



سال دهم / زمستان ۱۴۰۰

نحوه پوشش اخبار ازدواج و طلاق در مطبوعات ایران (مطالعه موردی: کیهان، شرق، ایران، همشهری)

• مسعود تقی‌آبادی^{۱*}، سیما پویا^۲

DOR: 20.1001.1.38552322.1400.10.41.9.4

چکیده

یکی از موضوعاتی که ذهن محققین و بیشتر افشار جامعه را مشغول کرده است؛ کاهش ازدواج و افزایش طلاق در ایران است. با توجه به اهمیت رسانه‌هایی چون مطبوعات در پوشش مشکلات جامعه، این تحقیق درصدد بررسی نحوه پوشش و بازتاب اخبار ازدواج و طلاق در مطبوعات ایران در سال ۹۵ (مطالعه موردی: کیهان، شرق، ایران، همشهری) است تا میزان و چگونگی آن را بسنجد. این تحقیق با روش تحلیل محتوای کمی و با نمونه‌گیری کل‌شماری انجام شده است. از مجموع ۱۰۳ مطلب در مورد ازدواج، روزنامه همشهری با ۳۷/۹ بیشترین مطلب و شرق ۱۶/۵ کمترین مطلب را داشت. از مجموع ۲۱ مطلب مربوط به طلاق، روزنامه همشهری و شرق به تعداد مساوی با ۲۸/۶ بیشترین مطلب را داشتند. بین متغیر سطح زیر چاپ مطالب و عناصر خبری مربوط به ازدواج و روزنامه‌ها به ترتیب با ۱ درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان، رابطه وجود دارد (معنی‌دار است) و بین متغیر سطح زیر چاپ، عناصر خبری و ارزش‌های خبری مطالب مربوط به طلاق و روزنامه‌ها بیش از ۵ درصد خطا رابطه وجود ندارد (معنی‌دار نیست). بین متغیر ارزش‌های خبری در گزینش مطالب مربوط به ازدواج و نام روزنامه‌ها نیز با بیش از ۵ درصد خطا، رابطه وجود ندارد (معنی‌دار نیست). طبق نظریه برجسته‌سازی اداره‌کنندگان روزنامه‌ها با نگاهی مثبت به ازدواج سعی بر برجسته‌ساختن و دروازه‌بانی مطالب ازدواج داشته‌اند تا طلاق، تا بر لزوم و اهمیت ازدواج تأکید بیشتر داشته باشند. همچنین بازتاب اندک اخبار طلاق مبین ارزش خبری نداشتن آن نزد مطبوعات و پروبلماتیک بودن آن برای اداره‌کنندگان روزنامه‌ها نیز هست. در یک سال تنها ۱۲۴ خبر به ازدواج و طلاق اختصاص داده شده است که نشان می‌دهد موضوعات دیگر در اولویت اداره‌کنندگان روزنامه‌ها قرار داشته است.

واژگان کلیدی: تحلیل محتوا، روزنامه، پوشش خبری، ازدواج، طلاق.

۱ کاندیدای دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)
masoud.taghiabadi@gmail.com
۲ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، ایران،
pouya1001@gmail.com

مقدمه

یکی از موضوعاتی که در چندسال اخیر ذهن جامعه‌شناسان، روان‌شناسان و بیشتر اقشار جامعه را به خود مشغول کرده است؛ کاهش ازدواج و افزایش طلاق در ایران است. خانواده کوچک‌ترین واحد اجتماعی هر جامعه‌ای است. ازدواج نیز یگانه سامانه اجتماعی است که اعضای آن تحت تأثیر عوامل زیستی، قانونی، هیجانی، جغرافیایی و تاریخی قرار می‌گیرند. ازدواج حساس‌ترین رابطه خانوادگی قلمداد می‌شود. این حساسیت نه تنها در کسب و حفظ صمیمیت بلکه در حفظ ساختار ازدواج نیز خود را نشان می‌دهد. تأثیرات مثبت ازدواج بر بهزیستی و سلامت افراد در مطالعات زیادی نشان داده شده است، اما تمامی ازدواج‌ها چنین تأثیر مثبتی ندارند (اخوی ثمرین و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۰۶). طلاق گاه جز لاینفکی از ازدواج‌ها و امروزه به اولین گزینه ممکن تبدیل شده است و چنان قبح آن شکسته شده است که امری طبیعی تلقی می‌شود. در عصر کنونی ازدواج حالت نهادینه بودن خود را از دست داده است و طلاق نیز نوعی گسستگی عاطفی تلقی می‌شود که آسیب‌های فراوانی بر زوجین و کودکان دارد (جاویدانی، ۱۳۹۳: ۱-۲).

در رسانه‌های جمعی به اشکال مختلف ازدواج و طلاق به دلیل اهمیتش بررسی می‌شود. شاید در نگاه اول به نظر بیاید که زندگی شخصی است و هرکسی آزاد است برای خودش تصمیم بگیرد، ولی بازتاب ازدواج و طلاق به دلیل تبعات اجتماعی‌اش موضوعی کلان و تأمل‌برانگیز است. متأسفانه در چند سال اخیر براساس آمار سازمان ثبت‌احوال کشور شاهد کاهش ازدواج و افزایش طلاق در ایران هستیم. سال ۱۳۹۴ نسبت ازدواج به طلاق ۴,۲ است، یعنی در مقابل هر ۴,۲ ازدواج ثبت شده یک طلاق ثبت شده است. سال ۱۳۹۳ نسبت ازدواج به طلاق در این مدت ۴,۴ است یعنی در مقابل هر ۴,۴ ازدواج ثبت شده یک طلاق ثبت شده است. یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه فرهنگی و تحرک هر جامعه رسانه‌ها هستند. زیرا به دلیل انعکاس واقعیت‌ها، نقدهای سازنده و پیش‌بینی بحران‌ها براساس شواهد و مستندات قادر هستند زنگ خطر را قبل از وقوع حادثه به صدا درآورند. یک رسانه باید مخاطب را به فکر وادار کند به‌گونه‌ای که با استفاده از شگردهای تدوین اخبار، تبلیغات و آفرینش‌های هنری زشتی و زیبایی هنجارهای جامعه بیان شود. بر این اساس رسانه‌های جمعی در آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی عمومی نقش بسیاری دارد. همان‌طور که ژان استوتزل^۱ در اثرش؛ وظایف و کارکردهای مطبوعات می‌نویسد: مطالعه روزنامه یا استفاده از هر وسیله ارتباط جمعی هم علت و هم معلول مشارکت

1 Jean Stotzel

اجتماعی است. مطالعه روزنامه یا هر وسیله دیگر ارتباطی موجبات مشارکت فعالانه‌تری در حیات جمعی را فراهم می‌آورد. خواندن روزنامه امکان همانندی خواننده را با کل جمع فراهم می‌سازد. مکانیسم این همانندی توسط روانکاوان مورد تحلیل قرار گرفته است (ساروخانی، ۱۳۷۷: ۸۰). هر روزنامه‌ای با توجه به نوع نگرش سیاسی و ساختار خود تلاش دارد جایگاه خاصی بین مخاطبان داشته باشد و به دنبال ایجاد بسترهای فرهنگی و اجتماعی در اذهان عموم هستند که البته همین تبادل فرهنگ و زایش بسترهای فرهنگی و اجتماعی در اذهان عموم طبعاً منجر به استقرار و نهادینه شدن فرهنگی و به تعبیری «فرهنگ‌سازی» می‌شود.

ضرورت این تحقیق نیز به دلیل کاهش آمار ازدواج و افزایش طلاق و به دنبال آن افزایش ناهنجاری‌های اجتماعی همچنین کاهش رشد جمعیت و بالا رفتن میانگین سن جامعه است. بنابراین در رسانه‌های دیداری، شنیداری و مکتوب به بحث ازدواج و طلاق به شکل ویژه و هدفمندی باید پرداخت. هرچند ازدواج و طلاق پدیده‌های روان‌شناختی هستند، ولی از زوایای دیگر، پدیده‌های اجتماعی نیز هستند. نتایج حاصل از این تحقیق برای استحکام بقا و جلوگیری از فروپاشی خانواده‌ها و همچنین برای دختران و پسران در شرف ازدواج و خانواده‌ها مفید است. در دید کلان و گسترده این تحقیق برای تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان کشور در سه قوه مقننه، مجریه و قضاییه نیز کاربرد دارد. زیرا جامعه‌ای به آرامش روانی و بهداشتی می‌رسد که میزان ازدواج بیش از طلاق باشد. چون داشتن جامعه سالم در گرو داشتن خانواده‌های سالم است. هدف از انجام این تحقیق نیز شناخت میزان و چگونگی پوشش اخبار ازدواج و طلاق در مطبوعات ایران است، از این‌رو تحقیق پیش رو سعی در پاسخ به این سؤال اصلی دارد که مطبوعات ایران ازدواج و طلاق را چه میزان و چگونه پوشش می‌دهند؟

مروری بر پژوهش‌های پیشین

محمد توکلی‌زاده راوری و دیگران (۱۳۹۴) در مقاله «تحلیل محتوای مقالات فارسی نشریات علمی ایران در زمینه ازدواج و طلاق با روش خوشه‌بندی سلسله‌مراتبی» دریافتند که موضوعات زن و خانواده در هر دو حوزه دارای بیشترین بسامد است. این خوشه‌بندی‌ها نشان داد که محور اصلی خوشه‌های موضوعی ازدواج، موضوع زن و برای حوزه طلاق، موضوع خانواده است و زن موضوع محوری مباحث حقوقی طلاق به شمار می‌رود. همچنین نشان داده شد که ۰/۶۷ از موضوعات طلاق شبیه موضوعات ازدواج و ۰/۳۸ از موضوعات ازدواج، شبیه به موضوع طلاق است. آمنه بختیاری و همکاران نیز (۱۳۹۳) در مقاله «تحلیل محتوای موضوعی مقالات علمی پژوهشی «حوزه زن و خانواده» به بررسی همه‌جانبه ۱۳۳ نشریه علمی_ پژوهشی از سال

۱۳۷۹ تا ۱۳۹۰ پرداختند. این پژوهش با بررسی همه متغیرهای موجود در متن مقالات اعم از گرایش و روند موضوعی مقالات، روند رشد مقالات براساس سال انتشار، فراوانی آن‌ها در فصلنامه‌ها، تعداد نویسندگان و جنس و سطح تحصیلات آن‌ها، مبانی نظری مقالات، و کلیدواژه‌ها صورت گرفت.

لیزا هوپلاک (۲۰۱۲) در پایان‌نامه ارشد خود با نام «آیا او بله را می‌گوید؟ تحلیل محتوای خواستگاری‌های پذیرفته شده و رد شده» در دانشگاه ویکتوریا به تحلیل محتوای ۲۸۵ فیلم پیشنهاد ازدواج پرداخت (۳۶ پیشنهاد رد شده، ۲۴۹ پیشنهاد پذیرفته شده). نتایج نشان داد که برخی از علل رد پیشنهاد می‌توانست صورت نگیرد در صورتی که زوجین قبل از ازدواج در مورد آن صحبت کرده بودند. فقط ۲۹ درصد از زوج‌هایی که با رد پیشنهاد ازدواج مواجه شده بودند، در مقایسه با ۱۰۰ درصد از زوج‌هایی که پیشنهادات پذیرفته شده را تجربه کرده بودند پیش از ازدواج درباره آن صحبت کرده بودند.

چنل مونیک جانسون (۲۰۱۵) در پایان‌نامه ارشد خود در دانشگاه دکسل با عنوان «تحلیل محتوای مقایسه‌ای از برابری ازدواج در اخبار تلویزیون» به بررسی تصویر برابری ازدواج نحوه پوشش خبری افراد مرتبط با موضوع پرداخت. نتایج نشان داد که سخنرانان رسمی بیشتر احتمال دارد که دیدگاه‌های خود را در پوشش خبری ارائه کنند. با این حال، در میان منابع سخنگوی رسمی، کسانی که حامی برابری ازدواج بودند بیشتر احتمال دارد سعی در به دست آوردن نقش‌های گفتاری داشته باشند. در نهایت اینکه پوشش به شدت بیانگر «تغییرات فرهنگی و اجتماعی» در مورد موضوع و نه «تقسیم فرهنگی» است.

آنچه این تحقیق را نسبت به سایر تحقیق‌ها متمایز می‌کند نحوه بازتاب اخبار ازدواج و طلاق در روزنامه‌های مطرح کشور (اصول‌گرا و اصلاح‌طلب) است. در واقع با فهم نحوه پوشش خبری می‌توان مقدار اهمیت موضوع را نزد روزنامه‌نگاران سنجید تا این فهم حاصل آید که رسانه‌ها به یکی از مسئولیت‌های اجتماعی خود یعنی انعکاس آسیب‌های اجتماعی است عمل کرده‌اند یا خیر و اینکه چقدر موضوع ازدواج و طلاق در بین اصحاب رسانه پروبلماتیک شده است.

مبانی مفهومی و نظری

ازدواج و طلاق

ازدواج مبنای شکل‌گیری نهاد خانواده، مناسب گذار افراد از جوانی به بزرگسالی و مهم‌ترین واقعه در زندگی فردی، همواره در افکار عمومی جامعه و در تحقیقات علمی و دانشگاهی مهم

بوده است. ازدواج با فراهم کردن مجموعه خاصی از حقوق، امتیازات، تعهدات، مسئولیت‌ها و انتظارات نقشی جدید، از روابط زناشویی پایدار حمایت می‌کند و موجب بقا و تداوم نهاد خانواده و ساختار اجتماعی می‌شود. ازدواج به همراه سازوکارهای تحقق و نظم و ترتیبات مرتبط با آن، یکی از پدیده‌های مهم اجتماعی، فرهنگی و زیستی است که هم متأثر از تحولات جامعه و هم تأثیرگذار بر آن است (افراسیابی و دهقانی دارامرود، ۱۳۹۶: ۱۵۶). ازدواج زن و مرد، منشأ تشکیل خانواده-کوچکترین واحد اجتماعی- است. براساس تعریف گلا دینگ^۱، ازدواج پیچیده‌ترین شکل رابطه انسانی است. ارتباط مؤثر و سازنده سنگ زیربنای خانواده سالم و موفق و یکی از پیچیده‌ترین روابط اجتماعی میان دو جنس متفاوت در جهان طبیعت است (گلا دینگ، ۱۳۸۶: ۱۴). آلن ژیرارد^۲ نیز ضمن بیان این نکته که در میان تمامی آداب، مراسم و وقایع اساسی زندگی انسان، ازدواج اهمیت بسیاری دارد، در این زمینه بیان می‌کند که هم از نظر فرد، هم از دیدگاه زیستی و هم از منظر اجتماعی هیچ نهادی نیست که همانند آن جهانی و از نظر غایت ثابت و پایدار باشد. از این رو هیچ نهادی نیز همانند آن تحت تأثیر دگرگونی‌های اجتماعی قرار نمی‌گیرد (میشل، ۱۳۵۴: ۱۵۱).

به زعم رابینز (۱۹۹۳) حدود ۹۰ درصد از آدمیان در برهه‌ای از زمان ازدواج می‌کنند. تحقیقات گوناگون نشان می‌دهد افراد متأهل، در مجموع خوشبخت‌تر و راضی‌تر از افراد مجرد، مطلقه و بدون همسر هستند. امری (۱۹۹۹) نیز آورده است ۲۶ درصد از افرادی که برای حل معضلات روانی خود به دنبال دریافت یاری‌های تخصصی هستند، این معضلات را با کارکرد زناشویی ضعیف مرتبط می‌دانند (قربانی و سعدی‌پور، ۱۳۸۶: ۵۸).

روی دیگر سکه ازدواج جدایی و طلاق است. تحقیقات، آثار و پیامدهای عمیق اقتصادی، اجتماعی، روانی، قانونی و والدینی طلاق بر مردان و زنان مطلقه، فرزندان و اجتماع را به خوبی نشان داده است (کلانتری و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۱۲). طلاق در فرهنگ ایرانی و تقریباً همه فرهنگ‌ها مذموم است. بنا به تعریف گاتمن^۳ طلاق فرایندی است که با تجربه بحران عاطفی هر دو زوج شروع می‌شود و با سعی در حل تعارضات زناشویی از طریق جدایی با ورود به موقعیتی جدید با نقش‌ها و سبک زندگی متفاوت، پایان می‌یابد. یکی از مهم‌ترین آسیب‌های خانوادگی طلاق است. کارشناسان بر این باورند که فرایند طلاق در بیشتر مواقع این سیر را طی می‌کند:

1 Gladding

2 Girard

3 Gottman

اختلافات جزیی، تکرار اختلافات جزیی و جدی شدن آن‌ها، جدایی یا بی‌میلی یکی از زوجین به طرف مقابل، قهرهای طولانی و تکرار آن، خستگی زوجین از قهرها و درگیری‌ها، طلاق عاطفی، طلاق قانونی (محمدی، ۱۳۸۳: ۶۴).

طلاق عامل تنش‌زای بین فردی مهمی است که توان افزایش خطر طیفی از پیامدهای مربوط به سلامت برای خود زوج و فرزندان آن‌ها را دارد و با خطر خودکشی همراه است. در جوامع امروزی طلاق به‌عنوان راهی برای بهبود وضع بین شخص، رها شدن از شریک آزاردهنده و ساختن ارتباطی جدید و موفق نیز در نظر گرفته می‌شود، با این حال برای بیشتر افراد، طلاق و وضعیت مربوط به طلاق با کشمکش، تنش و احساس درماندگی و تنهایی همراه است (داداک، ۲۰۱۳ به نقل از اخوی ثمرین و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۰۸).

پوشش خبری

سلطانی‌فر و هاشمی (۱۳۸۲) پوشش خبری را مجموعه‌ای از فعالیت‌هایی می‌دانند که بر روی خبر صورت می‌گیرد تا ارزش یک خبر و جایگاه آن از وضعیت واقعی آن بالاتر یا پایین‌تر مطرح و ارزشان خبر در مجاورت مطالب دیگر کمتر، بیشتر یا صفر شود. اردستانی، پوشش خبری را «فراگرد بازنمایی وقایع و رخدادها از طریق وسایل ارتباطی» می‌داند. به گفته دالگرن^۱ بعد بازنمایی، توجه ما را به تولیدات رسانه‌ای جلب می‌کند. این بعد به مطالبی که رسانه‌ها عرضه می‌کنند، نحوه انعکاسی موضوع‌ها، انواع گفتمان‌های مطرح و ماهیت مباحث و مناظرات ارائه شده و ابعاد نمادین و بدیع تولیدات رسانه‌ای اشاره دارد. بازنمایی در گسترده عمومی به پرسش‌هایی اساسی نظیر این که «چه مطلبی» باید برای انعکاس انتخاب شوند و «چگونه» بر مخاطبان عرضه شوند، اشاره دارد (۱۳۸۰: ۳۰). رویکرد پوشش خبری، نحوه نزدیک شدن به خبر و تصویرهای آن را نشان می‌دهد؛ در رویکرد خبری، رویدادها با در نظر گرفتن جوانب مختلف آن آورده و در پایان یا ضمن خبر، بر جنبه خاصی از آن تأکید بیشتری می‌شود (نصراللهی، ۱۳۸۹: ۲۵۳).

چارچوب نظری تحقیق

در این تحقیق نظریه دروازه‌بانی خبر و نظریه برجسته‌سازی بیشتر از دیگر نظریه‌های ارتباطی مورد توجه است. دلیل استفاده از نظریه دروازه‌بانی خبر و این است که ابتدا باید اخبار ازدواج و

طلاق با توجه به معیارهای مورد ارزیابی اولویت انتخاب شدن را داشته باشند. سپس با توجه به روش‌های ارائه خبر و انتخاب تیتراژ، صفحه موردنظر برای چاپ همچنین استفاده یا عدم استفاده از عکس می‌توان خبر موردنظر را برجسته کرده تا در نگاه مخاطب روزنامه بیشتر یا کمتر به چشم آید.

دروازه‌بانی خبر

دروازه‌بانی، فراگرد کنترل جریان و گردش اطلاعات در نظام‌های متنوع اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی است (عباسی، ۱۳۸۲: ۸). در واقع «هر وسیله ارتباط جمعی، باید در بین جهانی از اطلاعات خبری و اطلاعاتی که دنیای امروز مملو از آن است، انتخاب کند، چون هرگز نمی‌تواند تمام رویدادها را بازتاب دهد» (ساروخانی، ۱۳۸۰: ۶۵). به گفته تیچر^۱، دروازه‌بانی «فرآیند گسترده‌ای از کنترل اطلاعات، شامل تمام جنبه‌های رمزگذاری پیام، نه فقط انتخاب، بلکه ممانعت از نشر، انتقال، شکل‌دهی، ارائه و عرضه، تکرار، زمان‌بندی در طول مسیر انتقال از منبع به گیرنده. به عبارتی، دروازه‌بانی شامل تمام جنبه‌های انتخاب، نگه‌داشتن و کنترل پیام است». در تحلیلی دقیق‌تر، دروازه‌بانی، فرآیند دوباره‌سازی یک چارچوب ضروری برای رویداد و تبدیل آن به خبر است و ارتباط‌گران، عناصری از پیام را انتخاب و بقیه را رد می‌کنند (بروجردی علوی، ۱۳۸۰: ۶۶). میکائیل و تری کوال گامبل تعریف مشترکی از دروازه‌بانی به این شرح داده‌اند: «هر شخصی که توانایی محدود کردن، تفسیر یا دوباره تفسیر کردن اطلاعات ارسالی توسط رسانه یا دریافتی از آن را دارد، دروازه‌بان تلقی می‌شود» (عباسی، ۱۳۸۲: ۸). «شومیکر^۲ به بیانی ساده، گزینشگری را این‌گونه تعریف کرده است: «گزینشگری فرایندی است که طی آن میلیاردها پیام در سراسر جهان خلاصه و به صدها پیام تغییر شکل یافته تبدیل می‌شوند و به اشخاص مفروض در یک زمان مفروض می‌رسند». (بروجردی علوی، ۱۳۸۰: ۶۶).

می‌توان گفت؛ قدرت عظیمی در داخل وسیله ارتباط جمعی نهفته است و منابع معنی موجود در این وسایل، با اهداف بسیار متنوع و امکاناتی که روزبه‌روز بر آن افزوده می‌شود، در حال تولید پیام هستند. دروازه‌بانان آشکار و پنهانی در انتخاب پیام، حذف پیام و تغییر شکل پیام دست دارند. مثلاً هرکدام از دست‌اندرکاران تولید پیام‌های خبری وسایل ارتباط جمعی، می‌توانند نقش یک فیلتر را در تبدیل یک واقعیت به اطلاعات ایفا کنند و این اطلاعات که

1 Ticher

2 Shoemaker

محتوای پیام‌های خبری این وسایل است، اغلب از فیلترهای گوناگون عبور می‌کند (محسنیان‌راد، ۱۳۸۴:۳۶۷). ویلبر شرام^۱ درباره اهمیت کار دروازه‌بان می‌گوید: «در کشورهای درحال توسعه، فرایند انتقال اطلاعات از حاکمان به مردم و بالعکس و همچنین بین مردم، آشکارا به دروازه‌بان بستگی دارد». جان بیتنر^۲ سه وظیفه دروازه‌بان را مشخص می‌کند که عبارت‌اند از: ۱. محدود کردن اطلاعات دریافتی از طریق جرح و تعدیل آن ۲. توسعه حجم اطلاعات دریافتی با افزودن وقایع و ایده‌ها ۳. تفسیر دوباره و تنظیم مجدد اطلاعات (عباسی، ۱۳۸۲: ۸).

نظریه برجسته‌سازی

مک‌کامبز و شاو^۳ اولین مطالعه سیستماتیک را در مورد فرضیه برجسته‌سازی در سال ۱۹۷۲ گزارش کردند. آن‌ها برجسته‌سازی را در مبارزه ریاست جمهوری سال ۱۹۶۸ مطالعه کردند و این فرضیه را مطرح کرده‌اند که رسانه‌های جمعی برای هر مبارزه سیاسی اولویت‌هایی را تعیین می‌کنند و بر اهمیت نگرش‌ها راجع به موضوعات سیاسی اثر می‌گذارد (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۳۲۷-۳۲۸). برجسته‌سازی یکی از شیوه‌هایی است که با آن رسانه‌ها موضوعاتی که عامه راجع به آن‌ها فکر می‌کنند، تعیین می‌کنند. نظریه برجسته‌سازی مدعی تأثیر رسانه‌ها بر شناخت و نگرش مردم و تعیین اولویت ذهنی آنان از طریق انتخاب و برجسته‌سازی بعضی از موضوعات و رویدادهاست. رسانه با برجسته ساختن بعضی از موضوع‌ها و رویدادها بر آگاهی و اطلاعات مردم تأثیر می‌گذارد. گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم چگونه بیندیشند اما می‌توانند تعیین کنند درباره چه بیندیشند. در واقع رسانه در قالب آنچه نمایش می‌دهد اهمیت موضوع‌های مهم را تعیین می‌کند. درواقع رسانه به اولویت بخشیدن به یکسری موارد اولویت ذهنی مخاطبان را تعیین می‌کنند (مهدیزاده، ۱۳۹۱: ۵۹).

براساس نظریه برجسته‌سازی و دروازه‌بانی خبر فرضیه‌هایی استخراج شده است که تحقیق در پی تأیید یا رد آن‌ها در باب پوشش ازدواج و طلاق است. این فرضیه‌ها عبارت‌اند از:

- بین عناصر خبری استفاده‌شده در پوشش اخبار ازدواج و روزنامه‌های مورد مطالعه تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

1 Wilbur Schramm

2 John Bittner

3 Mc. Combs & Shaw

- بین عناصر خبری استفاده شده در پوشش اخبار طلاق و روزنامه‌های مورد مطالعه تفاوت معنی‌داری وجود دارد.
- بین سطح پوشش اخبار مربوط به ازدواج در روزنامه‌های مورد مطالعه تفاوت معنی‌داری وجود دارد.
- بین سطح پوشش اخبار مربوط به طلاق در روزنامه‌های مورد مطالعه تفاوت معنی‌داری وجود دارد.
- بین ارزش خبری استفاده شده در پوشش اخبار ازدواج و روزنامه‌های مورد مطالعه تفاوت معنی‌داری وجود دارد.
- بین ارزش خبری استفاده شده در پوشش اخبار طلاق و روزنامه‌های مورد مطالعه تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

روش‌شناسی

این پژوهش با روش اسنادی و روش تحلیل محتوا انجام شده است که در زمره رویکردهای کمی تحقیق به شمار می‌آید. تحلیل محتوا تکنیکی برای استنباط و تکرارپذیری متن داده‌هاست و به‌مثابه تکنیکی پژوهشی شامل شیوه‌های تخصصی در پردازش داده‌های علمی است. هدف تحلیل محتوا فراهم ساختن شناخت و بینشی نو است. تحلیل محتوا فقط ابزار است و بس (کرپیندورف، ۱۳۸۳: ۲۵). در این تحقیق از میان رسانه‌های جمعی مطبوعات انتخاب شده است و از میان آن چهار روزنامه رسمی و سراسری کیهان، شرق، ایران و همشهری در سال ۱۳۹۵ انتخاب شده است؛ در این تحقیق به دلیل متفاوت بودن دیدگاه‌های روزنامه‌های نامبرده و اهمیت پرداختن به روند نزولی ازدواج و سیر صعودی طلاق در جامعه ایران تصمیم گرفته شد تا میزان و چگونگی پوشش اخبار ازدواج و طلاق در ۱۲ ماه متوالی سال ۹۵ مورد بررسی قرار گیرد.

در این تحقیق به دلیل ماهیت موضوع از شیوه کل‌شماری برای نمونه‌گیری استفاده و از برگه کدگذاری محقق‌ساخته برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. بعد از تهیه و تکمیل جدول داده‌ها، هر یک از کدها وارد کامپیوتر شده و با نرم‌افزار آماری SPSS هر یک از متغیرهای موردنظر براساس آزمون‌های آماری نظیر جدول فراوانی، جدول دویعدی (کای اسکویر) موردسنجش قرار گرفتند. در این تحقیق بعد از اتمام کدگذاری، پس از گذشت یک ماه، ۱۵ درصد از خبرهای مربوط به ازدواج و طلاق بررسی شده براساس مقولات انتخاب شده مجدداً

کدگذاری شد. برای سنجش قابلیت اعتماد از فرمول اسکات استفاده شد و درصد توافق مشابهت دو کدگذار محاسبه شد.

$$\pi = \frac{p_o - p_e}{1 - p_e}$$

π = ضریب قابلیت اعتماد، p_e = درصد توافق مورد انتظار و p_o = درصد توافقات مشاهده شده است.

دو کدگذار اقدام به کدگذاری مقولات کردند و سپس با استفاده از فرمول اسکات میزان موافقت و همخوانی کدگذاران درباره مقولات تحقیق سنجیده شد. با توجه به نتیجه آزمون، مقدار قابلیت اعتماد ۸۴ درصد محاسبه شد؛ بنابراین نتیجه گرفتیم که این پژوهش از پایایی برخوردار است. در این تحقیق به منظور بررسی روایی مقولات و اینکه آیا مقولات مطرح شده اهداف مورد نظر را پوشش می دهند یا خیر، دستورالعمل کدگذاری شده در اختیار تنی چند از کارشناسان و اساتید ارتباطات (علامه طباطبایی و دانشگاه آزاد اسلامی) قرار گرفت که پس از تأیید آن‌ها به دلیل تأیید روایی صورتی پرسشنامه معکوس مورداستفاده قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

توصیف یافته‌ها

جدول ۱. توزیع فراوانی سطح تعداد مطالب مربوط به ازدواج و طلاق

روزنامه	ازدواج		طلاق	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
همشهری	۳۹	۳۷/۹	۶	۲۸/۶
کیهان	۲۰	۱۹/۴	۵	۲۳/۸
ایران	۲۷	۲۶/۲	۴	۱۹
شرق	۱۷	۱۶/۵	۶	۲۸/۶
جمع کل	۱۰۳	۱۰۰	۲۱	۱۰۰

چنان‌که جدول شماره ۱ نشان می‌دهد از جمع ۱۰۳ مطلب مربوط به ازدواج، بیشترین نسبت یعنی ۳۷/۹ درصد یا ۳۹ مطلب به روزنامه همشهری و کمترین نسبت یعنی ۱۶/۵ درصد یا ۱۷ مطلب به روزنامه شرق اختصاص دارد. از جمع ۲۱ مطلب مورد بررسی به لحاظ تعداد مطالب مربوط به طلاق، بیشترین نسبت یعنی ۲۸/۶ درصد یا ۶ مطلب مشترک به روزنامه

همشهری و شرق و کمترین نسبت یعنی ۱۹/۰ درصد یا ۴ مطلب به روزنامه ایران اختصاص دارد. روزنامه کیهان ۲۳/۸ درصد از مجموع را به خود اختصاص داده است.

جدول ۲. توزیع فراوانی منابع خبری مطالب مربوط به ازدواج طلاق

طلاق		ازدواج		منبع خبری
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۰	۰	۸/۷	۹	ایسنا
۱۴/۳	۳	۱۳/۶	۱۴	ایرنا
۴۷/۶	۱۰	۳۷/۹	۳۹	خبرنگار
۴/۸	۱	۹/۷	۱۰	مشاور
۳۳/۳	۷	۲۲/۳	۲۳	مقام رسمی
۰	۰	۷/۸	۸	بدون منبع
۱۰۰	۲۱	۱۰۰	۱۰۳	جمع کل

چنان‌که جدول شماره ۲ نشان می‌دهد در خصوص منابع مورد استفاده از جمع ۱۰۳ مطلب مربوط به ازدواج، بیشترین نسبت یعنی ۳۷/۹ درصد یا ۳۹ مورد توسط «خبرنگار روزنامه» و ۲۲/۳ درصد یا ۲۳ مورد توسط «مقام رسمی» تهیه شده‌اند و کمترین نسبت به «ایسنا» با ۸/۷ درصد یا ۹ مورد اختصاص دارد. در خصوص منابع مورد استفاده در باب طلاق از جمع ۲۱ مطلب مورد بررسی در مورد طلاق، بیشترین نسبت یعنی ۴۷/۶ درصد یا ۱۰ مورد توسط «خبرنگار روزنامه» و ۳۳/۳ درصد یا ۷ مورد توسط «مقام رسمی» تهیه شده‌اند و کمترین نسبت به «ایسنا» با صفر درصد یا هیچ مورد اختصاص دارد.

جدول ۳. توزیع فراوانی قالب محتوای مطالب مربوط به ازدواج و طلاق

طلاق		ازدواج		محتوای مطالب
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۳۳/۳	۷	۲۳/۳	۲۴	خبر
۴۷/۶	۱۰	۱۷/۶	۴۹	گزارش
۴/۸	۱	۱۳/۶	۱۴	مصاحبه
۴/۸	۱	۳/۹	۴	مقاله
۹/۵	۲	۱۱/۷	۱۲	تحلیل و تفسیر
۱۰۰	۲۱	۱۰۰	۱۰۳	جمع کل

چنان‌که جدول ۳ نشان می‌دهد به لحاظ قالب محتوای مطالب درباره ازدواج از جمع ۱۰۳ مطلب، بیشترین نسبت یعنی ۴۷/۶ درصد یا ۴۹ مطلب اختصاص به «گزارش» دارد و کمترین نسبت یعنی ۳/۹ درصد یا ۴ مطلب اختصاص به مقاله داشته است. درباره طلاق نیز از جمع ۱۰۳ مطلب، بیشترین نسبت یعنی ۴۷/۶ درصد یا ۱۰ مطلب اختصاص به «گزارش» دارد و کمترین نسبت یعنی ۴/۸ درصد یا ۱ مطلب به‌طور مشترک اختصاص به «مقاله و مصاحبه» داشته است. سایر سبک‌ها بقیه نسبت‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۴. توزیع فراوانی زمان چاپ مطالب مربوط به ازدواج و طلاق

منبع خبری	ازدواج		طلاق	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
بهار	۲۳	۲۲/۳	۴	۱۹
تابستان	۲۳	۲۲/۳	۴	۱۹
پاییز	۳۵	۳۴	۷	۳۳/۳
زمستان	۲۲	۲۱/۴	۶	۲۸/۶
جمع کل	۱۰۳	۱۰۰	۲۱	۱۰۰

جدول ۴ نشان می‌دهد از جمع ۱۰۳ مطلب کدگذاری شده درباره ازدواج، بیشترین نسبت یعنی ۳۴ درصد یا ۳۵ مطلب مربوط به فصل «پاییز» و کمترین نسبت یعنی ۲۱/۴ درصد یا ۲۲ مطلب مربوط به فصل «زمستان» است. از جمع ۲۱ مطلب کدگذاری شده درباره طلاق نیز، بیشترین نسبت یعنی ۳۳,۳ درصد یا ۷ مطلب مربوط به فصل «پاییز» و کمترین نسبت یعنی ۱۹,۰ درصد یا ۴ مطلب به‌طور مشترک مربوط به فصل «بهار و تابستان» است.

جدول ۵. توزیع فراوانی وجود تصاویر مطالب مربوط به ازدواج و طلاق

عکس	ازدواج		طلاق	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
دارد	۸۳	۸۰/۶	۱۶	۷۶/۲
ندارد	۲۰	۱۹/۴	۵	۲۳/۸
جمع کل	۱۰۳	۱۰۰	۲۱	۱۰۰

چنان‌که جدول ۵ نشان می‌دهد به لحاظ وجود تصاویر از جمع ۱۰۳ مطلب درباره ازدواج، بیشترین نسبت یعنی ۸۰/۶ درصد یا ۸۳ مطلب «با عکس» و کمترین نسبت یعنی ۱۹/۴ درصد

یا ۲۰ مطلب «بدون عکس» بوده‌اند. از جمع ۲۱ مطلب بررسی شده درباره طلاق بیشترین نسبت یعنی ۷۶/۲ درصد یا ۱۶ مطلب «با عکس» و کمترین نسبت یعنی ۲۳/۸۴ درصد یا ۵ مطلب «بدون عکس» بوده‌اند.

تبیین استنباطی یافته‌ها

جدول ۶. رابطه نام روزنامه و ارزش‌های خبری مطالب مربوط به ازدواج

ارزش خبری	همشهری		کیهان		ایران		شرق		جمع کل	درصد
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی		
درب‌گیری	۴۰/۹	۱۸	۲۰/۴۵	۹	۱۸/۲	۸	۲۰/۴۵	۹	۴۴	۴۲/۷
برخورد	۳۷/۵	۶	۱۸/۸	۳	۱۲/۵	۲	۳۱/۳	۵	۱۶	۱۵/۵
تازگی	۳۵/۷	۵	۷/۱۰	۱	۵۰	۷	۷/۱۰	۱	۱۴	۱۳/۶
شهرت	۲۰	۱	۴۰	۲	۲۰	۱	۲۰	۱	۵	۴/۹
عجیب	۲۰	۲	۳۰	۳	۵۰	۵	۰	۰	۱۰	۹/۷
مجاورت جغرافیایی	۵۰	۶	۱۶/۷	۲	۲۵	۳	۸/۳	۱	۱۲	۱۱/۷
مجاورت معنوی	۵۰	۱	۰	۰	۵۰	۱	۰	۰	۲	۱/۹
جمع کل	۳۷/۹	۳۹	۱۹/۴	۲۰	۲۶/۲	۲۷	۱۶/۵	۱۷	۱۰۳	۱۰۰
خی دو (X^2)		درجه آزادی				P				
۱۸/۸۴۴		۱۸				۱۸۴۴				

بین ارزش‌های خبری مورد تأکید برای گزینش مطلب درباره ازدواج با روزنامه‌های مورد بررسی رابطه وجود دارد.

آزمون محاسبه شده کای اسکور نشان می‌دهد که با نسبت $X^2 = 18/844$ و درجه آزادی ۱۸ با سطح بیش از ۵ درصد خطا رابطه دو متغیر معنادار نیست. به عبارت دیگر بین نام روزنامه و عناصر خبری مطالب مورد بررسی رابطه وجود ندارد. در توصیف جدول ۶، یافته‌ها نشان می‌دهد که روزنامه همشهری از ارزش خبری دربرگیری (۴۰/۹۰) بیش از سایر ارزش‌ها استفاده کرده است و در مقابل کمترین ارزش خبری برای این روزنامه ارزش شهرت (۱ درصد) است. در روزنامه کیهان ارزش خبری دربرگیری با ۲۰/۵ بالاترین و تازگی با ۱ درصد کمترین درصد

ارزش خبری را به خود اختصاص داده است. روزنامه ایران از ارزش خبری دربرگیری (۱۸/۲۰) بیش از سایر ارزش‌ها بهره برده است و کمترین ارزش در این روزنامه به ارزش خبری شهرت (۱ درصد) اختصاص دارد و درنهایت در روزنامه شرق بالاترین ارزش دربرگیری و ارزش عجیب کمترین درصد را به خود اختصاص داده‌اند. به‌طور کل می‌توان گفت چنان‌که جدول شماره ۶ نشان می‌دهد از جمع ۱۰۳ مطلب مورد بررسی به لحاظ ارزش‌های خبری، در هر چهار روزنامه اولویت ارزش خبری آن‌ها، ارزش خبری دربرگیری است.

جدول ۷. رابطه نام روزنامه و ارزش‌های خبری مطالب مربوط به طلاق

ارزش‌های خبری	همشهری		کیهان		ایران		شرق		جمع	درصد
	فرآوانی	درصد	فرآوانی	درصد	فرآوانی	درصد	فرآوانی	درصد		
دربرگیری	۳	۳۰	۲	۲۰	۲	۲۰	۳	۳۰	۱۰	۴۷/۶
برخورد	۱	۳۳/۳	۱	۳۳/۳	۱	۳۳/۳	۰	۰	۳	۱۴/۳
تازگی	۱	۲۵	۱	۲۵	۱	۲۵	۱	۲۵	۴	۱۹
شهرت	۰	۰	۱	۵۰	۰	۰	۰	۰	۲	۹/۵
عجیب	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱۰۰	۱	۴/۸
مجاورت جغرافیایی	۱	۱۰۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۴/۸
جمع کل	۶	۲۸/۶	۵	۲۳/۸	۴	۱۹	۶	۲۸/۶	۲۱	۱۰۰
		خی دو (X^2)		درجه آزادی		P				
		۸/۳۵۹		۱۵		۱۳۵۹				

بین ارزش‌های خبری مورد تأکید برای گزینش مطلب درباره طلاق با روزنامه‌های مورد بررسی رابطه وجود دارد.

آزمون کای‌اسکور (خی‌دو) نشان می‌دهد که با نسبت $X^2 = ۸/۳۵۹$ و درجه آزادی ۱۵ با سطح بیش از ۵ درصد خطا رابطه دو متغیر معنادار نیست. به‌عبارت‌دیگر بین نام روزنامه و ارزش‌های خبری مطالب مورد بررسی رابطه وجود ندارد. یافته‌ها نشان می‌دهد که در تمامی ارزش‌های خبری مربوط به طلاق، روزنامه‌ها با هم اختلاف معناداری ندارند و همه یکسان عمل کرده‌اند. به‌طور کل می‌توان گفت چنان‌که جدول شماره ۷ نشان می‌دهد از جمع ۲۱ مطلب مورد بررسی به لحاظ ارزش‌های خبری، در هر چهار روزنامه اولویت ارزش خبری آن‌ها ارزش

خبری دربرگیری است و مجاورت جغرافیایی و شهرت کمترین درصد ارزش خبری را به خوداختصاص داده‌اند.

جدول ۸. رابطه نام روزنامه و سطح پوشش مطالب مربوط به ازدواج

درصد	جمع	شرق		ایران		کیهان		همشهری		سطح زیر چاپ
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱ تا ۵۰ سانتی‌متر ستونی
۱۵/۵	۱۶	۱	۱	۱/۹	۲	۱/۹	۲	۱۰/۷	۱۱	۵۱ تا ۱۰۰ سانتی‌متر ستونی
۱۵/۵	۱۶	۴/۹	۵	۱/۹	۲	۰	۰	۸/۷	۹	۱۰۱ تا ۱۵۰ سانتی‌متر ستونی
۱۰/۷	۱۱	۵/۸	۶	۱/۹	۲	۰	۰	۲/۹	۳	۱۵۱ تا ۲۰۰ سانتی‌متر ستونی
۱۴/۶	۱۵	۱/۹	۲	۳/۹	۴	۵/۸	۶	۲/۹	۳	۲۰۱ تا ۲۵۰ سانتی‌متر ستونی
۱۶/۵	۱۷	۲/۹	۳	۴/۹	۵	۶/۸	۷	۱/۹	۲	۲۵۱ تا ۳۰۰ سانتی‌متر ستونی
۲۶/۲	۲۷	۰	۰	۱۱/۷	۱۲	۴/۹	۵	۹/۷	۱۰	۳۰۱ سانتی‌متر ستونی و بالاتر
۱۰۰	۱۰۳	۱۶/۵	۱۷	۲۶/۲	۲۷	۱۹/۴	۲۰	۳۷/۹	۳۹	جمع کل
P				درجه آزادی				خی دو (X^2)		
۱۲۱۰				۱۸				۴۸/۲۱۰		

بین سطح زیرپوشش مطالب مربوط به ازدواج و روزنامه‌های مورد بررسی رابطه وجود دارد.

آزمون کای اسکور نشان می‌دهد که با نسبت $X^2=48/210$ و درجه آزادی ۱۸، با سطح ۱ درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان رابطه دو متغیر معنی‌دار است. به عبارت دیگر بین سطح زیر چاپ مطالب مربوط به ازدواج و روزنامه‌های مورد بررسی رابطه وجود دارد. یافته‌ها نشان می‌دهد که در سطح زیر چاپ ۱ تا ۵۰۰ سانتی‌متر ستونی بیشترین مطلب به روزنامه همشهری با ۱۰/۷ درصد و کمترین به بقیه روزنامه‌ها (صفر درصد) اختصاص دارد. در سطح زیر چاپ ۵۱ تا ۱۰۰ سانتی‌متر ستونی همشهری با ۱۱ مطلب و شرق با ۱ مطلب بیشترین و کمترین سطوح را به خود تخصیص داده‌اند. در سطح زیر چاپ ۱۰۱ تا ۱۵۰ سانتی‌متر ستونی همشهری با ۹ مطلب بیشترین و کیهان بدون استفاده از این سطح کمترین سطح را داشته‌اند. در سطح زیر چاپ ۱۵۱ تا ۲۰۰ سانتی‌متر ستونی روزنامه شرق با ۵/۸ بیشترین و کیهان با صفر کمترین درصدها را به خود اختصاص داده‌اند. در سطح زیر چاپ ۲۰۱ تا ۲۵۰ سانتی‌متر ستونی روزنامه کیهان با ۵/۸ بیشترین درصد و روزنامه شرق با ۱/۹ کمترین درصد را به خود اختصاص داده‌اند. به‌طور کل می‌توان گفت چنان‌که جدول شماره ۸ نشان می‌دهد از جمع ۱۰۳ مطلب مورد بررسی به لحاظ سطح زیرپوشش، بیشترین نسبت یعنی ۱۱/۷ درصد یا ۱۲ مطلب به ۳۰۱ سانتی‌متر ستونی و بالاتر به روزنامه ایران اختصاص دارد.

جدول شماره ۹. رابطه نام روزنامه و سطح زیرپوشش مطالب مربوط به طلاق

سطح زیر چاپ	همشهری		کیهان		ایران		شرق		جمع	درصد
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی		
۱ تا ۵۰ سانتی‌متر ستونی	۹.۵	۲	۰	۰	۴/۸	۱	۰	۰	۳	۱۴/۳
۵۱ تا ۱۰۰ سانتی‌متر ستونی	۰	۰	۰	۰	۴/۸	۱	۴/۸	۱	۲	۹/۵
۱۰۱ تا ۱۵۰ سانتی‌متر ستونی	۰	۰	۴/۸	۱	۰	۰	۹/۵	۲	۳	۱۴/۳
۱۵۱ تا ۲۰۰ سانتی‌متر ستونی	۰	۰	۹/۵	۲	۰	۰	۴/۸	۱	۳	۱۴/۳
۲۰۱ تا ۲۵۰ سانتی‌متر ستونی	۴/۸	۱	۴/۸	۱	۴/۸	۱	۴/۸	۱	۴	۱۹

درصد	جمع	شرق		ایران		کیهان		همشهری		سطح زیر چاپ
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
										ستونی
۹/۵	۲	۴/۸	۱	۰	۰	۴/۸	۱	۰	۰	300 تا 251 سانتی متر ستونی
۱۹	۴	۰	۰	۴/۸	۱	۰	۰	۱۴/۳	۳	301 سانتی متر ستونی و بالا تر
۱۰۰	۲۱	۲۸/۶	۶	۱۹	۴	۲۳/۸	۵	۲۸/۶	۶	جمع کل
P				درجه آزادی				خی دو (X^2)		
۱۷۷۵				۱۸				۱۹/۷۷۵		

بین سطح زیر چاپ مطالب مربوط به طلاق و روزنامه‌های مورد بررسی رابطه وجود دارد! آزمون کای اسکور نشان می‌دهد که با نسبت $X^2=19/775$ و درجه آزادی 18 با سطح بیش از ۵ درصد خطا رابطه دو متغیر معنی‌دار نیست. به عبارت دیگر بین سطح زیر چاپ مطالب مربوط به طلاق و روزنامه‌های مورد بررسی رابطه وجود ندارد. یافته‌ها نشان می‌دهد که در تمامی سطوح زیر چاپ مطالب مربوط به طلاق، روزنامه‌ها با هم اختلاف معناداری ندارند و همه یکسان عمل کرده‌اند. به طور کل می‌توان گفت چنان‌که جدول شماره ۹ نشان می‌دهد از جمع ۲۱ مطلب مورد بررسی به لحاظ سطح زیر چاپ، بیشترین نسبت یعنی ۱۴/۳ درصد یا ۳ مطلب به ۳۰۱ سانتی متر ستونی و بالاتر به روزنامه همشهری اختصاص دارد.

جدول ۱۰. رابطه نام روزنامه و عناصر خبری مطالب مربوط به ازدواج

درصد	جمع	شرق		ایران		کیهان		همشهری		عناصر خبری
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱۶/۵	۱۷	۵/۸	۶	۵/۸	۶	۱	۱	۳/۹	۴	چه کسی
۲۹/۱	۳۰	۱	۱	۴/۹	۵	۹/۷	۱۰	۱۳/۶	۱۴	چه چیزی
۶/۸	۷	۱/۹	۲	۲/۹	۳	۰	۰	۱/۹	۲	کجا
۱۱/۷	۱۲	۱۱/۸	۲	۱۴/۸	۴	۰	۰	۵/۸	۶	چه وقت
۸/۷	۹	۳/۹	۴	۲/۹	۳	۱	۱	۱	۱	چرا
۲۷/۲	۲۸	۱/۹	۲	۵/۸	۶	۷/۸	۸	۱۱/۷	۱۲	چطور
۱۰۰	۱۰۳	۱۶/۵	۱۷	۲۶/۲	۲۷	۱۹/۴	۲۰	۳۷/۹	۳۹	جمع
P				درجه آزادی				خی دو (X^2)		
۱۵۹۸۱				۱۵				۲۹/۹۸۱		

بین عناصر خبری مطالب مربوط به ازدواج با روزنامه‌های مورد بررسی رابطه وجود دارد! آزمون کای‌اسکور نشان می‌دهد که با نسبت $X^2 = 29/981$ و درجه آزادی ۱۵ با سطح ۱ درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان، رابطه دو متغیر معنادار است. به عبارت دیگر بین نام روزنامه و عناصر خبری مطالب مورد بررسی رابطه وجود دارد. همان‌طور که نتایج جدول شماره ۱۰ نشان می‌دهد بیشترین نسبت عناصر خبری در روزنامه همشهری با $6/13$ درصد اختصاص به عنصر خبر (چه) دارد و کمترین نسبت با $0/0$ درصد اختصاص به عناصر خبری (کجا) در روزنامه کیهان دارد. در روزنامه‌های همشهری و کیهان بیشترین نسبت عناصر خبری با $7/46$ و $3/33$ درصد اختصاص به عنصر خبری (که) دارد. در روزنامه ایران عنصر خبری (چطور) با $35/3$ درصد بالاترین را به خود اختصاص داده‌اند و در نهایت در روزنامه شرق بیشترین نسبت با $35/3$ درصد اختصاص به عنصر خبری (چه کسی) را دارد. به‌طور کل از نتایج حاصل چنین می‌توان استنباط کرد که در هر چهار روزنامه عناصر خبری (چه) و (چطور) بیشتر مورد توجه قرار گرفته است.

جدول ۱۱. رابطه نام روزنامه و عناصر خبری مطالب مربوط به طلاق

عناصر خبری	همشهری		کیهان		ایران		شرق		جمع	درصد	
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی			
چه کسی	۹/۵	۲	۰	۰	۰	۰	۴/۸	۱	۳	۱۴/۳	
چه چیزی	۹/۵	۲	۹/۵	۲	۹/۵	۲	۴/۸	۱	۷	۳۳/۳	
چه وقت	۰	۰	۹/۵	۲	۰	۰	۰	۰	۲	۹/۵	
چرا	۴/۸	۱	۰	۰	۰	۰	۹/۵	۲	۳	۱۴/۳	
چطور	۴/۸	۱	۴/۸	۱	۹/۵	۲	۹/۵	۲	۶	۲۸/۶	
جمع	۲۸/۶	۶	۲۳/۸	۵	۱۹	۴	۲۸/۶	۶			
خی دو (X^2)		درجه آزادی				P					
۱۴/۰۸۳		۱۲				۱۲۰۸۳					

بین عناصر خبری مطالب مربوط به طلاق با روزنامه‌های مورد بررسی رابطه وجود دارد! آزمون کای‌اسکور نشان می‌دهد که با نسبت $X^2 = 0.83/14$ و درجه آزادی ۱۲، با سطح بیش از ۵ درصد خطا رابطه دو متغیر معنادار نیست. به عبارت دیگر بین نام روزنامه و عناصر خبری مطالب مورد بررسی رابطه وجود ندارد. یافته‌ها نشان می‌دهد که در تمامی عناصر خبری مطالب مربوط به طلاق، روزنامه‌ها با هم اختلاف معناداری ندارند و همه یکسان عمل کرده‌اند.

به طور کل می‌توان گفت چنان‌که جدول شماره ۱۱ نشان می‌دهد تمامی روزنامه‌ها به عنصر خبری چه بیش از عناصر دیگر توجه داشته‌اند و به عنصر چه وقت کمترین توجه را داشته‌اند.

نتیجه‌گیری

در تحقیق حاضر هدف اصلی، بررسی انعکاس مطالب به چاپ رسیده درباره ازدواج و طلاق در چهار روزنامه کیهان، شرق، ایران و همشهری در سال ۱۳۹۵ است. قصد داشتیم به بررسی نقش مطبوعات بر روند پوشش‌دهی موضوع طلاق و ازدواج، از طریق تحقیق بر روی چهار روزنامه مهم کشور بپردازیم. تحلیل داده‌های این تحقیق که سعی در تعیین معناداری فرضیه‌های تحقیق داشت نشان داد که:

رابطه، بین متغیر عناصر خبری مطالب مربوط به ازدواج و نام روزنامه‌ها با ۱ درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان، وجود دارد (معنی‌دار است).

رابطه، بین متغیر عناصر خبری مطالب مربوط به طلاق و نام روزنامه‌ها با بیش از ۵ درصد خطا، وجود ندارد (معنی‌دار نیست).

رابطه بین متغیر سطح پوشش (زیر چاپ) مطالب مربوط به ازدواج و روزنامه‌های مورد بررسی با ۱ درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان، وجود دارد (معنی‌دار است).

رابطه، بین متغیر سطح پوشش (زیر چاپ) مطالب مربوط به طلاق و روزنامه‌های مورد بررسی بیش از ۵ درصد خطا وجود ندارد (معنی‌دار است).

رابطه، بین متغیر ارزش‌های خبری مورد تأکید برای گزینش مطلب مربوط به ازدواج و نام روزنامه‌ها با بیش از ۵ درصد خطا، وجود دارد (معنی‌دار نیست).

رابطه، بین متغیر ارزش‌های خبری مورد تأکید برای گزینش مطلب مربوط به طلاق و نام روزنامه‌ها با بیش از ۵ درصد خطا، وجود دارد (معنی‌دار نیست).

در واقع با انطباق مبانی نظری با یافته‌های تحقیق می‌توان اینگونه برآورد کرد که وسایل ارتباط جمعی پس از انتخاب و اولویت دادن برخی خبرها در انعکاس خبر با برجسته‌سازی سعی در جهت دادن به نگرش مخاطبان دارند؛ نتایج این بررسی نشان داد که مطبوعات کشور گاه به گزینش اخبار و مطالب دست زده‌اند به نحوی که مطالب مربوط به ازدواج برجسته‌تر از طلاق عنوان شده است.

طبق نظریه برجسته‌سازی اینگونه می‌توان تحلیل نمود که دیدگاه اداره‌کنندگان روزنامه‌ها با نگاهی مثبت به مقوله ازدواج سعی بر برجسته ساختن امر ازدواج داشته‌اند تا موضوع طلاق.

از سویی دیگر این موضوع نزد روزنامه‌ها جایگاه مهمی نداشته است و در دروازه‌بانی خبر در طول یک سال تنها ۱۰۳ خبر به موضوع ازدواج و ۲۱ خبر به طلاق اختصاص داده‌اند که نشان از آن دارد که موضوعات دیگر در اولویت اداره‌کنندگان این روزنامه‌ها داشته است و این در حالی است که بازتاب و پوشش اخبار ازدواج و طلاق فارغ از جهت‌گیری‌های سیاسی بوده است و هر ۴ روزنامه از این حیث به پوشش اندک موضوع پرداخته‌اند.

همچنین بر پایه نظریه برجسته‌سازی تأکید و برجستگی موضوعات و مسائل در وسایل ارتباط جمعی باعث برجسته شدن آن‌ها در ذهن مخاطبان می‌شود، اما این برجستگی، تغییرات رفتاری به دنبال ندارد بلکه تغییرات شناختی (اطلاعاتی) به وجود می‌آورد. بنابراین اگر بخواهیم تغییرات شناختی افراد را در هر موضوعی بالابرده و تأثیر بیشتری در ذهن آن‌ها به وجود آوریم باید اطلاعات بیشتری را در اختیار مخاطبان قرار دهیم. اما همان‌طور که نتایج این تحقیق نشان می‌دهد سطح زیر چاپ مطالب مربوط موضوع مورد بحث اندک بوده و بسیار مختصر به این موضوع پرداخته شده است به همین دلیل می‌توان اینگونه برداشت کرد که نحوه پوشش خبری و برجسته‌سازی این موضوعات در مطبوعات مورد بررسی به حدی نبوده است تا بتوان از حیث شناختی در مخاطبان شناخت و آگاهی در باب ازدواج و طلاق ایجاد کرد.

آنچه مشخص است به دلیل اهمیت موضوع ازدواج و نیاز افزایش جمعیت در سال‌های اخیر تعداد اخبار مربوط به ازدواج چندین برابر اخبار مربوط به طلاق است و مسئولین و اداره‌کنندگان مطبوعات باید به این نکات بیشتر توجه کنند.

نکته مهم دیگر در این تحقیق این بود که سبک پوشش خبری بیشتر خبر و گزارش بود تا تحلیل و تفسیر. به خاطر اهمیت موضوع ازدواج تنها نباید به گزارش یا خبر بسنده کرد چراکه لایه‌های پنهان موضوع شاید کمک شایانی در امر ترغیب جوانان به ازدواج و حل مشکل طلاق نماید. بنابراین بهتر است از تحلیل و تفسیر و کمک گرفتن از متخصصان در این زمینه استفاده کرد چراکه هدف از تفسیر هر خبر قابل تفسیر، آشکار ساختن لایه‌های پنهانی است که به صورت مبهم در «متن» خبر وجود دارد و نیازمند شرح و توضیحی افزون‌تر است. مفسران با کالبدشکافی هر خبر به ترسیم آنچه پنهان مانده است، دست می‌زنند و با درک نیازهای مخاطبان به پرسش‌های ذهنی آن‌ها پاسخ می‌دهند و در این راه، با استفاده از اطلاعاتی که در اختیار دارند به گمانه‌زنی درباره پیامدهای آن می‌پردازند. تفسیر هر خبر در حقیقت چیزی جز بررسی ابعاد

مختلف آن نیست. در هر تفسیر، اطلاعاتی دقیق و مستند نیز ارائه می‌شود تا مخاطبان با تکیه بر آن‌ها بتوانند به پاسخ‌های اقناع‌کننده درباره پرسش‌های احتمالی خود دست یابند.

نکته مهم دیگر این است که تفسیر گزارش اخبار و وقایع است که همراه با عقیده و نظر مفسر ارائه می‌شود و در پاسخ به عنصر خبری «چرا» شکل می‌گیرد. به بیان دیگر، آنچه باید ذهن مفسر را همواره به خود مشغول دارد؛ طرح پرسش‌هایی مختلف البته با این مضمون مشترک است که «چرا» این رویداد در این مقطع زمانی به وقوع پیوست و در صدر خبرهای موردعلاقه مخاطبان جای گرفت؟ در صورتی که در روزنامه‌های مورد بررسی عنصر خبری دربرگیری اهمیت بیشتری داشت تا چرا و چگونگی موضوع. برای جلب توجه و برجسته ساختن یک خبر می‌توان از تصاویر مؤثر و جذاب در کنار خبر استفاده کرد چراکه عکس خوب روی احساس بیننده تأثیر می‌گذارد و ممکن است برای او خاطره‌انگیز باشد و در او ایجاد تداعی معانی کند که خوشبختانه در یافته‌های تحقیق چنین نتیجه‌ای به دست آمده و بیشتر مطالب مربوط به موضوع مورد بررسی دارای عکس بودند.

پیشنهادها

در واقع با توجه به اهمیت موضوع تحقیق‌هایی از این دست، لزوم ارائه راهبردها برای زدودن آسیب‌هایی از جمله طلاق بیش‌ازپیش احساس می‌شود؛ از این رو پیشنهادات این تحقیق به شرح زیر است:

از آنجاکه مواجهه با پدیده ازدواج نیاز به دانش و اطلاعات پایه برای افراد دارد، پیشنهاد می‌شود که درباره ازدواج و ازدیاد طلاق، روزنامه‌ها مطالب کارشناسی و تحلیلی بیشتری را در دستور کار خود قرار دهند و ابعاد این موضوع را مطرح کنند. زیرا همین‌طور که این تحقیق نشان داد تعداد مطالب در مورد طلاق بسیار اندک و مطالب تحلیلی نیز بسیار نادر هستند؛ در حالی که مطبوعات به واسطه توجه به بعد تحلیلی و کنکاش ژرف یک موضوع در بین سایر رسانه‌ها حائز اهمیت هستند.

علاوه بر این لازم است روزنامه‌ها فضای بیشتری را جهت شناخت بیشتر پدیده طلاق اختصاص دهند تا موضوع را در ابعاد وسیع‌تری مورد کنکاش صحیح قرار دهند.

پیشنهاد می‌شود تا در حد امکان پژوهشی با هدف دستیابی به ویژگی‌ها و استانداردهای متون خاص و مبین آسیب‌ها همچون ازدواج و طلاق در اخبار روزنامه‌ها انجام شود تا شناختی از ویژگی‌ها، شاخص‌ها و استانداردهای ارائه خبر در حیطه ازدواج و طلاق به دست آید.

منابع

- اخوی ثمرین، زهرا؛ محسن زاده، فرشاد؛ زهراکار، کیانوش؛ احمدی، خدابخش (۱۳۹۶) «بررسی عوامل زمینه‌ساز طلاق در بافت اجتماعی فرهنگی شهر تهران، پژوهشی کیفی» علوم فرهنگی تربیتی زنان و خانواده، ۳ (۴۰) صص ۱۲۶-۱۰۵.
- اردستانی سبیلان، حسن (۱۳۸۲)، شیوه‌های تحلیل پوشش خبری-تحقیق (پژوهش سیاسی، معاونت سیاسی سازمان صداوسیما، شماره ۳۸۳
- افراسیابی، حسین؛ دهقانی دارامرود، رقیه (۱۳۹۶) «مطالعه کیفی ازدواج پرخطر آمیز در میان زنان درگیر طلاق شهر یزد»، مطالعات اجتماعی-روان‌شناختی زنان، تابستان ۲ (۵۰) صص ۱۵۵-۱۸۴
- جاویدانی، نیره (۱۳۹۳). «بررسی علل طلاق از سوی زنان متقاضی طلاق در شهر همدان». فصلنامه علمی پلیس زن، (۲۰) صص ۶۳-۸۴.
- بختیاری، آمنه؛ بدوی، فاطمه؛ هاشمی فشارگی، مریم‌السادات؛ نصیری، بهاره (۱۳۹۳)، «تحلیل محتوای موضوعی مقالات علمی-پژوهشی «حوزه زن و خانواده»، پژوهشنامه زنان، ۵ (۱۰)، صص ۱-۲۲
- بروجردی علوی، مهدخت (۱۳۸۰)، دروازه‌بانی خبر چیست و دروازه‌بانان کیستند؟ روزنامه‌نگاری حرفه‌ای مجموعه مقالات، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات صداوسیما
- توکلی‌زاده راوری، محمد؛ دهقانی، فاطمه؛ نجابتیان، مریم؛ سهیلی، فرامرز (۱۳۹۴)، «تحلیل محتوای مقالات فارسی نشریات علمی ایران در زمینه ازدواج و طلاق با روش خوشه‌بندی سلسله مراتبی»، فرهنگی تربیتی زنان و خانواده، ۱۰ (۳۲)، صص ۲۸-۸، قابل بازیابی از: <http://www.iranicaonline.com>
- دالگرن، پیتر (۱۳۸۰)، تلویزیون و گستره همگانی. ترجمه مهدی شفقتی، تهران: نشر سروش
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۷). جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران، انتشارات اطلاعات، چاپ ششم
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۰)، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، جلد اول، چاپ ششم
- سلطانی‌فر و هاشمی (۱۳۸۲)، پوشش خبری، تهران: انتشارات سیمای شرق
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران
- عباسی، حجت‌الله (۱۳۸۲)، «دروازه‌بانی خبر در تلویزیون»، ماهنامه افق، ماهنامه تخصصی آموزش معاونت سیاسی، سال ۴۵
- قربانی، محمد؛ سعدی‌پور، اسماعیل (۱۳۸۶) «چگونگی نمایش ازدواج و طلاق در سریال‌های ایرانی»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۱۴ (۵۲)، صص ۸۳-۵۷.

- کریپندورف، کلاوس (۱۳۸۳)، تحلیل محتوا: مبانی روش‌شناسی، ترجمه هوشنگ نایبی، تهران: نشر نی
- کلانتری، عبدالحسین؛ روشن‌فکر، پیام؛ جواهری، جلوه (۱۳۹۶) «آثار و پیامدهای طلاق، مرور نظام مند تحقیقات انجام شده در ایران با تأکید بر ملاحظات جنسیتی»، زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، ۹ (۳)، صص ۱۱۱-۱۳۱،
- گلدینگ، ساموئل (۱۳۸۴)، خانواده درمانی، ترجمه فرشاد بهاری و دیگران، جلد چهارم، تهران: نشر تزکیه.
- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۸۴)، ارتباط‌شناسی، تهران، انتشارات سروش
- محمدی، زهرا (۱۳۸۳)، بررسی آسیب‌های اجتماعی زنان در دهه ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰، تهران: روابط عمومی شورای فرهنگی زنان
- مهدیزاده، سید محمد (۱۳۹۱)، نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: همشهری
- میشل، آندره (۱۳۵۴)، جامعه‌شناسی خانواده و ازدواج، ترجمه فرنگیس اردلان، تهران: دانشکده علوم اجتماعی
- نصراللهی، اکبر (۱۳۸۹). مدیریت پوشش خبری بحران، تهران: مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- hoplock, lisa (2012), "Will she say yes? A content analysis of accepted and rejected marriage proposals", M.Sc.,thesis University of Victoria, retrieved in <https://dspace.library.uvic.ca>
- Monique Johnson, Chanell (2015), "A Comparative Content Analysis of Marriage Equality in Television News", M.Sc.,thesis, Drexel University, retrieved in <https://idea.library.drexel.edu>