

الگوی مدیریت کیفیت محتوا در روزنامه‌های محلی ایران

امیدعلی مسعودی^۱، سیده طناز جعفری^۲، داود نعمتی انارکی^۳

چکیده

مطبوعات محلی در برابر مطبوعات سراسری کشور به دلایل گوناگون از جمله ناتوانی در ارائه محتوای موردنیاز مخاطبان، قدرت رقابت ندارند. هدف این مطالعه طراحی الگوی مدیریت کیفیت محتوا در روزنامه‌های محلی ایران است تا محتوای آن‌ها ارتقا یابد. این پژوهش کاربردی با رویکرد کیفی - اکتشافی انجام یافت. جامعه پژوهشی شامل اساتید، صاحب‌نظران و فعالان حوزه روزنامه‌های محلی بوده است که از میان آن‌ها با روش نمونه‌گیری نظری هدفمند تا رسیدن به اشباع نظری به‌واسطه مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته، به تعداد ۱۲ نفر ادامه یافت. تحلیل‌های صورت گرفته به‌واسطه روش داده بنیاد از طریق کدگذاری استراوس و کوربین در سه سطح باز، محوری و انتخابی در نرم‌افزار مکس کیو دا ۲۰۲۰ انجام شد. سپس مفاهیم در قالب مدل پارادایمی (شرایط علی، پدیده محوری، راهبردها، شرایط زمینه‌ای، مداخله‌گر و پیامدها) ارائه و روایی و پایایی آن نیز بر اساس روش سه سویه سازی تأیید شد. نتایج نشان داد که محتوای مطالب مطبوعات محلی می‌تواند در جذب مخاطبان مؤثر باشد. در این راه، روزنامه‌های محلی ایران نیاز به نوآوری در شیوه نگارش، کنترل، پایش و هدف‌گذاری درست، توجه به مسائل روز جامعه و غیره در ارائه محتوا دارد تا بتواند بر مبنای الگوی ارائه‌شده، مدیریت محتوای خود را بهبود بخشیده و اثربخشی آن را در افکار جامعه افزایش دهد.

واژگان کلیدی

مدیریت، کیفیت محتوا، روزنامه‌های محلی ایران، روزنامه‌نگاران، مخاطبان.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۱۷

۱. دانشیار گروه ارتباطات، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه سوره، تهران، ایران (نویسنده مسئول). masoudi@soore.ac.ir.

۲. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، گروه علوم انسانی، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران.

sepehr.alborz93@gmail.com

۳. دانشیار گروه روزنامه‌نگاری و خبر، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران. nemati@iribu.ac.ir

مقدمه

صاحب نظران از مطبوعات به عنوان رکن چهارم دموکراسی یاد می کنند و اهمیت خاصی برای آن قائل هستند. مطبوعات در شکل دادن به افکار عمومی، هدایت و جهت دهی مردم، تصویرسازی ذهنی در مردم، اطلاع رسانی و خبررسانی، بالا بردن سطح آگاهی جامعه، گذران اوقات فراغت و... نقش بزرگی در جامعه بر عهده دارند (زارع، ۱۳۸۶: ۲۲). امروزه به رغم پیشرفتهای فراوان علوم ارتباطی و اطلاع رسانی، هنوز بین رسانه های گروهی، جراید به خصوص روزنامه ها، سودمندترین، فراوان ترین و ارزان ترین وسیله برای بالا بردن سطح آگاهی افراد جامعه و مبارزه با جهل و بی خبری به شمار می آیند. در بین جوامع توسعه یافته و در حال گسترش هنوز نشر و مطالعه روزنامه مبین روشنفکری، درک عمیق و بالا بودن شعور سیاسی و اجتماعی است.

دنیس مک کوایل^۱ مطبوعات را یکی از مهم ترین و قدیمی ترین ابزار اطلاع رسانی می داند و معتقد است که هنوز تأثیر خود را نسبت به سایر وسایل ارتباط جمعی مدرن حفظ کرده تا آنجا که حتی سایر وسایل ارتباط جمعی با فناوری پیشرفته خود هنوز نتوانسته اند به اندازه مطبوعات تأثیرگذار باشند (مک کوایل، ۱۳۸۸: ۱۲۲). تجربه محقق در طول ده سال کار در مطبوعات محلی بیانگر آن است که بسیاری از دست اندرکاران و فعالان مطبوعاتی از لحاظ تحصیلی تناسبی با کار در مطبوعات ندارند و تنها به دلیل علاقه، ذوق و استعداد های فردی، به عرصه مطبوعات و به ویژه مطبوعات محلی پا نهاده اند.

نشریه محلی، رسانه ای نوشتاری است که به انعکاس رویدادها، اخبار، تفاسیر و وقایع روزمره در سطح منطقه و محل می پردازد و با ارائه تحلیل و نقد مسائل محلی و بومی، توجه مخاطبان را جلب می کند (زارع، ۱۳۸۶: ۳۱). این نوع روزنامه، پوشش دهنده حرفه ای اخبار محلی است و به جای تمرکز بر اخبار ایلات یا اخبار ملی و بین المللی، اخبار محدوده هایی کوچک مانند شهرک ها، محله های شهری و حومه شهرهای بزرگ را پوشش می دهد. جریان روزنامه نگاری محلی، با توجه به محدودیت جغرافیایی حوزه فعالیت، تأثیر بیشتری بر خوانندگان محلی می گذارد و موضوعات را عمیق تر و جزئی تر متناسب با نیاز و خواست مخاطب محلی پوشش می دهد. به این ترتیب، نشریات محلی در دنیای رسانه های جدید در کنار انبوهی از رسانه های جدید و قدیم بکار اطلاع رسانی و انتقال پیام مشغول اند (پژوهش فر و اسکندری، ۱۳۹۲: ۱۹۱).

مطبوعات محلی بازتابی از نیازها و مشکلات و مسائل زندگی در گستره جغرافیایی

یک شهر یا منطقه ویژه است و کیفیت محتوای نشریات رضایت مخاطبان را به همراه خواهد داشت. مطبوعات محلی کارکردهای گوناگونی دارند، از جمله آگاهی از مسائل روز جامعه، اطلاع‌رسانی در مورد رویدادها، مسائل، مشکلات، پیشرفت، امکانات، جاذبه‌ها و ویژگی‌های یک منطقه است و با تأکید بر ارزش خبری مجاورت، مسائل و مشکلات محل انتشار خود را مورد بررسی قرار می‌دهد (دفلورا، ۱۳۸۷: ۳۴). مطبوعات محلی موتور محرک توسعه منطقه‌ای به شمار می‌روند. در شرایطی که مطبوعات سراسری به مسائل و دغدغه‌های کلان ملی و بین‌المللی می‌پردازند و از کاستی‌ها، نیازها و علائق جامعه‌های محلی، به ناگزیر یا از روی تسامح، غفلت می‌ورزند، وظیفه مطبوعات محلی است که با درک واقع‌بینانه از وظایف و جایگاه خود از طریق اطلاع‌رسانی، آگاهی بخشی، نقد و ارزیابی منصفانه و عالمانه سیاست‌ها، برنامه‌ها و عملکردها، نیازها و ظرفیت‌های توسعه محلی را معرفی کنند و با به متن کشاندن دیدگاه‌ها، تحلیل‌ها و پیشنهادهای کارشناسان محلی به رفع فقر، محرومیت و عقب‌ماندگی منطقه خودیاری رسانند و به این وسیله زمینه، پیشبرد توسعه پایدار را در حوزه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی فراهم سازند. مطبوعات محلی در ایران با ضعف‌ها و کاستی‌های فراوانی مواجه‌اند که آن‌ها را از ایفای نقش مؤثر در رفع تنگناهای توسعه محلی ناتوان باز داشته است (زارع، ۱۳۸۶: ۱۹). نشریات محلی یکی از گروه‌های مهم مطبوعاتی کشور محسوب می‌شوند چراکه به انعکاس نیازها و مشکلات زندگی افراد یک منطقه یا محله می‌پردازند، اما متأسفانه در ایران مطبوعات محلی چندان مورد توجه نبوده و به دلیل مشکلات و چالش‌های متعدد، اکثر آن‌ها کارکرد چندانی ندارند.

اهمیت مدیریت کیفیت محتوا در روزنامه‌های محلی یکی از موضوعاتی است که همواره دغدغه مدیران این گونه نشریات بوده است. شمار پایین، تأخیر در انتشار، فقر نیروی انسانی مناسب و متخصص و درج اخبار کهنه و غالباً خنثی، چاپ نامناسب، صفحه‌بندی غیر فنی، کاغذ نامرغوب و غیراستاندارد، اخبار غیر حرفه‌ای، مطالب و تیرهای غیر حرفه‌ای و آماتور و... از جمله مشکلات و کاستی‌های بی‌شمار مطبوعات محلی است (زارع، ۱۳۸۶: ۲۴). مشهودترین گواه فعالیت رسانه‌های جمعی آثاری است که توسط آن‌ها تولید و پخش می‌شوند. این مجموعه مطالب گسترده و متنوع بر اساس محتوا و مضمونی مشخص شکل گرفته و ارائه می‌شوند (شومیکر^۲ ۱۳۹۷: ۵۲). پیام یا محتوای رسانه متأثر از مجموعه وسیعی از عوامل موجود در داخل و خارج

سازمان‌های رسانه‌ای است. محتوای رسانه مبنای تأثیر رسانه است. محتوا آشکارترین بخش فرایند ارتباط جمعی است. مطالعه و تحقیق در مورد محتوای رسانه به ما در پیش‌بینی تأثیر آن بر مخاطب نیز کمک می‌کند. انواع محتوا دارای تأثیرات متفاوتی بوده و ناشی از نیازهای مختلف مخاطب و فشارهای سازمانی است. با وجود این بیشتر تحقیقات صراحتاً به بررسی محتوا نمی‌پردازند بلکه به زمان سپری‌شده با تلویزیون در برابر دیگر فعالیت‌ها، تعداد اخبار خوانده‌شده و غیره توجه می‌کنند. روش‌های بی‌شماری برای طبقه‌بندی محتوای رسانه وجود دارد. می‌توانیم آن را بر اساس درخواست مخاطب (روشنفکر، بی‌سواد)، تأثیرات خاص (اجتماعی، ضداجتماعی)، رسانه مورد استفاده (تلویزیون، رادیو، مطبوعات)، محتوای جنسی (هرزه‌نگاری، غیره هرزه‌نگاری) و یا چندین روش دیگر طبقه‌بندی کرد (شومیکر، ۱۳۹۷: ۵۷).

به عقیده کارشناسان، مطبوعات محلی در ایران چندان مورد توجه نبوده و به نوعی کارکرد آن‌ها با نقض همراه است. از سوی دیگر مطالعات نشان می‌دهد نداشتن تمرکز در یک محدوده جغرافیایی، بزرگ‌ترین مشکل نشریات محلی است که ایجاد این تمرکز در نشریات محلی، نخستین گام برای درک حرفه‌ای این نشریات است. همچنین مطبوعات محلی ایران، هم از جنبه محتوای مطالب و هم از نظر امکانات و نیروهای حرفه‌ای، کارکرد ارزشمند و واقعی خود را در روند توسعه جامعه از دست داده‌اند و به دلیل مشکلات و آسیب‌های متعدد، قادر به برآورده کردن نیازهای این حوزه از رسانه‌ها و مخاطبان‌شان نیستند. لاکن باید اذعان کرد که هیچ‌یک از مطالعات، الگویی برای مدیریت کیفیت محتوا در روزنامه‌های محلی ایران ارائه نکرده‌اند. در نتیجه پژوهش پیش‌رو با بهره‌گیری از نظر صاحب‌نظران حوزه رسانه، بر اساس نیازها و مقتضیات روزنامه‌های محلی و چالش‌هایی که با آن مواجه هستند یک الگوی بومی و محلی برای تعیین مؤلفه‌های الگوی مدیریت کیفیت محتوا در روزنامه‌های محلی ایران تدوین می‌کند. همچنین اهمیت تحقیق از آنجاست که در حال حاضر حدود ۱۵۰ روزنامه‌های محلی در کشور ما فعالیت دارند که به دلیل عدم وجود الگوی مناسب بیشتر آن‌ها با مسئله جدی نداشتن مخاطب مواجه هستند و شمار آن‌ها روزبه‌روز کاهش می‌یابد که این ریزش مخاطب حیات آن‌ها را به خطر انداخته است. تعیین مؤلفه‌های الگوی مدیریت کیفیت محتوا در روزنامه‌های محلی ایران می‌تواند از ریزش مخاطب جلوگیری نموده و در بهبود کارایی و بقا روزنامه‌های محلی مؤثر باشد. ضرورت انجام این تحقیق از این جهت است که به نظر نقش روزنامه‌های محلی در ایران در حال کم‌رنگ

شدن است و تعیین مؤلفه‌های الگوی مدیریت کیفیت محتوا در روزنامه‌های محلی ایران شاید بتواند جان تازه‌ای به این نشریات بدهد تا استقبال مردم از نشریات محلی بیشتر شود. از طرفی نیز تاکنون در زمینه مدیریت کیفیت محتوا در روزنامه‌های محلی ایران تحقیق جامع و مناسبی ارائه نشده است و تحقیقات در این زمینه بسیار محدود است. از جنبه کاربردی اهمیت این مطالعه در این است که نتایج مطالعه می‌تواند توسط مسئولان و مدیران روزنامه‌ها و به‌خصوص روزنامه‌های محلی مورد توجه قرار گیرد و راهکارهای مناسبی برای مدیریت کیفیت محتوا در اختیار آن‌ها بگذارد و برخی جنبه‌های مبهم را روشن سازد.

هدف پژوهش: تعیین مؤلفه‌های الگوی مدیریت کیفیت محتوا در روزنامه‌های محلی ایران

سؤال پژوهش: مؤلفه‌های الگوی مدیریت کیفیت محتوا در روزنامه‌های محلی ایران کدامند؟

پیشینه پژوهش

زهرا کریمی، حسین انتظامی و علی اصغر محکی (۱۳۹۷)، در تحقیقی با عنوان «جایگاه روزنامه‌نگاری محلی از نگاه کارشناسان و متخصصان این حوزه» دریافتند که: از نظر مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان روزنامه‌نگاری، تأثیر رعایت اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، اهمیت تخصص روزنامه‌نگاری در جذب مخاطب؛ تأثیر پاداش، تشویق، حقوق و مزایا؛ تأثیر امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری؛ رابط خبری، ویزیتور، کارآموز و کارمند؛ وجود شبکه‌های مجازی؛ داشتن مدرک تحصیلی مرتبط؛ اهمیت انتشار مرتب و پوشش اخبار و موضوعات مورد انتظار مخاطبان؛ تناسب میان اخبار سیاسی، اجتماعی و ورزشی محله؛ کاربرد طراحی و گرافیک در روزنامه محلی؛ تناسب میان شاغلان و پست‌های تخصصی مورد نیاز؛ تنوع خبر و گزارش خبری و اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بومی محلی؛ لزوم زمینه‌های اقلیمی، تاریخی و فرهنگی محله، در کیفیت کار روزنامه‌نگاری محلی با اهمیت است؛ اما آن‌ها در هیچ‌یک از این زمینه‌ها شناخت کافی ندارند. همچنین، در خصوص مشکلات و محدودیت‌های روزنامه‌نگاری محلی، یافته‌ها نشان داد فقط حدود نیمی از مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری از مشکلات و محدودیت‌ها، آگاهی دارند.

فرحناز مصطفوی کهنگی در تحقیقی پیرامون: «نقش فضای اجتماعی در توسعه

مطبوعات محلی، مطالعه موردی، مطبوعات محلی شهر کاشان»، با روش پیمایشی انجام یافت. مهم‌ترین چالش پیش روی مطبوعات محلی را به موضوع منابع مدیریت انسانی آن‌ها باز می‌گرداند که می‌توان آن‌ها را در قالب اولویت‌هایی به شرح زیر برشمرد: ۱. توسعه منابع انسانی ۲. توجه به مسائل و موضوعات اجتماعی منطقه جغرافیایی نشر که می‌تواند رسانه‌ها را در قبال داشتن مخاطب بیمه کند و از این مسیر، امکان افزایش توان اقتصادی را به همراه داشته باشد و ۳. پیوندهای صنفی، از شاخص‌هایی هستند که می‌تواند مطبوعات محلی را در برابر عدم توسعه و مشکلات محیطی و حتی مشکلات داخلی بیمه کند

محمدامین خراسانی، هادی راستی و اسماعیل رحمانی (۱۳۹۵)، در تحقیقی با عنوان: «تحلیلی بر اثرگذاری رسانه‌های جمعی و مطبوعات از دیدگاه ساکنان نواحی روستایی شهرستان کنارک (مطالعه موردی: دهستان زرآباد غربی)»، به این نتیجه رسیدند میزان دسترسی به رسانه‌ها بسیار ضعیف، میزان استفاده نسبتاً مطلوب، میزان نقش‌آفرینی آن‌ها در ارتقای آگاهی عمومی نسبتاً مطلوب و به‌طور کلی نقش‌آفرینی رسانه‌ها در مسیر توسعه نواحی روستایی بسیار ضعیف است.

بیژن زارع (۱۳۸۶)، در تحقیق «بررسی میزان استفاده و رضایتمندی مخاطبان از نشریه‌های محلی (شیراز، زنجان، سنندج)» نشان داده بیشتر پاسخگویان، مطبوعات سراسری را بیشتر از مطبوعات محلی مطالعه می‌کنند زیرا مطبوعات محلی نیازهای آنان را در زمینه‌های مختلف برآورده نمی‌کنند.

فائزه تقی پور و همکاران (۱۳۹۶)، در «مطالعه کیفی آسیب‌های مطبوعات محلی شهر اصفهان از دیدگاه فعالان باتجربه» به شناسایی آسیب‌های ساختار مطبوعات محلی شهر اصفهان پرداخته است. بر اساس این تحقیق ضعف در عملکرد و تخصص مدیران و سردبیران مطبوعات محلی ضعف در تخصص و اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران مطبوعات محلی، پایین بودن کیفیت محتوایی نشریات محلی، جذاب نبودن ظاهر و جذابیت جانبی مطبوعات محلی، توزیع نامناسب مطبوعات محلی و فعالیت نامناسب متصدیان دهه‌های مطبوعاتی مهم‌ترین آسیب‌های درونی و عوامل اقتصادی- عوامل اجتماعی- عوامل فرهنگی و عملکرد سازمان‌های دولتی و غیردولتی و تشکل‌های مطبوعاتی مهم‌ترین آسیب‌های بیرونی مطبوعات محلی شهر اصفهان بود. مهرداد نوابخش و علی محمد مزیدی (۱۳۹۰)، در تحقیقی با روش پیمایشی، پیرامون «تبیین مدل فضای اجتماعی در توسعه مطبوعات محلی: مطبوعات محلی

استان یزد»، مهم‌ترین چالش پیش روی مطبوعات محلی یزد را به موضوع منابع انسانی آن‌ها بازمی‌گرداند. ازجمله اولویت‌های مربوط به توسعه مطبوعات استان را پرداختن به مسائل مبتلا به جامعه یزد می‌داند که از نظر محقق می‌تواند رسانه‌ها را در قبال داشتن مخاطب بیمه کند.

بررسی پیشینه تحقیق حاکی از آن است که مطبوعات محلی ایران، هم از جنبه محتوای مطالب و هم از نظر امکانات و نیروهای حرفه‌ای، کارکرد ارزشمند و واقعی خود را در روند توسعه جامعه از دست داده‌اند و به دلیل مشکلات و آسیب‌های متعدد، قادر به برآورده کردن نیازهای این حوزه از رسانه‌ها و مخاطبان‌شان نیستند. لکن باید اذعان کرد که هیچ‌یک از مطالعات، جایگاه روزنامه‌نگاری محلی و مشکلات آن را از دیدگاه خود مدیران و کارشناسان این حوزه موردبررسی قرار نداده و با معیار درونی به بررسی موضوع نپرداخته‌اند. حال آنکه، یکی از علل اصلی ناتوانی در حوزه مطبوعات و روزنامه‌نگاری محلی، ناشی از عدم شناخت کافی درباره اهمیت این گونه مطبوعات از یک سو و فقدان آگاهی درباره مشکلات و چالش‌های آن، از سوی دیگر است؛ به گونه‌ای که حتی مدیران و کارشناسان این حوزه، گاه از مشکلات نشریات محلی، غافل‌اند. مشاهده این وضعیت، پرسش‌های متعددی را در ذهن محقق متبادر می‌سازد. نوآوری این تحقیق تعیین مؤلفه‌های الگوی مدیریت کیفیت محتوا در روزنامه‌های محلی ایران است تا به افزایش کیفیت محتوای نشریات خود بپردازند و از سقوط شمارگان و از دست دادن مخاطبان به‌عنوان سرمایه‌های اصلی خود جلوگیری کنند.

چارچوب مفهومی

وظایف مطبوعات محلی را می‌توان ارائه اطلاعات خبری و غیر خبری از فعالیت‌های مهم استان در زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و... برحسب رویکرد و خط‌مشی‌های نشریه، ایجاد تعامل میان عموم مردم و مدیران استان، معرفی میراث فرهنگی و دستاوردهای علمی، افتخارات ورزشی و... در سطح استان، ترویج فرهنگ شفاهی خاص استان مانند ضرب‌المثل‌ها، حکایات، اشعار و... معرفی جلوه‌های مادی خلق‌شده در قالب بناها، ابزارها و... در سطح استان و احیاء آداب و سنن خاص استان، به‌ویژه در میان نسل جوان و معرفی و آگاهی بخشی به عموم مردم و مسئولان فرهنگی در خصوص مشاهیر و نخبگان علمی، فرهنگی، هنری و... در سطح استان برشمرد (مرتضوی، ۱۳۸۹: ۳۷) این در حالی است که نشریات محلی در صورت

برخورداری از امکانات مالی، فنی، نیروی انسانی متخصص و با بهره‌گیری از اصول حرفه‌ای می‌توانند تأثیر بسزا و مثبت بر توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و آموزشی داشته باشند (زارع، ۱۳۸۶: ۳۱)؛ حتی می‌توانند بر هویت ملی و قومی تأثیرگذار باشند و در جهت تقویت امنیت ملی گام بردارند (روحانی، جعفری و حیدری، ۱۳۹۱: ۳۷). با توجه به تأثیرگذاری مطبوعات محلی و این‌که در منطقه جغرافیایی محل فعالیت خود به‌عنوان بازوان توانمند مطبوعات سراسری، می‌توانند نقش و کارکرد بسیار خوبی داشته باشند، آسیب‌هایی که متوجه مطبوعات محلی و مانع حرکت پرشتاب آن‌ها است می‌تواند بسیار حیاتی باشد. مک‌کوایل مطبوعات را یکی از مهم‌ترین و قدیمی‌ترین ابزار اطلاع‌رسانی می‌داند و معتقد است که هنوز تأثیر خود را نسبت به سایر وسایل ارتباط‌جمعی مدرن حفظ کرده تا آنجا که حتی سایر وسایل ارتباط‌جمعی با فناوری پیشرفته خود هنوز نتوانسته‌اند به‌اندازه مطبوعات تأثیرگذار باشند (مک‌کوایل، ۱۳۸۸: ۱۴۴). یکی از شاخص‌های نشریه خوب محتوا است، یک روزنامه بیش از نصف محتوایش تولیدی است و بنابراین هزینه‌های ثابت سردبیری و کارکنان را در پی خواهد داشت و در بعضی از مطبوعات برای پایین آوردن هزینه‌های روزنامه از مطلب کپی استفاده می‌شود که محتوای روزنامه را پایین خواهد آورد (خاشعی، ۱۳۹۱: ۱۴). بسیاری از متصدیان و فعالان مطبوعاتی از لحاظ تحصیلی تناسبی با عرصه‌های کار خود ندارند و به دلیل علاقه، ذوق و استعدادهای فردی پا به عرصه مطبوعات نهاده‌اند. جاذبه‌های نهفته در بطن کار مطبوعاتی وجود دارد که میدان پر کششی برای جذب نیروهای مستعد و جوان است (هاشمی فارسی‌زاده، ۱۳۹۱: ۱۸).

مؤلف یا ناشری که برای اولین بار، اطلاعاتی را تولید و منتشر می‌کند، ممکن است در قبال ارزش موجود در تمام محتوای مطلب، مسئولیت نداشته باشد؛ مثلاً ممکن است بخشی از یک مقاله یا یک خبر، نقل قولی از یک فرد، کتاب یا وبسایت دیگر یا حتی برداشتی آزاد از نتایج یک تحقیق باشد. در این صورت، ارزش محتوای مقاله اقتباسی، ممکن است بسیار متفاوت با ارزش محتوای مقاله‌ی اصلی باشد. به این معنا که ممکن است مقاله اصلی معتبر باشد اما مقاله اقتباسی از اعتبار کافی برخوردار نباشد؛ یا بالعکس. بنابراین، اگر محتوای منبع اصلی نادرست باشد، از لحاظ حقوقی نمی‌توان نویسنده مقاله اقتباسی را به دلیل رجوع به مقاله‌ای که اشتباه است، بازخواست کرد این امکان برای همه وجود دارد که نتایج مدنظر خود را از محتوا بگیرند و ارزش‌های جدیدی بر پایه‌ی اطلاعات درون محتوای ارائه‌شده، ایجاد کنند که به فکر

مالک اصلی محتوا نمی‌رسیده است؛ این رخداد را نوآوری می‌نامند. نوآوری، فرد را قادر می‌سازد که با پردازش اطلاعات به شیوه‌ای متفاوت یا حتی خلق مفاهیم جدید، محتوای تازه‌ای ایجاد کرده و مرزهای دانش را گسترش دهد. مطبوعات محلی بازتابی از نیازها و مشکلات و مسائل زندگی در گستره جغرافیایی یک شهر یا منطقه ویژه است و کیفیت محتوای نشریات رضایت مخاطبان را به همراه خواهد داشت. مطبوعات محلی کارکردهای گوناگونی دارند، از جمله آگاهی از مسائل روز جامعه، اطلاع‌رسانی در مورد رویدادها، مسائل، مشکلات، پیشرفت، امکانات، جاذبه‌ها و ویژگی‌های یک منطقه است و با تأکید بر ارزش خبری مجاورت، مسائل و مشکلات محل انتشار خود را مورد بررسی قرار می‌دهد (دفلور، ۱۳۸۷: ۱۰۹)؛ و از عمده وظایف آن‌ها ارائه اطلاعات خبری و غیر خبری از فعالیت‌های مهم استان در زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و... برحسب رویکرد و خط‌مشی‌های نشریه، ایجاد تعامل میان عموم مردم و مدیران استان، معرفی میراث فرهنگی و دستاوردهای علمی، افتخارات ورزشی و... در سطح استان، ترویج فرهنگ شفاهی خاص استان مانند ضرب‌المثل‌ها، حکایت‌ها، اشعار و... معرفی جلوه‌های مادی خلق‌شده در قالب بناها، ابزارها و... در سطح استان، بازشناسی و احیاء آداب و سنن خاص استان، به‌ویژه در میان نسل جوان و معرفی و آگاهی بخشی به عموم مردم و مسئولان فرهنگی در خصوص مشاهیر و نخبگان علمی، فرهنگی، هنری و... در سطح استان است (مرتضوی، ۱۳۸۹: ۳۷).

درواقع حیات حرفه‌ای و مقبولیت هر نشریه‌ای به میزان نیروهای کارآموده و کیفیت انتشار مطالب آن‌که زائید نیروهای کارآموده است بستگی دارد. متأسفانه تعداد انبوهی از نشریات نوظهور، با کمترین پشتوانه از نیروهای متخصص پا به عرصه وجود گذاشته‌اند. این مطبوعات هیچ‌گونه جایگاه و قدرت تأثیرگذاری در جامعه و میان مردم ندارند (کرمی‌نژاد، ۱۳۹۱: ۲۵). با توجه به آنچه گفته شد محقق برای ترسیم مؤلفه‌های الگوی مدیریت کیفیت محتوا در روزنامه‌های محلی ایران از مدل پارادایمیک اشتراوس و کوربین (فراستخواه، ۱۳۹۶: ۱۰۱) استفاده می‌کند تا پس از سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی؛ عوامل علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر را بشناسد و با شناخت راهبردها به پیامدهای آن نیز دست یابد.

روش پژوهش

این پژوهش، از نوع اکتشافی با راهبرد کیفی و از منظر هدف، توسعه‌ای-کاربردی بود. با توجه به نظر اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸) پژوهش‌های اکتشافی با روش داده بنیاد به

دنبال کشف و ارائه یک چارچوب انتزاعی از یک فرایند بوده و در همین جهت، رویکرد نظام‌مند این پژوهش گران، به‌منظور شکل‌دهی شاخص‌های مدیریت کیفی محتوا در روزنامه‌های محلی ایران انتخاب شد. جامعه مورد مطالعه این بخش را صاحب‌نظران در حیطه رسانه، روزنامه‌نگاری و مدیریت کیفیت محتوا تشکیل داده و به روش نمونه‌گیری نظری انتخاب شده‌اند. با توجه به حجم نمونه در روش‌های کیفی که در گروه‌های همگون ۶ تا ۸ واحد و برای گروه‌های ناهمگون ۱۲ تا ۲۰ واحد پیشنهاد شده است. مصاحبه‌ها به روش نیمه ساختاریافته جهت گردآوری داده‌ها تا اشباع نظری به تعداد ۱۰ تا ادامه یافته و پس از آن تعداد ۲ مصاحبه نیز برای حصول اطمینان بیشتر انجام شد. خبرگان انتخاب‌شده بر اساس معیارهای زیر انتخاب‌شده‌اند:

۱. مدیر مطبوعات محلی. ۲. انجام پژوهش مربوط، ۳. دارا بودن سابقه مدیریت اجرایی در زمینه رسانه، روزنامه‌نگاری و مدیریت کیفیت محتوا. ۴. دارا بودن سابقه اجرایی بیش از ۱۲ سال.

پس از این مراحل، نتایج حاصل از مصاحبه‌ها گزارش نویسی شده و تحلیل داده‌ها به‌وسیله نرم‌افزار مکس کیو دا ۲۰۲۰ وارد شد. کدهای مربوطه در ۶ بخش، پدیده محوری، شرایط علی، راهبردها، عوامل زمینه‌ای، پیامدها و عوامل مداخله‌گر تحلیل و جداول مفهومی در بخش نتایج به تفسیر شرح شده است.

به‌عنوان آخرین مرحله از پژوهش نیز، تحلیل نهایی به سمع و نظر مشارکت‌کنندگان رسیده و بر اساس بازخوردهای افراد، تجدیدنظر و اصلاح گردید. برای اعتبار سنجی این پژوهش نیز، از روش سه سویه سازی (بازنمایی داده‌ها) به دلیل خاصیت خنثی سازی به‌جای تشدید، گرایش‌ها و سوگیری‌ها بود استفاده شد. در آخر همگرایی داده‌ها در باز نمایی از قالب خشک خارج و با استفاده از به اشتراک‌گذاری بین خبرگان شرکت‌کننده به‌وسیله جلسه‌ای که به‌نقد داده‌ها پرداخته شد، همین خبرگی و نقادی به همگرایی نهایی داده‌ها منجر شد.

یافته‌های پژوهش

برای پرداختن به یافته‌های پژوهش آن‌ها را در دو دسته توصیفی و استنباطی ارائه می‌نمایم.

الف) یافته‌های توصیفی

در این پژوهش با تعداد ۱۲ نفر از خبرگان و مدیران در حوزه روزنامه‌نگاری و علوم ارتباطات مصاحبه شده که تمامی افراد در مقطع دکتری با جنسیت مرد بوده و همچنین مدت زمان کل مصاحبه شده ۱۴۳۵ ساعت و با مجموع ۱۶۸ سال سابقه کاری بوده است.

(ب) یافته‌های استنباطی

پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها و تحلیل داده‌ها بر مبنای کدگذاری باز، محوری و انتخابی (کدگذاری موضوعی روش استراوس و کوربین) بر روی داده‌ها انجام شد. واحد تحلیل در مصاحبه نیز بر مبنای پاراگراف بوده و طی سه مرحله زیر انجام شده است که در جدول (۱) به‌عنوان نمونه آورده شده است:

۱. کدگذاری باز: عبارات مهم و مرتبط با سؤالات پژوهش، استخراج و در جدول قرار گرفت. سپس دسته‌بندی شدند.

۲. کدگذاری محوری: مقوله‌های به‌دست‌آمده از کدگذاری باز پالایش و تفکیک شده و مفاهیم مشترک در یک دسته قرار گرفت.

۳. کدگذاری انتخابی: کدگذاری محوری در سطحی انتزاعی‌تر ادامه و به هر دسته یک برچسب زده شد.

سپس، فراوانی داده‌های حاصل از نظرات مشارکت‌کنندگان در هر یک از مقولات کدگذاری شده بررسی و به‌عنوان نمونه در جدول (۲) بیان شده است. پس از آن به سؤالات پژوهش پاسخ داده شد که در ادامه بررسی شده است.

جدول ۱. نمونه کدگذاری‌های انجام‌شده

ردیف	داده مفهومی	سند مربوطه	مقوله فرعی
۱	اخلاق جزو لاینفک کار روزنامه‌نگاری است اگر سردبیر و مدیرمسئول به اخلاق‌مداری در روزنامه توجه نکند به وظایف خود به‌عنوان یک فرد حرفه‌ای واقف نیست. تبعیت از قانون و عرف محلی نیز زیرمجموعه‌ای از اخلاق حرفه‌ای محسوب می‌شود که برای موفقیت یک نشریه لازم است. قانون موضوعی جهان‌شمول است و در روزنامه‌های محلی نیز طبیعتاً رعایت می‌شود. وضع موجود را خیلی حرفه‌ای نمی‌بینم.	A۱	تبعیت از عرف محلی
۲	در کل توزیع روزنامه‌های محلی و غیر محلی دچار آسیب است و آسیب از اینجاست ناشی می‌شود که چون شمار پایین است سیستم توزیع قوی شکل نمی‌گیرد. در اوایل دهه هفتاد طبق پژوهشی که داشتم مطبوعات در فرانسه چند میلیارد روزنامه در سال توسط پست توزیع می‌شد درحالی که این تعداد در ایران به چند صد روزنامه هم نمی‌رسید و هزینه توزیع گران می‌شد. ما این ضعف را داریم.	A۳	سیستم توزیع محلی و مناسب

ردیف	داده مفهومی	سند مربوطه	مقوله فرعی
۳	بیشتر روزنامه‌نگاری امروزه به دلیل افت درآمد روزنامه‌نگاران به محتوای تبلیغاتی روی آورده شده خصوصاً در روزنامه‌های محلی و همین موضوع بر مدیریت محتوا مؤثر بوده و باعث کاهش سطح کیفی تحلیل‌های خبری می‌شود، در نتیجه روزنامه‌های محلی باید توان تحلیل خود را بالا برده و محتوای خبری را از تبلیغات تفکیک بیشتری دهند.	A۵	استقلال محتوای خبری از تبلیغات
۴	حمایت فله‌ای از هر نهاد دولتی و غیردولتی باعث به وجود آمدن شرایط کنونی شده است. مگر اینکه حمایت نهادهای دولتی و غیردولتی سمت‌وسوی تخصصی و حرفه‌ای‌گری داشته باشد و به‌عنوان مثال روزنامه‌ای را به دلیل بررسی محتوایی و کیفیتی تشویق کند و مبالغی را برای ارتقای سطح کیفی ارائه دهند ولی اکنون این‌طور نیست و بر اساس رتبه‌بندی قبلی یارانه‌ها تعلق می‌گیرد.	A۹	تشویق برای ارتقای سطح کیفی
۵	آموزش خبرنگاران قطعاً بسیار تعیین‌کننده است و به‌عنوان نقطه قوت آن رسانه محسوب می‌شود، اما این موضوع مستلزم صرف هزینه و برنامه‌ریزی است. عمدتاً رسانه‌های ما این برنامه‌ریزی و قدرت اقتصادی را ندارند. اگر نشریه‌ای بتواند این کار را انجام دهد بسیار مؤثر است.	A۱۲	آموزش خبرنگاران

جدول ۲. فراوانی داده‌های حاصل از نظرات مشارکت‌کنندگان در هر یک از مقولات کدگذاری شده

فراوانی	کدهای مصاحبه‌شوندگان											کدهای شناسایی شده	
	نفر ۱۲	نفر ۱۱	نفر ۱۰	نفر ۹	نفر ۸	نفر ۷	نفر ۶	نفر ۵	نفر ۴	نفر ۳	نفر ۲		نفر ۱
۵		*			*			*		*		*	تبعیت از عرف محلی
۶	*			*			*	*	*	*			سیستم توزیع مناسب
۸	*		*	*		*	*	*	*	*	*	*	استقلال محتوای خبری از تبلیغات
۶		*		*			*	*	*	*	*		تشویق برای ارتقای سطح کیفی
۷	*		*			*	*	*	*	*	*	*	آموزش خبرنگاران

پس از بررسی‌های انجام‌شده در نرم‌افزار مکس کیو دا در نهایت الگوی پارادایمی که در قالب نمودار (۱) نشان داده شده است، حاصل شد.

اخبار است، در نتیجه ساکنان محلی می‌توانند اطلاعات معتبری را به کمک آن‌ها دریافت نمایند (Wakefield, S. E., & Elliott, S. J., 2003). از سویی دیگر رسانه‌های محلی باید تعهد در روزنامه‌نگاری را حفظ نمایند زیرا همسو با مطالعه پیکارد (۲۰۰۴) عدم رعایت تعهد روزنامه‌نگاری منجر به کنار گذاشتن مخاطبان از نشریه خواهد شد (Picard, 2004). یکی از مواردی بسیار مهمی که در این پدیده محور قرار گرفته به‌روز بودن مدیران نشریه است، چنانچه در تأیید این مهم، میسر (۲۰۰۷) نیز بیان داشته که مدیران یک نشریه نقش بسیار مهمی را به‌عنوان هماهنگ‌کننده، برنامه‌ریز، مشاور، میانجی و تصمیم‌گیرنده داشته و اگر دانش آن‌ها به‌روز نباشد، بسیاری از کارها را مختل می‌نماید (Meier, 2007). همین مسئله در شامه خبری آن نشریه نیز به‌طور قطع تأثیرگذار خواهد بود. از طرفی بر روی حرفه‌ای بودن موضع‌گیری نقد روزنامه نیز تأثیر خواهد گذاشت، به‌طوری‌که ملادو و لاگوس در سال ۲۰۱۴ بیان می‌دارند که حرفه‌ای‌گری و ابعاد ایدئولوژی حرفه‌ای یکی از مؤثرترین موارد در جهت تحقق فرهنگ حرفه‌ای روزنامه‌نگاری بوده و نقد سازنده می‌تواند نشان‌دهنده میزان حرفه بودن یک روزنامه و افزایش مخاطب و کیفیت محتوا شود (Mellado, C. & Lagos, C. 2014).

پدیده علمی؛ با کنکاش در نظر خبرگان مشخص شد که عوامل همچون ضعف در گرافیک و صفحه‌آرایی، ضعف فرهنگ در جامعه، عدم توانایی در جذب افراد متخصص، جذابیت بحث‌های سیاسی، محدودیت‌های اقتصادی، کمبود مصاحبه‌های چالشی و هدف‌دار می‌تواند به‌عنوان مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر پدیده علمی باشد. چنانچه مطالعات همسو با نتایج مطالعه حاضر را جاندران (۲۰۰۹) بیان داشته که نحوه نگارش داستان‌ها و نحوه ارائه عکس‌ها و گرافیک نیز بر تفسیر خبر بسیار مؤثر بوده و قاب‌بندی ضعیف می‌تواند در کیفیت محتوا تأثیر نامطلوبی را بگذارد (Rajandran, 2009). از طرفی دیگر بیم (۲۰۰۳) عقیده دارد که ضعف فرهنگ در روزنامه و محصولات فرهنگی باعث از بین رفتن کیفیت محتوا و کاهش بازار آن روزنامه خواهد شد (Beam, 2003: 370). در مورد مؤلفه بعدی، کانیس (۱۹۹۱) بیان داشته که عدم توانایی در جذب افراد متخصص می‌تواند تأثیر شگرفی را در محتوای روزنامه بگذارد و در یک جبهه بسیار متفاوت، مطبوعات تخصصی محلی بسیار بیشتر از مطبوعات سراسر نیاز به این موضوع خواهند داشت (kaniss, 1991: 7). در مورد مؤلفه جذابیت بحث‌های سیاسی باید گفت که نوع نگارش و میزان جذابیت آن یکی از موارد مهم تأثیرگذار بر محتوا بوده و خصوصاً در مبحث سیاست باید بیش از پیش به این نکته توجه داشت، یکی دیگر از موارد مؤثر بر کیفیت محتوای روزنامه محدودیت‌های اقتصادی است

که یک روزنامه محلی می‌تواند با آن سروکار داشته باشد، چنانچه همسو با این نظر وین هولد (۲۰۰۸) بیان کرده که بر طبق تحقیقات، حوزه روزنامه‌نگاری تمایل دارد بر تأثیرات رقابت و محدودیت‌های اقتصادی بر کیفیت روزنامه‌نگاری یا محدودیت‌های اخلاقی که بر روزنامه‌نگاران تأثیر می‌گذارد تمرکز کند و همین امر باعث تمایز بسیاری از روزنامه‌ها با یکدیگر می‌شود و حتی بر تصمیم‌گیری در مورد محتوا و جهت روزنامه نیز بسیار مؤثر است (Weinhold, 2008: 482). مبحث مؤثر بعدی بر شرایط علی پدیده محوری این پژوهش کمبود مصاحبه‌های چالشی و هدف‌دار هست، در واقع عامل جذابیت مسائل روز و چالش برانگیز است، هرچه این‌گونه مطالب بیشتر باشد، قطعاً کیفیت محتوا نیز بالا رفته در نتیجه بر کیفیت روزنامه محلی مؤثر خواهد بود. همسو با این مورد امپسون و اریکسون نیز در سال (۲۰۱۳) بیان داشته‌اند که مصاحبه‌های جنجالی و چالش برانگیز بر محتوا بسیار مؤثر است (Ebbesson, E. & Eriksson, C. I, 2013: 605).

شرایط زمینه‌ای؛ تحلیل نتایج حاصل از مصاحبه‌ها، منتج به مقوله‌های فرعی، سیاست‌های حمایتی دولت، ضعیف بودن وضعیت بیمه و حقوق روزنامه‌نگاران، توزیع خوب روزنامه‌های محلی، پرونده‌های قضایی، تعامل مسئولان و مدیران با خبرنگاران، نداشتن امنیت شغلی و درآمد مناسب، عدم پشتیبانی از خبرنگاران، توزیع مناسب، اخلاق حرفه‌ای، محافظه‌کاری روزنامه‌ها، ضعف در محتوا، پرداختن به مسائل پول‌ساز و اقتصادی، عدم پرداختن به توسعه انسانی، ضعف آموزش دانشگاهی، عشق به کار روزنامه‌نگاری، کمبود شدید امکانات، عدم داشتن سیستم توزیع حرفه‌ای، کمبود امکانات رفاهی، عدم هماهنگی در توزیع و اهمیت منابع مالی شده است. در جهت تصدیق این مقوله‌ها همسو با مطالعه حاضر، دیماگیو و همکاران (۲۰۱۳) بیان داشته‌اند که سیاست‌های حمایتی دولت تأثیر بسزایی را هم در پیشرفت روزنامه و هم در جهت پیشرفت مسائل فرهنگی جامعه بسیار مؤثر بوده است، به‌عنوان مثال نزدیک ۸۰۰۰ مقاله در مورد هنر بین سال‌های ۱۹۸۶ تا ۱۹۹۷ در ۵ روزنامه آمریکایی منجر به شکوفایی این موضوع در آمریکا شده است (DiMaggio et.al. 2013: 371). فارسیس و همکاران (۲۰۲۰) اعتقاد دارند که روزنامه‌ها برای کاهش هزینه‌ها در حال افزایش استخدام افراد دانشجو بوده و یا در تلاش برای کاهش حقوق روزنامه‌نگاران هستند، همین مسئله ضعیف بودن وضعیت بیمه و حقوق روزنامه‌نگاران تأثیر بسیاری را بر محتوای روزنامه گذاشته، زیرا پرداخت کمترین حقوق به ازای هر محتوای تولیدی باعث افزایش تولید محتوا توسط خبرنگار و کاهش کیفیت آن به‌واسطه افزایش حقوق جبرانی می‌شود (Farias et.al. 2020: 295). مقوله توزیع خوب روزنامه‌های

محلی اذعان شده توسط خبرگان مصاحبه شده به صورت غیرمستقیم بر کیفیت محتوا مؤثر بوده و در واقع زمینه‌ساز خواهد بود، زیرا هرچه یک روزنامه با کیفیت هم باشد، بدون توزیع خوب نمی‌تواند مخاطب مناسب را جذب و کیفیت محتوای خود را به درستی لایحه نماید. یکی دیگر از مسائل مهمی که در ایران بر کیفیت محتوا اثرگذار است، عدم امنیت قضایی و پرونده‌های قضایی است. در واقع، محتوای خوب در روزنامه‌ها ممکن است جنجال‌آفرین نیز باشد، پس یک خبرنگار باید مصون از بسیاری مسائل بماند. آبدنور و ریفی (۲۰۱۹) معتقد هستند که تعامل باید بین خبرنگار و مدیر سازنده و برقراری باشد، در غیر این صورت ممکن است جهت‌های حرکتی مخالف یکدیگر بوده و نتوان کیفیت محتوا را آن‌طور که شایسته است مدیریت نمود (Abdenour, J. & Riffe, D, 2019).

همسو با این پژوهش گومز مامپارت و همکاران (۲۰۱۵) بیان داشته‌اند که عدم وجود امنیت شغلی و درآمد مناسب ظرفیت انتقادی روزنامه‌نگاران را تضعیف کرده و عامل کاهش کیفیت کار و محتوا نیز است (Gomez-Mompart et.al. 2015). ویل نات و همکاران (۲۰۱۳) نیز با نظر این پژوهش همسو بوده و بیان داشته‌اند که هرچه پشتیبانی از روزنامه‌نگار کمتر باشد، آزادی عمل کمتر و محتوای ضعیف‌تری تولید خواهد شد که البته کشورهای دموکراتیک اندکی بیشتر از این نقش کلاسیک روزنامه‌نگاری حمایت می‌کنند (Willnat et.al. 2013). شرط زمینه‌ای بعدی که مورد اتفاق نظر بوده، اخلاق حرفه‌ای و تأثیرات آن است، همسو با این تحقیق، ویسزورک و همکاران (۲۰۱۲) بیان داشته‌اند که کنشی بین وضعیت مادی و اخلاق حرفه‌ای و رعایت آن وجود داشته و همین موضوع نیز می‌تواند مؤثر بر محتوای تولیدشده روزنامه‌نگار باشد (Wieczorek et.al. 2012).

یکی از مباحث مهم در ایران و جهان البته، اجبار به محافظه‌کاری یک رسانه و فشار سانسور است، البته که مقوله‌های دیگر به دست آمده حکایت از آن دارد که زمینه‌ساز تولید محتوای با کیفیت پرداختن به مسائل پول‌ساز و اقتصادی، پرداختن به توسعه انسانی و سیاسی است، ولی جنجال نیز در این موضوعات زیاد بوده و قطعاً روزنامه‌ها آن‌طور که شایسته و بایسته است، به آن نخواهند پرداخت. همسو با مطالعه حاضر، فریبرگ و همکاران در سال ۲۰۱۲ به این موضوع اشاره و اعتقاد داشته‌اند که تحقیق در مورد محافظه‌کاری سیاسی و نظریه تهدید یکپارچه نشان می‌دهد که روزنامه‌های محافظه‌کار، در مقایسه با روزنامه‌های لیبرال از تعدد بالاتری برخوردار بوده و همین موضوع بر محتوای تولیدشده نیز مؤثر است، در واقع دوری از جنجال‌آفرینی باعث تغییر

شکل محتوای تولیدی به‌خصوص در زمینه‌های سیاسی و اقتصادی شده و در نتیجه حتی بر کیفیت محتوای تولیدی نیز مؤثر است (Fryberg et.al. 2012: 96). چند مؤلفه این پژوهش دارای تأثیر برهم و همچنین کیفیت محتوای تولیدی می‌باشند، از جمله ضعف آموزش دانشگاهی، عشق به کار روزنامه‌نگاری و اهمیت منابع مالی، در واقع این سه مؤلفه تأثیرگذار یک برهمکنش ذاتی نیز دارند، به‌زعم نویسندگان این پژوهش، ضعف در آموزش می‌تواند بر عدم تمایل و یا تمایل به کار روزنامه‌نگاری یک تأثیر دوطرفه داشته و منابع مالی نیز مزید بر علت همین عوامل خواهد بود و در نهایت کیفیت محتوای تولیدشده وابسته به این موضوعات مطرح‌شده است.

شرایط مداخله‌گر: بر اساس نتایج تحلیل کیفی صورت گرفته به روش اکتشافی داده بنیاد، شاخص‌های رپورتاژ آگهی به‌عنوان منبع درآمد، استقلال محتوای خبری از تبلیغات، ارتباط درآمد نشریه با معیشت و وضع اقتصادی مردم، به‌روز بودن مدیران، داشتن تخصص لازم، دیدن آموزش‌های تخصصی، اجرای دوره‌های خبری، همکاری نهادهای مسئول، سواد رسانه‌ای پایین مخاطب، تشویق برای ارتقای سطح کیفی، کمک به رونق کسب‌وکار، قدردانی از سردبیران موفق، ایجاد تشکل‌ها و انجمن‌های مطبوعاتی، رعایت قوانین مطبوعات، تعامل به کسب‌وکار محلی، تبلیغ صرف بودن رپورتاژها، آموزش خبرنگاران، وجود تشکل‌های مختلف، نگاه به‌عنوان حرفه اقتصادی، استاندارد نبودن امکانات، عدم بودجه برای به‌روزرسانی تجهیزات، موازی کاری‌ها، داشتن پلن طولانی مدت برای نشریه به‌عنوان مقوله‌های شرایط مداخله‌گر در ارائه الگوی مدیریت کیفیت محتوا در روزنامه‌های محلی ایران انتخاب شدند.

شاخص رپورتاژ آگهی به‌عنوان منبع درآمد، می‌تواند مؤثر بر تولید محتوا باشد، زیرا هرچه درآمد بیشتر باشد، سطح رفاه کارکنان بیشتر و در نتیجه منجر به افزایش کیفیت محتوا خواهد شد، یکی از مسائل مهم دیگر استقلال محتوا خبری از تبلیغات است، در واقع بسیاری از روزنامه‌ها، برای افزایش درآمد محتوای خود را با تبلیغات گره زده و این مسئله قطعاً به کاهش کیفیت محتوای تولیدی می‌انجامد. همسو با این مسائل کومبر و همکاران (۲۰۰۰) بیان داشته‌اند که اغلب روزنامه‌ها در تلاش برای ارتقاء سطح نمایندگی تبلیغاتی خود بوده و توجه به این منبع درآمدی، شاید روزنامه‌نگاران را از تخصص‌گرایی دور می‌نماید، به نظر آن‌ها، مثلاً در موضوع مواد مخدر، باید روزنامه‌نگار متخصص آن حوزه مقاله بنویسد تا محتوا از کیفیت مناسب برخوردار باشد (Coomber, 2000: 217). پس باید برای مدیریت کیفیت محتوای

ارائه‌شده، در روزنامه، داشتن تخصص لازم، اجرای دوره‌های خبری، دیدن آموزش‌های تخصصی و در پس آن تشویق برای ارتقای سطح کیفی و قدردانی از سردبیران موفق صورت پذیرد تا انگیزه کارکنان روزنامه محلی افزایش یافته و آموزش تخصص نیز در زمینه‌های لازمه نشریه کسب نماید، در پس این موضوعات قطعاً کیفیت محتوا افزایش محسوسی را نشان خواهد داد.

دیگر شرایط مداخله‌گر مطرح‌شده در این پژوهش، همکاری نهادهای مسئول، کمک به رونق کسب‌وکار، ایجاد تشکل‌ها و انجمن‌های مطبوعاتی، رعایت قوانین مطبوعات و تعامل به کسب‌وکار محلی است، در واقع پیش‌نیاز همکاری نهادها مسئول و متولی در جهت کمک به رونق کسب‌وکار تعاملی، ایجاد تشکل‌های صنفی بوده که اولاً واسطه ارتباطی بوده و ثانیاً، باعث رونق کسب‌وکار و حمایت‌های فرا سازمانی خواهند شد، در نتیجه، این موضوع باعث افزایش حس اعتماد روزنامه‌نگار به روزنامه و افزایش منابع مالی روزنامه محلی خواهد شد، در پس پرده این مسائل، قدم آخر تولید محتوای باکیفیت‌تر است که اتفاق خواهد افتاد.

یکی از آفت‌های روزنامه‌نگاری و کنترل کیفی محتوا، بحث موازی‌کاری‌ها و کپی‌کاری‌ها بوده و این موضوع نشأت گرفته از دو جهت است، یک اینکه نگاه حرفه‌ای به موضوع را متولیان امر نداشته و ثانیاً پلن‌های طولانی‌مدتی را برای نشریه در نظر می‌گیرند که همین موضوع در کهنگی و خستگی روزنامه‌نگار، دموه شدن شیوه‌های نگارشی و ... می‌انجامد. پس باید برای مدیریت کیفیت محتوای ارائه‌شده به عامل زمان و وضعیت سواد رسانه‌ای جامعه نگاه کرد، باید روزنامه‌نگاران به‌روز حرکت کرده و با توجه به شرایط حال، محتوا تهیه نمایند.

۵. راهبردها و اقدامات: نتایج تحلیل محتوای کیفی نشان داد که همسو با نتایج حاضر، جاوید (۲۰۱۶) نیز معتقد است که برگزاری دوره‌های آموزشی می‌تواند نقش به‌سزایی را در کیفیت محتوای تولیدی داشته باشد (Jawaid, 2016)، از طرفی دیگر نیز پیرسون (۱۹۹۴) در راهبرد آموزش اعتقاد دارد که دوره‌های آموزشی باید به‌صورت تعاملی و با روزنامه‌نگاران روزنامه‌های مختلف برگزار شده و هرچه دوره بزرگ‌تر، در نتیجه، افراد شرکت‌کننده می‌تواند با طیف وسیعی از سوابق، دیدگاه‌ها و رویکردها عموم مردم به‌عنوان ذینفع بهتر آشنا شده و همین امر به بهتر شدن خدمات خواهد انجامید (Pearson, 1994: 67). یکی از راهبردهای دیگر تخصصی شدن و توجه به مسائل محلی است، چون هدف کیفیت محتوای روزنامه‌های محلی بوده و تمایز

دیدگاه فرد عامه نسبت به روزنامه سراسری تا محلی در همین امر نهفته است. از طرفی این موضوع باید گره به مسائل روز خورده تا پیشرفت در کیفیت محتوا حاصل شود، پس موضوعات توسعه اجتماعی با نگاهی تخصصی می‌تواند راهگشای افزایش و بهبود کیفیت محتوای ارائه‌شده شود. در نتیجه هرچه به مسائل روز بیشتری پرداخته شود، نقش راهبردی عمل کردن به‌عنوان حلقه واسط مردم و حاکمیت شکل گرفته و همین امر می‌تواند در تأثیرات بسیار مثبتی را در کیفیت محتوای تولید بگذارد.

۶. پیامدها: تحلیل نتایج نشان داد که هرچه کیفیت محتوای تولیدشده بیشتر باشد. در نتیجه، افزایش رضایت‌مندی افراد عامه را نیز در پیش داشته و باعث افزایش جذب مخاطب در روزنامه‌های محلی می‌شود. هرچه مخاطب بیشتری جذب‌شده، به طبع آن پیگیری و هماهنگی‌های مسئولان جامعه نیز معطوف روزنامه محلی شده و پیامدهای مناسبی را خصوصاً در مسائل زیر بنایی به ارمغان خواهد آورد. همان‌طور که محمود و همکاران (۲۰۱۸) بیان داشته‌اند که هر کیفیت محتوا در روزنامه بیشتر شود. در نتیجه، رضایت خوانندگان نیز بیشتر خواهد بود.

پیشنهاد‌های کاربردی

با توجه به نتایج به دست آمده از این مطالعه، پیشنهاد‌های زیر قابل ارائه است:

۱. روزنامه‌های محلی باید ارتباطات محلی خود را با روزنامه‌های دیگر فعال در حوزه خود و همچنین مردم محلی حفظ نماید تا حس نوستالژی و گرایش تعصبی به روزنامه محلی توسط هم‌محلی‌ها حفظ و باعث کنترل جایگاه درآمد و همچنین کیفیت محتوا شود.

۲. تعهد و اخلاق حرفه‌ای یک اصل بوده و بودن آن محتوای با کیفیت تولید نخواهد شد، در این راستا روزنامه‌های محلی نیز از این امر مستثنا نبوده و خصوصاً بیشتر مورد توجه خواهند بود.

۳. مدیران نشریه باید به علم روز آگاهی داشته و با افزایش دانش خود بتوانند شامه خبری بهتری را به دست آورده و مواضع نقدی خود را بر وضعیت جامعه بهتر هدف‌گیری نمایند.

۴. گرافیک و صفحه‌آرایی روزنامه، محل ورود و خرید مخاطب است، چون نگاه اول باید جاذب بوده و روزنامه بتواند نیاز بصری مخاطب را تأمین نماید.

۵. سیاست‌های فرهنگی باید به جهتی پیشرفته که فرهنگ خرید روزنامه چاپی احیاشده و در صورت عدم تحقق این امر روزنامه‌های محلی قطعاً قرن آینده را

نخواهند دید، مگر در شیوه تولید محتوا و بستر فعالیت خود تجدیدنظر کنند. ۶. محدودیت‌های اقتصادی جامعه در خرید نسخ چاپی، گرانی روزنامه و محدودیت‌های اقتصادی باعث عدم جذب افراد متخصص در این حوزه شده و همین امر باعث افت کیفیت محتوا می‌شود. در این مورد باید با کنترل تعداد نیرو، افزایش نیروی متخصص و لو‌اندک می‌توان کیفیت محتوا را به‌مرورزمان بهبود بخشید.

منابع و مأخذ

- پژوهش فر، شیوا و محمد اسکندری (۱۳۹۰). «بررسی میزان توجه نشریات محلی استان کردستان به شاخص‌های نشریات محلی»، فصلنامه فرهنگ ارتباطات، شماره ۴: ۲۱۲-۱۹۱.
- تقی‌پور، فائزه (۱۳۸۴). «بررسی وضعیت کارآمدی مطبوعات اصفهان بعد از خرداد ۷۶»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
- تقی‌پور، فائزه (۱۳۹۶). «مطالعه کیفی آسیب‌های مطبوعات محلی شهر اصفهان از دیدگاه فعالان باتجربه در سال ۱۳۹۵»، فصلنامه رسانه، شماره ۴: ۵۵-۲۷.
- خاشعی، وحید (۱۳۹۱). مدیریت راهبرد در رسانه‌ها، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- خراسانی محمدامین، هادی راستی و اسماعیل رحمانی (۱۳۹۵). «تحلیلی بر اثرگذاری رسانه‌های جمعی و مطبوعات از دیدگاه ساکنان نواحی روستایی شهرستان کنارک (مطالعه موردی: دهستان زرآباد غربی)»، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، شماره ۲۲: ۱۶۳-۱۴۷.
- دفلور، ملوین (۱۳۸۷). شناخت ارتباط جمعی، ترجمه سیروس مرادی، تهران: انتشارات دانشکده صداوسیما.
- روحانی، مهدی، علی‌جعفری و اکبرحیدری (۱۳۹۱)، «بازتاب هویت ملی و هویت قومی در مطبوعات محلی»، فصلنامه فرهنگ ارتباطات، شماره ۸: ۳۸-۲۱.
- زارع، بیژن (۱۳۸۶). بررسی میزان استفاده و رضایتمندی مخاطبان از نشریه‌های محلی (شیراز، زنجان، سنندج)، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- زارع، بیژن (۱۳۸۶). بررسی ویژگی‌های نیروی انسانی، امکانات مالی و فنی نشریه‌های محلی استان‌های فارس، زنجان و کردستان، تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- شومیکر، پاملا (۱۳۹۷). دروازه بانی، ترجمه حسین افخمی. تهران: نشر نی.
- فراستخواه، مقصود (۱۳۹۶). روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تأکید بر نظریه‌ی بر پایه (گراند تئوری GTM)، چاپ چهارم، تهران: نشر آگاه.
- قندی، حسین (۱۳۸۴). روزنامه‌نگاری نگاری تخصصی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- کرمی‌نژاد، حامد (۱۳۹۱). «حال مطبوعات محلی ناخوش است»، خبرگزاری بین‌المللی کرد پرس. ۱/۵/۱۳۹۱. کد مطلب ۳۰۱۷۸ www.kurdpress.com
- کریمی، زهرا؛ حسین انظامی و علی‌اصغر محکی (۱۳۹۷). «جایگاه روزنامه‌نگاری محلی از نگاه کارشناسان و متخصصان این حوزه»، رسانه، شماره ۳: ۱۲۴-۱۰۷.
- مرتضوی، محمودرضا (۱۳۸۹). خبرنگاری برای رسانه‌های جمعی، چاپ اول. انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد میبد یزد.

- مصطفوی کهنگی فرحناز (۱۳۹۲). «نقش فضای اجتماعی در توسعه مطبوعات محلی، مطالعه موردی، مطبوعات محلی شهر کاشان»، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی، شماره ۲: ۲۱۸-۱۹۹.
- مک کوایل، دنیس (۱۳۸۸). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجلالی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- نوابخش، مهرداد و علی محمد مزیدی (۱۳۹۰). «تبیین مدل فضای اجتماعی در توسعه مطبوعات محلی: مطبوعات محلی استان یزد»، فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، شماره ۱۵: ۱۷-۱.

- Abdenour, J., & Riffe, D. (2019). Digging for (ratings) gold: The connection between investigative journalism and audiences. *Journalism Studies*, 20(16), 2386-2403
- Beam, R. A. (2003). Content differences between daily newspapers with strong and weak market orientations. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80(2), 368-390.
- Coomber, R., Morris, C., & Dunn, L. (2000). How the media do drugs: Quality control and the reporting of drug issues in the UK print media. *International Journal of Drug Policy*, 11(3), 217-225.
- DiMaggio, P., Nag, M., & Blei, D. (2013). Exploiting affinities between topic modeling and the sociological perspective on culture: Application to newspaper coverage of US government arts funding. *Poetics*, 41(6), 570-606.
- Ebbesson, E., & Eriksson, C. I. (2013, July). **A User Driven Design Approach to Creating UGC Services—Challenging the Newspaper Industry.** In International Conference on Human Interface and the Management of Information (pp. 187-196). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Farias, P., Rojano, F. J. P., & Roses, S. (2020). **Journalists in Spain.** In *The global journalist in the 21st century* (pp. 295-305). Routledge.
- Fryberg, S. A., Stephens, N. M., Covarrubias, R., Markus, H. R., Carter, E. D., Laiduc, G. A., & Salido, A. J. (2012). How the media frames the immigration debate: The critical role of location and politics. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 12(1), 96-112.
- Gillmor, D. (2006). **We the media: Grassroots journalism by the people, for the people.** "O'Reilly Media, Inc."
- Gomez-Mompart, J. L., Gutiérrez-Lozano, J. F., & Palau-Sampio, D. (2015). Spanish journalists and the loss of news quality: Professional judgements. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 23(45), 143-150.
- Jawaid, S. A. (2016). Professionalism in Medical Journalism and Role of HEC, PM&DC. *Annals of King Edward Medical University*, 22(3).
- Kaniss, P. (1991). **Making local news.** University of Chicago Press.
- Meier, K. (2007). Innovations in Central European newsrooms: Overview and case study. *Journalism practice*, 1(1), 4-19.
- Mellado, C., & Lagos, C. (2014). Professional roles in news content: Analyzing journalistic performance

- in the Chilean national press. **International Journal of Communication**, 8, 23.
- Pearson, M. (1994). Rethinking quality in journalism education. Australian, **Journalism Review**, 16(2), 67-72.
- Picard, R. G. (2004). Commercialism and newspaper quality. **Newspaper research journal**, 25(1), 54-65.
- Rajandran, K. (2009). The Use of Layout in Malay Language Newspapers' Front Pages. **Iranian Journal of Language Studies**, 3(2).
- Wakefield, S. E., & Elliott, S. J. (2003). Constructing the news: The role of local newspapers in environmental risk communication. **The Professional Geographer**, 55(2), 216-226.
- Weinhold, W. M. (2008). Newspaper negotiations: the crossroads of community newspaper journalists' values and labor. **Journalism Practice**, 2(3), 476-486.
- Wieczorek, P., & Szumer, M. (2012). **Ethical Dilemmas in the Work of a Contemporary Journalist and Their Influence on the Form, Content and Quality of the Media Message**. Baczyński, A. and M. Drózd (eds.), *Wartość mediów—od wyzwania do szans*, 205-221.
- Willnat, L., Weaver, D. H., & Choi, J. (2013). The global journalist in the twenty-first century: A cross-national study of journalistic competencies. **Journalism Practice**, 7(2), 163-183.

