

بررسی ساختار و محتوای اخبار بیانیه لوزان در روزنامه‌های شرق و جوان

فاطمه بلوچی پور^{۶۸}

سید محمد دادگران^{۶۹}

علی محمد مزیدی^{۷۰}

چکیده

هدف از انجام این تحقیق بررسی تطبیقی ساختار و محتوای اخبار بیانیه لوزان در روزنامه‌های شرق و جوان است. در این تحقیق از نظریه‌های برجسته سازی، کارکرد ارتباطی رسانه‌ها، اشاعه نوآوری‌ها و چارچوب سازی خبر برای چارچوب نظری استفاده شده است. مقوله‌های این تحقیق شامل رویکرد غالب مطالب، ارزش‌های خبری، سبک مطلب، ماهیت مطلب، حجم مطلب، اندازه تیترو، وجود عکس، استراتژی، منبع خبر و عناصر خبری است. این تحقیق با روش تحلیل محتوا و تکنیک پرسشنامه معکوس صورت گرفته است و جامعه آماری آن اخبار و مطالب در زمینه بیانیه لوزان و برجام در روزنامه‌های شرق و جوان است. روش نمونه‌گیری سرشماری و جامعه آماری برابر با ۲۲۰ مطلب است.

با توجه به یافته‌های این تحقیق، یافته‌ها نشان می‌دهد که، ۳۵٫۹ درصد اخبار مربوط به بیانیه لوزان به سبک خبر تنظیم شده و کمترین نسبت این مطالب به صورت کاریکاتور بوده است. همچنین ۴۹٫۵ درصد اخبار بیانیه لوزان دارای ارزش خبری دربرگیری، ۱۶٫۴ درصد دارای ارزش خبری شهرت و ۳۴٫۱ درصد دارای ارزش خبری برخوردار هستند.

در ارتباط با مفهوم ارزش خبری و نگاه این بررسی، توجه به آن نکته بوده است که ارزش‌های خبری است. ارزش‌های خبری هم خبرنگار را در شناخت و فهم خبر (سوژه‌یابی) کمک می‌کند، هم در تنظیم خبر او را یاری می‌دهد و هم می‌توان به عنوان معیارهایی برای مقایسه، ارزش‌گذاری و گزینش رویدادهای روز مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

واژگان کلیدی: بیانیه لوزان، انرژی هسته‌ای، توافق هسته‌ای، برجام، روزنامه شرق، روزنامه جوان.

^{۶۸} فارغ التحصیل کارشناسی ارشد علوم ارتباطات

^{۶۹} استادیار و مدیر گروه ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

^{۷۰} عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد میبد

مقدمه

امروزه مردم عادی جوامع بخش عمده معلومات خود را مرهون اوقاتی هستند که برای مطالعه رسانه‌های نوشتاری صرف می‌کنند. از طرف دیگر همگان بر این نکته اذعان دارند که مطبوعات بر جریان قدرت‌های سیاسی کشورها و در امر انتقال آنها بسیار تاثیرگذار هستند و شاید به همین دلیل است که عموم قدرت‌های سیاسی در کشورها می‌کوشند دست کم یک یا چند نشریه و روزنامه را که حکم تربیون آرا و نظرات آنها را دارد برای خود داشته باشند.

کارکرد اطلاع رسانی و خبری مطبوعات در دنیای امروزی، جایگاه ویژه و غیر قابل انکاری پیدا کرده است. بازنمایی و بیان تحولات جهان پیرامون در رسانه‌های مختلف اعم از رسانه‌های دیداری و شنیداری یا رسانه‌های نوشتاری به گونه‌ای است که هر یک از آنها به‌ویژه روزنامه‌های خبری و تحلیلی به دلیل وابستگی‌های حزبی و ایدئولوژیک و همچنین سیاست خبری که دنبال می‌کنند، از زوایای فکری و از دید خود به آنها می‌نگرند، بنابراین در انعکاس و برجسته‌سازی اخبار تحولات و رویدادها به شیوه‌های گوناگون و به تبع سیاست کلی خود عمل می‌کنند. به طوریکه در بعضی مواقع اصل عینیت که از اصول و ویژگی‌های اساسی و کلیدی در عرصه خبر و اطلاع رسانی است، را نادیده می‌گیرند. تا جائیکه می‌توان اختلاف فاحشی را در انعکاس و پرداختن به یک خبر واحد که در یک زمان و یک مکان واحد و مشخص اتفاق افتاده است، از سوی رسانه‌ها و روزنامه‌های مختلف مشاهده کرد.

شناخت میزان و چگونگی پوشش اخبار مربوط به بیانیه لوزان در دو روزنامه جوان و شرق، بررسی ساختار و محتوای اخبار بیانیه لوزان در این روزنامه‌ها و دستیابی به خط مشی این روزنامه‌ها در رابطه با انتشار مطالب در زمینه بیانیه لوزان از اهداف این تحقیق هستند.

سوالات تحقیق

بررسی حاضر یک مطالعه اکتشافی و توصیفی است که با توجه به مهیت اینگونه پژوهشها سوال تحقیق جایگزین فرضیه می‌شود. بنابراین در این مطالعه بجای طرح فرضیه ناشی از ادبیات تحقیق به بررسی سوالات اساسی‌ای پرداخته شده است که محور اصلی روند تحقیق را شامل می‌شود. مهمترین سوالات این تحقیق عبارتست از:

- ۱- روزنامه‌های شرق و جوان اخبار مربوط به بیانیه لوزان را به چه میزان و چگونه منتشر کرده‌اند؟
- ۲- استراتژی روزنامه‌های مورد بررسی در زمینه اخبار مربوط به بیانیه لوزان چه بوده است؟

- ۳- قالب و چینش خبری اخبار روزنامه های مورد بررسی در زمینه به بیانیه لوزان چه بوده است؟
- ۴- روزنامه های مورد بررسی اخبار مربوط به بیانیه لوزان را با چه رویکردی منتشر کرده اند؟
- ۵- آیا میان جهت گیری روزنامه شرق و جوان در ارائه اخبار مربوط به بیانیه لوزان تفاوت معناداری وجود دارد؟
- ۶- آیا میان برجسته سازی روزنامه شرق و جوان در ارائه اخبار مربوط به بیانیه لوزان تفاوت معناداری وجود دارد؟

تعریف واژه ها و مفاهیم کلیدی

بیانیه لوزان:

بیانیه سوئیس درباره راه حل های لازم جهت نیل به برنامه جامع اقدام مشترک^{۷۱} یا تفاهم هسته ای سوئیس که به تفاهم هسته ای لوزان نیز معروف است، بیانیه ای شامل خلاصه ای از مجموع راه حل های تفاهم شده برای رسیدن به برنامه جامع اقدام مشترک پیرامون برنامه هسته ای ایران تا ضرب الاجل ۱۰ تیرماه سال ۱۳۹۴ است که پس از دو دور مذاکره در بازه زمانی ۲۵ اسفند ۱۳۹۳ تا ۱۳ فروردین ۱۳۹۴ در همین روز (برابر با ۳ آوریل ۲۰۱۵) میان ایران و گروه ۱+۵ در لوزان سوئیس منعقد شده و در دانشگاه پلی تکنیک فدرال لوزان با حضور محمد جواد ظریف، وزیر امور خارجه ایران و فدریکا موگرینی، نماینده عالی اتحادیه اروپا در سیاست خارجی و امور امنیتی قرائت شد. مجموعه متضمن این راه حل ها جنبه حقوقی نداشته و صرفاً راهنمای مفهومی تنظیم و نگارش برنامه جامع اقدام مشترک را فراهم خواهد ساخت. بر این اساس تدوین برنامه جامع اقدام مشترک با مبنا قراردادن این راه حل ها در آینده نزدیک آغاز خواهد گردید.

انرژی هسته ای:

استفاده اصلی از انرژی هسته ای، تولید انرژی الکتریسته است. این راهی ساده و کارآمد برای جوشاندن آب و ایجاد بخار برای راه اندازی توربین های مولد است. بدون راکتورهای موجود در نیروگاه های هسته ای، این نیروگاه ها شبیه دیگر نیروگاه ها زغال سنگی و سوختی می شود. انرژی هسته ای بهترین کاربرد برای تولید مقیاس متوسط یا بزرگی از انرژی الکتریکی به طور مداوم است. سوخت اینگونه ایستگاه ها را اورانیوم تشکیل می دهد.

چرخه سوخت هسته ای تعدادی عملیات صنعتی است که تولید الکتریسته را با اورانیوم در راکتورهای هسته ای ممکن می کند.

^{۷۱} Switzerland statement on solutions on key parameters of a Joint Comprehensive Plan of Action

نیروگاه هسته ای^{۷۲}:

یک نیروگاه الکتریکی که از انرژی تولیدی شکست هسته اتم اورانیوم یا پلوتونیم استفاده می کند. چون شکست سوخت هسته ای اساساً گرما تولید می کند از گرمای تولید شده رآکتور های هسته ای برای تولید بخار استفاده می شود از بخار تولید شده برای به حرکت در آوردن توربین ها و ژنراتور ها که نهایتاً برای تولید برق استفاده می شود.

خبر:

دکتر یونس شکرخواه^{۷۳} را گزارشی بی طرفانه، دقیق و در عین حال، صحیح و عینی از یک رویداد می داند. اما تعریفی که دکتر اکبر نصراللهی از خبر ارایه می کند به محتوای پژوهش حاضر نزدیک تر است. «وی خبر را گزارش و بیان برخی از رویدادهای خبری می داند که ارزش های خبری دارد و در فرایند تبدیل رویداد به خبر، ممکن است تحت تاثیر عوامل درون رسانه ای و برون رسانه ای، از میزان عینیت آن کاسته شود» (نصراللهی، ۱۳۸۴، ص ۳۷).

آگاهی سازی رسانه ای :

«وظیفه آگاه سازی ارتباطات با مقوله آموزش از طرفی و مقوله خبررسانی از طرف دیگر نزدیک است، اگرچه وظیفه ای خاص و متمایز از آن دو است. وسایل ارتباط جمعی باید نه تنها به انتقال خبر و اطلاعات، بلکه تحلیل درست اخبار و تشریح آنان نیز بپردازند، وقایع متمایز و پراکنده ای که در جهان رخ می دهند، به ظاهر متفاوتند و چنین به نظر می رسد که هیچ وجه تشابه ندارند و لیک در واقع و با نگاهی ژرف می توان علل بنیادی برای آنان یافت که اکثراً مشابه اند.

روزنامه شرق:

روزنامه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و ورزشی صبح ایران می باشد. صاحب امتیاز و مدیر مسئول آن، مهدی رحیمیان می باشد. اولین شماره این روزنامه در تاریخ ۲ شهریور ۱۳۸۲ با مدیرمسئولی مهدی رحمانیان منتشر شد.

روزنامه جوان:

^{۷۲} Nuclear Power Station
^{۷۳} - News

روزنامه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و ورزشی صبح ایران می باشد. صاحب امتیاز و مدیر مسئول آن، عبدالله گنجی است.

چارچوب نظری

چارچوب نظری این پژوهش بر "نظریه اقناع"، "دروازه‌بانی (نقش دروازه‌بانان رسانه‌ها)"، "نظریه برجسته‌سازی"، "نظریه چارچوب‌سازی" و "نظریه بازنمایی" استوار است. نظریه اقناع: این نظریه از جهت تاریخی، قدمتی طولانی دارد. براساس آنچه پراتکانیس در کتاب «عصر تبلیغات» می‌گوید تاریخچه مطالعه پیرامون ارتباطات متقاعدگرانه به بیش از دو هزارسال قبل برمی‌گردد که اغلب بر ارتباطات کلامی تأکید دارد. ارسطو، اولین کسی بود که تئوری جامعی برای فرایند اقناع وضع کرد. ارسطو در تئوری خود سه جنبه برای اقناع طرح کرد. منبع، پیام و احساس مخاطبان. واقعیت این است که مبانی اقناع «براساس تئوری یادگیری حدود یک قرن است که توسط اقناع‌کنندگان حرفه‌ای، مبلغان و به ویژه مبلغان سیاسی به کار می‌رود. براساس تئوری یادگیری، پیام اقناعی هنگامی اقناع‌کننده است که توسط گیرنده، آموخته و پذیرفته شود؛ تبلیغ باید در معرض دید قرار گیرد، درک شود، آموخته شود، به یاد بماند و سرانجام عملی شود» (پراتکانیس، ۱۳۷۹: ۳۳).

دروازه‌بانی (نقش دروازه‌بانان رسانه‌ها): «مفهوم گزینش‌گری یا دروازه‌بانی که نخستین بار از سوی کورت‌لوین یک کارشناس علوم اجتماعی امریکا در زمان جنگ جهانی دوم مطرح شد فرایندی پیچیده و چند مرحله‌ای را در بر می‌گیرد. لوین دریافت بر فرایند انتقال خبر و مطلب از رویداد تا خواندن آن توسط مخاطب عوامل گوناگونی دخالت دارد. به نظر وی آنچه به نام خبر یا مطلب در روزنامه‌ها، نشریات و رسانه‌ها درج می‌شود حاصل انتخاب‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و اعمال نظرهای افراد مختلف است» (نصراللهی، ۱۳۹۰: ۴۵-۳۹).

دروازه‌بانی در خبر: «دروازه‌بانی فرایند گسترده‌ای از کنترل اطلاعات، شامل تمام جنبه‌های رمزگذاری پیام، نه فقط انتخاب بلکه ممانعت از نشر، انتقال، شکل‌دهی، ارائه، تکرار و زمان‌بندی در طول مسیر انتقال از منبع به گیرنده است» (فرقانی، ۱۳۷۳: ۱۲). از این منظر دروازه‌بانی شامل تمامی جنبه‌های انتخاب، نگاه‌داشت و کنترل پیام است. در یک تحلیل دقیق‌تر «دروازه‌بانی، فرایند دوباره‌سازی یک چارچوب ضروری برای رویداد و تبدیل آن به خبر است. ارتباط‌گران، عناصری از پیام را انتخاب و بقیه را رد می‌کنند. عناصر انتخاب شده به‌طور برجسته، با بیشترین سرعت و به‌طور مکرر نمایش داده می‌شوند» (گنجی، ۱۳۸۷: ۴۰).

نظریه برجسته‌سازی: براساس نظریه برجسته‌سازی ۷۴ رسانه‌ها، نمی‌توانند به مردم بگویند که درباره یک موضوع چگونه فکر کنند، بلکه به مردم می‌گویند که راجع به چه چیزی فکر کنند. رسانه‌ها نگرش مردم را تغییر نمی‌دهند، بلکه روی شناخت آن‌ها تأثیر می‌گذارند. یعنی به مردم می‌گویند که چه موضوع‌هایی مهم به نظر می‌رسد. این امر به معنای آن است که رسانه‌ها تأثیر مستقیمی بر مردم ندارند و تأثیر آن‌ها غیرمستقیم است. برجسته‌سازی یکی از نظریه‌هایی است که در توصیف و تبیین عملکرد وسایل ارتباط جمعی کاربرد بسیاری دارد. «به اعتقاد "برنارد کوهن"، رسانه‌ها ممکن است در بیشتر مواقع در گفتن این نکته به مردم که چگونه فکر کنند، موفق نباشند اما به‌طور عمده، آنها در گفتن این نکته به خوانندگان که راجع به چه فکر کنند، موفق هستند» (دیبیرینگ و راجرز، ۱۳۸۵: ۳).

نظریه چارچوب‌سازی: در قلمرو مطالعات و پژوهش‌های ارتباطی، چارچوب‌سازی به این معناست که رسانه‌ها نه تنها آینه‌ای برای انعکاس واقعیت بلکه سازنده واقعیت و شکل‌دهنده به آن هستند. چارچوب‌سازی به رابطه میان متن و اطلاعات به گونه‌ای که معنای خاصی را به ذهن متبادر می‌سازد، اشاره دارد. نظریه بازنمایی: بازنمایی از کلیدی‌ترین و محوری‌ترین مفاهیم در مطالعات رسانه‌ای است. صورت‌بندی دقیق این مفهوم در بین اصحاب مطالعات فرهنگی به میزان زیادی مدیون تلاش‌های نظری استوارت هال است. روژک معتقد است که در دوره چهارم مطالعات فرهنگی، اندیشه‌های میشل فوکو در مرکزیت مباحث قرار می‌گیرد. «آثار فوکو درباره تاریخ و گفتمان هم ارز با دوگانه فرهنگی - بازنمایی است» فوکو سوال از بازنمایی را با نهادهای سیاسی، اشکال مختلف زندگی اجتماعی و نظام‌های ممنوعیت و اجبار مرتبط می‌کند. در نگاه اول، چنین نگاهی، فوکو را در جبهه دوره متنی - بازنمایی قرار می‌دهد اما فوکو صرفاً به این دوره تعلق ندارد بلکه از تحلیل متنی - بازنمایی فاصله گرفته و به سمت تاریخ، قدرت، دانش و معضلات مرتبط با عدالت اجتماعی و دولت فرا می‌رود. روژک روش کار فوکو (تبارشناسی دانش و قدرت) و تأثیر آنها در تولید حقیقت را اینگونه تعریف می‌کند: «تبارشناسی در اینجا به معنای نظام‌های بازنمایی و اهدافی است که نسخه‌هایی^{۷۵} از فرهنگ را خلق می‌کند و آنها را به درجه حقیقت ارتقا می‌دهد.

کلیشه‌سازی: Stereotype از واژه یونانی Stereo به معنای جامد و سفت و سخت^{۷۶} مشتق شده است. کلیشه در اصل اصطلاحی مربوط به دوره صنعت چاپ است که در اشاره به یک صفحه چاپی به‌دست آمده از نمونه چاپی متحرک به کار می‌رود که برای افزایش شمارگان نسخه چاپی مورد استفاده قرار می‌گرفت. این اصطلاح در ساده‌ترین حالت بر ویژگی‌هایی ثابت و تکراری دلالت می‌کند.

^{۷۴} - agenda Setting theory

^{۷۵} - Versions

^{۷۶} - Solid.

کلیشه‌ها در واقع ایده‌ها و فرضیاتی هستند در حال جریان درباره گروه‌های خاصی از افراد. کلیشه‌ها به مانند دو روی یک سکه عمل می‌کنند؛ آنها از یک سو به طبقه بندی گروه‌ها می‌پردازند و از سوی دیگر به ارزیابی آنها اقدام می‌کنند. بنابراین کلیشه‌ها در بر گیرنده سوبه ای ارزشی هستند که قضاوتی جهت دار را در بر دارند

طبیعی سازی: طبیعی سازی به فرایندی اطلاق می‌شود که از طریق آن ساخت های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی به صورتی عرضه می‌شوند که گویی اموری آشکاراً طبیعی هستند. طبیعی سازی دارای کارکردی ایدئولوژیک است.

روش تحقیق

در این تحقیق از روش تجزیه و تحلیل محتوا استفاده شده است. تحلیل محتوا یکی از روش های شناخته شده در مطالعات مربوط به محتوای پیامهای ارتباطی است. امروزه در اغلب کشورهای جهان، برای بررسی پیام ها و محتویات رسانه ای انتشار جمعی، از این روش استفاده می شود.

برنارد برلسون آمریکایی که از مبتکران اصلی روش تجزیه و تحلیل محتوا به شمار می رود، بر مبنای تعریفی که برای آن بیان می کند، تجزیه و تحلیل محتوا را تابع اصول و قواعد خاصی می شناسد. وی در این باره تعریف زیر را ارائه می دهد: "تجزیه و تحلیل محتوا یک شیوه تحقیقی است که برای تشریح عینی، منظم و کمی محتوای آشکار پیام های ارتباطی به کار می رود" (سید علوی: ۱۳۸۴، ۱۵۲). این تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی - تبیینی است که نتایج آن شکلی کاربردی پیدا می کند.

جامعه آماری

جامعه آماری که عبارتست از مجموعه ای از افراد یا اشیاست که دارای ویژگی های همگون و قابل اندازه گیری هستند (محمدی مهر: ۱۳۸۷، ۱۰۷) در این تحقیق اخبار مربوط به بیانیه لوزان در دو روزنامه جوان و شرق از ۱۵ اسفند ماه سال ۱۳۹۳ تا ۳۱ فروردین ۱۳۹۴ است و روش نمونه گیری در این تحقیق روش سرشماری و شامل تمامی اخبار مربوط به بیانیه لوزان در دو روزنامه جوان و شرق از ۱۵ اسفند ماه سال ۱۳۹۳ تا ۳۱ فروردین ۱۳۹۴ است.

اعتبار تحقیق

در این تحقیق به منظور بررسی اعتبار مقوله های تعریف شده از اعتبار محتوایی بهره گرفته شده است. به این منظور ابتدا مقوله ها و زیر مقوله ها مشخص شده و پس از تأیید دستورالعمل کدگذاری، اخبار دو روزنامه جوان و شرق کدگذاری شده است.

سنجش ضریب اعتماد

قابلیت اعتماد یا پایایی به این معنی است که حاصل تحقیق نسبت به زمان و مکان ثبات داشته باشد. (رایف و همکاران: ۱۳۸۱، ۱۱۹). برای سنجش ضریب قابلیت اعتماد، از ضریب پای اسکات استفاده شده است. البته برای به دست آوردن پایایی دستورالعمل کدگذاری فقط متغیرهایی مورد سنجش قرار می گیرد که ممکن است کدگذار در انتخاب کد دچار شک شود و از سنجش متغیرهایی مانند وجود عکس و و حجم مطلب خودداری شود. به این ترتیب که ۱۰ درصد داده ها انتخاب و کدگذاری شد سپس مجددا آنها توسط کدگذار دوم نیز کدگذاری شدند و درصد توافق میان دو کدگذار مشخص شده است.

بررسی یافته های تحقیق

(الف) توصیف یافته ها

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی بر حسب نام روزنامه

گزینه ها	فراوانی	درصد
روزنامه جوان	۱۰۲	۴۶,۴
روزنامه شرق	۱۱۸	۵۳,۶
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

با توجه به جدول توزیع فراوانی بالا، از ۲۲۰ خبر کدگذاری شده، ۴۶,۴ درصد اخبار مربوط به بیانیه لوزان به روزنامه جوان اختصاص دارد و ۵۳,۶ درصد اخبار نیز اختصاص به روزنامه شرق دارد. روزنام شرق تقریباً ۷ درصد بیشتر از روزنامه جوان به لحاظ تعداد مطلب، به اخبار بیانیه لوزان پرداخته است. که در همه روزهای هفته پراکنده بوده است. که ۶۰ درصد مربوط به قبل از توافق و ۴۰ درصد مربوط به بعد از توافق است و در جدول شماره ۲ نمایش داده شده است:

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی بر حسب تاریخ خبر

گزینه ها	فراوانی	درصد
قبل از توافق لوزان	۱۳۲	۶۰,۰
بعد از توافق لوزان	۸۸	۴۰,۰
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

باتوجه به اهمیت انعکاس اخبار در صفحات روزنامه ها، ۵۱,۴ درصد اخبار مربوط به بیانیه لوزان در صفحه اول تیتر خورده است، ۴۰,۵ درصد این اخبار در صفحات میانی و ۸,۲ درصد در صفحه آخر کار شده است. با توجه به اینکه نیمی از اخبار مربوط به لوزان در صفحه اول تیتر خورده است نشان دهنده اهمیت بالای این خبر برای دو روزنامه شرق و جوان می باشد. این اطلاعات در جدول شماره ۳ نمایش داده شده است:

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی بر حسب صفحه ای که خبر در آن چاپ شده است

گزینه ها	فراوانی	درصد
صفحه اول	۱۱۳	۵۱,۴
صفحه آخر	۱۸	۸,۲
صفحات میانی	۸۹	۴۰,۵
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

از سوی دیگر مقوله سبک مطالب منتشر شده در دو روزنامه از اهمیت زیادی برخوردار است و همانطور که جدول شماره ۴ نشان می دهد، از ۲۲۰ خبر کدگذاری شده، بیشترین نسبت یعنی ۳۵,۹ درصد اخبار مربوط به بیانیه لوزان به سبک خوب تنظیم شده است و کمترین نسبت این مطالب یعنی ۲,۷ درصد به صورت کاریکاتور کار شده است. ۳۱,۸ درصد مطالب به صورت گزارش، ۱۱,۸ درصد به شکل یادداشت، ۳,۶ درصد به صورت سرمقاله و ۱۴,۱ درصد به صورت تحلیل و تفسیر انجام شده است. با توجه به این که درصد قابل توجهی از مطالب به سبک گزارش، تحلیل و تفسیر و یادداشت تنظیم شده است، نشان دهنده اهمیت بالای خبر برای دو روزنامه می باشد.

جدول شماره ۴: توزیع فراوانی بر حسب سبک مطلب

گزینه ها	فراوانی	درصد
خبر	۷۹	۳۵,۹
گزارش	۷۰	۳۱,۸
یادداشت	۲۶	۱۱,۸
سرمقاله	۸	۳,۶
تحلیل و تفسیر	۳۱	۱۴,۱
کاریکاتور	۶	۲,۷
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

موارد متعدد دیگری از جمله توزیع مطالب بر اساس دارا بودن عکس، اندازه تیتر، ویژگی و جهت گیری خبر، سطح زیر چاپ، رویکرد انتقادی مطالب، ماهیت تنش زا یا تنش زدایی و... نیز بررسی شده است که جدولهای آن در پیوست همین مقاله آمده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 نشریه دوم، بهار ۱۳۹۵

ب) تحلیل یافته ها

جدول شماره ۵: توزیع فراوانی و درصدی محل انتشار مطلب و نام روزنامه

روزنامه صفحه خبر	روزنامه جوان			فراوانی
	روزنامه شرق	جمع	روزنامه جوان	
صفحه اول	۶۳	۱۱۳	۵۰	فراوانی
	۵۵,۸٪	۱۰۰,۰٪	۴۴,۲٪	درصد سطری
	۵۳,۴٪	۵۱,۴٪	۴۹,۰٪	درصد ستونی
	۲۸,۶٪	۵۱,۴٪	۲۲,۷٪	درصد کل
صفحه آخر	۱۲	۱۸	۶	فراوانی
	۶۶,۷٪	۱۰۰,۰٪	۳۳,۳٪	درصد سطری
	۱۰,۲٪	۸,۲٪	۵,۹٪	درصد ستونی
	۵,۵٪	۸,۲٪	۲,۷٪	درصد کل
صفحات میانی	۴۳	۸۹	۴۶	فراوانی
	۴۸,۳٪	۱۰۰,۰٪	۵۱,۷٪	درصد سطری
	۳۶,۴٪	۴۰,۵٪	۴۵,۱٪	درصد ستونی
	۱۹,۵٪	۴۰,۵٪	۲۰,۹٪	درصد کل
جمع	۱۱۸	۲۲۰	۱۰۲	فراوانی
	۵۳,۶٪	۱۰۰,۰٪	۴۶,۴٪	درصد سطری
	۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪	درصد ستونی
	۵۳,۶٪	۱۰۰,۰٪	۴۶,۴٪	درصد کل

نتیجه آزمون خی دو

سطح معناداری	درجه آزادی	آزمون کای اسکوتر
.۲۹۴	۲	۲,۴۴۶

همانطور که جدول نشان می دهد، با توجه به آزمون، کای اسکوتر محاسبه شده به میزان ۲,۴۴۶ و درجه آزادی ۲ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا رابطه میان دو متغیر معنی دار نیست. به عبارت دیگر میان دو متغیر صفحه ای که خبر در آن چاپ شده است و روزنامه تفاوت معناداری وجود ندارد. بیشترین نسبت از اخبار روزنامه جوان و روزنامه شرق در صفحه اول می باشند و کمترین نسبت از اخبار روزنامه جوان و روزنامه شرق در صفحه آخر چاپ شده اند.

جدول شماره ۶: توزیع فراوانی و درصدی رویکرد انتقادی روزنامه های مورد بررسی به تفکیک

روزنامه رویکرد انتقادی	روزنامه جوان			فراوانی
	روزنامه شرق	جمع	روزنامه جوان	
دارد	۳۶	۱۰۷	۷۱	فراوانی
	۳۳,۶٪	۱۰۰,۰٪	۶۶,۴٪	درصد سطری
	۳۰,۵٪	۴۸,۶٪	۶۹,۶٪	درصد ستونی
	۱۶,۴٪	۴۸,۶٪	۳۲,۳٪	درصد کل
ندارد	۸۲	۱۱۳	۳۱	فراوانی

۱۰۰,۰٪	۷۲,۶٪	۲۷,۴٪	درصد سطری	جمع
۵۱,۴٪	۶۹,۵٪	۳۰,۴٪	درصد ستونی	
۵۱,۴٪	۳۷,۳٪	۱۴,۱٪	درصد کل	
۲۲۰	۱۱۸	۱۰۲	فراوانی	
۱۰۰,۰٪	۵۳,۶٪	۴۶,۴٪	درصد سطری	
۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪	درصد ستونی	
۱۰۰,۰٪	۵۳,۶٪	۴۶,۴٪	درصد کل	

نتیجه آزمون خی دو

ازمون کای اسکوتر	درجه آزادی	سطح معناداری
۳۳,۴۸۰	۱	.۰۰۰

همانطور که جدول نشان می دهد، با توجه به آزمون کای اسکوتر محاسبه شده به میزان ۳۳,۴۸ و درجه آزادی ۱ با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا رابطه میان دو متغیر معنی دار است. به عبارت دیگر میان دو متغیر ارزش خبری و روزنامه تفاوت معناداری وجود دارد. بنابراین بیشترین نسبت از اخبار انتقادی مربوط به روزنامه جوان می باشد.

جدول شماره ۷: توزیع فراوانی و درصدی سطح زیر چاپ مطالب به تفکیک روزنامه

روزنامه سطح زیر چاپ کم	روزنامه جوان	روزنامه شرق	جمع
فراوانی	۱۷	۲۰	۳۷
درصد سطری	۴۵,۹٪	۵۴,۱٪	۱۰۰,۰٪
درصد ستونی	۱۶,۷٪	۱۶,۹٪	۱۶,۸٪
درصد کل	۷,۷٪	۹,۱٪	۱۶,۸٪
فراوانی	۵۳	۴۸	۱۰۱
درصد سطری	۵۲,۵٪	۴۷,۵٪	۱۰۰,۰٪
درصد ستونی	۵۲,۰٪	۴۰,۷٪	۴۵,۹٪
درصد کل	۲۴,۱٪	۲۱,۸٪	۴۵,۹٪
فراوانی	۳۲	۵۰	۸۲
درصد سطری	۳۹,۰٪	۶۱,۰٪	۱۰۰,۰٪
درصد ستونی	۳۱,۴٪	۴۲,۴٪	۳۷,۳٪
درصد کل	۱۴,۵٪	۲۲,۷٪	۳۷,۳٪
فراوانی	۱۰۲	۱۱۸	۲۲۰
درصد سطری	۴۶,۴٪	۵۳,۶٪	۱۰۰,۰٪
درصد ستونی	۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪
درصد کل	۴۶,۴٪	۵۳,۶٪	۱۰۰,۰٪

نتیجه آزمون خی دو

ازمون کای اسکوتر	درجه آزادی	سطح معناداری
۳,۲۹۶	۲	.۱۹۲

همانطور که جدول نشان می دهد، با توجه به آزمون کای اسکوئر محاسبه شده به میزان ۳,۲۹ و درجه آزادی ۲ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا رابطه میان دو متغیر معنی دار نیست. به عبارت دیگر میان دو متغیر سطح زیر چاپ و روزنامه تفاوت معناداری وجود ندارد. بیشترین نسبت از سطح زیر چاپ اخبار روزنامه جوان متوسط می باشد. بیشترین نسبت از سطح زیر چاپ اخبار روزنامه شرق زیاد می باشد. البته این تفاوت معنادار نیست.

فصلنامه روزنامه نگاری الکترونیکی، سال اول شماره دوم، بهار ۱۳۹۵

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

نکات قابل توجه

براساس مبنای این پژوهش در طرح سوالات تحقیق و پاسخ آنها نکات قابل توجهی به شرح زیر به چشم میخورد:

- آیا تفاوت معناداری بین دو روزنامه شرق و جوان در زمینه صفحه ای که اخبار بیانیه لوزان در آن چاپ شده است وجود دارد؟
- بیشترین نسبت از اخبار بیانیه لوزان روزنامه جوان و روزنامه شرق در صفحه اول است و کمترین نسبت اخبار در صفحه آخر چاپ شده اند.
- آیا تفاوت معناداری بین دو روزنامه شرق و جوان در زمینه همراهی عکس و تصویر با اخبار بیانیه لوزان وجود دارد؟
- بیشترین نسبت از اخباری که دارای عکس و تصویر هستند، مربوط به روزنامه شرق است.
- آیا تفاوت معناداری بین دو روزنامه شرق و جوان در زمینه اندازه تیتر اخبار بیانیه لوزان وجود دارد؟
- اندازه بیشترین نسبت از تیترهای روزنامه جوان و روزنامه شرق متوسط و اندازه کمترین نسبت از تیترهای روزنامه جوان و روزنامه شرق کوچک است.
- آیا تفاوت معناداری بین دو روزنامه شرق و جوان در زمینه رویکرد انتقادی نسبت به اخبار بیانیه لوزان وجود دارد؟
- بیشترین نسبت از اخبار انتقادی مربوط به روزنامه جوان است.
- آیا تفاوت معناداری بین دو روزنامه شرق و جوان در زمینه سطح زیر چاپ اخبار بیانیه لوزان وجود دارد؟
- بیشترین نسبت از سطح زیر چاپ اخبار روزنامه جوان متوسط و بیشترین نسبت از سطح زیر چاپ اخبار روزنامه شرق زیاد است. البته این تفاوت معنادار نیست.
- آیا تفاوت معناداری بین دو روزنامه شرق و جوان در زمینه ارزش خبری اخبار بیانیه لوزان وجود دارد؟
- بیشترین نسبت از اخباری که ارزش خبری برخوردارند، مربوط به روزنامه جوان است.
- آیا تفاوت معناداری بین دو روزنامه شرق و جوان در زمینه ماهیت مطلب اخبار بیانیه لوزان وجود دارد؟
- بیشترین نسبت از مطالب تنش زدا در ارتباط با بیانیه لوزان و برجام مربوط به روزنامه شرق و بیشترین مطالبی تنش زا، مربوط به روزنامه جوان است.
- آیا تفاوت معناداری بین دو روزنامه شرق و جوان در زمینه ارزش خبری اخبار بیانیه لوزان وجود دارد؟
- بیشترین نسبت از مطالب بزرگ نمایی شده در ارتباط با بیانیه لوزان و برجام مربوط به روزنامه شرق است و بیشترین مطالبی که با استراتژی کوچک نمایی تنظیم شده، مربوط به روزنامه جوان است.

نتیجه گیری

طبق نتایج حاصل از تحلیل داده ها، ۵۰ درصد اخبار مربوط به بیانیه لوزان دارای عکس و تصویر و ۵۰ درصد دیگر فاقد عکس و تصویر هستند. با توجه به اینکه نیمی از اخبار مربوط به لوزان دارای عکس هستند نیز نشان دهنده اهمیت بالای این خبر برای دو روزنامه شرق و جوان است. در این میان بیشترین نسبت از اخباری که دارای عکس و تصویر هستند، مربوط به روزنامه شرق است. یعنی شرق از طریق به کارگیری عکس و تصویر این اخبار را برجسته می کند.

در زمینه صفحه ای که خبر در آن چاپ شده است، ۵۱٫۴ درصد اخبار مربوط به بیانیه لوزان در صفحه اول تیتر خورده است، ۴۰٫۵ درصد این اخبار در صفحات میانی و ۸٫۲ درصد در صفحه آخر کار شده است. با توجه به اینکه نیمی از اخبار مربوط به لوزان در صفحه اول تیتر خورده، نشان دهنده اهمیت بالای این خبر برای دو روزنامه شرق و جوان است. بیشترین نسبت از اخبار روزنامه جوان و روزنامه شرق در صفحه اول و کمترین نسبت از اخبار روزنامه جوان و روزنامه شرق در صفحه آخر چاپ شده است. در این زمینه تقریباً هر دو روزنامه به یک صورت برجسته سازی کرده اند.

موضوع مهم دیگر در بحث خبر، ارزش های خبری است. ارزش های خبری هم خبرنگار را در شناخت و فهم خبر (سوژه یابی) کمک می کند، هم در تنظیم خبر او را یاری می دهد و هم می توان به عنوان معیارهایی برای مقایسه، ارزش گذاری و گزینش رویدادهای روز مورد بهره برداری قرار گیرد.

در این تحقیق سعی بر آن شده است تا اخبار منتشر شده در روزنامه های جوان و شرق در رابطه بیانیه لوزان، از نظر ارزش خبری مورد استفاده مورد ارزیابی قرار گیرد. طبق یافته های تحقیق، بیشترین ارزش خبری اخبار منتشر شده مربوط به بیانیه لوزان، یعنی ۴۹٫۵ درصد، ارزش خبری دربرگیری هستند، ۱۶٫۴ درصد دارای ارزش خبری شهرت و ۳۴٫۱ درصد آن مربوط به اخباری است که دارای ارزش خبری برخورد هستند. بیشترین نسبت از اخباری که ارزش خبری غالب آن برخورد است مربوط به روزنامه جوان می باشد. در صورتی روزنامه شرق اخبار خود را با ارزش های خبری دربرگیری و شهرت تنظیم کرده است. همچنین روزنامه جوان، بیشتر اخبار تنش را در زمینه بیانیه لوزان انتشار داده است.

پیشنهاد های تحقیق

- ۱- با توجه به نتایج تحقیق این دو روزنامه، در نسبت بالایی از اخبار خود، از واقع نمایی دور شده و به سمت کوچک نمایی یا بزرگ نمایی اخبار رفته اند. بنابراین از روزنامه ها چنین انتظار می رود که بیشتر بر اساس مصالح کشور اخبار تنظیم شود تا خط مشی روزنامه.
- ۲- دیگر محققان می توانند با مقایسه تعداد زیادی از روزنامه های عام و خاص به طور کلی ساختار و محتوای این روزنامه ها را در زمینه چگونگی پوشش خبری اخبار بیانیه لوزان مقایسه کنند که نتایج آن می تواند به عنوان کاری ماندگار مفید و قابل استناد در دیگر پژوهش ها مورد استفاده قرار گیرد.

۳- شناخت شیوه های تأمین منابع مالی روزنامه ها و نقش مسائل اقتصادی بر استراتژی و خط مشی و کیفیت آنچه آنها منتشر می کنند، از جمله موضوعات بحث برانگیز و سودمند است.

منابع

الف) منابع فارسی

اباذری، یوسف، رولان بارت و اسطوره و مطالعات فرهنگی، فصلنامه ارغنون، شماره ۱۸، چاپ دوم، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۱۳۸۰

استریناتی، دومنیک، مقدمه ای بر نظریه های فرهنگ عامه، ترجمه ثریا پاک نظر، چاپ دوم، تهران: گام نو ۱۳۸۴

استیفن، لیتل جان؛ نظریه های ارتباطات، مرتضی نوریخس و سیداکبر میرحسینی، تهران، جنگل، ۱۳۸۴.

اسدی، علی. افکار عمومی و ارتباطات، تهران: انتشارات سروش ۱۳۷۱.

اسولیوان تام و دیگران؛ مفاهیم کلیدی ارتباطات، میرحسن ریش زاده، تهران، فصل نو، ۱۳۸۵، چاپ اول.

آشوری، داریوش. دانشنامه سیاسی: فرهنگ اصطلاحات و مکتب های سیاسی، تهران: مروارید ۱۳۷۳.

بارت، رولان، اسطوره در زمانه حاضر، ترجمه یوسف اباذری، فصلنامه ارغنون، شماره ۱۸، چاپ دوم، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۱۳۸۰

پرایس، وینسنت . افکار عمومی، ترجمه علی رستمی و الهام میرتهامی، تهران: انتشارات مطالعات راهبردی ۱۳۸۲

دادگران، محمد . افکار عمومی و معیار سنجش آن، تهران: مروارید ۱۳۸۲.

دادگران، محمد؛ مبانی ارتباطات جمعی، تهران، مروارید، ۱۳۸۵، چاپ علم.

دافرتی، ویلیام . جنگ روانی، تبلیغات و جنگ روانی، ترجمه حسین حسینی، چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه امام حسین (ع) ۱۳۷۷.

دفلور، ملوین و اورت دنیس. ای؛ شناخت ارتباطات جمعی، سیروس مرادی، تهران، انتشارات دانشکده صدا و سیما، ۱۳۸۳.

دلاور، علی (پاییز ۱۳۸۵). مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. تهران: رشد، چاپ پنجم.

ساعی، احمد؛ نظریه های امپریالیسم، تهران، قومس، ۱۳۷۸.

سیلان اردستانی، (۱۳۸۰). عوامل شکل دهی و کنترل افکار عمومی - فصلنامه هنر هشتم، بهار و تابستان ، شماره ۲۱ و ۲۲، صص ۱۰۲-۱۱۰

فرقانی، محمدمهدی (۱۳۸۵). اصول اخلاقی حرفه روزنامه نگاری اعتمادساز و منزلت آفرین. در مجموعه مقالات سومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.

هیواد، سوزان، مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی، ترجمه فتاح محمدی، تهران: نشر هزاره سوم ۱۳۸۱ ویندال، سون و دیگران (۱۳۷۶). کاربرد نظریه های ارتباطات . ترجمه دکتر علیرضا دهقان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.

الیاسی، محمدحسین: افکار عمومی آمریکا و عملیات روانی دستگاه حکومتی و تبلیغاتی آن کشور برای مجاب سازی؛ فصلنامه عملیات روانی، بهار اول، شماره ۲.

الیاسی، محمدحسین . عملیات روانی آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران؛ تحلیل محتوای رادیو فردا و رادیو صدای آمریکا؛ فصلنامه عملیات روانی، سال سوم، شماره ۱۰.

(ب) منابع لاتین

- Blumler .G. jay and Elihu katz (۱۹۷۴). the uses of Mass communication Perspective on gratifizations Research .Beverly - Hills .clife.
- Defleur .Melvin. L (۱۹۸۶). Theories of Mass communication .longman Publization.
- Malignac, Georges (۱۹۵۴) L'alcoolisme/ par Georges Malignac et Robert Colin; preface d'Alfred Sauvy. Paris: Presses universitaires de france.
- Mcquail .Denis (۱۹۸۴). Mass communication theory sage Publizations.
- Rogers. Everett. M (۱۹۸۶). communication technology .the New Madia in society .Macmillan Publishers .London.

توزیع فراوانی بر حسب وجود عکس و تصویر

گزینه ها	فراوانی	درصد
دارد	۱۱۰	۵۰,۰
ندارد	۱۱۰	۵۰,۰
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

توزیع فراوانی بر حسب اندازه تیتراژ

گزینه ها	فراوانی	درصد
کوچک	۳۹	۱۷,۷
متوسط	۱۲۱	۵۵,۰
بزرگ	۶۰	۲۷,۳
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

توزیع فراوانی بر حسب سطح زیر چاپ

گزینه ها	فراوانی	درصد
کم (اخبار کوتاه)	۳۷	۱۶,۸
متوسط	۱۰۱	۴۵,۹
زیاد (بیشتر از نصف صفحه)	۸۲	۳۷,۳
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

توزیع فراوانی بر حسب رویکرد انتقادی

گزینه ها	فراوانی	درصد
دارد	۱۰۷	۴۸,۶
ندارد	۱۱۳	۵۱,۴
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

توزیع فراوانی بر حسب ارزش خبری غالب

گزینه ها	فراوانی	درصد
شهرت	۳۶	۱۶,۴
دربریگری	۱۰۹	۴۹,۵
برخورد	۷۵	۳۴,۱
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

توزیع فراوانی بر حسب ماهیت مطلب

گزینه ها	فراوانی	درصد
تنش زا	۸۲	۳۷,۳
تنش زدا	۱۳۸	۶۲,۷
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

توزیع فراوانی بر حسب استراتژی ارائه مطلب

گزینه ها	فراوانی	درصد
----------	---------	------

کوچک نمایی	۴۸	۲۱,۸
واقع نمایی	۱۱۵	۵۲,۳
بزرگ نمایی	۵۷	۲۵,۹
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

توزیع فراوانی بر حسب رویکرد غالب مطلب

گزینه ها	فراوانی	درصد
منافع و مصالح ملی و خطوط قرمز	۳۳	۱۵,۰
اعتماد به اعضای تیم هسته‌ای	۳۸	۱۷,۳
مرجع بودن بیانیه و اظهار نظر تیم هسته‌ای	۳۲	۱۴,۵
فریبکار بودن دشمن	۴۳	۱۹,۵
شناخت جامع از موضوع	۳۶	۱۶,۴
امکانات و مقدرات و شرایط محیطی	۲۴	۱۰,۹
همدلی و هم‌زمانی دولت و ملت	۱۴	۶,۴
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

توزیع فراوانی بر حسب ویژگی خبر

گزینه ها	فراوانی	درصد
صرفاً خبری و گزارشی	۱۲۴	۵۶,۴
تحلیلی (با کارشناس)	۲۱	۹,۵
خبری تحلیلی	۷۵	۳۴,۱
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

توزیع فراوانی بر حسب جهت گیری مطلب

گزینه ها	فراوانی	درصد
دارد	۱۵۵	۷۰,۵
ندارد	۶۵	۲۹,۵
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

توزیع فراوانی بر حسب منبع خبر

گزینه ها	فراوانی	درصد
تولیدی	۱۴۶	۶۶,۴
منابع داخلی	۴۹	۲۲,۳
منابع خارجی	۴	۱,۸
داخلی به نقل از خارجی	۳	۱,۴
نامشخص	۱۸	۸,۲
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

توزیع فراوانی بر حسب چه کسی

گزینه ها	فراوانی	درصد
مقامات دولتی	۵۶	۲۵,۵
مقامات حکومتی	۱۷	۷,۷

نمایندگان مجلس	۱۶	۷,۳
مقامات برجسته بین المللی	۱۵	۶,۸
کارشناسان سیاسی	۹	۴,۱
سایر	۱۰۱	۴۵,۹
بدون نقل قول	۶	۲,۷
جمع	۲۲۰	۱۰۰,۰

توزیع فراوانی و درصدی روزنامه‌ها و وجود عکس و تصویر

روزنامه وجود عکس و تیتراژ دارد	روزنامه جوان	روزنامه شرق	جمع
فراوانی	۶۳	۴۷	۱۱۰
درصد سطری	۵۷,۳٪	۴۲,۷٪	۱۰۰,۰٪
درصد ستونی	۶۱,۸٪	۳۹,۸٪	۵۰,۰٪
درصد کل	۲۸,۶٪	۲۱,۴٪	۵۰,۰٪
فراوانی	۳۹	۷۱	۱۱۰
درصد سطری	۳۵,۵٪	۶۴,۵٪	۱۰۰,۰٪
درصد ستونی	۳۸,۲٪	۶۰,۳٪	۵۰,۰٪
درصد کل	۱۷,۷٪	۳۲,۳٪	۵۰,۰٪
فراوانی	۱۰۲	۱۱۸	۲۲۰
درصد سطری	۴۶,۴٪	۵۳,۶٪	۱۰۰,۰٪
درصد ستونی	۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪
درصد کل	۴۶,۴٪	۵۳,۶٪	۱۰۰,۰٪

آزمون کای اسکواتر

آزمون کای اسکواتر	درجه آزادی	سطح معناداری
۱۰,۵۲۸	۱	.۰۰۱

توزیع فراوانی و درصدی روزنامه‌ها و اندازه تیتراژ

روزنامه اندازه تیتراژ کوچک	روزنامه جوان	روزنامه شرق	جمع
فراوانی	۱۷	۲۲	۳۹
درصد سطری	۴۳,۶٪	۵۶,۴٪	۱۰۰,۰٪
درصد ستونی	۱۶,۷٪	۱۸,۶٪	۱۷,۷٪
درصد کل	۷,۷٪	۱۰,۰٪	۱۷,۷٪
فراوانی	۶۴	۵۷	۱۲۱
درصد سطری	۵۲,۹٪	۴۷,۱٪	۱۰۰,۰٪
درصد ستونی	۶۲,۷٪	۴۸,۳٪	۵۵,۰٪
درصد کل	۲۹,۱٪	۲۵,۹٪	۵۵,۰٪
فراوانی	۲۱	۳۹	۶۰
درصد سطری	۳۵,۰٪	۶۵,۰٪	۱۰۰,۰٪
درصد ستونی	۲۰,۶٪	۳۳,۱٪	۲۷,۳٪
درصد کل	۹,۵٪	۱۷,۷٪	۲۷,۳٪
فراوانی	۱۰۲	۱۱۸	۲۲۰

۱۰۰,۰٪	۵۳,۶٪	۴۶,۴٪	درصد سطری
۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪	درصد ستونی
۱۰۰,۰٪	۵۳,۶٪	۴۶,۴٪	درصد کل

آزمون کای اسکوتر

سطح معناداری	درجه آزادی	آزمون کای اسکوتر
.۰۷۰	۲	۵,۳۱۰

توزیع فراوانی و درصدی روزنامه ها و ارزش خبری

روزنامه ارزش خبری شهرت	فراوانی	روزنامه جوان	روزنامه شرق	جمع
فراوانی	۱۰	۲۶	۳۶	
درصد سطری	۲۷,۸٪	۷۲,۲٪	۱۰۰,۰٪	
درصد ستونی	۹,۸٪	۲۲,۰٪	۱۶,۴٪	
درصد کل	۴,۵٪	۱۱,۸٪	۱۶,۴٪	
فراوانی	۴۲	۶۷	۱۰۹	
درصد سطری	۳۸,۵٪	۶۱,۵٪	۱۰۰,۰٪	
درصد ستونی	۴۱,۲٪	۵۶,۸٪	۴۹,۵٪	
درصد کل	۱۹,۱٪	۳۰,۵٪	۴۹,۵٪	
فراوانی	۵۰	۲۵	۷۵	
درصد سطری	۶۶,۷٪	۳۳,۳٪	۱۰۰,۰٪	
درصد ستونی	۴۹,۰٪	۲۱,۲٪	۳۴,۱٪	
درصد کل	۲۲,۷٪	۱۱,۴٪	۳۴,۱٪	
فراوانی	۱۰۲	۱۱۸	۲۲۰	
درصد سطری	۴۶,۴٪	۵۳,۶٪	۱۰۰,۰٪	
درصد ستونی	۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪	
درصد کل	۴۶,۴٪	۵۳,۶٪	۱۰۰,۰٪	

آزمون کای اسکوتر

سطح معناداری	درجه آزادی	آزمون کای اسکوتر
.۰۰۰	۲	۲۰,۱۲۱

توزیع فراوانی و درصدی روزنامه ها و ماهیت مطلب

روزنامه ماهیت مطلب	فراوانی	روزنامه جوان	روزنامه شرق	جمع
تنش زا	۵۳	۲۹	۸۲	
درصد سطری	۶۴,۶٪	۳۵,۴٪	۱۰۰,۰٪	
درصد ستونی	۵۲,۰٪	۲۴,۶٪	۳۷,۳٪	
درصد کل	۲۴,۱٪	۱۳,۲٪	۳۷,۳٪	
فراوانی	۴۹	۸۹	۱۳۸	
درصد سطری	۳۵,۵٪	۶۴,۵٪	۱۰۰,۰٪	
درصد ستونی	۴۸,۰٪	۷۵,۴٪	۶۲,۷٪	

۶۲,۷٪	۴۰,۵٪	۲۲,۳٪	درصد کل	
۲۲۰	۱۱۸	۱۰۲	فراوانی	جمع
۱۰۰,۰٪	۵۳,۶٪	۴۶,۴٪	درصد سطری	
۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪	درصد ستونی	
۱۰۰,۰٪	۵۳,۶٪	۴۶,۴٪	درصد کل	

آزمون کای اسکوتر

سطح معناداری	درجه آزادی	آزمون کای اسکوتر
.۰۰۰	۱	۱۷,۵۴۸

توزیع فراوانی و درصدی روزنامه ها و استراتژی مطلب

روزنامه استراتژی مطلب کوچک نمایی	روزنامه جوان	روزنامه شرق	جمع
فراوانی	۴۵	۳	۴۸
درصد سطری	۹۳,۸٪	۶,۳٪	۱۰۰,۰٪
درصد ستونی	۴۴,۱٪	۲,۵٪	۲۱,۸٪
درصد کل	۲۰,۵٪	۱,۴٪	۲۱,۸٪
فراوانی	۴۹	۶۶	۱۱۵
درصد سطری	۴۲,۶٪	۵۷,۴٪	۱۰۰,۰٪
درصد ستونی	۴۸,۰٪	۵۵,۹٪	۵۲,۳٪
درصد کل	۲۲,۳٪	۳۰,۰٪	۵۲,۳٪
فراوانی	۸	۴۹	۵۷
درصد سطری	۱۴,۰٪	۸۶,۰٪	۱۰۰,۰٪
درصد ستونی	۷,۸٪	۴۱,۵٪	۲۵,۹٪
درصد کل	۳,۶٪	۲۲,۳٪	۲۵,۹٪
فراوانی	۱۰۲	۱۱۸	۲۲۰
درصد سطری	۴۶,۴٪	۵۳,۶٪	۱۰۰,۰٪
درصد ستونی	۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪	۱۰۰,۰٪
درصد کل	۴۶,۴٪	۵۳,۶٪	۱۰۰,۰٪

آزمون کای اسکوتر

سطح معناداری	درجه آزادی	آزمون کای اسکوتر
.۰۰۰	۲	۶۷,۹۵۰

سوم، بهار ۱۳۹۵

فصلنامه