



ویژہ نامہ ہفتہ پڑوہش

۱۳۸۴

با آثاری از:

اکبر احمدی، رضا اسماعیلی، محسن اصلانی ملایری، حمیدرضا چاکری، ساسان سپنتا،
جواد شجاعی، سہا صراف، شہین دفت عالی، ومید قاسمی، ممدکریمی، ممدگنجی،
امسان مشکلانی، علی منتظری، مہدی نوری و حمیدرضا وارثی

ویژگی های فرهنگ آرمانی اسلام

رضا اسماعیلی*

در اندیشه اسلامی، فرهنگ دارای جایگاه والایی است، در ذیل، این موضوع مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

زمینه فرهنگ اسلامی

انسان به دلیل دارا بودن ویژگی های خاص از سایر موجودات متمایز می شود. مهمترین ویژگی خاص انسان در انسان شناسی اسلامی «فطرت» می باشد. دومین ویژگی موجود انسانی، بهره مندی از عقل و خرد است. سومین ویژگی انسانی، برخورداری از گرایش ها، احساس ها و عواطف انسانی است. این بعد خود مشتمل بر یک سری حواسی است که در کل، انسان را از توانایی های خاصی بهره مند ساخته است. این استعداد حداقل از چهار حس کنجکاو و یا حقیقت جوئی، زیبایی، نیکی و مذهبی تشکیل شده است. این چهار حس موجود در سرشت انسانی، او را از سایر موجودات متمایز می سازد و به زندگی او ابعاد تازه ای می بخشد. منشأ حواس مذکور «فطرت» می باشد. به عبارت دیگر فطرت زمینه اصلی فرهنگ محسوب می شود. فطرت در تعریف عبارت است از «جریان طبیعی و قانونی نیروهایی که در انسان بوجود می آید».

* مدرس مرکز آموزش عالی علمی کاربردی فرهنگ و هنر اصفهان

بنابراین برای هر یک از نیروهای غریزی و مغزی، فکری و روانی فطرتی وجود دارد که جریان طبیعی و منطقی آن نیرو می باشد.

مشخصات فرهنگ اسلامی

فطرت زمینه اصلی فرهنگ محسوب می شود. فطرت در تعریف عبارت است از «جریان طبیعی و قانونی نیروهایی که در انسان بوجود می آید». بنابراین برای هر یک از نیروهای غریزی و مغزی، فکری و روانی فطرتی وجود دارد که جریان طبیعی و منطقی آن نیرو می باشد.

اسلام یک فرهنگ خاصی را بنا نهاده که با تحقق عینی آن در سطح جامعه، انسان در مسیر هدف دار قرار گرفته، تمام ابعاد روانی او یعنی: زیباجویی، علم گرایی و منطبق طلبی و آرمان خواهی و... شکوفا شده و زمینه کمال انسانی فراهم می گردد.

علاوه بر این، اسلام فرهنگ را پیرو وحدت روح آدمی قرار داده و از تجزیه کردن آن جلوگیری به عمل آورده است. به بیان دیگر بین عناصر علمی، اخلاقی، اقتصادی، هنری و.. انفکاک می تصور نیست.

در ذیل به برخی از مشخصات فرهنگ اسلامی اشاره می شود:

الف- توحیدی بودن: توحید سرفصل مشترک دعوت همه انبیاء بوده است. در این مسیر اولین و اساسی ترین مسئله ای که پیامبر اسلام حضرت ختمی مرتبت (ص) مطرح می فرمودند، جمله معروف قولوا لاله الا الله تفلحوا بود. غرض از توحید آن است که همه صفات کمال و جمال در خداوند جمع شده است. (سوره طه، آیه ۸)

در توحید نظری، ذات خداوند به وحدت و یگانگی شناخته می شود. این نوع از توحید از دو جنبه حائز اهمیت است. اولاً توحید نظری پایه و مبنای توحید عملی است، ثانیاً خود به ذاته کمال نفسانی است. آن هم بالاترین کمال متصور که انسان را به سوی خدا متوجه می سازد. توحید عملی آن است که انسان خدا را از طریق به کار بستن دستورات الهی، محور اعمال و رفتار خود قرار دهد و تسلیم امر او باشد (سوره حج، آیه ۳۴) و همه چیز را از او بداند و مقصد رجعت را خداوند قرار دهد (آیه ۱۵۶، سوره بقره)

ب- جهانی و جاودانی بودن: فرهنگ اسلامی جهان شمول و دائمی است. این فرهنگ در پی تحقق اهداف موقتی نیست و سعادت ابدی انسانی را مد نظر قرار می دهد. به طوری که خداوند کریم در سوره مبارکه طه، آیه ۵۰ می فرماید «خدا می آید آن کسی است که او همه موجودات عالم را نعمت وجود بخشیده و سپس به راه کمالش هدایت کرده است.»

از نظر دیگر، فرهنگ اسلامی جهانی است. نامه پیامبر اسلام به سران کشورها، مصادیقی از جهانی بودن فرهنگ اسلامی است. بعلاوه آیات قرآنی بر رسالت جهانی پیام و کتاب الهی قرآن تأکید دارند. (سوره اعراف، آیه ۱۵۸، سوره انبیاء، آیه ۱۰۷، سوره قلم، آیه ۵۲، سوره فصلت، آیه ۴۴).

همچنین در روایات و احادیث بر جهانی بودن دین اسلام تأکید شده است. به طوری که از امام صادق (ع) پرسیدند که چه رمزی در کار است که قرآن هر چه بیشتر در میان مردم قرائت می شود و هر قدر در آن بحث و فحوص می گردد، جز به طراوت آن افزوده نمی شود؟ آن حضرت در جواب فرمودند «...چون خداوند قرآن را به زمان و مردم خاصی نازل نکرده تا شامل مردم و

شماره ۱۳۸۴

ویژه نامه هفته پژوهش ۱۳۸۴

زمانهای دیگر نشود. لذا در هر زمانی تازه و با طراوت است و در نتیجه با پیشرفت علم و قوه تفکر انسانی، روشن تر و قابل درک تر می شود.»

ج- تعاون و انسجام در فرهنگ اسلامی: در فرهنگ اسلامی انسجام و تعادل خاصی مشاهده می شود. دلیل این امر را باید در توحیدی بودن فرهنگ اسلامی جستجو کرد. اصل توحید به عنوان یک ریسمان محکم و استوار تمام اجزاء را به یکدیگر مرتبط می سازد. در فرهنگ اسلامی هیچ چیز عبث و بیهوده خلق نشده (سوره مبارکه ص، آیه ۱۲۷). و همه موجودات به تسبیح خداوند مشغولند (سورت تغابن، آیه ۱) و مسیر حرکت همه پدیده ها به یک حقیقت منتهی می شود. (سوره تغابن، آیه ۳)

در فرهنگ اسلامی بین بخش های مختلف، انسان با طبیعت، انسان با دیگر انسانها و همه آنها در ارتباط با خداوند، یک کل هماهنگ و منسجم را تشکیل داده اند. پویایی و تحرک در بستر حوادث و هجوم و تبادل فرهنگ توانسته هویت خود را حفظ نموده و فرهنگ های دیگر را تحت تأثیر قرار دهد.

قلمروهای عمده فرهنگ

در اندیشه اسلامی فرهنگ به عنوان روحی که در سرتاسر پیکر جامعه جاری است مورد مطالعه قرار می گیرد، لذا مشخص نمودن قلمرو دقیق صرفاً به منظور آن است که برای آن طرح و برنامه داشته باشیم. در ذیل عمده ترین قلمروهای فرهنگ مورد بحث و بررسی قرار می گیرد.

الف) قوانین: واژه قانون به دو معنای امور اعتباری، قراردادی و امور حقیقی و نفس الامری به کار رفته است. در بخش اعتباری، مجموعه قواعدی است که انسان برای اداره امور جامعه و تنظیم روابط افراد با یکدیگر به آن نیازمند است. در فرهنگ اسلامی قوانینی محترم شمرده می شود که نشأت گرفته از حکمت الهی باشد (مائده، آیه های ۴۹-۴۷) همچنین این قوانین با توجه به نیاز و مقتضیات وجود انسان تهیه و تنظیم شده و چون خداوند بر این نیازها از همه موجودات داناتر است، قوانین الهی صائب تر می باشد.

ب) اخلاق: اخلاق به عنوان مجموعه اموری که رعایت آنها انسان را از خصلت های روحی مخصوص برخوردار می سازد، شکل دهنده روابط انسانها با یکدیگر است. از نظر فرهنگ اسلامی اخلاق مقوله ای از عبادت است و چون عبادت و پرستش منشأ فطری دارد، فعل اخلاقی هم به سرشت انسانی مرتبط است.

در اسلام تمام افعالی که انسان را به کمال واقعی نزدیک گرداند یا زمینه حصول آن را فراهم سازد یک عمل اخلاقی محسوب می شود.

ج) آداب و رسوم: پایه فرهنگ اسلامی بر انقلاب ارزشها مبتنی است، یعنی هدف آن جایگزینی ارزشهای واقعی به جای ارزشهای کاذب است. اندیشه اسلامی در بدو ظهور، آن عده از عادات و آداب که متضمن ارزشهای انسانی بوده اند را ترویج نموده و آنهایی که مفید نبوده اند را

اخلاق به عنوان مجموعه اموری که رعایت آنها انسان را از خصلت های روحی مخصوص برخوردار می سازد، شکل دهنده روابط انسانها با یکدیگر است. از نظر فرهنگ اسلامی اخلاق مقوله ای از عبادت و پرستش منشأ فطری دارد، فعل اخلاقی هم به سرشت انسانی مرتبط است.

پیش

ویژه نامه هفته پژوهش ۱۳۸۴

به دور افکنده است. به عنوان مثال ارزش تقلید کورکورانه به عنوان یک مانع طرد شده است (سوره لقمان، آیه ۲۱).

مصدق دیگر، نژاد پرستی است که در آیات متعدد قرآنی مورد نفی قرار گرفته است (نساء، آیه ۱۲۳). تعصب همراه با رواداشتن ظلم نیز از جمله ارزشهایی است که مورد مذمت واقع شده است.

همچنین اندیشه اسلامی در سنت قولی و فعلی پیامبر و سیره نظری و عملی ائمه، مجموعه ای از آداب و عادات را که هماهنگ با اصول اعتقادی می باشد را به بشریت عرضه داشته است، از جمله می توان به آداب معاشرت، سخن گفتن، حضور در مجالس، نشستن، غذاخوردن و... اشاره کرد.

د) علم: از جمله موضوعاتی که در اسلام مورد توجه وافر واقع گردیده است علم می باشد. در قرآن کریم حدود یک صد و پنج بار واژه علم و بیش از هفتصد و هفتاد بار شکل های مختلف این واژه وارد شده است. نکته مهم در حدود و ثغور مفهوم علم در اندیشه اسلامی، جامع نگری آن می باشد. تضاد بارز اسلام با سایر مکاتب درباره علم آن است که اسلام، برای علمی ارزش قایل شده است که در مسیر مسؤولیت به جریان افتاده باشد. در مجموع در اسلام، هم علمی که به عنوان هدف مطرح می باشند، مثل معرفت الله و معارف الهی و هم علمی که وسیله اند و موجب حصول آرامش و اطمینان انسانی می باشند، مورد تأیید قرار گرفته اند.

در جهان بینی
اسلامی جهت
زیبایی ها و به
کارگیری احساس
زیبا شناختی
انسان، که همانا
تقرب الهی است
مورد عنایت خاص
قرار گرفته شده
است. (سوره
اعراف، آیه ۳). به
تعبیر دیگر، در
فرهنگ اسلامی
همه زیبایی ها به
سوی کمال مطلق
ختم می شود.

هنر و ادبیات

هنر: هنر به مجموعه ای از فعالیت هایی گفته می شود که انسان به وسیله آن احساس زیبایی حاصل در روح خود را به خارج منعکس می نماید. در اندیشه اسلامی توأماً به زیباییهای ظاهری و معنوی توجه شده است.

خداوند، انسان را به زیباییهای موجود در هستی و بهره برداری از آنها ترغیب نموده است. (سوره ق، آیه ۶).

در جهان بینی اسلامی جهت زیباییها و به کارگیری احساس زیبا شناختی انسان، که همانا تقرب الهی است مورد عنایت خاص قرار گرفته شده است. (سوره اعراف، آیه ۳). به تعبیر دیگر در فرهنگ اسلامی همه زیباییها به سوی کمال مطلق ختم می شود.

ادبیات: ادبیات از دو جهت حائز اهمیت است. ادبیات از مناسب ترین وسیله هایی است که می تواند در خدمت یک فکر و عقیده قرار گیرد و تمام دیدگاههای آن فکر را نقل و اشاعه داده و آنها را در معرض نقد و بررسی دیگران قرار دهد. از طرف دیگر چون ادبیات به منزله گنجینه نظم و نثر قوم محسوب می شود در نتیجه می توان با آن، نتایج فعالیت های فکری و آفریده های قریحه و خیال را در آثار ادبی که از خود به جای می گذارند را مشاهده کرد و با مطالعه و بررسی آنها می توان به میزان رشد فکری و ظرافت طبع افراد پی برد و از این طریق با ماهیت نظام فکری و اهداف و انگیزه های آن آشنا شد.

اندیشه اسلامی وجوه مختلف آفرینش و تجلی احساس زیبایی و شکوفایی ذوق و اندیشه بشری را به طور ضمنی تأیید کرده است. شرط توافق اندیشه اسلامی با تجلیات مزبور، هماهنگی با دیدگاههای ارزشی است. شعر و سایر ابزارهای هنری در این دسته قرار می گیرند.

پیش

ویژه نامه هفته پژوهش ۱۳۸۴

ویژگی های فرهنگ آرمانی اسلام

رضا اسماعیلی*

در اندیشه اسلامی، فرهنگ دارای جایگاه والایی است، در ذیل، این موضوع مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

زمینه فرهنگ اسلامی

انسان به دلیل دارا بودن ویژگی های خاص از سایر موجودات متمایز می شود. مهمترین ویژگی خاص انسان در انسان شناسی اسلامی «فطرت» می باشد. دومین ویژگی موجود انسانی، بهره مندی از عقل و خرد است. سومین ویژگی انسانی، برخورداری از گرایش ها، احساس ها و عواطف انسانی است. این بعد خود مشتمل بر یک سری حواسی است که در کل، انسان را از توانایی های خاصی بهره مند ساخته است. این استعداد حداقل از چهار حس کنجکاو و یا حقیقت جوئی، زیبایی، نیکی و مذهبی تشکیل شده است. این چهار حس موجود در سرشت انسانی، او را از سایر موجودات متمایز می سازد و به زندگی او ابعاد تازه ای می بخشد. منشأ حواس مذکور «فطرت» می باشد. به عبارت دیگر فطرت زمینه اصلی فرهنگ محسوب می شود. فطرت در تعریف عبارت است از «جریان طبیعی و قانونی نیروهایی که در انسان بوجود می آید».

* مدرس مرکز آموزش عالی علمی کاربردی فرهنگ و هنر اصفهان

تحلیل محتوای نشریات محلی استان اصفهان با تأکید بر ویژگی های

تخصصی روزنامه نگاری*

رضا اسماعیلی*

شهین دخت عالی**

چکیده

پژوهش حاضر تحلیلی محتوایی است بر ۱۰ نشریه محلی استان اصفهان. هدف از این پژوهش بررسی میزان بهره برداری نشریات محلی از شیوه های تخصصی و استاندارد شده روزنامه نگاری در دی و بهمن سال ۱۳۸۳ است.

نتایج حاصله نشانگر این است که بخش عمده ای از مطالب این نشریات به مطالب فرهنگی، هنری و تفریح، سرگرمی و تبلیغات اختصاص دارد. شیوه ارائه مطالب بصورت خبر صرف است و از تفسیر و تحلیل استفاده نشده است.

همچنین مطالب اکثراً محلی بوده که از نوع تیتراژ ساده در آنها استفاده شده و دارای ارزشهای خبری شناخته شده نیستند.

سبک نگارش مطالب بیشتر هرم وارونه است و برای اکثر آنها منبع ذکر نگردیده است و اکثراً ارائه مطلب بصورت رویداد مدار است، و در بیشتر آنها جامعیت و وحدت مطلب وجود ندارد. علاوه بر موارد ذکر شده، بررسی ظاهری این نشریات نشان می دهد که از ترکیب بندی مناسب، تصویر، رنگ و ویژگی های جذاب سازی نشریه استفاده نمی شود.

در عین حال مطالب جدید و جالب که معمولاً نظر مخاطبین را به خود جلب می کند کمتر در این نشریات مشاهده می شود. مثل خبرهای جدید و به روز سیاسی- هنری، اجتماعی؛ افراد مورد توجه و مشهور، مطالب مربوط به گروههای مختلف جوانان، زنان، سالمندان و... که بیشتر با زندگی و نیازهای مردم ارتباط دارد.

مقدمه

در جهان امروز، وسایل ارتباط جمعی با انتقال اطلاعات جدید و مبادله افکار و عقاید، در راه پیشرفت فرهنگ و تمدن بشری نقش بزرگی را به عهده گرفته اند، به طوری که بسیاری از دانشمندان عصر کنونی زندگی را، عصر ارتباطات نام نهاده اند.

* این پروژه با حمایت مرکز آموزش عالی فرهنگ و هنر اصفهان انجام شده است.

** رئیس مرکز آموزش علمی - کاربردی فرهنگ و هنر اصفهان

*** مدرس مرکز آموزش عالی علمی - کاربردی فرهنگ و هنر اصفهان



باید در نظر داشت که وسایل ارتباط جمعی، به طور کلی می توانند در توسعه اجتماعی و اقتصادی جوامع، مخصوصاً در کشورهای در حال توسعه، وظایف بسیار حساسی را عهده دار شوند. نشریات با پخش و گسترش اندیشه های نو، در واقع وجدان اجتماعی افراد را بیدار می سازند.

روزنامه نگاری، به عنوان شاخه ای از علوم ارتباطات، سالهاست که حتی در کشور ما از صورت مجرد خارج شده و تخصص های گوناگونی را در تئوری و عمل می طلبد. زمانی حدود چهار تا پنج دهه پیش، شخصی که می توانست قریحه و استعداد نویسندگی اش را با نگرش اجتماعی خود وفق دهد، قادر بود به تنهایی روزنامه ای را در صفحات محدود منتشر کند. حتی بسیاری از نشریات پرسابقه که اینک صدها تن کارشناس را در زمینه های مختلف خبری، فنی و اداری در خدمت دارند، در چهل یا پنجاه سال پیش، در آغاز دوره انتشار روزنامه، انتشار نشریه را با نفرات معدودی شروع کردند که از تعداد انگشتان یک دست تجاوز نمی کرد، اما این گمان که اینک می توان حتی یک نشریه کوچک را به تنهایی و بدون افراد متخصص انتشار داد بعید به نظر می رسد.

امروز اعتماد مردم به هریک از رسانه ها در انتشار اطلاعات و اخبار کشور و جهان، به خاطر دسترسی مردم به رادیوها، روزنامه ها و مجله های داخلی و خارجی و تلویزیون بیش از گذشته حائز اهمیت گردیده است.

این اعتبار و اعتماد در صورتی بوجود می آید که افراد شاغل در رسانه های خبری، در کار خود تخصص لازم را داشته باشند و قادر به ارائه مطالب با ویژگی های علمی و تخصصی در این زمینه باشند؛ به همین خاطر است که با وجود پیشرفت های قابل ملاحظه ای که در تکنولوژی ارتباطات به طور عام و روزنامه نگاری به طور خاص پدید آمده اکنون بیش از گذشته به روزنامه نگار متخصص، مسؤول و متعهد نیاز است. نقش و قابلیت های روزنامه نگاران موجب گسترش کیفی و کمی مطالبی می گردد که مخاطبین را به سمت و سوی صحیح در جامعه هدایت می نماید.

اهمیت ویژگی های تخصصی روزنامه نگاری

گسترش علوم ارتباطات و نیاز بشر به کسب اخبار و آگاهی های روزمره جهانی، در پیوستار زمان و ارزش گذاری خبر در گذر ثانیه ها، سبب شده است تا ضمن توسعه وسایل ارتباط جمعی و سازمان و مدیریت وسایل ارتباط جمعی، تخصص های گوناگونی نیز با توجه به این نیازها به وجود آید.

تشکیلات و سازمان وسایل ارتباط جمعی در هر کشور با توجه به نیازهای فرهنگی اجتماعی آن بوجود آمده است و هرچند که تفاوت هایی در ساختار سازمانهای خبری آمریکا، اروپا، آسیا و آفریقا وجود دارد با این حال شباهت های آن نیز کم نیستند. طبعاً زمان خبری هرچند گسترده تر و عظیم تر باشند بی شک به تعداد بیشتری از خبرنگاران و روزنامه نگاران نیازمند است و به همین دلیل از شعبه یا سرویس های بیشتری بهره می گیرد.

گسترش کیفی ارتباطات جمعی، توسعه کمی وسایل ارتباطی و به دنبال آن سرعت انعکاس رویدادها، تلاش مستمر و پیگیر کارکنان وسایل را اجتناب ناپذیر ساخته است و گردانندگان این وسایل، نیاز روزمره به نیروی متخصص را به شدت احساس می کنند، زیرا سرعت انتشار اخبار و رقابت های حرفه ای، فرصتها را می رباید و به ناچار هر سازمان ارتباط جمعی، باید به وسایل نوین ارتباطی مجهز شود، به طوری که اینک ماهواره ها نیز به خدمت وسایل ارتباط جمعی در آمده اند.

پیشرفت دستگاه های ارتباطی خود نیاز افزون تری به نیروی انسانی متخصص را به منظور تهیه و تولید نشریات بوجود آورده است. و چنانچه این امر صورت نپذیرد، نشریات فاقد ویژگی های مناسب در این حوزه، نه تنها در جذب مخاطب ناموفق خواهند بود، بلکه به صورتی سازماندهی شده از گردونه نشریات حرفه ای خارج خواهند شد.

بررسی نشریات محلی، دست اندرکاران در تولید و تهیه این نشریات را به نقائص و کمبودهای موجود آگاه ساخته و نتایج نشان می دهد که تا چه میزان به موارد تخصصی روزنامه از جمله؛ محتوای مطالب، شیوه ارائه مطالب، وضعیت.....، نوع خبرها و میزان استفاده از منبع و..... در این نشریات توجه شده است.

اهداف پژوهش

هدف از این پژوهش، تحلیل محتوا و چگونگی تدوین نشریات محلی اصفهان با توجه به میزان بهره برداری از شیوه های تخصصی و استاندارد شده روزنامه نگاری است.

سوالات پژوهش

سوالات این پژوهش عبارتست از:

- ۱- محتوای مطالب از چه نوع است؟
- ۲- شیوه ارائه مطلب در نشریات کدام است؟
- ۴- آیا منطقه اخبار و مطالب استانی، ملی یا بین المللی است؟
- ۵- برای تدوین تیترها از چه نوع تیتری استفاده شده است؟
- ۶- برای تدوین لیدها، از چه نوع لیدی استفاده شده است؟
- ۷- ارزش خبری تیترها در چیست؟
- ۸- ارزش خبری لیدها در چیست؟
- ۹- آیا مطالب درج شده منبع دارد؟
- ۱۰- آیا مطالب، عکس یا نقشه دارد؟
- ۱۱- آیا مطالب جامعیت و وحدت دارد؟
- ۱۲- فاصله میان فرآیند مدار و رویداد مدار بودن مطالب چقدر است؟
- ۱۳- سبک نگارش مطالب کدام است؟

روش بررسی

روش این پژوهش تحلیل محتوا می باشد و در این قالب، پژوهشگران به بررسی و تحلیل متون نشریات محلی استان اصفهان پرداخته اند.

تحلیل محتوا در این تحقیق بر اساس چهارچوب نظری صورت گرفته است. مقوله های مختلف با استفاده از ویژگی های تخصصی و استاندارد شده روزنامه نگاری در نظر گرفته و بر اساس این مقولات کدنامه هایی تدوین و کار کدگذاری انجام گرفته است. برخی تعاریف عملیاتی این کدگذاری در ادامه ۱ آمده است.

در این پژوهش برای ارائه نتایج از دو روش کمی و کیفی استفاده شده است. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع آوری شده، از آمار توصیفی (فراوانی و درصد) استفاده گردید و با محاسبه میانگین و جدول دو بعدی، به مقایسه میان داده ها پرداخته شده است. و در آخر، نتایج بدست آمده به صورت نمودار و جدول ارائه گردیده است.

جامعه آماری نمونه گیری

جامعه آماری این پژوهش، کلیه نشریات محلی استان اصفهان می باشد. برای نمونه گیری در این نشریات، با توجه به هماهنگی های انجام شده با اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان، ۹ هفته نامه و یک روزنامه انتخاب شده است که به شرح زیر می باشد:

۱- روزنامه نسل افراد

۲- هفته نامه جام اصفهان

۳- هفته نامه صدا

۴- هفته نامه اولیا

۵- هفته نامه هیجار

۶- هفته نامه فلاحات ایران

۷- هفته نامه پیام

۸- هفته نامه نشر

۹- هفته نامه تندر

۱۰- هفته نامه شهرضا

سه شماره از تمامی هفته نامه ها مورد بررسی قرار گرفت و از روزنامه نسل فردا نیز به طور تصادفی ۳ شماره (جهت قابل مقایسه بودن با هفته نامه ها) انتخاب شد و مورد بررسی قرار گرفت.

مروری بر پیشینه موضوع

«هانری» نویسنده فرانسوی درباره مطبوعات می گوید: زبان نوشته دستی، کتاب و روزنامه، معرف مراحل اساسی ابزار سازی انسان برای گسترش اندیشه ها هستند.

به عقیده وی از زمان اختراع خط و تهیه کتابهای خطی تا اختراع چاپ و تکثیر کتابهای چاپی و مطبوعات، در قدرت ضبط وسایل و نشر اندیشه های انسانی، فقط نوعی اختلاف درجه پدید آمده است.

زبان گفتاری و نوشتاری نمودی از رفتار یا کنش اجتماعی محسوب می شوند. افراد ممکن است رفتارها، عقاید و افکار و گرایشات خود را از طریق اعمالی که انجام می دهند در معرض مشاهده قرار دهند و گاه ممکن است از طریق زبان، آنها را بیان کنند. علاوه بر آن محققان اجتماعی می توانند از خلال نوشته ها به اطلاعاتی درباره شرایط و موفقیت های اجتماعی جامعه پی ببرند، زیرا هر نوشته علاوه بر انعکاس ویژگی های نویسنده، تا حد زیادی از نظام فرهنگی و اجتماعی جامعه نویسنده متأثر است.

محققان از طریق مطالعه نوشتارها و گفتارها به اطلاعاتی درباره پدیده های فردی و اجتماعی دست می یابند. این شیوه بررسی را تحلیل محتوا می نامند. «مورس دو وژه» دو تکنیک برای تحلیل محتوا قائل است. تکنیک های کلاسیک که از شیوه های تحلیل ادبی و تاریخی مشتق شده اند و تکنیک هایی که بیشتر بر پایه های کمی استوارند و اصطلاحاً تحلیل محتوای کمی نامیده می شوند.

روش تحلیل محتوا غالباً برای توصیف پیام بدون ارجاع به نیت است. تاریخ تحلیل محتوا به عنوان فن پژوهشی، از ابتدای قرن بیستم آغاز می شود. مشخص ترین گرایش در روش تحلیل محتوا، افزایش تقریباً هندسی فراوانی چنین پژوهشهایی است. طی دو دهه تحت این قرن، به طور متوسط در هر سال تقریباً ۲/۵ بررسی و تحلیل محتوایی صورت گرفت. در سه دهه بعد این رقم به ترتیب به ۱۳/۳، ۲۲/۸، ۴۳/۳ بررسی افزایش یافت. از جمله پژوهشگرانی که اواسط سالهای ۱۹۳۰ تا اواسط سالهای ۱۹۵۰، بیشترین سهم را در توسعه روش تحلیل محتوا داشتند می توان به هارولد ارونیگ، چیزن برنادرسون، دانیل ازدز، اتیل پول، آبراهام کاپلان، تتال لیتز و راوایت اشاره کرد.

در طول دهه ۱۹۵۰، فراوانی بررسی ها، به حدود ۱۰۰ بررسی در سال افزایش یافت. به عبارت دیگر، پژوهشهای تحلیل محتوایی انجام شده در فاصله سالهای ۱۹۵۰ تا ۱۹۵۸ از تمام پژوهشهای انجام شده در نیمه اول قرن بیستم بیشتر بوده، حتی بررسی اتفاقی ادبیات نشان می دهد که تعداد چنین پژوهشهای همچنان روبه افزایش است.

تحلیل محتوای رسانه ها، جزء روشهای توصیفی است که توسط پژوهشگرانی مانند هارولد و لاسول و برنارد برلسون (۱۹۵۲) از چند دهه پیش به این امید آغاز شد که محتوای رسانه ها به صورتی منظم تحلیل شود. برنارد برلسون که از بنیانگذاران این روش است، تحلیل محتوا را چنین تعریف می کند. تکنیکی از پژوهش که در آن محتوای آشکار به منظور استنتاج کیفی منظم و کمی توصیف می شود.

محققان اجتماعی می توانند از خلال نوشته ها به اطلاعاتی درباره شرایط و موقعیت های اجتماعی جامعه پی ببرند، زیرا هر نوشته علاوه بر انعکاس ویژگی های نویسنده، تا حد زیادی از نظام فرهنگی و اجتماعی جامعه نویسنده متأثر است.

شماره ۳

ویژه نامه هفته پژوهش ۱۳۸۴

۱۳۰

یافته ها

تعداد ده نشریه داخلی استان اصفهان در دی ۸۳ مورد بررسی و تحلیل محتوا قرار گرفت. در بین این نشریات یک روزنامه (نسل فردا) وجود داشت و ۹ هفته نامه که از هفته نامه ها هر کدام ۳ هفته بررسی شدند و روزنامه نسل فردا نیز ۳ روز آن (به جهت قابل مقایسه بودن با ۳ هفته نامه) به صورت نمونه تصادفی انتخاب شد و تحلیل گردید.

آنچه در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفت با توجه به سئوالات طرح شده بصورت تفکیکی ارائه می گردد.

محتوای مطالب

در ابتدا بررسی شد که محتوای مطالب این نشریه ها در کل بیشتر به چه مسائلی پرداخته اند و در ضمن هر کدام از این نشریات به طور جداگانه بیشتر به کدام یک از موضوعات توجه کرده اند و آیا این توجه مطابق با اهداف و نام نشریه و وظیفه ای که بر عهده مطبوعات به ویژه مطبوعات داخلی است می باشد یا خیر؟

بررسی جدول فراوانی نشریات نشان می دهد که در بین مقوله ها آنچه بیش از همه، مورد توجه این نشریات قرار گرفته، مقوله فرهنگ، هنر، تفریح و سرگرمی با ۱۷۴ مورد در کل است که ۴/۱۵ درصد از کل مطالب را به خود اختصاص داده است. در مرحله بعدی تبلیغ و آگهی قرار دارد که با سهم ۱۴ درصد و ۱۵۸ مورد در رتبه بعدی قرار گرفته است. اقتصاد پس از این دو با ۷/۱۳ درصد رتبه سوم را دارد. کمترین توجه در این روزنامه ها معطوف به مسأله حقوق بشر است که با ۰/۹ درصد و تنها در مورد از کل، کمترین فراوانی را داراست.

در مورد مقوله ها پس از بررسی جدول دو بعدی می بایست عنوان کرد که مقوله نظامی بیشترین فراوانی را در روزنامه پیام با سهم ۵۰٪ داشته است. در نشریه های شهرضا، تندر، پگاه، فلاحات ایران، هیجاری، اولیا و صدا. اصلاً به مسائل نظامی توجه نشده است.

امور سیاسی محلی با ۷/۲۴ دارای بیشترین فراوانی در هفته نامه تندر است و در هفته نامه هیجاری به هیچ موردی در این زمینه اشاره نشده است.

روابط خارجی با ۲۵٪، بیشترین فراوانی را در روزنامه نسل فردا داراست و در هفته نامه اولیا، شهرضا و پیام به هیچ موردی در این زمینه اشاره نشده است.

در مورد اقتصاد نیز بیشترین فراوانی با ۶/۲۵ مربوط به روزنامه نسل فرداست و در هفته نامه هیجاری این فراوانی صفر می باشد.

در مورد مسائل پزشکی و بهداشت، بیشترین فراوانی با ۴۷/۵٪ متعلق به روزنامه نسل فرداست و هفته نامه تندر و پیام با ۱/۶٪ کمترین فراوانی را در این مقوله دارا می باشند.

به امور آموزشی در هفته نامه فلاحات ایران با ۲۰/۳٪ بیشترین توجه شده است و توجه هفته نامه هیجاری به این مقوله صفر بوده است.

حوادث با فراوانی ۲۵/۹٪ در هفته نامه جام اصفهان و روزنامه نسل فردا بیشترین فراوانی را داشته و در هفته نامه های اولیا، هیجاری و فلاحات به این مقوله توجه نشده است.

جرم و جنایت و امور قضایی بیشترین فراوانی را در روزنامه نسل فردا با ۶۲/۵٪ داشته است و در هفته نامه های جام اصفهان، فلاح، پیام، پگاه، تندر و شهرضا این فراوانی صفر است. در مورد انرژی و محیط زیست، بیشترین فراوانی به روزنامه نسل فردا و اولیا با ۳۶/۴٪ است و در هفته نامه های جام اصفهان، صدا، هیجار، فلاح، تندر و شهرضا به این مقوله اصلاً توجهی نشده است.

حقوق بشر با ۵۰٪ بیشترین فراوانی را در هفته نامه تندر به خود اختصاص داده است و در هفته نامه های جام اصفهان، اولیا، هیجار، فلاح، پگاه و شهرضا به این مقوله توجه نشده است. ورزش با ۵۷/۵٪ بیشترین فراوانی را در روزنامه نسل فردا داراست و کمترین آن با فراوانی صفر مربوط به هفته نامه های صدا، هیجار و فلاح می باشد.

هنر، فرهنگ، تفریح و سرگرمی در هفته نامه تندر با ۲۴/۷٪ بیشتر از بقیه نشریه ها دیده می شود و هفته نامه های پگاه و فلاح با ۲/۹٪ کمترین فراوانی را بین روزنامه های دیگر در این مقوله دارا هستند.

امور مذهبی بیش از همه با ۳۶/۱٪ در هفته نامه جام اصفهان دیده می شود و کمترین مقدار آن متعلق به هفته نامه های هیجار، پگاه و تندر است که به این مقوله توجه ننموده اند.

بیشترین مقدار آگهی در این روزنامه ها متعلق به روزنامه نسل فردا بوده که ۳۰/۹٪ از کل آگهی ها را به خود اختصاص داده است در حالی که روزنامه پگاه و صدا با ۲/۵٪ کمترین مقدار آگهی را داشته است.

اگر بخواهیم وضعیت نشریات را به صورت جداگانه بررسی نماییم در روزنامه نسل فردا بیشترین مقدار مطلب مربوط به موضوع ورزش است که از لحاظ تعداد خبر با نسبت ۲۵/۳٪ بیشترین فراوانی را داشته است و کمترین موردی که در این روزنامه به آن توجه شده مقوله نظامی است با فراوانی ۰/۳ درصد.

در هفته نامه جام اصفهان بیشترین مقدار مطلب مربوط به مقوله متفرقه است که از لحاظ تعداد خبر با سهم ۱۷/۴٪ بیشترین فراوانی را داشته است و کمترین موردی که در این نشریه به آن توجه شده، مقوله های حقوق بشر، انرژی و صرفه جویی و جرم و جنایت و امور قضایی است که فراوانی آن صفر می باشد.

در هفته نامه صدا بیشترین مقدار مطلب مربوط به مقوله هنر، فرهنگ و سرگرمی است که از لحاظ تعداد خبر با نسبت ۲۵/۳٪ بیشترین فراوانی را داشته است و کمترین موردی که در این نشریه به آن توجه شده مقوله های ورزش، انرژی و صرفه جویی و امور نظامی است که فراوانی آن صفر می باشد.

در روزنامه اولیا بیشترین مقدار مطلب متعلق به مقوله تبلیغات است که از لحاظ تعداد خبر با نسبت ۳۵/۹٪ بیشترین فراوانی را داشته است و کمترین موردی که در این نشریه به آن توجه شده مقوله های حقوق بشر، روابط بین الملل و امور نظامی است که فراوانی آن صفر می باشد.

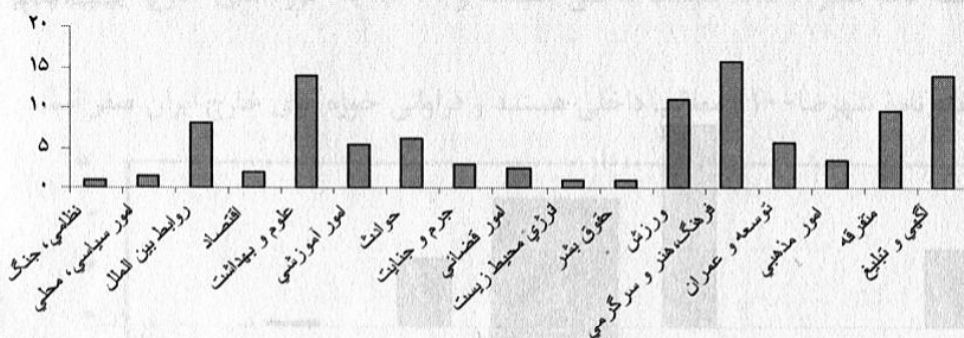
در هفته نامه هیجار بیشترین مقدار مطلب مربوط به مقوله هنر، فرهنگ و سرگرمی است که از لحاظ تعداد خبر با نسبت ۵۲/۳٪ بیشترین فراوانی را داشته است و کمترین موردی که در این

نشریه به آن توجه شده، مقوله های ورزش، حقوق بشر، امور مذهبی، انرژی و صرفه جویی، امور نظامی، حوادث، امور آموزشی، اقتصاد و امور محلی سیاسی است که فراوانی آن صفر می باشد. در هفته نامه فلاح ایران بیشترین مقدار مطلب مربوط به اقتصاد و کشاورزی است که از لحاظ تعداد خبر با نسبت ۳۸/۵٪ بیشترین فراوانی را داشته است و کمترین موردی که در این روزنامه به آن توجه شده مقوله های ورزش، انرژی و صرفه جویی، حوادث، جرم و جنایت و امور قضایی و امور نظامی است که فراوانی آن صفر می باشد.

در هفته نامه پگاه بیشترین مقدار مطلب مربوط به مقوله متفرقه است که از لحاظ تعداد خبر با نسبت ۲۱/۲٪ بیشترین فراوانی را داشته است و کمترین موردی که در این روزنامه به آن توجه شده، مقوله های جرم جنایت و امور قضایی امور نظامی، امور مذهبی و حقوق بشر است که فراوانی آن صفر می باشد.

در هفته نامه تندر بیشترین مقدار مطلب مربوط به هنر، فرهنگ و سرگرمی است که از لحاظ تعداد خبر با نسبت ۳۰/۹٪ بیشترین فراوانی را داشته است و کمترین موردی که در این روزنامه به آن توجه شده مقوله های جرم جنایت و امور قضایی امور نظامی، امور مذهبی و انرژی است که فراوانی آن صفر می باشد.

در هفته نامه شهرضا بیشترین مقدار مطلب مربوط آگهی و تبلیغات است که از لحاظ تعداد خبر با نسبت ۳۳/۸٪ بیشترین فراوانی را داشته است و کمترین موردی که در این روزنامه به آن توجه شده مقوله های جرم جنایت و امور قضایی امور نظامی، حقوق بشر، روابط بین الملل و انرژی است که فراوانی آن صفر می باشد.



نمودار (۱) محتوای مطلب

شیوه ارائه مطالب

در مورد شیوه ارائه مطالب، این پرسش مطرح می شود که از چه شیوه ای در این روزنامه ها بیشتر برای بیان مطالب استفاده شده است؟ و هر کدام از این نشریات چه در صدی را به هر کدام از این شیوه ها اختصاص داده اند.

از نمودار فراوانی شماره ۲ چنین بر می آید که خبر صرف با ۴۵/۹ در صد بیشترین فراوانی را در شیوه ارائه این نشریات داراست و تفسیر با ۵۴ مورد تنها ۴/۸ در صد از مطالب را تشکیل داده که برای انجام رسالت حرفه ای یک نشریه مقدار قابل توجهی نیست. چرا که نشریات به عنوان تکمیل کننده صرف اخبار که از طریق رسانه های دیگر پخش می شوند مسؤلیت تفسیر و تشریح وقایع را بر عهده دارند.

با توجه به نمودار دو بعدی شیوه ارائه مطالب مشخص می شود. روزنامه نسل فردا بیشتر از همه دارای با ۷۱/۸٪ دارای خبر صرف است و با ۰/۴ در صد کمترین توجه را به ترجمه کتاب و مقاله داشته است.

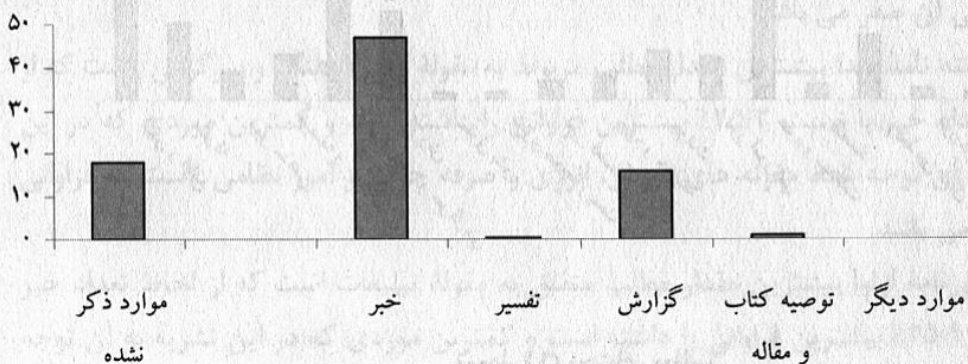
در هفته نامه جام اصفهان بیشترین نوع ارائه مطلب با ۶۱/۴٪ با ارائه خبر صرف بوده و کمترین مقدار با ۶٪ مربوط به تفسیر و اظهار نظر بوده است.

در هفته نامه صدا بیشترین نوع ارائه مطلب با ۵۱/۴٪ با ارائه خبر صرف بوده و کمترین مقدار با ۶/۸٪ مربوط به تفسیر و اظهار نظر بوده است.

در هفته نامه اولیا بیشترین نوع ارائه مطلب با ۵۰/۹٪ با ارائه خبر صرف بوده و کمترین مقدار با ۵/۷٪ مربوط به تفسیر و اظهار نظر و ترجمه کتاب و مقاله بوده است.

در هفته نامه هیجار بیشترین نوع ارائه مطلب با ۴۱/۵٪ با ارائه مطالبی بوده که در هیچ یک از مقوله ها طبقه بندی نشده و کمترین مقدار با ۷/۳٪ مربوط به ترجمه کتاب و مقاله بوده است.

در هفته نامه شهرضا بیشترین نوع ارائه مطلب با ۵۲/۱٪ با ارائه مطالبی بوده که در هیچ یک از مقوله ها طبقه بندی نشده و کمترین مقدار فراوانی صفر مربوط به مقوله تفسیر و اظهار نظر بوده است.



نمودار (۲) شیوه ارائه مطالب

قلمرو مورد توجه نشریات

در مورد این سوال که مطالب این نشریات بیشتر داخلی است یا خارجی؟ باید گفت که ۸۶/۵٪ از کل مطالب داخلی است و تنها ۸/۸٪ سهم مطالب خارجی است. از این میان ۴۲/۲٪ از مطالب مربوط به خود استان بوده اند و ۳۸/۳٪ خارج از استان البته در سطح کشوری را پوشش داده اند. از مطالبی هم که به حوزه استان توجه کرده اند، ۳۵/۱٪ در مورد خود مرکز استان است و ۱۵/۳٪ به شهرستانهای استان مربوط بوده اند و تنها ۱٪ در صد از کل مطالب روستاها، بخشها و عشایر را مورد توجه قرار داده اند.

در روزنامه نسل فردا ۸۵/۵٪ مطالب داخلی هستند و ۱۴/۵٪ به حوزه های خارج ایران و امور بین الملل توجه کرده اند.

در هفته نامه جام اصفهان ۹۴/۷٪ مطالب داخلی هستند و ۵/۳٪ به حوزه های خارج از ایران توجه کرده اند.

در هفته نامه صدا ۸۰٪ مطالب داخلی هستند و ۲۰٪ به حوزه های خارج از ایران توجه کرده اند.

در هفته نامه اولیا ۹۸/۷٪ مطالب داخلی هستند و فراوانی حوزه های خارج از ایران صفر است. در هفته نامه هیجار ۱۰۰٪ مطالب داخلی هستند و فراوانی حوزه های خارج از ایران صفر است.

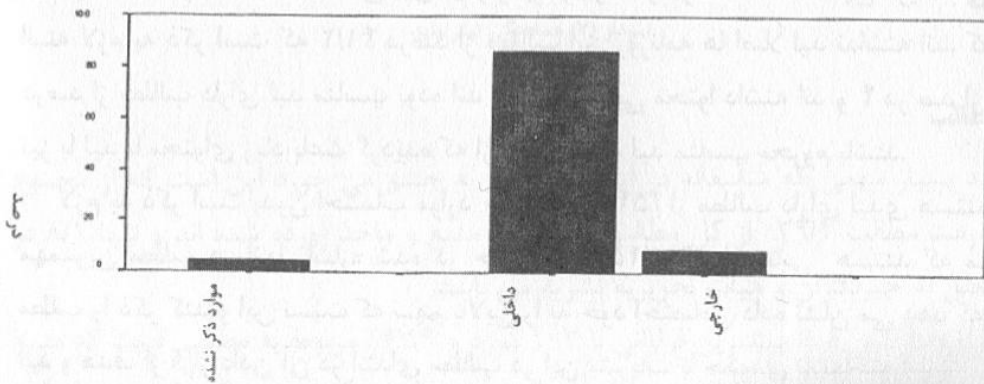
در هفته نامه فلاحت ایران ۹۹/۲٪ مطالب داخلی هستند و ۰/۸٪ به حوزه های خارج از ایران توجه کرده اند.

در هفته نامه پیام ۷۹/۲٪ مطالب داخلی هستند و ۲۰/۸٪ به حوزه های خارج از ایران توجه کرده اند.

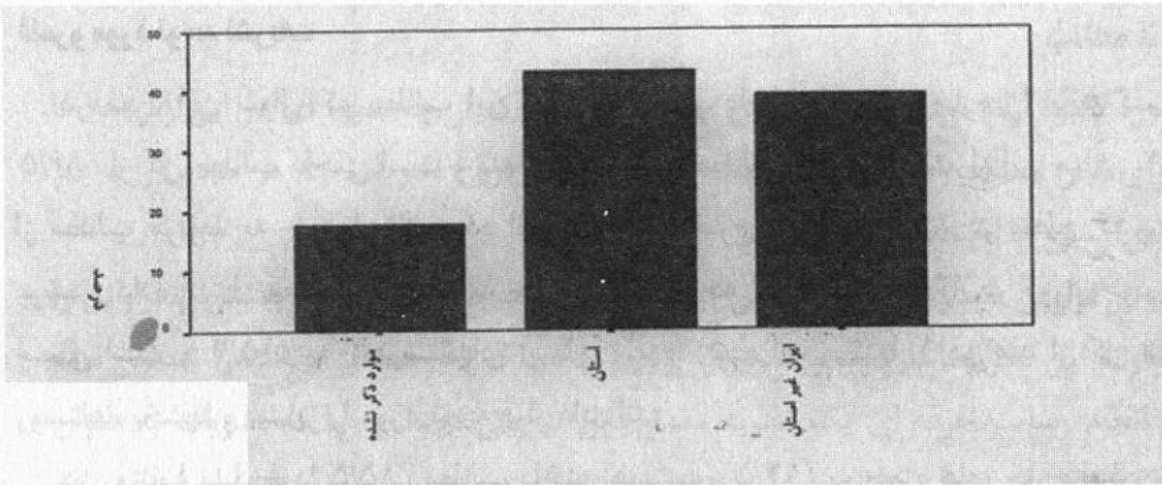
در هفته نامه پگاه ۸۷/۱٪ مطالب داخلی هستند و ۱۲/۹٪ به حوزه های خارج ایران توجه کرده اند.

در هفته نامه تندر ۸۵/۴٪ مطالب داخلی هستند و ۱۳/۹٪ به حوزه های خارج ایران توجه کرده اند.

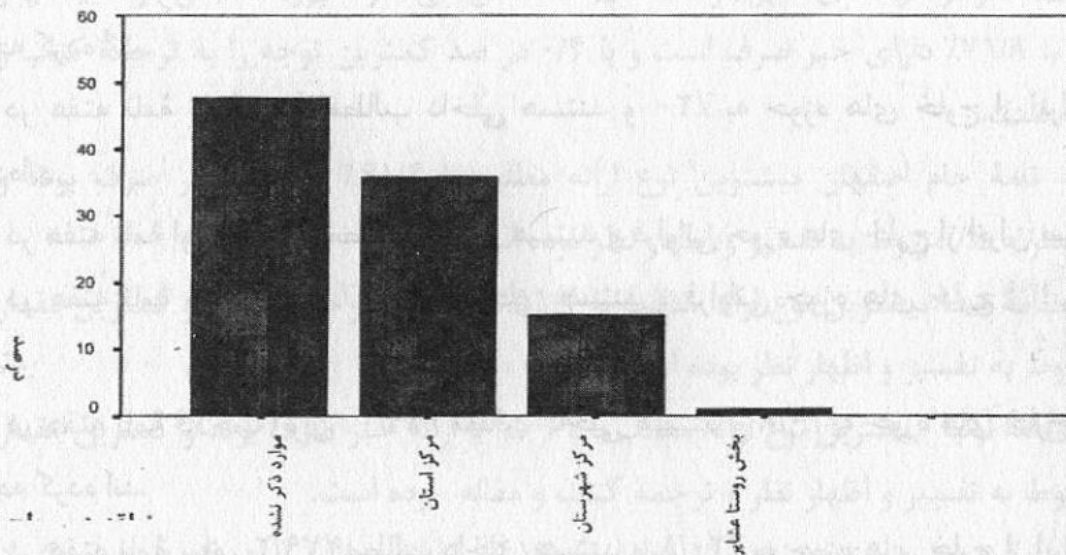
در هفته نامه شهرضا ۱۰۰٪ مطالب داخلی هستند و فراوانی حوزه های خارج ایران صفر است.



نمودار (۳) منطقه رویداد



نمودار (۴) منطقه در سطح کلان



نمودار (۵) منطقه در سطح استان

تیترو لید مطالب

در نشریات مورد بررسی، ۲۷/۶٪ از مطالب دارای تیترهای ساده و مستقیم بوده اند. تیترهای غیر متعارف با سهم ۱۲٪ از کل مطالب را پوشش می دهد. تیترهای نقلی با ۱۱/۶٪ کمترین فراوانی را داراست.

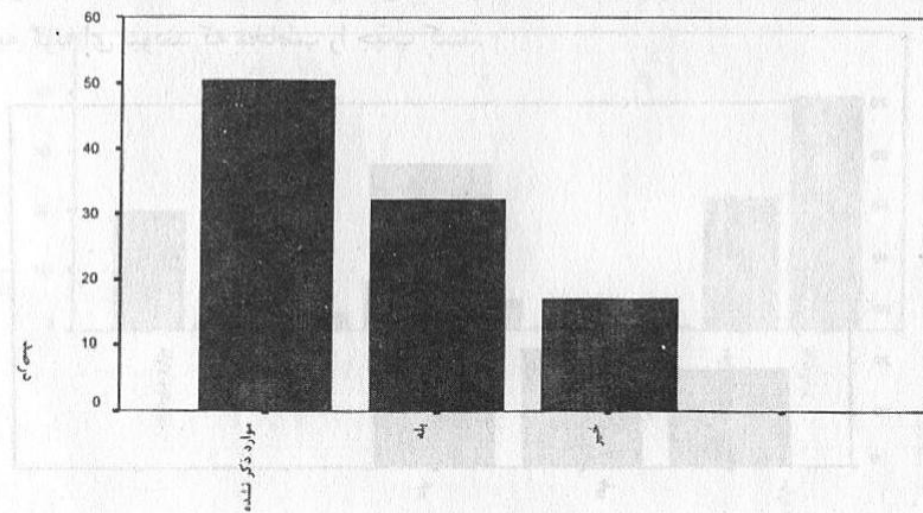
در ۳۲/۲٪ از مطالب هماهنگی بین تیترو لید وجود دارد و ۱۷/۱٪ فاقد این مزیت می باشند. البته لازم به ذکر است که ۴۱/۲ درصد از مطالب این روزنامه ها اصلاً لید نداشته اند. که ۲۴/۷ درصد از مطالب دارای لید مناسب بوده اند ۱۹/۶٪ لید بی محتوا داشته اند و ۴ درصد از مطالب نیز با لید با محتوای زیاد باعث گردیده که از داشتن یک لید مناسب محروم باشند.

لازم به ذکر است بدون احتساب موارد جا افتاده ۵۴/۸٪ از مطالب دارای لیدی هستند که به مهمترین مطلب در آنها اشاره شده در حالی که ۴۵/۲٪ فاقد لیدهایی هستند که مهمترین مطلب را ذکر کند و این نسبت که سهم بالایی را به خود اختصاص داده نشان می دهد که تعریف لید و هدف از قرار دادن آن در ابتدای مطالب در این نشریات تا حدودی ناشناخته است.

لید های نقلی با ۱۳۵ مورد یعنی ۱۱/۹ درصد از کل، بیشترین مقدار را در لیدها داشته اند و کمترین با ۰/۳ درصد مربوط به لیدهای فهرستی بوده است.



نمودار شماره (۶) نوع تیتر



نمودار (۷) هماهنگی تیتر ولید

منبع مطالب

مورد بسیار مهمی که متأسفانه در این مطبوعات به چشم می خورد این است که از مجموع ۱۰۰ درصد مطالب ۳۹/۴٪ از کل مطالب بدون ذکر منبع و ماخذ آورده شده اند و تنها ۸/۱ درصد متعلق به خبرنگاران و هیات تحریریه نشریه می باشد.

در روزنامه نسل فردا بیشترین فراوانی با ۱۰۳ مورد و ۴۷/۹٪ مربوط به مطالبی است که منبع ندارند و کمترین فراوانی متعلق به واحد مرکزی خبر است که حتی یک خبر نیز از این

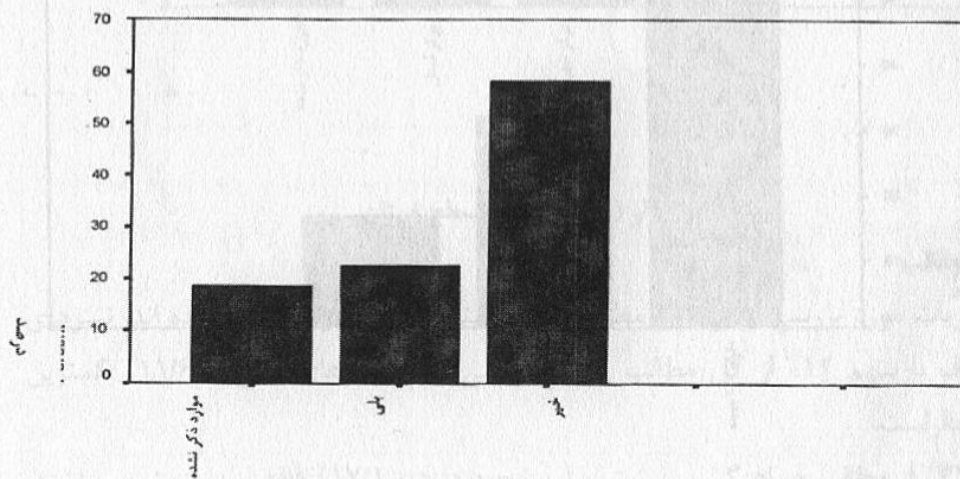
خبرگزاری در روزنامه درج نشده است. مطالبی که از طریق روابط عمومی شرکتها و ادارات به این روزنامه فرستاده شده اند ۲۰/۵٪ کل مطالب را به خود اختصاص می دهند که با توجه به درصدهای ذکر شده پیشین درصد بالایی است. هر چند مطالبی که از سوی روابط عمومی ها منتشر می شوند در رسالت روزنامه نگاری جایگاه والایی نداشته و به نوعی تبلیغ محسوب می گردند و می بایست علت درج این مقدار آگهی از سوی روابط عمومی ها را در یک نشریه مورد بررسی قرار داد.

در هفته نامه جام اصفهان بیشترین فراوانی با ۹۴ مورد و ۶۳/۵٪ مربوط به مطالبی است که منبع ندارند.

در هفته نامه صدا بیشترین فراوانی با ۳۴ مورد و ۲۳٪ مربوط به مطالبی است که منبع ندارند.

عکس یا نقشه در مطلب

۵۸/۲٪ از مطالب نشریات، فاقد عکس یا نقشه اند و ۲۲/۸ درصد عکس یا نقشه دارند. لازم به ذکر است که بسیاری از مطالبی که دارای عکس بودند این عکسها با مطلب هماهنگی لازم را نداشته و یا آنکه مشخص نبود که عکس مربوط به کدامیک از خبرها و مطالب است. در مجموع می توان گفت کیفیت عکسها و شیوه ایی که در ماکت بندی روزنامه قرار می گرفت در اکثر موارد به گونه ای نبودند که مخاطب را جذب کنند.



نمودار (۸) عکس یا نقشه

ارزشهای خبری برجسته در تیترو لید

در مورد ارزش خبری برجسته در تیترو لید، باید گفت که ۱۷ درصد از مطالب که بیشترین نسبت را هم به خود اختصاص داده اند دارای هیچیک از ارزشهای شناخته شده در کار گزینش خبر نبوده اند و پس از آن شهرت با ۱۵/۲٪ بیشترین فراوانی را در بین ارزشهای خبری داراست.

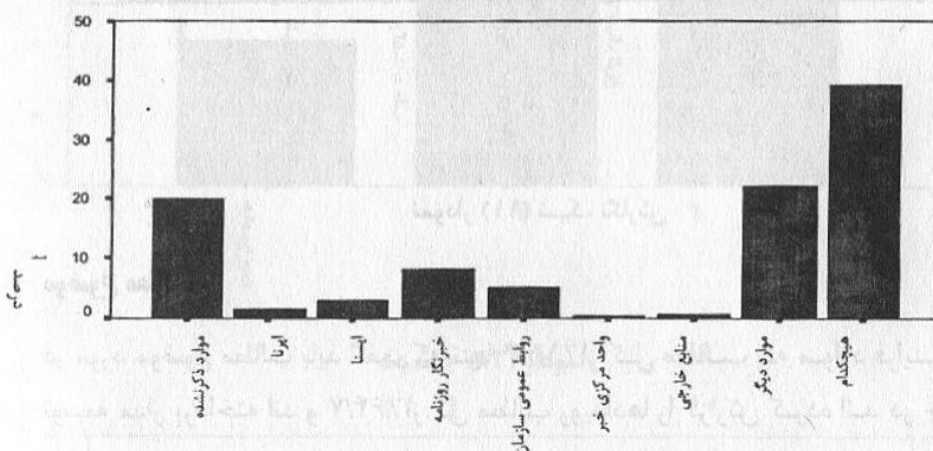
در مورد لید نیز شهرت با ۱۰/۵ در صد بیشترین ارزش خبری است که در لید مورد استفاده قرار گرفته و و پس از آن ۹/۸٪ از مطالب هیچ کدام از ارزشهای خبری را دارا نمی باشند. در هفته نامه اولیا بیشترین فراوانی با ۴۵ مورد و ۹۱/۸٪ مربوط به مطالبی است که منبع ندارند.

در هفته نامه هیجار بیشترین فراوانی با ۴۴ مورد و ۱۰۰٪ مربوط به مطالبی است که منبع ندارند.

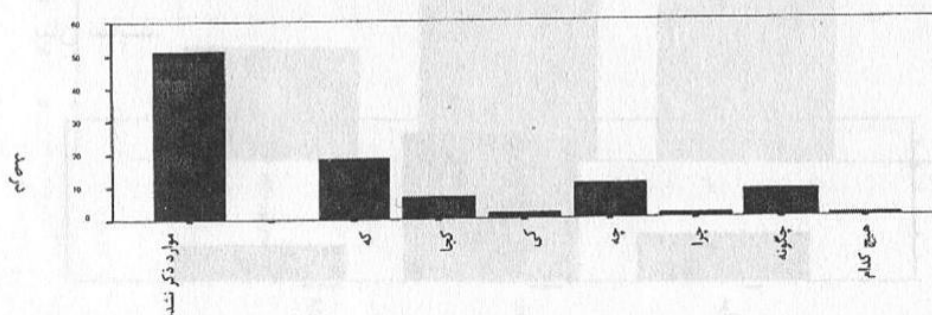
در هفته نامه فلاح بیشترین فراوانی با ۴۱ مورد و ۴۴/۶٪ مربوط به مطالبی است که از سوی گزارشگر نشریه تهیه شده است.

در هفته نامه پیام بیشترین فراوانی با ۱۴ مورد و ۲۰٪ مربوط به مطالبی است که منبع ندارند. در هفته نامه پگاه بیشترین فراوانی با ۲۰ مورد و ۷۴/۱٪ مربوط به مطالبی است که منبع ندارند.

در هفته نامه تندر بیشترین فراوانی با ۶۹ مورد و ۵۳/۵٪ مربوط به مطالبی است که منبعی غیر از منابع درج شده در دستور کد بندی دارند و این موارد شامل نویسندگان آزاد نیز می شود. در هفته نامه شهرضا بیشترین فراوانی با ۲۵ مورد و ۵۰٪ مربوط به مطالبی است که منبع ندارند.

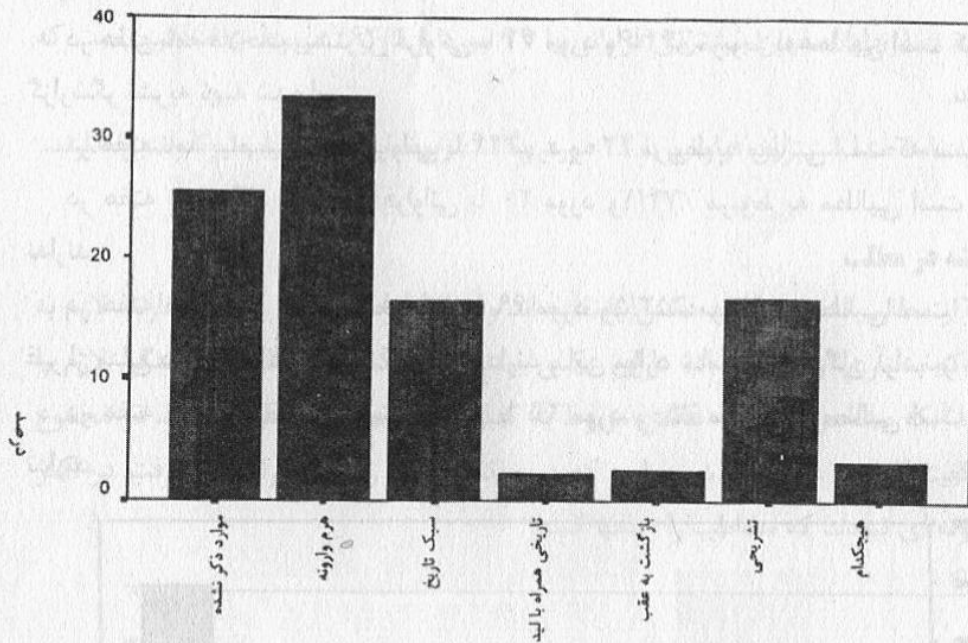


نمودار (۹) منابع



نمودار (۱۰) عنصر برجسته در لید

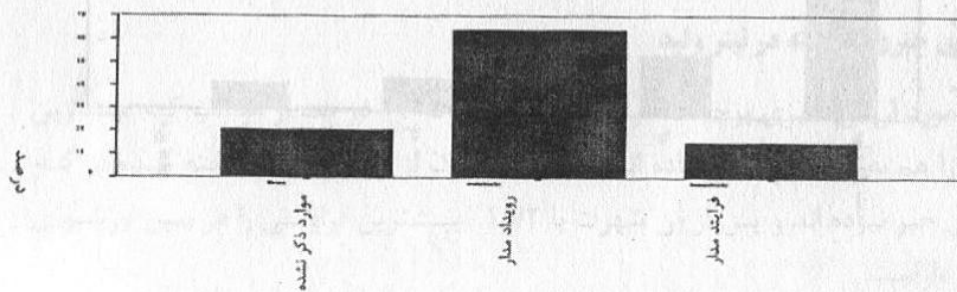
در مورد سبک نگارش مطالب می توان گفت که هرم وارونه که بهترین سبک برای استفاده در کار خبر نویسی می باشد با ۳۳/۴ در صد بیشترین فراوانی را داراست و سبک تاریخی همراه با لید با ۲/۲ درصد کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده است. لازم به ذکر است پس از سبک هرم وارونه بیشترین فراوانی با سبک تاریخی می باشد با فراوانی ۱۶/۵٪. هر چند این نوع از نگارش برای نگارش خبر به هیچ عنوان مناسب نیست.



نمودار (۱۱) سبک نگارش

موضوع مطالب

در مورد موضوع مطالب باید گفت که تنها ۱۵/۳٪ از کل مطالب به موارد فرایند مدار و توسعه مدار پرداخته اند و ۶۴/۷٪ از کل مطالب رویدادها را گزارش کرده اند در حالی که نشریات محلی باید مهمترین مطالب خود را بر پایه اخبار توسعه مدار قرار دهند و فرآیندهایی را که در جهت توسعه در کشور و به ویژه منطقه تحت پوشش خود رخ می دهند بیان نمایند.



نمودار (۱۲) موضوع مطالب

جامعیت و وحدت مطالب

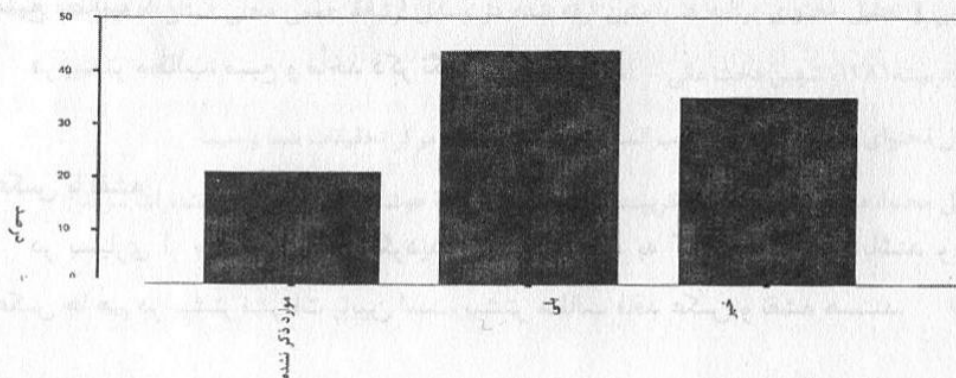
در آخر در مورد جامعیت و وحدت مطالب درج شده در این نشریات در دی ۸۳ می‌بایست ذکر کرد ۶۰/۷ درصد از مطالب فاقد جامعیت اند و تنها ۳۹/۳٪ جامعیت خبر را حفظ کرده و ۴۴/۴٪ از مطالب دارای وحدت می باشند، در حالی که ۵۵/۶ درصد وحدت خبر را رعایت نکرده اند.

در این بین روزنامه نسل فردا با ۵۲/۴٪ دارای بیشترین فراوانی در رعایت جامعیت خبر است و هفته نامه شهرضا با ۱/۷٪ کمتر از بقیه نشریات جامعیت خبر را رعایت کرده است.

در مورد وحدت خبر نیز روزنامه نسل فردا با ۳۲/۴٪ دارای بیشترین فراوانی در رعایت جامعیت خبر است و هفته نامه شهرضا با ۱/۲٪ کمتر از بقیه نشریات جامعیت خبر را رعایت کرده است.



نمودار (۱۳) جامعیت



نمودار (۱۴) وحدت

نتیجه گیری

محتوای مطلب

بخش عمده ای از مطالب این نشریات را فرهنگ، تفریح و سرگرمی به خود اختصاص داده اند که در این بین، مطالب ادبی، هنری و مسائلی که به فرهنگ توجه کرده اند و همچنین مطالب طنز، کاریکاتور و سرگرمی و نیز جدول و سرگرمی؛ در این بخش قرار دارد و در مرحله بعدی تبلیغ و آگهی بیشترین فراوانی را دارد.

شیوه ارائه مطلب

بیشترین مقدار فراوانی مطالب مربوط به خبر صرف است و در این مورد باید توجه کرد که خبر صرف نمی تواند جوابگوی رسالتی باشد که یک روزنامه و بخصوص هفته نامه برعهده دارد. آنچه در این نشریات می بایست بیشتر مورد توجه قرار گیرد گزارش و تفسیر است.

قلمرو مورد توجه نشریات

بیشترین مطالب نشریات، داخلی است و مربوط به ایران می باشد. در مورد استان هم تعداد بیشتر مطالب مربوط به خود استان است که این مورد برای یک نشریه محلی مناسب می باشد.

تیترویلید

بیشترین تیترهایی که در این نشریات وجود دارند از انواع ساده و مستقیم است و متأسفانه بین بیشتر آنها با لید هماهنگی وجود ندارد.

منبع مطالب

در بیشتر مطالب، منبع و مأخذ ذکر نگردیده است.

عکس یا نقشه

در بسیاری از موارد، مشخص نگردیده عکسها مربوط به کدام مطلب می باشند و کیفیت عکس ها هم در بیشتر نشریات پایین است. بیشتر مطالب فاقد عکس و نقشه هستند.

ارزشهای خبری برجسته در تیترویلید

بیشترین فراوانی در تیترها را مواردی به خود اختصاص داده اند که دارای هیچیک از ارزشهای خبری شناخته شده در علوم روزنامه نگاری نیستند و لیدهای دارای شهرت نیز بیشترین فراوانی را در بین لیدها دارا می باشند.

سبک نگارش

هرم وارونه دارای بیشترین فراوانی در سبک نگارش مطالب است.

موضوع مطلب

اکثر مطالب رویدار مدار هستند و تنها درصد کمی از مطالب به موارد فرایند مدار و توسعه مدار توجه کرده اند.

جامعیت و وحدت مطلب

در بیشتر مطالب، این نشریات جامعیت و وحدت خبر رعایت نشده است.

منابع

- دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۸۲
- روزنامه نگاری نوین، نعیم بدیعی، حسین قندی
- تحلیل وسیله ارتباط جمعی، تحلیل محتوا، کینز آلبوت، ترجمه سعید آذری
- بررسی و تحلیل محتوای برنامه ها و متون ارائه شده در وسایل ارتباط جمعی محلی استان اصفهان در رابطه با تعلیم و تربیت، ۱۳۸۱، شهین دخت عالی - آموزش و پرورش
- تحلیل محتوای رسانه ها، حسین نقیب السادات، ۱۳۷۶، تهران، مرکز تحقیقات صدا و سیما
- تحلیل محتوا، مبانی روش شناسی فکری پندوروف، کلوس، ترجمه هوشنگ نائینی، ۱۳۷۸، انتشارات سروش