

بررسی اثربخشی محتوایی و آموزشی جراید محلی استان هرمزگان

نوشته

سیدرضا بلاغت*

چکیده

پژوهش حاضر که از نوع توصیفی - پیمایشی است به بررسی میزان اثربخشی محتوایی و آموزشی جراید محلی استان هرمزگان از دید مخاطبان می‌پردازد. سؤال کلی پژوهش عبارت است از اینکه آیا جراید محلی استان هرمزگان از لحاظ محتوایی و آموزشی اثربخش بوده‌اند؟ به منظور بررسی این سؤال، ۹ سؤال جزئی مطرح شده است. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی محصلان و فارغ‌التحصیلان حوزه و دانشگاه هستند که مخاطب جراید محلی استان هرمزگان هستند. نمونه از جامعه مذکور و با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شده است. برای تعیین حجم نمونه از فرمول ککران و جدول مورگان و کرجسی استفاده شده است. بر اساس فرمول ککران و همچنین جدول مورگان و کرجسی تعداد نمونه، ۳۸۰ نفر است. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه محقق ساخته در مقیاس لیکرت است. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها عبارت است از: روش‌های آماری توصیفی شامل جداول توزیع فراوانی، درصد، میانگین، نمودار و انحراف معیار، و استنباطی شامل T تک نمونه‌ای. تجزیه و تحلیل سؤال‌ها به طور کلی نشان می‌دهد که جراید محلی استان هرمزگان از لحاظ محتوایی و آموزشی اثربخش بوده‌اند.

کلیدواژه: اثربخشی، محتوا، آموزش، جراید، جراید محلی، استان هرمزگان.

مقدمه

اطلاع‌رسانی یکی از موضوعات مورد نیاز بشر در تمام اعصار و دوران‌ها بوده است. اگر چه در سیر تاریخ، رویکردها و انتظارات متفاوت و گاه متعارض در این زمینه به وجود آمده است، اما همه آن‌ها به نوعی بر اهمیت و ضرورت آن تأکید کرده‌اند. شاید بتوان نقطه مشترک همه دیدگاه‌های مطرح شده درباره جراید و مطبوعات را در این جمله خلاصه کرد که جراید و مطبوعات موضوعی مهم و حساس در جامعه است و به عبارت روشن‌تر به یک موضوع

حساس تبدیل شده است (جعفری، ۱۳۸۴). امروزه نقش جراید بسیار حساس‌تر و پیچیده‌تر شده است و بر همین اساس جراید در سراسر دنیا روز به روز در حال گسترش‌اند و باید به دنبال بهبود و اصلاح خود باشند.^۱ این توجه به بهبود جراید بدین دلیل است که کشورها دریافته‌اند یکی از عواملی که در رشد و توسعه جامعه پیشرفته، صنعتی و مبتنی بر عدالت و نظم لازم است همانا اطلاع‌رسانی و نظارت می‌باشد که از طریق جراید منصف، فعال و پویا عملی می‌شود. همچنین جراید به علت تحت پوشش قرار دادن اقشار مختلف مردم، مخصوصاً اقشار فرهیخته، مسئولیت بزرگی بر عهده دارند. این مسئولیت روز به روز بیشتر می‌شود زیرا تقاضا برای آن پیوسته در حال افزایش است. و نهایتاً، همان گونه که هابرماس نیز می‌گوید، اصول بنیادی دموکراسی جدید همچون حاکمیت مردم، انتخابات عمومی و حکومت انتخاباتی نیز از نتایج علنی‌سازی تصمیمات و انتشاردهی افکار و عقاید در صفحات مطبوعات معرفی می‌شوند. در این زمینه، بین اراده عمومی تجلی یافته در همه پرس‌ها و انتخابات و قوانین مصوب مجالس منتخب مردم و افکار عمومی منعکس شده در جراید، رابطه مستقیم برقرار می‌شود و نام بردن از مطبوعات به عنوان رکن چهارم دموکراسی در کنار ارکان سه گانه دیگر آن، شامل قوه مقننه، قوه مجریه و قوه قضائیه نیز از همین مناسبت‌ها ناشی می‌شود (قندی، ۱۳۸۶). اما اهمیت جراید وابسته به اثربخشی (Effectiveness) آن‌ها، و اثربخشی آن‌ها نیز وابسته به صلاحیت کارکنان و خبرنگاران، تناسب آموزشی و محتوایی، و پویایی آن‌ها و ... است. بررسی اثربخشی جراید از لحاظ محتوایی و آموزشی فعالیت مهم و ضروری است که می‌تواند در افزایش مزیت‌های جراید و کاهش معایب آن‌ها مثر ثمر باشد. پژوهش حاضر به بررسی اثربخشی محتوایی و آموزشی جراید محلی استان هرمزگان می‌پردازد.

بیان مسئله

از اثربخشی تعاریف مختلفی ارائه شده است؛ از جمله تعریفی که بسیاری آن را نقل کرده‌اند عبارت است از درجه یا میزان وصول به هدف. اثربخشی یک مفهوم کلی دارد و به صورت ضمنی در برگیرنده تعداد زیادی از متغیرهاست. هنگام تعیین اثربخشی، حدود یا میزانی که هدف‌های چندگانه (چه رسمی و چه غیررسمی) تأمین شده‌اند سنجیده یا اندازه‌گیری می‌شود و مورد قضاوت قرار می‌گیرد (در این زمینه مراجعه کنید به کاوی ۱۹۸۹، آدیر ۱۹۸۸، گلیسن ۱۹۹۴، هنکف ۱۹۹۱، رایبیز ۱۳۷۸ و دفت، ۱۳۸۶). همچنین در زمینه اثربخشی رویکردها و مدل‌های مختلفی که وجود دارد می‌توان به رویکرد نیل به هدف، رویکرد سیستمی، رویکرد ارزش‌های رقابتی، رویکرد عوامل استراتژیک (عوامل ذی‌نفع)، رویکرد مبتنی بر تأمین منابع، روش مبتنی بر فرایند درونی، روش مبتنی بر عدالت اجتماعی و روش مبتنی بر تناقض اشاره کرد (رایبیز، ۱۳۷۸، دفت، ۱۳۸۶ و هال، ۱۳۷۶). تأکید و راهنمای اصلی پژوهش حاضر، رویکرد عوامل استراتژیک یا افراد ذی‌نفع است. بر اساس این رویکرد که جدیدترین دیدگاه ارائه شده در خصوص اثربخشی است، سازمانی اثربخش است که

خواسته‌های عوامل محیطی خود را که تداوم حیات سازمان مستلزم حمایت آن‌هاست، برآورده کند. این رویکرد شبیه نظریه سیستمی است ولی تأکیدات متفاوتی را در بر دارد. اثربخشی سازمانی در این رویکرد عبارت است از ارزیابی یک سازمان در خصوص اینکه چگونه به طور موفقیت آمیزی خواسته‌های افراد کلیدی را که بقای سازمان متکی به آن‌هاست، برآورده سازد. براساس این نگرش هر سازمانی دارای یک سری ذی‌نفع‌ها یا صاحبان منفعت در محیط داخلی و خارجی است که اگر ما بتوانیم این ذی‌نفع‌ها را مشخص کنیم دقیقاً ملاک و معیار اثربخشی نیز می‌تواند در زمینه‌های لازم، سرمایه‌گذاری‌هایی جهت بالابردن اثربخشی بنمایند (راینر، ۱۳۷۸). با توجه به این رویکرد، پژوهش حاضر به بررسی میزان اثربخشی محتوایی و آموزشی جراید محلی استان هرمزگان از دید مخاطبان خواهد پرداخت. بر این اساس مخاطبان در مقام افراد ذی‌نفع مشخص خواهند کرد که جراید محلی استان هرمزگان از لحاظ محتوایی و آموزشی اثربخش بوده‌اند یا خیر.

امروزه اطلاع‌رسانی و جراید یکی از مؤلفه‌های مهم و اساسی مردم سالاری است. علاوه بر نقش مهم آموزشی و اطلاع‌رسانی جراید، آن‌ها وظیفه اساسی دیگری بر عهده دارند که همانا نظارت و کنترل فعالیت‌ها و برنامه‌ها است. این وظایف مهم، اساسی و حساس که برای رشد و توسعه هر جامعه‌ای لازم و ضروری است، جز با کارایی و اثربخشی جراید عملی نخواهد شد. جراید کارا و اثربخش دارای ویژگی‌هایی چون انصاف، کاردانی، وقت‌شناسی، خبرگی، زیرکی، دانایی و پویایی هستند (کواج و روزن استیل، ۱۹۵۵). تعیین اینکه آیا جراید محلی استان دارای چنین ویژگی‌هایی هستند یا خیر با ارزیابی اثربخشی آن‌ها امکان پذیر می‌شود. بخش محتوایی و آموزشی جراید یکی از مواردی است که بدون قید و شرط باید مورد ارزیابی قرار گیرد زیرا که عامل اصلی وجودی جراید است. تعیین اثربخشی محتوایی و آموزشی مشخص می‌کند که آیا مطلب، گزارش و یا خبر منعکس شده توسط جراید دارای اهمیت است یا خیر. رضایت مردم و مسئولین از جراید محلی یکی دیگر از مواردی است که ضرورت و اهمیت تعیین اثربخشی جراید را برای ما مشخص می‌سازد. مردم و مسئولین مخاطبین جراید هستند و وجود آن‌ها بدون رضایت این افراد بی‌ثمر است؛ تعیین اثربخشی مساعدتی است در این زمینه مهم. و نهایتاً اینکه هزینه‌های مصرف شده، به تنهایی دلیل موجهی است بر لزوم ارزشیابی اثربخشی. بر این اساس، ارزشیابی فعالیت‌های انجام شده امری ضروری و مهم است؛ می‌توان نقاط ضعف و قوت را یافت؛ بر نقاط قوت افزود و نقاط ضعیف را اصلاح کرد.

هدف‌های پژوهش

هدف اصلی از انجام این پژوهش بررسی و تعیین میزان اثربخشی جراید محلی استان هرمزگان از دیدگاه مخاطبان است. اهداف جزئی پژوهش عبارت‌اند از:

۱. بررسی و تعیین میزان ضریب نفوذ جراید.
۲. بررسی و تعیین میزان تنوع مطالب جراید.

۳. بررسی و تعیین میزان جذابیت بصری جراید.
۴. بررسی و تعیین میزان مقبولیت نوع نگارش جراید.
۵. بررسی و تعیین میزان توجه جراید به سلايق و نیازهای خوانندگان.
۶. بررسی و تعیین میزان صحت اخبار، مقالات، گزارش‌ها و اطلاعیه‌های جراید.
۷. بررسی و تعیین میزان تناسب زمانی اخبار، مقالات، گزارش‌ها و اطلاعیه‌های جراید.
۸. بررسی و تعیین میزان رضایت خاطر از جراید.
۹. بررسی و تعیین میزان تداوم و پویایی جراید استان.

سؤال‌های پژوهش

۱. ضریب نفوذ جراید به چه میزان بوده است؟
۲. آیا مطالب جراید تنوع داشته‌اند؟
۳. آیا جراید جذابیت بصری داشته‌اند؟
۴. آیا نوع نگارش جراید مقبولیت دارد؟
۵. آیا جراید سلايق و نیازهای خوانندگان را در نظر می‌گیرند؟
۶. آیا گزارش‌ها، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات ارائه شده توسط جراید صحت داشته‌اند؟
۷. آیا گزارش‌ها، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات ارائه شده توسط جراید تناسب زمانی داشته‌اند؟
۸. آیا از جراید رضایت خاطر وجود دارد؟
۹. آیا جراید استان تداوم و پویایی داشته‌اند؟

تعریف واژه‌ها

اثربخشی

از نظر لغوی اثربخشی به معنی تولید یک اثر است (سایت ویکی پدیا Wikipedia). برخی معتقدند که اثربخشی، درجه یا میزانی است که سازمان به هدف‌های خود نائل می‌آید (دفت، ۱۳۸۶). و برخی دیگر اثربخشی را آگاهی از کاری که انجام می‌دهیم یا انجام کار قابل قبول و کسب اهداف صحیح تعریف می‌کنند (پرایس، ۱۹۷۷ به نقل از کاظمی، ۱۳۸۱).

در پژوهش حاضر، اثربخشی به معنی اقناع هنجارهای متباین و متغیر مجموعه حامیان یا ذی‌نفعان (نیکلسون، اسکولر و وان، ۱۹۹۵)، توانایی سازمان در ارضای حداقل انتظارات ذی‌نفع‌های استراتژیک (مایلز، ۱۹۸۰ به نقل از کاظمی، ۱۳۸۱) و میزان کسب اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت با توجه به انتظارات ذی‌نفع‌ها (رابینز، ۱۹۹۰ به نقل از کاظمی، ۱۳۸۱) در نظر گرفته شده است. این اثربخشی در ابعاد محتوایی و آموزشی، از طریق پرسش‌نامه محقق ساخته سنجیده خواهد شد.

مخاطبان

منظور از مخاطبان، محصلان یا فارغ التحصیلان حوزه و دانشگاه هستند که به نوعی از جراید محلی استان استفاده می‌کنند.

جراید

«جراید جمع جریده، و جریده نیز به معنی دفترهاست». معانی دیگر جراید چنین است: فردی که در دفترخانه باشد؛ دفتر؛ دفتر حساب؛ دفتر نوشته؛ صحیفه‌ای که در آن نام مردمی که یک کارورزند نویسند؛ دفتر یا کتاب یا رساله‌ای که حاوی مسائل سیاسی یا مالی یا سایر امور دیوانی باشد (دهخدا، لغت نامه، نسخه الکترونیکی). در فرهنگ معین نیز آمده است که جراید جمع جریده و جریده نیز بدین معانی است: ۱. روزنامه‌ها، ۲. دفترها و ۳. نیزه‌های کوچک (معین، ۱۳۷۵). در پژوهش حاضر، جراید به معنی مطبوعات یا پی‌آیندهای رسمی و انتشار یافته است.

جراید محلی

در پژوهش حاضر منظور از جراید محلی، همان مطبوعات یا پی‌آیندهایی است که به صورت روزنامه، دو شماره در هفته، سه شماره در هفته، هفته‌نامه، دوهفته‌نامه، ماهنامه و فصلنامه، با مجوز رسمی اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی در استان هرمزگان منتشر می‌شوند.

بر اساس آخرین آمار اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان هرمزگان، این استان دارای ۲۲ نشریه مجوزدار است.

روش پژوهش

روش پژوهش، پیمایشی از نوع توصیفی است زیرا که در صدد بررسی دیدگاه‌های مخاطبین پیرامون جراید از طریق تجزیه و تحلیل پاسخ به پرسش‌هایی است که بدین منظور تدوین شده‌اند.

جامعه آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری پژوهش شامل تمامی مخاطبان جراید محلی در استان هرمزگان است؛ منظور از مخاطبان محصلان و فارغ التحصیلان حوزه و دانشگاه هستند که به نوعی از جراید استفاده می‌کنند. بر اساس تیراژ جراید استان، این افراد از ۲۵۰۰۰ تا ۳۰۰۰۰ نفر برآورد می‌شوند. نمونه، از جامعه مذکور و با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و تصادفی انتخاب شده است. بدین منظور استان، به سه بخش شرقی، مرکزی و غربی تقسیم و از هر بخش دو شهرستان به صورت تصادفی انتخاب شده است. افراد نمونه از شهرستان‌های رودان و میناب، بندرعباس و خمیر، و لنگه و پارسیان هستند. برای تعیین حجم نمونه از فرمول ککران و جدول مورگان و کرجسی (خویی‌نژاد، ۱۳۸۰) استفاده شده است. بر اساس فرمول ککران و همچنین جدول مورگان و کرجسی (رفیع پور، ۱۳۷۷)، برای جامعه مذکور تعداد نمونه، ۳۸۰ نفر انتخاب شده است.

شیوه جمع‌آوری داده‌ها

داده‌ها از طریق پرسشنامه و روش اسنادی جمع‌آوری شده است. ابتدا جهت جمع‌آوری اطلاعات مربوط به مبانی نظری در زمینه پژوهش، از کتابخانه‌ها، مرکز اسناد و مدارک ملی ایران، سایت‌های اینترنتی، کتب، مقالات و پایان‌نامه‌ها استفاده شده است. سپس با استفاده از پرسشنامه داده‌ها جمع‌آوری، و سپس تجزیه و تحلیل شده است.

ابزار اندازه‌گیری و روایی و پایایی آن

ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه محقق ساخته در مقیاس لیکرت است که با همکاری مخاطبین داده‌ها جمع‌آوری شده‌اند. روایی آزمون از طریق اساتید و اهل فن مورد ارزیابی قرار گرفته است. در این ارزیابی پرسشنامه اولیه مورد بازنگری قرار گرفت و پرسش‌نامه، نهایی و تأیید شد. به منظور بررسی پایایی پرسشنامه، به طور آزمایشی در ۱۰ درصد نمونه اجرا و اعتبار آن از طریق آلفای کرونباخ به دست آورده شده است؛ در بررسی میزان قابلیت اعتماد پرسشنامه میزان آلفای کرونباخ برابر ۰/۹۶۷ به دست آمده است.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای پاسخگویی به سؤال‌های پژوهش و تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده، از روش‌های آمار توصیفی شامل جداول توزیع فراوانی، درصد، میانگین، نمودار و انحراف معیار و آمار استنباطی شامل t تک نمونه‌ای استفاده شده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از نرم افزار spss استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

تجزیه و تحلیل سؤال اول پژوهش: میزان ضریب نفوذ جراید

جهت انجام و آزمون میزان ضریب نفوذ جراید از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده می‌کنیم. در آزمون تک نمونه‌ای t مقدار آزمون را برابر ۳ (سطح پاسخ متوسط) در نظر می‌گیریم. به عبارتی دیگر اگر متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخگویان به میزان نفوذ جراید از حد تعریف شده (۳) بیشتر باشد بیان‌گر این نکته است که به طور کلی پاسخگویان بر این باورند که ضریب نفوذ جراید به میزان قابل قبولی است.

جدول ۱ میانگین پاسخها به میزان ضریب نفوذ جراید

تعداد مشاهدات	میانگین	انحراف معیار	میزان ضریب نفوذ جراید
۳۸۰	۳/۲۵۲۶	۰/۶۹۶۲۹	

متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخ‌دهندگان برابر ۳/۲۵ با انحراف معیار ۰/۶۹ است. در حقیقت این مقدار میانگین بیان‌کننده این نکته است که پاسخ‌دهندگان بر این باورند که میزان ضریب نفوذ جراید قابل قبول است. اما جهت تأیید فرضیه نتایج آزمون t نیز اعلام و تفسیر می‌شود. در حقیقت با انجام آزمون t به دنبال تأیید یکی از فرضیات زیر هستیم.

H0: ضریب نفوذ جراید در حد قابل قبول نیست. ($\bar{X} \leq 3$)

H1: ضریب نفوذ جراید در حد قابل قبول است. ($\bar{X} > 3$)

جدول ۲ آزمون t برای میزان ضریب نفوذ جراید؛ رابطه بین میانگین کل و میانگین فرضی ۳

مقدار آزمون 3				
تفاضل میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	t	
۰/۲۵۲۶۳	۰/۰۰۰	۳۷۹	۷/۰۷۳	میزان ضریب نفوذ جراید

در این آزمون میزان آماره t برابر ۷/۰۷۳ با درجه آزادی ۳۷۹ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است. چون میزان سطح معناداری از میزان خطای نوع اول α در سطح ۰/۰۵ کمتر است لذا فرض یک که بیان‌کننده این نکته است که ضریب نفوذ جراید در حد قابل قبول است با ۹۵ درصد اطمینان تأیید می‌شود. نتیجه اینکه می‌توان گفت ضریب نفوذ جراید به میزان قابل قبولی است.

تجزیه و تحلیل سؤال دوم پژوهش: تنوع مطالب جراید

جهت انجام و آزمون مناسب بودن تنوع مطالب از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده می‌کنیم. در آزمون تک نمونه‌ای t مقدار آزمون را برابر ۳ (سطح پاسخ متوسط) در نظر می‌گیریم. به عبارتی دیگر اگر متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخ‌گویان به میزان تنوع مطالب از حد تعریف شده (۳) بیشتر باشد بیان‌گر این نکته است که به طور کلی پاسخ‌گویان بر این باورند که تنوع مطالب به میزان قابل قبولی است.

جدول ۳ میانگین پاسخ‌ها به میزان تنوع مطالب جراید

میزان تنوع مطالب	تعداد مشاهدات	میانگین	انحراف معیار
	۳۸۰	۳/۱۳۴۲	۰/۷۴۴۶۵

متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخ‌دهندگان برابر ۳/۱۳ با انحراف معیار ۰/۷۴ است. در حقیقت این مقدار میانگین بیان‌کننده این نکته است که پاسخ‌دهندگان بر این باورند که میزان تنوع مطالب قابل قبول است. اما جهت تأیید فرضیه نتایج آزمون t نیز اعلام و تفسیر می‌شوند. در حقیقت با انجام آزمون t به دنبال تأیید یکی از فرضیات زیر هستیم.

H0: تنوع مطالب در حد قابل قبول نیست. ($\bar{X} \leq 3$)

H1: تنوع مطالب در حد قابل قبول است. ($\bar{X} > 3$)

جدول ۴ آزمون t برای میزان تنوع مطالب جراید؛ رابطه بین میانگین کل و میانگین فرضی ۳

مقدار آزمون t				میزان تنوع مطالب
تفاضل میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	t	
۰/۱۳۴۲۱	۰/۰۰۰	۳۷۹	۳/۵۱۳	

در این آزمون میزان آماره t برابر ۳/۵۱۳ با درجه آزادی ۳۷۹ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است. چون میزان سطح معناداری از میزان خطای نوع اول α در سطح ۰/۰۵ کمتر است لذا فرض یک که بیان‌کننده این نکته است که تنوع مطالب در حد قابل قبول است با ۹۵ درصد اطمینان تأیید می‌شود. نتیجه اینکه می‌توان گفت تنوع مطالب جراید به میزان قابل قبولی است.

تجزیه و تحلیل سؤال سوم پژوهش

جذابیت بصری جراید

جهت انجام و آزمون مناسب بودن جذابیت بصری از آزمون t تک‌نمونه استفاده می‌کنیم. در آزمون تک‌نمونه‌ای t مقدار آزمون را برابر ۳ (سطح پاسخ متوسط) در نظر می‌گیریم. به عبارتی دیگر اگر متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخگویان به میزان جذابیت بصری از حد تعریف شده (۳) بیشتر باشد بیان‌گر این نکته است که به طور کلی پاسخگویان بر این باورند که جذابیت بصری به میزان قابل قبولی است.

جدول ۵ میانگین پاسخ‌ها به میزان جذابیت بصری جراید

انحراف معیار	میانگین	تعداد مشاهدات	جذابیت بصری
۰/۷۰۷۲۷	۳/۱۹۴۷	۳۸۰	

متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخ‌دهندگان برابر ۳/۱۹ با انحراف معیار ۰/۷۰ است. در حقیقت این مقدار میانگین بیان‌کننده این نکته است که پاسخ‌دهندگان بر این باورند که میزان جذابیت بصری قابل قبول است. اما جهت تأیید فرضیه نتایج آزمون t نیز اعلام و تفسیر می‌شوند. در حقیقت یا انجام آزمون t به دنبال تأیید یکی از فرضیات زیر هستیم.

H0: جذابیت بصری در حد قابل قبول نیست. ($\bar{X} \leq 3$)

H1: جذابیت بصری در حد قابل قبول است. ($\bar{X} > 3$)

جدول ۶ آزمون t برای میزان جذابیت بصری جراید؛ رابطه بین میانگین کل و میانگین فرضی ۳

مقدار آزمون t				تفاضل میانگین
درجه آزادی	سطح معناداری	تفاضل میانگین	مقدار آزمون t	
۳۷۹	۰/۰۰۰	۰/۱۹۴۷۴	۵/۳۶۷	جذابیت بصری

در این آزمون میزان آماره t برابر $۵/۳۶۷$ با درجه آزادی ۳۷۹ و سطح معناداری $۰/۰۰۰$ است. چون میزان سطح معناداری از میزان خطای نوع اول α در سطح $۰/۰۵$ کمتر است لذا فرض یک که بیان‌کننده این نکته است که جذابیت بصری در حد قابل قبول است با ۹۵% اطمینان تأیید می‌شود. نتیجه اینکه می‌توان گفت که جذابیت بصری جراید به میزان قابل قبولی است.

تجزیه و تحلیل سؤال چهارم پژوهش

مقبولیت نوع نگارش جراید

جهت انجام و آزمون مناسب بودن نوع نگارش جراید از آزمون t تک‌نمونه استفاده می‌کنیم. در آزمون تک‌نمونه‌ای t مقدار آزمون را برابر ۳ (سطح پاسخ متوسط) در نظر می‌گیریم. به عبارتی دیگر اگر متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخگویان به نوع نگارش جراید از حد تعریف شده (۳) بیشتر باشد بیان‌گر این نکته است که به طور کلی پاسخگویان بر این باورند که نوع نگارش جراید قابل قبول است.

جدول ۷ میانگین پاسخ‌ها به میزان مقبولیت نوع نگارش جراید

مقیاس	تعداد مشاهدات	میانگین	انحراف معیار
مقبولیت نوع نگارش	۳۸۰	۳/۳۳۷	۰/۷۲۴۹۵

متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخ‌دهندگان برابر $۳/۳۲$ با انحراف معیار $۰/۷۲$ است. در حقیقت این مقدار میانگین بیان‌کننده این نکته است که پاسخ‌دهندگان بر این باورند که نوع نگارش جراید قابل قبول است. اما جهت تأیید فرضیه نتایج آزمون t نیز اعلام و تفسیر می‌شوند. در حقیقت یا انجام آزمون t به دنبال تأیید یکی از فرضیات زیر هستیم.

H_0 : نوع نگارش جراید در حد قابل قبول نیست. ($\bar{X} \leq 3$)

H_1 : نوع نگارش جراید در حد قابل قبول است. ($\bar{X} > 3$)

جدول ۸ آزمون t برای میزان مقبولیت نوع نگارش جراید؛ رابطه بین میانگین کل و میانگین فرضی ۳

مقدار آزمون t				مقبولیت نوع نگارش
تفاضل میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	t	
۰/۳۳۴۸	۰/۰۰۰	۳۷۹	۸/۷۰۴	

در این آزمون میزان آماره t برابر ۸/۷۰۴ با درجه آزادی ۳۷۹ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است. چون میزان سطح معناداری از میزان خطای نوع اول α در سطح ۰/۰۵ کمتر است لذا فرض یک که بیان‌کننده این نکته است که نوع نگارش جراید در حد قابل قبول است با ۹۵ درصد اطمینان تأیید می‌شود. نتیجه اینکه می‌توان گفت که نوع نگارش جراید قابل قبول است.

تجزیه و تحلیل سؤال پنجم پژوهش

در نظر گرفتن سلاقی و نیازهای خوانندگان توسط جراید

جهت انجام و آزمون در نظر گرفتن سلاقی و نیازهای خوانندگان از آزمون t تک‌نمونه‌ای استفاده می‌کنیم. در آزمون تک‌نمونه‌ای t مقدار آزمون را برابر ۳ (سطح پاسخ متوسط) در نظر می‌گیریم. به عبارتی دیگر اگر متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخگویان به میزان توجه جراید به سلاقی و نیازهای خوانندگان از حد تعریف شده (۳) بیشتر باشد بیان‌گر این نکته است که به طور کلی پاسخگویان بر این باورند که جراید به سلاقی و نیازهای خوانندگان توجه می‌کنند.

جدول ۹ میانگین پاسخ‌ها به میزان توجه جراید به سلاقی و نیازهای خوانندگان

انحراف معیار	میانگین	تعداد مشاهدات	توجه به سلاقی و نیازهای خوانندگان
۰/۸۲۴۵۰	۳/۱۴۲۹	۳۷۸	

متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخ‌دهندگان برابر ۳/۱۴ با انحراف معیار ۰/۸۲ است. در حقیقت این مقدار میانگین بیان‌کننده این نکته است که پاسخ‌دهندگان بر این باورند که جراید سلاقی و نیازهای خوانندگان را در نظر می‌گیرند. اما جهت تأیید فرضیه نتایج آزمون t نیز اعلام و تفسیر می‌شوند. در حقیقت با انجام آزمون t به دنبال تأیید یکی از فرضیات زیر هستیم.

H_0 : جراید، سلاقی و نیازهای خوانندگان را در نظر نمی‌گیرند. ($\bar{X} \leq 3$)

H_1 : جراید، سلاقی و نیازهای خوانندگان را در نظر می‌گیرند. ($\bar{X} > 3$)

جدول ۱۰ آزمون t برای میزان توجه جراید به سلیق و نیازهای خوانندگان، رابطه بین میانگین کل و میانگین فرضی ۳

مقدار آزمون t				
تفاضل میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	t	
۰/۰۱۴۲۸۶	۰/۰۰۱	۳۷۷	۳/۳۶۹	توجه به سلیق و نیازهای خوانندگان

در این آزمون میزان آماره t برابر ۳/۳۶۹ با درجه آزادی ۳۷۷ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است. چون میزان سطح معناداری از میزان خطای نوع اول α در سطح ۰/۰۵ کمتر است لذا فرض یک که بیان‌کننده این نکته است که جراید، سلیق و نیازهای خوانندگان را در نظر می‌گیرند با ۹۵ درصد اطمینان تأیید می‌شود. نتیجه اینکه می‌توان گفت که جراید، سلیق و نیازهای خوانندگان را در نظر می‌گیرند.

تجزیه و تحلیل سؤال ششم پژوهش

صحت گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات جراید

جهت انجام و آزمون صحت مطالب از آزمون t تک‌نمونه استفاده می‌کنیم. در آزمون تک‌نمونه‌ای t مقدار آزمون را برابر ۳ (سطح پاسخ متوسط) در نظر می‌گیریم. به عبارتی دیگر اگر متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخگویان به میزان صحت گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات از حد تعریف شده (۳) بیشتر باشد بیان‌گر این نکته است که به طور کلی پاسخگویان بر این باورند که صحت گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات قابل قبول است.

جدول ۱۱ میانگین پاسخ‌ها به میزان صحت گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات جراید

انحراف معیار	میانگین	تعداد مشاهدات	میزان صحت گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات
۰/۸۳۴۰۸	۳/۲۸۰۴	۳۷۸	

متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخ‌دهندگان برابر ۳/۲۸ با انحراف معیار ۰/۸۳ است. در حقیقت این مقدار میانگین بیان‌کننده این نکته است که پاسخ‌دهندگان بر این باورند که گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات صحت داشته‌اند. اما جهت تأیید فرضیه نتایج آزمون t نیز اعلام و تفسیر می‌شوند. در حقیقت با انجام آزمون t به دنبال تأیید یکی از فرضیات زیر هستیم.

H_0 : گزارشات، اخبار و اطلاعیه‌ها و مقالات ارائه شده توسط جراید صحت نداشته‌اند. ($\bar{X} \leq 3$)

H_1 : گزارشات، اخبار و اطلاعیه‌ها و مقالات ارائه شده توسط جراید صحت داشته‌اند. ($\bar{X} > 3$)

جدول ۱۲ آزمون t برای میزان صحت گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات جراید؛ رابطه بین میانگین کل و میانگین فرضی ۳

مقدار آزمون t				میزان صحت گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات
تفاضل میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	t	
۰/۲۸۰۴۲	۰/۰۰۰	۳۷۷	۶/۵۳۷	

در این آزمون میزان آماره t برابر ۶/۵۳۷ با درجه آزادی ۳۷۷ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است. چون میزان سطح معناداری از میزان خطای نوع اول α در سطح ۰/۰۵ کمتر است لذا فرض یک که بیان‌کننده این نکته است که گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات صحت دارند با ۹۵ درصد اطمینان تأیید می‌شود. نتیجه اینکه می‌توان گفت که گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات جراید صحت داشته‌اند.

تجزیه و تحلیل سؤال هفتم پژوهش

تناسب زمانی گزارشات، اخبار و اطلاعیه‌ها و مقالات جراید

جهت انجام و آزمون تناسب زمانی مطالب از آزمون t تک‌نمونه استفاده می‌کنیم. در آزمون تک‌نمونه‌ای t مقدار آزمون را برابر ۳ (سطح پاسخ متوسط) در نظر می‌گیریم. به عبارتی دیگر اگر متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخگویان به تناسب زمانی گزارشات، اخبار و اطلاعیه‌ها و مقالات از حد تعریف شده (۳) بیشتر باشد بیان‌گر این نکته است که به طور کلی پاسخگویان بر این باورند که تناسب زمانی گزارشات، اخبار و اطلاعیه‌ها و مقالات قابل قبول است.

جدول ۱۳

 میانگین پاسخ‌ها به میزان تناسب زمانی گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات جراید

انحراف معیار	میانگین	تعداد مشاهدات	میزان تناسب زمانی گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات
۰/۷۹۰۵۴	۳/۲۴۳۴	۳۷۸	

متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخ‌دهندگان برابر ۳/۲۴ با انحراف معیار ۰/۷۹ است. در حقیقت این مقدار میانگین بیان‌کننده این نکته است که پاسخ‌دهندگان بر این باورند که گزارشات، اخبار و اطلاعیه‌ها و مقالات تناسب زمانی دارند. اما جهت تأیید فرضیه نتایج آزمون t نیز اعلام و تفسیر می‌شود. در حقیقت با انجام آزمون t به دنبال تأیید یکی از فرضیات زیر هستیم.

H_0 : گزارشات، اخبار و اطلاعیه‌ها و مقالات ارائه شده توسط جراید تناسب زمانی نداشته‌اند.

$$\overline{X} \leq 3$$

H_1 : گزارشات، اخبار و اطلاعیه‌ها و مقالات ارائه شده توسط جراید تناسب زمانی داشته‌اند.

$$\overline{X} > 3$$

جدول ۱۴ آزمون t برای میزان تناسب زمانی گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات جراید؛ رابطه بین میانگین کل و میانگین فرضی ۳

مقدار آزمون t				میزان تناسب زمانی گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات
تفاضل میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	t	
۰/۲۴۳۳۹	۰/۰۰۰	۳۷۷	۵/۹۸۶	

در این آزمون میزان آماره t برابر ۵/۹۸۶ با درجه آزادی ۳۷۷ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است. چون میزان سطح معناداری از میزان خطای نوع اول α در سطح ۰/۰۵ کمتر است لذا فرض یک که بیان‌کننده این نکته است که گزارشات، اخبار و اطلاعیه‌ها و مقالات ارائه شده توسط جراید تناسب زمانی داشته‌اند با ۹۵ درصد اطمینان تأیید می‌شود. نتیجه اینکه می‌توان گفت که گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات جراید تناسب زمانی داشته‌اند.

تجزیه و تحلیل سؤال هشتم پژوهش

رضایت خاطر از جراید

جهت انجام و آزمون رضایت خاطر از آزمون t تک‌نمونه استفاده می‌کنیم. در آزمون تک‌نمونه‌ای t مقدار آزمون را برابر ۳ (سطح پاسخ متوسط) در نظر می‌گیریم. به عبارتی دیگر اگر متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخگویان به رضایت از جراید از حد تعریف شده (۳) بیشتر باشد بیان‌گر این نکته است که به طور کلی پاسخگویان از جراید رضایت دارند.

جدول ۱۵ میانگین پاسخ‌ها به میزان رضایت از جراید

انحراف معیار	میانگین	تعداد مشاهدات	میزان رضایت مردم و مسوولین از جراید
۰/۷۵۸۵۸	۳/۰۵۲۹	۳۷۸	

متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخ‌دهندگان برابر ۳/۰۵ با انحراف معیار ۰/۷۵ است. در حقیقت این مقدار میانگین ظاهراً بیان‌کننده این نکته است که از جراید رضایت وجود دارد. اما جهت تأیید فرضیه نتایج آزمون t نیز اعلام و تفسیر می‌شود. در حقیقت یا انجام آزمون t به دنبال تأیید یکی از فرضیات زیر هستیم.

H0: از جراید رضایت خاطر ندارد. ($\bar{X} \leq 3$)

H1: از جراید رضایت خاطر دارد. ($\bar{X} > 3$)

جدول ۱۶ آزمون t برای میزان رضایت از جراید؛ رابطه بین میانگین کل و میانگین فرضی ۳

مقدار آزمون t				میزان رضایت از جراید
تفاضل میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	t	
۰/۰۵۲۹۱	۰/۰۸۷۹	۳۷۷	۱/۳۵۶	

در این آزمون میزان آماره t برابر ۱/۳۵۶ با درجه آزادی ۳۷۷ و سطح معناداری ۰/۰۸۷۹ است. چون میزان سطح معناداری از میزان خطای نوع اول α در سطح ۰/۰۵ بیشتر است لذا فرض صفر که بیان‌کننده این نکته است که از جراید رضایت خاطر ندارد تأیید می‌شود. نتیجه اینکه می‌توان گفت از جراید استان رضایت خاطر ندارد.

تجزیه و تحلیل سؤال نهم پژوهش

تداوم و پویایی جراید

جهت انجام و آزمون میزان تداوم و پویایی جراید از آزمون t تک‌نمونه استفاده می‌کنیم. در آزمون تک‌نمونه‌ای t مقدار آزمون را برابر ۳ (سطح پاسخ متوسط) در نظر می‌گیریم. به عبارتی دیگر اگر متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخگویان به میزان تداوم و پویایی جراید از حد تعریف شده (۳) بیشتر باشد بیان‌گر این نکته است که به طور کلی پاسخگویان از جراید را پویا می‌دانند.

جدول ۱۷ میانگین پاسخ‌ها به میزان تداوم و پویایی جراید

انحراف معیار	میانگین	تعداد مشاهدات	میزان تداوم و پویایی
۰/۷۷۵۵۸	۳/۰۷۶۷	۳۷۸	

متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخ‌دهندگان برابر ۳/۰۷ با انحراف معیار ۰/۷۷ است. در حقیقت این مقدار میانگین بیان‌کننده این نکته است که جراید تداوم و پویایی داشته‌اند. اما جهت تأیید فرضیه نتایج آزمون t نیز اعلام و تفسیر می‌شوند. در حقیقت یا انجام آزمون t به دنبال تأیید یکی از فرضیات زیر هستیم.

H_0 : جراید استان تداوم و پویایی نداشته‌اند. ($\bar{X} \leq 3$)

H_1 : جراید استان تداوم و پویایی داشته‌اند. ($\bar{X} > 3$)

جدول ۱۸ آزمون t برای میزان تداوم و پویایی جراید؛ رابطه بین میانگین کل و میانگین فرضی ۳

مقدار آزمون t				
تفاضل میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	t	
۰/۰۷۶۷۲	۰/۰۲۷	۳۷۷	۱/۹۲۳	میزان تداوم و پویایی جراید

در این آزمون میزان آماره t برابر ۱/۹۲۳ با درجه آزادی ۳۷۷ و سطح معناداری ۰/۰۲۷ است. چون میزان سطح معناداری از میزان خطای نوع اول α در سطح ۰/۰۵ کمتر است لذا فرض یک که بیان‌کننده این نکته است که جراید استان تداوم و پویایی داشته‌اند با ۹۵ درصد اطمینان تأیید می‌شود. نتیجه اینکه می‌توان گفت که جراید استان تداوم و پویایی داشته‌اند.

تجزیه و تحلیل سؤال کلی پژوهش

اثربخشی جراید محلی استان هرمزگان

جهت انجام و آزمون اثربخشی جراید از آزمون t تک نمونه استفاده می‌کنیم. در آزمون تک نمونه‌ای مقدار آزمون را برابر ۳ (سطح پاسخ متوسط) در نظر می‌گیریم. به عبارتی دیگر اگر متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخگویان به اثربخشی جراید از حد تعریف شده (۳) بیشتر باشد بیان‌گر این نکته است که به طور کلی پاسخگویان بر این باورند که جراید اثر بخش هستند.

جدول ۱۹ میانگین پاسخها به میزان اثر بخشی جراید محلی استان هرمزگان

انحراف معیار	میانگین	تعداد مشاهدات	
۰/۶۳۱۰۰	۳/۱۱۵۸	۳۸۰	میزان اثربخشی جراید

متوسط پاسخ‌های ارائه شده از طرف پاسخ‌دهندگان برابر ۳/۱۱ با انحراف معیار ۰/۶۳ است. در حقیقت این مقدار میانگین بیان‌کننده این نکته است که جراید نسبتاً اثر بخش بوده‌اند. اما جهت تأیید فرضیه نتایج آزمون t نیز اعلام و تفسیر می‌شود. در حقیقت یا انجام آزمون t به دنبال تأیید یکی از فرضیات زیر هستیم.

H0: جراید محلی استان هرمزگان اثربخش نیستند. ($\bar{X} \leq 3$)

H1: جراید محلی استان هرمزگان اثربخش هستند. ($\bar{X} > 3$)

جدول ۲۰ آزمون t برای میزان اثر بخشی جراید محلی استان هرمزگان؛ رابطه بین میانگین کل و میانگین فرضی

مقدار آزمون t				میزان اثربخشی جراید
تفاضل میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	t	
۰/۱۱۵۷۹	۰/۰۰۰	۳۷۹	۳/۵۷۷	

در این آزمون میزان آمار t برابر ۳/۵۷۷ با درجه آزادی ۳۷۹ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است. چون میزان سطح معناداری از میزان خطای نوع اول α در سطح ۰/۰۵ کمتر است لذا فرض یک که بیان‌کننده این نکته است که جراید محلی استان هرمزگان اثربخش هستند با ۹۵ درصد اطمینان تأیید می‌شود. نتیجه اینکه می‌توان گفت که جراید محلی استان هرمزگان اثربخش بوده‌اند.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به طور کلی نشان می‌دهد که جراید محلی استان هرمزگان از لحاظ محتوایی و آموزشی اثربخش بوده‌اند. به منظور بررسی و تعیین اثربخشی محتوایی و آموزشی جراید محلی استان، ۹ سؤال مطرح و سپس بررسی و آزمون شده‌اند.

سؤال اول به این موضوع پرداخته که «ضریب نفوذ جراید به چه میزان بوده است؟». به منظور بررسی این سؤال شش مؤلفه مورد پرسش و آزمون قرار گرفته‌اند که عبارت‌اند از: میزان مقبولیت در بین مردم، میزان موفقیت در ایجاد ارتباط با مردم و مخاطبین خود، میزان تاثیر در روشن ساختن افکار عمومی و بالا بردن سطح معلومات مردم، اطلاع‌رسانی صحیح و موثر، جلوگیری از تخلفات دولتی و خصوصی و اصلاح امور، و توجه به مسائل و مشکلات مردم. از بررسی و آزمون مؤلفه‌های مذکور می‌توان نتیجه گرفت که ضریب نفوذ جراید محلی استان هرمزگان در حد قابل قبولی بوده است.

سؤال دوم این موضوع را بررسی کرده است که «آیا مطالب جراید تنوع داشته‌اند؟». به منظور بررسی این سؤال چهار مؤلفه مورد پرسش و آزمون قرار گرفته‌اند که عبارت‌اند از: توجه به مسائل مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، آموزشی و ... با توجه به اهداف و رویکرد نشریه، تنوع در طراحی صفحه، توجه به مطالب و موضوعات گوناگون شعر، داستان، طنز، کاریکاتور، خبر، گزارش، مصاحبه و ... با توجه به زمینه انتشار، و تنوع در تیترها و نحوه بیان مطالب. از بررسی و آزمون مؤلفه‌های مذکور می‌توان نتیجه گرفت که مطالب جراید محلی استان تنوع داشته‌اند.

سؤال سوم بدین صورت مطرح شده است که «آیا جراید جذابیت بصری داشته‌اند؟». به منظور بررسی این سؤال شش مؤلفه مورد پرسش و آزمون قرار گرفته‌اند که عبارت‌اند از: صفحه‌بندی

مناسب، حروف چینی و چاپ مناسب، جذابیت رنگ و استفاده بجا و مناسب از آن، استفاده از تصاویر و عکس های جذاب، متعدد و مناسب، استفاده مناسب از نشانه‌ها یا آرم‌ها همانند آرم دانشگاه‌ها، شرکت‌ها و ... و تناسب قطع (اندازه) صفحه جراید. از بررسی و آزمون مؤلفه‌های مذکور می‌توان نتیجه گرفت که جراید محلی استان جذابیت بصری داشته‌اند.

طرح سؤال چهارم بدین صورت بوده است که «آیا نوع نگارش جراید مقبولیت دارد؟». به منظور بررسی این سؤال ۵ مؤلفه مورد پرسش و آزمون قرار گرفته‌اند که عبارت‌اند از: انشای مناسب و رعایت دستور زبان، املا صحیح کلمات، شیوا و روان بودن نوشتار، قلم و اندازه مناسب نوشتار، و پیوستگی و معناداری مطالب. از بررسی و آزمون مؤلفه‌های مذکور می‌توان نتیجه گرفت که نوع نگارش جراید محلی استان مقبولیت دارند.

سؤال پنجم به این مهم پرداخته است که «آیا جراید سلاقی و نیازهای خوانندگان را در نظر می‌گیرند؟». به منظور بررسی این سؤال ۴ مؤلفه مورد پرسش و آزمون قرار گرفته‌اند که عبارت‌اند از: توجه و پرداختن به ارزش‌ها، اعتقادات و نیازهای مختلف مخاطبان، اهمیت به نظرات، انتقادات و پیشنهادات مختلف خوانندگان، مصاحبه با افراد و کارشناسان مختلف، و درج مقالات با سلاقی و نگاه‌های مختلف. از بررسی و آزمون مؤلفه‌های مذکور می‌توان نتیجه گرفت که جراید محلی استان، سلاقی و نیازهای خوانندگان را در نظر می‌گیرند.

سؤال ششم این موضوع را بررسی کرده است که «آیا گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات ارائه شده توسط جراید صحت داشته‌اند؟». به منظور بررسی این سؤال چهار مؤلفه مورد پرسش و آزمون قرار گرفته‌اند که عبارت‌اند از: صحت اخبار و گزارشات، صحت اطلاعیه‌ها و تبلیغات، توجه به منابع و مآخذ در بیان مطالب، و رعایت عدالت، انصاف، حقیقت و واقع‌بینی در نوشتار. از بررسی و آزمون مؤلفه‌های مذکور می‌توان نتیجه گرفت که گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات ارائه شده توسط جراید محلی استان صحت داشته‌اند.

سؤال هفتم به این موضوع پرداخته است که «آیا گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات ارائه شده توسط جراید تناسب زمانی داشته‌اند؟». به منظور بررسی این سؤال چهار مؤلفه مورد پرسش و آزمون قرار گرفته‌اند که عبارت‌اند از: توجه به اخبار و گزارش‌ها در زمان مناسب و به موقع، بیان اطلاعیه‌ها، تبلیغات و مقالات در زمان مناسب، توجه کلی به نوآوری و خلاقیت، و توجه به مسائل و موضوعات روز (به روز بودن). از بررسی و آزمون مؤلفه‌های مذکور می‌توان نتیجه گرفت که گزارشات، اخبار، اطلاعیه‌ها و مقالات ارائه شده توسط جراید محلی استان تناسب زمانی داشته‌اند.

طرح سؤال هشتم بدین صورت بوده است که «آیا از جراید رضایت خاطر وجود دارد؟». به منظور بررسی این سؤال سه مؤلفه مورد پرسش و آزمون قرار گرفته‌اند که عبارت‌اند از: رضایت

مخاطبین از تنوع و گوناگونی محتوای جراید، رضایت مخاطبین از شکل و صورت جراید، و رضایت مخاطبین از دسترسی و نحوه توزیع جراید. از بررسی و آزمون مؤلفه‌های مذکور می‌توان نتیجه گرفت که از جراید رضایت خاطر وجود ندارد.

و نهایتاً سؤال نهم بدین صورت مطرح شده است که «آیا جراید استان تداوم و پویایی داشته‌اند؟». به منظور بررسی این سؤال پنجم مؤلفه مورد پرسش و آزمون قرار گرفته‌اند که عبارت‌اند از: انتشار مداوم و منظم جراید، انتقادپذیر بودن و تلاش جهت رفع اشکالات و نواقصات خود، استفاده از روش‌های نو و مناسب، ارتباط مداوم با محیط پیرامون خود، و داشتن مسیر و جهت مشخص.

در بحث و بررسی نتایج به دست آمده نکاتی قابل ذکر است:

- همان گونه که گفته شد رویکرد اصلی پژوهش حاضر، رویکرد عوامل استراتژیک یا عوامل ذی‌نفع است. بر اساس این رویکرد، در بحث و بررسی باید گفت که نتایج به دست آمده از سؤال پژوهش به طور کلی با مدل ۱، مدل ۲ و استانداردهای ایزو (ارائه شده در گیلوری ۱۳۷۴)، و پژوهش‌های احمدوند (۱۳۷۷)، نبئی (۱۳۷۷)، هیکس (۱۳۸۴)، دمینیک (۱۹۹۳)، لوگس و روکچ (۱۹۹۳)، و کوچ و روزن استیل (۱۹۹۵) مطابقت دارد.
- در این پژوهش دیدگاه یکی از عوامل استراتژیک یا ذی‌نفع، یعنی مخاطبان، مورد بررسی قرار گرفته است. نظرات دیگر عوامل استراتژیک یا افراد ذی‌نفع مانند سردبیران، مدیر مسئولان، روزنامه‌نگاران و ... نیز کارساز است؛ پس شایسته است که به دیدگاه‌های این افراد ذی‌نفع نیز از طریق علمی پرداخته شود.
- نتایج به دست آمده نشان از اثربخشی جراید محلی استان هرمزگان از لحاظ محتوایی و آموزشی است. اما این بدان معنی نیست که اثربخشی صد در صد تأمین شده است و دیگر مشکلی وجود ندارد. پس باید مزایای جراید را ارتقا، و معایب آن را کاهش داد یا رفع کرد. این را می‌توان از دیدگاه کل عوامل استراتژیک به دست آورد.
- توجه به اثربخشی محتوایی و آموزشی جراید بدون توجه به مسائل و مشکلات آن‌ها چندان منطقی نیست. پس بررسی و تعیین مسائل و مشکلات جراید گام مهمی در بهبود و افزایش اثربخشی جراید خواهد بود.
- رشد و گسترش مخاطبان و خوانندگان جراید از موضوعات مهم دیگری است که نباید مورد غفلت قرار گیرد. فرهنگ سازی مطالعه جراید در استان می‌تواند به رشد و گسترش مخاطبین منجر شود.
- وجود جراید با موضوعات و زمینه‌های مختلف، مخصوصاً جراید تخصصی نشان از رشد جراید محلی استان است. اما این کافی به نظر نمی‌رسد و با توجه به جمعیت استان مستلزم رشد بیشتری است.

پیشنهادها

پیشنهادهای اجرایی یا کاربردی (پیشنهادهای به دست آمده از نتایج پژوهش)

- رشد و گسترش اصول حرفه‌ای جراید در زمینه چاپ، صفحه‌آرایی، گرافیک، مقاله‌نویسی و ... از طریق دوره‌های آموزشی مجازی، کوتاه‌مدت، میان‌مدت، و بلندمدت و به صورت دوره‌های خارج از خدمت و بدو، ضمن، و پس از خدمت..
- رشد و گسترش اصول اخلاقی جراید همانند انصاف، کارایی، وقت‌شناسی، خبرگی، دانایی و ... از طریق دوره‌های آموزشی مجازی و غیر رسمی همانند کارگاه‌های آموزشی.
- فرهنگ‌سازی مطالعه جراید از طریق خانواده‌ها، مدارس، دانشگاه‌ها و اداره‌های مختلف.
- تشویق و ارائه تسهیلاتی جهت افزایش نوع و میزان جراید، مخصوصاً جراید تخصصی در زمینه‌های مختلف.
- تشویق و ارائه تسهیلاتی به فرهیختگان و فرهنگیان شهرستان‌های مختلف جهت انتشار نشریاتی با رویکرد محلی.
- استفاده بیشتر از فناوری‌های جدید در چاپ و توزیع روزنامه‌ها؛ مخصوصاً فناوری‌های آموزشی.
- نشست با مدیران مسوول، سردبیران و روزنامه‌نگاران جهت بررسی و تعیین مسائل و مشکلات آن‌ها و جرایدشان به منظور افزایش اثربخشی آن‌ها؛ مخصوصاً اثربخشی آموزشی و محتوایی.
- شناخت مزایا و معایب جراید استان از طریق رویکرد عوامل استراتژیک یا رویکردهای دیگر جهت ارتقای مزایا و رفع معایب.

پیشنهادهای پژوهشی

- بررسی اثربخشی جراید محلی با توجه به دیگر عوامل استراتژیک همانند روزنامه‌نگاران، سردبیران، مدیرمسئولان، نویسندگان دانشگاهی و ...
- بررسی عوامل و راه‌های افزایش سطح کیفیت جراید؛ مخصوصاً کیفیت علمی، محتوایی و آموزشی.
- بررسی عوامل و راه‌های آموزشی افزایش اصول اخلاقی در جراید.
- بررسی عوامل آموزشی موثر بر افزایش مخاطبین جراید استان.
- بررسی عوامل آموزشی موثر بر افزایش رغبت فرهنگیان و فرهیختگان استان جهت انتشار جراید با رویکرد محلی.
- بررسی مسائل و مشکلات جراید از دیدگاه روزنامه‌نگاران، سردبیران و مدیرمسئولان؛ به ویژه مسائل و مشکلات آموزشی و محتوایی.
- بررسی و تعیین مزایا و معایب جراید محلی استان جهت افزایش اثربخشی آن‌ها؛ به ویژه اثربخشی آموزشی و محتوایی.

پی‌نوشت

به گواهی آمار، مطبوعات در کشور ایران در سال‌های اخیر از لحاظ کمی و کیفی رشد نسبتاً خوبی داشته‌اند. انتشار حدود ۱۳۰۰ نشریه در سراسر کشور که حدود ۹۰ عنوان به گروه روزنامه‌های سراسری و محلی اختصاص دارد، و افزایش حوزه نقد و انتقاد، حاکی از رشد و توسعه قابل توجه مطبوعات محسوب می‌شود (جعفری، ۱۳۸۴).

منابع

- احمدوند، حسن (۱۳۷۷)، "بررسی میزان استفاده و رضامندی مردم از مطبوعات"، پژوهشی درباره مردم ملایر، سامن و جوکار. پایان‌نامه (کارشناسی ارشد)، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی.
- جعفری، مه‌نوش (۱۳۸۴)، *مقدمه‌ای بر راهبرد توسعه مطبوعات*، تهران، دستان.
- خوبی‌نژاد، غلام رضا (۱۳۸۰)، *روش‌های پژوهش در علوم تربیتی*، تهران، سمت.
- دانشگاه فردوسی مشهد، مدیریت فرهنگی و فوق برنامه، کمیته ارزیابی نشریات. دستورالعمل طرح طبقه‌بندی نشریات.
- دفت، ریچارد، ال (۱۳۸۶)، *مبانی تئوری و طراحی سازمان*. ترجمه دکتر علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی. تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ چهارم.
- رابینز، استیفن (۱۳۷۸)، *تئوری سازمان*. ترجمه الوانی، مهدی و دانانی فرد، حسن، تهران، صفًا.
- رفیع‌پور، ف (۱۳۷۷)، *کندوکاوها و پنداشت‌ها*، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- قندی، حسین (۱۳۸۶)، *مقاله‌نویسی در مطبوعات*، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ چهارم.
- کاظمی، سیدعباس (۱۳۸۱)، *بهره‌وری و تجزیه و تحلیل آن در سازمان‌ها*، تهران، سمت.
- گیلوری، عباس (۱۳۷۶)، "بررسی میزان همخوانی مجله‌های فارسی با استانداردهای ایزو" پایان‌نامه (کارشناسی ارشد)، دانشگاه علوم پزشکی ایران.
- مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، معاونت امور مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۸۲)، *آسیب‌شناسی نشریات محلی استان هرمزگان*، بندرعباس، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان هرمزگان.
- معین، محمد (۱۳۷۵)، *فرهنگ فارسی*، تهران، مؤسسه انتشارات امیرکبیر، جلد اول، چاپ نهم.
- نبئی، سودابه (۱۳۷۷)، "بررسی میزان استفاده و رضامندی شهروندان تهرانی از روزنامه ایران". پایان‌نامه (کارشناسی ارشد)، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی.
- هال، ریچارد، اچ (۱۳۷۶)، *سازمان (ساختار، فرایندها و رهاوردها)*، ترجمه دکتر علی پارسائیان و دکتر سیدمحمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- هیکس، هربرت جی؛ و گولت سیف ری (۱۳۸۴)، *تئوری‌های سازمان و مدیریت (عناصر و فرایندها)*. ترجمه دکتر گوئل کهن. تهران، دوران، جلد دوم، چاپ سوم.

- Adair, J (1988), *Effective time management*. London: Pan Books.
- Covey, S (1989), *the 7 habits of highly effective people*. New York: Simon & Schuster.
- Dominick, Joseph (1993), *The dynamics of mass communication*. Mac Grew – Hill.
- Gleeson, K (1994), *the personal efficiency program*. New York: John Wiley.
- Henkoff, R (1991), Make your office more productive. *Fortune*, 25 February.
- Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom (1995), *the element of journalism*. Harvard: the Povnter Institute.
- Loges, William; & Rokeach, Sandraball (1993), Dependency relations and newspaper readership. *journalism quarterly*, vol 70, autumn, 1993.
- Nicholson, Nigel; Schuler, Randall; & Van de ven, Andrew (1995), *The Black well Encyclopedia Dictionary of Organizational Behavior*. Massachusetts: Black well Publisher.
- <http://en.wikipedia.org/wiki/effectiveness>
- <http://www.google.com>
- <http://www.irandoc.ac.ir>
- <http://www.rasaneh.org/persian/journalism/journalism2.asp>