

**دانشگاه آزاد اسلامی**

**واحد دماوند**

**رشته علوم ارتباطات اجتماعی**

**زورنامه نگاری – روابط عمومی**

**عنوان:**

**میزان اعتماد مردم به مطبوعات**

**استاد راهنما**

**دانشجویان**

**بسم الله الرحمن الرحیم**

بخش اول

* 1. مقدمه
	2. بیان مسئله
	3. پیشینه تحقیق
	4. اهمیت و ضرورت
	5. اهداف تحقیق
	6. فرضیه های تحقیق
	7. تعریف مفاهیم

بخش دوم مباحث نظری

فصل اول

وسایل ارتباط جمعی

* + 1. ارتباطات (کلیات)
		2. تعریف ارتباطات
		3. انواع کانال های ارتباطی
		4. رابطه ارتباطات و اطلاعات
		5. پیام٫ مهمترین عنصر در ارتباطات
		6. تنوع و گستردگی ارتباطات در دنیای امروز

1-2-1 ارتباط جمعی

1-2-2 تعریف وسیل ارتباط جمعی

1-2-3 انواع وسایل ارتباط جمعی

1-2-4 اهمیت وسایل ارتباط جمعی

1-2-5 نظریه های وسایل ارتباط جمعی

1-2-6 نقش ها و وظیفه های وسایل ارتباط جمعی

1-2-7 نقش وسایل ارتباط جمعی در دگرگونی های اجتماعی

1-2-8 نقش وسایل ارتباط جمعی در انتشار خبر

1-2-9 مفهوم و ماهیت خبر

1-2-10 معیارهای گزینش خبر

1-2-11 انواع مدیریت در وسایل ارتباطی

1-3-1 وسایل ارتباط جمعی و نهاد های اجتماعی

1-3-2 تاثیر وسایل ارتباط جمعی بر نهاد خانواده

1-3-3 آموزش و پرورش

1-3-4 نقش کمک آموزشی وسایل ارتباط جمعی

1-3-5 مزیت های آموزشی وسایل ارتباط جمعی نسبت به نهادهای آموزشی

1-3-6 وسایل ارتباط جمعی و حکومت

1-3-7 وسایل ارتباط جمعی و اقتصاد

1-4-1 **پژوهش** در زمینه اثر رسانه ها

1-4-2 **پژوهش** های سنتی پیرامون افکار عمومی، دولت و مطبوعات

* + 1. مطبوعات
		2. اختراع چاپ
		3. مختصری درباره تاریخ صنعت چاپ در جهان
		4. صنعت چاپ در ایران
		5. نخستین مطبوعات جهان
		6. روزنامه های پر تیراژ جهان
		7. انواع نشریات و جراید
		8. مطبوعات در ایران
		9. نخستین روزنامه و روزنامه نگاری در ایران
		10. مطبوعات ایران از پیروزی انقلاب مشروطه تا شهریور 1320
		11. مطبوعات ایران از سال 1320 تا 1332
		12. مطبوعات ایران از سال 1332 تا پیروزی انقلاب اسلامی
		13. مطبوعات و انقلاب اسلامی
		14. مطبوعات و جنگ تحمیلی

2-3-1 خبر گذاری های مهم جهان

2-3-2 آژانس خبرى فرانس ـ پرس
2-3-3 خبرگزارى رويتر

2-3-4 خبرگزارى آسوشيتدپرس

2-3-5 آژانس بين المللى يونايتدپرس

2-3-6 خبرگزارى تاس

2-3-7 ساير خبرگزارى ها

فصل دوم

افکار عمومی

* + 1. آشنایی با افکار عمومی (کلیات)
		2. تاریخچه
		3. اهمیت افکار عمومی
		4. مفهوم و تعریف افکار عمومی
		5. دیدگاه تونیس درباره افکار عمومی
		6. دلایل توجه به افکار عمومی
		7. كاركردهاى افكار عمومى
		8. رابطه دولت و افكار عمومى

1-2-1 شكل گيرى افكار عمومى

1-2-2 عناصر لازم براى شكل گيرى افكار عمومى

1-2-3 عوامل مؤ ثر بر شكل گيرى افكار عمومى

* + 1. افكار عمومى و عوامل مؤ ثر بر جهت گيرى آن
		2. تبليغات
		3. رسانه هاى گروهى
		4. احزاب سياسى
		5. قوّه مقننه
		6. رهبران
		7. نمونه های تاریخی استفاده از افکار عمومی
		8. تبليغات ماركسيستى
		9. تبليغات آلمان نازى
		10. تبليغات صهيونيستى
		11. سلطه رسانه هاى گروهى آمريكا بر افكار عمومى
		12. امريكا در ويتنام
		13. امريكا در نيكاراگوئه
		14. امريكا در خليج فارس
		15. مفهوم اعتماد
		16. سنجش افکار
		17. اهميّت افكارسنجى
		18. شيوه ها و ابزارهاى جهت بخشيدن به افكار عمومى در جهان امروز
		19. مالكيت و كنترل سيستم هاى عمده ارتباط جمعى جهان
		20. ـ سرمايه گذارى هاى كلان در زمينه رسانه ها و تبليغات
		21. انحصار در جمع آورى و انتشار اخبار
		22. انحصار در تبليغات
		23. گزينش خبر

بخش سوم

روش پژوهش

بخش چهارم

جداول و نمودارهای آماری

بخش پنجم

 جمع بندی و نتیجه گیری



 بخش

1

مقدمه

**مقدمه**

ارتباط انسانها سنگ بنای جامعه انسانی است و بدون آن هرگز فرهنگ به عنوان خصیصه جامعه انسانی پدید نمی آمد، از جانب دیگر گسترش ارتباطات الکترونیک جامعه جدید را چنان از جوامع پیشین متمایز ساخته است که برخی عصر نور را عصر ارتباطات می خوانند.

از بین دیگر وسایل ارتباطات، امروزه بیشتر سخن از وسایل ارتباط جمعی سخن به میان آورده می شود که در تحقیق و پژوهش اینجانب به یکی از این وسایل که مطبوعات می باشد، پرداخته شده و به طور جزئی تر مقوله میزان اعتماد مردم به آنها بررسی و مطالعه می شود.

در این پژوهش سعی شده با بررسی عوامل مختلف مربوط به موضوع مورد بحث و نیز از طریق نمونه گیری ( پرسشنامه) به نتایج قابل قبولی دست پیدا کنیم.که پاسخگویان(جامعه نمونه) پرسشنامه های ذکر شده تعداد 50 نفر از دانشجویان دانشگاه علامه واحد ارتباطات می باشد. و در انتها قابل ذکر است که برخی از موضوعات مورد بررسی ما در این تحقیق شامل: تاریخچه مطبوعات، بررسی مفهوم اعتماد، توضیح و توصیف افکار عمومی و وسایل اتباط جمعی می باشد.

**بیان مسئله**

مـطـبـوعـات از مـهـم تـريـن و شـنـاخـته شده ترين وسايل ارتباط جمعى اند كه به لحاظ نقش مؤثـرشـان در بـرقرارى ارتباطات ، جابه جايى اطلاعات و به ويژه تاثيرگذارى بر افكار عـمـومى ، داراى اهميّتى چشمگيرند. اهميّت مطبوعات در زمينه هاى علمى ، فرهنگى و اقتصادى بر كـسـى پـوشـيـده نـيست ، امّا تاثير سياسى شان بيشتر مورد توجّه است ؛ چنان كه براى نشان دادن اهميت سياسى مطبوعات ، آن ها را ركن چهارم دموكراسى نام نهاده اند.

 مـطـبـوعـات عـضـو بزرگى از خـانـواده و وسايل ارتباطى و بخشى از زندگى سياسى هر كشور مـحـسـوب مـى شود. و در مقابل این رکن اساسی و مهم وسائل ارتباط جمعی مردم، افکار عمومی و مهم تر از آن اعتماد به آنها را قرار دادیم.

اعتماد را می توان داشتن دید مثبت و حسن ظن درباره ی افراد جامعه دانست به نحوی که این حسن ظن و دید مثبت، سبب تسهیل روابط اجتماعی شوند؛ عباراتی چون اطمینان نمودن، اتکا کردن، پذیرش اعتبار، ایمان و اعتقاد، وثوق و درستی، وفا داری و داشتن انتظارات مطمئن را مترادف با مفهوم اعتماد دانسته اند.

در سیر کلی این تحقیق سعی شده با بررسی و مطالعه منابع متعدد به پاسخ قابل اعتمادی در مقابل فرضیه های مورد نظرمان برسیم.

پيشينه تحقيق

در مورد موضوع انتخابی ام در این تحقیق خیلی ها از جمله منتقدین مطبوعات و رسانه ها، نویسندگان تفسیرهای موجود در اخبار (چه در داخل و چه در خارج از کشور) همه و همه به نحوی این موضوع را از جوانب مختلف مورد بررسی و مطالعه قرار داده اند که می توان به عنوان مثال به چند تحقیقی که در زیر آورده ایم اشاره کرد :

**در اوايل قرن بيستم (1905)دايسي انديشمند امريكايي در كتابي تحت عنوان " قانون و عقيده در انگلستان قرن نوزدهم" مي كوشد تاثير افكار متشكل و سازمان يافته اي نظير افكار كولكتيوسيت ها را كه در آن زمان در آيين هاي سياسي و اجتماعي انگلستان متجلي مي شدند و بر قوانين تاثير گذار بودند‚ مطالعه كند. او در اين كتاب‚ همچنين تاثير زمينه هاي ايدئولوژيكي بر كردارهاي اجتماعي را نيز مورد بررسي قرار مي دهد. اثر ديگر مربوط به والتر ليپمن روزنامه نگار و مفسر سياسي امريكا است كه كتابي تحت عنوان *"افكار عمومي*" دارد. اين كتاب در سال 1922 منتشر شده است. او ضمن برشمردن اهميت افكار عمومي و چگونگي شكل گيري آن و نقش افكار عمومي در جوامع كنوني‚ براي نخستين بار اصطلاح تفكرهاي قالبي را در ميان مردم باب كرده است. او مي گويد:"تا زماني كه پي نبرده ايم كه مردم به گمان خود بر مبناي چه دانسته هايي دست به عمل مي زنند‚ نمي توانيم‚ مفهوم اعمال آنها را كاملا درك كنيم و اگر اين معنا صحيح باشد‚ در اين صورت براي انجام يك قضاوت عادلانه نه تنها بايد دانسته هايي را كه در حيطه اطلاعات آنهاست‚ بلكه اذهاني را كه وسيله حصول (حل و فصل ) آن دانسته ها مورد ارزيابي قرار دهيم. " اثر ديگر مربوط به فرديناند تونيس فيلسوف و جامعه شناس آلماني است كه تحت عنوان "اجتماع و جامعه" در سال** **1935 منتشر شده است. او در اين كتاب ا*ز "روزنامه بزرگ"*ياد مي كند معتقد است كه مطبوعات يكي از اركان افكار عمومي است و از جهاتي نيرومندتر از قدرت دولت و ارتش است; زيرا ميدان تاثير افكار عمومي مانند قدرت ارتش و بوروكراسي به مرزهاي جغرافيايي يك كشور محدود نمي شود‚ بلكه به دليل ماهيت آن به سوي جامعه جهاني گرايش دارد."**

**از نيمه دوم قرن بيستم بر اثر گسترش شهرنشيني و افزايش جمعيت و رشد شتاب آميز رسانه هاي جمعي و به عبارت ديگر پيدايي جوامع توده وار و نقش مهم افكار عمومي در چنين جوامعي و نيز توجه بيش از پيش دولت به اين پديده در دوران جنگ و يا صلح‚ پژوهش هاي گوناگوني دراين حوزه انجام گرفته كه معروفترين آنها كتاب "*برگزيدگان قدرت"* رايت ميلز(1956) است. ميلز در اين كتاب آورده است كه ايالات متحده امريكا در راه ايجاد يك جامعه توده وار‚ مسافت قابل ملاحظه اي را پيموده است. پايان اين راه همانگونه كه در آلمان نازي و شوروي سابق ديديم‚ به نظام استبدادي همه گير منتهي مي شود. او با استناد به چهار خصلت ويژه در يك جامعه توده وار آن را از يك جامعه عامه متمايز مي سازد:**

**1- تعداد كساني كه ابراز عقيده مي كنند‚ بسيار كمتر از شمار كساني كه دريافت عقيده مي كنند. 2- ارتباطات به نحوي سازمان مي يابند كه براي فرد مشكل و حتي غير ممكن است كه فوري و يا به طرز موثري اداي پاسخ كند. 3- صورت عمل پذيرفتن افكار تحت نظارت مقامات است 4- توده در برابر نهادهاي رسمي جامعه هيچگونه استقلالي ندارد و تحت نفوذ و آلت دست كارگزاران اين نهادهاست.**

 **از سالها 1960 تا عصر حاضر‚ انديشمنداني نظير آنتونيوگرامشي در ايتاليا‚ لويي آلتوسر فرانسوي و راف ميلي باند انگليسي و ويلبر شرام امريكايي و همچنين يورگن هابرماس آلماني نقش دولت‚ مطبوعات و افكار عمومي را مورد تجزيه و تحليل قرار داده و استفاده نابجاي دولت را در فرايند مشروعيت دهي سياسي و ترويج ايدئولوژي حاكم و ايجاد سازگاري مردم با جوامع سرمايه داري‚ مورد انتقاد قرار داده و آثار ارزنده اي در اين زمينه منتشر ساخته اند. تا آنجا كه يورگن هابرماس‚ انديشمند معاصر كه آخرين جانشين اعضاي اصلي مكتب فرانكفورت به شمار مي رود و به "هگل قرن بيستم" معروف شده است‚ در يكي از كتابهاي مشهور خود به نام "فضاي عمومي" با تجزيه و تحليل مطبوعات و افكار عمومي در دوران انقلابهاي دموكراتيك غربي چنين نتيجه گرفته است كه وسائل ارتباط جمعي‚ كه تحت تاثير استيلاي سرمايه داري در قرن نوزدهم‚ از مسيري كه در دوران انقلابهاي دموكراتيك داشتند‚ منحرف شده اند و زير سلطه گروههاي سرمايه داري و در جهت حفظ منابع اقتصادي و سياسي خاص هيات حاكمه‚ فضاي عمومي را مسموم و افكار عمومي را منحرف كرده و به سوي مشروعيت دادن به نظام حاكم كشيده شده اند."**

براساس تحقیقی که توسط دکتر غلامرضا غفاری، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران انجام شده است بیش از 60 درصد از افراد جامعه دارای اعتماد متوسطی نسبت به حکومت هستند و میزان ارزشهای اخلاقی مثبت را در جامعه پائین می داند. دکتر غفاری هدف از این تحقیق را تبیین نظری مفهوم اعتماد اجتماعی به عنوان یکی از مفاهیم علوم اجتماعی و نیز بررسی تجربی آن در ایران بیان می کند و مقوله اعتماد اجتماعی را یکی از بحث هایی می داند که در حوزه علوم اجتماعی در سالهای اخیر به خصوص در کشورهای در حال توسعه مثل ایران مورد توجه قرار گرفته است. وی اعتماد اجتماعی را صورتی از روابط اجتماعی دانست که مقوم تعامل و کنش اجتماعی جمعی اعضاء جامعه در عرصه های مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی است که به مانند دیگر واقعیت های اجتماعی تغییر پذیر و متاثر و اثر گذار بر بافت اجتماعی و فرهنگی جامعه است.

بعضی از یافته های تحقیق دکتر غفاری به شرح زیر می باشد:

* 8اعتماد به حکومت: /67 درصد جامعه مورد مطالعه در تحقیق در ایران دارای اعتماد متوسط و 1/20 درصد دارای اعتماد به حکومت نسبت به زیاد هستند و تنها 1/12 درصد اعتماد کمی دارند.
* میزان اعتماد اجتماعی: 7/2 درصد افراد جامعه دارای اعتماد اجتماعی کم، 6/86 درصد متوسط، و 7/10 درصد دارای اعتماد اجتماعی زیاد هستند.
* وجود عدالت اجتماعی در جامعه: 1/35 درصد افراد جامعه مورد بررسی وجود عدالت اجتماعی را کم، 4/5 درصد متوسط و /5 درصد زیاد دانسته اند.
* کارائی حکومت: 22 درصد افراد کارآئی حکومت را کم، 5/70 درصد متوسط و 5/7 درصد زیاد ارزیابی کرده اند.
* احساس رفاه و آسایش: 1/40 درصد افراد دارای رضایت، 7/56 درصد نسبتا راضی و 1/3 درصد عدم رضایت دارند.

بر مبنای یافته های تحقیق مشخص شده است که متغیرهای جنسیت و وضعیت فعالیت با میزان اعتماد اجتماعی پیوستگی معنا داری ندارند. اما محرز شده است که میانسالان در مقایسه با جوانان و کهنسالان از اعتماد اجتماعی بیشتری برخوردار هستند. افراد بی سواد نسبت به افراد با سواد از اعتماد اجتماعی بیشتری برخوردار هستند و نیز اعتماد اجتماعی میان افراد غیر شاغل و متاهل در مقایسه با اشخاص شاغل و مجرد میزان بیشتری را نشان می دهد.

که همچنین کسانی که تعلق و هویت طبقاتی خود را متعلق به طبقات بالا و متوسط دانسته اند و نیز کسانی که بر این باور هستند که بیشتر اعضای جامعه در طبقات بالا و متوسط جامعه قرار دارند اعتماد به حکومت در میان آنها بیشتر است تا کسانی که خود را از طبقه پایین جامعه می دانند و معتقد هستند که بیشتر افراد جامعه در طبقه پایین قرار می گیرند.

در سال های 1368 تا 1370 **پژوه**شی در ارتباط با میزان اعتماد مردم به بخش خبری رسانه ها توسط سرکار خانم سمیرا کلهر انجام گرفته است.

این تحقیق میزان اعتماد مردم به بخش خبری رسانه ها را نزد ساکنین نقاط شهری پنج شهر تهران، تبریز، مشهد، بندر عباس و بوشهر مورد بررسی قرار داده است. جامعه آماری این تحقیق جمعیت با سواد و گروه سنی 34-20 ساله شهرهای فوق بوده است که شامل 726 نفر می باشد.

مهمترین یافنه های این تحقیق عبارتند از:

* هرچه افراد مذهبی تر باشند میزان اعتماد به شاخص عدم تناقض گویی افزایش می یابد؛
* قبول ایدئول**وژی نظام حاکم ( حکومت اسلامی) ممیزان اعتماد به عدم تناقض گویی را افزایش می دهد**؛
* **زنان خانه دار با اعتماد تر از زنان شاغل و مردان به بخش خبری رسانه ها** هستند؛
* افراد مذهبی به عدم تحریف خبر اعتماد بیشتری دارند؛
* شاغلین بیشتر به بخش خبری رسانه ها اعتماد دارند؛

**اهمیت و ضرروت**

مطبوعات وظایفی بر عهده دارند که اگر به درستی و دقت انجام شود ارتباط تنگاتنگی با اعتماد مردم پیدا می کنند که این وظایف شامل :

* خبر را در لحظه شکار کرده و منتقل کنند(تازگی خبر)
* اصل صداقت و پرهیز از غلو را به عنوان یک اصل اساسی در نظر بگیرند.
* رسانه ها باید به طراحی و گرافیک خبر متناسب با سلیقه روز مخاطب توجه ویژه داشته باشد.
* خبری در رسانه قابل تکثیر است که دارای ویژگی شهرت و دربرگیری باشد.
* رسانه باید داررای جذابیت باشد و باعث ایجاد ارتباط دو سویه بین مخاطب و رسانه باشد
* خبرهای تکثیر شده در رسانه ها بایر بدون حذف و سانسور خبری باشد

وظایف کارکرد رسانه ها بی شمارند و وسایل ارتباط جمعی با رعایت کردن آن به درجه ای از موفقیت و اعتماد برسند امید است بررسی کردن این موضوع بتواند کمک شایان و قابل توجهی به وسایل ارتباط جمعی داشته باشد. (معتمد نژاد، کاظم، وسایل ارتباط جمعی،تهران، انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، 1355)

**اهداف تحقیق**

**هدف اصلی:** سنجش میزان اعتماد مخاطبان به مطبوعات

 هدف فرعی:- اعتماد مردم به مطبوعات از کجا نشات گرفته و با چه عواملی این اعتماد به اوج می رسد.

* مردم یا همان طیف سنی مخاطبان اکثراً و در چه سطح تحصیلاتی قرار دارند.
* تاثیر سطح فرهنگ های مختلف بر میزان اعتماد مردم.
* دیدگاه های مذهبی افراد چه تاثیری بر روی اعتماد و نیازشان به مطبوعات می گذارد

**فرضیه های تحقیق**

1. زنان بیش از مردان به مطبوعات اعتماد دارند؛
2. مردم به مطبوعات خصوصی بیش تر از مطبوعات دولتی اعتماد دارند؛
3. به نظر می رسد دلیل اینکه زاویه دید (تفسیرها برداشت ها و تحلیل های موجود در محتوای نشریات) هر روزنامه یا نشریه با روزنامه دیگر متفاوت است به علت بالا بردن تیراژ نشریه است.

**تعریف مفاهیم**

مفاهیم شامل متغیر وابسته و متغیر مستقل می باشد که طبق موضوع انتخاب شده (میزان اعتماد مردم به مطبوعات) باید این چنین نتیجه گرفت که متغیر وابسته در این تحقیق میزان اعتماد مردم بوده که شامل تغییرات می شود و متغیر مستقل مطبوعات می باشند که میزان ثابتی دارند و درواقع به نسبت مطالب موجود در آنها میزان اعتماد مردم سنجیده می شود.