

الله أكبر  
١٦.



دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

دانشکده علوم اجتماعی و روانشناسی گروه ارتباطات  
پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)  
ارتباطات (روزنامه نگاری)

عنوان:

مقایسه میزان رضایتمندی روزنامه نگاران روزنامه‌های  
سراسری صبح کشور از اخبار دو خبرگزاری ایسنا و فارس

استاد راهنما:

دکتر نسیم مجیدی قهرودی

استاد مشاور:

دکتر سید محمد دادگران

پژوهشگر:

متین کاکویی

تابستان ۱۳۹۱

## تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب متین کاکویی دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد نا پیوسته به شماره دانشجویی ۸۷۰۰۰۰۵۹۲۰۰ در رشته ارتباطات، گرایش روزنامه نگاری که در تاریخ ۹۱/۶/۲۱ از پایان نامه خود تحت عنوان: مقایسه میزان رضایتمندی روزنامه نگاران روزنامه‌های سراسری صبح کشور از اخبار دو خبرگزاری ایسنا و فارس با کسب نمره ۱۸ و درجه عالی دفاع نموده‌ام بدینوسیله متعهد می‌شوم:

۱- این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه، کتاب، مقاله و ...) استفاده نموده‌ام، مطابق ضوابط و رویه‌های موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده‌ام.

۲- این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین‌تر یا بالاتر) در سایر دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است.

۳- چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هرگونه بهره‌برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و ... از این پایان نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.

۴- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی:

تاریخ و امضاء:

بسمه تعالی

در تاریخ: ۹۱/۶/۲۱

دانشجوی کارشناسی ارشد آقا/خانم متین کاکویی از پایان نامه خود دفاع نموده و با نمره ۱۸ بحروف هجده و با درجه عالی مورد تصویب قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما

تقدیم به:

پیشگاه خداوندی که همواره که با لطف و عنایتش همراه من بوده و هست

تقدیم به مادر خوبم

که فریادرس بزرگ قلمم است پس نسبت به جبران ذره‌ای از محبت‌های بی‌دریغش این ناچیز را با تمام خلوص و سپاس قلمم به  
پیشگاهت تقدیم می‌نمایم.

تقدیم به پدر بزرگوارم

که با صبر و مهربانی تکیه‌گاه امنی برایم بوده و هست

تقدیم به:

همسر مهربانم که در تمام طول تحصیل همراه و همگام من بوده است و بردبارانه مراد این راه‌های نمود به امید آن که من نیز او را در  
راه‌باریکه‌های زندگی همراه و همگام باشم.

تقدیر و شکر

در این جابر خود لازم می دانم که از استاد ارجمندم سرکار خانم دکتر نسیم مجیدی که با کمال فضل و بردباری در کلیه مراحل انجام این پژوهش مرا راهنمایی و هدایت فرمودند شکر و قدرانی می نمایم

همچنین از استاد گرامی جناب آقای دکتر محمد دادگران که در این پژوهش بار راهنمایی های خود مریاری نمودند شکر و قدرانی می نمایم.

## فهرست مطالب

صفحه

عنوان

چکیده

### فصل اول: کلیات پژوهش

..... ۱	۱-۱ بیان مساله
..... ۱	۲-۱ اهمیت و ضرورت تحقیق
..... ۲	۴-۱ سوال تحقیق
..... ۲	۵-۱ فرضیه‌های تحقیق
..... ۳	۶-۱ معرفی متغیرها و تعاریف مفاهیم به کار رفته در فرضیات
..... ۳	۷-۱ تعاریف نظری و عملی مهمترین مفاهیم و متغیرهای به کار رفته در فرضیات
..... ۵	۷-۱ چارچوب نظری تحقیق

### فصل دوم: ادبیات و پیشینه پژوهش

..... ۸	۱-۲ بخش اول: ارتباط و وظایف ارتباطی وسایل ارتباط جمعی
..... ۸	۱-۱-۲ ارتباط چیست؟
..... ۱۱	۲-۱-۲ عناصر و انواع ارتباط
..... ۱۱	۱-۲-۱-۲ ارتباط مستقیم و شخصی
..... ۱۲	۲-۲-۱-۲ ارتباط غیر مستقیم
..... ۱۳	۳-۲-۱-۲ ارتباط جمعی
..... ۱۴	۳-۱-۲ خبر، ضرورت و اهمیت آن و معیارهای انتخاب خبر
..... ۱۵	۴-۱-۲ وسایل ارتباط جمعی
..... ۱۵	۵-۱-۲ وظایف رسانه‌های ارتباط جمعی
..... ۱۷	۶-۱-۲ خصوصیات ویژه وسایل ارتباط جمعی
..... ۱۹	۲-۲ بخش دوم: ویژگی‌ها و جایگاه خبرگزاری در میان وسایل ارتباط جمعی
..... ۲۰	۱-۲-۲ ویژگی‌های یک خبرگزاری
..... ۲۰	۱-۱-۲-۲ سرعت عمل
..... ۲۲	۲-۱-۲-۲ عینیت کامل و دقیق اخبار
..... ۲۳	۲-۲-۲ جایگاه خبرگزاری در میان وسایل ارتباط جمعی
..... ۲۴	۱-۲-۲-۲ سرعت انتشار
..... ۲۵	۲-۲-۲-۲ مداومت انتشار
..... ۲۵	۳-۲-۲-۲ وسعت حوزه انتشار

..... ۲۵	..... ۴-۲-۲-۲ فراوانی و گوناگونی محتوی
..... ۲۶	..... ۳-۲-۲ الگوی ویژه ارتباطی یک خبرگزاری
..... ۲۹	..... ۴-۲-۲ تاریخچه خبرگزاریهای مهم بین‌المللی
..... ۳۰	..... ۱-۴-۲-۲ خبرگزاری فرانسه
..... ۳۱	..... ۲-۴-۲-۲ خبرگزاری رویتر
..... ۳۴	..... ۳-۴-۲-۲ خبرگزاری آسوشیتدپرس
..... ۳۶	..... ۴-۴-۲-۲ خبرگزاری یونایتدپرس اینترنشنال:
..... ۳۹	..... ۵-۲-۲ تاریخچه خبرگزاری در ایران
..... ۳۹	..... ۱-۵-۲-۲ خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران
..... ۴۲	..... ۲-۵-۲-۲ خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)
..... ۴۴	..... ۳-۵-۲-۲ خبرگزاری فارس
..... ۴۵	..... ۳-۲ بخش سوم: مروری کوتاه بر نظریه‌پردازان و نظریه‌های برجسته وسایل ارتباط جمعی:
..... ۴۵	..... ۱-۳-۲ گوستاو لوبون
..... ۴۶	..... ۲-۳-۲ گابریل تارد
..... ۴۷	..... ۳-۳-۲ فردیناند تونیس
..... ۴۸	..... ۴-۳-۲ دیوید رابینز
..... ۴۹	..... ۵-۳-۲ ماکس وبر
..... ۴۹	..... ۶-۳-۲ کارل مارکس
..... ۵۰	..... ۷-۳-۲ مارشال مک لوهان
..... ۵۱	..... ۸-۳-۲ تئوری‌های هنجاری و شش الگوی اداره‌ی رسانه‌ها در جهان
..... ۵۲	..... ۴-۲ بخش چهارم: نظریه‌های ارتباط جمعی در رابطه با موضوع تحقیق
..... ۵۲	..... ۱-۴-۲ نظریه استفاده و خشنودی
..... ۵۵	..... ۲-۴-۲ نظریه استحکام
..... ۵۵	..... ۳-۴-۲ نظریه دموکراتیک مشارکت جو
..... ۵۶	..... ۴-۴-۲ نظریه برجسته سازی
..... ۵۷	..... ۵-۴-۲ جامعه اطلاعاتی
..... ۶۵	..... ۵-۲ بخش پنجم: پیشینه تحقیق
..... ۶۷	..... فصل سوم: روش شناسی پژوهش
..... ۶۷	..... ۱-۳ روش تحقیق
..... ۶۷	..... ۲-۳ ابزار اندازه‌گیری
..... ۶۷	..... ۳-۳ جامعه آماری
..... ۶۸	..... ۴-۳ حجم نمونه



۵-۳ روش نمونه گیری

۶۸.....

۶-۳ پایایی و روایی تحقیق

۶۸.....

۷-۳ روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

۶۹.....

### فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

۱-۴ بخش اول: تجزیه و تحلیل توصیفی (جداول یک بعدی - سیمای پاسخگویان)

۷۱.....

۲-۴ بخش دوم: تجزیه و تحلیل استنباطی (جداول دو بعدی)

۱:۹.....

### فصل پنجم: نتیجه گیری

۱-۵ نتیجه گیری

۱۱۵.....

۱-۱-۵ نتیجه گیری و تحلیل

۱۱۷.....

۲-۵ پیشنهادهای تحقیق

۱۱۹.....

۳-۵ پیشنهاد برای محققان بعدی

۱۱۹.....

۴-۵ محدودیتهای تحقیق

۱۱۹.....

پیوست ها و ضمائم

منابع

## چکیده

این تحقیق با هدف "مقایسه میزان رضایتمندی روزنامه نگاران روزنامه‌های سراسری صبح کشور از اخبار دو خبرگزاری ایسنا و فارس" انجام گرفته است. روش این تحقیق پیمایشی و ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه بوده است و پس از پرشدن پرسشنامه‌ها، جداول توصیفی و استنباطی از طریق نرم افزار SPSS بدست آمده و تحلیل شد. جامعه آماری در این تحقیق روزنامه نگاران اعم از خبرنگاران، دبیران و سردبیران حرفه‌ای روزنامه‌های سراسری می باشد و روش نمونه‌گیری در این تحقیق به صورت نمونه‌گیری هدفمند است.

بررسی‌های انجام شده در این پژوهش نشان داد که:

- ✓ از سرعت انتشار اخبار در خبرگزاری ایسنا و خبرگزاری فارس رضایت دارند. اما بیشترین رضایت را از خبرگزاری فارس داشته‌اند.
- ✓ از صحت اخبار در خبرگزاری ایسنا رضایت دارند اما از صحت اخبار در خبرگزاری فارس چندان رضایت ندارند.
- ✓ از شکل ظاهری سایت در خبرگزاری ایسنا و خیلی کمی رضایت دارند اما از شکل ظاهری سایت در خبرگزاری فارس رضایت ندارند.
- ✓ به اخبار خبرگزاری ایسنا اعتماد دارند اما به اخبار خبرگزاری فارس چندان اعتماد ندارند.
- ✓ از دقت اخبار در خبرگزاری ایسنا رضایت دارند اما از دقت اخبار در خبرگزاری فارس چندان رضایت ندارند.
- ✓ از سهولت دسترسی به اخبار آرشیوی در خبرگزاری ایسنا تا حد کم و خیلی کمی رضایت دارند اما از سهولت دسترسی به اخبار آرشیوی در خبرگزاری فارس رضایت ندارند.
- ✓ از شیوه چینش سرویس‌های خبری در خبرگزاری ایسنا و در خبرگزاری فارس رضایت دارند اما بیشترین رضایت را از خبرگزاری فارس داشته‌اند.

✓ از امکانات سایت (جستجو، عکس و ...) در خبرگزاری ایسنا تا حد کم و خیلی کمی رضایت دارند اما از امکانات سایت (جستجو، عکس و ...) در برگزاری فارس رضایت دارند.

## پیشگفتار

خبرگزاریها نقش بسیار مهمی در ارائه اطلاعا و آگاهی بخشی به جامعه دارند. به عبارتی از وظایف مهم خبرگزاریها جمع آوری اطلاعات از موضوعات و رویدادهای جاری و تنظیم آنها در قالب اخبار می باشد. پیچیدگی زندگی امروزه و دور از دسترس بودن رویدادها از یک سو و عدم امکان حضور افراد جامعه در تمام صحنه های رخدادها از سوی دیگر، خبرگزاریها را در جایگاه واسطه و میانجی نقل رویدادها قرار داده است. خبرگزاریها به عنوان تامین کننده اخبار برای رسانه های خبری دیگر و نیز مخاطبان مستقیم خود نقل کننده و راوی رویدادها شده اند و به ما اطلاع می دهند چه اتفاقی و چگونه به وقوع پیوسته است.

از سوی دیگر آنچه خبرگزاریها و رسانه های جمعی نقل می کنند، مبنای قضاوت ما نسبت به آن رویدادها قرار می گیرد. در این میان برخلاف آنچه به نظر می رسد رسانه ها و مراکز خبری در نقش خبری خود آینه انعکاس رویدادها و واقعیتهای دنیای اجتماعی و سیاسی نیستند بلکه برعکس آفریننده واقعیتهای اجتماعی و سیاسی محسوب می شوند و به برداشت افراد از دنیای اطرافشان هستی می بخشند.

با بیان این نقش خبرگزاریها در بیان واقعیتهای و انعکاس آنها در این تحقیق سعی شده تا به مقایسه میزان رضایت روزنامه نگاران به عنوان مخاطبان حرفه ای از اخبار خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا) و خبرگزاری فارس پی برد که مسلماً میزان رضایت این طیف از مخاطبان که به ظرایف خبر آشنا هستند، می تواند روشنگر نقاط قوت و ضعف این دو خبرگزاری و در مقابل، نشان دهنده ی خواست روزنامه نگاران و کاستی های این خبرگزاریها باشد.

# فصل اول

## کلیات پژوهش

## ۱-۱ بیان مساله:

آنچه در این پژوهش مورد توجه قرار خواهد گرفت مقایسه شاخص‌هایی است که میزان رضایت روزنامه‌نگاران از اخبار خبرگزاری‌های ایسنا و فارس را نشان می‌دهد و این پژوهش سعی می‌کند در این که این خبرگزاریها تا چه حدی توانسته‌اند توجه روزنامه‌نگاران را که به عنوان مخاطبان حرفه‌یی اخبار این خبرگزاری هستند جلب کند را روشن کند.

در این پژوهش خبرگزاری‌های ایسنا و فارس هر یک به عنوان یک سازمان خبری و اطلاع‌رسانی و با تعریفی که از خبرگزاری در این رابطه وجود دارد به عنوان محورهای اصلی تحقیق مورد توجه قرار خواهند گرفت. "خبرگزاری یک سازمان خبری است که وظیفه و مأموریت آن جستجو، تحقیق، جمع‌آوری و تنظیم اطلاعات و پیامهایی است که ضرورتاً باید آنها را در مرکزی انباشت نماید و سپس این اخبار را به مخاطبان خود (روزنامه‌ها، رادیو، تلویزیون، مراکز اقتصادی، سیاسی و ...) ارائه نماید."

در این میان در کشور ما روزنامه‌ها مشتری اصلی و مخاطب درجه یک خبرگزاری هستند و تعیین کارکرد یک خبرگزاری با توجه به بازتاب روزنامه‌ای آن ممکن است.

## ۱-۲ اهمیت و ضرورت تحقیق:

پس از چندین دهه فعالیت ارگانهای خبری با عنوان خبرگزاری در ایران، در حال حاضر رقابت سنگینی بین خبرگزاری‌های کشور برای ایفا کردن نقشی پررنگ‌تر در فضای رسانه‌ای به چشم می‌خورد. با توجه به اینکه خبرگزاری‌های ایسنا و فارس در حال حاضر بخش عمده‌ای از اخباری که در کشور منتشر می‌شود را تولید می‌کنند، پژوهش درباره مقایسه رضایتمندی روزنامه‌نگاران از اخبار خبرگزاری ایسنا و فارس میتواند از جهات زیر ضروری و حائز اهمیت باشد:

۱. اصولاً مجامع دانشگاهی ما در حال حاضر به دلایل مختلف با کمبود تحقیق و پژوهش درباره خبرگزاری‌ها مواجه هستند.

به دلیل نوپا بودن خبرگزاری‌های ایسنا و فارس و اینکه این خبرگزاری‌ها پس از سالها فعالیت خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا) به عنوان خبرگزاری‌های نسل نوین کشور آغاز به کار کرده اند، ارزیابی نحوه عملکرد آنها می‌تواند راهگشای تاسیس خبرگزاری‌های دیگر و مراکز خبری باشد که در آینده پا به عرصه خبررسانی کشور خواهند گذاشت.

۲. با توجه به حساسیت عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی کشور در عرصه های اطلاع رسانی، این امر می‌تواند به ارایه الگوی مناسب برای اطلاع رسانی تبدیل شود.

۳. یافته‌های اینگونه تحقیقات می‌تواند در اختیار مراکز تحقیقی، آموزشی، پژوهشی و دیگر خبرگزاری‌ها قرار گیرد و آنان را در ارائه کار و تحقیقات جدید کمک کند.

۴. مشخص شدن عواملی که باعث استفاده روزنامه‌نگاران از اخبار خبرگزاری می‌شود می‌تواند راهکاری برای سایر خبرگزاری‌ها باشد.

### ۱-۳ هدف تحقیق:

هدف کلی این پژوهش بررسی مقایسه‌ای میزان رضایتمندی روزنامه‌نگاران به عنوان مخاطبان حرفه‌ای اخبار از خبرهای خبرگزاری‌های ایسنا و فارس است.

### ۱-۴ سوال تحقیق:

سوال اصلی:

مقایسه میزان رضایتمندی روزنامه‌نگاران روزنامه‌های سراسری صبح کشور از اخبار خبرگزاری‌های ایسنا و فارس.

### ۱-۵ فرضیه‌های تحقیق:

۱. بین رضایت خبرنگاران از در دسترس بودن امکانات خبرگزاری‌های ایسنا و فارس تفاوت معنی داری وجود دارد.

۲. بین رضایت خبرنگاران از امکانات جانبی سایت ها در خبرگزاری‌های ایسنا و فارس تفاوت معنی داری وجود دارد.

۳. بین رضایت خبرنگاران از رعایت اصول حرفه ای روزنامه نگاری در خبرگزاری‌های ایسنا و فارس تفاوت معنی داری وجود دارد.

۴. بین رضایت خبرنگاران از رعایت اصول اخلاق رسانه ای در خبرگزاری‌های ایسنا و فارس تفاوت معنی داری وجود دارد.

۵. بین رضایت خبرنگاران از اهمیت دادن به افکار عمومی در خبرگزاری‌های ایسنا و فارس تفاوت معنی داری وجود دارد.

#### ۱-۶ معرفی متغیرها و تعاریف مفاهیم به کار رفته در فرضیات:

در این تحقیق میزان رضایت روزنامه‌نگاران از اخبار خبرگزاریها متغیر وابسته است. متغیرهای مستقل این تحقیق نیز عبارتند از: جنس، سن، میزان تحصیلات، میزان استفاده روزنامه‌نگار از اخبار ایسنا و فارس، سرعت عمل در اطلاع‌رسانی، عینیت اخبار، اعتدال اخبار، بی‌غرضی و بی‌طرفی سیاسی اخبار، صحت اخبار، قابل اعتماد بودن اخبار و گزارشها، میزان همراهی اخبار با موضوعات روز و مطرح در افکار عمومی و ...

#### ۱-۷ تعاریف نظری و عملی مهمترین مفاهیم و متغیرهای به کار رفته در فرضیات:

➤ **ایسنا:** منظور از ایسنا در این تحقیق خبرگزاری دانشجویان ایران است که از حرف اول ترجمه انگلیسی این خبرگزاری (Iranian Students' News Agency) اخذ شده است.

➤ **فارس:** منظور از فارس در این پژوهش خبرگزاری فارس است که با فاصله اندکی پس از ایسنا پا به عرصه رسانه‌ای کشور گذاشته است

➤ **روزنامه‌نگار:** تعریف مخاطب در رسانه‌های ارتباط جمعی معمولاً برابر با تعریف پیام‌گیرنده است. این گیرنده پیام در مورد رسانه‌های ارتباط جمعی می‌تواند به صورت خواننده، شنونده و یا بیننده باشد و منظور از روزنامه‌نگار مخاطب در این تحقیق کلیه کسانی هستند که از اخبار خبرگزاری دانشجویان ایران به صورت حرفه‌یی استفاده می‌کنند.

➤ **سرعت عمل:** سریع و آنی بودن ارتباط جمعی از مهمترین خصصتهای آن به شمار می‌رود و اطلاع‌رسانی سریع و به هنگام از مهمترین وظایف تمام رسانه‌هاست که این امر به ویژه درباره یک خبرگزاری از اهمیت بیشتری برخوردار است. منظور از سرعت عمل در این تحقیق انتقال اخبار به مخاطبان در سریعترین زمان ممکن است که این امر در یک خبرگزاری در واقع به معنی ارسال سریع اخبار بر روی تلکس خبری است. این متغیر نیز به وسیله پنج گزینه لیکرت قابل اندازه‌گیری است.

➤ **اعتبار پیام:** یکی از مواردی که مخاطبان وسایل ارتباط جمعی معمولاً به دنبال کشف آن هستند، هویت منبع پیام و میزان درستی و اعتبار آن است. به عبارت دیگر اینکه چه کسی پشت سر پیام قرارداد و یا به عبارت دیگر اینکه پیام‌دهنده از چه جهات و منزلت اجتماعی برخوردار است به همان اندازه اهمیت دارد که خود پیام. منظور از اعتبار پیام در این تحقیق، قابلیت استفاده مخاطب از پیام و درستی آن مخاطب است. این متغیر نیز از طریق طیف پنج گزینه‌ای لیکرت قابل اندازه‌گیری است.

➤ **بی‌طرفی و بی‌غرضی:** یکی از مهمترین مواردی که در کار اطلاع‌رسانی باید مورد توجه قرار گیرد بی‌طرفی و بی‌غرضی در کار تهیه و انتشار اخبار است. منظور از بی‌طرفی و بی‌غرضی در این تحقیق عدم جانبداری از یک گروه و جناح سیاسی خاص و فعالیت علیه دیگر گروه‌ها و جناح‌های سیاسی و همچنین حفظ توازن در پوشش اخبار و ارائه نظریات جناح‌ها و گروه‌های سیاسی است و با روش لیکرت قابل اندازه‌گیری است.

➤ **صحت یا عینیت اخبار:** یکی از مسوولیت‌های مهم رسانه‌های خبری ارائه اطلاعات درست به مخاطبان است و انتشار اخبار نادرست یا اشتباه موجب سلب اعتماد مردم از رسانه می‌شود. به عبارت



دیگر خبر همیشه معرف یک واقعیت عینی است و عینی و واقعی بودن رویدادها مهمترین اصل تهیه اخبار می‌باشد. منظور از صحت یا درستی اخبار در این تحقیق نیز رعایت موارد فوق می‌باشد.

• **مسئولیت اجتماعی:** به این اساس رسانه‌ها علاوه بر اطلاع‌رسانی، سرگرمی و ... باید موجب تضارب آرا شوند و مباحث را رشد دهند. بر این اساس رسانه‌ها هر شخص که سخن مهمی برای گفتن دارد باید یک تریبون آزاد در اختیار داشته باشد و رسانه‌ها باید از این طریق تریبون آرا و افکار مختلف باشند.

## ۱-۷ چارچوب نظری تحقیق:

### نظریه دموکراتیک مشارکت جو:

مدل دموکراتیک مشارکت جو مدافع افراد در به دست آوردن اطلاعات مورد نیاز، مدافع حقوق افراد در استفاده از ابزار رسانه و مدافع منافع گروهی و زیرمجموعه‌های فرهنگی است. این نظریه لزوم رسانه‌های یک‌شکل، متمرکز سرمایه‌بر و هزینه‌ساز را رد می‌کند و به کثرت‌گرایی، سادگی و کوچکی، مبادلات بین فرستنده و گیرنده و احساس تعهد بین عناصر ارتباط معتقد است.

### جامعه اطلاعاتی:

جامعه اطلاعاتی جامعه‌ای است همراه با خدمات اطلاعاتی رسانه‌های همگانی که با آهنگی سریعتر از دیگر جوامع و تفوق بر اندوخته‌های تجربی و دانش محض به پیش می‌رود؛ جامعه‌ای که ارتباطات، عامل انتقال دهنده واقعی برای ایجاد تغییر و تحول در هر فرد به منظور دستیابی عملی به اطلاعات بی حد و مرز است و در آن، ارتباطات شبکه اطلاعاتی جهانی، جایگزین سرویس ارتباطات تلفنی جهانی شده و تولید ارزشهای اطلاعاتی عامل تعیین کننده‌ای در توسعه جامعه است.

در جامعه اطلاعاتی الگوهای سطح زندگی، شغلی، اوقات فراغت، نظام آموزشی و عرصه دادوستد مشخصاً از پیشرفت اطلاعات و دانش فنی متأثر است. این پدیده نشأت گرفته از رشد فزاینده تولید انبوه اطلاعات در طیف گسترده رسانه‌های جمعی است که اکثر آنها نیز به صورت الکترونیکی ظهور می‌یابد. (بهشتی، ۱۳۷۶، ۴۵)

# فصل دوم

## ادبیات و پیشینه پژوهش

## مقدمه

در این فصل که به مبانی و چارچوب نظری تحقیق مربوط است سعی شده تا با معرفی خبر و عوامل مرتبط با آن در عصر کنونی تصویر روشن از بیان واقعیت های خبری و خبرگزاری ها در جامعه اطلاعاتی ارائه شود. ترکیب و همگرایی فن آوریهای نوین ارتباطی و تجدید ساختار نظام های کنونی حاکم بر دنیا در دهه های اخیر سبب گشایش مرحله تازه ای در جوامع بشری شده است که در این عصر خبرگزاری ها به عنوان مادر اخبار نقش برجسته ای در شکل دهی به این جوامع دارند.

همچنین در ایران با توجه به شرایط فعلی و حرکت کلی جامعه به سمت یک نظام مرد سالار و مترقی، رسانه ها نقش مستقیمی در آگاهی مردم و حرکت جامعه به سمت جلو دارند. به عبارت دیگر "روزنامه ها، رادیو، تلویزیون، مجلات و سایر وسایل ارتباطی که به انتقال انواع پیام ها می پردازند عواملی هستند که عملکرد درستشان نقش به سزایی در ایجاد جامعه ای مترقی دارد." (بدیعی و فندی، روزنامه نگاری نوین، ۱۳۷۸، ص ۳۷)

برای تشخیص نقش یک رسانه، قبل هر چیز باید به درکی مشخص از آن رسانه دست یافت. از آنجایی که خبرگزاری نیز به نوعی یک وسیله ارتباط جمعی محسوب می شود برای شناخت آن باید ابتدا خصوصیات ویژه وسایل ارتباط جمعی و به طور کلی امر ارتباط مورد بررسی قرار گیرد. در واقع ارتباط سرمنشاء هر چیزی است که به وسایل ارتباط جمعی مربوط می شود.

همچنین سعی شده تا با معرفی خبر، محتوی ارتباطات رسانه ای را مشخص کرد و در این میان مسلماً وسایل ارتباط جمعی به عنوان عوامل انتقال محتوی رسانه ای نقش تاثیرگذار دارند. وسایل ارتباط جمعی و تعریف آن به همراه ارائه خصوصیات مختصری از وسایل ارتباط جمعی، مقدمه ای است برای ورود به مبحث خبرگزاری و جایگاه آن دروسایل ارتباط جمعی در آن بخش تلاش شده ابتدا جایگاه خبرگزاری در میان وسایل ارتباط جمعی و سپس ویژگی های خاص نحوه عملکرد خبرگزاری در مقایسه با دیگر رسانه ها ارائه شود. در بخش تاریخچه خبرگزاری در ایران و جهان، عمده ی منابع

و خبرگزاری های مطرح جهان با توجه به آخرین اطلاعات درباره ی آنها مطرح گردیده اند و خبرگزاری دانشجویان ایران نیز معرفی گردیده است. در نهایت نیز تعریفی از جامعه اطلاعات ارائه شده که در عصر حاضر آن چیزی است که جوامع در آن به سر می برند یا در حال حرکت به سوی آنند.

## ۲-۱ بخش اول: ارتباط و وظایف ارتباطی و سایل ارتباط جمعی

### ۲-۱-۱ ارتباط چیست؟

واژه ی ارتباط<sup>۱</sup> از ریشه لاتین "Commanis" به معنای اشتراک گرفته شده است. این کلمه در زبان فارسی به صورت مصدر عربی باب افتعال به کار می رود که در لغت به معنای پیوند دادن و ربط دادن و به صورت اسم مصدر به معنای پسوند و رابطه کاربرد دارد. (دادگران، ۱۳۷۴ ص ۱۵)

کلمه ی ارتباطات به صورت جمع، در علوم ارتباطات به معنای مطالعه پیرامون ابزار و لوازم فنی این پدیده به کار می رود اما معنای واژه های ارتباط به صورت منفرد بیانگر فرآیندی است که در آن پیام از پیام دهنده به پیام گیرنده منتقل می شود و به عبارت دیگر به گردش پیام بین فرستنده و گیرنده پیام مربوط می شود.

ارتباط سنگ بنای تمدن بشری است و بدون آن هرگز «فرهنگ» به عنوان خصیصه ی جامعه شناختی انسان پدید نمی آید.

انسانها از لحظه ای که توانستند با هم ارتباط برقرار کنند، زندگی اجتماعی شکل گرفت و تمدن<sup>۲</sup> از دامن همین زندگی اجتماعی برآمد. بنابراین اهمیت ارتباط در شکل گیری تمدن و فرهنگ انسانی امر غیر قابل انکاری است که با توجه به آن می توان به ماهیت بسیاری از رفتاری اجتماعی انسان پی برد.

---

<sup>۱</sup> Communication

<sup>۲</sup> Civilization