

# نحوه برجسته‌سازی مهم‌ترین مسائل اجتماعی جامعه ایران در اخبار سیمای جمهوری اسلامی ایران (مطالعه موردی: بخش خبری ۲۰:۳۰)

اردشیر زابلی‌زاده<sup>۱</sup> / جواد صادقی<sup>۲</sup> / مهرداد حاجیوند دستگردی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: آذر ۹۸ تاریخ پذیرش نهایی: خرداد ۹۹

## چکیده

اگر چه رسانه‌ها قادر به انعکاس همه مسائل جامعه نیستند اما در برجسته‌سازی مهم‌ترین آنها نقش اساسی دارند. هدف اصلی این پژوهش که با روش تحلیل محتوای کمی انجام شده، بررسی نحوه برجسته‌سازی مهم‌ترین مسائل اجتماعی جامعه ایران شامل مسائل شغلی، مسائل شهری، مسائل مرتبط با ازدواج، مسائل تحصیلی، مسائل زیست‌محیطی، مسائل مرتبط با مواد مخدر، مسائل جنسی، مسئله جرائم و مسئله فقر و نابرابری برگرفته از تحقیقات پیشین در بخش خبری ۲۰:۳۰ شبکه دو سیما در بازه زمانی مهر تا اسفند ۱۳۹۵ بوده است. یافته‌ها نشان می‌دهد، بخش خبری ۲۰:۳۰ در برجسته‌سازی مسائل اجتماعی ذکر شده نسبتاً ضعیف عمل کرده است؛ چنان که از مجموع ۱۲۰۲ خبر بررسی شده در این بخش خبری فقط ۳۱۳ خبر معادل ۲۶ درصد به این مسائل پرداخته بودند. بر اساس یافته‌ها از مجموع ۳۱۳ خبر مربوط به این مسائل از لحاظ چینش خبری ۹۳ مورد در اولویت اول و ۹۷ مورد در اولویت دوم این بخش خبری بوده‌اند. ضمن اینکه در بررسی خبرها به ترتیب جرائم با ۲۹/۷ درصد، مسائل زیست‌محیطی با ۲۲ درصد، مسائل شغلی با ۱۴/۷ درصد و مسئله فقر و نابرابری با ۱۳/۴ درصد، بیشترین برجستگی را در بین مسائل اجتماعی داشته‌اند و مسائل جنسی با ۶ صدم از کمترین میزان توجه برخوردار بوده‌اند.

**واژگان کلیدی:** مسائل اجتماعی، بخش خبری ۲۰:۳۰، رسانه، برجسته‌سازی، تحلیل محتوای کمی.

۱- دانشیار گروه ارتباطات و رسانه، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران

۲- کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی - روزنامه‌نگاری، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: javadsadeghi1992@yahoo.com

۳- کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی - روزنامه‌نگاری، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران

### مقدمه و بیان مسئله

طی چند دهه اخیر، تغییر و تحولات سریع در زمینه‌های مختلف از جمله افزایش جمعیت و شهرنشینی باعث شکل‌گیری و بروز مسائل اجتماعی مختلفی در جوامع امروزی شده است. مسائل اجتماعی در همه جوامع ظهور می‌یابند، اما معمولاً این مسائل در جوامع در حال توسعه، نمود بارزتری پیدا می‌کنند. جامعه ایران نیز به‌عنوان یکی از جوامع در حال توسعه با مسائل و معضلات اجتماعی زیادی روبرو است. نتایج برخی تحقیقات نشان می‌دهد بیکاری و اشتغال، فقر و اعتیاد از مهم‌ترین مسائل اجتماعی کشور ایران هستند که زندگی جمع زیادی از مردم را دچار اختلال کرده‌اند. در تعریف مسائل اجتماعی توجه به این نکته لازم است که مسائل اجتماعی لزوماً شامل مسائلی نیستند که مربوط به حوزه اجتماع و حوزه جامعه‌شناسی باشند بلکه اجتماعی شدن هر یک از مسائل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است که مسئله اجتماعی را تشکیل می‌دهد (خراطها، ۱۳۹۳: ۳۹). می‌توان گفت، هم کنشگران فردی و هم کنشگران جمعی در شکل‌گیری مسائل اجتماعی نقش دارند؛ اما همواره این مردم هستند که بیشتر از همه در معرض آسیب‌های ناشی از مسائل اجتماعی قرار دارند. برای مهار و مقابله با مسائل اجتماعی خواست و اراده جمعی مردم و مسئولان نیاز است که این امر برنامه‌ریزی‌های بلندمدت و سیاست‌های کلان را می‌طلبد. رسانه‌ها نیز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ارکان جامعه‌پذیری از جایگاه مهمی در این سیاست‌ها برخوردارند؛ چراکه رسانه‌ها شکل‌دهنده ارزش‌ها و عقاید اجتماعی هر جامعه‌ای محسوب می‌شوند.

تاکنون نقش‌های متفاوتی برای رسانه‌ها در نظر گرفته شده است. از مهم‌ترین این نقش‌ها، نقش اطلاع‌رسانی و آگاهی از وقایع و رویدادهای پیرامون افراد بوده است. رسانه‌ها با تعیین اولویت ذهنی مخاطبان و برجسته ساختن مسائل اجتماعی، آگاهی عموم را نسبت به این مسائل افزایش می‌دهند. می‌توان گفت، با ظهور وسایل ارتباط جمعی و تکنولوژی‌های پیشرفته، فرایند آموزش

و جامعه‌پذیری از انحصار مدارس و آموزشگاه‌ها خارج شده است و از این‌رو دولت‌ها بیش از گذشته به نقش و اهمیت رسانه در فرایند آموزش پی برده‌اند. در این میان تلویزیون به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای رسانه‌ای نقش مهمی در اطلاع‌رسانی، آموزش و برجسته‌سازی مهم‌ترین مسائل جامعه دارد. تلویزیون به دلیل ویژگی‌های بصری، تصویر، صدا و ویژگی‌های گرافیکی هنوز از جذابیت‌های خاصی بین مخاطبان برخوردار است. در بیشتر برنامه‌های تلویزیونی، خبر به دلیل نقش مهمی که در اطلاع‌رسانی رویدادهای مختلف جامعه بر عهده دارد، جایگاه ویژه‌ای را در بین برنامه‌ها به خود اختصاص داده است. رشد کمی و کیفی برنامه‌های خبری تلویزیونی در سراسر جهان را می‌توان مدعی اهمیت روزافزون و جایگاه خبر در جوامع امروزی دانست. «به‌رغم رشد و توسعه فناوری‌های دیجیتال اطلاع‌رسانی، در بین وسایل ارتباط جمعی و پیام‌های ارتباطی دنیای معاصر، اخبار تلویزیون چه به لحاظ نوع رسانه و چه به لحاظ نوع پیام، همچنان در شکل‌دهی به ذهنیت مخاطبان از واقعیت‌ها نقش عمده‌ای دارد. خبر به لحاظ محتوایی، در زمره برنامه‌هایی قرار می‌گیرد که محتوای آن‌ها واقعی است و جنبه ساختگی ندارد، ضمن این که مردم نیز چنین تصویری از آن ندارند؛ بنابراین، متولیان رسانه از اخبار تلویزیون به‌سان ابزاری مناسب جهت تأثیرگذاری بر افکار عمومی بهره می‌گیرند» (نقیب السادات و افقهی، ۱۳۹۲: ۸۶-۸۵). به‌عبارت‌دیگر، اخبار به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های تلویزیون در قالب نرم‌خبرها و خبرهای رویدادمدار که به واکاوی و عمق‌بخشی بیشتر به موضوعات می‌پردازند؛ می‌تواند با آگاه کردن مردم و شناخت مهم‌ترین مسائل جامعه به مسئولان، نقش مهمی در حل مسائل اجتماعی ایفا کند و با فرهنگ‌سازی درست عامل مهمی در اصلاح رفتاری جامعه در خصوص بعضی از مسائل اجتماعی هم‌چون آثار سرقت و یا پیامدهای خشونت و درگیری باشد. امروزه دولت‌ها با گذر از توسعه اقتصادی به این نتیجه رسیده‌اند که توجه صرف به توسعه اقتصادی برای

از آنجایی که اخبار از مهم‌ترین ابزارهای اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی در هر جامعه و سازمانی به شمار می‌روند، از صداوسیما جمهوری اسلامی ایران انتظار می‌رود همان مسائلی را برجسته و ارائه کند که در اولویت عموم قرار دارند تا با شناسایی و برجسته‌سازی این مسائل از دید افکار عمومی، سیاست‌ها و برنامه‌ریزی دقیقی برای اصلاح آن‌ها توسط مسئولان و دیگر نهادها صورت گیرد. بنابراین در این پژوهش بر آن شدیم به پاسخ سؤال اصلی که مطرح کرده‌ایم، دست پیدا کنیم؛ اینکه مسائل اجتماعی در بخش خبری ۲۰:۳۰ شبکه دو سیمای جمهوری اسلامی ایران به چه نحوی برجسته شده‌اند؟ با توجه به گسترده بودن حوزه مسائل اجتماعی، در این تحقیق بر آن شدیم تا به بررسی ۹ مورد از مسائل اجتماعی مهم شامل مسائل شغلی، مسائل شهری، مسائل مرتبط با ازدواج، مسائل تحصیلی، مسائل زیست‌محیطی، مسائل مربوط به مواد مخدر، مسائل جنسی، جرائم و مسئله فقر و نابرابری بپردازیم.

## مفاهیم و زمینه‌های نظری پژوهش

### مسائل اجتماعی

درباره تعاریف و طبقه‌بندی مشکلات و مسائل اجتماعی در ایران نیز مانند سایر کشورهای جهان توافق قطعی وجود ندارد، به گونه‌ای که در اسناد سازمان‌های دولتی و غیردولتی و مکتوبات صاحب‌نظران، مصادیق، مسئله، مشکل، انحراف و آسیب اجتماعی همپوشانی فراوان داشته و طبقه‌بندی برخی از مسائل و مشکلات اجتماعی در هر یک از دسته‌بندی‌های فوق را دشوار می‌نماید. صرف‌نظر از تفاوت دیدگاه‌ها در نام‌گذاری مسائل اجتماعی، فصل مشترک همه این مسائل در آن است که همه آن‌ها پدیده‌هایی نامطلوب بوده و افکار عمومی، جامعه و نخبگان را به خود مشغول داشته، به گونه‌ای که نوعی وفاق و آمادگی جمعی برای مهار آنها پدید آمده است (رفیعی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۸۵).  
افشار کهن در کتابش «جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی» در تعریف مسائل اجتماعی می‌نویسد: «مسائل اجتماعی

رسیدن به توسعه کافی نیست، بلکه در کنار توسعه اقتصادی باید به فکر توسعه اجتماعی جامعه خود نیز باشند. توسعه اجتماعی جز با برنامه‌ریزی و سیاست‌های کلان و درست دولت‌ها تحقق نمی‌یابد. رسانه‌ها به عنوان موتور محرکه توسعه نقش مهمی در این سیاست‌ها دارند. بنابراین توجه به توسعه اجتماعی موجب شده است تا مسائل اجتماعی به‌عنوان عامل بازدارنده توسعه در برنامه‌ریزی‌های دولت‌ها بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد. علی‌رغم آنکه مشکلات اجتماعی بخش اجتناب‌ناپذیری از مشخصات جوامع امروزی تلقی می‌گردند، در ایران گستره مسائل و مشکلات اجتماعی چون فقر، بیکاری، تبعیض، اعتیاد، خشونت و ... به سبب عوارض سوء فردی و اجتماعی و نقش منفی آن‌ها در جامعه ایران، نگران‌کننده بوده و ضرورت‌های بررسی‌های علمی و مداخلات جدی مبتنی بر شواهد در سطوح مختلف را فراهم آورده است (رفیعی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۸۵).

در یک نگاه کلی، ورود رسانه‌ها به حیطه بازنمایی و ارائه مسائل اجتماعی امری بسیار خطیر و مهم است، چنانکه دو نقش متمایز را در این خصوص ایفا می‌کنند، از یک سو، رسانه‌ها با به‌کارگیری نگاهی سطحی و کلیشه‌ای، خود بر شدت و حدت بروز مسائل اجتماعی می‌افزایند و از سوی دیگر، با اتخاذ رویکردی اجتماعی تلاش می‌کنند، از توان و ظرفیت‌های رسانه‌ای حل مسائل اجتماعی کمک بگیرند. این رویکردی است که تمامی رسانه‌های توسعه‌گرا سعی دارند خود را از آن بهره‌مند سازند (بخارایی و شکیبیا، ۱۳۹۴: ۱۰). بنابراین اطلاع‌رسانی ناکارا و عدم کارایی رسانه‌های جمعی در خصوص اطلاع‌رسانی، نوعی مواجهه غیراصولی و غیرمنطقی با پدیده‌ها و مشکلات اجتماعی است که خود موجب بروز و ظهور مسائل اجتماعی می‌گردد (ناطق‌پور، ۱۳۸۰: ۸۰). از این رو به دلیل اهمیت مسائل اجتماعی که بخش عظیمی از مردم را درگیر کرده است و از جمله مهم‌ترین علل عقب‌ماندگی جوامع از چرخ توسعه است، نوع نگاه سازمان صداوسیما نسبت به این مسائل باید نگاه متفاوت و ویژه‌ای باشد.

زندگی آن‌ها و مهم‌ترین ارزش‌های آن‌ها می‌باشد و همچنین متفق‌القول باشند که برای اصلاح وضعیت موجود اقدامی باید صورت گیرد، در این مواقع است که جامعه‌شناسان می‌گویند، جامعه این وضعیت را به عنوان یک مسئله اجتماعی تعریف کرده است. به عبارت دیگر اعضای جامعه به یک اتفاق نظر رسیده‌اند وضعیتی که بر جمعی از اعضای یک جمعیت تأثیر بگذارد، یک معضل برای همه جامعه است و فقط مشکل افرادی که مستقیماً از آن تأثیر می‌پذیرند نیست» (Korenblum and Julian, 1980: 5).

به نظر می‌رسد تعریفی که لوزیک از مسائل اجتماعی ارائه می‌دهد، نسبت به سایر تعاریف، تعریف جامع‌تری است. لوزیک معتقد است: مسائل اجتماعی به چیزهایی اطلاق می‌شود که بشود آن‌ها را دید، به شرایط گسترده‌ای در محیط اطلاق می‌شود که بشود آن را اندازه‌گیری کرد و به آن اموری اطلاق می‌شود که به حیات و زندگی افرادی که بر اثر این شرایط آسیب می‌پذیرند و یا افرادی که به وجود آورنده این شرایط هستند مربوط می‌شود. در واقع مسائل اجتماعی به امور و یا افرادی اطلاق می‌شوند که ما آن‌ها را نگران‌کننده می‌دانیم و ما وقتی چیزی را نگران‌کننده می‌دانیم فراتر از عینیت آن امور یا افراد می‌رویم و در واقع در ارتباط با آن امور یا افراد ادراکات ذهنی داریم (لوزیک، ۱۳۸۳: ۲۸-۲۶).

### پیشینه پژوهش

یافته‌های پژوهش لیا محبوبی (۱۳۹۱) با عنوان «جایگاه روزنامه‌نگاری محیط‌زیست در ایران چگونگی بازتاب رویدادهای زیست محیطی سال ۱۳۸۹ در روزنامه‌های ایران، همشهری و مردم‌سالاری» نشان می‌دهد که به ترتیب آلودگی هوای تهران، مسئله خشکی دریاچه‌ها و تالاب‌ها و مسئله ریزگردها از میزان برجستگی و فراوانی بیشتری نسبت به سایر مسائل زیست‌محیطی برخوردار بوده‌اند. محبوبی در این پژوهش آورده است، در مجموع روزنامه‌های ایران سعی چندانی در برجسته‌سازی مسائل و رویدادهای

اشاره به شرایط و یا موقعیت‌هایی دارند که بیشتر مردم یا تعداد قابل‌توجهی از گروه‌بندی‌های اجتماعی آن را غیر مطلوب می‌پندارند و زندگی آن‌ها تحت تأثیر پیامدهای ناگوار آن‌ها قرار گرفته است. این وضعیت معمولاً سبب می‌شود که نوعی خواست عمومی در جهت تغییر شرایط مورد اشاره شکل گیرد که در برخی حالات، زمینه‌ساز نوعی برنامه‌ریزی اجتماعی جهت ایجاد تحولات لازم می‌گردد». دورکیم نیز بر این باور است که مسئله اجتماعی هم‌زمان دارای دو بعد عینی و ذهنی است. به عبارت دیگر، هر مسئله اجتماعی هم موجب یک وضعیت محنت‌زا در واقعیت و عینیت زندگی افراد می‌شود و هم هم‌زمان به لحاظ هنجاری پدیده‌ای نامطلوب ارزیابی می‌گردد. بر این اساس او یادآور می‌شود صرف اینکه پدیده‌ای موجب ایجاد مشکل برای افراد جامعه گردد را نباید معیار تلقی آن به عنوان مسئله دانست. دورکیم اساساً از منظری کارکردگرایانه به تحلیل پدیده‌های اجتماعی اقدام می‌کند و لذا توجه اساسی او در بحث از مسائل اجتماعی، موضوع نظم اجتماعی و تداوم همبستگی اجتماعی است (افشارکهن، ۱۳۹۰: ۸۹-۴۴).

مرتون در تعریف مسئله اجتماعی می‌گوید: «مسئله اجتماعی آن نوع مسئله موجود و آسیب‌زایی است که عموم افراد یک جامعه در آن درگیرند و به شکل عینی یا ذهنی بر سر مسئله بودن آن‌ها اجماع و توافق وجود دارد. همچنین برای حل آن اراده عمومی و عملی وجود دارد. مسئله اجتماعی ذاتاً و ماهوی افراد زیادی را مشغول و درگیر خود می‌کند و مانع از رشد، تعالی و توسعه یک جامعه انسانی می‌شود. کلان و ساختاری بودن، عمومیت داشتن، فراگیری و پیچیده بودن از ویژگی‌های یک مسئله اجتماعی می‌باشد. مرتون شکاف میان معیارهای مشترک و شرایط زندگی اجتماعی را به عنوان معیار اصلی تعریف مسئله اجتماعی در نظر می‌گیرد» (مرتون، ۱۳۸۵: ۲۷).

کارنبلام و جولیان نیز در کتاب خود با عنوان «مسائل اجتماعی» آورده‌اند: «وقتی اکثریت افراد یک جامعه موافق باشند که وضعیت موجود تهدیدی برای کیفیت

جمعیتی، در دوران سازندگی (۱۳۷۶-۱۳۶۸) مسائل زنان، در دوران اصلاحات (۱۳۸۴-۱۳۷۶) مسئله کاهش مشارکت اجتماعی و سیاسی و در سال‌های اخیر (۱۳۸۴ تا امروز)، نبود یا کاهش سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن نظیر اعتماد و حمایت اجتماعی بوده است. با استناد به یافته‌ها در بررسی رابطه موجود میان مسئله اجتماعی هر دوره و شرایط حاکم بر همان دوره می‌توان گفت، آنچه در تهران به صورت یک مسئله اجتماعی ظهور کرده، بیش از هر چیز متأثر از اقدامات و سیاست‌های دولت‌ها بوده است. از طرفی، در این سال‌ها مشکلات اجتماعی، بیش از مشکلات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی به‌عنوان مسئله اجتماعی مطرح شده است. همچنین مسائل اجتماعی در این دوران، بیشتر در ردیف موانع توسعه قرار می‌گیرند.

یافته‌های پژوهش محمدحسین پیش‌بین (۱۳۹۰) با عنوان «بررسی بازنمایی مسائل اجتماعی ایران در متون نمایشی اکبر رادی»، نشان می‌دهد، مسائل اجتماعی ایران در متون نمایشی اکبر رادی در قالب الگوهای تحلیل مسائل اجتماعی دانیلین لوزیک بازنمایی شده است. همچنین یافته‌های تحقیق ادعاسازی در برساختن مسائل اجتماعی ایران در نمایش‌های اکبر رادی و وجود رابطه‌ای معنادار میان ساختار معنادار اثر و جهان اجتماعی پیرامون نویسنده را نشان می‌دهد. پیش‌بین معتقد است، نمایش‌نامه‌های اکبر رادی با بازنمایی مسائل اجتماعی جامعه در قالبی نمایشی و نشانه‌شناسانه، در جهت برساخت مسائل اجتماعی گام برمی‌دارند.

بر اساس پژوهش سعید معیدفر و ستار پروین (۱۳۸۸) با عنوان «فراتحلیل مطالعات انجام‌شده در حوزه مسائل اجتماعی ایران»، مهم‌ترین مسئله اجتماعی مسئله اشتغال، بیکاری و مسائل مربوط به جوانان بوده است. این مسئله ۴۰ درصد از آمار را به خود اختصاص داده است. بنابراین می‌توان اذعان کرد موضوع بیکاری به‌عنوان مهم‌ترین و حادث‌ترین مسئله از نظر محققان مطرح شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد مسائل بعدی که در نزد محققان از اهمیت وافر

زیست‌محیطی ندارند. نتایج دیگر این تحقیق نشان می‌دهد، از لحاظ ارزش خبری برجسته در پوشش خبرهای زیست‌محیطی نیز به ترتیب ارزش خبری دربرگیری، ارزش خبری برخورد و ارزش خبری مجاورت از بیشترین فراوانی برخوردار بوده‌اند. همچنین طبق یافته‌ها از لحاظ نوع مطلب زیست‌محیطی، ۲۹/۹ درصد از مطالب در نوع فرایندمدار، ۴۴/۱ درصد در نوع رویدادمدار و ۲۶/۱ درصد از مطالب با تلفیقی از هر دو نوع ارائه شده است.

در پژوهش «تأملی جامعه‌شناختی در تشخیص و تعیین اولویت مسائل اجتماعی ایران» که توسط علی یوسفی و حسین اکبری (۱۳۹۰) با روش تحلیل ثانویه انجام شده است، ملاک‌های تشخیص و اولویت‌بندی مسائل اجتماعی از دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. در ادامه نیز با تکیه بر رهیافت برساخت‌گرایی به بررسی اولویت مسائل اجتماعی از دیدگاه عامه مردم و نخبگان حاکم بر کشور پرداخته شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، در سه مطالعه ملی انجام‌شده در حوزه اولویت مسائل اجتماعی از نظر مردم و نخبگان بیکاری، گرانی و تورم در اولویت مسائل اجتماعی کشور ایران قرار داشته‌اند. بر اساس یافته‌های این تحقیق در اولویت‌دهی به مسائل اجتماعی کشور، تفاوت چندانی بین نخبگان جامعه و آحاد مردم وجود ندارد. همچنین به این نکته اشاره شده که برای تشخیص صحیح مسائل اجتماعی در ایران و سیاست‌گذاری مناسب برای مسائل اجتماعی، در بررسی این مسائل باید شرایط عینی و ذهنی مورد توجه قرار گیرد و درنهایت اولویت و اهمیت مسائل برای برنامه‌ریزی مشخص شود.

در تحقیقی خدیجه علیزاده (۱۳۹۰) با عنوان «بررسی روند تغییر مسائل اجتماعی شهر تهران در ۳۰ سال اخیر»، فهرستی از مسائل اجتماعی را تهیه و بر اساس این فهرست چهار دوره ریاست جمهوری بعد از انقلاب را از لحاظ مهم‌ترین مسائل اجتماعی تهران در این دوره‌ها مورد بررسی قرار داده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، مهم‌ترین مسئله تهران در سال‌های آغازین انقلاب و دوران جنگ (۱۳۶۸-۱۳۵۷) مسائل

از برجسته‌سازی رسانه‌ها این است که رسانه‌ها به‌ویژه در اخبار و گزارش‌های خبری و برنامه‌های مستند، این قدرت را دارند که توجه عموم را به مجموعه‌ای از مسائل و موضوعات معین و محدود معطوف سازند و از مسائل و موضوعات دیگر چشم‌پوشی کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۶۲).

مفهوم برجسته‌سازی را نباید صرفاً به مفهوم اولویت‌گذاری به معنی انتخاب و اولویت‌بندی از موضوع‌ها و رویدادها در رسانه‌ها در قالب تیتر اول مطبوعات یا عناوین اول اخبار رادیو و تلویزیون تقلیل داد. برجسته‌سازی فراتر از اولویت‌گذاری و دارای شیوه‌ها و پیچیدگی‌های خاص خود است. بنابراین مفهوم برجسته‌سازی پیچیده‌تر از اولویت‌گذاری است. این مفهوم حاکی از آن است که فرایند قرار دادن موضوعی در اولویت عموم، زمان می‌برد و از چند مرحله می‌گذرد. این مفهوم نشان‌دهنده آن است که شیوه رسانه‌ها برای قالبی کردن یک موضوع و کلمات مهمی که برای توصیف آن استفاده می‌کنند، می‌تواند مؤثر باشد و نقش اشخاص معروفی که موضوعی را توضیح می‌دهند و تفسیر می‌کنند، نقش مهمی است. به نظر هارولد زوکر، در فرایند برجسته‌سازی دو مفهوم آشنا بودن و نیاز به راهنمایی می‌تواند مؤثر باشد. به این صورت که هرچه فرد با موضوع ناآشنا باشد بیشتر به رسانه احساس نیاز می‌کند و برجسته‌سازی بیشتر می‌شود. از طرف دیگر نیاز به راهنمایی هم فرد را به رسانه وابسته می‌کند. نیاز به راهنمایی به دو عامل بستگی دارد: نخست اینکه هرچقدر پیام رسانه به زندگی و کار فرد ارتباط بیشتری داشته باشد و عدم اطلاع فرد از موضوع بیشتر باشد، بنابراین نیاز به راهنمایی بیشتر می‌شود و در نتیجه برجسته‌سازی افزایش می‌یابد (سورین و تانکارد، ۱۳۹۲: ۳۴۹-۳۴۸).

برجسته‌سازی در تلویزیون به‌صورت اولویت دادن در ترتیب خواندن خبر، استفاده از خلاصه خبر، خواندن در سرخط خبرها، میزان زمان اختصاص داده شده به هر خبر، استفاده از عکس، اسلاید، فیلم، صدا، رنگ، نقشه، نمودار و مواردی از این قبیل صورت می‌گیرد. امتیازی که برجسته‌سازی در تلویزیون نسبت به دیگر رسانه‌ها دارد این است که ترتیب و توالی زمان پخش خبرها در

برخوردار بوده‌اند، مسئله فقر و نابرابری و مسئله اعتیاد با ۱۰ درصد از آمار هستند.

پژوهشی با عنوان «اطلاع‌رسانی و مسائل اجتماعی» توسط محمدجواد ناطق‌پور (۱۳۸۰) صورت گرفته و بر این نکته تأکید شده است که بسیاری از مسائل اجتماعی ایران از یک‌سو ناشی از فقدان اطلاع‌رسانی کارا و انحصار اطلاعات به مردم است؛ از سوی دیگر ارائه گزینشی اطلاعات به مردم نیز در این فرایند نقش دارد. ناطق‌پور بر این باور است در چنین شرایطی که ناشی از تفکر توسعه از بالا به پایین بوده و جریان اطلاع‌رسانی گزینشی و از بالا به پایین است، مشارکت که یک مفهوم پایین به بالاست، تحقق پیدا نمی‌کند. بنابراین، این امر نه تنها خود یک مسئله اجتماعی بوده، بلکه زمینه‌ساز تحقق و بروز مسائل اجتماعی دیگری نیز می‌شود.

### چارچوب نظری پژوهش

#### نظریه برجسته‌سازی

تا سال ۱۹۶۸ این ایده که مطبوعات و رسانه‌ها به‌عنوان پل ارتباطی میان جهان خارج و تصاویر ذهنی ما عمل می‌کنند مورد آزمایش تجربی قرار نگرفته بود، تا اینکه در این سال مک کامبز و دونالد شاو، استادان دانشگاه کارولینای شمالی در چپل هیل، موضوع تعجب‌برانگیزی را مطرح کردند. بر این اساس مسائل و موضوعاتی که توسط رسانه‌ها انتخاب و برجسته می‌شوند، به‌ویژه در اخبار، تأثیر مستقیمی بر درک ما نسبت به جهان پیرامون دارد. این مطالعات ابتدایی چپل هیل، موجب تولد یک نظریه جدید در مطالعات رسانه‌ای شد که بعدها با عنوان نظریه برجسته‌سازی شناخته شد (Stacks and Salwen, 2009: 90).

نظریه برجسته‌سازی مدعی تأثیر رسانه‌ها بر شناخت و نگرش مردم و تعیین اولویت‌های ذهنی آنان از طریق انتخاب و برجسته‌سازی بعضی از موضوعات و رویدادها در قالب خبر و گزارش خبری است. رسانه‌ها گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم «چگونه» ببینند، اما می‌توانند تعیین کنند که «درباره چه» ببینند. منظور

«تحلیل محتوا، روش پژوهشی برای ترکیب استنتاج عینی و معتبر از داده‌ها برای زمینه تحقیق است» و کرلینجر نیز معتقد است: «تحلیل محتوا روشی نظام‌مند، عینی و کمی مطالعه و تحلیل ارتباطات برای اندازه‌گیری متغیرهاست» (Riff, Lacy and Fico, 2014:18-19). در این پژوهش، ابتدا مقولات بر اساس تحقیقات پیشین، مطالعات کتابخانه‌ای، و بخش چارچوب نظری جمع‌آوری شد و بر این اساس به کدگذاری مقولات پرداخته شده است. در ادامه بر اساس این مقولات نحوه برجسته‌سازی مسائل اجتماعی در بخش خبری ۲۰:۳۰ مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری این پژوهش را همه بخش‌های خبری ۲۰:۳۰ پخش‌شده از شبکه دو سیمای جمهوری اسلامی ایران در بازه زمانی نیمه دوم سال ۱۳۹۵ تشکیل می‌دهد. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. این نمونه‌گیری یکی از روش‌های نمونه‌گیری احتمالی است که در آن همه اعضا از شانس برابری برای انتخاب شدن برخوردارند. در تحقیق پیش‌رو از اخبار پخش‌شده در بخش خبری ۲۰:۳۰ در فاصله زمانی مهر تا اسفند ۱۳۹۵ از هرماه آماری دو هفته به صورت قرعه‌کشی انتخاب شده است. بدین ترتیب از ۲۴ هفته نیمسال دوم سال ۱۳۹۵، ۱۲ هفته یعنی ۸۴ بخش خبری انتخاب شد که این بخش‌های خبری با مراجعه به سایت تلویزیون بارگیری شده است. در این پژوهش، هر خبر به‌عنوان یک واحد تحلیل در نظر گرفته شده و همچنین با استفاده از نرم‌افزار Spss تجزیه و تحلیل داده‌ها صورت گرفت. برای توصیف بهتر جداول دوبعدی (مقاطع)، به مدد نرم‌افزار Spss، ضمن درصدگیری ستونی، از آزمون نسبت درست‌نمایی استفاده شده است.

### اعتبار و پایایی پژوهش

اعتبار یا روایی به معنای این است که آیا وسیله یا روش اندازه‌گیری که برای سنجش موضوع انتخاب کرده‌ایم، موضوع را به‌خوبی می‌سنجد و برای آن

تلویزیون اجتناب‌ناپذیر است و تا زمانی که مخاطب در معرض خبر اول قرار نگیرد، نمی‌تواند به سراغ خبر بعدی برود، در واقع خبر به مخاطب تحمیل می‌شود (فرهنگی و انارکی، ۱۳۹۴: ۶۴).

پیوند کاربردی نظریه برجسته‌سازی با بازتاب مهم‌ترین مسائل اجتماعی ایران بدین طریق است که رسانه‌ها با بکارگیری فنون و تکنیک‌های این نظریه می‌توانند به اولویت‌های ذهنی مخاطبان در قبال پیام‌های مربوط به این حوزه جهت دهند. به عبارت دیگر، یکی از ابزارهای مهم برجسته‌کننده مسائل اجتماعی، تلویزیون است که از طریق اطلاع‌رسانی و اخبار، نیازهای خبری جامعه را در این زمینه تأمین می‌کند. یکی از موضوعاتی که رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون در بخش‌های خبری خود می‌توانند موردتوجه قرار دهند، موضوعات مرتبط با مسائل اجتماعی است. انعکاس مسائل اجتماعی ایران توسط تلویزیون به‌عنوان یک رسانه اثرگذار، می‌تواند نقشی مهم در افزایش آگاهی جامعه نسبت به این موضوعات داشته باشد. برجسته‌سازی در تلویزیون از طریق اولویت دادن در ترتیب خواندن خبر، ارائه در سر خط خبرها، استفاده از خلاصه خبر و زمان اختصاص داده‌شده به آن انجام می‌شود. در واقع امتیازی که تلویزیون در برجسته‌سازی خبر بر مطبوعات دارد قدرت آن در تحمیل اولویت‌های خبری بر مخاطبان است. نکته مهمی که در ارائه اخبار وجود دارد، موضوع چینش خبری است. موضوع‌هایی که در اولویت‌های خبری قرار می‌گیرند، دارای بار ارزشی و اهمیت بیشتری هستند. در رسانه‌های گوناگون، برجسته‌سازی به روش‌های خاصی صورت می‌گیرد. در تلویزیون اولویت خبر مهم‌ترین ملاک تشخیص اهمیت خبر است. اصل دوم در برجسته‌سازی تلویزیون، فضا و زمان اختصاص داده‌شده به خبر است.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از حیث هدف توصیفی و از نوع تحقیقات کاربردی است، که با روش تحلیل محتوای کمی انجام گرفته است. بر اساس تعریف کریپندروف:

دخل و تصرف در آنها وجود داشت. بنابراین پس از بررسی کدگذار دوم این نتایج حاصل شد: برای مقوله مسائل اجتماعی ۹۲ درصد، برای مقوله شکل ارائه خبر ۸۴ درصد، برای مقوله نوع خبر ۷۴ درصد، برای مقوله ارزش‌های خبری ۹۰ درصد، برای مقوله جهت‌گیری خبری ۸۲ درصد، برای مقوله قالب خبری ۸۴ درصد، برای مقوله مردم‌محور یا مسئول‌محور بودن در خبرها ۸۱ درصد و برای مقوله اولویت خبر توافق ۱۰۰ درصدی حاصل شد.

### یافته‌ها

همواره باید به این نکته توجه کرد تا زمانی که داده‌ها به‌صورت خام باشند، ارزش اطلاعاتی چندانی ندارند؛ بلکه با تجزیه و تحلیل این داده‌های خام است که آن‌ها و نتایج حاصل از آن‌ها ارزش پیدا می‌کنند. در این بخش با بررسی یافته‌های حاصل از پژوهش سعی کرده‌ایم تا توصیفی دقیق از جداولی که از نرم‌افزار SPSS استخراج کرده‌ایم، انجام دهیم و همچنین به رابطه بعضی از مقولات با یکدیگر پرداخته‌ایم که این کار به ارائه توصیفی دقیق‌تر از موضوع تحقیق کمک می‌کند.

جدول ۱ نشان می‌دهد از مجموع ۳۱۳ خبر مربوط به مسائل اجتماعی ذکرشده، «جرائم» با فراوانی ۹۳ مورد در جایگاه اول قرار گرفته است. این مسائل با ۲۹/۷ درصد بیشترین آمار را در بین سایر مسائل اجتماعی به خود اختصاص داده‌اند. «مسائل زیست‌محیطی» با فراوانی ۶۹ مورد دومین مقوله‌ای است که بیشترین تکرار را داشته است و ۲۲ درصد از فراوانی کل خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی را به خود اختصاص داده است. سومین مقوله‌ای که در این جدول بیشترین فراوانی را داشته است، «مسائل شغلی» با فراوانی ۴۶ خبر است. ۱۴/۷ درصد به این مسائل اختصاص یافته است. اما «مسئله فقر و نابرابری» با فراوانی ۴۲ مورد یعنی ۱۳/۴ درصد در رتبه چهارم قرار گرفته است. «مسائل شهری» نیز با فراوانی ۲۸ مورد در رتبه پنجم قرار گرفته‌اند و ۸/۹ درصد از آمار را به خود اختصاص

مناسب است یا خیر. در این پژوهش، از اعتبار صوری استفاده شده است. اعتبار صوری عبارت است از شناسایی اعتبار شاخص‌ها یا معرف‌های پژوهش از طریق مراجعه به داوران. به‌عبارت‌دیگر اعتبار صوری یعنی اینکه اعتبار یک شاخص از طریق افراد متخصص مورد بررسی قرار گیرد تا آن شاخص از اعتبار لازم برخوردار شود. در این پژوهش ابتدا با مطالعه، تحقیقات پیشین و بررسی ادبیات موضوع، مقولات اصلی شناسایی شد. برای تعیین اعتبار این شاخص‌ها با در نظر گرفتن دیدگاه کارشناسان و اساتید حوزه ارتباطات و علوم اجتماعی، اصلاحات و تغییرات لازم در مقولات انجام شد. قابلیت اعتماد یا پایایی به معنی دقت و ثبات وسیله اندازه‌گیری در شرایط دیگر است. به‌عبارت‌دیگر، پایایی به معنی آن است که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه، نتایج یکسانی به‌دست می‌دهد. در این پژوهش، برای سنجش قابلیت اعتماد یا پایایی از ضریب اسکات استفاده شد. در فرمول ضریب اسکات عددی که به دست می‌آید نباید از ۷۰ درصد (۰/۷) کمتر باشد و هر چه این عدد بیشتر از ۷۰ درصد باشد پایایی تحقیق نیز افزایش می‌یابد. در روش تحلیل محتوای کمی، برای ارزیابی پایایی معمولاً از کدگذار دوم (آزمون - آزمون مجدد) استفاده می‌شود که در این پژوهش نیز از روش مذکور بهره گرفته شد.

در این پژوهش پس از انجام مرحله اول کدگذاری یعنی تعریف عملیاتی مقوله‌های پژوهش و کدگذاری مقولات، از مجموع ۳۱۳ مطلب کدگذاری شده ۴۸ مورد معادل ۱۵ درصد از مطالب را برای رسیدن به ضریب پایایی پژوهش به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب کردیم. سپس این حجم از مطالب را با ارائه تعریف عملیاتی مقوله‌های پژوهش و جدول کدگذاری به یک فرد آشنا به حوزه مسائل اجتماعی، خبر و روش تحلیل محتوا دادیم تا پس از کدگذاری این مطالب توسط کدگذار دوم، میزان توافق حاصل‌شده بین دو کدگذار مشخص شود. در ابتدا قرار بود ضریب پایایی همه مقوله‌ها را محاسبه کنیم ولی پس از مشورت با کارشناسان و صاحب‌نظران، به بررسی مقولاتی پرداختیم که احتمال



هفتم و هشتم قرار دارند. به هریک از این مقولات به ترتیب ۴/۳ و ۲/۲ درصد از آمار اختصاص یافته است. اما در بین جرائم مقوله‌ای که دارای کمترین فراوانی است، مقوله «رشوه و اختلاس» با فراوانی یک مورد معادل ۱/۱ درصد است. در جمع‌بندی این جدول می‌توان گفت، بخش خبری ۲۰:۳۰ در ارائه خبرهای مربوط به جرائم، بیش از نیمی از خبرها را به مقوله‌های «قاچاق»، «دزدی و سرقت»، «جرائم مالی و اداری» و «کلاهبرداری و جعل» اختصاص داده است و در سایر خبرها به دیگر جرائم پرداخته است. (جدول ۲)

بر اساس اطلاعات جدول ۳، از ۶۹ خبری که بر مسائل زیست‌محیطی تأکید داشته‌اند، مسئله «آلاینده‌ها» با ۱۹ مورد بیشترین فراوانی را داشته است، یعنی در ۲۷/۵ درصد از خبرهای زیست‌محیطی به ارائه این مسئله پرداخته شده است. دومین مقوله‌ای که دارای بیشترین تکرار است، مقوله «گردوخاک و ریزگردها» با فراوانی ۱۵ مورد است. این مقوله ۲۱/۷ درصد از آمار را به خود اختصاص داده است. در رتبه بعدی این جدول مقوله «برف، کولاک و باران شدید» با فراوانی ۹ مورد یعنی ۱۳ درصد از آمار قرار دارد. چهارمین مقوله‌ای که بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است، مقوله «از بین رفتن گونه‌های گیاهی» با فراوانی ۷ خبر است. ۱۰/۱ درصد از آمار به این مقوله اختصاص یافته است. مقوله «خشکی تالاب‌ها و دریاچه‌ها» و «سیل» به طور مشترک با فراوانی ۵ مورد یعنی ۷/۲ درصد در رتبه بعدی این جدول قرار دارند. ششمین مقوله با فراوانی ۳ مورد معادل ۴/۳ درصد به مقوله «از بین رفتن گونه‌های جانوری» اختصاص یافته است. اما مقوله‌های «طوفان» و «سایر» هرکدام با فراوانی ۲ مورد به طور مشترک در جایگاه هفتم این جدول قرار گرفته‌اند. مقوله «آلودگی آب‌ها» و مقوله «فرسایش خاک» نیز هرکدام با فراوانی ۱ مورد در بین مسائل زیست‌محیطی کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. این دو مقوله با ۱/۴ درصد از آمار در جایگاه آخر قرار گرفته‌اند. در جمع‌بندی این جدول می‌توان گفت، بخش خبری ۲۰:۳۰ در ارائه مسائل زیست‌محیطی نزدیک به ۵۰

داده‌اند. در رتبه بعدی یعنی ششم این جدول مقوله‌ای که بیشترین تکرار را داشته است، «مسائل تحصیلی» با فراوانی ۱۸ مورد معادل ۵/۸ درصد است. «مسائل مرتبط با مواد مخدر» و «مسائل مرتبط با ازدواج» به ترتیب با فراوانی ۸ و ۷ مورد در رتبه‌های بعدی (هفتم و هشتم) قرار گرفته‌اند. «مسائل مرتبط با مواد مخدر» ۲/۶ درصد و «مسائل مرتبط با ازدواج» ۲/۲ درصد از آمار را به خود اختصاص داده‌اند. اما «مسائل جنسی» با فراوانی فقط ۲ مورد در بین مسائل اجتماعی کمترین فراوانی را داشته است و با ۶ صدم در رتبه نهم قرار گرفته است. جمع‌بندی حاصل از این جدول نشان می‌دهد، بخش خبری ۲۰:۳۰ در ارائه خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی ذکرشده، بیش از ۶۰ درصد از خبرها را به «مسائل مربوط به جرائم»، «مسائل زیست‌محیطی» و «مسائل شغلی» اختصاص داده است. (جدول ۱)

بر اساس اطلاعاتی که از جدول ۲ بدست آمده است، از مجموع ۹۳ خبر مربوط به جرائم دو مقوله «قاچاق» و «سرقت و دزدی» با فراوانی ۱۴ مورد به طور مشترک در رتبه اول قرار گرفته‌اند. به این دو مقوله ۱۵/۱ درصد از آمار اختصاص یافته است. دومین مقوله‌ای که از بیشترین تکرار برخوردار است، مقوله «تقلب و تخلف» با فراوانی ۱۳ مورد معادل ۱۴ درصد است. مقوله «جرائم اداری و مالی» نیز با فراوانی ۱۲ معادل ۱۲/۹ درصد در رتبه بعدی این جدول قرار دارد. بر اساس اطلاعات جدول، مقوله «کلاهبرداری و جعل» با فراوانی ۱۱ مورد در رتبه چهارم جای گرفته است. این مقوله ۱۱/۸ درصد از آمار را به خود اختصاص داده است. مقوله «درگیری» با فراوانی ۷ مورد معادل ۷/۵ درصد در رتبه پنجم قرار گرفته است. مقوله «جرائم راهنمایی و رانندگی»، مقوله «قتل» و مقوله «تنبیه بدنی دانش‌آموزان» نیز هرکدام با فراوانی ۵ مورد به طور مشترک در جایگاه بعدی این جدول قرار گرفته‌اند. ۵/۴ درصد از آمار به این سه مقوله اختصاص یافته است. مقوله‌های «جرائم سیاسی و امنیتی» و مقوله «تبلیغات غیرقانونی» نیز به ترتیب با فراوانی ۴ و ۲ مورد در رتبه

هرکدام با فراوانی ۴ مورد یعنی ۱۴/۳ درصد از آمار به خود اختصاص داده‌اند. مقوله‌های «مسکن» و «افراد خیابانی و بی‌خانمان» و «ترکیدی لوله‌های آب شهری» هرکدام با فراوانی ۲ مورد یعنی ۷/۱ درصد در رتبه چهارم این جدول قرار گرفته‌اند. اما مقوله «ازدحام و شلوغی جمعیت» با فراوانی ۱ مورد کمترین تکرار را در بین مسائل شهری داشته است. این مقوله ۳/۶ درصد از آمار را به خود اختصاص داده است. در جمع‌بندی این جدول می‌توان گفت، بخش خبری ۲۰:۳۰ در ارائه خبرهای مربوط به مسائل شهری بیشتر به حل مسئله «ساخت‌وساز بی‌رویه و غیرمجاز» تأکید داشته است. (جدول ۶)

جدول ۷ نشان می‌دهد، از مجموع ۱۸ خبر مربوط به مسائل تحصیلی ۶ مورد به مقوله «مشکلات آموزشی دانشگاهیان» اختصاص داده شده است. این مقوله با ۳۳/۳ درصد از آمار در جایگاه نخست قرار گرفته است. «نبود سیستم گرمایشی و سرمایشی مناسب در مدارس»، دومین مقوله‌ای است که با فراوانی ۴ مورد معادل ۲۲/۲ درصد از بیشترین تکرار در بین سایر مقولات برخوردار بوده است. «کمبود فضا و محیط برای تحصیل در مدارس و آموزشگاه‌ها» نیز با فراوانی ۳ مورد در رتبه بعدی این جدول قرار گرفته است. این مقوله ۱۶/۷ درصد از آمار را به خود اختصاص داده است. بر اساس اطلاعات جدول، چهارمین مقوله به‌طور مشترک به مقوله «مشکلات آموزشی مدارس» و مقوله «سایر» با فراوانی ۲ مورد معادل ۱۱/۱ درصد اختصاص دارد. اما مقوله‌ای که از کمترین فراوانی در بین سایر مقولات برخوردار بوده است، مقوله «مهاجرت نخبگان» با فراوانی ۱ مورد است. این مقوله ۵/۶ درصد را به خود اختصاص داده است. (جدول ۷)

بر اساس جدول ۸ از مجموع ۸ خبری که به مسائل مرتبط با مواد مخدر مربوط بوده است، مقوله «آمارهای مربوط به اعتیاد» با ۳ مورد بیشترین فراوانی را داشته است. این مقوله ۳۷/۵ درصد از آمار را به خود اختصاص داده است. دومین مقوله‌ای که در بین مسائل مرتبط با مواد مخدر بیشترین تکرار را داشته است،

درصد از خبرها را به دو مسئله «آلاینده‌ها» و «گردوخاک و ریزگردها» اختصاص داده است که به‌نظر می‌رسد این دو مسئله مهم‌ترین مسائل زیست‌محیطی از نظر این بخش خبری بوده‌اند. (جدول ۳)

بر اساس جدول ۴ مقوله «بیکاری و اشتغال» با ۲۸ مورد بیشترین فراوانی را در بین همه مسائل شغلی داشته است. این مقوله ۶۰/۹ درصد از آمار را به خود اختصاص داده است. در رتبه بعدی این جدول مقوله «مشکلات کارمندان دولتی» با فراوانی ۱۰ مورد معادل ۲۱/۷ درصد قرار دارد. «مشکلات مربوط به مشاغل آزاد» نیز با فراوانی ۸ مورد کمترین تکرار را در بین مسائل شغلی داشته است. ۱۷/۴ درصد از آمار مربوط به این مقوله است. (جدول ۴)

جدول ۵ نشان می‌دهد، از مجموع ۴۲ خبری که به مسئله فقر و نابرابری تأکید داشته‌اند، مقوله «حقوق‌های نجومی و ناعادلانه» با فراوانی ۱۸ مورد از بیشترین فراوانی برخوردار بوده است. این مقوله ۴۲/۹ درصد از آمار را به خود اختصاص داده است. مقوله «گرانی و افزایش قیمت محصولات مختلف» نیز با فراوانی ۱۷ مورد معادل ۴۰/۵ درصد در رتبه دوم این جدول قرار گرفته است. پس‌از این مقوله، دو مقوله «فقر» و «نابرابری در امکانات مختلف» هرکدام با فراوانی ۳ مورد معادل ۷/۱ درصد از آمار را به خود اختصاص داده‌اند. اما مقوله‌ای که در بین مسائل مربوط به «فقر و نابرابری» کمترین تکرار را داشته است، مقوله «اختلاف نژادی» با فراوانی یک مورد معادل ۲/۴ درصد از آمار است. (جدول ۵)

جدول ۶ نشان می‌دهد، از مجموع ۲۸ خبری که بر مسائل شهری تأکید داشته‌اند، مقوله «ساخت و ساز بی‌رویه و غیرمجاز» با ۸ مورد یعنی ۲۸/۶ درصد بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است. مقوله «بی‌توجهی به نبود امکانات درون‌شهری» نیز با فراوانی ۵ مورد در رتبه دوم این جدول قرار گرفته است. این مقوله ۱۷/۹ درصد از آمار را به خود اختصاص داده است. سومین مقوله را به‌طور مشترک مقوله‌های «ترافیک» و «مشکل بافت‌های فرسوده»

مقوله «برخورد پلیس با توزیع‌کنندگان مواد مخدر» با فراوانی ۲ مورد بوده است. ۲۵ درصد از آمار به این مقوله اختصاص یافته است. در نهایت سه مقوله «خریدوفروش آسان مواد مخدر»، مقوله «معتادان خیابانی» و مقوله «فروش بعضی از مواد مخدر در داروخانه‌ها» هرکدام با فراوانی ۱ مورد یعنی ۱۲/۵ درصد از کمترین فراوانی در بین مسائل مرتبط با مواد مخدر برخوردار بوده‌اند. (جدول ۸)

بر اساس جدول ۹ از مجموع ۷ مورد خبرهای مربوط به ازدواج، مقوله «وام ازدواج» با فراوانی ۳ مورد بیشترین فراوانی را داشته است. این مقوله ۴۲/۹ درصد از آمار را به خود اختصاص داده است. اما دو مقوله «طلاق» و «سایر» هرکدام با فراوانی ۲ مورد در رتبه بعدی این جدول قرار گرفته‌اند. بر این اساس درصد اختصاص داده‌شده به هر یک از این مقولات ۲۸/۶ درصد بوده است. (جدول ۹)

مقوله مسائل جنسی تنها با فراوانی ۲ مورد از کمترین فراوانی در بین مسائل اجتماعی برخوردار بودند. در ۲ خبر مربوط به مسائل جنسی، مقوله «الفاظ رکیک جنسی» با فراوانی ۱ مورد نیمی از خبرها را به خود اختصاص داده است. مقوله «تجاوز جنسی» نیز با فراوانی ۱ مورد نیمی دیگر از خبرها را شامل شده است. (جدول ۱۰)

جدول ۱۱ نقش بخش خبری ۲۰:۳۰ را از لحاظ «مردم‌محور بودن» یا «مسئول‌محور بودن» در ارائه خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی نشان می‌دهد. بر اساس اطلاعات جدول، از مجموع ۳۱۳ خبر مربوط به مسائل اجتماعی بررسی شده در بخش خبری ۲۰:۳۰ در بازه زمانی نیمه دوم سال ۱۳۹۵، ۱۹۰ مورد یعنی ۶۰/۷ درصد از خبرها به مقوله «مسئول‌محور بودن» اختصاص یافته است. دومین مقوله‌ای که از بیشترین فراوانی برخوردار است، مقوله «مردم‌محور بودن» با فراوانی ۱۱۱ مورد است. این مقوله ۳۵/۵ درصد از آمار را به خود اختصاص داده است. پس‌از این مقوله، مقوله «چهره‌ها یا گروه‌ها» با فراوانی ۹ مورد یعنی ۲/۹ درصد قرار دارد. اما مقوله‌ای که از کمترین فراوانی برخوردار است، مقوله «نامشخص بودن» با فراوانی ۳ مورد است. این مقوله ۱ درصد از آمار را به خود اختصاص داده است. برحسب یافته‌ها هنوز رسانه‌ها بطور عام و بخش خبری ۲۰:۳۰ به‌طور خاص، اخبار را از زبان دولتمردان و اصحاب قدرت اشاعه می‌دهند. (جدول ۱۱)

جدول ۱۲ نشان می‌دهد از مجموع ۳۱۳ خبری که به مسائل اجتماعی ذکرشده پرداخته بودند، این مسائل با فراوانی ۹۷ مورد بیش از همه در «اولویت دوم» بخش خبری ۲۰:۳۰ بوده‌اند. بر اساس اطلاعات جدول، ۹۳ مورد معادل ۲۹/۷ درصد از خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی در «اولویت اول» این بخش خبری قرار داشته‌اند. اما ۷۶ مورد معادل ۲۴/۳ درصد از خبرها نیز در «اولویت سوم» بخش خبری ۲۰:۳۰ بوده‌اند. جدول نشان می‌دهد، مسائل اجتماعی با فراوانی ۳۹ مورد معادل ۱۲/۵ درصد از خبرها در «اولویت چهارم» این بخش خبری جای گرفته‌اند. درحالی‌که فقط ۸ مورد معادل ۲/۶ درصد از خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی در «اولویت پنجم» بخش خبری ۲۰:۳۰ بوده‌اند. در جمع‌بندی این جدول می‌توان گفت از مجموع ۳۱۳ مورد خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی ۱۹۰ مورد از این خبرها در اولویت اول و دوم بخش خبری ۲۰:۳۰ بوده‌اند که این نشان از توجه این بخش خبری به مسائل اجتماعی در اولویت‌دهی به خبرها دارد. (جدول ۱۲)

بر اساس اطلاعات جدول ۱۳ قالب خبری‌ای که بیشترین فراوانی را در بین سایر قالب‌های خبری به خود اختصاص داده است، قالب خبری «صدای گوینده بر روی تصویر + قطعه سرد» با فراوانی ۱۱۹ مورد است. ۳۸ درصد از خبرها به این قالب خبری اختصاص یافته است. اما قالب خبری بعدی که بیشترین تکرار را داشته است، قالب «بسته خبری» با فراوانی ۱۰۹ مورد معادل ۳۴/۸ درصد است. درواقع هدف از انتخاب این مقوله، بررسی این موضوع بود که بخش خبری ۲۰:۳۰ در ارائه اخبار مسائل اجتماعی چقدر از این قالب خبری استفاده کرده است؛ چراکه بسته خبری با توجه به کامل

مقوله «مردم‌محور بودن» یا «مسئول‌محور بودن» در ارائه خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی نشان می‌دهد. بر اساس اطلاعات جدول، از مجموع ۳۱۳ خبر مربوط به مسائل اجتماعی بررسی شده در بخش خبری ۲۰:۳۰ در بازه زمانی نیمه دوم سال ۱۳۹۵، ۱۹۰ مورد یعنی ۶۰/۷ درصد از خبرها به مقوله «مسئول‌محور بودن» اختصاص یافته است. دومین مقوله‌ای که از بیشترین فراوانی برخوردار است، مقوله «مردم‌محور بودن» با فراوانی ۱۱۱ مورد است. این مقوله ۳۵/۵ درصد از آمار را به خود اختصاص داده است. پس‌از این مقوله، مقوله «چهره‌ها یا گروه‌ها» با فراوانی ۹ مورد یعنی ۲/۹ درصد قرار دارد. اما مقوله‌ای که از کمترین فراوانی

گروه‌ها و طبقات مختلف اجتماعی مردم می‌شود پس بایسته است که ارزش خبری دربرگیری بیش از سایر ارزش‌های خبری به کار رود که از این منظر عملکرد این بخش خبری مناسب است. (جدول ۱۴)

بررسی مقوله‌های «محتوای مسائل اجتماعی» و «نوع خبرها» (از لحاظ رویدادمدار یا فرآیندمدار بودن) بیانگر این است که بین این دو مقوله تفاوت دیده می‌شود. نتایج جدول ۱۵ نشان می‌دهد، بخش خبری ۲۰:۳۰ شبکه دوم سیما به «مسئله فقر و نابرابری» در رابطه با «رویدادمدار بودن» به میزان ۸,۱ درصد پرداخته و در رابطه با «فرآیندمدار بودن» ۱۵,۹ بازتاب داشته است. این تفاوت (۷,۸ درصد) با آزمون آماری درست‌نمایی در سطح معنی‌داری ۵ درصد مورد تأیید است. خبرهایی که به سبک فرآیندمدار ارائه می‌شوند، ضمن پاسخ دادن به چرایی و چگونگی مسئله، مدت زمان بیشتر، حجم طولانی و نهایتاً جزئیات متعددی را در بطن خود نهفته دارند. علاوه بر این ویژگی‌ها، روایت خبر به سمت داستان‌سرایی و قصه‌پردازی میل می‌کند زیرا برای رسیدن به عمق موضوع، باید از آمارها، ارقام و حواشی خبر استفاده کرد. در همین راستا مسائل «جرائم» و «زیست‌محیطی» بیشتر به صورت رویدادمدار بازتاب داشته‌اند. همچنین برخی از مسائل به صورت فرآیندمدار ارائه شده‌اند. با استناد به نظریه برجسته‌سازی، شیوه ارائه اخبار می‌تواند متأثر از فضای اختصاص یافته به آنها باشد. طبق یافته‌های این جدول، بیشتر اخبار مرتبط با حوزه‌های مسائل اجتماعی، عمدتاً به صورت رویدادمدار ارائه شده‌اند. (جدول ۱۵)

در جدول ۱۶ دو مقوله «محتوای مسائل اجتماعی» و «جنس خبر» را مورد بررسی قرار دادیم. بر این اساس، بین «مسائل اجتماعی» و «جنس خبر» (از لحاظ سخت‌خبر یا نرم‌خبر بودن) تفاوت دیده می‌شود. طبق یافته‌های جدول ۱۶، از بین مسائل اجتماعی، «جرائم» با ۳۲,۳ درصد که به صورت «سخت‌خبر» ارائه شده، در صدر موضوعات پوشش‌یافته قرار دارد و بیش از سایر مسائل اجتماعی برجسته شده است. در مقابل، مقوله «جرائم» به لحاظ «نرم‌خبر بودن» به میزان ۲۱,۸

و جامع بودن این قالب در ارائه خبرها، مهم‌ترین قالب خبری به شمار می‌رود. اما قالب خبری «صدای گوینده بر روی تصویر» با فراوانی ۶۴ مورد در رتبه سوم جای گرفته است. این قالب خبری ۲۰/۴ درصد از آمار را به خود اختصاص داده است. چهارمین قالب دارای بیشترین فراوانی متعلق به قالب خبری «قطعه سرد» با فراوانی ۱۶ مورد معادل ۵/۱ درصد از آمار است. بر اساس اطلاعات جدول، قالبی که از کمترین فراوانی در بین سایر قالب‌های خبری برخوردار بوده است، قالب خبری «گزارش رو به دوربین» با فراوانی ۵ مورد و معادل ۱/۶ درصد از آمار است. ضمن اینکه از دو قالب «خبر بدون تصویر» و «گزارش زنده» در خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی هیچ استفاده‌ای نشده است. (جدول ۱۳)

همواره باید به این نکته توجه داشت که هر خبری معمولاً چند ارزش خبری را با خود به همراه دارد. اما در تحقیق حاضر هدف ما بررسی ارزش خبری برجسته در خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی است. بر این اساس جدول ۱۴ نشان می‌دهد از مجموع ۳۱۳ خبر بررسی‌شده، ارزش خبری «دربرگیری» با فراوانی ۹۱ مورد از بیشترین فراوانی در بین ارزش‌های خبری برخوردار بوده است. این ارزش خبری ۲۹/۱ درصد از آمار را به خود اختصاص داده است. ارزش‌های خبری «شهرت» و «برخورد» به ترتیب با فراوانی ۶۹ و ۶۸ مورد در رتبه دوم و سوم این جدول قرار دارند. این دو مقوله به ترتیب ۲۲ و ۲۱/۷ درصد از آمار را به خود اختصاص داده‌اند. چهارمین مقوله‌ای که دارای بیشترین تکرار در بین سایر مقوله‌ها است، مقوله ارزش خبری «مجاورت» با فراوانی ۶۶ مورد معادل ۲۱/۱ درصد است. پس‌از این مقوله، مقوله ارزش خبری «تازگی» با فراوانی ۴ مورد معادل ۱/۳ درصد قرار دارد. اما ارزش خبری‌ای که از کمترین فراوانی برخوردار بوده است، ارزش خبری «استثنا و شگفتی» با فراوانی فقط ۲ مورد است. این ارزش خبری ۶ صدم از خبرها را به خود اختصاص داده است. با توجه به این که مسائل اجتماعی، عموم را تحت تأثیر قرار می‌دهد و شامل

در گزارش‌های خبری، بر چگونگی درک آن موضوع و رویداد توسط مخاطب، تأثیر می‌گذارد. (جدول ۱۷)

بررسی دو مقوله «محتوای مسائل اجتماعی» و «جنسیت در اخبار» (از لحاظ مرد یا زن بودن) نشان می‌دهد که بین این مقولات تفاوت دیده می‌شود. بر حسب نتایج جدول ۱۸، مسئله «جرائم» در خصوص بازتاب خبر با محوریت جنسیت «مرد» با ۳۸,۲ درصد بیشتر از سایر موضوعات پوشش داشته و در صدر مسائل اجتماعی قرار گرفته است. همین مسئله در رابطه با جنسیت «زن» به میزان ۳۶,۴ درصد و در ارتباط با بازتاب خبر برای «هر دو جنسیت» به میزان ۲۲,۸ درصد بازتاب داشته است. این تفاوت به ترتیب ۱,۸ درصد و ۱۵,۴ درصد) با آزمون آماری درست‌نمایی در سطح معنی‌داری ۵ درصد مورد تأیید است. با استناد به یافته‌ها، مسائل «شغلی»، «تحصیلی» و «مسائل مرتبط با ازدواج» بیشتر برای جنسیت «زن» ارائه شده است. مسائل «فقر و نابرابری»، «مسائل مربوط به مواد مخدر» و «مسائل جنسی» برای جنسیت «مرد» بازتاب داشته‌اند. در مقابل، مسائلی چون: «زیست‌محیطی» و «شهری» برای «هر دو جنسیت» برجستگی داشته و به تعبیری فراگیر و عام هستند. (جدول ۱۸)

### بحث و نتیجه‌گیری

رسانه‌ها تاروپود زندگی عصر ما را شکل می‌دهند و نقش مهمی در اطلاع‌رسانی به مردم در مورد وقایع و پدیده‌های اجتماعی اطرافمان دارند. از یک سو رسانه‌ها از جمله نهادهای مهم جامعه‌پذیر کردن افراد و از ارکان مهم در جهت پیشبرد اهداف توسعه‌بخش محسوب می‌شوند؛ از سوی دیگر مسائل اجتماعی در نقطه مقابل رسانه‌ها از جمله عوامل و موانع اصلی در حرکت توسعه هر جامعه‌ای محسوب می‌شوند. رسانه‌ها با برجسته کردن مهم‌ترین مسائل اجتماعی از نظر افکار عمومی می‌توانند، زنگ هشدار به مسئولان برای مقابله و مهار این مسائل باشند. باید گفت، در جامعه ما تا مسئله‌ای بیش‌ازحد توسط رسانه‌ها برجسته نشود، مورد توجه قرار نمی‌گیرد؛ این موضوع باعث شده است تا

درصد برجستگی داشته است. این تفاوت (۱۰,۵ درصد) با آزمون آماری درست‌نمایی در سطح معنی‌داری ۵ درصد مورد تأیید است. شیوه بازتاب اخبار ممکن است به صورت سخت یا نرم باشد. زمان امر حیاتی برای اخبار محسوب می‌شود. چنانچه خبرهای مرتبط با مسائل اجتماعی به جزئیات بیشتری نپردازند و به سرعت توجه کنند و صرفاً اطلاع‌رسانی مدنظر قرار گیرد؛ شیوه بازتاب به صورت سخت‌خبر است. نتایج نشان می‌دهد، اخباری که با محوریت سخت‌خبر برجسته شده‌اند بیشتر در مسائل «جرائم» و «زیست‌محیطی» نمود بیشتری داشته است. بازتاب اخبار به صورت نرم‌خبر علاوه بر پرداخت به جزئیات، برای مخاطب جذابیت داشته و تاریخ مصرف طولانی‌تری نسبت به سخت‌خبرها دارد. در همین راستا، مسائل «فقر و نابرابری»، «شغلی»، «تحصیلی»، «شهری» و «مواد مخدر» به صورت نرم‌خبر بازتاب داشته‌اند. (جدول ۱۶)

بررسی نتایج جدول ۱۷ نشان می‌دهد، بین مقوله‌های «محتوای مسائل اجتماعی» و «جهت‌گیری خبری» (از لحاظ جهت‌گیری مثبت، منفی و خنثی بودن) تفاوت دیده می‌شود. یافته‌ها بیانگر این امر است که از مجموع اخبار ارائه شده، «مسائل زیست‌محیطی» با ۳۳,۸ درصد به لحاظ «جهت‌گیری مثبت» بیش از سایر موضوعات برجسته شده و در صدر قرار گرفته است. همچنین «مسائل زیست‌محیطی» در خصوص «جهت‌گیری منفی» به میزان ۲۰,۳ درصد و در رابطه با «جهت‌گیری خنثی» به میزان ۱۴,۳ درصد بازتاب داشته است. این تفاوت به ترتیب (۱۳,۵ درصد و ۱۹,۵ درصد) با آزمون آماری درست‌نمایی در سطح معنی‌داری ۵ درصد مورد تأیید است. خبر می‌تواند با واژگان مثبت و منفی برای بزرگنمایی کردن یا تحقیر همراه باشد. همچنین استفاده از صفات تفضیلی (تر) و صفات عالی‌ترین) در قالب‌بندی پیام‌های مرتبط با مسائل اجتماعی، دیدگاه مخاطبان را نسبت به محتوای خبر جهت می‌دهد. نحوه توصیف یک موضوع و رویداد

مسائلی را برجسته می‌کنند که در اولویت عموم قرار دارند تا حدودی نتایج یکسانی را نشان می‌دهد. نتایج پژوهش لعیاً محبوبی (۱۳۹۱) با عنوان «جایگاه روزنامه‌نگاری محیط‌زیست در ایران چگونگی بازتاب رویدادهای زیست‌محیطی سال ۱۳۸۹ در روزنامه‌های ایران، همشهری و مردم‌سالاری» نشان داد آلودگی هوای تهران، مسئله خشکی دریاچه‌ها و تالاب‌ها و مسئله ریزگردها از میزان برجستگی و فراوانی بیشتری نسبت به سایر مسائل زیست‌محیطی برخوردار بودند. چنانچه در پژوهش حاضر در بررسی مسائل زیست‌محیطی مشخص شد، مسئله آلودگی هوای تهران و کلان‌شهرها و مسئله ریزگردها از بیشترین برجستگی در بین سایر مسائل زیست‌محیطی برخوردار بودند. بنابراین بر اساس نتایج می‌توان گفت رسانه‌های ایران در ارائه و برجستگی مسئله آلودگی هوای تهران و کلان‌شهرها و مسئله ریزگردها به‌طور مشترک عمل کرده‌اند و به نظر می‌رسد این مسائل از مهم‌ترین مسائل زیست‌محیطی برجسته‌شده از سوی رسانه‌های داخلی به شمار می‌روند. از آنجاکه توجه و تلاش برای مقابله با مسائل زیست‌محیطی از شاخص‌های توسعه هر جامعه‌ای محسوب می‌شود، نتایج تحقیق نشان داد که بخش خبری ۲۰:۳۰ در ارائه این مسائل نسبت به سایر مسائل اجتماعی به‌خوبی عمل کرده است، آمارها نشان داد پس از مسئله جرائم، مسائل زیست‌محیطی از بیشترین میزان برجستگی در این بخش خبری برخوردار بودند. بنابراین می‌توان گفت رسانه‌های داخلی در توجه به مسائل زیست‌محیطی به نسبت سایر مسائل حوزه اجتماعی به‌خوبی عمل می‌کنند، اما آنچه مهم است اقدام عملی مسئولان و چاره‌اندیشی برای مقابله با این مسائل است که نمود بارز آن مسئله ریزگردهای استان‌های جنوبی است که هرساله زندگی بخش عظیمی از مردم را مختل کرده است. نتایج نشان داد، از مجموع ۳۱۳ خبر مربوط به مسائل اجتماعی در بخش خبری ۲۰:۳۰ فقط ۷۸ مورد از خبرها یعنی ۲۴/۹ درصد به شکل نرم‌خبر ارائه شدند. از آنجاکه در نرم‌خبرها فرایند موضوع به‌خوبی ترسیم

نقش رسانه‌ها در برجسته‌کردن مسائل جامعه ما بسیار مهم باشد. صداوسیما جمهوری اسلامی ایران نیز از این قائله مستثنی نبوده و می‌تواند در این فرایند نقش مهمی را ایفا کند. از اینرو در این پژوهش بر آن شدیم تا بخش خبری ۲۰:۳۰ را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های خبری این سازمان در نحوه ارائه و برجستگی مسائل اجتماعی مورد بررسی قرار دهیم. نتایج پژوهش نشان داد، بخش خبری ۲۰:۳۰ در ارائه و میزان توجه به خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی نسبتاً ضعیف عمل کرده است. به‌طوری‌که بر اساس آمار می‌توان گفت، از مجموع ۱۲۰۲ خبر بررسی‌شده، فقط ۳۱۳ خبر معادل ۲۶ درصد از خبرها به مهم‌ترین مسائل جامعه پرداخته بودند و در نزدیک به سه‌چهارم از خبرهای بررسی‌شده به سایر موضوعات پرداخته شده بود.

بر اساس نتایج پژوهش سعید معیدفر و ستار پروین (۱۳۸۸) با عنوان «فرا تحلیل مطالعات انجام‌شده در حوزه مسائل اجتماعی ایران» و تحقیق علی یوسفی و حسین اکبری (۱۳۹۰) با عنوان «تأملی جامعه‌شناختی در تشخیص و تعیین اولویت مسائل اجتماعی ایران» مهم‌ترین مسائل برجسته از نگاه مردم و نخبگان جامعه مسئله بیکاری و اشتغال، مسئله فقر و نابرابری، گرانی و تورم بوده‌اند. بررسی نتایج این تحقیقات با نتایج پژوهش ما نشان می‌دهد بخش خبری ۲۰:۳۰ در برجسته‌سازی و توجه به این مسائل که مهم‌ترین مسائل از نگاه مردم و نخبگان جامعه به شمار می‌روند به نسبت سایر مسائل اجتماعی به‌خوبی عمل کرده است. به اعتقاد یورگن هابرماس رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین نهادها و ارکان حوزه عمومی محسوب می‌شود که مهم‌ترین مسائل مردم در آن‌ها به اشتراک گذاشته می‌شود، در همین راستا این بخش خبری توانسته است مهم‌ترین مسائل اجتماعی را از نگاه مردم برجسته و مورد ارائه قرار دهد. پس نتایج این تحقیق با نتایج پژوهش فانکاورز (۱۹۶۰) با عنوان «برجستگی در رسانه‌ها و واقعیت» که معتقد بود، رسانه‌ها همان

یعنی ۶۰/۸ درصد از خبرها مسئولان را برجسته کرده بود. البته علت این امر را شاید بتوان در ارائه مسائل به شکل سخت‌خبر در این بخش خبری دانست؛ چراکه در سخت‌خبرها معمولاً این مسئولان هستند که بیشتر برجسته می‌شوند درحالی‌که در نرم‌خبرها به دلیل زمان کافی و ذکر جزئیات موضوع، بیشتر می‌توان نقش مردم را در خبرها برجسته کرد. مسئله دیگر در این راستا توجه بیشتر اصحاب خبر و رسانه به ارزش خبری شهرت است؛ سیاست‌زدگی رسانه‌ها و نقل قول مسائل اجتماعی از زبان حلقه‌های قدرت همواره به مثابه عارضه تاریخی، آفت اشاعه خبررسانی بوده است.

دیدگاه اسلامی به مسائل اجتماعی معتقد است، انسان به‌عنوان اشرف مخلوقات از عزت و کرامت انسانی برخوردار است. همواره مسائلی در جامعه وجود دارند که باعث می‌شود این ویژگی انسان تحت شعاع قرار بگیرد. بر اساس این دیدگاه، حکومت اسلامی وظیفه دارد، کوشش کند تا با رفع این مسائل و حل آن‌ها، جامعه را به تعادل مطلوب رسانده و به سمت رشد، پویایی و شکوفایی سوق دهد. بنابراین سازمان صداوسیما نیز که مهم‌ترین نهاد در اطلاع‌رسانی به افکار عمومی محسوب می‌شود، باید در جهت حل مسائل اجتماعی گام برداشته و در جهت سوق جامعه ایران که جامعه‌ای اسلامی است، به سمت تعادل و شکوفایی تلاش کند. بر اساس دیدگاه آسیب‌شناسانه به مسائل اجتماعی نیز، برای پیشگیری از مسائل اجتماعی و حل آن‌ها، افراد باید به‌درستی جامعه‌پذیر شوند و آموزش‌های اخلاقی مناسبی را دریافت کنند. این فرایند می‌تواند در خانواده، مدرسه، فضای کار یا از طریق رسانه‌ها انجام گیرد. در بین این نهادها رسانه مهم‌ترین نقش را در جامعه‌پذیر کردن، اطلاع‌رسانی و برجسته‌سازی مسائل اجتماعی افکار عمومی بر عهده دارد. از این‌رو از رسانه ملی به‌طور عام و بخش خبری ۲۰:۳۰ به‌طور خاص انتظار می‌رود با برجسته‌کردن و پرداخت بیشتر مسائل اجتماعی مهم افکار عمومی در قالب نرم‌خبرها و نگاه فرایندمدارتر و اختصاص بسته‌های خبری به این مسائل نقش توسعه‌بخش خود را برای شناخت بهتر این مسائل ایفا کنند تا از این طریق برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌های کلان و

شده و به هدف و جزئیات خبر بیشتر توجه می‌شود، قالب اطلاع‌رسانی مفیدی برای ارائه خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی به مردم محسوب می‌شود. از این‌رو از این بخش خبری انتظار می‌رود، در ارائه خبرهای مسائل اجتماعی از نرم‌خبرها بیش از سخت‌خبرها استفاده کند. اما در زمینه فرایندمدار بودن خبر باید گفت، بخش خبری ۲۰:۳۰ در ارائه خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی در این زمینه خوب عمل کرده است و به نسبت خبرهای رویدادمدار تعداد بیشتری از خبرهای خود را به شکل فرایندمدار ارائه کرده است. چنانچه نتایج نشان داد این بخش خبری نزدیک به ۷۰ درصد از خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی را در نوع فرایندمدار ارائه کرده بود. شکرخواه (۱۳۹۱) در کتاب «خبر»، نگاه فرایندمدار به اخبار را در واقع همان روزنامه‌نگاری توسعه‌تلقی می‌کند. صاحب‌نظران حوزه ارتباطات معتقدند، هدف خبرهای فرایندمدار باید آگاه کردن مردم در مورد پدیده‌های اجتماعی در چارچوب رفع نیازهای انسانی به مخاطبان باشد. بنابراین توجه به این‌گونه خبرها نگاه توسعه‌مدارانه را در پی خواهد داشت. چنانچه نتایج نشان داد، بخش خبری ۲۰:۳۰ در ارائه خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی نگاه توسعه‌مدارانه‌ای (فرایندمدارانه‌ای) داشت.

به اعتقاد بیشتر متخصصان حوزه جامعه‌شناسی، مسائل اجتماعی مسائلی هستند که بیش از همه زندگی مردم عادی را دچار اختلال کرده‌اند و نیاز است برای رفع این مسائل چاره‌اندیشی کرد. بنابراین رسانه‌ها در ارائه خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی همواره باید به این نکته توجه داشته باشند که به مسائل مردم عادی بیشتر توجه کنند و مسائل آن‌ها را برجسته کنند. درحالی‌که پیش از انجام این پژوهش انتظار داشتیم بخش خبری ۲۰:۳۰ در ارائه خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی مردم را بیشتر از مسئولان برجسته کند و با ارائه گزارش‌هایی به نقش آن‌ها اشاره داشته باشد، اما نتایج نشان داد این بخش خبری در ارائه خبرها بیشتر مسئول محور عمل کرده است تا اینکه مردم محور عمل کند. بر اساس نتایج، این بخش خبری در ۱۹۰ مورد

صحیحی برای اصلاح و پیشگیری آن‌ها که زندگی جمع زیادی از مردم را مختل کرده است، صورت گیرد.

### پیشنهاد‌های پژوهش

- با توجه به کلان بودن و گستردگی حوزه مسائل اجتماعی که ارائه همه این مسائل در اخبار تقریباً ناممکن به نظر می‌رسد، پیشنهاد می‌شود بخش خبری ۲۰:۳۰ با مراجعه به تحقیقات جدید به برجسته‌سازی مسائلی بپردازد که در اولویت عموم قرار دارند.

- نتایج تحقیق نشان داد بخش خبری ۲۰:۳۰ در ارائه خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی ۲۲ درصد از خبرها را به ارزش خبری شهرت و ۲۹/۱ درصد را نیز به ارزش خبری دربرگیری اختصاص داده است که اختلاف ناچیزی بین این دو ارزش خبری مشاهده می‌شود. البته شاید بتوان بالابودن آمار ارزش خبری شهرت را به مسئول محور بودن این بخش خبری که در نتایج خبرها حاصل شد، نسبت داد. پیشنهاد می‌شود این بخش خبری در ارائه خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی از ارزش خبری شهرت فاصله بگیرد و سمت و سوی خبرهای خود را به سمت ارزش خبری دربرگیری که نقش مردم در این ارزش خبری بارزتر است، سوق دهد.

- پیشنهاد می‌شود بخش خبری ۲۰:۳۰ در ارائه خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی، استفاده از بسته‌های خبری را افزایش داده و برای پی‌بردن به جزئیات موضوع توسط مخاطب از نرم‌خبرها بیشتر استفاده کند. همچنین بر فرایندمدار بودن این خبرها نیز تأکید بیشتری داشته باشد؛ چراکه رعایت این موارد در خبرها باعث بیشتر جلوه شدن نقش مشارکتی مخاطب در خبرها می‌شود و زمینه اعتماد و اعتبار این بخش خبری را در نزد مخاطبان بیشتر می‌کند.

- در ارائه خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی همواره باید به این نکته توجه داشت که خبرها با جهت‌گیری متعادلی ارائه شوند؛ چراکه از یک‌سو، برای مثال اگر در خبرها فقط به نقش مثبت دولت در رفع بیکاری یا مسائل دیگری توجه شود، ولی واقعیت جامعه، چیز دیگری را نشان دهد، این امر علاوه بر اینکه اعتماد

مخاطب به رسانه را کاهش می‌دهد، باعث حساسیت افکار عمومی نسبت به ارائه این مسائل می‌شود. از سوی دیگر اگر در خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی بیش‌ازحد از جهت‌گیری منفی استفاده شود، این امر باعث وضعیت تنش‌زا در جامعه خواهد شد. بر اساس یافته‌های پژوهش مشخص شد بخش خبری ۲۰:۳۰ در بیش از نیمی از خبرها جهت‌گیری منفی داشته است. پیشنهاد می‌شود این بخش خبری در ارائه خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی تا جایی که امکان دارد، این رویه را اصلاح کرده و رویکرد متعادل‌تری را نسبت به این مسائل در پیش گیرد.

- نتایج تحقیق نشان داد بخش خبری ۲۰:۳۰ در بررسی خبرهای مربوط به مسائل اجتماعی بیشتر مسئول محور بوده است و کمتر به نقش مردم در ارائه خبرها اشاره داشته است. امروزه نهادهای رسانه‌ای در تولید و انتشار محتوا بیش‌ازپیش به نقش مردم اهمیت می‌دهند و آن‌ها را به‌عنوان مهم‌ترین رکن و اساس نهاد رسانه‌ای خود قلمداد می‌کنند. چنانچه بعضی از رسانه‌های خبری با اختصاص بخشی از محتوای خود تحت‌عنوان شهروندخبرنگار به این موضوع اهمیت می‌دهند. از آنجاکه مسائل اجتماعی مسائلی هستند که بیش از سایر گروه‌ها و نهادها زندگی مردم عادی را تحت تأثیر قرار می‌دهند، پیشنهاد می‌شود بخش خبری ۲۰:۳۰ به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های خبری سازمان صداوسیما بین مردم و مسائلی که دغدغه آنهاست، از طریق راه‌های ارتباطی چون کانال، روابط عمومی سازمان، ایمیل و ... تعامل ایجاد کند. این کار هم باعث، مردمی‌تر شدن بخش خبری ۲۰:۳۰ در توجه به مسائل اجتماعی و هم باعث پذیرش و اعتماد بیشتر مخاطب به این بخش خبری خواهد شد.

- باید به این نکته توجه داشت که همواره در جامعه نسبت به بعضی از مسائل اجتماعی همچون خبرهای مربوط به خشونت و مسائل جنسی حساسیت وجود دارد. پیشنهاد می‌شود بخش خبری ۲۰:۳۰ این چنین مسائلی را به‌گونه‌ای ارائه کند که باعث افزایش نگرانی و تنش در جامعه نشود.



جدول ۱ - توزیع فراوانی و درصد مطالب مورد مطالعه «برحسب محتوای مسائل اجتماعی در خبرها»

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	مسائل اجتماعی
۲۹,۷	۲۹,۷	۹۳	جرائم
۵۱,۷	۲۲	۶۹	مسائل زیست‌محیطی
۶۶,۴	۱۴,۷	۴۶	مسائل شغلی
۷۹,۸	۱۳,۴	۴۲	مسئله فقر و نابرابری
۸۸,۷	۸,۹	۲۸	مسائل شهری
۹۴,۵	۵,۸	۱۸	مسائل تحصیلی
۹۷,۱	۲,۶	۸	مسائل مربوط به مواد مخدر
۹۹,۳	۲,۲	۷	مسائل مرتبط با ازدواج
۱۰۰	۰,۶	۲	مسائل جنسی
	۱۰۰	۳۱۳	جمع

جدول ۲ - جدول توزیع فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب محتوای جرائم در خبرها»

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	جرائم
۱۵,۱	۱۵,۱	۱۴	قاچاق
۳۰,۲	۱۵,۱	۱۴	دزدی و سرقت
۴۴,۲	۱۴	۱۳	تقلب و تخلف
۵۷,۱	۱۲,۹	۱۲	جرائم مالی و اداری
۶۸,۹	۱۱,۸	۱۱	کلاهبرداری و جعل
۷۶,۴	۷,۵	۷	درگیری
۸۱,۸	۵,۴	۵	جرائم راهنمایی و رانندگی
۸۷,۲	۵,۴	۵	قتل
۹۲,۶	۵,۴	۵	تنبيه بدنی دانش‌آموزان
۹۶,۹	۴,۳	۴	جرائم سیاسی و امنیتی
۹۹,۱	۲,۲	۲	تبلیغات غیرقانونی
۱۰۰	۱,۱	۱	رشوه و اختلاس
	۱۰۰	۹۳	جمع

جدول ۳ - جدول توزیع فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب محتوای مسائل زیست‌محیطی در خبرها»

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	مسائل زیست‌محیطی
۲۷,۵	۲۷,۵	۱۹	آلاینده‌ها
۴۹,۲	۲۱,۷	۱۵	گردوخاک و ریزگردها
۶۲,۲	۱۳,۰	۹	برف، کولاک و باران شدید
۷۲,۳	۱۰,۱	۷	از بین رفتن گونه‌های گیاهی
۷۹,۵	۷,۲	۵	خشکی تالاب‌ها و دریاچه‌ها
۸۶,۷	۷,۲	۵	سیل
۹۱	۴,۳	۳	از بین رفتن گونه‌های جانوری
۹۳,۹	۲,۹	۲	طوفان
۹۶,۸	۲,۹	۲	سایر
۹۸,۲	۱,۴	۱	آلودگی آب‌ها
۱۰۰	۱,۴	۱	فرسایش خاک
	۱۰۰	۶۹	جمع

جدول ۴ - توزیع درصد و فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب محتوای مسائل شغلی در خبرها»

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	مسائل شغلی
۶۰,۹	۶۰,۹	۲۸	بیکاری و اشتغال
۸۲,۶	۲۱,۷	۱۰	مشکلات کارمندان دولتی
۱۰۰	۱۷,۴	۸	مشکلات مشاغل آزاد
	۱۰۰	۴۶	جمع

جدول ۵ - توزیع درصد و فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب محتوای فقر و نابرابری در خبرها»

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	فقر و نابرابری
۴۲,۹	۴۲,۹	۱۸	حقوق‌های نجومی و ناعادلانه
۸۳,۴	۴۰,۵	۱۷	گرانی و افزایش قیمت محصولات مختلف
۹۰,۵	۷,۱	۳	نابرابری در امکانات مختلف
۹۷,۶	۷,۱	۳	فقر
۱۰۰	۲,۴	۱	اختلاف نژادی
	۱۰۰	۴۲	جمع

جدول ۶ - توزیع درصد و فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب محتوای مسائل شهری در خبرها»

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	مسائل شهری
۲۸,۶	۲۸,۶	۸	ساخت‌وساز بی‌رویه و غیرمجاز
۴۶,۵	۱۷,۹	۵	بی‌توجهی به نبود امکانات درون‌شهری
۶۰,۸	۱۴,۳	۴	ترافیک
۷۵,۱	۱۴,۳	۴	بافت‌های فرسوده
۸۲,۲	۷,۱	۲	مسکن
۸۹,۳	۷,۱	۲	افراد خیابانی و بی‌خانمان
۹۶,۴	۷,۱	۲	ترک‌یدگی لوله‌های آب شهری
۱۰۰	۳,۶	۱	ازدحام و شلوغی جمعیت
	۱۰۰	۲۸	جمع

جدول ۷ - جدول توزیع درصد و فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب محتوای مسائل تحصیلی در خبرها»

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	مسائل تحصیلی
۳۳,۳	۳۳,۳	۶	مشکلات آموزشی دانشگاهیان
۵۵,۵	۲۲,۲	۴	نبود سیستم گرمایشی و سرمایشی مناسب در مدارس
۷۲,۲	۱۶,۷	۳	کمبود فضا و محیط برای تحصیل در مدارس و آموزشگاه‌ها
۸۳,۳	۱۱,۱	۲	مشکلات آموزشی مدارس
۹۴,۴	۱۱,۱	۲	سایر
۱۰۰	۵,۶	۱	مهاجرت نخبگان
	۱۰۰	۱۸	جمع

جدول ۸ - جدول توزیع درصد و فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب محتوای مسائل مرتبط با مواد مخدر در خبرها»

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	مسائل مرتبط با مواد مخدر
۳۷,۵	۳۷,۵	۳	آمارهای مربوط به اعتیاد
۶۲,۵	۲۵	۲	برخورد پلیس با توزیع‌کنندگان مواد مخدر
۷۵	۱۲,۵	۱	خریدوفروش آسان مواد مخدر
۸۷,۵	۱۲,۵	۱	معتادان خیابانی
۱۰۰	۱۲,۵	۱	فروش بعضی از مواد مخدر در داروخانه‌ها
	۱۰۰	۸	جمع

جدول ۹ - جدول توزیع درصد و فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب محتوای مسائل مرتبط با ازدواج در خبرها»

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	مسائل مرتبط با ازدواج
۴۲,۸	۴۲,۸	۳	وام ازدواج
۷۱,۴	۲۸,۶	۲	طلاق
۱۰۰	۲۸,۶	۲	سایر
	۱۰۰	۷	جمع

جدول ۱۰ - جدول توزیع درصد و فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب محتوای مسائل جنسی در خبرها»

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	مسائل جنسی
۵۰	۵۰	۱	الفاظ رکبیک جنسی
۱۰۰	۵۰	۱	تجاوز جنسی
	۱۰۰	۲	جمع

جدول ۱۱ - جدول توزیع درصد و فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب مردم‌محور یا مسئول‌محور بودن در خبرها»

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	مردم‌محور یا مسئول‌محور بودن
۶۰,۷	۶۰,۷	۱۹۰	مسئول‌محور
۹۶,۱	۳۵,۴	۱۱۱	مردم‌محور
۹۹	۲,۹	۹	چهره‌ها یا گروه‌ها
۱۰۰	۱	۳	نامشخص
	۱۰۰	۳۱۳	جمع

جدول ۱۲ - جدول توزیع درصد و فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب اولویت در چینش خبرها»

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	اولویت در چینش اخبار
۳۱	۳۱	۹۷	اولویت دوم
۶۰,۷	۲۹,۷	۹۳	اولویت اول
۸۵	۲۴/۳	۷۶	اولویت سوم
۹۷/۴	۱۲/۵	۳۹	اولویت چهارم
۱۰۰	۲/۶	۸	اولویت پنجم
	۱۰۰	۳۱۳	جمع

جدول ۱۳ - جدول توزیع درصد و فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب قالب‌های خبری استفاده‌شده در خبرها»

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	قالب خبری
۳۸	۳۸	۱۱۹	صدای گوینده بر روی تصویر + قطعه سرد
۷۲,۸	۳۴,۸	۱۰۹	گزارش کامل (بسته خبری)
۹۳,۳	۲۰,۴	۶۴	صدای گوینده بر روی تصویر
۹۸,۴	۵,۱	۱۶	متن خبر دارای نقل قول (قطعه سرد)
۱۰۰	۱,۶	۵	گزارش رو به دوربین
	۱۰۰	۳۱۳	جمع

جدول ۱۴ - جدول توزیع درصد و فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب ارزش خبری برجسته در خبرها»

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	ارزش‌های خبری
۲۹,۱	۲۹,۱	۹۱	درب‌گیری
۵۱,۱	۲۲	۶۹	شهرت
۷۲,۸	۲۱,۷	۶۸	برخورد
۹۳,۹	۲۱,۱	۶۶	مجاورت
۹۸,۱	۴,۲	۱۳	فراوانی
۹۹,۴	۱,۳	۴	تازگی
۱۰۰	۰,۶	۲	استثنا و شگفتی
	۱۰۰	۳۱۳	جمع

جدول ۱۵ - جدول توزیع درصد و فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب محتوای مسائل اجتماعی و نوع خبرها»

نوع خبر						مسائل اجتماعی
جمع		فرآیندمدار		رویدادمدار		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۲۹,۷	۹۳	۲۹,۴	۶۳	۳۰,۳	۳۰	جرائم
۲۲	۶۹	۲۱,۵	۴۶	۲۲,۲	۲۳	مسائل زیست‌محیطی
۱۴,۷	۴۶	۱۵	۳۲	۱۴,۱	۱۴	مسائل شغلی
۱۳,۴	۴۲	۱۵,۹	۳۴	۸,۱	۸	مسئله فقر و نابرابری
۵,۸	۱۸	۵,۶	۱۲	۶,۱	۶	مسائل تحصیلی
۲,۲	۷	۰,۵	۱	۶,۱	۶	مسائل مرتبط با ازدواج
۸,۹	۲۸	۱۰,۳	۲۲	۶,۱	۶	مسائل شهری
۲,۶	۸	۱,۹	۴	۴	۴	مسائل مربوط به مواد مخدر
۰,۶	۲	۰	۰	۲	۲	مسائل جنسی
۱۰۰	۳۱۳	۱۰۰	۲۱۴	۱۰۰	۹۹	جمع کل
sig=۰,۰۱۲		f=۸		L.R=۱۹۵۷۸d		آمار

جدول ۱۶ - جدول توزیع درصد و فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب محتوای مسائل اجتماعی و شکل ارائه خبرها»

جنس (شکل) خبر						مسائل اجتماعی
جمع		نرم‌خبر		سخت‌خبر		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۲۹,۷	۹۳	۲۱,۸	۱۷	۳۲,۳	۷۶	جرائم
۲۲	۶۹	۱۴,۱	۱۱	۲۴,۷	۵۸	مسائل زیست‌محیطی
۱۳,۴	۴۲	۱۴,۱	۱۱	۱۳,۲	۳۱	مسئله فقر و نابرابری
۱۴,۷	۴۶	۲۰,۵	۱۶	۱۲,۸	۳۰	مسائل شغلی
۵,۸	۱۸	۶,۴	۵	۵,۵	۱۳	مسائل تحصیلی
۸,۹	۲۸	۱۹,۲	۱۵	۵,۵	۱۳	مسائل شهری
۲,۲	۷	۰	۰	۳	۷	مسائل مرتبط با ازدواج
۲,۶	۸	۳,۸	۳	۲,۱	۵	مسائل مربوط به مواد مخدر
۰,۶	۲	۰	۰	۰,۹	۲	مسائل جنسی
۱۰۰	۳۱۳	۱۰۰	۷۸	۱۰۰	۲۳۵	جمع کل
sig=۰,۰۰۲		f=۸		L.R=۲۴,۱۹۵d		آمار

جدول ۱۷ - جدول توزیع درصد و فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب محتوای مسائل اجتماعی و جهت گیری خبری»

جهت گیری خبری								مسائل اجتماعی
جمع		خنثی		منفی		مثبت		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۲۲	۶۹	۱۴,۳	۸	۲۰,۳	۳۹	۳۳,۸	۲۲	مسائل زیست‌محیطی
۱۴,۷	۴۶	۵,۴	۳	۱۳,۵	۲۶	۲۶,۲	۱۷	مسائل شغلی
۲۹,۷	۹۳	۳۳,۹	۱۹	۳۳,۳	۶۴	۱۵,۴	۱۰	جرائم
۱۳,۴	۴۲	۱۹,۶	۱۱	۱۳,۵	۲۶	۷,۷	۵	مسئله فقر و نابرابری
۲,۲	۷	۳,۶	۲	۰	۰	۷,۷	۵	مسائل مرتبط با ازدواج
۸,۹	۲۸	۱۰,۷	۶	۹,۴	۱۸	۶,۲	۴	مسائل شهری
۵,۸	۱۸	۵,۴	۳	۷,۳	۱۴	۱,۵	۱	مسائل تحصیلی
۲,۶	۸	۷,۱	۴	۱,۶	۳	۱,۵	۱	مسائل مربوط به مواد مخدر
۰,۶	۲	۰	۰	۱	۲	۰	۰	مسائل جنسی
۱۰۰	۳۱۳	۱۰۰	۵۶	۱۰۰	۱۹۲	۱۰۰	۶۵	جمع کل
sig=۰,۰۰۰		f=۱۶		L.R=۴۹,۵۹۷d		آمار		

جدول ۱۸ - جدول توزیع درصد و فراوانی مطالب مورد مطالعه «برحسب محتوای مسائل اجتماعی و جنسیت در اخبار»

جنسیت در اخبار								مسائل اجتماعی
جمع		هر دو		زن		مرد		
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۲۹,۷	۹۳	۲۲,۸	۳۹	۳۶,۴	۴	۳۸,۲	۵۰	جرائم
۱۴,۷	۴۶	۱۲,۹	۲۲	۲۷,۳	۳	۱۶	۲۱	مسائل شغلی
۱۳,۴	۴۲	۱۲,۳	۲۱	۰	۰	۱۶	۲۱	مسئله فقر و نابرابری
۲۲	۶۹	۲۸,۷	۴۹	۱۸,۲	۲	۱۳,۷	۱۸	مسائل زیست‌محیطی
۵,۸	۱۸	۵,۳	۹	۹,۱	۱	۶,۱	۸	مسائل تحصیلی
۸,۹	۲۸	۱۲,۳	۲۱	۰	۰	۵,۳	۷	مسائل شهری
۲,۶	۸	۲,۳	۴	۰	۰	۳,۱	۴	مسائل مربوط به مواد مخدر
۰,۶	۲	۰	۰	۰	۰	۱,۵	۲	مسائل جنسی
۲,۲	۷	۳,۵	۶	۹,۱	۱	۰	۰	مسائل مرتبط با ازدواج
۱۰۰	۳۱۳	۱۰۰	۱۷۱	۱۰۰	۱۱	۱۰۰	۱۳۱	جمع کل
sig=۰,۰۰۲		f=۱۶		L.R=۳۷,۹۷D				آمار

## فهرست منابع

- افشارکهن، جواد. (۱۳۹۰). جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- بخارایی، احمد؛ محمدی‌شکیبا، عباس. (۱۳۹۴). بازتاب مسائل اجتماعی در سریال فرانسوی «معلم» با تأکید بر مسئله بزهکاری. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، (شماره ۳)، ۳۱-۹.
- پیش‌بین، محمدحسین. (۱۳۹۰). بررسی بازنمایی مسائل اجتماعی ایران در متون نمایشی اکبر رادی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور، دانشکده علوم اجتماعی، تهران.
- خراطها، سعید. (۱۳۹۳). بررسی و مقایسه مهم‌ترین مسائل اجتماعی ایران و تاجیکستان. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، دوره ۱ (شماره ۱۹)، ۲۵۴-۲۹۰.
- رفیعی، حسن و همکاران. (۱۳۸۷). مشکلات اجتماعی در اولویت ایران. مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ۹ (شماره ۱ و ۲)، ۱۰۸-۲۰۴.
- سورین، ورنز؛ تانکارد، جیمز. (۱۳۹۲). نظریه‌های ارتباطات (علیرضا دهقان، مترجم). تهران: دانشگاه تهران.
- شکرخواه، یونس. (۱۳۹۱). خبر. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
- علیزاده، خدیجه. (۱۳۹۰). بررسی روند تغییر مسائل اجتماعی شهر تهران در سی سال اخیر. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی، تهران.
- فرهنگی، علی‌اکبر؛ نعمتی انارکی، داوود. (۱۳۹۴). رسانه و خبر: برخی دیدگاه‌های غالب و انتقادی. تهران: دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- لوزیک، دانیلین. (۱۳۸۳). نگرشی نو در تحلیل مسائل اجتماعی (سعید معیدفر، مترجم). تهران: انتشارات امیرکبیر.
- محبوبی، لعیا. (۱۳۹۱). جایگاه روزنامه‌نگاری محیط‌زیست در ایران چگونگی بازتاب رویدادهای زیست محیطی سال ۱۳۸۹ در روزنامه‌های ایران، همشهری و مردم‌سالاری. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی، تهران.
- مرتون، رابرت. (۱۳۸۵). مشکلات اجتماعی و نظریه جامعه‌شناختی (نوبین تولایی، مترجم). تهران: انتشارات امیرکبیر.
- معیدفر، سعید؛ پروین، ستار. (۱۳۸۸). فراتحلیل مطالعات انجام شده در حوزه مسائل اجتماعی ایران. فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، (شماره ۳۶)، ۹۵-۱۱۰.
- مهدی‌زاده، محمد. (۱۳۹۱). نظریه‌های رسانه‌اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری.
- ناطق‌پور، محمدجواد. (۱۳۸۰). اطلاع‌رسانی و مسائل اجتماعی. جامعه‌شناسی ایران، دوره ۱ (شماره ۶)، ۶۷-۸۲.
- نقیب‌السادات، سیدرضا؛ افقهی، اسماعیل. (۱۳۹۲). بررسی تطبیقی تفکرات حاکم بر اداره رسانه‌ها در شبکه خبر جمهوری اسلامی ایران و تی آر تی ترکیه (تحلیل محتوای اخبار خارجی شبکه خبر و تی آر تی). فصلنامه رسانه، (شماره ۹۳)، ۸۵-۱۰۱.
- یوسفی، علی؛ اکبری، حسین. (۱۳۹۰). تأملی جامعه‌شناختی در تشخیص و تعیین اولویت مسائل اجتماعی ایران. فصلنامه مسائل اجتماعی ایران، سال ۲ (شماره ۱)، ۲۲۳-۱۹۵.
- Korenblum, W & Julian, J. (1980). Social Problems. Pearson: Karen Hanson.
- Riff, Daniel, Lacy, Stephen, & Fico, Frederick (2014). Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research. Routledge.
- Stacks, Don W., & Salwen, Michael B. (Eds.). (2014). an integrated approach to communication theory and research. Routledge.