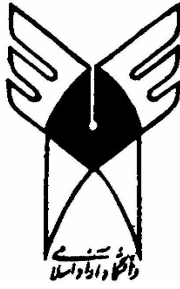


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی ، گروه علوم ارتباطات

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

گرایش روزنامه نگاری

عنوان :

پوشش خبری قانون هدفمندی یارانه ها در صدا و سیما

(بررسی موردی: اخبار ساعت ۱۴ شبکه اول سیما و ۱۳ شبکه خبر)

استاد راهنما :

دکتر اکبر نصراللهی

استاد مشاور :

دکتر امیر مسعود امیرمظاهری

پژوهشگر :

حسین نیک پور

زمستان ۱۳۹۰

تقدیم به :

همسرم :

که فروغ مهرش روشنی بخش زندگی من است و با صبر و حوصله فراوان در کلیه مراحل این پایان نامه همراه و غمخوارم بوده است.

پدر و مادر عزیزم :

که همواره بر کوتاهی و درستی من، قلم عفو کشیده و کریمانه از کنار غفلت هایم گذشته اند و در تمام عرصه های زندگی یار و یابوری بی چشمداشت برای من بوده اند.

سپاسگزاری

با سپاس فراوان و کمال قدردانی از جناب آقای دکتر اکبر نصراللهی و جناب آقای دکتر امیرمسعود امیرمظاهری که با راهنمایی‌ها و زحمات بی‌شائبه‌شان، اینجانب را در به پایان رساندن این رساله، یاری نمودند.

بسمه تعالی

تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب حسین نیک پور دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته به شماره دانشجویی ۸۸۰۸۳۶۸۰۹۰۰ در رشته علوم ارتباطات - روزنامه نگاری که در تاریخ ۱۳۹۰/۱۰/۲۶ از پایان نامه خود تحت عنوان: پوشش خبری قانون هدفمندی یارانه ها در صدا و سیما (بررسی موردی: اخبار ساعت ۱۴ شبکه اول سیما و ۱۳ شبکه خبر) با کسب نمره ۱۹/۵۰ و درجه عالی دفاع نموده ام بدین وسیله 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. این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی ارائه نشده است.
۳. چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هر گونه 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.
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 هیچ گونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی:

تاریخ و امضاء:

بسمه تعالی

در تاریخ ۱۳۹۰/۱۰/۲۶

دانشجوی کارشناسی ارشد آقای حسین نیک پور از پایان نامه خود دفاع
نموده و با نمره ۱۹/۵۰ بحروف نوزده و پنجاه صدم و با درجه عالی
مورد تصویب قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما

بسمه تعالی

دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تهران مرکزی

دانشکده: روانشناسی و علوم اجتماعی

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

| | | |
|---|--|---------------------------------------|
| نام واحد دانشگاهی: تهران مرکزی | کد: ۱۰۱ | کد شناسایی پایان نامه: ۱۰۱۲۰۵۰۹۹۰۱۰۰۳ |
| عنوان پایان نامه: پوشش خبری قانون هدفمندی یارانه ها در صدا و سیما (بررسی موردی: اخبار ساعت ۱۴ شبکه اول سیما و ۱۳ شبکه خبر) | | |
| نام و نام خانوادگی دانشجو: حسین نیک پور | تاریخ شروع پایان نامه: ۱۳۸۹/۱۰/۱۶ | تاریخ اتمام پایان نامه: ۱۳۹۰/۱۰/۲۶ |
| شماره دانشجویی: ۸۸۰۸۳۶۸۰۹۰۰ | رشته تحصیلی: علوم ارتباطات - روزنامه نگاری | |
| استاد/استادان راهنما: دکتر اکبر نصراللهی | | |
| استاد/استادان مشاور: دکتر امیرمسعود امیرمظاهری | | |
| آدرس: تهران - خیابان فرجام شرقی - خیابان ولیعصر - کوچه آبنیکی - پلاک ۷۷ | | |
| تلفن: ۷۷۸۰۱۳۲۵ | | |
| <p>چکیده پایان نامه (شامل خلاصه، اهداف، روش های اجرا و نتایج به دست آمده):</p> <p>قانون هدفمندی یارانه ها به حدی مهم است که از آن به "جراحی اقتصادی" تعبیر شده است. اجرای چنین قانونی به زمینه سازی های گسترده و ایجاد هماهنگی میان مردم و مجریان قانون نیازمند بوده است؛ انتظار این بوده است سازمان صدا و سیما، وظایف اصلی، آموزشی و اطلاع رسانی را در خصوص این قانون و مسائل مرتبط با آن ایفا کند و میزان انحراف احتمالی هر یک از بخش های اجرایی را از شاخص ها و اهداف قانون هدفمند کردن یارانه ها اعلام کند. در این تحقیق همه خبرهای مرتبط با این قانون (۳۵۴ خبر) در ۶ ماهه دوم سال ۸۹، در دو بخش خبری شبکه خبر (ساعت ۱۳) و شبکه اول سیما (ساعت ۱۴) به روش "تحلیل محتوا" بررسی شده است. سؤال اصلی، چگونگی و میزان انعکاس مطالب مربوط به قانون هدفمندی یارانه ها و شاخص های مطرح در این قانون بوده است. فرضیه ها این بود که: میان شبکه های خبری مورد بررسی و نحوه انعکاس مطالب مربوط به قانون هدفمند کردن یارانه ها، رویکرد انتشار مطالب و میزان پرداخت به شاخص های این قانون، رابطه معنی داری وجود دارد. بر اساس نتایج به دست آمده هر سه این فرضیات تأیید شد. نتایج همچنین حاکیست خبرهای این قانون بیشتر رویدادمدار، رویکردها ترغیبی و اطلاع رسانی و فاقد حتی یک مورد نگاه انتقادی بوده است. به لحاظ توجه به شاخص های قانون هدفمندی یارانه ها، از میان هشت شاخص استخراج شده، سه شاخص: صرفه جویی، توزیع صحیح یارانه ها و اصلاح مدیریت و افزایش بهره وری، بیشترین درصد را به خود اختصاص داده اند اما به شاخص های حمایت از تولید، بهبود وضعیت زندگی، افزایش قدرت خرید و کاهش هزینه ها با ۲ درصد کمترین توجه شده است. ۶۱ درصد مطالب منتشر شده، به هیچ یک از شاخص های این قانون نپرداخته اند.</p> <p>کلیدواژه: قانون هدفمندی یارانه ها، بخشهای خبری، برجسته سازی، چارچوب سازی، دروازه بانی، اخبار، شبکه خبر، شبکه اول سیما</p> | | |

نظر استاد راهنما برای چاپ در پژوهش نامه دانشگاه مناسب است تاریخ و امضا:

مناسب نیست

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

چکیده

فصل اول: کلیات تحقیق

| | |
|----|--------------------------|
| ۱۶ | ۱-۱- مقدمه |
| ۱۶ | ۲-۱- طرح مساله |
| ۱۷ | ۳-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق |
| ۱۸ | ۴-۱- هدف تحقیق |
| ۱۹ | ۵-۱- سوالات تحقیق |
| ۲۰ | ۶-۱- فرضیات تحقیق |
| ۲۱ | ۷-۱- تعریف مفاهیم |
| ۲۱ | ۱-۷-۱- خبر: |
| ۲۲ | ۲-۷-۱- گزارش خبری: |
| ۲۳ | ۳-۷-۱- تحلیل و تفسیر: |
| ۲۳ | ۴-۷-۱- ارزش های خبری: |
| ۲۴ | ۵-۷-۱- منبع خبر: |
| ۲۴ | ۶-۷-۱- ماهیت خبر: |

فصل دوم: مبانی نظری

| | |
|----|--|
| ۲۷ | ۱-۲- پیشینه تحقیق |
| ۲۷ | ۲-۲- ادبیات موضوع و چارچوب نظری |
| ۲۷ | ۱-۲-۲- کارکردهای اصلی وسایل ارتباط جمعی: |
| ۲۸ | ۱-۲-۲-۱- نقش خبری: |
| ۲۹ | ۲-۲-۲-۱- نقش تفریحی: |
| ۳۰ | ۳-۲-۲-۱- نقش آگاه سازی: |
| ۳۰ | ۴-۲-۲-۱- نقش آموزشی: |
| ۳۲ | ۵-۲-۲-۱- نقش راهنمایی و رهبری: |
| ۳۳ | ۶-۲-۲-۱- نقش تبلیغی: |
| ۳۳ | ۷-۲-۲-۱- نقش توسعه فرهنگی: |
| ۳۴ | ۸-۲-۲-۱- نقش شکل دهی به افکار عمومی: |
| ۳۵ | ۹-۲-۲-۱- نقش همگن سازی: |
| ۳۵ | ۱۰-۲-۲-۱- نقش فرهنگ پذیری: |

| | |
|----|--|
| ۳۶ | ۲-۲-۲- نقش خبری تلویزیون: |
| ۳۶ | ۳-۲-۲- نظریه دروازه بانی: |
| ۳۷ | ۱-۳-۲-۲- عوامل دروازه بانی: |
| ۳۸ | ۲-۳-۲-۲- سطوح تحلیل دروازه بانی: |
| ۳۹ | ۳-۳-۲-۲- دو نوع کنترل در دروازه بانی: |
| ۳۹ | ۴-۳-۲-۲- مشکلات دریافت گزینشی اخبار |
| ۴۱ | ۵-۳-۲-۲- مدل‌های دروازه بانی خبر |
| ۴۱ | ۱-۵-۳-۲-۲- مدل وایت |
| ۴۲ | ۲-۵-۳-۲-۲- الگوی ارتباطی وستلی و مک لین |
| ۴۳ | ۳-۵-۳-۲-۲- مدل باس |
| ۴۴ | ۴-۲-۲- نظریه برجسته سازی |
| ۴۵ | ۱-۴-۲-۲- تعریف برجسته سازی |
| ۴۶ | ۲-۴-۲-۲- فرآیند برجسته سازی |
| ۴۶ | ۳-۴-۲-۲- اولویت ها در فرآیند برجسته سازی |
| ۴۹ | ۴-۴-۲-۲- برجسته سازی در عرصه سیاست |
| ۵۲ | ۵-۴-۲-۲- رابطه برجسته سازی و دروازه بانی |
| ۵۲ | ۵-۲-۲- تئوری چارچوب |
| ۵۵ | ۶-۲-۲- اعتماد سازی در خبر |
| ۵۶ | ۱-۶-۲-۲- عوامل اعتماد مخاطب به رسانه |
| ۵۷ | ۲-۶-۲-۲- عوامل موثر بر شکل گیری بی اعتمادی مخاطبان نسبت به خبر |

فصل سوم- روش تحقیق

| | |
|----|---------------------------------|
| ۶۲ | ۱-۳- مقدمه |
| ۶۲ | ۲-۳- تعریف تحلیل محتوا |
| ۶۴ | ۳-۳- واحد تحلیل |
| ۶۴ | ۴-۳- جامعه آماری |
| ۶۵ | ۵-۳- روش جمع آوری اطلاعات |
| ۶۵ | ۶-۳- تعاریف عملیاتی |
| ۶۵ | ۱-۶-۳- نام شبکه: |
| ۶۵ | ۲-۶-۳- ماه انتشار: |
| ۶۵ | ۳-۶-۳- اخبار داخلی: |
| ۶۶ | ۴-۵-۳- اخبار خارجی: |
| ۶۶ | ۵-۶-۳- ارزش خبری: |
| ۶۶ | ۶-۶-۳- نحوه انعکاس مطلب: |

| | |
|----|---|
| ۶۶ | ۳-۶-۷- منبع خبر: |
| ۶۷ | ۳-۶-۸- رویکرد این دو شبکه به موضوع هدفمند کردن یارانه ها: |
| ۶۸ | ۳-۶-۹- اولویت خبری: |
| ۶۸ | ۳-۶-۱۰- هدلاین: |
| ۶۹ | ۳-۶-۱۱- منطقه رویداد: |
| ۶۹ | ۳-۶-۱۲- شاخصهای انعکاس یافته: |
| ۷۲ | ۳-۷- اعتبار تحقیق (روایی) |
| ۷۳ | ۳-۸- سنجش ضریب قابلیت اعتماد(پایایی) |
| ۷۳ | ۳-۸-۱- مراحل اجرای ضریب پای اسکات |

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

| | |
|----|------------------|
| ۷۶ | ۴-۱- مقدمه |
|----|------------------|

فصل پنجم: نتایج تحقیق

| | |
|-----|--|
| ۱۱۳ | ۵-۱- مقدمه |
| ۱۱۳ | ۵-۲- خلاصه نتایج توصیفی |
| ۱۱۷ | ۵-۳- خلاصه نتایج استنباطی |
| ۱۱۹ | ۵-۴- پیشنهادهای تحقیق |
| ۱۲۰ | ۵-۴-۱- پیشنهاد برای محققین بعدی: |
| ۱۲۱ | فهرست مراجع |
| | ضمائم |
| ۱۲۶ | ۱. متن کامل قانون هدفمندی یارانه ها |
| ۱۳۵ | ۲. کدنامه شامل متغیرها و مقوله های تحقیق |
| ۱۳۷ | ۳. جدول کد گذاری متغیرها |

فهرست جداول

| عنوان | صفحه |
|--|------|
| جدول ۱-۱- اخبار رویداد مدار و فرایند مدار | ۲۵ |
| جدول شماره ۱-۳ : ضریب پایایی متغیرها | ۷۴ |
| جدول شماره ۱-۴. توزیع فراوانی و درصد اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های مورد بررسی | ۷۷ |
| جدول شماره ۲-۴. توزیع فراوانی و درصد مقطع اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر | ۷۸ |
| جدول شماره ۳-۴. توزیع فراوانی و درصد ماهیت اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر | ۷۹ |
| جدول شماره ۴-۴. توزیع فراوانی و درصد نحوه انعکاس اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر | ۸۰ |
| جدول شماره ۵-۴. توزیع فراوانی و درصد تصاویر اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر | ۸۱ |
| جدول شماره ۶-۴. توزیع فراوانی و درصد تصاویر اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر از جنبه آرشیوی و غیرآرشیوی بودن | ۸۲ |
| جدول شماره ۷-۴. توزیع فراوانی و درصد اخبار بدون تصویر قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر | ۸۳ |
| جدول شماره ۸-۴. توزیع فراوانی و درصد منبع اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر | ۸۴ |
| جدول شماره ۹-۴. توزیع فراوانی و درصد رویکرد اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر | ۸۵ |
| جدول شماره ۱۰-۴. توزیع فراوانی و درصد رویکرد اطلاع‌رسانی اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر | ۸۶ |
| جدول شماره ۱۱-۴. توزیع فراوانی و درصد شاخص انعکاس یافته اخبار هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر | ۸۸ |
| جدول شماره ۱۲-۴. توزیع فراوانی و درصد حجم (از نظر زمانی) اخبار هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر | ۹۰ |
| جدول شماره ۱۳-۴. توزیع فراوانی و درصد اولویت پخش اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر | ۹۲ |
| جدول شماره ۱۴-۴. توزیع فراوانی و درصد هدلاین اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر | ۹۴ |
| جدول شماره ۱۵-۴. توزیع فراوانی و درصد ارزش خبری اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر | ۹۵ |

| | |
|--|-----|
| جدول شماره ۴-۱۶. توزیع فراوانی و درصد منطقه رویداد اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر..... | ۹۷ |
| جدول شماره ۴-۱۷. توزیع فراوانی و درصد مقطع اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها به تفکیک شبکه‌های یک و خبر..... | ۹۸ |
| جدول شماره ۴-۱۸. توزیع فراوانی و درصد ماهیت اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها به تفکیک شبکه‌های یک و خبر..... | ۹۹ |
| جدول شماره ۴-۱۹. توزیع فراوانی و درصد نحوه انعکاس اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها به تفکیک شبکه‌های یک و خبر..... | ۱۰۰ |
| جدول شماره ۴-۲۰. توزیع فراوانی و درصد تصاویر اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها به تفکیک شبکه‌های یک و خبر..... | ۱۰۱ |
| جدول شماره ۴-۲۱. توزیع فراوانی و درصد منبع اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها به تفکیک شبکه‌های یک و خبر..... | ۱۰۲ |
| جدول شماره ۴-۲۲. توزیع فراوانی و درصد رویکرد اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها به تفکیک شبکه‌های یک و خبر..... | ۱۰۳ |
| جدول شماره ۴-۲۳. توزیع فراوانی و درصد رویکرد اطلاع‌رسانی اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها به تفکیک شبکه‌های یک و خبر..... | ۱۰۴ |
| جدول شماره ۴-۲۴. توزیع فراوانی و درصد شاخص انعکاس یافته اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها به تفکیک شبکه‌های یک و خبر..... | ۱۰۵ |
| جدول شماره ۴-۲۵. توزیع فراوانی و درصد حجم (از نظر زمانی) اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها به تفکیک شبکه‌های یک و خبر..... | ۱۰۷ |
| جدول شماره ۴-۲۶. توزیع فراوانی و درصد رویکرد اولویت پخش اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها به تفکیک شبکه‌های یک و خبر..... | ۱۰۸ |
| جدول شماره ۴-۲۷. توزیع فراوانی و درصد هدلاین اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها به تفکیک شبکه‌های یک و خبر..... | ۱۰۹ |
| جدول شماره ۴-۲۸. توزیع فراوانی و درصد ارزش خبری اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها به تفکیک شبکه‌های یک و خبر..... | ۱۱۰ |
| جدول شماره ۴-۲۹. توزیع فراوانی و درصد منطقه رویداد اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها به تفکیک شبکه‌های یک و خبر..... | ۱۱۱ |

فهرست نمودارها

| صفحه | عنوان |
|---------|---|
| ۷۷..... | نمودار شماره ۴-۱. توزیع درصدی اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های مورد بررسی |
| ۷۸..... | نمودار شماره ۴-۲. توزیع درصدی مقطع اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر |
| ۷۹..... | نمودار شماره ۴-۳. توزیع درصدی ماهیت اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر |
| ۸۰..... | نمودار شماره ۴-۴. توزیع درصدی نحوه انعکاس اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر |
| ۸۱..... | نمودار شماره ۴-۵. توزیع درصدی تصاویر اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر |
| ۸۲..... | نمودار شماره ۴-۶. توزیع درصدی تصاویر اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر از جنبه آرشیوی و غیرآرشیوی بودن |
| ۸۳..... | نمودار شماره ۴-۷. توزیع درصدی اخبار بدون تصویر قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر |
| ۷۰..... | نمودار شماره ۴-۸. توزیع درصدی منبع اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر |
| ۷۱..... | نمودار شماره ۴-۹. توزیع درصدی رویکرد اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر |
| ۸۷..... | نمودار شماره ۴-۱۰. توزیع درصدی رویکرد اطلاع‌رسانی اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر |
| ۸۹..... | نمودار شماره ۴-۱۱. توزیع درصدی شاخص انعکاس یافته اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر |
| ۹۱..... | نمودار شماره ۴-۱۲. توزیع درصدی حجم (از نظر زمانی) اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر |
| ۹۳..... | نمودار شماره ۴-۱۳. توزیع درصدی اولویت پخش اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر |
| ۹۴..... | نمودار شماره ۴-۱۴. توزیع درصدی هدلاین اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر |
| ۹۶..... | نمودار شماره ۴-۱۵. توزیع درصدی ارزش خبری اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر |
| ۹۷..... | نمودار شماره ۴-۱۶. توزیع درصدی منطقه رویداد اخبار هدفمندی یارانه‌ها در شبکه‌های یک و خبر |

چکیده

قانون هدفمندی یارانه‌ها به حدی مهم است که از آن به "جراحی اقتصادی" تعبیر شده است. اجرای چنین قانونی به زمینه‌سازی‌های گسترده و ایجاد هماهنگی میان مردم و مجریان قانون نیازمند بوده است؛ انتظار این بوده است سازمان صدا و سیما، وظایف اصلی، آموزشی و اطلاع رسانی را در خصوص این قانون و مسائل مرتبط با آن ایفا کند و میزان انحراف احتمالی هر یک از بخش‌های اجرایی را از شاخص‌ها و اهداف قانون هدفمند کردن یارانه‌ها اعلام کند. در این تحقیق همه خبرهای مرتبط با این قانون (۳۵۴ خبر) در ۶ ماهه دوم سال ۸۹، در دو بخش خبری شبکه خبر (ساعت ۱۳) و شبکه اول سیما (ساعت ۱۴) به روش "تحلیل محتوا" بررسی شده است. سؤال اصلی، چگونگی و میزان انعکاس مطالب مربوط به قانون هدفمندی یارانه‌ها و شاخص‌های مطرح در این قانون بوده است. فرضیه‌ها این بود که: میان شبکه‌های خبری مورد بررسی و نحوه انعکاس مطالب مربوط به قانون هدفمند کردن یارانه‌ها، رویکرد انتشار مطالب و میزان پرداخت به شاخص‌های این قانون، رابطه معنی‌داری وجود دارد. بر اساس نتایج به دست آمده هر سه این فرضیات تأیید شد. نتایج همچنین حاکیست خبرهای این قانون بیشتر رویدادمدار، رویکردها ترغیبی و اطلاع‌رسانی و فاقد حتی یک مورد نگاه انتقادی بوده است. به لحاظ توجه به شاخص‌های قانون هدفمندی یارانه‌ها، از میان هشت شاخص استخراج شده، سه شاخص: صرفه‌جویی، توزیع صحیح یارانه‌ها و اصلاح مدیریت و افزایش بهره‌وری، بیشترین درصد را به خود اختصاص داده‌اند اما به شاخص‌های حمایت از تولید، بهبود وضعیت زندگی، افزایش قدرت خرید و کاهش هزینه‌ها با ۲ درصد کمترین توجه شده است. ۶۱ درصد مطالب منتشر شده، به هیچ یک از شاخص‌های این قانون پرداخته‌اند.

کلیدواژه: قانون هدفمندی یارانه‌ها، بخشهای خبری، برجسته‌سازی، چارچوب‌سازی،

دروازه‌بانی، اخبار، شبکه خبر، شبکه اول سیما

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- مقدمه

در فصل اول پژوهش حاضر به بیان مساله این تحقیق پرداخته ایم. همچنین در این فصل، اهمیت و ضرورت پرداختن به موضوع مورد بررسی از دیدگاه محقق توضیح داده شده است. بیان هدفهایی که این پژوهش به دنبال دستیابی به آنهاست و همچنین سوالهایی که برای رسیدن به این هدفها طرح شده اند از دیگر بخش های این فصل است. در پایان این فصل نیز واژه های کلیدی به کار رفته در این تحقیق، توضیح داده شده اند.

۱-۲- طرح مساله

وسایل ارتباط جمعی، امروزه جزء جدایی ناپذیر زندگی انسانها به شمار می روند. انسانها برای گرفتن تصمیمات بهینه، نیاز به اطلاعات و داده های درست، جامع و روشن دارند که معمولاً این اطلاعات را از رسانه ها به دست می آورند.

"یکی از کارکردهای ویژه رسانه های ارتباط جمعی، پخش مداوم و روزانه اخبار است. در واقع می توان گفت انتشار جریان رویدادهای اجتماعی، وظیفه و نقش اساسی وسایل ارتباط جمعی است؛ خبر به عنوان یک تولید رسانه ای، گزارشی از رویدادهای واقعی و عینی دارای یک یا چند ارزش خبری است که تحت تاثیر عوامل درون سازمانی و برون سازمانی شکل می گیرد"

(بدیعی و قندی، ۱۳۷۸، ۲۵).

از سوی دیگر رسانه‌ها همواره به عنوان ابزاری بوده‌اند که از سوی حکومتها برای شکل دهی افکار عمومی بکار گرفته شده‌اند و از این منظر همیشه جایگاه ویژه‌ای در سیاستگذاریهای نظامهای مختلف داشته‌اند. کشور ما نیز از این قانون مستثنی نیست و در این تحقیق به دنبال آنیم که عملکرد رسانه ملی را در تبیین و اطلاع‌رسانی یکی از پرچالش‌ترین قوانین در سالهای گذشته بررسی کنیم.

قانون هدفمندی یارانه‌ها که از دیرباز آرزوی مقامات کشور بوده است از اواخر آذرماه سال ۸۹ به اجرا درآمد. هدف این قانون، توزیع عادلانه یارانه در میان مردم عنوان شده است، در متن این قانون و سخنرانیهای رئیس‌جمهور، برخی محورهای اصلی از جمله کاهش مصرف و یا اصلاح الگوی مصرف به عنوان شاخصهای قانون هدفمندی یارانه‌ها مطرح شده‌اند. از جمله دیگر شاخصهای مهم مطرح در این قانون از این قرارند: کمک به اقشار خاص، بهینه کردن مصرف در کشور، توزیع صحیح و عادلانه یارانه‌ها، افزایش ثروت ملی، افزایش کیفیت، افزایش تولید، اصلاح مدیریت، کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری در بخشهای مختلف.

انتظار می‌رود صدا و سیما به عنوان ابزار رسانه‌ای اصلی جمهوری اسلامی، در برنامه‌های خود و به ویژه بخشهای خبری، به اطلاع‌رسانی در خصوص قانون هدفمندی یارانه‌ها و انعکاس شاخصهای موجود در آن پرداخته باشد و این تحقیق در پی بررسی نحوه و میزان پرداختن صدا و سیما به این قانون و شاخصهای مطرح در آن است.

۱-۳- ضرورت و اهمیت تحقیق

قانون هدفمند کردن یارانه‌ها که در سالهای گذشته به دلیل چالش برانگیز بودن آن به اجرا درنیامده بود در اواخر آذرماه سال ۸۹ رسماً آغاز شد. رئیس‌جمهور از این قانون به عنوان یک جراحی اقتصادی یاد کرد که این می‌تواند نشان‌دهنده اهمیت و تاثیرگذاری بالای آن در اقتصاد کشور و زندگی مردم باشد. بر اساس آنچه تا زمان انجام این تحقیق اجرا شده است بخش قابل

توجهی از یارانه نان، آب و همچنین حاملهای انرژی نظیر بنزین و گاز و برق حذف شده است و در ازای حذف این یارانه ها ماهانه، ۴۵ هزار و پانصد تومان به ازای هر نفر به حساب سرپرست خانوارهای ایرانی واریز می شود. با توجه به جمعیت ۷۵ میلیونی کشور و تأثیری که حذف یارانه ها در اقتصاد کشور می گذارد می توان به چالش برانگیز بودن این قانون پی برد. حال با توجه به اهمیت فوق العاده این قانون و در نظر داشتن اینکه تا کنون تحقیقی در مورد نحوه عملکرد سیمای جمهوری اسلامی ایران در خصوص آن انجام نشده است این تحقیق نمونه خوبی از عملکرد این ابزار رسانه ای حکومت در اجرای یکی از مهمترین قوانینی است که از ابتدای انقلاب تا کنون به اجرا درآمده است.

اهمیت این تحقیق زمانی بیشتر می شود که بدانیم قانون هدفمند کردن یارانه ها به صورت مرحله به مرحله در حال اجرا شدن است و پس از گذشت یک سال از اجرای مرحله اول آن که در شامگاه ۲۷ آذرماه سال ۸۹، آغاز شد مسئولان به دنبال زمینه سازی برای اجرای مرحله دوم آن در اواخر سال ۹۰ و یا اوایل سال ۹۱ هستند و رسانه ها با استفاده از نتایج این تحقیق می توانند نواقص عملکرد خود را در مرحله اول اجرای قانون هدفمند کردن یارانه ها برطرف کنند.

۴-۱- هدف تحقیق

اهداف ما در این تحقیق به این شرح است:

- بررسی میزان پرداختن به شاخصهای قانون هدفمندی یارانه ها در اخبار سیما
- بررسی حجم و چگونگی اخبار منتشر شده در خصوص قانون هدفمند کردن یارانه ها
- بررسی میزان برنامه های آموزشی برای موفقیت مردم در اجرای قانون هدفمندی یارانه ها
- دستیابی به رویکرد این دو بخش خبری نسبت به قانون هدفمند کردن یارانه ها

۱-۵- سوالات تحقیق

- برنامه های خبری بیشتر به کدام شاخصها توجه کرده اند؟
- کدامیک از بخشهای خبری در انعکاس شاخصها بهتر و پرننگتر عمل کرده است؟
- آیا رویکرد بخشهای خبری بیشتر در راستای نقد و تایید شاخصها بوده است یا اطلاع رسانی؟
- کدام بخش خبری شبکه های مورد بررسی در آموزش مردم در زمینه اجرای موفق قانون هدفمندی یارانه ها بهتر عمل کرده است؟
- ماهیت مطالب مربوط به قانون هدفمند کردن یارانه ها در هر یک از شبکه ها در مقاطع مختلف، چگونه بوده است؟
- نحوه انعکاس مطالب مربوط به قانون هدفمند کردن یارانه ها در هر یک از بخشهای خبری مورد بررسی، چگونه بوده است؟
- مطالب منتشر شده در هر یک از بخشهای خبری از نظر تصویری، چه وضعیتی داشته است؟
- هر یک از بخشهای خبری مورد بررسی، مطالب مربوط به قانون هدفمند کردن یارانه ها را از چه منابعی بدست آورده اند؟
- مطالب منتشر شده در هر یک از بخشهای خبری از نظر حجمی چه مقدار بوده است؟
- مطالب مربوط به قانون هدفمند کردن یارانه ها از نظر هر بخش خبری، چقدر اولویت داشته است و در چینش اخبار چه جایگاهی داشته است؟
- هر یک از بخشهای خبری تا چه میزان، مطالب مربوط به قانون هدفمند کردن یارانه ها را در سرخط خبرهای خود ذکر کرده است؟
- مطالب مربوط به قانون هدفمند کردن یارانه ها در هر یک از بخشهای خبری، شامل کدام ارزش خبری می شوند؟

- مطالب منتشر شده در هر یک از بخشهای خبری مربوط به اجرای قانون هدفمند کردن یارانه ها در چه منطقه ای از کشورمان است؟

۱-۶- فرضیات تحقیق

۱. رابطه میان مقطع اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها و شبکه‌های مورد بررسی رابطه معناداری نیست.
۲. میان ماهیت اخبار منتشر شده و شبکه‌های مورد بررسی رابطه معناداری وجود دارد.
۳. میان شبکه‌های مورد بررسی در خصوص نحوه انعکاس اخبار مربوط به قانون هدفمند کردن یارانه‌ها تفاوت وجود دارد.
۴. بین تصاویر اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها و شبکه‌های مورد بررسی رابطه معناداری وجود دارد.
۵. بین منبع اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها و شبکه‌های مورد بررسی رابطه معناداری وجود ندارد.
۶. بین رویکرد اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها و شبکه‌های مورد بررسی رابطه معناداری وجود دارد.
۷. بین رویکرد اطلاع‌رسانی اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها و شبکه‌های مورد بررسی رابطه معناداری وجود دارد.
۸. بین شاخص انعکاس یافته اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها و شبکه‌های مورد بررسی رابطه معناداری وجود دارد.
۹. بین حجم اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها و شبکه‌های مورد بررسی رابطه معناداری وجود دارد.
۱۰. بین اولویت پخش اخبار قانون هدفمندی یارانه‌ها و شبکه‌های مورد بررسی رابطه معناداری وجود دارد.