

صلاة الاضحية



معاونت پژوهش و فن آوری

به نام خدا

مشور اخلاق پژوهش

بایدی از خداوند جهان و معتقد به این که عالم منزه است و همواره نیکو بر اهل انسان به مشور پس داشت تمام کند دانش پژوهش و نظریه است جایگاه دانشگاه اسلامی فرهنگ و تمدن بشری، ادا انجمن و اصحاب هدایت علمی

و تصدی دانشگاه آزاد اسلامی مشهد می گویم اصول زیر را در انجام خاست های پژوهشی مد نظر قرار داده و از آن عملی کنیم:

- ۱-۱ اصل خفیت جلی: تلاش در رساندن بی جلی خفیت و وقفاوری به آن دوری از مرکز پنهان سازی خفیت.
- ۱-۲ اصل رعایت حقوق: التزام به رعایت کامل حقوق پژوهشگران و پژوهشگران (انسان، حیوان و نبات او سایر مباحان حق).
- ۱-۳ اصل پاکت های و مسوئی: تمهید رعایت کامل حقوق های و مسوئی دانشگاه و دیگر بکاران پژوهش.
- ۱-۴ اصل منع جلی: تمهید رعایت مصالح ملی و در نظر داشتن همه مردم و توسعه کشور و دیگر ممال پژوهش.
- ۱-۵ اصل رعایت انصاف و انانیت: تمهید اجتناب از مرکز جانب داری غیر علمی و حفاظت از اموال، تجهیزات و منابع در اختیار.
- ۱-۶ اصل رازداری: تمهید ممانعت از اسرار و اطلاعات محرمانه افراد، سازمان ها، کشور و دیگر افراد نهاد های مرتبط با تحقیق.
- ۱-۷ اصل احترام: تمهید رعایت حریم با حرمت ادا انجام تحقیقات و رعایت جانب تعد و خودداری از مرکز حرمت شکنی.
- ۱-۸ اصل ترویج: تمهید رواج دانش و ارائه نتایج تحقیقات و انتقال آن به بکاران علمی و انجمنیان به غیر از مولودی که منع قانونی دارد.
- ۱-۹ اصل برکت: التزام به برکت جلی از مرکز رفتار غیر حرفه ای و اعلام موضع نسبت به کسانی که حوزه علم پژوهش را به شایسته های غیر علمی آلوده.



دانشگاه آزاد اسلامی
واحد تهران مرکزی
دانشکده علوم اجتماعی و روان شناسی، گروه ارتباطات
پایان نامه جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد (M.A)
گرایش: تحقیق در ارتباطات

عنوان:

بازتاب اخبار جمعیت هلال احمر جمهوری اسلامی ایران
در روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های رسمی کشور در زمستان ۱۳۹۱
(با تأکید بر ساختار و محتوا)

استاد راهنما:

دکتر نسیم مجیدی

استاد مشاور:

دکتر محمدرضا رسولی

پژوهشگر:

اشرف سادات موسوی

تابستان ۱۳۹۲

تعهدنامه اصالت پایان‌نامه کارشناسی ارشد

اینجانب اشرف‌سادت موسوی دانش‌آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته به شماره دانشجویی ۹۰۰۸۰۴۱۰۰ در رشته علوم ارتباطات گرایش تحقیق در ارتباطات که در تاریخ ۱۳۹۲/۶/۲۰ از پایان‌نامه خود تحت‌عنوان «بازتاب اخبار جمعیت هلال‌احمر جمهوری اسلامی ایران در روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های رسمی کشور در زمستان ۱۳۹۱ (با تأکید بر ساختار و محتوا)» با کسب نمره و درجه عالی دفاع نموده‌ام بدین وسیله متعهد می‌شوم:

۱- این پایان‌نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان‌نامه، 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 پایان‌نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم‌سطح، پایین‌تر یا بالاتر) در سایر دانشگاه‌ها و مؤسسات 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 پایان‌نامه 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 تحصیلی‌ام هیچ‌گونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی:

تاریخ و امضاء:

بسمه تعالی

در تاریخ: ۹۲/۶/۲۰

دانشجوی کارشناسی ارشد خانم اشرف سادات موسوی از پایان‌نامه خود دفاع نموده و با نمره ۱۹/۵ به حروف نوزده و نیم و با درجه عالی مورد تصویب قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما

تاریخ

این تلاش ناچیز را

به پدر و مادر نازنین و مهربانم،

خواهر عزیزم،

و برادری که مرا تقدیم می‌کنم

چرا که در سایه همراهی و همدلی آنها به این منظور نائل آمدم.

مشکر و قدردانی

نهایت قدردانی ام تقدیم به:

سرکار خانم دکتر نسیم مجیدی، استاد راهنمای بزرگوارم که الفبای پژوهش را از ایشان آموختم و همچنین از استاد ارجمندم آقای دکتر محمد رضا سولی به پاس آموخته‌هایم و همراهی و راهنمایی‌های ارزنده و صمیمانه ایشان. همچنین، از اعضای خانواده ام که با هم اندیشی خود بر منی گره‌های ناکشوده را کشوند، صمیمانه مشکر کنم.

بسمه تعالی

دانشکده روان‌شناسی و علوم اجتماعی

(این چکیده به منظور چاپ در پژوهش‌نامه دانشگاه تهیه شده است)

نام واحد دانشگاهی: تهران مرکزی	کد واحد: ۱۰۱	کد شناسایی پایان‌نامه: ۱۰۱۲۰۵۱۶۹۱۲۰۰۳
عنوان پایان‌نامه: بازتاب اخبار جمعیت هلال‌احمر جمهوری اسلامی ایران در روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های رسمی کشور در زمستان ۱۳۹۱ (با تأکید بر ساختار و محتوا)		
نام و نام خانوادگی دانشجو: اشرف‌سادات موسوی	شماره دانشجویی: ۹۰۰۸۰۴۱۰۰	تاریخ شروع پایان‌نامه: ۹۱/۹/۱۹
رشته تحصیلی: ارتباطات - تحقیق در ارتباطات		تاریخ دفاع از پایان‌نامه: ۹۲/۶/۲۰
نام و نام خانوادگی استاد راهنما: دکتر نسیم مجیدی قهرودی	نام و نام خانوادگی استاد مشاور: دکتر محمدرضا رسولی	
آدرس: شهرری - میدان غیبی - خ شهید خرم‌دره - خ گلستان - گلستان غربی هفتم - شماره ۲		
تلفن: ۵۵۹۱۶۰۹۵		
چکیده پایان‌نامه (شامل خلاصه، اهداف، روش‌های اجرا و نتایج به دست آمده):		
<p>هدف از انجام این تحقیق، بررسی بازتاب اخبار جمعیت هلال‌احمر جمهوری اسلامی ایران در روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های رسمی کشور است. در این تحقیق، از نظریه‌هایی چون برجسته‌سازی، چارچوب‌سازی و دروازه‌بانی خبر برای چارچوب نظری استفاده شده است. مقوله‌های این تحقیق شامل ساختار موضوعی، ارزش‌های خبری، سبک مطلب، نوع مطلب، ماهیت مطلب، حجم مطلب، نوع رسانه، محل رویداد، منبع خبر و نوع حادثه می‌باشد. این تحقیق به روش تحلیل محتوا و تکنیک پرسشنامه معکوس صورت گرفته است. جامعه آماری، ۶۶۲ مطلب منتشر شده در ارتباط با هلال‌احمر در سه ماهه زمستان ۱۳۹۱ در خبرگزاری‌ها و روزنامه‌ها، و روش نمونه‌گیری نیز تمام‌شماری است. اعتبار تحقیق صوری و روایی آن طبق ضریب اسکات برابر با ۱ است. مهم‌ترین نتایج تحقیق از این قرار است: بیشترین حجم اخبار منتشر شده مربوط به هلال‌احمر در رسانه‌ها، اخبار تنش‌زاست؛ بیشترین حجم اخبار منعکس شده مربوط به هلال‌احمر در رسانه‌ها، مرتبط به استان‌ها و شهرستان‌هاست و در نهایت، بیشترین حجم اخبار منتشر شده مربوط به هلال‌احمر در خبرگزاری‌ها انتشار یافته است.</p>		

تاریخ و امضاء:

مناسب است

نظر استاد راهنما برای چاپ در پژوهش‌نامه دانشگاه:

مناسب نیست

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول: کلیات پژوهش
۲	۱-۱- مقدمه.....
۳	۱-۲- طرح مسئله.....
۴	۱-۳- ضرورت و اهمیت مسئله.....
۴	۱-۳-۱- ضرورت علمی.....
۴	۱-۳-۲- ضرورت عملی.....
۵	۱-۴- اهداف تحقیق.....
۵	۱-۴-۱- هدف اصلی.....
۵	۱-۴-۲- هدف فرعی.....
۵	۱-۵- سئوالات تحقیق.....
۶	۱-۶- فرضیه‌های تحقیق.....
۶	۱-۷- تعریف مهم‌ترین مفاهیم تحقیق.....
	فصل دوم: مبانی نظری و ادبیات تحقیق
۱۰	۲-۱- بخش اول: پیشینه تحقیق.....
۱۶	۲-۲- بخش دوم: تاریخچه موضوع.....
۱۶	۲-۲-۱- تاریخچه هلال احمر.....
۱۷	۲-۲-۲- تاریخچه ورود ایران به کنوانسیون بین‌المللی صلیب سرخ.....
۲۱	۲-۳- بخش سوم: اصول و مبانی رسانه‌های جمعی.....
۲۱	۲-۳-۱- نقش و کارکرد رسانه‌های جمعی.....
۲۲	۲-۳-۲- اینترنت به عنوان یک وسیله ارتباط جمعی.....
۲۲	۲-۳-۳- تأثیر رسانه‌ها در ساخت افکار عمومی.....

- ۲۳..... ۲-۳-۴- مفهوم خبر و تعریف آن
- ۲۴..... ۲-۳-۵- ارزش‌های خبری
- ۲۷..... ۲-۳-۶- عناصر خبری
- ۲۸..... ۲-۳-۷- سبک‌های ارائه مطلب
- ۳۱..... ۲-۳-۸- سبک‌های خبری
- ۳۱..... ۲-۳-۸-۱- نرم خبر
- ۳۱..... ۲-۳-۸-۲- سخت خبر
- ۳۲..... ۲-۳-۹- ماهیت مطلب
- ۳۳..... ۲-۴-۴- بخش چهارم: چارچوب نظری
- ۳۳..... ۲-۴-۱- نظریه دروازه بانی خبر
- ۳۳..... ۲-۴-۲- نظریه برجسته‌سازی
- ۴۱..... ۲-۴-۳- نظریه چارچوب‌سازی

فصل سوم: روش‌شناسی تحقیق

- ۴۷..... ۳-۱- روش تحقیق
- ۴۷..... ۳-۲- تحلیل محتوا
- ۴۹..... ۳-۳- تکنیک تحقیق
- ۴۹..... ۳-۴- مقوله‌های بررسی شده
- ۵۱..... ۳-۵- روش جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات
- ۵۱..... ۳-۶- واحدهای محتوا
- ۵۲..... ۳-۷- جامعه آماری
- ۵۲..... ۳-۸- شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه
- ۵۲..... ۳-۹- تعریف نظری و عملیاتی مقوله‌ها
- ۵۴..... ۳-۱۰- اعتبار تحقیق

۱۱-۳- سنجش ضریب اعتماد..... ۵۴

۱۲-۳- تکنیک‌های آماری..... ۵۴

فصل چهارم: یافته‌های تحقیق

۱-۴- بخش اول: توصیف یافته‌های تحقیق..... ۵۶

۲-۴- بخش دوم: تحلیل یافته‌های تحقیق..... ۶۷

فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادهای تحقیق

۱-۵- جمع بندی تحقیق..... ۷۱

۲-۵- بحث و نتیجه‌گیری تحقیق..... ۷۴

۳-۵- پیشنهادهای تحقیق..... ۷۶

۱-۳-۵- پیشنهادهای برگرفته از تحقیق..... ۷۶

۲-۳-۵- پیشنهاد به محققان بعدی..... ۷۶

۴-۵- محدودیت‌های تحقیق..... ۷۷

پیوست الف: دستورالعمل کدگذاری..... ۷۸

پیوست ب: اساسنامه جمعیت هلال احمر..... ۸۰

پیوست پ: ساختار سازمانی جمعیت هلال احمر..... ۹۵

فهرست منابع و مأخذ..... ۹۶

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول شماره ۴-۱-۱: توزیع فراوانی بر حسب سبک مطلب.....	۵۶
جدول شماره ۴-۱-۲: توزیع فراوانی بر حسب منبع مطلب.....	۵۸
جدول شماره ۴-۱-۳: توزیع فراوانی بر حسب موضوع مورد تأکید در مطلب.....	۵۹
جدول شماره ۴-۱-۴: توزیع فراوانی بر حسب محل اخبار.....	۶۱
جدول شماره ۴-۱-۵: توزیع فراوانی بر حسب نوع حادثه.....	۶۲
جدول شماره ۴-۱-۶: توزیع فراوانی بر حسب ماهیت اخبار.....	۶۳
جدول شماره ۴-۱-۷: توزیع فراوانی بر حسب ارزش خبری.....	۶۴
جدول شماره ۴-۱-۸: توزیع فراوانی بر حسب حجم مطلب.....	۶۵
جدول شماره ۴-۱-۹: توزیع فراوانی بر حسب نوع خبر.....	۶۶
جدول شماره ۴-۲-۱: آزمون t.....	۶۷
جدول شماره ۴-۲-۲: آزمون t.....	۶۸
جدول شماره ۴-۲-۳: آزمون t.....	۶۹

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۵۷	نمودار شماره ۴-۱-۱: توزیع فراوانی بر حسب سبک مطلب
۵۸	نمودار شماره ۴-۱-۲: توزیع فراوانی بر حسب منبع مطلب
۶۰	نمودار شماره ۴-۱-۳: توزیع فراوانی بر حسب موضوع مورد تأکید در مطلب
۶۱	نمودار شماره ۴-۱-۴: توزیع فراوانی بر حسب محل اخبار
۶۲	نمودار شماره ۴-۱-۵: توزیع فراوانی بر حسب نوع حادثه
۶۳	نمودار شماره ۴-۱-۶: توزیع فراوانی بر حسب ماهیت خبر
۶۴	نمودار شماره ۴-۱-۷: توزیع فراوانی بر حسب ارزش خبری
۶۵	نمودار شماره ۴-۱-۸: توزیع فراوانی بر حسب حجم مطلب
۶۶	نمودار شماره ۴-۱-۹: توزیع فراوانی بر حسب نوع خبر

فصل اول:

کلیات پژوهش

۱-۱- مقدمه

هر روز از گوشه و کنار دنیا اخباری به گوش می‌رسد که در نتیجه رانش زمین، زلزله، سیلاب‌های فصلی، طوفان و گردباد، تصادف‌های هوایی، دریایی یا ریلی و یا پدیده سونامی، عده بسیاری از مردم به کام مرگ کشیده شده و یا بی‌خانمان شده‌اند. اینکه حوادث در کدام نقطه دنیا و با چه سطحی از پیشرفت اجتماعی، فرهنگی، علمی رخ داده است چندان مهم نیست، آنچه مهم است، آن است که به هر حال گروهی از مردم دچار حادثه شده‌اند و بحرانی به وقوع پیوسته است و درست در همین هنگام است که نگاه اجتماعی و رسانه‌ای متوجه مسئولین و متولیان مواجهه با چنین حوادثی می‌شود. (پازوکی و همکاران، ۱۳۸۵، ص ۹).

در این زمان، اهمیت و حساسیت فعالیت‌های جمعیت هلال‌احمر در عرصه‌های ملی و بین‌المللی و نقش آن در امداد رسانی به هنگام حوادث و سوانح بسیار برجسته می‌نماید.

جمعیت هلال‌احمر به عنوان بزرگ‌ترین سازمان مردم‌نهاد در ایران، فعالیت‌هایی در زمینه امداد و نجات، دارویی و توانبخشی، نساجی، درمان خارج از کشور، زنان و حقوق بشر، براساس اصول هفتگانه نهضت بین‌المللی صلیب‌سرخ و هلال‌احمر - جهان‌شمولی، بی‌غرضی، بی‌طرفی، خدمات داوطلبانه، یگانگی، استقلال و بشردوستی - انجام می‌دهد که در همین خصوص، هلال‌احمر را می‌توان سازمانی به وسعت حوادث دانست.

۱-۲- طرح مسئله

تأسیس سازمان صلیب سرخ در نتیجه تلاش‌های "هانری دونان" بازرگان سوئیسی و یک انسان بشردوست ۱۵۰ سال پیش در روز ۲۹ اکتبر سال ۱۸۶۳ میلادی در جریان کنفرانس بین‌المللی ژنو تحقق یافت. ۹۱ سال قبل نیز در سال ۱۳۰۱ خورشیدی یعنی اواخر دوره قاجاریه، هم‌زمان با تصویب هلال‌احمر برای دولت عثمانی که با میانجی‌گری دیپلمات وقت ایران "ممتازالسلطنه" صورت گرفت، دولت ایران نیز موفق شد نشان ویژه جمعیت شیر و خورشید سرخ ایران را رسمی سازد که در سال ۱۳۰۳ خورشیدی نیز این جمعیت توسط کمیته بین‌المللی صلیب سرخ و فدراسیون بین‌المللی جمعیت‌های صلیب سرخ و هلال‌احمر به رسمیت شناخته شد و با ایجاد شعب در شهرهای مختلف، فعالیت خود را به صورت مستقل و زیر نظر هیئت مدیره آغاز کرد.

نیازهای مالی این جمعیت نیز به‌طور عمده از طریق مردم، خیرین و موقوفات تأمین می‌شد و با وجود نوپا بودن، در همان سال‌ها به فعالیت‌های خیریه بسیاری از جمله ایجاد زایشگاه، درمانگاه‌های خیریه با ارائه خدمات رایگان، مشارکت در فعالیت‌های آبرسانی، احداث جاده‌های شوسه و کمک به بهداری ارتش پرداخت و تا زمان پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ این جمعیت توانسته بود در سراسر کشور ۵۰۰ بیمارستان و مرکز درمانی، با مجموع ۱۵ هزار تخت بیمارستانی، چندین مرکز جوانان، نوجوانان و کودکان، پرورشگاه، آموزشگاه پرستاری، مرکز دارویی و جاده‌ای، امداد هوایی و دریایی و بانک خون تأسیس کند و تجهیزاتی نظیر ۵ فروند هواپیما، ۵ فروند بالگرد، یک کشتی بیمارستانی و بیش از ۲ هزار وسیله حمل و نقل زمینی را در اختیار داشت.

در حال حاضر، بیشتر فعالیت‌های جمعیت حول محور امداد رسانی به آسیب‌دیدگان حوادث طبیعی متمرکز شده است و با تأسیس مراکز درمانی و توانبخشی، سازمان‌های جوانان، داوطلبان، تولید دارو و تجهیزات پزشکی در سایر زمینه‌های مرتبط نیز به صورت یک ارگان خدمت‌رسان و خیریه خدمت می‌کند. این جمعیت با برخورداری از شعب و تجهیزات مناسب، بزرگ‌ترین سازمان امدادی کشور محسوب می‌شود. با توجه به جایگاه این ارگان، بدیهی است که سهم قابل توجهی از اخبار روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های رسمی به‌ویژه هنگام وقوع حوادث غیرمترقبه را به خود اختصاص داده و اهمیت ویژه‌ای را

در رسانه‌ها داشته باشد. در همین خصوص، این پژوهش بر آن است تا نحوه‌ی بازتاب اخبار مربوط به جمعیت هلال‌احمر جمهوری اسلامی ایران را در رسانه‌ها مطالعه و ارزیابی کند.

۱-۳-۳- اهمیت مسئله

۱-۳-۱- ضرورت علمی

امروزه در سطح بین‌المللی یکی از معیارهای سنجش میزان فعالیت‌های بشردوستانه و غیرسیاسی در هر کشور، وضعیت جمعیت ملی هلال‌احمر و صلیب‌سرخ و عدم وابستگی و غیرسیاسی بودن آنهاست. در کشور ما نیز جمعیت هلال‌احمر در حوادث گوناگون به ویژه حوادثی چون زلزله و سیل نقش مهمی را ایفا کرده است و ستون کمک‌رسانی و مدیریت بحران بوده است. با وجود این از جمله حوزه‌هایی است که در عرصه پژوهش مورد غفلت و بی‌مهری واقع شده است و با جست‌وجویی اجمالی می‌توان دریافت که میزان پژوهش‌های انجام شده در این زمینه چندان قابل توجه نیست و این در حالی است که توجه به این عرصه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و با در نظر گرفتن نقش تعیین‌کننده آن در توسعه‌یافتگی و رفاه و پیشرفت کشور توجه به آن ضروری است.

۱-۳-۲- ضرورت عملی

هر روزه در گوشه و کنار دنیا شاهد حوادث و بلایای طبیعی و نیز غیرمترقبه و انسان‌ساخت هستیم که کمک‌رسانی به آسیب‌دیدگان چنین حوادثی از اولویت دولت‌ها در جهان است. کشور ما نیز با توجه به موقعیت جغرافیایی و قرار گرفتن روی گسل‌های زلزله‌خیز و همچنین بارش شدید برف و باران در برخی نقاط و... از این آسیب‌ها مصون نیست. به همین دلیل، جمعیت هلال‌احمر در کشور ما نیز از اهمیت به‌سزایی برخوردار است و در واقع مهم‌ترین رکن مدیریت بحران به شمار می‌رود. اما نکته‌ای که در این میان بسیار قابل توجه است و مستقیماً با حوزه رسانه ارتباط دارد، نحوه‌ی خبررسانی از فعالیت‌های هلال‌احمر و همچنین میزان آگاهی‌بخشی از طریق رسانه‌های جمعی است. خبررسانی به‌موقع جمعیت هلال‌احمر از خطرات احتمالی، پوشش اخبار در زمان حوادث و نحوه‌ی و

میزان کمک‌رسانی مسئله‌ای بسیار مهم است که مطالعه آن می‌تواند به سرعت و دقت در این زمینه بیفزاید.

از این رو، این پژوهش با نگاهی تازه به نحوه انعکاس اخبار این جمعیت در رسانه‌ها پرداخته است. به عبارت بهتر اخبار حوادث و فعالیت‌های هلال‌احمر قبل و بعد از حوادث و همچنین حین بحران مورد مطالعه قرار گرفته و محتوا و ساختار آن بررسی می‌گردد.

۱-۴- اهداف تحقیق

۱-۴-۱- هدف اصلی

شناخت نحوه بازتاب اخبار جمعیت هلال‌احمر جمهوری اسلامی ایران در رسانه‌ها

۱-۴-۲- هدف فرعی

شناخت ساختار و محتوای اخبار منعکس شده از جمعیت هلال‌احمر جمهوری اسلامی ایران در رسانه‌ها

۱-۵- سئوالات تحقیق

- اخبار منعکس شده از جمعیت هلال‌احمر جمهوری اسلامی ایران در رسانه‌ها بیشتر دارای چه موضوعی می‌باشند؟
- اخبار منعکس شده از جمعیت هلال‌احمر جمهوری اسلامی ایران چه سبکی دارند؟
- اخبار منعکس شده از جمعیت هلال‌احمر جمهوری اسلامی ایران در رسانه‌ها بیشتر رویدادمدار یا فرایندمدار هستند؟
- اخبار منعکس شده از جمعیت هلال‌احمر جمهوری اسلامی ایران در رسانه‌ها بیشتر چه ماهیتی دارند؟
- آیا بین حجم و ماهیت اخبار منعکس شده از جمعیت هلال‌احمر جمهوری اسلامی ایران در رسانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد؟

- آیا بین حجم و محل اخبار منعکس شده از جمعیت هلال احمر جمهوری اسلامی ایران در رسانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد؟
- آیا بین حجم و منبع اخبار منعکس شده (روزنامه و خبرگزاری) از جمعیت هلال احمر جمهوری اسلامی ایران در رسانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد؟

۱-۶- فرضیه‌های تحقیق

- بین حجم و ماهیت اخبار منتشر شده از جمعیت هلال احمر جمهوری اسلامی ایران در رسانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد.
- بین حجم و محل اخبار منعکس شده از جمعیت هلال احمر جمهوری اسلامی ایران در رسانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد.
- بین حجم و منبع اخبار منعکس شده (روزنامه و خبرگزاری) از جمعیت هلال احمر جمهوری اسلامی ایران در رسانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

۱-۷- تعریف مهم‌ترین مفاهیم تحقیق

پوشش خبری: از محدود واژه‌های ارتباطی، که اکثر محققین و کارشناسان آن را بدیهی می‌پندارند و کمتر کسی به دنبال تعریف آن می‌گردد و تقریباً انعکاسات خبری در قالب آن جای داده می‌شود. در منابع فارسی رسمی در خصوص پوشش خبری فقط دو تعریف وجود دارد که اولی، تعریف مشترک آقای دکتر سلطانی‌فر و خانم دکتر هاشمی است. طبق این تعریف، پوشش خبری مجموعه فعالیت‌هایی است که روی خبر صورت می‌گیرد تا ارزش یک خبر و جایگاه آن از وضعیت واقعی آن بالاتر یا پایین‌تر مطرح شود و ارزش آن خبر در مجاورت مطالب دیگر کمتر، بیشتر یا صفر شود.

تعریف دیگر در خصوص پوشش خبری مربوط به مرحوم دکتر ابوترابی‌ان است که به صورت شفاهی در مقطع کارشناسی ارشد روزنامه‌نگاری و در درس پوشش خبری عنوان شده است.

ایشان معتقد بود که پوشش خبری به آرایه‌ها (اضافه کردن‌ها) و پیرایه‌ها (کم کردن‌ها) گویند که به اصل خبر یا حواشی و تفسیرهای آن اضافه یا کم می‌شود و قصد و منظور خاصی را به گیرنده القا می‌کند. (سبیلان اردستانی، ۱۳۷۸: ۲۵)

سازمان^۱: سازمان عبارت است از هماهنگی معقول تعدادی از افراد که از طریق تقسیم وظایف و برقراری روابط منظم و منطقی برای تحقق هدف یا منظور مشترکی، به‌طور مستمر فعالیت می‌کنند. (علاقه‌بند، ۱۳۸۸: ۷)

خبر: گزارش و بیان برخی از رویدادهای خبری که دارای ارزش‌های خبری است و در فرایند تبدیل رویداد به خبر، ممکن است تحت تأثیر عوامل درون‌رسانه‌ای و برون‌رسانه‌ای، از میزان عینیت آن کاسته می‌شود. (نصراللهی، ۱۳۸۴: ۳۷)

ارزش خبری^۲: ارزش‌های خبری معیارهایی هستند که بر اساس آنها، خبرنگاران تشخیص می‌دهند که چه چیزی ارزش خبری دارد و باید آن را گزارش کنند. (گیل و آدامز، ۱۳۸۴: ۴۶)

ارزش‌ها ماهیتی عینی دارند، در درون رویدادها نهفته‌اند و به خبر هویت و ساختار می‌دهند. «هر رویداد حاوی یک یا مجموعه‌ای از ارزش‌ها است و همین ارزش‌ها هستند که رگه‌های اصلی خبر را تشکیل می‌دهند. طبعاً توان تعیین و شناسایی این ارزش‌ها مقوله‌ای مهم و تعیین‌کننده است.» (شکرخواه، ۱۳۷۴: ۹)

درب‌گیری، شهرت، برخورد/تضاد، شگفتی و استثنا، بزرگی و فراوانی، مجاورت و تازگی مهم‌ترین ارزش‌های خبری هفت‌گانه هستند.

برجسته‌سازی خبر: از منظر کاب وایلدر (۱۹۷۲/۱۹۸۳) و لنگ و لنگ (۱۹۸۱) موضوعی که دو جنبه‌ای و شامل تضاد است و به ما یادآوری می‌کند که برجسته‌سازی، به‌صورت ذاتی، فرایندی سیاسی است. برخی از موضوعات از طریق رسانه‌ها، عموم و سیاست‌گذاران مورد توجه قرار می‌گیرند، حال آنکه برخی دیگر مورد توجه واقع نمی‌شوند (دیرینگ و راجرز، ۱۳۸۵: ۶). منظور از

^۱ Organization

^۲ News Value