



دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

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

گرایش : روزنامه‌نگاری

عنوان :

نقش فن‌آوری‌های نوین ارتباطی بر فرآیند تولید خبر

استاد راهنما :

دکتر نوشین آقاجانی چوبر

استاد مشاور :

دکتر محمد رضا رسولی

پژوهشگر :

مهدی علی‌پور

تابستان ۱۳۹۰

تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب مهدی علیپور دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد نا پیوسته به شماره دانشجویی ۸۷۰۸۴۹۳۴۴ در رشته علوم ارتباطات اجتماعی- روزنامه‌نگاری که در تاریخ ۹۱/۶/۳۰ از پایان نامه خود تحت عنوان نقش فن آوری های نوین ارتباطی در فرآیند تولید خبر با کسب نمره ۱۷/۵ و درجه خوب دفاع نموده ام بدینوسیله متعهد می شوم:

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 نموده ام، مطابق ضوابط و رویه های موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام.

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

۳- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را می پذیرم 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: مهدی علیپور

تاریخ و امضاء:

بسمه تعالی

در تاریخ: ۹۱/۶/۳۰

دانشجوی کارشناسی ارشد آقای/خانم مهدی علیپور از پایان نامه خود دفاع نموده و با نمره ۱۷,۵ بحروف هفده و نیم و با درجه خوب مورد تصویب قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما

تقدیم؛

به پاس تعبیر عظیم و انسانی شان از کلمه ایثار و سپاس از عاطفه سرشارشان و گرمای امیدبخش وجودشان که در این سردترین روزگاران بهترین پشتیبان بودند .
ما به یا داریم امید و آگاهی دادن آنها در کارها و اعمال را چه بسا انسانی که زیستند همچون مروارید اما اندک و چه آنها که بودند و زیستند اما ...
آری کلمه ایثار برای ایشان معنا شد در نهان شدنشان از جهان فانی و ظهورشان در جهان باقی.

تقدیم با تمام وجود البته با تألم و تأمل بسیار به استاد خوب و نازنین دکتر نوشین آقاجانی چوپر که درگذشتش اندوهی فراوان برای بنده و سایر دوستان داشت.

و افزون بر ایشان تقدیم به نگاه مهربان مادرم و البته حمایت همسرم.

سپاس‌گزاری؛

فرض بود بر همه شکر و سپاس

شکر و سپاسی نه به حد قیاس

پروردگارا تو را شکر می‌کنم برای تمامی نعمت‌هایی که به من ارزانی داشتی، برای تمام

روزهای آفتابی و برای تمام روزهای غمگین ابری و بارانی

برای غروب‌های آرام و شب‌های تاریک و طولانی، تو را شکر می‌گویم برای سلامتی و

بیماری، برای غم‌ها و شادی‌ها که به من عطا کردی ...

خداوندا زبان سپاس برای ما بنده افزون نما برای سپاس از بندگان بالغ و لایق

سپاس از دکتر و نازنین روزگار محمدرضا رسولی و دیگر اساتید مهربان گروه ارتباطات

دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی.

همچنین سپاس از زحمات همکلاسی عزیز خانم مریم خرسند و برادر عزیزتر از جانم

رضا علی‌پور که در نگارش و پالایش این پایان‌نامه بنده را مورد عنایت و عطوفت قرار دادند.

چکیده

جهان امروز، جهان تغییرات بسیار گسترده در امر ارتباطات است. بشر در طول حیاتش، همواره از وسیله‌ای برای برقراری ارتباط استفاده می‌کرده است، تا بتواند پیام خود را به دیگران برساند. اطلاع‌رسانی و «اخبار» از جمله حوزه‌هایی است که در اثر تحولات تکنولوژیکی دنیای جدید اطلاعاتی با بیشترین تغییرات همراه بوده است. این تغییرات همه عرصه‌های دنیای اطلاع‌رسانی، شامل تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان، کانال‌های ارتباطی، فرم و محتوای پیام‌های رسانه‌ای و غیره را شامل می‌شود. هدف از این پژوهش تعیین نقش فن‌آوری‌های نوین ارتباطی بر فرآیند تولید خبر می‌باشد. این پژوهش شامل یک فرض اصلی و ۶ فرض فرعی می‌باشد. جامعه آماری در این پژوهش کارمندان حوزه خبر (اعم از خبرنگاران، دبیران سرویس و حوزه فنی و...) در بخش برون مرزی سازمان سیمای جمهوری اسلامی ایران می‌باشند. حجم جامعه آماری که ۴۰۰ نفر است، پژوهشگر به نمونه‌گیری از جامعه پرداخت و با توجه به جدول تعیین مورگان نمونه ۱۹۶ نفر می‌باشد که پژوهشگر تعداد ۲۰۰ پرسش‌نامه را توزیع و جمع‌آوری کرده است. روش پژوهش پیمایشی است. از ابزار پرسش‌نامه برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است برای افزایش روایی و اعتبار پرسش‌نامه، ابتدا تعدادی پرسش‌نامه توزیع گردید و ابهامات مربوط با پرسش‌ها مشخص شد، بدین ترتیب تعدادی از پرسش‌ها حذف و تعدادی جایگزین شد و در نهایت بعد از شفاف شدن و رفع ابهام پرسش‌نامه نهایی تهیه و توزیع گردید. از آنجا که پرسش‌نامه این پژوهش بر اساس رتبه بندی مقیاس لیکرت طراحی شده است، برای بررسی اعتبار و همسانی درونی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار آلفای کرونباخ ۰,۸۸ می‌باشد که نشانگر اعتبار پرسش‌نامه می‌باشد. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی در کاهش زمان تبادل اطلاعات و دسترسی آسان به منابع اطلاعاتی نقش عمده‌ای داشته است و نیز در ایجاد کانال‌های جدید ارتباطی موفق عمل کرده است. مفهوم زمان و مکان هر دو برای رسانه‌ها از بین رفته است. از طرفی با استفاده از ارتباطات الکترونیک هزینه‌های سازمان‌های خبری کاهش یافته است. با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی توجه سازمان‌های رسانه‌ای به مفهوم عینی‌گرایی جلب می‌شود. بیشتر افراد مورد پرسش برای دریافت اخبار جهانی از اینترنت استفاده می‌کنند که بیشترین کاربرد را داشته است. خبرنگاران برون مرزی برای ارسال خبر از سیستم صوتی و تصویری اینترنت بیشتر از ایمیل، وبلاگ و موبایل بهره می‌گیرند. خبرگزاری‌ها برای انتقال سریع اخبار ارجح‌تر می‌باشند و همچنین صحت و سقم خبر را بهتر مورد تایید قرار می‌دهند.

فهرست

فصل ۱ (کلیات پژوهش)

مقدمه	۱
۱-۱ بیان مساله	۳
۲-۱ اهمیت و ضرورت پژوهش	۴
۳-۱ اهداف	۴
۴-۱ پرسش های پژوهش	۵
۵-۱ فرضیه ها	۵
۶-۱ روش پژوهش	۶
۷-۱ جامعه آماری	۶
۸-۱ قلمرو پژوهش	۶
۹-۱ چهارچوب نظری	۶
۱۰-۱ تعریف مفاهیم و واژگان	۶
۱-۱۰-۱ فن آوری های نوین ارتباطی	۶
۲-۱۰-۱ خبر	۷
۳-۱۰-۱ اخبار تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران)	۷
۴-۱۰-۱ فرآیند تولید خبر	۷

فصل ۲ (مفاهیم نظری)

مقدمه	۹
-------------	---

بخش اول- تعاریف

۱-۱-۲ گفتار اول: ارتباطات و ارتباطات الکترونیک	۱۱
۱-۱-۱-۲ تعریف ارتباط	۱۱
۲-۱-۱-۲ مفهوم ارتباطات	۱۱

۱۲ ۳-۱-۱-۲ تقسیم بندی مفهوم ارتباطات
۱۳ ۴-۱-۱-۲ اقسام ارتباطات
۱۴ ۵-۱-۱-۲ انواع ارتباطات
۱۴ ۶-۱-۱-۲ اهداف ارتباطات
۱۵ ۷-۱-۱-۲ ارتباط و اطلاع
۱۶ ۸-۱-۱-۲ مدل های ارتباطات

۲-۱-۲ گفتار دوم - فن آوری های نوین ارتباطی

۱۸ ۱-۲-۱-۲ تعریف تکنولوژی
۱۸ ۲-۲-۱-۲ سیستم رایانه ای
۱۸ ۳-۲-۱-۲ مفهوم شبکه
۱۹ ۴-۲-۱-۲ توانایی های شبکه
۲۰ ۵-۲-۱-۲ انواع شبکه
۲۰ ۱-۵-۲-۱-۲ شبکه محلی
۲۰ ۲-۵-۲-۱-۲ شبکه متوسط (شهری)
۲۰ ۳-۵-۲-۱-۲ شبکه گسترده
۲۱ ۶-۲-۱-۲ شبکه گسترده جهانی (تور جهان گستر)
۲۱ ۷-۲-۱-۲ انواع شبکه های اطلاع رسانی
۲۱ ۱-۷-۲-۱-۲ اینترنت
۲۲ ۲-۷-۲-۱-۲ اینترنت
۲۲ ۸-۲-۱-۲ تاریخچه اینترنت
۲۳ ۹-۲-۱-۲ روش های اتصال به اینترنت
۲۳ ۱-۹-۲-۱-۲ اتصال مستقیم
۲۳ ۲-۹-۲-۱-۲ سرویس اینترنت
۲۴ ۳-۹-۲-۱-۲ سرویس اینترنت هوشمند
۲۴ ۴-۹-۲-۱-۲ سرویس اینترنت خطوط پرسرعت
۲۴ ۵-۹-۲-۱-۲ سرویس اینترنت بی سیم

۲۴	خط ISON	۶-۹-۲-۱-۲
۲۴	مودم کابلی	۷-۹-۲-۱-۲
۲۵	WebTV	۸-۹-۲-۱-۲
۲۵	SLIP	۹-۹-۲-۱-۲
۲۵	ترمینال بی صدا	۱۰-۹-۲-۱-۲
۲۶	Terminal Emulation	۱۱-۹-۲-۱-۲
۲۶	ابزارهای وابسته به اینترنت	۱۰-۲-۱-۲
۲۶	پست الکترونیک از منظر تاریخی	۱۱-۲-۱-۲
۲۶	لینک	۱۲-۲-۱-۲
۲۷	موبلاگینگ	۱۳-۲-۱-۲
۲۸	شبکه و ارتباطات از راه دور	۱۴-۲-۱-۲
۲۸	ماهواره	۱۵-۲-۱-۲
۲۹	ارتباطات الکترونیک	۱۶-۲-۱-۲
۲۹	تاریخچه فن آوری اطلاعات	۱۷-۲-۱-۲
۳۰	رسانه‌ها و فن آوری‌های اطلاعات	۱۸-۲-۱-۲
۳۱	تلویزیون و تکنولوژی	۱۹-۲-۱-۲
		گفتار سوم - خبر و خبرنگاری	۳-۱-۲
۳۲	۱-۳-۱-۲ مراحل سه گانه تهیه و انتشار خبر	۳-۱-۲
۳۲	۲-۳-۱-۲ اخبار	۳-۱-۲
۳۲	۳-۳-۱-۲ اخبار تلویزیونی	۳-۱-۲
۳۲	۴-۳-۱-۲ جستجو و جمع آوری اخبار	۳-۱-۲
۳۳	۵-۳-۱-۲ طرز جست‌وجو و کسب خبر	۳-۱-۲
۳۶	۶-۳-۱-۲ اطلاعات "رسانه‌ای" شده	۳-۱-۲
۳۶	۷-۳-۱-۲ واقعیت چگونه تولید می‌شود؟	۳-۱-۲
۳۸	۸-۳-۱-۲ خبر عینی	۳-۱-۲
۳۸	۹-۳-۱-۲ واقعی کردن؛ ربط صدا و تصویر	۳-۱-۲

- ۳۹ ۱۰-۳-۱-۲ منابع خبری
- ۴۲ ۱۱-۳-۱-۲ عوامل موثر در فرایند تبدیل رویداد به خبر
- ۴۳ ۱۲-۳-۱-۲ ساختمان خبر و اجزای آن
- ۴۳ ۱۳-۳-۱-۲ پیدایش شهروندان روزنامه نگار
- ۴۵ ۱۴-۳-۱-۲ مدل‌های حرکت یا جریان خبر

بخش دوم - مفاهیم نظری

- ۵۱ ۱-۲-۲ نظریه جامعه اطلاعاتی
- ۵۲ ۲-۲-۲ تعاریف جامعه اطلاعاتی
- ۵۳ ۳-۲-۲ نظریه های جامعه اطلاعاتی از دیدگاه دانیل بل و مانوئل کستلز
- ۵۳ ۱-۳-۲-۲ جامعه اطلاعاتی به عنوان فرا صنعت گرایی : (دانیل بل)
- ۵۴ ۲-۳-۲-۲ جامعه فرا صنعتی یا جامعه اطلاعاتی
- ۵۵ ۳-۳-۲-۲ ویژگی‌های جامعه فرا صنعتی مورد نظر دانیل بل
- ۵۶ ۴-۳-۲-۲ اطلاعات و تغییر شهری (مانوئل کستلز)
- ۵۸ ۴-۲-۲ جامعه‌ی شبکه‌ای
- ۶۰ ۵-۲-۲ جمع بندی نظریه‌ها

بخش سوم - پیشینه پژوهش

- ۶۱ ۱-۳-۲ فن‌آوری ارتباطی و اطلاعاتی؛ جهانی شدن و پیامدهای سیاسی آن
- ۶۲ ۲-۳-۲ تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در پخش برنامه های تلویزیونی
- ۳-۳-۲ بررسی مقایسه‌ای میزان اعتماد به اخبار سیمای جمهوری اسلامی ایران و اخبار وبسایت‌های خبری و عوامل موثر بر آن: از دیدگاه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌های وابسته به وزارت علوم شهر تهران در سال ۱۳۸۷
- ۶۴ ۴-۳-۲ ارزشیابی، نقش اول دروازه‌بانی خبر در رسانه‌ها
- ۶۵ ۵-۳-۲ جمع بندی پیشینه پژوهش

فصل ۳ (روش شناسی پژوهش)

- ۶۸ مقدمه

۶۸	۱-۳ روش پژوهش
۶۸	۲-۳ ابزار گردآوری داده ها
۶۹	۳-۳ جامعه آماری
۶۹	۴-۳ نمونه گیری
۶۹	۵-۳ روایی و اعتبار ابزار پژوهش
۶۹	۱-۵-۳ روایی
۷۰	۲-۵-۳ اعتبار
۷۰	۶-۳ روش تجزیه و تحلیل داده ها

فصل ۴ (تجزیه و تحلیل داده های آماری)

۷۲	مقدمه
۷۳	۱-۴ تجزیه و تحلیل توصیفی
۷۳	۱-۱-۴ تفکیک جنسیت
۷۴	۲-۱-۴ تاهل
۷۵	۳-۱-۴ سن
۷۶	۴-۱-۴ میزان تحصیلات
۷۷	۵-۱-۴ سابقه خدمت
۷۸	۶-۱-۴ نوع استخدام
۷۹	۷-۱-۴ پست سازمانی
۸۰	۸-۱-۴ مدت زمان استفاده از ارتباطات الکترونیک
۸۱	۹-۱-۴ آموزش ضمن خدمت جهت استفاده از ارتباطات الکترونیک
۸۲	۱۰-۱-۴ بیشترین موارد استفاده برای دریافت اخبار جهانی
۸۳	۱۱-۱-۴ وسایل مورد استفاده برای انتقال سریع تر اخبار به مخاطب
۸۴	۱۲-۱-۴ راه های مورد استفاده برای قراردادن خبر مهم یا تفسیر آن بر اینترنت
۸۵	۱۳-۱-۴ مواردی برای اطلاع از صحت و سقم اخبار
۸۶	۱۴-۱-۴ موارد مورد استفاده برای اقبال عمومی خبر

- ۸۷ ۱۵-۱-۴ روش ارسال خبر برای خبرنگاران برون مرزی
- ۱۶-۱-۴ استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و دسترسی به‌موقع تولیدکنندگان خبر به اسناد
- ۸۸ آرشیوی درون سازمانی
- ۱۷-۱-۴ استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و دسترسی سریع تولیدکنندگان خبر به دنیای
- ۸۹ اطلاعات برون مرزی
- ۱۸-۱-۴ استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و شناخت خبر از غیر خبر
- ۱۹-۱-۴ استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و جمع‌آوری سریع اعلامیه‌های دولتی،
- ۹۱ اطلاعیه‌های صنفی و حزبی و گزارش مصاحبه‌ها و کنفرانس‌های مطبوعاتی
- ۲۰-۱-۴ استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و کسب خبر از منابع مستقیم و آگاه
- ۲۱-۱-۴ استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و گزینش اخبار بر حسب ارزش‌های خبری
- ۲۲-۱-۴ استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و کسب خبر از راویان بی‌غرض و بی‌طرف
- ۲۳-۱-۴ استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و به‌کارگیری عکس به‌منظور شکار لحظه‌ها
- ۲۴-۱-۴ استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و توجه سازمان‌های رسانه‌ای به مفهوم
- ۹۶ عینی‌گرایی
- ۲۵-۱-۴ ارسال خبر توسط شهروند خبرنگار از محل انتشار آنها به هیات تحریریه با استفاده از
- ۹۷ فن‌آوری‌های نوین ارتباطی
- ۲۶-۱-۴ استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و تبادل آرا و عقاید مخاطبان با تولیدکنندگان
- ۹۸ اخبار
- ۲۷-۱-۴ تهیه فیلم‌های مستند و خبری توسط افراد عادی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی
- ۹۹
- ۲۸-۱-۴ استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و افزایش تعداد خبرهای تولیدی
- ۲۹-۱-۴ کاهش اعمال نظر افراد حقیقی و حقوقی بر فرایند تبدیل رویداد به خبر با استفاده از
- ۱۰۱ فن‌آوری‌های نوین ارتباطی
- ۳۰-۱-۴ استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و از بین رفتن محدودیت‌های مکانی و زمان برای
- ۱۰۲ دست اندرکاران در فرآیند تولید خبر

- ۳۱-۱-۴ بهبود نظارت متولیان اصلی خبر و گزینش گران داخل رسانه با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۳
- ۳۲-۱-۴ استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و افزایش کیفیت خبرهای تولیدی (محتوا، تصویر، گرافیک و...) ۱۰۴
- ۳۳-۱-۴ کاهش برخوردهای فیزیکی اداری و ایجاد تنش میان کارکنان در تولید خبر با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۵
- ۳۴-۱-۴ استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و ایجاد انگیزه در کارکنان برای ارتقاء دانش و آگاهی به‌منظور تولید خبر ۱۰۶
- ۳۵-۱-۴ تسریع در مکاتبات و پیگیری نامه‌های اداری و برقراری آسانتر ارتباط با سایر واحدها، علیرغم وجود فاصله فیزیکی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۷
- ۳۶-۱-۴ کاهش هزینه در مصرف کاغذ و لوازم التحریر در سازمان‌های خبری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی تولیدی ۱۰۸
- ۳۷-۱-۴ استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و کاهش هزینه در مصرف انرژی برق در سازمان‌های خبری ۱۰۹
- ۳۸-۱-۴ تعدیل (کاهش) نیروی انسانی در سازمان‌های خبری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی در فرآیند تولید خبر ۱۱۰
- ۳۹-۱-۴ کاهش هزینه ارسال و مراسلات پستی در سازمان‌های خبری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۱۱
- ۴۰-۱-۴ تحمیل هزینه راه‌اندازی، نگهداری و تعمیر لوازم و تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری را به سازمان‌های خبری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۱۲
- ۴-۲ نتایج آزمون حسن انطباق خی دو ۱۱۳
- فرضیه ۱- استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی سبب کاهش زمان و دسترسی آسان تولیدکنندگان خبر به منابع اطلاعاتی و تولید خبر می‌شود ۱۱۳
- فرضیه ۲- استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی سبب کاهش انعکاس واقعیت‌ها در فرآیند تولید خبر می‌شود ۱۱۴

فرضیه ۳- استفاده از فن آوری های نوین ارتباطی سبب مشارکت مخاطبان در فرآیند تولید خبر می شود	۱۱۵
فرضیه ۴- استفاده از فن آوری های نوین ارتباطی بهره وری کارکنان را در فرآیند تولید خبر افزایش می دهد	۱۱۶
فرضیه ۵- استفاده از فن آوری های نوین ارتباطی سبب کاهش هزینه سازمان های خبری می شود	۱۱۷
فرضیه ۶- استفاده از فن آوری های نوین ارتباطی سبب تاکید بر ارزش ها خبری در فرآیند تولید خبر می شود	۱۱۸
فصل ۵ (نتیجه گیری و پیشنهادها)	

مقدمه	۱۲۰
۱-۵ نتایج توصیفی	۱۲۱
۲-۵ نتایج استنباطی	۱۲۵
۳-۵ بحث و نتیجه گیری	۱۲۶
۴-۵ محدودیت های پژوهش	۱۳۱
۵-۵ پیشنهادها	۱۳۱
پیوست	۱۳۲
نحوه محاسبه آلفای کرونباخ	۱۳۳
پرسش نامه	۱۳۴
منابع و مأخذ	۱۳۷

فهرست جداول و نمودارها

- جداول	
جدول ۴-۱. فراوانی جنسیت	۷۳
جدول ۴-۲. وضعیت تاهل	۷۴
جدول ۴-۳. گروه های سنی	۷۵

- جدول ۴-۴. میزان تحصيلات ۷۶
- جدول ۴-۵. سابقه خدمت ۷۷
- جدول ۴-۶. نوع استخدام ۷۸
- جدول ۴-۷. پست سازمانی ۷۹
- جدول ۴-۸. میزان استفاده از ارتباطات الکترونیک ۸۰
- جدول ۴-۹. آموزش ضمن خدمت ۸۱
- جدول ۴-۱۰. موارد استفاده برای دریافت اخبار جهانی ۸۲
- جدول ۴-۱۱. سریع‌ترین وسایل برای انتقال اخبار به مخاطب ۸۳
- جدول ۴-۱۲. راه‌های مورد استفاده برای قرارداد خبر مهم یا تفسیر آن بر اینترنت ۸۴
- جدول ۴-۱۳. مواردی برای اطلاع از صحت و سقم اخبار ۸۵
- جدول ۴-۱۴. موارد مورد استفاده برای اقبال عمومی خبر ۸۶
- جدول ۴-۱۵. روش ارسال خبر برای خبرنگاران برون مرزی ۸۷
- جدول ۴-۱۶. دسترسی به موقع تولیدکنندگان خبر به اسناد آرشیوی درون سازمانی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۸۸
- جدول ۴-۱۷. دسترسی سریع تولیدکنندگان خبر به دنیای اطلاعات برون مرزی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۸۹
- جدول ۴-۱۸. شناخت خبر از غیر خبر با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۰
- جدول ۴-۱۹. جمع‌آوری سریع اعلامیه‌های دولتی، اطلاعیه‌های صنفی و حزبی و گزارش مصاحبه‌ها و کنفرانس‌های مطبوعاتی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۱
- جدول ۴-۲۰. کسب خبر از منابع مستقیم و آگاه با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۲
- جدول ۴-۲۱. گزینش اخبار بر حسب ارزش‌های خبری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۳
- جدول ۴-۲۲. کسب خبر از راویان بی‌غرض و بی‌طرف با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۴
- جدول ۴-۲۳. به‌کارگیری عکس به‌منظور شکار لحظه‌ها با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۵

- جدول ۴-۲۴. توجه سازمان‌های رسانه‌ای به مفهوم عینی‌گرایی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۶
- جدول ۴-۲۵. ارسال خبر توسط شهروند خبرنگار از محل انتشار آنها به هیات تحریریه با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۷
- جدول ۴-۲۶. تبادل آرا و عقاید مخاطبان با تولیدکنندگان اخبار با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۸
- جدول ۴-۲۷. تهیه فیلم‌های مستند و خبری توسط افراد عادی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۹
- جدول ۴-۲۸. افزایش تعداد خبرهای تولیدی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۰
- جدول ۴-۲۹. کاهش اعمال نظر افراد حقیقی و حقوقی بر فرایند تبدیل رویداد به خبر با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۱
- جدول ۴-۳۰. از بین رفتن محدودیت‌های مکانی و زمان برای دست اندرکاران در فرآیند تولید خبر با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۲
- جدول ۴-۳۱. بهبود نظارت متولیان اصلی خبر و گزینش گران داخل رسانه با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۳
- جدول ۴-۳۲. افزایش کیفیت خبرهای تولیدی (محتوا، تصویر، گرافیک و...) با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۴
- جدول ۴-۳۳. کاهش برخوردهای فیزیکی اداری و ایجاد تنش میان کارکنان در تولید خبر با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۵
- جدول ۴-۳۴. استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و ایجاد انگیزه در کارکنان برای ارتقاء دانش و آگاهی به منظور تولید خبر ۱۰۶
- جدول ۴-۳۵. تسریع در مکاتبات و پیگیری نامه‌های اداری و برقراری آسانتر ارتباط با سایر واحدها، علیرغم وجود فاصله فیزیکی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۷
- جدول ۴-۳۶. کاهش هزینه در مصرف کاغذ و لوازم التحریر در سازمان‌های خبری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی تولیدی ۱۰۸

- جدول ۴-۳۷. استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و کاهش هزینه در مصرف انرژی برق در سازمان‌های خبری ۱۰۹
- جدول ۴-۳۸. تعدیل (کاهش) نیروی انسانی در سازمان‌های خبری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی در فرآیند تولید خبر ۱۱۰
- جدول ۴-۳۹. کاهش هزینه ارسال و مراسلات پستی در سازمان‌های خبری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۱۱
- جدول ۴-۴۰. تحمیل هزینه راه‌اندازی، نگهداری و تعمیر لوازم و تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری را به سازمان‌های خبری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۱۲
- جدول ۴-۴۱. کاهش زمان و دسترسی آسان تولیدکنندگان خبر به منابع اطلاعاتی و تولید خبر با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۱۳
- جدول ۴-۴۳. آزمون حسن انطباق خبی دو فرض یک ۱۱۳
- جدول ۴-۴۳. استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و کاهش انعکاس واقعیت‌ها در فرآیند تولید خبر ۱۱۴
- جدول ۴-۴۴. آزمون حسن انطباق خبی دو فرض دو ۱۱۴
- جدول ۴-۴۵. مشارکت مخاطبان در فرآیند تولید خبر با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۱۵
- جدول ۴-۴۶. آزمون حسن انطباق خبی دو فرض سه ۱۱۵
- جدول ۴-۴۷. افزایش بهره‌وری کارکنان را در فرآیند تولید خبر با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۱۶
- جدول ۴-۴۸. آزمون حسن انطباق خبی دو فرض چهار ۱۱۶
- جدول ۴-۴۹. کاهش هزینه سازمان‌های خبری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۱۷
- جدول ۴-۵۰. آزمون حسن انطباق خبی دو فرض پنجم ۱۱۷
- جدول ۴-۵۱. تاکید بر ارزش‌ها خبری در فرآیند تولید خبر با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۱۸
- جدول ۴-۵۲. آزمون حسن انطباق خبی دو فرض ششم ۱۱۹

- نمودارها

- نمودار ۴-۱. فراوانی جنسیت ۷۳
- نمودار ۴-۲. وضعیت تاهل ۷۴
- نمودار ۴-۳. گروه‌های سنی ۷۵
- نمودار ۴-۴. میزان تحصیلات ۷۶
- نمودار ۴-۵. سابقه خدمت ۷۷
- نمودار ۴-۶. نوع استخدام ۷۸
- نمودار ۴-۷. پست سازمانی ۷۹
- نمودار ۴-۸. میزان استفاده از ارتباطات الکترونیک ۸۰
- نمودار ۴-۹. آموزش ضمن خدمت ۸۱
- نمودار ۴-۱۰. موارد استفاده برای دریافت اخبار جهانی ۸۲
- نمودار ۴-۱۱. سریع‌ترین وسایل برای انتقال اخبار به مخاطب ۸۳
- نمودار ۴-۱۲. راه‌های مورد استفاده برای قرارداد خبر مهم یا تفسیر آن بر اینترنت ۸۴
- نمودار ۴-۱۳. مواردی برای اطلاع از صحت و سقم اخبار ۸۵
- نمودار ۴-۱۴. موارد مورد استفاده برای اقبال عمومی خبر ۸۶
- نمودار ۴-۱۵. روش ارسال خبر برای خبرنگاران برون مرزی ۸۷
- نمودار ۴-۱۶. دسترسی به موقع تولیدکنندگان خبر به اسناد آرشیوی درون سازمانی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۸۸
- نمودار ۴-۱۷. دسترسی سریع تولیدکنندگان خبر به دنیای اطلاعات برون مرزی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۸۹
- نمودار ۴-۱۸. شناخت خبر از غیر خبر با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۰
- نمودار ۴-۱۹. جمع‌آوری سریع اعلامیه‌های دولتی، اطلاعیه‌های صنفی و حزبی و گزارش مصاحبه‌ها و کنفرانس‌های مطبوعاتی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۱
- نمودار ۴-۲۰. کسب خبر از منابع مستقیم و آگاه با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۲
- نمودار ۴-۲۱. گزینش اخبار بر حسب ارزش‌های خبری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۳

- نمودار ۴-۲۲. کسب خبر از راویان بی‌غرض و بی‌طرف با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۴
- نمودار ۴-۲۳. به‌کارگیری عکس به‌منظور شکار لحظه‌ها با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۵
- نمودار ۴-۲۴. توجه سازمان‌های رسانه‌ای به مفهوم عینی‌گرایی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۶
- نمودار ۴-۲۵. ارسال خبر توسط شهروند خبرنگار از محل انتشار آنها به هیات تحریریه با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۷
- نمودار ۴-۲۶. تبادل آرا و عقاید مخاطبان با تولیدکنندگان اخبار با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۸
- نمودار ۴-۲۷. تهیه فیلم‌های مستند و خبری توسط افراد عادی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۹۹
- نمودار ۴-۲۸. افزایش تعداد خبرهای تولیدی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۰
- نمودار ۴-۲۹. کاهش اعمال نظر افراد حقیقی و حقوقی بر فرایند تبدیل رویداد به خبر با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۱
- نمودار ۴-۳۰. از بین رفتن محدودیت‌های مکانی و زمان برای دست اندرکاران در فرآیند تولید خبر با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۲
- نمودار ۴-۳۱. بهبود نظارت متولیان اصلی خبر و گزینش گران داخل رسانه با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۳
- نمودار ۴-۳۲. افزایش کیفیت خبرهای تولیدی (محتوا، تصویر، گرافیک و...) با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۴
- نمودار ۴-۳۳. کاهش برخوردهای فیزیکی اداری و ایجاد تنش میان کارکنان در تولید خبر با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۵
- نمودار ۴-۳۴. استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و ایجاد انگیزه در کارکنان برای ارتقاء دانش و آگاهی به‌منظور تولید خبر ۱۰۶

- نمودار ۴-۳۵. تسریع در مکاتبات و پیگیری نامه‌های اداری و برقراری آسانتر ارتباط با سایر واحدها، علیرغم وجود فاصله فیزیکی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۰۷
- نمودار ۴-۳۶. کاهش هزینه در مصرف کاغذ و لوازم التحریر در سازمان‌های خبری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی تولیدی ۱۰۸
- نمودار ۴-۳۷. استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و کاهش هزینه در مصرف انرژی برق در سازمان‌های خبری ۱۰۹
- نمودار ۴-۳۸. تعدیل (کاهش) نیروی انسانی در سازمان‌های خبری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی در فرآیند تولید خبر ۱۱۰
- نمودار ۴-۳۹. کاهش هزینه ارسال و مراسلات پستی در سازمان‌های خبری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۱۱
- نمودار ۴-۴۰. تحمیل هزینه راه‌اندازی، نگهداری و تعمیر لوازم و تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری را به سازمان‌های خبری با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی ۱۱۲