

نظرسنجی از بازدیدکنندگان چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌ها

نوشته

نظام بهرامی‌کمیل

چکیده

این گزارش به‌طور خلاصه به ابعاد روش‌شناختی و مهم‌ترین یافته‌های «طرح نظرسنجی از بازدیدکنندگان چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌ها» پرداخته است. هدف از انجام این نظرسنجی، جمع‌آوری و طبقه‌بندی نظر پاسخگویان دربارهٔ چگونگی برگزاری نمایشگاه است. بدیهی است که برای هر چه بهتر برگزار شدن نمایشگاه‌ها، آگاهی از نظر مخاطبان امری ضروری است. به همین دلیل ۸۸۵ نفر از بازدیدکنندگان به‌طور تصادفی انتخاب شده‌اند تا با تکمیل پرسشنامه طرح نظرسنجی؛ بتوان از ابعاد مختلف نمایشگاه شناخت کامل‌تری کسب کرد. نتایج نشان می‌دهد که اکثر بازدیدکنندگان با مستقل برگزار شدن نمایشگاه موضوعات و خبرگزاری‌ها موافق بوده‌اند، اما دربارهٔ کیفیت و محتوای نمایشگاه به ضعف‌هایی اشاره کرده‌اند.

کلیدواژه: نظرسنجی، بازدیدکنندگان، نمایشگاه مطبوعات، خبرگزاری‌ها

مقدمه

چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات فرصت دیگری بود تا اصحاب مطبوعات و خبرگزاری‌ها و مخاطبان آنها بتوانند به تعامل جدی و رودررو با یکدیگر بپردازند. این نمایشگاه با هدف مهیا کردن زمینه‌های رشد و توسعهٔ مطبوعات و خصوصاً به‌منظور انتقال و تبادل دانش و اطلاعات بین علاقه‌مندان این حوزه امسال مستقل از نمایشگاه کتاب و در زمان و مکانی متفاوت با آن، از تاریخ ۱۶ تا ۲۲ آبان ماه ۱۳۸۶ در سالن حجاب تهران برگزار شد.

معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به منظور شناسایی دیدگاه‌ها و نظرات مخاطبان این نمایشگاه «طرح نظرسنجی از بازدیدکنندگان چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌ها» را اجرا نموده است. به اعتقاد مسئولان برگزارکننده نمایشگاه، آگاهی و شناخت از بازخورد اقدامات انجام شده می‌تواند این معاونت را در اجرای

هر چه بهتر دوره‌های بعدی یاری نماید. تنها با شناخت وضع موجود است که می‌توان برای نزدیک شدن به وضع مطلوب برنامه‌ریزی کرد. از طرف دیگر یکی از مهم‌ترین و معتبرترین ابزارهای شناخت وضع موجود، انجام نظرخواهی از مخاطبان است. بدیهی است که بازدیدکنندگان نمایشگاه یکی از موثق‌ترین منابعی هستند که می‌توان با استناد به نظر آنان علاوه بر شناخت وضع موجود، میزان موفقیت نمایشگاه را نیز ارزیابی کرد.

این نظرسنجی درصدد پاسخگویی به این پرسش‌هاست: بازدیدکنندگان چه انتظاراتی از جشنواره دارند؟ میزان مشارکت بازدیدکنندگان چگونه است؟ مطبوعات و خبرگزاری‌ها تا چه میزان پاسخگوی انتظارات بازدیدکنندگان‌اند؟ آیا بازدیدکنندگان از زمان و مکان نمایشگاه راضی‌اند؟ آیا بازدیدکنندگان از مستقل برگزار شدن نمایشگاه مطبوعات راضی‌اند؟

روش‌شناسی

طرح مسئله و ضرورت تحقیق

نمایشگاه مطبوعات چهارده سالی است که به‌طور مرتب و به‌همت معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برگزار می‌شود. این نمایشگاه هزینه‌هایی را بر دستگاه‌های دولتی، صاحبان رسانه‌ها و بازدیدکنندگان متحمل می‌سازد. مسئله این است که چگونه می‌توان با صرف کمترین هزینه و منابع مالی و انسانی، بیشترین خدمت‌رسانی ممکن را به مخاطبان نمایشگاه ارائه کرد. چگونه می‌توان با امکانات موجود زمینه رضایت بیشتر مخاطبان را فراهم کرد.

بدیهی است که یکی از ضروری‌ترین اقدامات برای نیل به این مقصود، طرح و اجرای نظرسنجی‌هاست. نظرسنجی‌هایی که براساس روش‌های علمی اجرا شوند، می‌توانند ضعف‌ها و کاستی‌ها را برای مسئولان آشکار سازند.

علاوه بر این با ثبت و ضبط عملکرد مسئولین در دوره‌های مختلف، امکان مقایسه و ارزیابی تطبیقی آنها فراهم می‌شود. این کار مشوق و محرکی است که خدمتگزاران را برای تلاش هرچه بیشتر ترغیب می‌کند. ضرورت دیگر انجام چنین تحقیقاتی، انباشت دانش و تجربه است که دست‌اندرکاران با استفاده از تجربیات دوره‌های گذشته هر روز بهتر از روز گذشته عمل کنند. لازم به ذکر است که در این دوره برای اولین بار نمایشگاه مطبوعات به‌طور مستقل و جدا از نمایشگاه کتاب برگزار شد. آگاهی و شناخت از بازخوردهای چنین اقدامی ضرورت اجرای دقیق‌تر نظرسنجی را می‌افزاید.

هدف

هدف این نظرسنجی شناسایی، جمع‌آوری و طبقه‌بندی نظر و انتظارات بازدیدکنندگان چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌ها از نمایشگاه است. بدیهی است که

بدون مراجعه به بازدیدکنندگان نمایشگاه نمی‌توان صحبت از «تکریم ارباب رجوع» و «افزایش بهره‌وری» کرد. از طرف دیگر برای اطمینان از راهکارهای پیشنهادی و برای تدوین برنامه‌های اصلاحی باید افق گسترده‌تری را ترسیم کرد و دید همه‌جانبه‌ای به امور داشت. یکی از وسایل رسیدن به چنین جایگاهی، شناخت علمی و روشمند نظر بازدیدکنندگان نمایشگاه است. یکی دیگر از اهداف این نظرسنجی، آگاهی مدیران از نظرات بازدیدکنندگان چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات درباره انتظارات آنها از برگزاری نمایشگاه است.

جامعه آماری و نمونه

جامعه آماری، شامل تمام بازدیدکنندگانی است که از تاریخ ۱۶ تا ۲۲ آبان ماه دست‌کم از یکی از سالن‌های چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات و خیرگزاری‌ها بازدید کرده‌اند. برای این گروه روش نمونه‌گیری، تصادفی سیستماتیک بود و پرسشگران با حضور در درهای خروجی سالن‌های مطبوعات به‌طور منظم و در هر ده دقیقه یک بار به تکمیل پرسشنامه پرداخته‌اند. با این روش نمونه‌گیری، تعداد ۸۸۵ پرسشنامه تکمیل و اطلاعات آنها استخراج شد.

روش جمع‌آوری اطلاعات

در این پیمایش از ابزار پرسشنامه به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. پرسشنامه‌ها توسط پرسشگران و به شکل مصاحبه‌های رودررو تکمیل و داده‌ها پس از ورود در بسته نرم‌افزاری SPSS، پردازش شده است.

ویژگی‌های فردی بازدیدکنندگان

از میان مجموع بازدیدکنندگانی که به عنوان نمونه از آنها نظرسنجی به عمل آمده است، ۳۴۲ نفر برابر با ۳۸/۶ درصد زن و بقیه، یعنی ۵۴۳ نفر برابر با ۶۱/۴ درصد مرد بوده‌اند. از مجموع بازدیدکنندگان، ۴۸/۸ درصد در رده سنی ۲۱ تا ۳۰ سال و ۲۱/۴ درصد در رده سنی ۳۱ تا ۴۰ سال قرار داشته‌اند. ۱۵/۶ درصد از افراد زیر ۲۱ سال و ۸/۳ درصد بالای ۴۰ سال سن داشته‌اند. براساس این نظرسنجی، بیشترین فراوانی بازدیدکنندگان از لحاظ سواد، لیسانس برابر با ۴۸/۵ درصد بوده است. فوق‌دیپلم با ۱۳/۹ درصد و دیپلم با ۲۰/۳ درصد، فوق‌لیسانس با ۱۱/۴ درصد در رده‌های بعدی قرار دارند. در مجموع ۲/۹ درصد از بازدیدکنندگانی که مورد پرسش قرار گرفته‌اند، دارای مدرک تحصیلی دکترا بوده‌اند. همچنین توزیع فراوانی رشته تحصیلی پاسخگویان حاکی است که ۴۳/۲ درصد در رشته‌های علوم انسانی، ۱۷/۵ درصد رشته‌های فنی و مهندسی، ۴/۵ درصد علوم پایه، ۶/۲ درصد هنر و معماری و ۵/۳ درصد در رشته‌های علوم پزشکی تحصیل کرده بودند. بقیه افراد کسانی هستند که دارای تحصیلات کمتر از دیپلم بوده‌اند.

از نظر شغلی بیشتر بازدیدکنندگان به ترتیب کارمند، محصل و دانشجو و دارای مشاغل

مطبوعاتی بوده‌اند. مطابق این نظرسنجی ۲۸ درصد از بازدیدکنندگان کارمند، ۱/۲۴ درصد دانشجو، ۱۶/۳ درصد دارای مشاغل مطبوعاتی و خبری، ۹/۸ درصد مشاغل آزاد، ۵/۵ درصد دبیر و استاد دانشگاه و بقیه از مشاغل دیگر و افراد فاقد شغل بوده‌اند.

محل سکونت

ترکیب جمعیتی بازدیدکنندگان چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌ها کاملاً قابل توجه و معنادار است. مطابق این نظرسنجی ۸۳/۵ درصد بازدیدکنندگان از تهران، و ۱۶/۴ درصد از دیگر استان‌های کشور بوده‌اند. ترکیب جمعیتی ساکنان تهران نیز درخور توجه است. ترکیب منطقه سکونت تهرانی‌هایی که به نمایشگاه مطبوعات آمده‌اند حاکی از آن است که تفاوت رفتاری زیادی در بین مناطق تهران در این زمینه وجود دارد. مطابق این نظرسنجی، از مجموع ساکنان تهران، ۱۴/۲ درصد از منطقه ۲ (شهرک غرب)، ۱۱/۴ درصد از منطقه ۵ (صادقیه)، ۹/۶ درصد از منطقه ۶ (فاطمی)، ۹/۶ درصد از منطقه ۷ (سهروردی) و ۶/۹ درصد از منطقه ۳ (پاسداران) بوده‌اند. در ضمن ۷ درصد از بازدیدکنندگان ساکن کرج بوده‌اند (نک: جدول ۱ و ۲).

زمان و مکان نمایشگاه

درخصوص زمان برگزاری نمایشگاه مطبوعات، ۷۱ درصد پاسخگویان آبان ماه را مناسب‌ترین زمان برگزاری نمایشگاه ذکر کرده‌اند. ۱۶ درصد از پاسخگویان زمان فعلی را نامناسب و ۲/۶ درصد نظر بینابینی داشته‌اند. از طرف دیگر بیش از ۶۳ درصد از بازدیدکنندگان مدت زمان برگزاری نمایشگاه در هفت روز را مناسب تشخیص داده‌اند. حدود ۳۴ درصد از بازدیدکنندگان مدت زمان فعلی (هفت روز) را کم و ۱/۶ درصد نیز این مدت را زیاد ارزیابی کرده‌اند. از لحاظ مکانی، ۶۴ درصد سالن حجاب را برای برگزاری نمایشگاه مطبوعات مناسب و بسیار مناسب و ۱۳/۳ درصد آن را متوسط ارزیابی کرده‌اند. ۲۲/۷ درصد پاسخگویان محل مذکور را نامناسب و کاملاً نامناسب دانسته‌اند.

مشارکت در فعالیتهای مطبوعاتی

در مجموع ۳۷ درصد از بازدیدکنندگان چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات که مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند، اظهار داشته‌اند، به نوعی در فعالیتهای مطبوعاتی و خبری مشارکت دارند. از این تعداد ۹/۵ درصد برابر با ۶۰ نفر هیئت تحریریه نشریات بوده‌اند. در مجموع ۳۰/۸ درصد با ارسال یادداشت، نامه و تماس تلفنی با مطبوعات و خبرگزاری‌ها ارتباط داشته‌اند. ۱۴/۶ درصد خبرنگار، ۸/۴ درصد عکاس و گرافیک، ۲/۹ درصد عضو روابط عمومی، و ۶ درصد در سایر فعالیتهای مطبوعاتی مشارکت داشته‌اند.

تأثیر نمایشگاه

بیشتر بازدیدکنندگان چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات اظهار داشته‌اند. برگزاری نمایشگاه مطبوعات برای معرفی مطبوعات به مخاطبان ضروری است. ۵۳/۶ درصد از پاسخگویان تأثیر نمایشگاه مطبوعات در معرفی مطبوعات به مخاطبان را زیاد و بسیار زیاد و ۳۱/۷ درصد آن را متوسط دانسته‌اند. در مجموع ۱۴/۶ درصد این تأثیر را کم و بسیار کم دانسته‌اند (نک: جدول ۳).

وضعیت اطلاع‌رسانی و کیفیت نشریات

در مجموع ۴۱/۸ درصد از بازدیدکنندگان وضعیت اطلاع‌رسانی چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات را خوب و بسیار خوب و ۲۸ درصد متوسط ارزیابی کرده‌اند. ۳۰ درصد از پاسخگویان وضعیت اطلاع‌رسانی را بد و بسیار بد دانسته‌اند.

۳۳ درصد از پاسخگویان چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات و خبرگزاری‌ها، کیفیت نشریات ارائه شده را خوب و بسیار خوب ارزیابی کرده‌اند. ۲۶/۶ درصد کیفیت نشریات را متوسط، و ۴۰ درصد از بازدیدکنندگان کیفیت نشریات ارائه شده را بد و بسیار بد دانسته‌اند.

برنامه‌های جانبی

برنامه‌های جانبی چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات یکی دیگر از مواردی است که از پاسخگویان پرسیده شده است. ۴۰ درصد از پاسخگویان برنامه‌های جانبی را خوب و بسیار خوب و ۴۲ درصد متوسط ارزیابی کرده‌اند. در مجموع ۸ درصد برنامه‌های جانبی را ضعیف و خیلی ضعیف دانسته‌اند.

نحوه برخورد غرفه‌داران و کیفیت برگزاری نمایشگاه

از لحاظ نحوه برخورد مسئولان غرفه‌ها، ۸۶/۶ درصد پاسخگویان برخورد مسئولان غرفه‌ها را خوب و بسیار خوب ارزیابی کرده‌اند. ۱۱/۵ درصد از پاسخگویان برخورد مسئولان را متوسط و ۲ درصد بد دانسته‌اند.

در مجموع ۳۹/۱ درصد از پاسخگویان اظهار داشته‌اند که کیفیت برگزاری چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات نسبت به سال گذشته بهتر و بسیار بهتر و ۲۴/۳ درصد معتقدند فرقی نکرده است. ۳۶/۶ درصد از پاسخگویان کیفیت چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات را بدتر و بسیار بدتر ارزیابی کرده‌اند.

از مجموع بازدیدکنندگان که مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند. حدود ۶۵ درصد سابقه حضور در نمایشگاه مطبوعات طی سال‌های گذشته را داشته و ۳۵ درصد برای اولین بار از نمایشگاه مطبوعات بازدید کرده‌اند (نک: جدول ۴).

بخش‌های مورد توجه بازدیدکنندگان

به‌طور خلاصه حضور مجلات و نمایشگاه عکس، جالب‌ترین بخش چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات بوده است. ۲۸/۹ درصد از پاسخگویان مجلات، ۱۶/۴ درصد نمایشگاه عکس، ۱۲/۸ درصد خبرگزاری‌ها، ۹ درصد روزنامه‌ها و ۶/۲ درصد مجلات ورزشی را جالب‌ترین بخش این نمایشگاه دانسته‌اند (نک: جدول ۵).

بهترین غرفه‌ها از نظر بازدیدکنندگان چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات به شرح زیر بوده است. از میان روزنامه‌ها همشهری، ایران، اطلاعات و کیهان؛ از میان خبرگزاری‌ها، ایسنا و ایرنا؛ از میان نشریات ورزشی، خبر ورزشی؛ در گروه نشریات خانوادگی، موفقیت، خانه و خانواده؛ در گروه نشریات فرهنگی، سپیده دانایی، در گروه نشریات کودک و نوجوان، اخبار کودکان؛ از میان سایر شرکت‌کنندگان، رادیو جوان، و گل آقا بیش از دیگران مورد توجه بازدیدکنندگان قرار گرفته‌اند.

پیشنهاد‌های بازدیدکنندگان

بازدیدکنندگان چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات، پیشنهاد‌های متنوع و گوناگونی درباره برگزاری نمایشگاه مطبوعات داشته‌اند. برخی درباره محتوای برگزاری نمایشگاه، برخی دیگر درباره برنامه‌های جانبی، بعضی نیز در محل برگزاری نمایشگاه و عده‌ای درباره خدمات و نحوه اطلاع‌رسانی پیشنهاد‌هایی کرده‌اند. در مجموع ۲۲/۵ درصد پیشنهاد کرده‌اند اطلاع‌رسانی نمایشگاه بهتر شود. ۱۳ درصد پیشنهاد کرده‌اند نمایشگاه مطبوعات با نمایشگاه کتاب برگزار شود. ۱۲ درصد خواستار مکان بهتری برای نمایشگاه بوده‌اند و حدود ۱۰ درصد خواستار افزایش برنامه‌های جدید و جذاب در نمایشگاه مطبوعات بودند (نک: جدول ۶).

۲۳۲

کتابخانه / سال هجدهم / شماره ۳

جدول ۱ نظر بازدیدکنندگان درباره مکان نمایشگاه (سالن حجاب)

ردیف	ارزش گوینده	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	بسیار مناسب	۱۱۷	۱۳/۲	۱۳/۲
۲	مناسب	۴۴۹	۵۰/۷	۶۳/۹
۳	متوسط	۱۱۸	۱۳/۳	۷۷/۲
۴	نامناسب	۱۲۳	۱۳/۹	۹۱/۱
۵	بسیار نامناسب	۷۸	۸/۸	۱۰۰
	جمع کل	۸۸۵	۱۰۰	

جدول ۲ توزیع فراوانی بازدیدکنندگان تهرانی براساس منطقه سکونت شهری

ردیف	منطقه شهری	فراوانی	درصد	ردیف	منطقه شهری	فراوانی	درصد
۱	منطقه یک	۴۰	۵/۴	۱۴	منطقه چهارده	۱۵	۲
۲	منطقه دو	۱۰۵	۱۴/۲	۱۵	منطقه پانزده	۱۳	۱/۸
۳	منطقه سه	۵۱	۶/۹	۱۶	منطقه شانزده	۹	۱/۲
۴	منطقه چهار	۴۱	۵/۵	۱۷	منطقه هفده	۹	۱/۲
۵	منطقه پنج	۸۴	۱۱/۴	۱۸	منطقه هجده	۱۴	۱/۹
۶	منطقه شش	۷۱	۹/۶	۱۹	منطقه نوزده	۶	۱
۷	منطقه هفت	۷۰	۹/۶	۲۰	منطقه بیست	۵	۰/۸
۸	منطقه هشت	۱۶	۲/۲	۲۱	منطقه بیست و یک	۲	۰/۳
۹	منطقه نه	۲۳	۳/۱	۲۲	منطقه بیست و دو	۵	۰/۸
۱۰	منطقه ده	۳۲	۴/۳	۲۳	کرج	۵۰	۷
۱۱	منطقه یازده	۲۸	۳/۸	۲۴	ورامین	۴	۰/۳
۱۲	منطقه دوازده	۱۲	۱/۵	۲۵	اسلامشهر	۵	۰/۸
۱۳	منطقه سیزده	۲۵	۳/۴	۲۶	شهریار	۴	۰/۳
جمع کل				۷۳۹	۱۰۰		

جدول ۳ نظر پاسخگویان در مورد میزان تأثیر نمایشگاه در معرفی مطبوعات به مخاطبان

ردیف	ارزش گویه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
۱	بسیار زیاد	۱۹۴	۲۱/۹	۲۲	۲۲
۲	زیاد	۲۷۹	۳۱/۵	۳۱/۶	۵۳/۶
۳	متوسط	۲۸۰	۳۱/۶	۳۱/۷	۸۵/۴
۴	کم	۷۳	۸/۲	۸/۳	۹۳/۷
۵	بسیار کم	۵۶	۶/۳	۶/۳	۱۰۰
۶	جمع	۸۸۲	۹۹/۷	۱۰۰	
۷	بی پاسخ	۳	۰/۳		
جمع کل		۸۸۵	۱۰۰		

**جدول ۴ توزیع فراوانی سابقه حضور بازدیدکنندگان
در نمایشگاه سال قبل**

درصد	فراوانی	ارزش گوینه	ردیف
۶۴/۵	۵۷۱	بلی	۱
۳۵/۵	۳۱۴	خیر	۲
۱۰۰	۸۸۵		جمع کل

**جدول ۵ نظر بازدیدکنندگان در مورد جالبترین بخش‌های
چهاردهمین نمایشگاه مطبوعات**

درصد	فراوانی	جالبترین بخش نمایشگاه مطبوعات	ردیف
۲۸/۹	۹۷	مجلات به‌طور کلی	۱
۱۶/۴	۵۵	نمایشگاه عکس	۲
۱۲/۸	۴۳	خبرگزاری‌ها	۳
۸/۹	۳۰	روزنامه‌ها	۴
۶/۲	۲۱	مجلات ورزشی	۵
۶	۲۰	مجلات ادبی و هنری	۶
۵/۳	۱۸	مجلات سینمایی	۷
۵	۱۷	نشریات خارجی	۸
۱۰/۴	۳۵	سایر	۹
۱۰۰	۳۳۶		جمع کل

جدول ۶ مهم‌ترین پیشنهادها از دیدگاه بازدیدکنندگان

درصد	فراوانی	پیشنهادها	ردیف
۲۲/۵	۱۱۱	اطلاع‌رسانی بهتر شود	۱
۱۳	۶۴	با نمایشگاه کتاب برگزار شود	۲
۱۲/۳	۶۱	مکان بهتری برای نمایشگاه در نظر گرفته شود	۳
۱۰/۵	۵۲	برنامه‌های جدید و جذاب به نمایشگاه اضافه شود	۴
۱۰/۱	۵۰	تعداد مجلات و نشریات کم شده است	۵
۹/۵	۴۷	غرفه بندی و فضای نمایشگاه بهتر شود	۶
۶/۲	۳۱	زمان نمایشگاه کم است	۷
۶/۲	۲۷	جدایی نمایشگاه مطبوعات و کتاب تصمیم مناسبی است	۸
۳	۱۵	بی‌نظمی و پراکندگی نشریات به خصوص ورزشی‌ها	۹
۳	۱۵	توقیف و سانسور متوقف شود	۱۰
۴/۲	۲۱	سایر	۱۱
۱۰۰	۴۹۴		جمع کل