

تحلیل ساختار و محتوای مطبوعات محلی از حیث توجه به اصول روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و توسعه‌ای (مورد مطالعه: نشریات استان اردبیل)

شهریار قلی‌زاده‌گللو^۱

تاریخ پذیرش نهایی: اسفند ۹۸

تاریخ دریافت مقاله: مرداد ۹۸

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی ساختار و محتوای مطبوعات محلی از منظر توجه به اصول روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و توسعه‌ای و مطالعه موردی بر روی نشریات منتخب استان اردبیل است. چارچوب نظری پژوهش، برگرفته شده از نظریه «برجسته‌سازی» و مفاهیم روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و معیارهای روزنامه‌نگاری توسعه‌ای می‌باشد.

در این تحقیق برای تحلیل هفته‌نامه‌های منتخب استان اردبیل از روش تحلیل محتوای کمی استفاده شده است. کل مطالب کدگذاری شده ۱۵۸۹ مورد می‌باشد که پس از وارد کردن در نرم‌افزار SPSS، با استفاده از آزمون معنی‌داری کای اسکوار مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج به دست آمده در قالب پنج مقوله در زمینه اصول ساختاری روزنامه‌نگاری شامل: سبک مطالب، تولیدی بودن یا نبودن مطالب، منطقه رویداد مطالب، ماهیت مطالب و جهت‌گیری مطالب مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. همچنین در زمینه روزنامه‌نگاری توسعه‌ای، سه مقوله نوع مطالب توسعه‌ای، کارکرد مطالب توسعه‌ای و توجه به سنت‌ها و فرهنگ‌های بومی - محلی، مورد بررسی قرار گرفتند. یافته‌ها نشان‌دهنده این واقعیت هستند که نشریات استان اردبیل، از ضعف و عقب‌ماندگی قابل ملاحظه‌ای در کاربرد و توجه به اصول پایه‌ای و بنیادین روزنامه‌نگاری برخوردارند. غیر تولیدی بودن اکثر مطالب نشریات حتی اخبار مربوط به استان و در اغلب موارد بدون ارجاع به منبع مشخصی، توجه صرف به رویدادها و عدم مطالبه‌گری از نکات بارز در این نشریات بودند. با توجه به این که استان اردبیل از مناطق کمتر توسعه یافته کشور می‌باشد، ضرورت به کارگیری روزنامه‌نگاری توسعه‌ای و پوشش اخبار توسعه‌ای دو چندان احساس می‌شود. اما با استناد به یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که مطبوعات استان در این حیطه نیز عملکرد مناسبی نداشته‌اند.

واژگان کلیدی: مطبوعات، مطبوعات محلی، اصول روزنامه‌نگاری حرفه‌ای، روزنامه‌نگاری توسعه‌ای، برجسته‌سازی.

۱- دانش‌آموخته کارشناسی‌ارشد روزنامه‌نگاری دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: gol.shahriar@yahoo.com

مقدمه و طرح مساله

مطبوعات محلی، یکی از مهم ترین رسانه‌های نوشتاری به شمار می‌روند که به انعکاس رویدادها، اخبار و وقایع روزمره در سطح منطقه ای و محلی می‌پردازند و می‌توانند با بررسی و تحلیل مسائل محلی و بومی؛ توجه مخاطبان به خود را جلب کنند. به گفته کارشناسان، پویایی و رشد آن‌ها به توسعه کلی مطبوعات منجر می‌شود و هر اندازه که توجه مخاطبان نسبت به نشریات محلی افزایش یابد، به همان میزان، تعداد خوانندگان مطبوعات در کل کشور با افزایش مواجه خواهد شد. چنانچه مطبوعات محلی بتوانند نیازها و مشکلات مردم محله‌ها را منعکس کنند، گام موثری در جهت اقبال مخاطبان برداشته‌اند. در شرایطی که مطبوعات سراسری به مسائل و دغدغه‌های کلان ملی و بین‌المللی می‌پردازند و از کاستی‌ها، نیازها و علایق جامعه‌های محلی به ناگزیر یا از روی تسامح، غفلت می‌ورزند؛ این وظیفه مطبوعات محلی است که با درک واقع بینانه از مسئولیت‌ها، وظایف و جایگاه خود از طریق اطلاع‌رسانی، آگاهی بخشی، نقد و ارزیابی منصفانه و عالمانه سیاست‌ها؛ برنامه‌ها، عملکردها، نیازها و ظرفیت‌های توسعه محلی را معرفی کنند (فرقانی، ۱۳۹۱: ۳۸).

در این بین، مطبوعات به طور اعم و مطبوعات محلی به طور اخص از زمان شکل‌گیری شان تا به حال، همیشه درگیر مقوله نحوه ارائه مطالب بوده‌اند. و بدین ترتیب نمی‌توان نقطه شروع خاصی را برای استفاده از اصول ساختاری و معیارهای توسعه‌ای روزنامه‌نگاری در مطبوعات جهان و ایران قائل شد. اما دوران اولیه شکل‌گیری مطبوعات را نمی‌توان با تحولات نوین بعدی در زمینه نحوه ارائه اخبار و مطالب و همچنین شیوه و سبک‌های جدید، مقایسه کرد. پس با آغاز مرحله اول فعالیت مطبوعات غرب در حدود دویست سال پس از اختراع چاپ، که از اوایل قرن هفدهم و مصادف با تاسیس نخستین نشریات دوره ای است؛ فصل جدیدی از حرفه‌گرایی در روزنامه‌نگاری را شاهد هستیم. ارائه اخبار با سبک‌های خبری متنوع و جذاب

در ادوار مختلف، نشان از روند پویا در زمینه حرفه‌ای‌گرایی روزنامه‌نگاری است. سبک‌های خبری ای مانند؛ سبک پایان شگفت‌انگیز، سبک بازگشت به عقب (نقطه مقابل سبک تاریخی) و سبک تشریحی، از جمله سبک‌هایی هستند که نسبت به سبک‌های قدیمی (سبک هرم وارونه، سبک تاریخی و سبک تاریخی همراه با لید)، دارای تازگی و جذابیت هستند. توجه به اصول ساختاری روزنامه‌نگاری از جمله؛ سبک ارائه خبر، استفاده از ارزش‌های خبری، به کارگیری عکس، درست‌نویسی و ...؛ از مسائلی هستند که همیشه در مطبوعات همراه روزنامه‌نگاران هستند. این مسئله، هم‌چنین مطبوعات محلی در سطح کوچکتر را نیز شامل می‌شود (موسوی، ۱۳۹۱: ۲۹).

در باب روزنامه‌نگاری توسعه و استفاده از معیارهای توسعه‌ای در روزنامه‌نگاری باید گفت که از همان آغاز شکل‌گیری روزنامه‌نگاری توسعه در سال ۱۹۶۰، عنایت به اصول و معیارهای روزنامه‌نگاری توسعه در ارائه اخبار و مطالب توسعه‌ای، مد نظر روزنامه‌نگاران بوده است. امروزه نیز با توجه به اهمیت بحث‌های توسعه‌ای در کشورهای مختلف به خصوص در کشورهای در حال توسعه؛ اخبار توسعه‌ای جایگاه خود را در مطبوعات باز کرده است؛ که این توجه بیشتر در باب رعایت اصول آن را نیز بالطبع می‌طلبد (بدیعی، ۱۳۸۴: ۴۲۶).

مساله مورد نظر تحقیق حاضر این است که بدانیم مطبوعات استان اردبیل در زمینه توجه به اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و نیز معیارهای روزنامه‌نگاری توسعه در چه وضعیتی قرار دارند. در جهت دست‌یابی به پاسخ این مساله‌ها، سعی می‌شود با تجزیه و تحلیل اخبار و مطالب مربوط به پنج نشریه منتشر شده در سطح استان اردبیل (آراز، اردبیل فردا، آوای مردم، پیام اردبیل و مهر اردبیل)، به معیارها و اصول ساختاری روزنامه‌نگاری و میزان توجه به اخبار و مطالب توسعه‌ای در این نشریات دست یافت تا بتوان راهکارها و پیشنهادها مفیدی را برای بهبود و پیشبرد نشریات استان، ارائه داد.

سوالات تحقیق

سوالات اصلی در این تحقیق شامل دو سوال در زمینه اصول روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و روزنامه‌نگاری توسعه‌ای است.

۱- مطبوعات استان اردبیل تا چه حد اصول روزنامه‌نگاری حرفه‌ای مانند توجه به ارزش‌ها و عناصر خبری، ژانرهای روزنامه‌نگاری (خبر، گزارش، مقاله و مصاحبه)، استناد به منابع، استفاده از محتوای تولیدی و پوشش رویدادها و مسائل محلی را رعایت می‌کنند؟

۲- مطبوعات استان اردبیل تا چه حد معیارهای روزنامه‌نگاری توسعه‌ای مانند توجه به فرآیندها، نقد، ارزیابی و جلب مشارکت مردم محلی در فرآیند توسعه را رعایت می‌کنند؟

پایان‌نامه‌ای با عنوان «ساختار و محتوای مطبوعات استان خوزستان» توسط نورالهدی موسوی در سال ۱۳۹۱ در مقطع کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، انجام پذیرفته است. پژوهشگر در پایان به این نتیجه رسیده است که حدود نیمی از مطالب نشریات خوزستان مربوط به رویدادهای سراسری است و رویدادهای استانی بعد از رویدادهای سراسری پوشش داده شده‌اند که این نشان می‌دهد مطبوعات این استان از کارکرد ساختاری و توسعه‌ای مطبوعات محلی فاصله دارند.

مفاهیم تحقیق

روزنامه‌نگاری توسعه

زمان پیدایش مفاهیم "روزنامه‌نگاری توسعه" و "اخبار توسعه" دقیقاً روشن نیست؛ ولی می‌توان ریشه‌های آن را مرتبط به برنامه‌های توسعه در فیلیپین در اواسط دهه ۱۹۶۰ دانست. در آن زمان به روزنامه‌نگاران فیلیپینی توصیه شد که در نحوه ارائه گزارش‌های مربوط به توسعه، بخصوص موضوعات اقتصادی، تجدید نظر کنند (بدیعی، ۱۳۸۴: ۴۲۴).

روزنامه‌نگاری توسعه به رابطه خصومت‌آمیز رسانه‌های خبری مستقل و حکومت اشاره می‌کند که در آن گزارشگرها ارزیابی و تفسیر انتقادی از طرح‌ها و اجرای طرح‌ها دارند. روزنامه‌نگاری توسعه ارزش‌های خبری سنتی را به چالش می‌کشد، و به نیازهای مردم عادی اولویت می‌دهد و عینیت را یک اسطوره می‌داند (معمد نژاد، ۱۳۸۶: ۴۴۹). این نوع روزنامه‌نگاری، اخباری در زمینه انتقاد ساختاری از حکومت و سازمان‌هایش، رهبران اصلاح‌طلب تأثیرگذار در فرایند توسعه و طرح‌های خودیاری محلی را پوشش می‌دهد (The International Encyclopedia of Communication, Volume 3, p.1274).

خبر توسعه

«ویلبر شران» و «اروین اتوود»، خبر توسعه را این چنین تعریف می‌کنند: «مطالب مربوط به رشد و پیشرفت‌های اقتصادی و اجتماعی به صورتی که از

تحقیقات پیشین

اولین تحقیقی که در زمینه مطبوعات محلی انجام شده، پژوهشی با عنوان «روزنامه‌های محلی و اصول روزنامه‌نگاری (بررسی تطبیقی روزنامه‌های خبر، خراسان و مهد آزادی)» است. این تحقیق توسط عبدالله اسکویی شیروان در مقطع کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی در سال ۱۳۷۶ انجام شده است. نتیجه‌ای که محقق در پایان بدان دست یافته است این بوده است که روزنامه‌های مورد بررسی بیشتر به اخبار غیر محلی و اخبار ورزشی توجه زیادی داشته‌اند و نسبت به رسالت اصلی خود در پوشش اخبار رویدادهای محلی کوتاهی انجام داده‌اند.

بیژن زارع در سال ۱۳۸۶ در پژوهشی با عنوان «بررسی ویژگی‌های نیروی انسانی و امکانات مالی و فنی نشریات محلی (استان‌های فارس، زنجان و کردستان) که با استفاده از روش پیمایش (مصاحبه - پرسشنامه) در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات انجام گرفته است؛ به این نتیجه رسیده است که تیراژ پایین، تاخیر در انتشار به موقع، فقر نیروی انسانی متخصص و کارآمد، درج اخبار کهنه و غالباً خنثی، جای نامناسب، صفحه بندی غیر فنی، ساختار غیر حرفه‌ای مطالب و ... از جمله مشکلات و کاستی‌های مطبوعات محلی به شمار می‌روند.

و نخبگان محلی و در نظر گرفتن منافع محلی در چارچوب منافع ملی است (فرقانی، ۱۳۹۱: ۳۶).

پیر آلبر، در کتاب مطبوعات، مطبوعات محلی را این چنین تعریف کرده است: «مطبوعات دوره ای محلی که به صورت هفتگی، دو هفتگی و گاه ماهانه انتشار می‌یابد و در واقع مکمل یومیه های محلی است». در این مورد می توان از نشریاتی به نام روزنامه محلی نیز نام برد که تعدادشان در شهرهای بزرگ روزافزون است و معمولا به طور هفتگی انتشار می یابند و اغلب نیز به رایگان توزیع می شوند (آلبر، ۱۳۶۴: ۲۴).

همچنین، باب فرانکلین در مقاله «روزنامه نگاری محلی و رسانه‌های محلی» خود، می گوید: «در هزاره جدید، روزنامه های محلی فقط در حد نامشان، محلی مانده اند. نام شهرستان یا شهری که در سر صفحه روزنامه است؛ یکی از معدوده ویژگی های باقی مانده روزنامه های محلی می تواند باشد» (Franklin, 2006: 22)

ویژگی های مطبوعات محلی

بیژن زارع، ویژگی های موسسه های فرهنگی و رسانه‌های محلی از جمله مطبوعات محلی را به قرار زیر می داند:

- ۱- نقطه دید محلی ۲- کمک به توسعه محلی ۳- اداره رسانه‌ها توسط نیروهای محلی و آشنا به ویژگی های آن ۴- فرض هویت محلی افراد در کنار هویت های ملی و جهانی ۵- عرضه اطلاعات تفصیلی محلی به مردم در کنار اطلاعات ملی و جهانی ۶- توجه به فرهنگ بومی و محلی در انواع تولیدهای فرهنگی ، آموزشی و سرگرم کننده ۷- تاکید بر منافع محلی و در عین حال منافع ملی ۸- تامین هزینه از منابع محلی ۹- در اختیار گرفتن تولیدهای مورد نیاز از سوی گروه‌های محلی ۱۰- تقویت نهادهای مدنی محلی ۱۱- نظارت محلی (زارع، ۱۳۸۶: ۴۲).

همچنین، باب فرانکلین و دیوید مورفی در کتاب «خبر چیست؟»، در مورد ویژگی های مطبوعات محلی می‌گویند: «روزنامه های محلی، به دلیل انحصارشان، تاثیر زیادی در تعریف خبر برای خوانندگان خود دارند و

طریق کوشش و برنامه ریزی انسانی انجام گرفته باشد». مفهوم کلیدی «عمدی» بودن کوششهاست. خبرهای توسعه اقتصادی و اجتماعی شامل مطالبی است که کوشش دولت، سازمان های خصوصی، گروه و افراد را در بهبود وضع موجود نشان می‌دهند. از نظر این پژوهشگران، انتشار مطالبی درباره نرخ بی سوادی یا با سواد در کشور، خبر توسعه نیست؛ ولی تاسیس یک مرکز آموزشی برای مبارزه با بی سواد، خبر توسعه است. یا مطلبی درباره یک کشف علمی در صورتی به عنوان خبر توسعه شناخته می‌شود که به صورت بالقوه به بهبود وضع اجتماعی مردم کمک کند (بدیعی، ۱۳۸۴: ۴۲۴).

«ناریندر آگاروالا» در مقاله های متعدد خود راجع به روزنامه نگاری در جهان سوم، به معرفی مشخصات اخبار توسعه پرداخته است. او در عین حال که بر دشواری ارائه یک تعریف درباره این گونه اخبار، تاکید می‌کند، یادآور می‌شود که در این زمینه، اخباری که از سوی ماموران دستگاه‌های روابط عمومی، تهیه می‌گردد و به «اخبار مثبت» معروف است، مورد نظر نیست. به عقیده او، خبرنگاری که در زمینه امور توسعه خدمت می‌کند؛ باید طرح‌های مربوط به توسعه را از لحاظ تامین نیازهای ملی و محلی، تفاوت‌های موجود بین آنچه طرح ریزی شده و آنچه اجرا گردیده است و نیز تفاوت دیدگاه اولیه دولت راجع به آثار این طرح‌ها در زندگی مردم و نتایج نهایی بدست آمده از آنها را مورد بررسی انتقادی قرار دهد و دقیقا ارزیابی نماید (معتد نژاد، 1386: 512).

مطبوعات محلی

به طور کلی مطبوعات محلی به نشریاتی اطلاق می‌شود که به صورت روزانه یا دوره ای در سطح یک یا حداکثر چند استان همجوار تولید و توزیع می‌شوند و مسئولیت و کارکرد عمده آنها توجه خاص به نیازها و ضرورت‌ها و خواست‌های محلی، کمک به پیشبرد مشارکت عمومی در توسعه محلی، رشد آگاهی های عمومی ساکنان یک منطقه، ارتقای حس اعتماد به نفس محلی و ایجاد همبستگی ملی، شناساندن نیروها

داده می‌شود و یا آنها که مخاطبان انبوه به آنها علاقه مند خواهند بود، در اولویت قرار خواهند گرفت. آنهایی که با این معیارها تطبیق کنند، از خیل گزارش‌هایی که از طریق گزارشگران خدمات و سرویس‌های بی سیم و نظایر آنها در دسترس قرار گرفته اند، انتخاب خواهند شد. آخرین اخباری که از طریق یک آژانس روابط عمومی منتشر می‌شود، نمی‌تواند با این معیارها بخواند و دبیران مطبوعاتی یا مشاوران سیاسی شبکه‌های تلویزیونی به سادگی نمی‌توانند یک اطلاعیه روابط عمومی را مورد علاقه عمومی تلقی و آن را پخش کنند، مگر این که برخی از این گزارش‌ها را کارگردان یا سردبیر احساس کند مهم است؛ در این حالت بعید است آن را نادیده بگیرد و پخش نکند (دیفلور، ۱۳۸۳: ۴۹۴).

فرآیند برجسته‌سازی از سه اولویت رسانه، اولویت عموم و اولویت سیاست و رابطه بین این سه بخش تشکیل شده است.

برای هر یک از این سه نمونه اولویت، یک سنت تحقیقی وجود دارد.

اولین سنت تحقیقی، «برجسته‌سازی رسانه‌ای» نامیده می‌شود. زیرا متغیر وابسته اولیه آن، اهمیت یک موضوع در اولویت رسانه‌های جمعی می‌باشد.

دومین سنت تحقیقی، «برجسته‌سازی عموم» نامیده می‌شود. زیرا متغیر وابسته اولیه آن اهمیت دسته‌ای از موضوعات مطرح در اولویت عموم می‌باشد. و سومین سنت تحقیقی، «برجسته‌سازی سیاسی» نامیده می‌شود. زیرا جنبه متمایز این سنت علمی، ارتباط آن با فعالیتهای سیاسی مرتبط به یک موضوع می‌باشد تا حدی که به اولویت رسانه و اولویت عموم پاسخ دهد. بنابراین فرآیندهای برجسته‌سازی، رقابتی تکوینی در میان حامیان موضوعات برای جلب توجه «محققان رسانه‌ای»، «عموم» و «نخبگان سیاسی» می‌باشد (دیرینگ، ۱۳۸۵: ۱۳).

دروازه بانی خبر

در پنجاه سال گذشته، دروازه بانی خبر توجه بسیاری از محققان علوم ارتباطات را که به دنبال توضیح جریان

به نظر می‌رسد تنها منبع خبری بسیار مهم به خصوص در منطقه خود؛ باشد (Franklin & Murphy, 1991: 5).

مبانی نظری

نظریه برجسته‌سازی

نظریه برجسته‌سازی، مدعی تاثیر رسانه‌ها بر شناخت و نگرش مردم و تعیین اولویت‌های ذهنی آنان از طریق انتخاب و برجسته‌سازی بعضی از موضوعات و رویدادها در قالب خبر و گزارش خبری است. به این معنا که رسانه‌ها با برجسته ساختن بعضی از موضوع ها و رویدادها، بر آگاهی و اطلاعات مردم تاثیر می‌گذارند. گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم «چگونه» بیندیشند، اما می‌توانند تعیین کنند که «درباره چه» بیندیشند (مهدی زاده، ۱۳۸۹: ۵۹).

دونالد شاو و مک کومبز واضعان نظریه برجسته‌سازی، در مقاله "کارکرد برجسته‌سازی مطبوعات"، می‌نویسند: «رسانه‌ها در قالب گزارش‌های خبری، به طور قابل ملاحظه‌ای اهمیت موضوع‌های مهم را تعیین می‌کنند. این تاثیر وسایل ارتباط جمعی - قابلیت اثرگذاری بر تغییر شناخت و ادراک مخاطبان و ساخت تفکر آنان - کارکرد برجسته‌سازی وسایل ارتباط جمعی نامیده می‌شود. مهمترین تاثیر ارتباط جمعی در این اعمال این کارکرد، ایجاد نظم فکری {برای مخاطبان} و نظم دادن به دنیای پیرامون ماست. رسانه‌ها ممکن است در این که به ما بگویند چگونه فکر کنیم، موفق نباشند؛ اما آنها در گفتن این که در باره چه چیزی فکر کنیم، بسیار موفق هستند» (شاو و مک کومبز، ۱۳۸۳: ۳۸-۱۳۷).

این تئوری بیان می‌دارد که آنهایی که محتوای گزارش‌های روزانه روزنامه‌ها، سرویس‌های خبری رادیو تلویزیونی و سایتهای خبری اینترنت را تعیین می‌کنند با به کارگیری تعدادی از معیارها تصمیم می‌گیرند که چه چیزی ارزش خبری دارد. آنها به خوبی متوجه این نکته هستند که محدودیت زمانی و مکانی وجود دارد. فقط آن گزارش‌ها که بسیار مهم تشخیص

به طور کلی با بررسی تحقیقات و مطالعات انجام شده درباره گزینش‌گری خبر می‌توان عوامل موثر بر گزینش‌گری را به سه دسته تقسیم کرد:

الف) اهمیت ذاتی رویداد

این دسته از عوامل با ارزش‌های خبری مستتر در رویدادها مرتبط هستند و هر چه ارزش‌های خبری یک رویدادها و ترکیب متنوع تری داشته باشد، رویدادها بر اساس آن انتخاب می‌شوند. بنابراین ارزش‌های خبری را می‌توان ملاک تشخیص وقایع خبری از غیر خبری و وقایع پراهمیت از کم اهمیت دانست.

ب) عوامل دورن سازمانی

گاهی برخی رویدادها با وجود دارا بودن ارزش‌های خبری و قابلیت بالقوه و اهمیت ذاتی، بیرون از سبد خبری روزنامه‌ها قرار می‌گیرند. در مقابل، دسته دیگر با وجود دارا نبودن ارزش‌های خبری به صورت برجسته در روزنامه‌ها منعکس می‌شوند. این مساله بیانگر تداخل معیارها و عواملی است که خارج از اهمیت و ساخت رویداد قرار دارند. اساسا موسسات مطبوعاتی در پوشش یا عدم پوشش رویدادها تابع سیاست‌های خاص خود هستند که در اصطلاح «سیاست خبری» نامیده می‌شود.

ج) عوامل برون سازمانی

عوامل برون سازمانی عواملی هستند که خارج از سیاست‌های خبری سازمان بر فرآیند شکل‌گیری خبر تاثیر می‌گذارد. سازمان یا موسسه مطبوعاتی در درون یک نظام سیاسی - اجتماعی و در کنار سایر نهادها فعالیت می‌کند که بسیاری از آنها بر انتخاب و گزینش خبر تاثیر می‌گذارند. منابع خبری، دولت، گروه‌های فشار، صاحبان آگهی و علایق و نیازهای خوانندگان از جمله این عوامل هستند.

در میان عوامل برون سازمانی دولت، دولت و خوانندگان از مقتدرترین و موثرترین عوامل در انتخاب خبر هستند. دولت با در دست داشتن اهرم‌های فشار و سیاست‌های پیشگیرانه در انتشار برخی رویدادها به علت جرم مطبوعاتی، اخلال در امنیت کشور، توهین به مقدسات و ارکان نظام، از پخش اخبار متضاد با منافع

متمایز پیام‌ها بر حسب زمان و مکان هستند به خود جلب کرده است. بخش اعظم این تحقیقات شامل پیام‌های وسایل ارتباط جمعی به ویژه خبر می‌شود، شاید به این دلیل که دروازه بانی، ساختاری مفهومی در اختیار محققان وسایل ارتباط جمعی گذاشته تا محتوای رسانه‌ها را با دیگر ملاک‌های «واقعیت» مقایسه کنند (شومیکر، ۱۳۹۲: ۱۳).

این مفهوم، نخستین بار به وسیله کورت لوین در سال ۱۹۴۷ به کار برده شد. او این مفهوم را مشابه تصمیم‌هایی مطرح کرد که یک زن خانه دار برای خرید مواد اولیه مورد نیاز غذا به کار می‌برد. او خاطر نشان ساخت که اطلاعات همیشه در کانال‌هایی قرار می‌گیرد که حاوی «منطقه دروازه» است. منطقه‌ای که در آنجا تصمیم‌ها بر اساس مقررات بی طرفانه یا مقررات شخصی از سوی دروازه بانان اتخاذ می‌شود. دروازه بانان تصمیم می‌گیرند که آیا اطلاعات یا کالاها اجازه ورود و ادامه عمل در کانال را خواهند داشت یا نه؟ که از یک سو به این مسئله نگاه کنیم خواهیم دید که این، همان جریان اخبار در وسایل ارتباط جمعی است (محسنیان راد، ۱۳۸۷: ۴۲۶).

از نگاه جامعه‌شناسان، سه نگرش کلیدی در ساخت دهی خبرها - و نه انتخاب آنها - نقش دارند و باید در جامعه‌شناسی تولید خبر به آنها توجه داشت:

۱- نگرش اقتصاد سیاسی، که نتیجه فرآیند خبر و ساخت اقتصادی سازمان خبری ذریبط را بررسی می‌کند (سودجویی این صنعت خصوصی از یک ظرف و کنترل دولتی از طریق دیگر و بالاخره جریان‌های خبری معطوف به حفظ دولت).

۲- نگرش سازمان اجتماعی کار خبری که رویه‌های شغلی و سازمانی محدودکننده تلاش‌های روزنامه نگاران را بررسی می‌کند.

۳- نگرش فرهنگ شناسانه (انسان شناسانه)، که به جای رویه‌های شغلی و سازمانی به نیروی محدود کننده سیستم‌های نمادین فرهنگی می‌پردازد (امیرپور و شفیعی بهرامیان، ۱۳۹۲: ۱۴۹).

اقدامات رسانه‌ها در این حیطه می‌پردازد. با استفاده از نظریه برجسته‌سازی، می‌توان فهمید که هفته‌نامه‌های مورد بررسی تا چه حدی به برخی موضوعات اهمیت می‌دهند و از برخی موضوعات چشم‌پوشی می‌کنند. همچنین می‌توان اولویت‌های مورد تأکید این هفته‌نامه‌ها در پوشش اخبار مناطق مختلف استان اردبیل را نشان داد.

مبانی ساختاری روزنامه‌نگاری شامل دو بخش محتوایی و اصول ساختاری می‌باشد. با توجه به این که تحقیق حاضر درصدد تحلیل محتوای کمی مطالب هفته‌نامه‌ها می‌باشد، از بخش محتوایی مبانی ساختاری روزنامه‌نگاری به دلیل کیفی بودن مفاهیم استفاده نمی‌شود و به بخش اصول ساختاری پرداخته می‌شود. در بخش اصول ساختاری مواردی از قبیل رعایت عناصر خبر، ارزش‌های خبری، رعایت سبک تنظیم مطالب، ماهیت مطالب، جهت‌گیری مطالب و ... مد نظر قرار گرفته می‌شود.

همچنین، مفهوم روزنامه‌نگاری توسعه در حالت کلی شامل اقداماتی از قبیل: تهیه گزارش از اتفاقات و رویدادهایی که بر مردم تأثیر دارند، دخالت دادن مردم در امر تولید خبر و اطلاع‌رسانی، کمک به دولت‌ها در جهت پیشبرد اهداف توسعه‌ای بوسیله تحت پوشش قرار دادن اقدامات توسعه‌ای شان و ... می‌باشد. اما به عنوان کار تحقیقی برای شناخت این موارد و این که نشریات در چه حد به بحث روزنامه‌نگاری توسعه اهمیت قائل هستند، تجزیه و تحلیل اخبار توسعه‌ای در قالب مقولات توسعه‌ای انجام می‌گیرد تا سهم این روزنامه‌نگاری و اخبار و مطالب مرتبط با آن در بین تمامی مطالب به درستی مشخص و تعیین گردد. در اینجا علاوه بر ارائه اخبار و مطالب جاری در مورد رویدادها، به بطن و ماهیت این رویدادها نیز توجه می‌کند و به دنبال علل و عوامل وقوع و پیامدهای پیش‌آمده است.

در این تحقیق نیز از نظریات بیان شده، در دستیابی به مقوله‌ها و زیر مقوله‌های تحقیق و در نتیجه ارائه نتایج مبتنی بر آنها، استفاده شده است.

عموم و خود‌جلوگیری می‌کند. از سوی دیگر از آنجا که خوانندگان، مشتریان خرید خبر هستند، همیشه باید به آنها کالایی عرضه شود که منطبق با ذائقه و سلیقه آنها باشد، بدین سبب روزنامه‌ها مجبور هستند همواره نسبت به علایق خبری خوانندگان خود آگاهی و اشراف لازم و کافی داشته باشند. در این ارتباط بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند که بهترین خبرها، «عمومی‌ترین» آنهاست.

مساله‌گزینشگری بیانگر این است که مخاطبان رسانه علیرغم اینکه خود انتخابگر فعالی هستند، هیچ‌گاه آن طور که خود می‌خواهند نمی‌اندیشند. تفکرات و نظرات آنها نسبت به مسائل مختلف برگرفته از اخبار و اطلاعاتی است که موسسه‌های مطبوعاتی با توجه به دروازه‌بانی‌های مختلف آن را تهیه کرده‌اند. بنا به گفته ویلبر شرام، «امروزه دروازه بانان، تحت تأثیر محیط سازمانی خود، یکی از مهم‌ترین نقش‌ها را در امر ارتباط اجتماعی ایفا می‌کنند و برخی از آنان، تأثیر بسیار زیادی بر دیدگاه‌های ما نسبت به محیطمان دارند. پس بین آنچه به واقع در اطراف ماست و آن چیزی که در ذهن ما وجود دارد، فضای کاذبی است که ساخته ارتباطات است. این مساله بدان معناست که رفتار ما بر اساس واقعیت‌ها نیست بلکه بر اساس تصویری از واقعیت است که در ذهن داریم و خلق این تصویر، محصول گزینش‌گری وسایل ارتباط جمعی است» (شعار غفاری، ۱۳۷۳: ۱۹).

چارچوب نظری

در این تحقیق، از نظریه «برجسته‌سازی» و همچنین از مفاهیم «مبانی ساختاری روزنامه‌نگاری حرفه‌ای» و «روزنامه‌نگاری توسعه» به عنوان چارچوب نظری استفاده شده است.

مطبوعات همانند سایر رسانه‌های جمعی، به دنبال برجسته ساختن برخی از موضوعات و رویدادها در جهت تأثیرگذاری بر ذهن و افکار مخاطبان خود هستند. نظریه برجسته‌سازی که در این تحقیق به عنوان چارچوب نظری انتخاب شده است، به تشریح

روش تحقیق

در این پژوهش از روش تحلیل محتوا کمی برای جمع آوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل اخبار و مطالب نشریات استفاده شده است. کریپندورف (۱۹۸۰) تحلیل محتوا را تکنیکی پژوهشی برای استنباط تکرارپذیر و معتبر از داده‌ها در مورد متن آنها می‌داند (کریپندورف، ۱۳۸۳: ۱۴).

جامعه آماری تحقیق، شامل تمامی مطالب منتشر شده در هفته نامه های استان اردبیل است که طی سال ۱۳۹۷، انتشار یافته اند و از بین آنان پنج نشریه منتخب که شامل هفته نامه های آراز، آوای مردم، اردبیل فردا، پیام اردبیل و مهر اردبیل می باشند؛ به عنوان نمونه آماری برگزیده شده اند. همچنین واحد تحلیل تحقیق نیز هر پیام، مطلب و یا هر خبر هفته نامه ها می‌باشد. روش نمونه گیری پژوهش نیز روش تصادفی سیستماتیک است؛ بدین صورت که تعداد ۱۲ شماره از هر هفته نامه بر اساس فواصل زمانی مشخص، انتخاب شده‌اند که در مجموع ۶۰ شماره از تمامی هفته‌نامه‌ها گزینش و مطالبشان مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. در انتخاب روز هفته نامه‌ها، سعی شده است که تمامی روزهای هفته لحاظ شود. روزهایی که هفته‌نامه‌ها از آنها انتخاب شده اند به قرار زیر می‌باشند: شنبه ۵ فروردین، یکشنبه ۳ اردیبهشت، دوشنبه ۸ خرداد، سه شنبه ۶ تیر، چهارشنبه ۴ مرداد، پنجشنبه ۲ شهریور، شنبه ۲۹ مهر، یکشنبه ۲۱ آبان، دوشنبه ۲۰ آذر، سه شنبه ۱۹ دی، چهارشنبه ۲۵ بهمن و پنجشنبه ۱۷ اسفند.

ضریب قابلیت اعتماد (پایایی)

برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد پژوهش از فرمول اسکات استفاده شده است. در این پژوهش بعد از کدگذاری، ۱۰ درصد از مطالب مربوط به ماهیت مطلب (رویداد مدار و فرآیند مدار)، جهت‌گیری مطلب و محتوای مطلب، مجدداً مورد بررسی و کدگذاری قرار گرفتند. سپس، ضریب پایایی اسکات، مطابق فرمولی که در زیر آمده است، مورد محاسبه قرار گرفت:

$$\text{ضریب قابلیت اعتماد} = \frac{po - pe}{1 - pe}$$

توافق مشاهده شده = Po

توافق مورد انتظار = Pe

با قرار دادن درصدهای توافق مشاهده شده و مورد انتظار در فرمول اسکات، ضریب قابلیت اعتماد برای مقوله ماهیت مطلب ۷۵ درصد، محتوای مطلب ۸۶ درصد و جهت گیری مطلب ۸۵ درصد، به دست آمد.

با توجه به این که میزان ضریب قابلیت اعتماد برای هر سه متغیر بیش از ۷۰ درصد بود، بنابراین می توان به طور نسبی به عینیت و پایایی تحقیق اطمینان کرد.

تحلیل یافته‌ها

تحلیل یافته‌های مربوط به اصول روزنامه نگاری حرفه‌ای

۱- آیا بین هفته نامه‌های مورد بررسی از نظر سبک مطلب، تفاوت معنی‌داری وجود دارد؟

توصیف: از مجموع ۱۵۸۹ مطلب در تمامی هفته‌نامه‌ها، سبک خبر با ۱۱۷۷ مطلب و سبک مصاحبه با ۴۳ مطلب به ترتیب دارای بیشترین و کمترین فراوانی هستند.

در این بین، هفته نامه «آوای مردم» ۷۸/۸ درصد مطالب خود را به سبک خبر اختصاص داده و هفته نامه «پیام اردبیل» با ۵۱/۹ درصد دارای کمترین مقدار در استفاده از این سبک بوده است. هفته نامه «پیام اردبیل» با ۱۰/۵ درصد و هفته نامه های «آوای مردم» با ۶/۱ درصد به ترتیب دارای بیشترین و کمترین مقدار استفاده از سبک گزارش هستند. همچنین در بکارگیری سبک مصاحبه، هفته نامه های «آراز» و «آوای مردم» به ترتیب با ۷/۲ درصد و ۲/۸ درصد؛ به ترتیب دارای بیشترین و کمترین فراوانی بوده اند.

قضاوت: با توجه به کای اسکوتر محاسبه شده به میزان ۱/۴۹۲ و درجه آزادی ۲۰، با ۱ درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان؛ می توان گفت که تفاوت معنی داری بین نشریات مورد بررسی و سبک مطلب وجود دارد.

امر دور از رسالت اصلی مطبوعات محلی در انعکاس اخبار و رویدادهای محلی می‌باشد.

قضاوت: با توجه به کای اسکور محاسبه شده به میزان $3/434$ و درجه آزادی 16 ، با 1 درصد خطا و 99 درصد اطمینان؛ می‌توان گفت که تفاوت معنی‌داری بین نشریات مورد بررسی و مقوله «منطقه رویداد مطلب»، وجود دارد.

با توجه به داده‌های این جدول، می‌توان نتیجه گرفت که نشریات استان اردبیل در امر پوشش اخبار و مسائل محلی به عنوان یک رسانه محلی، به رسالت خود در این حیطة عمل کرده‌اند. (جدول ۳)

۴- آیا بین هفته‌نامه‌های مورد بررسی از منظر ماهیت مطلب، تفاوت معنی‌داری وجود دارد؟

توصیف: از مجموع 1589 مطلب در تمامی هفته‌نامه‌ها، 1234 مطلب ماهیتی رویدادمدار و 355 مطلب ماهیتی فرآیندمدار داشته‌اند.

بیشترین مطالب رویداد مدار با $83/9$ درصد اختصاص به هفته‌نامه «آوای مردم» دارد و هفته‌نامه «مهر اردبیل» با $36/3$ درصد دارای بیشترین مطالب فرآیندمدار است که نشان دهنده توجه بیشتر این نشریه به بطن و ورای رویدادهاست.

قضاوت: با توجه به کای اسکور محاسبه شده به میزان $48/359$ و درجه آزادی 4 ، با 1 درصد خطا و 99 درصد اطمینان؛ می‌توان گفت که تفاوت معنی‌داری بین نشریات مورد بررسی و مقوله «ماهیت مطلب» وجود دارد.

در بحث فرآیندمداری و توجه به علل و عوامل شکل‌گیری رویدادها و همچنین پیگیری آنها، هفته‌نامه مهر اردبیل نسبت به سایر نشریات، روند بهتری در این زمینه داشته است. (جدول ۴)

۵- آیا بین هفته‌نامه‌های مورد بررسی از منظر جهت‌گیری مطلب، تفاوت معنی‌داری وجود دارد؟

توصیف: از مجموع 1589 مطلب در تمامی هفته‌نامه‌ها، 1164 مطلب دارای جهت‌گیری خنثی، 232 مطلب دارای جهت‌گیری مثبت و 193 مطلب دارای جهت‌گیری منفی بوده‌اند.

نتیجه‌ای که می‌توان گرفت این است که در کل، نشریات استان اردبیل دچار خبرزدگی، و فقر مطالب تولیدی مثل مقاله، مصاحبه و نقد هستند.

هم‌چنین بین نشریات از منظر سبک مطلب، تفاوت معنی‌داری وجود دارد و در این بین هفته‌نامه آوای مردم با توجه به استفاده بیشتر از سبک خبر، دچار خبرزدگی در ارائه مطالب خود شده است. (جدول ۱)

۲- آیا بین هفته‌نامه‌های مورد بررسی از منظر تولیدی بودن یا نبودن مطالب، تفاوت معنی‌داری وجود دارد؟

توصیف: از مجموع 1589 مطلب در تمامی هفته‌نامه‌ها، 1365 مطلب، غیر تولیدی بوده‌اند.

در بین پنج هفته‌نامه مورد بررسی، هفته‌نامه‌های «مهر اردبیل» با $23/8$ درصد و «آوای مردم» با 9 درصد دارای بیشترین و کمترین مطلب تولیدی هستند.

قضاوت: با توجه به کای اسکور محاسبه شده به میزان $37/385$ و درجه آزادی 4 ، با 1 درصد خطا و 99 درصد اطمینان؛ می‌توان گفت که تفاوت معنی‌داری بین نشریات مورد بررسی و مقوله «تولیدی بودن یا نبودن مطلب»، وجود دارد.

نشریات استان اردبیل در زمینه محتواهای تولیدی دچار کاستی و ضعف عمده می‌باشند و در این بین با توجه به داده‌های جدول، هفته‌نامه آوای مردم بیشتر درگیر این کاستی‌ها می‌باشد. (جدول ۲)

۳- آیا بین هفته‌نامه‌های مورد بررسی از منظر منطقه رویداد، تفاوت معنی‌داری وجود دارد؟

توصیف: از مجموع 1589 مطلب در تمامی هفته‌نامه‌ها، 950 مطلب در مورد رویدادها و مسائل استان اردبیل و 349 مطلب مربوط به رویدادها و اخبار سراسری (ایران) بوده‌است. هم‌چنین کمترین میزان مطالب به رویدادهای داخلی- خارجی با 49 مطلب اختصاص دارد.

در بین پنج هفته‌نامه مورد بررسی، هفته‌نامه «آراز» با اختصاص $82/6$ درصد از مطالب خود به رویدادها و مسائل استان اردبیل دارای بیشترین توجه به مسائل محلی بوده‌است. هم‌چنین هفته‌نامه «آوای مردم» با اختصاص $32/9$ درصد از مطالب خود به استان، کمترین توجه را به مسائل محلی داشته‌است که این

به مقوله توسعه داشته است. اما در کل نشریات استان اردبیل اقبال چندانی به مبحث توسعه و روزنامه نگاری توسعه نداشته‌اند. (جدول ۶)

۷- آیا بین هفته نامه های مورد بررسی از منظر کارکرد مطالب توسعه ای، تفاوت معنی داری وجود دارد؟

با توجه به این که فراوانی مورد انتظار ۸۱ درصد از خانه‌ها (۴۵ خانه) کمتر از ۵ بود، دست به ادغام زدیم. اما بعد از ادغام باز هم فراوانی ۶۳ درصد از خانه‌ها (۱۹ خانه) کمتر از ۵ شد؛ به همین دلیل از توصیف این جدول صرف نظر می‌کنیم.

قضاوت: با توجه به کای اسکور محاسبه شده به میزان ۷۸/۰۰۲ و درجه آزادی ۲۰، با ۱ درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان؛ می‌توان گفت که تفاوت معنی‌داری بین نشریات مورد بررسی و مقوله «کارکرد مطالب توسعه» وجود دارد.

نشریات استان اردبیل در پوشش اخبار توسعه، بیشتر به اعلام برنامه‌ها و رویدادمداری بسنده کرده‌اند و کمتر به نقد و ارزیابی اقدامات توسعه‌ای و همچنین ریشه‌یابی علل و عوامل عدم پرداخت به مسائل توسعه استان پرداخته‌اند. (جدول ۷)

۸- آیا بین هفته نامه های مورد بررسی از منظر توجه به زبان و سنت های محلی، تفاوت معنی داری وجود دارد؟
با توجه به این که فراوانی مورد انتظار ۴۰ درصد از خانه‌ها (۴ خانه) کمتر از ۵ می‌باشد، و از آنجایی که در این مقوله تنها دو زیر مقوله «دارد» و «ندارد» وجود دارد و امکان ادغام این زیر مقوله‌ها به همدیگر وجود ندارد؛ از توصیف این جدول صرف نظر کرده و فقط به قضاوت آن می‌پردازیم.

قضاوت: با توجه به کای اسکور محاسبه شده به میزان ۴۶/۴۶۰ و درجه آزادی ۴، با ۱ درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان؛ می‌توان گفت که تفاوت معنی‌داری بین نشریات مورد بررسی و مقوله «توجه به زبان و سنت های محلی» وجود دارد.

این امر نشان دهنده عدم توجه کافی نشریات محلی به بحث سنت‌ها و فرهنگ بومی و اهتمام لازم به زبان بومی مردم منطقه می‌باشد. این نشریات با اختصاص

در بین پنج هفته‌نامه مورد بررسی، بیشترین جهت‌گیری مثبت در ارائه مطالب با ۳۰/۹ درصد و کمترین میزان آن با ۱۰/۵ درصد به ترتیب متعلق به هفته نامه های «پیام اردبیل» و «آوای مردم» هستند. هم‌چنین هفته نامه «مهر اردبیل» با ۲۰/۳ درصد دارای بیشترین جهت‌گیری منفی در مطالب خود بوده است؛ در حالی که کمترین جهت‌گیری منفی متعلق به هفته نامه «آوای مردم» با ۷/۶ درصد می‌باشد.

قضاوت: با توجه به کای اسکور محاسبه شده به میزان ۱/۰۱۵ و درجه آزادی ۸، با ۱ درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان؛ وان گفت که تفاوت معنی‌داری بین نشریات مورد بررسی و مقوله «جهت‌گیری مطلب»، وجود دارد. در این تحقیق مشخص شد که در زمینه جهت‌گیری منفی به مسائل و رویدادها، هفته نامه مهر اردبیل نسبت به سایر نشریات مورد بررسی، توجه نسبی به این مقوله داشته و سعی کرده است به نقد مسائل بپردازد. (جدول ۵)

تحلیل یافته‌های مربوط به اصول توسعه‌ای روزنامه نگاری

۶- آیا بین هفته نامه های مورد بررسی از منظر نوع مطلب توسعه ای، تفاوت معنی داری وجود دارد؟

با توجه به این که فراوانی مورد انتظار ۶۰ درصد از خانه‌ها (۱۵ خانه) کمتر از ۵ بود، دست به ادغام زدیم و گزینه‌های اجتماعی - فرهنگی و سیاسی را با هم ادغام کردیم. اما بعد از ادغام باز هم فراوانی ۵۰ درصد از خانه‌ها (۱۰ خانه) کمتر از ۵ شد؛ به همین دلیل از توصیف این جدول صرف نظر می‌کنیم.

قضاوت: با توجه به کای اسکور محاسبه شده به میزان ۷۵/۶۶۴ و درجه آزادی ۱۲، با ۱ درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان؛ می‌توان گفت که تفاوت معنی‌داری بین نشریات مورد بررسی و مقوله «نوع مطلب توسعه» وجود دارد. نتایج داده های این جدول نشان می‌دهد که سهم مطالب و اخبار توسعه در بین تمامی مطالب تنها ۵/۷ درصد (مطلب ۹۸) می‌باشد. هم‌چنین هفته نامه مهر اردبیل به نسبت سایر نشریات، توجه نسبی‌ای

علاوه بر این، رسالت و کارکرد اصلی مطبوعات محلی، پوشش رویدادهای محلی است. با بررسی نشریات مورد نظر در این تحقیق، مشخص شد که بیش از نیمی از مطالب این نشریات اختصاص به رویدادهای استان اردبیل دارد. این نتیجه نشان دهنده توجه نشریات استان به مسائل و رویدادهای منطقه‌ای و محلی می‌باشد.

یکی از موارد مهم در حرفه‌گرایی نشریات، اختصاص درصد قابل توجهی از محتوای این نشریات به مطالب و اخبار تولیدی است که به صورت خبر، گزارش، مصاحبه و مقاله توسط خبرنگاران و گزارشگران نشریات تهیه می‌شود. مطبوعات استان اردبیل در این زمینه از ضعف و کاستی مهمی برخوردار هستند و درصد بیشتری از مطالب خود را از طریق خبرگزاری‌های داخلی و حتی بدون ذکر منبع ارائه می‌دهند.

همچنین، فرآیند مدار بودن مطالب و توجه به علل و عوامل بروز مسائل و پیگیری رویدادها و ارائه بطن و درون مایه حوادث از شاخص‌های مهم در رعایت ساختاری‌گرایی و توسعه‌گرایی مطبوعات است. از این منظر، نشریات مورد بررسی استان اردبیل، بیشتر به ارائه مطالب صرفاً رویداد مدار پرداخته‌اند و مطالب فرآیند مدار سهم اندکی را به خود اختصاص داده‌اند.

طبق مفهوم روزنامه‌نگاری توسعه، توجه به مسائل و رویدادهای توسعه‌ای توسط مطبوعات به طور عام و مطبوعات محلی به طور خاص؛ می‌تواند به روند توسعه در جامعه کمک شایانی داشته باشد. در این مورد نیز، مطبوعات استان اردبیل توجه خیلی کمتری را به مقوله توسعه و روزنامه‌نگاری توسعه داشته‌اند و به جرئت می‌توان گفت که مطبوعات استان، با مقوله توسعه و روزنامه‌نگاری توسعه بیگانه هستند. به گونه‌ای که تنها ۵/۷ درصد از کل مطالب هفته‌نامه‌های مورد بررسی، سهم مطالب توسعه‌ای می‌باشد. در معدود مطالبی که به امر توسعه اختصاص یافته است، بیشتر به توسعه عمرانی پرداخته شده است و توسعه سیاسی - فرهنگی و اجتماعی توجه کمی را به خود مبذول داشته‌اند. یکی از معیارهای دیگری که در روزنامه‌نگاری توسعه بدان

دادن بخشی از صفحات خود به فرهنگ و هنر منطقه، می‌تواند به رسالت خود در زمینه توسعه فرهنگی جامعه عمل بپوشانند. (جدول ۸)

در این بین، هفته‌نامه پیام اردبیل نسبت به سایر نشریات مورد بررسی، اقدام به اختصاص درصدی هر چند ناچیز به مسائل زبان و سنتهای محلی کرده است.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به این که امروزه خبر از اهمیت بالایی برخوردار است و انتقال هر چه سریعتر اخبار از عوامل اصلی جذب مخاطب است؛ وسایل ارتباط جمعی سعی در پیشی گرفتن از همدیگر در این عرصه دارند. در این بین تلویزیون و رادیو و همچنین رسانه‌های نوین مانند اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در بعد انتقال سریع اخبار پیشتاز هستند. اما وضعیت مطبوعات در ارائه سریع اخبار متفاوت است. از آنجایی که مطبوعات قادر نیستند در زمینه پخش سریع اخبار با دیگر رسانه‌ها رقابت کنند، بهترین کار این است که تمرکز خود را بر توانایی‌هایی بگذارند که سایر رسانه‌ها از آن کمتر برخوردارند و یا در مواردی فاقد آن هستند. رسانه‌هایی مانند تلویزیون و رادیو با توجه به کمبود زمان و فضا در ساختار فعالیت‌شان، از ارائه تحلیلها و تفاسیر طولانی کمتر بهره‌مند هستند. اما مطبوعات در این زمینه قابلیت بالایی را دارد و می‌تواند مقاله‌ها و گزارش‌های دقیق و تشریحی را تهیه و تنظیم کند و به نقد و تفسیر رویدادها بپردازد.

با همه این مباحثی که ذکر شد، ما شاهد آن هستیم که مطبوعات محلی در این زمینه کارایی لازم را ندارند. اختصاص ۷۰/۴ درصد از مطالب نشریات مورد بررسی استان اردبیل به امر خبر؛ نشان دهنده این کم‌توجهی است. سهم اندک گزارشها، مصاحبه، مقاله و نقد و تفسیر در بین مطالب این نشریات، آنان را از اصول ساختاری خود دور می‌کند و صرفاً آنان را به سمت انتشار اخباری سوق می‌دهد که قبلاً تازگی و داغ بودن آن توسط سایر رسانه‌ها به گوش مخاطبان رسیده است.

محتوای تولیدی و پوشش رویدادها و مسائل محلی را رعایت می‌کنند؟»

در پاسخ به سوال اول، یافته‌های پژوهش نشان دادند که نشریات استان اردبیل در برخی از زمینه‌های اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، مانند تولیدی نبودن اکثر مطالب، عدم توجه به فرآیند مداری، استفاده کم از سبک‌های مقاله، مصاحبه، نقد و تفسیر و مواردی از این قبیل دارای ضعف و کاستی مهمی است؛ و البته در زمینه‌های دیگر مانند اختصاص بیش از نیمی از مطالب خود به رویدادهای محلی، توانسته است به رسالت خود در راستای پوشش اخبار و مسائل منطقه خود، جامه عمل بپوشاند.

سوال اصلی دوم تحقیق در زمینه توجه به معیارهای روزنامه‌نگاری توسعه بود: «مطبوعات استان اردبیل تا چه حد معیارهای روزنامه‌نگاری توسعه مانند توجه به فرآیندها، نقد، ارزیابی و جلب مشارکت مردم محلی در فرآیند توسعه را رعایت می‌کنند؟». در پاسخ به این سوال نیز، یافته‌های پژوهش نشان دهنده این واقعیت بود که مطبوعات استان اردبیل کم توجهی قابل ملاحظه‌ای را در قبال امور توسعه‌ای و پیگیری مطالبات مردمی ابراز داشته‌اند. اختصاص تنها ۹۸ مطلب از بین ۱۵۸۹ مطلب به امور توسعه‌ای، گویای این امر بود.

پیشنهاد‌های پژوهش

- با توجه به کارکرد محلی‌گرایی مطبوعات محلی، مدیران این رسانه‌ها می‌بایستی از ظرفیت‌های محلی آنان استفاده بیشتری را به عمل آورند و در زمینه تهیه محتواهای فرآیند مدار و تولیدی بودن مطالب، تلاش خود را به کار گیرند. واقعیتی که در هفته‌نامه‌های استان اردبیل ما شاهد آن نبودیم.

- سهم اندک مطالب توسعه‌ای در مطبوعات استان، کوشش‌های جدی را در این راستا می‌طلبد. با توجه به کمتر توسعه یافته بودن استان اردبیل، مدیران مطبوعات محلی بایستی در جهت توجه هر چه بیشتر به این مقوله، گام‌های محکمتری را بردارند.

پرداخته می‌شود، توجه به سنت‌ها و فرهنگ‌های بومی مناطق مختلف است. در راستای توجه به این مورد، مطبوعات محلی در مقایسه با مطبوعات سراسری با توجه به کارکرد محلی و منطقه‌ای شان، وظیفه ویژه‌ای را بر عهده دارند. اما نتایج پژوهش حاضر گویای این واقعیت بود که هفته‌نامه‌های استان اردبیل، هیچ‌گونه تعهدی در قبال توجه و تقویت سنت‌ها و فرهنگ‌های بومی - محلی ندارند. اختصاص تنها ۱۸ مطلب از مجموع ۱۵۸۹ مطلب در کل هفته‌نامه‌ها به این امر، نشان دهنده این کم توجهی می‌باشد.

در ضمن بر اساس نظریه برجسته‌سازی که در باب برجسته کردن برخی موضوعات و دادن اهمیت کم به موضوعات دیگر بحث می‌کند، می‌توان گفت که نشریات مورد بررسی بیشتر به موضوعات اقتصادی، تجاری و کشاورزی اهمیت زیادی داده‌اند.

یافته‌های پژوهش حاضر با پژوهش‌های عبدالله اسکویی شیروان که در سال ۱۳۷۶ در دانشگاه علامه طباطبایی در زمینه روزنامه‌های محلی و میزان توجه به اصول روزنامه‌نگاری نگاشته شده و همچنین با پژوهش نورالهدی موسوی که به بررسی جایگاه روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و توسعه‌ای در مطبوعات استان خوزستان در سال ۱۳۹۱ پرداخته؛ همخوانی دارد و ضمن تایید یافته‌های آنان، این نکته مهم را آشکار می‌کند که مطبوعات محلی در ایران با گذشت چندین سال هم‌چنان از ضعف‌های و کاستی‌های مهمی در زمینه ابتدایی‌ترین مسائل روزنامه‌نگاری که همانا توجه به اصول ساختاری روزنامه‌نگاری و همچنین روزنامه‌نگاری توسعه در سطح محلی و منطقه‌ای می‌باشد، رنج می‌برد. در آخر نگاهی به سوالات اصلی تحقیق می‌اندازیم تا ببینیم تا چه اندازه نشریات مورد بررسی به پرسش ما پاسخ داده‌اند.

سوال اصلی اول تحقیق در زمینه توجه به اصول ساختاری روزنامه‌نگاری بود: «مطبوعات استان اردبیل تا چه حد اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری مانند توجه به ارزش‌ها و عناصر خبری، ژانرهای روزنامه‌نگاری (خبر، گزارش، مقاله و مصاحبه)، استناد به منابع، استفاده از

- برگزاری کلاس‌های آموزش روزنامه‌نگاری در سطح استان برای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران نشریات در جهت آشنایی هر چه بیشتر آنان با اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و روزنامه نگاری توسعه.

- با توجه به پایین بودن میزان نقد، مقاله و تحلیل‌های دقیق در نشریات محلی، می‌بایستی ترویج و تقویت نقادی و انتقاد از دستگاه‌های اجرایی و سیاسی استان در نشریات مورد توجه قرار بگیرد.

جدول ۱ - بررسی معنی داری تفاوت میان نشریات مورد بررسی از نظر سبک مطلب

مجموع	نام نشریه					سبک مطلب	
	مهراوردیل	پیام اردبیل	اردبیل فردا	آوای مردم	آراز		
۱۱۷۷	۱۴۳	۸۶	۲۹۱	۴۹۸	۱۵۹	فراوانی	۱. خبر
% ۱۰۰	% ۱۲,۵	% ۷,۸	% ۲۴,۶	% ۴۱,۷	% ۱۳,۵	درصد فراوانی	
۸۹	۱۱	۱۴	۲۴	۲۸	۱۲	فراوانی	۲. گزارش
100%	13.9%	15.6%	24.6%	32%	13.9%	درصد فراوانی	
۴۳	۶	۴	۹	۱۳	۱۱	فراوانی	۳. مصاحبه
100%	12.9%	9.7%	21%	29%	27.4%	درصد فراوانی	
۷۲	۳۱	۹	۴	۱۶	۱۲	فراوانی	۴. مقاله
100%	41.2%	14.1%	5.9%	21.2%	17.6%	درصد فراوانی	
۱۴۴	۲۸	۳۹	۳۱	۳۳	۱۳	فراوانی	۵. سرمقاله و یادداشت
100%	19%	25.6%	22.6%	23.2%	9.5%	درصد فراوانی	
۶۴	۱۱	۶	۲۲	۲۰	۵	فراوانی	۶. نقد و تفسیر
100%	17.8%	9.6%	34.2%	30.1%	8.2%	درصد فراوانی	
۱۵۸۹	۳۰۲	۱۵۸	۳۸۱	۰۸۶	۱۲۲	فراوانی	مجموع
100%	14.9%	10.5%	23.8%	37.2%	13.6%	درصد فراوانی	

$$X^2 = 1/492$$

$$df = 20$$

$$p < 0/01$$

جدول ۲ - بررسی معنی داری تفاوت میان نشریات مورد بررسی از نظر تولیدی بودن یا نبودن مطالب

مجموع	نام نشریه					تولیدی بودن یا نبودن مطالب	
	مهر اردبیل	پیام اردبیل	اردبیل فردا	آوای مردم	آراز		
۲۲۴	۵۳	۲۵	۵۸	۴۸	۰۳	فراوانی	۱. تولیدی
100%	23.7%	14%	24.9%	22.6%	14.8%	درصد فراوانی	
65۳1	۱۶۴	۱۲۹	۳۲۱	۵۶۹	۱۸۲	فراوانی	۲. غیرتولیدی
100%	13.3%	9.9%	23.5%	39.8%	13.4%	درصد فراوانی	
۱۵۸۹	۲۱۷	۱۶۴	۳۷۹	۶۱۷	۲۱۲	فراوانی	مجموع
100%	14.9%	10.5%	23.8%	37.2%	13.6%	درصد فراوانی	

جدول ۳ - بررسی معنی داری تفاوت میان نشریات مورد بررسی از نظر منطقه رویداد

مجموع	نام نشریه					منطقه رویداد	
	مهر اردبیل	پیام اردبیل	اردبیل فردا	آوای مردم	آراز		
۹۵۰	۸۷۱	۲۸۱	۵۴۲	۱۹۶	۱۸۵	فراوانی	۱. استان
100%	19.2%	13.6%	27.7%	20.6%	19%	درصد فراوانی	
۶۴	3	4	۸	۳۴	۶	فراوانی	۲. استان مجاور
100%	4.2%	5.6%	13.9%	66.7%	9.7%	درصد فراوانی	
۴۹۳	۳۳	۵۲	۷۲	۱۹۷	۲۲	فراوانی	۳. ایران
100%	9.3%	7.3%	20.7%	56%	6.7%	درصد فراوانی	
۷۷۱	10	7	۳۲	۱۳۲	5	فراوانی	۴. خارج از کشور
100%	5.3%	3.7%	12.7%	75.7%	2.6%	درصد	

						فراوانی	
۴۹	۱۱	۳	۱۱	۱۲	۳	فراوانی	۵. داخلی و خارجی
100%	21.2%	5.8%	23.1%	44.2%	5.8%	درصد فراوانی	
۱۵۸۹	۲۴۴	۱۶۷	۳۶۸	۵۸۹	۲۲۱	فراوانی	مجموع
100%	14.9%	10.5%	23.8%	37.2%	13.6%	درصد فراوانی	

$X^2 = 3/434$

$df = 16$

$p < 0/01$

جدول ۴ - بررسی معنی داری تفاوت میان نشریات مورد بررسی از نظر ماهیت مطلب

مجموع	نام نشریه					ماهیت مطالب	
	مهر اردبیل	پیام اردبیل	اردبیل فردا	آوای مردم	آراز		
۱۲۳۴	۱۴۶	۱۲۰	۲۸۹	۵۰۱	۱۷۷	فراوانی	۱. رویداد مدار
100%	12.1%	9.8%	23.7%	40.1%	14.3%	درصد فراوانی	
۳۵۵	۸۸	۴۷	۸۶	۹۳	۴۱	فراوانی	۲. فرآیند مدار
100%	24.5%	12.9%	24%	27.2%	11.3%	درصد فراوانی	
۱۵۸۹	۲۳۴	۱۶۷	۳۷۵	۵۹۵	۱۸۲	فراوانی	مجموع
100%	14.9%	10.5%	23.8%	37.2%	13.6%	درصد فراوانی	

$X^2 = 48/359$

$df = 4$

$p < 0/01$

جدول ۵ - بررسی معنی داری تفاوت میان نشریات مورد بررسی از نظر جهت گیری مطلب

مجموع	نام نشریه					جهت گیری مطالب	
	مهر اردبیل	پیام اردبیل	اردبیل فردا	آوای مردم	آراز		
۲۳۲	۲۶	۴۸	۵۸	۵۹	۴۱	فراوانی	۱. مثبت
100%	11%	21.3%	25.1%	25.5%	17.1%	درصد فراوانی	
۱۹۳	۴۹	۲۰	۵۴	۸۴	۲۲	فراوانی	۲. منفی
100%	24.1%	8.3%	35.6%	22.7%	9.3%	درصد فراوانی	
۱۱۶۴	۱۵۳	۹۴	۲۵۵	۰۴۵	۱۵۸	فراوانی	۳. خنثی
100%	14.1%	8.6%	21.4%	42.2%	13.7%	درصد فراوانی	
۱۵۸۹	۲۲۸	۱۶۲	۳۶۷	۶۱۱	۲۲۱	فراوانی	مجموع
100%	14.9%	10.5%	23.8%	37.2%	13.6%	درصد فراوانی	

$X^2 = 1/015$

df= 8

$p < 0/01$

جدول ۶ - بررسی معنی داری تفاوت میان نشریات مورد بررسی از نظر نوع مطلب توسعه ای

مجموع	نام نشریه					نوع مطلب توسعه ای	
	مهر اردبیل	پیام اردبیل	اردبیل فردا	آوای مردم	آراز		
80	7	4	35	9	25	فراوانی	۱. عمرانی
100%	8.8%	5%	43.8%	11.2%	31.2%	درصد فراوانی	
6	0	0	2	0	4	فراوانی	۲. اقتصادی
100%	.0%	.0%	33.3%	.0%	66.7%	درصد فراوانی	

12	1	0	3	4	4	فراوانی	۳. اجتماعی، فرهنگی و سیاسی
100%	8.3%	.0%	25%	33.3%	33.3%	درصد فراوانی	
۱۴۹۱	8۲2	۱۶۲	9۴3	۵۶۵	۱۵۲	فراوانی	۴. مورد ندارد
100%	15.3%	10.9%	22.7%	38.7%	12.4%	درصد فراوانی	
۱۵۸۹	6۳2	۱۶۶	۳۸۹	۵۷۸	۲۲۰	فراوانی	مجموع
100%	14.9%	10.5%	23.8%	37.2%	13.6%	درصد فراوانی	

$X^2 = 75/664$

$df = 12$

$p < 0/01$

جدول ۷ - بررسی معنی داری تفاوت میان نشریات مورد بررسی از نظر کارکرد مطالب توسعه‌ای

مجموع	نام نشریه					کارکرد مطالب توسعه‌ای	
	مهر اردبیل	پیام اردبیل	اردبیل فردا	آوای مردم	آراز	فراوانی	
44	5	1	19	5	14	فراوانی	۱. اعلام برنامه
100%	11.4%	2.3%	43.2%	11.4%	31.8%	درصد فراوانی	
12	0	0	3	2	7	فراوانی	۲. تمجید، تایید و تعریف از برنامه
100%	.0%	.0%	25%	16.7%	58.3%	درصد فراوانی	
18	2	1	8	2	5	فراوانی	۳. ارزیابی و تحلیل بی‌طرفانه از برنامه‌ها
100.0%	11.1%	5.6%	44.4%	11.1%	27.8%	درصد فراوانی	
14	0	1	6	2	5	فراوانی	۴. نقد و بررسی نقاط ضعف برنامه‌ها یا عملکرد توسعه
100%	.0%	7.1%	42.9%	14.3%	35.7%	درصد فراوانی	

10	1	1	4	2	2	فراوانی	۵. بررسی ادعای موفقیت برنامه‌ها
100%	10%	10%	40%	20%	20%	درصد فراوانی	
۱۴۹۱	248	177	369	628	202	فراوانی	۶. مورد ندارد
100%	15.3%	10.9%	22.7%	38.7%	12.4%	درصد فراوانی	
۱۵۸۹	256	181	409	641	235	فراوانی	مجموع
100%	14.9%	10.5%	23.8%	37.2%	13.6%	درصد فراوانی	

$\chi^2 = 78/002$ $df = 20$ $p < 0/01$

جدول ۸ - بررسی معنی داری تفاوت میان نشریات مورد بررسی از نظر توجه به زبان و سنت های محلی

مجموع	نام نشریه					زبان و سنت های	
	مهر اردبیل	پیام اردبیل	اردبیل فردا	آوای مردم	آراز		
18	5	10	0	1	2	فراوانی	...
100%	27.8%	55.6%	.0%	5.6%	11.1%	درصد فراوانی	
۱۵۷۱	۲۸۲	1۶1	9۳۵	۱۰۶	3۱2	فراوانی	...
100%	14.7%	10%	24%	37.6%	13.7%	درصد فراوانی	
۱۵۸۹	۳۳2	1۷1	9۳۵	1۱6	5۱2	فراوانی	...
100%	14.9%	10.5%	23.8%	37.2%	13.6%	درصد فراوانی	

$\chi^2 = 46/460$ $df = 4$ $p < 0/01$

فهرست منابع

موسوی، نورالهدی. ساختار و محتوای مطبوعات استان خوزستان، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی، استاد راهنما: محمد مهدی فرقانی، استاد مشاور: علی اصغر کیا، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۹۱.

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

International Encyclopedia of Communication, Volume 3, P1274.

Bob, Franklin. Local Journalism and Local Media: contested perceptions, rocket science and parallel universes, journal of "local journalism and local media (making the local news)", Published by routledge, 2006.

Bob, Franklin and Darid Murphy, what news? Market, politics and the local press, Published by routledge, 1991.

آلبر، پیر (۱۳۶۸). مطبوعات. ترجمه: فضل الله جلوه، تهران: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، چاپ اول.

امیر پور، مهناز و شفیع بهرامیان. مبانی کلی نظریه‌های ارتباط جمعی، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان، ۱۳۹۲.

بدیعی، نعیم و حسن قندی (۱۳۸۴). روزنامه‌نگاری نوین. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.

دیرینگ، جیمز و اورت راجرز. مبانی برجسته‌سازی رسانه‌ها، ترجمه: علی اصغر کیا و مهدی رشکیانی، تهران: شرکت تعاونی ادارات، ۱۳۸۵.

دیفلور، ملوین و اورت دنیس. شناخت ارتباطات جمعی (مبانی - تاریخچه - نظریه‌ها)، ترجمه: سیروس مرادی، تهران: انتشارات اداره کل مطبوعات داخلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۴.

زارع، بیژن. بررسی ویژگی‌های نیروی انسانی و امکانات مالی و فنی نشریه‌های محلی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۸۶.

شاو، دونالد و مکسول مک کومبز (۱۳۸۳). کارکرد برجسته‌سازی در مطبوعات. ترجمه: امید مسعودی، تهران: انتشارات خجسته.

شعار غفاری، پیروز. تبلیغات خبری و منافع ملی، رسانه: فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی (ویژه آموزش)، ۱۳۷۳.

شومیکر، پاملا (۱۳۹۲). دروازه بانی. ترجمه: حسین افخمی، تهران: نشر نی.

فرقانی، محمدمهدی (آبان ۱۳۹۱). «آسیب شناسی مطبوعات محلی از منظر روزنامه‌نگاری ساختاری و روزنامه‌نگاری توسعه». مجموعه مقالات چهارمین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

کرپیندورف، کلاوس (۱۳۸۳). تحلیل محتوا: مبانی روش شناسی. ترجمه: هوشنگ نائبی، تهران: نشر نی.

محسنیان راد، مهدی (۱۳۸۷). ارتباط‌شناسی. تهران: انتشارات سروش، چاپ هشتم.

معمد نژاد، کاظم (۱۳۸۶). حقوق ساختاری روزنامه‌نگاری. تهران: مرکز مطالعات برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

Studying of Structure and Content of Local Press from Perspective of Professional and Developmental Principles of Journalism (Case Study: Ardabil Province Press)

Shahriar Gholizadeh Gollo

Abstract

The essential purpose of this research is Recognition of Ardabil province Press from perspective of structural and developmental Principles of journalism. Theoretical framework of current research is based on the agenda-setting theory and structural principles of journalism and development journalism.

In this research, is used the quantitative content analysis method. All encoded contents, is 1589 content which is selected from five weekly Ardabil Province during 2018- 2017. This research shows that the most popular style in press of Ardabil province is news style. The most contents of the Ardabil press are non-productive and most used source is related to internal news agency. Also a lot of contents are without citing any source. The largest share among all subjects is allocated to the coverage of Ardabil Province events and news and after that is national news. Developmental news and contents have a very small part and regardless to the development issues are the most obvious points in this research. It can be said that Ardabil Press in context of structural journalism principles, sometimes successful and sometimes not. Also in the field of development journalism, have not the considering function.

Keywords: Press, Local Press, The structural principles of journalism, Development journalism, Agenda-Setting.