



مقدمه:

بهره‌مندی شهروندان تهرانی از مطبوعات، تحقیق نسبتاً جامعی است، برای شناخت خوانندگان مطبوعات، ویژگیهای فردی و اجتماعی آنان، انگیزه‌های مطالعه و نوع و میزان مطالبی که می‌خوانند و علل عدم مطالعه و میزان اعتماد خوانندگان به مطبوعات، که در نیمه دوم سال ۱۳۶۸ صورت پذیرفته است. این تحقیق، در مقدمه خود نگاهی دارد به اهمیت وسایل ارتباط جمعی در زندگی بشر، اهمیت مطبوعات در مقایسه با سایر وسایل ارتباط جمعی و تاریخچه فشرده وقایع مربوط به مطبوعات در ایران؛ و پس از آن، در دو فصل مستقل به «مراحل تحقیق» و «نتایج استخراج شده» می‌پردازد.

مجری این طرح، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها بوده، و مسئولیت آن را مهران سهراب‌زاده به عهده داشته، که در مراحل مختلف طرح، از همکاری عباس عبدی بهره برده است. نویسنده لازم می‌داند که در اینجا از آقایان حمید عبداللهیان و کهزاد بابادی و خانم مرجانه سیفی و کلیه پرسنگران که در به انجام رساندن این طرح تلاش کرده‌اند، تشکر و تقدیر نماید.

اهمیت مطبوعات در مقایسه با سایر وسایل ارتباط جمعی

روزنامه‌ها و مجله‌های هفتگی، وقایع و مسایل جاری را مانند کتابها یا رادیو و تلویزیون منتشر نمی‌کنند. زیرا کتابها وقایع و مسایلی را انتشار می‌دهند که اهمیت خاص پیدا کرده و در فرصت کافی مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. در حالی که وقایع و مسایل مورد نظر رادیو و تلویزیون، در همان لحظات وقوع و یا در فاصله کمی پس از آن، انتشار می‌یابند و چون گردانندگان این دو وسیله ارتباطی می‌کوشند که جریان آنها را به سرعت پخش کنند، فرصت ارزیابی و تجزیه و تحلیل دقیق پیدا نمی‌کنند. اما در مطبوعات، خبرها نه مانند آنچه در کتابها منتشر می‌شود، با تأخیر رو به رو می‌شوند، و نه مثل خبرهای رادیویی و تلویزیونی با شتابزدگی همراه هستند. به طوری که می‌توان گفت طرز انتشار خبرهای مطبوعات، شکل متعادل انتشار مطالب کتابها و برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی است. به همین جهت، روزنامه‌ها امکان

بهره‌مندی مردم از مطبوعات

تحقیقی در چگونگی بهره‌مندی
شهروندان تهرانی از مطبوعات

مهران سهراب‌زاده
عباس عبدی

«مهران سهراب‌زاده دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی است.
* عباس عبدی، پژوهشگر علوم اجتماعی و سردبیر روزنامه
سلام است.»





کلیت گرا که به فلسفه وجودی وسایل ارتباط جمعی و نقش آن در تحول فرهنگها توجه نشان می دهد. در این سطح از بررسی، این ادعا مطرح است که اساساً شیوه نشر هر فرهنگ است که بر محتوا و شکل آن تأثیر می گذارد.

اما در سطح متوسط تری از تئوری، این سؤال بیشتر مطرح است که با وجود تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر فرهنگ و جامعه، چگونگی تأثیر سنجیده نمی شود و این دیدگاه، علاوه بر ملاحظات نظری، بر تحقیقات تجربی نیز تکیه دارد.

وبالآخره در سطح خرد تری از توجیهات نظری، به بررسیهای جامعه شناسانه محققان علوم اجتماعی در مورد نظر خواهیها و نظر سنجیها برخورد می کنیم. در این سطح بررسی، این سؤال مطرح می شود که مردم اساساً با وسایل ارتباط جمعی به چه شیوه برخورد می کنند؟ جذب آن می شوند یا خیر؟ و اگر جذب می شوند، به سوی چه قطبهایی گرایش پیدا می کنند؟ و چگونه گرایشهای مختلف آنها را می توان از خلال انتخابهایشان سنجید؟ برای مثال، از دیدگاه بالا، روان شناسان اجتماعی به تقدّم نقش تقویت رسانه های همگانی اشاره دارند که از سه فراگرد مرکب: استفاده انتخابی، ادراک انتخابی، انباشت انتخابی ریشه گرفته و کلاً بدین معنا اشاره دارد که اثرهای اصلی رسانه های جمعی، تقویت تمایلات قبلی در فرد است.

در ایران، از زمان امیر کبیر شروع، و در این دوران (۱۲۶۳ ش)، روزنامه وقایع اتفاقیه منتشر شد.

- دومین روزنامه بیرون مرزی ملی، حبل المتین نام دارد که در ۱۲۸۰ هـ.ق در کلکته منتشر شد.

- در ۱۳۲۶، قانون مطبوعات در مجلس شورای ملی به تصویب رسید و روزنامه مجلس و روزنامه صوراسرافیل را میرزا جهانگیرخان منتشر کرد. در این قانون، دو بند مهم وجود داشت که موارد تخلف مطبوعاتی را چنین برشمرده بود: ۱- توهین به اسلام، ۲- توهین به شخص اول مملکت، که براساس آن، روزنامه های صوراسرافیل، روح القدس و حبل المتین غیر قانونی اعلام شدند.

- دوره رضا شاه. رضاخان دستور توقیف بسیاری از نشریات را صادر کرد و مطبوعات محدود شدند.

- بعد از شهریور ۱۳۲۰، مطبوعات گسترش وسیعی پیدا کردند و مطبوعات سیاسی با گرایش حزبی رواج بسیار یافتند. در این دوره، مطبوعات سطحی و سرگرم کننده نیز منتشر می شدند.

- در دهه ۱۳۳۰، مجلات کیهان بچه ها، اطلاعات بانوان و بعدها اطلاعات کودکان منتشر شدند.

- در دهه ۱۳۴۰، مجلات روشنفکرانه مانند فردوسی و خوشه منتشر شدند، همچنین مجلات جوانان، زن روز.

- در دهه ۱۳۵۰، مجلات روز به روز رو به سطحی شدن می گذاشتند و فرهنگی و تصویرهای مربوط به آن در مجلات رواج وسیعتری یافت. در این دوره، مجلات علمی و ادبی، هنری و تاریخی نیز منتشر می شدند.

- در دهه ۱۳۶۰، شاهد رشد و توسعه مجلات مکتبی، سیاسی و نشریات ورزشی و مجلات علمی هستیم.

مراحل تحقیق

بررسی سوابق تحقیق در زمینه مطبوعات

۱. پیشینه تئوریک مطالعه وسایل

ارتباط جمعی

در برخورد با نقش وسایل ارتباط جمعی و رویکرد جامعه شناسانه به آن، می توان از سه دیدگاه اساسی سخن گفت. نخست، دیدگاه تحولی که رویکردی است

می یابند که به نحو شایسته ای به بررسی و تحلیل و تفسیر وقایع و مسایل اجتماعی بپردازند. فرستنده های رادیویی و تلویزیونی، در هر نوبت انتشار اخبار، حداکثر بیست تا سی خبر کوتاه را پخش می کنند، که مقدار آن به یک صفحه روزنامه هم نمی رسد. به علاوه، برای هر خبر که به طریق شفاهی و یا همراه با تصویر پخش می شود، فاصله زمانی بسیار کوتاهی اختصاص می دهند، که از دو یا سه دقیقه تجاوز نمی کند.

بدین ترتیب، خبرهای آنها در عمل به علت سرعت بیان گویندگان و تغییر تصویرها، آن طور که باید و شاید در ذهن شنوندگان و بینندگان نقش نمی بندد. در صورتی که روزنامه های چاپی در صفحات متعدد خود می توانند صدها خبر مختلف درج کنند و چند برابر اخبار کوتاه رادیویی و تلویزیونی، مطلب ارائه دهند.

همچنین در مطبوعات، به سبب شرایط و امکانات وسیعتری که برای تهیه و انتخاب و درج مطالب دارند، تنوع اخبار بیش از برنامه های خبری رادیویی و تلویزیونی است. در روزنامه های چاپی می توان با توجه به گروههای مختلف خوانندگان و خواستها و علاقه های متفاوت آنان، متون، صفحه ها و حتی چاپهای جداگانه ایجاد، و انواع بی شمار خبرهای عمومی، سیاسی، اقتصادی، ورزشی، فرهنگی و..... در آنها چاپ کرد.

با این حساب، می توان نتیجه گرفت که روزنامه ها در بسیاری از زمینه ها هنوز بر سایر وسایل ارتباطی و خبری برتری دارند و مخصوصاً از لحاظ تحلیل و تشریح وقایع و تفسیر و بررسی عقاید و تنوع مطالب، حفظ اسناد قدیمی، تنها مأخذ و مرجع به شمار می روند.

تاریخچه فشرده وقایع مربوط به مطبوعات در ایران

سراسر تاریخ مطبوعات ایران، سرشار از حوادث و فراز و نشیبهای بسیار است که در این مجمل، گوشه هایی از این تاریخ را بازنگری می کنیم:

- در ۱۲۵۳ هـ. ش، اولین روزنامه به نام

کاغذ اخبار - ترجمه واژه انگلیسی News Paper - در زمان عباس میرزا قائم مقام فراهانی منتشر شد.

- مهمترین حرکت روزنامه نگاری

• میزان مطالعه روزنامه

با بالا رفتن سن

افزایش می یابد.

ارتباط جمعی بوده اند. تحقیق حاضر، عمدتاً به بررسی و مطالعه پیامگیران پرداخته است.

پرسشهای اساسی که تحقیق حاضر بر آن استوار است، به قرار زیرند:

- خواننده های مطبوعات ما کیستند و چه مشخصات فردی و اجتماعی آنها را از یکدیگر متمایز می کند؟

- گروههای مختلف خوانندگان با کدام انگیزه ها کدام مطبوعات را و چه موضوعاتی را بیشتر مطالعه می کنند؟

- خوانندگان مطبوعات، در کجا و از کی و چه وقت مطالعه می کنند و در صورت ضرورت، کدام رسانه ها یا وسایل را جانشین مناسبی برای مطبوعات می شناسند؟

- و در نهایت اینکه نگرش آنها به مطبوعات چگونه است و چه پیشنهادها و انتقادهایی مطرح می کنند؟

لازم به توضیح است که کسب داده ها، با پرسشنامه و به صورت مصاحبه مستقیم صورت گرفته است. پرسشنامه های تکمیل شده را افراد دیگری غیر از پرسشگران کنترل کرده و در صورت مشاهده اشکال، برای اصلاح به پرسشگران برگردانده اند.

انتخاب جمعیت آماری و شیوه نمونه گیری

از آنجا که نام طرح «میزان بهره مندی مردم تهران از مطبوعات» است، چند عامل محدود کننده در جامعه آماری وجود دارد:

۱. سواد. برای بهره مندی از مطبوعات، داشتن سواد ضروری است. از این رو، در نمونه آماری افرادی انتخاب شده اند که سواد خواندن و نوشتن دارند. ۲. گرچه بیشتر شهروندان تهرانی فرزندان خود را از شش سالگی راهی مدرسه می کنند، ولی جامعه مورد مطالعه از جوانان ۱۵ سال به بالا انتخاب شده است. زیرا در سنهای پایینتر، موضوعیت مطالعه مطبوعات کمتر وجود دارد.

بنابراین، جامعه آماری براساس جنس و افراد بالای ۱۵ سال که خواندن و نوشتن می دانند مرتب شد. برای انتخاب نمونه آماری، می بایست تعداد جامعه آماری در



مطبوعات را هدف مطالعه خود قرار داده اند. از اولین تجربه هایی که به صورت آماری - توصیفی پیرامون خوانندگان مطبوعات در داخل کشور صورت پذیرفته، تحقیقی است که وزارت اطلاعات در سال ۱۳۴۲ با نام «وسایل ارتباط جمعی» انجام داده است. در این تحقیق، از مردم تهران در زمینه رادیو، تلویزیون، کتاب، سینما و مطبوعات نظرسنجی شده است. مورد دیگری که در آن به میزان بهره مندی مردم از مطبوعات نیز فصلی اختصاص یافته بود، تحقیقی است که در سال ۱۳۵۳ در باره مشارکت سیاسی مردم ایران از یک نمونه ۵ هزار نفری شده بود.^(۱) همچنین مرکز تحقیقات اجتماعی و ارزشیابی برنامه های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، به نظر خواهی از مردم در چهار مقطع زمانی: آذر ۱۳۵۸، تیر ۱۳۵۹، مرداد ۱۳۵۹، شهریور ۱۳۵۹ پرداخت. این مرکز تحقیقاتی، همچنین یک بررسی در زمینه چگونگی گذران اوقات فراغت در سال ۱۳۶۵ - از یک نمونه ۱۶۰۰ نفری در تهران - انجام داد.

طرح مسئله و روش تحقیق

بحث پیرامون وسایل ارتباط جمعی، همواره سه موضوع اساسی را با خود همراه دارد: پیام، پیام دهنده و پیام گیرنده (مخاطبان). هر سه وجه یادشده نیز موضوع تحقیقات بسیاری در حوزه های مختلف علوم اجتماعی به ویژه جامعه شناسی وسایل

در مورد نقش رسانه ها نیز اساساً سه دیدگاه کلی وجود دارد: دیدگاه نخست، معتقد است که رسانه ها موجب نشد فرهنگی، و ایجاد همدلی در بین افراد جامعه می شوند. به عقیده این گروه، گسترش رسانه ها به بالا بردن آگاهی سیاسی و در نتیجه مشارکت مردم می انجامد (دانیل لرنر). گروه دوم معتقدند که مهمترین تأثیر رسانه های گروهی ایجاد توقع روزافزون بین مردم است و اگر این توقعات را نهادهای سیاسی و اجتماعی برآورده و پشتیبانی نکنند، موجب انحطاط و رکود سیاسی می شود. در این گروه، از محققانی چون ساموئل هنتینگتن می توان نام برد. و بالاخره، گروه سوم را منتقدان نقش رسانه های گروهی تشکیل می دهند که بر نقش محور رسانه های گروهی تأکید می کنند (کازینو). به نظر این گروه، رسانه های گروهی بعضی مواقع باعث پایین آوردن سطح مشارکت مردم نیز می شوند.

در نهایت باید افزود که رسانه های گروهی وسیله ای برای رسیدن به هدفهای مختلفند و به خودی خود، ماهیتی مثبت یا منفی ندارند.

۲. پیشینه تحقیق در زمینه مطبوعات

در ایران

تاکنون تحقیقات بسیاری در باره وسایل ارتباط جمعی و مطبوعات شده است که تنها تعداد معدودی از آنها مخاطبان

مناطق بیست گانه تهران معین شود، که این امر، با استفاده از نتایج سرشماری مربوط به تهران در سال ۱۳۵۹ انجام شد، زیرا نتایج مربوط به سال ۱۳۶۵، تا تاریخ شروع تحقیق منتشر نشده بود.

شیوه استخراج نتایج، و مدل‌های ریاضی به کار گرفته شده

نتایج پرسشنامه‌های تکمیل شده با استفاده از روش کد گذاری و بهره‌گیری از بسته‌های کامپیوتری به کامپیوتر منتقل، و سپس با بهره‌گیری از بسته آماری *Sps/pc+*، جدول‌های فراوانی و همبستگی بین متغیرها استخراج شد.

در تحقیق حاضر، دو دسته از متغیرها به عنوان متغیرهای مستقل به کار گرفته شده و ارتباط آنها با سایر متغیرها مورد ارزیابی قرار گرفته است:

۱. متغیرهای فردی، شامل: جنسیت، سطح سواد، سن، وضعیت فعالیت، وضعیت شغلی، وضعیت تأهل و...
۲. متغیرهای تابعی، که در شکل متغیر مستقل، ارتباط آنها با سایر متغیرهای سنجیده شده است و اصطلاحاً متغیرهای رسانه‌ای نام گرفته است، مانند: ارتباط بین انگیزه‌های مطالعه با شیوه دسترسی به مطبوعات، که در این مورد، انگیزه‌های مطالعه که خود تابعی از تغییرهای مستقل ارزیابی می‌شدند، حال به عنوان متغیر مستقل، تأثیرشان بر شیوه‌های دسترسی (به عنوان متغیر تابع) مورد بررسی قرار گرفته است.

توزیع نمونه جمعیت آماری

توزیع نمونه جمعیت آماری بر حسب: جنسیت (۵۸ درصد مرد و ۴۲ درصد زن) با سواد بالای ۱۵ سال از کل ۹۹۵ نفر، تحصیلات (۱۵/۹ درصد ابتدایی، ۳۴/۷ درصد متوسطه، ۳۱/۳ درصد دیپلمه، ۱۰/۷ درصد فوق دیپلم و دانشجو، ۶ درصد لیسانس، ۰/۸ درصد فوق لیسانس و ۰/۵ درصد دکتر)، فعالیت (۴۲/۶ درصد شاغل، ۲۵/۷ درصد بیکار، ۲۱/۱ درصد محصل و دانشجو، ۵/۵ درصد خانه‌دار، ۳/۶ درصد دارای درآمد بدون کار)، اشتغال (۱/۹ درصد کارفرما، ۳۳/۳ درصد کارکن مستقل، ۱۹/۲ درصد کارکن بخش خصوصی، ۱/۹ درصد کارکن بدون مزد، ۴۲/۷ درصد کارکن بخش دولتی)، انجام گرفته است.

بررسی نتایج استخراج شده:
بررسی روابط بین مشخصات خوانندگان با میزان مطالعه مطبوعات

الف. خوانندگان روزنامه‌ها: میزان مطالعه روزنامه، بر اساس یک طیف پنج قسمتی به صورت نرمال توزیع و در جدول زیر نشان داده شده‌اند.

میزان مطالعه روزنامه	۱ (بسیار کم)	۲ (کم)	۳ (متوسط)	۴ (زیاد)	۵ (بسیار زیاد)	جمع
تعداد	۱۳۹	۲۱۸	۲۸۷	۲۰۷	۱۴۴	۹۹۵
درصد	۱۴/۰	۲۱/۹	۲۸/۸	۲۰/۸	۱۴/۵	۱۰۰/۰

رابطه بین متغیرهای فردی و مستقل با میزان مطالعه، نشان می‌دهد که با افزایش سواد، بر میزان مطالعه روزنامه افزوده می‌شود. افراد خانه‌دار در مقایسه با دیگر فعالیتها نیز کمتر به مطالعه روزنامه می‌پردازند، همچنین زنان نیز کمتر روزنامه مطالعه می‌کنند و بالاخره، با افزایش سن، بر مطالعه روزنامه افزوده می‌شود، از طرفی، زنان - مستقل از سن و سواد و اینکه خانه‌دار باشند یا محصل و شاغل - در مقایسه با مردان کمتر روزنامه مطالعه می‌کنند. در ضمن، روزنامه خوانی افراد متأهل بیشتر بر حسب عادت صورت می‌گیرد.

ب. خوانندگان مجله‌ها: مطالعه نشریه‌ها و مجله‌ها، در طیف چهار قسمتی پرسیده شده و توزیع آن به صورت زیر است:

میزان مطالعه مجله	۱ (بسیار کم)	۲ (کم)	۳ (متوسط)	۴ (زیاد)	جمع
تعداد	۱۷۲	۲۹۹	۲۱۱	۳۱۲	۹۹۴
درصد	۱۷/۳	۳۰/۱	۲۱/۲	۳۱/۴	۱۰۰/۰

رابطه متغیر بالا با متغیرهای مستقل نشان می‌دهد که افراد مجرد و با سوادتر و جوانتر، بیش از بقیه، مجله‌ها را مطالعه می‌کنند و در مقابل، افراد خانه‌دار و کارکن مستقل کمتر از بقیه آن را مطالعه می‌کنند.

● توزیع فراوانی نمونه، بر حسب میزان مطالعه روزنامه

● عمده‌ترین انتقادهایی که خوانندگان مطبوعات بر روزنامه‌ها وارد می‌دانند، به ترتیب عبارتند از:

۱. بی توجهی به نیازها و خواسته‌های مردم،
۲. سطحی بودن مطالب،
۳. کمیابی و پایین بودن تیراژ،
۴. انعکاس نیافتن واقعیتها،
۵. تکراری بودن مطالب.

● توزیع فراوانی نمونه، بر حسب میزان مطالعه نشریات

● مقایسه درصد خوانندگان سه روزنامه مهم قبل از انقلاب

سال تحقیق	روزنامه	کیهان	اطلاعات	آیندگان
۱۳۵۸	۶۴ درصد	۵۸ درصد	۲۴ درصد	
۱۳۵۲	۶۳ درصد	۴۳ درصد	۳ درصد	

● درصد فراوانی خوانندگان انواع مختلف مجله ها

نوع مجله	ورزشی	علمی	عمومی و سرگرم کننده	زنان	فرهنگی
درصد خوانندگان	۴۴/۶	۲۲/۲	۲۷/۷	۲۸/۱	۲۵/۳

میزان استقبال خوانندگان از مطبوعات الف. روزنامه: اطلاعات استخراج شده در این زمینه، بیانگر آن است که در بین روزنامه ها، کیهان بیشترین خواننده را دارد. در پاسخ به این پرسش که چه روزنامه هایی را مطالعه می کنید؟ در مجموع پاسخهای به دست آمده، به ترتیب اولویت، کیهان، اطلاعات، جمهوری اسلامی، رسالت، ابرار بیشترین طالب را در بین خوانندگان داشته است.

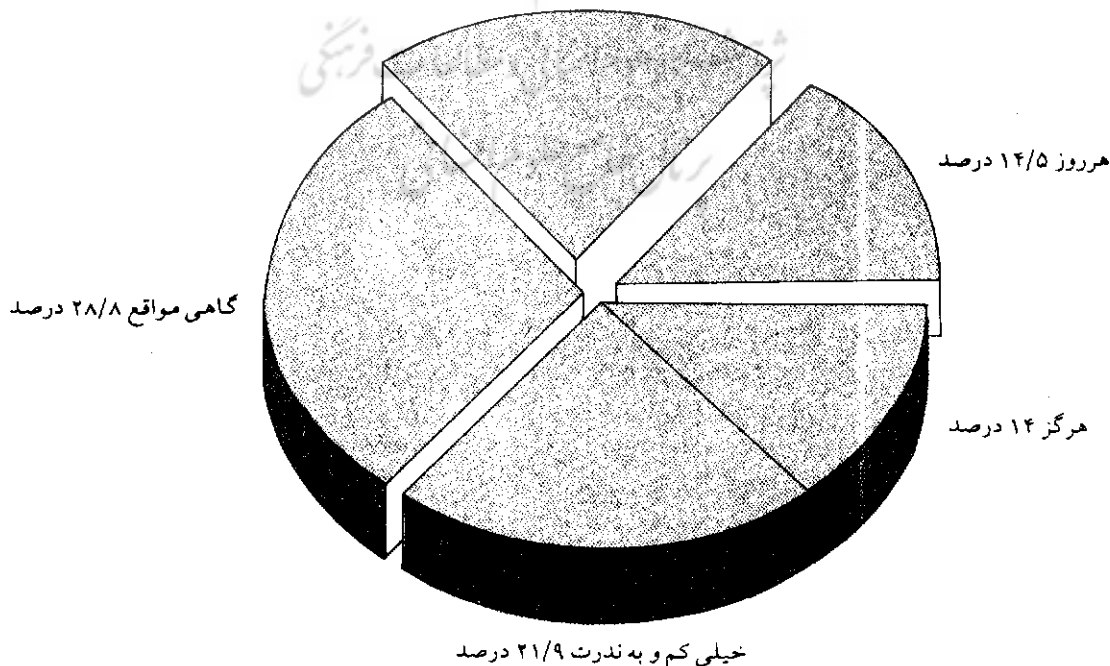
در همین رابطه، نتایج تحقیقی که در سال ۵۴ و ۵۸ صورت پذیرفته، نشان می دهد که در رفتار خوانندگان دو روزنامه مهم کشور - یعنی کیهان و اطلاعات - قبل و بعد از انقلاب تغییری به وجود نیامده است.

ب. مجله: نتایج استخراج شده در این زمینه، مؤید آن است که مجله های ورزشی، علمی، عمومی و سرگرم کننده، زنان و فرهنگی، به ترتیب پر خواننده ترین مجله ها هستند.

- در پاسخ به این پرسش که وسایل مطمئن کسب خبر را از نظر خودتان نام ببرید، با افزایش سطح تحصیلات، به ترتیب رادیوهای بیگانه، مطبوعات داخلی و مطبوعات خارجی بیشتر مطرح می شوند.

● نمودار ۱. میزان مطالعه خوانندگان روزنامه

بیشتر مواقع ۲۰/۸ درصد



● نمودار ۲. درصد فراوانی خوانندگان انواع مختلف مجلات



مطالب و عناوین مطبوعات و میزان استقبال خوانندگان (بهره مندی کیفی از مطبوعات)

۱. شیوه سنجش بهره مندی کیفی از مطبوعات در این فصل، تحقیق در صدد نشان دادن این مطلب است که افراد صرف نظر از نوع نشریه ای که مطالعه می کنند، در بین عناوین و موضوعات مندرج در نشریات و روزنامه ها، کدام بخش را بیشتر مطالعه می کنند، و کدام بخشها را کمتر. و کدام بخشها را اصلاً مطالعه نمی کنند. برای این منظور، ابتدا مشخص شد که چه عنوانهایی بیشتر مطالعه می شوند، سپس با محاسبه ضرایب همبستگی بین عناوین، معلوم شد که بین کدام گروه از عناوین همبستگی وجود دارد. در مرحله سوم، ضرایب همبستگی بین گروهها یا مجموعه های بالا با متغیرهای اصلی مورد بررسی قرار گرفت. مجموعه عناوین و موضوعات مورد اشاره که همبستگی بالایی را نشان می دهد، عبارتند از: گروه اول، مباحث سیاسی - عمومی؛ گروه دوم، مطالب مربوط به زن و خانواده؛ گروه سوم، مباحث سیاسی (مسایل داخلی)؛ گروه چهارم، مباحث علمی و ادبی؛ گروه پنجم، مطالب سرگرم کننده.

۲. بررسی نتایج به دست آمده از ارتباط متغیرهای مستقل با مجموعه عناوین
- الف. مباحث سیاسی - عمومی
- با افزایش سطح سواد و تحصیلات، علاقه مندی افراد به موضوعات این مجموعه افزایش می یابد،
 - مردان بیشتر از زنان به این موضوعات علاقه مندند،
 - با افزایش سن، علاقه مندی به مطالعه مطالب این مجموعه افزایش می یابد.
- ب. مطالب مربوط به زن و خانواده
- زنان بیشتر از مردان به مطالب این مجموعه علاقه مندند،
 - با افزایش سطح سواد و تحصیلات، علاقه مندی به این مجموعه افزایش می یابد،
 - افراد متأهل بیشتر از مجردان به این مجموعه علاقه مندند،
 - افراد شاغل کمتر از دیگران به این مجموعه علاقه مندند و به عبارتی، رابطه معکوس بین علاقه به این مجموعه و نسبت شاغلان دیده می شود.
- ج. مباحث سیاسی
- با افزایش سن، علاقه مندی به این

۳. مجله های عمومی و سرگرم کننده. بین تمایل به مطالعه مجله های عمومی و سرگرم کننده با متغیرهای مستقل، به نظر می رسد مطالعه این قبیل مجله ها، جنبه عمومی و همگانی داشته باشد.
۴. مجله های زنان (مجله زن روز). نتایج همبستگیهای استخراج شده، بیانگر آن است که:
- زنان بیش از مردان علاقه مند به مطالعه این مجله هستند،
 - افرادی که به فعالیت خانهداری مشغولند، بیش از دیگر فعالیتهای خواندن زن روز توجه نشان می دهند،
 - حقوق بگیران بخش دولتی، بیش از دیگر گروههای شغلی به خواندن زن روز علاقه نشان می دهند.
۵. مجلات فرهنگی. نتایج، بیانگر آن است که:
- با افزایش سطح تحصیلات، علاقه مندی افراد به خواندن این نوع مجله ها افزایش می یابد،
 - مردان کمتر از زنان علاقه مند به مطالعه این نوع مجله ها هستند.
 - افراد خانه دار کمتر از دیگر فعالان، و محصلان و دانشجویان بیشتر از دیگر فعالان، به خواندن مجله های فرهنگی رغبت نشان می دهند.
 - تا حدودی با افزایش سن، به علاقه مندان مجله های فرهنگی افزوده می شود.

- عوامل مؤثر در استقبال خوانندگان از نوع مجله یا نشریه
۱. مجله های علمی. نتایج به دست آمده، نشان می دهند که دو متغیر سواد و جنسیت، بیشترین تأثیر را بر مطالعه مجله های علمی دارند. بدین معنی که از یک طرف، با افزایش سطح تحصیلات، تمایل به خواندن مجلات علمی افزایش پیدا می کند، و از طرف دیگر، مردان بیش از زنان به خواندن مجله های علمی تمایل نشان می دهند.
۲. مجله های ورزشی. نتایج به دست آمده در مورد این دسته از مجله ها، نشان می دهد که بین متغیرهای جنسیت، وضعیت، تأهل، سواد و نوع فعالیت، همبستگی بیشتری - نسبت به سایر متغیرها - با خواندن مجلات ورزشی وجود دارد، بدین معنی که:
- مردها بیش از زنها مجله ورزشی می خوانند،
 - افراد مجرد بیش از متأهلان مجله ورزشی می خوانند،
 - با کاهش سطح سواد و تحصیلات، تمایل به خواندن این نوع مجله ها افزایش می یابد،
 - محصلان و دانشجویان کمتر از دیگران به خواندن این نوع مجله ها تمایل دارند،
 - با کاهش سن، علاقه مندی به خواندن مجله های ورزشی افزایش می یابد.

مجموعه افزایش می یابد،

- مردان بیش از زنان به این مجموعه علاقه مندند،

- با افزایش سواد و تحصیلات،

علاقه مندی به این مجموعه افزایش می یابد،

- همبستگی منفی بین فعالیت برای

بخش خصوصی و علاقه مندی به این مجموعه وجود دارد.

د. مباحث علمی و ادبی

- با افزایش سواد و تحصیلات،

علاقه مندی افراد به این مجموعه افزایش می یابد،

- به این ترتیب، محصلان و دانشجویان و

افراد بی کار، بیش از دیگران به این مجموعه علاقه مندند،

- زنان بیش از مردان به این مجموعه

علاقه نشان می دهند.

ه. مطالب سرگرم کننده

- زنان بیش از مردان به این مجموعه

مطالب علاقه مندند،

- با کاهش سن، علاقه مندی به این مجموعه افزایش می یابد،

- به ترتیب، افراد شاغل و افراد

خانه دار کمتر از دیگران به این مجموعه

علاقه مندند،

- با افزایش سواد، علاقه افراد به

مطالب این مجموعه کاسته می شود.

انگیزه خوانندگان از مطالعه مطبوعات

الف. انگیزه مطالعه روزنامه: اطلاعات

استخراج شده از نتایج این پرسش که: انگیزه

شما از خواندن روزنامه چیست؟، مهمترین

انگیزه های خوانندگان روزنامه ها را از

مطالعه نشان می دهد، که برحسب اهمیت و

رتبه بندی، عبارتند از:

۱. کسب خبر از مسایل سیاسی روز،

۲. کسب اخبار ورزشی، ۳. علاقه مندی به

صفحه حوادث، ۴. مسایل عمومی، ۵. کسب

اخبار علمی، ۶. سرگرم شدن و پر کردن

وقت، ۷. آشنایی با افکار شخصیت های

سیاسی کشور، ۸. از روی عادت، ۹. اطلاع از

آگهی های تجاری و نیازمندیها، ۱۰. کسب

اخبار هنری و فرهنگی، ۱۱. دیگر موارد.

ب. بررسی ارتباط بین انگیزه های مطالعه

روزنامه با ویژگیها و مشخصات فردی

خوانندگان

۱. کسب اخبار سیاسی روز در بین

افراد بی کار کمتر از شاغلان است. ضمن

اینکه، این انگیزه در بین کسانی که سن و

سوادشان بیشتر است، قویتر است. همچنین

انگیزه کسب اخبار سیاسی روز، در بین زنان

خانه دار بیشتر دیده می شود.

۲. برحسب عادت. در این مورد، نسبتاً

صاحبان درآمد بدون کار بیش از دیگران و

افراد متأهل بیش از مجردان، روزنامه ها را

برحسب عادت مطالعه می کنند.

۳. انگیزه مطالعه روزنامه به خاطر

کسب خبر در زمینه مسایل و رویدادهای

ورزشی از روزنامه ها، به ترتیب در بین مردها

بیش از زنان و در بین افراد مجرد بیش از

اشخاص متأهل بیشتر و قویتر است. در

ضمن، با افزایش سطح تحصیلات افراد،

انگیزه و علاقه کمتری در این زمینه دیده

می شود و به عکس. همچنین، در بین

گروه های مختلف از لحاظ نوع فعالیت، به

ترتیب، افراد بی کار، محصلان و

دانشجویان، و شاغلان علاقه بیشتری به

مطالعه این بخش از مطالب روزنامه ها ابراز

می دارند.

۴. کسب اخبار علمی. نتایج بررسی

بیانگر آن است که با افزایش سطح

تحصیلات، علاقه مندی به این مطالب

افزایش می یابد، همچنین، محصلان و

دانشجویان بیشتر از دیگر گروه های

فعالیتی، روزنامه ها را با انگیزه کسب اخبار

علمی مطالعه می کنند.

۵. صفحه حوادث. با توجه به نتایج به

دست آمده، اولاً، با افزایش سطح تحصیلات،

از علاقه مندی افراد به مطالعه صفحه حوادث

کاسته می شود. ثانیاً، افراد خانه دار و

اشخاص بی کار بیشتر از دیگران به مطالعه

صفحه حوادث تمایل نشان می دهند.

۶. آشنایی با افکار شخصیت های

سیاسی کشور. این انگیزه برای مطالعه

روزنامه، با افزایش سطح سواد و تحصیلات

افزایش می یابد.

۷. اطلاع از آگهی های تجاری و

نیازمندیها. در این مورد نیز نسبتاً افراد

متأهل بیش از مجردها و کاه کنان بخش

خصوصی بیش از دیگر شاغلان، و افراد

بی کار بیش از دیگر گروه های فعالیتی،

انگیزه مطالعه روزنامه دارند.

۸. اخبار هنری و فرهنگی. در این

مورد، در میان محصلان و با افزایش سطح

تحصیلات، انگیزه کسب اخبار هنری و

فرهنگی قویتر است و در ضمن، مردان کمتر

علاقه به اخبار هنری و فرهنگی دارند، و

کسانی که درآمد بدون کار دارند، انگیزه

بیشتری برای کسب اخبار هنری و فرهنگی

دارند.

۹. انگیزه سرگرمی و پر کردن وقت، در

بین زنان بیش از مردان است و همچنین با

کاهش سطح تحصیلات، علاقه مندی به

مطالب سرگرم کننده افزایش می یابد.

۱۰. مسایل عمومی نظیر اخبار کنکور

و اعلام کوین کالاها. نتایج بررسی در این

زمینه، حاکی از آن است که زنها بیشتر از

مردها با این انگیزه روزنامه ها را مطالعه

می کنند. همچنین، با کاهش سطح

تحصیلات و سواد، علاقه مندی به این

موضوع افزایش می یابد.

۱۱. مسایل اقتصادی. نتایج مورد

بررسی در این زمینه، حاکی از آن است که با

افزایش سطح تحصیلات، انگیزه مطالعه

مسایل اقتصادی بیشتر می شود. همچنین،

این انگیزه در بین افراد متأهل بیش از مجردان

است.

ج. انگیزه های مطالعه مجله ها و نشریه ها

مهمترین انگیزه های خوانندگان

جراید از مطالعه مجله ها و نشریه ها، به

ترتیب اولویت به شرح زیر است:

۱. آگاهی از اخبار علمی و افزایش

سطح معلومات عمومی، ۲. اطلاع از

رویدادهای ورزشی، ۳. سرگرم شدن و پر

کردن اوقات فراغت، ۴. اطلاع از مسایل زن،

کودک و خانواده، ۵. مسایل سیاسی و

اجتماعی روز کشور، ۶. داستان و قصه و

سرگذشت، ۷. به خاطر درج الگوها و مدل های

خیاطی و شیوه های آشپزی، ۸. اطلاع از

رویدادهای هنری و فرهنگی، ۹. به خاطر

بخش مشاوره و راهنمایی، ۱۰. آگاهی از

اخبار فیلم و سینما، ۱۱. حوادث.

د. بررسی ارتباط بین انگیزه های مطالعه

نشریه ها و مجله ها، با مشخصات و ویژگیهای

فردی

۱. مطالعه مجله ها با انگیزه سرگرم

شدن و پر کردن اوقات فراغت، با کاهش

سطح تحصیلات اشخاص، بیشتر می شود.

۲. کسب اطلاع از مسایل زن، کودک و

خانواده، اشخاص متأهل را بیش از مجردها

به مطالعه مجله ها برمی انگیزد. همچنین،

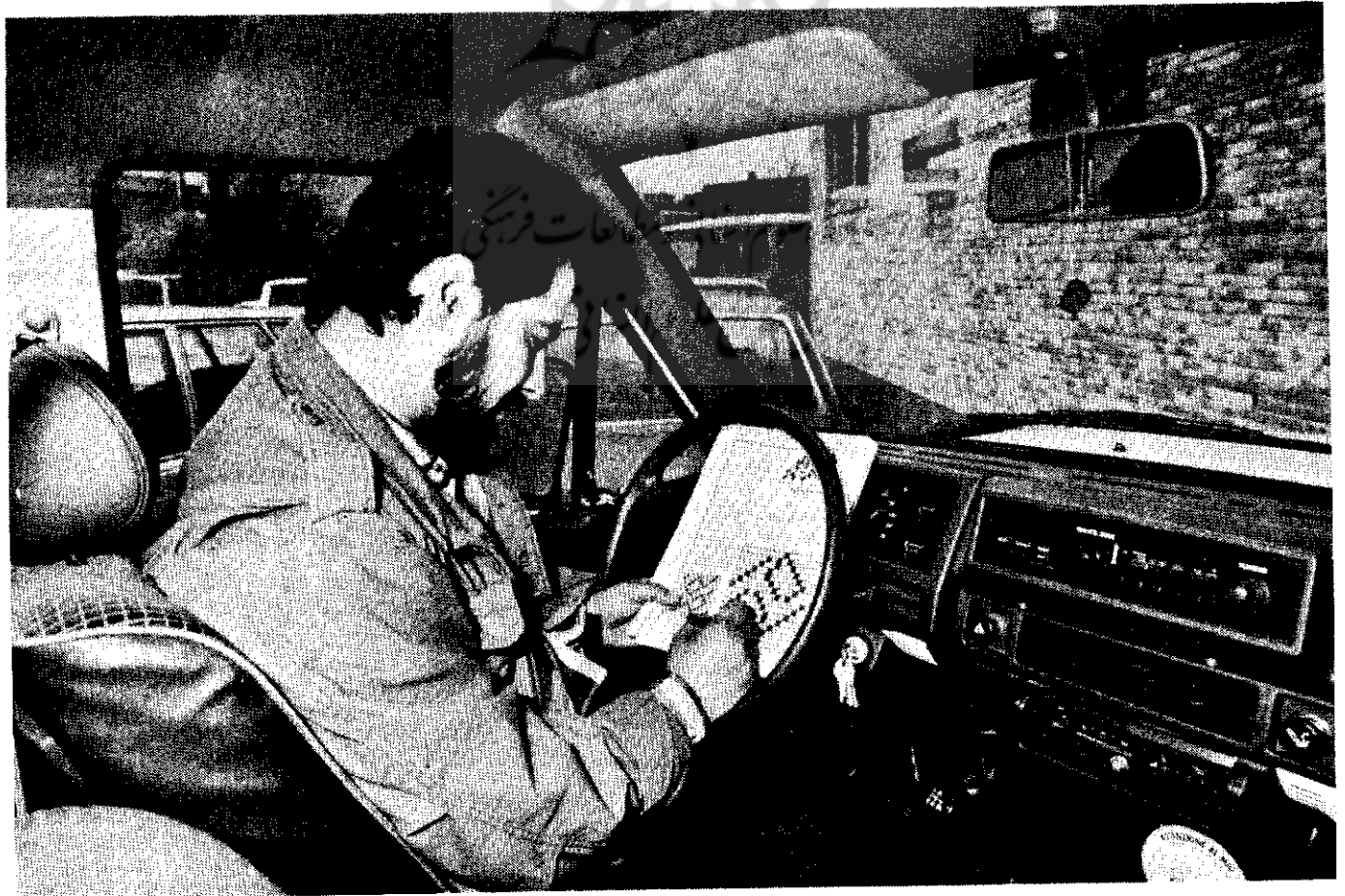
زنها بیشتر از مردها با انگیزه کسب اطلاع از

مسایل زن، کودک و خانواده به مطالعه

مجله ها می پردازند.

۳. داستان، قصه و سرگذشت در

مجلات، اشخاصی که با این انگیزه به مطالعه



مجله‌ها روی می‌آورند، عموماً بیشتر زن هستند تا مرد.

۴. اطلاع از اخبار و رویدادهای ورزشی. در این زمینه، مردان بسیار بیشتر از زنان به مطالعه مجله‌ها روی می‌آورند و همچنین، استقبال خوانندگان - با این انگیزه - از مجله‌ها، با کاهش سن افزایش می‌یابد. به علاوه، با کاهش سطح تحصیلات، افراد بیشتر با این انگیزه به مطالعه مجله‌ها می‌پردازند و بالاخره، افراد متأهل کمتر از اشخاص مجرد و شاعلان بیش از دیگر گروههای فعالیتی، با این انگیزه به مطالعه مجله‌ها می‌پردازند.

۵. اخبار و رویدادهای هنری و فرهنگی. با افزایش سطح تحصیلات، اشخاص بیشتر با این انگیزه به مطالعه مجله‌ها روی می‌آورند. در ضمن، اشخاص خانه‌دار کمتر از دیگر گروههای فعالیتی با انگیزه کسب خبر در زمینه رویدادهای هنری و فرهنگی به مطالعه مجله‌ها مبادرت می‌ورزند.

۶. آگاهی از مسایل سیاسی روز کشور، در این زمینه با افزایش سن اشخاص، انگیزه مطالعه مجله‌ها بیشتر می‌شود.

۷. آشپزی و خیاطی. در این زمینه، زنان و افراد خانه‌دار و متأهلان انگیزه بیشتری برای مطالعه مجله‌ها دارند.

۸. صفحه حوادث. خوانندگانی که سطح تحصیلاتشان پایینتر باشد، بیشتر از اشخاصی که سطح تحصیلات بالاتر دارند، به مطالعه مجله‌ها در این زمینه انگیزه دارند.

۹. اخبار علمی. با افزایش سطح تحصیلات، خوانندگان بیشتر با این انگیزه به مطالعه مجله‌ها روی می‌آورند. و افراد خانه‌دار کمتر از دیگر گروههای فعالیتی با این انگیزه به مطالعه مجله‌ها و نشریه‌ها می‌پردازند.

۱۰. بخش مشاوره و راهنمایی. در این زمینه نیز زنها بیش از مردها انگیزه مطالعه مجله‌ها را دارند. و همچنین، صاحبان درآمد بدون کار، بیشتر از دیگر شاغلان به مطالعه مجله‌ها، با این انگیزه اقدام می‌کنند.

وسایل و راههای مناسب جانشین مطبوعات از نظر خوانندگان

در پاسخ به این پرسش که چه وسایل و راههایی را به عنوان وسایل مناسب برای جانشینی مطبوعات پیشنهاد می‌کنید، نتایج زیر به دست آمده است: ۱. تلویزیون، ۲. رادیوی داخلی، ۳. کتاب، ۴. گفتگو با مردم،

دوست و همکار، ۵. رادیوی خارجی، ۶. هیچ کدام.

نتایج همبستگی بین نظرهای خوانندگان در مورد وسایل مناسب جانشین مطبوعات، با ویژگیها و مشخصات فردی خوانندگان، بیانگر آن است که:

- محصلان و دانشجویان، رادیوهای داخلی را جانشین مناسب مطبوعات تلقی می‌کنند.

- زنان و افراد خانه‌دار کتاب را کمتر جانشین مناسب مطبوعات می‌شناسند. محصلان و دانشجویان بیش از دیگر گروههای فعالیتی، و خوانندگان که سطح تحصیلاتشان بالاتر است، بیش از دیگران، کتاب را جانشین مناسبی برای مطبوعات قلمداد می‌کنند.

- با کاهش سطح تحصیلات، تلویزیون وسیله مناسب جانشین محسوب می‌شود. ضمن آنکه، بخش دولتی، بیش از دیگر شاغلان، تلویزیون را وسیله مناسب جانشین مطبوعات می‌شناسند.

- هرچه سطح تحصیلات خوانندگان افزایش می‌یابد، به نسبت بیشتری رادیوهای بیگانه را جانشین مناسب برای مطبوعات تلقی می‌کنند و همچنین، مردها بیش از زنان و کارکنان بخش دولتی کمتر از دیگر شاغلان، رادیوهای بیگانه را به عنوان وسیله جانشین برگزیده‌اند.

وسایل خبری مورد اطمینان خوانندگان در پاسخ به این پرسش که: معمولاً با چه وسیله‌ای به اخبار مورد اطمینان خود دست پیدا می‌کنید؟

اولویت اول: تلویزیون، رادیوهای داخلی، مطبوعات داخلی، گفتگو با مردم

اولویت دوم: رادیوهای داخلی، تلویزیون، مطبوعات داخلی، گفتگو با مردم. نکته حایز اهمیت این است که رادیوهای بیگانه، در هر سه اولویت، کمترین فراوانی را داشته‌اند.

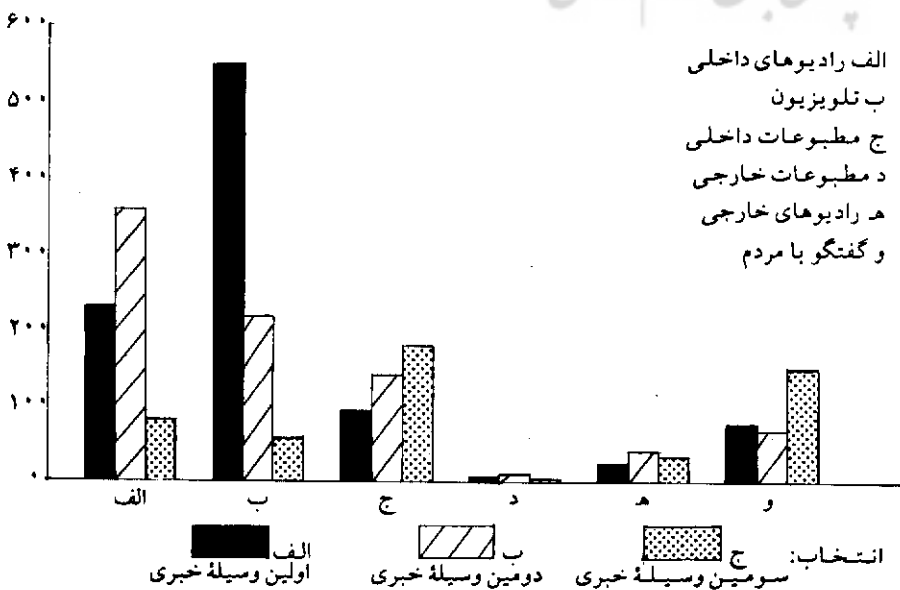
نتایج همبستگی بین نظر خوانندگان در مورد وسایل مطمئن کسب خبر و مشخصات خوانندگان، حاکی از آن است که:

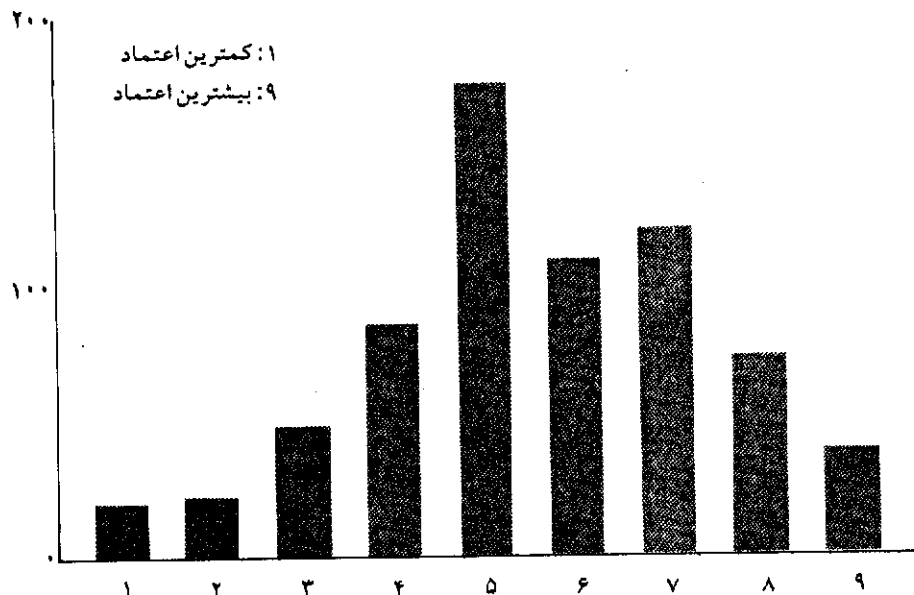
- با افزایش سطح تحصیلات و سن، همچنین در نزد متأهلان بیشتر از اشخاص مجرد، رادیوهای داخلی وسیله کسب مطمئن خبر مطرح می‌شود.

- در مورد تلویزیون، با کاهش سطح تحصیلات و سن، تلویزیون وسیله مطمئن کسب خبر قلمداد می‌شود. کارکنان بخش دولتی و صاحبان درآمد بدون کار، به ترتیب، بیشتر از دیگر شاغلان، تلویزیون را وسیله کسب مطمئن خبر می‌شناسند.

- با افزایش سطح تحصیلات، مطبوعات داخلی بیشتر مورد اطمینان قرار می‌گیرند. همین مسئله در مورد مطبوعات خارجی و رادیوهای بیگانه نیز صدق می‌کند. البته صاحبان درآمد بدون کار نیز بیشتر از دیگر شاغلان، مطبوعات داخلی، خارجی و رادیوهای بیگانه را وسایل مطمئن کسب خبر قلمداد می‌کنند. افراد بی‌کار نیز بیشتر از دیگر گروههای فعالیتی، رادیوهای بیگانه را وسیله مطمئن کسب خبر می‌شمارند.

● نمودار ۳. وسایل خبری خوانندگان، به ترتیب اولویت





بررسی نظرهای خوانندگان در مورد میزان حقیقت نویسی مطبوعات و درجه اعتماد آنها به مطبوعات

بررسی نحوه نگرش خوانندگان به مطبوعات با دو پرسش متفاوت انجام پذیرفت. در اولین پرسش، از خوانندگان درخواست شده بود نظر خود را در مورد میزان حقیقت نویسی مطبوعات بگویند. نتایج به دست آمده از این بررسی، به قرار زیر است:



از سوی دیگر، در پاسخ به این پرسش که: اگر خواسته باشیم درجه اعتماد شما را به مطبوعات، از ۱ تا ۹ رتبه بندی کنیم، و عدد یک به معنای کمترین و عدد نه به معنای بیشترین اعتماد باشد، درجه اعتماد شما در کدام یک از اعداد ۱ تا ۹ قرار خواهد گرفت؟ نتایج به دست آمده، در نمودار شماره ۴ مشخص شده است که بیانگر درجه اعتماد متوسطی است.

انتقادات خوانندگان به مطبوعات عمده ترین انتقادهایی که خوانندگان مطبوعا بر روزنامه ها وارد می دانند، به ترتیب عبارتند از:
۱. بی توجهی به نیازها و خواسته های

تحصیلات، این عقیده که هیچ انتقادی بر مطبوعات وارد نیست، فزونی می گیرد.

پیشنهادات خوانندگان

الف. تعداد پیشنهادات: نتایج نشان

می دهد که با افزایش سواد، میزان پیشنهادات خوانندگان در مورد مطبوعات افزایش می یابد و افراد خانه دار و صاحبان درآمد بدون کار، کمترین پیشنهادات را ارائه کرده اند.

ب. پیشنهاد های فنی (به ترتیب

اولویت): افزایش تیراژ، کاهش قیمت، توزیع مناسب، توجه به کیفیت و عکس رنگی، افزایش دکه های روزنامه فروشی، متفرقه.

ج. پیشنهاد در مورد محتوای مطبوعات

(به ترتیب اولویت): درج واقعیتها، درج خواسته های مردم و نیازهای آنها، پیشنهاد در مورد کاهش یا افزایش مطالب علمی و تربیتی، حذف سانسور، تنوع در مطالب، طرح جامع و عمیق مطالب، عامه فهم کردن مطالب، کم کردن آگهی، پرهیز از تناقض گویی.

همبستگی چند متغیری پیشنهادات خوانندگان در مورد اصلاح مطبوعات با ویژگیها و مشخصات فردی آنها

نتایج به دست آمده، حاکی از آن است که:

- با کاهش سطح تحصیلات و سواد، پیشنهادات اصلاحی به مطبوعات در شکل درج خواسته های مردم و نیازهای آنها بیشتر می شود.

- پیشنهاد حذف سانسور از مطبوعات نیز با افزایش سن و تحصیلات افزایش می یابد.

- به نسبتی که سطح تحصیلات خوانندگان افزایش پیدا می کند، پیشنهاد در مورد اصلاح مطبوعات با طرح جامع و عمیق مطالب و متنوع کردن مطالب بیشتری مطرح شده است.

- کارکنان بخش خصوصی بیشتر از دیگر شاغلان خواستار کاستن از آگهیهای تجاری، پرهیز از تناقض گویی و طرح جامع و عمیق مطالب اند.

- محصلان و دانشجویان نیز بیشتر از دیگر گروههای فعالیتی، به ترتیب، افزایش مطالب علمی - تربیتی و انتقادی، و کاستن از آگهیهای تجاری را مطرح کرده اند.

- کارکنان بخش دولتی بیشتر از دیگر

مردم، ۲. سطحی بودن مطالب، ۳. کمیابی و پایین بودن تیراژ، ۴. انعکاس نیافتن واقعیتها، ۵. تکراری بودن مطالب.

نتایج همبستگی بین نظر خوانندگان در مورد نوع انتقادهای خوانندگان به مطبوعات و مشخصات خوانندگان

- مردها کمتر از زنها به یکنواخت بودن مطالب اشاره کرده اند. افراد متأهل بیشتر از افراد مجرد، و صاحبان تحصیلات بالاتر بیشتر از دیگران به مطبوعات به خاطر یکنواخت بودن مطالب آنها ایراد گرفته اند.

- مردها بیشتر از زنها به سانسور شدن مطالب عقیده دارند.

- کارکنان بخش خصوصی بیشتر از دیگر مشاغل، به زیاد بودن آگهیهای تجاری در مطبوعات و تناقض گویی در آنها اذعان دارند.

- انتقاد در زمینه کم بودن مطالب انتقادی، وابستگی به سطح تحصیلات خوانندگان دارد. بدین معنی که با افزایش سطح تحصیلات، این انتقاد بیشتر مطرح می شود. کارکنان بخش دولتی کمتر از دیگر شاغلان این انتقاد را مطرح کرده اند. صاحبان درآمد بدون کار بیشتر به کم بودن مطالب انتقادی در مطبوعات اشاره دارند. در

مورد کم توجهی به نیازها و خواسته های مردم، کارکنان بخش خصوصی بیشتر از دیگر شاغلان و افراد متأهل بیشتر از اشخاص مجرد، به این انتقاد اهمیت می دهند. و بالاخره، با کاهش سطح

گروه‌های شغلی، خواستار درج خواسته‌های مردم و انعکاس نیازهای آنها در مطبوعات هستند.

خلاصه نتایج

استقبال شهروندان تهرانی از مطبوعات، نسبتاً زیاد است. به طوری که نسبت به کل رقم افراد باسواد جمعیت شهر تهران، جمعاً ۷۰ درصد افراد بالای ۱۵ سال مطبوعات را مطالعه می‌کنند.

نکته مهم دیگر، مربوط به رفتار خوانندگان در مورد دو روزنامه مهم و پرتیراژ عصر کشور - یعنی کیهان و اطلاعات - است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که علاقه مندی به دو روزنامه یادشده، تقریباً با همان نسبتی که در گذشته وجود داشته، امروز هم تداوم دارد و روزنامه کیهان همچون گذشته، بیشترین خوانندگان را به سوی خود جلب می‌کند.

نکته مهم بعدی، مربوط به تغییری است که در رفتار خوانندگان مجله‌ها در مقایسه با گذشته صورت گرفته است. تحقیقات نشان می‌دهند که در گذشته، عموماً مجله‌های سرگرم کننده و عمومی و زن‌روز و در آخر مجله‌های ورزشی پُر خواننده‌ترین مجله‌ها محسوب می‌شوند. در حالی که تحقیق حاضر نشان می‌دهد به ترتیب، مجله‌های ورزشی، مجله‌های علمی و سپس مجله‌های عمومی و سرگرم کننده و بالاخره مجله‌های زنان و فرهنگی پُر خواننده‌ترین مجله‌ها هستند. در توجیه رفتارهای خوانندگان مجله‌ها، می‌توان به افزایش جمعیت، جوانتر شدن آنها، کم شدن امکانات تفریحی و روی آوردن گسترده مردم به اخبار ورزشی، اشاره کرد.

در زمینه موضوعات مورد توجه خوانندگان - به ویژه در مورد روزنامه‌ها - مقایسه این تحقیق با تحقیقی که در سال ۱۳۴۷ وزارت اطلاعات و جهانگردی انجام داده، نشان می‌دهد که همواره مردم تمایل زیادی به کسب اخبار سیاسی روز کشور داشته‌اند و در این زمینه، کمترین تغییر رفتار را نسبت به گذشته شاهد هستیم. در رتبه دوم، مهمترین انگیزه، کسب اخبار و رویدادهای ورزشی قرار دارد که بیانگر علاقه و توجهی است که قشرهای جوان به این نوع خبرها دارند. در رتبه سوم، مهمترین انگیزه، مطالعه مطالب صفحه حوادث بود که اهمیت این صفحه تا امروز نیز حفظ شده است. در مورد تأثیر متغیرهای مختلف در

رفتارهای مربوط به مطالعه مطبوعات، که تا اندازه‌ای تبیین کننده تفاوت رفتارهاست، می‌توان به مهمترین آنها که شامل: جنسیت، سطح تحصیلات و سن می‌شود، اشاره کرد.

در مورد تأثیر متغیر جنسیت و تفاوت رفتار زنها و مردها در مطالعه مطبوعات، باید گفت که در مجموع، زنان کمتر از مردان به مسایل سیاسی می‌اندیشند و به عبارتی دیگر، مردها سیاسی‌تر از زنها در جامعه ما هستند. البته به جز مباحث علمی و ادبی و اخبار هنری و فرهنگی که درصد علاقه مندی زنها در این زمینه بر مردها کمی فزونی می‌گیرد، زنها بیشتر به مطالب غیر جدی - مانند مطالب سرگرم کننده، داستان و قصه و صفحه حوادث و مطالب مربوط به خانه داری - علاقه نشان می‌دهند.

در مورد بررسی متغیر سن در ارتباط با مطالعه مطبوعات، باید گفت: میزان مطالعه روزنامه با بالا رفتن سن افزایش می‌یابد. اما به عکس، در مورد مجله‌ها جوانترها بیشتر از دیگر گروه‌های سنی راغب به خواندن مجله‌ها هستند. در ارتباط با نوع مجله‌هایی که خواننده می‌شود، باید افزود با کاهش سن، علاقه مندی به خواندن مجله‌های ورزشی و مباحث سرگرم کننده افزایش می‌یابد. و به عکس، با افزایش سن، علاقه مندی افراد به مجله‌های فرهنگی و مباحث سیاسی عمومی و یا مسایل سیاسی داخلی افزایش پیدا می‌کند.

در زمینه انگیزه‌های مطالعه روزنامه، شاهد هستیم که با افزایش سن افراد، آنها بیشتر روزنامه را به انگیزه آگاه شدن از مسایل سیاسی روز کشور مطالعه می‌کنند. البته در کنار آن، علاقه مندی افراد به بخش آگهیهای تجاری و صفحه نیازمندیهای روزنامه‌ها، با بالا رفتن سن افزایش پیدا می‌کند.

در مورد متغیر سواد و سطح تحصیلات، نتایج حاکی از آن است که با افزایش سطح تحصیلات، روزنامه خوانی و مطالعه نشریه‌ها و مدت زمانی که صرف مطالعه می‌شود، افزایش می‌یابد. همچنین با افزایش سطح تحصیلات، مجله‌های علمی و فرهنگی بیشتر، و مجله‌های ورزشی کمتر مورد مطالعه قرار می‌گیرند. با افزایش سطح تحصیلات، علاقه مندی به مباحث سیاسی - عمومی و مباحث علمی و ادبی و هنری افزایش می‌یابد و به عکس، علاقه مندی افراد به مطالب سرگرم کننده و حوادث کاسته می‌شود.

در مورد وسایلی که می‌توانند دانشجویان مطبوعات داخلی شوند، با افزایش سن، در

درجه اول رادیوهای بیگانه معرفی شده‌اند و سپس کتاب و بالاخره گفتگو با مردم - دوست و آشنا و همکار - همچنین در پاسخ به این پرسش که وسایل مطمئن کسب خبر را از نظر خودتان نام ببرید، با افزایش سطح تحصیلات، به ترتیب، رادیوهای بیگانه، مطبوعات داخلی و مطبوعات خارجی بیشتر مطرح می‌شوند و رادیوهای داخلی و تلویزیون بسیار کمتر مورد توجه این گروه قرار دارد. در مورد انتقاد نسبت به مطبوعات، با افزایش سطح تحصیلات، به ترتیب، نبود مطالب انتقادی و یکنواخت بودن مطالب، بیشتر مورد توجه این گروه قرار گرفته است. و بالاخره، در زمینه پیشنهاد در مورد اصلاح مطبوعات، با افزایش سطح تحصیلات به ترتیب، بیان جامع و عمیق مطالب، عدم سانسور و متنوع کردن مطالب، بیشتر مطرح شده است.

• پانوش

۱. نام این تحقیق، «نگرشهای اجتماعی و گرایشهای فکری» بود، و مجری آن مرکز سنجش افکار سازمان رادیو و تلویزیون.

• منابع و مأخذ

- قدرت تلویزیون، ژان کازینو، ترجمه علی اسدی، تهران، انتشارات امیرکبیر، ۱۳۶۴.
- صدای مردم، زیو ام - کریستنسن و رابرت او - مک و بلیامز، ترجمه محمود عنایت، تهران، انتشارات کتابسرا، ۱۳۶۵.
- گرایشهای فرهنگی و نگرشهای اجتماعی در ایران، علی اسدی، تهران، پژوهشکده علوم ارتباطی، ۱۳۵۹.
- صنایع و خدمات اطلاعاتی و فرهنگی (گزارش مطبوعات)، خسرو جهانداری، تهران، ۱۳۵۶.
- مطبوعات، پیرآلبر، ترجمه فضل اله جلوه، تهران، ۱۳۶۸.
- تاریخ سانسور در مطبوعات ایران، گوئل کهن، تهران، انتشارات آگاه، ۱۳۶۲.
- روش تحقیق در محتوی مطبوعات، کاظم متمدن‌نژاد، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، ۱۳۵۶.
- مقدمه‌ای بر جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی، فرحت قائم مقامی.
- وسایل ارتباط جمعی، کاظم متمدن‌نژاد، انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، ۱۳۵۵.
- مطبوعات ایران، ۱۳۴۳/۵۳، مسعود برزین، تهران، کتابخانه بهجت، ۱۳۵۴.