



## گزارشی از سمینار ارائه یافته‌های تحقیقاتی

نظام بهرامی کمیل

اشاره:

مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها هر سال همزمان با «هفته پژوهش» بعضی از مهم‌ترین یافته‌های پژوهشی خود را در اختیار دانش پژوهان و دانشجویان قرار می‌دهد. در همین راستا در روزهای اول و دوم دی ماه سال جاری (۱۳۸۲) سمیناری با حضور کارشناسان، استادان و دانشجویان در محل دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی برگزار شد.

در ابتدای سمینار، سرپرست مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، شعبانعلی بهرامپور، ضمن خوش آمدگویی به حضار به معرفی دو پروژه تحقیقاتی که در سال اخیر به سفارش این مرکز و توسط استادان و محققان علوم ارتباطات و روزنامه‌نگاری اجرا شده است، اشاره کرد. موضوع یکی از این تحقیقات «آسیب‌شناسی نشریات محلی» است که یافته‌های آن توسط دکتر یونس شکرخواه و دکتر حسن نمک‌دوست در اولین روز سمینار ارائه شد.

در روز دوم سمینار دکتر نعیم بدیعی به ارائه یافته‌های تحقیق دیگر با نام «بررسی میزان اعتماد مردم به رسانه‌های خبری و رابطه آن با میزان اعتماد به نهادهای دولتی» پرداخت. در این نوشتار برای آگاهی بیشتر خوانندگان ضمن ارائه گزارش کوتاهی از این سمینار، خلاصه مهم‌ترین یافته‌های این دو تحقیق ارائه می‌شود.

## ۱. آسیب‌شناسی نشریات محلی

این تحقیق از سه جنبه و توسط سه گروه از محققان به بررسی آسیب‌شناسانه نشریات محلی پرداخته است:

الف: به لحاظ رعایت آموزه‌های حرفه‌ای و تکنیکی (گروه بررسی‌کننده آقایان: سُکرخواه، نمک‌دوست، رضوی‌زاده و مهدیزاده)؛

ب: به لحاظ تحلیل محتوایی (گروه بررسی‌کننده آقایان: حسینی، رمضانزاده، مدانلو، نورانی و خانم اصغری)؛

پ: به لحاظ صفحه‌آرایی، چاپ و گرافیک (گروه بررسی‌کننده آقای مختاریان و خانم شهبازی).

هدف این تحقیق ارائه راهکارهای کاربردی و آموزشی برای مدیران و کارکنان نشریات محلی است تا بتوانند بعد از مطالعه نتایج، آگاهانه نقایص و کاستی‌های نشریه را رفع کنند.

روش تحقیق در این پژوهش کیفی بوده و محققان از هر نشریه سه نسخه را مورد مطالعه و بررسی قرار داده‌اند.

معیار بررسی، در قطع نشریه بوده است، بنابراین نشریاتی که «قطع روزنامه‌ای» داشته‌اند؛ اعم از روزنامه، هفته‌نامه و ماهنامه بررسی شده‌اند.

در این تحقیق بیش از ۲۰۰ عنوان نشریه از ۲۸ استان کشور توسط گروه‌های تحقیقاتی مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است.

در رابطه با این تحقیق، نمک‌دوست گفت: توسعه‌یافتگی مطبوعات با توسعه یافتگی جامعه رابطه مستقیمی دارد به عبارت دیگر هرچه توسعه‌یافتگی مطبوعات بیشتر باشد، توسعه‌یافتگی جامعه نیز بیشتر خواهد بود. نمک‌دوست اضافه کرد: یکی از بهترین سنجه‌ها برای نمایش توسعه یافتگی مطبوعات، بررسی توسعه‌یافتگی نشریات شهرستانی است. بنابراین نباید برخی توسعه‌یافتگی‌ها در نشریات مرکز را به کل کشور تعمیم داد. در این تحقیق مشخص شد، بین مطبوعات منتشر شده در شهرستان‌ها با مطبوعات منتشر شده در مرکز شکاف و گسستگی وجود دارد. ما تنها وقتی می‌توانیم از توسعه یافتگی مطبوعات حرف بزنیم که این توسعه‌یافتگی در ساختار نشریات شهرستانی نهادینه شده باشد.

نمک‌دوست در بیان اهمیت و جوه تکنیکی نشریات گفت: در کشور ما به دلیل تأثیر مباحث سیاسی - اجتماعی، به جوه تکنیکی کار روزنامه‌نگاری توجه کافی نشده است. به عبارت دیگر موضوعاتی چون آزادی بیان، آزادی انتشار و سایر حقوق بنیادین مطبوعات، باعث شده تا ما به ابعاد فنی کار خود کمتر توجه داشته باشیم. ما روزنامه‌نگار خوب را

■ **بیشتر نشریات محلی فاقد ویژگی‌ها و استانداردهای روزنامه‌نگاری در صفحه اول اند. عمده تیرهای اصلی دارای ارزش خبری قابل توجهی نبوده و از وزن و اهمیت کافی برخوردار نیستند.**

■ **تیترو لید مطالب نشریات محلی به لحاظ نگارش و رعایت اصول و معیارهای روزنامه‌نگاری ضعیف است.**

کسی می‌دانیم که مباحث سیاسی را با شجاعت طرح و نکات ناگفته را با صراحت بیان کند. اما به این جنبه که مباحث از نظر اصول حرفه‌ای کار روزنامه‌نگاری نیز خوب تهیه و پرداخت شده باشد، توجه چندانی نمی‌کنیم.

در ادامه سمینار، یونس سُکرخواه ضمن اشاره به کیفی بودن تحقیق موردنظر بیان کرد: در این تحقیق بیش از ۲۰۰ نشریه شهرستانی و از هر نشریه سه شماره مورد بررسی گروه‌های اختصاصی قرار گرفته است. از آنجا که در این تحقیق، روش کار کیفی بوده و شیوه نمونه‌گیری غیراحتمالی است، نتایج تحقیق دارای اعتبار خارجی (external validity) نبوده است و نمی‌توان یافته‌های تحقیق را به سطح گسترده‌تری تعمیم داد.

سُکرخواه سپس ادامه داد: از میان نزدیک به ۳۰ متغیر، در نهایت ۱۱ متغیر مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. این متغیرها شامل تیترو، خبیر، رابطه تیترو و لید، انواع لید شکل عرضه روزنامه، منابع، گزارش‌ها و غیره است.

سُکرخواه افزود: در این تحقیق‌ها، از لحاظ ساختاری می‌توان سه سطح را از همدیگر متمایز کرد:

۱. سطح ساختاری؛ ۲. سطح پرسنل و ۳. سطح میثاق و اهداف نشریه.

به عقیده سُکرخواه نشریات شهرستانی فاقد سطح ساختاری هستند و «نظریه سازمان» (Organization theory) در آنها مطرح نیست. در سطح پرسنل نیز نشریات شهرستانی بسیار ضعیف عمل می‌کنند و علاوه بر کمبود متخصص از کمبود ابزار و منابع هم رنج می‌برند. اما در سطح میثاق، محلی عمل کردن و دیدگاه محلی (Local) داشتن برخی از نشریه‌های شهرستانی تا حدی موفقیت‌آمیز است.

در اینجا برای آگاهی بیشتر خوانندگان از یافته‌های تحقیق «آسیب‌شناسی مطبوعات محلی» به ارائه جمع‌بندی برخی از مهم‌ترین نتیجه‌های این پژوهش می‌پردازیم.

**الف: جمع‌بندی آسیب‌شناسی نشریات محلی از لحاظ اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری**

آنچه در این نوشتار تحت‌عنوان «جمع‌بندی آسیب‌شناسی نشریات محلی از لحاظ رعایت اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری می‌آید» ساختار کلی این گروه از نشریات را مورد توجه قرار داده است. اگر از برخی نشریات که در بعضی استان‌ها بسیار حرفه‌ای عمل می‌کنند بگذریم، این

جمع‌بندی شامل اکثر نشریات محلی می‌شود. نشریات محلی حداقل در عدم رعایت اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری به یکدیگر شباهت زیادی دارند.

## صفحه اول

بیشتر نشریات محلی فاقد ویژگی‌ها و استانداردهای روزنامه‌نگاری در صفحه اول‌اند. عمده تیرهای اصلی دارای ارزش خبری قابل توجهی نبوده و از وزن و اهمیت کافی برخوردار نیستند. بعضی از این نشریات برخلاف فلسفه وجودی خود، به رویدادها و موضوعات محلی اهمیت چندانی نمی‌دهند. ضعف دیگر صفحه اول نشریات محلی، دشواری تشخیص ترتیب تیرها و عدم رعایت اولویت‌بندی است. فراوانی و چیدمان تیرها، شباهت، اندازه و نوع قلم تیرها و استفاده از ترام، پوزیتو، نگاتیو کادر و... به گونه‌ای است که امکان تشخیص تیرهای اول، دوم و سوم را بسیار دشوار می‌کند. همچنین در مواردی، بین اندازه و نوع حروف تیر با ماهیت مطلب، تناسب و هماهنگی وجود ندارد. نشریات محلی به ویژگی هویت‌آفرینی صفحه آخر کم‌توجه‌اند و صفحه آخر بیشتر این نشریات از این ویژگی بی‌بهره است.

## تیترو لید

تیترو لید مطالب نشریات محلی به لحاظ نگارش و رعایت اصول و معیارهای روزنامه‌نگاری ضعیف است. در اکثر موارد، تیترو لید چکیده مهم‌ترین بخش مطلب [مطالب خبری] نیست و ارتباط منطقی بین تیترو لید وجود ندارد. تیرهای نشریات، معمولاً طولانی و فاقد استحکام و جذابیت و ارزش خبری و گاه کلی و بی‌محتواست. در نگارش تیرها، اصول فنی تیترو نویسی همچون شروع نکردن تیترو با حروف اضافه، استفاده از فعل در تیرهای خبری، استقلال تیترو، هماهنگی تیترو و لید و... در بیشتر موارد رعایت نمی‌شود. همچنین در نشریات محلی تیترو به عنوان یک بسته شامل تیترو اصلی، روتیترو، زیرتیترو، میان تیترو و سوتیترو تلقی نمی‌شود و از همین‌رو در تدوین تیترو عمدتاً به نگارش تیترو اصلی بسنده می‌شود. مقام‌زدگی در تیترو در بعضی از نشریات بسیار دیده می‌شود. لیدها گاه بی‌محتوا و گاه طولانی و پرمحتواست و در بیشتر موارد با قلم متفاوت از متن متمایز نمی‌شود. رعایت نکردن پاراگراف‌بندی به مخدوش شدن پاره‌ای از لیدها منجر شده است.

## تنظیم خبر

نشریات محلی در تنظیم مطالب خبری، مشکل و ضعف جدی دارند. از سبک‌های خبرنگاری و به ویژه سبک هرم وارونه بهره مناسب نمی‌برند و زبان نگارش خبر، زبان روزنامه‌ای نیست. به ذکر منبع در آغاز و یا متن خبرها نیز بی‌توجه یا کم‌توجه‌اند. این درحالی است که منبع شماری از خبرهای درج شده در این نشریات، خبرگزاری

جمهوری اسلامی، واحد مرکزی خبر و یا خبرگزاری ایسنا است. نکته در خور توجه در این باره این که خبرهای دریافتی از خبرگزاری‌ها و ادارات روابط عمومی بدون تقویت، بازآفرینی و بازنویسی، عیناً در نشریات درج می‌شود. فقدان ستون خبرهای کوتاه و خبرهای ترکیبی، از دیگر ضعف‌های نشریات محلی است.

## گزارش، مصاحبه، میزگرد

بعضی از نشریات محلی نسبت به تهیه مصاحبه اختصاصی و گزارش و میزگرد بی‌توجه‌اند. به خصوص هیچ‌کدام از نشریات دارای میزگرد نیستند. در تدوین و تنظیم گزارش‌ها عمدتاً به کنار هم قراردادن نقل قول‌ها و اظهارات افراد بسنده می‌شود. گزارش‌ها معمولاً فاقد عناصر تشریح، توصیف و تجسم است. در نگارش گزارش‌ها به استفاده از گذرها و لولاهای مناسب میان پاراگراف‌ها دقت کافی مبذول نمی‌شود و زبان گزارش‌ها یکنواخت است.

در تهیه و تنظیم مصاحبه‌ها، انجام مصاحبه‌های عمقی و چالش برانگیز از نظر دورمانده است. مصاحبه‌ها دارای لید مناسب نیستند. پرسش‌ها و پاسخ‌ها معمولاً پراکنده، بدون ارتباط منطقی با یکدیگر و کلیشه‌ای است. بعضی از مصاحبه‌ها در نشریات محلی، فاقد تیترو و لید هستند.

## شیوه نگارش فارسی و عدد نویسی

نشریات محلی از نظر شیوه نگارش فارسی، ایجاز و نیز عددنویسی، ضعف جدی دارند و از روش‌های درستی در نشانه‌گذاری، عددنویسی، نگارش صحیح افعال و جمله‌ها و... پیروی نمی‌کنند. کم‌دقتی در نمونه‌خوانی و غلط‌گیری، شیوه نادرست عددنویسی و نشانه‌گذاری از جمله ضعف‌ها و آسیب‌های این نشریات است.

## تفکیک ستون مطالب

گاهی در نشریات محلی تفکیک ستون مطالب غیرخبری از خبرها، رعایت نمی‌شود. این معضل به‌ویژه در سرمقاله‌های نگاشته شده در صفحه اول دیده می‌شود. با توجه به انتخاب تیرهای شعارگونه برای سرمقاله‌ها و این‌که در برخی موارد، همکاران تیترو اول خود را به آن اختصاص می‌دهند، امکان تفکیک مطالب خبری از مطالب غیرخبری و تفسیر از میان می‌رود. همچنین در مواردی، اندازه تیترو سرمقاله‌ها و مطالب غیرخبری چندان بزرگ است که تیترو اول خبری نشریه را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد.

**ب: جمع‌بندی بررسی آسیب‌شناسی محتوایی نشریات محلی**

در این تحقیق نشریات محلی با توجه به ۱۲ شاخص به شرح زیر



زمینه انتشار خودشان فاصله می‌گیرند:

### زمینه سیاسی

برخی نشریاتی که دارای زمینه انتشار سیاسی نیستند، مطالب سیاسی منتشر می‌کنند.

### زمینه ورزشی

برخی نشریاتی که دارای زمینه انتشار ورزشی نیستند، مطالب ورزشی منتشر می‌کنند. اما تعداد نشریاتی که دارای زمینه انتشار ورزشی هستند، ولی مطالب ورزشی منتشر نمی‌کنند بسیار بسیار اندک است.

### زمینه اقتصادی

برخی نشریات با وجود دارا بودن زمینه انتشار اقتصادی، مطالب اقتصادی منتشر نمی‌کنند.

۴. نشریات استان‌ها به زمینه سیاسی بیشتر از سایر زمینه‌ها می‌پردازند. هم چنانکه در بند سوم نیز اشاره شد، برخی از نشریاتی که زمینه انتشار سیاسی ندارند، باز هم مطالب سیاسی منتشر می‌کنند. انتشار قابل توجه مطالب سیاسی در نشریات استان‌ها احتمالاً یا به دلیل رویکرد سیاسی مدیران نشریات و یا به دلیل مخاطب بیشتر مطالب سیاسی است. به‌طور کلی فعالیت بعضی از نشریات مورد بررسی کاملاً سیاسی است و زمینه سیاسی سایر زمینه‌ها را تحت‌الشعاع قرار داده است. به عبارت دیگر، نشریات استانی در زمینه سیاسی بیش از سایر زمینه‌ها فعالیت می‌کنند.

۵. با توجه به این که فعالیت اصلی بیشتر نشریات (استانی) مورد بررسی سیاسی است، از این رو آنها در صفحه اول، رویکرد محلی ندارند و یا این که رویکرد محلی آنها در صفحه اول ضعیف است. بسیاری از نشریات محلی در صفحه اول بیشتر به رویدادهای سیاسی ملی می‌پردازند و آنها را برجسته‌سازی می‌کنند. نشریات مورد بررسی در تیترهای اول خود اولویت را به رویدادهای ملی می‌دهند و بیشتر آنها را برجسته‌سازی می‌کنند. نشریات محلی در برجسته‌سازی رویدادها و اخبار محلی در صفحه اول ضعیف عمل می‌کنند، از این رو صفحه اول آنها بیشتر دارای رنگ و بوی نشریه ملی است تا محلی؛ برخی از نشریات محلی پا را از این هم فراتر گذاشته و در صفحه اول رویکرد فراملی دارند. به‌طور کلی، نشریات محلی در تیترهای اول و اصلی خود بیشتر مسائل و رویدادهای سیاسی ملی را برجسته می‌کنند.

۶. نشریات محلی در سرمقاله‌های خود بیشتر دارای رویکرد ملی هستند. نشریات مورد بررسی کمتر دارای سرمقاله‌های مربوط به مسائل و رویدادهای محلی‌اند. همچنین نشریات محلی در سرمقاله خود، علاوه بر رویکرد ملی، بیشتر دارای رویکرد سیاسی‌اند. آنها در سرمقاله‌ها بیشتر موضوعات و مسائل سیاسی ملی را مورد توجه قرار می‌دهند.

مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند:

۱. زمینه انتشار؛ ۲. تیترهای 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 و ۱۲. رویکرد محلی  
مهم‌ترین یافته‌های این تحقیق به شرح زیر است:

۱. از میان استان‌های کشور، استان کرمان با ۲۰ عنوان نشریه بیشترین و استان‌های کردستان، سمنان، اردبیل و کهگیلویه و بویر احمد هر کدام با سه عنوان نشریه کمترین فراوانی‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. بررسی محتوایی نشریات مورد بررسی نشان می‌دهد که تعداد زیاد نشریات در حال انتشار در هر استان، نشانه توسعه یافتگی مطبوعات آن استان نیست. بعضی از استان‌ها ممکن است به هر دلیلی نشریات در حال انتشار زیادی نداشته باشند، اما کیفیت محتوای نشریات آنها از بسیاری از استان‌های دیگر بهتر باشد. این بررسی نشان می‌دهد که بهبود کیفیت نشریات استان‌ها بیشتر متکی به افراد (مدیرمسئول، سردبیر و تحریریه) است. همچنین نشریاتی که از لحاظ محتوایی از کیفیت و غنای خوبی برخوردارند، اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری را بیشتر رعایت می‌کنند.

۲. اکثریت قریب به اتفاق نشریات مذکور، شناسنامه خود رابه‌طور کامل درج می‌کنند اما، تعدادی از آنها درج ترتیب انتشار و زمینه انتشار را نادیده می‌گیرند.

۳. بیشتر نشریات مورد بررسی مطابق زمینه انتشار خودشان منتشر می‌شوند. در بعضی از استان‌ها، برخی نشریات کاملاً مطابق زمینه انتشار خود منتشر نمی‌شوند. به‌طور کلی، نشریات بررسی شده در سه مورد از

۷. اخبار تولیدی نشریات محلی بسیار اندک است. در برخی استان‌ها تعدادی نشریات و در بسیاری از استان‌ها همه نشریات اخبار تولیدی بسیار کمی دارند. اخبار نشریات محلی عمدتاً محصول روابط عمومی‌های سازمان‌ها و ادارات، خبرگزاری‌ها و نشریات دیگر است. متأسفانه این امر درباره اخبار محلی نشریات محلی هم صدق می‌کند. برخی از نشریات، اخبار محلی خودشان را به نقل از خبرگزاری‌ها نقل می‌کنند. اخبار محلی تولیدشده در اکثر نشریات مورد بررسی بسیار، اندک است.

۸. برخلاف اخبار، تولید مطالب غیرخبری در نشریات محلی در حد قابل قبولی است. نشریات محلی بیشتر مطالب غیرخبری (صرف‌نظر از این‌که مربوط به گستره محلی است یا ملی) را خودشان جمع‌آوری می‌کنند. از این‌رو نشریات محلی از لحاظ تولید مطالب غیرخبری مشکل خاصی ندارند.

۹. از لحاظ تنوع و گستردگی مطالب، برخی از نشریات محلی از حداقل تنوع و گستردگی برخوردار نیستند. بسیاری از نشریات محلی از مصاحبه‌ها و مقالات بلند، طولانی و خسته‌کننده استفاده می‌کنند و به‌طور همه‌جانبه در زمینه‌های مختلف منتشر نمی‌شوند. برخی نشریات از تنوع خبری برخوردارند و برخی دیگر (بیشتر نشریات محلی در این دسته قرار می‌گیرند) از لحاظ غیرخبری دارای تنوع هستند. نشریاتی که هم از لحاظ خبری و هم از لحاظ غیرخبری کاملاً متنوع باشند و در هر دو حوزه مطالب متنوعی منتشر کنند، کم هستند.

۱۰. بیشتر نشریات محلی در زمینه ورزشی فعال عمل می‌کنند. علاقه نشریات محلی به زمینه ورزشی تا حدی است که برخی از آنها برخلاف فقدان زمینه انتشار ورزشی در شناسنامه، باز هم مطالب ورزشی منتشر می‌کنند و حتی یک صفحه کامل را به این زمینه اختصاص می‌دهند. نشریات محلی بیشتر به ورزش محل انتشار خودشان می‌پردازند و در مجموع رشته‌های مختلف ورزشی را پوشش می‌دهند. در عین حال نشریات محلی نیز مانند بسیاری از نشریات سراسری در صفحه ورزشی بیشتر به فوتبال می‌پردازند. نشریات محلی به ترتیب به فوتبال محلی، ملی و فراملی می‌پردازند.

۱۱. نشریات محلی به زمینه اقتصادی بسیار کم توجه‌اند. به عبارت دیگر نشریات محلی در انتشار مطالب اقتصادی بسیار ضعیف هستند. این نشریات حداکثر به اخبار مربوط به فعالیت‌های اقتصادی می‌پردازند و مطالب غیرخبری قابل توجهی در این زمینه منتشر نمی‌کنند. از این‌رو سهم مطالب مربوط به زمینه اقتصادی خواه مطالب مربوط به گستره محلی و خواه مطالب مربوط به گستره ملی، در نشریات محلی در

**■ نشریات محلی در تنظیم مطالب خبری، مشکل و ضعف جدی دارند. از سبک‌های خبرنگاری و به ویژه سبک هرم وارونه بهره مناسب نمی‌برند و زبان نگارش خبر، زبان روزنامه‌ای نیست.**

**■ نشریات محلی به زمینه اقتصادی بسیار کم توجه‌اند. به عبارات دیگر نشریات محلی در انتشار مطالب اقتصادی بسیار ضعیف هستند.**

مقایسه با سایر زمینه‌ها بسیار اندک است. همچنین نشریات محلی مطالب غیرخبری قابل توجهی در زمینه اقتصادی ندارند. ضعف نشریات محلی در حوزه اقتصادی به حدی است که برخی از آنها با وجود زمینه انتشار، هیچ‌گونه مطالب اقتصادی منتشر نمی‌کنند. بسیاری از نشریات، حتی زمینه انتشار اقتصادی ندارند که این امر عدم علاقه را آنها به این زمینه نشان می‌دهد.

۱۲. زمینه‌های انتشار فرهنگی و اجتماعی به همراه زمینه انتشار سیاسی در نشریات محلی بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

۱۳. آگهی‌های غیرخصوصی در نشریات استانی توزیع یکسانی ندارند. برخی از نشریات در یک استان بیشتر به آگهی‌های ثبتی و دولتی دسترسی دارند. در مجموع نشریات محلی بیشتر دارای آگهی‌های مربوط به دستگاه‌های دولتی

هستند و آگهی‌های خصوصی در آنها چندان قابل توجه نیست.

۱۴. نشریات محلی در ایفای نقش نظارتی خود عمدتاً ضعیف هستند. باوجود این که بسیاری از آنها دارای رویکرد انتقادی هستند، اما کمتر به نهادهای مدنی توجه دارند و به نقل از آنها ویا درباره آنها مطالب منتشر می‌کنند. نشریات محلی سازمان‌ها و ادارات، مراکز دولتی و دستگاه‌های مختلف را کمتر از منظر نهادهای مدنی مورد انتقاد قرار می‌دهد. نشریات محلی به نهادهای مدنی مانند احزاب، اصناف، گروه‌ها، انجمن‌ها، اتحادیه‌ها و غیره کم‌توجه‌اند. نشریات محلی در خوشبینانه‌ترین حالت به شوراها می‌پردازند. در توجه به نهادهای مدنی نیز بیشتر نشریات محلی دارای رویکرد ملی هستند. نهادهای مدنی محلی که بیشتر غیرسیاسی‌اند، کمتر در نشریات استان‌ها مورد توجه قرار می‌گیرند و مطالبی از آنها و یا درباره آنها منتشر می‌شود.

۱۵. دیدگاه محلی نشریات استانی آن گونه که در این بررسی مدنظر قرار گرفته ضعیف است. نشریات محلی می‌توانند مطالب زیادی را در هر شماره به علائق، سلیق، آداب، رسوم، سنت‌های محلی، میراث فرهنگی محلی، جاذبه‌های طبیعی محلی، مشاهیر و مفاخر استان، آثار فرهنگی محلی، اماکن دیدنی محلی و غیره اختصاص دهند و مخاطبان زیادی جذب کنند. نشریات محلی با پرداختن به موارد مذکور می‌توانند آگاهی مردم شهرهای مختلف استان و منطقه را نسبت به استان افزایش دهند. بسیاری از نشریات محلی دید محلی ندارند و برخی نیز دارای دید محلی ضعیفی هستند. این دسته نشریات موارد و مطالب بسیار کمی در این زمینه منتشر می‌کنند. نشریات استانی که دارای دید محلی ضعیفی هستند، معمولاً در یک یا دو شماره، یک یا دو مطلب کوتاه در این زمینه منتشر می‌کنند.

۱۶. نشریات استانی به ترتیب دارای رویکرد محلی و ملی هستند. تعدادی از این نشریات که البته خیلی قابل توجه نیستند دارای رویکرد فراملی هستند. اما آنچه که قابل توجه است، نشریاتی است که دارای رویکرد ملی هستند. در مجموع نشریاتی که رویکرد غالبشان ملی است، بسیار زیاد است، هر چند این تعداد در مقایسه با نشریاتی که رویکرد غالبشان محلی است، کمتر است، اما تعداد آنها بسیار زیاد است. آن دسته از نشریات استانی که رویکرد غالبشان ملی است، نشریاتی هستند که به مسائل سیاسی و تا حدودی فرهنگی به طور عام و حتی نظری گرایش دارند. این نشریات رویکرد محلیشان محدود به تعدادی اخبار محلی است که این نیز به نوبه خود بیشتر غیرتولیدی است. برخی از نشریاتی که در مجموع دارای رویکرد محلی اند، در صفحه اول، رویکرد ملی دارند و بیشتر مسائل سیاسی عام و کلان کشور را برجسته می‌سازند. این نشریات در صفحات داخلی رویکرد محلی دارند.

### جمع‌بندی آسیب‌شناسی نشریات محلی از لحاظ طراحی گرافیک و صفحه‌آرایی بخش اول:

نشریات استان‌های تهران، مرکزی، بوشهر، قم، زنجان، ایلام، خوزستان، خراسان، کرمان، یزد، فارس، اصفهان، بوشهر، هرمزگان صفحه‌آرایی نشریات بررسی شده عموماً غیرحرفه‌ای است و جذابیت بصری ندارد. از رنگ و حروف خوب استفاده نشده مثلاً یک نشریه یا پرتیتر و با قلم‌های نزدیک به هم و هم شکل است و یا کم تیتیر با سفیدی نامناسب. اکثر نشریات، تصویر را نمی‌شناسند و از قدرت عکس در صفحه بی‌اطلاع‌اند، در نتیجه ۹۰ درصد نشریات بررسی شده فاقد تصویراند و یا اصلاً به‌استفاده از تصویر در صفحات اعتقاد ندارند و یا مسائل مالی آن را لحاظ می‌کنند.

دیگر مسأله اساسی در نشریات شهرستان‌ها چاپ آنها است. نشریات بررسی شده عموماً از لیتوگرافی غیرحرفه‌ای برخوردارند. یعنی ترام و سایه‌روشن‌ها را منتقل نمی‌کنند و بیشتر به‌صورت کلیشه‌ای ارائه می‌شوند، در نتیجه زیبایی تصویر به کاغذ انتقال نمی‌یابد. نشریات بررسی شده از لحاظ لیتوگرافی عموماً مشکل دارند. نکته دیگر درباره چاپ نشریات مورد بررسی این است که چاپ آنها با ماشین غیردقیق انجام می‌شود. به‌ویژه در نشریات رنگی، رنگ‌های استفاده شده هماهنگی و تناسب ندارند.

### بخش دوم

نشریات استان‌های گیلان، همدان، مازندران، آذربایجان غربی، سمنان، آذربایجان شرقی، لرستان، کهگیلویه و بویر احمد، کرمانشاه، چهارمحال بختیاری، اردبیل، کردستان، سیستان و بلوچستان و قزوین. نتایج به‌دست آمده از بررسی فوق‌نشان می‌دهد که: اکثریت قریب به اتفاق نشریات از حداقل طراحی گرافیک برخوردار نیستند. این ضعف

در طراحی‌های پایه‌ای نشریات، شامل انتخاب و کاربرد درست حروف، طراحی لوگو، یونیفورم‌ها، سرصفحه‌ها و سرکلیشه‌ها دیده می‌شود. حتی انتخاب صحیح محل شماره صفحه کاملاً مشهود است. به‌طور کلی می‌توان گفت مبانی صفحه‌آرایی در اغلب نشریات اجرا نشده است. بدیهی است که چنین سیاستی در کار، برای «لی‌آت» روزمره نشریه نیز از افراد متخصص استفاده نمی‌کند. در واقع جای تخصص طراحی گرافیک در اکثر نشریات خالی است.

بخش بسیار مهم عکاسی اکثراً حذف شده است. تصاویر نامناسب با کیفیت بسیار پایین استفاده می‌شوند. به‌طور کلی نقش اساسی و غیرقابل حذف عکاسی خبری در نشریات شناخته شده نیست، یا به فراموشی سپرده شده است.

کیفیت تولید (کاغذ، لیتوگرافی و چاپ) در سطح پایین قرار دارد. عدم به‌کارگیری تخصص در امر چاپ، باعث به‌هدر رفتن مواد اولیه و تولید بسیار نامرغوب شده است.

با بررسی کاستی‌های فوق می‌توان چنین نتیجه گرفت که مجموع آنچه تولید می‌شود قابل رقابت با دیگر نشریات غیرمحلی نیست.

### ۲. بررسی میزان اعتماد مردم به رسانه‌های خبری و رابطه آن با میزان اعتماد به نهادهای دولتی

در دومین روز برگزاری «سمینار ارائه یافته‌های تحقیقاتی» دکتر نعیم بدیعی استاد گروه علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی به ارائه یافته‌های کار تحقیقی خود به نام «بررسی میزان اعتماد مردم به رسانه‌های خبری و رابطه آن با میزان اعتماد به نهادهای دولتی» پرداخت. بدیعی گفت: پرسش اساسی این تحقیق «بررسی عوامل مؤثر بر میزان اعتماد مردم به رسانه‌ها است» علاوه بر این می‌خواستیم بدانیم «آیا این عوامل تأثیری بر اعتماد مردم به نهادهای حکومتی دارد؟ و اگر دارد تأثیر این عوامل به چه میزان است؟».

استاد دانشگاه علامه طباطبایی در بیان مختصات تحقیق گفت: این پژوهش از نیمه دوم مردادماه سال جاری (۱۳۸۲) در شهر تهران شروع شد. روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری خوشه‌ای Cluster Sampling بوده و حجم نمونه ۱۲۰۰ نفر در نظر گرفته شد. این تحقیق به منظور بررسی رابطه متقابل بین میزان اعتماد مردم بر رسانه‌های خبری و میزان اعتماد آنان به نهادهای دولتی صورت گرفته است. که این موضوع هم برای سیاستمداران، هم برای کارشناسان علوم ارتباطات و هم برای مردم اهمیت دارد. روش انجام این تحقیق نیز روش پیمایشی Survey بوده است.

بدیعی افزود: یکی از وظایف مهم رسانه‌های ارتباط جمعی افزایش دانش و آگاهی مردم در زمینه‌هایی است که امکان دسترسی کمتری به آن دارند. علاوه بر این رسانه‌ها می‌توانند زمینه‌ساز همکاری مشارکت مردم در توسعه اجتماعی باشند؛ مشروط به این‌که مردم بر آنها اعتماد

داشته باشند.

بدیعی در ادامه گفت: مردم، حکومت و رسانه‌ها سه بُعد مهم را در این تحقیق تشکیل می‌دادند. همچنین در این تحقیق شاخص اعتماد به اخبار رسانه‌ها از چند جنبه مورد بررسی قرار گرفت که عبارتند از:

۱. صحت و درستی اخباری که رسانه‌ها انتشار می‌دهند؛ ۲. منصفانه بودن و عدم جهت‌گیری در ارائه اخبار؛ ۳. توجه به منافع مردم؛ ۴. جامع و کامل بودن مطالب.

در مورد چارچوب نظری تحقیق، بدیعی گفت: در این بخش ما به بررسی رابطه رسانه‌ها با حکومت از ابعاد مختلف مثل نحوه اداره و مالکیت رسانه‌ها پرداختیم. نظریه اقتدارگر، نظریه توسعه‌بخش، نظریه آزادی‌گرا در این فصل مورد بررسی قرار گرفت.

در بخش دیگری از تحقیق به بررسی مخاطبان و رسانه‌ها پرداختیم. در این فصل برخی نظریه‌ها مثل نظریه تزریقی، نظریه استحکام و نظریه هماهنگی و ناهماهنگی شناختی و سایر نظریه‌ها مطرح شده است.

لازم به ذکر است که خلاصه یافته‌های این تحقیق در ۱۰ بخش به شرح زیر ارائه شده است:

بخش یکم: ویژگی‌های پاسخگویان؛

بخش دوم: استفاده و بهره‌مندی شهروندان از رسانه‌ها؛

بخش سوم: خبرجویی و انتخاب رسانه‌بری

بخش چهارم: اعتماد به نهادها و سازمان‌های دولتی؛

بخش پنجم: بررسی رابطه بین میزان اعتماد به روزنامه‌ها و سایر متغیرها؛

بخش ششم: بررسی رابطه بین میزان اعتماد به تلویزیون و سایر متغیرها؛

بخش هفتم: بررسی رابطه بین منابع خبرجویی از رویداد جدید و سایر متغیرها؛

بخش هشتم: بررسی رابطه بین منابع مورد اعتماد اخبار متناقض و سایر متغیرها؛

بخش نهم: بررسی تفاوت بین میانگین میزان اعتماد مردم نسبت به نهادهای دولتی و سایر متغیرها؛

بخش دهم: تحلیل رگرسیون چند متغیری.

یافته‌ها و نتایج تحقیق فوق نشان می‌دهد که:

۱. میزان اعتماد به اخبار روزنامه‌ها در حد متوسط (۳) و پایین‌تر است.

## ■ نشریات محلی از نظر شیوه

نگارش فارسی، ایجاز و نیز

عددنویسی، ضعف جدی دارند و

از روش‌های درستی در

نشانه‌گذاری، عددنویسی، نگارش

صحیح افعال و جمله‌ها و ...

پیروی نمی‌کنند.

## ■ یکی از وظایف مهم رسانه‌های

ارتباط جمعی افزایش دانش و

آگاهی مردم در زمینه‌هایی است

که امکان دسترسی کمتری به آن

دارند.

۲. میزان اعتماد به اخبار تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران) نیز در حد متوسط و پایین‌تر است.

۳. مقایسه بین میزان اعتماد مردم تهران نسبت به اخبار روزنامه‌های کشور و تلویزیون (سیمای جمهوری اسلامی ایران)، تفاوت معنی‌داری را بین میانگین‌ها نشان نمی‌دهد. در مورد همه پرسش‌های مربوط به میانگین‌ها از خدمت‌مستقیم کمتر است.

۴. منابع خبرجویی برای کسب اطلاعات بیشتر از یک رویداد داخلی و یا خارجی با جنس، سن، تحصیلات و وضعیت تأهل رابطه معنی‌داری وجود دارد. به‌طور کلی، تلویزیون اولویت منبع کسب خبر درباره رویدادهای داخلی برای اکثر مردم به استثنای افراد مجرد یا با تحصیلات بالاتر از دیپلم (دانشجو، فوق‌دیپلم، لیسانس، فوق‌لیسانس و دکترا) است. برای این گروه‌ها اخبار شبکه جهانی اینترنت، در اولویت قرار دارد.

۵. افزایش تحصیلات باعث افزایش استفاده مردم از اخبار شبکه جهانی اینترنت برای کسب اطلاعات بیشتر است.

۶. جوانان بیشتر از سایر افراد برای کسب اطلاعات جدید به اخبار شبکه جهانی اینترنت مراجعه می‌کنند.

۷. برای کسب خبر بیشتر در مورد رویدادهای داخلی و یا خارجی نیز تلویزیون در اولویت اول برای اکثر مردم به استثنای افراد بین ۱۵ تا ۳۰ سال، دیپلم و بالاتر و مجرد است. جوانان بیشتر از سایر افراد برای کسب اطلاعات جدید به اخبار شبکه جهانی اینترنت مراجعه می‌کنند.

۸. برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد رویدادهای داخلی و یا خارجی، برای اکثر افراد، روزنامه‌های کشور در مرتبه‌های سوم و بعد قرار دارد.

۹. در خصوص اعتماد به اخبار متناقض داخلی و یا خارجی، وضعیت مشابه موارد بالاست.

۱۰. اگر چه تفاوت‌هایی بین میزان اعتماد مردم به نهادهای دولتی بین زنان و مردان، میزان تحصیلات، تعداد روزهای مطالعه روزنامه‌ها، مدت زمان تماشای تلویزیون، گوش دادن به رادیو و وضعیت تأهل وجود دارد، با این حال، میزان اعتماد مردم به نهادها و سازمان‌های دولتی از حد متوسط کمتر است. میزان اعتماد مردم به وزارتخانه‌های پست، تلگراف و تلفن و علوم، تحقیقات و فناوری و سازمان بیمه خدمات درمانی وابسته به وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، کمی از حد متوسط بیشتر و میزان اعتماد به وزارت کار و امور اجتماعی از همه نهادها و سازمان‌ها کمتر است.

۱۱. استفاده مردم از روزنامه‌ها با تحصیلات، جنس و شغل رابطه دارد. بدین ترتیب که هرچه تحصیلات مردم بیشتر باشد، استفاده آنان از روزنامه بیشتر است. مردان بیشتر از زنان از روزنامه استفاده می‌کنند. مشاغل بازنشسته و کارفرما نیز بیشتر از سایر مشاغل از روزنامه بهره می‌برند.

۱۲. میزان اعتماد به اخبار روزنامه‌ها با سن، میزان استفاده از روزنامه، تحصیلات، تاهل، شغل و جنس رابطه معنی‌داری دارد. با افزایش سن از اعتماد مردم به اخبار روزنامه‌ها کاسته می‌شود. با این حال «میزان استفاده از روزنامه‌ها» بر میزان «اعتماد مردم به اخبار روزنامه‌ها» مؤثر است. افزون بر این هرچه تحصیلات مردم بیشتر باشد، از اعتماد آنان نسبت به روزنامه‌ها کاسته می‌شود.

۱۳. میزان اعتماد شهروندان به دولت با میزان اعتماد به اخبار روزنامه‌ها و میزان «تحصیلات» رابطه دارد. افزایش «اعتماد مردم به اخبار روزنامه‌ها» باعث افزایش اعتماد آنان نسبت به دولت و نهادهای دولتی می‌شود. برعکس، هرچه تحصیلات مردم بیشتر باشد، از اعتماد آنان نسبت به نهادهای دولتی کاسته می‌شود. یعنی مردم با تحصیلات بیشتر، اعتماد کمتر و با تحصیلات کمتر، اعتماد بیشتر نسبت به دولت و نهادهای دولتی دارند.

۱۴. استفاده از تلویزیون با سن و شغل (خانه‌دار) رابطه معنی‌داری دارد. هرچه سن افراد بیشتر باشد، استفاده آنان از تلویزیون کمتر است. افراد خانه‌دار بیشتر از دیگران از تلویزیون استفاده می‌کنند. سایر عوامل، تأثیری در استفاده از تلویزیون ندارد.

۱۵. اعتماد به اخبار تلویزیون با مدت زمان تماشای تلویزیون، تحصیلات، شغل و جنس رابطه معنی‌دار دارد. کسانی که مدت زمان بیشتری تلویزیون تماشا می‌کنند، بیشتر از دیگران به اخبار تلویزیون اعتماد دارند. با افزایش تحصیلات و سن، اعتماد آنان نسبت به اخبار تلویزیون کاسته می‌شود. افراد بازنشسته بیش از سایر مشاغل به اخبار تلویزیون اعتماد دارند. اعتماد افراد با مشاغل آزاد نسبت به اخبار تلویزیون رابطه منفی دارد.

۱۶. میزان اعتماد به دولت با میزان اعتماد به اخبار تلویزیون و مدت زمان استفاده از آن رابطه دارد. با افزایش اعتماد به اخبار تلویزیون، اعتماد آنان نسبت به دولت و نهادهای دولتی افزایش می‌یابد. مدت زمان استفاده از تلویزیون نیز با اهمیت کمتر بر میزان اعتماد مردم به دولت و نهادهای دولتی تأثیر دارد.

۱۷. استفاده از رسانه‌ها با شغل (خانه‌دار و آزاد) رابطه معنی‌دار مثبت و با سن رابطه معنی‌دار معکوس دارد. هرچه سن افراد بیشتر باشد،

## ■ رسانه‌ها می‌توانند زمینه‌ساز همکاری مشارکت مردم در توسعه اجتماعی باشند؛ مشروط به این‌که مردم بر آنها اعتماد داشته باشند.

## ■ افزایش تحصیلات باعث افزایش استفاده مردم از اخبار شبکه جهانی اینترنت برای کسب اطلاعات بیشتر است.

استفاده آنان از رسانه‌ها (روزنامه‌های کشور و صداوسیما جمهوری اسلامی ایران) کاهش می‌یابد. افراد خانه‌دار و شغل آزاد بیشتر از دیگران از رسانه‌ها استفاده می‌کنند. سایر متغیرها تأثیری بر استفاده از رسانه‌ها ندارند.

۱۸. میزان اعتماد شهروندان تهران به اخبار رسانه‌ها (روزنامه و تلویزیون سیما جمهوری اسلامی ایران) با سن، تحصیلات، جنس (مردان)، شغل (آزاد و مغازه‌دار/تاجر) رابطه منفی دارد ولی با استفاده از رسانه‌ها و وضعیت تاهل رابطه مثبت دارد. سن پاسخگویان بیشترین تأثیر را در میزان اعتماد آنان به اخبار رسانه‌ها دارد.

۱۹. میزان اعتماد به دولت با میزان اعتماد به اخبار رسانه‌ها و استفاده از رسانه‌ها رابطه دارد. افزایش اعتماد مردم به اخبار رسانه‌ها باعث افزایش اعتماد مردم نسبت به دولت و نهادهای دولتی می‌شود.

چنانچه رابطه اعتماد به رسانه‌ها را ناشی از اعتماد به دولت در نظر بگیریم:

۲۰. میزان اعتماد به اخبار روزنامه‌ها با میزان اعتماد نسبت به دولت و استفاده از روزنامه‌ها رابطه مثبت دارد. به عبارت دیگر افزایش اعتماد به دولت و نهادهای دولتی باعث افزایش اعتماد به روزنامه‌های کشور می‌شود.

۲۱. میزان اعتماد مردم به دولت با میزان استفاده از تلویزیون رابطه معنی‌دار دارد. افزایش میزان استفاده از تلویزیون باعث افزایش میزان اعتماد مردم به دولت می‌شود. ولی میزان اعتماد مردم به دولت با شغل (آزاد)، تاهل (همسر فوت شده) و تحصیلات، رابطه منفی دارد. با افزایش تحصیلات از میزان اعتماد مردم نسبت به دولت کاسته می‌شود و افراد با شغل آزاد و کسانی که همسرانشان را از دست داده‌اند اعتماد کمتری به دولت نسبت به دیگران دارند.

۲۲. میزان اعتماد به اخبار تلویزیون با اعتماد نسبت به دولت و استفاده از تلویزیون رابطه مثبت دارد. افزایش اعتماد به دولت و نهادهای دولتی باعث افزایش اعتماد به تلویزیون می‌شود. افراد با شغل آزاد نیز نسبت به تلویزیون اعتماد کمتری از دیگران دارند.

۲۳. میزان اعتماد به رسانه‌ها با میزان اعتماد به دولت، شغل (سایر) و وضعیت تاهل (متاهل) رابطه دارد. با افزایش «اعتماد مردم به دولت» باعث افزایش اعتماد آنان نسبت به رسانه‌ها (روزنامه‌ها، صداوسیما جمهوری اسلامی ایران) می‌شود. همچنین، اعتماد به رسانه‌ها تابعی از افراد متاهل و سایر مشاغل است. □