

# بررسی تطبیقی منابع خبری روزنامه های پرتیراژ صبح تهران

دکتر محمدرضا رسولی

استادیار گروه ارتباطات دانشگاه آزاد تهران مرکز

پریساعرفانی

کارشناسی ارشد رشته ارتباطات دانشگاه آزاد تهران مرکز

## چکیده

هدف از این پژوهش بررسی تطبیقی منابع خبری و اصول منبع نویسی در ۴ روزنامه پرتیراژ صبح تهران می باشد. در این پژوهش ۷ فرضیه مطرح شده است. جامعه آماری ۴ روزنامه شرق-همشهری-جام جم و ایران می باشد. روش نمونه گیری طبقه ای کارآمد و تصادفی ساده است که به صورت دو هفته آماری از شش ماه انتخاب گردیده است

12 شماره به صورت تصادفی (۲ شنبه، ۲ یکشنبه، ۲ دوشنبه، ۲ سه شنبه، ۲ چهارشنبه، ۲ پنجشنبه) انتخاب شده است.

این پژوهش نشان داده است که میزان استفاده از خبرنگاران به عنوان منبع اصلی خبر در سطح بسیار پایینی قرار دارد و نشریات بیشتر از خبرگزاری ها به عنوان منبع خبر استفاده می کنند. ۴ روزنامه مورد بررسی اصول منبع نویسی را رعایت کرده اند و منبع خبر در ابتدای اخبار ذکر شده است. روزنامه ها تمایل دارند اخبار با جهت گیری مثبت را انتشار دهند و میان ارزش های خبری در اخباری که دارای عنصر خبری شهرت هستند منبع خبر موثق می باشد.

واژگان کلیدی: منابع خبری، روزنامه، تیراژ، خبرنگاران

## مقدمه

در بررسی محتوای پیام های و سایل ارتباطی، به مطبوعات به خصوص روزنامه ها بیش از برنامه های رادیویی و تلویزیونی و فیلم های سینمایی توجه می شود. زیرا مطبوعات به علت سابقه و تجربه طولانی خود، برای تامین نیازهای خبری و غیر خبری مردم آمادگی بیشتری دارند و چون وسعت کار و دامنه فعالیت آنها بیش از سایر وسایل ارتباطی است، می توانند مفصل تر و متنوع تر مطالب را انتشار دهند. به علاوه روزنامه ها به سبب چاپی بودن، ارزش سندیت بیشتری دارند و چون قابلیت نگهداری دائمی دارند، همیشه مورد مراجعه و استناد هستند.

باید در نظر داشت که مطالعه و بررسی محتوای مطبوعات فقط جنبه کنجکاوی علمی ندارد و علاوه بر آنکه برای شناخت واقعیت های اجتماعی مورد استفاده جامعه شناسان قرار می گیرد، برای مدیران مطبوعات، روزنامه نگاران و متخصصان مطبوعاتی و صاحبان آگهی ها نیز فواید فراوان دارد. با بررسی محتوای مطبوعات می توان جنبه های اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی حرفه روزنامه نگاری را مورد تحقیق قرار داد و طرز توجه روزنامه ها را به وظایف خبری، آموزشی و تفریحی ارزیابی کرد. تجزیه و تحلیل محتوای مطبوعات برای مدیران روزنامه ها و همچنین روزنامه نگاران معیار پرارزشی است. زیرا بدین طریق خصوصیات روزنامه ها به خوبی آشکار می شوند و اداره کنندگان و تهیه کنندگان آنها به محاسن و معایب کار خود بهتر پی می برند.

در حالی که مطبوعات در جهان پیشرفته به عنوان شاخصی در رشد فرایند فردی و اجتماعی افراد جامعه محسوب می شود، بسیاری از کشورها جهان سوم از جمله ایران تا نیل به چنین مرحله ای همچنان نیازمند تجربیات، تلاش ها و تحولات بسیاری به ویژه رعایت اصول روزنامه نگاری هستند. اما با وجود تلاش های صورت گرفته دو دهه اخیر برای آموزش روزنامه نگاران به نظر می رسد که این تلاش ها تاثیر در کیفیت کار رسانه ها به ویژه مطبوعات نداشته و یا کم بوده است.

در این میان رعایت اصول منبع نویسی در رسانه های مکتوب به ویژه روزنامه ها از اهمیت قابل ملاحظه ای برخوردار است، چراکه شیوه ناپسند ذکر نکردن منبع و ماخذ، آفتی ویرانگر است که روح بحث های علمی را از مطالب مفید و خواندنی مطبوعات می گیرد و به سرقت افکار و اندیشه و آثار دیگران میدان می دهد.

هدف اصلی این تحقیق بررسی این موضوع است که تهیه اخبار در روزنامه های پرتیراژ صبح تهران بیشتر از چه منابعی صورت میگیرد و آیا روزنامه نگاران در نوشتن مطالب خود اصول منبع نویسی را رعایت می کنند.

### مبانی نظری تحقیق

دانش منبع خبر برای خبرنگار به عنوان تولید کننده و برای مخاطب به عنوان خواننده خبر از دو منظر دارای اهمیت است. برای خبرنگار منبع خبر به منظور پوشش صحیح اتفاق و دقیق حوادث با اسناد مستدل از یک طرف و رعایت اصول حرفه خبرنگاری از طرفی دیگر به عنوان یک امر مهم تلقی می شود. برای مخاطب منبع خبر سبب خواهد شد موضع خود را درباره آن خبر معین کند. به عبارت دیگر اغلب مخاطبان هوشیار با نگاه به منبع خبر و نحوه بیان آن به جانبدارانه بودن یا نبودن آن پی می برند. هر چند امکان دارد خبرنگار و یا یک خبرگزاری خودش به عنوان مرجع خبر باشد، اما در اکثر مواقع خبرنگاران تلاش می کنند اخبار خود را از زبان یک مقام یا نهاد رسمی بیان کنند.

در بسیاری از مقالات و اخبار ارایه شده در مطبوعات امروز ایران، متأسفانه حتی در مقالات و اخبار مستند که ارایه سند و مدرک برای اثبات فرضیه یا نظریه ی نویسنده، امری اجتناب ناپذیر است. یکی از مهم ترین اصل ها که همانا « ذکر منابع » باشد، رعایت نمی شود و یا اگر رعایت می شود منابع به درستی معرفی نمی شوند. این امر تبدیل به یک معضلی بزرگ برای خبرنگاری در مطبوعات گشته است. زیرا سطح علمی مطالب را پایین می آورد و به تدریج نویسندگان را با کاهلی در ذکر منبع روبه رو می کند. به خصوص در مطالبی که نویسنده قصد شناسایی افکار و عقاید دیگران را دارد و می خواهد با این عقاید بی طرفانه برخورد کند بیش تر نمود می یابد.

راحت طلبی، یکی از عوامل کاهلی در ذکر منابع است. هم چنین، عدم ذکر منابع، حاکی از نداشتن استقلال و آشنا نبودن روزنامه نگار با اصول منبع نویسی است.

به همین دلیل، نویسندگان مقالات باید بدانند ذکر ماخذ به پژوهش آنان اعتبار می بخشد و در ضمن، نوعی سلب مسئولیت نیز برای آنان به شمار می آید. ذکر منبع، هم، از شخصی شدن مساله جلوگیری می کند و هم، احترام به دیگران محسوب می شود. یعنی زحمات دیگران نادیده گرفته نمی شود.

شکر خواه در تعریف منبع خبری نویسد: خاستگاه پیام را از هر جا که سرچشمه گرفته باشد، خواه از سوی یک فرد و خواه از جانب گروهها و نهادها، منبع خبر می نامیم. ومعمد نژاد خبرهای مطبوعات را به دو دسته کلی تقسیم می کند خبرهای اختصاصی و خبرهای غیر اختصاصی. خبرهای اختصاصی، اخباری است که به وسیله خبرنگاران مخصوص مطبوعات تهیه می شود و برای کسب این قبیل اخبار واطلاعات خبرنگاران شخصا"در محل وقوع حاضر می شدند و با مشاهده مستقیم رویداد، خوانندگان و مخاطبین خود را در جریان می گذارند. بنابراین به تناسب ذوق واستعداد و مهارت خویش وتوجه به خواست های مخاطبین به تهیه اخبار می پردازند. چنین خبرهایی بر خلاف خبرهای خبرگزاری ها که به طور عمومی ویکسان برای کشورهای مختلف وسایل ارتباط جمعی متعدد پخش می شوند جنبه اختصاصی دارند و در رسانه های گوناگون به صورت های متفاوتی به مخاطبین عرضه می شوند. خبرهای اختصاصی مطبوعات در شهر محل انتشار به وسیله خبرنگاران شهری و در شهرهای دیگر توسط خبرنگاران شهرستان ها و در کشورهای خارجی به وسیله خبرنگاران اعزامی یا فرستادگان ویژه تهیه می شوند. خبرهای غیر اختصاصی که از طرف خبرگزاری های داخلی و یا خارجی به طور یکنواخت به وسیله بولتن های چاپی و یا ماشین های خبرگیری دریافت می گردد و هر روزنامه یا سازمان ارتباطی دیگر با توجه به نیازمندی های مخاطبین خود از آن ها بهره برداری می کند و در ازای آن حق اشتراک می پردازد این گونه اخبار از لحاظ اینکه مخصوص یک روزنامه یا یک وسیله ارتباط جمعی معینی تهیه نمی گردند بلکه برای مطبوعات سراسر جهان یا لاقلاً

منطقه خاصی از جهان پخش می شوند غیر اختصاصی یا غیر مستقیم نامیده می شوند (معتد نزاد، ۱۳۶۸، ۱۴۴-۱۴۵)

### اعتبار منبع

اعتبار منبع از مهم ترین عوامل موثر در جلب اطمینان و اعتماد مخاطبان به یک رسانه است ذکر منبع پیام در خبرها و مقاله ها و دیگر مطالب رسانه های دیداری و نوشتاری علاوه بر اینکه در جلب اطمینان مخاطب موثر است به پیام و خود رسانه نیز به عنوان منبع پیام اعتبار بیشتر می بخشد. (شکرخواه، ۱۰۳، ۱۳۷۴)

اعتبار منبع مفهومی، بنیادی در ارتباطات است که شاید بتوان قدمت آن را با عمر ارتباط برابر دانست، معتبر بودن، در واقع پیش شرط لازم برای برقراری یک ارتباط کامل بین فرستنده پیام و مخاطب آن است.

اعتبار منبع را می توان نقطه تلاقی مفاهیم ارتباطی نیز تلقی کرد. چونکه بسیاری از این مفاهیم نظیر گزینش اخبار، عینیت، هماهنگی و ناهماهنگی شناختی، مسئولیت اجتماعی روزنامه نگاری، ارزش های خبری و .... بدون این پیش فرض که منبعی در روند ارتباط وجود داشته یا دارد معنای وجودی خود را از دست می دهند گذشته از آن اعتبار منبع را می توان مفهومی چند بعدی دانست که مرزهای مشترکی نیز با روانشناختی دارد.

### گزینشگری رویکردی برای فیلترینگ خبر

به کسانی که در تحریریه های رسانه های خبری در فرایند تهیه، گزارش و ارائه پیام های خبری فعالیت دارند «دروازه بانان» می گویند. مفهوم دروازه بانی گزینشگری، مرزبانی، سوزن بانی و خبربانی نیز ترجمه شده است (بدیعی، قندی، ۱۳۷۱، ۳۹)

خبر از نخستین مرحله به عنوان یک رویداد تا مرحله انتشارش به عنوان یک خبر، از موانع یا فیلترهای متعددی عبور می کند. دروازه بانان آشکار و پنهان در انتخاب بعضی پیام ها و حذف بعضی دیگر، دست دارند. هر کدام از دست اندرکاران تولید پیام های خبری وسایل

ارتباط جمعی می توانند نقش یک فیلتر را در تبدیل یک واقعیت به اطلاعات ایفا کنند. هر چه تعداد فیلترهای واسط در این انتقال بیشتر و تعداد روزنه های هر فیلتر کمتر باشد میزان انعکاس واقعیت در اطلاعات کمتر خواهد شد. علاوه بر این، هرچه این فیلترها از سیستم ادراکی به جای سیستم احساسی استفاده کنند میزان شفافیت این انعکاس بیشتر خواهد شد. (محسنیان راد، ۱۳۸۰، ۳۶۷) به اعتقاد شرام: «در هر نقطه ای در طول زنجیره (ارتباط) هر کس حق دارد بگوید که آیا پیام باید دریافت و باز فرستاده شود و آیا پیام را باید به همان شکل باز فرستاد و یا تغییری در آن داد. به عبارت دیگر، در تمامی طول زنجیره، ردیفی از دروازه بانان است که حق دارد دروازه را بر روی هر پیامی که بخواهد داخل شود، ببندد یا باز کند.

تیچنر دروازه بانی را فرایند گسترده ای از کنترل اطلاعات، شامل تمام جنبه های رمز گذاری پیام، نه فقط انتخاب، بلکه ممانعت از نشر، انتقال، شکل دهی، ارائه، زمان بندی در طول مسیر انتقال از منبع به گیرنده می داند. به عبارت دیگر از نظر او، دروازه بانی شامل تمام جنبه های انتخاب، نگه داشتن و کنترل پیام است.

به نظر سیگال محقق امریکایی ارتباطات، عواملی که سبب می شوند یک خبر مورد توجه دروازه بانان قرار گیرد عبارتند از: راه های ورود به مجرا، نیروهای دوطرف دروازه، مشخصات موضوع خبری، ارزشها و نگرش های شخصی دروازه بانان. (فصل نامه رسانه، سال ۱۶، شماره ۳)

### برخی از ویژگی های مطبوعات

#### 1- وسعت اخبار

فرستنده های رادیویی و تلویزیونی هر بار که به انتشار اخبار می پردازند حداکثر ۲۰ تا ۳۰ خبر کوتاه را که در واقع کمیت آنها به یک صفحه روزنامه هم نمی رسد، پخش می کنند. خبرها به علت سرعت بیان گویندگان و تغییر تصاویر آن طور که باید و شاید در ذهن شنوندگان و بینندگان نقش نمی بندد در صورتی که روزنامه های چاپی در صفحات متعدد خود می توانند صدها خبر مختلف درج نمایند و چند برابر اخبار کوتاه رادیویی تلویزیونی، مطلب ارائه دهند و توجه افراد را به خود جلب کنند. باید توجه داشت که معمولاً طرز برداشت روزنامه ها در مورد وقایع جاری با توجه خاص با هر کدام تفاوت می کنند.

چون در عمل بعضی از روزنامه ها در بررسی وقایع و مسائل محتاط هستند و تا زمانی که راجع به اهمیت خبری، اطمینان حاصل نکرده اند، از بزرگ کردن و شاخ و برگ دادن آن خودداری می نمایند به هر حال روزنامه ها با استفاده از زمان کافی در مرحله تهیه و انتشار می توانند تمام اطراف و جوانب وقایع را بررسی نمایند، تا نارسایی های خبری را با استفاده از اطلاعات آرشویی از میان بردارند و آنها را با تجزیه و تحلیل و تفسیر لازم به خوانندگان عرضه کنند.

به همین سبب اکنون اغلب روزنامه های پر اعتبار جهان در تهیه و تنظیم اخبار دقت فراوان به کار می برند و کوشش می کنند که به تمام سئوال های خوانندگان پاسخ گویند و همیشه اطلاعات وسیع در اختیار آنان بگذارند. تا جایی که برای تامین این نیازها، سبک روزنامه نگاری نیز رفته رفته تحول پیدا کرده است و پیش از پیش به سوی ساده گویی و روشنفکری کشیده شده است.

## 2- دوام اخبار

خبرهای رادیو تلویزیونی همیشه قابل استفاده نمی مانند و در صورتی که شنوندگان و بینندگان نتوانند در اوقات معین پخش اخبار به رادیو گوش دهند و به تلویزیون نکته کنند، دیگر برای کسب خبر ممتد شده از این وسایل امکانم جدید به دست نمی آورند. در حالی که مطبوعات به طور مداوم قابل بهره برداری هستند و اخبار آنها را می توان به دلخواه در اوقات مختلف شبانه روز، در محل کار، در اتوبوس یا خانه نگاه کرد و به دقت مطالعه نمود و در صورت لزوم دوباره مرور کرد و با خبرهای روزنامه های دیگر مقایسه کرد. علاوه بر این خبرهای روزنامه ها را می توان نگهداری کرد و به عنوان ماخذ و منبع مطالب و تحقیقات در آینده مورد استفاده قرار داد.

3-تنوع اخبار

جدول شماره ۳ توزیع فراوانی و درصدی مطالب برحسب موضوع مطالب (محتوای مطالب)

درصد تجمعی	درصد موجود	درصد	فراوانی	موضوع خبر
4.4	4.4	4.4	72	نظامی، جنگ و خوشنونت‌های سیاسی
13.8	9.4	9.4	15	مسائیل بین المللی، روابط خارجی
26.4	12.6	12.6	20	امور داخلی (سیاست داخلی)
44.3	18.0	18.0	29	امور اقتصادی، تجاری، توسعه
49.6	5.3	5.3	87	امور پزشکی، بهداشتی
55.5	5.9	5.9	97	انرژی، محیط زیست
70.5	15.0	15.0	24	اجتماعی، فرهنگی، هنری
73.3	2.8	2.8	46	امور مذهبی
74.3	1.0	1.0	16	حقوق بشر
83.5	9.2	9.2	15	ورزشی
91.2	7.7	7.7	12	حوادث
100.0	8.8	8.8	14	سایر
	100.0	100.0	16	مجموع
			47	



در مطبوعات به سبب شرایط و امکانات و وسیع تری که برای تهیه و انتخاب و درج مطالب وجود دارند، تنوع اخبار بیش از برنامه های خبری رادیویی و تلویزیونی و سینمایی است. در روزنامه های چاپی می توان با توجه به گروه های مختلف خوانندگان و خواست ها و علاقه های متفاوت آنان، ستون ها و صفحه ها و حتی چاپ های جداگانه ایجاد کرد و انواع بی شماری خبرهای عمومی، سیاسی، اقتصادی و ... چاپ کرد. در صورتی که خبرهای شنیدنی و دیدنی معمولاً برای عموم افراد پخش می شوند. به جهات فوق می توان نتیجه گرفت که روزنامه ها در بسیاری از زمینه ها هنوز بر سایر وسایل ارتباطی و خبری برتری دارند و مخصوصاً از لحاظ تحلیل و تشریح وقایع و تفسیر و بررسی عقاید و تنوع مطالب و حفظ اسناد تاریخی، تنها ماخذ و مرجع به شمار می روند. علاوه بر این مطبوعات، وسیله ارتباط اختصاصی نواحی و مناطق مختلف جغرافیایی، گروههای فکری و مسلکی و دسته ها و سازمان های حرفه ای هستند و با انتشار چاپ های محلی، ارگان های سیاسی و نشریات تخصصی، احتیاج های مخصوص ولایات و ایالات، احزاب و سندیکاها و انجمن ها و کانون های مختلف را مرتفع می کنند.

معمدنژاد، ۱۳۷۱، ۲۸۸)

### یافته های تحقیق:

جدول شماره ۱ نشان می دهد مطالب با موضوعات امور اقتصادی، تجاری و توسعه (۱۸ درصد)، موضوعات اجتماعی، فرهنگی و هنری (۱۵ درصد) و موضوعات مربوط به امور داخلی و سیاست داخلی (۱۲/۶ درصد) بیشترین فراوانی مطالب را دارا هستند. موضوعات مربوط به مسایل بین الملل و روابط خارجی (۹/۴ درصد)، موضوعات ورزشی (۹/۲ درصد)، سایر موضوعات (۸/۸ درصد) موضوعات مربوط به حوادث (۷/۷ درصد) فراوانی نسبتاً بالارا دارا هستند. موضوعات ورودیهای نظامی، جنگ و خشونت های سیاسی (۴/۴ درصد)، امور پزشکی و بهداشتی (۵/۳ درصد)، انرژی و محیط زیست (۵/۹ درصد) امور مذهبی (۲/۸ درصد) و حقوق بشر (۱ درصد) کمترین فراوانی را دارا هستند.

**جدول شماره ۲ توزیع فراوانی و درصدی مطالب بر حسب منبع خبر**

منبع خبر	فراوانی	درصد	درصد موجود	درصد تجمعی
خبرنگار روزنامه	423	25.7	25.7	25.7
سایت های داخلی	59	3.6	3.6	29.3
خبرگزاری های داخلی	595	36.1	36.1	65.4
سایت های خارجی	298	18.1	18.1	83.5
خبرگزاریهای خارجی	161	9.8	9.8	93.3
روابط عمومی ها	110	6.7	6.7	100.0
مجموع	1647	99.9	100.0	

جدول شماره ۲ نشان می دهد خبرگزاری های داخلی (۳۶/۱ درصد) منبع اصلی کسب خبر در روزنامه های مورد بررسی می باشند، پس از آن خبرنگار روزنامه (۲۵/۷ درصد) بیشترین فراوانی را دارا می باشد. سایت های خارجی (۱۸/۱ درصد) فراوانی قابل توجه ای را دارا است. اما خبرگزاری های خارجی (۹/۸ درصد)، روابط عمومی ها (۶/۷ درصد) و سایتهای داخلی (۳/۶ درصد) کمترین فراوانی را دارا هستند.

**جدول شماره ۳ توزیع فراوانی و درصدی مطالب بر حسب جهت گیری خبر**

جهت گیری خبر	فراوانی	درصد	درصد موجود	درصد تجمعی
مثبت	823	50.0	50.0	50.0
منفی	507	30.8	30.8	80.8
خنثی	304	18.5	18.5	99.3
نامشخص	12	.7	.7	100.0
مجموع	1647	99.9	100.0	

جدول ۳ نشان می دهد روزنامه مطالب با جهت گیری مثبت (۵۰ درصد) را بیشتر سایر مطالب منتشر کرده اند. مطالب با جهت گیری منفی (۳۰/۸ درصد) مطالب را شامل می شود و

## بررسی تطبیقی منابع خبری روزنامه های پرتیراژ صبح تهران // ۳۵

مطالب با جهت گیری خنثی (۱۸/۵ درصد) و نامشخص (۰,۷ درصد) کمترین فراوانی را دارا هستند.

**جدول شماره ۴ توزیع فراوانی و درصدی مطالب بر حسب جایگاه منبع**

جایگاه منبع	فراوانی	درصد	درصد موجود	درصد تجمعی
ابتدا	1205	73.2	73.2	73.2
در متن	356	21.6	21.6	94.8
انتها	85	5.2	5.2	100.0
مجموع	1647	99.9	100.0	

جدول شماره ۴ نشان می دهد منبع خبر در ابتدای ۷۳/۲ درصد مطالب ذکر شده است و بیشترین فراوانی مربوط به مطالبی است که منبع خبر در ابتدای آن ذکر شده است. در ۲۱/۶ درصد مطالب منبع خبر در متن و در ۵/۲ درصد مطالب منبع خبر در انتها ذکر شده است.

**جدول شماره ۵ توزیع فراوانی و درصدی مطالب بر حسب نوع منبع**

نوع منبع	فراوانی	درصد	درصد موجود	درصد تجمعی
منبع ناشناخته	212	12.9	12.9	12.9
منبع موثق	1372	83.3	83.4	96.2
چند منبعی	62	3.8	3.8	100.0
مجموع	1647	100.0		

با توجه به جدول ۵ می توان نتیجه گرفت ۸۳/۳ درصد مطالب روزنامه ها دارای منبع موثق می باشند. مطالب دارای منبع ناشناخته و مطالب چند منبعی به ترتیب ۳/۸ و ۱۲/۹ درصد می باشند.

همچنین یافته ها حاکی از آن است که مطالب دارای ارزش خبری تازگی (۲۰/۵ درصد) و شهرت (۱۹/۷ درصد) بیشترین فراوانی را نسبت به سایر مطالب دارا هستند. مطالب دارای ارزش

خبری برخوردار (۱۶/۸ درصد)، فراوانی (۱۵/۵ درصد) و دربرگیری (۱۳/۷ درصد) را شامل می‌شوند. و کمترین فراوانی مربوط به ارزش خبری مجاورت (۸/۳ درصد)، عجیب و استثنای (۳/۳ درصد) و مطالب فاقد ارزش خبری (۲/۱ درصد) بوده است.

**جدول شماره ۶ توزیع فراوانی و درصدی بر حسب ماهیت خبر**

ماهیت خبر	فراوانی	درصد	درصد موجود	درصد تجمعی
فرایند مدار	207	12.6	12.6	12.6
رویداد مدار	1439	87.4	87.4	100.0
مجموع	1647	100.0		

یافته‌های جدول شماره ۶ حاکی از آنست که ۸۷/۴ درصد مطالب دارای ماهیت رویداد مدار هستند. از منظر منطقه رویداد روزنامه‌های مورد بررسی، بیشتر توجه شان به رویدادهایی است که در محدوده جغرافیایی ایران رخ داده‌اند. اخبار منطقه (۹ درصد)، اخبار اروپا (۳ درصد) و اخبار آمریکا و آفریقا هر کدام (۲ درصد) مطالب را شامل می‌شود. بر پایه یافته‌های حاصله سران سه قوه، ریس مجمع تشخیص مصلحت نظام، وزرا و معاونین با ۲۴/۷ درصد و سایر نشانگانه‌ها با ۱۶/۲ درصد، خبرسازترین مراجع تولیدی خبرگزاری‌ها هستند. پس از آن شهرداری‌ها و شوراها و ورزشکاران و سازمانهای ورزشی با بیشتر از ۸ درصد، افراد، گروهها و نهادهای خارجی و احزاب و گروهها و شخصیت‌های معروف داخلی با بیشتر از ۷ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

### **یافته‌های تحلیلی:**

**جدول شماره ۷ نتایج آزمون‌های دو جهت بررسی رابطه بین منبع خبر و روزنامه**

**بررسی تطبیقی منابع خبری روزنامه های پرتیراژ صبح تهران // ۳۷**

مقدار احتمال معناداری	درجه آزادی	مقدار آماره	آزمون
/۰۰۱	۱۵	۳۹/۶۳۱	خی دو
مقدار احتمال معناداری	درجه آزادی	مقدار آماره	آزمون
/۰۰۰	۴	۳۸/۲۱۴	خی دو
مقدار احتمال معناداری	درجه آزادی	مقدار آماره	آزمون
/۰۰۰	۶	۴۰/۸۸۸	خی دو

نتایج آزمون خی دو بدست آمده از جدول شماره ۷ نشان می دهد که بین منبع خبر و نوع روزنامه ارتباط معنی دار وجود دارد و همه روزنامه ها از یک منبع (خبرگزاری های داخلی) جهت کسب اخبار استفاده می کنند. بنابر این می توان نتیجه گرفت که بیشتر اخبار روزنامه ها خبر تلکسی است. بیشترین استفاده از خبرگزاری های داخلی را روزنامه همشهری با ۲۹/۱ درصد و کمترین استفاده از خبرگزاری ها را روزنامه ایران با ۲۰ درصد مطالب دارا می باشد. اخبار تولیدی در روزنامه همشهری با ۳۱/۹ درصد نسبت به سایر روزنامه ها بیشترین فراوانی و روزنامه جام جم با ۱۹/۴ درصد کمترین فراوانی را دارا می باشد.

**جدول شماره ۸ توزیع فراوانی دوبعدی رابطه منبع خبر و جهت گیری خبر**

مجموع	نوع منبع			جهت گیری
	چند منبعی	منبع موتق	منبع ناشناخته	
823 100.0 %	16 1.9%	723 87.8%	84 10.2%	تعداد مثبت درصد
507 100.0 %	29 5.7%	384 75.7%	94 18.5%	تعداد منفی درصد
304 100.0 %	17 5.6%	253 83.2%	34 11.2%	تعداد خنثی درصد
1634 100.0 %	62 3.8%	1360 83.2%	212 13.0%	تعداد مجموع درصد

### خبر

خی دو به دست آمده از جدول ۸ نشان می‌دهد که بین منبع‌خبر و جهت گیری خبر رابطه معنی داری وجود دارد. به این معنا که در ۴ روزنامه مورد بررسی اخباری که دارای جهت گیری مثبت هستند منبع خبر نیز موتق است. و تنها در حدود ۱۰ درصد اخبار هستند که جهت گیری مثبت داشتند و منبع خبر آنها ناشناخته بوده است. لازم به ذکر است که در اخبار با جهت گیری منفی منبع موتق از فراوانی بالای نسبت به سایر منبع برخوردار بوده است اما نکته قابل توجه این است که میزان اخبار منفی با منبع ناشناخته نسبت به سایر اخبار از فراوانی بیشتری برخوردار بوده است بنابراین میتوان نتیجه گرفت در اخبار با جهت گیری منفی تمایل بیشتری به استفاده از منابع ناشناخته وجود دارد این امر شاید به این دلیل باشد که مسئولیت حقوقی اخبار منفی بیشتر از اخبار مثبت است.

جدول شماره ۹ توزیع فراوانی دو بعدی رابطه جایگاه منبع و روزنامه

مجموع	نام روزنامه				جایگاه منبع
	شرق	ایران	جام جم	همشهری	
1205 100.0 %	273 22.7%	314 26.1%	245 20.3%	373 31.0%	ابتدا تعداد درصد
356 100.0 %	94 26.4%	94 26.4%	82 23.0%	86 24.2%	در متن تعداد درصد
85 100.0 %	25 29.4%	0 .0%	32 37.6%	28 32.9%	انت ها تعداد درصد
1646 100.0 %	392 23.8%	408 24.8%	359 21.8%	487 29.6%	م جمع تعداد درصد

با توجه به آزمون خی دو به دست آمده این نتیجه حاصل می شود که میان جایگاه منبع و نام روزنامه رابطه وجود دارد یعنی در تمام روزنامه های مورد بررسی نام منبع خبر در ابتدا خبر به طور واضح ذکر شده است و هر ۴ روزنامه اصول منبع نویسی که آوردن منبع در ابتدای خبر است را رعایت کرده اند. در ۳۱ درصد مطالب روزنامه همشهری نام منبع خبر در ابتدا خبر ذکر شده است که نسبت به روزنامه های دیگر بیشترین فراوانی را دارا بوده است. ۲۶ درصد مطالب در هر یک از روزنامه های ایران و شرق دارای منبع خبر در متن بوده است و در ۳۷ درصد مطالب در روزنامه جام جم منبع خبر در انتهای خبر ذکر شده است.

در هر ۴ روزنامه مطالبی ه با موضوعات مختلف منتشر شده اند دارای منبع خبر تلکسی یا خبرگزاری ها بوده است. در اکثر موضوعات کسب خبر از طریق خبرگزاری های داخلی بیشترین فراوانی را داشته است تنها در موضوعات مسایل بین المللی و خارجی با ۳۲ درصد، مسایل حقوق بشر با ۴۳ درصد و مطالب ورزشی با ۳۲ درصد اخبار از خبرگزاری های خارجی کسب شده است. اخباری که توسط خبرنگاران روزنامه ها کسب شده اند بیشتر مربوط به

موضوع انرژی و محیط زیست با ۵۰ درصد و حوادث با ۴۵ درصد می باشد. بنابراین در اکثر موضوعات منبع کسب خبر خبرگزاری های داخلی و خارجی (تلکسی) می باشد. این امر نشان می دهد که روزنامه نگاران در تولید خبر با موضوعات مختلف منفعل هستند.

همچنین یافته های دو متغیره حاکی است که اکثر خبرها با موضوعات مختلف منبع خبر موثق، بیشترین فراوانی را دارا بوده است. در این میان اخبار با موضوع انرژی (۹۴ درصد) بیشترین فراوانی و اخبار با موضوع حقوق بشر (۵۰ درصد) کمترین فراوانی با منبع موثق را داشته است. اخبار با موضوع مذهبی (۳۷ درصد) بیشترین فراوانی اخبار با منبع ناشناخته را دارد و اخبار مربوط به حقوق بشر (۵۰ درصد) بیشترین فراوانی اخبار چند منبعی را دارا می باشد.

با توجه به یافته های این بررسی میان ارزش های خبری و منبع خبر رابطه معنی داری وجود دارد به این معنا که هر ۴ روزنامه در مطالب با ارزش های خبری متفاوت نیز از یک روش خاص جهت کسب اخبار استفاده می کنند. در تمام ارزش های خبری منبع کسب خبر، خبرگزاری های داخلی بوده اند. بیشترین فراوانی مربوط به مطالب با ارزش خبری شهرت (۴۵ درصد) است که منبع کسب آن خبرگزاری های داخلی بوده است. تنها در مطالب با ارزش خبری برخورد (۳۰ درصد) خبرنگار روزنامه، منبع خبر بوده است.

با توجه به خی دو به دست آمده می توان نتیجه گرفت میان منبع موثق خبر و ارزش خبری شهرت رابطه معنی داری وجود دارد به این معنا که در مطالب با ارزش خبری شهرت (۷۹ درصد) منبع خبر موثق بوده است البته از نتایج جدول فوق این نتیجه نیز حاصل می شود که مطالب با ارزش های خبری دیگر نیز منبع خبر موثق، از فراوانی بیشتری برخوردار بوده است.

### نتیجه گیری :

با بررسی منابع خبری ۴ روزنامه پر شمار صبح تهران، می توان به این نتیجه رسید که با توجه به گسترش آموزش های روزنامه نگاری در ایران، به نظر می رسد نشریات ایران از لحاظ جامعیت یا تخصص منبع و رعایت اصول منبع نویسی با کاستی های روبرو هستند. همانطور که در نتایج این پژوهش مشاهده شد در روزنامه های مورد بررسی میزان استفاده از خبرنگاران به عنوان تولید کنندگان اصلی خبر در درجه پایینی قرار گرفته است و تمام این روزنامه ها اخبار



خود را از طریق خبرگزاری ها کسب می کنند این امر نشان از یک انفعال در میان قشر خبرنگار و روزنامه نگار می باشد که برای تهیه اخبار خود به منابعی که به سهولت در دسترس است رجوع می کند و کمتر مشاهده می شود که روزنامه نگاران خود تولید کننده خبر باشند و یا اطلاعات کافی در خصوص موضوع منتشر شده داشته باشند. در واقع می توان گفت روزنامه های مورد بررسی بیشتر نقل قول کننده اخبار هستند تا تولید کننده واقعی آنها. این موضوع باتخصص و جامعیت منبع تناقض دارد بنابراین می توان گفت منبع خبری در روزنامه های مورد بررسی از جامعیت و تخصص کافی برخوردار نمی باشد. در نشریات معتبر امروزی جهت تأیید صحت اخبار و اعتماد مخاطب به اخبار انتشار یافته، بیشتر مطالب دارای چند منبع می باشد در حالیکه در نشریات مورد بررسی میزان اخبار چند منبعی کمتر از ۵ درصد کل اخبار را شامل می شود. با توجه به اینکه نتایج تحقیق نشان می

دهد که در روزنامه های مورد بررسی منبع خبر در ابتدا نوشته شده و منابع خبر هم موثق هستند اما اصول منبع نویسی به طور کامل رعایت نشده است به این معنا که دو عنصر مکان رویداد و نام دقیق منبع ذکر نشده است. همچنین از درج مطالب با جهت گیری مثبت در روزنامه ها، می توان به این نتیجه رسید که روزنامه ها تمایل دارند اخبار با جهت گیری مثبت را بیشتر از سایر مطالب منتشر کنند این امر با موضوع بی طرفی منبع خبر تناقض دارد. از مسایل دیگری که می توان به آن اشاره کرد استفاده بسیار زیاد روزنامه ها از خبرهای رویداد مدار می باشد در صورتی که در نشریات معتبر امروزی ماهیت اکثر رویدادها، فرایند مدار می باشد. در اخبار رویداد مدار بیشتر به عنصر خبری «چه» پرداخته شده است در صورتی که در اخبار فرایند مدار عنصر خبری «چرا» و «چگونه» جواب داده می شود. به طور کلی توجه روزنامه های مورد بررسی به گزارش، تحلیل و تفسیر وقایع محدود است در حالی که نیاز مخاطب امروزی بیشتر تحلیل اخباری است که انتشار می یابد.

### فهرست منابع

- بدیعی نعیم و قندی حسین. ۱۳۸۰ «روزنامه نگاری نوین» انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
- شکرخواه یونس، ۱۳۸۰ «خبر» انتشاران مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، تهران .
- معتمدنژاد کاظم، ۱۳۷۱ وسایل ارتباط جمعی، انتشارات دانشگاه علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- محسنیان راد مهدی، ارتباط شناسی، ۱۳۸۰، تهران، انتشارات سروش.