

بررسی ساختار و محتوای مطالب روزنامه های کثیرالانتشار ایران، کیهان، اعتماد و شرق در شش ماهه دوم سال 1390 در ارتباط با پلیس

دکتر حسن درزیان رستمی*

علیرضا صالحیان**

چکیده

پژوهش حاضر به منظور شناسایی سبک و قالب مطالب مرتبط با پلیس (مطالب خبری و غیر خبری) و همچنین جهت گیری، شناسایی موضوعات و عوامل خبرساز این مطالب می باشد.

این تحقیق به روش تحلیل محتوا انجام یافته است و حجم نمونه از میان چهار روزنامه کیهان، اعتماد، ایران و شرق بر اساس نمونه گیری تصادفی سیستماتیک بوده است که طی آن از میان مطالب مختلف، تعداد 607 مطلب مرتبط با پلیس به دست آمد و این مطالب از جنبه های سبک، ارزش و عنصر خبری، جهت گیری و موضوع مطلب، داشتن عکس همراه مطلب، ارتباط تیترو لید، سطح زیرچاپ، منبع و عوامل خبرساز مطالب، کدگذاری شده و سپس با استفاده از نرم افزار SPSS مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

یافته های تحقیق نشان می دهد که از بین 607 مطلب مرتبط با پلیس، روزنامه شرق با 31 درصد، بیشترین مطالب پلیسی را داشته است؛ همچنین بیشتر مطالب مرتبط با پلیس (83/9 درصد) دارای سبک و قالب خبری هستند. از نظر جایگاه مطلب نیز حدود 80 درصد از مطالب (عمدتاً در قالب خبر) در صفحه حوادث منتشر یافته است.

نتایج دیگر این تحقیق حاکی است که در میان موضوعات مطالب مرتبط با پلیس، بیشترین موضوعات مطالب مربوط به اقدامات پلیس است و در همین رابطه، پلیس آگاهی به عنوان خبرسازترین عامل مطالب مرتبط با پلیس بوده است.

واژه های کلیدی: پلیس، مطبوعات، روزنامه، برجسته سازی، دروازه بانی.

مقدمه

در میان رسانه های مختلف دیداری و شنیداری و مکتوب، که در نشان دادن چهره پلیس، نقش بسزایی می توانند ایفا کنند، مطبوعات هستند و از آنجا که رسانه ای است که با مردم تعامل و ارتباط تنگاتنگی دارد، اخبار و مطالبی که منتشر می کنند، تأثیرات مثبت و منفی بر روی جامعه برجای می گذارد؛ همچنین مطبوعات می توانند با استفاده از تکنیک برجسته سازی و یا حذف مطالبی از طریق دروازه بانی خبر دیدگاه مخاطبان را نسبت به موضوعی سوق دهند؛ بنابراین عملکرد مطبوعات در چگونگی انعکاس مطالب مرتبط با پلیس از این جهت مهم است که پلیس را چگونه در اذهان عمومی نشان دهند.

در مقایسه با سایر نیروهای مسلح، منطق شکل گیری پلیس به قواعد جوامع شهری و صنعتی نزدیکتر است. سطح تماس و تعامل روزمره پلیس با مردم نیز به مراتب بیشتر از سازمانهای نظامی دیگر است. به همین نسبت انتظار مردم از پلیس برای پاسخگویی به نیازهای امنیتی، ارائه خدمات انتظامی و نظارت بر اجرای قانون بیشتر است. در این میان، رسانه های ارتباط جمعی به خصوص مطبوعات (به عنوان حلقه واسط ارتباط بین مردم و پلیس) هم می توانند در انعکاس خواسته های مردم به پلیس ایفای نقش کنند و هم از راه انعکاس عملکرد و پاسخ های پلیس به خواسته های مردم، در اجرای هر چه بهتر مأموریت های پلیس ایفای نقش کنند و از طرفی چنانچه مطبوعات در انعکاس اخبار و مطالب مرتبط با پلیس بیشتر به جنبه های منفی رفتار و عملکرد این سازمان انتظامی بپردازند، مسلماً دیدگاه جامعه نیز نسبت به آن متفاوت خواهد بود؛ این موضوع از زاویه ای دیگر نیز قابل اهمیت است و آن اینکه، در میان رسانه های ارتباط جمعی، مطبوعات عمده‌تاً توسط بخش

خصوصی اداره می شوند و در انعکاس مطالب مرتبط با پلیس غالباً دیدگاههای مطبوعه خود را مدنظر قرار می دهند؛ در واقع باید گفت مطبوعات و پلیس دو سازمان تأثیرپذیر و تأثیرگذار در تحولات سیاسی و اجتماعی جوامع هستند.

بیان مسأله

کارکرد خبری و اطلاع رسانی مطبوعات در جامعه کنونی، اهمیت غیرقابل انکاری یافته و شرایط خاص جهانی، منطقه‌ای، ملی و پیچیدگی اوضاع سیاسی نیز بر اهمیت این کارکرد افزوده است. مطبوعات به دلیل شرایط خاص از نظر قابلیت پردازش و دسترسی همگان، رشته عظیمی از پیام‌های مختلف را برای مخاطبان انبوه بی‌شمار به همراه دارند. روزنامه‌ها به دلیل وابستگی‌های حزبی و ایدئولوژیک خود از زوایای فکری مختلفی به تحولات جامعه می‌نگرند و در انتخاب، انعکاس و برجسته سازی این تحولات و رویدادها به شیوه‌های مختلف عمل می‌کنند و در پرداختن به موضوعات و پدیده‌های مختلف جامعه از سبکها و سگردهای خبری خاص خودشان استفاده می‌کنند.

با توجه به اهمیت رسانه‌ای همچون مطبوعات، نیروی انتظامی (پلیس) از همان بدو تأسیس خود در سال 1370 دارای نشریه داخلی با نام «نگهبان» بوده است (گرچه قبل از ادغام نیروهای انتظامی شهربانی، ژاندارمری و کمیته؛ هر کدام دارای نشریه داخلی بودند) این نشریه به صورت دو ماهنامه منتشر و در آن آخرین اخبار و اقدامات نیروی انتظامی منعکس می‌شود و مخاطب آن عمدتاً کارکنان و خانواده‌های نیروی انتظامی است. در حال حاضر 132 شماره از این نشریه منتشر شده است. علاوه بر نشریه نگهبان، نیروی انتظامی از سال 1386 اقدام به انتشار نشریه دیگری با نام «امین جامعه» نموده است که این نشریه به صورت هفته‌نامه انتشار می‌یابد و مخاطبان آن، عموم مردم جامعه هستند و در کیوسکهای روزنامه‌فروشی‌ها توزیع می‌گردد. این هفته‌نامه که توسط معاونت اجتماعی نیروی انتظامی تهیه و منتشر می‌شود؛ دارای رویکردی اجتماعی است، ضمن اینکه به تحلیل و بررسی اخبار روز ایران و جهان می‌پردازد، اخبار آخرین اقدامات و فعالیتهای پلیس را هم منعکس می‌کند.

هرچند که امروز پلیس با انتشار نشریات و ایجاد سایتهای اطلاع رسانی و پایگاههای خبری در فضای مجازی، سعی نموده است تا از عرصه اطلاع رسانی عقب نماند، اما قاعدتاً برای این سازمان بزرگ انتظامی مهم است که از چگونگی انتشار مطالب خود آگاهی یابد.

مسأله این تحقیق این است که در انتشار اخبار و مطالب پلیس چه تفاوتی بین روزنامه‌های کیهان، ایران، اعتماد و شرق از نظر جهت‌گیری، موضوع و قالب مطالب، عوامل خبرساز، توجه به اصول خبرنگاری و متغیرهای دیگر، وجود دارد و عملکرد این رسانه‌ها در انعکاس اخبار و مطالب مرتبط با پلیس چگونه بوده است؟

اهداف تحقیق

از آنجا که تمام کارهای پژوهشی و تحقیقاتی با اهداف خاصی جهت آگاه کردن و یا برطرف نمودن مسأله‌ای انجام می‌گیرد لذا این تحقیق در صدد است تا در راستای شناخت ساختار و محتوای مطالب منتشره در روزنامه‌های مورد بررسی در ارتباط با پلیس کشور، اهداف زیر را دنبال می‌کند:

اهداف اصلی

شناخت و ارزیابی ساختار و محتوای مطالب منتشره در روزنامه‌های ایران، کیهان، شرق و اعتماد و جهت‌گیری آنها نسبت به چگونگی عملکرد پلیس کشور.

اهداف فرعی

- شناسایی عوامل خبرساز مطالب مرتبط با پلیس کشور.
- شناسایی سبکهای مطالبی که در رسانه‌ها در ارتباط با پلیس کشور منتشر شده است.
- بررسی تفاوت مطالب منتشر شده درباره پلیس در چهار روزنامه فوق از نظر جهت‌گیری مطالب.
- بررسی اینکه، کدامیک از موضوعات در ارتباط با پلیس کشور در روزنامه‌های مورد بررسی برجسته شده است.

پرسشهای تحقیق

- 1- کدامیک از روزنامه های مورد بررسی، حجم بیشتری از مطالب مرتبط با پلیس را به خود اختصاص داده است؟
- 2- روزنامه های مورد بررسی در مطالب خبری خود، بیشتر از چه عناصر خبری استفاده کرده اند؟
- 3- روزنامه های مورد بررسی در مطالب خبری خود، بیشتر از چه نوع ارزشهای خبری استفاده کرده اند؟
- 4- بیشتر از چه نوع سبک مطلب در ارایه مطالب پلیسی بهره گرفته شده است؟
- 5- جهت گیری محتوای مطالب مرتبط با پلیس در روزنامه های مورد بررسی چگونه است؟
- 6- کدامیک از موضوعات مرتبط با پلیس کشور در روزنامه های مورد بررسی برجسته شده است؟
- 7- کدامیک از نشریات مورد بررسی، بیشترین سطح زیر چاپ را به مطالب مرتبط با پلیس اختصاص داده است؟
- 8- آیا عوامل خبرساز (خبرسازان) مطالب مرتبط با پلیس در روزنامه های مورد بررسی، با هم تفاوت دارند؟

تعاریف مفاهیم

پلیس

واژه «پلیس» ریشه یونانی دارد که از دوران حکومت سلوکیان بر ایران وارد فرهنگ فارسی شد. سلوکیان شهرهای یونانی نشین را در ایران بنا نهادند که اداره این شهرها را سازمان «پولیس» بر عهده داشت. این سازمان متشکل از هیأتی بود که از طرف صاحبان حق رأی، برای اداره کلیه امور شهر انتخاب می شدند. آنان وظیفه حفظ و حراست شهر را نیز بر عهده داشتند. نام و اصطلاح «پلیس» که در دیگر زبانهای جهان آمده از نام همین هیأت اخذ شده است. این نام در همان زمان برای معرفی افراد هم به کار می رفته است. به عبارت دیگر، به جای اینکه بگویند «مأمور سازمان پولیس»، مختصر کرده و «پلیس» می گفتند (جعفری، 1355: 16).

«ونگ»¹ تعریف دیگری از واژه پلیس ارائه کرده است: «پلیس عبارت از یک عامل ذخیره یا هماهنگ کننده منابع اجتماعی است. پلیس یک حلال اضطراری است که حق دارد در راه حل مسایل مردم در دوران صلح و در حوزه داخلی از منابع قانونی و مجاز بهره بگیرد، پس واژه پلیس در اصل به وظایف عمومی و کلی دولت مدنی اشاره می کند؛ « برای مثال پاسبان قرن هفدهم به یک سری وظایف اداری روستا رسیدگی می کرد ولی بعدها کلمه پلیس را در اروپا خاص پیشگیری از جرایم و حفظ نظم به کار بردند. » (رینفر، 1383: 61-62).

امروزه لفظ پلیس، هم به سازمان های انتظامی کشورها اطلاق می شود و هم مأموران شاغل در آن سازمانها را در بر می گیرد. این سازمانها وظایف متنوع و متعددی را به منظور استقرار قانون، نظم و امنیت عمومی بر عهده دارند.

مطبوعات و تحولات تاریخی آن

در بررسی روند تحول مطبوعات در غرب، از زمان انتشار نخستین نشریات اروپایی در آغاز قرن هفدهم میلادی تا دهه چهارم قرن نوزدهم که اولین مطبوعات کشورهای مصر، ترکیه و ایران منتشر شدند، دو مرحله مشخص قابل مشاهده است. در مرحله اول مطبوعات دولتی، رسمی و استبدادی همراه با «سانسور» و کنترل، به عنوان زبان تبلیغاتی حکومت های خودکامه پدید آمدند، اما با شکل گیری انقلاب های دموکراتیک غربی مرحله دوم یا عصر مطبوعات مسلکی و سیاسی و انقلابی به عنوان زبان مردم آغاز شد. با توجه به نقش مهم و مثبت مطبوعات در مبارزه علیه استبداد در این دوره نشریات از عوامل عمده تحکیم دموکراسی به شمار می آمدند و افراد و گروه های گوناگون با شوق فراوان، برای رسیدن به آرمان های عقیدتی و سیاسی خویش، مطبوعات متنوعی را به دست نشر می سپردند. به طور مشخص از دهه چهارم قرن نوزدهم به بعد اداره انحصاری مؤسسه های مطبوعاتی در اختیار سرمایه داران قرار گرفت و دوران شکوفایی مطبوعات عقیدتی و سیاسی که در مقام رکن چهارم دموکراسی ایفای وظیفه می کردند، به تدریج به پایان رسید. از این دو مرحله به بعد اگر چه جاذبه های اجتماعی مطبوعات به جا ماند، اما قدرت سرمایه و تجارت که جایگزین آزادی گرای و مردم گرایی مطرح در مطبوعات عصر انقلاب های دموکراتیک شده بود، نشانه آغاز عصر مطبوعات تجاری - خبری بود (معمدنازاد، 1368: 571).

¹ - Vang

شکل‌گیری روزنامه‌نگاری تقلیدی در مشرق زمین با فاصله ای حدوداً 200 ساله با سوء برداشت‌هایی همراه بوده است. در حقیقت از زمانی که در این جوامع مطبوعات جدید به خواست نظام‌های استبدادی و استعمار خارجی پدید آمدند، عمدتاً انتشار روزنامه به سبک غربی بیش از ارتباطات واقعی اجتماعی مورد توجه قرار گرفت (همان: 572).

پس‌افتادگی تاریخی، تداخل‌ها و گسست‌های اجتماعی و سوء برداشت‌های فرهنگی نهایتاً مطبوعات را در کشور ما به معایب و عوارض منفی دو دوره روزنامه‌نگاری استبدادی و تجاری به صورت توأم گرفتار کرده است بدون آن که توانسته باشد از تجربه موفق تأمل و توقف در دوره مطبوعات آزاد و انقلابی در طول تاریخ رشد خود بهره شایسته ببرد. در حقیقت روزنامه‌نگاری در کشور ما تا پیش از پیروزی انقلاب اسلامی، مرحله دوم یعنی دوره مطبوعات آزاد را به صورت ناقص و گسسته پیموده است (خانیک، 1377، ج 2: 96).

بررسی تاریخ 160 ساله روزنامه‌نگاری در ایران نشان می‌دهد که مطبوعات در فراز و نشیب‌های تحولات گوناگون اجتماعی و سیاسی از آسیب‌پذیری‌های فراوانی رنج برده است. مطبوعات از سویی در مقاطع حساس دارای نقش‌های اجتماعی مؤثری بوده و از سوی دیگر نتوانسته این نقش‌ها و کارکردها را پیوستگی و دوام بخشد. شاید دلیل این امر وجود برخی عوامل و وجوه توسعه‌ای باشد که عمدتاً برون رسانه‌ای هستند و به سبب نهادینه نشدن، بازگشت پذیر بوده‌اند. ساختار و نحوه توزیع قدرت در جامعه، وضع جامعه مدنی و مقوله‌هایی نظیر قانون‌گرایی و آزادی از این جمله هستند.

چارچوب نظری

در این تحقیق، با توجه به نوع کار و روش تحقیق به کار رفته، از سه نظریه مهم برجسته سازی، دروازه بانی خبر و نظریه قاب‌بندی یا فریمینگ استفاده شده است.

برجسته سازی

اخبار به طور یکسان برای مخاطبان منتشر نمی‌شوند. برخی از آنها به طور مفصل و کامل چاپ می‌شوند، برخی کلاً خلاصه می‌شوند؛ برخی، خبر اول محسوب می‌شوند و برخی در صفحات دیگر چاپ می‌شوند. بعضی از مطالب، عناوین درشت و بعضی دیگر عناوین ریز دارند. پاره‌ای از مطالب در جای مناسب و برخی دیگر در جای نامناسبی از نشریه چاپ می‌شوند. در واقع رسانه‌ها با برجسته کردن برخی از خبرها و موضوعات، عملاً اولویت‌های ذهنی مخاطبان را شکل می‌دهند.

« برجسته سازی یکی از شیوه‌هایی است که از طریق آن، رسانه‌های جمعی می‌توانند بر عامه تاثیر بگذارند. » (سورین و تانکار، 1386: 326).

دروازه بانی خبر

دروازه بانی خبر فرآیندی است که طی آن میلیاردها خبر خلاصه و جمع و جور و خرد می‌شوند و به صدها پیام تبدیل شده و به اشخاص مفروض در حداقل زمان مفروض می‌رسند. معمولاً تصور می‌شود که دروازه بانی انتخاب خبر برای روزنامه است ولی دروازه بانی خبر چیزی بیش از یک انتخاب ساده است. به گفته «تیچر»¹ دروازه بانی باید این طور تعریف شود:

« فرآیند گسترده‌ای از کنترل اطلاعات، شامل تمام جنبه‌های رمز گذاری پیام نه فقط انتخاب، بلکه ممانعت از نشر، انتقال، شکل دهی، ارائه و عرضه، تکرار، زمان بندی در طول مسیر انتقال از منبع به گیرنده، به عبارتی دروازه بانی شامل تمام جنبه‌های انتخاب، نگه داشتن و کنترل پیام است» چه با پیام از طریق رسانه و چه از طریق مجلات (بروجردی علوی، 1381: 45).

به کسانی که در تحریریه رسانه‌های خبری در فرایند تهیه، گزینش و ارائه پیام‌های خبری فعالیت دارند «دروازه بان»² می‌گویند. مفهوم دروازه بانی که گزینشگری، مرزبانی، سوزن‌بانی و خبربانی نیز ترجمه شده، نخستین بار توسط «کورت لوین» یکی از کارشناسان علوم اجتماعی امریکا در زمان جنگ دوم جهانی، مطرح شد.

¹ - Ticher

² - Gate keepers

نظریه قاب بندی یا فریمینگ

نظریه قاب بندی^۱ یا فریمینگ، نخستین بار توسط «ایروینگ گافمن» در سال 1974 مطرح شد. براساس دیدگاه وی قاب بندی یک تئوری اجتماعی شکل گرفته از شمائی تفسیری است که از مجموعه ای از تصورات قالبی که افراد برای درک و واکنش به رویدادها به آنها متوسل می شوند، تشکیل شده است. گافمن در این خصوص می گوید: «تصور من این است که تعاریف یک موقعیت، هماهنگ با اصول سازمانی حاکم بر رویدادها و درگیری ذهنی^۲ ما در آنها شکل می گیرد. قاب (فریم) کلمه ای است که من برای اشاره به چنین عناصر اساسی که قادر به تعیین هویت آنها هستیم، به کار می گیریم. به عبارت دیگر قاب ها ساختارهای شناختی بنیادین هستند که درک از واقعیت و ارائه آن را تحت تاثیر و هدایت قرار می دهند. در مجموع قاب ها آگاهانه ساخته نمی شوند، بلکه به طور ناخودآگاه در روند های ارتباطی به کار گرفته می شوند.» (علمدادی، 1388: 10).

اصطلاح قاب بندی در ساختار کلان به روش های ارائه اخبار توسط روزنامه نگاران و دیگر ارتباط گران اشاره دارد، به نحوی که اطلاعات به همراه نگاره های نهفته موجود نزد مخاطبان بازتاب شود؛ البته این بدین معنی نیست که اغلب روزنامه نگاران تلاش می کنند تا مطلب را به نحوی تنظیم کنند که مخاطبان خود را فریب دهد بلکه قاب بندی برای آنان ابزاری ضروری برای کاهش پیچیدگی یک موضوع با توجه به محدودیت های رسانه ای مثل فضای خبری یا زمان مورد نیاز برای پخش به حساب می آید (همان: 52).

در واقع قاب بندی به عنوان یک ساخت کلان توضیح می دهد که چگونه افراد هنگام شکل دادن به ادراکات خود از شاخصه های اطلاعات و ارائه در ارتباط با موضوعات استفاده می کنند.

روش تحقیق

انتخاب یک روش تحقیق مناسب نیاز به بررسی و اشراف علمی بر موضوع تحقیق، ویژگی های مورد انتظار از یافته های تحقیق و انواع روش ها و کاربرد آنها دارد. به علاوه شناخت اینکه موضوع بحث در کدام یک از لایه های اجتماعی قرار دارد و کدام قشر یا گروه در مسأله ذینفع و یا با آن آشنا هستند، از مسائلی است که مقدمه انتخاب یک روش تحقیق به شمار می آید (دلاور، 1387: 17).

در پژوهش حاضر، با توجه به ماهیت موضوع، برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. تحلیل محتوا یک روش علمی-کاربردی است که در بین عناصر ارتباط (فرستنده، گیرنده، محتوا و کانال) به بررسی عنصر محتوا می پردازد.

یکی از روش های تحقیق در علوم اجتماعی، روش تحلیل عینی و سیستماتیک محتوای آشکار پیام های ارتباطی است. در تحلیل محتوا پژوهشگر به جای آنکه نگرش ها، باورها و دیدگاه های افراد را از طریق پرسشنامه مورد مقایسه و بررسی قرار دهد، پیام هایی را که تولید کرده اند مورد تجزیه و تحلیل قرار می دهد. در واقع در تحلیل محتوا، برخلاف تحقیق پیمایشی و نظایر آن، افراد به صورت مستقیم مورد بررسی و تحلیل قرار نمی گیرند، بلکه پیام هایی که تولید کرده اند مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد و فرض بر این است که این پیامها بر روی مخاطبان تأثیر دارد.

«برنارد برلسون»^۳ در جامع ترین تعریفی که از تحلیل محتوا مطرح کرده است، می نویسد: «تحلیل محتوا یک شیوه تحقیقی است که برای تشریح عینی، منظم و کمی محتوای آشکار پیام های ارتباطی به کار می رود (بدیعی، 1382: 7).

بر اساس این تعریف، ویژگی های مهم تحلیل محتوا عبارتند از: تمرکز بر محتوای آشکار پیام، (در مقابل محتوای پنهان و معانی تلویحی و خواندن بین سطور)، عینی و قاعده مند بودن (رایف و همکاران، 1381: 24).

جامعه آماری

³ - Framing

² - subjective

³ - Bernard Berelson

منظور از جامعه آماری همان جامعه اصلی است که از آن نمونه ای نمایا یا معرف به دست آمده باشد. جامعه آماری در تحقیق حاضر، شامل کلیه مطالب مرتبط با پلیس است که در بازه زمانی شش ماهه دوم سال 1390 در روزنامه های مورد بررسی به چاپ رسیده اند.

شیوه نمونه گیری

در این پژوهش، با توجه به حجم زیاد مطالب مرتبط با پلیس در چهار روزنامه کیهان، اعتماد، ایران و شرق در طول شش ماهه دوم سال 1390، از شیوه نمونه گیری تصادفی سیستماتیک استفاده شده است؛ بدین نحو که تعداد 25 شماره از هر روزنامه بر اساس فواصل زمانی مشخص، انتخاب شدند که در مجموع، تعداد 100 شماره از کل چهار روزنامه مورد بررسی انتخاب و مطالبشان مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

روش جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها

برای انجام این پژوهش که هدف اصلی آن بررسی پوشش خبری مطالب مرتبط با پلیس است، دستورالعملی تهیه و مطالب با توجه به تعریف مورد نظر مشخص و کدگذاری شدند. پس از اجرای کدگذاری، داده ها بر روی برگه های کدگذاری (برای هر مطلب یک سطر در نظر گرفته شده بود) ثبت و با استفاده از برنامه رایانه ای SPSS، محاسبات آماری، پردازش شدند.

یافته های پژوهش :

با توجه به اینکه تحقیق حاضر به روش تحلیل محتوا انجام یافته است، بنابراین فرضیه ای برای این پژوهش مفروض نبوده است و محقق یافته هایش را بر پایه سوال های تحقیق بدست آورده است. برای این تحقیق 8 سوال مطرح شده که نتایج یافته های تحقیق در جداول یک بعدی و دو بعدی آورده شده است .

جدول 1- توزیع فراوانی و درصد مطالب برحسب نام روزنامه های مورد بررسی

روزنامه های مورد بررسی	فراوانی	درصد
کیهان	173	28/5
اعتماد	84	13/8
ایران	162	26/7
شرق	188	31
جمع	607	100

یافته های جدول نشان می دهد که از مجموع 607 مطلب در ارتباط با پلیس، روزنامه شرق با 31 درصد بیشترین مطالب را در روزنامه های مورد بررسی داشته است و بعد از آن روزنامه های کیهان با 28/5 درصد، ایران با 26/7 درصد، در رده دوم و سوم قرار دارند و همچنین روزنامه اعتماد با 13/8 درصد، کمترین مطالب را در ارتباط با پلیس داشته است.

جدول شماره 2- مقایسه روزنامه های کیهان ، اعتماد،ایران و شرق از نظر عنصر خبری برجسته شده درلید

ردیف	عنصر خبری برجسته شده درلید	آماره	روزنامه			
			کیهان	اعتماد	ایران	شرق
1	که	فراوانی	110	61	94	128
		درصد	63/6	72/6	58	68/1
2	چه	فراوانی	42	19	45	37
		درصد	24/3	22/6	27/8	19/7
3	چگونه	فراوانی	1	0	1	0
		درصد	0/6	0	0/6	0
4	چرا	فراوانی	0	0	1	0
		درصد	0	0	0/6	0
5	کجا	فراوانی	0	0	0	0
		درصد	0	0	0	0
6	کی	فراوانی	0	0	0	0
		درصد	0	0	0	0
7	ندارد	فراوانی	20	4	21	23
		درصد	11/6	4/8	13	12/2
جمع کل		فراوانی	173	84	162	188
		درصد	100	100	100	100

یافته های مطالب مورد بررسی در جدول فوق حاکی است که در مطالب خبری روزنامه های مورد بررسی، عناصر خبری «که» و «چه» بیشترین درصد فراوانی را در میان سایر عناصر دارند و عناصر خبری «چگونه» و «چرا» فقط در روزنامه های کیهان و ایران مورد استفاده قرار گرفته اند. همچنین هیچ کدام از مطالب خبری روزنامه های مورد بررسی دارای عناصر خبری «کجا» و «کی» نبودند.

جدول شماره 3 - مقایسه روزنامه های کیهان ، اعتماد، ایران و شرق از نظر ارزش خبری برجسته شده در لید

ردیف	ارزش خبری برجسته شده در لید	آماره	روزنامه			
			کیهان	اعتماد	ایران	شرق
1	شهرت	فراوانی	41	17	29	22
		درصد	23/7	20/2	17/9	11/7
2	دربریگری	فراوانی	10	1	3	1
		درصد	5/8	1/2	1/9	0/5
3	تضاد و برخورد	فراوانی	59	47	86	114

50/4	60/6	53/1	56	34/1	درصد		
82	24	13	12	33	فراوانی	فراوانی و بزرگی رقم و مقدار	4
13/5	12/8	8	14/3	19/1	درصد		
3	0	3	0	0	فراوانی	تازگی	5
0/5	0	1/9	0	0	درصد		
0	0	0	0	0	فراوانی	مجاورت	6
0	0	0	0	0	درصد		
14	4	4	0	6	فراوانی	استثنا و شگفتی	7
2/3	2/1	2/5	0	3/5	درصد		
78	23	24	7	24	فراوانی	بدون ارزش (خبر نیست)	8
12/9	12/2	14/8	8/3	13/9	درصد		
607	188	162	84	173	فراوانی	جمع کل	
100	100	100	100	100	درصد		

یافته های جدول نشان می دهد که ارزش خبری تضاد و برخورد در چهار روزنامه مورد بررسی، دارای بیشترین درصد فراوانی است اما نحوه وجود این ارزش خبری در دو روزنامه متفاوت است؛ یعنی روزنامه کیهان تنها 34/1 درصد از مطالب خبری اش دارای ارزش تضاد و برخورد است در حالیکه مطالب خبری شرق تقریباً دو برابر کیهان یعنی 60/6 درصد دارای این ارزش خبری است.

جدول شماره 4 - مقایسه روزنامه های کیهان، اعتماد، ایران و شرق از نظر سبک مطلب

ردیف	سبک مطلب	آماره	روزنامه				جمع
			کیهان	اعتماد	ایران	شرق	
1	خبر	فراوانی	150	69	128	162	509
		درصد	86/7	82/1	79	86/2	83/9
2	مصاحبه	فراوانی	1	0	2	1	4
		درصد	0/6	0	1/2	0/5	0/7
3	گزارش	فراوانی	4	10	11	5	30
		درصد	2/3	11/9	6/8	2/7	4/9
4	مقاله	فراوانی	0	3	0	4	7
		درصد	0	3/6	0	2/1	1/2
5	اطلاعیه و بیانیه	فراوانی	1	2	3	0	6
		درصد	0/6	2/4	1/9	0	1
6	طنز	فراوانی	0	0	0	0	0
		درصد	0	0	0	0	0
7	ارتباط با مخاطبان	فراوانی	17	0	16	13	46

7/6	6/9	9/9	0	9/8	درصد		
5	3	2	0	0	فراوانی	سایر	8
0/8	1/6	1/2	0	0	درصد		
607	188	162	84	173	فراوانی	جمع کل	
100	100	100	100	100	درصد		

در بررسی مطالب مرتبط با پلیس در روزنامه های کیهان، اعتماد، ایران و شرق از نظر سبک یا قالب مطالب، یافته های جدول نشان می دهد که قالب سبک خبر در هر چهار روزنامه بیشترین فراوانی را داشته است. همچنین نتایج یافته های سایر سبکها نیز نشان می دهد در سبک گزارش روزنامه اعتماد با $11/9$ درصد بیشترین فراوانی را نسبت به سه روزنامه دیگر داشته است. روزنامه کیهان با $9/8$ درصد و روزنامه ایران با $9/9$ درصد فراوانی، بیشترین مطالب متغیر ارتباط با مخاطبان را نسبت به روزنامه شرق و اعتماد داشتند. این در حالی است که سبک مقاله در روزنامه اعتماد با $3/6$ درصد و روزنامه شرق با $2/1$ درصد است ولی روزنامه های کیهان و ایران هیچ مطلبی را در این خصوص نداشتند. یافته دیگر جدول حاکی از این است که هیچ کدام از روزنامه های مورد اشاره، مطلبی با سبک طنز نداشتند.

جدول شماره 5- مقایسه روزنامه های کیهان ، اعتماد ، ایران و شرق از نظر جهت گیری مطلب

ردیف	جهت گیری مطلب	آماره	روزنامه				جمع
			کیهان	اعتماد	ایران	شرق	
1	مثبت	فراوانی	111	59	93	148	411
		درصد	64/2	70/2	57/4	78/7	67/7
2	منفی	فراوانی	8	1	9	7	25
		درصد	4/6	1/2	4/6	3/7	4/1
3	خنثی	فراوانی	43	22	58	31	154
		درصد	24/9	26/2	53/8	16/5	25/4
4	نامشخص	فراوانی	11	2	2	2	17
		درصد	6/4	2/4	1/2	1/1	2/8
جمع کل		فراوانی	173	84	162	188	607
		درصد	100	100	100	100	100

مطابق آماری که در خصوص جهت گیری مطالب انتشار یافته است، نتایج نشان می دهد که هر چهار روزنامه در انتشار مطالب مرتبط با پلیس، به طور کلی 67/7 درصد دارای جهت گیری مثبت و 25/4 درصد مطالب هم دارای جهت گیری خنثی بوده اند و تنها 4/1 درصد مطالب، دارای جهت گیری منفی در روزنامه های مورد بررسی بودند.

جدول شماره 6- مقایسه روزنامه های کیهان، اعتماد، ایران و شرق از نظر موضوع مطلب

ردیف	موضوع مطلب	آماره	روزنامه ها				جمع
			کیهان	اعتماد	ایران	شرق	
1	خبر یا گزارش حادثه	فراوانی	38	31	55	8	132
		درصد	22	36/9	34	4/3	21/7
2	خبر یا گزارش از اقدامات پلیس	فراوانی	59	27	45	126	257
		درصد	3/1	32/1	27/8	67	42/7
3	اعلامیه، جوابیه یا هشدار پلیس	فراوانی	0	4	24	7	35
		درصد	0	4/8	14/8	3/7	5/8
4	مصاحبه یا اظهار نظر پلیس	فراوانی	8	4	4	9	25
		درصد	4/6	4/8	2/5	4/8	4/1
5	گزارش روزنامه از وضعیت پلیس	فراوانی	1	1	3	2	7
		درصد	0/6	1/2	1/9	1/1	1/2
6	تغییرات سازمانی یا انتصابات در سازمان پلیس	فراوانی	0	0	0	0	0
		درصد	0	0	0	0	0
7	انتقادات از پلیس	فراوانی	6	0	8	5	19
		درصد	3/5	0	4/9	2/7	3/1
8	پیشنهادات و درخواست از پلیس	فراوانی	11	0	0	9	20
		درصد	6/4	0	0	4/8	3/3
9	کشفیات پلیس	فراوانی	23	6	3	6	38
		درصد	13/3	7/1	1/9	3/2	6/3
10	تقدیر از پلیس	فراوانی	0	0	0	0	0
		درصد	0	0	0	0	0
11	آموزش همگانی	فراوانی	1	0	0	1	2
		درصد	0/6	0	0	0/5	0/3
12	اطلاع رسانی پلیس	فراوانی	23	11	13	14	61
		درصد	13/3	13/1	8	7/4	10
13	سایر	فراوانی	3	0	7	1	11
		درصد	1/7	0	4/3	0/5	1/8
	جمع	فراوانی	173	84	162	188	607
		درصد	100	100	100	100	100

بر اساس یافته‌های جدول فوق، موضوع خبر یا گزارش از اقدامات پلیس، در بین چهار روزنامه مورد بررسی، با 42/7 بیشترین فراوانی را داشته است و این در حالی است که متغیر گزارش از اقدامات پلیس در روزنامه شرق با 67 درصد، بیشترین فراوانی را نسبت به روزنامه های دیگر و در بین سایر موضوعات داشته است. در مقابل، این روزنامه به موضوع خبر یا گزارش حادثه نسبت به سه روزنامه دیگر کمتر اهمیت داده است در حالیکه این موضوع در روزنامه‌های ایران و اعتماد جایگاه

اول را دارد. از دیگر نتایج این تحقیق حاکی است که موضوعاتی همچون کشفیات و اطلاع رسانی پلیس، موضوعاتی بودند که روزنامه کیهان در مجموع با 26/6 درصد، بیشترین توجه را نسبت به سه روزنامه دیگر به این دو متغیر داشته است.

جدول شماره 7- مقایسه روزنامه های کیهان ، اعتماد، ایران و شرق از نظر سطح زیر چاپ

ردیف	سطح زیر چاپ	آماره	روزنامه				جمع
			کیهان	اعتماد	ایران	شرق	
1	مطلب کوتاه (تا 150 سانتی مترمربع)	فراوانی	156	61	121	151	489
		درصد	90/2	72/6	74/7	80/3	80/6
2	مطلب متوسط (تا 151 تا 300 سانتی مترمربع)	فراوانی	13	12	26	26	77
		درصد	7/5	14/3	16	13/8	12/7
3	مطلب بلند (301 سانتی مترمربع و بیشتر)	فراوانی	4	11	15	11	41
		درصد	2/3	13/1	9/3	5/9	6/8
جمع کل		فراوانی	173	84	162	188	607
		درصد	100	100	100	100	100

هر چند یافته های جدول شماره 7 نشان می دهد که 80/6 درصد سطح زیر چاپ مطالب روزنامه های مورد بررسی، مطالب کوتاه (تا 150 سانتی متر مربع) را تشکیل می دهد اما در بین این روزنامه ها، روزنامه کیهان با 90/2 درصد، بیشترین سطح زیر چاپ مطالب کوتاه و با 2/3 درصد فراوانی، کمترین مطلب سطح زیر چاپ مطالب بلند (301 سانتی متر مربع و بیشتر) را داشته است.

این روزنامه همچنین در مطالب متوسط (از 151 تا 300 سانتی متر مربع) هم نسبت به سه روزنامه دیگر با 7/5 درصد، کمترین فراوانی را داشته است.

جدول شماره 8- مقایسه های روزنامه های کیهان اعتماد ایران شرق از نظر عوامل خبرساز

ردیف	عوامل خبر ساز	آماره	روزنامه				جمع
			کیهان	اعتماد	ایران	شرق	
1	رهبری	فراوانی	1	0	0	0	1
		درصد	0/6	0	0	0	0/2
2	رئیس جمهوری، وزراء ، مجموعه استانداری	فراوانی	0	0	1	0	1
		درصد	0	0	0/6	0	0/2
3	رئیس قوه قضائیه، دادستانی ها و زیر مجموعه ها	فراوانی	0	0	0	0	0
		درصد	0	0	0	0	0
4	رئیس و نماینده مجلس	فراوانی	0	0	0	0	0

0	0	0	0	0	درصد		
22	5	5	3	9	فراوانی	هیئت رئیسه ناجا	5
3/6	2/7	3/1	3/6	5/2	درصد		
111	32	17	16	46	فراوانی	فرماندهان و مدیران ناجا (استانها و شهرستانها)	6
18/3	17	10/5	19	26/6	درصد		
55	16	9	9	21	فراوانی	پلیس پیشگیری	7
9/1	8/5	5/6	10/7	13/1	درصد		
201	75	61	36	29	فراوانی	پلیس آگاهی	8
33/1	39/9	37/7	42/9	16/8	درصد		
68	19	20	5	24	فراوانی	پلیس راهنمایی و رانندگی و پلیس راه	9
11/2	10/1	12/3	6	13/9	درصد		
35	13	14	3	5	فراوانی	پلیس فتا (جرائم سایبری)	10
5/8	6/9	8/6	3/6	2/9	درصد		
5	0	1	1	3	فراوانی	فرماندهی مرزبانی ناجا	11
0/8	0	0/6	1/2	1/7	درصد		
11	2	2	1	6	فراوانی	سازمان وظیفه عمومی	12
1/8	1/1	1/2	1/2	3/5	درصد		
12	4	3	4	1	فراوانی	معاونت اجتماعی ناجا	13
2	2/1	1/9	4/8	0/6	درصد		
24	5	10	3	6	فراوانی	پلیس اطلاعات و امنیت ناجا	14
4	2/7	6/2	3/6	3/5	درصد		
2	0	1	0	1	فراوانی	معاونت عملیات ناجا	15
0/3	0	0/6	0	0/6	درصد		
4	1	1	0	2	فراوانی	پلیس مبارزه با مواد مخدر	16
0/7	0/5	0/6	0	1/2	درصد		
1	0	0	1	0	فراوانی	فرماندهی یگان های ویژه	17
0/2	0	0	1/2	0	درصد		
0	0	0	0	0	فراوانی	اینترپل (پلیس بین الملل)	18
0	0	0	0	0	درصد		

10	4	5	0	1	فراوانی	پلیس به طور کلی	19
1/6	2/1	3/1	0	0/6	درصد		
41	12	11	0	18	فراوانی	مردم	20
6/8	6/4	6/8	0	10/4	درصد		
3	0	1	2	0	فراوانی	سایر	21
0/5	0	0/6	2/4	0	درصد		
607	188	162	84	173	فراوانی	جمع کل	
100	100	100	100	100	درصد		

نتایج حاصله از داده‌های جدول نشان می‌دهد که با توجه به اینکه غالب مطالب پلیسی را حوادث تشکیل می‌دهند، از این رو، پلیس آگاهی در سه روزنامه ایران، اعتماد و شرق به عنوان خبرسازترین عامل محسوب می‌شود. این در حالی است که خبرسازترین عامل مطالب در روزنامه کیهان، فرماندهان و مدیران استانها و شهرستانها با 26/6 درصد فراوانی بوده است و پلیس آگاهی در جایگاه دوم عامل خبرساز این روزنامه قرار دارد و این متغیر برای روزنامه های اعتماد و شرق جایگاه دوم عامل خبرساز را داشته و عامل خبرساز دوم روزنامه ایران راهنمایی و رانندگی با 12/34 درصد فراوانی بوده است و این عامل جایگاه سوم را برای این روزنامه دارد .

نتیجه گیری و پیشنهادات:

بطور کلی یافته های این پژوهش نشان می دهد که در شش ماهه دوم سال 90 و در بین 92 شماره از روزنامه های کثیرالانتشار ایران، اعتماد، کیهان و شرق (که به صورت نمونه گیری سیستماتیک انتخاب شده بودند) در مجموع 607 مطلب در ارتباط با پلیس کشور مورد بررسی قرار گرفت که بر اساس یافته های تحقیق؛ از مجموع مطالب مورد بررسی در ارتباط با پلیس، روزنامه شرق با 31 درصد بیشترین مطلب را داشته است و بعد از آن، روزنامه های کیهان با 28/5 درصد و ایران با 26/7 درصد در رده های دوم و سوم قرار دارند و همچنین روزنامه اعتماد با 13/8 درصد کمترین مطلب را در میان روزنامه های مورد بررسی داشته است.

یافته های تحقیق نشان می دهد که بخش عمده مطالب مربوط به قالب خبر در چهار روزنامه مورد بررسی با 83/9 درصد، بیشترین فراوانی را دارد و مطالبی که در قالب مقاله چاپ شده اند، با 1/2 درصد، کمترین فراوانی را داشتند. همچنین، از میان مطالب خبری مرتبط با پلیس، اخباری که دارای ارزش خبری تضاد و برخورد بودند با 57/8 درصد، بیشترین فراوانی را داشتند. بعد از آن، مطالب خبری دارای ارزش شهرت، با 20/6 درصد در جایگاه دوم قرار داشتند. یافته های دیگر تحقیق نشان داد که ارزش خبری تازگی تنها 6/ درصد مطالب خبری را در بر گرفته و هیچ گونه از مطالب مورد بررسی دارای ارزش مجاورت نبودند.

همچنین، در ارتباط با عناصر خبری، یافته های تحقیق اینگونه نشان می دهند که عنصر خبری «که» با 72/9 درصد به عنوان شاخص ترین عنصر مطالب خبری محسوب می شود. بعد از آن عنصر خبری «چه» بیشترین فراوانی را در میان عناصر خبری دیگر دارد. از میان دیگر عناصر خبری، عناصر «چگونه» و «چرا» تنها دارای 6/ درصد از مطالب را تشکیل می دهند. همچنین نتایج حاصله نشان داد که هیچ کدام از مطالب خبری دارای عناصر «کجا» و «کی» نبودند که البته این موضوع سؤال برانگیز و نشان از این دارد که رویکرد غالب نشریات نسبت به مطالب پلیسی، رویکردی حادثه گونه است و در این متغیر، روزنامه ها عمدتاً از نظریه برجسته سازی استفاده کرده اند.

نتایج دیگر تحقیق حاکی از این است که، بیشترین مطالب دارای جهت گیری مثبت با 67/7 درصد فراوانی بوده است و بعد از آن مطالبی که دارای جهت گیری خنثی بودند، با 25/4 درصد قرار دارند. همچنین مطالبی که دارای جهت گیری منفی و نامشخص بودند نیز 6/9 درصد مطالب را شامل می شدند. در این خصوص، باید گفت که رویکرد غالب نشریات کشور نسبت به مطالب مرتبط با پلیس مثبت است.

در میان موضوعات مطالب مورد بررسی، مطالبی که موضوع خبر یا گزارش از اقدامات پلیس را داشتند با 42/7 درصد بیشترین موضوعات مطالب را شامل می شدند و کمترین مطالب مرتبط با پلیس، مربوط به موضوع آموزش همگانی بود که 3/ درصد موضوع مطالب را شامل می شد. همچنین موضوعات انتصابات در سازمان پلیس و تقدیر از پلیس هیچ گونه فراوانی نداشتند.

طبق نتایج تحقیق، مطالب کوتاه (که دارای اندازه یک الی 150 سانتی متر مربع بوده اند)، با 80/6 درصد بیشترین سطح زیر چاپ مطالب را تشکیل می دادند و مطالب بلند (که بیش از 300 سانتی متر مربع بودند)، کمترین مطالب زیر چاپ را شامل می شدند. در همین ارتباط، یافته های دیگر تحقیق نشان می دهد که در بین روزنامه های مورد تحقیق، روزنامه کیهان با 90/2 درصد فراوانی، بیشترین سطح زیر چاپ مطالب کوتاه و همچنین این روزنامه با 2/3 درصد فراوانی کمترین مطالب سطح زیر چاپ مطالب بلند را داشته است.

و همین طور، بر اساس یافته های تحقیق، در میان عوامل مختلف خبرساز مطالب مرتبط با پلیس، پلیس آگاهی ناجا با 33/1 درصد، خبرسازترین مطالب پلیسی بوده است. فرماندهان انتظامی استانها و شهرستانها با 18/3 درصد فراوانی و پلیس راهور و پلیس راه ناجا نیز با 11/2 درصد فراوانی در جایگاههای دوم سوم عوامل خبرساز مطالب پلیسی بودند.

در همین ارتباط، یافته های دیگر تحقیق نشان می دهد که روزنامه های مورد بررسی، عمدتاً به مطالبی از پلیس توجه دارند که جنبه حادثه گونه و جذاب برای مخاطبشان داشته باشد به همین جهت پلیس آگاهی بیشترین عامل خبرساز مطالب بوده است. به همین جهت مشخص می شود که روزنامه های مورد بررسی از تکنیک های برجسته سازی و قاب بندی در

ارتباط با توجه بیش از حد به بعضی از عوامل خبرساز و از تکنیک دروازه بانی و گزینشگری در ارتباط با بعضی دیگر از عوامل خبرساز مانند یگان ویژه، معاونت عملیات و ... استفاده کرده اند.

پیشنهادها

1- نتایج تحقیق نشان می دهد که از کل مطالب منتشره در روزنامه های مورد بررسی حدوداً 83 درصد مطالب در قالب خبر و حدود 17 درصد مطالب در قالب سایر سبکهای مطالب بوده است و از طرف دیگر، بخش عمده این اخبار در صفحه حوادث به چاپ رسیده است به همین دلیل، ارزش خبری تضاد و برخورد با 57/8 درصد و عنصر خبری «که» با 72/9 درصد بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده اند و این بدان معنی است که روزنامه ها عمدتاً به اخبار حوادث پرداخته اند که برای مخاطبانشان جذابیت داشته است. در صورتیکه نیروی انتظامی (پلیس) یک سازمان بزرگ اجرایی کشور است و با مردم ارتباط تنگاتنگی دارد به همین دلیل ضرورت دارد که مردم بخشهای مختلف آن را با اخبار و مطالبی که روزنامه ها در مورد آن منتشر می کنند، بیشتر و بهتر بشناسند و از این طریق تعامل مردم و پلیس در جامعه بیشتر می شود. علاوه بر این، پیشنهاد می شود که روزنامه ها از سایر قالبهای خبری نیز در انتشار مطالب مرتبط با پلیس بیشتر استفاده کنند.

2- در رسانه های مورد بررسی و از میان 607 مطلب مرتبط با پلیس، 75/9 درصد مطالب فاقد عکس همراه مطلب بودند و تنها 24/1 درصد مطالب دارای عکس بودند. پیشنهاد می شود برای بالا رفتن جذابیت اخبار، مطالب روزنامه ها همراه با عکس (تصویر) منتشر شوند.

3- یافته های تحقیق نشان می دهد که 79/2 درصد از مطالب مرتبط با پلیس در صفحه حوادث روزنامه ها منتشر شده اند، درمقابل تنها 4/6 درصد از مطالب در صفحه اجتماعی به چاپ رسیده است؛ با توجه به اینکه مطالب پلیسی غالباً موضوعات اجتماعی را در بر می گیرد، ضرورت دارد که روزنامه ها به این موضوع بیشتر توجه کنند.

4- همانگونه که یافته های تحقیق نشان می دهد بخش عمده موضوعات مطالب پلیسی شامل خبر یا گزارش حادثه یا اقدامات پلیس بوده است و در مقابل موضوعی همچون آموزش همگانی - که اهمیت قابل توجهی دارد - تنها با 3/ درصد فراوانی، کمترین موضوع مطالب را شامل می شود؛ پیشنهاد می شود با توجه به نقش آموزشی و هدایتگر پلیس به عنوان یک نهاد اجتماعی مهم و تأثیرگذار در جامعه، روزنامه ها در انتشار مطالب مرتبط با پلیس به این موضوع بیشتر توجه کنند و اهمیت دهند.

5- یافته های تحقیق نشان می دهد که 24/1 درصد از منابع مطالب اختصاص به سایت یا روابط عمومی پلیس داشته است، این در حالی است که با توجه به عملکرد خوب نیروی انتظامی در حوزه اطلاع رسانی (از طریق روابط عمومی ها و معاونت اجتماعی ناجا)، انتظار می رود درصد بیشتری از مطالب پلیسی دارای منبع سایت یا روابط عمومی پلیس باشند. از این رو پیشنهاد می شود روزنامه ها مطالبی را که از سایت یا روابط عمومی ناجا دریافت می کنند، همان منبع (منبع ناجا) را ذکر کنند. ضمن این که پلیس هم اقدامات بیشتر و بهتری در حوزه اطلاع رسانی از خود نشان دهد، بطوری که بخش زیادی از مطالب مرتبط با پلیس را « خود روابط عمومی پلیس » اطلاع رسانی کند.

6- نیروی انتظامی به عنوان یک سازمان انتظامی و اجتماعی از بخشهای مختلفی تشکیل یافته و هر کدام از این بخشها به نوعی با مردم ارتباط و تعامل دارند، این در حالی است که یافته های جدول نشان می دهد که بخش زیادی از داده ها و فراوانی ها به پلیس آگاهی و فرماندهان استانها و شهرستانها اختصاص یافته است و سایر بخشها و معاونتهای پلیس به نسبت دو مورد فوق درصد کمتری از مطالب پلیسی را شامل می شدند. پیشنهاد می شود در انتشار مطالب پلیسی این موضوع لحاظ شود تا اذهان عمومی، پلیس را صرفاً یک نیروی خشن و بازدارنده فرض نکنند.

منابع:

- اتسلندر، پیترو. (1371). *روشهای تجربی تحقیق در علوم اجتماعی*. (بیژن کاظم زاده، مترجم) تهران: آستان قدس.
- بدیعی، نعیم و قندی، حسین. (1382). *روزنامه نگاری نوین*. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- بروجردی علوی، مهدخت. (1381). *روزنامه نگاری حرفه ای*. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
- جعفری، فضل الله و دیگران. (1355). *پلیس ایران*. تهران: انتشارات روابط عمومی ارزیابی کشور.
- خانیکی، هادی. (1377). *رسانه های کوچک و تحول بزرگ در مجموعه مقالات دومین سمینار بررسی مسایل مطبوعات ایران، ج 2*. تهران: مرکز مطالعات رسانه ها.
- درزیان رستمی، حسن و ضیائی پرور، حمید. (1389). *بررسی پیام های ارتباطی: تکنیک های تحلیل محتوای رسانه های مکتوب*. صوتی. تصویری و اینترنتی. تهران: انتشارات سیمای شرق.
- دلاور، علی (1387). *مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی*. تهران: انتشارات رشد.
- دیرینگ، جیمز و اورت میچل، راجرز. (1385). *مبانی برجسته سازی رسانه ها*. (علی اصغر کیا و مهدی اشکیانی، مترجم). تهران: شرکت تعاونی سازمان معین ادارات.
- رایف، دانیل و دیگران. (1381). *تحلیل پیام های رسانه ای*. (مهدخت بروجردی علوی، مترجم). تهران: سروش و مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز. (1386). *نظریه های ارتباطات*. (دکتر علیرضا دهقان، مترجم). تهران: دانشگاه تهران.
- علمداری، مهرداد. (1388). *فریمینگ یا قاب بندی چیست؟ کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره 13، فروردین 1388*.
- محکی، علی اصغر. (1383). *پلیس و مردم در مطبوعات ایران*. تحلیل محتوای شیوه آرایه رابطه پلیس و مردم در مطبوعات کشور در مقاطع زمانی مختلف، پایان نامه دکترای ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی.
- معتمدنژاد، کاظم. (1368). *روزنامه نگاری جدید در بازنگری روزنامه نگاری معاصر*. (ابوالقاسم منصفی، همکار). تهران: مرکز نشر سپهر.
- ویمر، راجردی و دومینیک، جوزف آرد. (1389). *تحقیق در رسانه های جمعی*. (کاووس سید امامی، مترجم). تهران: انتشارات سروش.

Structure and content analysis of news topics related to police in highly circulation newspapers of Iran, Keyhan, Etemad and Shargh (Fall and winter 1390)

Hassan Darzian Rostami (Ph.D) *

Alireza Salehian (M A) **

Abstract

This research is conducted to discover methods and other relevant topics related to police. This study tries to find out news orientation along with topic classification and other controversial issues attracting the public. This research is conducted based on content analysis. adopted from four different public newspapers (Iran, Keyhan, Etemad and Shargh) respectively. It is conducted based on thematic sampling. The content is coded through different aspects including methods, validity, news elements, news values, the sheet content along with illustrations, titles, circulations and sources. The findings has been analyzed through SPSS software. This research concluded that 607 different topics to law enforcement, Shargh paper topped with 31% covers the most topics. %83 of the topics related to police issues causing attraction and 80 percent is classified under the title of social events. Other conclusions indicated that among the other topics, most of them cover police actions. The activities of Criminal department is with the most controversion topics.

Key words: police, press, newspaper, agenda, gatekeeper.

* Assistant professor and faculty Members-Islamic Azad University/ Tehran central Branch rostamiuk@yahoo.co.uk

** MA in Communication- Islamic Azad University/ Tehran Central Branch/salehianalireza@yahoo.com