

نیازهای اطلاعاتی مدیران مسئول نشریات ایران

ریحانه شاهسون*

کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی

میترا قیاسی

استادیار علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۴/۲۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱/۱۳

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر شناسایی نیازهای اطلاعاتی مدیران مسئول نشریات ایران است. روش‌شناسی پژوهش: در این پژوهش از روش پیمایشی توصیفی استفاده شده است. جامعه مورد مطالعه شامل ۱۹۹۷ مدیر مسئول بود که توسط نمونه‌گیری تصادفی نظام‌مند ۲۱۴ نفر انتخاب شدند. ابزار استفاده‌شده در این پژوهش، پرسشنامه محقق‌ساخته با پایایی ۸۹٪ است. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از آمار توصیفی (که در آن از فراوانی، درصد فراوانی، میانگین، انحراف میانگین و واریانس) با کمک نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

یافته‌ها: بیشترین نیاز مدیران مسئول نشریات ایران به ترتیب منابع اطلاعاتی جهت آموزش و پژوهش در اولویت اول با ۵۶ نفر (۳۳/۳۷ درصد)، جهت افزایش دانش حرفه‌ای در اولویت دوم با ۵۰ نفر (۳۳/۳۳ درصد)، جهت افزایش دانش شخصی در اولویت سوم با ۵۵ نفر (۶/۳۶ درصد) است. پایگاه اطلاعاتی "Fox news" پرکاربردترین منبع اطلاعاتی به حساب می‌آید. میزان آشنایی مدیران، با شیوه‌های جستجو در اینترنت و پایگاه‌های اطلاعاتی زیاد است. اهمیت کتابخانه در رفع نیازهای اطلاعاتی جامعه مورد بررسی در حد متوسط و با میانگین (۳/۱۳ درصد) است.

نتیجه‌گیری: مشخص شد که اینترنت اولین وسیله کسب اطلاعات برای مدیران مسئول نشریات است و استفاده از نظر خوانندگان در درجه بعدی قرار دارد. هدف مدیران نشریات ایران از جستجوی اطلاعات بیش از سایر اهداف به علاقه آنها برای به روز کردن اطلاعات شان مرتبط است که (۳۷/۳۳) درصد است. همچنین میزان استفاده آنها از پست الکترونیکی بیش از ۳۴٪ است.

کلید واژه‌ها: مدیران مسئول نشریات، نشریات ایران، نیازسنجی، نیازهای اطلاعاتی

مقدمه:

رسانه‌ها فراگیرترین و موثرترین نهاد تولید، باز تولید و توزیع دانش و معرفت در مقایسه با سایر نهادهای آگاهی و شناخت در جهان جدید هستند و با داشتن ویژگی‌هایی چون انتشار انواع دانش و معرفت، که آنها را در دسترس همه اعضای جامعه به صورت باز، داوطلبانه و کم‌هزینه قرار می‌دهد و نیز اثرگذاری بر تعداد بیشتری از افراد و اختصاص زمان بیشتری از آنها به خود، حدود و ثغور محیط نمادینی را که در آن زندگی می‌کنیم تعیین می‌کنند (نجفی، ۱۳۷۵). رسانه‌ها را باید سازنده محیط نمادینی دانست که تاثیر عمده آنها به عنوان یکی از وسایل ارتباط جمعی نقش تعیین‌کننده‌ای در ارائه الگوهای فرهنگی به مردم ایفا می‌کنند. از این رو جوامع توسعه یافته که از مدت‌ها پیش به نقش و جایگاه چنین رسانه‌ای در عرصه فرهنگی جامعه واقف بودند سعی کردند تا از طریق وسایل ارتباط جمعی الگوهای فرهنگی و اجتماعی مورد نظر خود را به مردم جوامع توسعه‌نیافته القا کنند. (نجفی، ۱۳۷۵)

همچنین باید خاطر نشان کرد که میزان سنجش شکوفایی یا رکود مطبوعات صرفاً رشد کمی و افزایش تعداد نشریات یک جامعه نخواهد بود بلکه چگونگی نفوذ و رسوخ رسانه‌ها در سطوح مختلف جامعه محتوا و مضمون پیام، تنوع و خلاقیت فکری و فنی پاسخگویی به نیازهای جدی و ضرورت‌های فرهنگی و اجتماعی و بسیاری از موازین دیگر ارزیابی کیفی از جمله مقتضیات بررسی و برنامه‌ریزی مطبوعاتی کشور است (نجفی، ۱۳۷۵). رسانه‌ها محتوای فرهنگ ما را می‌آفرینند (خوانساری، ۱۳۸۴).

به نظر (Wilson, 2004)، نیازهای اطلاعاتی از جمله نیازهای ثانویه است که برگرفته از نیازهای اولیه روانی، شناختی و عاطفی است. پیدایش نیازی خاص متأثر از ویژگی‌های خود شخص، یا نقشی که در کار و زندگی ایفا می‌کند، یا محیط (اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فناورانه و مانند آن) می‌باشد. عناصر این زمینه باهم در تعاملند. ویژگی‌های شخصی بر انتخاب و سلسله‌مراتب نیازهای اطلاعاتی بر قدرت آنها تأثیر می‌گذارد. اما علت بسیاری از نیازهای شناختی در خارج از شخص است. آنها به جهت توالی نقش‌هایی که فرد ایفا می‌کند، به وجود می‌آیند یا از شرایط محیطی ناشی می‌شوند. اما نیازهای اطلاعاتی گروه‌های مختلف (مثلاً مهندسان، پزشکان، داروسازان و ...) با هم متفاوت است و در داخل هر گروه نیز این تقسیم‌بندی باز هم جزئی‌تر می‌شود. به نظر (Shenton, 2004)، تعاریفی که تاکنون درباره نیاز اطلاعاتی ارائه شده است، به یک یا چند بعد زیر اشاره کرده است: شرایطی که نیازها خودشان را نشان می‌دهند، چگونه نیازها باعث عمل اطلاع‌یابی می‌شوند؛ انواع نیازی که ممکن است وجود داشته باشد؛ ماهیت اطلاعاتی که ممکن است مورد نیاز باشد؛ و این که نیاز با خواسته فرق دارد. مساله این پژوهش، چستی نیازهای اطلاعاتی مدیران مسئول نشریات ایران است تا مشخص شود که مدیران مسئول برای جمع‌آوری اطلاعات و انتشار نشریه‌شان، به چه منابعی نیاز دارند و از چه منابعی استفاده می‌کنند و به چه منابعی به چه زمینه‌های موضوعی نیاز دارند.

از سوی دیگر با توجه به زمینه کاری هر نشریه به لحاظ موضوعی و فنی بدیهی است که فراهم‌آوردگان و دست‌اندرکاران نشریات باید از منابع مختلف و در عین حال مشابهی بهره‌مند شوند. شناسایی تفاوت‌ها و شباهت‌ها در نوع منابع و اطلاعات مورد نیاز، می‌تواند مسئولین را در جهت فراهم‌آوردن شرایط مناسب توسط مدیران مسئول یاری کرده و در نهایت امر خبررسانی و آگاهی‌رسانی از طریق نشریات را بهبود بخشد. همچنین نتایج این پژوهش می‌تواند در جهت برنامه‌ریزی‌های آینده در بخش مجموعه‌سازی کتابخانه‌هایی که مدیران مسئول نشریات به آن مراجعه می‌کنند مورد استفاده قرار می‌گیرد. مطبوعات از نظر عملیاتی در این پژوهش شامل کلیه نشریاتی است که در ایران به چاپ می‌رسند و فهرست آنها در کتاب جامع مطبوعات ایران (۱۳۹۰) آمده است.

پرسش‌های پژوهش

- ۱- زمینه‌های نیاز (منابع اطلاعاتی جهت آموزش و پژوهش، افزایش دانش حرفه‌ای، افزایش دانش شخصی، نیاز به منابع اطلاعاتی جهت کسب اطلاع در مورد دیگر نشریات) مدیران مسئول نشریات ایران به منابع اطلاعاتی کدام است؟
- ۲- منابع اطلاعاتی مورد نیاز مدیران مسئول نشریات ایران کدامند؟

- ۳- پایگاه‌های اطلاعاتی مورد نیاز مدیران مسئول نشریات ایران کدامند؟
- ۴- آشنایی مدیران مسئول نشریات با شیوه‌های جستجو در اینترنت و پایگاه‌های اطلاعاتی به چه میزان است؟
- ۵- اهمیت کتابخانه‌ها و کتابداران در رفع نیازهای اطلاعاتی جامعه مورد بررسی به چه میزان است؟

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های گوناگونی درباره نیازهای اطلاعاتی انجام شده است ولی تا به امروز مطالعه‌ای در زمینه رسانه و نیازهای اطلاعاتی شاغلان حوزه مطبوعات انجام نشده است. در این تحقیق به نیازهای اطلاعاتی مدیران مسئول نشریات ایران پرداخته شده است. نظر کلی در مورد پژوهش‌های انجام شده در ایران نشان می‌دهد که هر یک از پژوهشگرانی که در این حوزه وارد شده‌اند از ابزار پرسشنامه برای انجام پژوهش استفاده کرده‌اند. همچنین یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بیشترین هدف استفاده اعضای هیات علمی استفاده از منابع اطلاعاتی، تحقیق و پژوهش است.

مشایی (۱۳۸۵) در پژوهشی با عنوان "نیازهای اطلاعاتی اعضای هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد به منظور بهینه‌سازی مجموعه کتابخانه مرکزی دانشگاه" به این نتیجه رسید که کتابخانه در زمینه تدریس در حد زیاد، در زمینه تحقیق، ارتقا مهارت شغلی و در زمینه کسب اطلاعات روزآمد در حد متوسط نیاز اطلاعاتی اعضا هیات علمی را برآورده می‌سازد.

رضایی کزازی (۱۳۸۵) در پژوهشی با عنوان "بررسی نیازهای اطلاعاتی اعضای هیات علمی مراکز دایره‌المعارف نویسی اسلامی در ایران و نقش کتابخانه‌های این مراکز در رفع آنها"، که با هدف شناخت نیازهای اطلاعاتی اعضای هیات علمی مراکز دایره‌المعارف نگاری اسلامی در داخل ایران و نقش کتابخانه‌های مراکز مربوطه در رفع این نیازها، اجرا شده است نتیجه گرفت که از میان مجراهای رسمی کسب اطلاعات، به ترتیب کتاب و مقالات نشریات تخصصی در درجه اول اهمیت قرار دارند و از میان مجراهای غیررسمی کسب اطلاعات و مشاوره با همکاران و ارتباط با متخصصان داخل کشور اشاره شده است.

شیری (۱۳۸۶) در پژوهشی با عنوان "بررسی نیازهای اطلاعاتی اعضای هیات علمی بوعلی سینا" نشان داد که، مشکل اساسی دستیابی به اطلاعات، کمبود منابع اطلاعاتی و اشتغال زیاد اعضای هیات علمی است. نتیجه پژوهش (شیری، ۱۳۸۷) نیز نشان‌دهنده این مطلب است که در استفاده از اطلاعات توسط اعضای هیات علمی، مطالعه، پژوهش، طرح‌های تحقیقاتی و روزآمدی اطلاعات تخصصی دارای بیشترین فراوانی هستند.

ترکیان تبار (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان "بررسی نیازهای اطلاعاتی اعضای هیات علمی منطقه پنج دانشگاه آزاد اسلامی" به این نتیجه رسید که در رابطه با استفاده از کانال‌های رسمی و غیررسمی نیز، کانال‌های رسمی سهم بیشتری در تامین اطلاعات جامعه مورد مطالعه داشته‌اند. انجام فعالیت‌های پژوهشی و پس از آن انجام فعالیت‌های آموزشی مهمترین انگیزه و هدف جستجوی اطلاعات تعیین شده‌اند و پژوهشگران منابع چاپی به زبان فارسی را بر منابع چاپی غیرفارسی ترجیح داده‌اند. اینترنت نقش مهمی در تامین نیازهای اطلاعاتی آنان ایفاء می‌کند و غنی‌بودن مجموعه کتابخانه به عنوان مهمترین مانع در دسترسی به اطلاعات ذکر شده است.

در پژوهش افتخاری (۱۳۸۹) نتایج بیان‌کننده این بود که اعضای هیات علمی با پایگاه‌های اطلاعاتی و اینترنت آشنا هستند. مهمترین مشکل اعضای هیات علمی در دستیابی به منابع اطلاعاتی، کمبود منابع، کمبود وقت و نداشتن مهارت کافی است. در پژوهشی که بیدکی، مشایی، موسوی (۱۳۹۰) با عنوان "نیازهای اطلاعاتی هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد" انجام دادند مشخص شد بیشترین منابع اطلاعاتی مورد استفاده مربوط به کتابخانه است و اهمیت کتابخانه را در فراهم‌آوری منابع اطلاعاتی نشان می‌دهد. رضوانی و اسلامی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان "بررسی نیازهای اطلاعاتی دانشجویان دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران و نقش کتابخانه در تامین این نیازها"، استفاده از اینترنت و منابع الکترونیک به عنوان منبع مهم در رفع نیاز اطلاعاتی بیان شده که نیازمند توجه به زیر ساخت‌ها و خرید منابع الکترونیک است.

از مطالعه پژوهش‌های صورت گرفته در خارج از ایران این گونه استنتاج می‌شود که در اکثر کشورها جستجوی اطلاعاتی ممکن است به دلیل نیازهای شخصی، حرفه‌ای، سرگرمی و غیره باشد (Bhatti, 2009). شاغلان در رسانه‌ها شامل گروهی از مردم هستند که هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده اطلاعات محسوب می‌شوند. به عبارت دیگر، آنها اطلاعات اجتماعی را بر پایه اطلاعات خام به دست آمده از منابع گوناگون تولید می‌کنند؛ کارکنان رسانه‌ها انواع مختلفی از منابع اطلاعاتی را مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند (Zuberi, ansari, 2011). همچنین (Chaudhry, 2011) معتقدند اینترنت مهم‌ترین منبع اطلاعاتی مورد استفاده حتی برای برخی از روزنامه‌نگاران که اطلاعات موجود در وب سایت‌ها را خیلی عینی نمی‌دانند محسوب می‌شود. پژوهش (Stewart, Crossley and Hewish, 2011) با عنوان "مطالعه و نیازهای اطلاعاتی محققان دانشگاه غرب انگلیس" حاکی از سیاست‌های خدمات کتابخانه برای حمایت از نیازهای اطلاعاتی محققان بود.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش از روش پیمایشی توصیفی استفاده شده است و جامعه مورد مطالعه شامل ۱۹۹۷ مدیرمسئول بود، با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی نظام‌مند از این تعداد، ۲۰۴ نفر به عنوان جامعه نمونه آماری انتخاب شدند. توزیع پرسشنامه‌ها به دو صورت حضوری، و از طریق پست الکترونیکی انجام شد. در نهایت ۱۵۰ پرسشنامه معادل ۷۳/۵ درصد از جامعه نمونه آمار عودت داده شد و محقق فرآیند تجزیه و تحلیل آماری را روی این تعداد پرسشنامه انجام داد.

پرسشنامه تهیه شده به دو بخش جمعیت‌شناختی و نیازهای اطلاعاتی تقسیم‌بندی شده است، که در بخش نخست مدیران مسئول نشریات ایران به شش سوال در زمینه حوزه فعالیت نشریه، رشته تحصیلی، سابقه کار و میزان تسلط به زبان‌های خارجی درج در پرسشنامه پاسخ گفتند. در بخش نیازهای اطلاعاتی مدیران مسئول به یازده سوال پاسخ دادند.

جهت اخذ روایی پرسشنامه از نظرات استادان حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی و نیز مسئولان نشریات استفاده شد. پس از اخذ نظرات متخصصان و انجام اصلاحات لازم نسبت به توزیع پرسشنامه اقدام گردید. در این پژوهش جهت سنجش پایایی از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. بر مبنای نتیجه حاصله از این آزمون بر روی ۱۰ درصد از پرسشنامه‌های توزیع شده، ضریب به دست آمده ۰/۸۹ برآورد شده که نشان‌دهنده پایایی مناسب پرسشنامه طراحی شده است. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از آمار توصیفی شامل فراوانی، درصد فراوانی، میانگین، انحراف میانگین و واریانس استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با کمک نرم‌افزار SPSS انجام گردید.

یافته‌ها

جدول ۱. توزیع فراوانی گروه نشریات بر حسب موضوع

گروه نشریه	فراوانی	درصد
کشاورزی	۱۳	۸/۶
زنان	۴	۲/۶
ادبی	۴	۲/۶
پزشکی	۱۷	۱۱/۳
تغذیه	۲	۱/۳۳
فنی	۱۸	۱۲
صنعت ساختمان و معماری	۴	۲/۶
رایانه	۴	۲/۶
روان‌شناسی	۳	۲
علوم انسانی	۳	۲
حقوقی	۳	۲

۸	۱۲	اقتصادی و مدیریت
۱/۳۳	۲	اقلیت دینی
۱/۳۳	۲	کمک آموزشی، تربیتی
۲/۶	۴	کودک و نوجوان
۰/۶۶	۱	طنز و کاریکاتور
۲	۳	جدول و معلومات عمومی
۱/۳۳	۲	خانوادگی
۲	۳	گردشگری
۲	۳	اطلاع رسانی
۴	۶	ورزشی
۳	۵	هنری
۸/۶	۱۳	اجتماعی
۸/۶	۱۳	فرهنگی
۴	۶	سیاسی
۱۰۰	۱۵۰	جمع

همان طور که جدول ۱ نشان می دهد بیشترین فراوانی مربوط به گروه فنی با ۱۸ مورد است. گروه طنز و کاریکاتور با یک مورد، کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده است.

جدول ۲. توزیع فراوانی درصد مدیران مسئول از نظر مقطع تحصیلی

مقطع تحصیلی	زن		مرد	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
فوق دیپلم	۱	۲/۷	۱	۰/۸۷
لیسانس	۱۶	۴۴/۴	۵۷	۵۰
فوق لیسانس	۱۳	۳۶/۱	۳۳	۲۸/۹
دکتری	۶	۱۶/۶۶	۲۳	۲۰/۱۷
جمع	۳۶	۱۰۰	۱۱۴	۱۰۰

همان طور که در جدول ۲ مشاهده می شود بیشترین تعداد مدیران مسئول دارای تحصیلات لیسانس (۴۴/۴٪) هستند.

جدول ۳. توزیع فراوانی - درصد میزان سابقه کار در نشریه

میزان سابقه کار در نشریه	فراوانی	درصد
سه ماه تا پنج سال	۴۵	۳۰
شش تا ده سال	۵۵	۳۶/۶۶
یازده تا پانزده سال	۲۹	۱۹/۳۳
پانزده تا بیست سال	۱۵	۱۰
بیست سال به بالا	۶	۴
جمع	۱۵۰	۱۰۰

همان طور که در جدول ۳ مشاهده می شود، بیشترین درصد دارای سابقه کار از پنج سال تا ده سال با ۵۵ نفر معادل (۳۶/۶۶ درصد) هستند.

جدول ۴. توزیع فراوانی - درصد میزان تسلط به زبان ها

ردیف	زبان ها	بدون پاسخ		خیلی کم		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		جمع
		تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	
۱	انگلیسی	۳	۲/۰	۰	۰	۸	۱۲	۷۶	۵۰/۷	۴۱	۲۷/۳	۱۸	۱۲	۱۵۰
۲	فرانسه	۱۰۸	۷۲	۲۴	۱۶	۱۱	۷/۳	۵	۳/۳	۲	۱/۱	۰	۰	۱۵۰
۳	روسی	۱۲۷	۸۴/۷	۲۰	۱۳/۳	۱	۰/۷	۲	۱/۳	۰	۰	۰	۰	۱۵۰
۴	آلمانی	۱۱۶	۷۷/۳	۲۳	۱۵/۳	۵	۳/۳	۵	۳/۳	۱	۰/۷	۰	۰	۱۵۰
۵	عربی	۶۴	۴۲/۷	۱۷	۱۱/۳	۲۱	۱۴	۳۴	۲۲/۷	۷	۴/۷	۷	۴/۷	۱۵۰
۶	سایر(ترکی)	۱۴۶	۹۷/۳	۱	۰/۷	-	-	-	-	-	-	-	-	۱۵۰
۷	سایر(آشوری)	۱۴۸	۹۸/۷	۱	۰/۷	-	-	-	-	-	-	-	-	۱۵۰
۸	سایر(ارمنی)	۱۴۹	۹۹/۳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۱۵۰

از جدول ۴ چنین برداشت می شود که بیشترین فراوانی مربوط به آشنایی با زبان انگلیسی در سطح متوسط که ۷۶ مورد (۵۰/۷ درصد) است.

پاسخ به پرسش های پژوهش

پرسش اول: زمینه های نیاز مدیران مسئول نشریات ایران به منابع اطلاعاتی کدام است؟

جدول ۵. زمینه های نیاز به منابع اطلاعاتی به ترتیب اولویت

جمع	اولویت				زمینه های نیاز به منابع اطلاعاتی	
	چهارم	سوم	دوم	اول		
۱۳۱	۱۵	۲۲	۳۸	۵۶	تعداد	آموزش و پژوهش
٪۲۴/۹	٪۱۲/۱	٪۱۷/۲	٪۲۹/۰	٪۳۹/۲	درصد	
۱۴۰	۷	۴۱	۵۰	۴۲	تعداد	افزایش دانش حرفه ای
٪۲۶/۶	٪۵/۶	٪۳۲/۰	٪۳۸/۲	٪۲۹/۴	درصد	
۱۲۹	۱۱	۵۵	۳۰	۳۳	تعداد	افزایش دانش شخصی
٪۲۴/۵	٪۸/۹	٪۴۳/۰	٪۲۲/۹	٪۲۳/۱	درصد	
۱۲۶	۹۱	۱۰	۱۳	۱۲	تعداد	کسب اطلاع در مورد دیگر نشریات
٪۲۴/۰	٪۷۳/۴	٪۷/۸	٪۹/۹	٪۸/۴	درصد	
۵۲۶	۱۲۴	۱۲۸	۱۳۱	۱۴۳	تعداد	جمع
٪۱۰۰/۰	٪۱۰۰/۰	٪۱۰۰/۰	٪۱۰۰/۰	٪۱۰۰/۰	درصد	

همان طور که جدول ۵ نشان می دهد بیشترین درصد نیاز به منابع اطلاعاتی در اولویت اول مربوط است به زمینه آموزش و پژوهش با ۵۶ مورد معادل ۳۹/۲٪ و کمترین مربوط است به کسب اطلاع در مورد نشریات دیگر با ۱۲ مورد معادل ۸/۴ درصد. در اولویت دوم بیشترین درصد مربوط است به افزایش دانش حرفه ای با ۵۰ مورد معادل ۳۸/۲ درصد و کمترین مربوط است به کسب اطلاع در مورد دیگر نشریات با ۱۳ مورد معادل ۹/۹ درصد. در اولویت سوم بیشترین درصد مربوط است به افزایش دانش شخصی با ۵۵ مورد معادل ۴۳٪ و کمترین مربوط است به کسب اطلاع در مورد دیگر نشریات با ۱۰ مورد معادل ۷/۸٪ و در اولویت چهارم بیشترین درصد مربوط است به کسب اطلاع در مورد دیگر نشریات با ۹۱ مورد معادل ۷۳/۴ درصد و کمترین مربوط است به افزایش دانش حرفه ای با ۷ مورد معادل ۵/۶ درصد. در مجموع استفاده از منابع اطلاعاتی به منظور افزایش دانش حرفه ای بیشترین

مقدار معادل ۱۴۰ مورد معادل ۲۶/۶٪ و کسب اطلاع در مورد دیگر نشریات کمترین مقدار معادل ۱۲۶ مورد معادل ۲۴٪ را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۶. آزمون مجذورخی: مقایسه استفاده از منابع اطلاعاتی در زمینه‌های مورد نظر

درجه آزادی	ارزش	Sig .
۹	۲۴۸.۷۰۶ ^a	.۰۰۰
	۵۲۶	

با توجه به نتیجه آزمون مجذورخی، مندرج در جدول ۶، با توجه به این که $\text{Sig} = ۰.۰۰۰$ است و این مقدار کمتر از ۰/۰۵ است، پس با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت: بین میزان استفاده از منابع اطلاعاتی در زمینه‌های ثبت شده در جدول ۵ تفاوت معنی‌دار وجود دارد و همان‌طور که جدول ۵ نشان می‌دهد، میزان استفاده از منابع به منظور افزایش دانش حرفه‌ای، بیشتر از دیگر زمینه‌ها است.

پرسش دوم: منابع اطلاعاتی مورد نیاز مدیران مسئول نشریات ایران کدامند؟

جدول ۷. منابع مورد نیاز مدیران مسئول نشریات ایران

میانگین استفاده	نوع منبع اطلاعاتی
۴/۱۱	اینترنت
۳/۵۷	خوانندگان
۳/۴۳	چت کردن
۳/۳۹	نمایشگاه‌ها
۲/۹۳	همایش‌ها
۲/۹	مراکز اطلاع‌رسانی
۲/۸۸	همکاران
۲/۸۶	مجلات تخصصی
۲/۸۱	کتاب لاتین
۲/۷۱	کتاب فارسی
۲/۶۳	کتابخانه
۲/۶۲	نشریات غیر تخصصی
۲/۵۷	ادواری داخلی
۲/۵۱	آرشیو (استفاده از آرشیو گذشته همان نشریه)
۲/۴۹	ادواری خارجی
۲/۴۷	ماهواره
۲/۳۹	مجلات تخصصی داخلی
۲/۳۷	گزارش‌ها
۲/۳۴	جلسات
۲/۳۱	تلویزیون
۲/۲۷	تعامل با همکاران
۲/۱۹	مراجع درجه یک (واژه نامه، دایره المعارف و...)
۲/۰۱	کاتالوگ (استفاده جهت آگاهی‌های نشریات)
۱/۹۸	رادیو
۱/۹۷	پایان نامه
۱/۹۴	دستگاه‌های غیردولتی (شرکت‌های خصوصی)
۱/۸۹	پزشکان (جهت بخش پزشکی - بهداشتی)

	نشریات)
۱/۷۹	مراجع درجه دوم (کتابشناسی، چکیده‌نامه و...)
۱/۵۵	پایگاه‌های اطلاعاتی
۱/۵۱	اکسترانت

آن منبع اطلاعاتی که مقدار میانگین بالاتری دارد، می‌توان پی‌برد کاربرد فراوانی دارد که در جدول ۷ اینترنت با ۴/۱۱ بیشترین درصد میانگین و کمترین درصد میانگین اکسترانت^۱ با ۱/۵۱ درصد را شامل می‌شود.

پرسش سوم: پایگاه‌های اطلاعاتی مورد نیاز مدیران مسئول نشریات ایران کدامند؟

جدول ۸. پایگاه‌های اطلاعاتی مورد استفاده مدیران مسئول نشریات

۱/۶۷	فاکس نیوز ^۲
۱/۶۶	تیبان
۱/۵۸	دیلی میل ^۳
۱/۴۶	چنل نیو آسیا ^۴
۱/۱	ومن مگزین ^۵
۱/۰۷	سیمرغ
۱	امگزین ^۶
۰/۹۷	نیک صالحی
۰/۸۷	پرشین وی
۰/۸۲	ریترز ^۷
۰/۷۵	آلور ^۸
۰/۷۳	دیگ ^۹
۰/۷۱	بهترین‌ها
۰/۶۷	کلیمور ^{۱۰}
۰/۵۷	گلوبال تایمز ^{۱۱}
۰/۵۶	پریویشن ^{۱۲}
۰/۰۳	سایر

همان‌طور که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، "Fox news" با اختلاف بسیار کم پرکاربردترین منبع اطلاعاتی به حساب می‌آید. و کم‌کاربردترین منابع، یک پایگاه لاتین به نام "Prevation" (۰/۵۶) است. پایگاه‌های اطلاعاتی شناخته‌شده مدیران مسئول نشریات ایران با توجه به فعالیت نگارنده در حیطه مطبوعات و آشنایی با اساتید رسانه شناسایی شده است.

پرسش چهارم: آشنایی مدیران مسئول نشریات با شیوه‌های جستجو در اینترنت و پایگاه‌های اطلاعاتی چقدر است؟

(تجدد، ۱۳۹۲) به کاربران خود مجوز دسترسی از خارج سازمان برای استفاده از خدماتی را در داخل سازمان ایجاد می‌کند.^۱

^۲ Fox news

^۳ Daily mail

^۴ Channel News Asia

^۵ Women magazine

^۶ O prah magazine

^۷ Reuters

^۸ Allure

^۹ Dig

^{۱۰} Clamour

^{۱۱} Global times

^{۱۲} Prevation

جدول ۹. توزیع فراوانی، میانگین، انحراف استاندارد و واریانس منابع اطلاعاتی مورد نیاز اطلاعاتی پاسخ‌دهندگان

واریانس	انحراف معیار	میانگین	بیشترین مقدار	کمترین مقدار	تعداد
۱/۳۸۴	۱/۱۷۶	۳/۹۳	۵	۵	۱۵۰

همان‌طور که در جدول ۹ مشاهده می‌شود، می‌توان دریافت که میزان آشنایی مدیران با شیوه‌های جستجو در اینترنت و پایگاه‌های اطلاعاتی با میانگین ۳/۹۳ و در سطح بالایی است.

پرسش پنجم: اهمیت کتابخانه‌ها در رفع نیازهای اطلاعاتی جامعه مورد بررسی چقدر است؟

جدول ۱۰. توزیع فراوانی، میانگین، انحراف استاندارد و واریانس منابع اطلاعاتی مورد نیاز اطلاعاتی پاسخ‌دهندگان

واریانس	انحراف معیار	میانگین	بیشترین مقدار	کمترین مقدار	تعداد
۲/۲	۱/۴۲۷	۳/۱۳	۵	۰	۱۵۰
					تاثیر کتابخانه‌ها
					Valid N (listwise)

با توجه به این که در این پژوهش مقدار ۱ به خیلی کم و مقدار ۵ به خیلی زیاد اختصاص داده شده است، می‌توان دریافت که اهمیت کتابخانه در رفع نیازهای اطلاعاتی جامعه مورد بررسی، در حد متوسط و با میانگین ۳/۱۳ است.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش حضور زنان مدیر مسئول قابل توجه است اما تعداد آنها در مقایسه با مردان مدیر مسئول کمتر است. از مجموع ۲۵ نشریه مورد تحقیق در این پژوهش نشریه با گروه فنی با بیشترین مورد و نشریه طنز و کاریکاتور با کمترین مورد را به خود اختصاص دادند. در ادامه لازم به ذکر است که میزان سواد مدیران مسئول و سابقه کاری آنها نیز از موارد قابل توجه است که در ادامه انتشار نشریه می‌تواند تاثیر بسزایی داشته باشد، چرا که تحصیلات و به خصوص تجربه کاری در رسانه یکی از نقاط پیشرفت در نشریه محسوب می‌شود و همانگونه که صاحب امتیاز مجله آرامش برتر معتقد است در صورتی که پشت هر نشریه‌ای اهدافی تعریف شده و نظر مخاطبان در اولویت قرار داشته باشد آن نشریه به راحتی خواهد توانست وارد تمام منازل ایران شود.

در این پژوهش پرسش اول به بررسی زمینه‌های نیاز (منابع اطلاعاتی جهت آموزش و پژوهش، افزایش دانش حرفه‌ای، افزایش دانش شخصی، نیاز به منابع اطلاعاتی جهت کسب اطلاع در مورد دیگر نشریات) می‌پردازد. نتایج یافته‌ها نشان داد که بیشترین درصد استفاده از منابع اطلاعاتی در اولویت اول، مربوط است به زمینه آموزش و پژوهش با ۵۶ مورد معادل ۳۹/۲٪ و کمترین مربوط است به کسب اطلاع در مورد نشریات دیگر با ۱۲ مورد معادل ۸/۴ درصد. در اولویت دوم بیشترین درصد مربوط است به افزایش دانش حرفه‌ای با ۵۰ مورد معادل ۳۸/۲ درصد و کمترین درصد مربوط است به کسب اطلاع در مورد دیگر نشریات با ۱۳ مورد معادل ۹/۹ درصد. در اولویت سوم بیشترین درصد مربوط است به افزایش دانش شخصی با ۵۵ مورد معادل ۴۳٪ و کمترین مربوط است به کسب اطلاع در مورد دیگر نشریات با ۱۰ مورد معادل ۷/۸٪ و در اولویت چهارم بیشترین درصد مربوط است به کسب اطلاع در مورد دیگر نشریات با ۹۱ مورد معادل ۷۳/۴ درصد و کمترین مربوط است به افزایش دانش حرفه‌ای با ۷ مورد معادل ۵/۶ درصد. در مجموع استفاده از منابع اطلاعاتی به منظور افزایش دانش حرفه‌ای بیشترین مقدار معادل ۱۴۰ مورد معادل ۲۶/۶٪ و کسب اطلاع در مورد دیگر نشریات کمترین مقدار معادل ۱۲۶ مورد معادل ۲۴٪ را به خود اختصاص داده‌اند.

بر اساس یافته‌های پرسش دوم می‌توان گفت که، اینترنت با ۴/۱۱ بیشترین درصد میانگین جهت استفاده مدیران مسئول نشریات ایران را به خود اختصاص داده است و کمترین درصد میانگین به اکسترانت که ۱/۵۱ درصد را شامل می‌شود اختصاص پیدا کرد. می‌توان پی برد که اینترنت کاربرد فراوانی دارد. ولی در تحقیقی که ترکیان تبار (۱۳۸۷) انجام داده در رابطه با استفاده از کانال‌های رسمی و غیررسمی نیز، کانال‌های رسمی سهم بیشتری در تامین اطلاعات جامعه مورد مطالعه داشته‌اند. در پژوهش

Selong Edem (1993) پاسخ‌دهندگان نشان دادند که از کانال‌های اطلاعاتی برای دستیابی به اطلاعات، انسان و الکترونیک و استفاده از ابزارهای انتشاری، رادیو و تلویزیون استفاده می‌کنند. همچنین روزنامه‌نگاران از منابع اطلاعاتی غیررسمی بیش از منابع رسمی استفاده کرده‌اند. همان‌گونه که در تحقیقات شیری (۱۳۸۶) و Adio (2012) عنوان شد، اینترنت، پر کاربردترین منبع برای کسب اطلاعات به حساب می‌آید و بعد از اینترنت، توجه به خوانندگان و نظرات آنها در جهت پیشبرد اهداف نشریه از اولویت بالایی برخوردار است.

پرسش سوم، به دنبال مهمترین پایگاهی است که مدیران مسئول نشریات ایران به آن مراجعه کرده و از مطالب آن استفاده می‌کنند، بر اساس نتایج مشخص شد که پایگاه لاتین "Fox news" و پس از آن "تیان" پایگاهی ایرانی که در حوزه‌های مختلف فعالیت می‌کند، بیشترین توجه مدیران را به خود جلب کرده است.

در سوال چهارم این پرسش مطرح شده است که میزان آشنایی این قشر با شیوه‌های جستجو در اینترنت چقدر است؟ می‌توان نتیجه‌گیری کرد که آشنایی آنها با جستجو در اینترنت و پایگاه‌های اطلاعاتی در حد قابل قبول و بیش از میانگین است.

به عقیده نویسنده، آنچه که پیوند اهالی دانش‌شناسی و مطبوعات را در این تحقیق مشخص می‌کند مربوط به سوال پنجم می‌شود: "اهمیت و تاثیر کتابخانه و کتابداران در رفع نیازهای اطلاعاتی جامعه مورد بررسی چقدر است؟" که در نتیجه این تحقیق آورده شده است که مدیران مسئول جهت به دست آوردن نیازهای اطلاعاتی مناسب و کسب دانش از کمک کتابداران و کتابخانه‌ها بهره‌مند می‌شوند. مشایی (۱۳۸۵) در تحقیقی که با عنوان "نیازهای اطلاعاتی اعضای هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد به منظور بهینه‌سازی مجموعه کتابخانه مرکزی دانشگاه" انجام داده معتقد است که منبع اطلاعاتی مورد نیاز اعضای هیات علمی، بیشتر از طریق کتابخانه تهیه می‌شود، اما Selong Edem (1993)، در تحقیق خود مشخص کرد که بیش از نیمی از روزنامه‌نگاران از کتابخانه و منابع آرشیوی استفاده نمی‌کنند. Bhatti (2009) معتقد است که عملیات موفقیت‌آمیز کتابخانه بستگی به مجموعه‌های قابل انتخاب کتابخانه‌ای دارد. مجموعه باید به نیازها و خواسته‌های کاربران پاسخگو باشد. آگاهی از نیازهای اطلاعاتی و رفتار جستجوی اطلاعاتی هیات علمی برای توسعه مجموعه‌های ارزشمند و خدمات و امکانات قابل توسعه ضروری است. در پژوهش به عمل آمده توسط Stewart، Hewish and Grossley (2011) نیز مشخص شد که درصد پاسخ‌دهندگان از طریق کتابدار، خود به منابع اطلاعاتی خاص دسترسی یافتند. به جز یک مورد استثنا همه نظرها مبنی بر رضایت آنها از کمک کتابداران بوده است. Adio (2012) معتقد است که در مورد نیازهای اطلاعاتی کاربران، دانش کافی، لازم است و همچنین توسعه مجموعه‌های کتابخانه‌ها و امکانات مورد نیاز آنان حیاتی است. در این تحقیق همچنین آشکار می‌شود که گاهی در پاسخگویی به نیازهای اطلاعاتی کاربران در کتابخانه محدودیت‌هایی هم وجود دارند. Ansari، Zuberi (2011) در نتیجه‌گیری تحقیق خود آورده‌اند که، رسانه صنعت اطلاعات محور است. شاغلین رسانه‌ای هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده اطلاعات محسوب می‌شوند.

پیشنهادات

- فراهم نمودن امکانات دسترسی به جدیدترین فن‌آوری‌های ارتباطات و اطلاعات به منظور کسب اخبار و اطلاعات جدید.
- آموزش و بکارگیری و آشنایی با اطلاعات روز دنیا از طریق استفاده از اینترنت و تسلط به زبان انگلیسی.
- برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای مسئولان نشریات به منظور آشنایی با دیگر موارد استفاده از منابع اطلاعاتی و در نتیجه استفاده بهینه از منابع و تکنولوژی‌های اطلاعاتی

- در انتها پیشنهاد می شود ارتباط بین کتابداران با مدیران مسئول نشریات بیشتر شود تا از این طریق کتابداران به عنوان برطرف کننده بخشی از نیازهای اطلاعاتی مدیران مسئول موثر باشند. به نظر می رسد در صورتی که این همکاری و مراداد بیشتر شود بر کیفیت و روند نشریه تاثیر مثبت خواهد گذاشت.

منابع

اسماعیلی، محسن (۱۳۷۵). حقوق و تکالیف دارنده پروانه. فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی ارتباط جمعی، (۲۶)، ۵۳-۶۰.
افتخاری، مریم (۱۳۸۹). سنجش نیازهای اطلاعاتی اعضای هیات علمی دانشگاه شهید بهشتی و ارائه راهکارها. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال. تهران.
بشیری، جواد (۱۳۸۶). بررسی نیازهای اطلاعاتی اعضای هیات علمی سازمان تحقیقات و کشاورزی. پژوهش و سازندگی، (۷۵)، ۵۸-۵۰.

تجدد، گلنوش (۱۳۹۲). اینترنت، اینترنت و اکسترانت. بازیابی شده از:

<http://rasekhoon.net/Article/Show-58805.aspx>

ترکیان تبار، منصور؛ میر محمد مکی، ابوالفضل (۱۳۸۷). بررسی نیازهای اطلاعاتی اعضای هیات علمی منطقه پنج دانشگاه آزاد اسلامی. اطلاع یابی و اطلاع رسانی، ۱۲، ۵۱-۵۹.

دلقدی، فائزه؛ غفاری، سعید. مقدمه ای بر مدیریت پایندها و نشریات ادواری [جزوه]. تهران: ناشر. ۱۲ اسفند ۱۳۹۱.
شیری، اکرم (۱۳۸۶). بررسی نیازهای اطلاعاتی اعضای هیات علمی دانشگاه بوعلی سینا. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال. تهران.

مشایی، نفیسه (۱۳۸۵). بررسی نیازهای اطلاعاتی اعضای هیات علمی دانشگاه شهید صدوقی یزد. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال. تهران.

معاونت مطبوعات و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۹۱). باهم بخوانیم: مروری بر نشریات خانوادگی. تک نگاشت های معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی. تهران: گل آذین.

Abdusattar, chadhry (2011).” Information Behavior of Journalists: Analysis of Critical Incidents of Information Finding and Use “*Asia-Pacific Conference Library & Information Education & Practice* (2011): 330-336. 3Feb 2012. http://eprints.uitm.edu.my/3957/1/SP_IBO11_35.pdf.

Adio, Gboyega (2012). Information Needs and Information-Seeking Behaviour of Agricultural Students AAT LAUTECH, Ogbomosho “ *PNLA Quarterly*, the official publication of the Pacific Northwest Library Association”, 76(3).

Ansari, Munira Nasreen, Nisar Ahmed Zuberi (2010). Information seeking behaviour of media professionals in Karachi “ “*Malaysian Journal of Library & Information Science* 15 (2), 71-84. Retrieved from: <<http://myais.fsktm.um.edu.my/11576/1/article-5.pdf>>.

Bahatti, Rubina (2009). Information Needs and Information-Seeking Behaviour of Faculty Members at the Islamia University of Bahawalpur “*LIBRARY PHILOSOPHY AND PRACTICE* ”. 1-10. 24 Dec 2012, Retrieved from: <http://www.webpages.uidaho.edu/~mbolin/bhatti.htm>.

Edem, u. selong (1993). Information Needs and Seeking Behavior Patterns of Journalists in Selected Nigerian Towns, *Journal of Library and Information Science*, 2-14.16 Dec 2012

http://www.journaldatabase.org/articles/information_needs_information_seeking.html.

Shenton, Andrewk; Dixon, pat (2004). "the nature of information needs strategies for their investigation in youngsters", *Library and information science research*. 26(3), 296-310.

Stewart, J, Crossley, J. Hewish, D. (2011). "The Study and Information Needs of Researchers at the University of the West of England . Project Report. University of the West of England (UWE), Bristol. <http://eprints.uwe.ac.uk/15596/>

Wilson, T. D., (2004). Recent trends in user student: action research and qualitative methods, *Information Research*, 5 (3). <http://eprints.uwe.ac.uk/15596/>