





دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکز

دانشکده علوم اجتماعی و روانشناسی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)

گرایش: تحقیق در ارتباطات اجتماعی

**عنوان:**

**بررسی میزان رعایت اصول خبرنگاری در  
بین ۴ روزنامه پرشمار صبح تهران**

**استاد راهنما:**

دکتر محمدرضا رسولی

**استاد مشاور:**

دکتر سیدوحید عقیلی

**نگارش:**

حسین نوری هاشجین

پاییز ۱۳۹۰

تقدیم به:

این کمترین، با تمام افتخار پیشکش نگاه مهربان  
نازنینی که روزی خواهد آمد و ترانه اخلاقمداری  
و آزادگی را، عاشقانه سر خواهد داد؛ در آن روز  
دیگر مجالی برای هر آنچه «ناپاکی» است، باقی  
نخواهد ماند.

## تقدیر و تشکر

سپاس و ستایش خداوندی را که چراغ وجود انسان را به نور علم روشنی بخشید و خرد را مایه آرامش وی قرار داد. خداوندی که به عظمت قلم سوگند یاد کرد تا حرکت شیفتگان علم و پژوهندگان دانش را به واسطه رحمت لایزال خود یاریگر باشد، و اگر نبود لطف و عنایتش، بی هیچ تردید این مختصر به ثمر نمی نشست و این توفیق ناچیز نیز حاصل نمی شد.

حال که نگارش این پایان نامه خاتمه یافته است، بر خود لازم می دانم از همه کسانی که در طول این مسیر یاریگر حقیر بوده اند تشکر و قدردانی نمایم؛ از پدر و مادر عزیزم که مسوولیت، تعهد و دغدغه چگونه زیستن را در درونم شعله ور ساختند و راه رشد و بالندگی را به مهر، داناوی و شکیبایی پرتوی جاودانه بخشیدند. امید آنکه قطره ای از دریای محبتشان جبران شده باشد؛ از دیگر اعضای خانواده ام که همواره طی این مسیر مشوق و یاریگر من بودند و از اساتید ارجمند، جناب آقای دکتر محمد رضا رسولی که زحمت راهنمایی این نوشتار را بر عهده گرفته و صمیمانه در تمامی مراحل پشتیبان بنده بودند و در رفع معایب و تقایص آن از هیچ کمکی دریغ نوزیدند و از استاد بزرگوار جناب آقای دکتر سید وحید عقیلی که زحمت مشاوره پایان نامه را تقبل کرده و طی این مسیر همواره مشوق بنده بودند و نیز از استاد گراتقدر سرکار خانم دکتر نسیم مجیدی که داوری پایان نامه را پذیرفته و نظرات ارزنده ای ارائه دادند. تردیدی نیست که اگر این نوشتار به حسنی آراسته است، از عنایت و توجه این سروران است و عیب و نقص آن متوجه کوتاهی نگارنده. در خاتمه برای همه کسانی که از همان کلاس اول ابتدایی تا کنون برای من زحمت کشیدند و افتخار شاگردی ها آنها را طی این سال های تحصیل داشتم، آرزوی سلامت و موفقیت روزافزون در هر کجا که باشند را دارم.

پاییز ۱۳۹۰

بسمه تعالی

### تعهدنامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب حسین نوری هاشجین دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته رشته علوم ارتباطات اجتماعی/تحقیق با شماره دانشجویی ۸۷۰۸۴۹۴۲۷۰۰ اعلام می‌کنم که کلیه مطالب مندرج در این پایان نامه با عنوان: بررسی میزان رعایت اصول خبرنگاری در بین ۴ روزنامه پرشمار صبح تهران حاصل کار پژوهش خود بوده و چنانچه دستاوردهای پژوهشی دیگران را مورد استفاده قرار داده باشم، طبق ضوابط و رویه‌های جاری، آن را ارجاع داده و در فهرست منابع و ماخذ ذکر نموده‌ام. علاوه بر آن تاکید می‌نمایم که این پایان نامه قبلاً برای احراز هیچ مدرک هم سطح، پایین تر یا بالاتر ارائه نشده و چنانچه در هر زمان خلاف آن ثابت شود، بدینوسیله متعهد می‌شوم در صورت ابطال مدرک تحصیلی‌ام توسط دانشگاه بدون کوچکترین اعتراض آن را بپذیریم.

نام و نام خانوادگی: حسین نوری هاشجین

تاریخ و امضاء:

باسمه تعالی

در تاریخ : ۱۳۹۰/۹/۲۸

دانشجوی کارشناسی ارشد آقای حسین نوری هاشجین از پایان نامه خود  
دفاع نموده و با نمره ۱۹/۷۵ به حروف نوزده و هفتادوپنج صدم  
با درجه عالی مورد تصویب قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما:

## فهرست مطالب

### فصل اول: کلیات تحقیق

- الف) مقدمه ..... ۱
- ۱-۱- طرح مسئله ..... ۳
- ۱-۲- اهمیت و ضرورت پژوهش ..... ۵
- ۱-۳- اهداف پژوهش ..... ۶
- ۱-۴- سئوالات و فرضیه‌ها ..... ۷
- ۱-۵- مفاهیم و واژگان ..... ۷

### فصل دوم: مبانی نظری تحقیق

- الف) مقدمه ..... ۱۱

#### بخش اول:

- ۱-۱-۱- پیشینه تحقیق ..... ۱۲
- ۱-۱-۲- سیر پیدایش مطبوعات در جهان و ایران ..... ۱۵
- ۱-۱-۳- تاریخچه مطبوعات از آغاز تا مشروطه ..... ۱۸

الف) عهد ناصری

ب) عهد مظفری

- ۱-۱-۴- مطبوعات در زمان پهلوی ..... ۲۱
- ۱-۱-۵- وضعیت عمومی مطبوعات پس از پیروزی انقلاب اسلامی ..... ۲۲
- ۱-۱-۶- جدول دستورالعمل کدگذاری روزنامه‌ها ..... ۲۴
- ۱-۱-۷- تعریف عملیاتی مقوله‌ها ..... ۳۳

#### بخش دوم: زمینه نظری تحقیق

- ۱-۲-۲- نقش رسانه‌ها..... ۴۶
- ۲-۲-۲- وظایف رسانه‌های خبری..... ۴۸
- ۳-۲-۲- بررسی مفاهیم ارتباط و نظریه‌های مربوط به آن..... ۵۰
- ۴-۲-۲- ارتباطات..... ۵۰
- ۵-۲-۲- مشخصات مشترک وسایل ارتباط جمعی..... ۵۱
- ۶-۲-۲- اثرات وسایل ارتباط جمعی..... ۵۲

### بخش سوم: نقش وسایل ارتباط جمعی در انتشار خبر

- ۱-۳-۲- مفهوم و ماهیت خبر..... ۵۳
- ۲-۳-۲- معیارهای گزینش خبر یا تصمیم‌گیری‌های خبری..... ۵۴
- ۳-۳-۲- تعریف خبر..... ۵۵
- ۴-۳-۲- مفاهیم اساسی در خبرنگاری..... ۵۵
- ۵-۳-۲- ارزش‌های خبری..... ۵۷
- ۶-۳-۲- ارزشهای خبری دوازده گانه..... ۶۲
- ۷-۳-۲- از رویداد تا خبر..... ۶۳
- ۸-۳-۲- سه ضابطه انتخاب خبر..... ۶۴
- ۹-۳-۲- عناصر خبر..... ۶۶
- ۱۰-۳-۲- فرآیند خبر..... ۶۹

الف) عوامل درون سازمانی

ب) عوامل برون سازمانی

- ۱۰-۳-۲- تغییر سبک خبرنگاری در عصر جدید..... ۷۱
- ۱۱-۳-۲- ساختار نرم خبرها..... ۷۲
- ۱۲-۳-۲- برخی از ویژگی‌های روزنامه..... ۷۳



الف) وسعت اخبار

ب) دوام اخبار

پ) تنوع اخبار

۱۳-۳-۲- معرفی روزنامه‌های مورد بررسی ..... ۷۶

الف) تاریخچه روزنامه همشهری ..... ۷۶

ب) تاریخچه روزنامه ایران ..... ۷۶

پ) تاریخچه روزنامه آرمان روابط عمومی ..... ۷۷

ت) تاریخچه روزنامه مردم سالاری ..... ۷۸

### بخش چهارم: چارچوب نظری و مدل تحقیق

۱-۴-۲- برجسته‌سازی ..... ۷۹

۲-۴-۲- مطالعه چیل هیل ..... ۸۱

۳-۴-۲- پیشگامان فرضیه برجسته‌سازی ..... ۸۲

۴-۴-۲- تغییر اندیشه ..... ۸۲

۵-۴-۲- برجستگی در رسانه‌ها و واقعیت ..... ۸۴

۶-۴-۲- فرآیند برجسته‌سازی ..... ۸۵

۷-۴-۲- چه کسی اولویت رسانه‌ها را تعیین می‌کند؟ ..... ۸۷

۸-۴-۲- نظریه دروازه‌بانی ..... ۸۹

۹-۴-۲- الگوی باس ..... ۹۲

۱۰-۴-۲- صفحه اول روزنامه و ویژگی و اهمیت آن ..... ۹۳

۱۱-۴-۲- مدل تحقیق ..... ۹۴

### فصل سوم: روش‌شناسی تحقیق

الف) مقدمه ..... ۱۰۰

۱۰۱	۳-۱- روش تحقیق.....
۱۰۱	۳-۲- تعاریف تحلیل محتوا.....
۱۰۴	۳-۳- تاریخچه تحلیل محتوا.....
۱۰۶	۳-۴- مراحل تجزیه و تحلیل محتوا.....
۱۰۸	۳-۵- مشکلات موجود در روش تحلیل محتوا.....
۱۱۰	۳-۶- مزایای استفاده از تحلیل محتوا.....
۱۱۱	۳-۷- معایب استفاده از تحلیل محتوا.....
۱۱۳	۳-۸- اهمیت تحقیق در محتوای مطبوعات.....
۱۱۴	۳-۹- ابزار تحقیق.....
۱۱۴	۳-۱۰- برنامه نرم افزار SPSS.....
۱۱۵	۳-۱۱- ضریب پایایی قابل اعتماد.....
۱۱۶	۳-۱۲- شیوه اجرای پرسشنامه معکوس.....
۱۱۶	۳-۱۳- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات (داده‌ها).....
۱۱۷	۳-۱۴- جامعه آماری.....
۱۱۷	۳-۱۵- روش نمونه‌گیری.....
۱۱۷	۳-۱۶- روش گردآوری اطلاعات.....
۱۱۷	۳-۱۷- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات.....

### فصل چهارم: تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق

۱۱۸	الف) مقدمه.....
-----	-----------------

#### ۴-۱- بخش اول: تجزیه و تحلیل اطلاعات

یک	جداول
۱۱۹	بعدی.....

## ۲-۴- بخش دوم: تجزیه و تحلیل توصیفی

جداول دوبردی به تفکیک روزنامه‌ها..... ۱۵۴

## ۳-۴- بخش سوم: تجزیه و تحلیل استنباطی

آزمون فرضیه‌ها..... ۱۶۹

## فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها

الف) مقدمه..... ۱۷۹

۱-۵- نتیجه‌گیری..... ۱۸۰

۲-۵- نتیجه‌گیری و تحلیل..... ۱۸۳

۳-۵- پیشنهادهای تحقیق..... ۱۸۵

۴-۵- پیشنهاد برای محققان بعدی..... ۱۸۶

۵-۵- محدودیت‌های محقق..... ۱۸۷

منابع..... ۱۸۸

## چکیده پایان‌نامه

خلاصه: با توجه به وابستگی‌های موجود آمده در جامعه ما به مطبوعات با بررسی و شناخت عملکرد آنها از لحاظ رعایت اصول خبرنگاری می‌توان به نقاط ضعف آنها پی برد و به رفع نقایص احتمالی آنها کمک کرد.

اهداف: بررسی میزان رعایت اصول صحیح خبرنگاری در میان ۴ روزنامه پرشمار تهران هدف اصلی این پژوهش است که برای بررسی این هدف، ۷ فرضیه تعریف شده است.

روش‌های اجرا: تحلیل محتوا است که ۹۶ شماره روزنامه‌های ایران، همشهری، مردم سالاری و آرمان روابط عمومی در طی سال ۸۹ جامعه آماری ما را تشکیل می‌دهد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه معکوس و تجزیه و تحلیل از طریق نرم افزار آماری Spss است.

نتایج: بین نوع روزنامه و ماهیت خبر رابطه معناداری وجود دارد، همچنین بین نوع روزنامه با ساختار خبری، جهت‌گیری مطلب، نشانگاه مطلب، ارزش‌های خبری، موضوع مطلب و اندازه تیترهای انتخابی رابطه معناداری وجود دارد.

فصل اول:

# کلیات تحقیق

## مقدمه:

در سراسر تاریخ، افراد بشر همواره در پی بهبود توانایی خویش برای دریافت و جذب اطلاعات درباره محیط پیرامون خود و افزایش سرعت، وضوح و تنوع در انتقال اطلاعات مربوط به خود بوده‌اند. آنان، کار برقراری ارتباط را با استفاده از اشارات سر و دست و علائم صوتی آغاز کرده و برای انتقال پیام‌های خود به توسعه و تکمیل یک رشته ابزار غیر لفظی پرداختند. (مک براید، ۱۳۷۵:

(۴۵)

در آغاز ارتباط<sup>۱</sup> پایدار و مستمر، تنها میان اجتماعات محدود میسر بود، لیکن امروزه در نتیجه سرعتی که در کار رسانه‌های خبری پدید آمده و به دلیل وجود شبکه ارتباطی گوناگون که در سراسر دنیا گسترش یافته، ارتباط الزاماً ابعاد جهانی پیدا کرده است. در عصر حاضر رسانه‌های اطلاعاتی می‌توانند همه جا در جلب احترام نسبت به افراد نوع بشر با تمامی اختلافات گوناگونی که دارند و قبولاندن آرزوهای مشترک همگان به جای ملی‌گرایی سهمین باشند. همچنین با افزایش مبادلات دوطرفه می‌توانند با گفت‌وگوی بی وقفه میان جوامع، فرهنگ‌ها و افراد آنها را به ایجاد ارتباط مستمر تشویق کنند البته این نکته مسلم است که اطلاعات<sup>۲</sup> در تمام زمینه‌ها باید آزادانه جریان یابد. این آزادی نمی‌تواند کاملاً موثر باشد، مگر اینکه برای همه به صورت یک واقعیت در آید. (مک براید، ۱۳۷۵: ۴۵)

پیدایش ارتباطات نوین با اختراع چاپ آغاز شد و به دنبال چاپ جزوات و کتاب‌ها، روزنامه در قرن هفدهم پدید آمد. با آنکه پیشرفت‌های حیرت‌انگیزی در کم و کیف وسایل ارتباط جمعی رخ داده است، هنوز رسانه‌های حامل «فرهنگ مکتوب» نقش مهم خود را در عرصه وسایل ارتباط جمعی حفظ کرده‌اند، و در این زمینه «مطبوعات»<sup>۳</sup> به لحاظ کارکردهای خاصی که در امر «اطلاع رسانی» و «انتقال علم و دانایی» دارند از جایگاه ویژه‌ای برخوردار هستند. مطبوعات می‌توانند از یک طرف نشر

---

<sup>۱</sup>.Communication

<sup>۲</sup>.Information

<sup>۳</sup>.Print media

افکار مردم و از سوی دیگر راهنمای همان افکار باشند، و خود را نماینده مردم نیز بدانند. تسلط و سایل ارتباط جمعی و به ویژه مطبوعات بر افکار عمومی واقعی است انکارناپذیر به همین دلیل در مسیر تلاش برای دستیابی به مطبوعاتی مطلوب که پاسخگوی نیازهای امروز جامعه ما باشد باید به شناخت کاستی‌های موجود پرداخت و در سایه این شناخت به تدوین و طراحی برنامه‌هایی روی آورد که باعث کارآیی هر چه بیشتر مطبوعات در جامعه شود. وظایف اجتماعی فنون ارتباطی ایجاب می‌کند که اخبار مطالب و به طور کلی جریان زندگی اجتماعی عیناً مطابق آنچه است، منعکس شود تا حقیقت برای عموم افراد آشکار شود و شک نیست که تنها با گفتن حقیقت می‌توان عدالت اجتماعی را تامین کرد. (محسنیان‌راد، ۱۳۷۳: ۲)

به طور خلاصه استقلال و آزادی رسانه‌ها را به دلیل ساختاری نمی‌توان خارج از چارچوب نظام اجتماعی، اقتصادی و سیاسی دید و در نتیجه کنش‌های تبلیغاتی رسانه‌ها را باید در تجاری شدن خبر، در ارزش‌ها و هنجارهای تولید خبر و در وابستگی سازمان‌های خبری به منابع اطلاعاتی جست. مطبوعاتی که یکی از عناصر اصلی و سایل ارتباط جمعی است نه تنها از این امر مستثنی نیست بلکه سهم بیشتری را در آزادی بیان و انتشار آن داراست و تاثیر شگرف آن بر افکار عمومی هویدا است و از آنجا که مطالب صفحه اول روزنامه‌ها در واقع ویتروینی برای نمایش و برجسته‌سازی رویدادها و موضوع‌های مهم است. بنابراین در این پژوهش مطالب صفحه اول روزنامه‌های مورد نظر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند.

#### ۱-۱- طرح مسئله

کارکرد خبری مطبوعات در جامعه کنونی، اهمیت غیرقابل انکاری یافته است. شرایط جهانی، منطقه‌ای، ملی و پیچیدگی اوضاع سیاسی نیز بر اهمیت این کارکرد افزوده است. روزنامه‌ها به دلیل وابستگی‌های ایدئولوژیک و حزبی خود از زوایای فکری مختلفی به تحولات جامعه می‌نگرند و در انتخاب، انعکاس و برجسته‌سازی این تحولات و رویدادها به شیوه‌های مختلف عمل می‌کنند.

علاوه بر این؛ محتوای خبری روزنامه‌ها را از حیث ثبت و ضبط رویدادها می‌توان به نوعی تاریخ‌نگاری نیز تلقی کرد. روزنامه‌ها از آن جایی که رسانه‌ای مکتوب محسوب می‌شوند، با درج اخبار، در واقع به ثبت رویدادها در تاریخ کمک می‌کنند.

همچنین؛ امروزه مطبوعات یکی از منابع مطالعات تاریخی نیز محسوب می‌شوند و از این حیث یک سند تاریخی به شمار می‌آیند. تاریخ روزنامه‌نگاری هر کشور، تاریخ تحولات عمومی آن جامعه است و پژوهش در روزنامه به یک معنا پژوهش در اوضاع سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی نیز هست. هیچ عرصه دیگری از فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی به سرعت و شدت روزنامه‌نگاری تحت تاثیر شرایط و دگرگونی‌های جدید تغییر ساختار سیاسی داخلی و بین‌المللی قرار نمی‌گیرد. حرفه روزنامه‌نگاری بیش از حرفه‌های دیگر در دورانی کوتاه دستخوش تغییر و تحول شده است.

بدین ترتیب مطالعه مطبوعات و روزنامه‌ها در رسیدن به دو هدف همزمان کمک می‌کند. تحلیل محتوای روزنامه‌ها از یک سو کمک می‌کند تا وقایع و رخداد‌های یک دوره زمانی خاص شناخته شود و از سوی دیگر برای درک دیدگاه‌های ایدئولوژیکی موجود نسبت به رویداد‌های هر دوره مفید است.

از طرفی، مطالب درج شده در یک روزنامه دارای وزن یکسانی نیستند و روزنامه‌ها نیز در همه مطالب خود به جهت‌گیری ایدئولوژیک نمی‌پردازند. در هر روزنامه، برخی قالب‌های آرایه خبر و مطلب، مهم‌تر از بقیه بوده و روزنامه‌ها و خوانندگان آنها نیز به این قالب‌ها اهمیت بیشتری می‌دهند. مهمترین قالب‌های آرایه خبر و مطلب در هر روزنامه عبارتند از: تیترهای اصلی صفحه اول، سرمقالات و یادداشت‌ها، عکس یک، ستون‌های ویژه، و مهمترین تیترهای برگزیده صفحات داخلی. براساس نظریه برجسته‌سازی، رسانه‌ها در شکل‌دهی نوعی جهان بینی در مردم موفق هستند. آنان می‌توانند به مردم بگویند که بر روی چه موضوعی تفکر و تفحص کنند و چه موضوعی را کم اهمیت تلقی کنند. در دنیایی که محشون از اخبار و اطلاعات است، رسانه با توجه به سیاست‌های



خاص به اولویت‌گذاری، اخبار و اطلاعات روی می‌آورد (دروازه بانی می‌کند) و براساس این اولویت‌گذاری، اخبار را براساس اهمیت برجسته‌سازی می‌کنند. (سورین و تانکار، ۱۳۸۱: ۲۴۳)

بنا بر این نظریه، تصمیم‌گیران برای مخاطب<sup>۱</sup>، افراد دیگری نسبت به خود فرد هستند؛ زیرا پیام‌هایی را که باید به فرد داده شود از قبل توسط اشخاص دست‌اندرکار فراهم شده و در قالب اخبار به مخاطب ارائه می‌شود. بر همین اساس، مخاطب تنها مصرف‌کننده است و نقش اصلی را دست‌اندرکاران رسانه‌ها ایفا می‌کنند.

البته در اینجا مسئله آگاهی و نگرش مخاطبان هم مطرح است و در صورتی که پیام صادر شده از سوی رسانه‌ها با نگرش‌ها، شناخت و آگاهی مخاطبان تناسب و همخوانی نداشته باشد فرد تا مرحله خاصی پذیرای پیام است و تاثیر آن پیام هم صرفاً تا همین حد است و به دلیل این عدم تناسب، مخاطب بی‌تفاوت از کنار آن می‌گذرد.

برجسته‌سازی هنجاری است که در عرصه اخبار با رده‌بندی اهمیت رویدادها و با دروازه‌بانی خبر رابطه مستقیم دارد. برجسته‌سازی گستره انتقال اخبار و شرایط ارجاع دادن و اشاره کردن به مقالات خبری را تعیین می‌کند و محدودیت‌های بحث را مشخص می‌نماید. از دیدگاه دیگر، کارکرد برجسته‌سازی رسانه‌ها را گرایش رسانه‌ها به آنچه مردم درباره آن فکر خواهند کرد یا آن چه مهم تلقی می‌کنند، توصیف کرده‌اند.

در این میان مطبوعات با وجود پیشرفت‌های کمی و کیفی رسانه‌های الکترونیکی که امواجشان مرزهای جغرافیایی و ایدئولوژیکی را در سراسر جهان در نوردیده همچنان از اهمیت بسیاری برخوردارند.

در حالی که مطبوعات در جهان پیشرفته به عنوان شاخصی در رشد فرآیند فردی و اجتماعی افراد جامعه محسوب می‌شود، بسیاری از کشورهای جهان سوم بویژه ایران، تا نیل به چنین مرحله‌ای

---

<sup>۱</sup>. Audiende

همچنان نیازمند تجربیات، تلاش‌ها و تحولات بسیاری به ویژه در رعایت اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری هستند. (قدیمی، ۱۳۷۶: ۳)

اما با وجود تلاش‌های صورت گرفته در دو دهه اخیر برای آموزش روزنامه‌نگاران به نظر می‌رسد که این تلاش‌ها تاثیری در کیفیت کار رسانه‌ها بویژه مطبوعات آن طور که باید در تهیه و انتشار اخبار، گزارش‌ها و تحلیل و تفسیرها از نظر رعایت اصول حرفه‌ای به کار می‌رفته نداشته و یا کم بوده است. در حالی که تامین نیازهای مخاطبان در زمینه‌های مختلف از وظایف رسانه‌ها است، اما به نظر می‌رسد که مطبوعات ما چندان توجهی به این وظیفه خطیر خود ندارند.

بنابراین، سوال اصلی و آغازین این پژوهش عبارتست از اینکه به چه میزان اصول خبرنگاری در بین چهار روزنامه (ایران، همشهری، مردمسالاری و آرمان روابط عمومی) پرشمار صبح تهران رعایت می‌شود.

## ۲-۱- اهمیت و ضرورت پژوهش

انگیزه من از انتخاب این موضوع این است که با وجود همه کاستی‌ها و نارسایی‌ها که در عرصه مطبوعات و رسانه‌های جمعی ایران به چشم می‌خورد، این رسانه‌ها و به ویژه مطبوعات کمابیش وابستگی‌هایی را در جامعه ما نسبت به خود بوجود آورده‌اند.

بسیار کسانی هستند که نیازمندی‌های اطلاعاتی خود را از درون همین روزنامه‌ها جستجو می‌کنند. بنابراین با بررسی و شناخت نوع عملکرد روزنامه‌ها از نظر فرم و محتوا، می‌توان خط مشی‌ها و گرایش‌های آنها را و همچنین میزان فعالیت آنها در هر کدام از بخش‌ها از قبیل فرهنگ، سیاست، اجتماعی و اقتصادی و سرگرمی و... را مشخص کرد و اینکه آیا پاسخگوی نیازهای افراد جامعه می‌باشند و انتظارات آنها را برآورده می‌کنند یا خیر.

از این طریق می‌توان به برطرف کردن ضعف‌ها و نقایص احتمالی روزنامه‌ها و کامل‌تر شدن آن کمک کرد که همین امر، زمینه‌ساز بهره‌مندی‌های بیشتر از آنان می‌شود و همچنین این شناخت سبب

می‌شود که افق و دیدی باز نسبت به حیطه ارتباطات به ویژه مطبوعات و روزنامه و کار و فعالیت در این زمینه‌ها در ما ایجاد شود.

به طور کلی، با برطرف شدن نقایص و ضعف‌های احتمالی روزنامه‌ها، آنها بیشتر به مردم جامعه نزدیک می‌شوند و مردم آنها را به عنوان رسانه‌ای که از دغدغه‌ها و نیازهای آنها باخبر است و آنها را منعکس می‌کند، می‌پذیرند.

### ۳-۱- اهداف پژوهش

هدف اصلی این پژوهش «بررسی میزان رعایت اصول صحیح خبرنگاری در میان چهار روزنامه پرشمار تهران» است که برای بررسی این هدف، هفت هدف فرعی تعریف شده است. این اهداف عبارتند از:

- ۱- شناخت ماهیت مطالب از نظر رویدادمداری و فرآیندمداری در روزنامه‌های مورد بررسی.
- ۲- شناخت نوع ساختار مطالب خبری از نظر نرم و سخت بودن در روزنامه‌های مورد بررسی.
- ۳- شناخت جهت‌گیری مطلب در روزنامه‌های مورد بررسی.
- ۴- شناخت نشانگاه مطلب در روزنامه‌های مورد بررسی.
- ۵- بررسی میزان استفاده از ارزش‌های خبری در روزنامه‌های مورد بررسی.
- ۶- بررسی میزان ارتباط بین نوع روزنامه و موضوع‌های مطلب در روزنامه‌های مورد بررسی.
- ۷- بررسی اندازه تیترهای انتخابی در روزنامه‌های مورد بررسی.

### ۴-۱- سئوالات و فرضیه‌ها

- ۱- به نظر می‌رسد بین نوع روزنامه و ماهیت خبر رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۲- به نظر می‌رسد بین نوع روزنامه و ساختار خبری رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۳- به نظر می‌رسد بین نوع روزنامه و جهت‌گیری مطلب رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۴- به نظر می‌رسد بین نوع روزنامه و نشانگاه مطلب رابطه معنی‌داری وجود دارد.

- ۵- به نظر می‌رسد بین نوع روزنامه و ارزش‌های خبری در لید رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۶- به نظر می‌رسد بین نوع روزنامه و موضوع مطلب رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۷- بین روزنامه‌های دولتی و خصوصی در اندازه تیرهای انتخابی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

## ۱-۵- مفاهیم و واژگان

- ۱- روزنامه‌های دولتی: روزنامه‌هایی هستند که منابع مالی آن از طریق ارگان‌های دولتی که دارای بودجه عمومی هستند، تامین می‌شود.
- ۲- روزنامه‌های خصوصی: روزنامه‌های هستند که منابع مالی آن از سوی افراد حقیقی تامین شده و هیچ‌گونه بودجه‌ای از سوی ارگان‌های دولتی دریافت نمی‌کنند.
- ۳- رویدادمدار: خبرهایی هستند که به یک رویداد مشخص و معین مربوط می‌شوند و آثار دراز مدت نداشته و با پخش خبر از بین می‌روند و دیگر نمی‌توان از آنها استفاده کرد.
- ۴- فرآیندمدار: خبرهایی هستند که از یک گزارش یا مسئله‌ای مجرد و منفک فراتر می‌رود تا درکی منظم، قاعده‌مند و جامع را منتقل سازد. خبرهای فرآیندمدار آثار دراز مدتی به جای می‌گذارد و عمر مفید طولانی‌تری دارد. مثال: خبرهایی مربوط به پیامدهای عملکرد دولت یا برخی اخبار توسعه.
- ۵- سخت‌خبر: سخت‌خبرها همان خبرهای مبتنی بر ۶ عنصر خبری چه چیزی، چه کسی، کجا، چه وقت، چطور و چرا هستند و این نوع خبرها مضامین خود را از مهم به غیرمهم (هرم وارونه) سازماندهی می‌کنند.
- ۶- نرم‌خبر: ساخت دایره‌ای نرم‌خبر به ما می‌گوید خبر در جایی به پایان می‌رسد که آغاز شده است. به عقیده یونس شکرخواه نویسنده کتاب «خبرنویسی مدرن»، نرم‌خبر به خواننده نگاهی تحلیلی، منتقدانه و پرسشگر می‌دهد و در حقیقت او را ترغیب به تعقیب رویداد می‌کند.