

بررسی عوامل مؤثر در رقابت رسانه‌ای (مطبوعات) از دیدگاه دست‌اندرکاران رسانه (با تأکید بر مطبوعات سراسری)

تاریخ دریافت ۱۳۸۹/۴/۲۲، تاریخ پذیرش ۱۳۸۹/۷/۱۴

دکتر محمودرضا مرتضوی* منصوره مرادی**

چکیده

یک سازمان مطبوعاتی، به‌عنوان سازمان خدماتی به‌منظور افزایش درآمد و تصاحب بازار نشر، روش‌های مختلفی را برای رقابت با سایر رسانه‌ها اتخاذ می‌کند. این رقابت، ابعاد متعددی را در برمی‌گیرد که در زمینه‌های حفظ مخاطبان، جذب مخاطبان جدید، تولید مطالب اختصاصی، سبقت خبری، فروش بیشتر، جذب آگهی بیشتر و افزایش تیراژ مطرح می‌شود. در این پژوهش، به روش «پیمایش» درباره‌ی چگونگی ایجاد فضای رقابتی در روزنامه‌های ایران تحقیق شده و دیدگاه مدیران بخش تحریریه پنج روزنامه مطرح کشور بررسی شده است. در این پژوهش مشخص شد که روش‌های روزنامه‌نگاری (تحقیقی و تشریحی)، امنیت شغلی، خصوصی‌سازی و مدیریت تخصصی در ایجاد فضای رقابتی مؤثر است.

واژه‌های کلیدی

رقابت رسانه‌ای، مطبوعات سراسری، روزنامه‌نگاری تشریحی و تحقیقی، امنیت شغلی روزنامه‌نگاران، مدیریت تخصصی رسانه.

*. استادیار علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی - واحد میبد Mr.mortazavi46@yahoo.com

** کارشناس ارشد علوم ارتباطات - مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی فرهنگ و هنر یزد

مقدمه

روزنامه به‌عنوان یک کالای فرهنگی - اقتصادی در سه حوزه تولید، توزیع و مصرف دارای زمینه‌های رقابتی با سایر روزنامه‌ها و رسانه‌ها می‌باشد. هر کدام از این زمینه‌ها موجب رقابت‌هایی به‌منظور افزایش تیراژ، تولید مطالب اختصاصی و ... است. در شرایط کنونی مسائلی مانند فقدان ضمانت اجرایی در قوانین و مقررات صنفی، پایین بودن سطح مهارت‌های تخصصی کارکنان بخش‌های مختلف موسسات مطبوعاتی (روزنامه‌ها)، وابستگی روزنامه‌های بزرگ به بودجه‌های دولتی، پایین بودن سطح مطالعه، عدم دسترسی و توزیع به موقع روزنامه‌ها در نقاط مختلف کشور و ... شرایطی را به وجود آورده که عملکرد روزنامه‌ها در مراحل تولید، توزیع و مصرف در یک فضای رقابتی پویا قرار نگیرد؛ به صورتی که روزنامه‌های در حال انتشار در مجموع، فاقد چهار میلیون تیراژ هستند. لذا در این پژوهش تلاش می‌شود عوامل اثرگذار بر پیدایش فضای رقابتی میان روزنامه‌ها، بررسی گردد. اهداف تحقیق عبارتند از: بررسی عوامل مؤثر (درون و برون سازمانی) در ایجاد رقابت رسانه‌ای، بررسی وضعیت موجود روزنامه‌ها از نظر رقابت رسانه‌ای، بررسی وضعیت مدیریت روزنامه‌ها در ارتباط با رقابت رسانه‌ای و ارائه پیشنهادی نظری و عملی برای ایجاد و بهبود فضای رقابت رسانه‌ای در میان روزنامه‌ها.

در این پژوهش شاخص‌های مختلفی برای هر یک از متغیرهای مستقل: روزنامه‌نگاری تحقیقی، روزنامه‌نگاری تشریحی، مدیریت تخصصی رسانه، امنیت شغلی و مالکیت خصوصی مطرح شده که به ترتیب عبارتند از: کشف نمودن وقایع، ربط دادن وقایع، اولویت قائل شدن برای چرایی وقایع، شرح عناصر خبری، ارجاع به منابع متعدد، اولویت در چگونگی وقایع، تفسیر و تحلیل رویداد، مدرک دانشگاهی مرتبط، گذراندن دوره‌های کارگاهی و آموزش تخصصی، تجارب حرفه‌ای، بیمه اجتماعی کارکنان، ثبات در پست سازمانی، دستمزد قانونمند و مالکیت فرد حقیقی.

برخی از پیش فرض‌های این پژوهش عبارتند از: الف) ارتباطات اجتماعی متشکل از

سه عنصر اصلی است که شامل پیام فرست، پیام و مخاطب می‌باشد؛ ب) سازمان رسانه به‌عنوان یک سیستم، با محیط پیرامون خود در تعامل یا ارتباط متقابل قرار می‌گیرد؛ ج) رقابت سازمان رسانه به‌منظور افزایش تیراژ، حفظ مخاطبان، جذب مخاطبان جدید، تولید مطالب اختصاصی، افزایش فروش و جذب آگهی انجام می‌شود. این پژوهش با استفاده از «روش پیمایش»، با تعیین حجم نمونه طبق فرمول کوکران و نمونه‌گیری بر روی ۲۰۰ نفر از اعضای ارشد تحریریه‌های پنج روزنامه سراسری و با تدوین و توزیع پرسشنامه انجام شده است. در این پژوهش تلاش می‌شود با آزمون کای اسکوتر به دو سؤال زیر براساس دیدگاه‌های روزنامه‌نگاران و مبانی تئوریک موردنظر (رسانه در میدان نیرو و نظریه سیستم‌ها) پاسخ گفته شود:

۱. آیا روزنامه‌نگاری تحقیقی، روزنامه‌نگاری تشریحی و مدیریت روزنامه‌ها به‌دست متخصصان علوم ارتباطات در ایجاد رقابت رسانه‌ای بین روزنامه‌ها مؤثر است؟
۲. آیا برخوردار بودن روزنامه‌نگاران از امنیت شغلی^۱ و واگذاری مالکیت روزنامه‌های دولتی به بخش خصوصی (خصوصی سازی)، در ایجاد رقابت رسانه‌ای میان روزنامه‌ها مؤثر است؟

بیان مساله

مطبوعات ایران با وجود آنکه سابقه‌ای بیش از ۱۷۰ سال را پشت سر نهاده‌اند، در مجموع هنوز نه تنها توسعه نیافتگی ساختاری خود را پشت سر نگذاشته‌اند بلکه حتی در مقایسه با برخی از کشورهای در حال توسعه نیز دچار عقب‌ماندگی هستند. پایین بودن تیراژ، پایین بودن سطح مطالب تولیدی و تاریخچه تحول مطبوعات در ایران، نشانگر این واقعیت است که افزون بر دشواری‌های سیاسی و اجتماعی، عوامل ساختاری، مدیریتی، سازمانی و نبود یا کمبود نیروی متخصص نیز به مثابه عوامل بازدارنده، همانند سانسور، رشد مطبوعات ایران را در یک فضای رقابتی با کندی روبه‌رو می‌کند. مسائل و مشکلات کنونی مطبوعات ایران را به چند بخش می‌توان تقسیم و سپس بررسی کرد که عمده‌ترین آنها

۱. در این پژوهش امنیت شغلی از بعد رفاه اجتماعی و سطح دستمزد مورد توجه می‌باشد.

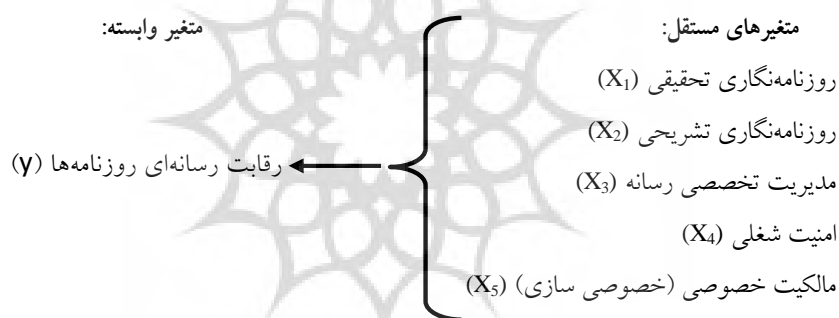
۲۱۸ ❖ نامه پژوهش فرهنگی

عبارتند از: مسائل و مشکلات اقتصادی، سیاسی، حرفه‌ای و مشکلاتی که به قوانین برمی‌گردند. (حاجی‌زاده‌میمندی، ۱۳۷۷: ۱۶)

مجموع این عوامل شرایطی را به‌وجود آورده است که عملکرد سازمان‌های مطبوعاتی ایران در سه عرصه تولید، توزیع و مصرف در یک فضای رقابتی پویا قرار نگیرد. ضمن آنکه بزرگ‌ترین سازمان‌های مطبوعاتی و روزنامه‌های پرتیراژ کشور در اختیار دولت قرار دارند و این وابستگی به‌عنوان مانعی در شکل‌گیری فضای رقابتی میان آنهاست.

بنابراین در این پژوهش تلاش می‌شود ابعادی از مسئله در قالب پرسش‌های زیر و براساس دیدگاه‌های روزنامه‌نگاران (دبیران امور تحریریه) مورد توجه و تبیین قرار بگیرد.

رابطه علی در این پژوهش به صورت زیر است:



روزنامه‌نگاری تحقیقی عبارت است از: انجام روزنامه‌نگاری و نگارش متون بر اساس مراجعه به منابع متعدد و تحلیل آنها بر طبق اسناد معتبر، آمارهای موثق و پژوهش‌های علمی. روزنامه‌نگاری تشریحی عبارت است از: انجام روزنامه‌نگاری براساس شرح جزء به جزء وقایع و موضوعات به‌صورتی که روزنامه‌نگار با پرداختن به چرایی و چگونگی سوژه مورد نظر، نکته ابهامی را باقی نگذارد.

متغیرهای مستقل بر دیگر متغیرها تاثیر می‌گذارند و اصطلاحاً آنها را متغیرهای تجربی یا آزمونی^۱ نیز می‌نامند. همچنین منظور از متغیرهای وابسته یا غیر مستقل، متغیرهایی هستند

1. Experimental variables

که تاثیر می‌پذیرند.^۱ زیرا در جریان تحقیق، تحت تاثیر متغیر مستقل قرار می‌گیرند. متغیر وابسته یا غیر مستقل را متغیر معیار^۲ نیز می‌نامند؛ زیرا میزان تغییری که نشان می‌دهد، دال بر میزان تاثیر متغیر مستقل است. (ساروخانی، ۱۳۷۸: ۱۴۲)

اهداف تحقیق

سازمان‌های تولیدی و خدماتی به منظور افزایش درآمد و تصاحب بازار مصرف، روش‌های مختلفی را برای رقابت با سایر سازمان‌ها اتخاذ می‌کنند. سازمان‌های رسانه‌ای از جمله روزنامه‌ها، برای رقابت به منظور افزایش تیراژ، نفوذ بیشتر در میان مخاطبان، جذب آگهی‌ها و ارتقای محتوایی و گرافیکی، باید شرایط لازم را در درون و بیرون از سازمان خود فراهم نمایند. ایجاد فضای رقابتی نیز بر توسعه کمی و کیفی نشر روزنامه‌ها مؤثر است. لذا در این تحقیق تلاش می‌شود نقش عواملی که ممکن است بر پیدایش فضای رقابتی میان روزنامه‌ها تأثیرگذار باشد، بررسی گردد. بنابراین اهداف این تحقیق عبارتند از:

۱. بررسی روزنامه‌نگاری تحقیقی در ایجاد رقابت میان روزنامه‌های سراسری؛
۲. بررسی روزنامه‌نگاری تشریحی در ایجاد رقابت میان روزنامه‌های سراسری؛
۳. بررسی اعمال مدیریت تخصصی توسط متخصصان علوم ارتباطات در ایجاد رقابت میان روزنامه‌های سراسری؛
۴. بررسی نقش امنیت شغلی و خصوصی‌سازی در ایجاد رقابت میان روزنامه‌های سراسری.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

رساله‌های علمی و پژوهشی

اهمیت و ضرورت تحقیق

تولید اطلاعات از مهم‌ترین فرایندهایی است که جوامع نوین را از جوامع سنتی جدا می‌کند. در فرایند تولید اطلاعات و اطلاع‌رسانی، وسایل ارتباط جمعی نقش اول را بر عهده دارند و در این میان مطبوعات که نمادی از فرهنگ نوشتاری هستند از نقش مهمی برخوردارند. رقابت

1. Effect variable
2. Criterion variables

❖ ۲۲۰ نامه پژوهش فرهنگی

مطبوعاتی فضایی را فراهم می‌آورد که در آن افکار و عقاید گوناگون جامعه با هم تلاقی پیدا کرده و از برخورد و آمیزش آنها، اندیشه‌های تازه‌ای خلق می‌شوند، راه‌حل‌های نوینی برای حل مسائل پدید می‌آیند و انگیزه‌های تازه‌ای برای حرکت ایجاد می‌گردند. بدیهی است که ایفای این رسالت مستلزم گسترش کمی و کیفی مطبوعات در یک جامعه و ایجاد تداوم و پایداری رقابت مطبوعات است. به همین دلایل شناخت عوامل مؤثر در ایجاد و بهبود فضای رقابتی در میان مطبوعات ایران به‌ویژه روزنامه‌ها موجب ارتقای محتوایی، قالبی (گرافیکی)، رضایت‌مندی بیشتر خوانندگان و پویایی در حرفه روزنامه‌نگاری می‌شود.

شاخص‌های تحقیق

در این پژوهش پنج عامل (روزنامه‌نگاری تحقیقی، روزنامه‌نگاری تشریحی، مدیریت تخصصی رسانه، امنیت شغلی و مالکیت خصوصی) به‌عنوان متغیرهای مستقل و رقابت رسانه‌ای روزنامه‌ها به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. بنابراین برای سنجش و ارزیابی هر یک از این متغیرها، شاخص‌ها و اولویت‌های زیر به منظور تدوین پرسشنامه پژوهش و تفسیر و تبیین داده‌ها ارائه می‌شود:

الف) در حیطه متغیرهای مستقل:

- شاخص‌های مهارت نویسنده‌گی: خبرنگاری، نگارش مصاحبه، مقاله‌نویسی، گزارش‌نویسی، ابتکار خبری.
- شاخص روزنامه‌نگاری تحقیقی: کشف نمودن وقایع، ربط دادن وقایع، اولویت قائل شدن برای چرایی وقایع.
- شاخص روزنامه‌نگاری تشریحی: شرح عناصر خبری، ارجاع به منابع متعدد، اولویت در چگونگی وقایع، تفسیر و تحلیل رویداد، شرح چرایی واقعه.
- شاخص مدیریت تخصصی رسانه: مدرک دانشگاهی مرتبط، گذراندن دوره‌های کارگاهی و آموزش تخصصی، تجربه حرفه‌ای.

بررسی عوامل مؤثر در رقابت‌های رسانه‌ای (مطبوعات) ... ❖ ۲۲۱

- شاخص امنیت شغلی: بیمه اجتماعی کارکنان، ثبات در پست سازمانی، دستمزد قانونمند.

- شاخص مالکیت خصوصی: مالکیت فرد حقیقی، مالکیت سازمان‌های غیردولتی.

ب) در حیطه متغیر وابسته:

- شاخص رقابت رسانه‌ای: سبقت خبری، افزایش اشتراک نشریه، تولید مطالب اختصاصی،

افزایش تعداد آگهی‌ها، افزایش تیراژ.

پیش‌فرض‌های تحقیق

با توجه به اهداف و پرسش‌های تحقیق، پیش‌فرض‌هایی که مبنای طراحی فرضیه‌ها می‌باشند به شرح زیر ارائه می‌شوند:

الف) ارتباطات اجتماعی متشکل از سه عنصر اصلی است که عبارتند از: پیام‌فرست، پیام (محتوی) و مخاطب؛ (فرهنگی، ۱۳۸۳: ۱۵)

ب) در ارتباطات جمعی و همگانی از واسطه یا وسیله ارتباط برای انتشار یا توزیع پیام برای مخاطبان انبوه، استفاده می‌شود و روزنامه یکی از وسایل ارتباط جمعی است؛

ج) سازمان رسانه به‌عنوان یک سیستم با محیط پیرامون خود در تعامل یا ارتباط متقابل قرار می‌گیرد و اجزای درونی سازمان رسانه بر یکدیگر تاثیر دارند و ضمن تاثیرگذاری بر محیط، از آن نیز تاثیر می‌پذیرند؛

د) مخاطب به‌عنوان پیام‌گیر و مصرف‌کننده تولیدات محتوایی سازمان رسانه، از حق انتخاب پیام برخوردار است و بر حسب نیازها و علایق خود، رسانه و پیام را برمی‌گزیند؛

ه) رقابت سازمان رسانه به منظور جلب توجه و تاثیر بر مخاطبان، افزایش فروش، پذیرش آگهی‌ها و تولید پیام‌های اثرگذارتر نسبت به سایر رسانه‌ها است که در مجموع عامل قدرت سازمان رسانه است؛

و) نیروی انسانی یک سازمان از ارکان حیاتی برای بقای سازمان است و مهارت‌ها و امنیت شغلی کارکنان، عامل مؤثر در مهارت رقابتی یک سازمان می‌باشد؛

۲۲۲ ❖ نامه پژوهش فرهنگی

ض) روزنامه‌نگاری در ایران هنوز با معیارهای حرفه‌ای و تخصصی فاصله بسیار دارد.

پیشینه تحقیق

به طور خاص، تحقیقی درباره مسئله رقابت در عرصه مطبوعات (روزنامه‌ها) انجام نشده است. در تحقیقات پیشین بر آسیب‌ها و مشکلات درون سازمانی مطبوعات توجه گردیده اما در این تحقیق، فقدان پویایی در رقابت روزنامه‌های سراسری در ارتباط با روش‌های روزنامه‌نگاری (تحقیقی و تشریحی، خصوصی سازی و ...) در نظر گرفته شده است. اهم معدود تحقیقات انجام شده در خصوص مسائل حرفه‌ای که به موضوع تحقیق حاضر نزدیک‌تر است، به شرح زیر معرفی می‌شود:

۱. نگاه به چالش اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مدیریت مطبوعات در ایران (نقش فرهنگ سازمانی در مدیریت رسانه): این تحقیق در سال ۱۳۸۳ توسط دکتر «علی گرانمایه‌پور» به‌منظور ارائه رساله دکتری در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران به انجام رسید. این پژوهش با نظرسنجی از ۵۰۰ خبرنگار و روزنامه‌نگار و ۳۶ روزنامه شهر تهران به این نتیجه می‌رسد که ضعف کیفی و کمی مطبوعات تنها بر اثر عوامل سازمانی نیست و دلیل مهم آن، ضعف روحیه و انگیزه روزنامه‌نگاران و حاکمیت فرهنگ سازمانی ضعیف است. طبق این گزارش بیش از ۵۰ درصد از روزنامه‌نگاران به آینده شغلی خود امیدوار نیستند و مدیران مطبوعات به کسب درآمد و افزایش تیراژ بیش از سایر امور اهمیت می‌دهند. (گرانمایه‌پور، ۱۳۸۳: ۱)

۲. مسائل و مشکلات مطبوعات ایران و راه‌حل‌های پیشنهادی: این تحقیق را دکتر «شعبانعلی بهرام‌پور» در سال ۱۳۷۹ در مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها انجام داده است و به صورت توصیفی و تحلیلی در چارچوب‌های اقتصادی، سیاسی و حرفه‌ای به مسائل مطبوعات ایران می‌پردازد. در طی این تحقیق توصیفی - تحلیلی که از طریق مصاحبه با ۱۵ مدیرمسئول و سردبیر صورت گرفته، مشخص می‌شود که، مسائل اقتصادی عبارتند از: دشواری سرمایه‌گذاری

۲۲۳ ❖ بررسی عوامل مؤثر در رقابت‌های رسانه‌ای (مطبوعات) ...

اولیه، قیمت نشریات، جذب آگهی، تامین منابع مالی و دسترسی به سخت‌افزارهای نوین و همچنین مسائل حرفه‌ای عبارتند از: بی‌اعتمادی بین نویسندگان و نشریات و کمبود نیروهای آموزش دیده. (بهرام‌پور، ۱۳۷۹: ۳۴ - ۲۴)

۳. مسئله‌شناسی مطبوعات ایران: این تحقیق توصیفی - تحلیلی در سال ۱۳۷۶ توسط مرکز مطالعات و تحقیقات در خصوص تولید، عرضه و مصرف مطبوعات ایران انجام شده که خلاصه آن در شماره یک از سال نهم فصلنامه رسانه انتشار یافته است. در نتایج این تحقیق آمده است: رقابت نه چندان سالم میان سازمان‌های توزیع‌کننده مطبوعات، مسائل نیروی انسانی، مسائل نظام آموزشی، مشخص نبودن جرم مطبوعاتی، رابطه‌گرایی در سطوح مختلف مدیریت و ضعف روزنامه‌نگاری حرفه‌ای از جمله مسائل مطبوعات ایران است. (حاجی‌زاده میمندی، ۱۳۷۷: ۲۱ - ۱۲)

۴. راه‌اندازی شکل‌های صنفی؛ موانع و راه‌حل‌ها: این تحقیق به سفارش مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها و توسط «مرتضی پورموسی» در سال ۱۳۷۵ انجام شد. در این پژوهش به شناخت مهم‌ترین مسائل و مشکلات راه‌اندازی شکل‌های صنفی مطبوعاتی و دیدگاه مسئولان امور مطبوعات در زمینه راه‌اندازی شکل‌های صنفی توجه شده است. در نتایج این پژوهش آمده است: گسترش کمی و کیفی مطبوعات و تثبیت نیروهای جدید در کنار نیروهای قدیمی مستلزم رفع موانع قانونی، حقوقی و تصویب قوانین لازم است. ۴۰/۶ درصد از روزنامه‌نگاران مورد پرسش واقع شده این تحقیق معتقدند که اولین قدم برای راه‌اندازی شکل‌های صنفی باید توسط اعضای مطبوعات برداشته شود. (پور موسی، ۱۳۷۵: ۸۰)

۵. عوامل بازدارنده در رشد مطبوعات: این تحقیق توسط «محمدحسین آل‌ابراهیم» در دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی در سال ۱۳۷۲ به صورت پیمایشی انجام شده است. در نتایج این تحقیق آمده است: ساختار سیاسی و وجود اختناق، فقر فرهنگ عمومی، اقتصاد نارسا، ضعف سازماندهی و مدیریت در مطبوعات از مهم‌ترین عوامل داخلی توسعه نیافتگی مطبوعات در ایران می‌باشد. (آل‌ابراهیم، ۱۳۷۲: ۹۵ - ۹۲)

❖ ۲۲۴ نامه پژوهش فرهنگی

۶. استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران (تشکل‌های صنفی، مقررات شغلی و سایر مسائل حرفه‌ای روزنامه‌نگاری): این تحقیق در سال ۶۹ - ۱۳۶۸ توسط دکتر «محمد مهدی فرقانی» جهت ارائه به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و از طریق پیمایش از روزنامه‌نگاران به منظور ارزیابی نظام مطبوعاتی و مسائل حرفه‌ای روزنامه‌نگاران انجام شده است. از نتایج به دست آمده در این تحقیق به مواردی اشاره می‌شود: ۵۰ درصد از پاسخگویان بر فقدان استقلال فکری خود در تهیه و تنظیم مطالب اذعان داشته و ۸۰ درصد نیز بر نارسایی قوانین در حمایت صنفی و شغلی از روزنامه‌نگاران تأکید داشته‌اند. همچنین روزنامه‌نگاران، نوع مدیریت را به عنوان اولین عامل تأثیرگذار بر استقلال شغلی خود عنوان کرده‌اند. (فرقانی، ۱۳۷۰: ۲۳ - ۱۴)

۷. رضایت شغلی روزنامه‌نگاران: «عبدالرضا زکوت»، در پژوهشی در دانشگاه علامه طباطبائی در سال ۱۳۷۶ درصدد یافتن پاسخی برای این پرسش‌ها بود که روزنامه‌نگاران ما تا چه اندازه از حرفه خود رضایت شغلی دارند؟ آیا میزان درآمد بر رضایت شغلی مؤثر است؟ یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد از میان ۲۶۴ روزنامه‌نگار مورد پرسش واقع شده، تنها ۲۳/۱ درصد تحصیلاتی در زمینه ارتباطات داشته‌اند. میانگین سابقه کار این عده ۹/۲ سال بوده است. میانگین درآمد ماهانه ۷۴ درصد آنان کمتر از ۶۰ هزار تومان و بیشترین درصد مزایای شغلی تعلق یافته به آنان مربوط به بخش بیمه خدمات درمانی و غذا بوده است. در حالی که کمک برای ادامه تحصیل و بازآموزی تخصصی تنها ۱/۵ درصد این مزایا را به خود اختصاص داده است. از نظر رضایت شغلی، ۶۶/۳ درصد در گروه رضایت شغلی زیاد (علاقمند به شغل) قرار گرفتند. (زکوت، ۱۳۷۷: ۱۰۵)

۸. مسائل مدیریتی و تخصصی مطبوعات ایران: تحقیق مذکور در سال ۱۳۷۰ توسط «مینو بدیعی» انجام گرفته است. در این تحقیق به بررسی عوامل آموزشی، استقلال حرفه‌ای، روابط سازمانی و استخدام نیروهای متخصص در مطبوعات پرداخته می‌شود. این تحقیق به صورت پیمایشی انجام شده و دیدگاه ۵۰ نفر از کارکنان بخش‌های تحریریه روزنامه و نشریات وابسته به موسسه کیهان را بررسی کرده و به این نتایج اشاره دارد: ۱۴ درصد پاسخگویان نداشتن

۲۲۵ ❖ بررسی عوامل مؤثر در رقابت‌های رسانه‌ای (مطبوعات) ...

سازماندهی، نبود مدیریت قوی و عدم توجه به روزنامه‌نگاری حرفه‌ای را از مسائل اصلی مطبوعات ایران می‌دانند. ۲۹ درصد از پاسخگویان الگوی مطلوب مدیریت در مطبوعات را نوع شورایی معرفی کرده‌اند. (بدیعی، ۱۳۷۱: ۳۸ - ۲۶)

چارچوب و ماتریس نظریه‌ها

در این پژوهش چند نظریه به عنوان معیاری برای توصیف و تحلیل شرایط رقابتی در مطبوعات (روزنامه‌های سراسری) مورد نظر قرار می‌گیرد که عبارتند از:

۱. نظریه نهاد و سازمان رسانه‌ها (رسانه در میدان نیرو)؛

۲. نظریه سیستمی.

نظریه نخست توسط «دنيس مک کوئیل» جامعه‌شناس و اندیشمند علوم ارتباطات مطرح و نظریه سیستمی از سوی «لودویگ ون برتالانفی» دانشمند علم مدیریت ارائه شده است.

ماتریس نظریه‌های مورد استفاده در پژوهش، بر حسب عملکرد رقابتی رسانه

نام نظریه و ارائه کننده آن	مبحث نظریه	ربط نظریه با رقابت رسانه‌ای
* «دنيس مک کوئیل» نهاد و سازمان رسانه (رسانه و میدان نیرو)	رسانه‌ها تابع هنجارها (نهاده‌ها)، نقش‌آفرینی می‌کنند و در یک تأثیرگذاری متقابل با ارزش‌ها و هنجارهای درون و برون سازمانی قرار می‌گیرند.	رقابت رسانه‌ای تحت تأثیر فضای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی پیرامون رسانه است.
* «لودویگ ون برتالانفی» سیستم‌ها	هر یک از اجزای سیستم و کلیت سیستم، با یکدیگر و با محیط، در تعامل و تأثیرات متقابل می‌باشند.	اقدامات رسانه در رقابت، مبتنی بر حفظ بقای سازمان است و عوامل درونی و بیرونی روزنامه‌ها در بقای سازمان نقش دارند.

۲۲۶ ❖ نامه پژوهش فرهنگی

روش تحقیق

روش مورد استفاده در این تحقیق از نوع توصیفی است. تحقیق توصیفی شامل مجموعه روش‌هایی است که هدف آنها توصیف شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی است. اجرای تحقیق توصیفی می‌تواند صرفاً برای شناخت بیشتر شرایط موجود و یا کمک به فرایند تصمیم‌گیری باشد. این نوع تحقیق، غیرتجربی نیز نامیده می‌شود. (بست، ۱۳۷۱: ۱۲۶)

جامعه آماری

با توجه به موضوع تحقیق، جامعه آماری را باید افرادی تشکیل دهند که بر ابعاد آن اشراف داشته باشند، لذا جامعه آماری این تحقیق شامل مدیران ارشد بخش‌های تحریریه روزنامه‌های چاپی سراسری است. با توجه به گزارش رسمی سایت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در زمان اجرای تحقیق (اردیبهشت ۱۳۸۸) ۷۲ روزنامه سراسری چاپی در مرحله تولید و توزیع قرار دارد. بنابراین با توجه به پیگیری حضوری و تلفنی از طریق واحد روابط عمومی با بخش اداری تحریریه، مشخص شد که مدیران ارشد بخش‌های تحریریه ۷۲ روزنامه مذکور، در مجموع ۸۱۴ نفر هستند. سرانجام از میان کل ۷۲ روزنامه چاپی، به صورت تصادفی (احتمالی) مواردی انتخاب شد که جنبه تک موضوعی نداشته و با سابقه انتشار بیش از سه سال جزو روزنامه‌های مطرح و شناخته شده‌تر باشند. به دلیل آنکه تجارب رقابتی روزنامه‌ای که از فاکتورهای بالا برخوردار باشد بیش از سایر موارد است. لذا از میان ۱۴ روزنامه که دارای مشخصات فوق بودند، ۲۰۰ نفر عضو ارشد مدیریت تحریریه (دبیر سرویس، معاون سرویس، سردبیر کل، معاون سردبیر کل، عضو شورای سردبیری) به صورت تصادفی انتخاب شدند.

حجم نمونه

به منظور دستیابی به حجم نمونه با استفاده از فرمول، ابتدا یک سؤال پرسشنامه تحقیق را انتخاب و نظرات ۱۰ نفر از متخصصان ذی‌ربط به‌عنوان نمونه مقدماتی، مورد بررسی قرار گرفت و پس از تجزیه و تحلیل پاسخ‌ها مشخص شد که به‌طور متوسط در حدود ۹۰ درصد

۲۲۷ ❖ بررسی عوامل مؤثر در رقابت‌های رسانه‌ای (مطبوعات) ...

افراد، نقش متغیرها را در حد زیاد و ۱۰ درصد نیز در حد متوسط، کم و خیلی کم دانسته‌اند. بنابراین p در فرمول حجم نمونه برابر $0/90$ در نظر گرفته شد و در نتیجه $q=1-p=10$ تعیین گردید. با توجه به این که حاشیه خطا را در این تحقیق ۵ درصد فرض کرده‌ایم، حجم نمونه پس از قرار دادن اعداد فوق در رابطه کوکران برابر با ۸۳ نفر به دست آمد.

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left[\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right]} \quad n = \frac{\frac{1/96^2 \times 0/90 \times 0/10}{0/05^2}}{1 + \frac{1}{200} \left[\frac{1/96^2 \times 0/90 \times 0/10}{0/50^2} - 1 \right]} = 83$$

نتایج آزمون فرضیه‌ها

فرضیه یک: بررسی رابطه میان روزنامه‌نگاری مبتنی بر تحقیق (روزنامه‌نگاری تحقیقی) با رقابت رسانه‌ای روزنامه‌ها

با توجه به خی دوی محاسبه شده به میزان $16/98$ و درجه آزادی ۹ و سطح معناداری $0/047$ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت معناداری میان اجرای روزنامه‌نگاری مبتنی بر تحقیق و ایجاد رقابت رسانه‌ای روزنامه‌ها وجود دارد و فرضیه اول از دیدگاه کلیه روزنامه‌نگاران تأیید شد.

فرضیه دوم: بررسی رابطه میان روزنامه‌نگاری تشریحی با رقابت رسانه‌ای روزنامه‌ها

با توجه به خی دوی محاسبه شده به میزان $18/014$ و درجه آزادی ۹ و سطح معناداری $0/067$ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت معناداری میان اجرای روزنامه‌نگاری تشریحی و ایجاد رقابت رسانه‌ای روزنامه‌ها وجود دارد و فرضیه دوم از دیدگاه کلیه روزنامه‌نگاران تأیید می‌شود.

فرضیه سوم: بررسی رابطه میان مدیریت تخصصی روزنامه‌ها با رقابت رسانه‌ای روزنامه‌ها

با توجه به خی دوی محاسبه شده به میزان $17/415$ و درجه آزادی ۹ و سطح معناداری

❖ ۲۲۸ نامه پژوهش فرهنگی

۰/۰۰۸ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان نتیجه گرفت که رابطه معناداری میان مدیریت روزنامه‌ها توسط متخصصان مدیریت رسانه و ایجاد رقابت رسانه‌ای روزنامه‌ها وجود دارد و فرضیه سوم از دیدگاه کلیه روزنامه‌نگاران تایید می‌شود.

فرضیه چهارم: بررسی رابطه میان امنیت شغلی روزنامه‌نگاران با رقابت رسانه‌ای روزنامه‌ها

با توجه به خی دوی محاسبه شده به میزان ۱۷/۷۱۵ و درجه آزادی ۹ و سطح معناداری ۰/۰۲۳ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان نتیجه گرفت که رابطه معناداری میان برخوردار بودن روزنامه‌نگاران از امنیت شغلی و ایجاد رقابت رسانه‌ای روزنامه‌ها وجود دارد و فرضیه چهارم از دیدگاه کلیه روزنامه‌نگاران تایید می‌شود.

فرضیه پنجم: بررسی رابطه میان مالکیت خصوصی روزنامه‌ها با رقابت رسانه‌ای روزنامه‌ها

با توجه به خی دوی محاسبه شده به میزان ۱۹/۸۸۱ و درجه آزادی ۹ و سطح معناداری ۰/۰۰۳ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان نتیجه گرفت که رابطه معناداری میان مالکیت خصوصی (خصوصی سازی) روزنامه‌ها و ایجاد رقابت رسانه‌ای روزنامه‌ها وجود دارد و فرضیه پنجم از دیدگاه کلیه روزنامه‌نگاران تایید می‌شود.

نتیجه نظری (تئوریک)

روزنامه به‌عنوان یک سازمان خدماتی در حوزه فرهنگ و اجتماع کارکردهای اطلاع‌رسانی، آموزشی، سرگرمی، خبری و ... ارائه می‌کند. طبق نظریه میدان نیروی رسانه (رسانه‌ها در میدان نیرو) که از سوی «دنيس مک کوئیل» مطرح شده است، سازمان روزنامه، ضمن اصلاح یا تغییرات مورد نظر در این تحقیق (گرایش به روزنامه‌نگاری تشریحی، روزنامه‌نگاری تحقیقی، مدیریت تخصصی، امنیت شغلی، مالکیت خصوصی) باید از سازماندهی در برابر عوامل محدود کننده پیرامون سازمان برخوردار باشد. عوامل محدود کننده مانند افزایش هزینه‌های تولید، تهدید به توقیف و لغو امتیاز نشر، خودنمایی می‌کنند. در این صورت بنابر نظریه سیستم‌ها، هر کدام از عناصر یا اجزای داخلی سازمان رسانه (روزنامه‌ها) مانند بخش تحریریه،

بخش بازرگانی و فروش، بخش فنی و ... باید از هماهنگی و هدفمندی در مسیر ارتقای کمی و کیفی روزنامه برخوردار باشند و ضعف و اختلال در کارایی هر بخش تاثیر منفی بر واحدهای دیگر می‌گذارد. در این جریان بخش تحریریه به‌عنوان تولید کننده پیام روزنامه و تعیین کننده خروجی سازمان، می‌تواند عامل جذب مخاطب و حفظ موقعیت روزنامه در بین سایر رسانه‌ها باشد. در نتیجه به تقویت واحد بازرگانی و فروش کمک کند. لذا ورودی سازمان با تعداد آگهی‌های بیشتر و درآمدزایی (به دلیل فروش مناسب و کاهش برگشتی‌ها) روبرو خواهد شد. تمامی این شرایط، میدان نیروی رسانه و شرایط سیستمی آن را به سمت اثرگذاری مثبت سوق می‌دهد. در ارزیابی از شرایط درونی و بیرونی یا خروجی و ورودی‌های سیستم سازمانی روزنامه باید به موارد دیگری نیز اشاره نمود که عبارتند از:

الف - مسائل و مشکلات حرفه‌ای مطبوعات، برخلاف مسائل اقتصادی و سیاسی، بیشتر معطوف به کیفیت و محتوای مطبوعات است. در واقع، مسئله اصلی در مشکلات حرفه‌ای مطبوعات، قائم به نیروی انسانی است که خود موتور محرکه مطبوعات محسوب می‌شود.

ب - رشد جمعیت، جوانی آن و همچنین افزایش نیروهای تحصیلکرده و متخصص سبب افزایش انتظارات در بخش مطبوعات، از لحاظ کمی و کیفی شده است. امروزه همه کارشناسان بر این باورند که این نیازها و انتظارات پاسخ کافی دریافت نکرده است. با وجود این، در پرتو رشد تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، در دهه‌های اخیر، محصولات فرهنگی به‌عنوان کالا در نظر گرفته شده و در مقیاس جهانی عرضه می‌شود و مردم پاسخ نیازهای خودشان را اگر از داخل دریافت نکنند، از خارج خواهند گرفت و در همین راستا نیازهای جدیدی هم که محصول این جریان است شکل می‌گیرد. اما از طرف دیگر، روزنامه‌نگاران و نویسندگان که باید اطلاعات تازه داشته و پاسخگوی نیازهای مخاطبان خود باشند، در چنبره مشکلات سیاسی، اقتصادی و حرفه‌ای گرفتار شده‌اند و نوعی بی‌اعتمادی بین آنها و صاحبان و مدیران نشریات پدید آمده است. این بی‌اعتمادی در جامعه ما خود را در دو شکل مجزا نشان می‌دهد: ندادن حق‌التحریر و یا پرداخت ناکافی به نویسنده و روزنامه‌نگار. این

❖ ۲۳۰ نامه پژوهش فرهنگی

مسئله یکی از مواردی است که سبب بی‌اعتمادی بین نویسندگان، روزنامه‌نگاران و مدیران نشریات شده است. در حالی که نشریات دولتی و شبه دولتی، معمولاً به نویسندگان خود حق تألیف نسبتاً بالایی می‌پردازند، اکثریت قریب به اتفاق نشریات مستقل (به جز چند روزنامه) به دلیل مشکلات مالی، یا قادر به پرداخت حق‌التحریر نیستند و یا حق‌التحریر بسیار ناچیزی به روزنامه‌نگاران و نویسندگان می‌پردازند. در نتیجه، اینگونه نشریات در رقابت با نشریات دولتی و همچنین رسانه‌های خارجی باز می‌مانند و از دور خارج می‌شوند، نشریات مستقل و غیر دولتی (به جز نشریات سیاسی که خصوصیات خاص خود را دارا هستند) اگر بتوانند در این رقابت نابرابر دوام بیاورند، باز هم نمی‌توانند به نیازهای مخاطبان خود به طور کامل پاسخ دهند. به نظر می‌رسد که مطبوعات و روزنامه‌نگاری با وجود جنبه‌های سیاسی و فرهنگی در درجه اول یک حرفه باشد. ولی بیشتر مطبوعاتی‌ها بیش از اندازه به مطبوعات رنگ و مرام سیاسی می‌دهند. اگر پذیرفته شود که مطبوعات در حالت مدرن‌تر، یک صنعت می‌باشد باید مانند سایر صنایع با آن برخورد شود. سیاست‌زدگی در مطبوعات ایران که بخشی از آن متأثر از نگرش پیام‌آفرینان مطبوعات به این صنعت است تا اندازه زیادی برای مطبوعات ایران کارکردهای منفی داشته است.

ج - برای مطبوعات شأن یک حرفه و یا یک صنعت به رسمیت شناخته نشده است، مدیریت آن نیز اغلب تخصصی نیست و جنبه سیاسی آن بر سایر جنبه‌ها می‌چربد. به همین دلیل، مهم‌ترین عنصر تأثیرگذار در مدیریت، شناخت و اعتماد فردی است. در اینجا شبکه خویشاوندی، رابطه دوستانه، همکاری موقت، هم‌خط بودن و ... تأثیرگذار است.

د - روزنامه‌نگاران ایران اکثراً آماتور هستند و بر حسب علاقه و یا احساس رسالت و تعهد اجتماعی به این حیطه وارد شده‌اند. به استثنای برخی از روزنامه‌ها و مجلات موفق، بیشتر مطبوعات ما از افراد حرفه‌ای، با تجربه و تمام وقت مطبوعات خالی است. در اینجا منظور این نیست که افراد غیرحرفه‌ای ضرورتاً غیر توانمند هستند ولی اگر قرار است مطبوعاتی‌ها کار خود را به خوبی انجام دهند لازم است به آن به‌عنوان شغل اصلی خود نگاه کنند و تمام

وقت در خدمت مطبوعات باشند. البته پیشینه تحصیلی، تجربه، دوره‌های آموزشی، سفرهای علمی و غیره بر کارایی روزنامه‌نگاران حرفه‌ای خواهد افزود. وقتی مطبوعاتی‌ها چند شغله هستند و به علت درآمد پایین نمی‌توانند تمام وقت در خدمت یک شغل باشند، نمی‌توان انتظار داشت که با علاقه کار کنند و از خود خلاقیت و ابتکار نشان دهند. البته متأسفانه بیشتر حرفه‌ای‌های مطبوعات هم ترجیح می‌دهند به جای حضور در صحنه اخبار و وقایع، بیشتر در پشت میزهای اداری کار خود را انجام دهند و بیشتر کارمند مطبوعات هستند تا روزنامه‌نگار. ی - سرمایه‌گذاری کلان نهادهای دولتی در ایجاد بنگاه‌های مطبوعاتی بزرگ که بیشتر از سر ضرورت‌های سیاسی شکل گرفته‌اند و نه توسعه تخصصی مطبوعات، علت تخصصی نشدن حرفه روزنامه‌نگاری است. حضور کلان دولت در این قلمرو جذابیت سرمایه‌گذاری توسط بخش خصوصی را می‌کاهد و کمکی به رشد حرفه‌ای مطبوعات نمی‌کند، در نتیجه به جای تربیت نیروهای حرفه‌ای مطبوعاتی، کارمندان مطبوعات دولتی ساخته می‌شوند و چون این مطبوعات عموماً دغدغه دخل و خرج ندارند، در نتیجه برآوردن نیازهای فکری خوانندگان برایشان در اولویت نیست و در این میان روزنامه‌نگارانی که در پی برآوردن نیاز خوانندگان هستند، جایی در این روزنامه‌ها ندارند.

پیشنهادها

۱. برای مقابله با مشکلات مربوط به مالکیت در حوزه مطبوعات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باید شرایط شکل‌گیری مالکیت‌های تعاونی، سهامی و جمعی را نیز فراهم آورد و از مشارکت روزنامه‌نگاران در این باره حمایت کند.
۲. برای کمک به مطبوعات بهتر است که دولت حمایت‌های خود را به طور غیرمستقیم انجام دهد. مثلاً مالیات را حذف یا کم کند، هزینه‌های پست، تلفن، برق و سوخت را حتی بیش از ۵۰ درصد برای تمام نشریات تخفیف دهد و به طور کلی شرایطی فراهم کند تا نشریات مستقل و دولتی در یک شرایط برابر با هم رقابت کنند.

❖ ۲۳۲ نامه پژوهش فرهنگی

۳. دولت باید آگهی‌های خود، شرکت‌ها و سازمان‌های تابعه را با ضابطه و قانونمند به تمام نشریات بدهد و بین نشریات مختلف تمایز قائل نشود.
۴. ایجاد یک «شورای عالی مطبوعاتی» با مشارکت روزنامه‌نگاران، صاحبان و مدیران نشریات و برخی نهادهای مستقل فرهنگی و اجتماعی، به منظور نظارت بر اصول اخلاقی حرفه روزنامه‌نگاری و هم برای تحکیم استقلال و بی‌طرفی این حرفه، ضروری است.
۵. کمک و حمایت از تألیف، تدوین و ترجمه متون آموزشی روزآمد و مناسب و نشریات مرتبط (خصوصاً رسانه) نیز باید برای مقابله با رشد ناکافی نظام آموزشی بخش مطبوعات مدنظر قرار گیرد.
۶. معمولاً برای پاگرفتن، تقویت و رشد صنعت، یکی از سیاست‌ها، حذف مالیات - دست کم در برهه‌ای از زمان - است. اگر مطبوعات کشور را یک صنعت بدانیم بهتر است با توجه به عدم توازن دخل و خرج و عدم کارایی اقتصادی مطبوعات، دست کم تا پیدایش توازن اقتصادی، از مطبوعات مالیات دریافت نشود. از طرف دیگر، اگر چنین امری غیرممکن است با توجه به وضعیت مطبوعات در کشور، نظام مالیاتی باید اصلاح شود.
۷. هیأت تحریریه باید حتماً از هرگونه تصمیم مهمی که زندگی موسسه مطبوعاتی را تحت تأثیر قرار می‌دهد، مطلع شود. این هیأت باید حداقل پیش از تصمیم‌نهایی راجع به هر اقدام، مربوط به ترکیب اعضای تحریریه، استخدام، اخراج، انتقال و ارتقای روزنامه‌نگاران، مورد مشورت قرار گیرد.
۸. از طریق انجمن صنفی روزنامه‌نگاران باید کلاس‌های آموزش کوتاه مدت برای روزنامه‌نگاران بگذارد و دیگر این‌که به‌منظور هر چه تخصصی‌تر شدن حوزه‌های روزنامه‌نگاری، افرادی که در علوم مختلف متخصص هستند تحت آموزش روزنامه‌نگاری قرار گیرند تا مشکل روزنامه‌نگاری تخصصی در ایران حل شود.

۲۳۳ ❖ بررسی عوامل مؤثر در رقابت‌های رسانه‌ای (مطبوعات) ...

۹. تأکید بر مدیریت تخصصی مؤسسات مطبوعاتی و اولویت دادن به روزنامه‌نگاران، کارشناسان و متخصصان ذی‌ربط در کسب مجوز انتشار نشریات از جمله مواردی است که می‌تواند برای مقابله با مشکلات مدیریتی حوزه مطبوعات مورد توجه قرار گیرد.

۱۰. تشکیل نهاد مستقل نظارت بر صدور کارت هویت حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و تعیین مراتب و مقام تحریریه‌ای آنان، با همکاری صاحبان و مدیران مؤسسات مطبوعاتی نیز، از حقوق مهم روزنامه‌نگاران محسوب می‌شود.

۱۱. طرح تدوین میثاق‌نامه روزنامه‌نگاران گام مؤثری در از بین بردن این معضلات است. تشکیل یک محکمه صنفی انضباطی که توسط خود مطبوعاتی‌ها اداره می‌شود به مانند یک سیستم خود کنترلی، باعث مصون ماندن از گزند مخالفان آزادی مطبوعات است. انجمن صنفی باید با ایجاد این سیستم، آزادی‌های به دست آمده را حفظ و تثبیت کند و فرصت را برای گفتگوی درون صنفی بین مطبوعات فراهم نمایند.

۱۲. برای اینکه دولت بتواند کمک‌های خود را به طور غیر مستقیم در اختیار مطبوعات قرار دهد، می‌تواند بودجه‌های کتابخانه‌های عمومی را افزایش داده و آنها را تشویق کند تا نشریات را مشترک شده و خریداری کنند.

۱۳. ایجاد تغییرات در سرفصل‌های درسی مراکز آموزش روزنامه‌نگاری بر حسب تکنولوژی‌های نوین و روش‌های جدید روزنامه‌نگاری.

۱۴. برگزاری آزمون‌های مهارتی به منظور تعیین سطح تخصص و مهارت روزنامه‌نگاران.



پښتو ښکته ځاښه علوم انساني و مطالعات فرښکته
پرتال جامع علوم انساني

منابع و مأخذ

- آل ابراهیم، محمدحسین، زمستان، (۱۳۷۲)، «عوامل بازدارنده در رشد مطبوعات»، رسانه، سال ۴، شماره ۴.
- بدیعی، مینو، بهار (۱۳۷۱)، «مسائل مدیریتی و تخصصی مطبوعات ایران»، رسانه، سال ۲، شماره ۱.
- بست، جان، (۱۳۷۱)، «روش‌های تحقیق در علوم تربیتی و رفتاری»، مترجمان: پاشا شریفی، حسن و طالقانی، نرگس، تهران: انتشارات رشد.
- بهرامپور، شعبانعلی، پاییز (۱۳۷۹)، «مسائل و مشکلات مطبوعات ایران و راه حل‌های پیشنهادی»، رسانه، سال ۱۱، شماره ۳.
- پورموسی، مرتضی، پاییز (۱۳۷۵)، «راه‌اندازی تشکل‌های صنفی (موانع و راه‌حل‌ها)»، رسانه، سال ۷، شماره ۳.
- حاجی‌زاده‌میمندی، مسعود، بهار (۱۳۷۷)، «مسئله‌شناسی مطبوعات ایران»، رسانه، سال ۹، شماره ۱.

❖ ۲۳۶ نامه پژوهش فرهنگی

- زکوت، عبدالرضا، تابستان (۱۳۷۷)، «گزارش دومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران (رضایت شغلی روزنامه‌نگاران)»، رسانه، سال ۹، شماره ۲.
- ساروخانی، باقر، (۱۳۷۸)، «روش تحقیق در علوم اجتماعی»، جلد دوم، چاپ دوم، تهران: نشر پژوهشکده علوم انسانی.
- فرقانی، محمدمهدی، زمستان (۱۳۷۰)، «استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران (تشکلات صنفی، مقررات شغلی و سایر مسائل حرفه‌ای روزنامه‌نگاران)»، رسانه، سال ۲، شماره ۴.
- فرهنگی، علی‌اکبر، صفرزاده، حسین و خادمی، مهدی، (۱۳۸۳)، «نظریه‌های ارتباطات سازمانی»، چاپ اول، تهران: نشر رسا.
- گرانمایه‌پور، علی، (۱۳۸۳)، «وضعیت فرهنگ سازمانی حاکم بر روزنامه‌های صبح و عصر تهران و تأیید آن به شیوه مدیریت مطبوعات»، پایان‌نامه دکتری تخصصی علوم ارتباطات اجتماعی، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات.

- Brown, Robin, (2004); "Coalition News management: Guarding the watch dogs, "university of leeds