

# جایگاه روزنامه‌نگاری محلی از نگاه کارشناسان و متخصصان این حوزه

نوشته

زهرا کریمی \*

حسین انتظامی \*\*\*

علی اصغر محکی \*\*\*

## چکیده

روزنامه‌نگاری محلی، از جایگاه والایی در حرفه روزنامه‌نگاری برخوردار است. اما اغلب روزنامه‌نگاران، شناخت کافی درباره این شاخه از روزنامه‌نگاری ندارند. از این رو، هدف اصلی تحقیق حاضر، بررسی میزان شناخت روزنامه‌نگاران محلی از جایگاه حرفه‌ای روزنامه‌نگاری محلی است. این پژوهش از نوع اکتشافی است. جامعه آماری تحقیق را کلیه مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان روزنامه‌نگاری شاغل در روزنامه‌های محلی تشکیل داده‌اند. به موجب اندک بودن تعداد جامعه آماری، حجم نمونه به صورت تمام‌شمار در نظر گرفته و ۶۰ نفر تعیین شد. جهت گردآوری اطلاعات از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه استفاده شده است؛ سپس داده‌ها با کمک نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد. پرسش اصلی تحقیق حاضر این بود که شناخت روزنامه‌نگاران محلی از جایگاه حرفه‌ای روزنامه‌نگاری محلی به چه میزان است؟ بررسی الگوی پاسخ‌های افراد نمونه تحقیق، در خصوص روزنامه‌نگاری محلی، شایان توجه است. یافته‌ها نشان داد از نظر مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان روزنامه‌نگاری، تأثیر رعایت اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، اهمیت تخصص روزنامه‌نگاری در جذب مخاطب؛ تأثیر پاداش، تشویق، حقوق و مزایا؛ تأثیر امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری؛ رابط خبری، ویزیتور، کارآموز و کارمند؛ وجود شبکه‌های مجازی؛ داشتن مدرک تحصیلی مرتبط؛ اهمیت انتشار مرتب و پوشش اخبار و موضوعات مورد انتظار مخاطبان؛ تناسب میان اخبار سیاسی، اجتماعی و ورزشی محله؛ کاربرد طراحی و گرافیک در روزنامه محلی؛ تناسب میان شاغلان و پست‌های تخصصی مورد نیاز؛ تنوع خبر و گزارش خبری و اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بومی محلی؛ لزوم زمینه‌های اقلیمی، تاریخی و فرهنگی محله، در کیفیت کار روزنامه‌نگاری محلی با اهمیت است؛ اما آنها در هیچ‌یک از این زمینه‌ها شناخت کافی ندارند. همچنین، در خصوص مشکلات و محدودیت‌های روزنامه‌نگاری محلی، یافته‌ها نشان داد فقط حدود نیمی از مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری از مشکلات و محدودیت‌ها، آگاهی دارند. تمام مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، به پایین بودن وضعیت اقتصادی و اجتماعی مخاطبان محلی خود، واقف‌اند.

کلیدواژه: روزنامه‌نگاری محلی، جایگاه حرفه‌ای روزنامه‌نگاری محلی، شناخت روزنامه‌نگاری محلی، نگرش به روزنامه‌نگاری محلی.

\* دانشجوی کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی (نویسنده مسئول) baraan.karimi@yahoo.com  
\*\* استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال h.entezami@gmail.com  
\*\*\* دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال mahaki@yahoo.com

## مقدمه

امروزه، رسانه رکن چهارم دموکراسی است و اهمیت مطبوعات را با سه رکن اصلی نظام سیاسی یعنی قوه مجریه، قضاییه و مقننه همسان دانسته‌اند، که به‌عنوان واسطه میان مردم و حکومت، ایفای نقش می‌کنند (عباس‌زاده، ۱۳۸۹: ۴۳). رسانه‌ها چنان در تار و پود زندگی بشر رخنه کرده‌اند که زندگی امروز کاملاً به آن وابسته شده است. بسیاری از مردم به‌وسیله رسانه‌ها به زندگی خویش معنی می‌دهند (ربیعی، ۱۳۹۰) و از آنها برای مقاصد گوناگون، بهره می‌گیرند. از این رو، رسانه‌ها نقش اساسی در بسیج کردن و متقاعدسازی مخاطبان دارند و در بین رسانه‌ها، روزنامه‌ها در هدایت افکار عمومی برای رسیدن به اهداف و منافع، از نقش ویژه‌ای برخوردارند. روزنامه‌ها و مطبوعات از مهم‌ترین عوامل شکل‌گیری افکار عمومی، اطلاع‌رسانی و ارتقای سطح آگاهی‌ها در جامعه محسوب می‌شوند (عباس‌زاده، ۱۳۸۹: ۴۳). در این میان، روزنامه‌نگاری محلی ظرفیت‌های بی‌بدیل و استثنایی برای ارتباط نزدیک و صمیمی با مخاطبان و بیان خواسته‌ها، دیدگاه‌ها، نظرات و انتقادات مردم و ایجاد ارتباط بین مردم و مسئولان در اختیار دارد. (کاظم‌زاده، ۱۳۸۷: ۱)

نشریه محلی، رسانه‌ای نوشتاری است که به انعکاس رویدادها، اخبار، تفاسیر و وقایع روزمره در سطح منطقه و محل می‌پردازد و با ارائه تحلیل و نقد مسائل محلی و بومی، توجه مخاطبان را جلب می‌کند (زارع، ۱۳۸۶: ۳۱). این نوع روزنامه، پوشش دهنده حرفه‌ای اخبار محلی است و به جای تمرکز بر اخبار ایالات یا اخبار ملی و بین‌المللی، اخبار محله‌های کوچکی مانند شهرک‌ها، محله‌های شهری، و حومه شهرهای بزرگ را پوشش می‌دهد. جریان روزنامه‌نگاری محلی، با توجه به محدودیت جغرافیایی حوزه فعالیت، تأثیر بیشتری بر خوانندگان محلی می‌گذارد و موضوعات را عمیق‌تر و جزئی‌تر متناسب با نیاز و خواست مخاطب محلی پوشش می‌دهد (کاظم‌زاده، ۱۳۸۷: ۱). به این ترتیب، نشریات محلی در دنیای رسانه‌های جدید در کنار انبوهی از رسانه‌های جدید و قدیم بکار اطلاع‌رسانی و انتقال پیام مشغول‌اند. (پژوهش‌فر و اسکندری، ۱۳۹۰: ۱۹۱)

با عنایت به این موضوع، اهمیت و جایگاه مطبوعات در جهان امروز، بر هیچ کس پوشیده نیست؛ لیکن، در فضای رسانه‌ای پیچیده عصر جدید، استمرار و موفقیت فعالیت‌های رسانه‌ها و مطبوعات، و کسب جایگاه و کارکردهای مطلوب آنها منوط به رعایت پاره‌ای از ویژگی‌های محتوایی و حرفه‌ای است. با این حال، وجود این ویژگی‌ها برای مطبوعات ملی به‌طور اعم و برای مطبوعات محلی به‌طور اخص، مشکلات و چالش‌های عدیده‌ای بوده است.

مطبوعات و روزنامه‌نگاری محلی در تاریخ مطبوعات ایران، همواره با انبوهی از مشکلات دست به‌گریبان بوده که حیات آنها را همواره با مخاطره مواجه ساخته است (برزین، ۱۳۵۴: ۱۷۷). مهم‌ترین چالش پیش روی مطبوعات محلی، به موضوع منابع مدیریت انسانی آنها بازمی‌گردد که می‌توان آنها را در توسعه منابع انسانی، توجه به مسائل و موضوعات اجتماعی منطقه جغرافیایی نشر و پیوندهای صنفی مشاهده کرد (مصطفوی کهنگی، ۱۳۹۲: ۱۹۹). مشکلات و دشواری‌های خبرنگاری و فعالیت‌های رسانه‌ای از

جمله خبرنگاری محلی و به تبع آن، روزنامه‌نگاری محلی، تاجایی است که ماده ۷۶ قانون تأمین اجتماعی به صراحت شغل خبرنگاری را در ردیف مشاغل سخت و زیان‌آور دسته‌بندی کرده است. در واقع، این دشواری برای خبرنگاران و روزنامه‌نگارانی که در شهرها و محیط‌های کوچک محلی فعالیت می‌کنند با آسیب‌ها و مشکلات بیشتری همراه است.

این درحالی است که نشریات محلی در صورت برخورداری از امکانات مالی، فنی، نیروی انسانی متخصص و با بهره‌گیری از اصول حرفه‌ای می‌توانند تأثیری بسزا و مثبت بر توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و آموزشی داشته باشند (زارع، ۱۳۸۶: ۳۱)؛ حتی می‌توانند بر هویت ملی و قومی تأثیرگذار باشند و در جهت تقویت امنیت ملی گام بردارند. (روحانی، جعفری و حیدری، ۱۳۹۱: ۳۷)

تحقیقاتی که درباره مطبوعات محلی و مشکلات و آسیب‌های آن، انجام شده، دلایل کافی پیرامون وجود آسیب در مطبوعات محلی ایران را به دست می‌دهند. در مطالعه‌ای که مرکز تحقیقات رسانه (۱۳۸۲) پیرامون آسیب‌شناسی نشریات محلی انجام داد، مشخص شد که بیشتر نشریات محلی در رعایت نکردن اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و آموزه‌های گرافیکی و چاپ، شباهت زیادی به یکدیگر دارند. از دیگر تحقیقات، می‌توان به نتایج تحقیق اسکویی (۱۳۷۶) اشاره کرد، که نشان داد علی‌رغم اذعان بر اهمیت روزنامه‌های محلی در تسریع فرایند توسعه و رشد محلی، آنها بیشتر به اخبار غیر محلی نظیر اخبار ورزشی، پرداخته و به نقش و رسالت و وظیفه واقعی خود، که پوشش رویدادهای محلی است عمل نمی‌کنند. خجیر (۱۳۸۵) در مطالعه خود روی ۹ روزنامه محلی کشور به همین نتیجه مشابه دست یافت که روزنامه‌های محلی به جای توجه به مسائل محلی، به مسائل ملی توجه دارند. مطالعه صادقی (۱۳۸۲) نشان داد نشریات محلی به رسالت و وظیفه واقعی خود عمل نمی‌کنند و به موضوعاتی که می‌تواند نقش مهمی در توسعه جامعه داشته باشد، کمتر پرداخته و به جای آن بیشتر اخبار ورزشی و حوادث را پوشش داده‌اند. کمترین بهار به جمعیت مناطق تحت پوشش خود یعنی شهرهای کوچک، بخش‌های روستاها و عشایر داده‌اند و دست‌اندرکاران نشریات محلی، به نقش ارتباطات اجتماعی رسانه‌ها در توسعه اقتصادی و اجتماعی و فراهم آوردن بسترهای فرهنگی بی‌توجه بوده‌اند. ابراهیمی (۱۳۸۲) دریافت که خبر نسبت به گزارش، مقاله و مصاحبه، بالاترین جایگاه را داشته و مطبوعات محلی به مسائل اقتصادی، فرهنگی و ورزشی بیشتر توجه داشته‌اند تا به مسائل توسعه‌ای؛ همچنین به جای تولید از مطالب غیر تولیدی استفاده کرده و ذکر منبع کم است (زارع ۱۳۸۶). نیز در بررسی ویژگی‌های نیروی انسانی، امکانات مالی و فنی نشریه‌های محلی چند استان کشور، دریافت که تیراژ پایین، تأخیر در انتشار، فقر نیروی انسانی مناسب و متخصص و درج اخبار کهنه و غالباً خنثی، چاپ نامناسب، صفحه‌بندی غیر فنی، کاغذ نامرغوب و غیر استاندارد، اخبار غیر حرفه‌ای، مطالب و تیتروهای غیر حرفه‌ای و آماتور و... از جمله مشکلات و کاستی‌های بی‌شمار مطبوعات محلی است. در تحقیق فرقانی و موسوی (۱۳۹۲) نیز مشخص شد که مطبوعات محلی جامعه مورد مطالعه، از جنبه‌های روزنامه‌نگاری توسعه و روزنامه‌نگاری حرفه‌ای، کارکرد مورد انتظار را نداشتند. حتی استفاده بیش از حد از اخبار و مطالب خبرگزاری‌ها و سایر منابع غیر تخصصی،

داوری در این زمینه را با دشواری روبه‌رو کرده است. امیری‌یزدان (۱۳۸۹) بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد کار روزنامه‌نگاری، خبرنگاری پارلمانی در انعکاس فعالیت‌های مجلس شورای اسلامی، دریافت که نبود تخصص لازم در خبرنگاری بسیار به چشم می‌آید. خوشه‌های رسانه‌ای با برقراری ارتباطات قوی درون منطقه‌ای و جهانی، این پتانسیل را دارند که به پیشگامان عرصه دیپلماسی فرهنگی تبدیل شوند.

در حالی که روابط درون منطقه‌ای، تولید خلاق و رقابتی را تسهیل می‌کند، روابط بین‌المللی ورودی دانش خارجی و دسترسی به بازارهای دور را فراهم می‌کند. این روابط باعث کاهش ریسک عدم انعطاف‌پذیری خوشه‌های رسانه‌ای می‌شود. بنابراین ترکیبی از شبکه‌های ارتباطی قوی درون منطقه‌ای و شبکه‌های پر قدرت جهانی، بهترین شرایط را برای دوام بلندمدت خوشه‌های رسانه‌ای فراهم می‌کنند. همچنین با رویکرد مدیریتی صحیح شبکه‌های ارتباطی ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی می‌توان، توان رقابتی صنایع رسانه‌ای را افزایش داد. در این‌گونه فضاهای جدید، تغییرات اقتصادی و عملکردی، به واسطه تمرکز بر حجم خدمات جهانی و نیز مجموعه تولید ابتکاری و ظرفیت‌های زیرساختی فناوری و صنعت تعیین می‌شود. این دو عنصر با هم، هم‌پوشانی دارند. بدان معنا که شکوفایی اقتصاد بر اساس ظرفیت‌ها در حوزه خدمات تخصصی و ساختارهای صنعت ابتکاری منطقه‌ای است. (پوری، ۱۳۹۶: ۱۵)

تمامی این یافته‌ها حاکی از آن است که مطبوعات محلی ایران، هم از جنبه محتوای مطالب و هم از نظر امکانات و نیروهای حرفه‌ای، کارکرد ارزشمند و واقعی خود را در روند توسعه جامعه از دست داده‌اند و به دلیل مشکلات و آسیب‌های متعدد، قادر به برآورده کردن نیازهای این حوزه از رسانه‌ها و مخاطبان‌شان نیستند. لکن باید اذعان کرد که هیچ‌یک از مطالعات، جایگاه روزنامه‌نگاری محلی و مشکلات آن را از دیدگاه خود مدیران و کارشناسان این حوزه مورد بررسی قرار نداده و با معیار درونی به بررسی موضوع نپرداخته‌اند.

حال آنکه، یکی از علل اصلی ناتوانی در حوزه مطبوعات و روزنامه‌نگاری محلی، ناشی از عدم شناخت کافی درباره اهمیت این گونه مطبوعات از یک سو، و فقدان آگاهی درباره مشکلات و چالش‌های آن، از سوی دیگر است؛ به گونه‌ای که حتی مدیران و کارشناسان این حوزه، گاه از مشکلات نشریات محلی، غافل‌اند. مشاهده این وضعیت، پرسش‌های متعددی را در ذهن محقق متبادر می‌سازد.

در واقع مسئله اساسی این است که در عصر حاضر، روزنامه‌نگاران محلی، در انجام وظیفه و رسالت حرفه‌ای با چه محدودیت‌ها، چالش‌ها و موانعی روبه‌رو هستند؟ آیا دست‌اندرکاران روزنامه‌نگاری محلی، بر وجود این مشکلات و آسیب‌ها واقف‌اند؟ تحقیق برای یافتن پاسخ این پرسش‌ها، می‌تواند تا اندازه زیادی، آگاهی را از شرایط و فضای فعالیت حرفه‌ای، ذهنیت و نگرش‌های روزنامه‌نگاران نشریات محلی، نسبت به شغل و حرفه‌شان و جایگاه آنان در نزد افکار عمومی، مخاطبان و نیز مشکلات‌شان ارتقاء بخشد، تا آن را در راستای رفع مشکلات و بهبود کارایی این حوزه به کار بست.

تحقیق حاضر با هدف کشف ارزش، جایگاه و مشکلات روزنامه‌نگاری محلی در ذهن و نگرش

روزنامه‌نگاران محلی انجام شده، به موازات آن، مشکلات و معضلات مادی و غیرمادی که موجب شکل‌گیری ذهنیت و نگرش روزنامه‌نگاران محلی نسبت به ارزش و جایگاه حرفه‌ای آنان می‌شود، مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

با توجه به اکتشافی بودن این تحقیق، که از نخستین تحقیقات علمی است که درباره جایگاه روزنامه‌نگاری محلی صورت گرفته، باید اشاره کرد که این پژوهش، در پی طرح فرضیه خاصی انجام نشده و بر اساس پرسش‌های اصلی و فرعی صورت گرفته است. با عنایت به اینکه تحقیق حاضر، ۱۵ سؤال تحقیق داشت و امکان‌پذیر نبود که همه ۱۵ سؤال را در تحقیق بیان کنیم، لذا از تحقیق چشم‌پوشی و هر یک از سؤال‌ها را در بخش نتایج و یافته‌ها تعقیب کرده‌ایم.

### چارچوب نظری تحقیق

یکی از مراحل تحقیق، انتخاب یک چارچوب نظری است. در واقع انتخاب چارچوب نظری، چند کارکرد اصلی دارد، نخست اینکه اجازه می‌دهد مسئله تحقیق را از نو فرمول‌بندی و یا به صورت دقیق‌تر بیان کنیم. دوم اینکه به عنوان شالوده برای استخراج فرضیه‌ها و تنظیم سؤال‌های تحقیق به کار می‌رود. از سویی، محقق بیشتر وقت‌ها، مسئله تحقیق را در یک چارچوب نظری از قبل آماده، مطرح می‌کند و در پرتو این چارچوب نظری، به دنبال پاسخ سؤالاتش می‌رود.

این تحقیق نیز تلاش کرده تا از داشتن پشتوانه‌های نظری، بی‌بهره نماند، همچنین در بررسی میزان شناخت روزنامه‌نگاران محلی از جایگاه حرفه‌ای روزنامه‌نگاری محلی از نظریه مسئولیت اجتماعی و نظریه شکاف آگاهی بهره گرفته شود. به طور کلی برای مطالعه متغیرهای رعایت اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، اهمیت تخصص روزنامه‌نگاری در جذب مخاطب؛ وجود شبکه‌های مجازی؛ داشتن مدرک تحصیلی مرتبط؛ اهمیت انتشار مرتب و پوشش اخبار و موضوعات مورد انتظار مخاطبان؛ تناسب میان اخبار اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی محله؛ تناسب میان شاغلان و پست‌های تخصصی؛ از نظریه مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها و مدل حرفه‌ای؛ استفاده شده است؛ همچنین متغیرهای شناخت تأثیر پاداش و تشویق و حقوق و مزایا؛ و تأثیر امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، رابط خبری، ویزیتور، کارآموز و کارمند، کاربرد طراحی و گرافیک در روزنامه محلی؛ تنوع خبر و گزارش خبری و اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بومی محلی؛ لزوم زمینه‌های اقلیمی، تاریخی و فرهنگی محله، و نیز مشکلات و محدودیت‌های روزنامه‌نگاری محلی، و بالاخره، پایین بودن وضعیت اقتصادی و اجتماعی مخاطبان محلی، از نظریه شکاف آگاهی، اخذ شده‌اند.

بر اساس نظریه مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها، پیشرفت فناوری و تجاری مطبوعات، منجر به کاهش امکان دسترسی افراد و گروه‌های گوناگون شده و کیفیت عملکرد مطبوعات را در زمینه پاسخگویی به نیازهای اطلاعاتی، اجتماعی و اخلاقی جامعه، پایین آورده است. رسانه‌ها باید در عین پاسخگویی به نیازهای مخاطبان، در برابر فعالیت‌های خود، مسئولیت داشته باشند و وظایف اجتماعی خود را محدود

به گیرندگان پیام یا مالکان رسانه‌ها ندانند. مضمون اصلی این نظریه این است که آزادی و مسئولیت، دو روی یک سکه هستند و همان‌گونه که رسانه‌ها حق دارند از دولت و سایر نهادها انتقاد کنند، مسئولیتی هم در قبال مصالح و منافع ملی و پاسخ به نیازهای جامعه دارند. طبق نظریه مسئولیت اجتماعی، حمایت از توسعه حرفه‌ای‌گرایی مطبوعات و رسانه‌ها، از طریق ارتقای فعالیت‌های حرفه‌ای "خودساماندهی" کیفی استانداردهای عملی روزنامه‌نگاری و پیشبرد روزنامه‌نگاران، مسئولیت اجتماعی مورد نظر را تقویت می‌کند. خدمت‌رسانی به نظام از طریق اعلام فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی صورت می‌گیرد. در مدل حرفه‌ای، انتخاب نقش‌ها برای جامعه و محافظت از استانداردهایی است که به خود مطبوعات و حرفه روزنامه‌نگاری تعلق دارند. نظریه دو عاملی، عوامل بهداشتی و انگیزشی را عامل رضایت و نارضایتی شغلی و در نتیجه، انجام درست آن می‌داند. عوامل بهداشتی عبارت از درآمد کافی، سرپرستان لایق، اداره درست امور و شرایط مطلوب است. همچنین، عوامل انگیزشی عبارت از موفقیت در کار، قدردانی برای انجام کار، واگذاری مسئولیت و پیشرفت شغلی است.

در خصوص متغیر طبقه اجتماعی و امکانات، یکی از نظریه‌هایی که توجه محققان را زیاد به خود جلب کرده، نظریه شکاف آگاهی است. این نظریه را "تیکنور"، "دونوهو" و "اولین" ارائه کرده‌اند. آنان مفهوم شکاف را چنین تعریف می‌کنند، از منظر نظریه شکاف آگاهی، همراه با افزایش انتشار اطلاعات توسط رسانه‌های جمعی در یک نظام اجتماعی، بخش‌هایی از جمعیت، که پایگاه اجتماعی اقتصادی بالاتری دارند، سریع‌تر و بیشتر از بخش‌هایی که پایگاه پایین دارند، اطلاعات را کسب می‌کنند؛ در نتیجه، شکاف آگاهی میان این دو بخش، به جای کاهش، افزایش می‌یابد. این مشکل منحصر به فرد نیست، چنین تفاوت‌هایی در مضمون داراها و نداراها هم وجود دارد. "تانبرگ" و دیگران (۱۹۸۲) این موضوع را مشکل کمک‌های عمومی می‌نامند. وقتی به همه افراد مقدار مشابهی از اطلاعات عرضه می‌شود، آنها که بهترین آگاهی اولیه (و منابع دیگر) را دارند، از همه بیشتر به دست می‌آورند. از این روی، ارتباط جمعی مثل خیلی از نهادهای اجتماعی عمل می‌کند، یعنی نابرابری‌های موجود را تقویت می‌کند یا افزایش می‌دهد. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۳: ۷۹)

## روش تحقیق

این تحقیق از نوع مطالعات توصیفی اکتشافی است که اطلاعات آن به روش پیمایشی (Survey) و میدانی در یک مقطع زمانی جمع‌آوری شده است. برای جمع‌آوری اطلاعات، از روش مصاحبه کتبی ساخت یافته و ابزار پرسشنامه، با سؤال‌های بسته در طیف لیکرت، استفاده شده. جامعه آماری تحقیق را کلیه مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان روزنامه‌نگاری شاغل در دفاتر روزنامه‌های محلی که در سال انجام مطالعه (۱۳۹۶-۱۳۹۷) تعداد آنها ۶۰ نفر بود، تشکیل داده‌اند. به دلیل اندک بودن جامعه آماری، حجم نمونه به صورت تمام‌شمار در نظر گرفته و ۶۰ نفر تعیین شد. از روایی محتوا و صوری ابزار تحقیق، اطمینان حاصل و برای بررسی پایایی ابزار، ضرایب آلفای کرونباخ آن محاسبه شد؛ که همگی نشان از مطلوبیت

مقیاس داشتند. به منظور ساخت شاخص‌های مورد نیاز، ابتدا طی یک تحقیق اکتشافی با مراجعه به دفاتر روزنامه‌ها، شاخص‌های گوناگون جمع‌آوری، سپس از میان آنها، شاخص‌های رواتر و پایاتر گزینش و در قالب پرسشنامه محقق ساخته، تدوین شدند. تمامی مراحل تحلیل داده‌ها با کمک نرم‌افزار SPSS انجام شد.

## نتایج

### الف. توصیف ویژگی‌های فردی مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان روزنامه‌نگاری شاغل در دفاتر روزنامه‌های محلی

در گروه مورد بررسی، دامنه سنی ۴۴ سال، میانگین سنی ۴۲ سال (متولدین ۱۳۵۳)، میانه سن ۳۸ سال (متولدین سال ۱۳۵۷) و مد یا نمای آن ۳۴ (متولدین ۱۳۶۱) است. کمترین تعداد پاسخگویان متعلق به گروه سنی متولدین سال‌های ۱۳۳۹ و پیش از آن (۶ نفر، معادل ۱۰ درصد) است و بیشتر پاسخگویان در گروه سنی متولدین ۱۳۶۰ و پس از آن (۱۹ نفر معادل ۳۱/۶ درصد) دیده می‌شود، که نشان می‌دهد مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری غالباً جوان‌اند. تعداد ۴۱ نفر از پاسخگویان، (معادل ۶۷/۳ درصد) مرد و فقط ۱۹ نفر از پاسخگویان، (معادل ۳۱/۷ درصد) زن هستند که نشان می‌دهد، حرفه روزنامه‌نگاری محلی در ایران، حرفه‌ای مردانه است و در حال حاضر زنان سهم کمتری از فعالیت را در این حوزه دارند.

بررسی سطح تحصیلات نشان داد که ۱/۷ درصد از مدیران، دبیران و روزنامه‌نگاران مورد مطالعه، دارای تحصیلات فوق دیپلم هستند که با توجه به ساختار سنی جمعیت نمونه، طبیعی است. بیست نفر (معادل ۳۴/۵ درصد) دارای تحصیلات کارشناسی و ۲۶ نفر (معادل ۴۴/۸ درصد) تحصیلات کارشناسی ارشد دارند، که بیشترین فراوانی پاسخگویان را شامل می‌شود و ۱۱ نفر (معادل ۱۸/۳ درصد) از مدیران و دبیران و روزنامه‌نگاران مورد مطالعه نیز دارای تحصیلات دکتری بودند. در این میان، ۱۷ نفر (۲۹/۸ درصد) با بیشترین فراوانی، در رشته علوم ارتباطات تحصیل کرده‌اند. رشته تحصیلی ۷ نفر (۱۲/۳ درصد) از جمعیت نمونه، علوم اجتماعی و انسانی نظیر جامعه‌شناسی، مدیریت، اقتصاد، علوم سیاسی و روابط بین‌الملل بوده است. همچنین ۷ نفر (۱۲/۳ درصد)، رشته‌های مدیریت رسانه و مطالعات رسانه و ۷ نفر (۱۲/۳ درصد) دیگر هم مهندسی نرم‌افزار و فناوری خوانده‌اند. از نمونه این پژوهش، تحصیلات ۵ نفر (۸/۸ درصد) در زمینه روزنامه‌نگاری و خبرنگاری و ۵ نفر (۸/۸ درصد) دیگر هم در زمینه ادبیات فارسی و عربی بوده است. مابقی نیز در رشته‌هایی نظیر کشاورزی و دامپزشکی و جغرافیا و کتابداری و هنر تحصیل کرده‌اند.

بررسی میزان سابقه کار پاسخگویان، نشان داد که میانگین سابقه کار در گروه نمونه ۱۶ سال بوده که حداقل سابقه ۳ سال و حداکثر ۴۵ سال است. بیشترین فراوانی سابقه کار پاسخگویان در این حرفه، ۱۰ سال بود که بیانگر سابقه کار زیاد نمونه در حرفه روزنامه‌نگاری است.

وضعیت مشخصات فردی جامعه مورد مطالعه در جدول ۱ نمایش داده شده است.

جدول ۱. توزیع فراوانی ویژگی‌های فردی مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان روزنامه‌نگاری شاغل در دفاتر روزنامه‌های محلی

درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۱۰/۰	۱۰/۰	۶	متولدین سال ۱۳۳۹ و قبل از آن
۱۸/۵	۱۸/۵	۱۱	متولدین سال ۱۳۴۰ تا ۱۳۴۹
۲۹/۹	۲۹/۹	۱۸	متولدین سال ۱۳۵۰ تا ۱۳۵۹
۳۱/۶	۳۱/۶	۱۹	متولدین سال ۱۳۶۰ و پس از آن
۹۰/۰	۹۰/۰	۵۴	جمع
	۱۰۰/۰	۶	بی پاسخ
۳۱/۷	۳۱/۷	۱۹	زن
۶۸/۳	۶۸/۳	۴۱	مرد
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۶۰	پاسخ
			بی پاسخ
۱/۷	۱/۷	۱	فوق دیپلم
۳۴/۵	۳۳/۳	۲۰	لیسانس
۴۴/۸	۴۳/۳	۲۶	فوق لیسانس
۱۹/۰	۱۸/۳	۱۱	دکتری
۱۰۰/۰	۹۶/۷	۵۸	پاسخ
	۳/۳	۲	بی پاسخ
۲۹/۸	۲۸/۳	۱۷	علوم ارتباطات
۱۲/۳	۱۱/۷	۷	جامعه‌شناسی، مدیریت، اقتصاد، علوم سیاسی و روابط بین‌الملل
۱۲/۳	۱۱/۷	۷	مدیریت رسانه و مطالعات رسانه
۷/۰	۶/۷	۴	مدیریت فرهنگی و ارتباط فرهنگی
۱/۸	۱/۷	۱	هنر
۸/۸	۸/۳	۵	روزنامه‌نگاری و خبرنگاری
۸/۸	۸/۳	۵	ادبیات فارسی و عربی
۱۲/۳	۱۱/۷	۷	مهندس نرم افزار، فناوری
۳/۵	۳/۳	۲	کشاورزی و دامپزشکی
۳/۵	۳/۳	۲	جغرافیا و کتابداری
۱۰۰	۹۵/۰	۵۷	پاسخ
۲۹/۸	۵/۰	۳	بی پاسخ
	۱۶/۸۹		میانگین
	۱۰		مد
	۱۰۲/۳۸۸		واریانس
	۳		حداقل
	۴۵		حداکثر
			آماره‌های توصیفی سابقه کار (برحسب سال)



## ب. دیدگاه مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان روزنامه‌نگاری شاغل در دفاتر روزنامه‌های محلی، پیرامون جایگاه روزنامه‌نگاری محلی

الگوی پاسخ‌های افراد نمونه، به صورت کمی، در این بخش خلاصه شده است. با تلخیص الگوی پاسخ‌ها، توزیع پاسخ‌های مربوط به هر سؤال اندازه‌گیری شده است.

سؤال نخست تحقیق می‌خواهد بداند، مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، رعایت اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری را، در جذب مخاطب، تا چه میزان مؤثر می‌دانند؟ نتایج بررسی این سؤال - که در جدول ۲ درج شده - نشان داد، در مجموع ۵۵ نفر از کل پاسخگویان (۹۴/۸ درصد)، با تأثیر رعایت اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در جذب مخاطب، موافق‌اند و لذا رعایت اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری را در جذب مخاطب مؤثر می‌دانند.

در سؤال دوم آمده است، مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، به داشتن تخصص روزنامه‌نگاری چه قدر اهمیت می‌دهند؟ برای بررسی این سؤال، معیار گذراندن دوره‌های تخصصی روزنامه‌نگاری، نظیر خبرنگاری و عکاسی خبری، در جایگاه روزنامه‌نگار محلی، از دیدگاه مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج این بررسی نشان داد، فقط یک نفر (۱/۷ درصد) از نمونه با این مورد کاملاً مخالف است و مابقی پاسخگویان (۹۳/۳ درصد) با داشتن تخصص روزنامه‌نگاری موافق هستند و آن را دارای اهمیت می‌دانند. (جدول ۲)

در سؤال سوم این پرسش مطرح شده که مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، آموزش‌های حرفه‌ای دانشگاهی را، چه میزان در روزنامه‌نگاری حرفه‌ای مؤثر می‌دانند؟ برای بررسی این سؤال، لزوم داشتن مدرک تحصیلی مرتبط با کار روزنامه‌نگار حرفه‌ای، از دیدگاه مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری مورد ارزیابی قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد، ۱۲ نفر (۲۰/۶ درصد) از مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری با لزوم داشتن مدرک تحصیلی مرتبط با کار روزنامه‌نگار حرفه‌ای مخالف بودند؛ در حالی که ۴۲ نفر از آنان (۷۲/۴ درصد) با این الزام موافق هستند و ۴ نفر (۶/۹ درصد) نیز نظری نداشته‌اند. (جدول ۲)

سؤال چهارم بیان داشت که مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، چه میزان پاداش و تشویق را در روند کار، مؤثر می‌دانند؟ در پاسخ سؤال چهارم، اهمیت معیارهایی همچون پاداش و تشویق و حقوق و مزایا، از دیدگاه مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت. نتایج بررسی سؤال چهارم نشان داد، در مجموع ۵۰ نفر (۸۳/۳ درصد) از نمونه، با اهمیت پاداش و تشویق و حقوق و مزایا در روند کار کاملاً موافق؛ و فقط ۴ نفر (۶/۷ درصد) با آن مخالف هستند.

سؤال پنجم به دنبال این بود که مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، چه میزان کمبود امکانات - مانند امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و ... - را، در کیفیت کار روزنامه‌نگاری محلی تأثیر گذار می‌دانند؟ همان‌طور که از متن سؤال مشخص است، از تأثیر معیارهایی همچون امکانات

سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، رابط خبری، ویزیتور، کارآموز و کارمند و وجود شبکه‌های مجازی استفاده شده، در کیفیت کار روزنامه‌نگاری محلی، از دیدگاه مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفته است، که نتایج آن در جدول ۲ درج شده است. به طور کلی، یافته‌ها نشان داد، در مجموع ۴۰ نفر (۷۰/۲ درصد) از پاسخگویان با تأثیر کمبود امکانات یاد شده، برای کیفیت کار روزنامه‌نگاری محلی، موافق هستند و آن را در کیفیت کار روزنامه‌نگاری محلی تأثیر گذار می‌دانند. اما در عین حال، ۶ نفر (۱۰ درصد) با تأثیر این امکانات در کیفیت کار روزنامه‌نگاری محلی، مخالف هستند. ۱۱ نفر (۱۹/۳ درصد) نیز در این باره نظری نداده‌اند.

**جدول ۲. توزیع فراوانی دیدگاه مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان روزنامه‌نگاری شاغل در دفاتر روزنامه‌های محلی پیرامون پرسش‌های اول تا پنجم**

درصد معتبر	درصد	فراوانی		
۰	۰	۰	کاملاً مخالفم	تأثیر رعایت اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری را در جذب مخاطب چه میزان می‌دانید؟
۳/۴	۳/۳	۲	نسبتاً مخالفم	
۱/۷	۱/۷	۱	بی نظرم	
۱۷/۲	۱۶/۷	۱۰	نسبتاً موافقم	
۷۷/۶	۷۵/۰	۴۵	کاملاً موافقم	
۱/۸	۱/۷	۱	کاملاً مخالفم	به داشتن تخصص روزنامه‌نگاری، گذراندن دوره‌های تخصصی روزنامه‌نگاری (نظیر خبر نویسی و عکاس خبری) چه میزان اهمیت می‌دهید؟
۰	۰	۰	نسبتاً مخالفم	
۰	۰	۰	بی نظرم	
۶۶/۷	۳۰/۰	۱۸	نسبتاً موافقم	
۱۰۰/۰	۶۳/۳	۳۸	کاملاً موافقم	
۳/۴	۳/۳	۲	کاملاً مخالفم	چه میزان آموزش‌های حرفه‌ای دانشگاهی را در کار روزنامه‌نگاری حرفه‌ای مؤثر می‌دانید؟
۱۷/۲	۱۶/۷	۱۰	نسبتاً مخالفم	
۶/۹	۶/۷	۴	بی نظرم	
۵۱/۷	۵۰/۰	۳۰	نسبتاً موافقم	
۲۰/۷	۲۰/۰	۱۲	کاملاً موافقم	
۱/۷	۱/۷	۱	کاملاً مخالفم	چه میزان پاداش و تشویق و میزان حقوق و مزایا در روند کار روزنامه‌نگاری محلی مؤثر می‌دانید؟
۵/۰	۵/۰	۳	نسبتاً مخالفم	
۰	۰	۰	بی نظرم	
۰	۰	۰	نسبتاً موافقم	
۸۳/۳	۸۳/۳	۵۰	کاملاً موافقم	
۵/۳	۵/۰	۳	کاملاً مخالفم	چه میزان کمبود امکانات مانند امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و ... را، در کیفیت کار روزنامه‌نگاری محلی تأثیر گذار می‌دانید؟
۵/۳	۵/۰	۳	نسبتاً مخالفم	
۱۹/۳	۱۸/۳	۱۱	بی نظرم	
۳۸/۶	۳۶/۷	۲۲	نسبتاً موافقم	
۳۱/۶	۳۰/۰	۱۸	کاملاً موافقم	
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۶۰		جمع

سؤال ششم در پی این است که مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، نسبت به محدودیت‌های مطبوعات محلی از قبیل توان مالی، سطح تیراژ، نحوه توزیع و ... چه میزان شناخت دارند؟ برای بررسی سؤال ششم، چهار مشکل و محدودیت اساسی که به نظر محقق، پیش روی روزنامه‌نگاری محلی وجود دارد، مورد پرسش قرار گرفته و نظرهای مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری در این خصوص، اندازه‌گیری شد و نتایج در جدول ۳ آمده است. در خصوص میزان شناخت در این موارد ۲۰ نفر (۳۴/۵ درصد) پاسخ خیلی کم و یا کم، ۲۶ نفر (۴۴/۸ درصد) حد زیاد و خیلی زیاد را ابراز نموده‌اند. مقایسه این مقادیر نشان می‌دهد، حدود نیمی از مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری از وجود این مشکل و محدودیت، آگاهی دارند و مابقی نمونه در این باره، شناخت کافی نداشته‌اند. ۱۲ نفر نیز در این مورد اظهار نظر نکرده‌اند.

در سؤال هفتم بیان شد که شناخت مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، نسبت به مخاطبان محلی و ویژگی‌هایی از قبیل سن، تحصیلات، وضعیت اقتصادی و جایگاه اجتماعی آنان چه میزان است؟ اغلب مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، طی مصاحبه، مخاطبان محلی را جزء اقشار کم‌درآمد و طبقات پایین جامعه معرفی کرده و بر پایین بودن وضعیت اقتصادی و جایگاه اجتماعی آنان اذعان داشتند. با این حال، میزان شناخت کلی آنان از مخاطبان محلی در سؤال هفتم پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفته و نتایج آن در جدول ۳ درج شده است. طبق این جدول، ۴۰ نفر (۶۹ درصد)، نسبت به مخاطبان محلی و ویژگی‌هایی از قبیل سن، تحصیلات، وضعیت اقتصادی و جایگاه اجتماعی آنان شناخت زیاد و یا خیلی زیاد دارند. در حالی که فقط ۱۱ نفر (۱۸/۳ درصد) از آنان در این باره، شناخت کم و یا خیلی کمی داشته‌اند.

سؤال هشتم به دنبال این است که مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، تا چه اندازه به شناخت زمینه‌های اقلیمی، تاریخی و فرهنگی محله اهمیت می‌دهند؟ برای بررسی سؤال هشتم، میزان شناخت مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، در خصوص شناخت زمینه‌های اقلیمی، تاریخی و فرهنگی محله، مورد ارزیابی قرار گرفت. یافته‌های جدول ۳ نشان می‌دهد، ۵۰ نفر (۹۱/۴ درصد) از پاسخگویان، بالزوم شناخت زمینه‌های اقلیمی، تاریخی و فرهنگی محله، نسبتاً موافق و یا کاملاً موافق‌اند. فقط ۲ نفر (۳/۳ درصد)، بالزوم شناخت در این باره، نسبتاً مخالف‌اند، در این میان ۳ نفر (۵ درصد) نیز نظری ابراز نداشته‌اند.

سؤال نهم بیان می‌دارد که مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری نسبت به انتشار مرتب و پوشش اخبار و موضوعات مورد انتظار مخاطبان چه میزان اهتمام دارند؟ این سؤال در خصوص اهمیت انتشار مرتب و پوشش اخبار و موضوعات مورد انتظار مخاطبان بود که نتایج بررسی آن در جدول ۳ قید شده است. داده‌های جدول ۳ نشان می‌دهد، در مجموع اهتمام ۴۱ نفر (۷۰/۷ درصد) از پاسخگویان، در خصوص انتشار مرتب و پوشش اخبار و موضوعات مورد انتظار مخاطبان، در حد زیاد و خیلی زیاد است. در این باره ۷ نفر (۱۲ درصد)، پاسخ خیلی کم و یا کم و ۱۰ نفر (۱۷/۲ درصد) نیز نظری ابراز نداشته‌اند. این مقادیر در جدول ۳ قابل مشاهده است.

سؤال دهم بیان می‌دارد که مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، چه میزان تناسب میان اخبار سیاسی، اجتماعی و ورزشی محله را رعایت می‌کنند؟ برای بررسی سؤال دهم، معیار تناسب میان اخبار سیاسی، اجتماعی و ورزشی محله مورد ارزیابی قرار گرفته و یافته‌های آن در جدول ۳ قید شده است. این یافته‌ها نشان می‌دهد که ۲۵ نفر (۴۳/۵ درصد) از پاسخگویان تناسب میان اخبار سیاسی، اجتماعی و ورزشی محله را در حد کم و یا خیلی کم رعایت می‌کنند. در مقابل، ۲۷ نفر (۴۵/۶ درصد) از پاسخگویان نیز تناسب میان اخبار سیاسی، اجتماعی و ورزشی محله را در حد زیاد و یا خیلی زیاد رعایت می‌کنند.

**جدول ۳. توزیع فراوانی دیدگاه مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان روزنامه‌نگاری شاغل در دفاتر روزنامه‌های محلی پیرامون پرسش‌های ششم تا دهم**

درصد معتبر	درصد	فراوانی		
۱۹/۰	۱۸/۳	۱۱	خیلی کم	نسبت به محدودیت‌های مطبوعات محلی از قبیل توان مالی، سطح تیراژ، نحوه توزیع و ... چه میزان شناخت دارید؟
۱۵/۵	۱۵/۰	۹	کم	
۲۰/۷	۲۰/۰	۱۲	بی نظرم	
۲۷/۶	۲۶/۷	۱۶	زیاد	
۱۷/۲	۱۶/۷	۱۰	خیلی زیاد	نسبت به مخاطبان محلی و ویژگی‌هایی از قبیل سن، تحصیلات، وضعیت اقتصادی و جایگاه اجتماعی آنان چه میزان شناخت دارید؟
۳/۴	۳/۳	۲	خیلی کم	
۱۵/۵	۱۵/۰	۹	کم	
۱۲/۱	۱۱/۷	۷	بی نظرم	
۵۰/۰	۴۸/۳	۲۹	زیاد	نسبت به شناخت زمینه‌های اقلیمی، تاریخی و فرهنگی محله چه میزان اهمیت می‌دهید؟
۱۹/۰	۱۸/۳	۱۱	خیلی زیاد	
.	.	.	کاملاً مخالفم	
۳/۴	۳/۳	۲	نسبتاً مخالفم	
۵/۲	۵/۰	۳	بی نظرم	نسبت به انتشار مرتب و پوشش اخبار و موضوعات مورد انتظار مخاطبان چه میزان اهتمام دارید؟
۳۴/۵	۳۳/۳	۲۰	نسبتاً موافقم	
۵۶/۹	۵۵/۰	۳۳	کاملاً موافقم	
۳/۴	۳/۳	۲	خیلی کم	
۸/۶	۸/۳	۵	کم	تناسب میان اخبار سیاسی، اجتماعی و ورزشی محله را به چه میزان رعایت می‌کنید؟
۱۷/۲	۱۶/۷	۱۰	بی نظرم	
۳۶/۲	۳۵/۰	۲۱	زیاد	
۳۴/۵	۳۳/۳	۲۰	خیلی زیاد	
۲۰/۷	۲۰/۰	۱۲	خیلی کم	جمع
۲۲/۸	۲۱/۷	۱۳	کم	
۸/۸	۸/۳	۵	بی نظرم	
۲۲/۸	۲۱/۷	۱۳	زیاد	
۲۲/۸	۲۳/۳	۱۴	خیلی زیاد	
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۶۰		

سؤال یازدهم در پی این است که بدانند مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، چه میزان از طراحی و گرافیک در روزنامه محلی استفاده می‌کنند؟ یافته‌های تحقیق در جدول ۴ نشان می‌دهد که در مجموع ۳۱ نفر از مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری مورد بررسی (۵۴/۴ درصد)، از طراحی و گرافیک، در روزنامه محلی در حد زیاد و یا خیلی زیاد بهره می‌برند و استفاده ۲۰ نفر (۳۵/۱ درصد) نیز از طراحی و گرافیک، در روزنامه محلی در حد کم و یا خیلی کم است.

سؤال دوازدهم بیان می‌دارد که مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، به اخبار تولیدی در روزنامه‌های محلی چه میزان اهمیت می‌دهند؟ یافته‌ها نشان داد، ۵۳ نفر (۷۳ درصد) از مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان روزنامه‌نگاری، با اهمیت اخبار تولیدی در روزنامه‌های محلی، موافق و یا کاملاً موافق هستند؛ و فقط یک نفر (۱/۸ درصد)، با اهمیت این موضوع به نسبت مخالف بوده است. سه نفر (۵/۳ درصد) نیز در این باره هیچ نظری ابراز نداشته‌اند. (جدول ۴)

در سؤال سیزدهم این موضوع مطرح شد که مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، به تناسب میان شاغلان و پست‌های تخصصی مورد نیاز چه میزان اهمیت می‌دهند؟ یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهد، که ۳۲ نفر (۵۶/۱ درصد) از جمعیت مورد مطالعه با این مورد که تناسب میان شاغلان و پست‌های تخصصی مورد نیاز اهمیت دارد، به نسبت موافق و یا کاملاً موافق‌اند. و ۸ نفر (۱۴/۱ درصد) با آن به نسبت مخالف و یا کاملاً مخالف هستند.

در سؤال چهاردهم این موضوع مطرح شد که مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، به علاقه و انگیزه خبرنگار در روزنامه محلی چه میزان اهمیت می‌دهند؟ اهمیت علاقه و انگیزه خبرنگار در روزنامه محلی با سؤال از مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان روزنامه‌نگاری مورد بررسی قرار گرفته و نشان داد ۴۷ نفر (۸۱/۱ درصد) از مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان روزنامه‌نگاری، با اهمیت علاقه و انگیزه خبرنگار در روزنامه‌نگاری محلی به نسبت موافق و یا کاملاً موافق‌اند. در مقابل فقط ۵ نفر (۸/۶ درصد) با این مورد به نسبت و یا کاملاً مخالف بوده‌اند؛ در واقع علاقه و انگیزه خبرنگار را در روزنامه‌نگاری محلی دارای اهمیت نمی‌دانند. (جدول ۴)

سؤال پانزدهم بیان داشت که مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، چه میزان به مطالب آموزنده، تنوع خبر، گزارش خبری و اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بومی محلی اهمیت می‌دهند؟ بررسی اهمیت مطالب آموزنده و تنوع خبر و گزارش خبری و اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بومی محلی، به عنوان کیفیت، در نقطه مقابل تعداد صفحات به عنوان کمیت مطالب، قرار داده شد و در این خصوص نظر مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این بررسی در جدول ۴ درج شده است که ۳۴ نفر (۵۸/۷ درصد) یعنی بیش از نیمی از نمونه با این نکته که مطالب آموزنده و تنوع خبر و گزارش خبری و اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بومی محلی در روزنامه‌نگاری محلی اهمیت

دارد، کاملاً موافق و یا نسبتاً موافق و ۱۶ نفر (۲۷/۶ درصد) نیز با این مورد نسبتاً مخالف و یا کاملاً مخالف بوده‌اند.

**جدول ۴.** توزیع فراوانی دیدگاه مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان روزنامه‌نگاری شاغل در دفاتر روزنامه‌های محلی پیرامون پرسش‌های یازدهم تا دوازدهم

درصد معتبر	درصد	فراوانی		
۷/۰	۶/۷	۴	خیلی کم	از طراحی و گرافیک در روزنامه محلی چه میزان استفاده می‌کنید؟
۲۸/۱	۲۶/۷	۱۶	کم	
۱۰/۵	۱۰/۰	۶	بی نظرم	
۳۵/۱	۳۳/۳	۲۰	زیاد	
۱۹/۳	۱۸/۳	۱۱	خیلی زیاد	
۰	۰	۰	خیلی کم	نسبت به اخبار تولیدی در روزنامه‌های محلی چه میزان اهمیت می‌دهید؟
۱/۸	۱/۷	۱	کم	
۵/۳	۵/۰	۳	بی نظرم	
۲۹/۸	۲۸/۳	۱۷	زیاد	
۶۳/۲	۶۰/۰	۳۶	خیلی زیاد	
۱/۸	۱/۷	۱	کاملاً مخالفم	نسبت به تناسب میان شاغلان و پست‌های تخصصی مورد نیاز چه میزان اهمیت می‌دهید؟
۱۲/۳	۱۱/۷	۷	نسبتاً مخالفم	
۲۹/۸	۲۸/۳	۱۷	بی نظرم	
۴۵/۶	۴۳/۳	۲۶	نسبتاً موافقم	
۱۰/۵	۱۰/۰	۶	کاملاً موافقم	
۳/۴	۳/۳	۲	کاملاً مخالفم	نسبت به علاقه و انگیزه خبرنگار در روزنامه محلی چه میزان اهمیت می‌دهید؟
۵/۲	۵/۰	۳	نسبتاً مخالفم	
۱۰/۳	۱۰/۰	۶	بی نظرم	
۳۹/۷	۳۸/۳	۲۳	نسبتاً موافقم	
۴۱/۴	۴۰/۰	۲۴	کاملاً موافقم	
۶/۹	۶/۷	۴	کاملاً مخالفم	نسبت به مطالب آموزنده و تنوع خبر و گزارش خبری و اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بومی محلی چه میزان اهمیت می‌دهید؟
۲۰/۷	۲۰/۰	۱۲	نسبتاً مخالفم	
۱۳/۸	۱۳/۳	۸	بی نظرم	
۳۲/۸	۳۱/۷	۱۹	نسبتاً موافقم	
۲۵/۹	۲۵/۰	۱۵	کاملاً موافقم	
۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۶۰		جمع

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این تحقیق، با هدف بررسی میزان شناخت روزنامه‌نگاران محلی از جایگاه حرفه‌ای روزنامه‌نگاری محلی، انجام شد. نتایج بررسی ویژگی‌های حرفه‌ای و جمعیت‌شناختی متخصصان و کارشناسان

حوزه روزنامه‌نگاری محلی، نشان داد که با عنایت به دامنه سنی نمونه، بیشتر مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، جوان هستند. همچنین با توجه به بررسی جنسیت نمونه، مشخص شد که حرفه روزنامه‌نگاری محلی در ایران، حرفه‌ای مردانه است و در حال حاضر، زنان سهم بسیار کمتری از فعالیت در این حوزه را، در دست دارند. اغلب مدیران و دبیران و روزنامه‌نگاران مورد مطالعه، دارای تحصیلات فوق دیپلم هستند که با توجه به ساختار سنی جمعیت نمونه، طبیعی است. بررسی رشته تحصیلی جمعیت نمونه، نشان داد که بیش از نیمی از جمعیت مدیران و دبیران و روزنامه‌نگاران، از رشته‌های غیر تخصصی و گاه غیر مرتبط در این حرفه مشغول هستند، این موضوع می‌تواند به نوبه خود از آسیب‌های این حرفه محسوب شود؛ لکن نتایج بیانگر قدمت نسبی سابقه کار در حرفه روزنامه‌نگاری است.

بررسی الگوی پاسخ‌های افراد نمونه نشان داد، مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، آگاهی دارند که رعایت اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و تخصص روزنامه‌نگاری در جذب مخاطب بسیار مهم است؛ همچنین، تأثیر پاداش، تشویق، حقوق و مزایا؛ امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، رابط خبری، ویزیتور، کارآموز و کارمند و وجود شبکه‌های مجازی را در کیفیت کار روزنامه‌نگاری محلی با اهمیت می‌دانند؛ اما در هیچ‌یک از این زمینه‌ها شناخت کافی ندارند. همچنین آنها می‌دانند داشتن مدرک تحصیلی مرتبط، انتشار مرتب و پوشش اخبار و موضوعات مورد انتظار مخاطبان؛ تناسب میان اخبار سیاسی، اجتماعی و ورزشی محله، در کیفیت کار روزنامه‌نگاری محلی با اهمیت است؛ اما در هیچ‌یک از این زمینه‌ها نیز شناخت کافی ندارند. این یافته‌ها، از یک سو نشان می‌دهد، به طور کلی اکثریت قاطع مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری، با لزوم داشتن مدرک تحصیلی مرتبط با کار روزنامه‌نگار حرفه‌ای موافق و آن را لازمه کار روزنامه‌نگار حرفه‌ای محلی می‌دانند، از سوی دیگر، نسبت پائینی از آنان، موارد دیگری - نظیر تجربه و انگیزه و علاقه و .. - را برای این حرفه فراتر از آموزش‌های دانشگاهی یا مدرک دانشگاهی، می‌دانند.

یافته دیگر تحقیق این است که کارشناسان و متخصصان حوزه روزنامه‌نگاری محلی، کاربرد طراحی و گرافیک در روزنامه محلی؛ تناسب میان شاغلان و پست‌های تخصصی مورد نیاز؛ تنوع خبر و گزارش خبری و اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بومی محلی؛ لزوم زمینه‌های اقلیمی، تاریخی و فرهنگی محله را در کیفیت کار روزنامه‌نگاری محلی با اهمیت می‌دانند؛ اما شناخت کافی از آنها ندارند.

همچنین، در خصوص مشکلات و محدودیت‌های روزنامه‌نگاری محلی؛ یافته‌ها نشان داد، فقط حدود نیمی از مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری از وجود مشکلات و محدودیت‌ها، آگاهی دارند و مابقی در این باره، شناخت کافی ندارند. تمام مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری از پایین بودن وضعیت اقتصادی و اجتماعی مخاطبان محلی خود، آگاهی دارند.

بر اساس یافته‌های تحقیق، و با توجه به تأثیر رعایت اصول حرفه‌ای و تخصص روزنامه‌نگاری در جذب مخاطب؛ و تأثیر پاداش و امکانات، در کیفیت کار روزنامه‌نگاری محلی، پیشنهاد می‌شود، که حمایت‌های ساختاری بیشتری از روزنامه‌های محلی به عمل آید، تا این روزنامه‌ها در رقابت با روزنامه‌های ملی، بتوانند به رسالت خود در توسعه آگاهی‌بخشی محله، بهتر عمل کنند.

این تحقیق نشان داد که حتی مدیران و کارشناسان روزنامه‌نگاری محلی، دربارهٔ زمینه‌های حرفه‌ای و مالی مورد نیاز روزنامه‌نگاری محلی، شناخت کافی ندارند. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود، که دوره‌ها و کارگاه‌های مختلف و تخصصی درباره اهمیت این زمینه‌ها و آموزش مقدماتی مهارت‌های لازم در زمینه‌های حرفه‌ای، الزاماً برای کلیه کارشناسان و مسئولان، برگزار شود.

یکی از یافته‌های تحقیق، تأیید فقر مالی در میان مخاطبان روزنامه‌های محلی بود، تا جایی که کارشناسان و مدیران روزنامه‌نگاری نیز، بر پایین بودن وضعیت اقتصادی و اجتماعی مخاطبان محلی خود، آگاه‌اند. با عنایت به این یافته، پیشنهاد می‌شود که روزنامه‌های محلی، در کتابخانه‌ها و مکان‌های عمومی، در دسترس همگان قرار گیرد.

## منابع

- ابراهیمی، معصوم (۱۳۸۲)، روزنامه‌های محلی و رعایت اصول روزنامه‌نگاری در استان خوزستان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز.
- اسکویی، عبدالله (۱۳۷۶)، بررسی تطبیقی روزنامه‌های خبر، خراسان مهد آزادی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.
- برزین، مسعود (۱۳۵۴)، مطبوعات ایران، انتشارات بهجت، تهران.
- پژوهش‌فر، شیوا و محمد اسکندری (۱۳۹۰)، "بررسی میزان توجه نشریات محلی استان کردستان به شاخص‌های نشریات محلی"، فصلنامه فرهنگ ارتباطات، دوره ۱، شماره ۴.
- پوری، احسان (۱۳۹۶)، "خوشه‌های رسانه‌ای (از تجمع محلی رسانه تا جهانی‌سازی اقتصاد فرهنگ)"، فصلنامه رسانه، شماره ۹۲.
- خجیر، یوسف (۱۳۸۵)، مطبوعات محلی و انتخاب ریاست جمهوری: تحلیل محتوای اخبار و مطالب انتخاباتی نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در نه روزنامه محلی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- روحانی، مهدی، علی جعفری و اکبر حیدری (۱۳۹۱)، "بازتاب هویت ملی و هویت قومی در مطبوعات محلی"، فصلنامه فرهنگ ارتباطات، دوره ۲، شماره ۸.
- ربیعی، حمید (۱۳۹۰)، "اهمیت رسانه در عصر معاصر"، روزنامه رسالت، شماره ۷۴۵۱.
- زارع، بیژن (۱۳۸۶)، "بررسی ویژگی‌های نیروی انسانی، امکانات مالی و فنی نشریه‌های محلی استان‌های فارس، زنجان و کردستان"، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- عباس‌زاده، هوشنگ (۱۳۸۹)، "بالندگی حرفه روابط عمومی؛ اندیشه و عمل"، مجله روابط عمومی، شماره ۷۴.



صادقی، حسن (۱۳۸۲)، بررسی تطبیقی ساختار ده نشریه محلی در استان‌های اصفهان، شیراز و تبریز از جنبه اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، پایان‌نامه دکتری، در دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی.

فرقانی، محمد مهدی و نورالهدی موسوی (۱۳۹۲)، "بررسی جایگاه روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و توسعه در مطبوعات محلی تحلیل محتوای پنج روزنامه استان خوزستان"، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۶۰.

کاظم‌زاده، موسی (۱۳۸۷)، "مطبوعات محلی، چالش‌ها و راهکارها"، باشگاه اندیشه، دسترسی در: [www.bashgah.net/fa/content/show/23899](http://www.bashgah.net/fa/content/show/23899)

مرکز تحقیقات رسانه (۱۳۸۲)، "آسیب شناسی نشریات محلی"، تهران.

مصطفوی کهنگی، فرحناز (۱۳۹۲)، "نقش فضای اجتماعی در توسعه مطبوعات محلی، مطالعه موردی، مطبوعات محلی شهر کاشان"، مجله مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی، دوره ۲، شماره ۲.

مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۹)، نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، انتشارات همشهری، تهران.





پښتو پوهنتون، گواچ، گوجرات  
پښتو ژبې او ادب د مطالعاتو د مرکزي  
پښتو ژبې د مرکزي