد که فوری، تازه و الزاماً پیچیده و مبهم باشند. لیپمن بر این نکته نیز تأکید می‌کند که خبر و حقیقت یکی نیستند. وظیفه خبر این است که حادثه‌ای را مطرح کند و سرزبانها بیندازد، در حالی که وظیفه حقیقت این است که واقعیات پنهان و نامعلوم را معلوم کرده، آنها را به هم ربط داده و تصویری از واقعیات به دست دهد که بشر براساس آن عمل کند (نگرین. ۱۳۷۰. ۳۴).

کاظم معمذنژاد، در کتاب روزنامه‌نگاری ضمن بررسی چند تعریف از خبر، تعریفی ارائه می‌دهد که جامعتر است. از نظر وی این ویژگیها جزو عوامل و خصوصیات درونی یک خبر هستند. وی می‌گوید:

«خبر اعلام و بیان وقایع جالب زندگی اجتماعی و نقل عقاید و افکار عمومی

است» (معمذنژاد. ۱۳۶۸. ۱۹).

از میان تعاریف متعددی که از خبر ارائه شده است، تعریف زیر جامع‌تر به نظر می‌رسد. در این تعریف ابعاد و زوایای آن به‌طور مشخص و روشن مورد توجه قرار گرفته است:

«خبر گزارشی از رویدادهای واقعی و عینی است که دارای یک یا چند ارزش خبری باشد. چگونگی و نحوه ارائه این گزارش تحت تأثیر عوامل درون سازمانی و برون سازمانی شکل می‌گیرد» (بدیعی. ۱۳۷۱. ۱۰).

### ۳- خبر در مطبوعات و خبرگزاریها

بخش خبری رسانه‌های جمعی مانند مطبوعات و رادیو و تلویزیون به شرط آنکه ویژگیهای

تنظیم و تدوین اخبار در آنها رعایت شود، از پرترفدارترین بخشهای این رسانه‌هاست. خبرگزاریها که تهیه و تنظیم را جزو وظایف خود می‌دانند، از قاعده فوق جدا نیستند. خبرگزاریها برای جذب مشتری و افزایش اشتراک خود باید در تهیه و ارسال اخبار، شرایط و ویژگیهایی را رعایت کنند تا دریافت‌کنندگان اخبار را راضی و اقناع سازند. با وجود این، تهیه و تنظیم خبر در مطبوعات و خبرگزاریها تفاوتی با یکدیگر دارند که فشرده آنها در زیر می‌آید (قندی، ۱۳۷۴، ۹۰-۷۸).

### ۱-۳-۱- مطبوعات

تهیه و تنظیم خبر در هر یک از رسانه‌ها دارای امتیازات، ویژگیها، امکانات، شرایط و محدودیتهایی است که باید به آن توجه کافی داشت. مطبوعات به‌مثابه رسانه‌های نوشتاری امتیازات و امکانات و همچنین محدودیتهای خاص خود را دارا هستند.

#### ۱-۱-۳- امتیازات یا ویژگیها

الف) مطبوعات ویژه باسوادان است و مطالعه‌کنندگان آن باید سواد داشته باشند.  
ب) مطبوعات در مقایسه با خبرگزاریها و رادیو و تلویزیون از ابزار و امکانات قابل دسترس‌تری برای تولید و انتشار خبر در شکل ابتدایی آن استفاده می‌کنند و در نتیجه هر پیام می‌تواند به شیوه‌های گوناگون (که رایج‌ترین آن تکثیر است) چاپ و در تیراژ بالا منتشر شود. از این‌رو، تنوع مطبوعات همواره بیشتر از تنوع دیگر انواع رسانه‌هاست.  
ج) برای دسترسی به مطبوعات هزینه زیادی لازم نیست اما برای دسترسی به دیگر رسانه‌ها هزینه زیادی لازم است.

ه) ویژگی مکتوب بودن مطبوعات، آنها را به‌مثابه سند جلوه‌گر می‌کند و به مخاطبان فرصت انتخاب می‌دهد و آنان را در زمان محدود و مقید نمی‌کند.

#### ۱-۳-۲- محدودیتهای

الف) در مطبوعات خبرها همیشه به‌طور کامل انتشار نمی‌یابند و این امر به دلیل کمبود

زمان و نیز صفحه‌های محدود و معدود است (هرچند برخی از مطبوعات تعداد صفحه‌های زیادی داشته باشند).

(ب) مطبوعات همواره از مشکل زمانی رنج می‌برند. در بین مطبوعات، روزنامه‌ها عمر بسیار کوتاهی دارند که حداکثر به ۲۴ ساعت می‌رسد. عمر کم روزنامه‌ها و مطبوعات امکان بهره‌گیری از تمام رویدادها را به آنها نمی‌دهد.

(ج) محدودیت مکانی، یعنی مشکل توزیع همزمان مطبوعات در همه نقاط کشور یا حتی یک شهر بزرگ.

### ۲-۳- خبرگزاریها

خبرگزاریها، سازمان خبری - مطبوعاتی هستند که وظیفه و مأموریت آنها، جست‌وجو، تحقیق، جمع‌آوری و تنظیم اطلاعات و پیامهایی است که ضرورتاً باید آنها را در مرکزی انباشت نماید و سپس این اخبار را به مشتریان خود که شامل روزنامه‌ها، رادیوها و تلویزیون‌ها، دستگاه‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، سفارتخانه‌ها و... است، ارسال کند.

### ۱-۲-۳- امتیازات یا ویژگیها

(الف) سرعت عمل  
(ب) وابستگی مطبوعات و رادیو و تلویزیون به خبرگزاریها از لحاظ تهیه اخبار. زیرا هیچ‌کدام از رسانه‌های مذکور قادر نیستند به تنهایی شبکه اطلاعاتی وسیعی را در سطح وسیع منطقه و جهان برای انجام کارهای خبری خود تأسیس کنند.

(ج) خبرگزاریها فروشنده عمده اخبار و پیامهای مطبوعاتی اند.

(ه) خبرگزاریها عامل صرفه‌جویی در سازمانهای مطبوعاتی به‌شمار می‌روند.

### ۲-۲-۳- محدودیتها

(الف) مخاطبان و استفاده‌کنندگان مستقیم اخبار خبرگزاریها، معدودند.

ب) همه اخبار و پیامهای خبرگزاریها، قابل انتشار نیستند.  
ج) پیامهای خبرگزاریها عیناً به مردم عرضه نمی‌شوند. مطبوعات، اخباری را که خبرگزاریها در اختیارشان قرار می‌دهند با توجه به سیاست و هدف مشخص خود به صورت یک محصول نهایی تولید و عرضه می‌کنند.  
به طور کلی، ویژگیها و امکانات و محدودیتهای خبرگزاریها و مطبوعات سبب می‌شود که اخبار هر یک در زمان معین از لحاظ فراوانی، حجم و نشانگاه متفاوت باشد. مطبوعات از دهها خبری که خبرگزاریها برایشان ارسال می‌کنند تعداد معدودی را انتخاب و گاهی با بازنویسی منتشر می‌کنند.

#### ۴- روش تحقیق

برای شناسایی میزان و چگونگی انتشار مطالب مربوط به میراث فرهنگی در روزنامه‌ها و خبرگزاریها از روش تحلیل محتوا استفاده شد. تحلیل محتوا، تکنیکی پژوهشی است که برای «توصیف عینی، منظم و کمی محتوای آشکار پیامهای ارتباطی با هدف تفسیر داده‌ها به کار می‌رود» (معتدنوناد، ۱۳۵۶: ۷۲). کرلینجر، تحلیل محتوا را «روشی برای مطالعه و تحلیل پیامهای ارتباطی به صورت منظم، عینی، کمی و کیفی» (Kerlinger, 1973: 535)، تعریف کرده است. مطابق تعاریف پذیرفته شده فوق، در تحلیل محتوا پژوهشگر پیامهای ارتباطی و محتوای ارتباط را به صورت کمی و منظم درآورده و سپس آن را تجزیه و تحلیل و در نهایت تفسیر می‌کند.

#### ۵- اهداف تحقیق

این تحقیق، اساساً برای دستیابی به اهداف زیر انجام گرفته است:

۱. شناسایی میزان اخبار و مطالب مربوط به میراث فرهنگی در روزنامه‌ها و خبرگزاریها؛
۲. شناسایی نحوه انتشار و انعکاس مطالب مربوط به میراث فرهنگی در روزنامه‌ها؛
۳. شناسایی موضوعات و مضامین مربوط به میراث فرهنگی در روزنامه‌ها و خبرگزاریها؛

۴. بررسی مشابهت‌ها و تفاوت‌های روزنامه‌ها در انتشار مطالب مربوط به میراث فرهنگی؛  
۵. بررسی مشابهت‌ها و تفاوت‌های خبرگزاری‌ها در انتشار اخبار مربوط به میراث فرهنگی.

#### ۶- پرسشهای اساسی تحقیق

۱. روزنامه‌ها چه قدر در انعکاس اخبار و مطالب مربوط به میراث فرهنگی اهتمام می‌ورزند؟  
۲. خبرگزاری‌ها چه قدر به انتشار اخبار مربوط به میراث فرهنگی اهتمام دارند؟  
۳. روزنامه‌ها در انتشار مطالب مربوط به میراث فرهنگی چه شباهت‌ها و چه تفاوت‌هایی دارند؟  
۴. خبرگزاری‌ها در انتشار مطالب مربوط به میراث فرهنگی چه شباهت‌ها و چه تفاوت‌هایی دارند؟

#### ۷- جامعه آماری و نمونه تحقیق

جامعه آماری این تحقیق عبارتند از تمامی شماره‌های ۱۰ روزنامه کثیرالانتشار ایران، اطلاعات، انتخاب، همشهری، همبستگی، حیات نو، کیهان، جمهوری اسلامی، رسالت و جام جم چاپ تهران در سال ۱۳۸۱ ه. ش و همچنین تمامی اخبار مربوط به میراث فرهنگی در دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا در سال ۱۳۸۱ ه. ش (به جزء اسفند).

#### ۸- واحد تحقیق

واحد تحقیق در این بررسی شامل تمام مطالب موجود در روزنامه‌ها و خبر در خبرگزاری‌هاست.

#### ۹- تعاریف عملیاتی مفاهیم

پیش از آنکه به تعریف عملیاتی متغیرها پرداخته شود، ابتدا لازم است که تعریف نظری میراث فرهنگی بیان گردد. میراث فرهنگی عبارت است از:

«آثار باقیمانده از گذشتگان که نشانگر حرکت انسان در طول تاریخ است و با شناسایی آن زمینه شناخت هویت و خط حرکت فرهنگی او میسر می‌گردد و از این طریق زمینه‌های عبرت برای انسان فراهم می‌آید» (قانون اساسنامه میراث فرهنگ کشور).



آنچه که در این تحقیق میراث فرهنگی تلقی شده است ذیل تعریف عملیاتی موضوع آمده است.

#### ۹-۱- سبک مطالب

مطالب روزنامه‌ها در سبکهای مختلف منتشر می‌شوند. در این تحقیق تمامی مطالب مربوط به میراث فرهنگی در روزنامه‌های مختلف در سبکهای زیر کدگذاری شده‌اند:

- خبر

گزارشی از وقایع عینی دنیای خارج که اطلاعات لازم از طریق مشاهده یا مصاحبه به دست آید و نظریات خبرنگار در آن دخالت نداشته و از نظر زمانی تازگی داشته باشد.

- سرمقاله، یادداشت، مقاله، تفسیر

مطالبی که نویسنده درباره یک موضوع یا رویداد به اظهار نظر پرداخته و با استفاده از مقدمه و مؤخره منطقی و علمی به تحلیل یک واقعه می‌پردازد. تفسیرها و یادداشتها حاوی ارزشیابی و قضاوت شخصی نویسنده‌اند، اما سرمقاله نظر رسمی روزنامه یا نشریه محسوب می‌شود.

- مصاحبه و گفت‌وگو

تمامی مطالبی که از طریق یک گفت‌وگوکننده و یک مصاحبه‌شونده ثبت و درج می‌شود. سخنرانیها نیز در همین مقوله ثبت و کدگذاری شده‌اند.

- گزارش

بازگویی و توصیف واقعیت با استفاده از نثر و زبان هنرمندانه با رعایت بی‌طرفی و عدم پیش‌داوری نویسنده به منظور آشنا کردن مخاطب با واقعیت رویداد یا موضوعی که مخاطب، خود امکان تجربه مستقیم و برخورد رویاروی با آن را ندارد. در گزارش برخلاف مقاله و یادداشت، نویسنده در پی اثبات دیدگاهها و عقاید خود نیست بلکه درصدد توصیف و بیان زیبا و جذاب واقعیت است.

- نامه و تلفن

تمامی مطالبی که تحت عنوان نامه و تلفن خوانندگان در نشریه به چاپ رسیده است.

- ستون ویژه

منظور ستونهای اختصاصی است که بعضی نشریات به میراث فرهنگی اختصاص داده‌اند.

- عکس و طرح

منظور عکسها و طرحهایی است که به تنهایی در نشریات چاپ شده‌اند.

- سایر

آنچه را که نتوان در مقولات هفت‌گانه فوق طبقه‌بندی کرد.

## ۲-۹- موضوع

تمامی مطالب مربوط به میراث فرهنگی ذیل مقولات زیر کدگذاری شده است (در کدگذاری کلیت غالب خبر و مطلب مدنظر قرار گرفته است):

- میراث فرهنگی به‌طور کلی (منظور تمامی مطالب نظری است که برخی مدیران به‌طور کلی درباره میراث فرهنگی اظهار داشته‌اند)؛

- بازسازی، مرمت و احیای بناهای تاریخی، فرهنگی و موزه؛

- شناسایی، مستندسازی و ثبت آثار تاریخی، فرهنگی؛

- تمامی مطالب مربوط به تخریب آثار فرهنگی، تاریخی؛

- اهدا، نگهداری، حفظ و محافظت اشیا و آثار و بناهای تاریخی؛

- تمامی مطالب مربوط به سرقت، غارتگری، یغما بردن و قاچاق اشیا و آثار فرهنگی -

تاریخی؛

- بی‌توجهی، کم‌توجهی و نادیده گرفتن آثار تاریخی، ملی و موزه؛

- تمامی فعالیتها و کارهای نمایشگاهی، جشنواره‌ها، مطالعات، تحقیقات و پژوهشهای

مربوط به میراث فرهنگی؛

- دیدار و بازدید از اماکن، بناها و آثار تاریخی، فرهنگی، موزه‌ها؛

- تبدیل اماکن، بناها، آثار و اشیای تاریخی - فرهنگی به آثار ملی و موزه؛

- حفاری، کاوش، کاوشگری و باستان‌شناسی؛

- توجه بیشتر به میراث فرهنگی و ساماندهی آن، افزایش اعتبارات و بودجه مربوط به آثار تاریخی - فرهنگی؛
- موقوفات، بقاع متبرکه و آرامگاههای تاریخی و تمامی موارد مربوط به این زمینه که حول مقولات بالا بیان نشده باشد.
- فعالیتها و دوره‌های آموزشی مربوط به میراث فرهنگی؛
- تمامی مطالب و موارد مربوط به میراث فرهنگی خارج و خارجیها؛
- کشف آثار تاریخی، فرهنگی؛
- سایر (تمامی مطالب مربوط به میراث فرهنگی که حول مقولات ۱۶ گانه فوق نگنجد).

### ۳-۹- منبع خبر

در صورت خبری بودن سبک مطالب در روزنامه‌ها، منبع خبرها در قالب موارد زیر مدنظر قرار گرفته است:

- روزنامه (خبری که منبع آن خبرنگار روزنامه است)؛
- ایرنا (خبری که توسط ایرنا، خبرگزاری جمهوری اسلامی مخابره شده است)؛
- ایسنا (خبری که توسط ایسنا، خبرگزاری دانشجویان مخابره شده است)؛
- واحد مرکزی خبر (خبری که توسط واحد مرکزی خبر صدا و سیما مخابره شده است)؛
- روابط عمومی میراث فرهنگی (خبری که توسط روابط عمومی سازمان و ادارات میراث فرهنگی مخابره شده است)؛
- خبرگزاریهای خارجی (تمامی خبرهایی که به نقل از سازمانهای خبری خارجی مخابره شده است)؛
- اینترنت (تمامی خبرهایی که به نقل از سایت‌های اینترنتی در روزنامه‌ها منتشر شده است)؛
- سایر.

#### ۴-۹- رویکرد مطالب

- رویدادگرا

آن دسته از مطالبی که مربوط به وقایع یا رویدادهای زودگذر است و زود کهنه می‌شود.

- موضوع‌گرا

آن دسته از مطالبی که مربوط به وقایع و موضوعات زودگذر نبوده و از نظر موضوعی زود کهنه نمی‌شود. این مطالب عمدتاً با تحلیل و تفسیر همراهند و وقایع را از جوانب گوناگون تجزیه و تحلیل می‌کنند.

- نامشخص

مطالبی که نتوان آن را در مقولات فوق گنجانند.

#### ۵-۹- ارزشهای خبری تیتز

ارزشهای خبری به معیارهای سنجش غیرموضوعی و اهمیت ذاتی اخبار اطلاق می‌شود. در این تحقیق، سنجش ارزشهای خبری مستتر در تیتز مطالب با توجه به طبقه‌بندی زیر صورت گرفته است:

- برخورد

خبرهایی دارای ارزش خبری برخورد هستند که نشان‌دهنده درگیری میان افراد، گروهها، جناحها و احزاب است. برخورد ممکن است فکری و یا غیرفکری باشد.

- شهرت

اشخاص حقیقی یا حقوقی که به دلیل فعالیت‌هایشان در جامعه شناخته شده باشند و حضور آنها در خبرها، موجب انعکاس و اهمیت آن شود، دارای این ارزش خبری هستند (شهرت ممکن است بار معنایی مثبت یا منفی داشته باشد).

- عجیب و مستثنی

رویدادی که غیرعادی، عجیب و نادر باشد و در بسیاری از موارد برخلاف انتظار اتفاق افتاده باشد.

### - دربرگیری

رویدادی که بر روی تعداد زیادی از افراد جامعه در زمان حال یا آینده تأثیر داشته باشد.

- بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار

مطالبی که دارای اعداد و ارقام به لحاظ تعداد، حجم و... هستند (با توجه به نوع رویداد و

موضوع، اعداد بیانگر اهمیت‌اند).

- سایر ارزشهای خبری ترکیبی از هر یک از ارزشهای مذکورند.

### ۹-۶- صفحه مطالب

مطالب روزنامه‌ها با توجه به درجه اهمیت که صفحات آن داراست به شرح زیر کدگذاری

شده است:

- صفحه اول،

- صفحات داخلی،

- صفحه آخر.

### ۹-۷- مکان

رویدادها و مطالب روزنامه‌ها و خبرگزاریها درباره میراث فرهنگی در مقولات زیر کدگذاری

شده‌اند:

- تهران (تمامی خبرها و مطالبی که مربوط به شهر تهران و یا به‌طورکلی درباره میراث

فرهنگی اظهار شده است)؛

- مراکز استان (تمامی خبرها و مطالبی که مربوط به آثار تاریخی - فرهنگی مراکز استانهای

کشور است)؛

- شهرستان (تمامی خبرها و مطالبی که مربوط به آثار تاریخی - فرهنگی شهرستانهای کشور

است)؛

- استان (تمامی خبرها و مطالبی که مربوط به آثار تاریخی - فرهنگی استانها به‌طورکلی است)؛

- خارج (تمامی خبرها و مطالبی که مربوط به آثار تاریخی - فرهنگی کشورهای دیگر است).

۱۰- یافته‌های تحقیق

۱۰-۱- روزنامه‌ها

۱۰-۱-۱- فراوانی مطالب روزنامه‌ها

جدول ۱، فراوانی مطالب روزنامه‌ها را نشان می‌دهد. مطابق این جدول، بیشترین مطالب مربوط به میراث فرهنگی در زمان بررسی توسط روزنامه‌های جام‌جم با  $21/1$  درصد، ایران با  $18/5$  درصد و اطلاعات با  $13/6$  درصد منتشر شده است. کمترین مطالب در روزنامه‌های انتخاب با  $2/9$  درصد، رسالت و جمهوری اسلامی هرکدام با  $5/8$  درصد منتشر شده است. به‌طورکلی، از میان روزنامه‌های بررسی شده فقط ۳ روزنامه جام‌جم، ایران و اطلاعات در هر شماره به‌طور متوسط بیش از یک مطلب درباره میراث فرهنگی منتشر کرده‌اند.

جدول ۱: فراوانی مطالب برحسب روزنامه‌ها

ردیف	روزنامه	فراوانی	درصد
۱	کیهان	۲۳	۷/۵
۲	اطلاعات	۴۲	۱۳/۶
۳	ایران	۵۷	۱۸/۵
۴	همشهری	۲۷	۸/۸
۵	انتخاب	۹	۲/۹
۶	رسالت	۱۸	۵/۸
۷	جمهوری اسلامی	۱۸	۵/۸
۸	جام‌جم	۶۵	۲۱/۱
۹	حیات‌نو	۲۴	۷/۸
۱۰	همبستگی	۲۵	۸/۱
	جمع	۳۰۸	۱۰۰

۱۰-۱-۲- مکان

جدول ۲، مکان را برحسب روزنامه‌ها نشان می‌دهد. مطابق این جدول، روزنامه کیهان هیچ مطلبی درباره میراث فرهنگی به‌طورکلی (مربوط به تهران و سراسر ایران) منتشر نکرده و

جمهوری اسلامی هم مطالب قابل توجهی را به این گستره اختصاص نداده است. در مقابل، ایران و اطلاعات و همشهری بیشترین مطالب مربوط به میراث فرهنگی تهران را منتشر کرده‌اند. روزنامه انتخاب بیش از دیگر روزنامه‌ها مطالب خود را به این گستره مکانی اختصاص داده است. کیهان و همبستگی در مقایسه با سایر روزنامه‌ها مطالب بیشتری را درباره مراکز استان و همچنین کیهان، همشهری و جمهوری اسلامی بیشتر از سایر روزنامه‌ها مطالب مربوط به میراث فرهنگی شهرستانها را منتشر کرده‌اند. کیهان، همشهری، انتخاب، رسالت و همبستگی هیچ مطلبی درباره میراث فرهنگی خارجیا منتشر نکرده‌اند. تفاوت‌های مشاهده شده بین روزنامه‌ها از لحاظ آماری معنادار است.

جدول ۲: مکان برحسب روزنامه‌ها

روزنامه	مکان		تهران و سراسری		مرکز استان		شهرستان‌ها		استان		خارج		نامشخص	
	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف
کیهان	-	-	۸	۳۴/۸	۱۳	۵۶/۵	۲	۸/۷	-	-	-	-	-	-
اطلاعات	۷	۱۶/۷	۱۱	۲۶/۲	۱۶	۳۸/۱	۵	۱۱/۹	۱	۲/۴	۲	۴/۸	-	-
ایران	۱۳	۲۲/۸	۹	۱۵/۸	۲۲	۳۸/۶	۵	۸/۸	۶	۱۰/۵	۲	۳/۵	-	-
همشهری	۷	۲۵/۹	۵	۱۸/۵	۱۴	۵۱/۹	-	-	-	-	۱	۳/۷	-	-
انتخاب	۶	۶۶/۷	۱	۱۱/۱	-	-	-	-	-	-	۳	۲۲/۲	-	-
رسالت	۳	۱۶/۷	۴	۲۲/۲	۶	۳۳/۳	۴	۲۲/۲	-	-	۱	۵/۶	-	-
جمهوری اسلامی	۱	۵/۶	۳	۱۶/۷	۸	۴۴/۴	۳	۱۶/۷	۲	۱۱/۱	۱	۵/۶	-	-
جام جم	۶	۹/۲	۱۵	۲۳/۱	۲۶	۴۰	۵	۷/۷	۷	۱۰/۸	۶	۳۱/۶	-	-
حیات نو	۴	۱۶/۷	۲	۱۶/۷	۵	۲۰/۸	۸	۳۳/۳	۱	۴/۲	۲	۸/۳	-	-
همبستگی	۵	۲۰	۸	۳۲	۹	۳۶	۱	۴	-	-	۲	۸	-	-
جمع	۵۲	۱۶/۹	۶۸	۲۲/۱	۱۱۹	۳۸/۶	۳۳	۱۰/۷	۱۷	۵/۵	۱۹	۶/۲	-	-

$\chi^2 = 38/62$        $df = 54$        $Sig = /0.01$

۱۰-۱-۳- صفحه مطالب

جدول ۳، صفحه مطالب را برحسب روزنامه‌ها نشان می‌دهد. مطابق این جدول، روزنامه‌های کیهان، اطلاعات، همشهری، رسالت، جمهوری و حیات‌نو در صفحه نخست مطلبی نداشته‌اند. جام‌جم، رسالت، همبستگی و ایران در صفحه آخر خود مطالب زیادی در این باره منتشر کرده‌اند. جام‌جم بیشتر مطالب خود را درباره میراث فرهنگی (۷۳/۸ درصد) در صفحه آخر منتشر کرده است. تفاوت‌های بین روزنامه‌ها در انتشار مطالب برحسب صفحه از لحاظ آماری کاملاً معنادار است. کای اسکوتر این جدول و جداولی که تعداد خانه‌های خالی و کمتر از پنج آنها زیاد است با تصحیح فرمول بیتس محاسبه شده است.

جدول ۳: صفحه مطالب برحسب روزنامه‌ها

روزنامه		صفحه		اول		داخلی		آخر	
		د	ف	د	ف	د	ف	د	ف
کیهان	-	-	-	۲۳	۱۰۰	-	-	-	-
اطلاعات	-	-	-	۴۲	۱۰۰	-	-	-	-
ایران	۲	۳/۵	۴۰	۷۰/۲	۱۵	۲۶/۳	-	-	
همشهری	-	-	-	۲۷	۱۰۰	-	-	-	
انتخاب	۲	۲۲/۲	۷	۷۷/۸	-	-	-	-	
رسالت	-	-	۱۳	۷۲/۲	۵	۲۷/۸	-	-	
جمهوری اسلامی	-	-	۱۸	۱۰۰	-	-	-	-	
جام‌جم	۳	۴/۶	۱۴	۲۱/۵	۴۸	۷۳/۸	-	-	
حیات‌نو	-	-	-	۲۴	۱۰۰	-	-	-	
همبستگی	۱	۴	۲۱	۸۳	۳	۱۲	-	-	
جمع	۸	۲/۶	۲۲۹	۷۴/۴	۷۱	۲۳/۱	-	-	

$$X^2 = ۱۶۲ \quad df = ۱۸ \quad Sig = ۰/۰۰۰$$

۱۰-۱-۴- سبک مطالب

جدول ۴، فراوانی مطالب مربوط به میراث فرهنگی در روزنامه‌ها را برحسب سبک نشان می‌دهد. همچنان که این جدول نشان می‌دهد، ۸۶ درصد مطالب در سبک خیر و ۸/۸ درصد در سبک گزارش منتشر شده‌اند. مطابق این جدول، فقط ۳/۶ درصد مطالب مقاله، یادداشت، تفسیر



و نظیر اینها بوده است. در زمان بررسی، تنها ۳ مصاحبه مربوط به میراث فرهنگی در روزنامه‌ها منتشر شده است.

جدول ۴: فراوانی مطلب برحسب سبک

ردیف	سبک	فراوانی	درصد
۱	خبر	۲۶۵	۸۶
۲	مقاله	۱۱	۳/۶
۳	مصاحبه	۳	۱
۴	تلفن خوانندگان	۱	۰/۳
۵	گزارش	۲۷	۸/۸
۶	عکس به تنهایی	۱	۰/۳
	جمع	۳۰۸	۱۰۰

۱-۱-۵. رویکرد مطالب

جدول ۵، رویکرد مطالب را برحسب روزنامه‌ها نشان می‌دهد. مطابق این جدول، تمام روزنامه‌ها بیشتر مطالب خود را در قالب رویدادگرا منتشر کرده‌اند. از این رو، بین روزنامه‌های بررسی شد، از لحاظ رویکرد تفاوت معناداری از لحاظ آماری دیده نشده است.

جدول ۵: رویکرد مطالب برحسب روزنامه‌ها

موضوع	رویکرد		موضوع‌گرا		جمع	
	د	ف	د	ف	د	ف
کیهان	۲۳	۱۰۰	-	-	۲۳	۷/۵
اطلاعات	۳۶	۸۵/۷	۶	۱۴/۳	۴۲	۱۳/۶
ایران	۴۴	۷۷/۲	۱۳	۲۲/۸	۵۷	۱۸/۵
همشهری	۲۳	۸۵/۲	۴	۱۴/۸	۲۷	۸/۸
انتخاب	۸	۸۸/۹	۱	۱۱/۱	۹	۲/۹
رسالت	۱۶	۸۸/۹	۲	۱۱/۱	۱۸	۵/۸
جمهوری اسلامی	۱۷	۹۴/۳	۱	۵/۶	۱۸	۵/۸
جام جم	۵۴	۸۴/۱	۱۱	۱۶/۹	۶۵	۲۱/۱
حیات‌نو	۲۱	۸۷/۵	۳	۱۲/۵	۲۴	۷/۸
همبستگی	۲۴	۹۶	۱	۴	۲۵	۸/۱
جمع	۲۶۶	۸۶/۳	۴۲	۱۳/۶	۳۰۸	۱۰۰

$\chi^2 = ۱۱/۸۴$      $df = ۹$      $Sig = ۰/۲۴۳$

۱۰-۱-۶- موضوع مطالب

مطالب کلی و نظری و عام مربوط به میراث فرهنگی در مقایسه با دیگر موضوعات بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است. بازسازی و مرمت بناها و آثار فرهنگی، تاریخی (۱۲ درصد)، شناسایی، ثبت و مستندسازی آثار و بناهای فرهنگی، تاریخی (۱۰/۷ درصد) و مطالب مربوط به تحقیقات، نمایشگاهها، جشنوارهها، مطالعات و پژوهشهای مربوط به میراث فرهنگی (۹/۴ درصد) از لحاظ فراوانی در مرتبه‌های بعدی قرار دارند. کمترین مطالب مربوط به بازدید از اماکن، بناها، موزه‌ها و آثار تاریخی، فرهنگی (۲/۸ درصد)، اهدا، نگهداری و حفظ آثار و همچنین ساماندهی و لزوم توجه بیشتر به میراث فرهنگی هر کدام (۳/۲ درصد) بوده است (جدول ۶).

جدول ۶: موضوع مطالب برحسب روزنامه

موضوع	میراث		بازسازی		شناسایی		تخریب		نگهداری		سرقت	
	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف
روزنامه												
کیهان	۱	۴/۳	۳	۱۳	۲	۸/۷	۱	۴/۳	۱	۴/۲	۴	۱۷/۴
اطلاعات	۹	۲۱/۴	۷	۱۶/۷	۳	۷/۱	-	-	۱	۲/۴	۱	۲/۴
ایران	۱۷	۲۹/۸	۶	۱۰/۵	۹	۱۵/۸	۵	۸/۸	-	-	۴	۷
همشهری	۶	۲۲/۲	۴	۱۴/۸	۳	۱۱/۱	-	-	-	-	-	-
انتخاب	۱	۱۱/۱	-	-	۱	۱۱/۱	-	-	-	-	۲	۲۲/۲
رسالت	-	-	۲	۱۱/۱	۲	۱۱/۱	۱	۵/۶	۵	۲۷/۸	۲	۱۱/۱
جمهوری اسلامی	۱	۵/۶	۳	۱۶/۷	۳	۱۶/۷	۲	۱۱/۱	-	-	-	-
جام جم	۱۶	۲۴/۶	۶	۹/۲	۶	۹/۲	۳	۴/۶	۱	۱/۵	۳	۴/۶
حیات نو	۳	۱۲/۵	۴	۱۶/۷	۳	۱۲/۵	۱	۴/۲	-	-	۱	۴/۲
همبستگی	۴	۱۶	۲	۸	۱	۴	-	-	۲	۸	۲	۸
جمع	۵۸	۱۸/۸	۳۷	۱۲	۳۳	۱۰/۷	۱۳	۴/۲	۱۰	۳/۲	۱۹	۶/۲

ادامه جدول ۶:

موضوع		کم توجهی		تحقیقات		بازدید		تبدیل		کاوشگری		سایر	
		د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف
روزنامه	کیهان	۱	۴/۳	-	-	-	-	۶	۲۶/۱	-	-	۴	۱۷/۴
	اطلاعات	۱	۲/۴	۵	۱۱/۹	۱	۲/۴	۴	۹/۵	۴	۹/۵	۶	۱۴/۳
	ایران	۴	۷	۵	۸/۸	-	-	۳	۵/۳	-	-	۴	۷/۱
	همشهری	-	-	۶	۲۲/۲	-	-	۱	۳/۷	۲	۷/۴	۵	۱۸/۵
	انتخاب	-	-	۲	۲۲/۲	-	-	-	-	-	-	۳	۳۳/۴
	رسالت	-	-	۱	۵/۶	۲	۱۱/۱	۳	۱۶/۷	-	-	-	-
	جمهوری اسلامی	-	-	۱	۵/۶	۱	۵/۶	۳	۱۶/۷	۱	۵/۶	۳	۱۶/۷
	جام جم	۸	۱۲/۳	۳	۴/۶	۱	۱/۵	۳	۴/۶	۳	۴/۶	۱۲	۱۸/۴
	حیات نو	۴	۱۶/۷	۳	۱۲/۵	۲	۸/۳	-	-	-	-	۳	۱۲/۵
	همبستگی	۳	۱۲	۳	۱۲	۱	۴	-	-	۳	۱۲	۴	۱۶
	جمع	۲۱	۶/۸	۲۹	۹/۴	۸	۲/۶	۲۳	۷/۵	۱۳	۴/۲	۴۴	۱۴/۳

$X^2 = 194$      $df = 99$      $Sig = .0000$

جدول ۶، موضوع مطالب را برحسب روزنامه‌ها نشان می‌دهد. مطابق این جدول، روزنامه ایران، جام جم، همشهری و اطلاعات بیشتر به موضوع میراث فرهنگی به‌طور کلی، اطلاعات، همشهری، جمهوری اسلامی و حیات نو بیشتر به موضوع بازسازی و مرمت آثار، ایران و جمهوری اسلامی بیشتر به موضوع مستندسازی آثار ایران و جام جم بیشتر به مقوله تخریب آثار پرداخته‌اند. روزنامه رسالت به مقوله میراث فرهنگی به‌طور کلی، انتخاب به مقوله بازسازی و مرمت، همشهری و انتخاب به مقوله تخریب، همشهری و جمهوری اسلامی به موضوع سرقت، جمهوری اسلامی، رسالت، انتخاب، همشهری به موضوع کم توجهی به میراث فرهنگی نپرداخته‌اند. آماره‌های جدول ۶، نشان می‌دهد که تفاوت‌های مشاهده شده بین روزنامه‌ها از لحاظ آماری کاملاً معنادار است.

۷-۱-۱۰- منبع خبرها

جدول ۷، منبع خبرها را برحسب روزنامه‌ها نشان می‌دهد. مطابق این جدول، روزنامه‌های اطلاعات، همشهری، جمهوری اسلامی و همبستگی در مقایسه با دیگر روزنامه‌ها خبرهای بیشتری را به نقل از روابط عمومی میراث فرهنگی منتشر کرده‌اند. روزنامه‌های حیات‌نو، همبستگی، جمهوری اسلامی، اطلاعات و همشهری خبرهای کمتری را در مقایسه با سایر روزنامه‌ها تولید کرده‌اند. روزنامه‌های ایران، همشهری، همبستگی، حیات‌نو و رسالت خبری را به نقل از واحد مرکزی خبر نقل نکرده‌اند. فقط روزنامه‌های جام‌جم و حیات‌نو خبرهایی را به نقل از ایسنا منتشر کرده‌اند. همچنین حیات‌نو، همبستگی و اطلاعات خبرهای بیشتری را در مقایسه با دیگر روزنامه‌ها به نقل از ایرنا منتشر کرده‌اند. مطابق آماره‌های جدول ۷، تفاوت‌های مشاهده در بین روزنامه‌های بررسی شده از لحاظ آماری کاملاً معنادار است.

جدول ۷: منبع خبر برحسب روزنامه‌ها

روزنامه		روزنامه		ایرنا		ایسنا		واحد مرکزی خبر		روابط عمومی		سایر	
		د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف
کیهان	۱۹	۸۲/۶	۱	۴/۳	-	-	-	-	۴/۳	۱	۴/۳	۱	۴/۳
اطلاعات	۱۴	۳۸/۹	۶	۱۶/۷	-	-	-	۸/۳	۳	۳۳/۳	۱۲	۲/۷	۱
ایران	۳۶	۸۳/۷	۱	۲/۳	-	-	-	-	-	۲/۳	۱	۱۱/۷	۵
همشهری	۱۰	۴۳/۴	۱	۴/۴	-	-	-	-	-	۴۳/۴	۱۰	۸/۷	۲
انتخاب	۶	۷۵	-	-	-	-	-	-	-	۲۵	۲	-	-
رسالت	۱۱	۶۸/۷	۴	۲۵	-	-	-	-	-	۶/۳	۱	-	-
جمهوری اسلامی	۶	۳۵/۳	۴	۲۳/۵	-	-	-	۵/۹	۱	۳۵/۳	۶	-	-
جام‌جم	۳۸	۷۰/۴	۳	۵/۵	۵	۹/۳	۱	۱/۸	۱	۳/۷	۲	۹/۳	۵
حیات‌نو	۷	۳۳/۳	۸	۳۴/۸	۱	۴/۳	۱	-	-	۱۳	۳	۸/۶	۲
همبستگی	۱۰	۴۱/۶	۶	۲۵	-	-	-	-	-	۲۹/۲	۷	۴/۲	۱
جمع	۱۵۷	۵۹/۲	۳۴	۱۲/۸	۶	۲/۳	۶	۲/۳	۶	۱۶/۹	۴۵	۶/۵	۱۷

$X^2 = 147$        $df = 35$        $Sig = .0000$

### ۱۰-۲- خیرگزاریها

#### ۱۰-۲-۱- فراوانی اخبار

فراوانی اخبار منتشره توسط دو خیرگزاری ایرنا و ایسنا در سال ۱۳۸۱ ه. ش در جدول ۸، آمده است. مطابق این جدول ۸۱/۸ درصد کل اخبار مربوط به میراث فرهنگی توسط ایرنا منتشر شده در حالی که ایسنا فقط ۱۸/۲ درصد را به خود اختصاص داده است. مطابق جدول مذکور ایرنا، ماهانه بیش از ۱۰۰ خبر درباره میراث فرهنگی منتشر کرده است، در حالی که ایسنا ماهانه به طور متوسط ۲۳ خبر درباره میراث فرهنگی منتشر کرده است.

جدول ۸: فراوانی اخبار خیرگزاریها

ردیف	خیرگزاری	فراوانی	درصد
۱	ایرنا	۱۰۵۲	۸۱/۸
۲	ایسنا	۲۳۴	۱۸/۲
	جمع	۱۲۸۶	۱۰۰

#### ۱۰-۲-۲- مکان

جدول ۹، مطالب خیرگزاریها را برحسب مکان نشان می دهد. مطابق این جدول بیشترین خبرهایی که ایرنا درباره میراث فرهنگی منتشر کرده است مربوط به شهرستانهاست (۴۳/۹ درصد). مطالب مربوط به میراث فرهنگی استانها ۲۰/۲ درصد، مراکز استان ۱۸ درصد، تهران و سراسر ایران به طور کلی ۱۴/۱ درصد را به خود اختصاص داده اند. ایرنا ۳/۸ درصد اخبار مربوط به میراث فرهنگی را به میراث فرهنگی کشورهای خارجی اختصاص داده است. خیرگزاری ایسنا بیشترین اخبار مربوط به میراث فرهنگی را به تهران و سراسر ایران اختصاص داده است (۴۴/۹ درصد). احتمالاً ایسنا به دلیل آنکه خبرنگاران کمی در شهرستانها دارد، اخبار قابل توجهی از میراث فرهنگی شهرستانها منتشر نکرده است. ۲۵/۶ درصد اخبار مربوط به میراث فرهنگی که توسط ایسنا منتشر شده است مربوط به مراکز استان و ۱۶/۷ درصد مربوط به استانهاست.

آماره‌های این جدول نشان می‌دهد که، تفاوت‌های مشاهده شده در بین خبرگزاری‌ها از لحاظ آماری کاملاً معنادار است.

جدول ۹: مطالب خبرگزاری‌ها برحسب مکان

جمع		ایسنا		ایرنا		مکان	خبرگزاری
		د	ف	د	ف		
۱۹/۶	۲۵۳	۴۴/۹	۱۰۵	۱۴/۱	۱۴۸		تهران و سراسری
۱۹/۴	۲۴۹	۲۵/۶	۶۰	۱۸	۱۸۹		مراکز استان
۱۹/۶	۲۵۲	۱۶/۷	۳۹	۲۰/۲	۲۱۳		استان‌ها
۳۸/۲	۴۹۱	۱۲/۴	۲۹	۴۳/۹	۴۶۲		شهرستان‌ها
۳/۲	۴۱	۰/۴	۱	۳/۸	۴۰		کشورهای خارجی
۱۰۰	۱۲۸۶	۱۸/۲	۲۳۴	۸۱/۸	۱۰۵۲		جمع

$\chi^2 = 9/3$      $df = 4$      $Sig = 0/001$

### ۱۰-۲-۳- موضوع

موضوع اخبار خبرگزاری‌ها درباره میراث فرهنگی در جدول ۱۰، آمده است. مطابق این جدول خبرگزاری ایرنا بیشتر به موضوعات شناسایی و ثبت و مستندسازی آثار (۲۰/۶ درصد)، بازسازی، احیا و مرمت آثار (۱۳/۴ درصد) و همچنین تحقیقات، پژوهش‌ها، نمایشگاه‌ها، سمینارها و جشنواره‌های مربوط به میراث فرهنگی (۹/۳ درصد) پرداخته است. خبرگزاری ایسنا بیشتر به میراث فرهنگی (به‌طورکلی و عام) (۲۷/۵ درصد) و بازسازی و مرمت آثار (۲۴/۴ درصد) پرداخته است. خبرگزاری ایسنا بیشتر به شش موضوع مربوط به میراث فرهنگی (میراث به‌طورکلی، بازسازی و مرمت، شناسایی و ثبت، تخریب آثار، نمایشگاه و تحقیقات و ساماندهی آثار) پرداخته است؛ اما خبرگزاری ایرنا از لحاظ تنوع به موضوعات بیشتری پرداخته است. مطابق آماره‌های جدول مذکور این تفاوت‌ها از لحاظ آماری کاملاً معنادار است.

جدول ۱۰: مطالب خبرگزاری‌ها برحسب موضوع

جمع		ایسنا		ایرنا		موضوع
		د	ف	د	ف	
۱۱/۷	۱۵۱	۲۷/۵	۶۴	۸/۳	۸۷	میراث فرهنگی به‌طور کلی
۱۵/۵	۱۹۸	۲۴/۴	۵۷	۱۳/۴	۱۴۱	بازسازی و مرمت
۱۸/۸	۲۴۰	۹/۸	۲۳	۲۰/۶	۲۱۷	شناسایی و ثبت آثار
۸/۵	۱۰۹	۱۱/۲	۲۶	۷/۹	۸۳	تخریب آثار تاریخی، فرهنگی
۵	۶۵	۴/۳	۱۰	۵/۳	۵۵	نگهداری و حفظ آثار
۲/۹	۳۷	۳	۷	۲/۸	۳۰	سرقت و قاچاق آثار
۴/۸	۶۲	۹	۲۱	۳/۹	۴۱	کم‌توجهی به آثار
۱۰/۱	۱۳۰	۱۳/۷	۳۲	۹/۳	۹۸	نمایشگاه و تحقیقات
۳/۴	۴۴	۰/۸	۲	۴	۴۲	بازدید از اماکن
۶/۱	۷۹	۲/۱	۵	۷	۷۴	تبدیل بناها و آثار
۱/۵	۱۹	۱/۳	۳	۱/۵	۱۶	کاووشگری و حفاری
۵/۴	۷۰	۹/۸	۲۳	۵/۴	۵۷	توجه بیشتر و سازماندهی آثار
۰/۹	۱۱	-	-	۱	۱۱	موقوفات
۰/۹	۱۲	۱/۳	۳	۰/۹	۹	آموزش
۲/۹	۳۷	۰/۴	۱	۳/۴	۳۶	میراث خارجیها
۳/۱	۳۹	۰/۴	۱	۳/۶	۳۸	کشف آثار تاریخی، فرهنگی
۰/۵	۷	-	-	۰/۷	۷	سایر
۱۰۰	۱۲۸۶	۱۸/۲	۲۳۴	۸۱/۸	۱۰۵۲	جمع

$\chi^2 = ۴۶/۱$      $df = ۱۶$      $Sig = ۰/۰۰۰$

۱۰-۲-۴- ارزشهای خبری

ارزشهای خبری اخبار خبرگزاریها در جدول ۱۱، آمده است. در این جدول، ارزشهای خبری خبرهای خبرگزاریها با فرض ثابت گرفتن عنصر تازگی و مجاورت بررسی شده‌اند. مطابق این جدول، اخبار ایرنا بیشتر دارای ارزشهای خبری شهرت (۵۱/۲ درصد)، فراوانی + شهرت

۲۰/۷ درصد) بوده‌اند. اخبار ایسنا بیشتر دارای ارزش‌های خبری شهرت (۵۲/۱ درصد) برخوردار + شهرت (۱۶/۷ درصد) و شهرت + دربرگیری (۹/۴ درصد) بوده‌اند. ایرنا ۴/۶ درصد خبرها را به دلیل ارزش خبری فراوانی تعداد و مقدار، ۶/۸ درصد را به دلیل دارا بودن ارزش خبری برخوردار و ۷/۵ درصد را به دلیل دارا بودن ارزش خبری دربرگیری منتشر کرده است. خبرگزاری ایسنا ۷/۳ درصد خبرها را به دلیل دارا بودن ارزش خبری دربرگیری، ۶/۴ درصد را به دلیل ارزش خبری برخوردار و ۶/۸ درصد را به دلیل ارزش خبری فراوانی + شهرت منتشر کرده است.

جدول ۱۱: اخبار خبرگزاری‌ها برحسب ارزش‌های خبری

جمع		ایسنا		ایرنا		خبرگزاری	ارزش خبری
		د	ف	د	ف		
۶/۸	۸۷	۶/۴	۱۵	۶/۸	۷۲	برخورد	
۵۱/۴	۶۶۰	۵۲/۱	۱۲۲	۵۱/۲	۵۳۸	شهرت	
۷/۵	۹۶	۷/۳	۱۷	۷/۵	۷۹	دربرگیری	
۳/۸	۴۹	-	-	۴/۶	۴۹	بزرگی، فراوانی تعداد	
۰/۹	۱۲	۰/۹	۲	۰/۹	۱۰	برخورد + فراوانی	
۵/۱	۶۶	۱۶/۷	۳۹	۲/۶	۲۷	برخورد + شهرت	
۰/۲	۳	-	-	۰/۳	۳	شهرت + عجیب	
۱۸/۱	۲۳۳	۶/۸	۱۶	۲۰/۷	۲۱۷	فراوانی + شهرت	
۲/۹	۳۷	۰/۴	۱	۳/۴	۳۶	فراوانی + شهرت + دربرگیری	
۳/۳	۴۳	۹/۴	۲۲	۲	۲۱	شهرت + دربرگیری	
۱۰۰	۱۲۸۶	۱۸/۲	۲۳۴	۸۱/۸	۱۰۵۲	جمع	

$$X^2 = 23/9 \quad df = 9 \quad Sig = .006$$

### ۱۱- نتیجه‌گیری

این تحقیق به منظور شناسایی مشابهت‌ها و تفاوت‌های ساختار و نحوه ارائه مطالب روزنامه‌های اطلاعات، کیهان، ایران، همشهری، انتخاب، رسالت، جمهوری اسلامی، حیات‌نو،



همبستگی، جام جم و خبرگزاریها (ایرنا و ایسنا) انجام شده است. در واقع، این تحقیق تلاشی است برای نشان دادن شمای کلی از میزان و نحوه انعکاس اخبار و مطالب مربوط به میراث فرهنگی در ۱۰ روزنامه کثیرالانتشار سراسری و دو خبرگزاری ایرنا و ایسنا.

۱. روزنامه‌ها در زمان بررسی، به‌طورکلی ۳۰۸ مطلب درباره میراث فرهنگی منتشر کرده‌اند.

خبرگزاریها در زمان بررسی به‌طورکلی ۱۲۸۶ خبر درباره میراث فرهنگی منتشر کرده‌اند.

۲. بیشترین مطالب مربوط به میراث فرهنگی در روزنامه‌ها از لحاظ مکان، مربوط به میراث فرهنگی شهرستانهاست و کمترین مطالب مربوط به میراث فرهنگی کشورهای خارجی است. در بین روزنامه‌ها، روزنامه انتخاب بیشتر مطالب خود را به میراث فرهنگی به‌طورکلی و تهران اختصاص داده است اما همبستگی و کیهان بیشتر به میراث مراکز استان، همشهری و کیهان به میراث شهرستانها و روزنامه حیات‌نو و رسالت به میراث استانها بیشتر پرداخته‌اند.

۳. خبرگزاریها بیشتر به میراث فرهنگی شهرستانها (۳۸/۲ درصد) پرداخته‌اند و مقولات تهران و سراسری، مراکز استان و استانها هر کدام بیش از ۱۹ درصد را به خود اختصاص داده‌اند. خبرگزاری ایرنا ۴۳/۹ درصد اخبار خود را به میراث شهرستانها و ۲۰ درصد را به میراث استانها اختصاص داده است؛ اما ایسنا ۴۴/۹ درصد را به تهران و سراسری و ۲۵/۶ درصد را به میراث مراکز استانها اختصاص داده است. این امر نشان می‌دهد که ایسنا کمتر خبرهای مربوط به شهرستانها را منتشر می‌کند (احتمالاً به دلیل نداشتن خبرنگار در شهرستانها) و بیشتر به تهران و مراکز استانها توجه دارد.

۴. روزنامه‌ها، مطالب مربوط به میراث فرهنگی را بیشتر در سبک خبر (۸۶ درصد برابر با

۲۶۵ مطلب) منتشر کرده‌اند. گزارش با ۸/۸ درصد، مقاله با ۳/۶ درصد و مصاحبه با یک درصد در مرتبه‌های بعدی قرار دارند.

۵. روزنامه‌ها به میراث فرهنگی به‌طورکلی، بازسازی و مرمت آثار و شناسایی، ثبت و

مستندسازی آثار تاریخی، فرهنگی بیشتر از دیگر موضوعات پرداخته‌اند. این سه موضوع ۴۰ درصد از کل مطالب مربوط به میراث فرهنگی را به خود اختصاص داده‌اند. روزنامه ایران بیشتر از دیگر روزنامه‌ها به میراث فرهنگی به‌طورکلی، روزنامه‌های حیات‌نو، جمهوری اسلامی و

اطلاعات بیشتر به بازسازی و مرمت آثار و روزنامه‌های جمهوری اسلامی و ایران بیشتر به شناسایی و ثبت آثار در مقایسه با دیگر موضوعات پرداخته‌اند. روزنامه ایران بیشتر از دیگر روزنامه‌ها به موضوع تخریب آثار فرهنگی پرداخته است. روزنامه رسالت به نگهداری و حفظ آثار، کیهان و ایران بیشتر به سرقت آثار، جام جم بیشتر به کم‌توجهی به آثار، همشهری، ایران و اطلاعات بیشتر به موضوع تحقیقات درباره میراث فرهنگی پرداخته‌اند.

۶. خبرگزاریها به موضوع شناسایی، ثبت و مستندسازی آثار بیشتر از دیگر موضوعات (۱۸/۸ درصد) پرداخته‌اند. بازسازی و مرمت آثار ۱۵/۵ درصد، میراث فرهنگی به‌طورکلی ۱۱/۷ درصد و تحقیقات با ۱۰/۱ درصد بیشتر از دیگر موضوعات مورد توجه خبرگزاریها قرار گرفته‌اند. ایرنا ۲۰/۶ درصد خبرها را در موضوع شناسایی، ثبت و مستندسازی و ۱۳/۴ درصد را در موضوع بازسازی و مرمت منتشر کرده است. ایسنا ۲۷/۵ درصد را به میراث فرهنگی به‌طورکلی و ۲۴/۴ درصد را به بازسازی و مرمت آثار اختصاص داده است.

۷. بیش از ۵۰ درصد منابع خبرهای روزنامه‌ها درباره میراث فرهنگی، خبرنگاران روزنامه‌ها بوده‌اند. بعد از منبع خبر خود روزنامه، روابط عمومی سازمان میراث فرهنگی (چه در مرکز و چه در استانها و شهرستانها) دومین منبع ذکر شده توسط روزنامه‌ها بوده است. به عبارت دیگر ۱۴/۶ درصد خبرهای منتشر شده در روزنامه‌ها درباره میراث فرهنگی به نقل از روابط عمومی سازمان میراث فرهنگی بوده است. روزنامه‌های اطلاعات، همشهری، جمهوری اسلامی و همبستگی بیشتر از دیگر روزنامه‌ها، خبرهایی را به نقل از روابط عمومی سازمان میراث فرهنگی منتشر کرده‌اند. اطلاعات، حیات‌نو و همبستگی بیشتر از دیگر روزنامه‌ها به نقل از ایرنا اخبار منتشر کرده‌اند.

۸. در جمع‌بندی نهایی می‌توان دو نکته را مطرح کرد. یکی این‌که برخی از روزنامه‌ها نظیر: انتخاب، رسالت، جمهوری، کیهان و حیات‌نو توجه لازم به میراث فرهنگی نداشته‌اند و به‌طور متوسط هر دو شماره و بیشتر، یک مطلب درباره میراث فرهنگی منتشر کرده‌اند. روزنامه‌های اطلاعات، ایران و جام‌جم در هر شماره بیش از یک مطلب درباره میراث فرهنگی منتشر کرده‌اند. در مجموع روزنامه‌ها بیشتر مطالب خود را درباره میراث فرهنگی در حجمی کم، در

قالب خبر و رویدادگرا منتشر کرده‌اند و توجه چندانی به مطالب تحلیلی، تفسیری و مقاله و گزارش در ارتباط با میراث فرهنگی مبذول نداشته‌اند. همچنین روزنامه‌ها در صفحه اول توجه چندانی به میراث فرهنگی نداشته‌اند.

دیگر اینکه عملکرد خبرگزاریها، به‌ویژه ایرنا درباره میراث فرهنگی قابل توجه‌تر است. ایرنا اخبار و گزارشهای بسیاری را از گوشه‌ها و اکناف کشور درباره میراث فرهنگی منتشر کرده است و بیشتر موضوعات و مسائل مربوط به میراث فرهنگی را تحت پوشش قرار داده است.

## ۱۲- پیشنهادها

این مقاله نشان داده است که، میزان پوشش اخبار مربوط به میراث فرهنگی در روزنامه‌ها و خبرگزاریها اندک است. از این‌رو، یکی از روشهای غلبه بر این مسئله تأسیس خبرگزاری اختصاصی توسط میراث فرهنگی است که این مهم چندی پیش توسط میراث فرهنگی راه‌اندازی شده است؛ به نظر می‌رسد بعد از تأسیس و راه‌اندازی خبرگزاری «میراث» وظیفه میراث فرهنگی بیشتر شده است. این خبرگزاری، نخست، باید با استخدام نیروی انسانی زبده و کارآزموده اخبار و مطالب مربوط به میراث فرهنگی با رعایت همه جوانب اصول حرفه‌ای منعکس سازند تا خبرنگاری یا رسانه‌ای به‌راحتی نتواند از کنار آن بگذرد. دوم آنکه، عملکرد خبرگزاری میراث نباید مانند یک بنگاه خصوصی باشد و اخبار خود را با قیمتهای قابل توجه بفروشد، بلکه این خبرگزاری باید برای کمک به میراث فرهنگی کشور، خبرهای میراث را رایگان در اختیار رسانه‌ها بگذارد.

سوم آنکه، میراث فرهنگی با برگزاری گردهمایی و نشستهای ویژه درباره هر یک از مناطق، بناها و اماکنی که میراث فرهنگی کشور محسوب می‌شوند، می‌تواند خبرسازی کند و سبب انعکاس و پوشش آنها در رسانه‌ها شود. امضای تفاهم‌نامه با صدا و سیما و برگزاری مسابقه‌های مختلف توسط صدا و سیما و همچنین تهیه برنامه‌های مختلف و از جمله برنامه‌های مستند از بناها و اماکن میراث فرهنگی توسط صدا و سیما می‌تواند محورهای خبرسازی و در مرحله بعد پوشش اخبار میراث فرهنگی در رسانه‌ها شود. علاوه بر این، برپایی نشستهای خبری - توجیهی

مسئولان میراث فرهنگی و روزنامه‌ها (روزنامه‌نگاران) می‌توانند در پوشش اخبار میراث فرهنگی در روزنامه‌ها مؤثر باشد. و چهارم آنکه، برگزاری بازدیدهای مختلف از بناها، اماکن (و تمامی وسایلی که میراث فرهنگی کشور محسوب می‌شوند) همراه با روزنامه‌نگاران می‌توانند پوشش خبری اخبار میراث فرهنگی را در روزنامه افزایش دهد.



## منابع و مأخذ

### الف - منابع فارسی

- بدیعی. نعیم (۱۳۷۱). روزنامه‌نگاری خبری. تهران. دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی (جزوه آموزشی).
- تاجمن. گی (۱۳۷۷). روشهای کیفی در مطالعه اخبار (رسانه). ترجمه شعبانعلی بهرامپور. تهران مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- شکرخواه. یونس (۱۳۸۱). خبر. تهران. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- قانون اساسنامه میراث فرهنگی کشور، مصوب ۱۳۷۲/۱/۲۵ ه. ش.
- قندی. حسین (۱۳۷۴). تفاوت‌های خبرنگاری در رسانه‌های جمعی. تهران. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- معتمدنژاد. کاظم (۱۳۶۸). روش تحقیق در محتوای مطبوعات. تهران. دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.
- نگرین. رالف (۱۳۷۰). خبر و تهیه خبر (روزنامه‌نگاری حرفه‌ای). ترجمه فرانک پیروزفر. تهران. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

### ب - منابع انگلیسی

- Blumler. Jay G. (1992). "News Media in Flux: an analytical afterword". Journal of Communication. 42(3).
- Kerlinger. Fred N. (1973). *Foundation of Behavioral Resaerch*. 2nd. NewYork. Holt.
- Mccombs. Maxwell & Show. Donald (1977). "The Agenda-Setting Function of the Press". West Publishing Co.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی