



پایان نامه دوره کارشناسی ارشد ارتباطات
گرایش تحقیق در ارتباطات

بررسی تطبیقی سایتهای واحد مرکزی خبر و خبرگزاری جمهوری اسلامی
ایران (ایرنا) از نظر توجه به اخبار توسعه

ابراهیم منصوری

استاد راهنما:

دکتر سعید سرابی

استاد مشاور:

دکتر محمد علی هرمزی زاده

پائیز ۱۳۸۸

«بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ»

بسمه تعالی

اینجانب ابراهیم منصوری به شماره دانشجویی ۸۵۲۱۵۱۰۴ دانشجوی رشته ارتباطات (گرایش تحقیق در ارتباطات) مقطع تحصیلی کارشناسی ارشد تایید می‌نمایم که کلیه نتایج این پایان‌نامه / رساله حاصل کار اینجانب و بدون هرگونه دخل و تصرف است و موارد نسخه‌برداری شده از آثار دیگران را با ذکر کامل مشخصات منبع ذکر کرده‌ام. در صورت اثبات خلاف مندرجات فوق، به تشخیص دانشگاه مطابق با ضوابط و مقررات حاکم (قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان و قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات آثار صوتی، ضوابط و مقررات آموزشی، پژوهشی و انضباطی...) با اینجانب رفتار خواهد شد و حق هرگونه اعتراض در خصوص احقاق حقوق مکتسب و تشخیص و تعیین تخلف و مجازات را از خویش سلب می‌نمایم. در ضمن، مسئولیت هرگونه پاسخگویی به اشخاص، اعم از حقیقی و حقوقی و مراجع ذی صلاح (اعم از اداری و قضایی)، به عهده اینجانب خواهد بود و دانشگاه هیچگونه مسئولیتی در این خصوص نخواهد داشت.

تاریخ و امضاء

نام و نام خانوادگی: ابراهیم منصوری

آیین نامه چاپ پایان نامه دانشجویان دانشکده صدا و سیما

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه تحصیلی دانشجویان دانشکده صدا و سیما، مبین بخشی از فعالیت‌های علمی-پژوهشی دانشکده است. بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشکده، دانش‌آموختگان این دانشکده نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می‌شوند:

ماده ۱: در صورت اقدام به چاپ پایان‌نامه خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به معاونت پژوهشی دانشکده اطلاع دهد.

ماده ۲: در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه) عبارت ذیل را چاپ کند:

«کتاب حاضر، پایان‌نامه کارشناسی ارشد نگارنده **ابراهیم منصوری** در رشته تحقیق در ارتباطات است که در سال ۱۳۸۸ در گروه ارتباطات دانشکده صدا و سیما به راهنمایی جناب آقای دکتر سعید سرابی و مشاوره جناب آقای دکتر محمد علی هرمزی زاده دفاع گردیده است.»

ماده ۳: به منظور جبران بخشی از هزینه‌های انتشارات دانشکده، تعداد یک درصد شمارگان (در هر نوبت چاپ) رابه معاونت پژوهشی دانشکده اهدا کند. دانشکده می‌تواند مازاد نیاز خود را در معرض فروش قرار دهد.

ماده ۴: در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰ درصد بهای شمارگان چاپ شده را به عنوان خسارت به دانشکده صداوسیما تأدیه کند.

ماده ۵: دانشجو تعهد و قبول می‌کند در صورت خوداری از پرداخت بهای خسارت، دانشکده می‌تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند، به علاوه به دانشکده حق می‌دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تأمین نماید.

ماده ۶: اینجانب **ابراهیم منصوری** دانشجوی رشته تحقیق در ارتباطات مقطع کارشناسی ارشد تعهد فوق و ضمانت اجرائی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می‌شوم.

تاریخ و امضاء

نام و نام خانوادگی: **ابراهیم منصوری**

تقدیم به:

بی کرانگی عشق، محبت و خلوص

پدر و مادر عزیزم

و همسر

به پاس محبت بی دریغش که به شکرانه خالق پیوند ها
در فراز و نشیب روزمرگی ها همواره در فزونی است.

«به نام آفریننده لوح و قلم»

سپاس و ستایش خداوند بخشایشگر مهربانی را که نعمت زندگی و توفیق کسب دانش را به من ارزانی داشت.

برخود واجب می دانم از زحمات بی دریغ جناب آقای دکتر سرابی، استادمحترم راهنما و جناب آقای دکتر هرمزی زاده، استاد محترم مشاور که همواره در طول این پژوهش همراه و راهنمای من بودند، تقدیر و تشکر نمایم.

همچنین از تمامی بزرگوارانی که در انجام این پروژه صادقانه از هیچ کمکی دریغ ننمودند و همواره یاریگرم بودند صمیمانه سپاسگزارم.

ابراهیم منصوری

پائیز ۱۳۸۸

چکیده:

پژوهش حاضر به منظور بررسی وضعیت انتشار اخبار توسعه در دو خبرگزاری عمده و مهم کشور (که حجم قابل توجهی از انعکاس اخبار را در میان خبرگزاری های کشور برعهده دارند) یعنی خبرگزاری ایرنا (خبرگزاری رسمی جمهوری اسلامی ایران) و خبرگزاری واحد مرکزی خبر (وابسته به سازمان صدا و سیما)، صورت گرفته است. این تحقیق برآن است، مشخص کند که این دو خبرگزاری به عنوان عضوی از نظام رسانه ای کشور تا چه حد به وظایف خود در پیشبرد توسعه از طریق ارائه اخبار عمل می کنند؟ و به چه میزان اخبار توسعه را تولید، پخش و منتشر کرده اند؟ در این تحقیق از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. کلیه خبرهایی که در شش ماهه دوم سال ۱۳۸۷ در این دو خبرگزاری انتشار یافته اند، جامعه آماری این پژوهش را تشکیل می دهند. مهمترین نتایج قابل توجه این تحقیق به شرح زیر است:

- بین ماهیت اخبار توسعه خبرگزاری های ایرنا و واحد مرکزی خبر، تفاوت وجود ندارد.
 - بین اخبار توسعه ای دو خبرگزاری ایرنا و واحد مرکزی خبر، به لحاظ داشتن نگاه انتقادی به برنامه ها و طرحهای توسعه ای، تفاوت وجود ندارد.
 - بین اخبار توسعه ای دو خبرگزاری ایرنا و واحد مرکزی خبر، به لحاظ تاکید بر نیازهای مردم تفاوت معنی داری وجود دارد. به این صورت که اخبار توسعه خبرگزاری ایرنا بیشتر (۲۱/۸) از اخبار توسعه واحد مرکزی خبر (۱۴/۸) بر نیازهای مردم تاکید داشته است.
 - بین اخبار توسعه ای دو خبرگزاری ایرنا و واحد مرکزی خبر، به لحاظ ارائه سابقه موضوعات و طرح ها تفاوت وجود ندارد.
 - بین اخبار توسعه ای دو خبرگزاری ایرنا و واحد مرکزی خبر، به لحاظ پیش بینی نیازهای آینده مخاطب، تفاوت معنی داری وجود دارد. به این صورت که اخبار توسعه خبرگزاری واحد مرکزی خبر، بیشتر (۱۹/۵) از اخبار توسعه خبرگزاری خبرگزاری ایرنا (۱۰/۳۳)، به پیش بینی نیازهای آینده مخاطبان در خبرها پرداخته است.
 - بین اخبار توسعه ای دو خبرگزاری ایرنا و واحد مرکزی خبر، از نظر توجه به تاثیر برنامه های توسعه بر زندگی مردم، تفاوت وجود ندارد.
 - بین اخبار توسعه ای دو خبرگزاری ایرنا و واحد مرکزی خبر، به لحاظ توجه به میزان موفقیت برنامه ها و طرحهای توسعه تفاوت معنی داری وجود دارد. به این صورت که خبرهای توسعه واحد مرکزی خبر بیشتر (۴۱/۶) از خبرهای توسعه ای خبرگزاری ایرنا (۲۹/۶) به اخبار توسعه توجه داشته است.
- کلمات کلیدی: اخبار توسعه، توسعه، ارتباطات و توسعه، تحلیل محتوا، خبرگزاری ایرنا، واحد مرکزی خبر.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول: کلیات تحقیق.....	۱
۱-۱- طرح مساله.....	۲
۱-۲- ضرورت و اهمیت تحقیق.....	۶
۱-۳- اهداف تحقیق.....	۸
۱-۴- سئوالات تحقیق.....	۹
۱-۵- فرضیات تحقیق.....	۱۰
۱-۶- تعریف مفاهیم تحقیق.....	۱۰
فصل دوم: مبانی نظری تحقیق.....	۲۶
۲-۱- بررسی تحقیقات پیشین (داخلی).....	۲۷
۲-۲- بررسی تحقیقات پیشین (خارجی).....	۳۱
۲-۳- مبانی نظری تحقیق.....	۳۵
۲-۴- چارچوب نظری تحقیق.....	۶۹

فصل سوم: روش تحقیق.....	۱۰۲
۳-۱- مقدمه	۱۰۳
۳-۲- جامعه آماری.....	۱۰۵
۳-۳- تعداد نمونه.....	۱۰۵
۳-۴- روش نمونه گیری.....	۱۰۶
۳-۵- روش و ابزار گردآوری اطلاعات.....	۱۰۶
۳-۶- واحد تحلیل	۱۰۶
۳-۷- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها.....	۱۰۷
۳-۸- پایائی تحقیق	۱۰۷
۳-۹- اعتبار تحقیق.....	۱۱۰
فصل چهارم: یافته های تحقیق.....	۱۱۲
۴-۱- جداول یک بعدی (توصیفی)	
۴-۲- جداول دو بعدی (استنباطی)	
فصل پنجم: جمع بندی، نتیجه گیری و ارائه پیشنهادها.....	۱۴۹
۵-۱- مروری بر این پژوهش	۱۵۰
۵-۲- نتایج تحقیق	۱۵۱
۵-۳- محدودیت های تحقیق.....	۱۶۴
۵-۴- پیشنهادات تحقیق	۱۶۴
- فهرست منابع و ماخذ	۱۶۷
- پیوستها و ضمائم.....	۱۷۳

فهرست جدولها

عنوان	صفحه
جدول شماره ۱- جدول سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر	
به تفکیک مقادیر فراوانی مطلب در پاییز ۱۳۸۷	۱۱۳
جدول شماره ۲: جدول مقایسه ای سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر	
به تفکیک نشانگاه مطلب	۱۱۴
جدول شماره ۳: جدول مقایسه ای سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر	
به تفکیک ارزش خبری	۱۱۶
جدول شماره ۴: مقایسه ای سایت خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر	
به تفکیک موضوع خبری	۱۱۸
جدول شماره ۵: جدول مقایسه ای سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر	
به تفکیک عنصر خبری	۱۲۰
جدول شماره ۶: جدول مقایسه ای سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر	
به تفکیک جهت گیری مطلب	۱۲۱
جدول شماره ۷: جدول مقایسه ای سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر	
به تفکیک ماهیت مطلب	۱۲۳
جدول شماره ۸: جدول مقایسه ای سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر	
به تفکیک منشاء مطلب	۱۲۴
جدول شماره ۹: جدول مقایسه ای سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر	
به تفکیک منطقه رویداد مطلب	۱۲۵
جدول شماره ۱۰: جدول مقایسه ای سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر	
به تفکیک منبع مطلب	۱۲۶
جدول شماره ۱۱: جدول مقایسه ای اخبار توسعه ای سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر	
به تفکیک نشانگاه مطلب	۱۲۸

- جدول شماره ۱۲: جدول مقایسه ای اخبار توسعه ای سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر
 ۱۲۹..... به تفکیک ارزش خبری
- جدول شماره ۱۳: جدول مقایسه ای اخبار توسعه ای خبرگزاریهای ایرنا و واحد مرکزی خبر
 ۱۳۰..... به تفکیک موضوع خبری
- جدول شماره ۱۴: جدول مقایسه ای اخبار توسعه سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر
 ۱۳۱..... به تفکیک عنصر خبری
- جدول شماره ۱۵: جدول مقایسه ای اخبار توسعه سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر
 ۱۳۲..... به تفکیک جهت گیری مطلب
- جدول شماره ۱۶: جدول مقایسه ای اخبار توسعه سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر
 ۱۳۳..... به تفکیک ماهیت مطلب
- جدول شماره ۱۷: جدول مقایسه ای اخبار توسعه سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر
 ۱۳۴..... به تفکیک منشاء مطلب
- جدول شماره ۱۸: جدول مقایسه ای اخبار توسعه سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر
 ۱۳۵..... به تفکیک منطقه رویداد مطلب
- جدول شماره ۱۹: جدول مقایسه ای اخبار توسعه سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر
 ۱۳۶..... به تفکیک منبع مطلب
- جدول شماره ۲۰: جدول مقایسه ای اخبار توسعه سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر
 ۱۳۹..... به تفکیک ارزش خبری
- جدول شماره ۲۱: جدول مقایسه ای اخبار توسعه سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر
 ۱۴۱..... به تفکیک موضوع خبری
- جدول شماره ۲۲: جدول مقایسه ای اخبار توسعه سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر
 ۱۴۳..... به تفکیک عنصر خبری
- جدول شماره ۲۳: جدول مقایسه ای اخبار توسعه سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر
 ۱۴۴..... به تفکیک جهت گیری مطلب

جدول شماره ۲۴: جدول مقایسه ای اخبار توسعه سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر

به تفکیک منشاء مطلب.....۱۴۶

جدول شماره ۲۵: جدول مقایسه ای اخبار توسعه سایت های خبری ایرنا و واحد مرکزی خبر

به تفکیک منبع مطلب.....۱۴۷

فصل اول:

کلیات و طرح تحقیق

۱-۱- طرح مسأله

توسعه در هر کشوری به ساز و کارها و ابزارهای گوناگونی نیاز دارد، که مجموع این سازوکارها، سیاستها و ابزارها (وسایل و هزینه ها) باعث پیشرفت و ترقی (توسعه) در زندگی مادی و معنوی جوامع می شوند. تودارو جامعه‌شناس مشهور غربی توسعه را چنین تعریف می‌کند: "توسعه" را باید جریانی چند بعدی دانست که مستلزم تغییرات اساسی در ساخت اجتماعی، طرز تلقی عامه مردم و نهادهای ملی و نیز تسریع رشد اقتصادی، کاهش نابرابری و ریشه‌کن کردن فقر مطلق مردم است. توسعه در اصل باید نشان دهد که مجموعه نظام اجتماعی، هماهنگ با نیازهای متنوع اساسی و خواسته‌های افراد و گروه‌های اجتماعی در داخل نظام از حالت نامطلوب زندگی گذشته خارج شده و به سوی وضع یا حالتی که از نظر مادی و معنوی بهتر است، سوق یابد. (تودارو، ۱۳۶۴، صص ۱۶۵-۱۶۱).

جامعه‌شناسان برخلاف اقتصاددانان که از توسعه بر مفاهیم و شاخص‌های کمی تأکید می‌ورزند، بر بعد ارزشی توسعه نیز اصرار می‌ورزند. به عنوان مثال "گی روشه جامعه‌شناس فرانسوی در مفهوم توسعه می‌گوید: "بطور کلی صحبت از مفهوم نوسازی یا توسعه قضاوتی است ارزشی که با ارزشهای معینی ارتباط دارد. اقتصاددانان این ارزش را در افزایش سطح زندگی به صورت ارقامی چند مورد ملاحظه قرار می‌دهند، در حالیکه برای جامعه‌شناس این تمایل مرتبط با نظامی از ارزشها می‌گردد که دارای کارکرد است. همه جوامع به یک اندازه به افزایش سطح زندگی ارزش نداده و اهمیت یکسانی در این مورد قائل نیستند." (گی روشه ۱۳۶۸، ص ۱۴۲).

بنابراین می‌توان گفت، اهداف توسعه نمی‌تواند تنها اقتصادی و بالا بردن نرخ رشد تولید ناخالص ملی و درآمد سرانه باشد، بلکه توسعه فرایندی از تغییر و دگرگونی است که نه تنها در زمینه اقتصادی، بلکه در زمینه سیستم اجتماعی، سازمان سیاسی و بالاخره ضوابطی که رفتار انسانی را رهبری می‌کند نیز اثر می‌گذارند. به عبارت دیگر "توسعه به معنای ارتقای مستمر کل جامعه و نظام اجتماعی به سوی زندگی بهتر و یا انسانی‌تر است." (تودارو، ۱۳۶۸، صص ۱۴۰-۱۳۸).

یکی از ابزارهای دسترسی به توسعه همه جانبه استفاده از رسانه های همگانی است. امروزه رسانه های گروهی نقش کاتالیزور (واسطه) را در روند توسعه بر عهده دارند. این واسطه اگر به صورت صحیح مورد بهره برداری قرار گیرد روند توسعه را تسریع می کند و اگر بصورت ناصحیح بکار برده شوند باعث کندی روند توسعه می شود.

اهمیت تردید ناپذیر کاربرد وسایل و تکنولوژی های ارتباطی در رسیدن به هدفهای توسعه ملی ایجاب می کند که عملکردهای ارتباطات و بویژه وسایل ارتباط جمعی ما به شکل مطلوب صورت گیرند. بدین گونه، می توان گفت که «ارتباطات توسعه» و «توسعه ارتباطات» لازم و ملزوم یکدیگرند. زیرا، وسایل ارتباط جمعی موقعی می توانند نقش توسعه بخشی خود را به خوبی ایفا کنند که از سوی کارگزاران خود بکار گرفته شوند و پیامهای مطلوب منطبق با هدفهای توسعه ملی را به مخاطبان برسانند (بدیعی، ۱۳۷۱، صص ۲۲۸-۲۲۷) .

مبادله اخبار و اطلاعات بین افراد و جوامع انسانی از ضرورتهای زندگی اجتماعی است؛ گستردگی جوامع انسانی، وجود ابزار و لوازم ویژه ای را برای برقراری ارتباط ایجاد کرده است، و امروزه هر جامعه ای به تناسب نیازها و پیشرفت هایش وسایل معینی را بکار می برد. تحول در وسایل ارتباطی و سرعت انتقال پیام، نظر بسیاری از اندیشمندان را متوجه خود ساخته به نحوی که عصر حاضر را عصر ارتباطات نامیده اند.

«امروزه زندگی معاصر بدون رسانه های جدید ارتباطی غیرقابل تصور است. رسانه ها موقعیت یا عرصه ای فراهم می آورند که در آن روز به روز بیشتر مسائل زندگی عموم چه در سطح ملی و چه در عرصه بین-المللی متجلی می شود. هر گونه کوششی برای درک شیوه عمل رسانه های جمعی در زندگی امروزی ما باید با شناخت این واقعیت آغاز شود که رسانه های جمعی جزء لازم جامعه و زندگی فردی ما هستند. رسانه ها به صورت بخش اصلی و مرکزی صحنه سیاسی درآمده اند و تبلیغات سیاسی به روشهای قبلی کار بی فایده ای است» (مک کوئیل، ۱۳۸۲، ص ۲۲). با بهره گیری از فن آوریهای پیچیده و پیشرفته، امروزه رسانه ها میتوانند پیامهای خود را به صدها میلیون مخاطب برسانند و در چنین برهه زمانی اینترنت می تواند نقشی حیاتی ایفا کند. اینترنت مرزها را در می نوردد و در این حال ممکن است برخی از مطالب آن مشوق تجزیه کشورها یا حاوی ایده های سوء علیه کشورها باشد (دفلور و دنیس، ۱۳۸۳). اینترنت یکی از ابزارهای مهم عملیات روانی علیه کشورها در دهه پایانی قرن بیستم و سالهای اولیه قرن بیست و یکم است. با نگاهی اجمالی به پدیده اینترنت می توان این وسیله را هم یک تهدید و هم یک فرصت به حساب آورد. بنابراین استفاده از این ابزار، می تواند در چالشهای آتی به ما آسیب و یا یاری رساند به

شرط آنکه زمینه‌ها و بسترهای نرم‌افزاری و سخت‌افزاری آن در حوزه‌های عملیات روانی و علوم انفورماتیک فراهم گردد.

رسانه‌ها با توسعه خود حداقل موفق به تحقق دو چیز شده‌اند: یکی منحرف کردن زمان و توجه از سایر فعالیت‌ها به سوی خود و دیگری ایجاد مجرای برای رساندن اطلاعات مورد نظر خود جهت تحقق ایده‌ها و اهدافشان، به منظور نفوذ در افکار عمومی (مک کوئیل، ۱۳۸۲، ص ۴۰۸). و برای رسیدن به این هدف از روشها و فنون مختلفی استفاده می‌کنند.

امروزه رسانه‌ها جهان را تسخیر کرده‌اند، اگرچه این رسانه‌ها به مخاطبان خود نمی‌گویند که چگونه فکر کنند، اما به طرز خیره‌کننده‌ای در گفتن اینکه به چه فکر کنند موفق‌اند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱، ص ۳۲۸). در جهان امروز رسانه‌های خبری بخشی از اولویتهای فکری ما را تعیین می‌کنند که این امر از دو طریق صورت می‌گیرد: اول گزینش و انتخاب اخباری که در راستای اهدافشان است و دوم برجسته‌سازی آن، به گونه‌ای که مخاطبان نیز آن را مهمترین رویداد تلقی می‌کنند.

امروزه توسعه وسایل ارتباط جمعی بویژه تکنولوژیهای جدید ارتباطی بحث کارکردهای این وسایل را به صورت جدی مطرح کرده است.

در راه نیل به این مقصود برای آنکه "توسعه ارتباطات" در مسیر خدمت به ارتباطات توسعه قرار گیرد، ارزیابی مداوم عملکردهای وسایل ارتباط جمعی امروزه جزء جدایی‌ناپذیر زندگی انسانها به شمار می‌روند. انسانها برای گرفتن تصمیمات بهینه نیاز به اطلاعات و داده‌های درست، جامع و روشن دارند که معمولاً این اطلاعات را از رسانه‌ها بدست می‌آورند.

یکی از کارکردهای ویژه رسانه‌های ارتباط جمعی پخش مداوم و روزانه اخبار است، در واقع می‌توان گفت، انتشار جریان رویدادهای اجتماعی وظیفه و نقش اساسی وسایل ارتباط جمعی است؛ خبر به عنوان یک تولید رسانه‌ای، گزارشی از رویدادهای واقعی و عینی دارای یک یا چند ارزش خبری است که تحت تأثیر عوامل درون سازمانی و برون سازمانی شکل می‌گیرد (بدیعی و قندی، ۱۳۷۸). هرچند دستیابی به یک تعریف جامع و مانع برای خبر مشکل است اما وجود برخی شاخص‌ها و معیارها به انتخاب یک رویداد از میان هزاران رویداد دیگر به عنوان خبر کمک می‌کند. در نهایت آنچه به عنوان خبر گزارش و منتشر می‌شود حاصل انتخابها و تصمیم‌گیریهایی بی‌اساس و تصادفی نیستند بلکه عوامل درون سازمانی و برون سازمانی باعث می‌شود که در روند گزینش اخبار دقت کافی صورت گیرد تا با حداکثر استفاده بهینه از زمان اختصاص یافته به اخبار، رویدادهایی که به نظر سازمان رسانه‌ای پخش‌کننده مهم و

جالب هستند قابلیت پخش پیدا کنند. این امر در نوع موضوعات خبرها و زمانی که هر رسانه نسبت به آن اختصاص می‌دهد منعکس است.

وسایل ارتباطی می‌تواند در آموزش، کشاورزی، تولید، مصرف، تنظیم خانواده، بهبود محیط زیست، که از عوامل توسعه به شمار می‌روند، نقش داشته باشد.

محسنیان راد، با محاسبه ضریب همبستگی میان متغیرهای شهرنشینی، سواد و وسایل ارتباط جمعی برای سالهای ۱۳۴۰، ۱۳۶۵ و ۱۳۷۰ در ایران اعتقاد دارد وجود ضرایب همبستگی بالا، نشانگر اهمیت نقش وسایل ارتباط جمعی در توسعه است. (محسنیان راد، ۱۳۷۱، ص ۲۷۱)

همچنین داده‌های پژوهشی نشان می‌دهد که آهنگ توسعه در آسیای شرقی، امروزه سریعتر از ده سال پیش است. چنین می‌نماید که این افزایش سرعت توسعه، همراه با کاربرد وسیعتر رسانه‌های ارتباطی بوسیله دولتهای این منطقه رخ داده است. (جهانداری، ۱۳۵۷، ص ۲۹) این در حالی است که علی‌رغم بیش از نیم قرن تجربه برنامه‌ریزی {توسعه} در ایران {از سال ۱۳۲۷ تا ۱۳۸۳} دستاوردهای محسوسی را برای جامعه به ارمغان نیاورده است. بر اساس ارزیابی گروه وسیعی از صاحب‌نظران اقتصاددانان بازده سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در ایران در زمینه برنامه‌ریزی درمقایسه با کشورهای توسعه یافته و یا حتی برخی از کشورهای در حال توسعه قابل قبول نمی‌باشد. (مدنی، ۱۳۷۹، ص ۴)

اینک، این سوال مطرح است که رسانه‌ها و بویژه خبرگزاری‌های داخلی کشور، به عنوان یکی از مهمترین رسانه‌های اطلاع‌رسان که دارای کارکردهای متعددی در جامعه‌اند، به چه میزانی به روانتر کردن چرخ توسعه کشور و منطقه کمک کرده‌اند؟ و به چه میزانی به تولید و پخش اخبار توسعه‌اhtمام ورزیده‌اند؟

به عبارت دیگر، خبرگزاری‌های داخلی کشور، به عنوان عضوی از رسانه ملی در نظام فرهنگی اجتماعی ایران تا چه حد به وظایف خود در قبال توسعه کشور عمل می‌کنند؟

از این رو، پژوهش حاضر به منظور دستیابی به شمایی از وضعیت پخش اخبار توسعه در دو خبرگزاری عمده و مهم کشور (که حجم قابل توجهی از انعکاس اخبار را در میان خبرگزاری‌هایی کشور برعهده دارند) یعنی خبرگزاری ایرنا (خبرگزاری رسمی جمهوری اسلامی ایران) و خبرگزاری واحد مرکزی خیر، صورت گرفته است.

لذا در این پژوهش دو خبرگزاری رسمی و داخلی کشور را انتخاب و به بررسی تخصصی اخبار توسعه و انعکاس این نوع اخبار از لحاظ مقولات مختلف می‌پردازیم.

این تحقیق بر آن است مشخص کند که این دو خبرگزاری (واحد مرکزی خبر و ایرنا) به عنوان عضوی از نظام رسانه ای کشور تا چه حد به وظایف خود در پیشبرد توسعه از طریق ارائه اخبار عمل می کنند؟ و به چه میزان اخبار توسعه را تولید، پخش و منتشر می کنند؟

۲-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق

نقشی که رسانه ها عملاً می توانند در توسعه ملی بر عهده گیرند، نقش بسیارخطیری است. درزمینه رشد فرهنگی، نقش رسانه ها پیوندزدن نوآوریها به درخت کهنسال و بارور ستها است. درزمینه رشد اقتصادی رسانه ها با افزایش انتظارات از سویی و اشاعه دانشها و مهارتها از سوی دیگر به تجهیزوتربیت نیروی انسانی لازم یاری می دهند. درزمینه آموزش، نقش رسانه ها خیلی دشوار و حساس است که در انجام آن باید کل نظام آموزشی نیز در جهت سیستماتیزه شدن و استفاده از آموزشهای چند رسانه ای دگرگون نمود. درحوزه فنون مدیریت، نقش رسانه ها گسترش اندیشه ها و فنون تازه است، ولی از آنجا که مدیریت رسانه ها همچنین ناچاراست خود را از نظر تئوریک و مدیریت در سطح متعارف بین المللی قرار دهد، غالباً در کشورهای رو به توسعه نمونه یک صنعت پیشاهنگ است. در زمینه روابط بین الملل، رسانه ها مرزهای سیاسی را می شکنند و به تفاهم و نزدیکی ملل و فرهنگهای گوناگون مدد می رسانند و بدین ترتیب زیربنای فکری بهم پیوسته جهانی را فراهم می سازند.

مجیدتهرانیان درباره نقش رسانه های گروهی در توسعه ملی ایران درپشتیبانی توسعه اقتصادی- اجتماعی می گوید: مهمترین وظیفه ای که سیستم اطلاعاتی خواهد داشت کمک به اجرای نقش بازخوردی سیستم اقتصادی- اجتماعی در فراگرد توسعه ملی است، چرا که هیچ سیستمی نمی تواند بدون دربرداشتن یک مکانیسم بازخورد، راه خود را جهت ادامه روند تکامل خویش بازیابد(تهرانیان، ۱۳۵۴، ص ۵۲).

در شرایطی که جامعه ما با اجرای برنامه های چهارم چهار ساله توسعه و سند چشم انداز بلند مدت کشور در تلاش است تا گامهای بلندی به سمت توسعه بردارد و اگر قرار است ملت تا دو دهه آینده به پیشرفت برنامه ریزی شده برسند لازم است که بنیادها و ساختارهای فکری انسان ایرانی تغییراتی پیدا کند و یک ایرانی باید بتواند در شرایط گوناگون تصمیم بگیرد و مسئله منطقه و کشورش را بشناسد و درک درستی از شرایط و مسائل و مشکلات جامعه داشته باشد. بنابراین ارتباطات و توسعه یکی از چالش برانگیزترین مسائل در عرصه علوم اجتماعی، اقتصاد، سیاست و فرهنگ طی ۵ دهه اخیر در سطح جهان بوده است. این موضوع از آن روی اهمیت دارد که تکنولوژی های جدید ارتباطی اهمیت فوق العاده ای به خصوص در توسعه اقتصادی پیدا کرده است. به نظر می رسد در مقایسه با رسانه های الکترونیکی، اینترنت به میزان وسیعی در جهان ارتباطات امروز گسترش یافته است. در واقع، اینترنت به عنوان رسانه ای جهانی، شرایط

جدیدی از تجربه‌های ارتباطی را برای میلیون‌ها انسان در جهت دسترسی به اخبار و اطلاعات شکل داده است.

از این رو، می‌توان ادعا نمود که فرهنگ جدیدی در حال شکل‌گیری است. اینترنت به عنوان رسانه‌ای فردگرا، توانایی قدرت بخشیدن به افراد از لحاظ جستجوی اطلاعات و نیز ایجاد اطلاعات را دارد (سینگر، ۱۹۹۸ص ۱۰). همچنین، دنیای تجربه‌انسانی را متکثر و متنوع ساخته است؛ چرا که دستیابی آنها را به تجربه‌های دور دست ممکن می‌سازد (داتن، ۱۳۸۴) و فضای تعاملی با ظرفیت‌های ویژه ارتباطی شکل می‌دهد. به همین دلیل امروزه رسانه‌های خبری دنیا علاوه بر حضور در فضای واقعی به اهمیت فضای مجازی پی برده‌اند و وب‌سایت‌هایی جهت دسترسی مخاطبان به اخبار و اطلاعات طراحی نموده و سعی در جلب مخاطب می‌نمایند.

از سوی دیگر، امروزه اهمیت روزافزون فن‌آوری‌های نوین ارتباطی از جمله اینترنت در زندگی کنونی بشر بر کسی پوشیده نیست. به طوری که حدود یک میلیارد و دویست میلیون کاربر اینترنتی در سطح جهان و نزدیک به ۱۲ میلیون کاربر اینترنتی در داخل ایران وجود دارد^۱. هرکدام از این کاربران ایرانی و جهانی، می‌توانند بصورت بالقوه برای خبرگزاری‌های داخلی کشور ما یک مخاطب محسوب می‌شوند، با توجه به اینکه اخبار توسعه امروزه یکی از ضروریات کشورهای در حال توسعه در جهت مقابله با جریان نابرابر اطلاعات و ارتباطات در سطح جهانی است و در بسیاری از اسناد جهانی بویژه در طی مساعی و تلاش‌های کشورهای در حال توسعه در جریان نشست‌های مختلفی که در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ در یونسکو برگزار شده بود و همچنین بر اثر تلاش‌های کشورهای عضو جنبش غیرمتعددها به رسمیت شناخته شده بود، این زمینه امروزه نیز که غولهای رسانه‌ای و امپراتوری‌های بزرگ رسانه‌ای چون مرداک، برلوسکونی، لاینگارد و دیگران دامنه نفوذ و سیطره نفوذ خود را به دامنه مرزها و کشورهای مختلف کشانده‌اند، از اهمیتی دوچندان برخوردار است. بنابراین موضوع اخبار توسعه در چند دهه اخیر به صورت گسترده و پیوسته مورد توجه و تاکید رسانه‌های مختلف جهان از جمله در سیاستگذارهای ارتباطی کشورهای رو به توسعه قرار گرفته است.

از این رو، در این تحقیق دو خبرگزاری دولتی (واحد مرکزی خبر و ایرنا) که حضوری فعال در عرصه خبری در زمینه‌های مختلف دارند از منظر ارتباطات توسعه و نقش این دو خبرگزاری در ارائه اخبار مربوط به توسعه، مورد بررسی قرار می‌گیرد.

^۱. <http://pr.eprsoft.com/archives/008024.html>

بنابراین شناخت مشخصه‌ها و روشهای به کار گرفته شده در بررسی اخبار توسعه در دو خبرگزاری عمده کشور و مقایسه آن براساس دیدگاهها و نگرش های علمی، منجر به شناسایی نقاط ضعف و کاستی سیاست گذاری های رسانه ای داخلی کشورمان در زمینه اخبار توسعه که یکی از مهمترین ابعاد توسعه یافتگی کشور است، می شود.

بaberرسی و مشخص شدن میزان تولید اخبار توسعه و همچنین چگونگی برجسته سازی این اخبار در خبرگزاری های فوق، می توان به پاسخ این سوال دست یافت که آیا خبرگزاری ها (به عنوان یکی از مهمترین مراکز اطلاع رسانی) در نقش و وظیفه خودشان در فرایند توسعه به نحوه مطلوب عمل می کنند. خبرگزاری های مذکور در بخش های خبری خودشان تا چه حد در راستای سند توسعه کشور خود گام برداشته اند و به اهمیت و ضرورت این موضوع پی برده اند، که تولید گزارشهای خبری در معرفی پیشرفت ها و یا محدودیت ها و تنگناهای توسعه در کشور کمک شایانی در تسریع، توسعه دارند.

۳-۱- اهداف تحقیق

با توجه به اینکه اخبار توسعه امروزه یکی از ضروریات کشورهای در حال توسعه در جهت مقابله با جریان نابرابر اطلاعات و ارتباطات در سطح جهانی است و اهمیت فراوانی در مقابله با جریان یکسویه و غالب رسانه ای کشورهای غربی دارد، لذا بررسی جایگاه اخبار توسعه در کشور می تواند سیاستگذاری های رسانه ای کشور را در این راستا هدایت نماید.

بنابراین هدف اصلی این تحقیق میزان و چگونگی انعکاس اخبار توسعه در دو خبرگزاری دولتی (واحد مرکزی خبر و ایرنا) است. بررسی اخبار این دو خبرگزاری عمده که حضوری فعال در عرصه خبری کشور، در زمینه های مختلف دارند، از منظر ارتباطات توسعه و نقش این دو خبرگزاری در ارائه اخبار مربوط به توسعه می تواند در شناختی نسبی نسبت به سیاستگذاریهای ارتباطی و رسانه ای کشور ما را یاری داده و دست اندرکاران ومسئولان رسانه ای این دو خبرگزاری را در جهت شناخت نسبت به اهمیت بحث ارتباطات و توسعه یاری داده تا آنها با دید بهتر و موشکافانه تری مبحث ارتباطات و توسعه را در سیاستگذاریهای رسانه ای خود قرار دهند.

همچنین شناسایی نقاط ضعف و کاستی ها در سیاست گذاری های رسانه ای مربوط به اخبار توسعه یکی دیگر از اهداف این تحقیق است.

در واقع این تحقیق بدنبال آن است تا با بررسی و مشخص شدن میزان تولید اخبار توسعه و همچنین چگونگی برجسته سازی این اخبار در خبرگزاری های فوق، به پاسخ این سوال دست یابد که آیا