



بررسی نگرش مسئولان و اصحاب نشریات به آسیب‌های مطبوعات محلی استان یزد

مریم موسوی^۱، مسعود حاجی‌زاده میمندی^۲

دریافت: ۱۳۹۷/۱۰/۲۵ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۲/۱۸

چکیده

امروزه با توجه به اهمیتی که مطبوعات به طور عام و مطبوعات محلی به طور خاص بر عهده دارند، بررسی آسیب‌ها و مشکلاتی که مطبوعات با آن روبرو هستند نیز از اهمیت خاصی برخوردار است. پژوهش حاضر با هدف بررسی نگرش مسئولین و اصحاب نشریات به آسیب‌های مطبوعات محلی استان یزد انجام شد.

روش این تحقیق، از نوع پیمایشی بود؛ داده‌ها با ابزار پرسشنامه گردآوری شده است. بر حسب آمار اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان یزد، ۲۰۰ نفر در زمینه مطبوعات محلی استان یزد مشغول فعالیت‌اند و با در نظر گرفتن تعداد اندک آن‌ها، نظرات تمام این افراد سنجیده شد. اعتبار ابزار به صورت محتوایی محرز شده و برای سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است.

نتایج نشان داد بین سن، جنس و بهره‌مندی از فناوری اطلاعات، با نگرش مسئولین و اصحاب نشریات به آسیب‌های مطبوعات رابطه معناداری وجود نداشت. سردبیران به طور معنادار نگرش مثبت‌تری نسبت به خبرنگار و سایر سمت‌ها به مطبوعات داشتند و پاسخگویی که ترتیب انتشار نشریاتشان روزنامه بود نسبت به دوهفته‌نامه‌ها، نگرش منفی‌تری به آسیب‌های مطبوعات داشتند. هرچه تحصیلات پاسخگویان بیشتر بود، نگرش به آسیب‌ها نیز منفی‌تر، همچنین با افزایش سابقه فعالیت، نگرش به آسیب‌های مطبوعات نیز منفی‌تر؛ با افزایش پایگاه اجتماعی - اقتصادی، نگرش به آسیب‌های مطبوعات نیز منفی‌تر و با افزایش رضایت شغلی، نگرش به آسیب‌های مطبوعات نیز مثبت‌تر می‌گردد.

واژگان کلیدی: آسیب‌شناسی مطبوعات، اصحاب مطبوعات، نشریات محلی یزد.

۱- کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، (نویسنده مسئول) maryam.moosavi1359@gmail.com

۲- دانشیار جامعه‌شناسی، masoudhajizadehmandi@gmail.com

بیان مسأله

طرح موضوع آسیب‌شناسی، ناظر بر وجود یک مسأله اجتماعی است. مسأله اجتماعی به شرایطی اطلاق می‌شود که اشتباه، مشکل‌زا، شایع و قابل تغییر باشد (لوزیک، ۱۳۸۳: ۲۵). «هانت ولسلی» در کتاب «جامعه‌شناسی مشکلات اجتماعی» این اصطلاح را چنین تعریف می‌کند: «شرایطی که عدۀ قابل توجّهی از مردم آن را نامطلوب می‌یابند و احساس می‌کنند درباره‌اش کاری باید صورت گیرد. البته این اقدام از طریق کنش اجتماعی جمعی خواهد بود» (هانت ولسلی به نقل از حاجی‌زاده میمندی، ۱۳۷۷).

دانیلین لوزیک در کتاب «نگرشی نو در تحلیل مسائل اجتماعی» سه ویژگی را برای هر مسأله اجتماعی بر می‌شمارد:

- ۱- هر آن چیزی مسأله اجتماعی است که ناظر بر شرایطی منفی باشد.
- ۲- مسأله اجتماعی باید ناظر بر شرایط شایع و گسترده‌ای باشد.
- ۳- در تصوّر مسأله اجتماعی مقداری دید خوشبینانه وجود دارد یعنی امید آن می‌رود که بتوان شرایط را تغییر داد.

در این پژوهش، مطبوعات محلی به عنوان یک پدیده اجتماعی تلقی می‌شود و شناسایی آسیب‌ها و مسائل مبتلا به این پدیده اجتماعی مدّ نظر خواهد بود. ایجاد و گسترش مطبوعات به طور عام و مطبوعات محلی به صورت خاص در وهله اول به صنعت چاپ باز می‌گردد. تکمیل صنعت چاپ در اروپا، پس از ایجاد خط و تهیه کاغذ، دومین تحوّل بزرگ در زمینه ارتباطات اجتماعی و مکتوب محسوب می‌شود. باید در نظر داشت که انسان از همان ابتدای اختراع خط برای حفظ و انتقال نوشته‌ها به تعداد زیادی از افراد، به فکر چاره‌اندیشی بود. تهیه کتیبه‌های سنگی و دست‌نویسی بر روی پوست حیوانات، برگ درختان و کاغذ، اولین اقدامات انسان در جهت برآوردن همین خواسته بود. اما از آنجایی که این روش‌ها نیازهای روزافزون جوامع بشری به ارتباطات اجتماعی را تأمین نمی‌کرد، به تکثیر سریع و زیاد نوشته‌ها توجّه شده است. برای تکثیر نوشته‌ها ابتدا از روش‌های معمولی و سپس از روش‌های مکانیکی استفاده و بدین ترتیب صنعت چاپ با حروف متحرک و به کمک ماشین ایجاد شد. با ایجاد شرایط فنی، زمانی، مکانی و مالی مساعد در زمینه تهیه و تکثیر نوشته‌ها و پیام‌های مکتوب، تحوّل بزرگی در ارتباطات غیرمستقیم آغاز شد و برای اشاعه معلومات و اطلاعات و افکار انسانی و پیشرفت فرهنگ و تمدن بشری امکانات وسیعی پدید آمد. بر اثر این تحوّل، آگاهی اجتماعی افراد افزایش یافت و نیاز آنها به کسب



معلومات و اطلاعات جدید بیشتر شد و به همین دلیل، مقدمات انتشار «مطبوعات» نیز فراهم گردید. از این زمان نویسندگان و کسانی که به امر چاپ می پرداختند، برای پاسخ دادن به احتیاج روزافزون مردم به اخبار و اطلاعات در طبقه مطبوعاتی قرار گرفتند و انتشار مطبوعات را از جهت زمانی نظم خاصی بخشیدند و به این طریق کار چاپخانه‌ها نیز رونق بیشتری یافت. تقریباً در یک زمان در شهرهای پراگ (چکوسلوواکی سابق) آنور (بلژیک) استراسبورگ (فرانسه امروز) و فرانکفورت (آلمان) جزوه‌ها و یادداشت‌های طبع شده‌ای که حاوی گزارش حوادث و وقایع اجتماعی بودند، منتشر شدند. این نشریات که ابتدا نظم معینی نداشتند، به زودی به صورت سالنامه، ماهنامه، هفته‌نامه و سرانجام به صورت روزنامه درآمدند (معمدنژاد، ۱۳۷۱: ۸۲).

تحولات اجتماعی و اقتصادی در قرون هیجدهم و نوزدهم سبب پیشرفت و تکامل مطبوعات گردید. انقلاب کبیر فرانسه مطبوعات را در مبارزه بر ضد استبداد و کسب آزادی، به صورت یک سلاح مهم سیاسی درآورد و به همین سبب در رژیم‌های دموکراسی آزادی خواه، به مطبوعات در کنار ارکان سه‌گانه مقننه، قضاییه و مجریه عنوان رکن چهارم دموکراسی داده شد و از اواسط قرن نوزدهم به سبب توسعه مدارس و دادن حق رأی در انتخابات به عموم افراد، مطبوعات که تا آن موقع فقط در قشر کوچکی از مردم باسواد نفوذ کرده بودند، میدان فعالیت وسیع‌تری پیدا کردند.

در سال‌های اخیر و با گسترش توسعه‌یافتگی، شاخص مطبوعات نیز از پیشرفت قابل ملاحظه‌ای برخوردار شده است. مطبوعات محلی نیز در جوامع فراملی نقش و کارکرد ویژه‌ای یافتند.

نشریه محلی اصطلاحاً به نشریاتی گفته می‌شود که در یک محدوده جغرافیایی خاص منتشر می‌گردد. این نشریات با کوچک کردن جمعیت مخاطبان خود تلاش می‌کنند به پاره‌ای از موضوعات محلی و منطقه‌ای بپردازند. این موضوعات عموماً در نشریات ملی و فراملی کم اهمیت تلقی می‌شدند و به همین دلیل به آنها پرداخته نمی‌شد، اما این پدیده اجتماعی و فرهنگی (نشریات محلی) همانند دیگر پدیده‌های مشابه در تاریخ شکل‌گیری و عملکرد خود دچار آسیب‌ها، تنگناها و انحراف‌های گوناگونی شد که این پژوهش درصدد شناخت و تحلیل همین آسیب‌هاست. مهمترین آسیب مطبوعات محلی، نگاه مسئولان این نشریات به اخبار، حوادث و مطالب ملی و کم توجهی به مطالب و مسائل بومی، قومی و فرهنگی همان



محل است؛ در واقع فلسفه وجودی مطبوعات محلی پرداختن به همین مسائل است (معمدنژاد، ۱۳۷۱: ۸۲).

فعالیت مطبوعاتی همچون سایر فعالیت‌های تولیدی نیازمند برنامه‌ریزی بلندمدت، ارائه طرح توجیهی، سرمایه‌گذاری، تأمین شرایط و مواد اولیه، ایجاد تأسیسات و امکانات زیربنایی، به کارگیری نیروی متخصص، استفاده از دستگاه‌ها و لوازم متفاوت و مناسب و پیشرفته، مدیریت اصولی و برنامه‌ریزی، آگاهی از قوانین و مقررات موجود و بهره‌مندی از امنیت حرفه‌ای است. توسعه نامتوازن در کشور ما باعث شده که مطبوعات محلی از این ابزارهای اساسی و حرفه‌ای بی‌بهره بمانند. این هم یکی از مواردی است که منجر به نزول کیفیت شکلی و محتوایی مطبوعات شده و در نهایت به کاهش پایگاه اجتماعی و مخاطبان آنان انجامیده است. در سال‌های اخیر گمان می‌رفت که با ظهور و نفوذ اینترنت در بین افراد جایگاه نشریات کمرنگ‌تر خواهد شد و یا اینکه نشریات مکتوب از بین خواهند رفت؛ اما همین ابزار قدرتمند باعث شد که نشریات مختلف با بهره‌گیری از اینترنت، دامنه مخاطبان خود را گسترش دهند. از سوی دیگر، مطبوعات مکتوب با پرداختن به سبک‌های دیگر نگارش از قبیل گزارش، تحلیل، تفسیر و ... جایگاه دوباره خود را یافتند. اما مطبوعات محلی، بخصوص مطبوعات محلی یزد، عمدتاً از اینترنت بی‌بهره مانده‌اند و حضوری کم‌فروغ در فضای وب دارند؛ از دیگر سو، اغلب مطالب منتشر شده در مطبوعات محلی یزد «خبر» است. به گواه آمار و ارقام، مطبوعات محلی یزد در چند سال اخیر رشد قابل توجهی داشته‌اند، اما سؤال این است که آیا همگام با این رشد، کیفیت و میزان ارتباط آنان با مخاطبان نیز رشد داشته است؟

به نظر می‌رسد ساختار مطبوعات یزد متناسب با نیاز و تفکر مردم یزد رشد و توسعه نیافته است. یکی از دلایل این امر وجود مخاطبان مصنوعی همچون سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی هستند که به طور ثابت مشتری مطبوعات محلی‌اند. این مخاطبان ارتباطی صرفاً سازمانی و با توجه به منافع و اهداف خود با نشریات محلی دارند و تأثیر محسوسی در ارتقاء و کیفیت نشریات و سرزندگی و نشاط آن نداشته‌اند. ضعف شدید بنیه اقتصادی نشریات محلی و تکیه آنان به کمک‌های دولتی آسیب مهمی است که نشریات محلی همواره با آن دست به گریبان بوده‌اند. این امر باعث شده تا مطبوعات محلی دچار

خودسانسوری‌های متعدّد شوند؛ زیرا هر لحظه در معرض قطع یارانه‌های دولتی هستند. مشکلات زیرساختی مربوط به دسترسی نداشتن به چاپخانه مناسب و خدمات پس از چاپ، به خصوص مشکلات مربوط به توزیع مطبوعات، آسیب دیگری است که قدرت رقابت نشریات محلی با نشریات سراسری را به شدت کاهش داده است. در نهایت باید به تأثیر منفی گرایش‌های محلی در توزیع و مصرف نشریات محلی اشاره کرد که نشریات محلی را دچار انزوا و بی‌توجهی می‌نماید و از سوی دیگر تیراژ پایین و نبود نیروی متخصص، مشکلات مالی و نداشتن بازار فروش مناسب از آسیب‌های جدی است که رفع آنها می‌تواند به پیشرفت مطبوعات کمک شایانی نماید. دست اندرکاران مطبوعات محلی که هر روزه از نزدیک با این مشکلات و آسیب‌ها روبه‌رو هستند به خوبی می‌توانند محققان را در این امر یعنی مسائل و مشکلاتی که هر روزه با آن دست به‌گریبان هستند، یاری کرده و پیشنهادهای ارائه شده براساس نظریات آنها اجرایی‌تر خواهد بود. این پژوهش تلاش می‌کند تا به بررسی نگرش مسئولان و اصحاب نشریات به آسیب‌های مطبوعات محلی استان یزد بپردازد.

اهمیت و ضرورت تحقیق

روزنامه‌ها به عنوان نخستین وسایل ارتباط جمعی خبری شناخته شده‌اند که از قرن شانزدهم میلادی با محوریت اطلاع‌رسانی خبری به وجود آمدند. نقش مطبوعات به عنوان ناظر بر عملکرد دولت‌ها در روزنامه‌نگاری سنتی، نقشی افتخارآمیز است. در این نقش، مطبوعات غالباً به عنوان رکن چهارم قوای اساسی کشور نامیده می‌شوند. توماس کارلایل^۱ (۱۸۸۱-۱۷۹۵) این نامگذاری را به ادموند بروک^۲ (۱۷۹۷-۱۷۲۹) نسبت می‌دهد. بروک، جایگاه روزنامه‌نگاران در مجلس انگلستان را به عنوان جایگاه قوه چهارم که بسیار مهمتر از سه قوه دیگر است ارزیابی و نام‌گذاری کرد. سه قوه قبلی، عبارت بودند از اشراف، کشیش‌ها و عوام. علت قدرت مطبوعات، آزادی بیان و اعمال این آزادی در مورد اقدامات دولت و نشان‌دهنده پاسخگو بودن دولت در مقابل مطبوعات و به تبع آن در مقابل مردم بود. امروزه، گرایش و دیدگاه نظارتی مطبوعات، نقش حسّاسی در افزایش مسئولیت و پاسخگویی در زمینه‌های مختلف اجتماعی دارد (مرتضوی، ۱۳۸۹: ۳۳). در سال‌های اخیر با توجه به افزایش

1- Thomas Carlyle
2- Edmund Burke

میزان سواد عمومی و تعداد آموزش‌یافتگان حوزه رسانه، گرایش به تولید، توزیع و مصرف مطبوعات بسیار افزایش یافته است. ویژگی‌های محلی‌های همچون شرایط خاص اقلیمی، مدیریتی، اقتصادی و ... شرایط خاصی را برای مطبوعات محلی ایجاد کرده است به عنوان مثال پاره‌ای از موضوعات که برای نشریات سراسری حائز اهمیت اندکی هستند، برای مطبوعات محلی بالاترین سطح اهمیت را داشته‌اند این مطبوعات عمدتاً به علت دوری از مراکز اقتصادی، سیاسی و تصمیم‌گیری با محرومیت‌های مختلفی روبه‌رو می‌شوند و به علت بنیه ضعیف و حمایت نشدن، مستعد انواع و اقسام آسیب‌ها هستند. شناخت و تحلیل این آسیب‌ها و در نهایت ارائه راهکارهای مناسب، می‌تواند شرایط بهتری را برای مطبوعات محلی از جمله مطبوعات محلی یزد رقم زند.

یزد با این پیشینه قوی در حوزه فرهنگ، این روزها در حوزه مطبوعات محلی اصلاً روزگار خوشی را سپری نمی‌کند. در حالی که حدود ۱۰۳ عنوان نشریه دارای مجوز در این استان وجود دارد و تعداد زیادی از آنها به صورت مرتب منتشر می‌شود، مطالب آنها تقریباً نازل است و تعدادی هم به صورت نامرتب انتشار می‌یابد. شاید به این دلیل که مدیران مطبوعات یزد مجبور هستند برای تأمین هزینه‌ها ۵۰ درصد صفحات نشریه را به آگهی اختصاص دهند و به علت در اختیار نداشتن امکانات فنی و حتی خبرنگار، ۵۰ درصد بقیه را نیز از طریق خبرهای روابط عمومی ارگان‌های دولتی تأمین کنند؛ در نشریات محلی جای خالی تحلیل خبر، گزارش، مقاله و مصاحبه‌ها احساس می‌شود.

شاید بتوان گفت یکی از دلایل عدم ارتباط مخاطبان با نشریات محلی این است که سبک مطالب منتشرشده در یزد بیشتر خبر است، حال آنکه با وجود دیگر وسایل ارتباط جمعی الکترونیکی (رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت و ...) اخبار خیلی سریع‌تر از روزنامه‌ها در اختیار مخاطبان قرار می‌گیرد و دیگر نمی‌توان برای مطبوعات نقش خبررسانی به مفهومی که تا چند دهه پیش رایج بود، قائل شد؛ زیرا خبری که در نشریات منتشر می‌شود، تازگی ندارد و مورد توجه مخاطبان قرار نمی‌گیرد. توجه ویژه مطبوعات محلی به دیگر سبک‌های نگارش از قبیل گزارش، مصاحبه، مقاله و ... که بیشتر به ارائه جزئیات و تشریح یک رویداد یا موضوع می‌پردازد و به رونق آنها کمک شایانی می‌نماید، کم رنگ است. بدون شک، نشریاتی که در عرصه سلطه رسانه‌های الکترونیکی ماندگارند، تقویت شده‌اند و مخاطبان

می‌آورند تا بتوانند آگهی یا گزارشی از آن نهاد یا سازمان دریافت کنند. از سوی دیگر، هدف اصلی صدور مجوز نشریات محلی انعکاس اخبار و مطالب همان محل یا شهرستان و استان است و حتی اگر توزیع یک نشریه، گستره سراسر کشور را دارد برای شناساندن پتانسیل‌های آن شهرستان به کل کشور است که این مسأله از نگاه کلیه نشریات محلی دور مانده و توجه بیشتر آنها به اخبار روز کشور است.

آسیب‌های مذکور به مسائل مالی و نبود نیروی متخصص نیز باز می‌گردد و همین مشکلات در نهایت افت کیفیت مطبوعات محلی را رقم می‌زند.

در برخی از سازمان‌ها، دادن آگهی یا گزارش، کیفیت، تیراژ و استفاده نشریه از نیروی متخصص ملاک نیست، بلکه تملق و روابط تعیین کننده است و این عمل، دیگر نشریات را نیز به سوی فرهنگ تملق و روابط غیرحرفه‌ای سوق می‌دهد.

با وجود این، بسیاری از کارشناسان حوزه ارتباطات و روزنامه نگاری معتقدند که با حضور نیروهای متخصص و کارآموده به طور حتم نیمی از مشکلات مطبوعات محلی یزد برطرف می‌شود، زیرا دنیای جدید به شدت به سوی تخصصی شدن امور پیش می‌رود، گسترش علوم موجب شده تا هر فردی در حوزه کاری خود تخصص داشته باشد و هر شغل و حرفه‌ای در صورتی به اهداف خویش می‌رسد که از نیروی انسانی متخصص و کارآمد بهره گیرد، اما در این مورد نیز اشکالاتی وجود دارد. در ادامه به بیان این مشکلات و برخی راه حل‌ها می‌پردازیم.

۱- نداشتن تحصیلات مرتبط: به جز چند فرد انگشت‌شمار که در حوزه روابط عمومی و خبرگزاری‌ها فعالیت دارند، در بین خبرنگاران فعال کمتر فردی دارای مدرک روزنامه‌نگاری است.

۲- نگذردن دوره‌های روزنامه‌نگاری و مطالعات به‌روز: تا چند سال گذشته تعداد معدودی از خبرنگاران در دوره‌های فشرده تربیت خبرنگار شرکت کرده بودند و بیشتر به صورت تجربی به فعالیت می‌پرداختند، اما خوشبختانه از هنگام طراحی و برگزاری دوره‌های روزنامه‌نگاری از تابستان سال ۱۳۸۱ با مشارکت اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی و جذب تعداد بیشتری از دانش‌آموختگان رشته‌های روزنامه‌نگاری و روابط عمومی، به صورت پاره‌وقت، توسط نشریات، همچنین ایجاد آموزشگاه‌های تخصصی آموزش دوره‌های

روش تحقیق

مطالعه حاضر، از نوع پیمایشی، از نظر زمانی، مقطعی؛ به لحاظ ماهیت، کاربردی و به لحاظ وسعت، پهنانگر است. جمعیت آماری تحقیق را کلیه دست اندرکاران و فعالان عرصه مطبوعات محلی استان یزد از جمله صاحب امتیاز، مدیر مسئول نشریات محلی در دفاتر نشریات محلی تشکیل می‌دادند که طبق آماری که از سوی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان یزد عرضه شده است، ۲۰۰ نفر هستند. با در نظر گرفتن این امر که دامنه جامعه آماری گسترده نبود، در پژوهش پیش رو نمونه‌گیری به عمل نیامد و از تمام شماری استفاده شد. ابزار مورد استفاده در این مطالعه، پرسشنامه بوده است. پرسشنامه پس از احراز اعتبار و پایایی آن در مراحل مقدماتی تحقیق، برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز در مرحله نهایی مورد استفاده قرار گرفت. به همین منظور، اولاً سعی شد گویه‌هایی که متغیرهای تحقیق را می‌سنجند یا از گویه‌های تحقیقات پیشین استخراج شوند و یا برای انتخاب بهترین گویه‌ها برای متغیرهای جدید از نظرات محققان و استادان دیگر کمک گرفته شود. سپس در نهایت، یک بار دیگر پرسشنامه تدوین شده را به استادان و متخصصان نشان داده شد و از نظرهای آنها برای تصحیح پرسشنامه استفاده گردید. بنابراین، اعتبار تحقیق حاضر از نوع محتوایی است. برای سنجش پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

جدول شماره ۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت و وضعیت تأهل پاسخگویان

جنسیت	فراوانی	درصد	وضعیت تأهل	فراوانی	درصد
زن	۶۸	۳۴	مجرد	۳۱	۱۵/۵
مرد	۱۳۲	۶۶	متاهل	۱۶۹	۸۴/۵
کل	۲۰۰	۱۰۰	کل	۲۰۰	۱۰۰/۰

براساس جدول شماره ۱، ۳۴ درصد پاسخگویان زن و ۶۶ درصد مرد هستند؛ همچنین ۱۵/۵ درصد مجرد و ۸۴/۵ درصد متأهل هستند.

با توجه به سطح معناداری ($Sig = ۰/۶۳۶$) جدول فوق؛ تفاوت معناداری بین نگرش به آسیب‌های مطبوعات پاسخگویان براساس جنسیت وجود ندارد.

جدول شماره ۵. خروجی آزمون تحلیل واریانس برای بررسی تفاوت نگرش به آسیب‌های مطبوعات براساس سمت پاسخگویان و خروجی پس آزمون توکی

سطح معنی داری	F	میانگین مربعات		میانگین	سمت	متغیر
		درون گروهی	بین گروهی			
۰/۰۰۰	۵/۲۲۰	۲۹۶۳۴/۱۸۸	۳۹۸۷/۲۳۲	۷۱/۵۰	صاحب امتیاز	نگرش به آسیب‌شناسی مطبوعات
				۷۷/۳۱	مدیر مسئول	
				۶۷/۴۵	سردبیر	
				۶۷/۶۶	دبیر تحریریه	
				۸۰/۰۴	خبرنگار	
				۸۲/۸۰	سایر	

سطح معنی داری	خطای معیار	اختلاف میانگین (I-J)	(J)	(I)
۰/۵۴۵	۳/۴۵۸	-۵/۸۱۸	مدیر مسئول	صاحب امتیاز
۰/۹۵۶	۴/۷۳۰	۴/۰۴۵	سردبیر	صاحب امتیاز
۰/۹۸۶	۵/۸۲۶	۳/۸۳۳	دبیر تحریریه	صاحب امتیاز
۰/۰۹۴	۳/۲۳۹	-۸/۵۳۹	خبرنگار	صاحب امتیاز
۰/۰۱۵	۳/۴۴	-۱۱/۳۰	سایر	صاحب امتیاز
۰/۱۷۳	۴/۱۶۶	۹/۸۶	سردبیر	مدیر مسئول
۰/۴۷۲	۵/۳۷	۹/۶۵	دبیر تحریریه	مدیر مسئول
۰/۸۵۴	۲/۳۴۱	-۲/۷۲	خبرنگار	مدیر مسئول
۰/۲۹۶	۲/۶۲۰	-۵/۴۸	سایر	مدیر مسئول
۱/۰۰۰	۶/۲۷۲	-۰/۲۱	دبیر تحریریه	سردبیر
۰/۰۲۲	۳/۹۸۷	-۱۲/۵۸	خبرنگار	سردبیر
۰/۰۰۴	۴/۱۵۷	-۱۵/۳۴	سایر	سردبیر
۰/۱۷۵	۵/۲۴۱	-۱۲/۳۴	خبرنگار	دبیر تحریریه
۰/۰۵۹	۵/۳۷۱	-۱۵/۱۳	سایر	دبیر تحریریه
۰/۸۴۲	۲/۳۲۴	-۲/۷۶	سایر	خبرنگار

نتایج آزمون فوق بیانگر آن است بین نگرش به آسیب‌شناسی مطبوعات برحسب سمت پاسخگو، تفاوت معنی داری وجود دارد ($P < ۰/۰۰۰$). نتایج آزمون تعقیبی توکی نیز نشان داد

بین سردبیر و خبرنگار، سردبیر و سایر سمت‌ها تفاوت معنادار وجود دارد ($P < 0/05$)، به این معنا که سردبیر به طور معنادار نگرش مثبت‌تری نسبت به خبرنگار و سایر سمت‌ها به مطبوعات دارد.

جدول شماره ۶. خروجی آزمون تحلیل واریانس برای بررسی تفاوت نگرش به آسیب‌های مطبوعات براساس ترتیب نشریات و خروجی پس‌آزمون توکی

متغیر	ترتیب انتشار	میانگین	میانگین مربعات		F	سطح معنی‌داری
			بین گروهی	درون گروهی		
نگرش به آسیب‌شناسی مطبوعات	روزنامه	۸۱/۰۱	۲۶۵۳/۱۰۸	۳۰۹۶۸/۳۱۲	۳/۳۲۴	۰/۰۰۷
	هفته‌نامه	۷۶/۲۸				
	دوهفته‌نامه	۷۱/۰۶				
	ماهنامه	۷۷/۵۹				
	دوماهنامه	۷۷/۷۵				
	سایر	۸۶/۰۰				

(I)	(J)	اختلاف میانگین (I-J)	خطای معیار	سطح معنی‌داری
روزنامه	هفته‌نامه	۴/۷۲	۲/۵۰۵	۰/۴۱۴
روزنامه	دوهفته‌نامه	۹/۹۴	۲/۶۸	۰/۰۰۴
روزنامه	ماهنامه	۳/۴۱	۲/۹۹۵	۰/۸۶۳
روزنامه	دوماهنامه	۳/۲۶	۳/۴۱۹	۰/۹۳۲
روزنامه	سایر	-۴/۹۸	۵/۸۰۰	۰/۹۵۵
هفته‌نامه	دوهفته‌نامه	۵/۲۱	۳/۱۷۵	۰/۵۷۰
هفته‌نامه	ماهنامه	-۱/۳۰	۳/۴۳۷	۰/۹۹۹
هفته‌نامه	دوماهنامه	-۱/۴۶	۳/۸۱۲	۰/۹۹۹
هفته‌نامه	سایر	-۹/۷۱	۶/۰۴۰	۰/۵۹۴
دوهفته‌نامه	ماهنامه	-۶/۵۲	۳/۵۷۲	۰/۴۵۲
دوهفته‌نامه	دوماهنامه	-۶/۶۸	۳/۹۳۴	۰/۵۳۵
دوهفته‌نامه	سایر	-۱۴/۹۳	۶/۱۱۸	۰/۱۴۸
ماهنامه	دوماهنامه	-۰/۱۵	۴/۱۵۱	۱/۰۰۰
ماهنامه	سایر	-۸/۴۰	۶/۲۵۹	۰/۷۶۰
دوماهنامه	سایر	-۸/۲۵	۶/۴۷۳	۰/۷۹۹



نتایج آزمون فوق نشان داد بین نگرش به آسیب‌شناسی مطبوعات برحسب ترتیب انتشار تفاوت معنی‌داری وجود دارد ($P < 0/001$). نتایج آزمون تعقیبی توکی بیانگر آن است که بین روزنامه و دوهفته‌نامه تفاوت معنادار وجود دارد ($P < 0/01$)، به این معنا که پاسخگویی که ترتیب انتشار مطبوعاتشان روزنامه است نسبت به دوهفته‌نامه‌ها، نگرش منفی‌تری به آسیب‌شناسی مطبوعات دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

نتیجه آزمون فرضیه شماره ۱ نشان داد بین سن و نگرش به آسیب‌شناسی مطبوعات از نظر پاسخگویی رابطه وجود ندارد. ($Sig = 0/272$) یکی از ابعاد نگرش، آگاهی و شناخت است. آگاهی و شناخت افراد مسن‌تر طبیعتاً از طریق تجربیات و افراد جوان از طریق تحصیلات فراهم می‌آید و شاید به همین دلیل باشد که بین سن و نگرش به آسیب‌شناسی مطبوعات رابطه معناداری به دست نیامده است.

نتیجه آزمون فرضیه شماره ۲ نشان داد بین تحصیلات و نگرش به آسیب‌شناسی مطبوعات از نظر پاسخگویی رابطه وجود دارد ($Sig = 0/000$). بدین معنا که هرچه تحصیلات بیشتر باشد، نگرش به آسیب‌شناسی نیز منفی‌تر است. بدیهی است که تحصیلات یکی از عوامل افزایش دهنده اطلاعات، آگاهی و شناخت افراد است و همین افزایش اطلاعات می‌تواند در شکل دادن نگرش متفاوت در افراد نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشد. افراد با اطلاع و آگاهی بیشتر، نقاط مثبت و منفی پدیده‌ها را به طور عام و پژوهش آسیب‌شناسی مطبوعات را به طور خاص درک می‌نمایند.

نتیجه آزمون فرضیه شماره ۳ نشان داد بین سابقه فعالیت و نگرش به آسیب‌شناسی مطبوعات از نظر پاسخگویی رابطه وجود دارد. ($Sig = 0/011$) به این معنا که با افزایش سابقه فعالیت نگرش به آسیب‌شناسی مطبوعات نیز منفی‌تر می‌گردد. بدیهی است یکی از عواملی که در افزایش تجربیات شغلی اثر دارد سابقه فعالیت است. هرچه افراد بیشتر و مدت زمان طولانی‌تری در زمینه خاصی فعالیت داشته باشند تجربیات، شناخت و آگاهی آنها در آن زمینه افزایش می‌یابد و عاملی در شکل‌گیری نگرش خواهد بود.

نتیجه آزمون فرضیه شماره ۴ نشان داد؛ بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی و نگرش به آسیب‌شناسی مطبوعات از نظر پاسخگویی رابطه وجود دارد. ($Sig = 0/013$) به این معنا که با افزایش پایگاه اجتماعی - اقتصادی، نگرش به آسیب‌شناسی مطبوعات نیز منفی‌تر می‌گردد.

افراد متعلق به پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتر اصولاً دیدگاه انتقادی تری نسبت به سایر افراد دارند. آنها دارای شبکه گسترده تری از ارتباط هستند و این ارتباطات منجر به افزایش اطلاعات آنها می گردد و این افزایش آگاهی و شناخت در شکل گیری نگرش آنها نقش بسزایی دارد.

نتیجه آزمون فرضیه شماره ۵ نشان داد بین رضایت شغلی و نگرش به آسیب شناسی مطبوعات از نظر پاسخگویان رابطه وجود دارد؛ ($\text{Sig} = 0/003$) به این معنا که با افزایش رضایت شغلی، نگرش به آسیب شناسی مطبوعات نیز مثبت تر می گردد. بدیهی است افراد که رضایت بیشتری به شغل خود دارند، حتی به لحاظ عاطفی و احساسی هم که شده خیلی راغب به دیدن نقاط ضعف و آسیب های شغل خود نیستند و به هر عنوان می خواهند از شغل خود دفاع کنند.

نتیجه آزمون فرضیه شماره ۶ نشان داد بین استفاده از فناوری اطلاعات و نگرش به آسیب شناسی مطبوعاتی از نظر پاسخگویان رابطه وجود دارد. ($\text{Sig} = 0/143$) که اغلب نشریات استان یزد از فناوری اطلاعات خیلی کم بهره مند می شوند، به نظر می رسد عدم معناداری به همین دلیل باشد.

نتیجه آزمون فرضیه شماره ۷ نشان داد بین جنس و نگرش به آسیب شناسی مطبوعات از نظر پاسخگویان تفاوت وجود ندارد. ($\text{Sig} = 0/636$) در گذشته، کلیشه های جنسیتی زنان و مردان حتی در موارد جزئی به وضوح قابل رؤیت بود، ولی با مدرن شدن جوامع، یا حتی در بعضی موارد، توهم مدرن شدن، این کلیشه در برابر مدرنسیم رنگ باخته و در اکثر موارد زنان و مردان از تساوی حقوق دم می زنند و سعی می کنند در غالب موارد مانند هم فکر و یا حتی رفتار کنند. همچنین رسانه های دیداری و شنیداری نیز جای خود را در زندگی روزمره انسان ها به شدت باز کرده و در ایجاد نگرش های مختلفی در زمینه های گوناگون و افزایش آگاهی مخاطبان خود نقش مؤثری ایفا می کنند؛ علاوه بر این روزبه روز سطح تحصیلات زنان افزایش می یابد و این افزایش تحصیلات در افزایش آگاهی افراد نقش مهمی را بازی می کند.

نتیجه آزمون فرضیه شماره ۸ نشان داد بین سمت و نگرش به آسیب شناسی مطبوعات از نظر پاسخگویان تفاوت وجود دارد؛ ($\text{Sig} < 0/001$) به این معنا که سردبیران به طور معنادار نگرش مثبت تری نسبت به خبرنگار و سایر سمت ها به مطبوعات داشتند.



خبرنگاران و دیگر فعالان موجود در مطبوعات که غالباً شامل نویسندگان هستند، اولاً به دلیل ویژگی‌های شخصیتی همچون جسارت و بی‌پروا بودن که یک خبرنگار و یک نویسنده باید داشته باشد، ثانیاً به دلیل ذینفع نبودن، آسیب‌ها را با فراغت بال بیشتری بیان می‌دارد، ولی سایر مناصب موجود در مطبوعات به دلیل ذی‌نفعی و محافظه‌کاری‌های شغلی خیلی واضح و شفاف راجع به مسائل و آسیب‌های مطبوعات صحبت نمی‌کنند.

نتیجه آزمون فرضیه شماره ۹ نشان داد بین ترتیب انتشار و نگرش به آسیب‌شناسی مطبوعات از نظر پاسخگویان تفاوت وجود دارد؛ ($\text{Sig} < 0/001$) به این معنا که پاسخگویانی که ترتیب انتشار نشریات آنها روزنامه است، نسبت به دوهفته‌نامه‌ها، نگرش منفی‌تری به آسیب‌شناسی مطبوعات دارند. روزنامه‌ها باید هر روز مطالب مورد نیاز خود را آماده چاپ کنند و به نسبت سایر مطبوعات، خاصه دوهفته‌نامه (که در اینجا تفاوتشان به لحاظ آماری معنادار شده است) خیلی بیشتر درگیر مسائل و مشکلات مطبوعات و نشریات هستند. بر همین اساس بدیهی است که با آسیب‌های مرتبط با مطبوعات بیشتر آشنا باشند.

پیشنهاد‌های تحقیق

دستاوردهای این تحقیق می‌تواند به عنوان مطالب جدیدی بیان شود تا در آینده مورد استفاده پژوهشگران دیگر قرار گیرد. با در نظر گرفتن یافته‌های تحقیق می‌توان پیشنهاد‌های پژوهشی را بدین صورت ارائه داد.

پیشنهاد‌های اجرایی

* مشکل عمده نشریات یزد این است که به صورت خانوادگی اداره می‌شوند و این امر به کارگیری نیروهای متخصص چاپ و انتشار مطالب تولیدی را کم می‌کند. البته بخشی از اصحاب مطبوعات معتقدند که روزنامه‌های یزد (منظور نشریاتی که با ترتیب انتشار روزنامه و به صورت هر روز منتشر می‌شوند) به دلیل حجم زیاد آگهی‌های دولتی که در حال حاضر قیمت مناسب‌تری هم دارد، درآمد خوبی کسب می‌کنند، ولی حاضر نیستند درآمد حاصل از آگهی‌ها را برای بالا بردن وضعیت نشریه خود هزینه نمایند.

* درخواست نشریه عموماً توسط متقاضیانی انجام می‌شود که تخصص و مهارت کافی در زمینه روزنامه‌نگاری و یا حتی کمترین امکانات را برای تجهیز و یا ساماندهی دفتر نشریه و انتشار آن ندارند؛ در این مورد سخت‌گیری بیشتر وزارت ارشاد برای قبول درخواست و یا صدور مجوز گام مثبتی در کیفی‌سازی نشریات است.

* اصحاب مطبوعات یزد و بیشتر کسانی که در کسوت صاحب امتیاز و مدیر مسئول مشغول فعالیت هستند به دلیل عدم امکانات مالی و یا مواردی که در پیش تر ذکر شد برای هزینه نکردن در نشریه نتوانسته‌اند نیروهای تخصصی را جذب نمایند. نشریات ابتدا باید به دنبال کادر مجرب و ورزیده که سواد روزنامه‌نگاری داشته باشد و خوشبختانه در یزد تعدادشان هم کم نیست، به کار گیرند.

* بنیه مالی نشریات باید قوی باشد. امروزه یک نشریه به غیر از رسالت اطلاع‌رسانی، خود نیز باید به صورت یک بنگاه اقتصادی درآمد؛ بتواند درآمد خوبی را کسب کند تا با استفاده از آن بتواند برای بالا بردن کیفیت خود هزینه نماید.

* فرهنگ مطالعه در یزد کم است و روزنامه کمتر در سبد خرید خانوارهای یزدی گنجانده می‌شود، از سویی بالا رفتن کیفیت نشریات و مخاطب‌شناسی نیز می‌تواند به ترغیب افراد به مطالعه نشریات مؤثر باشد.

* یکی از مهمترین مشکلات مطبوعات یزد محتوای آن است که تأمین محتوا برای نشریات از سه طریق صورت می‌پذیرد؛ یکی محتوای عمومی که از طریق روابط عمومی ادارات دولتی تأمین می‌شود و همچنین از طریق رسانه‌های مجازی چون خبرگزاری‌ها، سایت‌های خبری و ... است که به اصطلاح می‌توان آنها را «خبرهای بازنشری» نامید. راه دوم از طریق خبرنگاران زبده‌ای که در جلسات و نشست‌های خبری حاضر می‌شوند و سومین منبع، نویسندگان نشریه هستند که به صورت حق‌آل‌حمه و یا افتخاری برای نشریات مطلب می‌نویسند. حال آنکه مطبوعات یزد عمده مطالب خود را از طریق محتوای اول یعنی اخبار و مطالب بازنشری تأمین می‌نمایند و از دو حوزه بعدی، یعنی به کارگیری و پرورش خبرنگار حرفه‌ای و سرمایه‌گذاری در جهت جذب نویسندگان دائمی و قوی غافل مانده‌اند. البته یکی دو نشریه در یزد از سه پتانسیل یاد شده در حد کمی استفاده می‌کنند.

* نشریات یزد از لحاظ صفحه‌آرایی و گرافیک نیز در وضعیت مطلوبی قرار ندارند و نداشتن مهمترین عنصر یعنی ترغیب خوانندگان از طریق حس بصری مورد بی‌توجهی مدیران رسانه قرار گرفته که این مهم نیز از طریق به کارگیری و آموزش افراد متخصص می‌تواند گام مهمی در کیفی‌سازی نشریات مکتوب و جذب مخاطب داشته باشد.

* از جمله فعالیت‌های مهم وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (معاونت مطبوعاتی) که در زمینه تقویت و کیفی‌سازی نشریات است، اختصاص یارانه و یا حمایت از نشریاتی است که کیفیت مطلوب دارند و دارای مطالب تولیدی بیشتر هستند؛ ضمناً این یارانه‌ها به نشریاتی که با حداقل کمتر از هشت صفحه منتشر می‌شوند تعلق نمی‌گیرد که به نظر



می‌رسد تا حدی در ارتقای سطح کیفی نشریات مؤثر است و اگر در درازمدت ادامه یابد تأثیرات مثبتی خواهد داشت.

* عده‌ای معتقدند که با گسترش رسانه‌های مجازی، این رسانه‌ها جای رسانه‌های چاپی را گرفته و تأثیر آنها را کمرنگ می‌کنند حال آنکه با یک بررسی ساده می‌بینیم که در کشورهای دیگر که سرعت اینترنت در آن کشور بسیار بالاست، اما همچنان مطالعه نشریات مکتوب در جای خود باقی‌ست که حاصل قوی بودن فرهنگ مطالعه در آن کشورهاست، اما متأسفانه در کشور ما مردم کمتر به دنبال کسب اطلاعات از طریق مطالعه نشریات و یا کتاب هستند و بیشتر بر فرهنگ شفاهی تأکید دارند.

* بازار عرضه و تقاضای مناسب نیز در تشویق و ترغیب اصحاب رسانه برای کیفی‌سازی نشریه مؤثر است، البته نمی‌توانیم به وضوح بگوییم که چون نشریات کیفیت ندارند مخاطب ندارند و مردم آنها را نمی‌خرند و یا چون مردم ما اهل مطالعه نشریات نیستند آنها هیچ رغبتی با بالا بردن کیفیت خود ندارند، اما در مجموع باید گفت حتی همین تعداد کمی از نشریات هم که دارای مطالب خوب و مفیدی هستند از سوی مردم استقبال می‌شوند. در واقع باید گفت مردم و مسئولان نسبت به رسانه‌ها بی‌تفاوت شده‌اند و گرنه می‌توانستند برای بهبود وضعیت نشریات محلی انتقادات و پیشنهادهای خود را ارائه نمایند.

* برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی برای بالا بردن سطح معلومات اصحاب رسانه و روزآمد شدن آنها که در نهایت منجر به کیفی‌سازی نشریات می‌شود نیز باید در اولویت کارهای نهادهای مسئول قرار گیرد. البته خود نشریات هم می‌توانند برای بهبود وضعیت از راهنمایی و مشاوره افراد آگاه و متخصص و حتی در جهت پرورش نیروی متخصص همت نمایند.

* برگزاری نشست و هم‌اندیشی با اصحاب مطبوعات دیگر استان‌ها و یا نشریات کشوری، برگزاری نمایشگاه‌های مطبوعات، برگزاری جشنواره‌های مطبوعات چه در سطح استانی، منطقه‌ای و ملی، مخاطب‌سنجی و ... نیز از جمله فعالیت‌های مفید در جهت کیفی‌سازی و تخصصی نمودن نشریات محسوب می‌شود.

* مشکلات حوزه‌های بیرونی نیز باعث آسیب‌هایی می‌شود که به صورت خلاصه عبارتند از: بی‌اعتنایی مدیران دولتی، کاهش حمایت‌های دولتی، کمبود کاغذ، نبود آگهی مناسب، سیر نزولی شمار مخاطبان، عدم همکاری نیروهای متخصص در حوزه روزنامه‌نگاری و ارتباطات به دلیل فرصت‌های کاری بهتری که در مراکز استان‌ها و پایتخت وجود دارد و آنها دیگر برای بازگشت به شهرستان‌ها رغبتی از خود نشان نمی‌دهند.

* راه مقابله با این آسیب‌ها و معضلات: ایجاد نهادهای صنفی روزنامه‌نگاری در شهرستان‌ها از جمله تقویت خانه‌های مطبوعات، جدی گرفتن مقوله آموزش در میان اصحاب رسانه و کارکنان نشریات محلی، تقویت ساختار اقتصادی نشریات، تقویت ساختار فنی نشریات، افزایش قدرت تحمل و میزان انتقادپذیری مسئولان، توجه به عناصر بومی و محلی و منطقه‌ای در انعکاس مطالب نشریه، انجام کارهای مطالعاتی برای توجه به نیازهای مخاطب و ...

پیشنادهای پژوهشی

* این پژوهش در استان یزد صورت گرفته است، پیشنهاد می‌شود در سایر استان‌ها نیز انجام گیرد تا امکان مقایسه رسانه‌های محلی استان‌ها به لحاظ آسیب‌شناسی مطبوعات فراهم آید.

* بیشتر پژوهش‌های انجام گرفته در رابطه با آسیب‌شناسی به مطبوعات از جمله پژوهش حاضر، مقطعی بوده، گرچه پژوهش مقطعی کارکردهای متعددی دارد، اما نیاز است تا با فواصل زمانی مناسب، این پژوهش‌ها تکرار شوند تا روند تغییرات آسیب‌شناسی به مطبوعات دقیق‌تر شناسایی شود.

* اکثریت پژوهش‌هایی که در زمینه آسیب‌شناسی به مطبوعات انجام گرفته از نوع پیمایشی و کمی است. بنابراین پیشنهاد می‌شود در زمینه آسیب‌شناسی به مطبوعات، پژوهش‌های کیفی چون تحلیل محتوا و فراتحلیل انجام گیرد تا پژوهش‌هایی که تاکنون انجام شده است، به لحاظ کیفی مورد بررسی قرار گیرد.



منابع و مآخذ:

- ۱- حاجی‌زاده میمندی، مسعود (۱۳۷۷). «مسأله‌شناسی مطبوعات ایران»، فصلنامه رسانه، شماره ۳۳: ۲۱-۱۲.
- ۲- لوزیک، دانیلین (۱۳۸۳). نگرشی نو در تحلیل مسائل اجتماعی (ترجمه سعید معیدفر)، تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
- ۳- مرتضوی، محمودرضا (۱۳۸۹). خبرنگاری برای رسانه‌های جمعی، میبد: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد میبد.
- ۴- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۱). وسایل ارتباط جمعی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۵- موسوی، مریم (۱۳۸۳). بررسی تحلیل محتوای نشریات استان، یزد: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان یزد.



News Media Authorities' Perspectives on the Damages to the Local Media in Yazd Province

Maryam Mousavi, Masoud Hajizadeh Meymandi



۱۶۶

سال اول، شماره ۱

بهار ۱۳۹۸

Abstract

With regard to the importance of media in general, and local media in particular, it seems necessary to study the problems of the media. The present study attempts to study the media authorities' perspectives on the damages to the local media in Yazd Province. A survey was carried out in which the data were collected through a questionnaire. 200 people as introduced by Culture and Islamic Guidance Office in Yazd to have been working in local media in Yazd, participated in the study. Cronbach Alpha was used to obtain the reliability of the questionnaire. The content validity of the instrument was also achieved. The data were then submitted to SPSS. The results indicate that there aren't significant correlations between age, gender and technology competence of the authorities and their perspectives on the damages to the media. However, there was a statistically significant correlation between the respondents' positions and publication, editions and their viewpoints on the damages in that the chief editor has a more positive attitude than the simple journalist and other staff. The authorities in charge of dailies showed a more negative perspective than those in charge of weeklies. Also there was a significant correlation between education, work experience, position, and job satisfaction and perspectives on the damages to the media in that the higher the education level, the longer the experience and the higher the socioeconomic position, the more negative perspectives were. Conversely, the higher the job satisfaction, the more positive the perspectives on the media were.

Keywords: media, local papers, media authorities, Yazd.