
بررسی میزان استفاده و رضایت مندی از مطبوعات محلی

مورد مطالعه: مطبوعات محلی استان بوشهری

سیدرضا نقیب السادات^۱

عبدالرسول هاشمی^۲

چکیده

مطبوعات محلی موتور محرکه توسعه منطقه ای و از شاخص های مهم آن به شمار می رود. این مطالعه با هدف شناخت مخاطبان و میزان استفاده و رضایتمندی آنها و ارائه راه کارهایی برای ارتقاء سطح کیفی و کمی مطبوعات محلی در بندر بوشهر انجام شده است. روش تحقیق به کار رفته، پیمایشی با استفاده از ابزار پرسشنامه بوده است. نمونه گیری به روش تصادفی و حجم نمونه به تعداد ۳۷۹ مورد بوده که با مراجعه به گیشه های مطبوعاتی و پرسش از خوانندگان، اطلاعات جمع آوری شده است. برخی نتایج تحقیق حاکی است که گروه هایی مانند مردان، ساکنان بومی، میانسالان، تحصیلکرده ها و شاغلان بیشتر خوانندگان مطبوعات محلی بوده اند. همچنین رویکرد غالب در این قبیل مطبوعات، سیاسی و استفاده از خبر و رویداد است و کمتر به دیگر کارکردها توجه شده است. همچنین از دیگر ضعف های مطبوعات محلی عدم رعایت جنبه های فنی و تکنیکی روزنامه نگاری بوده است لازم است در برطرف شدن آنها اهتمام ورزیده شود. در نهایت گرچه نزدیکی به محل رویداد و اشراف بیشتر به ویژگی های فرهنگی و اجتماعی محل انتشار از نقاط قوت مطبوعات محلی در مقایسه با مطبوعات سراسری است اما کمتر از این مزیت ها در جلب خوانندگان استفاده شده است.

واژگان کلیدی: مطبوعات محلی، میزان استفاده و رضایت مندی، مخاطبان، بندر بوشهر

مقدمه

^۱. عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی

^۲. کارشناس ارشد توسعه اجتماعی دانشگاه تهران

صاحب‌نظران از مطبوعات به عنوان رکن چهارم دموکراسی یاد می‌شود و اهمیت خاصی برای آن قایل هستند. مطبوعات در شکل دادن به افکار عمومی، هدایت و جهت‌دهی مردم، تصویرسازی ذهنی در مردم، اطلاع‌رسانی و خبررسانی، بالابردن سطح آگاهی جامعه، گذران اوقات فراغت و... نقش بزرگی در جامعه برعهده دارند. در این میان مطبوعات محلی، موتور محرک توسعه منطقه ای به شمار می‌روند. در شرایطی که مطبوعات سراسری به مسائل و دغدغه‌های کلان ملی و بین‌المللی می‌پردازند این وظیفه مطبوعات محلی است که با درک واقعیت‌ها از مسئولیت‌ها، وظایف و جایگاه خود، نیازها و ظرفیت‌های توسعه محلی را معرفی کنند و زمینه توسعه پایدار را در حوزه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی فراهم سازند.

مطبوعات محلی در ایران با ضعف‌ها و کاستی‌های فراوانی مواجه‌اند که آنها را از ایفای نقش مؤثر در رفع تنگناهای توسعه محلی ناتوان بازداشته‌است. انتظارات نامعقول بسیاری از مسئولان محلی از مطبوعات محلی و انتقادناپذیری آنها، پاره‌ای تنگ نظری‌ها و سختگیرانه‌ها و نگاه قیم‌مابانه برخی مسئولان محلی به مطبوعات حوزه خود، مشکلات مالی و در نتیجه خانوادگی یا حتی فردی اداره شدن بعضی مطبوعات محلی، فقر شدید نیروی انسانی و روزنامه‌نگاران آموزش دیده، ضعف شدید ساختارهای حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، نگاه غیرمحلی بسیاری از مدیران و سردبیران و به تبع آنها روزنامه‌نگاران محلی، عدم شناخت از مقتضیات روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و روزنامه‌نگاری توسعه، عدم تولید محتوای محلی، تلاش بی‌دلیل در جهت نزدیک شدن به الگوی روزنامه‌نگاری سراسری، تصدی‌های دولتی در برخی مطبوعات محلی و عدم امکان رقابت مطبوعات غیردولتی با آنها، عدم پاسخگویی به نیازها و علایق محلی، فقر مخاطب و تیراژ پایین، شکل‌گیری بده‌بستان‌های نامعقول میان برخی از دست‌اندرکاران مطبوعات محلی با منابع خبری و وابستگی‌های مستقیم و غیرمستقیم آنها و فقدان یا ضعف تشکلهای حرفه‌ای حمایت‌کننده از استقلال، امنیت شغلی و تأمین مالی روزنامه‌نگاران محلی، بخشی از فهرست بلندبالای عوامل دخیل در توسعه نیافتگی مطبوعات محلی است.

ضرورت تحقیق

شناخت واقعیت‌های دنیای پیرامون ما، تا حد زیادی مبتنی بر تصویری است که وسایل ارتباط جمعی و به ویژه مطبوعات ترسیم می‌کنند. به همین دلیل، نقش مطبوعات محلی را در انعکاس واقعیتها و رویدادهای محلی باید بسیار بااهمیت تلقی کرد. از آنجا که مطبوعات رسمی کشور کمتر امکان و فرصت پرداختن به رویدادها و واقعیات مناطق مختلف کشور را دارند. در چنین شرایطی خوانندگان استانها مطالب موردنیاز و مورد علاقه خود را کمتر در آنها می‌یابند و برای تغذیه خبری و اطلاعاتی بیشتر به رادیو و تلویزیون روی می‌آورند که وسعت میدان خبر در آنها به اندازه میدان خبر در مطبوعات نیست. از این رو نقش و رسالت مطبوعات محلی را در بازتاباندن واقعیتها و تحولات استانهای مختلف کشور باید جدی‌تر گرفت و با بررسی‌های کارشناسانه، امکان رشد هماهنگ و متوازن این مطبوعات را در راستای وظیفه اطلاع‌رسانی فراهم ساخت. در صورتی که مطبوعات محلی بتوانند آینه تمام‌نمای رویدادهای منطقه خود باشند، تصویری واقعی‌تر را نشان می‌دهند و در نتیجه روند اطلاع‌رسانی به صورت درست‌تر و دقیق‌تر میسر خواهد بود.

مطبوعات محلی می‌توانند با درج خبر، گزارش مصاحبه و تحلیل و بررسی رویدادهای اجتماعی نقش ارزنده‌ای در ساختن افکار عمومی برعهده داشته باشند. اگر این مطالب بیشتر در روزنامه‌های چاپ تهران منعکس شوند و پوششی به اندازه این شهر و شهرهای نزدیک آن داشته باشند و به شهرهای دورتر دیر برسند و یا اصلاً نرسند، درحقیقت از این طریق بخش وسیعی از جمعیت کشور بی‌خبر گذاشته شده و از آموزش و تأثیرپذیری در قبال مسائل اجتماعی محروم می‌شوند.

در انتشار مطبوعات محلی، علاوه بر پدیده‌های ملی — فرهنگی کشورمان، باید به پدیده‌ها و ارزش‌های فرهنگی قومی — منطقه‌ای و محلی نیز توجه کرد و نظام مطبوعات متناسب با چنین ارزش‌هایی را در وسعت این سرزمین پهناور شکل داد. برای گام گذاشتن در این راه و انتشار یک روزنامه محلی، روزنامه‌نگاران ویژه‌ای نیز لازمند که حتی‌الامکان باید محلی باشند و بر زبان و گویش‌های محلی مسلط باشند، مخاطبان خود را خوب بشناسند، ارزش‌های آنان را بدانند و در مورد خاستگاههای تاریخی، اجتماعی و اقتصادی منطقه از آگاهی کامل برخوردار باشند تا بتوانند در زمینه جمع‌آوری اطلاعات و اخبار و تجزیه و تحلیل درست و سپس انتقال آنها به مخاطبان، کارایی لازم را به خرج دهند. شناخت مخاطبان و نیازهای آنها اولین و اساسی‌ترین گام در جهت موفقیت مطبوعات محلی است. این موضوع در زمینه همه رسانه‌های جمعی صادق است. اما به دلیل

اینکه فعالیت مطبوعات محلی با وجود محدودیت‌ها و تنگناهایی که از جهت امکانات انتشار دارند بیشتر متکی به مخاطبان است، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. از طرفی رونق فعالیت‌های فرهنگی و زمینه‌سازی برای رشد و توسعه همه‌جانبه احتیاج مبرم به نظام کارآمد اطلاع‌رسانی دارد. در این میان مطبوعات محلی می‌توانند نقش مؤثری در این زمینه ایفا کنند و به رشد و توسعه متوازن در مناطق مختلف کشور یاری رسانند. به منظور رسیدن به وضعیت که مطبوعات محلی بتوانند ارتباط نزدیکتر و گسترده‌تری با مخاطبان خود برقرار کرده و از این راه به توسعه فرهنگی منطقه و محل کمک کنند لازم و ضروری است که تصور دقیق‌تری از ویژگی‌های مخاطبان و علاقه‌مندی آنها حاصل شود و به این منظور با استفاده از روش علمی نسبت به بازتاب فعالیت‌های مطبوعات محلی در استان نزد مخاطبان و میزان استفاده و رضایت آنان از وضعیت مطبوعات محلی اقدام کرد.

مطالعات پیشین

در زمینه استفاده و رضایتمندی از مطبوعات می‌توان به پژوهشی با عنوان «بهره‌مندی شهروندان تهرانی از مطبوعات در سال ۱۳۶۸ که از سوی مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها انجام شده اشاره کرد. هدف از این تحقیق شناخت خوانندگان مطبوعات و بررسی ویژگی‌های فردی و اجتماعی آنان انگیزه‌های مطالعه و نوع و میزان مطالبی که خوانده می‌شود. همچنین بررسی دلایل عدم مطالعه و درجه اعتماد خوانندگان به مطبوعات است. در این تحقیق مواردی مانند وسایل خبری مورد اطمینان و نظرات خوانندگان درباره میزان حقیقت‌نویسی مطبوعات مورد بررسی قرار گرفته است. (ادیب‌هاشمی، ۱۳۷۲: ۶۹)

در خصوص میزان استفاده و بهره‌مندی مخاطبان و تأثیر متغیرهای اجتماعی و فرهنگی بر آن پژوهشی توسط دکتر منوچهر محسنی (۱۳۷۶) انجام شد. در این بررسی متغیرهای وابسته عبارت بودند: از میزان استفاده از روزنامه و مجله و متغیرهای مستقل عبارت بودند از: متغیرهای جمعیتی (جنسیت، سن، وضعیت تأهل و بعد خانوار)، متغیرهای فرهنگی (سطح سواد، کاربرد رسانه‌های صوتی و تصویری، استفاده از کتاب، سطح آگاهی‌های عمومی) متغیرهای اجتماعی (رضایت اجتماعی، گرایش به ارزشهای اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی) و متغیرهای اقتصادی (وضع اشتغال، گروه شغلی، درآمد خانوار، شاخص طبقه‌بندی اجتماعی، ارزشیابی از کشور). برخی نتایج

این تحقیق عبارتند از:

۱- مهمترین منبع کسب خبر در شهر های ایران تلویزیون است و پس از آن با اختلاف زیاد سایر منابع عبارتند از: مطبوعات، رادیو و گفتگو با دیگران

۲- سطح استفاده مردان، میان سالان، باسوادترها، افراد وابسته به طبقات بالا و خانواده های پردرآمد از روزنامه نسبت به گروه های اجتماعی دیگر بیشتر است. پس از عامل سواد که مهمترین عامل مرتبط با استفاده از روزنامه است به ترتیب اهمیت عوامل طبقه اجتماعی، گروه سنی، درآمد خانواده، وضع تأهل و جنسیت بیشتر است.

۴- وضعیت اشتغال در میزان مطالعه روزنامه تأثیر دارد بدین ترتیب که گروه های شغلی، محصلین و دانشجویان بیش از خانه داران و بازنشستگان روزنامه مطالعه می کنند. در میان گروه های شغلی، کارمندان و صاحبان مشاغل عالی از همه بیشتر و کارگران از همه کمتر روزنامه می خوانند.

۷- سطح آگاهی های عمومی با مطالعه همبستگی مثبت زیادی دارد و این همبستگی با مطالعه روزنامه حدود دو برابر مجله است .

در خصوص نشریات محلی و آسیب شناسی آنها مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها در تحقیقی گسترده با عنوان آسیب شناسی مطبوعات محلی به بررسی این موضوع پرداخته و در این بررسی بیش از ۲۰۰ عنوان از نشریات ۲۸ استان کشور بررسی شده است. در بخش محتوایی آسیب شناسی نشریات دوازده ایتیم به شرح ذیل بررسی شده اند:

۱. زمینه انتشار، ۲. تیرهای اصلی، ۳. سرمقاله، ۴. مطالب تولیدی، ۵. تنوع و گستردگی مطالب، ۶. نسبت اخبار و سایر مطالب، ۷. مطالب ورزشی، ۸. صفحات اقتصادی و اجتماعی، ۹. حجم آگهی، ۱۰. نقش نظارتی، ۱۱. دید محلی، ۱۲. رویکرد محلی.

برخی از نتایج این بخش از پژوهش عبارتند از:

- صرف تعداد زیاد نشریات در هر استان ملاک توسعه یافتگی مطبوعات آن استان نیست؛
- بهبود کیفیت نشریات استانها بیشتر متکی به افراد (مدیر مسئول، سردبیر و تحریره) است؛
- نشریات به زمینه های سیاسی بیش از سایر زمینه ها می پردازند؛
- نشریات محلی در تیرها و سرمقاله ها اولویت را به رویدادهای ملی می دهند تا محلی (صفحه

اول بیشتر رنگ و بوی سیاسی و ملی دارد؛

- اخبار تولیدی نشریات اندک است؛

— به زمینه‌های ورزشی بسیار توجه می‌شود هرچند دارای زمینه ورزش نیستند و بیشتر به فوتبال

آن هم بیشتر در سطح محلی می‌پردازند؛

- در ایفای نقش نظارتی خود عمدتاً ضعیف عمل می‌کنند، علی‌رغم اینکه بسیاری از آنها دارای

رویکرد انتقادی هستند؛

- نهادهای مدنی محلی که کمتر سیاسی‌اند کمتر در نشریات مورد توجه قرار می‌گیرند، نشریات

محلی، سازمانها، ادارات، مراکز دولتی و دستگاه‌های مختلف را کمتر از منظر نهادهای مدنی مورد

انتقاد قرار می‌دهند؛

— دید محلی نشریات استانی ضعیف است. نشریات محلی می‌توانند مطالب زیادی را در هر

شماره به علایق، سلاقی، آداب، رسوم و سنت‌های محلی، میراث فرهنگی، جاذبه‌های طبیعی محلی

و مشاهیر و مفاخر استان، آثار فرهنگی محلی، اماکن دیدنی محلی و... اختصاص می‌دهند.

در پژوهش دیگر نیز که در مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها در شهریور سال ۱۳۸۱ با عنوان

تحلیل محتوای روزنامه‌ها و هفته‌نامه‌های محلی توسط خانم مرضیه پروهان انجام شد ۱۱ روزنامه

و ۲۴ هفته‌نامه محلی سراسر کشور با شیوه نمونه‌گیری و براساس روش تحلیل محتوا مورد بررسی

و ارزیابی قرار گرفت. به لحاظ گستردگی جغرافیایی و تنوع فرهنگی از هر استان دست کم یک

نشریه با توجه به میزان رویکرد مطبوعات مورد بررسی به اخبار و گزارشهای محلی، کلیه مطالب به

سه دسته محلی، ملی و فراملی تقسیم شده است.

در این گزارش، روزنامه‌های آئینه جنوب، اتحاد جنوب، ابوذری، باختر، بشیر، پیمان یزد، خبر

جنوب، عصر نسل فردا، نوید هرمزگان و هفته‌نامه‌های آذربایجان، افق کویر، بعثت، بیستون، پیام

قم، پیغام، جام اصفهان، حدیث کرمان، رفسنجان، زاهدان، زرد کوه، سیروان، سیمای آینده،

شهرضا، طلوع، عصر آزادی، کایر، لاله سرخ، ندای ایلام، ندای وحدت، نصیر بوشهر، ۱۹ دی،

ولایت قزوین مورد بررسی قرار گرفتند.

برخی از نتایج این تحقیق از این قرار است:

— تیرهای سیاسی بیشترین عناوین درشت روزنامه‌ها و هفته‌نامه‌های مورد بررسی را به خود

اختصاص داده اند.

- مقالات محلی، شخصیت های مذهبی محلی، و مقام های سیاسی کشور عمده ترین گویندگان تیتراها بوده اند. بسیاری از تیتراها فاقد گوینده و یا مخاطب مشخص هستند.

- از مجموع ۱۱ روزنامه و ۲۴ هفته نامه، ۵ روزنامه و ۵ هفته نامه به طور کلی فاقد سه مقاله بوده اند و بقیه روزنامه ها و هفته نامه ها دارای سه مقاله به طور پراکنده و نا منظم اقدام به چاپ سر مقاله کرده اند و تنها روزنامه های خبر جنوب و عصر و هفته نامه های افق کویر، جام اصفهان، کایر، نصیر بوشهر، زاهدان و طلوع به طور مرتب به درج سر مقاله اهتمام ورزیده اند.

- بیشترین تعداد سر مقاله ها به مقالات سیاسی اختصاص داشته است.

- مطبوعات محلی، کمتر از عکس و مستند خبری استفاده کرده اند و بیشتر آنها از عکس های موجود در آرشیو خود سود جسته اند.

- بیشترین جهت گیری نشریات مورد بررسی ۵۹ درصد مثبت، ۳/۳۴ درصد منفی و ۶/۶ درصد خنثی بوده است.

در این بررسی نیز برخی ضعف های نشریات محلی با توجه به رسالت مطبوعاتی آنها اصولاً نگاهی بخشی از منطقه و محل انتشارات داده می شود. از جمله سیاسی بودن بیش از حد، عدم توجه کافی به مطالب و موضوعات محلی و نادیده گرفتن برخی معیارهای روزنامه نگاری با این وجود این پژوهش نیز به طریقی تحلیل محتوا است و قابلیت تعمیم به کلیه نشریات محلی را ندارد. همچنین دیدگاه مخاطبان در این بررسی مورد توجه واقع نشده است.

تحقیق دیگری که به روش پیمایش و مصاحبه در سال ۱۳۸۶ با عنوان «بررسی ویژگیهای نیروی انسانی و امکانات مالی و فنی نشریه های محلی (استانهای فارس، زنجان و کردستان)» به وسیله بیژن زارع در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات انجام شد، ابعاد دیگری از مشکلات و کمبودهای مطبوعات محلی را به نمایش گذاشت. تیراژ پایین، تأخیر در انتشار به موقع، فقر نیروی انسانی متخصص، درج اخبار کهنه و غالباً خنثی، کیفیت نامناسب چاپ، کاغذ نامرغوب، ساختار غیر حرفه ای مطالب، صفحه بندی غیر فنی و آماتور و تیتراهای غیر فنی از جمله کاستیه ای هستند که محقق به استناد یافته های تحقیق به آنها اشاره کرده است.

مباحث نظری

استفاده و رضامندی (Uses and Gratifications Theory)

مدل های استفاده و رضامندی برای تبیین فراگرد دریافت در ارتباطات جمعی و استفاده از رسانه ها توسط افراد یا گروههایی از افراد طراحی شده اند. عناصر اساسی مدل های استفاده و رضامندی شامل نیازها و انگیزه های افراد برای رفتار ارتباطی، محیط اجتماعی و روانشناختی مردم، رسانه های جمعی، کارکردهای جانشینی استفاده از رسانه ها، رفتار ارتباطی و پیامدهای چنین رفتاری است.

آلن روبین (Alen Rubin) آمریکایی، در تبیین این نظریه معتقد است که استفاده از مجراهای ارتباطی و رسانه ها کارکرد های خاصی را برای استفاده کنندگان ایجاد می کند. افراد، ونه رسانه ها، دارای بیشترین تأثیر در این ارتباط هستند. در این فراگرد، افراد از عوامل اجتماعی و روانشناختی تأثیر می پذیرند و رسانه ها با سایر شکل های ارتباطی برای جلب توجه، انتخاب و استفاده در رقابت هستند. «این نظریه ناشی از دیدگاه تأثیر رسانه های جمعی است که بر عوامل جامعه شناسانه و روانشناختی در معتدل ساختن تأثیرات مکانیستی رسانه ها تأکید می گذارند. (Bryant, 1986:281)

مک کویل در تشریح نظریه فوق می گوید که پژوهش های استفاده و رضامندی شامل انگیزه برای ارضای نیازها و کارکردهای جانشینی دیگر جهت ارضای نیازها است. یک فرد خاص، مانند سایر افراد بشر، دارای نیازهای اساسی به میان کنش اجتماعی است. از طریق تجربه فرد انتظار دارد که مصرف یا استفاده از یک رسانه جمعی خاص، برخی از نیازهای او را برآورد سازد. این امر او را به تماشای برنامه های خاص تلویزیون، مطالعه انواع خاصی از محتوای مطبوعات و غیره هدایت می کند. در برخی موارد، این امر منجر به رضامندی می شود. اما ممکن است به همان نسبت به وابستگی به رسانه ها منجر شود. (McQuail, 1990:76)

مک کویل در تشریح انگیزه های استفاده از رسانه ها توسط افراد طبقه بندی زیر را ارائه

می دهد:

۱- آگاهی

- آگاه شدن از رویدادها و شرایط محیطی واسطه، جامعه و جهان؛

- جستجوی نظر های مشورتی درباره موضوعات عملی یا انتخاب عقاید و اتخاذ تصمیم ها ؛
- ارضای کنجکاوی و علائق کلی؛
- فراگیری ،خودآموزی؛
- کسب احساس امنیت از طریق آگاه شدن؛

۲- هویت فردی

- تقویت ارزشهای شخصی؛
- یافتن الگوهای رفتاری؛
- همسان انگاری؛
- شناخت خویشان ؛

۳- همسازی و میان کنش اجتماعی

- آگاه شدن از شرایط دیگران ،همدلی اجتماعی؛
- همانند شدن با دیگران و احساس تعلق؛
- یافتن زمینه های گفتگو و میان کنش اجتماعی؛
- داشتن جانشینی برای مصاحبت در زندگی واقعی ؛
- کمک به اجرای نقش های اجتماعی؛
- قادر ساختن فرد به برقراری رابطه به خانواده، دوستان و جامعه؛

۴- سرگرمی

- گریز از مشکلات زندگی؛
- استراحت؛
- پر کردن وقت؛
- آزاد کردن احساسات ؛

- رضامندی درونی زیبا شناختی یا فرهنگی (McQuail , 1987:73)؛

در سال ۱۹۷۹، لی بکر (Lee Becker) پژوهشگر آمریکایی، سه جنبه از رضامندی های مخاطبان

را مورد تحلیل قرار داد . این سه جنبه عبارتند از:

۱- نظارت (Surveillance) / هدایت (Guidance)

۲- سودمندی ارتباطی (Communicatory Utility)/هیجان (Excitement) /استحکام (Reinforcement)

۳- پرهیز از رسانه (Media Avoidance)

بکر چنین فرض می کند که این سه جنبه در بردارنده فهرستی بی پایان از ابعاد مختلف رضایتمندی هاست.

«جنبه نظارت /هدایت، نشان دهنده میزانی است که افراد برای کسب اطلاعات مربوط به تصمیم گیری و آگاهی از رویدادهای جاری، رسانه های جمعی و امور استفاده قرار می دهند جنبه سودمندی ارتباطی /هیجان /استحکام، میزان آسودگی فرد از امور روزمره، گفتگو درباره محتوای ارایه شده در رسانه ها و جذب محتوا در زندگی روزمره را مورد ارزیابی قرار می دهد.

سومین جنبه، پرهیز از رسانه، نشان دهنده عدم تمایل به استفاده از رسانه های جمعی است مثل گوش ندادن به سخنرانی یک نامزد انتخابی زیرا فرد قبلاً تصمیم خود را گرفته است.» (Mc Donald, 1984:542)

مطبوعات محلی

به طور کلی مطبوعات محلی به نشریاتی اطلاق می شود که به صورت روزانه یا دوره های در سطح یک یا حداکثر چند استان هم جوار تولید و توزیع میشوند و مسئولیت و کارکرد عمده آنها توجه خاص به نیازها و ضرورتها و خواسته های محلی، بازتاب دادن دیدگاه های محلی، کمک به پیشبرد مشارکت عمومی در توسعه محلی، رشد آگاهی های عمومی ساکنان یک منطقه، ارتقای حس اعتماد به نفس محلی و ایجاد همبستگی ملی، شناساندن نیروها و نخبگان محلی و در نظر گرفتن منافع محلی در چارچوب منافع ملی است. «روزنامه های منطقه ای یا محلی به نشریاتی اطلاق می شود که قلمرو نشر آن از حدود یک شهر یا شهرستان و حداکثر استان تجاوز نمی کند و می کوشد نیاز مردم را به اطلاع از اخبار شهر و منطقه زیست خود برآورده سازد» (آلبر، ۲۲: ۱۳۶۴). نشریه محلی را می توان عبارت از یک واحد یا سازمان مستقل مطبوعاتی که بیشتر وظیفه پرداختن به اخبار، خواسته ها و نیازهای محلی، بومی و منطقه ای خود را دارد، تعریف کرد. هرچند ممکن است گاهی با فراهم شدن مجموعه ای از شرایط، برای یک نشر

یه محلی مقبولیتی فراتر از حوزه جغرافیایی اش ایجاد شود» (معمد نژاد، ۱۴۱: ۱۳۵۶).

به لحاظ تاریخی، برخی انتشار روزنامه آسوری زبان «زاراریت باهرا» در ارومیه را که در اول نوامبر (۱۸۴۹) ۱۵ ذیحجه ۱۲۶۵ هجری قمری) توسط میسیونرهای آمریکایی صورت گرفت، مصادف با تاریخ چاپ اولین روزنامه محلی در ایران می دانند. اما جعفر خمایی زاده در پیشگفتار کتاب «ال راینو» از روزنامه فارس که نخستین شماره آن در ۲۰ جمادی الثانی ۱۲۸۹ هجری قمری منتشر شد به عنوان اولین روزنامه محلی نام می برد. مطبوعات محلی در دهه ۵۰ تا پیروزی انقلاب اسلامی از روند ثابتی برخوردار بود. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۵۸ تعداد نشریات محلی به عدد ۱۲۲ رسید. اما دهه شصت دوران رکود مطبوعات محلی محسوب می شود که این به دلیل وقوع جنگ، مشکلات و نابسامانی های بسیار در عرصه های گوناگون کشورمان بود، به طوری که تعداد نشریات محلی در سال ۱۳۶۰ به ۳۴ و در سال ۱۳۶۷ به ۹ رسید (محمدی، ۱۳۷۶: ۲۷).

دهه هفتاد دوران نسبتاً خوبی برای مطبوعات محلی کشورمان بود. در اوایل این دهه ۲۰ در صد و در سال ۱۳۷۵، حدود ۲۶ در صد نشریات کشور را مطبوعات محلی به خود اختصاص داده بودند. در این دوره استان تهران با ۷۳ نشریه، خراسان با ۱۳ نشریه و خوزستان با ۱۲ نشریه رتبه اول تا سوم مطبوعات محلی کشور را دارا بودند. مطبوعات محلی تا سال ۱۳۷۶ نیز روند رو به رشد خود را حفظ کردند. در سال ۷۶ تعداد ۳۸ نشریه با گستره استانی مجوز دریافت کردند. تا پایان اردیبهشت ۱۳۸۰ تعداد نشریات استانی دارای مجوز ۴۵۵ عنوان بوده است که مجوز ۱۹۵ عنوان قبل از سال ۱۳۷۶ و ۲۶۰ عنوان پس از سال ۱۳۷۶ صادر شده است. تا پایان سال ۱۳۸۰ تعداد ۴۸۸ روزنامه محلی منتشر می شده است. تا پایان سال ۱۳۸۲، ۵۹۱ نشریه با گستره محلی چاپ می شدند. در سال ۱۳۸۴، ۵۸۱، در سال ۱۳۸۵، ۶۲۶ و در سال ۱۳۸۶، ۶۹۰ نشریه با گستره محلی چاپ می شدند (مطبوعات در یک نگاه، ۱۳۸۷: ۲۸). (تا پایان مهر ۱۳۸۷ تعداد ۷۲۲ نشریه محلی منتشر می شده است (مطبوعات در یک نگاه، ۳۶، ۱۳۸۷)

علاوه بر نقشها و کارکردهایی که پیش از این برای مطبوعات محلی ذکر شد می توان به موارد دیگری نیز اشاره کرد: دنیس مک کوئیل، توجه نسبی به اخبار و موضوع های محلی، استفاده از اعضای هیات تحریریه خودی، توجه به مباحث، نقدها و افکار محلی، پوشش خبری

فعالیت های محلی، توجه نسبی به اخبار مثبت محلی و پشتیبانی از منافع محلی و مشاغل محلی را از جمله شاخص های کیفی عملکرد رسانه های محلی می داند (مک کوئیل، ۱۳۸۵: ۲۶۸).

مطبوعات محلی وظیفه دارند نیازها و مشکلات زندگی افراد یک منطقه را انعکاس دهند و همانند رابطی میان مسئولان محلی و کشوری و مردم باشند. مطبوعات و کلاً رسانه های محلی می توانند میراث اجتماعی یک جامعه همانند زبان، پوشش، فرهنگ، آداب و رسوم و... را منتقل کنند و نقش هویت بخشی به مردم منطقه و یا شهر خود داشته باشند. نشریه های محلی وظیفه ای خاص در خصوص بازتاب دادن رویدادهای حوزه انتشار خود دارند. این نشریه ها باید به توسعه منطقه خود توجهی ویژه داشته باشند و نسبت به تقویت وحدت ملی تلاش کنند. (زارع، ۷۳، ۱۳۸۶)

اهداف تحقیق

هدف کلی تحقیق عبارتست از بررسی میزان استفاده و رضایت مندی مخاطبان از مطبوعات محلی استان بوشهر و ارائه راهکارها و پیشنهادهایی به منظور ارتقاء سطح کیفی و کمی آنها است بدین منظور اهداف تحقیق به تفصیل از این قرار است:

- بررسی ویژگی های اجتماعی مخاطبان مطبوعات محلی از قبیل: سن، جنس، شغل، تحصیلات.
- بررسی میزان مطالعه مطبوعات محلی توسط مخاطبان و مقایسه آن با مطبوعات سراسری؛
- بررسی انگیزه مخاطبان از مطالعه مطبوعات محلی در راستای کارکردهایی آنها؛
- بررسی نوع مطالبی که بیشتر مورد استفاده قرار می گیرد؛
- بررسی میزان رضایت مخاطبان از محتوا و کیفیت مطبوعات محلی استان
- بررسی میزان اعتماد مخاطبان به مطبوعات محلی استان

روش تحقیق و جامعه آماری

پژوهش حاضر با روش پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه انجام شده است. در این راستا تعداد ۳۵ گویه در پرسشنامه گنجانده شد که در مقیاس لیکرت طراحی گردید. جامعه آماری کلیه خوانندگان مطبوعات محلی در شهر بوشهر را شامل شده است. روش نمونه گیری تصادفی بوده و به طریق خوشه ای چند مرحله ای با مراجعه به باجه های روزنامه فروشی اجرا شده است. حجم نمونه

محاسبه شده بر اساس شمارگان کلیه مطبوعات محلی ۳۷۹ مورد بدست آمد. این تعداد حجم نمونه بر اساس باجه‌های روزنامه فروشی شهر بوشهر توزیع شد.

نتایج تحقیق

نگاهی به برخی از نتایج آماری طرح:

۱. **جنسیت پاسخگویان:** از مجموع جامعه آماری، معادل ۷۴/۴ درصد مرد و ۲۵/۶ درصد زن بوده‌اند. گرچه در این بررسی تلاش شد نسبت برابری از زنان و مردان را شامل شود اما عملاً تعداد کمتری از زنان در بررسی شرکت کردند که نشان دهنده تمایل کمتر زنان به مطالعه مطبوعات محلی است.

۲. **وضعیت سکونت:** ۸۹ درصد پاسخگویان بومی و ۱۱ درصد غیر بومی بوده‌اند. که طبق انتظار نشان می‌دهد که ساکنان بومی تمایل بیشتری به مطالعه مطبوعات محلی داشته‌اند

۳. **میزان تحصیلات:** گروه تحصیلی دیپلم و کمتر ۳۴/۳ درصد، گروه تحصیلی کارشناسی و بالاتر (۶۵/۷ درصد) خوانندگان مطبوعات محلی بوده‌اند که نشان دهنده تمایل بیشتر گروه‌های تحصیلی بالاتر به مطالعه مطبوعات محلی است.

۴. **اشتغال** ۷۳/۳ درصد شاغل و ۲۶/۷ درصد غیر شاغل بوده‌اند درصد بالاتر پاسخگویان شاغل گویای این است که افراد شاغل به دلیل موقعیت‌های شغلی حساسیت بیشتری نسبت به وقایع محلی استان داشته‌اند و مطالعه مطبوعات محلی توسط آنها بیشتر است.

- بر اساس تحقیق حاضر مخاطبان مطبوعات محلی در استان را بیشتر گروه‌ها و طبقات اجتماعی شامل مردان، متأهلان، سنین میانسال و بالاتر، تحصیلکرده‌ها، شاغلان به خصوص شاغلان در ادارات دولتی و ساکنان بومی تشکیل می‌دهند. این موضوع گویای این مطلب است که مخاطبان مطبوعات بیشتر افراد با تحصیلات و موقعیت اجتماعی بالاتر هستند. ضمن اینکه بر اساس پیشنهادها و نظراتی که پاسخگویان مطرح کرده‌اند توجه به گروه‌های اجتماعی و اقشار مختلف اجتماع یکی از اولویت‌های مطبوعات محلی باید باشد که کمتر مطبوعات چه در سطح ملی و چه در سطح به آن پرداخته‌اند و جا دارد به منظور افزایش مخاطبان به سطوح مختلف اجتماعی توجه بیشتری شود.

۵. میزان مطالعه:

به منظور سنجش میزان مطالعه مطبوعات محلی استان و مقایسه آن با مطبوعات سراسری از میزان ساعات اختصاص داده به مطالعه در روز، پرسش به عمل آمد. ۶۸/۲ درصد پاسخگویان کمتر از یک ساعت وقت خود را به مطالعه مطبوعات محلی اختصاص داده‌اند؛ ۲۵/۷ درصد پاسخگویان، ۱ تا ۲ ساعت؛ ۴/۹ درصد، ۲ تا ۳ ساعت در حالی که این میزان برای مطالعه مطبوعات سراسری بیشتر است این نتایج نشان می‌دهد که کسانی که تمایل به مطالعه مطبوعات داشته‌اند بیشتر به مطالعه مطبوعات سراسری پرداخته‌اند و مطبوعات محلی هنوز جایگاه خود را در میان مردم محلی بدست نیاورده‌اند. این موضوع همچنین نشان‌دهنده جذابیت بیشتر مطبوعات سراسری برای مخاطبان که با معیارهای روزنامه‌نگاری بیشتر همخوان است می‌باشد. مطالعه کمتر مطبوعات محلی در مقایسه با مطبوعات سراسری توسط مخاطبان نشان می‌دهد که با وجودی که نزدیکی به محل وقوع رویدادها تازگی و علاقه‌مندی مخاطبان به زادگاه و استان محل اقامت می‌تواند از امتیازات مطبوعات محلی نسبت به مطبوعات سراسری باشد اما به دلیل ضعیف در پوشش اخبار و رویدادهای محل و پائین بودن سطح کمی و کیفی چاپ و انتشار و رعایت اصول و قواعد روزنامه‌نگاری این دسته مطبوعات هنوز نتوانسته‌اند جایگاه شایسته خود را نزد مخاطبان بدست آورند. مطبوعات محلی می‌توانند ضمن انعکاس اخبار و رویدادهای سراسری از دنباله‌روی صرف از مطبوعات سراسری اجتناب کرده و با انعکاس تأثیر وقایع و حوادث ملی و جهانی بر ابعاد زندگی محلی و منطقه‌ای بر جذابیت و فایده‌مندی مطالب برای مخاطبان خود بیفزایند. همچنین با استفاده از فنون و اصول روزنامه‌نگاری و شناختی که از روحیات، اخلاقیات، مطالبات و نیازهای مردم استان دارند با برجسته‌سازی و انعکاس درس و مؤثر اخبار حوادث تمایل به مطالعه مطبوعات محلی را ایجاد نمایند. چنانچه مردم منطقه به فایده‌مندی و تأثیر مطالب منتشر شده در مطبوعات بر زندگی خود پی ببرند مسلماً گرایش بیشتری به مطالعه پیدا خواهند کرد.

و مطبوعات سراسری محلی مطالعه جدول ۱. میزان

درصد مطالعه مطبوعات محلی	درصد مطالعه مطبوعات سراسری		
۶۸/۲	۴۱/۷	کمتر از یک ساعت	متغیرها

۲۵/۷	۳۹/۱	۱ الی ۲ ساعت
۴/۹	۱۲/۵	۲ الی ۳ ساعت
۰/۹	۴/۴	۳ الی ۴ ساعت
۰/۳	۲/۳	۵ ساعت و بیشتر
۱۰۰	۱۰۰	مجموع پاسخگویان

۶- نوع مطالب مورد استفاده

در خصوص نوع اخبار و مطالبی که مورد استفاده مخاطبان واقع می‌شود (توضیح اینکه هر پاسخگو مجاز بود بیش از یک گزینه را علامت بزند) این بررسی نشان می‌دهد که اخبار و مطالب سیاسی با میزان ۵۴/۴ درصد بیشترین میزان علاقه‌مندی مطالب را به خود اختصاص داده است. پس از آن اخبار و مطالب ورزشی به میزان ۴۰/۹ در صد، مطالب اجتماعی و خانوادگی ۳۹/۲ در صد، مطالب اقتصادی ۲۹/۴ درصد، ادبیات و هنر ۲۸/۸ درصد، تاریخی ۲۴/۸۸۶ درصد، بخش اطلاعیه‌ها ۱۸/۷ درصد، مطالب مذهبی ۱۲/۷ درصد، دانش و فن آوری ۱۲/۴ درصد، سرگرمی ۱۱/۵ درصد خواننده داشته‌اند. بدین ترتیب مطالب سیاسی، ورزشی، اجتماعی و خانواده به ترتیب سه اولویت نخست مخاطبان را تشکیل داده‌اند.

- نوع مطالب مورد استفاده مخاطبان نشان می‌دهد که مطالب سیاسی، ورزشی و خانواده سه اولویت نخست مخاطبان را تشکیل داده‌اند. اکثریت استفاده کنندگان از مطالب سیاسی ضمن اینکه علاقه‌مندی مخاطبان به این مطالب را می‌رساند گویای این مطلب است که رویکرد و غالب مطبوعات محلی استان موضوعات سیاسی است و مباحث سیاسی بیشتر از سایر موضوعات مطرح می‌شود. بنابراین به نظر می‌رسد پرداختن به دیگر موضوعات مانند فرهنگ و تاریخ استان نیز در جذب علاقه‌مندان به مطبوعات مؤثر باشد و به تقویت و گسترش فرهنگ عمومی یاری رساند. موضوعی که کمتر مورد توجه مطبوعات محلی قرار گرفته است. همچنین جالب توجه است که مطالب ورزشی استفاده کنندگان زیادی داشته است. و البته در این میان ورزش فوتبال از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. با توجه به اینکه مطالب سرگرم کننده تعداد ناچیزی مخاطب داشته به نظر

می‌رسد مطالب ورزشی به نوعی جایگزین شده است و ذهنیت بسیاری از مخاطبان را به خود مشغول کرده است.

جدول ۲. نوع مطالب مورد استفاده مطبوعات محلی استان

نوع مطالب	فراوانی	درصد
سیاسی	۱۸۹	۵۴/۵
ورزشی	۱۴۲	۴۰/۹
اجتماعی	۱۳۶	۳۹/۲
اقتصادی	۱۰۲	۲۹/۴
ادبیات	۱۰۰	۲۸/۸
تاریخی	۸۶	۲۴/۸
اطلاعیه	۶۵	۱۸/۷
مذهبی	۴۴	۱۲/۷
حقوقی	۲۲	۶/۳
دانش و فن آوری	۴۳	۱۴/۴

۷- کارکردها و انگیزه های مطالعه

از آنجا که صاحب‌بنظران چهار کارکرد و هدف عمده را برای مطبوعات برشمردند، این موارد در قالب این سؤال که مخاطبان بیشتر به چه منظور به مطالعه مطبوعات محلی رو می‌آورند، مطرح شد. آگاهی از مسائل و رویدادهای استان (نقش خبری) دارای بیشترین فراوانی بود، به گونه‌ای که ۷۴/۹ درصد پاسخگویان آن را هدف اصلی از مطالعه مطبوعات محلی استان دانسته‌اند. پس از آن با تفاوت زیاد آگاهی از جهت‌گیری سیاسی و اجتماعی (نقش جهت‌دهی ارزشی) ۱۱/۷ درصد، افزایش معلومات و یادگیری (نقش آموزشی) ۸/۱ درصد، سرگرمی و پرکردن اوقات فراغت (نقش تفریحی) ۵/۳ درصد قرار دارند. براین اساس مطبوعات محلی استان بیشتر نقش و کارکرد خبری و اطلاع‌رسانی داشته‌اند و دیگر کارکردها در حاشیه و اقلیت قرار گرفته است.

جدول ۳. انگیزه مخاطبان از مطالعه مطبوعات محلی استان

کارکردها	فراوانی	درصد
----------	---------	------

۷۴/۹	۲۵۶	آگاهی از مسائل و رویدادهای استان
۸/۲	۲۸	افزایش معلومات و یادگیری
۱۱/۷	۴۰	آگاهی از جهتگیری سیاسی و اجتماعی
۵/۳	۱۸	سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت
۱۰۰	۳۴۲	مجموع پاسخگویان

۸- میزان اعتماد

منظور از اعتماد، میزان اعتباری است که خوانندگان برای مطبوعات محلی استان قائلند. به بیان دیگر میزان تخصص و قابل اعتماد بودن روش روزنامه‌نگاری در ارایه موضوعات مختلف نزد مخاطبان است. برای تعیین میزان اعتبار مطبوعات محلی نزد مخاطبان از تحقیقی که در سال ۱۹۸۵ در آمریکا انجام شد، استفاده شد. این تحقیق در چهار زمینه صورت گرفت که عبارتند از: ۱- ابعاد اعتبار منبع ۲- قابلیت مردم در تمیز دادن اخبار روزنامه‌ها و وسایل ارتباطی ۳- مشکلات اعتبار در پوشش محلی ۴- ارتباط بین اعتبار و نگرش مثبت به موضوع اولین اصلاحیه قانون اساسی آمریکا ابعاد اعتبار منبع: نتایج بدست آمده از تحقیق نشان می‌دهد که ۱۲ موضوع در عامل اعتبار منبع جمع شده‌اند که عبارتند از: ۱- انصاف و اعتدال داشتن ۲- بی‌غرضی در گفتن اخبار ۳- گفتن تمام ماجرا ۴- صحت مطالب ۵- محترم شمردن زندگی خصوصی افراد ۶- مراقبت از طرفداران ۷- داشتن موضوعات مربوط به بهتر شدن وضع اجتماعی ۸- جدایی واقعیت از دیدگاه‌ها ۹- قابل اعتماد بودن ۱۰- مطرح کردن موضوعات مورد علاقه مردم ۱۱- واقعی بودن ۱۲- داشتن گزارش‌های موثق (ادیب هاشمی، ۱۳۷۲)

بر این اساس از مهمترین انتقاد خوانندگان به مطبوعات می‌توان از بی‌توجهی به نیازها و خواسته‌های مردم، سطحی بودن مطالب، کمیابی و پایین بودن تیراژ، عدم انعکاس واقعیات، تکراری بودن مطالب، وجود سانسور و خودسانسوری نام برد.

برای تعیین میزان اعتماد به مطبوعات محلی استان در مجموع ۱۴ شاخص که عمده‌ترین آن از تحقیق

اشاره شده در فوق استفاده شده است عبارتند از:

۱- داشتن آگاهی و تخصص در کار مطبوعات

۲- انعکاس واقعیات بدون غرض ورزی ۳- عاری بودن از سانسور ۴- عاری بودن از خودسانسوری ۵- داشتن انصاف و اعتدال ۶- گفتن تمام ماجرا ۷- صحت مطالب (مطابقت با واقع) ۸- محترم شمردن زندگی خصوصی افراد ۹- بیان مطالب مورد علاقه مردم ۱۰- داشتن گزارش‌های موثق ۱۱- کمک به بهتر شدن وضع اجتماعی و پیشرفت استان ۱۲- پرهیز از جناح‌بازی و یک‌سونگری ۱۳- داشتن تعهد و مسئولیت اجتماعی ۱۴- به طور کلی اعتماد به مطبوعات محلی استان بوشهر.

موارد فوق در قالب طیف لیکرت تنظیم شد و از پاسخگویان خواسته شد نظر خود را در خصوص هر یک از این موارد در گزینه‌های مقابل که به صورت خیلی کم، کم، تاحدودی، زیاد و خیلی زیاد تنظیم شده، بیان نمایند. نتایج تحقیق به مقیاس رتبه ای تبدیل شد در مجموع سطح اعتماد مخاطبان به مطبوعات محلی کمتر از حد متوسط به دست آمده است. این موضع نشان می‌دهد که مطبوعات محلی هنوز نتوانسته‌اند اعتماد لازم را نزد مخاطبان کسب کنند. برای مثال در مواردی مانند آگاهی و تخصص مدیران مطبوعات محلی نسبت به کار مطبوعات انعکاس واقعیات بدون غرض ورزی، پرهیز از جناح بازی و یک سو یه نگری و عاری بودن از سانسور و خودسانسوری درصد قابل ملاحظه‌ای از مخاطبان از وضعیت مطبوعات محلی استان رضایت نداشته‌اند. در نتیجه می‌توان گفت که اعتماد به مطبوعات محلی به عنوان یکی از عوامل اصلی گرایش مخاطبان به مطبوعات از نقاط ضعف مطبوعات محلی استان است و لازم است دست‌اندرکاران مطبوعات با رعایت اخلاق حرفه‌ای و وارد نشدن در دعوای مطبوعاتی و پرهیز از جناح بازی اعتماد مخاطبان را جلب کرده و به افزایش مطالعه مطبوعات کمک کنند. با در ارتباط قرار دادن میزان مطالعه مطبوعات محلی و میزان به آنها نیز می‌توان نتیجه گرفت که هرگاه میزان اعتماد کمتر شده است میزان مطالعه نیز کاهش یافته است از این رو میزان اعتماد را می‌توان به عنوان یکی از عوامل اصلی گرایش به مطالعه مطبوعات در نظر گرفت.

استان محلی مطبوعات به اعتماد جدول ۴. توزیع فراوانی بر حسب میزان

فراوانی	درصد	درصد تجمعی
---------	------	------------

۶/۲	۶/۲	۲۱	خیلی کم	میزان اعتماد
۳۴/۲	۲۸	۹۴	کم	
۶۷/۹	۳۳/۷	۱۱۳	تا حدودی	
۹۴/۷	۲۶/۸	۹۰	زیاد	
۱۰۰	۵	۱۷	خیلی زیاد	
	۱۰۰	۳۳۵	مجموع پاسخگویان	

داده‌های مربوط به میزان اعتماد به مطبوعات استان که با ۱۴ شاخص مورد سنجش واقع شده است نشان می‌دهد که ۶۷/۹ درصد از پاسخگویان به میزان متوسط و کمتر به مطبوعات محلی اعتماد داشته‌اند. در این میان ۳۳/۷ درصد پاسخ‌گویان به میزان متوسط ۳۴/۲ درصد افراد به میزان کم و خیلی کم و ۳۱/۸ درصد به میزان زیاد و خیلی زیاد به مطبوعات محلی اعتماد کرده‌اند.

۹- رضایت‌مندی از مطبوعات

منظور از رضایت‌مندی طرز تلقی و نگرشی است که خوانندگان از مطبوعات دارند و ارزیابی‌ای که از فعالیت‌های مطبوعات می‌کنند. رضایت‌مندی از مطبوعات را به دو قسم رضایت از محتوای مطبوعات و رضایت از جنبه‌های فنی و چاپ تقسیم شده است. منظور از محتوا، کمیت و کیفیت، تازگی جامعیت و تنوع اخبار و مطالب منتشر شده در مطبوعات است و منظور از جنبه‌های فنی، امور مربوط به چاپ، ویرایش، تنظیم صفحات و گرافیک بود. نتایج تحقیق نشان داد که مخاطبان نسبت به جنبه‌های فنی در مجموع جهت‌گیری برابری داشتند اما در خصوص جنبه‌های محتوایی درصد بیشتری از مخاطبان ابراز نارضایتی کردند.

۱۰- رضایت از محتوای مطبوعات محلی

به منظور سنجش نگرش خوانندگان از محتوای مطبوعات از طیف لیکرت استفاده شد. بدین منظور پنج شاخص برای تعیین میزان رضایت از محتوای مطبوعات در نظر گرفته شد که عبارتند از: ۱-

تازگی داشتن مطالب و اخبار ۲- برخورداری از تنوع مطالب و اخبار ۳- داشتن جامعیت در مطالب و اخبار ۴- ارتقاء سطح کیفی مطالب و اخبار ۵- ارتقاء سطح کمی مطالب و اخبار

این موارد در قالب طیف به خوانندگان عرضه شد نتایج نشان می‌دهد ۴۴/۳۸ درصد پاسخ‌دهندگان به میزان متوسط از مطبوعات محلی بوشهر رضایت داشته‌اند پس از آن ۳۱/۸۵ درصد به میزان کم و خیلی کم و ۲۲/۷ درصد پاسخگویان به میزان زیاد و خیلی زیاد از مطبوعات رضایت داشته‌اند. در نتیجه ۷۷/۲۷ درصد از مخاطبان به میزان متوسط و کمتر رضایت خود به مطبوعات را اعلام کرده‌اند.

جدول ۵. توزیع فراوانی بر حسب میزان رضایت از محتوای مطبوعات

درصد تجمعی	درصد معتبر	فراوانی		
۷/۶۷	۷/۶۷	۲۶	خیلی کم	میزان رضایت از محتوا
۳۱/۸۵	۲۴/۱۸	۸۲	کم	
۷۷/۲۷	۴۵/۴۲	۱۵۴	تا حدودی	
۹۷/۶۲	۲۰/۳۵	۶۹	زیاد	
۱۰۰	۲/۳۶	۸	خیلی زیاد	
	۱۰۰	۳۳۹	مجموع پاسخگویان	

۱.۱. رضایت از جنبه‌های فنی و چاپ

به نگرش و ارزیابی‌ای که خوانندگان از کیفیت چاپ و جنبه‌های ظاهری مطبوعات دارند، گفته می‌شود. برای تعیین و سنجش میزان رضایت مخاطبان از جلوه‌های ظاهری روزنامه‌نگاری از موارد ذیل استفاده شد.

- ۱- کیفیت چاپ ۲- رعایت قواعد نگارش ۳- قابل فهم بودن و پرهیز از پیچیده‌گویی ۴-
- پرهیز از اغلاط چاپی و املائی ۵- استفاده از تیر به طور مناسب ۶- استفاده از عکس به طور

مناسب ۷- کیفیت صفحه‌آرایی و گرافیک در صفحات نشریه ۸- تناسب حجم آگهی‌ها و اطلاعات با میزان اخبار و مطالب منتشر شده ۹- جذابیت ظاهری مطبوعات در مورد میزان رضایت بدست آمده از جنبه‌های فنی نیز ۳۹/۶ درصد به طور متوسط ۳۰/۲ درصد پاسخگویان به میزان زیاد و خیلی زیاد و تقریباً همین درصد به میزان کم و خیلی کم از جنبه‌های فنی مطبوعات محلی رضایت داشته‌اند.

جدول ۶. توزیع فراوانی بر حسب میزان رضایت از جنبه‌های فنی مطبوعات

درصد تجمعی	درصد معتبر	فراوانی		
۷/۸	۷/۸	۲۵	خیلی کم	متغیرها
۳۰/۲	۲۲/۴	۷۲	کم	
۶۹/۸	۳۹/۶	۱۲۷	تا حدودی	
۹۶/۳	۲۶/۵	۸۵	زیاد	
۱۰۰	۳/۷	۱۲	خیلی زیاد	
	۱۰۰	۳۲۱	مجموع پاسخگویان	
		۲۶	بدون پاسخ	
		۳۴۷	جمع	

نتیجه‌گیری

مطبوعات به عنوان یکی از ارکان مردم سالاری نقش مهمی در گردش آزادانه اطلاعات و رشد و پیشرفت جامعه دارند. مطبوعات محلی در جایی که مطبوعات سراسری عمدتاً در پایتخت منتشر می‌شوند و اخبار و اطلاعات در سطح کلان و سراسری را پوشش می‌دهند با توجه به رویدادهایی که در سطح محلی و منطقه‌ای روی می‌دهند و با شناختی که از تاریخ و فرهنگ هر منطقه دارند می‌توانند در توسعه و پیشرفت همه جانبه آنجا کمک شایانی نمایند. در این بررسی، میزان استفاده

و رضایت مخاطبان از مطبوعات محلی استان بوشهر به منظور ارائه راه کارهایی برای ارتقاء کیفی و کمی آنها مد نظر قرار گرفت.

- از آنجا که صاحب نظرات چهار کارکرد عمده را برای مطبوعات ذکر کرده‌اند برای سنجش کار عمده مطبوعات محلی استان بوشهر این موارد مورد پرسش قرار گرفت. بر اساس این نتایج کارکرد خبری و اطلاع‌رسانی از جمله اهداف اصلی مخاطبان در رجوع به مطبوعات محلی بوده است و اکثریت آنها دلیل اصلی مطالعه مطبوعات را اطلاع از اخبار و رویدادهای استان ذکر کرده‌اند. کارکردهای دیگر مانند نقش‌های آموزشی، جهت‌گیری سیاسی و اجتماعی و نقش‌های تفریحی و سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت کمتر مد نظر مخاطبان بوده است. بنابراین می‌توان گفت مطبوعات محلی استان در خصوص نقش‌های خبری موفق‌تر از دیگر زمینه‌ها عمل کرده‌اند. از این رو لازم است در دیگر زمینه‌ها نیز که از کارکردها و وظایف مطبوعات است فعالیت بیشتری صورت گیرد.

با نگاهی به وضعیت مطبوعات در کشور چه در سطح محلی و چه سراسری پی می‌بریم که اکثر امکانات برای چاپ و انتشار و کادر متخصص مطبوعات در پایتخت متمرکز است و مطبوعات محلی استانها با تنگناها و کمبودهای فراوانی روبرو هستند. از آنجا که برقراری ارتباط و جلب مخاطبان به مطبوعات نقش کلیدی در موفقیت مطبوعات دارد. و در این مطبوعات محلی از مزایای بالقوه زیادی برخوردار هستند بنابراین به منظور رشد و گسترش مطبوعات در کشور که یکی از پایه‌های توسعه و پیشرفت کشور هستند چاره‌ای جز حمایت از مطبوعات محلی و اتخاذ سیاست عدم تمرکز در عرصه فرهنگی نیست.

با توجه به نتایج تحقیق استفاده کنندگان مطبوعات محلی در زمینه ویژگی‌های طبقاتی بیشتر بومیان، سنین میان سال به بالا، تحصیلمکرده‌ها، شاغلان و مردان بوده‌اند که گویای این است که گروه‌های برخوردار و متوسط به بالا بیشتر مخاطبان مطبوعات بوده‌اند. در خصوص میزان زمان اختصاص داده به مطالعه در مقایسه مطبوعات محلی و سراسری، مراجعه و مطالعه مطبوعات سراسری بیشتر بوده که نشان دهنده جایگاه پایین‌تر مطبوعات محلی در نظام مطبوعاتی کشور است. همچنین نوع مطالب مورد استفاده مطبوعات محلی بیشتر سیاسی و ورزشی بوده و مطبوعات محلی کمتر به زمینه‌های دیگر پرداخته‌اند و در نتیجه مخاطبان کمتری را داشته‌اند. با وجودی که

نزدیکی به محل وقایع و آگاهی از زمینه های فرهنگی و اجتماعی استان از نقاط قوت مدیران و دستندرکاران مطبوعات است این موارد کمتر در جلب مخاطبان مورد توجه قرار گرفته است و لازم است اهتمام بیشتری در این خصوص شود. در زمینه کارکردها و انگیزه مخاطبان از مطبوعات در بین چهار رویکرد آگاهی از اخبار و رویدادها بیشتری هدف مخاطبان از مراجعه به مطبوعات محلی بوده که لازم است کارکردها و جهت گیریهای دیگر تقویت شود و مطبوعات صرفاً نقل و قول کننده اخبار و وقایع نباشند بلکه در تعمیق جهت گیری و افزایش معلومات و یادگیری مخاطبان نقش موثرتری ایفا کنند. در خصوص میزان رضایتمندی نیز باید گفت گرچه مطبوعات محلی استان از جنبه های فنی و ظاهری دچار ضعف، و کاستی های چشمگیری هستند اما این جنبه ها در مقایسه با ابعاد محتوایی مطبوعات اهمیت کمتری نزد مخاطبان داشته است و بنابراین برای مقبولیت و محبوبیت یک نشریه نزد مخاطبان توجه به نیازهای آنها و ارائه اخبار و مطالب بروز و متنوع ضروری تر است.

پیشنهادها

یکی دیگر از اهداف پژوهشی حاضر ارائه راه کارها و پیشنهادهایی برای ارتقاء سطح کیفی و کمی مطبوعات محلی استان بود. بدین منظور در پرسشنامه تحقیق از پاسخگویان خواسته شد سه مورد از پیشنهادها و راه کارها و انتقاداتی که برای بهبود و اصلاح وضعیت مطبوعات محلی به نظرشان می رسد مطرح کنند. در مجموع ۶۲۳ مورد پیشنهاد و انتقاد بیان شد. که همگی آنها در ۹ مقوله تقسیم بندی شدند. نتایج این نظر سنجی در جدول شماره ۳-۱ آورده شده است. نتایج حکایت از این دارد که ۱۰۵ مورد از پیشنهادات و انتقادات برابر ۱۶/۸ درصد از کل آنها مربوط به اصلاح ساختار و سازماندهی وضعیت مطبوعات محلی است. این پیشنهادات از نحوه توزیع نشریات، حمایت مالی گرفته تا نحوه اداره و مدیریت دفاتر مطبوعات و پشتیبانی های مالی و کارهای فرهنگی برای رواج فرهنگ روزنامه خوانی از نظر خوانندگان اهمیت زیادی برای موفقیت مطبوعات داشته اند.

پس از اصلاح ساختار و سازماندهی مطبوعات که دامنه گسترده ای را شامل می شود، به طور مشخص تر و معین تر استفاده از نیروهای متخصص و وارد به کار مطبوعات دارای بیشترین فراوانی

بوده است به گونه‌ای که ۹۵ مورد برابر ۱۵/۲ درصد از کل پیشنهادها را دربرمی‌گیرد. این موضوع نشان دهنده کمبودهایی است که مطبوعات محلی در برخورداری از دانش و تخصص روزنامه‌نگاری دارند. و از نظر مخاطبان نیز این نقیصه چشمگیر است و لازم است با برگزاری کلاسهای آموزشی در همه زمینه‌ها از خبرنگاری و گزارش‌نویسی گرفته تا گرافیک و تنظیم صفحات کادر متخصص لازم برای انجام کار مطبوعات تربیت شود، همچنین بهره‌گیری از تجارب روزنامه‌نگاران خبره کشور و برقراری ارتباط با آنها می‌تواند به انتقال دانش و مهارت آنها به روزنامه‌نگاران محلی استان کمک کند. پس از دو مقوله فوق پیشنهادهای با عناوین بهبود کیفیت چاپ و انتشار و شکل ظاهری مطبوعات با ۹۲ فراوانی و ۱۴/۷ درصد کل پیشنهادها، توجه به اوضاع استان و مشکلات مردم و تعداد ۷۸ پیشنهاد برابر ۱۲/۵ درصد، تنوع مطالب با ۶۵ پیشنهاد برابر ۱۰/۴ درصد کل پیشنهادها، بهبود کیفیت اخبار و مطالب ۶۳ پیشنهاد برابر ۱۰/۱ درصد، پرهیز از سیاسی کاری و جناح‌بازی ۶۰ مورد پیشنهاد برابر ۹/۶ درصد، پرداختن به گروه‌های اجتماعی ۳۷ پیشنهاد برابر ۶ درصد و فراگیر بودن مطالب و عدم تمرکز گرایی ۲۸ پیشنهاد برابر ۴/۴ درصد قرار دارد.

نکته‌ای دیگر که می‌توان ذکر کرد این است که علاوه بر استفاده از کادر متخصص که به تنهایی ۱۵/۲ درصد پیشنهادات را شامل می‌شده پرهیز از سیاسی کاری و جناح‌بازی نیز به طور مشخص تعداد قابل توجهی معادل ۹/۶ درصد کل پیشنهادها را دربرمی‌گیرد. بر این اساس از دیدگاه بسیاری از خوانندگان، مطبوعات محلی استان دچار سیاسی کاری و جناح‌بازی و درگیر دعوای مطبوعاتی هستند از این رو لازم است ضمن حفظ استقلال خود از جناح‌بندی‌های سیاسی و واقع‌نگری بیشتر به سمت تخصصی‌تر شدن و انجام وظایف حرفه‌ای و شغلی خود که همانا آگاه‌سازی و تنویر افکار عمومی و کمک به رشد و توسعه استان است پیش بروند.

همچنین با ادغام مورد ۳ یعنی فراگیر بودن مطالب و توجه به کلیه شهرها و مناطق استان و عدم توجه صرف به اتفاقات مرکز استان و مورد ۴ یعنی توجه به اوضاع استان و بیان مشکلات مردم می‌توان دریافت که این دو مقوله نزدیک به ۱۷ درصد پیشنهادها را دربرمی‌گیرند که در این صورت از دیدگاه مخاطبان دارای اولویت اول برای بیان مطالب و اخبار توسط مطبوعات محلی هستند. این موضوع گویای این مطلب است که از دیدگاه مخاطبان نیز یکی از اهداف و رسالت‌های

اصولی مطبوعات محلی توجه به وقایع و اتفاقات منطقه و محل مورد انتشار است و اینگونه اخبار و مطالب برای آنها جذابیت و اهمیت بیشتری دارد تا اخبار و مطالبی که در سطح سراسری و ملی روی می‌دهد. زیرا از طرفی اخبار و مطالب در سطح ملی خود بوسیله مطبوعات سراسری و رسانه‌های ملی به خوبی پوشش داده می‌شود بیشتر در حوزه‌های محلی و منطقه‌ای است که لازم است مطبوعات محلی بیشتر فعالیت داشته باشند و پوشش خبری مناسب را ایجاد کنند.

از دیگر نکاتی که در بررسی نظر خوانندگان و مطالعه وضعیت مطالب نشریات می‌توان به آن پی‌برد کمبودهایی است که این مطبوعات در پر کردن اوقات فراغت و سرگرمی مخاطبان دارند. از دیدگاه بسیاری از مخاطبان مطبوعات محلی استان کمتر به این زمینه‌ها توجه کرده‌اند و مطالب آنها از تنوع لازم برخوردار نیست، استفاده از طنز، کاریکاتور، استفاده از لهجه‌های محلی، توجه و بیان مطالب و داستانهای محلی، ضرب‌المثل‌ها و ادبیات فلکوریک هر منطقه، معرفی مشاهیر و نخبگان محل، برگذاری مسابقه، داشتن جدول و ... می‌تواند موجب تنوع بخشیدن به مطالب مطبوعات محلی و جذب مخاطب شود. از دیگر اقداماتی که نشریات محلی می‌توانند برای ارتباط مؤثرتر و بهتر با مخاطبان انجام دهند و شمار خوانندگان خود را افزایش دهند و شناخت مخاطبان و نیازهای آنان است. معمولاً نشریات محلی استان همانند بسیاری از مطبوعات که در سطح سراسری نیز پخش و انتشار می‌یابند همه‌اشار و گروه‌های جامعه را مخاطب خود فرض می‌کنند و زمینه و پایگاه اجتماعی و اقتصادی معینی برای خود تعریف نمی‌کنند این موضوع موجب می‌شود که ارتباط بین مخاطب و رسانه تضعیف شده و مطبوعات برخی مطالب مورد نیاز مخاطبان را به طریق صحیحی انعکاس ندهند. لذا لازم است دست‌اندرکاران و مدیران مطبوعات محلی در این زمینه کار بیشتری صورت دهند و به گونه‌ای به سمت روزنامه‌نگاری تخصصی پیش روند. برای مثال یکی از اقداماتی که مطبوعات محلی می‌توانند انجام دهند انجام نظرسنجی مطبوعاتی از مخاطبان است. حداقل یک پرسشنامه یک صفحه‌ای که حاوی برخی سؤالات برای شناخت نوع مخاطب و سلیقه آنها است می‌توان در نشریه قرار داده و توزیع نمود. پرداختن به گروه‌های اجتماعی و توجه به نیازهای مخاطبان گام مؤثری در ارتقاء سطح مطبوعات محلی و ایجاد روزنامه‌نگاری تخصصی است. این مقوله خود یکی از مواردی است که مورد توجه و تأکید مخاطبان بوده است.

منابع:

- ادیب هاشمی، فرید (۱۳۷۲) «اعتبار منبع: منبع چیست، اعتبار منبع کدام است؟» رسانه شماره ۴، زمستان ۱۳۷۲
- آلبر، پیرو (۱۳۶۸) مطبوعات، ترجمه فضل الله جلوه، تهران: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
- پروهان، مرضیه (۱۳۸۱) «تحلیل محتوای روزنامه ها و هفته نامه های محلی» تهران مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، شهریور ۱۳۸۱
- زارع، بیژن (۱۳۸۶) بررسی ویژگیهای نیروی انسانی و امکانات مالی و فنی نشریه های محلی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
- محسن، منوچهر (۱۳۷۶) «بررسی رابطه میان مطالعه مطبوعات و عوامل اجتماعی و اقتصادی» مجموعه مقالات دومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران، جلد دوم، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، تابستان ۷۷.
- محمدی، کریم (۱۳۷۶) مطبوعات ایران از نگاه آمار، فصلنامه رسانه، سال هشتم، شماره دوم.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۵۶) روش تحقیق در محتوای مطبوعات، تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.
- مک کوئیل، دنیس (۱۳۸۵) درآمدی بر نظریه های ارتباط جمعی، ترجمه پرویز اجلاسی، تهران: مرکز مطالعات و توسعه رسانه ها.
- مطبوعات در یک نگاه (فهرست و آمار مطبوعات تا پایان سال ۱۳۸۴)، تهران: انتشارات اداره کل مطبوعات داخلی.
- Bryant, Jennings – Zillmann, Dolf (1986) "Perspectives on Media Effects", Hillsdale, Nj, Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Mcdonald, Daniel – Glynn, Colf (1984) "The Stability of Media Gratifications" Journalism Quarterly, Vol.61, Autumn 1984
- Mcquail, Denis-Windahl.Sven (1990) "Communication Models, for the Study of Mass Communication, Longman