

# بررسی میزان رضامندی مخاطبان از عملکرد روزنامه‌های ایران و همشهری

دکتر فیروز دیندار فرکوش، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، تهران، ایران  
(نویسنده و عهده دار مکاتبات)

## چکیده

اطلاعات شاید گران‌بهاترین چیز برای هر کس، سازمان و هر جامعه‌ای باشد. با اطلاعات و کنترل آن می‌توان به همه چیز دسترسی یافت. این است که مسابقه‌ای بی‌وقفه برای بدست آوردن اطلاعات و کنترل آن میان طالبان قدرت آغاز شده و همه می‌کوشند با تملک و در اختیار گرفتن رسانه‌ها، بردامنه قدرت خود بی‌افزایند.

**واژگان کلیدی:** سانسور، رضامندی مخاطبان، وظایف وسایل ارتباط جمعی، مخاطب.

**مقدمه**

نقش رسانه‌ها در سده معاصر، هر روز بیش از پیش بر جسته شده است. رسانه‌ها امروز به واسطه کشف و بکارگیری تکنولوژی‌های جدید ارتباطی تا عمق جوامع نفوذ کرده و از تأثیر به سزا و تعیین کننده‌ای در جهت‌دهی افکار عمومی برخوردار گشته‌اند (حیدری، ۱۳۷۴، ص ۲۰).

به نوعی می‌توان نتیجه گرفت که مخاطبان از طریق رسانه‌ها زندگی خود را به شیوه‌ای که صاحبان قدرت اقتصادی در نظر دارند؛ مدیریت می‌کنند. به این معنا که با آنها دیکته می‌شود چه ببینند، چه بخورند، چه تفریحی را انتخاب کنند و اینکه خلاصه چگونه زندگی کنند.

با توجه به تأثیر روزافزون رسانه‌ها به ویژه مطبوعات بر مخاطبان، مطالعه و بررسی ذائقه مخاطبان برای جذب هرچه بیشتر آنها ضروری به نظر می‌رسد لذا در این تحقیق بر آن شدیم تا میزان رضایتمندی مخاطبان دو روزنامه پرتیراژ «ایران» و «همشهری» را مورد بررسی و مقایسه قرار دهیم و پس از این بررسی رسانه‌ها قادر خواهند بود در جذب مخاطبان خود با قدرت بیشتری به فعالیت بپردازند.

**طرح مسأله**

در جهان امروز، وسایل ارتباط جمعی با انتقال اطلاعات و معلومات جدید و مبادله افکار و عقاید عمومی، در راه پیشرفت فرهنگ و تمدن بشری نقش بزرگی بر عهده گرفته‌اند؛ به طوری که بسیاری از دانشمندان، عصر کنونی زندگی انسان را «عصر ارتباطات» نام گذاشته‌اند.

هرگونه کوششی برای درک شیوه عمل رسانه‌های جمعی در زندگی امروز ما، باید با شناخت این واقعیت آغاز شود که رسانه‌های جمعی جزء لازم جامعه و زندگی فردی ما هستند. هیچ راه ساده‌ای وجود ندارد که ما بتوانیم حضور و نفوذ آنها را نادیده بگیریم، مگر آنکه به روش دوران قبل از تمدن صنعتی زندگی کنیم. در جوامع پیشرفته کنونی، افراد انسانی تلاش می‌کنند همیشه در جریان تمامی امور و مسائل اجتماعی قرار داشته باشند تا بتوانند به طور مستقیم یا غیرمستقیم نقش خاص خویش را در زندگی گروهی ایفا نمایند. به همین دلیل آگاهی اجتماعی از مهم‌ترین ویژگی‌های زمان معاصر به شمار می‌رود و همین آگاهی است که انسان را به زندگی فردی و جمعی علاقه‌مند می‌سازد و توجه او را به آزادی‌ها و مسئولیت‌های وی جلب می‌کند.

همچنین رسانه‌ها به صورت بخش مرکزی و اصلی صحنه سیاسی درآمده‌اند.

رسانه با تولید اطلاعات مؤثر در پرورش افکار و نگرش‌های مخاطبان نقش مهمی را ایفا می‌کند. بنابراین با توجه به کیفیت تولید و محتوا و همچنین توزیع و بهره‌گیری از تکنیک‌های ارتباطی مناسب، می‌توان رسانه‌ها را در تحقق اهدافشان یاری کرد.

**ضرورت و اهمیت تحقیق**

بشر برای اینکه محیط طبیعی را برای زیستن آماده کند و از منابع و نعمت‌هایی که در پیرامون او گسترده‌اند، استفاده کند، قرن‌ها تلاش کرد، اندیشه نمود، ابزار ساخت، به اکتشاف و اختراع دست زد تا وسایل آسایش خود را فراهم آورد و عوامل ناراحتی خود را از میان بردارد و حاصل این تجربه‌ها، دستاوردها، اکتشاف‌ها و مهارت‌ها را به فرزندان خود سپرد و آنان نیز به سهم خود، این میراث را با تغییر دادن، کاستن و افزودن به نسل بعد سپردند و بدین روال «هرکه آمد بر آن مزید کرد تا بدین غایت رسید». این میراث را «فرهنگ» می‌نامند. (روح‌الامینی، ۱۳۶۵، ص ۱۷)

روزنامه‌ها ابزاری هستند که به انتقال فرهنگ از نسلی به نسل دیگر یاری می‌رسانند. وسایل ارتباط جمعی نزدیکی سلیقه‌ها، خواست‌ها و انتظارات تمامی ساکنان یک جامعه را موجب می‌شوند. با ورود وسایل ارتباط جمعی به جامعه، خرده‌فرهنگ‌ها، فرهنگ‌های خاص و مجزا ناپدید می‌شوند و به نوعی تمامی ساکنان یک جامعه تشابه می‌پذیرند و در

سبک زندگی، علایق و خواست‌ها از الگوهای مشابهی که وسایل ارتباط جمعی به آنان می‌دهند، برخوردار می‌شوند. (ساروخانی، ۱۳۶۸، صص ۷۴-۶۹)

### اهداف تحقیق

با استفاده از نتایج این پژوهش، قادر خواهیم بود به طراحی الگوی مناسب برای تولید مطالب برای این دو روزنامه دست یابیم. بدین وسیله می‌توانیم سهم زیادی در پرورش و تربیت فرد و خانواده؛ یعنی کوچک‌ترین واحد اجتماعی داشته باشیم.

با توجه به اهمیت روزنامه در جذب مخاطبان، می‌توانیم به طور مؤثر وظایف آموزشی، تفریحی، خبری و انتقال میراث فرهنگی از نسلی به نسل دیگر را به وسیله این رسانه به مخاطبان منتقل کنیم و به این مهم دست یابیم که روابط اجتماعی مخاطبان، از اهمیت بالایی برخوردار است؛ لذا نویسندگان اینگونه مطالب باید بیشتر به آن توجه کنند.

### فرضیه‌های تحقیق

- به نظر می‌رسد بین سن مخاطبان با رضامندی آنها از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد
- به نظر می‌رسد بین جنس مخاطبان با رضامندی آنها از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد
- به نظر می‌رسد بین میزان تحصیلات مخاطبان با رضامندی آنها از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد
- به نظر می‌رسد بین درآمد مخاطبان با رضامندی آنها از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد
- به نظر می‌رسد بین میزان اعتماد مخاطبان با رضامندی آنها از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد
- به نظر می‌رسد بین سانسور و رضامندی مخاطبان از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد
- به نظر می‌رسد بین سیستم توزیع روزنامه و رضامندی مخاطبان از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد
- به نظر می‌رسد بین انتشار اخبار صحیح و کامل و رضامندی آنها از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد
- به نظر می‌رسد بین درج اخبار منتقدانه و افشاگرانه و رضامندی آنها از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد
- به نظر می‌رسد بین کیفیت چاپ و رضامندی آنها از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد
- به نظر می‌رسد بین قطع و اندازه روزنامه و رضامندی آنها از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد
- به نظر می‌رسد بین علاقمندی مخاطبان به روزنامه و رضامندی آنها از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد
- به نظر می‌رسد بین تنش‌های اجتماعی مخاطبان و رضامندی آنها از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد
- به نظر می‌رسد بین عمل به وظایف وسایل ارتباط جمعی توسط روزنامه و رضامندی مخاطبان از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد
- به نظر می‌رسد بین تنوع مطالب در روزنامه و رضامندی مخاطبان از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد
- به نظر می‌رسد بین نظام حاکم بر اداره روزنامه و رضامندی مخاطبان از عملکرد روزنامه رابطه وجود دارد

### چارچوب نظری تحقیق

تئوری‌های مطبوعات:

هر کشوری، دارای سیستم مطبوعاتی مربوط به خود است که مطبوعات آن کشور بدان عمل می‌کنند. سیستم‌های مطبوعاتی از کشوری به کشور دیگر می‌توانند مشابه یا متفاوت باشند. سیستم‌های مطبوعاتی می‌توانند هنگام شکل‌گیری ارتباطات جمعی کاملاً متحد باشند و از ابتدا، با جامعه رنگ بگیرند. عوامل بسیاری در سیستم‌های مطبوعاتی نفوذ دارند، از آن جمله تاریخ یک کشور، جمعیت، سیاست‌های دولت، توسعه اقتصادی، سیاست‌ها و سیستم قانونی است (بهتاش، ۱۳۷۶، ص ۲۷).

علی‌رغم نقاط مشترکی که نهاد رسانه‌های همگانی در جوامع مختلف دارا هستند، به علت شرایط مختلف اجتماعی و فرهنگی بین آنها، عملکرد و شیوه رفتاری رسانه‌ها در محیط خود یکسان نیست و تفاوت زیادی بین آنها مشاهده می‌شود. عواملی که به چنین اختلافاتی دامن می‌زنند به طور کلی عبارتند از خصوصیات ملی و بومی، نوع محتوا، سانسور و سایر محدودیت‌ها، فشارهای سیاسی و اجتماعی و توقعات و سلیقه‌های پیام‌گیران. رسانه‌ها گامی نیز به صورت فعال به منافع ملی، که تعریف آن قبلاً توسط سایر بازیگران و عوامل قدرتمند مشخص می‌شود، خدمت می‌کنند. بطور کلی، هر جامعه‌ای دارای مجموعه‌ای از نظریه‌های هنجاری مخصوص به خود می‌باشد. لذا می‌توان نظام‌های ملی را با توجه به هنجارها و خصوصیات رفتاری رسانه‌ها در جامعه طبقه بندی کرد. یکی از مشهورترین طبقه بندی نظام‌های مطبوعاتی (رسانه‌ها) در جهان توسط «سیبرت» و همکاران او در سال ۱۹۵۶ منتشر گردید.<sup>۲</sup> نویسندگان کتاب، رسانه‌های جهان را با توجه به گرایش‌های اجتماعی آنها به چهار طبقه تقسیم کردند: اقتدارگرا، آزادی‌خواه، طرفدار مسئولیت اجتماعی و تمامت‌خواه (مهرداد، ۱۳۸۰، ص ۱۰۸).

### تحلیل یافته‌ها

فرضیه: رویکرد انتقادی و افشاگرانه در روزنامه‌های ایران و همشهری متفاوت است.

جدول شماره ۴-۲-۱: آماره گروه‌ها

میانگین خطای معیار	انحراف معیار	فراوانی	میانگین	رویکرد انتقاد و افشاگرانه	
.04465	.85074	363	2.9091	ایران	
.03989	.76009	363	2.8843	همشهری	

جدول شماره ۴-۲-۲: همبستگی دو گروه همبسته

سطح معناداری	همبستگی	فراوانی	رویکرد انتقاد و افشاگرانه
.172	-.072	363	ایران و همشهری

جدول شماره ۴-۲-۳: مقایسه گروه‌های مستقل

آزمون برابری میانگین t		اختلاف دو گروه همبسته			رویکرد انتقاد و افشاگرانه
سطح معناداری	درجه آزادی	t	میانگین خطای معیار	انحراف معیار	میانگین
.689	362	.400	.06198	1.18085	.02479
ایران-همشهری					

طبق نتایج به دست آمده از آزمون، t همبسته برابر با ۰٫۴ است و با درجه آزادی ۳۶۲ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با رویکرد انتقادی و افشاگرانه در دو روزنامه ایران و همشهری معنی‌دار نیست. طبق جدول توافقی، میانگین رویکرد انتقادی و افشاگرانه در روزنامه ایران (۲٫۹۰۹۱) از روزنامه همشهری (۲٫۸۸۴۳) بالاتر است اما این تفاوت معنادار نبوده و نشانه اختلاف بین دیدگاه‌ها نمی‌باشد.

<sup>2</sup>- SIEBERT, F. PETERSON et al. FOUR THEORIES OF THE PRESS. URBANA, ILL. UNIVERSITY OF ILLINOIS PRESS. 1956.

فرضیه: میزان صحت اطلاعات و اخبار در روزنامه‌های ایران و همشهری متفاوت است.

جدول شماره ۴-۲-۱: آماره گروه‌ها

صحت اطلاعات و اخبار		میانگین	فراوانی	انحراف معیار	میانگین خطای معیار
روزنامه ایران		2.8552	373	.95628	.04951
همشهری		2.9866	373	.73494	.03805

جدول شماره ۴-۲-۲: همبستگی دو گروه همبسته

صحت اطلاعات و اخبار		فراوانی	همبستگی	سطح معناداری
ایران و همشهری		373	-.324	.000

جدول شماره ۴-۲-۳: مقایسه گروه‌های مستقل

صحت اطلاعات و اخبار			اختلاف دو گروه همبسته		
			میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای معیار
ایران-همشهری			-1.13137	1.38207	.07156
آزمون برابری میانگین t			t	درجه آزادی	سطح معناداری
			-1.836	372	.067

طبق نتایج به دست آمده از آزمون، t همبسته برابر با ۱،۸۳۶- است و با درجه آزادی ۳۷۲ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با صحت اطلاعات و اخبار در دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار نیست. طبق جدول توافقی، میانگین صحت اطلاعات و اخبار در روزنامه همشهری (۲،۹۸۶۶) از روزنامه ایران (۲،۸۵۵۲) بالاتر است اما این تفاوت معنادار نبوده و نشانه اختلاف بین دیدگاه‌ها نمی‌باشد.

### جمع بندی یافته‌های تبیینی

فرضیه: رویکرد انتقادی و افشاگرانه در روزنامه‌های ایران و همشهری متفاوت است. طبق نتایج به دست آمده از آزمون، t همبسته برابر با ۰،۴ است و با درجه آزادی ۳۶۲ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با رویکرد انتقادی و افشاگرانه در دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار نیست. طبق جدول توافقی، میانگین رویکرد انتقادی و افشاگرانه در روزنامه ایران (۲،۹۰۹۱) از روزنامه همشهری (۲،۸۸۴۳) بالاتر است اما این تفاوت معنادار نبوده و نشانه اختلاف بین دیدگاه‌ها نمی‌باشد.

فرضیه: میزان صحت اطلاعات و اخبار در روزنامه‌های ایران و همشهری متفاوت است. طبق نتایج به دست آمده از آزمون، t همبسته برابر با ۱،۸۳۶- است و با درجه آزادی ۳۷۲ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با صحت اطلاعات و اخبار در دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار نیست. طبق جدول توافقی، میانگین صحت اطلاعات و اخبار در روزنامه همشهری (۲،۹۸۶۶) از روزنامه ایران (۲،۸۵۵۲) بالاتر است اما این تفاوت معنادار نبوده و نشانه اختلاف بین دیدگاه‌ها نمی‌باشد.

فرضیه: روزنامه ایران از نظر میزان جامع بودن با روزنامه همشهری تفاوت معناداری دارد. طبق نتایج به دست آمده از آزمون، t همبسته برابر با ۱،۹۰۴- است و با درجه آزادی ۳۷۲ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با جامع بودن در دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار نیست. طبق جدول توافقی، میانگین جامع بودن در روزنامه همشهری (۳،۵۶۵۷) از روزنامه ایران (۳،۴۵۵۸) بالاتر است اما این تفاوت معنادار نبوده و نشانه اختلاف بین دیدگاه‌ها نمی‌باشد.

فرضیه: میزان اعتبار منبع و پدیدآورندگان در روزنامه‌های ایران و همشهری با یکدیگر متفاوت است. طبق نتایج به دست آمده از آزمون، t همبسته برابر با ۲،۴۰۷- است و با درجه آزادی ۳۷۲ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با اعتبار منبع و پدیدآورندگان در دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار است. طبق جدول توافقی، میانگین اعتبار منبع و پدیدآورندگان در روزنامه همشهری

(۳,۲۷۸۸) از روزنامه ایران (۳,۰۹۹۲) بالاتر است که نشان می‌دهد از دیدگاه پاسخگویان این روزنامه اعتبار منبع و پدیدآورندگان بالاتر است.

فرضیه: میزان سرعت انتشار اخبار در روزنامه‌های ایران و همشهری تفاوت معناداری با یکدیگر دارد. طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  همبسته برابر با ۱۸,۱۴۲ است و با درجه آزادی ۳۷۲ با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با سرعت انتشار اخبار در دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار است. طبق جدول توافقی، میانگین سرعت انتشار اخبار در روزنامه ایران (۳,۸۰۷) از روزنامه همشهری (۳,۰۱۶۱) بالاتر است که نشان می‌دهد از دیدگاه پاسخگویان این روزنامه دارای سرعت انتشار اخبار بیشتری است.

فرضیه: میان روزنامه‌های ایران و همشهری از نظر میزان سانسور اخبار تفاوت معناداری وجود دارد. طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  همبسته برابر با ۱,۸۵۱ است و با درجه آزادی ۳۷۲ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با میزان سانسور در دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار نیست. طبق جدول توافقی، میانگین میزان سانسور در روزنامه ایران (۳,۶۸۹) از روزنامه همشهری (۳,۵۷۶۴) بالاتر است اما این تفاوت معنادار نبوده و نشانه اختلاف بین دیدگاه‌ها نمی‌باشد.

فرضیه: روزنامه‌های ایران و همشهری از نظر میزان قابل اعتماد بودن با همدیگر متفاوت هستند. طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  همبسته برابر با ۱,۹۱۶- است و با درجه آزادی ۳۷۲ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با میزان قابل اعتماد بودن در دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار نیست. طبق جدول توافقی، میانگین میزان قابل اعتماد بودن در روزنامه همشهری (۳,۰۲۱۴) از روزنامه ایران (۲,۹۱۱۵) بالاتر است اما این تفاوت معنادار نبوده و نشانه اختلاف بین دیدگاه‌ها نمی‌باشد.

فرضیه: میزان حرفه‌ای بودن در ارائه اخبار در روزنامه‌های ایران و همشهری متفاوت است. طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  همبسته برابر با ۱,۱۷۵ است و با درجه آزادی ۳۷۲ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با میزان حرفه‌ای بودن در دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار نیست. طبق جدول توافقی، میانگین میزان حرفه‌ای بودن در روزنامه ایران (۳,۶۸۹) از روزنامه همشهری (۳,۶۴۸۸) بالاتر است اما این تفاوت معنادار نبوده و نشانه اختلاف بین دیدگاه‌ها نمی‌باشد.

فرضیه: روزنامه همشهری بیشتر از روزنامه ایران تنوع مخاطبان را در نظر می‌گیرد. طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  همبسته برابر با ۱۰,۵۳۴- است و با درجه آزادی ۳۵۹ با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با تنوع مطالب در دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار است. طبق جدول توافقی، میانگین تنوع مطالب در روزنامه همشهری (۳,۵) از روزنامه ایران (۲,۷۹۱۷) بالاتر است که نشان می‌دهد از دیدگاه پاسخگویان این روزنامه دارای تنوع مطالب بیشتری است.

فرضیه: کارکرد هدایتی و راهنمایی روزنامه ایران از روزنامه همشهری بیشتر است. طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  همبسته برابر با ۱,۳۲۵- است و با درجه آزادی ۳۷۲ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با کارکرد هدایتی و راهنمایی در دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار نیست. طبق جدول توافقی، میانگین کارکرد هدایتی و راهنمایی در روزنامه همشهری (۳,۳۶۷۳) از روزنامه ایران (۳,۳۲۱۷) بالاتر است اما این تفاوت معنادار نبوده و نشانه اختلاف بین دیدگاه‌ها نمی‌باشد.

فرضیه: کارکرد آموزشی و خبری روزنامه ایران بیشتر از روزنامه همشهری است. طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  همبسته برابر با ۱۵,۰۹۳- است و با درجه آزادی ۳۷۲ با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با کارکرد آموزشی و خبری در دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار است. طبق جدول توافقی، میانگین کارکرد آموزشی و خبری در روزنامه همشهری (۳,۲۵۴۷) از

روزنامه ایران (۲,۴۱۲۹) بالاتر است که نشان می‌دهد از دیدگاه پاسخگویان این روزنامه دارای کارکرد آموزشی و خبری بیشتری است.

فرضیه: کارکرد همبستگی اجتماعی روزنامه ایران از روزنامه همشهری کمتر است.

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  همبسته برابر با ۱,۶۶۳- است و با درجه آزادی ۳۵۸ با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با کارکرد همبستگی اجتماعی در دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار نیست. طبق جدول توافقی، میانگین کارکرد همبستگی اجتماعی در روزنامه همشهری (۳,۳۲۵۹) از روزنامه ایران (۳,۲۱۷۳) بالاتر است اما این تفاوت معنادار نبوده و نشانه اختلاف بین دیدگاه‌ها نمی‌باشد. فرضیه: کارکرد سرگرمی روزنامه همشهری از روزنامه ایران بیشتر است.

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  همبسته برابر با ۱۹,۵۴۴- است و با درجه آزادی ۳۵۴ با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با کارکرد سرگرمی در دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار است. طبق جدول توافقی، میانگین کارکرد سرگرمی در روزنامه همشهری (۳,۱۷۴۶) از روزنامه ایران (۲,۰۹۸۶) بالاتر است که نشان می‌دهد از دیدگاه پاسخگویان این روزنامه دارای کارکرد سرگرمی بیشتری است. فرضیه: می‌توان گفت روزنامه ایران در مقایسه با روزنامه همشهری جذابیت بصری بیشتری را به کار می‌گیرد.

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  همبسته برابر با ۴,۵۲۲- است و با درجه آزادی ۳۶۳ با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با میزان جذابیت بصری در دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار است. طبق جدول توافقی، میانگین میزان جذابیت بصری در روزنامه همشهری (۳,۱۲۶۴) از روزنامه ایران (۲,۸۴۶۲) بالاتر است که نشان می‌دهد از دیدگاه پاسخگویان این روزنامه دارای میزان جذابیت بصری بیشتری است.

فرضیه اصلی: میان روزنامه‌های ایران و همشهری از نظر میزان رضایتمندی مخاطبان تفاوت معنی داری وجود دارد. طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  همبسته برابر با ۸,۵۳۴- است و با درجه آزادی ۳۶۱ با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، تفاوت میانگین دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با میزان رضایت از روزنامه در مورد دو روزنامه ایران و همشهری معنی دار است. طبق جدول توافقی، میانگین میزان رضایت خوانندگان از روزنامه همشهری (۳,۵۹۳۹) از روزنامه ایران (۲,۹۹۱۷) بالاتر است که نشان می‌دهد میزان رضایت پاسخگویان از روزنامه همشهری بیشتر است.

وضعیت موجود روزنامه همشهری و ایران

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  یکطرفه برابر با ۳,۵۸۱- است و با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، میزان رویکرد انتقادی و افشاگرانه در حد متوسط (۳) قرار دارد. طبق جدول، میانگین رویکرد انتقادی و افشاگرانه (۲,۸۹۶۷) از حد متوسط پایینتر است و نشان می‌دهد که خوانندگان میزان رویکرد انتقادی و افشاگرانه در این دو روزنامه را در حد متوسط می‌دانند.

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  یکطرفه برابر با ۳,۰۵۶- است و با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان گفت، میزان صحت اطلاعات و اخبار در حد متوسط (۳) قرار دارد. طبق جدول، میانگین میزان صحت اطلاعات و اخبار (۲,۹۲۰۹) از حد متوسط پایین تر است اما از آنجا که این تفاوت میانگین از حد متوسط معنی دار نیست، صحت اخبار و اطلاعات در حد متوسط قرار دارد.

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  یکطرفه برابر با ۱۳,۴۰۴ است و با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، میزان جامع بودن در حد متوسط (۳) قرار دارد. طبق جدول، میانگین میزان جامع بودن (۳,۵۱۰۷) از حد متوسط بالاتر است و نشان می‌دهد که خوانندگان میزان جامع بودن این دو روزنامه را در حد متوسط می‌دانند.

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  یکطرفه برابر با ۶,۸۰۹ است و با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، میزان اعتبار منابع و پدیدآورندگان در حد متوسط (۳) قرار دارد. طبق جدول، میانگین میزان اعتبار منابع و پدیدآورندگان (۳,۱۸۹) از حد متوسط بالاتر است و نشان می‌دهد که خوانندگان میزان اعتبار منابع و پدیدآورندگان روزنامه‌ها را در حد متوسط می‌دانند.

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  یکطرفه برابر با ۱۳,۶۵۲ است و با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، میزان سرعت انتشار اخبار در حد متوسط (۳) قرار دارد. طبق جدول، میانگین میزان سرعت انتشار اخبار (۳,۴۱۱۵) از حد متوسط بالاتر است و نشان می‌دهد که خوانندگان میزان سرعت انتشار اخبار روزنامه‌ها را در حد متوسط می‌دانند.

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  یکطرفه برابر با ۱۷,۵۵۸ است و با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، میزان سانسور در حد متوسط (۳) قرار دارد. طبق جدول، میانگین سانسور (۳,۶۳۲۷) از حد متوسط بالاتر است و نشان می‌دهد که خوانندگان میزان سانسور این دو روزنامه را در حد بالاتر از متوسط، ارزیابی کرده‌اند.

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  یکطرفه برابر با ۱,۲۰۸- است و با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان گفت، میزان قابل اعتماد بودن در حد متوسط (۳) قرار دارد. طبق جدول، میانگین میزان قابل اعتماد بودن (۲,۹۶۶۵) از حد متوسط پایین‌تر است، اما از آنجا که نتیجه آزمون معنی‌دار نیست، می‌توان گفت میزان قابل اعتماد بودن در حد متوسط قرار دارد.

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  یکطرفه برابر با ۲۵,۴۴۹ است و با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، میزان حرفه‌ای بودن در حد متوسط (۳) قرار دارد. طبق جدول، میانگین میزان حرفه‌ای بودن (۳,۶۶۸۹) از حد متوسط بالاتر است و نشان می‌دهد که خوانندگان میزان حرفه‌ای بودن این دو روزنامه را از حد متوسط بالاتر می‌دانند. طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  یکطرفه برابر با ۵,۰۵۴ است و با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، میزان تنوع مطالب در حد متوسط (۳) قرار دارد. طبق جدول، میانگین میزان تنوع مطالب (۳,۱۴۵۸) از حد متوسط بالاتر است و نشان می‌دهد که خوانندگان میزان تنوع مطالب را در حد متوسط می‌دانند.

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  یکطرفه برابر با ۹,۸۴۳ است و با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، میزان کارکرد هدایتی و راهنمایی در حد متوسط (۳) قرار دارد. طبق جدول، میانگین کارکرد هدایتی و راهنمایی (۳,۳۴۴۵) از حد متوسط بالاتر است و نشان می‌دهد که خوانندگان کارکرد هدایتی و راهنمایی این دو روزنامه را در حد متوسط می‌دانند.

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  یکطرفه برابر با ۵,۴۳۷- است و با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، میزان کارکرد آموزشی و خبری در حد متوسط (۳) قرار ندارد. طبق جدول، میانگین کارکرد آموزشی و خبری (۲,۸۳۳۸) از حد متوسط پایین‌تر است و نشان می‌دهد که خوانندگان کارکرد آموزشی و خبری این روزنامه‌ها را در حد متوسط می‌دانند.

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  یکطرفه برابر با ۸,۴۱۸ است و با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، میزان کارکرد همبستگی اجتماعی در حد متوسط (۳) قرار دارد. طبق جدول، میانگین کارکرد همبستگی اجتماعی (۳,۲۷۱۶) از حد متوسط بالاتر است و نشان می‌دهد که خوانندگان کارکرد همبستگی اجتماعی را در حد متوسط می‌دانند.

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  یکطرفه برابر با ۱۲,۲۲- است و با ۹۹ درصد اطمینان و ۱ درصد خطا می‌توان گفت، میزان کارکرد سرگرمی در حد متوسط (۳) قرار ندارد. طبق جدول، میانگین کارکرد سرگرمی (۲,۶۳۶۶) از حد متوسط پایین‌تر است و نشان می‌دهد که خوانندگان میزان کارکرد سرگرمی این دو روزنامه را مطلوب نمی‌دانند.



طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  یکطرفه برابر با  $۰,۵۰۷$  - است و با  $۹۵$  درصد اطمینان و  $۵$  درصد خطا می‌توان گفت، میزان جذابیت بصری در حد متوسط ( $۳$ ) قرار دارد. طبق جدول، میانگین جذابیت بصری ( $۲,۹۸۶۳$ ) از حد متوسط پایین تر است اما از آنجا که این اختلاف میانگین از حد متوسط معنی دار نیست، می‌توان گفت خوانندگان میزان جذابیت بصری این دو روزنامه را در حد متوسط می‌دانند.

طبق نتایج به دست آمده از آزمون،  $t$  یکطرفه برابر با  $۸,۵۷۳$  است و با  $۹۹$  درصد اطمینان و  $۱$  درصد خطا می‌توان گفت، میزان رضایت خوانندگان از روزنامه در حد متوسط ( $۳$ ) قرار دارد. طبق جدول، میانگین میزان رضایت خوانندگان از روزنامه ( $۳,۲۹۲۸$ ) از حد متوسط بالاتر است و نشان می‌دهد که خوانندگان از این دو روزنامه در حد متوسط رضایت دارند.

### پیشنهادهای تحقیق

- همانطور که نتایج تحقیق نشان می‌دهد میزان جذابیت بصری این دو روزنامه در حد بالایی قرار ندارد. یکی از مهمترین ویژگی‌هایی که افراد را به خواندن یک روزنامه ترغیب می‌کند، جذابیت بصری روزنامه خصوصاً در صفحات اول آن می‌باشد. از این رو شایسته است که مطبوعات توجه بیشتری به طراحی و صفحه بندی خود مبذول دارند.
  - با توجه به ضعف این دو روزنامه در تحقق کارکردهای سرگرمی و آموزشی و خبر، دست اندرکاران مطبوعات باید بر آن باشند تا در این زمینه‌ها نیز، تلاش بیشتری داشته باشند و از این طریق رضایت بیشتری را در مخاطبان خود ایجاد نمایند.
  - مهمترین سرمایه یک رسانه جذب اعتماد مخاطب و به دنبال آن رضایت است، این دو روزنامه نیز باید با افزایش اعتبار منابع و افزایش بی طرفی در ارائه مطالب به دنبال مخاطبان بیشتری باشند.
- محدودیت‌های تحقیق
- با توجه به پیمایشی بودن روش تحقیق، همانند هر تحقیق پیمایشی دیگر، دسترسی به اعضای نمونه دشوار و زمان بر می‌باشد.
  - از آنجا که میزان مطالعه روزنامه در کشور پایین می‌باشد، دسترسی به افرادی که به میزان قابل توجهی به مطالعه روزنامه بپردازند و بتوانند به درستی به سؤالات جواب دهند، دشوار است.

## فهرست منابع

- اربابی، محمد علی (۱۳۵۰). *تبلیغات تجاری*، انتشارات دانشکده علوم اجتماعی، تهران.
- اسدی، علی (۱۳۷۱) *افکار عمومی و ارتباطات*، سروش، تهران.
- اسفندیاری، اسماعیل (۱۳۸۶). *بررسی تطبیقی نحوه انعکاس مطبوعاتی سفر محمود احمدی نژاد رئیس جمهور ایران به نیویورک در ابتدای مهرماه ۱۳۸۶ در روزنامه های ایران و آمریکا*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی، تهران.
- پورکریمی، جواد (۱۳۸۱). *تبلیغات رسانه ای و تغییر نگرش مخاطبان با رویکردی روانشناختی بر تبلیغات*، فصلنامه پژوهش و سنجش، تهران.
- پورنوروز، منیژه (۱۳۸۰). *ارزشهای خبری*. پژوهش و سنجش، ۸ (۲۷)، ۲۴۶-۲۳۳
- رحمانی تهرانی، مریم (۱۳۸۵) *بازنمایی زنان در تبلیغات مجلات: تحلیل محتوای تبلیغات مجلات زن روز (۱۳۵۴) و خانواده (۱۳۸۴)*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی، تهران.
- سعید، ادوارد (۱۳۷۸)، *پوشش خبری اسلام در غرب*، (عبدالرحیم گواهی، مترجم). تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی. (۱۹۸۱) (نشر اثر اصلی بی تا).
- نمک دوست تهرانی، حسن (۱۳۸۰). *کنکاشی در مفهوم عینی گرایی در روزنامه نگاری معاصر*. پژوهش و سنجش، ۸ (۲۷)، ۵۹-۴۱
- نقیب السادات، سید رضا (۱۳۸۱). *آسیب های فرهنگی: فقدان نظامنامه تبلیغات بازرگانی*، فصلنامه پژوهش و سنجش، تهران.
- یتمن، آنا (۱۳۸۱). *تجدید نظرهای فرامدرنی در سیاست (مریم وتر، مترجم)*. تهران: کویر. (نشر اثر اصلی بی تا).
- Casey, Neil (2002). **Television Studies: The Key Concepts**. London: Routledge.
- Izadi, Foad. Saghaye-Biria, Hakimeh (2007, April). **A Discourse Analysis of Elite American Newspaper Editorials; The Case of Iran s Nuclear Program**. *Journal of Communication Inquiry*. Volume 31 Number 2, 140-165, © 2007 Sage Publications, <http://jci.sagepub.com> hosted at <http://online.sagepub.com>