

نظر سنجی از بخش‌های خبری در ۲۷ شهر

● فریبا احمدیان و ماریا بختیاری

پژوهشگران مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای

- مردان (۵۷٪) بیشتر از زنان (۵۱٪) و از نظر سنی، مسن‌ترها بیشتر (۶۱٪) از نوجوانان (۴۹٪) به خیرها توجه دارند. از نظر تحصیلی افراد بی‌سواد و یا با تحصیلات ابتدایی، کمتر (۵۲٪) از سایرین اخبار را از رادیو سراسری صداگوش کرده‌اند.

- زنان (۲۶٪) بیشتر از مردان (۱۸٪) اخبار را از شبکه استانی و یا محلی گوش می‌دهند. از نظر سنی، مسن‌ترها (۳۶٪) بیشتر از دیگران و از نظر تحصیلی، بی‌سوادها و افراد با تحصیلات ابتدایی (۳۶٪) بیشتر، اخبار را از شبکه استانی و یا محلی گوش کرده‌اند.

- در شهرهای مورد بررسی، افراد در شهرهای شهرکرد (۷۹٪) و خرم‌آباد (۷۸٪) بیشتر، اخبار را از رادیو سراسری گوش کرده‌اند، در حالی که افراد در شهرهای زنجان (۲۶٪) و تهران (۲۹٪) کمتر، اخبار را از این شبکه دنبال کرده‌اند.

- اخبار ساعت ۸ و ۹ صبح و همچنین ۱۴، ۱۶ تا ۱۷، بیشتر از ساعت‌های دیگر خبر شنونده داشته‌اند.

- ۴۰٪ در حد «خیلی زیاد»، ۴۷٪ در حد «زیاد» و ۱۳٪ در حد «کم و خیلی کم» به اخبار داخلی توجه دارند.

- ۱۹٪ در حد «خیلی زیاد»، ۳۷٪ در حد «زیاد» و ۴۴٪ در حد «کم و خیلی کم» به اخبار خارجی رادیو توجه دارند.

- افراد در شهرهای ایلام، ارومیه و خرم‌آباد بیشتر و در شهر مشهد کمتر در حد «خیلی زیاد» اخبار داخلی رادیو را پی می‌گیرند.

- افراد در شهر اصفهان بیشتر و در شهر قزوین کمتر در حد «خیلی زیاد» و زیاد» به اخبار خارجی توجه دارند.

- شنونده‌های اخبار رادیو بیشتر و در حد «خیلی زیاد و زیاد» به موضوع‌های پزشکی و بهداشتی (۷۲٪)، اجتماعی (۷۰٪)، علمی (۶۸٪)، فرهنگی (۶۵٪) و اقتصادی (۶۴٪) توجه می‌کنند.

- ۸۲٪ از شنونده‌های اخبار رادیو به صحت اخبار رادیو معتقد بوده‌اند، در حالی که تنها ۱۸٪ باقی‌مانده مخالف این عقیده بوده‌اند.

- ۹۴٪ از شنونده‌های اخبار رادیو، شروع خبر با صلوات بر محمد(ص) و آل محمد را «کاملاً» و «تأحدی» مناسب دانسته‌اند.

- نحوه پخش خبر از نظر ۸۶٪ از شنونده‌ها، «کاملاً» و «تأحدی» رضایت بخش بوده و به نظر همین میزان افراد، گوینده‌های خبر رادیو از تخصص لازم برخوردارند.

- ۸۶٪ از شنونده‌ها تفسیرها و تحلیل‌های خبری رادیو، «کاملاً» و «تأحدی» موافق با جمله «مردم به تفسیرهای خبری اعتماد دارند»، بوده‌اند و به نظر ۸۷٪، تفسیرها و تحلیل‌های خبری به وسیله افراد متخصص تهیه می‌شود.

رسانه‌های گروهی از مهم‌ترین ابزارهای پیام‌رسانی در دنیا هستند. ظهور و گسترش فناوری‌های جدید ارتباطی از جمله ماهواره، اینترنت و شبکه‌های مختلف تلویزیونی، در مقابل رسانه‌های مکتوب، همواره انسان‌ها را هدف بمباران پیام‌های خود قرار می‌دهند.

در این میان، رادیو و تلویزیون به عنوان رسانه‌هایی قدرتمند از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند. در کشور ما به دلیل کثرت نوجوانان و جوانان، رسانه‌های گروهی باید خیلی دقیق‌تر و حساس‌تر عمل کنند؛ به گونه‌ای که با پخش برنامه‌های مناسب و متنوع، هم موجبات تفریح، سرگرمی و آموزش جوانان را فراهم کنند و هم در مقابل تهاجم فرهنگی بایستند.

سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران برای پاسخ به نیازهای اطلاعاتی و خبری مخاطبان خود، اقدامات زیادی انجام داده است؛ از جمله پخش اخبار در بخش‌ها و شبکه‌های مختلف رادیویی که مورد توجه شنونده‌ها قرار گرفته است.

به همین منظور، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما طرح نظرخواهی از بخش‌های خبری را از تعداد ۱۲۲۷۲ نفر از افراد ۱۵ سال و بالاتر ساکن در ۲۷ شهر (اراک، اردبیل، ارومیه، اصفهان، اهواز، ایلام، بندرعباس، بوشهر، تهران، خرم‌آباد، رشت، زاهدان، زنجان، ساری، سمنان، سنندج، شهرکرد، شیراز، قزوین، قم، کرمان، کرمانشاه، گرگان، مشهد، همدان، یاسوج و یزد) انجام داده است که نتایج به دست آمده به شرح زیر می‌باشد:

- ۲۷٪ از کل افراد مورد بررسی معمولاً اخبار صدای جمهوری اسلامی را گوش می‌دهند که سهم مردان بیشتر از زنان بوده است. از نظر سنی با بالا رفتن سن افراد، بر میزان توجه به اخبار افزوده می‌شود، به طوری که نوجوانان کمتر (۱۸٪) و مسن‌ترها بیشتر (۳۳٪) اخبار رادیو را گوش می‌دهند.

- از نظر تحصیلی نیز بین این متغیر و میزان گوش کردن اخبار رادیو رابطه معکوسی وجود دارد، به طوری که افراد بی‌سواد و با تحصیلات ابتدایی، کمتر (۲۴٪) و افراد با تحصیلات عالی، بیشتر (۳۱٪) به اخبار گوش می‌دهند.

- در شهرهای مورد بررسی، افراد در شهرهای شهرکرد (۴۸٪) و مشهد (۴۶٪) بیشتر و در شهرهای بندرعباس (۱۵٪)، ایلام و اهواز (هر کدام ۱۶٪) کمتر به اخبار رادیو گوش می‌دهند.

- ۵۵٪ از افراد شنونده اخبار رادیو شنونده اخبار از رادیو سراسری بوده‌اند و ۲۱٪ اخبار شبکه استانی و محلی را گوش می‌دهند و ۱۱٪ اخبار رادیو پیام ۵٪ هم اخبار رادیو جوان و ۳٪ هم اخبار رادیو ورزش را گوش می‌دهند.