



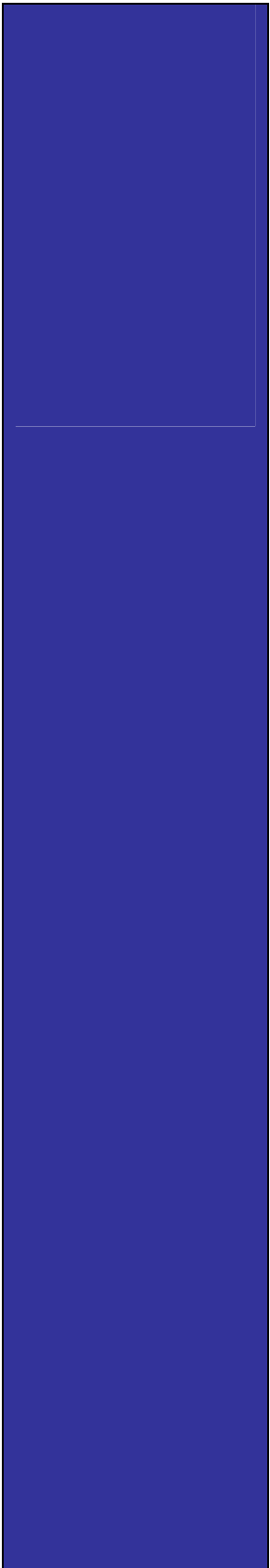
## معاونت مطالعات و برنامه ریزی

بررسی شاخص‌ها و نظرسنجی  
از جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال کشور در مورد میزان استفاده و  
رضایت از مطبوعات

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	<b>فصل اول</b>
	مقدمه
	بیان مسأله
	اهمیت و ضرورت مطالعه مسأله
	پیشینه مطالعاتی موضوع
	اهداف پژوهش
	سئوالات پژوهش
	فرضیه های تحقیق
	تعریف مفاهیم
	<b>فصل دوم</b>
	روش پژوهش
	ابزار گردآوری داده ها
	اعتبار درونی داده ها
	اعتبار بیرونی داده ها
	چگونگی جمع آوری داده ها
	روش تحلیل داده ها
	جامعه آماری نمونه مورد مطالعه
	چارچوب نمونه گیری
	پرسشنامه
	<b>فصل سوم</b>
	یافته های پژوهش
	<b>فصل چهارم</b>
	نتیجه گیری
	راهکارهای پیشنهادی
	<b>منابع</b>





## مقدمه

تعدد پیامها و سرعت انتشار آنها یکی از پدیده‌های نوین است که در هیچ عصری نمی‌توان آن را یافت. وسایل ارتباط جمعی در هر لحظه با انتشار پیامها مخاطبین را در جریان رویدادها قرار می‌دهند. در عصر حاضر و در دنیای کنونی که سرعت و پویایی از ویژگیهای برجسته آن است، انسان پویا همواره تلاش می‌کند آگاهیهای لازم را نسبت به محیطی که در آن زندگی می‌کند به دست آورد. رسانه‌های خبری نیز در تلاش دائم اند تا با تهیه اخبار و گزارشهای گوناگون، مخاطبین را در جریان رویدادها و مسائل روز قرار دهند. یکی از وسایل ارتباطی مهم که دارای کارکرد وسیعی است در معنای عام مطبوعات و در معنای خاص روزنامه است. امروزه مطبوعات به عنوان یکی از کانالهای مهم ارتباطی بین مردم و مسئولین و بالعکس، مردم و جامعه و بین اعضای جامعه جهانی از اهمیت و جایگاه خاصی برخوردارند. آگاه‌سازی مردم از اخبار و اطلاعات، جهت‌دهی به افکار و اندیشه‌ها، برانگیختن آنان در جهت مشارکت در امور اجتماعی، سرنوشت خویش و تقویت روح جمعی از اهم وظایف و کارکردهای این رسانه جمعی است. این رسانه جمعی در مقایسه با سایر رسانه‌ها، در تمام اوقات به راحتی در دسترس است و برای مخاطبین هزینه زیادی ندارد. رسانه‌های جمعی خصوصاً مطبوعات در ایران از پیشینه فرهنگی غنی برخوردارند. از گذشته‌های دور ایرانیان علاقمند به مطالعه و کتاب‌اقدام به تأسیس کتابخانه با نسخه‌های خطی کرده‌اند. نخستین روزنامه به نام کاغذ اخبار در زمان سلطنت محمد شاه قاجار در تهران به چاپ رسید. پس از آن روزنامه‌های دیگر پدیدار شدند و روز به روز نشر کتاب و روزنامه فزونی یافت. اگرچه در طول تاریخ شاهد رشد رسانه‌های مکتوب و کتب هستیم اما رسانه‌های مکتوب در ایران جایگاه واقعی خود را آنگونه که در جهان مشاهده می‌شود پیدا نکرده‌اند. در تحولات دهه‌های اخیر، توسعه آموزش موجب بالا رفتن سطح دانش و آگاهی افراد جامعه شده است و قشر جوان بخش عظیمی از این افراد را تشکیل می‌دهند.

جوانان به عنوان اقشار آگاه و فعال جامعه ضرورتاً بایستی از مهمترین مخاطبین این رسانه جمعی باشند. هنگامی که رسانه‌ها از جوانان غافل گردند یا بدانها کم توجه شوند یا بالعکس جوانان تمایلی به رسانه‌های

جمعی خصوصاً مطبوعات نداشته باشند یا این تمایل اندک باشد، اینجاست که مسئولین باید برای حرکت و پویایی جامعه احساس خطر کنند. شناخت میزان ارتباط جوانان با این رسانه جمعی، اولین گام در جهت میزان توفیق این رسانه در اطلاع رسانی، خصوصاً به جوانان است.

#### ۱- بیان مسأله :

مطبوعات به عنوان یکی از مجراهای قدرتمند و دیرینه ارتباط جمعی در فرآیند رشد و توسعه ملی دارای جایگاهی ارزشمند و رفیع است. مطبوعات به طور عام و مجلات علمی تخصصی به طور خاص نقش قابل توجهی در تولید دانش دارند... مجلات که غالباً بر حسب سن و تخصص عرضه می شوند، به عنوان بخشی از مطبوعات جایگاهی خاص دارا هستند و می توانند نقش بسیار مؤثری در اطلاع رسانی ایفا نمایند.

امروزه مطبوعات تازه ترین خبرها و تفسیرها و بخشهای مختلف را با موشکافی دقیق در اختیار میلیونها نفر از مردم جهان قرار می دهند. مطبوعات دارای قدرت نفوذ فوق العاده ای هستند، بهمین جهت برای مقاصد و هدفهای مختلف مورد استفاده قرار می گیرند. اغلب قدرتهای سیاسی، مطبوعات را بعنوان سلاحی نیرومند تلقی می کنند و برای جلب اطمینان و اعتماد عمومی نسبت به هدفها و برنامه های خود از آنها بهره می گیرند. آگاه سازی مردم از رویدادهای محیط زندگی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، پخش اطلاعات و اخبار ضروری، شکل دادن به افکار و عقاید و هدایت افکار عمومی، انتقال و تکمیل معلومات از مهمترین نقشهای مطبوعات است. مطبوعات با ایفای این نقشهای با اهمیت خود، موجب اعتلای علمی و فرهنگی جامعه، آموزش شیوه ها و تکنیک های زندگی هستند و با بهره گیری از تکنولوژی و دانش روز جایگاه خود را هرچه بهتر استوار می سازند.

این رسانه جمعی به عنوان وجدان بیدار آنها عمل کرده و آنان را در جهت مشارکت در امور اجتماعی، سرنوشت خویش و تقویت روح جمعی برمی انگیزد. علاوه براین، اندیشه های تازه ای خلق می کند و راه حل های جدیدی برای حل مسائل پدید می آورد. نقش دیگر مطبوعات این است که، انگیزه های تازه برای حرکت ایجاد می کند، مغزها را برای اندیشیدن تحریک کرده و آنها را از حالت انفعال بیرون می آورد.

بدین ترتیب، مطبوعات زنده و فعال، فضای فکری جامعه را به پویایی، حرکت، آفرینندگی و مشارکت برمی‌انگیزد. این رسانه وسایل سرگرمی افراد را فراهم نموده و قابل دسترس‌ترین دوست هنگام اوقات فراغت انسان‌ها به شمار می‌آید.

تغییر رفتارهای مخاطبان از دیگر نقشهای رسانه‌ها خصوصاً مطبوعات است. رسانه‌ها از نهادهای فراگیر جامعه مدنی و ابزار شکل‌گیری افکار عمومی برای ایجاد شرایطی هستند که مشارکت فعال شهروندان در امور جامعه از نتایج ایجاد این شرایط است. یکی از نقشهای مطبوعات این است که مخاطبان را از حاشیه به سمت متن حیات اجتماعی، سیاسی و فرهنگی به حرکت در آورد تا صرفاً به عنوان جمعیتی ساده و منفعل تلقی نگردند بلکه توده‌هایی به حساب آیند که بر فرستندگان پیام‌ها نظارت دارند و در موقع لزوم در برابر آنان واکنش نشان می‌دهند.

میزان مطالعه مطبوعات توسط مردم هر جامعه بیانگر استقبال آنها از مسائل فرهنگی، مشارکت اجتماعی، توسعه آگاهی و تمایلات سیاسی، اجتماعی است. اینکه تا چه میزان یک جامعه مشتاق بالابردن سطح علمی و مستحکم نمودن پیوندهای اجتماعی و فرهنگی میان افراد خود است را می‌توان با کنکاش و تحلیل محتوای مطبوعات و مطالب مندرج در آنها یافت.

از آنجا که یکی از اهداف مطبوعات رساندن پیامها و خبرهای مورد علاقه افراد است بنابراین، در سطح جامعه می‌توان با بررسی میزان گرایش به مطالعه مطبوعات از افکار، ایده‌ها و علاقمندیهای یک جامعه آگاه شد. گرایش و عدم گرایش مردم به مطالعه مطبوعات، به اطلاع‌رسانی صحیح و سریع مطبوعات آن جامعه مربوط است. مردم مایلند خبرهای صحیح را به موقع بدانند و از آنها آگاهی یابند. بنابراین میزان آزادی که از طرف دولت به مطبوعات داده می‌شود می‌تواند با مطالب آنها و در نتیجه گرایش افراد به مطالعه مطبوعات در ارتباط باشد. چنانچه افراد نسبت به مطالب و محتوای مندرج در مطبوعات بی‌اعتماد باشند، دلیلی برای مطالعه آنها نمی‌یابند و انگیزه‌ای برای خرید روزنامه یا مجله در آنها نمی‌توان یافت.



یکی از شاخصهای توسعه فرهنگی، اجتماعی در هر کشور بالا بودن تعداد و تیراژ روزنامه‌هاست. بالا بودن تیراژ روزنامه‌ها حاکی از استقبال مردم از این رسانه و تنوع آن نشان‌دهنده توجه به سلائق و علائق اعضای جامعه است. یکی از نقشهای مطبوعات این است که زمینه مناسب را برای افزایش تقاضا برای مطالعه ایجاد کنند. باید مطالب جذاب، روان، در سطح فهم خواننده و پر محتوا باشد و از اخبار روز موثق و در عین حال با گستردگی فراوان استفاده شود.

رسانه‌ها بر تمامی اعضا و گروههای جامعه تأثیر می‌گذارند و از آنها تأثیر می‌پذیرند. در کشورهای جهان سوم قشر جوان به عنوان بخش اعظم جامعه می‌تواند بیش از سایر گروهها از این رسانه جمعی متأثر گردند. جوانان از جمله اقشار جامعه هستند که نقش آنان در مسیر تحولات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی غیرقابل انکار است و اینان به واقع از ارکان اصلی توسعه پایدار و همه‌جانبه می‌باشند.

نظر به اینکه مطبوعات و مطالب مندرج در آنها می‌تواند نشان‌دهنده توسعه فرهنگی، توجه به امر مشارکت اجتماعی و موضوعات مورد علاقه و توجه افراد جامعه باشد و قشر جوان به عنوان قشر فعال و آگاه جامعه همواره در توسعه و مشارکت اجتماعی مؤثر است، این پژوهش میزان گرایش این قشر خاص به مطالعه مطبوعات را مد نظر دارد. با توجه به تعدد رسانه‌های جمعی، سؤال اصلی ما این است که مطبوعات روز ایران در بین جوانان از چه جایگاهی برخوردارند؟ به عبارت دیگر، جوانان چه میزان از مطبوعات موجود استقبال می‌کنند؟ و به دنبال آن این سؤالات مطرح می‌شود که کدام روزنامه یا مجله بیشتر توجه جوانان را به خود جلب کرده است؟ جوانان چه میزان از وقت و درآمد خود را صرف خرید مطبوعات می‌کنند؟ پاسخ به این سؤالات می‌تواند، ارائه‌دهنده ارزیابی از عملکرد مطبوعات در ایران در عصر حاضر از دیدگاه جوانان باشد و از سوی دیگر بر پایه پاسخها می‌توان کاستیهای در این زمینه را شناخت و راهکارهای مناسب برای رفع آنها ارائه نمود.

## ۲- اهمیت و ضرورت مطالعه مسأله

امروزه رسانه های جمعی با انتقال اطلاعات و معلومات جدید و مبادله افکار و عقاید عمومی در راه توسعه فرهنگ و تمدن بشری نقش بزرگی بر عهده دارند. با توجه به وظایف، کارکردها و نقش مطبوعات، نمی توان منکر تأثیر گذاری این وسیله بر مخاطبان شد. مطبوعات به آسانی در دسترس افراد و میلیونها مخاطب قرار دارند و هزینه به دست آوردن آنها در مقایسه با سایر وسایل ارتباط جمعی پایین تر است. مطبوعات ماندگارند، اوقات فراغت مردم را پر می کنند، همیشه در اختیار ما هستند و هر لحظه می توان دوباره آنها را مطالعه کرد.

مطبوعات را می توان با نفوذترین وسیله انتقال خبرها، نظرها و عقاید محسوب کرد. این رسانه جمعی می تواند به علت تنوع، هر گروه خاصی را مخاطب قرار دهد و با زبان خود با آنها ارتباط برقرار کند. در دراز مدت، مؤثرترین وسیله تأثیر بر افکار عمومی و بهترین وسیله برای تسخیر افکار و گسترش قلمروهای فکری است. مطبوعات می توانند با ارائه اطلاعات و اخبار و وقایع روز، تحریک کنندگان افراد برای انجام عمل خاصی باشند. با برجسته کردن برخی پیامها یا حذف پیامهای رقیب و داشتن امکان مانور بیشتر، می توانند بر عقاید و نگرش مردم تأثیر بگذارند و در نتیجه تغییر دهنده رفتار و افکار مخاطبان باشند. در حقیقت می توانند جامعه را شکل داده و به حرکت وادارند. یکی از عوامل مهم پیشرفت و توسعه مطبوعات مبارزه تاریخی انسان برای تأمین آزادی فکر و بیان بوده است. موفقیت این مبارزات بتدریج سبب شد اصل آزادی مطبوعات که برای اولین بار در اعلامیه حقوق بشر ۱۷۸۱ انقلاب کبیر فرانسه شناخته شده بود بمورد اجرا گذاشته شد. بدین وسیله قدرت سیاسی حکومتی تعادل یافته و مطبوعات به رکن چهارم دموکراسی تبدیل گردید.

لاسول برای وسایل ارتباط جمعی وظایفی چون مراقبت از محیط و ایجاد همبستگی بین اجزای گوناگون جامعه در پاسخ به محیطی که در آن انتقال میراث فرهنگی از نسلی به نسل دیگر صورت می گیرد را مطرح ساخته است. لازارسفلد و مرتن نیز کارکردها و وظایفی مثل، وظایف اخلاقی (حمایت از هنجارهای

اجتماعی) ، امکان اعطای پایگاه اجتماعی و وظایف نامطلوبی چون تخدیر اجتماع با ایجاد نوعی مشارکت خیالی ، را برای وسایل ارتباط جمعی بر شمرده اند ( ساروخانی ، ۱۳۶۸ ، ص ۶۹).

اهمیت مطبوعات و وسایل خبری و ارتباطی گروهی در زندگی معاصر به حدی است که اکنون ادامه حیات اجتماعی بدون روزنامه ، مجله ، رادیو ، سینما و سایر وسایل جدید پخش اخبار امکان پذیر نیست. آگاه شدن و آگاه ساختن عمل اصلی و علت وجودی وسایل خبری بشمار می رود. مطبوعات دارای قدرت نفوذ فوق العاده ای هستند ، بهمین جهت برای مقاصد و هدفهای مختلف مورد استفاده قرار می گیرند. اغلب قدرتهای سیاسی مطبوعات را به عنوان یک سلاح نیرومند تلقی می کنند و برای جلب اطمینان و اعتماد عمومی نسبت به هدفها و برنامه های خود از آن بهره برداری فراوان می کنند.

در مطبوعات ، به جهت شرایط و امکانات وسیع تری که برای تهیه و انتخاب درج مطالب وجود دارند ، تنوع اخبار بیش از برنامه های خبری رادیویی ، تلویزیونی و سینمایی است. بطور کلی مطبوعات به عنوان عامل تعدیل کننده زندگی اجتماعی نقش ضروری و انکارناپذیر دارند و بیش از عوامل دیگر

قادرند در تهذیب تمایلات و استحکام پیوندهای افراد با جامعه خود یا جوامع بین المللی مؤثر واقع شوند. روزنامه ها و مجلات می توانند از طریق مقالات یا آگهیها راه و رسم زندگی امروزی را به خوانندگان بیاموزند و جایگاهی را که در حیات سیاسی و اجتماعی به معنای وسیع کلمه از دست داده اند از طریق نفوذ فزاینده بر زندگی روزانه مردم عادی جبران کنند. در زمینه های خبری هنوز مطبوعات قادرند از مردم گمنام شخصیتی معروف با میلیونها طرفدار بسازند یا بسیاری اعتقادات و باورها و «تابو» های اجتماعی را درهم بریزند. با این حال، در رشته خبرهای وقایع مهم ، مطبوعات ناچارند فعالیت خود را با سایر رسانه ها هماهنگ سازند و در فرصتهایی چون بحرانهای سیاسی و اقتصادی رنگ و روغن بیشتری به حوادث بزنند یا با گرد آمدن پیرامون یک چهره جذاب سیاسی حالت مشخص تر و جذاب تری بخود گیرند.

مطبوعات و خواندن آن اهمیت فراوان دارد و در روزنامه ها ، خبرها نه مانند آنچه در کتابها منتشر می گردد با تأخیر روبرو می شوند و نه مانند خبرهای تلویزیون و رادیویی با شتابزدگی همراه هستند. به همین جهت

روزنامه ها امکان می یابند که به نحو شایسته ای به بررسی و تحلیل و تفسیر وقایع و مسائل اجتماعی بپردازند. روزنامه ها می توانند نارسائیهای خبری را با استفاده از اطلاعات آرشیوی از میان بردارند و آنها را با تجزیه و تحلیل و تفسیر لازم به خوانندگان عرضه کنند. اغلب روزنامه های پراعتبار جهان در تهیه و تنظیم اخبار دقت فراوان بکار می برند و کوشش می کنند که به تمام سؤالات خوانندگان در زمینه های وقایع و مسائل مهم روز پاسخ گویند. تلاش می کنند همیشه اطلاعات وسیع در اختیار مخاطبین بگذارند تا جایی که برای تأمین این نیازها سبک روزنامه نگاری نیز رفته رفته تحول پیدا کرده است و بیش از پیش به سوی ساده گویی و روشنفکری کشیده شده است. مطبوعات بطور مداوم قابل بهره برداری است و اخبار آنها را می توان به دلخواه در اوقات مختلف شبانه روز در محل کار، اتوبوس یا خانه نگاه کرد، به دقت مطالعه نمود، در صورت لزوم دوباره مرور کرد و با خبرهای روزنامه های دیگر مقایسه نمود. علاوه بر این خبرهای روزنامه ها و یا مجلات را می توان نگهداری کرد و بعنوان مأخذ و منبع مطالعات و تحقیقات در آینده مورد استفاده قرار داد. همچنین در مطبوعات به سبب شرایط و امکانات وسیع تری که برای تهیه و انتخاب و درج مطالب وجود دارند تنوع اخباری از برنامه های خبری رادیویی و تلویزیونی و سینمایی است. در مجلات می توان با توجه به گروههای مختلف خوانندگان و خواسته ها و علاقه های متفاوت آنان، متون، صفحه ها و حتی چاپ های جداگانه ایجاد کرد و انواع بی شمار خبرهای عمومی، سیاسی، اقتصادی، ورزشی، فرهنگی و امثال آنها چاپ نمود. مشاهده می شود که روزنامه ها در بسیاری از زمینه ها هنوز بر سایر وسایل ارتباطی و خبری برتری دارند. علاوه بر این مطبوعات به طور عام و مجلات به طور خاص وسیله ارتباطی اختصاصی نواحی و مناطق مختلف جغرافیایی، گروههای فکری، مسلکی، دسته ها و سازمانهای حرفه ای می باشند و با انتشار چاپ های محلی، ارگانهای سیاسی، مجلات و نشریات اختصاصی احتیاجات خاص ایالات، احزاب و انجمن ها و کانونهای مختلف را مرتفع می کنند.

جوانان قشر وسیعی از جامعه را تشکیل می دهند و بزرگترین سرمایه کشور محسوب می شوند. آینده جامعه با اندیشه ها و دستان جوانان رقم می خورد. هر قدر این جوانان آگاه تر، اندیشمند تر باشند، به اطلاعات و

دانسته های به روز، مجهزتر باشند، معقول و منطقی تر عمل نمایند، جامعه بیشتر به سوی تعالی حرکت خواهد کرد. هر جامعه هنگامی پویاست که علاوه بر ارائه اطلاعات موثق، منعکس کننده نظرات و اندیشه های تمامی اعضای جامعه خصوصاً جوانان باشد. هنگامی که رسانه ها از جوانان غافل گردند یا بدانها کم توجه شوند یا بالعکس جوانان تمایلی به رسانه های جمعی خصوصاً مطبوعات نداشته باشند یا این تمایل اندک باشد، اینجاست که مسئولین باید برای حرکت و پویایی جامعه احساس خطر کنند. جامعه ای پویاست که تمام اعضای آن احساس کنند که به آن تعلق دارند و در پیشبرد آن سهیمند و به نظرات آنان توجه می شود. جامعه ای موفق است که بین اعضای آن، خصوصاً جوانان و رسانه های جمعی بالاخص مطبوعات ارتباط و پیوند تنگاتنگ وجود داشته باشد. هنگامی که جوانان از اخبار و اطلاعات دنیا و جامعه خود بی خبر باشند و تمایلی بدان نداشته باشند و رسانه های جمعی کمتر به جلب این قشر و انعکاس نظرات آنان پردازند، این جاست که هر دو گروه دچار انفعالند. بدین معنا که رسانه ها از با ارزشترین سرمایه های جامعه غافلند و این سرمایه ها خود را به عنوان یک بخش با ارزش نفی کرده و کنار کشیده اند. بنابراین، مهمترین کار در این راستا این است که میزان ارتباط جوانان با رسانه های جمعی و در این پژوهش، مطبوعات شناسایی شده، روزنامه ها و مجلات با بیشترین طرفدار در میان جوانان بر جسته گردد و کاستی های در این زمینه از دید خود جوانان مورد بررسی قرار گیرد تا بهتر بتوان نقائص را برطرف ساخته و برای هرچه کارآمدتر ساختن مطبوعات و قوی تر کردن پیوند مطبوعات و جوانان برنامه ریزی نمود.

### ۳- پیشینه مطالعاتی موضوع

حوزه مطالعه علوم ارتباطات را می توان در چهار بخش مطرح کرد:

- ۱- مطالعه پیامسازان، انگیزشها و مقاصد آنها و مشخصات اجتماعی و اقتصادی پیامسازان. مراکز سخن پراکنی، مؤسسات انتشاراتی و مطبوعات و مراکز خبری از نظر ساخت و عملکرد
- ۲- تجزیه و تحلیل محتوای رسانه ها. مثل تحلیل محتوای تبلیغات و آگهی ها و تحلیل پیامها از نظر معنی

شناسی

۳- بررسی پیامگیران یعنی خوانندگان ، شنوندگان و تماشاگران

۴- تحلیل آثار و نتایج ارتباط

در مطالعه حاضر بخش سوم مدنظر است . در این زمینه مطالعات زیادی صورت گرفته است که در زیر به نتایج برخی از آنها اشاره می شود.

در نظرسنجی که از بازدیدکنندگان چهارمین جشنواره مطبوعات استان تهران از ۶ تا ۱۷ اردیبهشت سال ۱۳۷۶ به عمل آمده ، نتایج زیر به دست آمده است :

میانگین سنی بازدیدکنندگان ۲۶/۲ سال و نسبت مشارکت زنان ۲۸٪ می باشد. ۷۷٪ بازدیدکنندگان از ۱۰ منطقه مجاور محل نمایشگاه و ۲۳٪ از ۱۰ منطقه دورتر به بازدید جشنواره مطبوعات آمده بودند. براساس اطلاعات نظرسنجی ، پنج روزنامه پر خواننده عبارتند از همشهری ، کیهان ، اطلاعات و سلام . نسبت خوانندگان روزنامه نسبت به جشنواره سوم ۱۷٪ کاهش داشته است. نسبت بی اعتمادی به مسئولان و مطبوعات در میان بزرگسالان تقریباً سه برابر جوانان است. بین میزان تحصیلات و اعتماد به مطبوعات رابطه مستقیم وجود دارد. تحلیل رگرسیونی چند متغیری حاکی از آن است که چهار متغیر مستقل انعکاس واقعیت ها ، تقویت ارزشهای مذهبی ، گسترش فرهنگ عمومی و بیان صادقانه مشکلات مردم جمعاً تا ۷۵/۸٪ از تغییرات متغیر وابسته یعنی موفقیت مطبوعات را تعیین می کند. از بین متغیرهای سنجش میزان رضایتمندی از جشنواره مطبوعات ، داده ها نشان می دهند که از لحاظ وضعیت عمومی غرغه ها و کیفیت نشریات ارائه شده رضایت مندی پاسخگویان بیش از جشنواره سوم است

( مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی ، ۱۳۷۶ ).

در نظر سنجی دیگری در جشنواره مطبوعات استان فارس ، نظر بازدیدکنندگان در مورد مطبوعات مورد سنجش قرار گرفته است. این نظرسنجی در سال ۱۳۷۵ در اولین جشنواره مطبوعات برگزار شده در استان فارس انجام شده است. ۳۳٪ بازدیدکنندگان زن و ۶۹٪ مرد بودند. از تمام گروههای سنی در میان بازدیدکنندگان مشاهده می شد ( ۵۰- ۱۹ ) ، ۴۹٪ مجرد و ۵۱٪ متأهل بودند ، ۴۶٪ در رشته های علوم انسانی

و بقیه در سایر رشته ها مشغول به تحصیل بودند. داده ها حاکی از آنند که میانگین مدت استفاده از تلویزیون بیش از سایر رسانه ها (رادیو و مطبوعات) است و اکثریت پاسخگویان بیشتر از دو ساعت از وقت خود را صرف تماشای تلویزیون می کنند. جوانان بیشتر از تلویزیون استفاده می کنند، در حالی که بزرگسالان بیشتر به شنیدن رادیو می پردازند. به غیر از ۳/۶٪ از پاسخگویان بقیه عادت به مطالعه روزنامه دارند. خواندن حداقل یک یا دو روزنامه در روز از سوی تعداد کثیری از پاسخگویان گزارش شده است. روزنامه همشهری و خبر پرفرودارترین روزنامه های استان فارس است و برخلاف روزنامه ها نشریات خواننده زیادی ندارند. علی رغم رادیو و تلویزیون، استفاده از نشریات در میان مردان بیشتر از زنان رایج است. گروه های سنی جوان تر و دارای تحصیلات بالاتر زمان بیشتری را صرف این وسیله ارتباط جمعی می نمایند. نتایج در مورد میزان موفقیت مطبوعات کشور حاکی از آن است که اکثریت ارزیابی متوسطی از میزان توفیق مطبوعات داشته اند. مطالب اقتباس شده از منابع خارجی از جاذبه بیشتری در میان خوانندگان مطبوعات برخوردار است (مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی، ۱۳۷۵).

نظرسنجی دیگری، نظر بازدیدکنندگان نمایشگاه کتاب را در سال ۱۳۷۷ در مورد رویدادهای سیاسی - اجتماعی اخیر به بررسی نهاده است. نتایج نظرسنجی به شرح زیرند:

۶۲٪ پاسخگویان مرد و ۳۸٪ زن بوده اند. میانگین سنی ۲۷ سال و ۴۳/۳٪ از پاسخگویان در گروه سنی ۲۵ - ۲۱ سال بوده اند. ۶۷/۱٪ مجرد، ۳۲/۷٪ متأهل، ۴۰/۴٪ تحصیلات در حد لیسانس و میانگین تحصیلات ۱۵ سال تحصیلی بوده است. بیشترین تحصیلی علوم انسانی بوده است. ۴۵/۷٪ دانشجو و ۱۶/۷٪ کارمند بوده اند. منابع کسب خبر آنان ۴۵٪ صدا و سیما، ۴۴/۶٪ روزنامه ها بوده است. در دو مورد جهت گیری صحیح سیاسی - اجتماعی روزنامه ها، روزنامه جامعه با ۱۱/۷٪، همشهری با ۱۱/۲٪ و کیهان با ۱۰/۱٪، بیشترین فراوانی ها را کسب کرده اند. ۷۷/۲٪ موافق، ۸/۷٪ بی نظر و ۱۳/۴٪ مخالف این بوده اند که نمایندگان مجلس، جناحی عمل کنند. در مورد عملکرد قوه قضائیه به دور از جناح بندی های سیاسی و استقلال عمل

۳۳/۶٪ موافق، ۱۱/۶٪ بی نظر و ۶۳/۸٪ مخالف این نظر بوده اند (مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی، ۱۳۷۷).

نظرسنجی بعدی در مورد رسانه های جمعی است. این نظرسنجی از بازدیدکنندگان سیزدهمین نمایشگاه بین المللی کتاب صورت گرفته است. در این مطالعه ۵۴۵ نفر مورد مطالعه قرار گرفته اند که ۴۳/۹٪ زن و ۵۶/۱٪ مرد بوده اند. میانگین سنی آنان ۲۷ سال بوده است. تحصیلات اکثر آنان (۵۹/۴٪) کارشناسی یا دانشجوی کارشناسی است، اغلب در رشته های علوم انسانی (۵۳/۳٪) تحصیل می کردند. ۶۵/۴٪ مجرد و ۳۴/۶٪ متأهل بوده اند. اکثر آنان مقیم تهران بودند. طرق کسب خبر آنها از نمایشگاه به ترتیب ۹۱/۲٪ روزنامه ها، ۸۷/۹٪ صدا و سیما، ۲۹/۲٪ دوستان و آشنایان و ۱۳/۶٪ رسانه های خارجی بوده است. در مورد بررسی عملکرد منابع اطلاع رسانی و برخورد نهادها با آنها، ۶۷/۷٪ معتقدند که صدا و سیما جناحی عمل می کند و ۵۷/۸٪ اعتقاد داشته اند که برخی از احزاب و گروههای سیاسی هر گونه دخالت صدا و سیما را در مسئله سیاسی تحمل نمی کنند. به اعتقاد پاسخگویان روزنامه صبح امروز با بیشترین میزان توافق دارای بهترین تحلیل های سیاسی است و بعد از این روزنامه، روزنامه های عصر آزادگان، همشهری، کیهان و ایران بیشترین میزان توافق بوده اند. ۳۳٪ از پاسخگویان معتقدند که روزنامه ها به طرح مشکلات مردم می پردازند، ۴۶/۲٪ به طور متوسط و ۱۷/۶٪ مخالف این نظرند. از نظر ۳۶/۱٪ از پاسخگویان جناح راست و منسوبین به آنها از عوامل محدودکننده مطبوعات هستند (مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی، ۱۳۷۹).

نظر سنجی بعد در سومین جشنواره مطبوعات در اردیبهشت ۱۳۷۵ در تهران صورت گرفته است. در این نظرسنجی ۲۲۶۳ نفر مورد سنجش قرار گرفتند که ۲۲٪ زن و بقیه مرد بودند، بیشترین میزان بازدیدکنندگان را جوانان و مجردها تشکیل می دادند. اکثر آنها دارای تحصیلات کارشناسی و در رشته علوم انسانی تحصیل کرده بودند. اکثر بازدیدکنندگان شاغل و در رشته های فرهنگی و هنری مشغول به کار بودند. ۸۰٪ پاسخگویان ساکن تهران و در مناطق ۲ و یک تهران سکونت داشته اند. بررسی کانالهای کسب اطلاعات از جشنواره نشان می دهد که مطبوعات و تلویزیون دو رسانه اصلی اطلاع رسانی هستند و بیش از ۶۳٪



بازدید کنندگان از طریق این دو رسانه از برگزاری نمایشگاه مطلع شده اند و ۱۰٪ از طریق پوستر و پلاکارد. میانگین وقت صرف شده برای تماشای تلویزیون ، بالاترین و برای کتاب بعد از تماشای تلویزیون است. مکاتبه با روزنامه و نشریه های تخصصی چندان عمومیتی ندارد. ۳۷٪ پاسخگویان نخست سراغ مطالب سیاسی می روند که بیشترین میزان است. ۵۲٪ از پاسخگویان در صورت مشاهده تناقض در گفتار مسئولین و نوشته روزنامه ها جانب روزنامه ها را می گیرند. پنج روزنامه همشهری ، کیهان ، اطلاعات ، سلام و ایران در سه اولویت اول تا پنجم قرار دارند. نظر پاسخگویان در مورد بهبود وضعیت کمی و کیفی مطبوعات حاکی از بهتر شدن اوضاع مطبوعات است. انگیزه عمده بازدید کنندگان به ترتیب اطلاعات و آشنایی با مطبوعات ، ارزیابی و مقایسه نشریات ، علاقه به مطبوعات ، کسب اطلاعات تخصصی ، خریدن و مشترک شدن نشریات می باشد ( مرکز مطالعات و سنجش افکار عمومی ، ۱۳۷۵ ).

نظرسنجی دیگر ، از شرکت کنندگان در نخستین سمینار هم اندیشی اخلاقی مطبوعاتی روزنامه نگار مسلمان در آذر ماه سال ۱۳۷۵ توسط مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی انجام شده است. در این نظرسنجی ۲۹۰ پاسخگو مورد مطالعه قرار گرفتند که ۶۰٪ مرد و ۴۰٪ زن بودند ، میانگین سنی آنان ۲۹/۵ سال و بیشترین میزان مربوط به گروه سنی ۲۴ - ۱۹ سال می باشد. میانگین سنوات تحصیلی پاسخگویان ۱۵/۲ سال بوده و اکثر آنان در رشته ارتباطات اجتماعی تحصیل کرده یا مشغول به تحصیل می باشند. داده های مربوط به ویژگی های شغلی حاکی از آن است که ۳۵/۲٪ از پاسخگویان دانشجو هستند و ۱۳/۸٪ کارمند عالیرتبه مطبوعات هستند. نحوه شرکت کنندگان از طریق دعوتنامه رسمی است ( ۶۲٪ ) ، حدود نیمی از پاسخگویان در هر سه روز برگزاری هم اندیشی شرکت کرده اند. ۸۱/۷٪ از پاسخگویان از اصول دهگانه اخلاق بین المللی حرفه ای روزنامه نگاران آگاهی ندارند. میزان پذیرش اصول دهگانه برای اکثر افراد پذیرش زیاد است. ۵۴/۵٪ معتقدند که تدوین نظامنامه اصول اخلاقی شدیداً ضرورت دارد. بهترین مرجع برای ضمانت اجرای اخلاق حرفه ای از نظر پاسخگویان تشکلهای صنفی است. از نظر پاسخگویان مهم ترین وظیفه روزنامه نگاران ، انتقال وقایع به صورت درست و همه جانبه است ( ۶۵/۲٪ ). مهم ترین ویژگی روزنامه نگاران از دید

پاسخگویان، ویژگی های حرفه ای و سپس ویژگی های مذهبی است (مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی، ۱۳۷۵).

در مطالعه ای تحت عنوان نظرخواهی از دانشجویان درباره اخبار صدا و سیما و مطبوعات، انگیزه اصلی پژوهش دستیابی به شناخت مخاطبان برنامه های خبری صدا و سیما و مطبوعات در بین دانشجویان، میزان استفاده دانشجویان از منابع مختلف خبری داخلی و خارجی، اعتماد آنها به این منابع، مقایسه آنها با یکدیگر و دستیابی به نظر و دیدگاه دانشجویان نسبت به عملکرد خبری صدا و سیما و مطبوعات بوده است. این مطالعه توسط مرکز تحقیقات صدا و سیما به انجام رسیده است. اهداف ذکر شده در این نظرخواهی عبارتند از: شناخت مخاطبان برنامه های خبری رادیو در بین دانشجویان، شناخت مخاطبان برنامه های خبری تلویزیون در بین دانشجویان، شناخت مخاطبان برنامه های خبری مطبوعات در بین دانشجویان، دستیابی به میزان استفاده و اعتماد دانشجویان به منابع مختلف خبری داخلی و خارجی و مقایسه آنها با یکدیگر، دستیابی به دیدگاه دانشجویان درباره عملکرد خبری صدا و سیما، دستیابی به میزان نیاز دانشجویان به یک بخش خبری مستقل مربوط به مسائل دانشجویان دانشگاه های کشور در صدا و سیما.

در این بررسی جامعه آماری دانشجویان دانشگاه های مختلف در شهر تهران هستند و در مجموع از ۱۵۹۹ نفر نظرخواهی شده است. روش بررسی روش پیمایش می باشد. خلاصه نتایج این پژوهش به شرح زیر است:

از کل افراد نمونه مورد بررسی (۱۵۹۹ نفر)، ۶۰ درصد دانشجویان پسر و ۴۰ درصد بقیه را دانشجویان دختر تشکیل می دهند. بیشترین درصد از نظر سنی در گروه سنی ۲۱-۱۸ سال (۵۱ درصد) قرار دارند و از نظر تحصیلی، دانشجویان لیسانس (۵۴ درصد) هستند. از نظر وضعیت تأهل نیز ۸۹ درصد مجرد و ۱۱ درصد دانشجویان متأهل هستند. نزدیک به نیمی (۴۲ درصد) از پاسخگویان دانشجو شنونده برنامه های خبری رادیو هستند که حدود یک سوم این افراد (۳۵ درصد) دانشجویان دوره دکترا هستند و همچنین یک چهارم از شنوندگان اخبار رادیو (۲۵ درصد) «هر روز» اخبار رادیو را گوش می کنند. بر اساس نتایج بدست آمده، ۷۸ درصد افراد نمونه، بیننده برنامه های خبری تلویزیون هستند که ۸۱ درصد از این افراد دانشجویان دوره

دکتر هستند. دو پنجم بینندگان اخبار تلویزیون ( ۴۱ درصد ) « هر روز » این اخبار را تماشا می کنند و همچنین ۶۴ درصد از بینندگان اخبار تلویزیون به طور متوسط روزی نیم ساعت وقت خود را صرف اخبار تلویزیون می کنند. ۸۸ درصد از دانشجویان تمایل خود را نسبت به ایجاد یک برنامه خبری مستقل دانشجویی از سیمای جمهوری اسلامی ایران که به مسائل ، مشکلات و اخبار مربوط به دانشجویان ، دانشگاهیان و استادان پردازد ، ابراز کرده اند. که از این تعداد یک چهارم بهترین شبکه را « شبکه اول » ( ۲۳ درصد ) و « شبکه خبر » ( ۲۶ درصد ) دانسته اند.

۸۵ درصد از دانشجویان معمولاً روزنامه مطالعه می کنند ، ۵۸ درصد روزنامه همشهری ، ۵۰ درصد روزنامه های تعطیل شده ( سلام ، خرداد و نشاط ) ۳۸ درصد صبح امروز ، ۲۸ درصد روزنامه عصر آزادگان ، ۲۳ درصد کیهان و ۲۳ درصد ایران و کیهان و ۱۹ درصد روزنامه ایران را مطالعه می کنند. ۲۸ درصد به صبح امروز ، ۲۰ درصد به عصر آزادگان ، ۱۵ درصد به کیهان ، ۳۷ درصد به روزنامه همشهری ، ۳۷ درصد به روزنامه های تعطیل شده ( سلام ، خرداد و نشاط ) ، ۱۵ درصد به ایران و ۱۳ درصد به روزنامه اطلاعات اعتماد دارند. همچنین روزنامه های تعطیل شده ( ۴۷ درصد ) ، روزنامه های همشهری ( ۴۱ درصد ) ، صبح امروز ( ۲۵ درصد ) ، عصر آزادگان ( ۲۵ درصد ) بیشتر از دیگر روزنامه ها ، اعتماد دانشجویان دوره دکتری را به خود جلب کرده اند. ۵۳ درصد از دانشجویان به طور متوسط « روزی نیم ساعت » وقت خود را صرف مطالعه روزنامه می کنند.

بر اساس نتایج به دست آمده از کل افراد نمونه ، ۶۷ درصد از پاسخگویان ( دانشجویان ) علاوه بر تماشای اخبار تلویزیون ، روزنامه هم مطالعه می کنند. این در حالی است که تنها ۱۱ درصد از دانشجویان افرادی هستند که برای کسب اخبار مورد نیاز خود تنها از رسانه تلویزیون استفاده می کنند. بنابراین ، اکثر مخاطبان اخبار تلویزیون در بین دانشجویان کسانی هستند که حتماً به منابع دیگر خبری دسترسی دارند.

۹۲ درصد از افراد نمونه ( دانشجویان ) برای کسب اخبار مورد نیاز خود از روزنامه ها ، ۸۹ درصد از صدا و سیما ، ۸۵ درصد از دوستان و آشنایان ، ۵۳ درصد از رادیوهای خارجی و ۲۸ درصد از ماهواره ها استفاده می

کنند. بر اساس نتایج به دست آمده ، بین استفاده از خبرهای دوستان و آشنایان با سطح تحصیلات آنها رابطه مستقیمی وجود دارد. به طور کلی هر چه سطح تحصیلات دانشجویان افزایش می یابد میزان استفاده آنها از اخبار رادیوهای خارجی نیز بیشتر می شود یعنی دانشجویان دوره های فوق لیسانس و دکترا بیشترین مخاطبان اخبار رادیوهای خارجی به صاحب می آیند. ولی بین استفاده از اخبار ماهواره ها در بین دانشجویان با سطح تحصیلات آنها رابطه معکوسی وجود دارد. به طوریکه هر چه سطح تحصیلات دانشجویان افزایش می یابد ، میزان استفاده آنها از اخبار ماهواره کاهش می یابد. یعنی دانشجویان دوره های دکترا و فوق لیسانس کمترین مخاطبان اخبار ماهواره ها حساب می آیند.

نزدیک به نیمی از دانشجویان ( ۴۷ درصد ) به روزنامه ها ، بیش از یک چهارم ( ۲۸ درصد ) به صدا و سیما ، یک پنجم ( ۲۰ درصد ) به رادیوهای خارجی و کمتر از یک پنجم ( ۱۵ درصد ) به ماهواره و همچنین کمتر از یک پنجم ( ۱۳ درصد ) به اخبار میان فردی ، در حد « خیلی زیاد و زیاد » اعتماد دارند. بر اساس نتایج به دست آمده بین میزان اعتماد دانشجویان به اخبار رادیوهای خارجی با سطح تحصیلات آنها رابطه مستقیمی وجود دارد. به طوریکه هر چه سطح آنها بیش می شود ، میزان اعتماد آنها به رادیوهای خارجی نیز افزایش می یابد. یعنی دانشجویان دکترا و فوق لیسانس بیشتر از بقیه دانشجویان به اخبار رادیوهای خارجی اعتماد می کنند. همچنین بین میزان اعتماد دانشجویان به اخبار ماهواره ها با سطح تحصیلات آنها رابطه مستقیمی وجود دارد ، به طوریکه هر چه سطح تحصیلات آنها بیشتر می شود ، میزان اعتماد آنها به اخبار ماهواره ها نیز افزایش می یابد. یعنی دانشجویان دوره دکترا و فوق لیسانس بالا ترین مخاطبان اعتماد کننده به اخبار ماهواره ها به حساب می آیند.

بر اساس نتایج بدست آمده ، ۹۷ درصد از پاسخگویان به موضوعهای « علمی - فرهنگی » ، ۹۴ درصد به موضوعهای « سیاسی » ، ۹۳ درصد به موضوعهای « اجتماعی » ، ۸۹ درصد به موضوعهای « اقتصادی » ، ۸۹ درصد به موضوعهای « ورزشی » ، ۸۸ درصد به « حوادث » و ۴۱ درصد به موضوعهای « هنری » علاقمندند. ۱۲ درصد از دانشجویان در حد « خیلی زیاد و زیاد » از برنامه های خبری صدا و سیما رضایت دارند و ۵۲

درصد معتقدند که صدا و سیما در ارائه اخبار در حد «خیلی زیاد و زیاد» گزینش علمی می کند و ۱۴ درصد از دانشجویان هم براین اعتقادند که صدا و سیما در ارائه برنامه های خبری خود به صورت «خیلی زیاد و زیاد» واقعیتها را مطرح می کنند. مهمترین خبرهای شش ماه اول سال ۷۸ از نظر دانشجویان، «حادثه کوی دانشگاه» (۶۷/۵ درصد)، «تعطیل شدن روزنامه ها و دادگاههای مطبوعاتی» (۳۹ درصد)، «سفر ریاست جمهوری به کشورهای خارجی» (۲۳ درصد) و «درگیریهای مختلف سیاسی جناحهای درون نظام» (۱۸ درصد) بوده است.

**مطالعه دیگری با عنوان میزان بهره مندی جوانان از محتوای وسایل ارتباط جمعی (رادیو، تلویزیون و مطبوعات)، توسط نقیبی، روی جوانان ۱۵-۲۴ سال صورت گرفته است. در این مطالعه اهداف زیر دنبال شده است:**

- ۱) بررسی میزان بهره مندی (کیفی و کمی) جوانان از وسایل ارتباط جمعی
  - ۲) نحوه رویارویی جوانان با وسایل ارتباط جمعی
  - ۳) نقش وسایل ارتباط جمعی در افزایش سطح آگاهی، اطلاع رسانی و سرگرمی
  - ۴) بررسی عوامل مؤثر در شکل گیری، رفتار نگرشها و عقاید جوانان
  - ۵) آگاهی از مهمترین انتظارات و توقعات جوانان
  - ۶) دلایل عدم استفاده جوانان از محتوای وسایل ارتباط جمعی
- نتایج حاصل از پژوهش نشان می دهند که:

میزان دسترسی جوانان به تلویزیون بیشتر از رسانه های دیگر است و از این رسانه جمعی بیش از رسانه های دیگر بهره می برند. جوانان دوست دارند در مطبوعات مطالبی را مطالعه کنند که بعدها از آن استفاده می کنند. به دلیل خصوصیات سنی به اخبار حوادث و اتفاقات بیشتر توجه می کنند. با کاهش سواد تمایل آنان نسبت به استفاده از تلویزیون افزایش می یابد. با افزایش سواد تمایل آنان نسبت به استفاده از رادیو و روزنامه افزایش می یابد. به طور کلی زنان و دانش آموزان به تلویزیون رغبت زیادی نشان می دهند و مردان و دانشجویان به رادیو و روزنامه ها علاقه دارند.

مهمترین توقع و انتظار جوانان از مجله ها افزایش مطالب علمی و فرهنگی جدید است و مهمترین توقع و انتظار جوانان از روزنامه ها عدم سانسور مطالب می باشد. مهمترین توقع و انتظار آنان از رادیو ، پخش موسیقی و برنامه های شادی آفرین و از تلویزیون عدم پخش برنامه های تکراری است. مهمترین دلیل عدم بهره مندی جوانان از رادیو ، کمبود وقت و بی محتوایی برنامه ها و از تلویزیون کیفیت پایین محتوای برنامه ها ذکر شده است. کتاب مهمترین عامل مؤثر در شکل گیری عقاید ، نگرشها و رفتار جوانان است و تأثیر برنامه های رادیویی در شکل گیری عقاید ، نگرشها و رفتار جوانان ناچیز است.

مطالعه ای تحت عنوان نگرش دانشجویان درباره مجلات توسط دانشکده علوم تربیتی دانشگاه تهران صورت گرفته است در این مطالعه که به روش پیمایش و روی نمونه ای تصادفی انجام شده است ، نتایج زیر به دست آمده است :

از کل گروه نمونه ۱۰ درصد اصلاً مجله مطالعه نمی کنند و برای آن دلایلی چون سطحی بودن مطالب ، عدم تطبیق با واقعیت ، بی اعتمادی به مطالب مندرج در مجلات و کمی دقت را مطرح کرده اند. در این تحقیق نشان داده شده است که ۹۰ درصد از دانشجویان مطالب مجلات را دقیق مطالعه نمی کنند و برخی به تماشای عکسها ، خواندن تیراژها یا خواندن سرسری مطالب اکتفا می کنند. تنها ۲ درصد افرادی که مجله مطالعه می کنند مطالب با خواسته های آنها مطابقت دارد و ۱۳ درصد ذکر کرده اند که به هیچ وجه خواسته های آنان را برآورد نمی سازند. لذا با صراحت تمام می توان گفت ، با اینکه ۹۰ درصد افراد نمونه جزء خوانندگان مجلات محسوب می شوند از آنجایی که تمامی آنها مطالب مجله را دقیقاً مطالعه نمی کنند یا با خواسته های آنان مطابقت ندارد یا همه شماره را مطالعه نمی کنند ، بنابراین از میزان درصد خوانندگان حقیقی مجلات بسیار کاسته می شود.

مطالعه دیگری با عنوان جامعه شناسی مطبوعات ایران توسط حاجی زاده انجام شده که به بررسی عوامل مؤثر بر وضعیت کنونی روزنامه های اولیه در ایران پرداخته است. بخش اول این بررسی به نگاهی اجمالی به تاریخ مطبوعات در برخی از کشورهای صنعتی و بررسی زمینه های پیدایش و تحولات اجتماعی مطبوعات در ایران اختصاص دارد. در این فصول

سابقه تاریخی اولین مطبوعات جهان و وضعیت فعلی مطبوعات در برخی از کشورهای جهان از جمله فرانسه ، آلمان ، ایتالیا ، انگلیس ، امریکا و ... و اولین روزنامه های ایران و تحولات آنها بررسی شده است. اهداف مطرح شده در این بررسی عبارتند از :

تحلیلی از زمینه های پیدایش مطبوعات در برخی از کشورهای صنعتی ، تحلیلی از زمینه های پیدایش مطبوعات در ایران ، تحلیلی از تاریخ تحولات مطبوعات در ایران، سنجش توسعه نیافتگی روزنامه های ایران ، بررسی رابطه تعاملی توسعه نیافتگی روزنامه های ایران و عوامل سیاسی، بررسی رابطه تعاملی توسعه نیافتگی روزنامه های ایران و عوامل اجتماعی، بررسی رابطه تعاملی توسعه نیافتگی روزنامه های ایران و عوامل فرهنگی، بررسی رابطه تعاملی توسعه نیافتگی روزنامه های ایران و عوامل اقتصادی ، ارائه تصویری از وضعیت مطبوعات در ایران.

وی در این بررسی عوامل اصلی مؤثر بر پیدایش مطبوعات در جهان را شهرنشینی ، صنعتی شدن و نوسازی معرفی می کند و خاطر نشان می کند این تحولات شرایط اجتماعی لازم را برای پیدایش مطبوعات جدید فراهم کرده اند. در زمینه های پیدایش مطبوعات در ایران به زمینه های سیاسی ، اقتصادی ، فرهنگی ، اجتماعی و روابط بین الملل پرداخته است.

از نظر وی روزنامه های ایران وضعیت مطلوبی ندارند. این نامطلوب بودن وضعیت روزنامه های ایران از طرف مقامات مسئول ، اساتید ارتباطات ، منتقدان اجتماعی و نویسندگان مطبوعات بارها مورد اشاره قرار گرفته است اما هیچ حرکت مطلوبی در سطح کل انجام نگرفته است.

بر اساس یافته های این تحقیق ۶۴/۷ درصد از پاسخگویان در نمونه مورد بررسی وضعیت کنونی روزنامه های ایران را توسعه نیافته دانسته اند. میانگین نمره شاخص تلفیقی توسعه نیافتگی در روزنامه های ایران ۳/۳۵ از ۷ یا ۹/۵۸ از ۲۰ می باشد. همانگونه که مشاهده می شود میانگین نمرات از هریک از شاخصها و از مجموع شاخصها پایین تر از حد متوسط و در واقع نامطلوب است. برای اثبات نامطلوب بودن وضعیت روزنامه ها در این بررسی تحلیل محتوا نیز انجام گرفته است و تعداد ۲۲۳ مورد از مطبوعات بوده که ۱۹۹ مورد از مطبوعات در حقیقت توسعه نیافته ، ۱۶ مورد فاقد این مطلب ، ۸ مورد نیز نامعلوم اعلام می گردد. محقق در این تحقیق

به سه ابزار دولت برای تضعیف روزنامه های ایران اشاره کرده است. این سه ابزار عبارتند از: سانسور و حق ممیزی، ایجاد جو ترس و وحشت و پیدایش و تداوم خود سانسوری، دادن امکانات و کمک به روزنامه های هوادار و محروم کردن از امکانات و ایجاد موانع برای روزنامه های مخالف و منتقد.

به اعتقاد محقق منظومه ای عوامل این توسعه نیافتگی روزنامه ها را بوجود آورده اند. که در آن نقش عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در سطح کلان جامعه برجسته است و توسعه اجتماعی - اقتصادی و فرهنگی پیش نیاز دستیابی روزنامه های وزین و معتبر می باشد.

مطالعه دیگری توسط گلابی با عنوان مطبوعات و جوانان صورت گرفته است. این پژوهش در دو بخش به انجام رسیده است. نگارنده با تحلیل محتوای مطالب روزنامه ها به این نتیجه رسیده است که از خصوصیات بارز مطبوعات ایران توجه بیش از حد آنان به جنبه انتفاعی، تجاری و تبلیغاتی است. او معتقد است که حجم قابل ملاحظه ای از صفحات روزنامه ها و مجلات ایران را تبلیغات بازرگانی و تجاری پر کرده اند که جز ترویج فرهنگ مصرفی و منحط دنیای غرب چیز دیگری عاید جوانان نخواهند کرد.

وی همچنین بررسی ای در شهر تهران روی جوانان (اعم از دختر یا پسر) مناطق شمالی و جنوبی تهران انجام داده است. روش تحقیق در این بررسی پیمایشی می باشد و ابزار کار پرسشنامه است. ارقام و آمار بدست آمده درباره نظر و اعتقادات جوانان تهرانی نسبت به مطبوعات نشان می دهد که ۸۲ درصد پسران جنوب شهر، ۷۰ درصد پسران شمال شهر، ۷۰ درصد دختران جنوب شهر و ۵۷ درصد دختران شمال شهر از مطبوعات تهران راضی نیستند. به طور کل می توان میانگین گرفت که حدود ۷۰ درصد از کل جوانان تهرانی از مطبوعات راضی نیستند و نظرشان در رابطه با جنبه های مثبت و کاربرد صحیح و درست مطبوعات ملی منفی می باشد. اهم مسائل مورد توجه وی در این مطالعه عبارتند از:

(۱) کنترل صحیح و درست دولت بر چگونگی کار، هدف و نقش مطبوعات و بخصوص جنبه تبلیغاتی بیش از حد آن.



۲) با اعمال کنترل فوق بدون تردید وضعیت مالی سازمانهای انتشاراتی دچار وقفه می شود و اینجاست که دولت با ترمیم و تکمیل کمبودهای مالی آنان نقش مهمی را می تواند بازی کند و گردانندگان مطبوعات را در این مورد یاری دهد.

۳) با وجود آوردن چنین وضعی و تقویت و ترویج روحیه ملی در بین کارکنان مؤسسات مطبوعاتی، افراد متعهد پدید می آیند که در پیشبرد مقاصد انسانی و ملی می توانند بسیار مفید باشند.

۴) مطبوعات را همگام سایر وسایل ارتباط جمعی در راه تقویت حس ملی و تغییر بینشها و افکار و عقاید سنتی و راکد می توان بسیج نمود.

۵) برای تغییر افکار و عقاید کهن باید شرایط فرهنگی و اجتماعی بخوبی درک شده و بر مبنای آن اقدام شود.

۶) تربیت کادر متخصص و آگاه و تهیه مواد و وسایل اولیه به یاری دولت.

۷) تعدد و تکرار مطبوعات زیرا در آن صورت فریفتن افکار عمومی ناممکن تر بوده و کنترل بیشتری در بیان واقعی امور و مسائل صورت خواهد پذیرفت. این بررسی نیز توجه قشر خاصی از جامعه را نسبت به مطبوعات سنجیده است که عموماً جوانان و دانشگاهیان می باشند. البته تأکید بیش از حد به جنبه های تبلیغاتی مطبوعات به بررسی جهت خاصی داده و تأثیر این بخش از مطبوعات در ایده ها و افکار جوانان بیشتر مدنظر است.

بررسی دیگری با عنوان علل گرایش خوانندگان مطبوعات نسبت به روزنامه همشهری و سنجش میزان آن در منطقه شش تهران توسط آقازاده صورت گرفته است. اهداف اصلی پژوهش عبارتند از:

۱) مشخص نمودن جایگاه مطبوعات در میان مردم

۲) دستیابی به اینکه تماس فرد با روزنامه چگونه؟ کی؟ کجا؟ می باشد.

۳) تعیین شدت یا میزان گرایش افراد نسبت به روزنامه

۴) ایجاد اثر بازگشتی.

در این تحقیق جامعه آماری شهر بزرگ تهران است. نمونه ها به صورت تصادفی انتخاب شده اند. روش تحقیق پیمایشی می باشد و ابزار تحقیق پرسشنامه است.

بر اساس نتایج بدست آمده از این تحقیق با در نظر داشتن ویژگیهای روزنامه همشهری علل گرایش افراد به روزنامه به این صورت عنوان می گردد:

الف) ۶۴ درصد افراد مورد نظر اذعان می دارند که تنوع مطالب روزنامه همشهری زیاد است و نیز ۲۰ درصد از مطالعه کنندگان روزنامه فوق میزان تنوع مطالب همشهری را بسیار زیاد می دانند.

ب) ۸۰ درصد پاسخگویان معتقدند همشهری دارای جهت گیری سیاسی نبوده است.

ج) به ترتیب ۵۲ و ۴۸ درصد در زمینه ویژگی رنگی بودن روزنامه همشهری آن را راضی کننده و کاملاً راضی کننده معرفی می کنند.

د) ۷۲ و ۲۴ درصد به ترتیب میزان صحت اطلاعات همشهری را تأیید کرده و آن را قابل اعتماد و کاملاً قابل اعتماد می دانند.

پس با توجه به میزانهای ذکر شده ( ۶۰ درصد یا حتی ۷۰ درصد و بیشتر ) افرادی هستند که تنها روزنامه همشهری را همواره دنبال می کنند و در غیر اینصورت نیز مطبوعات دیگر را در کنار همشهری مطالعه می کنند. از نتایج بدست آمده می توان دریافت که از مهمترین ویژگیهای روزنامه همشهری که موجب جلب مخاطبان به خود شده است ، تنوع مطالب ، رنگی بودن و یا به عبارت دیگر ظاهر روزنامه ، قابل اعتماد بودن مطالب آن و فقدان جهت گیریهای سیاسی می باشد.

به اعتقاد محقق خصوصیات و ویژگیهای روزنامه مستقیم با متغیرهای گرایش رابطه علی دارند. ولی هنگام بحث از افزایش یا کاهش میزان گرایش ناشی از بهبود خصوصیات و افزایش رضایت از خصوصیات رابطه علی به رابطه هم تغییری تبدیل می شود. یعنی با افزایش یا کاهش رضایت از خصوصیات روزنامه میزان گرایش افزایش و یا کاهش می یابد ولی در ایجاد گرایش همین خصوصیات بعنوان علل بوجود آمدن گرایش مطرح هستند.

پژوهش دیگر بررسی عوامل مؤثر بر میزان مطالعه و نوع مجلات مورد مطالعه دانشجویان دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران می باشد. این بررسی با تکیه بر نیازهای قشر دانشجو، تأمین آنها از طریق مطبوعات و نقش ارتباطی مطبوعات انجام گرفته است. اهداف این تحقیق عبارتند از بررسی روابط بین پارامترها و متغیرهایی چون، خواستگاه جغرافیایی، سن، جنس، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، سهمیه ورودی به دانشگاه و میزان مطالعه و نوع مطالب مورد نظر.

نگارنده معتقد است با بررسی این عوامل و برخورد قشر دانشجو با عوامل ارتباطی می توان مسائل و مطالب مدنظر دانشجویان را یافت و در جهت پر بار نمودن مطالب مطبوعات تلاش نمود. در کنار این ها در این بررسی زمان مطالعه مطبوعات توسط دانشجو مورد توجه است. ولی به طور کلی هدف نگارنده از تحقیق کشف دلایل تمایل و عدم تمایل به مطالعه مطبوعات توسط دانشجویان است. روش تحقیق با توجه به اهداف، عینی و میدانی است و با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی تعداد هشتاد نفر از دانشجویان دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران انتخاب شدند. ابزار تحقیق نیز پرسشنامه می باشد.

نتایج مطالعه نشان می دهند که :

تنها از جمعیت پدران ۳۳ نفر بی سواد و از بین مادران ۳۴ نفر بی سواد بودند. با توجه به اینکه والدین دانشجویان غالباً کم سواد و یا بی سواد بودند ساعات مطالعه دانشجویان در هفته تنها برای یک نفر ۱۷ ساعت در هفته و برای سایرین کمتر بوده است. بیشترین فراوانی در ارتباط با مجلات مورد بررسی مربوط به مجلات اجتماعی می باشد که اهمیت نوع مطالعه دانشجویان را مطرح می سازد.

درآمد خانواده نیز در این بررسی از عوامل مهم و دخیل در میزان گرایش به مطبوعات فرض شده بود که نشان می دهد با توجه به مشکلات مادی مطرح شده از طرف دانشجویان همچون گرانی مجلات، پرداخت هزینه های هنگفت برای تحصیل در کنار علاقه آنها به مطبوعات بیشترین و مؤثرترین عامل می تواند باشد. نگارنده معتقد است که افزایش تنوع مطبوعات منجر به بالا رفتن قیمتها شده و موجب تنزل در گرایش به مطبوعات.

تحقیق دیگری توسط آقایان بدیعی وعباس زاده با عنوان میزان اعتماد دانشجویان به رسانه های خبری

صورت گرفته است. اهداف این تحقیق عبارتند است از :

(۱) بررسی میزان اعتماد به اخبار داخلی رسانه های کشور.

(۲) بررسی میزان اعتماد به اخبار خارجی رسانه های کشور.

(۳) بررسی میزان اعتماد به اخبار ایران ، رادیوهای فارسی زبان بیگانه.

(۴) بررسی میزان اعتماد به اخبار خارجی رادیوهای فارسی زبان بیگانه.

(۵) بررسی عوامل مؤثر در شکل گیری عقاید ، نگرشها و رفتارهای دانشجویان.

جامعه آماری در این تحقیق دانشجویان دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه تهران می باشد. نمونه گیری به صورت تصادفی بوده و تعداد نمونه ها ۱۸۷ نفر از دوره های شبانه و روزانه بوده است. ابزار تحقیق پرسشنامه است.

نتایج تحقیق نشان داده اند که :

الف) در مورد اخبار داخلی تفاوت معنی داری بین میزان اعتماد دانشجویان نسبت به خبرهای داخلی رسانه های کشور مشاهده نمی شود. میانگین اعتماد پاسخگویان در حد متوسط و کمتر است.

ب) در خصوص اخبار خارجی ، میزان اعتماد پاسخگویان نسبت به خبرهای خارجی تلویزیون و روزنامه ها بیش از رادیو است و میزان اعتماد آنها به این سه رسانه بیش از اعتماد آنها به اخباری است که از طریق میان فردی به آنها منتقل می شود.

ج) دانشجویان معتقدند تأثیر مطالب کتابهای منتشر شده در داخل بیشترین و رادیوهای فارسی زبان بیگانه کمترین تأثیر را بر روی عقاید ، نگرشها و رفتار آنها دارد.

د) آنها معتقدند بیان واقعیتها ، صداقت و راستگویی در انعکاس خبرها مهمترین عامل اجتماعی توجه به اخبار رسانه های کشور است. مهمترین انگیزه مطالعه روزنامه کسب خبر به تنهایی و یا همراه با تفسیر و گرایش

است. از دیدگاه پاسخگویان جنبه سرگرمی و پرکردن اوقات فراغت توسط روزنامه بسیار ناچیز است. مهمترین انگیزه کسب خبر، تفسیر و مطالعه گزارشهای علمی، فرهنگی و سیاسی است.

پژوهش دیگر با عنوان تصویر روزنامه های تهران از دیدگاه دانشجویان توسط بدیعی انجام شده است. این تحقیق مقایسه ای است بین سه روزنامه کیهان، اطلاعات و جمهوری اسلامی در سالهای ۶۳ و ۶۵.

در این پژوهش دو سؤال مورد بررسی قرار گرفته است:

الف) آیا در نگرش دانشجویان بین روزنامه های اطلاعات و جمهوری اسلامی و کیهان در سال ۶۳ و ۶۵ تفاوتی مشهود است؟

ب) آیا تفاوت معنی دار است؟

به اعتقاد محقق امروز میزان اعتماد و اطمینان افراد جامعه نسبت به هر یک از رسانه ها در کسب خبرهای کشور و جهان بخاطر امکان دسترسی آنان به روزنامه ها، رادیو، تلویزیونها و مجله های داخلی و خارجی بیش از گذشته مورد توجه است. روزنامه ای که از نظر صداقت و راستگویی در انتشار اخبار مورد سؤال مردم باشد نمی تواند اعتبار و مقام والایی را در جامعه کسب کند. ویژگیهایی که از نظر محقق در جذب مخاطب اهمیت دارد عبارتند از: مسئول بودن روزنامه در قبال مطالب خود و جامعه، محتوا، صفحه آرایی و... او معتقد است که در حال حاضر با پیشرفت علوم ارتباطات، روزنامه ها بیش از پیش در ارتباط با جامعه مسئول هستند و شجاعت در بیان مطالب ضمن در نظر گرفتن اهمیت سرعت در انتقال خبر و آگاهی از درستی مطالب از دیگر ویژگیهای روزنامه های کنونی است.

در این تحقیق از روش « تمایز معنایی » استفاده شده است. در این روش نگرش افراد در مورد مفاهیم مختلف با استفاده از صفات دو قطبی متضاد سنجیده می شود. سه روزنامه مورد مطالعه با استفاده از چهارده صفت دو قطبی مورد ارزیابی دانشجویان سال آخر دوره لیسانس علوم ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی در گروه های ۳۲ و ۳۴ نفری به صورت مجزا در خرداد ماه ۱۳۶۳ و ۱۳۶۵ قرار گرفته اند.

در ارتباط با روزنامه اطلاعات بر اساس داده های آماری بدست آمده از هر دو سال و مقایسه آن دو با یکدیگر مشاهده می شود که اگرچه در مواردی در میانگین های دو سال تفاوت های جزئی دیده می شود ولی این تفاوتها ظاهری است و از لحاظ آماری معنی دار نمی باشد. با نظری که این دانشجویان نسبت به روزنامه اطلاعات دارند در مورد هر یک از صفات مورد بررسی می توان مشاهده نمود که هیچ تغییری در مدت این دو سال حاصل نشده است. دانشجویان هر دو گروه روزنامه اطلاعات را یک روزنامه خبری می دانند ولی از جنبه هایی نظیر کیفیت محتوا، میزان اعتماد، صفحه آرایی و زیبایی، جامعیت، عمقی بودن مطالب و مسئول بودن و شجاعت آن را در حدی کمتر از متوسط می دانند.

در ارتباط با روزنامه جمهوری اسلامی ایران نیز نشان می دهد که نگرش دو گروه از دانشجویان ارتباطات اجتماعی در دو زمان متفاوت در مورد هر یک از صفات دو قطبی، تصویری یکسان ارائه می دهد. این دانشجویان گرچه این روزنامه را یک روزنامه خبری می دانند ولی آن را از همه لحاظ در حدی پایین تر از متوسط می دانند. از نظر آنها این روزنامه از لحاظ کیفیت محتوا، میزان اعتماد، صفحه آرایی و زیبایی، جامعیت، عمقی بودن مطالب، مسئول بودن و شجاعت در طرح مسائل جامعه و دیگر موارد ضعیف است و باید برای بهبود این موارد کوشش بیشتری به عمل آید.

در ارتباط با روزنامه کیهان می توان مشاهده نمود که همچون روزنامه های پیشین هیچگونه تغییری در نگرش دانشجویان نسبت به این روزنامه هم صورت نگرفته است با این تفاوت که این روزنامه به غیر از صفات دو قطبی ترسو و شجاع در رابطه با سایر موارد و صفات دو قطبی نسبت به دو روزنامه قبل وضعیت بهتری دارد و دانشجویان آن را در سطحی بالاتر از حد متوسط قرار داده اند.

در پایان نگارنده می نویسد که گرچه روزنامه کیهان از سطح بهتری برخوردار است ولی همواره دارای نقاط ضعف بسیاری است که در حل آن بایستی کوشا باشد. وی همچنین می نویسد: روزنامه های ایران باید به کیفیت مطالب خود بیشتر توجه داشته باشند، آنها را جامعتر و بهتر ارائه دهند. روزنامه ای که در کار خود مسئول نباشد و برای مردم قابل اعتماد نباشد نمی تواند در کار خود موفق باشد.

به اعتقاد محقق این تحقیق منعکس کننده افکار و دیدگاههای تیزبین و نکته سنج کارشناسان آینده ارتباطات اجتماعی است و این احتمال وجود دارد که خوانندگان این روزنامه ها نگرش دیگری نسبت به هر یک از آنها داشته باشند. در مجموع به نظر می رسد که هر سه روزنامه تا رسیدن به سطح قابل قبول ، فاصله زیادی دارند و باید کوشش بیشتری کنند.

در پژوهش دیگری باعنوان علل گرایش دانشجویان به مطبوعات که توسط حامی به انجام رسیده است ، انگیزه انجام این تحقیق توسعه گسترش کیفی و کمی وسایل ارتباط جمعی ، از جمله مطبوعات در جهان امروز و در ایران ذکر شده است. روش پژوهش پیمایش است و جامعه آماری متشکل از دویست نفر از دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی می باشد.

نتایج بدست آمده حاکی از آن است که ۸ درصد از افراد اصلاً در طی روز روزنامه مطالعه نمی کنند. ۱۱/۵ درصد تنها یک روز روزنامه مطالعه می کنند ۱۶ درصد سه روز ، ۹/۵ درصد چهار روز ، ۱۹ درصد پنج روز و ۷۰ درصد همه روزه روزنامه مطالعه می کنند.

پرخواننده ترین روزنامه ها به ترتیب همشهری با ۶۵ درصد ، عصر آزادگان با ۶۰ درصد ، آفتاب امروز با ۵۲/۵ درصد ، صبح امروز با ۵۰ درصد ، اطلاعات با ۳۰ درصد ، ایران با ۳۷/۵ درصد ، فتح و ابرار ورزشی با ۲۵ درصد و مشارکت با ۲۰ درصد می باشند. در این بررسی راههای دستیابی به روزنامه ها نیز بررسی شده است. ۱۲۱ نفر از خوانندگان ، روزنامه های مورد نظر خود را روزانه خریداری می کنند. ۳۷ نفر از افراد نمونه در کتابخانه دانشگاه مطالعه می کنند ، ۲۴ نفر مشترک روزنامه هستند و ۱۶ نفر نیز از روزنامه دیگران استفاده می کنند.

در این بررسی از دانشجویان خواسته شده است تا مشخص نمایند اخبار مربوط به کدام شخصیت را بیشتر دنبال می کنند و در جواب آمده است که : ۶۹ درصد اخبار مربوط به ریاست جمهوری ، ۴۴ درصد اخبار مربوط به هنرمندان ، ۳۷ درصد اخبار مربوط به مجلس ، ۳۴ درصد اخبار مربوط به احزاب و ۳۴ درصد نیز اخبار مربوط به نویسندگان را مطالعه می کنند. همچنین در ارتباط با اهمیت گرایش سیاسی روزنامه مورد نظر

نزد دانشجویان نتایج حاکی از آن است که ۶۹/۵ درصد از دانشجویان به گرایش روزنامه موردنظر خود اهمیت می دهند و ۲۷ درصد نیز گرایش روزنامه برایشان اهمیتی ندارد. در مورد معتبرترین منبع خبری از دید افراد مورد مطالعه نتایج نشان می دهد ۶۱ درصد روزنامه ها ، ۳۹ درصد رادیوهای خارجی ، ۳۱ درصد صدا و سیما ، ۷ درصد اطلاعات شنیداری از مردم و ۴ درصد سایر منابع خبری از جمله ماهواره و اینترنت را معتبرترین منابع خبری معرفی می کنند.

بررسی میزان مطالعه دانشجویان و عوامل موثر بر آن مطالعه دیگری است که توسط شیخ محمدی صورت گرفته است. در این مطالعه جامعه آماری ۱۶۰۰ دانشجوی رشته علوم اجتماعیست که حجم نمونه ۱۶۰ نفر به نسبت یک دهم انتخاب گردید. روش تحقیق روش پیمایش و تکنیک آن پرسشنامه می باشد. مهمترین نتایج و یافته های پژوهش به قرار زیر است :

دانشجویانی که قبل از ورود به دانشگاه هدفشان مشخص است و نسبت به آینده رشته تحصیلی خود آگاهی خوبی دارند ، در دوران تحصیل کمتر دچار مشکل می شوند ، مطالعه آنها زیاد است و با انگیزه و علاقه زیاد برای ادامه تحصیل مطالعه می کنند. قیمت کتب و نشریات بر مطالعه دانشجویان تأثیرگذار است. با گرانی کاغذ و کتاب میزان مطالعه دانشجویان دچار مشکل شده و بیشتر به کتابخانه ها روی می آورند. دسترسی به منابع و مآخذ و کتابخانه ها و دیگر مکانهای فرهنگی در افزایش میزان مطالعه دانشجویان مؤثر است. یافته دور از انتظار ما در این تحقیق این بود که پایگاه اقتصادی و اجتماعی والدین و رواج مطالعه در خانواده در میزان مطالعه پاسخ گویان تأثیری ندارد. این مسئله به این دلیل بود که از نظر خانوادگی شغل پدر پاسخ گویان ۹۰٪ کارگری و کشاورزی بوده و از نظر تحصیلات هم ۹۰٪ بیسواد و سواد ابتدائی و قدیمی داشتند. به همین خاطر پدر و مادر پاسخگویان تأثیری در میزان مطالعه فرزندان خود بدلیل موقعیت خاص اقتصادی ، اجتماعی نداشته اند. تبلیغ از طریق رسانه ها و آموزشهای جنبی و پاداشهایی که فرد از طریق مطالعه نصیب وی می شود در میزان مطالعه دانشجو مؤثر است و نوع مطالعه و میزان مطالعه دانشجو بستگی به میل و علاقه و هدف



دانشجو دارد و کسب امتیازات علمی-اجتماعی - اقتصادی و غیره ... ناشی از تحصیل در میزان مطالعه بسیار است.

مطالعه دیگری توسط زمانی تحت عنوان ، بررسی زمینه های جامعه شناختی گرایش به مطالعه با تأکید بر مطبوعات و تحقیق در باب دانش آموزان ناحیه ۲ شهرری صورت گرفته است. روش نمونه گیری در این پژوهش خوشه ای و روش تحقیق آن پیمایشی همراه با مقایسه ای بین دانش آموزان دختر و پسر است. ابزار اندازه گیری پرسشنامه همراه با گردآوری اطلاعات از کتابخانه و مراکز آمار است. انجام پژوهش بر روی نمونه ۱۴۸ نفری از بین ۱۸۹۵ دانش آموز سال سوم انسانی ناحیه ۲ شهرری از طریق پرسشنامه ۲۶ سوالی انجام گردید. نتایج نشان می دهند که فرضیات تأثیر نظام اجتماعی ، تأثیر پایگاه طبقاتی ، تأثیر مفاهیم و مضامین کتب و تأثیر امکانات فرهنگی بر میزان مطالعه تأیید گردید و دو فرضیه تأثیر معلمین و تلویزیون بر میزان مطالعه رد شد.

در مطالعه ای تحت عنوان چرا امریکائیان از مطبوعات متنفرند ، نظر امریکائیان در مورد مطبوعات مورد پرسش قرار گرفته است. نتایج مطالعه حاکی از آن است که مردم در تلویزیون محلی روزنامه های محلی را هدف قرار می دهند. روزنامه های محلی در تمام سطوح هم چاپ و هم پخش مورد سرزنش قرار گرفته اند. عامه مردم به اخبار تلویزیون محلی بسیار بیشتر از اخبار شبکه و تاحدودی بهتر از روزنامه ها علاقه نشان داده اند. در این نظر سنجی نظر رهبران سیاسی و مدیران تجاری نیز مورد بررسی قرار گرفت. آنان نیز از اخبار شبکه بیشتر از اخبار محلی انتقاد کرده اند. قضاوت عامه مردم در مورد روزنامه های ملی مثبت تر از قضاوت آنان در مورد مطبوعات محلی بود. گروههای رهبری از کنگره تا رهبران جامعه محلی نیز روزنامه های ملی را بهتر از انواع رسانه های خبری دیگر دانسته اند. از نظر ناشران ، سردبیران و همتران آنان در پخش ، فشارهای مالی ، عامل آسیب زا در کیفیت روزنامه نگاری نیست با این حال دست اندرکاران سطوح میانی چاپ و روزنامه نگاران بخش شدیداً

با این نظر مخالفند. روزنامه نگاران در تمام سطوح بر این اعتقادند که سازمانهای خبری آنها با توجه به مسائلی که اکثراً ناشی از بحرانهای مطبوعات است کار خود را به خوبی انجام می دهند. درصد معنی داری از پاسخگویان معتقدند که سازمان خبری آنان توانسته است مجموعه مطالب را به خوبی پوشش داده و پوشش مناسبی از پیشرفتهای مثبت را ارائه دهد (WGBH, 1998).

نظرسنجی جدیدی تحت عنوان مردم و مطبوعات از ۱۲۱۱ نفر از بزرگسالان آمریکایی صورت گرفت. نتایج بر این دلالت دارد که از دید عامه مردم مطبوعات غیرمنصفانه و ناصحیح هستند. بسیاری از آمریکائیان معتقدند که رسانه ها لاشخورهایی هستند که از تراژدی و شایعات ننگ آور تغذیه می کنند. از ۱۹۸۵ یعنی زمانی که مطالعات پیمایشی در مورد مطبوعات آغاز شد، تعداد مردم با نگرش منفی نسبت به مطبوعات به طور معنی داری رو به افزایش است. امروزه بسیاری از مردم معتقدند که مطبوعات غیرصحیح، فضول و غیرمنصفانه هستند. ۵۶٪ معتقدند که اخبار پر از اطلاعات غلط و ۶۷٪ معتقدند که سازمانهای خبری غالباً به هنگام گزارش در مورد موضوعات سیاسی و اجتماعی سوگیری می کنند. در عین حال آمریکائیان بسیار کمتر درگیر خود اخبارند. نسبت در حال رشدی از عامه مردم اظهار داشته اند که هر روز اخبار را دنبال نمی کنند. به نظر می رسد انتقادات بیشتر متوجه رسانه های ملی است تا رسانه های محلی. سوگیری و تأکید بر اخبار نادرست دلیل اصلی ای بود که روزنامه های بزرگی چون نیویورک تایمز و واشنگتون پست را از نظر بسیاری از مردم نامطلوب ساخته بود. حدود ۴۱٪ از مردم اظهار داشته اند که نظرات خوبی در مورد این روزنامه ها دارند در حالی که ۵ سال پیش این میزان ۵۳٪ بود <http://lubbockonline.com/news/32197/newpoll.htm>).

نظرسنجی دیگری تحت عنوان چطور کار میکنیم در ژوئن / فوریه ۱۹۹۲ توسط دیوید رای نکی در مورد مطبوعات کلمبیا صورت گرفته است. این نظرسنجی به صورت پیمایش تصادفی روی نمونه صد نفره ای از روزنامه نگاران صورت گرفته است که در آن پنج سؤال مشابه درباره مطبوعات از آنها پرسیده می شود. همین سؤالات از عامه مردم نیز پرسیده شده است. نتایج حاکی از آنند که روزنامه نگاران در مقایسه با مردم

عادی خواننده مطبوعات دارای دیدی بسیار مثبت تر نسبت به کار روزنامه ها هستند. در پاسخ به این سؤال که شما فکر می کنید در ارائه اخبار با موضوعات سیاسی و اجتماعی ، سازمانهای خبری همه جوانب را بطور تقریباً یکسان مدنظر قرار می دهند یا اینکه تمایل دارند یک جنبه خاص را مورد توجه قرار دهند؟ نتایج نشان می دهد که ۷۷٪ روزنامه نگاران معتقدند تقریباً تمام جوانب را مورد توجه قرار می دهند ، ۱۸٪ آنان معتقدند که تمایل دارند به یک جنبه توجه کنند و ۵٪ پاسخ نمی دهند داده اند. این رقم برای عامه مردم به ترتیب ۲۸٪ ، ۶۸٪ و ۴٪ است.

در پاسخ به این سؤال که به نظر شما سازمانهای خبری کاملاً مستقل اند یا غالباً از سازمانها یا افراد قوی تأثیر می پذیرند؟ داده ها حاکی از آنند که ۵۹٪ از روزنامه نگاران و ۳۳٪ از مردم معتقدند که کاملاً مستقل اند ، ۳۷٪ از روزنامه نگاران و ۶۲٪ از مردم معتقدند که از سازمانها و افراد قدرتمند متأثر هستند و بقیه پاسخ نمی دهند دادند. سؤال دیگری که مطرح شده است این است که شما فکر می کنید سازمانهای خبری واقعیات درست را ارائه می دهند یا اخبار و گزارشهای آنها غالباً ناصحیح است؟ در پاسخ به این سؤال ۷۳٪ از روزنامه نگاران و ۵۴٪ از مردم معتقدند که اخبار درست ارائه می دهند و ۲۲٪ از روزنامه نگاران و ۴۴٪ از مردم اظهار داشته اند که اخبار و گزارشهای آنان ناصحیح است.

در ارتباط با پذیرش اشتباهات یا کوشش برای سرپوش گذاشتن بر اشتباهات توسط سازمانهای خبری ۶۶٪ از روزنامه نگاران و ۳۴٪ از مردم معتقدند که سازمانهای خبری اشتباهات خود را می پذیرند در حالی که ۲۳٪ از روزنامه نگاران و ۴۴٪ از مردم معتقدند که بر اشتباهات خود سرپوش می گذارند.

نظر این دو دسته از پاسخگویان در مورد اینکه سازمانهای خبری به اخبار خوب ، اخبار بد یا انواع اخبارهایی که باید پوشش دهند توجه بیش از حد دارند نیز به قرار زیر است :

۳٪ از روزنامه نگاران و ۱٪ از مردم معتقدند که سازمانهای خبری به اخبار خوب توجه بیش از حد دارند ، ۲۷٪ از روزنامه نگاران و ۶۰٪ از مردم اظهار داشته اند سازمانهای خبری توجه بسیار زیاد به اخبار بد دارند و ۶۶٪ از روزنامه نگاران و ۳۵٪ از مردم معتقدند که به تمام انواع اخبار توجه زیاد دارند. (Rynecki , CJR poll)

نظرسنجی دیگری از شهروندان امریکایی تحت عنوان ابهام درباره نقش مطبوعات توسط وردنت دیلی صورت گرفته است. در این نظرسنجی که روی ۱۰۰۰ نفر از مردم ایالات متحده انجام شده نتایج حاکی از آنند که ۳۰٪ اظهار داشته اند حیاتی ترین کارکرد مطبوعات اطلاع رسانی به مصرف کنندگان در مورد خطراتی است که در بازار با آن مواجه می شوند. ۱۸٪ دیگر اظهار داشته اند که مطمئن نیستند که حیاتی ترین کارکرد مطبوعات این است. حدود ۱۵٪ اظهار داشته اند که کار اصلی مطبوعات اعلام وقایع مربوط به جرائم و آتش سوزی هاست. بیش از ۷٪ معتقدند که کار اصلی مطبوعات سرگرم کردن مردم است و بیش از ۴٪ پاسخگویان اظهار داشته اند که مهمترین نقش مطبوعات شکل دهی به افکار عمومی است. تقریباً ۲٪ معتقدند که نقش اصلی مطبوعات این است که چیزی به مردم می دهد که در مورد آن صحبت کنند. کمتر از ۲۰٪ معتقدند که نقش محوری - نقش سنتی - مطبوعات آزاد در جامعه آزاد این است که به عنوان حافظ حکومت خدمت کنند. بر اساس نتایج این مطالعه ۵/۵٪ از مردم ایالات متحده معتقدند که رسانه های خبری ملی کارشان را عالی انجام می دهند. بیش از ۲۱٪ معتقدند که مطبوعات کارشان را خوب انجام می دهند و تقریباً ۳۸٪ معتقدند که مطبوعات کارشان را تقریباً خوب و حدود ۳۸٪ معتقدند که ضعیف انجام می دهند. بیش از ۵۰٪ مردم اظهار داشته اند که اکثر وقتشان را با اخبار تلویزیون ، ۲۷/۶٪ روزنامه ها ، ۱۳/۴٪ رادیو و ۵/۱٪ اینترنت می گذرانند. کسانی که خودشان را لیبرال توصیف می کردند در مقایسه با کسانی که خود را محافظه کار می دانستند بیشتر روی نقش حفاظتی مطبوعات به عنوان مهمترین نقش متمرکز بودند ( worldnetdaily , 2000 ).

با مروری بر مطالعات انجام شده ، مشاهده می شود که :

الف : اکثر خوانندگان روزنامه ها جوانان هستند .

ب: مطبوعات بعد از تلویزیون بیشترین مخاطب را در میان جوانان دارد.

پ: مجلات در مقایسه با روزنامه ها از مخاطبین کمتری برخوردارند.

ت: گرانی مطبوعات بر میزان مطالعه این رسانه جمعی تأثیر گذار است.

ث: گرایش روزنامه ها در میزان طرفداران آنها مؤثر است.

ج: کیفیت محتوا و میزان اعتماد به نوشته های روزنامه از عوامل تأثیر گذار بر مطالعه روزنامه ای خاص است.

چ: مهمترین توقع و انتظار جوانان از روزنامه ها عدم سانسور مطالب می باشد.

## ۱ اهداف پژوهش:

در این پژوهش اهداف زیر مدنظر است :

۱- چه میزان از جوانان به مطالعه مطبوعات علاقمندند؟ علت گرایش یا عدم گرایش آنان به مطبوعات

چیست؟

۲- کدام جنس و کدام گروه سنی جوانان بیشتر به مطالعه مطبوعات می پردازند؟

۳- میزان زمانی که در روز صرف مطالعه روزنامه یا مجله ای خاص می کنند بر حسب متغیرهایی چون سن ،

جنس ، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، شهری یا روستایی. بودن در هر استان و در کل کشور چقدر است؟

۴- میزان پولی که صرف خرید روزنامه یا مجله ای خاص می کنند بر حسب متغیرهایی چون سن ، جنس ،

پایگاه اقتصادی - اجتماعی، شهری یا روستایی. بودن در هر استان و در کل کشور به چه میزان است؟

۵- کدام روزنامه و مجله از محبوبیت بیشتری برخوردار است ، علت این محبوبیت چیست؟

۶- جوانان تا چه حد مخاطب مطبوعات مختص جوانان هستند؟ در صورت پایین بودن میزان علت چیست؟

۷- جوانان تا چه حد به مطبوعات دسترسی دارند؟ علت دسترسی اندک یا عدم دسترسی چیست؟

۸- موضوعات مورد توجه جوانان در مطبوعات کدامند؟

۹- جوانان چه میزان با مطبوعات الکترونیکی آشنایی دارند و چه میزان از آنها استفاده می کنند؟

۱۰- مطبوعات داخلی تا چه حد توانسته اند رضایت جوانان را جلب نمایند؟ در صورت پایین بودن میزان

رضایتمندی مهمترین علل آن کدامند؟

۱۱- نقاط قوت و ضعف مطبوعات داخلی از دید جوانان کدامند؟

## سؤالات پژوهش:

- ۱- چه میزان از جوانان به مطالعه مطبوعات شامل روزنامه ها و مجلات علاقمندند (بر حسب متغیرهایی چون سن ، جنس ، پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده ، شهری یا روستایی بودن).
- ۲- علت گرایش یا عدم گرایش آنان به مطبوعات (روزنامه ها و مجلات ) چیست ؟
- ۳- میزان زمانی که در روز هفته و ماه صرف مطالعه مطبوعات می کنند بر حسب متغیرهایی چون سن ، جنس ، پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده ، شهری یا روستایی بودن چقدر است ؟
- ۴- میزان پولی که در روز ، هفته و ماه صرف خرید مطبوعات (روزنامه ها و مجلات ) می کنند بر حسب متغیرهایی چون سن ، جنس ، پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده ، شهری یا روستایی بودن به چه میزان است ؟
- ۵- کدام مطبوعات (روزنامه ها و مجلات) از محبوبیت بیشتری برخوردار است، علت این محبوبیت چیست ؟
- ۶- جوانان تا چه حد به مطبوعات (روزنامه ها و مجلات ) و روزنامه ها دسترسی دارند ؟ علت دسترسی اندک یا عدم دسترسی چیست ؟
- ۷- موضوعات مورد توجه جوانان در مطبوعات (روزنامه ها و مجلات ) کدامند؟
- ۸- مطبوعات (روزنامه ها و مجلات ) تا چه حد توانسته اند رضایت جوانان را جلب نمایند ؟ در صورت پایین بودن میزان رضایتمندی مهمترین علل آن کدامند ؟
- ۹- نقاط قوت و ضعف روزنامه های داخلی از دید جوانان کدامند ؟

## فرضیه های تحقیق:

تحقیق حاضر تحقیقی توصیفی است و هدف پاسخ به سؤالات فوق است. پژوهش فاقد چارچوب نظریست و در صدد اثبات یا رد فرضیه خاصی نمی باشد.

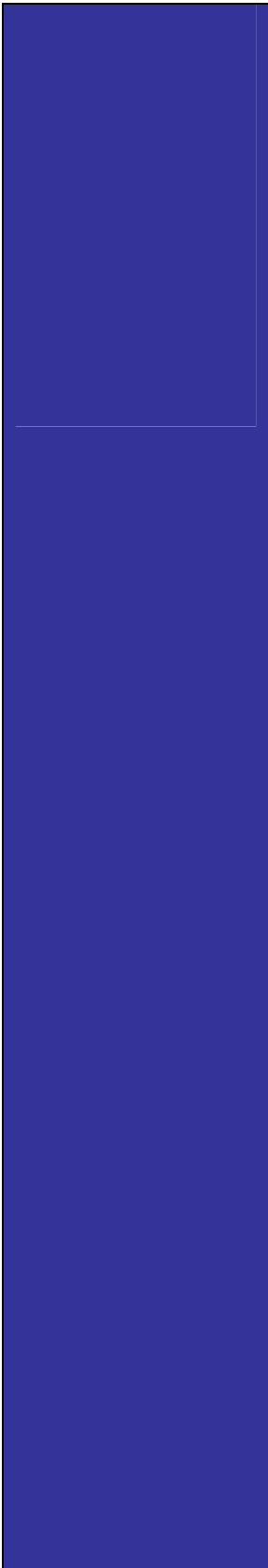
## تعریف مفاهیم

**مطبوعات:** مطبوعات عبارتند از کلیه روزنامه‌ها، هفته‌نامه‌ها، مجلات تخصصی و غیر تخصصی الکترونیکی و غیر الکترونیکی. در این پژوهش تنها روزنامه‌های غیر الکترونیکی داخلی به بررسی نهاده خواهند شد.

**جوان:** به کسی اطلاق می‌شود که بین ۱۵ تا ۲۹ سال سن داشته باشد.

**پایگاه اقتصادی - اجتماعی:** هر شخص در گروه‌های اجتماعی که عضو آنهاست، در جامعه‌ای که بدان تعلق دارد مقام و منزلتی یا به اصطلاح جامعه‌شناسان پایگاهی دارد. پایگاه اقتصادی - اجتماعی رتبه یک شخص نسبت به دیگران است. شاخص اندازه‌گیری پایگاه اقتصادی اجتماعی از دید جامعه‌شناسان میزان تحصیلات، شغل و درآمد می‌باشد.

دسترسی به مطبوعات: وفور یا اندک بودن تنوع و تعداد روزنامه‌های عرضه شده به مخاطبین







## روش پژوهش :

در این پژوهش برای جمع آوری داده ها از دو روش استفاده شده است. برای تدوین ادبیات تحقیق و پیشینه مطالعاتی موضوع از روش اسنادی و برای دستیابی به دیدگاههای جوانان در رابطه با موضوع مورد مطالعه از روش پیمایش استفاده شده است. این مطالعه روی نمونه معرفی از جوانان کل کشور صورت خواهد گرفت. مطالعه از یک سو میدانی و از سوی دیگر توصیفی است، زیرا تنها واقعیت را از دید جوانان مطرح می سازد و به ابعاد علی نخواهد پرداخت. از آنجا که مطالعه حاضر سنجش نگرش جوانان در مورد مطبوعات است، مطالعه ای توصیفی است، بنابراین فاقد چارچوب نظری می باشد و در صدد اثبات یارد فرضیه ای خاص نمی باشد. سئوالات پرسشنامه براساس اهداف مطالعه و با توجه به متغیرهای مطرح شده در اهداف طراحی شده است. متغیرهای اصلی مطرح شده در اهداف عبارتند از: میزان علاقمندی جوانان به مطبوعات، میزان مطبوعات توسط جوانان، میزان پول و زمانی که صرف مطبوعات می کنند، میزان محبوبیت مطبوعات، میزان دسترسی به مطبوعات، موضوعات مورد توجه جوانان و میزان رضایت مندی آنان از مطبوعات. تمامی متغیرهای فوق نخست شاخص سازی شده و براساس شاخصها سئوالات پرسشنامه طراحی شده اند.

## ابزار گرد آوری داده ها

در این پژوهش برای تدوین ادبیات و پیشینه مطالعاتی موضوع از فیش و برای جمع آوری داده های پژوهش از پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه شامل ۵۹سئوال می باشد که قسمت اول سئوالات مربوط به ویژگیهای فردی همچون جنس، سن، تحصیلات، رشته تحصیلی، وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال، نوع شغل، درآمد و بقیه سئوالات مربوط به متغیرهای موجود در سئوالات و اهداف پژوهش می باشد. سئوالات عمدتاً بسته می باشند و برای سنجش ویژگیهای روزنامه مورد مطالعه که علاقمندی فرد را برانگیخته است، از طیفی ۹ قسمتی استفاده شده است که با پنج گزینه کاملاً موافق تا کاملاً مخالف اندازه گیری شده اند.

## اعتبار درونی

اعتبار درونی به این معناست که تا چه اندازه یافته های تحقیق از صحت و دقت لازم برخوردارند. در این مطالعه برای سنجش اعتبار گویه های طیف همبستگی آنها را با آزمون آلفا کرونباخ به سنجش نهاده ایم. در مطالعه مقدماتی پرسشنامه توسط ۳۰۰ نفر از نمونه مورد مطالعه در تهران پر شد و پاسخها کد گذاری و وارد کامپیوتر شد. با استفاده از نرم افزار SPSS همبستگی گویه ها آزمون شد. بر اساس نتایج آزمون اعتبار گویه های مربوط به ویژگیهای روزنامه مورد مطالعه با همبستگی ۰/۸۶ مورد تأیید قرار گرفت.

## اعتبار بیرونی

اعتبار بیرونی مربوط به تعمیم پذیری یافته هاست. اگر نمونه مورد مطالعه معرف جامعه آماری نباشد، نمی توان داده ها را به آن جامعه آماری تعمیم داد. در تحقیق حاضر سعی شده است، نمونه مورد مطالعه معرف جامعه آماری باشد. بدین ترتیب که نمونه مورد مطالعه، تمامی مشخصات جامعه آماری را داشته باشد و تمامی اعضای جامعه آماری شانس حضور در نمونه را داشته باشند.

## چگونگی جمع آوری داده ها:

با توجه به اینکه دستیابی به نمونه مورد مطالعه با پوشش کامل، در خانوار امکان پذیر است، جمع آوری اطلاعات در دو روز پنج شنبه و جمعه که همه اعضای خانوار در خانه حضور دارند صورت خواهد گرفت. جمع آوری اطلاعات با مراجعه حضوری پرسشگران و پرشدن پرسشنامه (در صورت با سواد بودن پاسخگو) توسط وی و در غیر این صورت توسط پرسشگر پر خواهد شد. خانوارهایی که به هر دلیل در روز جمع آوری اطلاعات در منزل حضور ندارند، روز بعد برای بار دوم به آنها مراجعه خواهد شد و در صورت عدم حضور مکرر، خانوار همجوار جایگزین می گردد.

## روشهای تحلیل داده ها:

با توجه به توصیفی بودن مطالعه، در تحلیل داده ها از آمار توصیفی استفاده خواهد شد. نرم افزار مورد استفاده SPSS خواهد بود و داده های پژوهش به صورت جداول یک بعدی یا چند بعدی ارائه می شوند.

## جامعه آماری و نمونه مورد مطالعه

جامعه آماری این پژوهش کلیه دختران و پسران در سن ۱۵ تا ۲۹ سال ساکن در کلیه استانهای کشور در سال ۱۳۸۲ می باشد. بر طبق برآوردهای جمعیتی، جمعیت جوان ایران در سال ۱۳۸۰ بالغ بر ۲۱۳۱۶۰۷۶ نفر می باشد که نسبت جمعیت دختران و پسران تقریباً یکیست. در حال حاضر، در این جمعیت، از یک طرف ۱۳ و ۱۴ ساله های سالهای ۱۳۸۰ و ۱۳۸۱ را داریم که وارد گروه سنی جوانان شده اند از طرف دیگر ۳۰ و ۳۱ ساله های این دو سال را داریم که از گروه سنی جوانان خارج شده اند. با توجه به اینکه مرگ و میر در این گروههای سنی چندان زیاد نیست، بنابراین، تغییر محسوسی در جمعیت جوان سال ۱۳۸۲ نسبت به سال ۸۰ ۱۳ ایجاد نشده است. به همین دلیل برای برآورد نمونه از رقم جمعیت سال ۱۳۸۰ استفاده شده است. نمونه برآورد شده با فاصله اطمینان ۵٪ برابر ۶۰۸۴ نفر است. برای تعیین سهم نمونه هر استان نمونه، نسبت جمعیت جوان آن استان به کل جامعه آماری محاسبه شده و در نمونه ضرب می شود. عدد بدست آمده نمونه آن استان است. سهم جامعه شهری و روستایی نیز به همین ترتیب محاسبه می شود.

در این مطالعه با توجه به اینکه گردآوری فهرست کاملی از عناصری که جمعیت را تشکیل می دهند امکان پذیر نیست، از روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای استفاده می شود. روش نمونه گیری بدین طریق است که:

۱- استانها را با توجه به ویژگیهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی به ۸ تا ۱۰ منطقه همگن تقسیم کرده، استانهای داخل هر منطقه را فهرست بندی می کنیم و از هر منطقه یک استان را به طور تصادفی انتخاب می کنیم.

۲- سپس تعداد بلوکهای شهری هر منطقه در مرکز استانهای نمونه را مشخص کرده، فهرست بندی می کنیم و از هر منطقه یک بلوک را به طور تصادفی انتخاب می کنیم.

۳- در داخل هر بلوک تعداد خانوارها را مشخص کرده و فهرست بندی می کنیم و تعداد نمونه مورد نیاز را به طور تصادفی از میان خانوارها انتخاب می کنیم.

۴- با توجه به اینکه تعداد دختران و پسران مورد مطالعه مساویست ، در نصف خانوارها دختران جوان و در نصف دیگر پسران جوان پاسخگویان ما را تشکیل می دهند.

۵- در خانوارهایی که تعداد پسران و دختران جوان بیش از یک نفر است ، پرسشگر اسامی آنها را نوشته و به طور تصادفی یکی را انتخاب می کند و مورد پرسش قرار می دهد.

۶- خانوارهای نمونه ای که فاقد دختر یا پسر جوان هستند ، خانوار همجوار به عنوان خانوار جایگزین مورد بررسی قرار می گیرد.

۷- خانوارهایی که به هر دلیل در روز جمع آوری اطلاعات در منزل حضور ندارند ، روز بعد برای بار دوم به آنها مراجعه خواهد شد و در صورت عدم حضور مکرر ، خانوار همجوار جایگزین می گردد.

۸- برای مطالعه جوانان روستایی نیز روستاهای مرکز استان فهرست بندی شده ، یک روستا به طور تصادفی انتخاب می شود. سپس خانوارهای روستای انتخاب شده ، فهرست بندی شده و خانوارهای نمونه متناسب بانمونه انتخاب میشوند و در خانوارها به همان سیاق خانوارهای شهری عمل خواهد شد.

۹- با توجه به اینکه تعداد جوانان در سه گروه سنی مورد مطالعه (۲۹-۲۴، ۲۵-۲۰، ۱۹-۱۵ سال ) یکسان نمی باشد ، در هر استان جمعیت هریک از گروههای سنی فوق از آمارنامه های تهیه شده توسط مرکز آمار ایران استخراج شده ، نسبت آن به کل جمعیت جوان استان محاسبه و در نمونه آن استان ضرب می شود ، عدد بدست آمده سهم آن گروه سنی در نمونه می باشد.

### **چارچوب نمونه گیری :**

نمونه مورد مطالعه در سطح ملی به شرح زیر مشخص شده است :

الف - با توجه به اینکه در اولین تقسیم بندی استانهای ایران (در سرشماری سال ۱۳۳۵) مناطق به لحاظ قومی و فرهنگی مشابه ، تحت پوشش یک استان قرار داشتند ، بنابراین فهرست استانهای ایران در این دوره یعنی در سال ۱۳۳۵ (بر اساس تقسیم بندی موجود در مرکز آمار ایران) مشخص شد. در این تقسیم بندی ایران به

دوازده استان و دو فرمانداری کل تقسیم شده است. بر این اساس ایران را به چهارده منطقه تقسیم کرده ایم و

این تقسیم بندی مبنای نمونه گیری مناطق ما در مطالعه حاضر است. این چهارده منطقه عبارتند از :

۱- استان آذربایجان شرقی که اردبیل جزو آن است.

۲- استان آذربایجان غربی

۳- استان اصفهان و یزد

۴- استان خراسان

۵- استان خوزستان و لرستان

۶- استان سیستان و بلوچستان

۷- استان فارس و بنادر ( بوشهر نیز جزو این استان است ).

۸- استان کرمان

۹- استان کرمانشاه ( که همدان نیز جزو این استان است ).

۱۰- استان گیلان

۱۱- استان مازندران و گرگان ( سمنان جزو این استان است ).

۱۲- استان تهران که استان مرکزی ، قزوین و قم جزو آن است.

۱۳- فرمانداری کل چهارمحال و بختیاری

۱۴- فرمانداری کل بنادر و جزایر عمان

ب- از این چهارده منطقه هشت منطقه به طور تصادفی ساده انتخاب شده اند که مناطق نمونه ما را در نظر

سنجی حاضر تشکیل می دهند. مناطق نمونه عبارتند از :

۱- استان آذربایجان شرقی ۲- استان تهران ۳- استان مازندران و گرگان ۴- استان خوزستان و لرستان، ۵-

استان اصفهان و یزد ۶- استان خراسان ۷- استان کرمان ۸- استان فارس و بوشهر.

پ- برخی از مناطق نمونه در تقسیم بندی فعلی استانهای ایران به دو استان مستقل یا بیشتر تقسیم شده اند. این استانها عبارتند از :

۱- استان آذربایجان شرقی به استانهای آذربایجان شرقی و اردبیل

۲- استان تهران به استانهای قم ، مرکزی ، قزوین و تهران

۳- استان مازندران و گرگان به استانهای گلستان سمنان و مازندران

۴- استان خوزستان و لرستان به استانهای خوزستان و لرستان

۵- استان اصفهان و یزد ، به استانهای اصفهان و یزد

۶- استان فارس و بوشهر به استانهای فارس و بوشهر

ت- نحوه انتخاب استانهای نمونه از بین شش منطقه فوق به این ترتیب بوده است که نخست مشخص شده که بر اساس تقسیم بندی فعلی استانهای ایران کدام استانها مستقل شده اند. به عنوان مثال استان اردبیل در سال ۱۳۳۵ جزو استان آذربایجان شرقی بوده و در حال حاضر استان مستقلی است. سپس بین این دو استان قرعه کشی شده و استان آذربایجان شرقی انتخاب شده است.

استان تهران نیز در سال ۱۳۳۵ شامل خود تهران ، استان مرکزی ، قم ، قزوین بوده است که از بین این استانها ، استان تهران به واسطه خاص بودن بدون قرعه کشی گزینش شده است. استان مازندران نیز در سال ۱۳۳۵ مشتمل بر گرگان و سمنان بوده است که در حال حاضر این دو استان مستقل می باشند. بر طبق قرعه از سه استان فوق استان مازندران گزینش شده است.

استان فارس در سال ۱۳۳۵ ، در برگیرنده بوشهر بوده است که هم اکنون استان مستقلی است ، از این دو استان ، استان فارس به طور تصادفی انتخاب شده است. استان دیگر مورد مطالعه استان اصفهان می باشد که در سال ۱۳۳۵ ، یزد جزو این استان به شمار می رفته است. از این دو استان به قید قرعه استان اصفهان انتخاب شده است. استان لرستان یکی دیگر از استانهایی است که به عنوان استان نمونه انتخاب شده است. این استان در سال ۱۳۳۵ جزو استان خوزستان محسوب می شده است. بر اساس قرعه استان لرستان برای مطالعه انتخاب

شده است. استانهای کرمان و خراسان در سال ۱۳۳۵ همین ترکیب را داشته اند که هر دو جزو نمونه مورد مطالعه می باشند.

ث- نمونه برآورد شده در مطالعه، نمونه ای کلی و مربوط به هشت استان می باشد، بنابراین ضرورت داشت سهم نمونه هر استان مشخص گردد. بدین منظور نخست جمعیت جوان هر استان (هشت استان نمونه) و نسبت آن به کل جمعیت جوان استانهای بمونه، بر اساس برآورد جمعیت برای سال ۱۳۸۰ محاسبه شد. سپس به همین نسبت تعداد نمونه استانهای مورد مطالعه محاسبه گردید (جدول شماره ۱).



جدول شماره ۱ بر حسب کل جمعیت ، نسبت جمعیت جوان ، جمعیت جوان و تعداد نمونه  
استانهای مورد مطالعه بر اساس جمعیت سال ۱۳۸۰

ردیف	نام استان	کل جمعیت استان	نسبت جمعیت جوان	جمعیت جوان	تعداد نمونه استان
۱	آذربایجان شرقی	۳۳۶۸۶۱۰	۲۹,۴۷	۹۹۳۰۶۶	۵۴۶
۲	اصفهان	۴۲۳۸۹۰۳	۲۹,۲۶	۱۲۴۰۳۰۳	۸۳۲
۳	تهران	۱۱۴۵۰۵۷۴	۳۲,۶۰	۳۷۳۲۸۸۶	۱۹۰۴
۴	خراسان	۶۰۸۴۹۹۱	۲۷,۱۸	۱۶۵۳۹۰۰	۱۰۴۲
۵	فارس	۴۰۷۹۲۰۷	۲۸,۱۵	۱۱۴۸۲۹۷	۶۶۳
۶	کرمان	۲۱۷۴۳۷۸	۲۷,۸۸	۶۰۶۲۱۶	۳۵۶
۷	لرستان	۱۶۵۶۹۵۲	۲۹,۰۶	۴۸۱۵۱۰	۲۶۸
۸	مازندران	۲۷۱۸۱۲۹	۲۸,۰۸	۷۶۳۲۵۱	۴۷۳
	کل نمونه				۶۰۸۴ نفر

مأخذ: برآورد بررسیهای جمعیتی دفتر اقتصاد کلان سازمان مدیریت و برنامه ریزی

ج- نمونه مورد مطالعه ما دربرگیرنده جمعیت جوان شهری و روستایی است. برای تعیین سهم این مناطق تعداد نمونه شهری و روستایی براساس درصد شهرنشین و روستا نشینی استانهای نمونه محاسبه شده است (جدول شماره ۲).

جدول شماره ۲ بر حسب تعداد نمونه ، درصد شهر نشینی ، تعداد نمونه شهری و تعداد نمونه روستایی استانهای مورد مطالعه بر اساس جمعیت سال ۱۳۸۰

ردیف	نام استان	تعداد نمونه استان	درصد شهرنشینی	تعداد نمونه شهری	تعداد نمونه روستایی
۱	آذربایجان شرقی	۵۴۶	۶۴,۷۹	۳۸۳	۱۶۳
۲	اصفهان	۸۳۲	۸۰,۵۴	۷۰۱	۱۳۱
۳	تهران	۱۹۰۴	۸۵,۴۸	۱۶۹۷	۲۰۷
۴	خراسان	۱۰۴۲	۶۱,۵۴	۶۶۴	۳۷۸
۵	فارس	۶۶۳	۵۹,۵۵	۴۱۴	۲۴۹
۶	کرمان	۳۵۶	۵۹,۴۸	۲۲۱	۱۳۵
۷	لرستان	۲۶۸	۵۶,۰۶	۱۶۶	۱۰۲
۸	مازندران	۵۷۳	۴۷۳	۲۳۴	۲۳۹

مأخذ: برآورد بررسیهای جمعیتی دفتر اقتصاد کلان سازمان مدیریت و برنامه ریزی

چ- در هر استان ، مرکز استان مورد مطالعه قرار خواهد گرفت. برای اینکه نمونه تمام مناطق را پوشش دهد در استانهایی که منطقه بندیست ، در شمال ، جنوب ، شرق ، غرب و مرکز ، یک منطقه به طور تصادفی انتخاب شده و پرسشنامه در این مناطق پر خواهد شد. استانهایی که ناحیه بندی هستند نیز به همین طریق نمونه گیری خواهند شد. بر این اساس در تهران ، منطقه یک در شمال ، منطقه هجده در جنوب ، منطقه هفت در شرق ، منطقه پنج در غرب و منطقه یازده در مرکز ، به عنوان مناطق نمونه انتخاب شده اند. سهم نمونه هر منطقه در تهران بر اساس سهم جمعیت جوان هر منطقه در این شهر محاسبه شده است. سهم هر یک از این مناطق بدون در نظر گرفتن مناطق شهری و روستایی، در کل به ترتیب : ۲۵۱ نفر، ۴۸۳ نفر، ۲۹۸ نفر، ۶۵۸ نفر و ۲۱۴ نفر می باشد. با در نظر گرفتن تنها سهم مناطق شهری تهران ، تعداد نمونه استان تهران در مناطق نمونه بدین ترتیب خواهد بود: ۲۲۹ نفر، ۴۲۷ نفر، ۲۶۹ نفر، ۵۷۶ نفر و ۱۹۶ نفر .

ح- در مراکز استانها بعد از مشخص شدن مناطق نمونه ، تعداد بلوکهای شهری هر منطقه نمونه مشخص شده ، فهرست بندی می شود و از هر منطقه یک بلوک به طور تصادفی انتخاب می شود. در داخل هر بلوک تعداد خانوارها را مشخص نموده، فهرست بندی می کنیم و تعداد نمونه مورد نیاز را به طور تصادفی از میان خانوارها انتخاب می کنیم. با توجه به اینکه تعداد دختران و پسران مورد مطالعه تقریباً مساویست ، در نصف خانوارها دختران جوان و در نصف دیگر پسران جوان پاسخگویان ما را تشکیل می دهند. در خانوارهایی که تعداد پسران و دختران جوان بیش از یک نفر است ، پرسشگر اسامی آنها را نوشته و به طور تصادفی یکی را انتخاب می کند و مورد پرسش قرار می دهد. خانوارهای نمونه ای که فاقد دختر یا پسر جوان هستند ، خانوار همجوار به عنوان خانوار جایگزین مورد بررسی قرار می گیرد. خانوارهایی که به هر دلیل در روز جمع آوری اطلاعات در منزل حضور ندارند ، روز بعد برای بار دوم به آنها مراجعه خواهد شد و در صورت عدم حضور مکرر ، خانوار همجوار جایگزین می گردد.

خ- برای مطالعه جوانان روستایی نیز روستاهای مرکز استان فهرست بندی شده ، یک روستا به طور تصادفی انتخاب می شود. سپس خانوارهای روستای انتخاب شده ، فهرست بندی شده و خانوارهای نمونه متناسب بانمونه انتخاب می شوند و در خانوارها به همان سیاق خانوارهای شهری عمل خواهد شد. فهرست روستاهای نمونه مربوط به استانهای مورد مطالعه به شرح زیر است : تهران ( کن ) ، کرمان ( چترود ) ، لرستان ( بخش مرکزی ) ، مازندران ( بخش مرکزی ) ، آذربایجان شرقی ( آذر شهر ) ، خراسان ( احمد آباد ) ، اصفهان ( بن رود ) ، فارس ( ارژن )

د- با توجه به اینکه تعداد جوانان در سه گروه سنی مورد مطالعه (۲۹-۲۵، ۲۰-۲۵، ۱۹-۱۵ سال ) یکسان نمی باشد ، لازم است ، در هراستان جمعیت هریک از گروههای سنی فوق تهیه شده ، نسبت آن به کل جمعیت جوان استان محاسبه و براین اساس سهم هر گروه سنی در نمونه مشخص شود . با مراجعه به آمارنامه های مربوط به استانها تنها آمارهای کلی مربوط به گروه سنی ۱۵-۶۴ سال موجود بود. بنابراین مشخص سازی سهم هریک از گروههای سنی امکان پذیر نبود به همین دلیل کل جوانان استان ملاک محاسبه قرار گرفت.

شماره پرسشنامه : نام پرسشگر : تاریخ جمع آوری اطلاعات :  
 استان مورد مطالعه : ناحیه یا منطقه در مرکز استان : منطقه : شهر : روستای

پاسخگوی عزیز: این پرسشنامه به منظور انجام تحقیقی علمی جهت شناخت نیازها، خواسته ها و مسائل جوانان ایران در حوزه مطبوعات تهیه شده است. بدیهی است که پاسخهای دقیق و کامل شما مارا در هر چه بهتر رسیدن به این هدف یاری خواهد رساند. از همکاری شما صمیمانه سپاسگزاریم.

- ۱- سن: ۱۷-۱۵ ساله  ۲۰-۱۸ ساله  ۲۳-۲۱ ساله  ۲۶-۲۴ ساله  ۲۹-۲۷ ساله
- ۲- جنس: زن  مرد
- ۳- آخرین مدرک تحصیلی: ابتدایی  سیکل  دیپلم  پیش دانشگاهی  لیسانس  فوق لیسانس  دکترا  بی سواد
- ۴- در حال حاضر به تحصیل اشتغال دارید؟ بلی  خیر
- ۵- اگر به تحصیل اشتغال دارید در چه سطحی تحصیل می کنید؟ ابتدایی  راهنمایی  دبیرستان  پیش دانشگاهی  تربیت معلم  دانشگاه  حوزه
- ۶- اگر دانش آموز هستید رشته تحصیلی شما چیست؟ علوم انسانی  تجربی  ریاضی  هنر  کار دانش
- ۷- اگر دانشجو هستید در چه دوره ای تحصیل می کنید؟ کاردانی  کارشناسی  کارشناسی ارشد  دکترا  حوزه
- ۸- اگر دانشجو هستید رشته تحصیلی شما زیر مجموعه کدامیک از گروههای زیر است؟ علوم انسانی  علوم پایه  فنی و مهندسی  کشاورزی  پزشکی  هنر  حوزه
- ۹- وضع تأهل: متأهل  مجرد  بیوه  مطلقه
- ۱۰- وضع اشتغال: شاغل  در حال تحصیل  بیکارجویای کار  خانه دار
- ۱۱- درآمد ماهانه شما چه میزان است؟ کمتر از ۱۰۰ هزار تومان  ۱۰۱-۲۰۰ هزار تومان  ۲۰۰-۳۰۰ هزار تومان  ۳۰۰ هزار تومان  ۴۰۰ هزار تومان  ۵۰۰ هزار تومان  ۱ هزار تومان و بیشتر
- ۱۲- در محل شما روزنامه وجود دارد؟ بلی  خیر
- ۱۳- آیا روزنامه می خوانید؟ بلی  خیر
- ۱۴- اگر بلی چند سال است که روزنامه می خوانید؟  
 الف - کمتر از یک سال  ب - یک تا دو سال  پ - سه تا چهار سال  ت - پنج تا شش سال  ث - بیش از شش سال
- ۱۵- اگر بلی نام روزنامه یا روزنامه هایی را که می خوانید، عنوان نمایید:
- ۱۶- در صورتی که هیچ روزنامه ای نمی خوانید، دلیل آن چیست؟ قیمت روزنامه گران است  مطالب مطرح شده در آنها توسط سایر رسانه ها ارائه می شود  جناحی مطلب می نویسند  به رسالت خود در بیان درست وقایع عمل نمی کنند  عامه پسند می نویسند  سایر
- ۱۷- اگر بلی میزان مطالعه شما: روزانه است  هفتگی است  ماهانه است

- ۱۸- در صورت مطالعه روزانه در روز چند ساعت روزنامه مطالعه می کنید؟  
 کمتر از یک ساعت  یک تا دو ساعت  سه تا چهار ساعت  پنج تا شش ساعت  شش تا هفت ساعت   
 بیش از هفت ساعت
- ۱۹- در صورت مطالعه هفتگی، چند بار در هفته روزنامه مطالعه می کنید؟ ۱-۲ بار  ۳-۴ بار  ۵-۶ بار  ۷-۸ بار  ۹-۱۰ بار   
 ۱۱-۱۲ بار  بیش از ۱۳ بار
- ۲۰- هر بار در هفته چند ساعت روزنامه مطالعه می کنید؟ کمتر از یک ساعت  یک تا دو ساعت  سه تا چهار ساعت   
 پنج تا شش ساعت  شش تا هفت ساعت  بیش از هفت ساعت
- ۲۱- در صورت مطالعه ماهانه چند بار در ماه روزنامه مطالعه می کنید؟ ۱-۲ بار  ۳-۴ بار  ۵-۶ بار  ۷-۸ بار  ۹-۱۰ بار   
 ۱۱-۱۲ بار  بیش از ۱۳ بار
- ۲۲- هر بار در ماه چند ساعت روزنامه مطالعه می کنید؟ کمتر از یک ساعت  یک تا دو ساعت  سه تا چهار ساعت   
 پنج تا شش ساعت  شش تا هفت ساعت  بیش از هفت ساعت
- ۲۳- چنانچه روزنامه می خوانید، کدام موضوعات را مطالعه می نمایید؟ سیاسی  اقتصادی  اجتماعی  ادبی   
 و فرهنگی  هنری  ورزشی  حوادث
- ۲۴- اولین مطلبی که در روزنامه می خوانید، کدام است؟ سیاسی  اقتصادی  اجتماعی  ادبی و هنری  فرهنگی   
 ورزشی  حوادث  جدول و سرگرمی
- ۲۵- آیا مجله می خوانید؟ بلی  خیر
- ۲۶- اگر بلی نام مجله یا مجله هایی را که می خوانید عنوان نمایید:
- ۲۷- در صورتی که هیچ مجله ای نمی خوانید دلیل آن را عنوان کنید: مجله مورد علاقه ام در محل به فروش نمی رسد   
 قیمت مجله گران است  محتوای مطالب در سطح پایین است  مطالب آنها جاذب نیست  مطالب مطرح شده در آنها توسط  
 سایر رسانه ها ارائه می شود  مطالب مطرح شده در آنها عمومی است تا تخصصی  به مطالب حاشیه ای می پردازند تا مطالب  
 اصلی  سایر
- ۲۸- اگر بلی چند سال است که مجله می خوانید؟  
 الف - کمتر از یک سال  ب - یک تا دو سال  پ - سه تا چهار سال  ت - پنج تا شش سال   
 ث - بیش از شش سال
- ۲۹- در صورتی که مجله می خوانید، در هفته چند ساعت مجله می خوانید؟  
 کمتر از یک ساعت  یک تا دو ساعت  سه تا چهار ساعت  پنج تا شش ساعت  شش تا هفت ساعت  بیش از  
 هفت ساعت
- ۳۰- آیا مطبوعات با عنوان جوان را مطالعه می کنید؟ بلی  خیر
- ۳۱- اگر بلی کدام مطبوعات؟
- ۳۲- اگر خیر چرا؟ در محل به فروش نمی رسد  قیمت آنها گران است  واقعیات را در مورد مسائل مربوط به جوانان  
 مطرح نمی کنند  مطالب آنها جاذب نیست  محتوای مطالب در سطح پایین است  برای عموم می نویسند تا برای جوانان

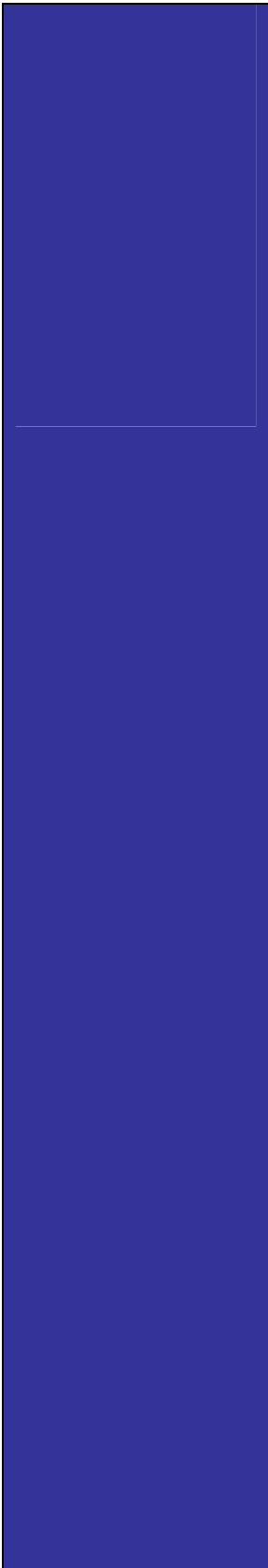
- عامه پسند می نویسند  به مطالب حاشیه ای می پردازند تا مطالب اصلی مطالب مطرح شده در آنها توسط سایر رسانه ها ارائه می شود جناحی مطلب می نویسند سایر
- ۳۳- آیا در روزنامه ها مطالب مربوط به جوانان را مطالعه می کنید؟ بلی  خیر
- ۳۴- اگر خیر چرا؟ واقعیات را در مورد مسائل مربوط به جوانان مطرح نمی کنند  مطالب آنها جاذب نیست  محتوای مطالب در سطح پایین است  مطالب مربوط به جوانان اندک است  به مسائل حاشیه ای جوانان می پردازند تا مسائل اصلی جناحی مطلب می نویسند  سایر .....
- ۳۵- آیا در مجلات مطالب مربوط به جوانان را مطالعه می کنید؟ بلی  خیر
- ۳۶- اگر خیر چرا؟ به مجلات دسترسی ندارم  واقعیات را در مورد مسائل مربوط به جوانان مطرح نمی کنند  مطالب آنها جاذب نیست  محتوای مطالب در سطح پایین است  مطالب بیشتر عمومی است تا مربوط به جوانان  به مسائل حاشیه ای جوانان می پردازند تا مسائل اصلی  جناحی مطلب می نویسند سایر .....
- ۳۷- آیا با مطبوعات الکترونیکی آشنایی دارید؟ بلی  خیر
- ۳۸- اگر بلی کدام مطبوعات الکترونیکی؟
- ۳۹- میزان استفاده شما از این مطبوعات: روزانه است  هفتگی است  ماهانه است
- ۴۰- در صورت مطالعه روزانه تعداد ساعات مطالعه شما در روز چقدر است؟ کمتر از یک ساعت  یک تا دو ساعت  سه تا چهار ساعت  پنج ساعت و بیشتر
- ۴۱- در صورت مطالعه هفتگی، تعداد دفعات مطالعه شما در هفته چند بار است؟ ۱- بار  ۲-۳ بار  ۳-۴ بار  ۴-۵ بار  ۵-۶ بار  ۷-۸ بار  ۹-۱۰ بار  ۱۱-۱۲ بار  بیش از ۱۳ بار
- ۴۲- تعداد ساعات مطالعه شما در هر بار در هفته چه میزان است: کمتر از یک ساعت  یک تا دو ساعت  سه تا چهار ساعت  پنج ساعت و بیشتر
- ۴۳- در صورت مطالعه ماهانه، تعداد دفعات مطالعه شما در ماه چند بار است؟ ۱-۲ بار  ۳-۴ بار  ۵-۶ بار  ۷-۸ بار  ۹-۱۰ بار  ۱۱-۱۲ بار  بیش از ۱۳ بار
- ۴۴- تعداد ساعات مطالعه شما در هر بار در ماه چه میزان است: کمتر از یک ساعت  یک تا دو ساعت  سه تا چهار ساعت  پنج ساعت و بیشتر
- ۴۵- چنانچه مجله می خوانید، کدام موضوعات را مطالعه می نمایید؟ سیاسی  اقتصادی  اجتماعی  ادبی و فرهنگی  هنری  ورزشی  حوادث
- ۴۶- اولین مطلبی که در مجلات می خوانید، کدام است؟ سیاسی  اقتصادی  اجتماعی  ادبی و هنری  فرهنگی  ورزشی  حوادث  جدول و سرگرمی
- ۴۷- چرا به مطالعه مطبوعات می پردازید؟ علاقه شخصی  نیاز شغلی  کید والدین  تأکید معلمان برای دروس سایر
- ۴۸- متوسط هزینه ای که در روز صرف خرید روزنامه می کنید، چقدر است؟ ۱۰۰-۵۰ تومان  ۱۵۰-۱۰۱ تومان  ۲۰۰-۱۵۱ تومان  ۲۵۰-۲۰۱ تومان  ۳۰۰-۲۵۱ تومان  بیش از ۳۰۰ تومان
- ۴۹- متوسط هزینه ای که در ماه صرف خرید مجلات می کنید، چقدر است؟ کمتر از ۵۰۰ تومان

۱۰۰۰-۵۰۰ تومان  ۱۵۰۰-۱۰۰۱ تومان  ۲۰۰۰-۱۵۰۱ تومان  ۲۵۰-۲۰۰۱ تومان  ۳۰۰۰-۲۵۰۱ تومان  ۳۵۰۰-

۳۰۰۱ تومان  ۴۰۰۰-۳۵۰۱ تومان  ۴۵۰۰-۴۰۰۱ تومان  ۵۰۰-۴۵۰۱ تومان  ۵۰۰ تومان به بالا

۵۰- کدام روزنامه بیش از سایر روزنامه ها مورد علاقه شماست؟ (تنها نام یک روزنامه را ذکر کنید):

شماره گویه	به روزنامه فوق علاقه دارم ، چون :	کاملاً موافق	موافق	بی نظر	مخالف	کاملاً مخالف
۵۱	مطالب آن از تنوع زیادی برخوردار است.					
۵۲	نسبت به چاپ مطالب مسئول است.					
۵۳	از شکل و محتوای جالب و جاذبی برخوردار است					
۵۴	به مطالب آن بیش از سایر نشریات اعتماد دارم.					
۵۵	دارای جهت گیری سیاسی خاصی است.					
۵۶	ارزشها وایدئولوژیهای مختلف را مطرح می سازد.					
۵۷	دارای اطلاعات و اخبار متفاوت از سایر رسانه هاست.					
۵۸	اخبار و اطلاعات روز دنیا را مطرح می کند.					
۵۹	از روزنامه های دیگر ارزاتر است.					







## ویژگیهای جمعیت شناختی جامعه مورد مطالعه

### ۱-۱- جمعیت مورد مطالعه بر حسب استان

در مطالعه حاضر از کل استانهای کشور جمعاً هشت استان مورد مطالعه قرار گرفته است که تهران با ۱۹۰۴ نفر، خراسان با ۱۰۴۲ نفر، کرمان با ۳۵۶ نفر، اصفهان با ۸۳۲ نفر، فارس با ۶۶۳ نفر، آذربایجان با ۵۴۶ نفر، مازندران با ۴۷۳ نفر و لرستان با ۲۶۸ نفر نمونه مورد مطالعه را تشکیل داده اند. این نمونه با توجه به جمعیت جوان هر استان برآورد شده است. استان تهران بالاترین نمونه و استان لرستان کمترین نمونه را به خود اختصاص داده اند (جدول شماره ۱).

جدول شماره ۱ توزیع فراوانی داده ها بر حسب استانها

	نام استان	فراوانی	درصد	ددرصد معتبر	درصد تراکمی
۱	تهران	۱۹۰۴	۳۱.۳	۳۱.۳	۳۱.۳
۲	خراسان	۱۰۴۲	۱۷.۱	۱۷.۱	۴۸.۴
۳	کرمان	۳۵۶	۵.۹	۵.۹	۵۴.۳
۴	اصفهان	۸۳۲	۱۳.۷	۱۳.۷	۶۷.۹
۵	فارس	۶۶۳	۱۰.۹	۱۰.۹	۷۸.۸
۶	آذربایجان	۵۴۶	۹.۰	۹.۰	۸۷.۸
۷	مازندران	۴۷۳	۷.۸	۷.۸	۹۵.۶
۸	لرستان	۲۶۸	۴.۴	۴.۴	۱۰۰.۰
	کل	۶۰۸۴	۱۰۰.۰	۱۰۰.۰	

## ۲-۱- منطقه جغرافیایی

در این مطالعه، جامعه مورد بررسی بر حسب منطقه روستایی یا شهری که در آن زندگی می کنند نیز تقسیم بندی شده است. جمعیت هر منطقه بر حسب میزان جمعیت کل جوان آن منطقه برآورد شده است. همانطور که داده های جدول شماره ۲ نشان می دهد جمعیت شهری در تمام استانها بر جمعیت روستایی برتری دارد. از کل جمعیت مورد مطالعه ۷۳,۴ درصد در شهرها و ۲۶,۶ درصد در روستا ها به سر می برند. براساس داده ها جمعیت شهرس حدود سه برابر جمعیت روستایی است.

جدول شماره ۲ توزیع فراوانی داده ها بر حسب منطقه جغرافیایی

	منطقه	فراوانی	درصد	ددرصد معتبر	درصد تراکمی
۱	شهری	۴۴۸۰	۷۳,۶	۷۳,۶	۷۳,۶
۲	روستایی	۶۰۴۱	۲۶,۴	۲۶,۴	۱۰۰,۰
	کل	۶۰۸۴	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	

### ۳-۱- سن

توزیع فراوانی داده ها بر حسب سن نشان می دهد که حدود ۷۵ درصد جوانان پاسخگو در گروههای سنی ۱۵ تا ۲۳ سال واقع شده اند حدود ۲۵ درصد نیز در گروه های سنی ۲۴ تا ۲۹ سال قرار دارند. بدین ترتیب ۱۵ تا ۲۳ ساله ها اکثریت پاسخگویان را تشکیل می دهند که غالباً دانش آموز یا دانشجو هستند ( جدول شماره ۳ )

جدول شماره ۳ توزیع فراوانی داده ها بر حسب سن

	سن (سال)	فراوانی	درصد	ددرصد معتبر	درصد تراکمی
۱	۱۵-۱۷	۱۳۴۷	۲۲.۱	۲۲.۵	۲۲.۵
۲	۱۸-۲۰	۱۴۹۸	۲۴.۶	۲۵.۰	۴۷.۵
۳	۲۱-۲۳	۱۵۸۶	۲۶.۱	۲۶.۵	۷۴.۰
۴	۲۴-۲۶	۸۲۷	۱۳.۶	۱۳.۸	۸۷.۹
۵	۲۷-۲۹	۷۲۶	۱۱.۹	۱۲.۱	۱۰۰.۰
	کلز	۵۹۸۵	۹۸.۴	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۹۹	۱.۶		
	کل	۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

#### ۴-۱- جنس

داده ها حاکی از آنند که اگرچه در نمونه مورد مطالعه نمونه زنان و مردان یکی بوده اند اما داده ها حاکی از آنند که تعداد زنان پاسخ دهنده به سئوالات بیش از تعداد مردان پاسخ دهنده است ( جدول شماره ۴).

**جدول شماره ۴ توزیع فراوانی داده ها بر حسب جنس**

	جنس	فراوانی	درصد	ددرصد معتبر	درصد تراکمی
۱	زن	۲۷۴۵	۴۵.۱	۵۰.۱	۵۰.۱
۲	مرد	۲۷۳۸	۴۵.۰	۴۹.۹	۱۰۰.۰
	کل ز	۵۴۸۳	۹۰.۱	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۶۰۱	۹.۹		
	کل	۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۵-۱- مدرک تحصیلی

بر اساس داده های جدول شماره ۵ یک سوم پاسخگویان دارای مدرک تحصیلی پیش دانشگاهی نزدیک به سی درصد دارای مدرک دیپلم و حدود یک پنجم دارای مدرک لیسانس می باشند. از کل افراد مورد مطالعه تنها ۳,۴ درصد دارای مدرک فوق لیسانس و دکترا بوده اند. ۲,۲ درصد دارای مدرک ابتدایی و ۱۱,۶ درصد دارای مدرک سیکل می باشند. در کل می توان نتیجه گرفت که بیشترین فراوانی مربوط به پاسخگویان دارای مدرک دیپلم ، پیش دانشگاهی و لیسانس است ( جدول شماره ۵).

جدول شماره ۵ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مدرک تحصیلی

	مدرک	فراوانی	درصد	ددرصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	ابتدایی	۱۳۶	۲.۲	۲.۳	۲.۳
۲.۰۰	سیکل	۷۰۷	۱۱.۶	۱۱.۸	۱۴.۱
۳.۰۰	دیپلم	۱۷۶۴	۲۹.۰	۲۹.۴	۴۳.۵
۴.۰۰	پیش دانشگاهی	۲۰۱۴	۳۳.۱	۳۳.۶	۷۷.۱
۵.۰۰	لیسانس	۱۱۴۴	۱۸.۸	۱۹.۱	۹۶.۲
۶.۰۰	فوق لیسانس	۱۴۴	۲.۴	۲.۴	۹۸.۶
۷.۰۰	دکترا	۶۱	۱.۰	۱.۰	۹۹.۶
۸.۰۰	بیسواد	۲۴	.۴	.۴	۱۰۰.۰
	کل	۵۹۹۴	۹۸.۵	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۹۰	۱.۵		
	کل	۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۶-۱- وضعیت اشتغال به تحصیل در حال حاضر

داده های حاصل از مطالعه حاکی از آنند که از کل پاسخگویان ۷۸,۲ درصد اظهار داشته اند که در حال حاضر مشغول به تحصیل می باشند. تنها یک پنجم پاسخگویان در حال حاضر به تحصیل اشتغال ندارند. پراکندگی مقطع تحصیلی کسانی که در حال حاضر به تحصیل اشتغال دارند در جدول شماره ۷ آمده است (جدول شماره ۶).

جدول شماره ۶ توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال به تحصیل در حال حاضر

	درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	مشغول به تحصیل
۱۰۰	۷۸.۹	۷۸.۹	۷۸.۲	۴۷۵۶	بلی
۲۰۰	۱۰۰.۰	۲۱.۱	۲۰.۹	۱۲۷۲	خیر
		۱۰۰.۰	۹۹.۱	۶۰۲۸	کلز
			.۹	۵۶	بی جواب
کل			۱۰۰.۰	۶۰۸۴	

## ۷-۱- مقطع تحصیلی

داده های حاصل از مطالعه نشان می دهند که بیشترین میزان پاسخگویان دانشجویان هستند که در دانشگاه به تحصیل اشتغال دارند. دانشجویان پاسخگو دو پنجم کل پاسخگویان می باشند. بیش از دو پنجم پاسخگویان نیز در مقاطع دبیرستان و پیش دانشگاهی اشتغال دارند. با توجه به اینکه دانشجویان بیش از بقیه مقاطع می باشند انتظار می رود که تعداد مصرف کنندگان کالاهای فرهنگی یعنی مطبوعات زیاد باشد. نتایج در مباحث بعدی این فرض را روشن خواهد کرد.

جدول شماره ۷ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مقطع تحصیلی

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	مقطع	
.۲	.۲	.۲	۱۲	راهنمایی	۱.۰۰
۲۶.۳	۲۶.۱	۲۱.۵	۱۳۰۸	دبیرستان	۲.۰۰
۵۱.۸	۲۵.۵	۲۱.۰	۱۲۷۸	پیش دانشگاهی	۳.۰۰
۱۰۰.۰	۴۸.۲	۳۹.۷	۲۴۱۳	دانشگاه	۴.۰۰
	۱۰۰.۰	۸۲.۴	۵۰۱۱	کل	
		۱۷.۶	۱۰۷۳	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	



### ۸-۱- رشته تحصیلی

از کل دانش آموزان مورد مطالعه که میزان آنها در جدول شماره ۳۴۸ درصد کل پاسخگویان می باشد بیشترین میزان در رشته های انسانی و تجربی به تحصیل اشتغال دارند ( به ترتیب ۱۱,۸٪ و ۱۱,۹٪). از بقیه دانش آموزان ۵,۴٪ در رشته ریاضی و ۴,۲٪ در کارو دانش و ۸٪ در رشته هنر مشغول به تحصیل می باشند (جدول شماره ۸).

جدول شماره ۸ توزیع فراوانی داده ها بر حسب رشته تحصیلی ( دانش آموزان )

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	رشته	
۳۴,۷	۳۴,۷	۱۱,۸	۷۱۸	انسانی	۱,۰۰
۶۹,۶	۳۴,۹	۱۱,۹	۷۲۲	تجربی	۲,۰۰
۳۸۵,۰	۷۱۵,۰	۴۵,۰	۳۲۴	ریاضی	۳,۰۰
۸۷,۵	۲,۴	۸	۵۰	هنر	۴,۰۰
۱۰۰,۰	۱۲,۳	۴,۲	۲۵۵	کاردانش	۵,۰۰
	۱۰۰,۰	۳۴,۰	۲۰۶۹	کل ز	
		۶۶,۰	۴۰۱۵	بی جواب	
		۱۰۰,۰	۶۰۸۴	کل	

## ۹-۱- مقطع تحصیلی دانشجویان

داده های جدول شماره ۹ حاکی از آنند که از کل کسانی که اظهار داشته اند در حال حاضر مشغول به تحصیل می باشند ۴۰٪ درصد یعنی دو پنجم در دوره کارشناسی مشغول به تحصیل می باشند. در کل ۴,۱٪ در دوره های کارشناسی ارشد و دکترا به تحصیل اشتغال دارند و تعدا دانشجویان دوره کاردانی تنها ۵,۶ درصد می باشد. از کل کسانی که در دانشگاه به تحصیل اشتغال دارند چهار پنجم در دوره کارشناسی و بقیه در سایر دوره ها مشغول می باشند. (جدول شماره ۹).

جدول شماره ۹ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مقطع تحصیلی (دانشجو)

	مقطع	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	کاردانی	۳۳۹	۵.۶	۱۱.۲	۱۱.۲
۲.۰۰	کارشناسی	۲۴۳۰	۳۹.۹	۸۰.۴	۹۱.۷
۳.۰۰	کارشناسی ارشد	۱۵۴	۲.۵	۵.۱	۹۶.۸
۴.۰۰	دکترا	۹۶	۱.۶	۳.۲	۹۹.۹
۶.۰۰	حوزه	۲	.۰	.۱	۱۰۰.۰
	کل ز	۳۰۲۱	۴۹.۷	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۳۰۶۳	۵۰.۳		
	کل	۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

### ۱-۱۰- رشته تحصیلی دانشجویان

بر اساس داده های جدول زیر از کل دانشجویان مورد مطالعه بیش از ۵۵٪ در رشته های علوم انسانی ، ۱۳,۱٪ در رشته های علوم پایه ، ۱۳,۹٪ در رشته های فنی و مهندسی و ۸,۴٪ در رشته های پزشکی مشغول به تحصیل می باشند. کمترین میزان مربوط به حوزه است که ۲٪ می باشد (جدول شماره ۱۰).

جدول شماره ۱۰ توزیع فراوانی داده ها بر حسب رشته تحصیلی (دانشجویان)

	رشته	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	انسانی	۱۷۵۲	۲۸.۸	۵۵.۳	۵۵.۳
۲.۰۰	علوم پایه	۴۱۴	۶.۸	۱۳.۱	۶۸.۳
۳.۰۰	فنی و مهندسی	۴۴۰	۷.۲	۱۳.۹	۸۲.۲
۴.۰۰	کشاورزی	۲۶۷	۴.۴	۸.۴	۹۰.۶
۵.۰۰	پزشکی	۱۸۵	۳.۰	۵.۸	۹۶.۵
۶.۰۰	هنر	۱۰۴	۱.۷	۳.۳	۹۹.۷
۷.۰۰	حوزه	۷	.۱	.۲	۱۰۰.۰
	کل	۳۱۷۰	۵۲.۱	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۲۹۱۴	۴۷.۹		
	کل	۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۱-۱۱- وضعیت تأهل

براساس داده های حاصل از مطالعه از کل پاسخگویان ۸۰,۴ درصد مجرد ، و تنها ۱۸,۲ درصد متأهل می باشند. رویهم ۱,۴٪ بیوه و مطلقه می باشند.

جدول شماره ۱۱ توزیع فراوانی داده ها بر حسب تأهل

	وضعیت تأهل	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	متأهل	۱۰۶۹	۱۷.۶	۱۸.۲	۱۸.۲
۲.۰۰	مجرد	۴۷۳۵	۷۷.۸	۸۰.۴	۹۸.۶
۳.۰۰	بیوه	۵۸	۱.۰	۱.۰	۹۹.۶
۴.۰۰	مطلقه	۲۳	.۴	.۴	۱۰۰.۰
	کل	۵۸۸۷	۹۶.۸	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۱۹۷	۳.۲		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۱۲-۱- وضعیت اشتغال

آمارهای مندرج در جدول شماره ۱۲ بیانگر آنند که ۲۲,۶ درصد افراد مورد مطالعه شاغل و ۸,۲ درصد بیکار جویای کار می باشند. بر اساس داده ها، ۶۷,۵٪ افراد مورد مطالعه در حال تحصیل می باشند که یا در دانشگاه مشغول به تحصیلند یا در سایر مقاطع مشغولند. از کل زنان مورد مطالعه ۱۰۳ نفر خانه دار هستند (جدول شماره ۱۲).

جدول شماره ۱۲ توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	وضعیت اشتغال	
۲۲.۶	۲۲.۶	۲۱.۴	۱۳۰۴	شاغل	۱.۰۰
۹۰.۰	۶۷.۵	۶۴.۱	۳۸۹۸	در حال تحصیل	۲.۰۰
۹۸.۲	۸.۲	۷.۸	۴۷۲	بیکار جویای کار	۳.۰۰
۱۰۰.۰	۱.۸	۱.۷	۱۰۳	خانه دار	۴.۰۰
	۱۰۰.۰	۹۵.۰	۵۷۷۷	کل	
		۵.۰	۳۰۷	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	

### ۱۳-۱- وضعیت درآمد

داده های حاصل از مطالعه نشان می دهد که از کل افراد مورد مطالعه ۴۱٪ دارای درآمد زیر ۱۰۰ هزار تومان و ۳۶,۹٪ بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان هستند. این دو گروه بیشترین میزان را به خود اختصاص داده اند. پایین ترین میزان به افراد با درآمد بین ۴۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان اختصاص دارد که ۷٪ از کل پاسخگویان را تشکیل می دهد. در کل افراد با درآمد های زیر ۱۰۰ هزار تومان و ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان بیشترین میزان را دارا هستند. این دو گروه روی هم ۷۷,۹ درصد از کل پاسخگویان را به خود اختصاص داده اند ( جدول شماره ۱۳).

جدول شماره ۱۳ توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	درآمد	
۴۱.۰	۴۱.۰	۱۵.۳	۹۲۸	کمتر از ۱۰۰ هزار تومان	۱.۰۰
۷۷.۹	۳۶.۹	۱۳.۷	۸۳۴	۱۰۱-۲۰۰ هزار تومان	۲.۰۰
۹۰.۲	۱۲.۳	۴.۶	۲۷۸	۲۰۱-۳۰۰ هزار تومان	۳.۰۰
۹۴.۵	۴.۲	۱.۶	۹۶	۳۰۱-۴۰۰ هزار تومان	۴.۰۰
۹۶.۲	۱.۸	.۷	۴۰	۴۰۱-۵۰۰ هزار تومان	۵.۰۰
۱۰۰.۰	۳.۸	۱.۴	۸۵	۵۰۱ هزار تومان و بیشتر	۶.۰۰
	۱۰۰.۰	۳۷.۲	۲۲۶۱	کل	
		۶۲.۸	۳۸۲۳	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	

## ۱- مطالعه روزنامه

### ۱-۲- وجود یا عدم وجود روزنامه در محل زندگی

یکی از فاکتورهای مهم در مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه دسترسی به این کالای فرهنگی است. داده های مربوط به این متغیر نشان داده اند که ۸۸,۶٪ پاسخگویان اظهار داشته اند که به روزنامه دسترسی دارند. تنها ۱۱,۴٪ از کل پاسخگویان در محل خود به روزنامه دسترسی ندارند.

جدول شماره ۱۴ توزیع فراوانی داده ها بر حسب وجود روزنامه در محل زندگی

	وجود یا عدم وجود روزنامه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	بلی	۵۱۷۰	۸۵.۰	۸۸.۶	۸۸.۶
۲.۰۰	خیر	۶۶۵	۱۰.۹	۱۱.۴	۱۰۰.۰
	کل	۵۸۳۵	۹۵.۹	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۲۴۹	۴.۱		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۲-۲- میزان مطالعه روزنامه

براساس داده ها، میزان مطالعه روزنامه توسط پاسخگویان بسیار بالا می باشد. از کل پاسخگویان ۸۴٫۸٪ اظهار داشته اند که روزنامه مطالعه می کنند. تنها ۱۵٫۲ درصد از افراد مورد مطالعه اظهار کرده اند که روزنامه نمی خوانند (جدول شماره ۱۵).

جدول شماره ۱۵ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه

	مطالعه روزنامه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱	بلی	۵۰۶۱	۸۳٫۲	۸۴٫۸	۸۴٫۸
۲	خیر	۹۰۹	۱۴٫۹	۱۵٫۲	۱۰۰٫۰
کل		۵۹۷۰	۹۸٫۱	۱۰۰٫۰	
	بی جواب	۱۱۴	۱٫۹		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰٫۰		



۳-۲- سالهای مطالعه روزنامه

داده های جدول شماره ۱۶ نشان می دهد که اکثر کسانی که اظهار داشته اند روزنامه مطالعه می کنند طول دوره مطالعه آنها بر حسب سال به بیش از یک سال می رسد. از کل پاسخگویان ۲۷,۴ درصد بین سه تا چهار سال است که روزنامه می خوانند. این میزان در بین سایر گروه ها بالاترین میزان است. کمترین میزان مربوط به پاسخگویانی است که کمتر از یک سال است که روزنامه می خوانند.

جدول شماره ۱۶ توزیع فراوانی داده ها بر حسب سالهای مطالعه روزنامه

	سال	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	کمتر از یکسال	۷۲۶	۱۱.۹	۱۴.۴	۱۴.۴
۲.۰۰	یک تا دو سال	۱۰۸۹	۱۷.۹	۲۱.۶	۳۵.۹
۳.۰۰	سه تا چهار سال	۱۳۸۵	۲۲.۸	۲۷.۴	۶۳.۴
۴.۰۰	پنج تا شش سال	۷۲۸	۱۲.۰	۱۴.۴	۷۷.۸
۵.۰۰	بیش از شش سال	۱۱۲۳	۱۸.۵	۲۲.۲	۱۰۰.۰
	کل ز	۵۰۵۱	۸۳.۰	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۱۰۳۳	۱۷.۰		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

#### ۴-۲- نام روزنامه مورد مطالعه

بر اساس آمارهای مندرج در جدول مربوط به نام روزنامه ها سه روزنامه جام جم ، همشهری و ایران به ترتیب با اختصاص ۲۳,۶٪، ۱۸,۵٪ و ۹,۳٪ از کل داده های مربوطه بر طرفدارترین روزنامه ها هستند. روزنامه رسالت و جمهوری اسلامی هریک با اختصاص ۶٪ از کل خوانندگان به خود از پایین ترین میزان محبوبیت برخوردارند ( جدول شماره ۱۷ ).

جدول شماره ۱۷ توزیع فراوانی داده ها بر حسب نام روزنامه

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	نام روزنامه	
۵.۶	۵.۶	۴.۰	۲۴۴	کیهان	۱.۰۰
۹.۸	۴.۲	۳.۰	۱۸۵	اطلاعات	۲.۰۰
۲۲.۸	۱۳.۰	۹.۳	۵۶۸	ایران	۳.۰۰
۴۸.۵	۲۵.۷	۱۸.۵	۱۱۲۳	همشهری	۴.۰۰
۸۱.۴	۳۲.۹	۲۳.۶	۱۴۳۵	جام جم	۵.۰۰
۸۵.۸	۴.۴	۳.۲	۱۹۴	شرق	۶.۰۰
۸۶.۶	۸	.۶	۳۴	رسالت	۷.۰۰
۸۷.۴	۸	.۶	۳۵	جمهوری اسلامی	۸.۰۰
۸۸.۴	۱.۰	.۷	۴۳	سایر	۹.۰۰
۹۷.۳	۸.۹	۶.۴	۳۸۹	ورزشی	۱۰.۰۰
۹۸.۰	.۷	.۵	۲۹	بیرجند آوای	۱۱.۰۰
۹۸.۸	۸	.۶	۳۵	خراسان	۱۲.۰۰
۹۹.۵	.۷	.۵	۳۲	رودبار زمین	۱۳.۰۰
۹۹.۷	.۲	.۱	۷	ایران - جام جم	۳۵.۰۰
۱۰۰.۰	.۳	.۲	۱۴	همشهری - جام جم	۴۵.۰۰
	۱۰۰.۰	۷۱.۸	۴۳۶۷	کل ز	
		۲۸.۲	۱۷۱۷	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	

## ۵-۲- دلیل عدم مطالعه روزنامه

داده ها نشان می دهند که از کل کسانی که اظهار کرده اند روزنامه نمی خوانند ۳۰,۱٪ علت عدم مطالعه روزنامه را ارائه مطالب توسط سایر رسانه ها اظهار نموده اند. همچنین ۱۷,۴ درصد افراد مورد مطالعه علت آن را گرانی روزنامه اظهار کرده اند. جناحی نوشتن و عامه پسند بودن مطالب از جمله گزینه هایی هستند که پایین ترین میزان را به خود اختصاص داده اند (جدول شماره ۱۸).

جدول شماره ۱۸ توزیع فراوانی داده ها بر حسب دلیل عدم مطالعه

	دلایل عدم مطالعه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	قیمت گران	۱۵۳	۲.۵	۱۷.۴	۱۷.۴
۲.۰۰	ارائه مطالب توسط سایر رسانه ها	۲۶۵	۴.۴	۳۰.۱	۴۷.۴
۳.۰۰	جناحی نوشتن	۶۷	۱.۱	۷.۶	۵۵.۱
۴.۰۰	عمل نکردن به رسالت خود	۸۷	۱.۴	۹.۹	۶۴.۹
۵.۰۰	عامه پسند بودن	۳۰	.۵	۳.۴	۶۸.۳
۶.۰۰	سایر	۲۵۵	۴.۲	۲۸.۹	۹۷.۳
۷.۰۰		۲۴	.۴	۲.۷	۱۰۰.۰
	کل	۸۸۱	۱۴.۵	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۵۲۰۳	۸۵.۵		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۶-۲- میزان مطالعه

داده های جدول شماره ۱۹ حاکی از آنند که از کل افراد مورد مطالعه ۴۲,۶٪ مطالعه روزانه ، ۳۸,۴٪ مطالعه هفتگی و ۱۹٪ مطالعه ماهانه دارند. در کل می توان گفت مطالعه روزانه و هفتگی بامیزان تقریباً نزدیک به هم بیشترین میزان را داراست (جمعاً ۸۱٪).

جدول شماره ۱۹ توزیع فراوانی داده ها برحسب میزان مطالعه

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	میزان مطالعه	
۴۲.۶	۴۲.۶	۳۴.۱	۲۰۷۵	روزانه	۱.۰۰
۸۱.۰	۳۸.۴	۳۰.۸	۱۸۷۱	هفتگی	۲.۰۰
۱۰۰.۰	۱۹.۰	۱۵.۲	۹۲۷	ماهانه	۳.۰۰
	۱۰۰.۰	۸۰.۱	۴۸۷۳	کل	
		۱۹.۹	۱۲۱۱	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	

## ۲-۷- موضوع مورد مطالعه

بر اساس داده های حاصل از مطالعه حوادث از پر طرفدارترین موضوعات مورد مطالعه پاسخگویان است. این گزینه ۲۳,۳٪ از داده ها را به خود اختصاص داده است. موضوعات سیاسی - اقتصادی و اقتصادی - اجتماعی به ترتیب با ۲۱,۸٪ و ۱۹,۶٪ در مرتبه دوم و سوم محبوبیت به لحاظ موضوعی در بین خوانندگان روزنامه ها هستند. مطالب اقتصادی و مطالب ادبی و فرهنگی از پایین ترین میزان برخوردارند. این دو موضوع به ترتیب ۱,۴٪ و ۲٪ از داده ها را به خود اختصاص داده اند (جدول شماره ۲۰).

جدول شماره ۲۰ توزیع فراوانی داده ها برحسب موضوع مطالعه

	موضوع مطالعه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	سیاسی	۱۲۵	۲.۱	۲.۵	۲.۵
۲.۰۰	اقتصادی	۷۳	۱.۲	۱.۴	۳.۹
۳.۰۰	اجتماعی	۲۷۱	۴.۵	۵.۳	۹.۲
۴.۰۰	ادبی و فرهنگی	۱۰۲	۱.۷	۲.۰	۱۱.۲
۵.۰۰	هنری	۱۱۹	۲.۰	۲.۳	۱۳.۵
۶.۰۰	ورزشی	۳۶۹	۶.۱	۷.۲	۲۰.۸
۷.۰۰	حوادث	۱۴۱۵	۲۳.۳	۲۷.۸	۴۸.۶
۱۲.۰۰	سیاسی-اقتصادی	۱۳۲۷	۲۱.۸	۲۶.۱	۷۴.۶
۲۳.۰۰	اقتصادی-اجتماعی	۱۱۹۰	۱۹.۶	۲۳.۴	۹۸.۰
۴۵.۰۰	فرهنگی-هنری	۱۰۳	۱.۷	۲.۰	۱۰۰.۰
	کل	۵۰۹۴	۸۳.۷	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۹۹۰	۱۶.۳		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۸-۲- اولین مطلب مورد مطالعه

آمارهای جدول شماره ۲۱ حاکی از آنند که حوادث پرتعدادترین موضوعی است که خوانندگان جوان اظهار کرده اند. این گزینه با اختصاص ۳۴,۱٪ از داده ها به خود بالاترین میزان را داراست. مطالب ورزشی با ۱۶,۶٪ از داده ها در مرتبه دوم اهمیت جای گرفته است. مطالب اجتماعی با ۱۴٪ از کل داده ها در مرتبه سوم جای گرفته است. مطالب فرهنگی و ادبی با ۲,۳٪ از داده ها پایین ترین میزان را دارا هستند.

جدول شماره ۲۱ توزیع فراوانی داده ها برحسب اولین مطلب مطالعه

	اولین مطلب مطالعه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	سیاسی	۶۴۲	۱۰.۶	۱۲.۴	۱۲.۴
۲.۰۰	اقتصادی	۲۸۰	۴.۶	۵.۴	۱۷.۸
۳.۰۰	اجتماعی	۷۲۴	۱۱.۹	۱۴.۰	۳۱.۸
۴.۰۰	ادبی و هنری	۴۲۵	۷.۰	۸.۲	۴۰.۰
۵.۰۰	فرهنگی	۱۲۱	۲.۰	۲.۳	۴۲.۳
۶.۰۰	ورزشی	۸۶۲	۱۴.۲	۱۶.۶	۵۹.۰
۷.۰۰	حوادث	۱۷۶۶	۲۹.۰	۳۴.۱	۹۳.۱
۸.۰۰	جدول و سرگرمی	۳۵۹	۵.۹	۶.۹	۱۰۰.۰
	کل	۵۱۷۹	۸۵.۱	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۹۰۵	۱۴.۹		
	کل	۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۱-مجله

### ۱-۳- مطالعه مجله

یکی از متغیرهای مورد مطالعه در پژوهش حاضر مطالعه یا عدم مطالعه مجله توسط جوانان مورد مطالعه است. بر اساس داده ها از کل پاسخگویان مورد مطالعه ۷۹,۱٪ اظهار کرده اند که مجله مطالعه می کنند. یک پنجم افراد مورد مطالعه مجله مطالعه نمی کنند.

جدول شماره ۲۲ توزیع فراوانی داده ها برحسب مطالعه مجله

	مطالعه مجله	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	بلی	۴۴۴۲	۷۳.۰	۷۹.۱	۷۹.۱
۲.۰۰	خیر	۱۱۷۷	۱۹.۳	۲۰.۹	۱۰۰.۰
	کل	۵۶۱۹	۹۲.۴	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۴۶۵	۷.۶		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۲-۳- نام مجله

داده ها نشان می دهند که مجله خانواده سبز با ۴۱٪ از کل داده ها پر طرفدارترین مجله نزد افراد مورد مطالعه است. مجله خانواده با ۱۸,۲٪ از کل داده ها و مجله روزهای زندگی با ۱۶,۶٪ از کل داده ها در مرتبه دوم و سوم اهمیت برای خوانندگان قرار دارند.

جدول شماره ۲۳ توزیع فراوانی داده ها بر حسب نام مجله

	نام مجله	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	روزهای زندگی	۶۲۵	۱۰.۳	۱۶.۶	۱۶.۶
۲.۰۰	خانواده سبز	۱۵۴۱	۲۵.۳	۴۱.۰	۵۶.۴
۳.۰۰	خانواده	۶۸۶	۱۱.۳	۱۸.۲	۷۴.۷
۴.۰۰	راه زندگی	۱۸۵	۳.۰	۴.۹	۷۹.۶
۵.۰۰	چلچراغ	۹۰	۱.۵	۲.۴	۸۲.۰
۶.۰۰	زن روز	۱۱۱	۱.۸	۳.۰	۸۴.۹
۷.۰۰	سایر	۵۲۴	۸.۶	۱۳.۹	۹۸.۹
	کل	۳۷۶۲	۶۱.۸	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۲۳۲۲	۳۸.۲		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰.۰		



### ۳-۳- دلیل عدم مطالعه مجله

آمارهای مندرج در جدول شماره ۲۴ مربوط به دلایل عدم مطالعه مجله توسط پاسخگویان است. از بین دلایل مطرح شده گران بودن مجله مهمترین علت عدم مطالعه این رسانه است. این گزینه با اختصاص ۲,۲۳٪ ازداده های جدول به خود در مرتبه اول جای گرفته است. عدم علاقه به مطالعه مجله در بین یک چهارم از پاسخگویان مهمترین دلیل عدم مطالعه مجله است. پایین بودن محتوای مطالب مجلات موجود دلیل دیگریست که بعد از دو دلیل فوق اکثر پاسخگویان آن را به عنوان علت اصلی عدم مطالعه مجله عنوان کرده اند.

جدول شماره ۲۴ توزیع فراوانی داده ها برحسب دلیل عدم مطالعه مجله

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	دلیل عدم مطالعه مجله	
۲۰.۵	۲۰.۵	۳.۹	۲۴۰	عدم علاقه	۱.۰۰
۴۳.۷	۲۳.۲	۴.۵	۲۷۱	گران بودن	۲.۰۰
۵۷.۰	۱۳.۳	۲.۶	۱۵۶	محتوای پایین	۳.۰۰
۷۲.۱	۱۵.۱	۲.۹	۱۷۷	عدم جاذبه	۴.۰۰
۷۹.۷	۷.۵	۱.۴	۸۸	ارائه مطالب توسط سایر روزنامه ها	۵.۰۰
۸۱.۷	۲.۱	.۴	۲۴	مطالب عمومی	۶.۰۰
۸۷.۴	۵.۷	۱.۱	۶۷	پرداختن به مطالب حاشیه ای	۷.۰۰
۱۰۰.۰	۱۲.۶	۲.۴	۱۴۷	سایر	۸.۰۰
	۱۰۰.۰	۱۹.۲	۱۱۷۰	کل	
		۸۰.۸	۴۹۱۴	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	

#### ۴-۳- سالهای مطالعه مجله

داده های مربوط به تعداد سالهای مطالعه مجله نشان می دهند که از کل پاسخگویان ۲۹,۴٪ اظهار داشته اند که سه تا چهار سال است که مجله مطالعه می کنند. این میزان بالاترین میزان در بین داده های مربوط به این گزینه است. ۲۸,۹٪ از کل پاسخگویان نیز اظهار کرده اند که یک تا دو سال است که مجله مطالعه می کنند. ۱۴,۷٪ سالهای مطالعه مجله را کمتر از یک سال و به همین میزان نیز بیش از شش سال عنوان کرده اند.

جدول شماره ۲۵ توزیع فراوانی داده ها برحسب سال مجله

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	سال مجله	
۱۴.۷	۱۴.۷	۱۰.۹	۷۶۶	کمتر از یکسال	۰.۰۱
۴۳.۶	۲۸.۹	۲۱.۵	۱۳۰۷	یک تا دو سال	۲.۰۰
۷۲.۹	۲۹.۴	۲۱.۸	۱۳۲۹	سه تا چهار سال	۳.۰۰
۸۵.۴	۱۲.۵	۹.۳	۵۶۶	پنج تا شش سال	۴.۰۰
۱۰۰.۰	۱۴.۶	۱۰.۸	۶۵۹	بیش از شش سال	۵.۰۰
	۱۰۰.۰	۷۴.۴	۴۵۲۸	کل	
		۲۵.۶	۱۵۵۶	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	

### ۳-۵- ساعات مطالعه مجله در هفته

داده های مندرج در جدول شماره ۲۶ نشان می دهد که دوینجم افراد مورد مطالعه یک تا دو ساعت در هفته مجله مطالعه می کنند در حالی که ۳۱,۷٪ کمتر از یک ساعت در هفته مجله مطالعه می کنند. بر اساس داده ها ۱۸,۵٪ از پاسخگویان در هفته سه تا چهار ساعت مجله مطالعه می کنند. در کل می توان اذعان داشت که ۹۰,۶٪ از افراد مورد مطالعه در هفته کمتر از یک ساعت تا چهار ساعت مجله مطالعه می کنند (جدول شماره ۲۶).

جدول شماره ۲۶ توزیع فراوانی داده ها بر حسب ساعات مطالعه مجله در هفته

	هفته مجله	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	کمتر از یک ساعت	۱۳۹۸	۲۳.۰	۳۱.۷	۳۱.۷
۲.۰۰	یک تا دو ساعت	۱۷۸۶	۲۹.۴	۴۰.۵	۷۲.۲
۳.۰۰	سه تا چهار ساعت	۸۱۵	۱۳.۴	۱۸.۵	۹۰.۶
۴.۰۰	پنج تا شش ساعت	۲۱۱	۳.۵	۴.۸	۹۵.۴
۵.۰۰	شش تا هفت ساعت	۶۲	۱.۰	۱.۴	۹۶.۸
۶.۰۰	بیش از هفت ساعت	۱۴۰	۲.۳	۳.۲	۱۰۰.۰
	کل	۴۴۱۲	۷۲.۵	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۱۶۷۲	۲۷.۵		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۷-مطبوعات جوان

### ۷-۱- مطالعه مطبوعات جوان

داده های حاصل از مطالعه نشان می دهند که از کل پاسخگویان مورد مطالعه ۶۴٪ مجلات با موضوع جوانان را مطالعه نمی کنند. تنها ۳۶٪ از پاسخگویان اظهار داشته اند که مجلات با موضوع جوان را مطالعه می کنند.

جدول شماره ۲۷ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه مطبوعات جوان

	مطبوعات جوان	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	بلی	۱۸۳۰	۳۰.۱	۳۶.۰	۳۶.۰
۲.۰۰	خیر	۳۲۴۸	۵۳.۴	۶۴.۰	۱۰۰.۰
	کل	۵۰۷۸	۸۳.۵	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۱۰۰۶	۱۶.۵		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۲-۷- نام مطبوعات جوان

داده های حاصل از مطالعه نشان می دهند که، در بین مطبوعات با عنوان جوان، مجله جوانان بیشترین طرفدار را داراست. این مجله با کسب ۳۰,۷٪ از داده ها بالاترین میزان را به خود اختصاص داده است. بعد از این مجله، مجله سروش جوان بیشترین طرفدار را داراست. این مجله نیز ۲۱,۱٪ از داده ها را به خود اختصاص داده است. مجله جوانان امروز در بین جوانان مورد مطالعه در مرتبه سوم اهمیت جای گرفته است. این مجله ۱۵,۸٪ از کل داده ها را به خود اختصاص داده است (جدول شماره ۲۹). مجله موفقیت با ۱,۱٪ از کل داده ها پایین ترین میزان را داراست.

جدول شماره ۲۹ توزیع فراوانی داده ها بر حسب نام مطبوعات جوان

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	نام	
۳۰.۷	۳۰.۷	۴.۱	۲۴۹	جوانان	۱.۰۰
۴۶.۵	۱۵.۸	۲.۱	۱۲۸	جوان امروز	۲.۰۰
۶۷.۷	۲۱.۱	۲.۸	۱۷۱	سروش جوان	۳.۰۰
۶۸.۳	۲.۸	.۴	۲۳	زن روز	۴.۰۰
۷۷.۰	۸.۸	۱.۲	۷۱	ورزشی	۵.۰۰
۷۸.۱	۱.۱	.۱	۹	موفقیت	۶.۰۰
۹۷.۸	۱۹.۶	۲.۶	۱۵۹	سایر	۷.۰۰
	۱۰۰.۰	۱۳.۳	۸۱۰	کل	
		۸۶.۷	۵۲۷۴	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	

### ۳-۷- دلیل عدم مطالعه مطبوعات جوان

داده های حاصل از مطالعه در مورد علت عدم مطالعه مطبوعات جوان نشان می دهند که عدم وجود این مطبوعات در محل و عدم دسترسی به آنها مهمترین دلیل عدم مطالعه این مطبوعات است. این گزینه با اختصاص ۲۲,۲٪ از داده ها به خود بالاترین میزان را در میان سایر دلایل به خود اختصاص داده است. جاذب نبودن مطالب و عدم درج واقعیت در این مجلات به ترتیب با ۱۶,۹٪ و ۱۴,۵٪ دومین و سومین دلیل عدم مطالعه مطبوعات با عنوان جوان هستند. جناحی نوشتن و عامه پسند بودن مطالب این مجلات پایین ترین میزان را به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۳۰ توزیع فراوانی داده ها بر حسب دلیل عدم مطالعه مطبوعات جوان

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	دلیل عدم مطالعه	
۲۲.۲	۲۲.۲	۱۱.۴	۶۹۱	عدم وجود در محل	۱.۰۰
۳۰.۴	۸.۲	۴.۲	۲۵۴	گران بودن	۲.۰۰
۴۴.۹	۱۴.۵	۷.۴	۴۵۱	ننوشتن واقعیت	۳.۰۰
۶۱.۸	۱۶.۹	۸.۶	۵۲۵	جاذب نبودن	۴.۰۰
۶۷.۷	۵.۹	۳.۰	۱۸۲	محتوای پایین	۵.۰۰
۷۳.۲	۵.۵	۲.۸	۱۷۱	عمومی است تا برای جوانان	۶.۰۰
۷۴.۲	۱.۰	.۵	۳۰	عامه پسند	۷.۰۰
۷۷.۱	۳.۰	۱.۵	۹۳	پرداختن به مطالب حاشیه ای	۸.۰۰
۷۹.۵	۲.۴	۱.۲	۷۴	ارائه مطالب توسط سایر رسانه ها	۹.۰۰
۸۰.۲	.۷	.۳	۲۱	جناحی می نویسد	۱۰.۰۰
۱۰۰.۰	۱۹.۸	۱۰.۱	۶۱۵	سایر	۱۱.۰۰
	۱۰۰.۰	۵۱.۱	۳۱۰۷	کل	
		۴۸.۹	۲۹۷۷	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	

#### ۴-۷- مطالعه مطالب جوانان در روزنامه

یکی از سئوالات مطرح شده در پرسشنامه مطالعه مطالب مربوط به جوانان در روزنامه ها است. با این پرسش میزان علاقمندی به مطالب مربوط به جوانان سنجیده می شود. بر اساس نتایج ، ۷۷٫۸٪ از پاسخگویان اظهار داشته اند که مطالب مربوط به جوانان را در روزنامه ها مطالعه می کنند. تنها ۲٫۲٪ از کل افراد مورد مطالعه اظهار داشته اند که این مطالب را مطالعه نمی کنند ( جدول شماره ۳۱). میزانهای جدول حاکی از توجه جوانان به مسائل مربوط به خودشان است.

جدول شماره ۳۱ توزیع فراوانی داده ها برحسب مطالعه مطالب جوانان در روزنامه

	مطالب جوانان در روزنامه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	بلی	۴۲۱۸	۶۹.۳	۷۷.۸	۷۷.۸
۲.۰۰	خیر	۱۲۰۳	۱۹.۸	۲۲.۲	۱۰۰.۰
	کل	۵۴۲۱	۸۹.۱	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۶۶۳	۱۰.۹		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

### ۵-۷- علت عدم مطالعه مطالب جوانان در روزنامه

داده ها نشان می دهند که از کل کسانی که به این سؤال پاسخ داده اند ، ۳۹,۵٪ اظهار کرده اند که علت عدم مطالعه آنها عدم درج مسائل مربوط به جوانان در این روزنامه ها است. ۲۳,۱٪ نیز جاذب نبودن این مطالب را مطرح کرده اند. حدود یک سوم نیز علت عدم مطالعه را جاذب نبودن مطالب ، محتوای پایین آنها و کم بودن مطالب مربوط به جوانان ذکر کرده اند (جدول شماره ۳۲).

جدول شماره ۳۲ توزیع فراوانی داده ها برحسب علت عدم مطالعه مطالب جوانان در روزنامه

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	علت عدم مطالعه	
۳۹.۵	۳۹.۵	۸.۱	۴۹۴	مطرح نکردن مسائل جوانان	۱.۰۰
۶۰.۲	۲۳.۱	۴.۸	۲۸۹	جاذب نبودن	۲.۰۰
۷۰.۲	۱۰.۰	۲.۱	۱۲۵	محتوای پایین	۳.۰۰
۸۰.۲	۱۰.۰	۲.۱	۱۲۵	کم بودن مطالب جوانان	۴.۰۰
۹۰.۷	۱۰.۶	۲.۲	۱۳۲	پرداختن به مسائل حاشیه ای	۵.۰۰
۹۶.۷	۶.۰	۱.۲	۷۵	جناحی نوشتن	۶.۰۰
۹۷.۶	.۹	.۲	۱۱	سایر	۷.۰۰
	۱۰۰.۰	۲۰.۶	۱۲۵۱	کل	
		۷۹.۴	۴۸۳۳	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	



## ۶-۷- مطالعه مطالب مربوط به جوانان در مجلات

نتایج مطالعه حاکی از آنند که ۷۷,۶ درصد از پاسخگویان اظهار کرده اند که در مجلات مطالب مربوط به جوانان را مطالعه می کنند. این در حالیست که تنها ۲۲,۴٪ از افراد مورد مطالعه به سؤال مربوط به این گزینه پاسخ منفی داده اند (جدول شماره ۳۳).

جدول شماره ۳۳ توزیع فراوانی داده ها برحسب مطالعه مطالب مربوط به جوانان در مجلات

	مطالعه جوانان در مجلات	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	بلی	۴۰۱۹	۶۶.۱	۷۷.۶	۷۷.۶
۲.۰۰	خیر	۱۱۶۳	۱۹.۱	۲۲.۴	۱۰۰.۰
	کل	۵۱۸۲	۸۵.۲	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۹۰۲	۱۴.۸		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۷-۷- علت عدم مطالعه مطالب جوانان در مجلات

آمارهای مندرج در جدول شماره ۳۴ مربوط به علت عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در مجلات است. آنطور که داده‌ها نشان می‌دهند، از کل پاسخگویانی که به این سؤال جواب داده‌اند ۲۶,۵٪ علت را عدم درج واقعیت در این مجلات ذکر کرده‌اند. در حالی که ۲۳,۳٪ از پاسخگویان علت عدم مطالعه را عدم دسترسی به مجلات ذکر کرده‌اند. ۱۴,۶٪ از پاسخگویان نیز علت را جاذب نبودن مطالب مندرج در این مجلات عنوان کرده‌اند (جدول شماره ۳۴).

جدول شماره ۳۴ توزیع فراوانی داده‌ها بر حسب علت عدم مطالعه مطالب جوانان در مجلات

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	عدم مطالعه جوانان در مجلات
۲۳.۳	۲۳.۳	۴.۲	۲۵۴	عدم دسترسی
۴۹.۸	۲۶.۵	۴.۷	۲۸۸	مطرح نکردن واقعیت
۶۴.۴	۱۴.۶	۲.۶	۱۵۹	جاذب نبودن
۷۵.۹	۱۱.۵	۲.۱	۱۲۵	محتوای پایین
۸۶.۹	۱۱.۰	۲.۰	۱۲۰	عمومی بودن نه مربوط به جوانان
۹۳.۶	۶.۶	۱.۲	۷۲	پرداختن به مسائل حاشیه‌ای
۹۷.۰	۳.۴	.۶	۳۷	جناحی بودن
۱۰۰.۰	۳.۰	.۵	۳۳	سایر
	۱۰۰.۰	۱۷.۹	۱۰۸۸	کل
		۸۲.۱	۴۹۹۶	بی‌جواب
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل

## ۸- مطبوعات الکتريکی

### ۸-۱- مطالعه مطبوعات الکتريکی

بر اساس داده ها ۱۲,۴ از کل پاسخگویان اظهار کرده اند که مطبوعات الکترونیکی مطالعه می کنند. ۶۹,۹٪ به این سؤال پاسخ منفی داده اند. پایین بودن میزان می تواند به علت عدم دسترسی به کامپیوتر یا اینترنت باشد.

جدول شماره ۳۵ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه مطبوعات الکترونیکی

	مطالعه مطبوعات الکترونیکی	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	بلی	۷۵۴	۱۲.۴	۱۵.۱	۱۵.۱
۲.۰۰	خیر	۴۴۲۵	۶۹.۹	۸۴.۹	۱۰۰.۰
	کل	۵۰۰۸	۸۲.۳	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۱۰۷۶	۱۷.۷		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۲-۸- نام مطبوعات الکترونیکی

بر اساس داده های جدول شماره ۳۶ از کل کسانی که به این سؤال جواب داده اند ، ۹۰٫۷٪ هفته نامه الکترونیک و ۹٫۳٪ جوان و کامپیوتر را مطالعه می کنند.

جدول شماره ۳۶ توزیع فراوانی داده ها بر حسب نام مطبوعات الکترونیکی

	نام مطبوعات الکترونیکی	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱۰۰	هفته نامه الکترونیک	۳۰۲	۵۰	۹۰٫۷	۹۰٫۷
۲۰۰	جوان و کامپیوتر	۳۱	۰٫۵	۹٫۳	۱۰۰
	کل	۳۳۳	۵۰٫۵	۱۰۰٫۰	
	بی جواب	۵۷۵۱	۹۴٫۵		
	کل	۶۰۸۴	۱۰۰٫۰		

### ۳-۸- میزان مطالعه مطبوعات الکترونیکی

بر اساس نتایج مطالعه از کل کسانی که مطبوعات الکترونیکی مطالعه می کنند ، ۶,۶٪ مطالعه ماهانه و ۵,۹٪ مطالعه روزانه و ۴,۷٪ مطالعه هفتگی دارند. داده ها نشان می دهند میزان استفاده از رسانه های الکترونیکی با فاصله زمانی طولانی صورت می گیرد (جدول شماره ۳۷).

جدول شماره ۳۷ توزیع فراوانی داده ها بر حسب میزان مطالعه

	میزان مطالعه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱۰۰	روزانه	۳۵۶	۵.۹	۳۴.۲	۳۴.۲
۲۰۰	هفتگی	۲۸۴	۴.۷	۲۷.۳	۶۱.۴
۳۰۰	ماهانه	۴۰۲	۶.۶	۳۸.۶	۱۰۰.۰
	کل	۱۰۴۲	۱۷.۱	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۵۰۴۲	۸۲.۹		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

#### ۴-۸- موضوع مورد مطالعه در مجلات

یکی از متغیرهای مورد مطالعه در بررسی حاضر موضوعی است که جوانان در مجلات مطالعه می کنند. بر اساس داده ها از کل کسانی که به این سؤال پاسخ داده اند ۲۴,۲٪ در مجلات به مطالعه حوادث می پردازند. این میزان در بین ارقام جدول بالاترین میزان است. موضوعات سیاسی - اقتصادی در بین موضوعات مورد مطالعه مرتبه دوم را به خود اختصاص داده است. این موضوع ۲۱,۹٪ از داده ها را به خود اختصاص داده است. سومین مطلب مورد مطالعه ، مطالب اقتصادی - اجتماعی است. این موضوع با اختصاص ۲۱٪ از داده ها به خود در مرتبه سوم جای گرفته است. مطالب فرهنگی - هنری با اختصاص ۱,۲٪ از داده ها کمترین طرفدار را دارا است ( جدول شماره ۳۸).

جدول شماره ۳۸ توزیع فراوانی داده ها برحسب موضوع مورد مطالعه در مجلات

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	موضوع مطالعه	
۲,۸	۲,۸	۲,۲	۱۳۱	سیاسی	۱,۰۰
۴,۷	۲,۰	۱,۵	۹۳	اقتصادی	۲,۰۰
۱۴,۷	۱۰,۰	۷,۷	۴۷۱	اجتماعی	۳,۰۰
۲۰,۵	۵,۸	۴,۵	۲۷۲	ادبی و فرهنگی	۴,۰۰
۲۴,۶	۴,۱	۳,۲	۱۹۵	هنری	۵,۰۰
۳۱,۷	۷,۱	۵,۵	۳۳۴	ورزشی	۶,۰۰
۵۵,۹	۲۴,۲	۱۸,۸	۱۱۴۴	حوادث	۷,۰۰
۷۷,۸	۲۱,۹	۱۷,۰	۱۰۳۵	سیاسی-اقتصادی	۱۲,۰۰
۹۸,۸	۲۱,۰	۱۶,۳	۹۹۲	اقتصادی-اجتماعی	۲۳,۰۰
۱۰۰,۰	۱,۲	۱,۰	۵۹	فرهنگی-هنری	۴۵,۰۰
	۱۰۰,۰	۷۷,۷	۴۷۲۶	کل	
		۲۲,۳	۱۳۵۸	بی جواب	
		۱۰۰,۰	۶۰۸۴	کل	

### ۵-۸- اولین مطلب مورد مطالعه در مجلات

مطلوب ترین بحث برای جوانان مورد مطالعه از دیگر مباحث مورد مطالعه است. حوادث مهمترین و پرتعدادترین مطلب در بین سایر مطالب است. این مطلب با اختصاص ۲۹,۳٪ از داده ها به خود در صدر مباحث قرار گرفته است. مباحث اجتماعی، دومین مطلب مورد استفاده جوانان مورد مطالعه است. این مطلب ۲۰,۱٪ از داده ها را داراست. مباحث ادبی و هنری سومین مطلب مورد استفاده جوانان مورد مطالعه است ( ۱۴,۹٪ جدول شماره ۳۹). مطالب فرهنگی با ۳,۶٪ پایین ترین میزان را داراست.

جدول شماره ۳۹ توزیع فراوانی داده ها بر حسب اولین مطلب مورد مطالعه

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	اولین مطلب مطالعه	
۷.۴	۷.۴	۵.۹	۳۵۶	سیاسی	۱,۰۰
۱۱.۶	۴.۲	۳.۳	۱۹۹	اقتصادی	۲.۰۰
۳۱.۷	۲۰.۱	۱۵.۸	۹۶۳	اجتماعی	۳.۰۰
۴۶.۷	۱۴.۹	۱۱.۷	۷۱۴	ادبی و هنری	۴.۰۰
۵۰.۳	۳.۶	۲.۹	۱۷۴	فرهنگی	۵.۰۰
۶۱.۷	۱۱.۴	۸.۹	۵۴۳	ورزشی	۶.۰۰
۹۱.۰	۲۹.۳	۲۳.۰	۱۴۰۱	حوادث	۷.۰۰
۱۰۰.۰	۹.۰	۷.۱	۴۳۲	سرگرمی و جدول	۸.۰۰
	۱۰۰.۰	۷۸.۶	۴۷۸۲	کل	
		۲۱.۴	۱۳۰۲	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	

## ۶-۸- علت مطالعه مطبوعات

علت مطالعه مطبوعات متغیر دیگریست که در مطالعه حاضر به بررسی نهاده شده است. بر اساس داده های جدول شماره ۴۰ درصد کسانی که به اسین سوال پاسخ داده اند، اظهار داشته اند که به علت علاقه شخصی به مطالعه مطبوعات می پردازند. نیاز شغلی با ۴٪ درصد در مرتبه دوم قرار گرفته است. سایر گزینه ها نیز میزان بسیار اندکی دارا هستند.

جدول شماره ۴۰ توزیع فراوانی داده ها بر حسب علت مطالعه مطبوعات

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	علت مطالعه مطبوعات	
۹۰.۰	۹۰.۰	۷۱.۹	۴۳۷۷	علاقه شخصی	۱.۰۰
۹۴.۰	۴.۰	۳.۲	۱۹۶	نیاز شغلی	۲.۰۰
۹۵.۶	۱.۸	۱.۴	۸۷	تأکید والدین	۳.۰۰
۹۶.۹	۱.۳	۱.۱	۶۴	تأکید معلمان	۴.۰۰
۹۹.۸	۲.۹	۲.۳	۱۴۰	سایر	۵.۰۰
	۱۰۰.۰	۷۹.۹	۴۸۶۴	کل	
		۲۰.۱	۱۲۲۰	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	



## ۷-۸- هزینه روزانه خرید روزنامه

یکی از شاخصهای علاقمندی به مطبوعات میزان پولی است که صرف خرید این کالای فرهنگی می شود. بر اساس آمارهای مندرج در جدول شماره ۴۱ کمی بیش از نیمی از کسانی که به این سؤال پاسخ داده اند اظهار کرده اند که در روز بین ۵۰ تا ۱۰۰ تومان برای خرید روزنامه هزینه می کنند. ۱۲,۹٪ نیز اظهار کرده اند که بین ۱۰۰ تا ۱۵۰ تومان در روز به خرید روزنامه یا مجله اختصاص می دهند. در کل می توان گفت که ۷۵٪ از پاسخگویان بین ۵۰ تا ۲۰۰ تومان در روز صرف خرید مطبوعات اعم از روزنامه یا مجله می کنند.

جدول شماره ۴۱ توزیع فراوانی داده ها برحسب هزینه روزانه خرید روزنامه

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	هزینه روزانه	
۵۱.۱	۵۱.۱	۳۶.۲	۲۲۰۱	۵۰-۱۰۰ تومان	۱.۰۰
۶۳.۳	۱۲.۹	۹.۱	۵۵۵	۱۰۱-۱۵۰ تومان	۲.۰۰
۷۴.۶	۱۱.۳	۸.۰	۴۸۸	۱۵۱-۲۰۰ تومان	۳.۰۰
۸۱.۴	۶.۸	۴.۸	۲۹۲	۲۰۱-۲۵۰ تومان	۴.۰۰
۸۹.۰	۷.۶	۵.۴	۳۲۸	۲۵۱-۳۰۰ تومان	۵.۰۰
۹۹.۴	۱۰.۳	۷.۳	۴۴۶	بیش از ۳۰۰ تومان	۶.۰۰
	۱۰۰.۰	۷۰.۸	۴۳۱۰	کل	
		۲۹.۲	۱۷۷۴	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	

## ۹- روزنامه مورد علاقه و علت علاقه

## ۹-۱- نام روزنامه مورد علاقه

پرطرفدارترین روزنامه نیزازمتغیرهایی است که در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است. روزنامه جام جم با ۳۸,۶٪ پرطرفدارترین روزنامه عنوان شده است. بعد از این روزنامه ، دو روزنامه همشهری و ایران در مرتبه سوم جای گرفته اند. این دو روزنامه به ترتیب ، ۲۱,۳٪ و ۱۲,۹٪ از داده ها را به خود اختصاص داده اند. روزنامه جمهوری اسلامی با ۵٪ از پایین میزان مخاطب در بین جوانان برخوردار است ( جدول شماره ۴۲).

جدول شماره ۴۲ توزیع فراوانی داده ها برحسب نام روزنامه مورد علاقه

	روزنامه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	کیهان	۱۶۳	۲.۷	۳.۸	۳.۸
۲.۰۰	اطلاعات	۱۳۴	۲.۲	۳.۱	۶.۹
۳.۰۰	ایران	۵۵۲	۹.۱	۱۲.۹	۱۹.۸
۴.۰۰	همشهری	۹۱۴	۱۵.۰	۲۱.۳	۴۱.۱
۵.۰۰	جام جم	۱۶۵۵	۲۷.۲	۳۸.۶	۷۹.۷
۶.۰۰	شرق	۲۲۱	۳.۶	۵.۲	۸۴.۸
۷.۰۰	رسالت	۸۰	۱.۳	۱.۹	۸۶.۷
۸.۰۰	جمهوری اسلامی	۲۲	.۴	.۵	۸۷.۲
۹.۰۰	سایر	۱۵۸	۲.۶	۳.۷	۹۰.۹
۱۰.۰۰	ورزشی	۳۶۲	۶.۰	۸.۴	۹۹.۳
۱۱.۰۰	آوای بیرجند	۱۴	.۲	.۳	۹۹.۶
۱۲.۰۰	خراسان	۱۶	.۳	.۴	۱۰۰.۰
	کل	۴۲۹۱	۷۰.۵	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۱۷۹۳	۲۹.۵		
	کل	۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۹-۲- علت علاقه به روزنامه خاص

### ۹-۲-۱- تنوع مطالب

علت علاقه به روزنامه ای خاص با طیفی چند گویه ای به سنجش نهاده شده است. یکی از این گویه ها تنوع مطالب است. ۴۹,۱٪ از پاسخگویان با این گویه که علت علاقه آنها به روزنامه مورد علاقه، تنوع مطالب آن است کاملاً موافقت و ۴۲,۶٪ درصد گزینه موافق را برگزیده اند. بر رویهم ۹۱,۷٪ با این گزینه که روزنامه مورد علاقه آنها دارای مطالب متنوع است و یکی از دلایل توجه آنان به این روزنامه تنوع مطالب آن است، موافق و کاملاً موافقتند. تنها ۲,۲٪ مخالف و کاملاً موافق این گویه اند (جدول شماره ۴۴).

جدول شماره ۴۴ توزیع فراوانی داده ها برحسب تنوع مطالب

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	تنوع مطالب	
۴۹.۱	۴۹.۱	۳۴.۶	۲۱۰۴	کاملاً موافق	۱.۰۰
۹۱.۷	۴۲.۶	۳۰.۰	۱۸۲۵	موافق	۲.۰۰
۹۷.۸	۶.۱	۴.۳	۲۶۲	بی نظر	۳.۰۰
۹۹.۸	۲.۰	۱.۴	۸۶	مخالف	۴.۰۰
۱۰۰.۰	.۲	.۱	۸	کاملاً مخالف	۵.۰۰
	۱۰۰.۰	۷۰.۴	۴۲۸۵	کل	
		۲۹.۶	۱۷۹۹	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	

## ۹-۲-۲- مسئولیت نسبت به چاپ مطالب

مسئولیت نسبت به چاپ مطالب از دیگر گویه های مورد مطالعه در رابطه با علل توجه به روزنامه ای خاص است. این گزینه ۶۲,۸٪ موافق و کاملاً موافق را به خود اختصاص داده است ( ۳۷,۲٪ موافق و ۲۵,۶٪ کاملاً موافق ، جدول شماره ۴۵).

جدول شماره ۴۵ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مسئولیت نسبت به چاپ

	مسئولیت چاپ	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	کاملاً موافق	۱۰۳۲	۱۷.۰	۲۵.۶	۲۵.۶
۲.۰۰	موافق	۱۴۹۹	۲۴.۶	۳۷.۲	۶۲.۸
۳.۰۰	بی نظر	۱۳۳۵	۲۱.۹	۳۳.۱	۹۵.۹
۴.۰۰	مخالف	۸۶	۱.۴	۲.۱	۹۸.۱
۵.۰۰	کاملاً مخالف	۷۸	۱.۳	۱.۹	۱۰۰.۰
	کل	۴۰۳۰	۶۶.۲	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۲۰۵۴	۳۳.۸		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

### ۳-۲-۹- شکل و محتوای جالب

شکل و محتوای مطالب یکی از مواردیست که می تواند در جذب مخاطب برای رسانه خصوصاً مطبوعات مؤثر باشد. در این مطالعه این گزینه با اختصاص موافقت حدود چهارینجم پاسخگویان به خود ، از مهمترین دلایل علاقه به روزنامه ای خاص بوده است. در این مطالعه ۳۵,۷٪ کاملاً موافق و ۴۳,۶٪ موافق این گزینه بوده اند ( جدول شماره ۴۶).

جدول شماره ۴۶ توزیع فراوانی داده ها برحسب شکل و محتوای جالب

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	شکل و محتوای جالب	
۳۵.۷	۳۵.۷	۲۴.۲	۱۴۷۲	کاملاً موافق	۱,۰۰
۷۹.۴	۴۳.۶	۲۹.۶	۱۷۹۸	موافق	۲,۰۰
۹۵.۷	۱۶.۴	۱۱.۱	۶۷۴	بی نظر	۳,۰۰
۹۹.۰	۳.۲	۲.۲	۱۳۳	مخالف	۴,۰۰
۱۰۰.۰	۱.۰	.۷	۴۳	کاملاً مخالف	۵,۰۰
	۱۰۰.۰	۶۷.۷	۴۱۲۰	کل	
		۳۲.۳	۱۹۶۴	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	

#### ۴-۲-۹- میزان اعتماد نسبت به سایر نشریات

اعتماد بیشتر نسبت به روزنامه مورد علاقه در مقایسه با سایر روزنامه ها از دیگر گزینه هایی است که در این قسمت مطرح شده است. از کل کسانی که به این سؤال پاسخ داده اند، ۷۲ درصد با این گزینه که روزنامه مورد علاقه آنها در رابطه با مطالب درج شده از میزان اعتماد بالاتری برخوردار است کاملاً موافق و موافقند. بدین ترتیب مشاهده می شود که صداقت در درج مطالب از مباحث بسیار مهم برای خوانندگان یک رسانه است (جدول شماره ۴۷).

جدول شماره ۴۷ توزیع فراوانی داده ها بر حسب داشتن اعتماد بیشتر نسبت به سایر نشریات

	اعتماد نسبت به سایر نشریات	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
۱.۰۰	کاملاً موافق	۱۵۴۹	۲۵.۵	۳۷.۸	۳۷.۸
۲.۰۰	موافق	۱۴۰۴	۲۳.۱	۳۴.۳	۷۲.۰
۳.۰۰	بی نظر	۸۲۹	۱۳.۶	۲۰.۲	۹۲.۳
۴.۰۰	مخالف	۲۳۴	۳.۸	۵.۷	۹۸.۰
۵.۰۰	کاملاً مخالف	۸۳	۱.۴	۲.۰	۱۰۰.۰
	کل	۴۰۹۹	۶۷.۴	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۱۹۸۵	۳۲.۶		
کل		۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۵-۲-۹- جهت گیری سیاسی خاص

جهت گیری سیاسی خاص نیز از جمله گویه هایی است که در سنجش میزان علاقه به روزنامه مورد مطالعه به کار گرفته شده است. از کل کسانی که به این سؤال پاسخ داده اند، ۲۲,۴٪ موافق این هستند که به دلیل جهت گیری سیاسی خاص به این روزنامه علاقمندند، در حالی که تنها ۱۶,۶٪ با این نظر کاملاً موافقت می‌کنند. بر روی هم ۳۹٪ موافق و کاملاً موافق اینند که به خاطر جهت‌گیری سیاسی خاص به روزنامه مورد علاقه روی آورده اند. این در حالیست که حدود دو پنجم نظر خاصی در این مورد ندارند و کمی بیش از یک پنجم نیز مخالف و کاملاً مخالف این گویه اند (جدول شماره ۴۸).

جدول شماره ۴۸ توزیع فراوانی داده ها بر حسب جهت گیری سیاسی خاص

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	جهت گیری سیاسی خاص	
۱۶.۶	۱۶.۶	۱۰.۸	۶۵۵	کاملاً موافق	۱.۰۰
۳۹.۰	۲۲.۴	۱۴.۶	۸۸۷	موافق	۲.۰۰
۷۸.۱	۳۹.۱	۲۵.۴	۱۵۴۷	بی نظر	۳.۰۰
۹۲.۵	۱۴.۴	۹.۴	۵۷۰	مخالف	۴.۰۰
۱۰۰.۰	۷.۵	۴.۹	۲۹۶	کاملاً مخالف	۵.۰۰
	۱۰۰.۰	۶۵.۰	۳۹۵۵	کل	
		۳۵.۰	۲۱۲۹	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	

## ۶-۲-۹- مطرح ساختن ارزشهای مختلف

طرح ارزشها و ایدئولوژیهای مختلف از دیگر گویه هایی است که در طیف سنجش علت علاقه به روزنامه ای خاص آمده است. براساس داده های جدول شماره ۴۹ بیش از نیمی از پاسخگویان با این گویه که روزنامه مورد علاقه آنها ارزشها و ایدئولوژیهای دیگر را مطرح می کند موافق و بسیار موافقتند (۵۵,۲٪)، جدول شماره ۴۹). کمی بیش از یک دهم پاسخگویان به این سؤال با این گویه مخالف یا بسیار مخالفند.

جدول شماره ۴۹ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطرح ساختن ارزشهای مختلف

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	طرح ارزشها	
۲۰.۷	۲۰.۷	۱۳.۲	۸۰۶	کاملاً موافق	۱.۰۰
۵۵.۲	۳۴.۵	۲۲.۱	۱۳۴۴	موافق	۲.۰۰
۸۸.۵	۳۳.۳	۲۱.۳	۱۲۹۷	بی نظر	۳.۰۰
۹۶.۱	۷.۶	۴.۹	۲۹۶	مخالف	۴.۰۰
۱۰۰.۰	۳.۹	۲.۵	۱۵۱	کاملاً مخالف	۵.۰۰
	۱۰۰.۰	۶۴.۰	۳۸۹۴	کل	
		۳۶.۰	۲۱۹۰	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۶۰۸۴	کل	



## ۷-۲-۹- داشتن اخبار متفاوت از سایر رسانه ها

تمایز در اخبار ارائه شده با سایر رسانه ها می تواند از دلایل برجسته بودن یک رسانه جمعی باشد. غالباً رسانه هایی که اخبار و مطالب جالبتر مطرح می کنند از طرفداران بیشتری برخوردارند. در این مطالعه نیز این گویه به بررسی نهاده شده است. بر اساس داده های جدول شماره ۵۰ از کل کسانی که به این سؤال پاسخ داده اند به ترتیب ۳۷٫۸٪ و ۳۸٫۱٪ کاملاً موافق و موافق این گویه اند. بنابراین ، با قوت می توان گفت که طرح مطالب متفاوت می تواند از شاخصه های یک رسانه پر طرفدار باشد.

جدول شماره ۵۰ توزیع فراوانی داده ها برحسب داشتن اخبارمتفاوت از سایر رسانه ها

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	تفاوت در اخبار	
۳۷٫۸	۳۷٫۸	۲۵٫۴	۱۵۴۳	کاملاً موافق	۱٫۰۰
۷۶٫۰	۳۸٫۱	۲۵٫۶	۱۵۵۶	موافق	۲٫۰۰
۹۲٫۵	۱۶٫۵	۱۱٫۱	۶۷۳	بی نظر	۳٫۰۰
۹۸٫۵	۶٫۱	۴٫۱	۲۴۷	مخالف	۴٫۰۰
۱۰۰٫۰	۱٫۵	۱٫۰	۶۱	کاملاً مخالف	۵٫۰۰
	۱۰۰٫۰	۶۷٫۱	۴۰۸۰	کل	
		۳۲٫۹	۲۰۰۴	بی جواب	
		۱۰۰٫۰	۶۰۸۴	کل	

## ۸-۲-۹- مطرح ساختن اخبار و اطلاعات روز دنیا

به روز بودن اطلاعات پخش شده توسط رسانه های جمعی می تواند یکی از دلایلی باشد که مخاطبین جلب رسانه ای خاص شوند. در بررسی این متغیر داده ها نشان داده اند که از کل کسانی که به این سؤال پاسخ داده اند ۳۷٫۸٪ کاملاً موافقتند که روزنامه مورد مطالعه آنها اخبار و اطلاعات روز دنیا را پخش می کند و ۳۸٫۷٪ موافق این گویه اند (جدول شماره ۵۱).

جدول شماره ۵۱ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطرح ساختن اخبار و اطلاعات روز دنیا

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	طرح اخبار روز دنیا	
۳۷٫۸	۳۷٫۸	۲۴٫۹	۱۵۱۶	کاملاً موافق	۱٫۰۰
۷۶٫۵	۳۸٫۷	۲۵٫۵	۱۵۵۲	موافق	۲٫۰۰
۹۲٫۵	۱۶٫۱	۱۰٫۶	۶۴۶	بی نظر	۳٫۰۰
۹۸٫۳	۵٫۸	۳٫۸	۲۳۲	مخالف	۴٫۰۰
۱۰۰٫۰	۱٫۷	۱٫۱	۶۷	کاملاً مخالف	۵٫۰۰
	۱۰۰٫۰	۶۶٫۰	۴۰۱۳	کل	
		۳۴٫۰	۲۰۷۱	بی جواب	
		۱۰۰٫۰	۶۰۸۴	کل	

## ۹-۲-۹- ارزانتر بودن

گویه دیگری که در طیف سنجش علل علاقه به روزنامه ای خاص مطرح شده است ، ارزان بودن قیمت روزنامه به عنوان علت توجه به روزنامه ای خاص است. این گویه نیز با پاسخ پنج قسمتی به سنجش نهاده شده است. آمارهای مندرج در جدول شماره ۵۲ مربوط به این گویه اند. بر اساس داده ها ، ۲۳,۲٪ از پاسخگویان کاملاً موافقت می‌کنند که ارزانی قیمت روزنامه مورد مطالعه از دلایل روی آوری آنهان به این روزنامه است و ۱۹,۹٪ موافق این امر هستند. حدود یک سوم نیز کاملاً مخالف و مخالف این گویه هستند ( جدول شماره ۵۲).

جدول شماره ۵۲ توزیع فراوانی داده ها برحسب ارزانتر بودن

ارزانی	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
کاملاً موافق	۸۹۳	۱۴.۷	۲۳.۲	۲۳.۲
موافق	۷۶۳	۱۲.۵	۱۹.۹	۴۳.۱
بی نظر	۱۰۹۹	۱۸.۱	۲۸.۶	۷۱.۷
مخالف	۶۴۸	۱۰.۷	۱۶.۹	۸۸.۶
کاملاً مخالف	۴۳۹	۷.۲	۱۱.۴	۱۰۰.۰
کل	۳۸۴۲	۶۳.۱	۱۰۰.۰	
بی جواب	۲۲۴۲	۳۶.۹		
کل	۶۰۸۴	۱۰۰.۰		

## ۱۰- استانها و وجود یا عدم وجود روزنامه

### ۱۰-۱- وجود یا عدم وجود روزنامه در تهران

داده های جدول شماره ۵۳ نشان می دهند که از کل پاسخگویان تهرانی ۸۷,۶ درصد اظهار کرده اند که در محل آنها روزنامه وجود دارد. تنها ۱۲,۴ درصد عنوان کرده اند که به روزنامه دسترسی ندارند.

#### جدول شماره ۵۳ توزیع فراوانی داده ها بر حسب وجود یا عدم وجود روزنامه در محل در تهران

		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
	بلی	۱۶۰۳	۸۴.۲	۸۷.۶	۸۷.۶
	خیر	۲۲۶	۱۱.۹	۱۲.۴	۱۰۰.۰
	کل	۱۸۲۹	۹۶.۱	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۷۵	۳.۹		
کل		۱۹۰۴	۱۰۰.۰		

### ۱۰-۲- وجود یا عدم وجود روزنامه در آذربایجان

داده های جدول شماره ۵۴ نشان می دهند که از کل پاسخگویان آذربایجانی ۹۱,۳ درصد اظهار کرده اند که در محل آنها روزنامه وجود دارد. تنها ۸,۷٪ عنوان کرده اند که به روزنامه دسترسی ندارند.

جدول شماره ۵۴ توزیع فراوانی داده ها بر حسب وجود یا عدم وجود روزنامه در آذربایجان

	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
بلی	۴۷۴	۸۶.۸	۹۱.۳	۹۱.۳
خیر	۴۵	۸.۲	۸.۷	۱۰۰.۰
کل	۵۱۹	۹۵.۱	۱۰۰.۰	
بی جواب	۲۷	۴.۹		
کل	۵۴۶	۱۰۰.۰		

### ۱۰-۳- وجود یا عدم وجود روزنامه در اصفهان

داده های جدول شماره ۵۵ نشان می دهند که از کل پاسخگویان اصفهانی ۸۸,۷ درصد اظهار کرده اند که در محل آنها روزنامه وجود دارد. تنها ۱۱,۳ درصد عنوان کرده اند که به روزنامه دسترسی ندارند.

جدول شماره ۵۵ توزیع فراوانی داده ها بر حسب وجود یا عدم وجود روزنامه در اصفهان

مطالعه روزنامه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
بلی	۷۰۹	۸۵.۲	۸۸.۷	۸۸.۷
خیر	۹۰	۱۰.۸	۱۱.۳	۱۰۰.۰
کل	۷۹۹	۹۶.۰	۱۰۰.۰	
بی جواب	۳۳	۴.۰		
کل	۸۳۲	۱۰۰.۰		

#### ۴-۱۰- وجود یا عدم وجود روزنامه در فارس

داده های جدول شماره ۵۶ نشان می دهند که از کل پاسخگویان استان فارس ۸۹,۹ درصد اظهار کرده اند که در محل آنها روزنامه وجود دارد. تنها ۱۰,۱ درصد عنوان کرده اند که به روزنامه دسترسی ندارند.

جدول شماره ۵۶ توزیع فراوانی داده ها بر حسب وجود یا عدم وجود روزنامه در فارس

مطالعه روزنامه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
بلی	۵۶۹	۸۵,۸	۸۹,۹	۸۹,۹
خیر	۶۴	۹,۷	۱۰,۱	۱۰۰,۰
کل	۶۳۳	۹۵,۵	۱۰۰,۰	
بی جواب	۳۰	۴,۵		
کل	۶۶۳	۱۰۰,۰		

#### ۵-۱۰- وجود یا عدم وجود روزنامه در کرمان

داده های جدول شماره ۵۷ نشان می دهند که از کل پاسخگویان کرمانی ۸۷,۶ درصد اظهار کرده اند که در محل آنها روزنامه وجود دارد. تنها ۱۲,۴ درصد عنوان کرده اند که به روزنامه دسترسی ندارند.

جدول شماره ۵۷ توزیع فراوانی داده ها بر حسب وجود یا عدم وجود روزنامه در کرمان

	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
بلی	۳۰۹	۸۶,۸	۹۰,۴	۹۰,۴
خیر	۳۳	۹,۳	۹,۶	۱۰۰,۰
کل	۳۴۲	۹۶,۱	۱۰۰,۰	
بی جواب	۱۴	۳,۹		
کل	۳۵۶	۱۰۰,۰		

### ۶-۱۰- وجود یا عدم وجود روزنامه در خراسان

داده های جدول شماره ۵۸ نشان می دهند که از کل پاسخگویان خراسانی ۸۷,۵ درصد اظهار کرده اند که در محل آنها روزنامه وجود دارد. تنها ۱۲,۵ درصد عنوان کرده اند که به روزنامه دسترسی ندارند.

جدول شماره ۵۸ توزیع فراوانی داده ها بر حسب وجود یا عدم وجود روزنامه در خراسان

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی		
۸۷.۵	۸۷.۵	۸۴.۱	۸۷۶	بلی	
۱۰۰.۰	۱۲.۵	۱۲.۰	۱۲۵	خیر	
	۱۰۰.۰	۹۶.۱	۱۰۰۱	کل	
		۳.۹	۴۱	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۱۰۴۲	کل	

### ۷-۱۰- وجود یا عدم وجود روزنامه در لرستان

داده های جدول شماره ۵۹ نشان می دهند که از کل پاسخگویان لرستانی ۸۵,۳ درصد اظهار کرده اند که در محل آنها روزنامه وجود دارد. تنها ۱۴,۷ درصد عنوان کرده اند که به روزنامه دسترسی ندارند.

جدول شماره ۵۹ توزیع فراوانی داده ها بر حسب وجود یا عدم وجود روزنامه در لرستان

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی		
۸۵.۳	۸۵.۳	۸۲.۵	۲۲۱	بلی	
۱۰۰.۰	۱۴.۷	۱۴.۲	۳۸	خیر	
	۱۰۰.۰	۹۶.۶	۲۵۹	کل	
		۳.۴	۹	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۲۶۸	کل	

### ۸-۱۰- وجود یا عدم وجود روزنامه درمآزندان

داده های جدول شماره ۶۰ نشان می دهند که از کل پاسخگویان مآزندان ۹۰,۵ درصد اظهار کرده اند که در محل آنها روزنامه وجود دارد. تنها ۹,۵ درصد عنوان کرده اند که به روزنامه دسترسی ندارند.

جدول شماره ۶۰ توزیع فراوانی داده ها بر حسب وجود یا عدم وجود روزنامه در مآزندان

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی		
۹۰.۵	۹۰.۵	۸۶.۷	۴۱۰	بلی	
۱۰۰.۰	۹.۵	۹.۱	۴۳	خیر	
	۱۰۰.۰	۹۵.۸	۴۵۳	کل	
		۴.۲	۲۰	بی جواب	
		۱۰۰.۰	۴۷۳	کل	



## ۱۱- مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه در استانها

### ۱۱-۱- مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه در استان اصفهان

داده های جدول شماره ۶۱ نشان می دهند که از کل پاسخگویان ۸۷,۲ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. تنها ۱۲,۸ درصد عنوان کرده اند که روزنامه مطالعه نمی کنند.

جدول شماره ۶۱ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه در اصفهان

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی		
۸۷,۲	۸۷,۲	۸۶,۳	۷۱۸	بلی	
۱۰۰,۰	۱۲,۸	۱۲,۶	۱۰۵	خیر	
	۱۰۰,۰	۹۸,۹	۸۲۳	کل	
		۱,۱	۹	بی جواب	
		۱۰۰,۰	۸۳۲	کل	

### ۱۱-۲- مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه درمازندران

داده های جدول شماره ۶۲ نشان می دهند که از کل پاسخگویان ۸۶,۹ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. تنها ۱۳,۱ درصد عنوان کرده اند که روزنامه مطالعه نمی کنند.

جدول شماره ۶۲ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه درمازندران

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی		
۸۶,۹	۸۶,۹	۸۵,۶	۴۰۵	بلی	
۱۰۰,۰	۱۳,۱	۱۲,۹	۶۱	خیر	
	۱۰۰,۰	۹۸,۵	۴۶۶	کل	
		۱,۵	۷	بی جواب	
		۱۰۰,۰	۴۷۳	کل	

### ۱۱-۳- مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه در فارس

داده های جدول شماره ۶۳ نشان می دهند که از کل پاسخگویان ۸۷,۱ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. تنها ۱۲,۹ درصد عنوان کرده اند که روزنامه مطالعه نمی کنند.

جدول شماره ۶۳ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه در فارس

		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
	بلی	۵۷۲	۸۶,۳	۸۷,۱	۸۷,۱
	خیر	۸۵	۱۲,۸	۱۲,۹	۱۰۰,۰
	کل	۶۵۷	۹۹,۱	۱۰۰,۰	
	بی جواب	۶	,۹		
کل		۶۶۳	۱۰۰,۰		

### ۱۱-۴- مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه در آذربایجان

داده های جدول شماره ۶۴ نشان می دهند که از کل پاسخگویان ۸۶,۵ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. تنها ۱۳,۵ درصد عنوان کرده اند که روزنامه مطالعه نمی کنند.

جدول شماره ۶۴ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه در آذربایجان

		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
	بلی	۴۶۸	۸۵,۷	۸۶,۵	۸۶,۵
	خیر	۷۳	۱۳,۴	۱۳,۵	۱۰۰,۰
	کل	۵۴۱	۹۹,۱	۱۰۰,۰	
	بی جواب	۵	,۹		
کل		۵۴۶	۱۰۰,۰		

### ۱۱-۵- مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه درتهران

داده های جدول شماره ۶۵ نشان می دهند که از کل پاسخگویان ۸۱,۷ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. تنها درصد عنوان کرده اند که روزنامه مطالعه نمی کنند.

جدول شماره ۶۵ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه درتهران

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۸۱,۷	۸۱,۷	۷۹,۰	۱۵۰۵	بلی
۱۰۰,۰	۱۸,۳	۱۷,۶	۳۳۶	خیر
	۱۰۰,۰	۹۶,۷	۱۸۴۱	کل
		۳,۳	۶۳	بی جواب
		۱۰۰,۰	۱۹۰۴	کل

### ۱۱-۶- مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه درلرستان

داده های جدول شماره ۶۶ نشان می دهند که از کل پاسخگویان ۸۷,۸ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. تنها ۱۲,۲ درصد عنوان کرده اند که روزنامه مطالعه نمی کنند.

جدول شماره ۶۶ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه درلرستان

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۸۷,۸	۸۷,۸	۸۵,۸	۲۳۰	بلی
۱۰۰,۰	۱۲,۲	۱۱,۹	۳۲	خیر
	۱۰۰,۰	۹۷,۸	۲۶۲	کل
		۲,۲	۶	بی جواب
		۱۰۰,۰	۲۶۸	کل

### ۱۱-۷- مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه در خراسان

داده های جدول شماره ۶۷ نشان می دهند که از کل پاسخگویان ۸۳,۷ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. تنها ۱۶,۳ درصد عنوان کرده اند که روزنامه مطالعه نمی کنند.

جدول شماره ۶۷ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه در خراسان

		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
	بلی	۸۶۱	۸۲.۶	۸۳.۷	۸۳.۷
	خیر	۱۶۸	۱۶.۱	۱۶.۳	۱۰۰.۰
	کل	۱۰۲۹	۹۸.۸	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۱۳	۱.۲		
	کل	۱۰۴۲	۱۰۰.۰		

### ۱۱-۸- مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه در کرمان

داده های جدول شماره ۶۸ نشان می دهند که از کل پاسخگویان ۸۶ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. تنها ۱۴ درصد عنوان کرده اند که روزنامه مطالعه نمی کنند.

جدول شماره ۶۸ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه در کرمان

		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
	بلی	۳۰۲	۸۴.۸	۸۶.۰	۸۶.۰
	خیر	۴۹	۱۳.۸	۱۴.۰	۱۰۰.۰
	کل	۳۵۱	۹۸.۶	۱۰۰.۰	
	بی جواب	۵	۱.۴		
	کل	۳۵۶	۱۰۰.۰		

## ۱۲- استان و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

### ۱۲-۱- مطالعه یا عدم مطالعه مجله در استان آذربایجان

داده های جدول شماره ۶۹ نشان می دهند که در استان آذربایجان ۷۸ درصد از پاسخگویان مجله مطالعه می کنند در حالی که میزان افرادی که مجله مطالعه نمی کنند ۲۲ درصد است.

جدول شماره ۶۹ توزیع فراوانی داده ها بر حسب استان و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	مطالعه مجله
۷۸.۰	۷۸.۰	۷۲.۵	۳۹۶	بلی
۱۰۰.۰	۲۲.۰	۲۰.۵	۱۱۲	خیر
	۱۰۰.۰	۹۳.۰	۵۰۸	کل
		۷.۰	۳۸	بی جواب
		۱۰۰.۰	۵۴۶	کل

### ۱۲-۲- مطالعه یا عدم مطالعه مجله در استان اصفهان

داده های جدول شماره ۷۰ نشان می دهند که در استان اصفهان ، ۸۰,۷ درصد از پاسخگویان مجله مطالعه می کنند در حالی که میزان افرادی که مجله مطالعه نمی کنند ۱۹,۳ درصد است.

جدول شماره ۷۰ توزیع فراوانی داده ها بر حسب استان و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	مطالعه مجله
۸۰.۷	۸۰.۷	۷۵.۵	۶۲۸	بلی
۱۰۰.۰	۱۹.۳	۱۸.۰	۱۵۰	خیر
	۱۰۰.۰	۹۳.۵	۷۷۸	کل
		۶.۵	۵۴	بی جواب
		۱۰۰.۰	۸۳۲	کل

### ۱۲-۳- مطالعه یا عدم مطالعه مجله در استان فارس

داده های جدول شماره ۷۰ نشان می دهند که در استان فارس ۷۹,۷ درصد از پاسخگویان مجله مطالعه می کنند در حالی که میزان افرادی که مجله مطالعه نمی کنند ۲۰,۳ درصد است.

جدول شماره ۷۰ توزیع فراوانی داده ها بر حسب استان و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	مطالعه مجله
۷۹,۷	۷۹,۷	۷۴,۷	۴۹۵	بلی
۱۰۰,۰	۲۰,۳	۱۹,۰	۱۲۶	خیر
	۱۰۰,۰	۹۳,۷	۶۲۱	کل
		۶,۳	۴۲	بی جواب
		۱۰۰,۰	۶۶۳	کل

### ۱۲-۴- مطالعه یا عدم مطالعه مجله در استان کرمان

داده های جدول شماره ۷۱ نشان می دهند که در استان کرمان ۷۹,۵ درصد از پاسخگویان مجله مطالعه می کنند در حالی که میزان افرادی که مجله مطالعه نمی کنند ۲۰,۵ درصد است.

جدول شماره ۷۱ توزیع فراوانی داده ها بر حسب استان و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	مطالعه مجله
۷۹,۵	۷۹,۵	۷۴,۲	۲۶۴	بلی
۱۰۰,۰	۲۰,۵	۱۹,۱	۶۸	خیر
	۱۰۰,۰	۹۳,۳	۳۳۲	کل
		۶,۷	۲۴	بی جواب
		۱۰۰,۰	۳۵۶	کل

### ۱۲-۵- مطالعه یا عدم مطالعه مجله در استان خراسان

داده های جدول شماره ۷۲ نشان می دهند که در استان خراسان ۷۸,۸ درصد از پاسخگویان مجله مطالعه می کنند در حالی که میزان افرادی که مجله مطالعه نمی کنند ۲۱,۲ درصد است.

جدول شماره ۷۲ توزیع فراوانی داده ها بر حسب استان و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	مطالعه مجله
۷۸.۸	۷۸.۸	۷۲.۸	۷۵۹	بلی
۱۰۰.۰	۲۱.۲	۱۹.۶	۲۰۴	خیر
	۱۰۰.۰	۹۲.۴	۹۶۳	کل
		۷.۶	۷۹	بی جواب
		۱۰۰.۰	۱۰۴۲	کل

### ۱۲-۶- مطالعه یا عدم مطالعه مجله در استان لرستان

داده های جدول شماره ۷۳ نشان می دهند که در استان لرستان ۷۸,۳ درصد از پاسخگویان مجله مطالعه می کنند در حالی که میزان افرادی که مجله مطالعه نمی کنند ۲۱,۷ درصد است.

جدول شماره ۷۳ توزیع فراوانی داده ها بر حسب استان و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	مطالعه مجله
۷۸.۳	۷۸.۳	۷۲.۸	۱۹۵	بلی
۱۰۰.۰	۲۱.۷	۲۰.۱	۵۴	خیر
	۱۰۰.۰	۹۲.۹	۲۴۹	کل
		۷.۱	۱۹	بی جواب
		۱۰۰.۰	۲۶۸	کل

### ۷-۱۲- مطالعه یا عدم مطالعه مجله در استان مازندران

داده های جدول شماره ۷۴ نشان می دهند که در استان مازندران ۸۴ درصد از پاسخگویان مجله مطالعه می کنند در حالی که میزان افرادی که مجله مطالعه نمی کنند ۱۶ درصد است.

جدول شماره ۷۴ توزیع فراوانی داده ها بر حسب استان و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	مطالعه مجله
۸۴.۰	۸۴.۰	۷۹.۷	۳۷۷	بلی
۱۰۰.۰	۱۶.۰	۱۵.۲	۷۲	خیر
	۱۰۰.۰	۹۴.۹	۴۴۹	کل
		۵.۱	۲۴	بی جواب
		۱۰۰.۰	۴۷۳	کل

### ۸-۱۲- مطالعه یا عدم مطالعه مجله در استان تهران

داده های جدول شماره ۷۵ نشان می دهند که در استان تهران ۷۷,۲ درصد از پاسخگویان مجله مطالعه می کنند در حالی که میزان افرادی که مجله مطالعه نمی کنند ۲۲,۸ درصد است.

جدول شماره ۷۵ توزیع فراوانی داده ها بر حسب استان و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	مطالعه مجله
۷۷.۲	۷۷.۲	۶۹.۷	۱۳۲۷	بلی
۱۰۰.۰	۲۲.۸	۲۰.۶	۳۹۲	خیر
	۱۰۰.۰	۹۰.۳	۱۷۱۹	کل
		۹.۷	۱۸۵	بی جواب
		۱۰۰.۰	۱۹۰۴	کل



### ۱۳- نام مجله مورد مطالعه و استان

داده های جدول شماره ۷۶ نشان می دهد که اکثر پاسخگویان تهرانی مجله خانواده سبز را مطالعه می کنند و مجله چلچراغ پایین ترین میزان طرفداران را داراست. هم چنین اکثر پاسخگویان خراسانی نیز مجله خانواده سبز را مطالعه می کنند و مجله چلچراغ پایین ترین میزان طرفداران را داراست. اکثر پاسخگویان کرمانی مجله خانواده سبز را مطالعه می کنند و مجله چلچراغ پایین ترین میزان طرفداران را داراست. اکثر پاسخگویان استان فارس مجله خانواده سبز را مطالعه می کنند و مجله چلچراغ و زن روز پایین ترین میزان طرفداران را داراست. اکثر پاسخگویان آذربایجانی مجله خانواده سبز را مطالعه می کنند و مجله چلچراغ پایین ترین میزان طرفداران را داراست. اکثر پاسخگویان مازندرانی نیز مجله خانواده سبز را مطالعه می کنند در حالی که مجله زن روز پایین ترین میزان طرفداران را داراست. در لرستان اکثر پاسخگویان مجله خانواده سبز را مطالعه می کنند و مجله چلچراغ پایین ترین میزان طرفداران را داراست.

جدول شماره ۷۶ توزیع فراوانی داده ها بر حسب نام مجله مورد مطالعه و استان

نام مجله استان	روزهای زندگی	خانواده سبز	خانواده	راه زندگی	چلچراغ	زن روز	سایر	کل
تهران	۲۰۴	۴۶۱	۲۰۵	۵۷	۲۸	۳۲	۱۴۹	۱۱۳۶
	۵.۴٪	۱۲.۳٪	۵.۴٪	۱.۵٪	.۷٪	.۹٪	۴.۰٪	۳۰.۲٪
خراسان	۱۰۳	۲۷۶	۱۰۹	۲۸	۱۳	۱۹	۸۷	۶۳۵
	۲.۷٪	۷.۳٪	۲.۹٪	.۷٪	.۳٪	.۵٪	۲.۳٪	۱۶.۹٪
کرمان	۳۲	۸۶	۵۲	۱۱	۵	۷	۳۰	۲۲۳
	.۹٪	۲.۳٪	۱.۴٪	.۳٪	.۱٪	.۲٪	.۸٪	۵.۹٪
اصفهان	۹۰	۲۱۷	۹۲	۲۶	۱۳	۱۶	۷۵	۵۲۹
	۲.۴٪	۵.۸٪	۲.۴٪	.۷٪	.۳٪	.۴٪	۲.۰٪	۱۴.۱٪
فارس	۶۵	۱۶۴	۸۰	۲۱	۱۲	۱۲	۶۴	۴۱۸
	۱.۷٪	۴.۴٪	۲.۱٪	.۶٪	.۳٪	.۳٪	۱.۷٪	۱۱.۱٪
آذربایجان	۴۹	۱۲۱	۷۷	۱۸	۶	۱۲	۴۹	۳۳۲
	۱.۳٪	۳.۲٪	۲.۰٪	.۵٪	.۲٪	.۳٪	۱.۳٪	۸.۸٪
مازندران	۵۵	۱۴۵	۴۱	۱۷	۱۰	۷	۵۱	۳۲۶
	۱.۵٪	۳.۹٪	۱.۱٪	.۵٪	.۳٪	.۲٪	۱.۴٪	۸.۷٪
لرستان	۲۷	۷۱	۳۰	۷	۳	۶	۱۹	۱۶۳
	.۷٪	۱.۹٪	.۸٪	.۲٪	.۱٪	.۲٪	.۵٪	۴.۳٪
کل	۶۲۵	۱۵۴۱	۶۸۶	۱۸۵	۹۰	۱۱۱	۵۲۴	۳۷۶۲
	۱۶.۶٪	۴۱.۰٪	۱۸.۲٪	۴.۹٪	۲.۴٪	۳.۰٪	۱۳.۹٪	۱۰۰.۰٪

## ۱۴- مطالعه مطبوعات جوان

بر اساس نتایج حاصل از مطالعه که در جدول شماره ۷۷ مندرج شده اند، در کل استانهای مورد مطالعه اکثر پاسخگویان اظهار کرده اند که مطبوعات با عنوان جوان را مطالعه نمی کنند. در استان تهران نزدیک به نیمی از افراد مورد مطالعه به این سؤال پاسخ منفی داده اند. در استان خراسان افرادی که این مطبوعات را مطالعه نمی کنند نزدیک به دو برابر کسانی هستند که این مطبوعات را مطالعه می کنند. در استان کرمان نیز افرادی که این مطبوعات را مطالعه نمی کنند نزدیک به دو برابر کسانی هستند که این مطبوعات را مطالعه می کنند. در استان اصفهان نزدیک به نیمی از افراد مورد مطالعه به این سؤال پاسخ منفی داده اند. در استان آذربایجان بیش از دو سوم پاسخگویان به این سؤال پاسخ منفی داده اند. در استان فارس بیش از نصف افراد مورد مطالعه به این سؤال پاسخ منفی داده اند. در استان مازندران افراد مورد مطالعه که به این سؤال پاسخ منفی داده اند، تقریباً دو برابر کسانی است که پاسخ منفی داده اند. در استان لرستان نزدیک به نیمی از افراد مورد مطالعه به این سؤال پاسخ منفی داده اند.

جدول شماره ۷۷ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه مطبوعات جوان و استان

مطبوعات جوان استان	بلی	خیر	کل
تهران	۵۵۴	۹۶۷	۱۵۲۱
	۱۰.۹٪	۱۹.۰٪	۳۰.۰٪
خراسان	۳۰۸	۵۶۷	۸۷۵
	۶.۱٪	۱۱.۲٪	۱۷.۲٪
کرمان	۱۱۹	۱۹۲	۳۱۱
	۲.۳٪	۳.۸٪	۶.۱٪
اصفهان	۲۵۷	۴۵۱	۷۰۸
	۵.۱٪	۸.۹٪	۱۳.۹٪
فارس	۲۰۰	۳۶۶	۵۶۶
	۳.۹٪	۷.۲٪	۱۱.۱٪
آذربایجان	۱۶۶	۳۰۰	۴۶۶
	۳.۳٪	۵.۹٪	۹.۲٪
مازندران	۱۴۷	۲۵۸	۴۰۵
	۲.۹٪	۵.۱٪	۸.۰٪
لرستان	۷۹	۱۴۷	۲۲۶
	۱.۶٪	۲.۹٪	۴.۵٪
کل	۱۸۳۰	۳۲۴۸	۵۰۷۸
	۳۶.۰٪	۶۴.۰٪	۱۰۰.۰٪

### ۱۵- مطالعه مطالب مربوط به جوانان در روزنامه ها و استان

بر اساس نتایج حاصل از مطالعه که در جدول شماره ۷۹ آمده است، در استان تهران تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند ۲۳,۲٪ است. در استان خراسان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند ۱۳,۱٪ است. در استان کرمان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند ۴,۷٪ است. در استان اصفهان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند ۱۱,۱٪ است. در استان فارس تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند ۸,۹٪ است. در استان آذربایجان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند ۷,۲٪ است. در استان مازندران تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند ۶,۳٪ است. در استان لرستان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند ۳,۴٪ است.

### جدول شماره ۷۸ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه مطالب مربوط به جوانان در روزنامه ها و استان

امطلب جوان ستان	بلی	خیر	کل
تهران	۱۲۵۸	۳۶۷	۱۶۲۵
	۲۳.۲٪	۶.۸٪	۳۰.۰٪
خراسان	۷۰۸	۲۲۵	۹۳۳
	۱۳.۱٪	۴.۲٪	۱۷.۲٪
کرمان	۲۵۳	۷۴	۳۲۷
	۴.۷٪	۱.۴٪	۶.۰٪
اصفهان	۶۰۰	۱۵۶	۷۵۶
	۱۱.۱٪	۲.۹٪	۱۳.۹٪
فارس	۴۸۳	۱۲۰	۶۰۳
	۸.۹٪	۲.۲٪	۱۱.۱٪
آذربایجان	۳۹۱	۱۰۱	۴۹۲
	۷.۲٪	۱.۹٪	۹.۱٪
مازندران	۳۴۱	۹۷	۴۳۸
	۶.۳٪	۱.۸٪	۸.۱٪
لرستان	۱۸۴	۶۳	۲۴۷
	۳.۴٪	۱.۲٪	۴.۶٪
کل	۴۲۱۸	۱۲۰۳	۵۴۲۱
	۷۷.۸٪	۲۲.۲٪	۱۰۰.۰٪

## ۱۶- مطالعه مطالب مربوط به جوانان در مجلات در استانها

بر اساس نتایج حاصل از مطالعه که در جدول شماره ۷۹ آمده است ، در استان تهران تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند نزدیک به دو برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان خراسان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند بیش از سه برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان کرمان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند بیش از سه برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان اصفهان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند نزدیک به چهار برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان فارس تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند نزدیک به چهار برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان آذربایجان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند بیش از سه برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان مازندران تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند بیش از چهار برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان لرستان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند نزدیک به چهار برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند.

جدول شماره ۷۹ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه مطالب مربوط به جوانان در مجلات و استان

امطالعہ مطالب استان	بلی	خیر	
تهران	۱۲۰۸	۳۵۰	۱۵۵۸
	۲۳.۳٪	۶.۸٪	۳۰.۱٪
خراسان	۶۷۷	۲۲۱	۸۹۸
	۱۳.۱٪	۴.۳٪	۱۷.۳٪
کرمان	۲۴۲	۷۴	۳۱۶
	۴.۷٪	۱.۴٪	۶.۱٪
اصفهان	۵۶۶	۱۵۴	۷۲۰
	۱۰.۹٪	۳.۰٪	۱۳.۹٪
فارس	۴۵۲	۱۲۰	۵۷۲
	۸.۷٪	۲.۳٪	۱۱.۰٪
آذربایجان	۳۶۲	۱۰۳	۴۶۵
	۷.۰٪	۲.۰٪	۹.۰٪
مازندران	۳۳۳	۸۶	۴۱۹
	۶.۴٪	۱.۷٪	۸.۱٪
لرستان	۱۷۹	۵۵	۲۳۴
	۳.۵٪	۱.۱٪	۴.۵٪
کل	۴۰۱۹	۱۱۶۳	۵۱۸۲
	۷۷.۶٪	۲۲.۴٪	۱۰۰.۰٪

## ۱۷- مطبوعات الکترونیکی و استان

بر اساس نتایج حاصل از مطالعه که در جدول شماره ۸۰ آمده است ، در استان تهران تعداد کسانی که به سؤال در رابطه با مطالعه مطبوعات الکترونیکی پاسخ مثبت داده اند حدود یک ششم کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان خراسان تعداد کسانی که به سؤال در رابطه با مطالعه مطبوعات الکترونیکی پاسخ مثبت داده اند حدود یک ششم کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان کرمان تعداد کسانی که به سؤال در رابطه با مطالعه مطبوعات الکترونیکی پاسخ مثبت داده اند نزدیک به یک ششم کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان اصفهان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند بیش از یک پنجم کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان فارس تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند نزدیک به یک ششم کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان آذربایجان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند حدود یک هفتم سانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان مازندران تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند نزدیک به یک ششم کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان لرستان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند نزدیک به یک دهم کسانیست که پاسخ منفی داده اند. مقایسه داده ها نشان می دهد که استان لرستان و سپس استان آذربایجان بالاترین میزان پاسخ منفی را به خود اختصاص داده اند.

جدول شماره ۸۰ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه مطبوعات الکترونیکی و استان

مطبوعات الکترونیکی استان	بلی	خیر	کل
تهران	۲۲۹	۱۲۵۶	۱۴۸۵
	۴۶٪	۲۵.۱٪	۲۹.۷٪
خراسان	۱۳۴	۷۴۳	۸۷۷
	۲.۷٪	۱۴.۸٪	۱۷.۵٪
کرمان	۴۷	۲۵۱	۲۹۸
	.۹٪	۵.۰٪	۶.۰٪
اصفهان	۱۰۲	۵۹۷	۶۹۹
	۲.۰٪	۱۱.۹٪	۱۴.۰٪
فارس	۸۴	۴۷۵	۵۵۹
	۱.۷٪	۹.۵٪	۱۱.۲٪
آذربایجان	۶۸	۳۸۷	۴۵۵
	۱.۴٪	۷.۷٪	۹.۱٪
مازندران	۶۳	۳۴۵	۴۰۸
	۱.۳٪	۶.۹٪	۸.۱٪
لرستان	۲۷	۲۰۰	۲۲۷
	.۵٪	۴.۰٪	۴.۵٪
کل	۷۵۴	۴۲۵۴	۵۰۰۸
	۱۵.۱٪	۸۴.۹٪	۱۰۰.۰٪





جدول شماره ۸۱ توزیع فراوانی داده ها بر حسب علل تمایل به مطالعه مطبوعات و استان

دلیل مطالعه استان	علاقه شخصی	نیاز شغلی	تأکید والدین	تأکید معلمان	سایر	کل
تهران	۱۳۳۶	۷۴	۳۰	۲۲	۴۷	۱۵۰۹
	۲۷.۵٪	۱.۵٪	.۶٪	.۵٪	۱.۰٪	۳۱.۰٪
خراسان	۷۴۱	۳۱	۱۲	۱۲	۲۸	۸۲۴
	۱۵.۲٪	.۶٪	.۲٪	.۲٪	.۶٪	۱۶.۹٪
کرمان	۲۶۷	۱۰	۶	۴	۹	۲۹۶
	۵.۵٪	.۲٪	.۱٪	.۱٪	.۲٪	۶.۱٪
اصفهان	۶۰۶	۲۴	۱۱	۸	۱۶	۶۶۵
	۱۲.۵٪	.۵٪	.۲٪	.۲٪	.۳٪	۱۳.۷٪
فارس	۴۸۶	۲۲	۹	۶	۱۵	۵۳۸
	۱۰.۰٪	.۵٪	.۲٪	.۱٪	.۳٪	۱۱.۱٪
آذربایجان	۳۹۷	۱۵	۹	۴	۱۴	۴۳۹
	۸.۲٪	.۳٪	.۲٪	.۱٪	.۳٪	۹.۰٪
مازندران	۳۵۲	۱۵	۴	۶	۸	۳۸۵
	۷.۲٪	.۳٪	.۱٪	.۱٪	.۲٪	۷.۹٪
لرستان	۱۹۲	۵	۶	۲	۳	۲۰۸
	۳.۹٪	.۱٪	.۱٪	.۰٪	.۱٪	۴.۳٪
کل	۴۳۷۷	۱۹۶	۸۷	۶۴	۱۴۰	۴۸۶۴
	۹۰.۰٪	۴.۰٪	۱.۸٪	۱.۳٪	۲.۹٪	۱۰۰.۰٪

### ۱۹- مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه و منطقه جغرافیایی

آمارهای مربوط به مناطق شهری مورد مطالعه نشان می دهند که ۶۳,۹ درصد مناطق شهری مورد مطالعه روزنامه مطالعه می کنند و تقریباً یک ششم پاسخگویان شهری روزنامه مطالعه نمی کنند. در حالی که در مناطق روستایی کسانی که روزنامه مطالعه می کنند چهار برابر کسانی هستند که روزنامه مطالعه نمی کنند (جدول شماره ۸۲).

جدول شماره ۸۲ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه و منطقه جغرافیایی

مطالعه روزنامه منطقه	بلی	خیر	کل
شهری	۳۸۱۴	۶۰۲	۴۴۱۶
	۶۳.۹٪	۱۰.۱٪	۷۴.۰٪
روستایی	۱۲۴۷	۳۰۷	۱۵۵۴
	۲۰.۹٪	۵.۱٪	۲۶.۰٪
	۵۰۶۱	۹۰۹	۵۹۷۰
کل	۸۴.۸٪	۱۵.۲٪	۱۰۰.۰٪

## ۲۰- موضوع مورد مطالعه و منطقه جغرافیایی

داده های مندرج در جدول شماره ۸۳ نشان دهنده توزیع فراوانی داده های مربوط به موضوع مورد مطالعه بر حسب مناطق شهری و روستایی مورد مطالعه است. بر اساس داده ها در مناطق شهری موضوعات سیاسی بالاترین طرفداران را دارا می باشند و حوادث دومین موضوع مورد علاقه مخاطبان شهر است. در حالی که در مناطق روستایی، حوادث از بیشترین طرفداران برخوردار است و مسائل سیاسی در مرتبه دوم اهمیت جای دارد. در شهرها موضوعات ورزشی در روزنامه ها در مرتبه سوم جای دارد. این در حالیست که در مناطق روستایی نیز این موضوع سومین موضوع مورد مطالعه می باشد.

جدول شماره ۸۳ توزیع فراوانی داده ها بر حسب موضوع مورد مطالعه و منطقه جغرافیایی

موضوع منطقه	سیاسی	اقتصادی	اجتماعی	فرهنگی	هنری	ورزشی	حوادث	کل
شهری	۱۱۰۲	۳۵	۲۱۳	۱۳۴	۹۵	۲۳۰	۱۰۱۳	۲۸۲۲
روستایی	۳۵۰	۳۸	۵۸	۷۱	۲۴	۱۳۹	۴۰۲	۱۰۸۲
کل	۱۴۵۲	۷۳	۲۷۱	۲۰۵	۱۱۹	۳۶۹	۱۴۱۵	۳۹۰۴

## ۲۱- مطالعه مجله و منطقه جغرافیایی

نتایج حاصل از مطالعه نشان می دهند که در مناطق شهری میزان استفاده کنندگان از مجله بیش از چهار برابر کسانی است که مجله نمی خوانند. خوانندگان مجله شهری تقریباً نیمی از مخاطبین مجلات را تشکیل می دهند. در مناطق روستایی نیز نزدیک سه چهارم پاسخگویان اظهار کرده اند که مجله مطالعه می کنند (جدول شماره ۸۴).

جدول شماره ۸۴ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مطالعه مجله و منطقه جغرافیایی

مجله / منطقه	بلی	خیر	کل
شهری	۳۳۰۰	۸۶۸	۴۱۶۸
	۵۸.۷٪	۱۵.۴٪	۷۴.۲٪
روستایی	۱۱۴۲	۳۰۹	۱۴۵۱
	۲۰.۳٪	۵.۵٪	۲۵.۸٪
کل	۴۴۴۲	۱۱۷۷	۵۶۱۹
	۷۹.۱٪	۲۰.۹٪	۱۰۰.۰٪

## ۲۲- استان و روزنامه مورد مطالعه

داده های جدول شماره ۸۵ مربوط به روزنامه مورد مطالعه توسط افراد مورد مطالعه در استانهای مورد بررسی است. بر اساس داده ها در استان تهران به ترتیب سه روزنامه جام جم ، همشهری و ایران پر خواننده ترین روز نامه ها می باشند. روزنامه رسالت در این استان کمترین طرفدار را دارا است. در استان خراسان به ترتیب سه روزنامه جام جم ، همشهری و ایران پر خواننده ترین روز نامه ها می باشند. روزنامه رسالت در این استان کمترین طرفدار را دارا است. در استان اصفهان به ترتیب سه روزنامه جام جم ، همشهری و ایران پر خواننده ترین روز نامه ها می باشند. روزنامه رسالت در این استان کمترین طرفدار را دارا است. در استان فارس به ترتیب سه روزنامه جام جم ، همشهری و ایران پر خواننده ترین روز نامه ها می باشند. روزنامه رسالت در این استان کمترین طرفدار را دارا است. در استان آذربایجان هم به ترتیب سه روزنامه جام جم ، همشهری و ایران پر خواننده ترین روز نامه ها می باشند. روزنامه رسالت در این استان کمترین طرفدار را دارا است. در استان مازندران به ترتیب سه روزنامه جام جم ، همشهری و ایران پر خواننده ترین روز نامه ها می باشند. روزنامه رسالت در این استان کمترین طرفدار را دارا است. در استان لرستان به ترتیب سه روزنامه جام جم ، همشهری و ایران پر خواننده ترین روز نامه ها می باشند. روزنامه رسالت در این استان کمترین طرفدار را دارا است.

جدول شماره ۸۵ توزیع فراوانی داده ها بر حسب استان و روزنامه مورد مطالعه

روزنامه استان	کیهان	اطلاعات	ایران	همشهری	جام جم	شرق	رسالت	جمهوری اسلامی	کل
تهران	۷۹	۵۷	۱۷۱	۳۳۹	۴۳۵	۶۴	۸	۱۳۷	۱۲۹۰
خراسان	۲۹	۲۷	۸۶	۱۸۱	۲۳۷	۳۱	۴	۱۳۶	۷۳۱
کرمان	۲۲	۱۳	۲۹	۵۱	۷۲	۶	۴	۶۷	۲۶۴
اصفهان	۲۹	۲۴	۸۳	۱۶۲	۲۱۷	۳۰	۴	۶۴	۶۱۳
فارس	۲۸	۲۲	۷۰	۱۳۸	۱۵۵	۲۳	۴	۵۳	۴۹۳
آذربایجان	۲۸	۲۱	۵۸	۱۱۴	۱۲۳	۱۵	۴	۴۷	۴۱۰
مازندران	۲۳	۱۳	۵۲	۸۵	۱۱۶	۱۸	۳	۳۶	۳۴۶
لرستان	۶	۸	۱۹	۵۳	۸۰	۷	۳	۲۳	۱۹۹
کل	۲۴۴	۱۸۵	۵۶۸	۱۱۲۳	۱۴۳۵	۱۹۴	۳۴	۵۶۳	۴۳۴۶

### ۲۳- منطقه جغرافیایی و روزنامه مورد مطالعه

داده های حاصل از مطالعه نشان می دهد که در مناطق شهری مورد مطالعه سه روزنامه جام جم ، همشهری و ایران به ترتیب بیشترین خوانندگان را به خود اختصاص داده اند. بر اساس داده ها در مناطق روستایی نیز به ترتیب روزنامه های جام جم ، همشهری و ایران بیشترین مخاطبان را دارا هستند (جدول شماره ۸۶).

جدول شماره ۸۶ توزیع فراوانی داده ها بر حسب منطقه جغرافیایی و روزنامه مورد مطالعه

روزنامه	کل	جمهوری اسلامی	رسالت	شرق	جام جم	همشهری	ایران	اطلاعات	کیهان	منطقه جغرافیایی
شهری	۳۲۴۴	۳۷۳	۲۱	۱۷۱	۱۱۱۴	۸۷۷	۴۳۹	۱۱۹	۱۳۰	شهری
روستایی	۱۱۰۲	۱۹۰	۱۳	۲۳	۳۲۱	۲۴۶	۱۲۹	۶۶	۱۱۴	روستایی
	۴۳۴۶	۵۶۳	۳۴	۱۹۴	۱۴۳۵	۱۱۲۳	۵۶۸	۱۸۵	۲۴۴	

### ۲۴- سن و روزنامه مورد مطالعه

داده های جدول شماره ۸۷ حاکی از آنند که پاسخگویان ۱۵ تا ۱۷ ساله به ترتیب روزنامه های جام جم ، همشهری و جمهوری اسلامی را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. همچنین ، پاسخگویان ۱۸ تا ۲۰ ساله به ترتیب روزنامه های جام جم ، همشهری و جمهوری اسلامی را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. پاسخگویان ۲۱ تا ۲۳ ساله به ترتیب روزنامه های جام جم ، همشهری و ایران را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. پاسخگویان ۲۴ تا ۲۶ ساله به ترتیب روزنامه های همشهری ، جام جم و ایران را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. پاسخگویان ۲۷ تا ۲۹ ساله به ترتیب روزنامه های همشهری ، جام جم و ایران را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند.

**جدول شماره ۸۷ توزیع فراوانی داده ها بر حسب سن و روزنامه مورد مطالعه**

نام روزنامه سن	کیهان	اطلاعات	ایران	همشهری	جام جم	شرق	رسالت	جمهوری اسلامی	کل
۱۵-۱۷	۱۰۶	۴۴	۵۹	۱۶۹	۴۲۲	۲۰	۶	۱۳۲	۹۵۸
۱۸-۲۰	۴۸	۲۸	۱۳۰	۲۵۷	۳۶۸	۳۶	۸	۱۷۶	۱۰۵۱
۲۱-۲۳	۴۲	۶۲	۱۹۷	۲۹۵	۳۴۴	۸۳	۹	۱۲۱	۱۱۵۳
۲۴-۲۶	۳۱	۲۴	۷۶	۲۰۳	۱۵۷	۱۹	۳	۶۴	۵۷۷
۲۷-۲۹	۱۰	۲۷	۹۸	۱۶۴	۱۲۷	۳۶	۸	۶۰	۵۳۰
کل	۲۳۷	۱۸۵	۵۶۱	۱۰۸۸	۱۴۱۸	۱۹۴	۳۴	۵۵۳	۴۲۷۰

### ۲۵- جنس و نام روزنامه

توزیع فراوانی داده ها بر حسب جنس نشان می دهد که روزنامه های جام جم ، همشهری و ایران برای خوانندگان زن از جاذبه بیشتری در مقایسه با سایر روزنامه ها دارا هستند. برای مردان نیز به ترتیب همین سه روزنامه پرخواننده ترین هستند (جدول شماره ۸۸).

**جدول شماره ۸۸ توزیع فراوانی داده ها بر حسب جنس و روزنامه مورد مطالعه**

نام روزنامه جنس	کیهان	اطلاعات	ایران	همشهری	جام جم	شرق	رسالت	جمهوری اسلامی	کل
زن	۱۲۶	۸۳	۲۵۶	۵۰۵	۷۳۶	۴۷	۱۷	۱۷۶	۱۹۴۶
مرد	۱۰۳	۸۵	۲۶۸	۵۱۷	۵۸۹	۱۲۳	۱۱	۳۲۲	۲۰۱۸
کل	۲۲۹	۱۶۸	۵۲۴	۱۰۲۲	۱۳۲۵	۱۷۰	۲۸	۴۹۸	۳۹۶۴



## ۲۶- مدرک تحصیلی و روزنامه مورد مطالعه

داده های جدول شماره ۸۹ مربوط به روزنامه مورد مطالعه بر حسب مدرک تحصیلی است. بر اساس داده ها دارندگان مدرک ابتدائی پایین ترین میزان مطالعه روزنامه را به خود اختصاص داده اند و سه روزنامه همشهری، جام جم و جمهوری اسلامی بیش از سایر روزنامه ها در بین آنان مخاطب دارد. دارندگان مدرک سیکل به ترتیب روزنامه های جام جم، همشهری و جمهوری اسلامی را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. دارندگان مدرک دیپلم به ترتیب روزنامه های جام جم، همشهری و جمهوری اسلامی را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. دارندگان مدرک پیش دانشگاهی به ترتیب روزنامه های جام جم، همشهری و ایران را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. دارندگان مدرک لیسانس به ترتیب روزنامه های جام جم، همشهری و ایران را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. دارندگان مدرک فوق لیسانس به ترتیب روزنامه های جام جم، همشهری و جمهوری اسلامی را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. دارندگان مدرک دکترا به ترتیب روزنامه های جام جم، ایران و همشهری را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند.

جدول شماره ۸۹ توزیع فراوانی داده ها بر حسب مدرک تحصیلی و روزنامه مورد مطالعه

نام روزنامه مدرک تحصیلی	کیهان	اطلاعات	ایران	همشهری	جام جم	شرق	رسالت	جمهوری اسلامی	کل
ابتدایی	۸		۵	۲۵	۲۰			۱۱	۶۹
سیکل	۵۹	۳۳	۱۹	۱۰۲	۲۵۰	۲		۷۸	۵۴۳
دیپلم	۷۸	۵۴	۱۴۴	۳۳۰	۳۸۷	۴۴	۲۳	۱۹۷	۱۲۵۷
پیش دانشگاهی	۵۳	۵۹	۲۳۴	۳۷۶	۴۶۴	۸۰	۱	۱۷۸	۱۴۴۵
لیسانس	۳۴	۲۹	۱۳۷	۲۳۳	۲۲۶	۵۹	۱۰	۶۸	۷۹۶
فوق لیسانس	۱۱	۴	۱۷	۲۵	۴۲	۳		۲۱	۱۲۳
دکترا	۱		۹	۶	۱۱	۵		۱	۳۳
بی سواد				۵	۱			۶	۱۲
کل	۲۴۴	۱۷۹	۵۶۵	۱۱۰۲	۱۴۰۱	۱۹۳	۳۴	۵۶۰	۴۲۷۸

## ۲۷- رشته تحصیلی و روزنامه مورد مطالعه

داده های جدول شماره ۹۰ نشان می دهند که دانشجویان رشته های علوم انسانی به ترتیب سه روزنامه همشهری ، جام جم و ایران را بیش از سایر روزنامه ها می خوانند. همچنین ، دانشجویان رشته های علوم پایه به ترتیب سه روزنامه جام جم، همشهری و ایران را بیش از سایر روزنامه ها می خوانند. دانشجویان رشته های فنی و مهندسی به ترتیب سه روزنامه همشهری ، جام جم و ایران را بیش از سایر روزنامه ها می خوانند. دانشجویان رشته های کشاورزی به ترتیب سه روزنامه همشهری ، جام جم و جمهوری اسلامی را بیش از سایر روزنامه ها می خوانند. دانشجویان رشته های پزشکی به ترتیب سه روزنامه ایران ، جام جم و همشهری را بیش از سایر روزنامه ها می خوانند. دانشجویان رشته های هنر به ترتیب سه روزنامه همشهری ، جام جم و جمهوری اسلامی را بیش از سایر روزنامه ها می خوانند.

جدول شماره ۹۰ توزیع فراوانی داده ها بر حسب رشته تحصیلی و روزنامه مورد مطالعه

نام روزنامه رشته تحصیلی	کیهان	اطلاعات	ایران	همشهری	جام جم	شرق	رسالت	جمهوری اسلامی	کل
انسانی	۵۲	۵۰	۲۳۶	۳۸۷	۳۶۸	۷۹	۱۵	۱۰۳	۱۲۹۰
علوم پایه	۱۲	۱۱	۳۵	۷۴	۷۹	۱۲		۲۴	۲۴۷
فنی و مهندسی	۶	۴	۶۷	۱۰۱	۷۳	۲۰	۱	۴۹	۳۲۱
کشاورزی	۹		۲۷	۷۲	۶۳	۷		۴۲	۲۲۰
پزشکی	۲۱	۲۱	۲۶	۲۱	۲۵	۱۱		۱۸	۱۴۳
هنر	۴	۳	۱۰	۱۹	۱۷	۱۱		۱۴	۷۸
کل	۱۰۴	۸۹	۴۰۱	۶۷۵	۶۲۵	۱۴۰	۱۶	۲۵۰	۲۳۰۰

## ۲۸- وضعیت تأهل و روزنامه مورد مطالعه

بر اساس داده های جدول شماره ۹۱ افراد متأهل که روزنامه می خوانند به ترتیب روزنامه های همشهری ، جام جم و ایران را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. افراد مجرد که روزنامه می خوانند به ترتیب روزنامه های جام جم ، همشهری و جمهوری اسلامی را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. افراد بیوه که روزنامه می خوانند به ترتیب روزنامه های اطلاعات ، ایران و شرق را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. افراد مطلقه که روزنامه می خوانند بسیار اندکند و به ترتیب روزنامه های شرق ، جمهوری اسلامی و کیهان را مطالعه می کنند.

جدول شماره ۹۱ توزیع فراوانی داده ها بر حسب وضع تأهل و روزنامه مورد مطالعه

نام روزنامه وضعیت تأهل	کیهان	اطلاعات	ایران	همشهری	جام جم	شرق	رسالت	جمهوری اسلامی	کل
متأهل	۲۲	۱۹	۱۳۳	۲۳۳	۱۸۱	۳۹		۱۱۲	۷۳۹
مجرد	۲۱۸	۱۵۱	۴۰۸	۸۷۲	۱۱۹۸	۱۴۵	۳۴	۴۴۱	۳۴۶۷
بیوه	۱	۱۵	۱۳			۲		۱	۳۲
مطلقه	۱			۲				۲	۵
کل	۲۴۲	۱۸۵	۵۵۴	۱۱۰۷	۱۳۸۰	۱۸۶	۳۴	۵۵۶	۴۲۴۴

## ۲۹- وضع اشتغال و روزنامه مورد مطالعه

بر اساس داده های جدول شماره ۹۲ افراد شاغل که روزنامه می خوانند به ترتیب روزنامه های همشهری ، جام جم و ایران را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. افراد در حال تحصیل که روزنامه می خوانند به ترتیب روزنامه های جام جم ، همشهری و جمهوری اسلامی را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. افرادی که روزنامه می خوانند به ترتیب روزنامه های جام جم ، ایران و همشهری را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. افراد خانه دار که روزنامه می خوانند بسیار اندکند و به ترتیب روزنامه های ایران ، جام جم و کیهان را مطالعه می کنند.

جدول شماره ۹۲ توزیع فراوانی داده ها بر حسب وضع اشتغال و روزنامه مورد مطالعه

نام روزنامه وضع اشتغال	کیهان	اطلاعات	ایران	همشهری	جام جم	شرق	رسالت	جمهوری اسلامی	کل
شاغل	۳	۴۴	۱۶۳	۲۹۲	۱۸۷	۹۸	۹	۱۳۴	۹۳۰
در حال تحصیل	۱۸۹	۱۰۷	۳۲۲	۷۷۰	۱۱۰۰	۸۴	۱۶	۳۵۳	۲۹۴۱
بیکار جویای کار	۲۳	۲۳	۶۰	۴۸	۹۵	۱	۹	۴۸	۳۰۷
خانه دار	۱۷	۸	۱۸	۱	۱۷			۲	۶۳
کل	۲۳۲	۱۸۲	۵۶۳	۱۱۱۱	۱۳۹۹	۱۸۳	۳۴	۵۳۷	۴۲۴۱

### ۳۰- درآمد و روزنامه مورد مطالعه

بر اساس داده های جدول شماره ۹۳ افراد با درآمد زیر ۱۰۰ هزار تومان که روزنامه می خوانند به ترتیب روزنامه های جام جم ، همشهری و جمهوری اسلامی را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. افراد با درآمد بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان که روزنامه می خوانند به ترتیب روزنامه های همشهری ، جام جم و ایران را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. افراد با درآمد بین ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان که روزنامه می خوانند به ترتیب روزنامه های همشهری ، ایران و جمهوری اسلامی را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. افراد با درآمد ۴۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان که روزنامه می خوانند بسیار اندکند و به ترتیب روزنامه های ایران ، کیهان و جام جم را مطالعه می کنند. افراد با درآمد بالای ۵۰۰ هزار تومان که روزنامه می خوانند نیز بسیار اندکند و به ترتیب روزنامه های جام جم ، جمهوری اسلامی و کیهان را مطالعه می کنند.

جدول شماره ۹۳ توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و روزنامه مورد مطالعه

نام روزنامه درآمد(هزار تومان)	کیهان	اطلاعات	ایران	همشهری	جام جم	شرق	رسالت	جمهوری اسلامی	کل
-۱۰۰	۴	۱۷	۸۰	۱۱۰	۲۰۳	۵۴	۱۶	۹۵	۵۷۹
۱۰۱-۲۰۰	۱۱	۴۲	۱۰۹	۱۶۰	۱۳۳	۴۱	۹	۷۲	۵۷۷
۲۰۱-۳۰۰	۱۷	۳	۱۸	۵۴	۸۲	۳۹		۲۵	۲۳۸
۳۰۱-۴۰۰			۱۵	۳۹				۷	۶۱
۴۰۱-۵۰۰	۷		۹	۶	۶				۲۸
+۵۰۱	۹			۹	۲۵			۱۱	۵۴
کل	۴۸	۶۲	۲۳۱	۳۷۸	۴۴۹	۱۳۴	۲۵	۲۱۰	۱۵۳۷

### ۳۱- منطقه و نام مجله مورد مطالعه

جدول شماره ۹۴ حاوی داده های مربوط به متغیرهای فوق هستند. بر اساس داده ها در مناطق شهری به ترتیب مجلات خانواده سبز ، خانواده و روزهای زندگی بیشترین خوانندگان را دارا هستند. در مناطق روستایی نیز به ترتیب مجلات خانواده سبز ، خانواده و روزهای زندگی بیشترین خوانندگان را دارا هستند.

جدول شماره ۹۴ توزیع فراوانی داده ها بر حسب منطقه و نام مجله مورد مطالعه

نام مجله منطقه	روزهای زندگی	خانواده سبز	خانواده	راه زندگی	چلچراغ	زن روز	سایر	کل
شهری	۴۶۴	۱۱۱۶	۵۰۲	۱۳۳	۷۲	۸۳	۴۱۵	۲۷۸۵
	۱۲.۳٪	۲۹.۷٪	۱۳.۳٪	۳.۵٪	۱.۹٪	۲.۲٪	۱۱.۰٪	۷۴.۰٪
روستایی	۱۶۱	۴۲۵	۱۸۴	۵۲	۱۸	۲۸	۱۰۹	۹۷۷
	۴.۳٪	۱۱.۳٪	۴.۹٪	۱.۴٪	.۵٪	.۷٪	۲.۹٪	۲۶.۰٪
کل	۶۲۵	۱۵۴۱	۶۸۶	۱۸۵	۹۰	۱۱۱	۵۲۴	۳۷۶۲
	۱۶.۶٪	۴۱.۰٪	۱۸.۲٪	۴.۹٪	۲.۴٪	۳.۰٪	۱۳.۹٪	۱۰۰.۰٪

### ۳۲- منطقه و مطالعه مطبوعات جوان

جدول شماره ۹۵ حاوی اطلاعات مربوط به مطالعه مطبوعات جوان بر حسب منطقه است. بر اساس آمارهای جدول در مناطق شهری تعداد کسانی که مجله مطالعه می کنند نزدیک به نصف پاسخگویان است. در مناطق روستایی نیز تعداد کسانی که مجله مطالعه می کنند کمی بیش از نصف پاسخگویانی است که مطالعه نمی کنند.

جدول شماره ۹۵ توزیع فراوانی داده ها بر حسب منطقه و مطالعه مطبوعات جوان

مطبوعات جوان منطقه	بلی	خیر	کل
شهری	۱۲۸۸	۲۴۱۷	۳۷۰۵
	۲۵.۴٪	۴۷.۶٪	۷۳.۰٪
روستایی	۵۴۲	۱۳۸	۱۳۷۳
	۱۰.۷٪	۱۶.۴٪	۲۷.۰٪
کل	۱۸۳۰	۳۲۴۸	۵۰۷۸
	۳۶.۰٪	۶۴.۰٪	۱۰۰.۰٪

### ۳۳- منطقه و مطالعه مطالب با عنوان جوان

جدول شماره ۹۶ توزیع فراوانی داده ها بر حسب منطقه و مطالعه مطالب با عنوان جوان را داراست. بر اساس داده ها در مناطق شهری تعداد کسانی که مطالب با عنوان جوان را مطالعه می کنند نزدیک به چهار برابر پاسخگویانی است که پاسخ منفی داده اند. در مناطق روستایی تعداد کسانی که مطالب با عنوان جوان را مطالعه می کنند حدود سه برابر پاسخگویانی است که پاسخ منفی داده اند.

جدول شماره ۹۶ توزیع فراوانی داده ها بر حسب منطقه و مطالعه مطالب با عنوان جوان

مطلب جوان منطقه	بلی	خیر	کل
شهری	۳۱۵۹	۸۳۴	۳۹۹۳
	۵۸.۳٪	۱۵.۴٪	۷۳.۷٪
روستایی	۱۰۵۹	۳۶۹	۱۴۲۸
	۱۹.۵٪	۶.۸٪	۲۶.۳٪
کل	۴۲۱۸	۱۲۰۳	۵۴۲۱
	۷۷.۸٪	۲۲.۲٪	۱۰۰.۰٪

### ۳۴- منطقه و مطالعه مطبوعات جوان

جدول شماره ۹۷ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب منطقه و مطالعه مطبوعات جوان است. بر اساس آمارهای این جدول در مناطق شهری تعداد کسانی که مطبوعات جوان را مطالعه می کنند نزدیک به چهار برابر پاسخگویانی است که پاسخ منفی داده اند. در مناطق روستایی تعداد کسانی که مطالب با عنوان جوان را مطالعه می کنند حدود سه برابر پاسخگویانی است که پاسخ منفی داده اند.

جدول شماره ۹۷ توزیع فراوانی داده ها بر حسب منطقه و مطالعه مطبوعات جوان

مطالعه مطبوعات جوان منطقه	بلی	خیر	کل
شهری	۲۹۷۴	۸۱۸	۳۷۹۲
	۵۷.۴٪	۱۵.۸٪	۷۳.۲٪
روستایی	۱۰۴۵	۳۴۵	۱۳۹۰
	۲۰.۲٪	۶.۷٪	۲۶.۸٪
کل	۴۰۱۹	۱۱۶۳	۵۱۸۲
	۷۷.۶٪	۲۲.۴٪	۱۰۰.۰٪

### ۳۵- منطقه و مطالعه مطبوعات الکترونیکی

جدول شماره ۹۸ در بر گیرنده داده های مربوط به منطقه و مطالعه مطبوعات الکترونیکی است. در مناطق شهری تعداد کسانی که مطبوعات الکترونیکی را مطالعه می کنند نزدیک به یک ششم پاسخگویانی است که پاسخ منفی داده اند. در مناطق روستایی تعداد کسانی که مطالب با عنوان جوان را مطالعه می کنند نزدیک به یک پنجم پاسخگویانی است که پاسخ منفی داده اند.



جدول شماره ۹۸ توزیع فراوانی داده ها بر حسب منطقه و مطالعه مطبوعات الکترونیکی

مطبوعات الکترونیکی منطقه	بلی	خیر	کل
شهری	۵۵۵	۳۱۴۴	۳۶۹۹
	۱۱.۱٪	۶۲.۸٪	۷۳.۹٪
روستایی	۱۹۹	۱۱۱۰	۱۳۰۹
	۴.۰٪	۲۲.۲٪	۲۶.۱٪
کل	۷۵۴	۴۲۵۴	۵۰۰۸
	۱۵.۱٪	۸۴.۹٪	۱۰۰.۰٪

### ۳۶- منطقه و دلیل مطالعه مطبوعات

در مناطق شهری علاقه شخصی مهمترین عامل مطالعه مطبوعات است. این گزینه در مناطق شهری ۶۵,۵٪ از داده ها را به خود اختصاص داده است. در مناطق روستایی نیز علاقه شخصی مهمترین عامل مطالعه مطبوعات است. این گزینه در مناطق روستایی که کلاً ۲۷٪ داده ها را داراست ۲۴,۴٪ از داده ها را به خود اختصاص داده است (جدول شماره ۹۹).

جدول شماره ۹۹ توزیع فراوانی داده ها بر حسب منطقه و دلیل مطالعه مطبوعات

دلیل مطالعه منطقه	علاقه شخصی	نیاز شغلی	تأکید والدین	تأکید معلمان	سایر	کل
شهری	۳۱۹۰	۱۴۹	۶۷	۴۴	۱۰۰	۳۵۵۰
	۶۵.۶٪	۳.۱٪	۱.۴٪	۰.۹٪	۲.۱٪	۷۳.۰٪
روستایی	۱۱۸۷	۴۷	۲۰	۲۰	۴۰	۱۳۱۴
	۲۴.۴٪	۱.۰٪	۰.۴٪	۰.۴٪	۰.۸٪	۲۷.۰٪
کل	۴۳۷۷	۱۹۶	۸۷	۶۴	۱۴۰	۴۸۶۴
	۹۰.۰٪	۴.۰٪	۱.۸٪	۱.۳٪	۲.۹٪	۱۰۰.۰٪

### ۳۶- سن و مطالعه روزنامه

داده های جدول شماره ۱۰۰ حاکی از آنند که ۱۸,۹٪ از ۲۲,۳٪ پاسخگویان ۱۵ تا ۱۷ ساله روزنامه مطالعه می کنند. همچنین، ۲۱٪ از ۲۵,۲٪ پاسخگویان ۱۸ تا ۲۰ ساله روزنامه ها مطالعه می کنند. ۲۲,۷٪ از ۲۶,۵٪ پاسخگویان ۲۱ تا ۲۳ ساله روزنامه مطالعه می کنند. ۱۱,۸٪ از ۱۳,۸٪ پاسخگویان ۲۴ تا ۲۶ ساله روزنامه مطالعه می کنند. ۱۰,۲٪ از ۱۲,۱٪ از پاسخگویان ۲۷ تا ۲۹ ساله روزنامه مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۰۰ توزیع فراوانی داده ها بر حسب سن و مطالعه روزنامه

مطالعه سن	بلی	خیر	کل
۱۵-۱۷ ساله	۱۱۰۹	۱۹۹	۱۳۰۸
	۱۸.۹٪	۳.۴٪	۲۲.۳٪
۱۸-۲۰ ساله	۱۲۳۷	۲۴۷	۱۴۸۴
	۲۱.۰٪	۴.۲٪	۲۵.۲٪
۲۱-۲۳ ساله	۱۳۳۲	۲۲۵	۱۵۵۷
	۲۲.۷٪	۳.۸٪	۲۶.۵٪
۲۴-۲۶ ساله	۶۹۵	۱۱۹	۸۱۴
	۱۱.۸٪	۲.۰٪	۱۳.۸٪
۲۷-۲۹ ساله	۶۰۲	۱۱۲	۷۱۴
	۱۰.۲٪	۱.۹٪	۱۲.۱٪
۴۵.۰۰	۱		۱
	.۰٪		.۰٪
کل	۴۹۷۶	۹۰۲	۵۸۷۸
	۸۴.۷٪	۱۵.۳٪	۱۰۰.۰٪

### ۳۷ - سن و میزان مطالعه روزنامه

داده های جدول شماره ۱۰۱ حاکی از آنند که ۹٪ از ۲۲,۹٪ پاسخگویان ۱۵ تا ۱۷ ساله دارای مطالعه روزانه هستند. همچنین، ۸,۳٪ از ۲۴٪ پاسخگویان ۱۸ تا ۲۰ ساله دارای مطالعه هفتگی هستند. ۱۱,۳٪ از ۲۶,۲٪ پاسخگویان ۲۱ تا ۲۳ ساله دارای مطالعه هفتگی هستند. ۷,۱٪ از ۱۴,۵٪ پاسخگویان ۲۴ تا ۲۶ ساله هفتگی روزنامه مطالعه می کنند. ۶,۶٪ از ۱۲,۱٪ از پاسخگویان ۲۷ تا ۲۹ ساله ماهانه روزنامه مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۰۱ توزیع فراوانی داده ها بر حسب سن و میزان مطالعه روزنامه

میزان سن	روزانه	هفتگی	ماهانه	کل
۱۵-۱۷ ساله	۴۳۲	۳۷۷	۲۸۶	۱۰۹۵
	۹.۰٪	۷.۹٪	۶.۰٪	۲۲.۹٪
۱۸-۲۰ ساله	۳۹۹	۴۹۴	۲۶۸	۱۱۶۱
	۸.۳٪	۱۰.۳٪	۵.۶٪	۲۴.۳٪
۲۱-۲۳ ساله	۵۴۲	۵۶۲	۱۵۲	۱۲۵۶
	۱۱.۳٪	۱۱.۷٪	۳.۲٪	۲۶.۲٪
۲۴-۲۶ ساله	۳۳۹	۲۳۴	۱۲۰	۶۹۳
	۷.۱٪	۴.۹٪	۲.۵٪	۱۴.۵٪
۲۷-۲۹ ساله	۳۱۶	۱۶۶	۹۸	۵۸۰
	۶.۶٪	۳.۵٪	۲.۰٪	۱۲.۱٪
۴۵.۰۰		۱		۱
		.۰٪		.۰٪
کل	۲۰۲۸	۱۸۳۴	۹۲۴	۴۷۸۶
	۴۲.۴٪	۳۸.۳٪	۱۹.۳٪	۱۰۰.۰٪

### ۳۸- منطقه و موضوع مورد مطالعه

جدول شماره ۱۰۲ حاوی داده های مربوط به موضوع مورد مطالعه و منطقه است. بر اساس آمارهای مندرج در این جدول در مناطق شهری مورد مطالعه به ترتیب موضوعات سیاسی، حوادث و اقتصادی در مرتبه اول تا سوم برای افراد مورد مطالعه جای گرفته اند و بقیه موضوعات در مراتب بعدی اهمیت جای دارند. در مناطق روستایی مورد مطالعه به ترتیب موضوعات حوادث، سیاسی و اقتصادی در مرتبه اول تا سوم برای افراد مورد مطالعه جای گرفته اند و بقیه موضوعات در مراتب بعدی اهمیت جای دارند.

جدول شماره ۱۰۲ توزیع فراوانی داده ها بر حسب موضوع مورد مطالعه و منطقه

موضوع منطقه	سیاسی	اقتصادی	اجتماعی	ادبی و فرهنگی	هنری	ورزشی	حوادث	کل
شهری	۱۱۰۲	۹۷۳	۲۱۳	۱۳۴	۹۵	۲۳۰	۱۰۱۳	۳۷۶۰
روستایی	۳۵۰	۲۹۰	۵۸	۷۱	۲۴	۱۳۹	۴۰۲	۱۳۳۴
کل	۱۴۵۲	۱۲۶۳	۲۷۱	۲۰۵	۱۱۹	۳۶۹	۱۴۱۵	۵۰۹۴

### ۳۹- موضوع مورد مطالعه و سن

داده های جدول شماره ۱۰۳ حاکی از آنند که پاسخگویان ۱۵ تا ۱۷ ساله به ترتیب موضوعات حوادث ، سیاسی و اقتصادی را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. همچنین ، پاسخگویان ۱۸ تا ۲۰ ساله به ترتیب موضوعات سیاسی ، حوادث و اقتصادی را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. پاسخگویان ۲۱ تا ۲۳ ساله به ترتیب موضوعات اقتصادی ، سیاسی و حوادث را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. پاسخگویان ۲۴ تا ۲۶ ساله به ترتیب موضوعات سیاسی ، اقتصادی و حوادث را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. پاسخگویان ۲۷ تا ۲۹ ساله به ترتیب موضوعات اقتصادی ، سیاسی و حوادث را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۰۳ توزیع فراوانی داده ها بر حسب موضوع مورد مطالعه و سن

موضوع سن	سیاسی	اقتصادی	اجتماعی	ادبی و فرهنگی	هنری	ورزشی	حوادث	کل
۱۵-۱۷	۲۹۰	۱۸۵	۲۷	۴۴	۱۹	۱۱۸	۴۷۵	۱۱۵۸
۱۸-۲۰	۳۵۴	۲۸۶	۶۷	۴۳	۴۱	۹۷	۳۴۳	۱۲۳۱
۲۱-۲۳	۳۸۰	۳۹۹	۸۳	۵۲	۳۲	۵۹	۲۸۷	۱۲۹۲
۲۴-۲۶	۲۳۰	۱۹۵	۴۰	۱۶	۱۴	۶۱	۱۵۹	۷۱۵
۲۷-۲۹	۱۷۱	۱۷۶	۳۹	۵۰	۷	۳۳	۱۳۵	۶۱۱
کل	۱۴۲۶	۱۲۴۱	۲۵۶	۲۰۵	۱۱۳	۳۶۸	۱۳۹۹	۵۰۰۸

#### ۴۰- موضوع مورد مطالعه و جنس

توزیع فراوانی داده ها بر حسب جنس نشان می دهد که موضوعات حوادث ، سیاسی و اقتصادی برای خوانندگان زن از جاذبه بیشتری در مقایسه با سایر روزنامه ها دارا هستند. برای مردان نیز به ترتیب موضوعات سیاسی ، اقتصادی و حوادث در مقایسه با سایر موضوعات جاذبه بیشتری دارا هستند (جدول شماره ۸۸).

جدول شماره ۱۰۴ توزیع فراوانی داده ها بر حسب موضوع مورد مطالعه و جنس

موضوع جنس	سیاسی	اقتصادی	اجتماعی	ادبی و فرهنگی	هنری	ورزشی	حوادث	کل
زن	۵۹۴	۵۵۴	۱۳۲	۹۹	۷۵	۹۴	۷۳۳	۲۲۸۱
مرد	۷۱۰	۶۱۵	۱۰۲	۸۸	۳۸	۲۳۴	۵۶۰	۲۳۴۷
کل	۱۳۰۴	۱۱۶۹	۲۳۴	۱۸۷	۱۱۳	۳۲۸	۱۲۹۳	۴۶۲۸

#### ۴۱- موضوع مورد مطالعه و مدرک تحصیلی

داده های جدول شماره ۱۰۵ مربوط به موضوع مورد مطالعه بر حسب مدرک تحصیلی است. بر اساس داده ها دارندگان مدرک ابتدائی پایین ترین میزان مطالعه روزنامه را به خود اختصاص داده اند و سه موضوع حوادث ، سیاسی و اقتصادی را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند . دارندگان مدرک سیکل به ترتیب موضوعات حوادث ، سیاسی و اقتصادی را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. دارندگان مدرک دیپلم به ترتیب موضوعات سیاسی حوادث و اقتصادی را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. دارندگان مدرک پیش دانشگاهی به ترتیب موضوعات اقتصادی ، سیاسی و حوادث را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. دارندگان مدرک لیسانس به ترتیب موضوعات حوادث ، اقتصادی و سیاسی را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. دارندگان مدرک فوق لیسانس به ترتیب موضوعات اقتصادی ، سیاسی و حوادث را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. دارندگان مدرک دکترا به ترتیب موضوعات اقتصادی ، سیاسی و اجتماعی را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند.

### جدول شماره ۱۰۵ توزیع فراوانی داده ها بر حسب موضوع مورد مطالعه ومدرك تحصیلی

موضوع مدرک	سیاسی	اقتصادی	اجتماعی	ادبی و فرهنگی	هنری	ورزشی	حوادث	کل
ابتدایی	۲۰	۱۶	۲	۵	۵	۷	۳۰	۸۵
سیکل	۱۷۹	۸۱	۲۸	۲۲	۱۳	۳۹	۲۴۴	۶۰۶
دیپلم	۴۴۴	۳۱۲	۴۴	۷۳	۳۷	۱۴۱	۴۴۲	۱۴۹۳
پیش دانشگاهی	۴۷۷	۴۹۲	۱۰۹	۵۸	۴۰	۱۰۶	۳۹۰	۱۶۷۲
لیسانس	۲۵۸	۲۶۷	۷۰	۳۷	۱۶	۵۷	۲۶۸	۹۷۳
فوق لیسانس	۴۱	۴۳	۳	۴	۱	۱۱	۲۲	۱۲۵
دکتر	۱۰	۲۶	۸	۲			۵	۵۱
بی سواد	۷	۲				۶	۵	۲۰
کل	۱۴۳۶	۱۲۳۹	۲۶۴	۲۰۱	۱۱۲	۳۶۷	۱۴۰۶	۵۰۲۵

### ۴۲- موضوع مورد مطالعه و رشته تحصیلی

داده های جدول شماره ۱۰۶ نشان می دهند که دانشجویان رشته های علوم انسانی به ترتیب سه موضوع اقتصادی ، سیاسی و حوادث را بیش از سایر موضوعات می خوانند. همچنین ، دانشجویان رشته های علوم پایه به ترتیب سه موضوع اقتصادی ، حوادث و سیاسی را بیش از سایر موضوعات می خوانند. دانشجویان رشته های فنی و مهندسی به ترتیب سه موضوع ، سیاسی ، اقتصادی و حوادث را بیش از سایر موضوعات می خوانند. دانشجویان رشته های کشاورزی به ترتیب سه موضوع اقتصادی ، سیاسی و حوادث را بیش از سایر موضوعات می خوانند. دانشجویان رشته های پزشکی به ترتیب سه موضوع سیاسی ، اقتصادی و حوادث را بیش از سایر موضوعات می خوانند. دانشجویان رشته های هنر به ترتیب سه موضوع اقتصادی ، سیاسی و حوادث را بیش از سایر موضوعات می خوانند.

**جدول شماره ۱۰۶ توزیع فراوانی داده ها بر حسب موضوع مورد مطالعه ورشته تحصیلی**

موضوع رشته	سیاسی	اقتصادی	اجتماعی	ادبی و فرهنگی	هنری	ورزشی	حوادث	کل
انسانی	۴۰۴	۴۶۴	۱۲۷	۴۸	۴۸	۴۵	۳۰۸	۱۴۴۴
علوم پایه	۸۱	۱۱۱	۱۸	۱۰	۴	۱۹	۸۹	۳۳۲
فنی و مهندسی	۱۲۸	۱۰۹	۱۶	۲۱	۲	۲۸	۷۴	۳۷۸
کشاورزی	۶۰	۶۹	۱۶	۱۳	۷	۱	۵۹	۲۲۵
پزشکی	۵۱	۳۶	۱۴	۴	۳	۹	۴۷	۱۶۴
هنر	۲۳	۲۷	۵	۳		۶	۲۰	۸۴
کل	۷۴۷	۸۱۶	۱۹۶	۹۹	۶۴	۱۰۸	۵۹۸	۲۶۲۸

### ۴۳- موضوع مورد مطالعه و وضعیت تأهل

بر اساس داده های جدول شماره ۱۰۷ افراد متأهل که روزنامه می خوانند به ترتیب موضوعات سیاسی ، اقتصادی و حوادث را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. افراد مجرد که روزنامه می خوانند به ترتیب موضوعات حوادث ، سیاسی ، واقتصادی را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. افراد بیوه که روزنامه می خوانند به ترتیب موضوعات سیاسی ، حوادث و ورزشی را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. افراد مطلقه که روزنامه می خوانند بسیار اندکند و به ترتیب موضوعات هنری ، حوادث و اجتماعی را مطالعه می کنند.

**جدول شماره ۱۰۷ توزیع فراوانی داده ها بر حسب موضوع مورد مطالعه و تأهل**

موضوع تأهل	سیاسی	اقتصادی	اجتماعی	ادبی و فرهنگی	هنری	ورزشی	حوادث	کل
متأهل	۲۹۰	۲۴۵	۴۵	۴۳	۱	۳۸	۱۷۴	۸۳۶
مجرد	۱۰۹۹	۹۹۱	۲۲۳	۱۵۷	۱۰۳	۳۱۰	۱۱۹۸	۴۰۸۱
بیوه	۲۰	۳		۱		۶	۷	۳۷
مطلقه			۲		۹		۴	۱۵
کل		۱						۱
	۱۴۰۹	۱۲۴۰	۲۷۰	۲۰۱	۱۱۳	۳۵۴	۱۳۸۳	۴۹۷۰



#### ۴۴- موضوع مورد مطالعه و اشتغال

بر اساس داده های جدول شماره ۱۰۸ افراد شاغل که روزنامه می خوانند به ترتیب موضوعات سیاسی ، اقتصادی و حوادث را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. افراد در حال تحصیل که روزنامه می خوانند به ترتیب موضوعات حوادث ، اقتصادی و سیاسی را بیش از سایر روزنامه ها مطالعه می کنند. افراد بیکار جویای کار که روزنامه می خوانند به ترتیب موضوعات حوادث ، اقتصادی و سیاسی را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. افراد خانه دار که روزنامه می خوانند بسیار اندکند و به ترتیب موضوعات حوادث ، اقتصادی و سیاسی را مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۰۸ توزیع فراوانی داده ها بر حسب موضوع مورد مطالعه و اشتغال

موضوع اشتغال	سیاسی	اقتصادی	اجتماعی	ادبی و فرهنگی	هنری	ورزشی	حوادث	کل
شاغل	۳۸۷	۳۴۵	۶۷	۵۶	۱۱	۷۶	۱۸۱	۱۱۲۳
در حال تحصیل	۹۴۳	۷۷۰	۱۷۴	۱۱۸	۸۸	۲۰۰	۱۰۲۳	۳۳۱۶
بیکار جویای کار	۷۷	۹۰	۱۶	۱۵	۱۸	۶۶	۹۹	۳۸۱
خانه دار	۱۳	۱۷	۸			۶	۲۰	۶۴
کل	۱۴۲۰	۱۲۲۲	۲۶۵	۱۸۹	۱۱۷	۳۴۸	۱۳۲۳	۴۸۸۴

#### ۴۵- موضوع مورد مطالعه و درآمد

بر اساس داده های جدول شماره ۱۰۹ افراد با درآمد زیر ۱۰۰ هزار تومان که روزنامه می خوانند به ترتیب موضوعات سیاسی ، حوادث و اقتصادی را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. افراد با درآمد بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان که روزنامه می خوانند به ترتیب موضوعات اقتصادی ، سیاسی و حوادث را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. افراد با درآمد بین ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان که روزنامه می خوانند به ترتیب موضوعات سیاسی ، اقتصادی و حوادث را بیش از سایر موضوعات مطالعه می کنند. افراد با درآمد ۴۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان که روزنامه می خوانند بسیار اندکند و به ترتیب موضوعات اقتصادی ، سیاسی و

حوادث را مطالعه می کنند. افراد با درآمد بالای ۵۰۰ هزار تومان که روزنامه می خوانند نیز بسیار اندکند و به ترتیب موضوعات را مطالعه می کنند.

**جدول شماره ۱۰۹ توزیع فراوانی داده ها بر حسب موضوع مورد مطالعه و درآمد**

موضوع درآمد(هزار تومان)	سیاسی	اقتصادی	اجتماعی	ادبی و فرهنگی	هنری	ورزشی	حوادث	کل
-۱۰۰	۲۱۳	۱۵۳	۲۷	۳۹	۱۸	۷۹	۲۱۰	۷۳۹
۱۰۱-۲۰۰	۱۸۸	۲۲۹	۳۹	۳۵	۷	۴۷	۱۷۶	۷۲۱
۲۰۱-۳۰۰	۱۱۰	۷۵	۱۸	۶	۱۰		۴۷	۲۶۶
۳۰۱-۴۰۰	۶	۲۶	۶		۶	۷	۲۴	۷۵
۴۰۱-۵۰۰	۹	۱۹					۱	۲۹
+۵۰۱	۳۸					۶	۳۱	۷۵
کل	۵۶۴	۵۰۲	۹۰	۸۰	۴۱	۱۳۹	۴۸۹	۱۹۰۵

#### ۶- سن و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

داده های جدول شماره ۱۱۰ حاکی از آنند که از کل پاسخگویان ۱۵ تا ۱۷ ساله ۲۰٫۱ درصد مجله مطالعه مطالعه می کنند. همچنین ، از کل پاسخگویان ۱۸ تا ۲۰ ساله ۱۹٫۸ درصد مجله مطالعه مطالعه می کنند. از کل پاسخگویان ۲۱ تا ۲۳ ساله ۲۱٫۱ درصد مجله مطالعه مطالعه می کنند. از کل پاسخگویان ۲۴ تا ۲۴ ساله ۱۰٫۳ درصد مجله مطالعه مطالعه می کنند. از کل پاسخگویان ۲۷ تا ۲۹ ساله ۷٫۶ درصد مجله مطالعه مطالعه می کنند. با مقایسه داده ها مشخص می شود که ۲۱ تا ۲۳ ساله ها بیشترین میزان مجله و ۲۷ تا ۲۹ ساله ها پائین ترین میزان مطالعه مجله را دارا هستند.

جدول شماره ۱۱۰ توزیع فراوانی داده ها بر حسب سن و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

مطالعه مجله سن	بلی	خیر	کل
۱۷-۱۵ ساله	۱۱۱۳	۱۶۳	۱۲۷۶
	۲۰.۱٪	۲.۹٪	۲۳.۱٪
۲۰-۱۸ ساله	۱۰۹۵	۲۸۰	۱۳۷۵
	۱۹.۸٪	۵.۱٪	۲۴.۹٪
۲۳-۲۱ ساله	۱۱۶۷	۲۹۷	۱۴۶۴
	۲۱.۱٪	۵.۴٪	۲۶.۵٪
۲۶-۲۴ ساله	۵۶۸	۱۹۶	۷۶۴
	۱۰.۳٪	۳.۵٪	۱۳.۸٪
۲۹-۲۷ ساله	۴۲۰	۲۳۱	۶۵۱
	۷.۶٪	۴.۲٪	۱۱.۸٪
کل	۴۳۶۴	۱۱۶۷	۵۵۳۱
	۷۸.۹٪	۲۱.۱٪	۱۰۰.۰٪

#### ۴۷- سن و نام مجله مورد مطالعه

بر اساس داده های جدول شماره ۱۱۱، اکثر پاسخگویان ۱۷ تا ۱۵ ساله به ترتیب مجلات خانواده سبز، روزهای زندگی و خانواده را مطالعه می کنند (به ترتیب ۱۳,۹ درصد ۵,۴ درصد ۳,۲ درصد).، اکثر پاسخگویان ۲۰ تا ۱۸ ساله به ترتیب مجلات خانواده سبز، خانواده و روزهای زندگی را مطالعه می کنند (به ترتیب ۱۱,۸ درصد ۴,۵ درصد ۴,۴ درصد).، اکثر پاسخگویان ۲۱ تا ۲۳ ساله به ترتیب مجلات خانواده سبز، خانواده و روزهای زندگی را مطالعه می کنند (به ترتیب ۷,۹ درصد ۷,۸ درصد ۴ درصد).، اکثر پاسخگویان ۲۴ تا ۲۶ ساله به ترتیب مجلات خانواده سبز، روزهای زندگی و خانواده را مطالعه می کنند (به

ترتیب ۴,۵ درصد ۱,۸ درصد ۱,۴ درصد).، اکثر پاسخگویان ۲۷ تا ۲۹ ساله به ترتیب مجلات خانواده سبز، خانواده و روزهای زندگی را مطالعه می کنند (به ترتیب ۲,۶ درصد ۱,۶ درصد ۱ درصد).

**جدول شماره ۱۱۱ توزیع فراوانی داده ها بر حسب سن و نام مجله مورد مطالعه**

نام مجله سن	روزهای زندگی	خانواده سبز	خانواده	راه زندگی	چلچراغ	زن روز	سایر	کل
۱۷-۱۵ ساله	۱۹۹	۵۱۵	۱۱۷	۷۱	۱۱	۱۹	۱۰۰	۱۰۳۲
	۵,۴٪	۱۳,۹٪	۳,۲٪	۱,۹٪	۰,۳٪	۰,۵٪	۲,۷٪	۲۷,۹٪
۲۰-۱۸ ساله	۱۶۴	۴۳۵	۱۶۸	۴۱	۳۰	۱۰	۸۹	۹۳۷
	۴,۴٪	۱۱,۸٪	۴,۵٪	۱,۱٪	۰,۸٪	۰,۳٪	۲,۴٪	۲۵,۳٪
۲۳-۲۱ ساله	۱۴۸	۲۹۰	۲۹۲	۳۶	۳۱	۳۰	۱۴۷	۹۷۴
	۴,۰٪	۷,۸٪	۷,۹٪	۱,۰٪	۰,۸٪	۰,۸٪	۴,۰٪	۲۶,۳٪
۲۶-۲۴ ساله	۶۶	۱۶۷	۵۱	۱۲	۷	۲۶	۱۰۱	۴۳۰
	۱,۸٪	۴,۵٪	۱,۴٪	۰,۳٪	۰,۲٪	۰,۷٪	۲,۷٪	۱۱,۶٪
۲۹-۲۷ ساله	۳۶	۹۸	۵۸	۲۱	۲	۲۶	۸۶	۳۲۷
	۱,۰٪	۲,۶٪	۱,۶٪	۰,۶٪	۰,۱٪	۰,۷٪	۲,۳٪	۸,۸٪
کل	۶۱۳	۱۵۰۵	۶۸۶	۱۸۱	۸۲	۱۱۱	۵۲۳	۳۷۰۱
	۱۶,۶٪	۴۰,۷٪	۱۸,۵٪	۴,۹٪	۲,۲٪	۳,۰٪	۱۴,۱٪	۱۰۰,۰٪

#### ۴۸- سن و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات جوان

داده های جدول شماره ۱۱۲ حاکی از آنند که از کل پاسخگویان ۱۵ تا ۱۷ ساله ۱۳,۴ درصد مطبوعات با عنوان جوان را مطالعه نمی کنند. همچنین، از کل پاسخگویان ۱۸ تا ۲۰ ساله ۱۷,۲ درصد مطبوعات با عنوان جوان را مطالعه نمی کنند. از کل پاسخگویان ۲۱ تا ۲۳ ساله ۱۵,۸ درصد مطبوعات با عنوان جوان را مطالعه نمی کنند. از کل پاسخگویان ۲۴ تا ۲۶ ساله ۱۰,۱ درصد مطبوعات با عنوان جوان را مطالعه نمی کنند. از کل پاسخگویان ۲۷ تا ۲۹ ساله ۷,۱ درصد مطبوعات با عنوان جوان را مطالعه نمی کنند. با مقایسه داده ها مشخص می شود که ۲۱ تا ۲۳ ساله ها بیشترین میزان و ۲۷ تا ۲۹ ساله ها پایین ترین میزان مطالعه را دارا هستند.

جدول شماره ۱۱۲ توزیع فراوانی داده ها بر حسب سن و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات جوان

مطبوعات جوان سن	بلی	خیر	کل
۱۷-۱۵ ساله	۴۵۷	۶۶۹	۱۱۲۶
	۹.۱٪	۱۳.۴٪	۲۲.۵٪
۲۰-۱۸ ساله	۴۲۴	۸۶۱	۱۲۸۵
	۸.۵٪	۱۷.۲٪	۲۵.۷٪
۲۳-۲۱ ساله	۵۰۹	۷۸۷	۱۲۹۶
	۱۰.۳٪	۱۵.۸٪	۲۵.۹٪
۲۶-۲۴ ساله	۲۱۲	۵۰۲	۷۱۴
	۴.۲٪	۱۰.۱٪	۱۴.۳٪
۲۹-۲۷ ساله	۲۱۷	۳۵۶	۵۷۳
	۴.۳٪	۷.۱٪	۱۱.۵٪
کل	۱۸۱۹	۳۱۷۶	۴۹۹۵
	۳۶.۴٪	۶۳.۶٪	۱۰۰.۰٪

#### ۴۹- سن و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب با عنوان جوان

داده های جدول شماره ۱۱۳ حاکی از آنند که از کل پاسخگویان ۱۵ تا ۱۷ ساله ۱۷,۴ درصد مطالب با عنوان جوان مطالعه می کنند. همچنین، از کل پاسخگویان ۱۸ تا ۲۰ ساله ۱۸.۵ درصد مطالب با عنوان جوان مطالعه می کنند. از کل پاسخگویان ۲۱ تا ۲۳ ساله ۲۲.۳ درصد مطالب با عنوان جوان مطالعه می کنند. از کل پاسخگویان ۲۴ تا ۲۶ ساله ۱۰.۷ درصد مطالب با عنوان جوان مطالعه می کنند. از کل پاسخگویان ۲۷ تا ۲۹ ساله ۸.۵ درصد مطالب با عنوان جوان مطالعه می کنند. با مقایسه داده ها مشخص می شود که ۲۱ تا ۲۳ ساله ها بیشترین میزان و ۲۷ تا ۲۹ ساله ها پایین ترین میزان مطالعه مطالب با عنوان جوان را دارا هستند.

**جدول شماره ۱۱۳ توزیع فراوانی داده ها بر حسب سن و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب با عنوان جوان**

مطالب با عنوان جوان سن	بلی	خیر	کل
۱۷-۱۵ ساله	۹۳۰	۲۸۷	۱۲۱۷
	۱۷.۴٪	۵.۴٪	۲۲.۸٪
۲۰-۱۸ ساله	۹۸۶	۳۳۷	۱۳۲۳
	۱۸.۵٪	۶.۳٪	۲۴.۸٪
۲۳-۲۱ ساله	۱۱۸۹	۲۳۱	۱۴۲۰
	۲۲.۳٪	۴.۳٪	۲۶.۶٪
۲۶-۲۴ ساله	۵۷۰	۱۴۶	۷۱۶
	۱۰.۷٪	۲.۷٪	۱۳.۴٪
۲۹-۲۷ ساله	۴۵۴	۲۰۲	۶۵۶
	۸.۵٪	۳.۸٪	۱۲.۳٪
کل	۴۱۲۹	۱۲۰۳	۵۳۳۲
	۷۷.۴٪	۲۲.۶٪	۱۰۰.۰٪

**۵۰- سن و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات جوان**

جدول شماره ۱۱۴ حاوی داده های مربوط به سن و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات جوان است. بر اساس داده ها، از کل پاسخگویان ۱۵ تا ۱۷ ساله ۱۸.۸ درصد مطبوعات جوان مطالعه مطالعه می کنند. همچنین، از کل پاسخگویان ۱۸ تا ۲۰ ساله ۱۸.۶ درصد مطبوعات جوان مطالعه می کنند. از کل پاسخگویان ۲۱ تا ۲۳ ساله ۲۱.۸ درصد مطبوعات جوان مطالعه می کنند. از کل پاسخگویان ۲۴ تا ۲۶ ساله ۱۰.۱ درصد مطالعه مطالعه می کنند. از کل پاسخگویان ۲۷ تا ۲۹ ساله ۸ درصد مطبوعات جوان مطالعه می کنند. با مقایسه داده ها مشخص می شود که ۲۱ تا ۲۳ ساله ها بیشترین میزان مطبوعات و ۲۷ تا ۲۹ ساله ها پایین ترین میزان مطالعه مطبوعات جوان را دارا هستند.

جدول شماره ۱۱۴ توزیع فراوانی داده ها بر حسب سن و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات جوان

مطالعه مطبوعات جوان سن	بلی	خیر	کل
۱۷-۱۵ ساله	۹۶۰	۲۱۵	۱۱۷۵
	۱۸.۸٪	۴.۲٪	۲۳.۰٪
۲۰-۱۸ ساله	۹۵۲	۳۰۰	۱۲۵۲
	۱۸.۶٪	۵.۹٪	۲۴.۵٪
۲۳-۲۱ ساله	۱۱۱۷	۲۳۴	۱۳۵۱
	۲۱.۸٪	۴.۶٪	۲۶.۴٪
۲۶-۲۴ ساله	۵۱۸	۱۹۳	۷۱۱
	۱۰.۱٪	۳.۸٪	۱۳.۹٪
۲۹-۲۷ ساله	۴۰۸	۲۲۱	۶۲۹
	۸.۰٪	۴.۳٪	۱۲.۳٪
کل	۳۹۵۵	۱۱۶۳	۵۱۱۸
	۷۷.۳٪	۲۲.۷٪	۱۰۰.۰٪

#### ۵۱- سن و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات الکترونیکی

آمارهای مندرج در جدول شماره ۱۱۵ مربوط به مطالعه مطبوعات الکترونیکی است. بر اساس داده ها، از کل پاسخگویان ۱۵ تا ۱۷ ساله ۸.۲۰ درصد مطبوعات الکترونیکی را مطالعه نمی کنند. همچنین، از کل پاسخگویان ۱۸ تا ۲۰ ساله ۴.۲۱ درصد مطبوعات الکترونیکی را مطالعه نمی کنند. از کل پاسخگویان ۲۱ تا ۲۳ ساله ۴.۲۱ درصد مطبوعات الکترونیکی را مطالعه نمی کنند. از کل پاسخگویان ۲۴ تا ۲۶ ساله ۳.۸۱ درصد مطبوعات الکترونیکی را مطالعه نمی کنند. از کل پاسخگویان ۲۷ تا ۲۹ ساله ۳.۱۰ درصد مطبوعات الکترونیکی را مطالعه نمی کنند. با مقایسه داده ها مشخص می شود که ۲۱ تا ۲۳ ساله ها بیشترین میزان و ۲۷ تا ۲۹ ساله ها پایین ترین میزان مطالعه را دارا هستند.

جدول شماره ۱۱۵ توزیع فراوانی داده ها بر حسب سن و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات الکترونیکی

مطبوعات الکترونیکی سن	بلی	خیر	کل
۱۷-۱۵ ساله	۱۴۵	۱۰۲۲	۱۱۶۷
	۲.۹٪	۲۰.۸٪	۲۳.۶٪
۲۰-۱۸ ساله	۱۵۳	۱۰۶۱	۱۲۱۴
	۳.۱٪	۲۱.۴٪	۲۴.۵٪
۲۳-۲۱ ساله	۲۲۸	۱۰۵۷	۱۲۸۵
	۴.۶٪	۲۱.۴٪	۲۶.۰٪
۲۶-۲۴ ساله	۱۳۰	۵۵۶	۶۸۶
	۲.۶٪	۱۱.۲٪	۱۳.۹٪
۲۹-۲۷ ساله	۹۸	۴۹۹	۵۹۷
	۲.۰٪	۱۰.۱٪	۱۲.۱٪
کل	۷۵۴	۴۱۹۶	۴۹۵۰
	۱۵.۲٪	۸۴.۸٪	۱۰۰.۰٪

## ۵۲- سن و دلیل مطالعه مطبوعات

بر اساس داده های جدول شماره ۱۱۷، اکثر پاسخگویان ۱۷ تا ۱۵ ساله دلیل مطالعه مطبوعات را به ترتیب علاقه شخصی، نیاز شغلی و تأکید والدین ذکر کرده اند. اکثر پاسخگویان ۱۸ تا ۲۰ ساله دلیل مطالعه مطبوعات را به ترتیب علاقه شخصی، نیاز شغلی و تأکید والدین ذکر کرده اند. اکثر پاسخگویان ۲۱ تا ۲۳ ساله دلیل مطالعه مطبوعات را به ترتیب علاقه شخصی، نیاز شغلی و تأکید والدین ذکر کرده اند. اکثر پاسخگویان ۲۴ تا ۲۶ ساله دلیل مطالعه مطبوعات را به ترتیب علاقه شخصی، نیاز شغلی و تأکید والدین ذکر کرده اند. اکثر پاسخگویان ۲۷ تا ۲۹ ساله دلیل مطالعه مطبوعات را به ترتیب علاقه شخصی، نیاز شغلی و تأکید والدین ذکر کرده اند.



جدول شماره ۱۱۷ توزیع فراوانی داده ها بر حسب سن و دلیل مطالعه

دلیل مطالعه سن	علاقه شخصی	نیاز شغلی	تأکید والدین	تأکید معلمان	سایر	کل
۱۵-۱۷ ساله	۱۰۲۴	۴۷	۲۵	۲۰	۱۹	۱۱۳۵
	۲۱.۴٪	۱.۰٪	۰.۵٪	۰.۴٪	۰.۴٪	۲۳.۷٪
۱۸-۲۰ ساله	۱۰۳۸	۳۳	۲۹	۲۱	۲۵	۱۱۴۶
	۲۱.۷٪	۰.۷٪	۰.۶٪	۰.۴٪	۰.۵٪	۲۴.۰٪
۲۱-۲۳ ساله	۱۱۷۳	۴۷	۲۱	۱۴	۴۹	۱۳۰۴
	۲۴.۵٪	۱.۰٪	۰.۴٪	۰.۳٪	۱.۰٪	۲۷.۳٪
۲۴-۲۶ ساله	۵۵۷	۳۲	۱۰	۱	۲۲	۶۲۲
	۱۱.۶٪	۰.۷٪	۰.۲٪	۰.۰٪	۰.۵٪	۱۳.۰٪
۲۷-۲۹ ساله	۵۰۲	۳۷	۲	۸	۲۵	۵۷۴
	۱۰.۵٪	۰.۸٪	۰.۰٪	۰.۲٪	۰.۵٪	۱۲.۰٪
کل	۴۲۹۵	۱۹۶	۸۷	۶۴	۱۴۰	۴۷۸۲
	۸۹.۸٪	۴.۱٪	۱.۸٪	۱.۳٪	۲.۹٪	۱۰۰.۰٪

### ۵۳- جنس و مطالعه روزنامه

داده های مربوط به دو متغیر جنس و مطالعه روزنامه در جدول شماره ۱۱۸ آمده اند. بر اساس آمارها از کل زنان مورد مطالعه که نیمی از جمعیت مورد مطالعه را تشکیل می دهند ۴۲,۱٪ روزنامه مطالعه می کنند در حالی که از کل مردان مورد مطالعه ۴۲,۹٪ از این رسانه جمعی استفاده می نمایند.

جدول شماره ۱۱۸ توزیع فراوانی داده ها بر حسب جنس و مطالعه روزنامه

مطالعه جنس	بلی	خیر	کل
زن	۲۲۶۶	۴۱۵	۲۶۸۱
	۴۲.۱٪	۷.۷٪	۴۹.۸٪
مرد	۲۳۰۸	۳۹۴	۲۷۰۲
	۴۲.۹٪	۷.۳٪	۵۰.۲٪
کل	۴۵۷۴	۸۰۹	۵۳۸۳
	۸۵.۰٪	۱۵.۰٪	۱۰۰.۰٪

#### ۵۴- جنس و میزان مطالعه روزنامه

داده‌های مربوط به دو متغیر جنس و میزان مطالعه روزنامه در جدول شماره ۱۱۸ آمده‌اند. بر اساس آمارها از کل زنان مورد مطالعه که نیمی از جمعیت مورد مطالعه را تشکیل می‌دهند ۱۹,۳٪ هفتگی روزنامه مطالعه می‌کنند که این میزان بیشترین میزان است. از کل مردان مورد مطالعه ۲۴,۹٪ روزانه از این رسانه جمعی استفاده می‌نمایند که این میزان بیشترین میزان است.

جدول شماره ۱۱۹ توزیع فراوانی داده‌ها بر حسب جنس و میزان مطالعه روزنامه

میزان جنس	روزانه	هفتگی	ماهانه	کل
زن	۸۲۴	۸۵۲	۵۱۱	۲۱۸۷
	۱۸,۷٪	۱۹,۳٪	۱۱,۶٪	۴۹,۶٪
مرد	۱۰۹۷	۸۱۲	۳۱۳	۲۲۲۲
	۲۴,۹٪	۱۸,۴٪	۷,۱٪	۵۰,۴٪
کل	۱۹۲۱	۱۶۶۴	۸۲۴	۴۴۰۹
	۴۳,۶٪	۳۷,۷٪	۱۸,۷٪	۱۰۰,۰٪

#### ۵۵- جنس و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

داده‌های مربوط به دو متغیر جنس و میزان مطالعه مجله در جدول شماره ۱۲۰ آمده‌اند. بر اساس آمارها از کل زنان مورد مطالعه که نیمی از جمعیت مورد مطالعه را تشکیل می‌دهند ۴۳,۷٪ مجله مطالعه می‌کنند و از کل مردان مورد مطالعه ۳۵,۶٪ از این رسانه جمعی استفاده می‌نمایند.

جدول شماره ۱۲۰ توزیع فراوانی داده‌ها بر حسب جنس و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

مطالعه مجله جنس	بلی	خیر	کل
زن	۲۲۱۸	۳۵۶	۲۵۷۴
	۴۳,۷٪	۷,۰٪	۵۰,۷٪
مرد	۱۸۰۷	۶۹۶	۲۵۰۳
	۳۵,۶٪	۱۳,۷٪	۴۹,۳٪
کل	۴۰۲۵	۱۰۵۲	۵۰۷۷
	۷۹,۳٪	۲۰,۷٪	۱۰۰,۰٪

## ۵۶- جنس و نام مجله مورد مطالعه

داده‌های مربوط به دو متغیر جنس و نام مجله مورد مطالعه در جدول شماره ۱۲۱ آمده است. بر اساس آمارها از کل زنان مورد مطالعه که نیمی از جمعیت مورد مطالعه را تشکیل می‌دهند ۲۴,۹٪ مجله خانواده سبز، ۱۱,۷٪ روزهای زندگی و ۹,۴٪ مجله خانواده را مطالعه می‌کنند. از کل مردان مورد مطالعه ۱۵,۸٪ مجله خانواده سبز ۸,۶٪ خانواده و ۵,۱٪ مجله روزهای زندگی را می‌خوانند.

جدول شماره ۱۲۱ توزیع فراوانی داده‌ها بر حسب جنس و نام مجله مورد مطالعه

نام مجله جنس	روزهای زندگی	خانواده سبز	خانواده	راه زندگی	چلچراغ	زن روز	سایر	کل
زن	۴۰۳	۸۵۷	۳۲۲	۱۰۷	۴۴	۵۲	۱۹۳	۱۹۷۸
	۱۱.۷٪	۲۴.۹٪	۹.۴٪	۳.۱٪	۱.۳٪	۱.۵٪	۵.۶٪	۵۷.۵٪
مرد	۱۷۷	۵۴۳	۲۹۶	۶۶	۴۶	۵۴	۲۷۸	۱۴۶۰
	۵.۱٪	۱۵.۸٪	۸.۶٪	۱.۹٪	۱.۳٪	۱.۶٪	۸.۱٪	۴۲.۵٪
کل	۵۸۰	۱۴۰۰	۶۱۸	۱۷۳	۹۰	۱۰۶	۴۷۱	۳۴۳۸
	۱۶.۹٪	۴۰.۷٪	۱۸.۰٪	۵.۰٪	۲.۶٪	۳.۱٪	۱۳.۷٪	۱۰۰.۰٪

## ۵۷- جنس و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات جوان

داده‌های مربوط به دو متغیر جنس و میزان مطالعه مطبوعات با عنوان جوان در جدول شماره ۱۲۲ آمده‌اند. بر اساس آمارها از کل زنان مورد مطالعه که نیمی از جمعیت مورد مطالعه را تشکیل می‌دهند ۱۹,۵٪ مطبوعات با عنوان جوان را مطالعه می‌کنند و از کل مردان مورد مطالعه ۱۷,۳٪ از این رسانه جمعی استفاده می‌نمایند.

**جدول شماره ۱۲۲ توزیع فراوانی داده ها بر حسب جنس و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات جوان**

مطالعه مطبوعات جوان جنس	بلی	خیر	کل
زن	۶۸۹	۱۳۸۷	۲۲۸۳
	۱۹.۵٪	۳۰.۲٪	۴۹.۷٪
مرد	۷۹۵	۱۵۱۵	۲۳۱۰
	۱۷.۳٪	۳۳.۰٪	۵۰.۳٪
کل	۱۶۹۱	۲۹۰۲	۴۵۹۳
	۳۶.۸٪	۶۳.۲٪	۱۰۰.۰٪

#### ۵۸- جنس و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در روزنامه ها

داده های مربوط به دو متغیر جنس و مطالعه مطالب مربوط به جوانان در روزنامه ها در جدول شماره ۱۲۳ آمده اند. بر اساس آمارها از کل زنان مورد مطالعه که نیمی از جمعیت مورد مطالعه را تشکیل می دهند ۴۰٪ مطالب مربوط به جوانان را مطالعه می کنند و از کل مردان مورد مطالعه ۳۸٪ مطالب مربوط به جوانان را مطالعه می نمایند.

**جدول شماره ۱۲۳ توزیع فراوانی داده ها بر حسب جنس و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب جوان**

مطالعه مطالب جوانان در روزنامه ها جنس	بلی	خیر	کل
زن	۱۹۶۰	۵۰۱	۲۴۶۱
	۴۰.۰٪	۱۰.۲٪	۵۰.۲٪
مرد	۱۸۶۲	۵۷۶	۲۴۳۸
	۳۸.۰٪	۱۱.۸٪	۴۹.۸٪
کل	۳۸۲۲	۱۰۷۷	۴۸۹۹
	۷۸.۰٪	۲۲.۰٪	۱۰۰.۰٪

### ۵۹- جنس و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در مجلات

داده‌های مربوط به دو متغیر جنس و مطالعه مطالب مربوط به جوانان در مجلات در جدول شماره ۱۲۴ آمده اند. بر اساس آمارها از کل زنان مورد مطالعه که نیمی از جمعیت مورد مطالعه را تشکیل می‌دهند ۴۲٫۵٪ مطالب مربوط به جوانان را مطالعه می‌کنند و از کل مردان مورد مطالعه ۳۵٪ مطالب مربوط به جوانان در مجلات را مطالعه می‌نمایند.

جدول شماره ۱۲۴ توزیع فراوانی داده‌ها بر حسب جنس و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در مجلات

مطالعه مطالب مربوط به جوانان در مجلات جنس	بلی	خیر	کل
زن	۱۹۸۸	۴۱۱	۲۳۹۹
	۴۲٫۵٪	۸٫۸٪	۵۱٫۳٪
مرد	۱۶۳۹	۶۳۹	۲۲۷۸
	۳۵٫۰٪	۱۳٫۷٪	۴۸٫۷٪
کل	۳۶۲۷	۱۰۵۰	۴۶۷۷
	۷۷٫۵٪	۲۲٫۵٪	۱۰۰٫۰٪

### ۶۰- جنس و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات الکترونیکی

داده‌های مربوط به دو متغیر جنس و مطالعه مطبوعات الکترونیکی در جدول شماره ۱۲۵ آمده است. بر اساس آمارها از کل زنان مورد مطالعه که نیمی از جمعیت مورد مطالعه را تشکیل می‌دهند ۶٪ مطبوعات الکترونیکی را مطالعه می‌کنند و از کل مردان مورد مطالعه ۹٫۴٪ مطبوعات الکترونیکی را مطالعه می‌نمایند.

جدول شماره ۱۲۵ توزیع فراوانی داده‌ها بر حسب جنس و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات الکترونیکی

مطبوعات الکترونیکی جنس	بلی	خیر	کل
زن	۲۷۱	۲۰۱۶	۲۲۸۷
	۶٫۰٪	۴۴٫۳٪	۵۰٫۳٪
مرد	۴۲۶	۱۸۳۶	۲۲۶۲
	۹٫۴٪	۴۰٫۴٪	۴۹٫۷٪
کل	۶۹۷	۳۸۵۲	۴۵۴۹
	۱۵٫۳٪	۸۴٫۷٪	۱۰۰٫۰٪

## ۶۱- جنس و دلیل مطالعه

داده های مربوط به دلیل مطالعه مطبوعات بر حسب جنس در جدول شماره ۱۲۷ مندرج شده اند. بر اساس داده ها از کل زنان مورد مطالعه ۴۶,۷٪ علت مطالعه خود را علاقه شخصی و ۱,۱٪ نیاز شغلی و ۰,۸٪ تأکید والدین ذکر کرده اند. از کل مردان مورد مطالعه ۴۳,۷٪ علت مطالعه خود را علاقه شخصی و ۲,۹٪ نیاز شغلی و ۰,۵٪ تأکید والدین ذکر کرده اند.

جدول شماره ۱۲۷ توزیع فراوانی داده ها بر حسب جنس و دلیل مطالعه

دلیل مطالعه جنس	علاقه شخصی	نیاز شغلی	تأکید والدین	تأکید معلمان	سایر	کل
زن	۲۰۶۴	۴۸	۳۶	۳۳	۳۹	۲۲۲۰
	۴۶,۷٪	۱,۱٪	۰,۸٪	۰,۷٪	۰,۹٪	۵۰,۳٪
مرد	۱۹۲۸	۱۲۹	۲۳	۲۲	۹۴	۲۱۹۶
	۴۳,۷٪	۲,۹٪	۰,۵٪	۰,۵٪	۲,۱٪	۴۹,۷٪
کل	۳۹۹۲	۱۷۷	۵۹	۵۵	۱۳۳	۴۴۱۶
	۹۰,۴٪	۴,۰٪	۱,۳٪	۱,۲٪	۳,۰٪	۱۰۰,۰٪

## ۶۲- رشته تحصیلی و مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه

جدول شماره ۱۲۸ حاوی داده های مربوط به رشته تحصیلی و مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه است. بر اساس داده های این جدول، از کل پاسخگویان دارای رشته تحصیلی علوم انسانی ۱،۴۷٪ روزنامه مطالعه می کنند، در حالی که ۸،۹٪ از کسانی در علوم پایه درس می خوانند روزنامه مطالعه می کنند. رشته های فنی و مهندسی با ۱۲،۸٪ در مرتبه دوم جای گرفته اند. شاعلین به تحصیل در رشته های کشاورزی با ۷،۵٪ در مرتبه چهارم واقع شده اند. بنابر این به ترتیب رشته علم انسانی بیشترین خواننده روزنامه و رشته هنر کمترین خواننده را دارا هستند.

جدول شماره ۱۲۸ توزیع فراوانی داده ها بر حسب رشته تحصیلی و مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه

مطالعه رشته تحصیلی	بلی	خیر	کل
علوم انسانی	۱۴۶۹	۲۶۲	۱۷۳۱
	۴۷.۱٪	۸.۴٪	۵۵.۶٪
علوم پایه	۲۷۸	۱۰۷	۳۸۵
	۸.۹٪	۳.۴٪	۱۲.۴٪
فنی و مهندسی	۳۹۸	۴۰	۴۳۸
	۱۲.۸٪	۱.۳٪	۱۴.۱٪
کشاورزی	۲۳۵	۳۱	۲۶۶
	۷.۵٪	۱.۰٪	۸.۵٪
پزشکی	۱۶۵	۲۰	۱۸۵
	۵.۳٪	.۶٪	۵.۹٪
هنر	۸۴	۱۹	۱۰۳
	۲.۷٪	.۶٪	۳.۳٪
حوزه		۷	۷
		.۲٪	.۲٪
کل	۲۶۳۰	۴۸۶	۳۱۱۶
	۸۴.۴٪	۱۵.۶٪	۱۰۰.۰٪

### ۶۳- رشته تحصیلی و میزان مطالعه روزنامه

بر اساس آمارهای جدول شماره ۱۲۹ که داده های مربوط به میزان مطالعه روزنامه را بر حسب رشته تحصیلی داراست، دانشجویان رشته های علوم انسانی بالاترین میزان مطالعه روزنامه را دارا هستند. این دانشجویان به ترتیب ۲۴٫۸٪ مطالعه هفتگی، ۲۱٫۸٪ مطالعه روزانه و ۸٫۴٪ مطالعه ماهانه دارند. دانشجویان علوم پایه به ترتیب ۵٫۷٪ مطالعه روزانه و ۵٫۳٪ مطالعه هفتگی دارند. دانشجویان فنی و مهندسی ۷٫۱٪ مطالعه روزانه، ۵٫۸٪ مطالعه هفتگی و ۱٫۶٪ مطالعه ماهانه دارند. پایین ترین میزان مربوط به گروه هنر است.

جدول شماره ۱۲۹ توزیع فراوانی داده ها بر حسب رشته تحصیلی و میزان مطالعه روزنامه

میزان مطالعه روزنامه رشته تحصیلی	روزانه	هفتگی	ماهانه	کل
علوم انسانی	۵۵۶	۶۳۴	۲۱۴	۱۴۰۴
	۲۱٫۸٪	۲۴٫۸٪	۸٫۴٪	۵۵٫۰٪
علوم پایه	۱۴۵	۱۳۵	۵۵	۳۳۵
	۵٫۷٪	۵٫۳٪	۲٫۲٪	۱۳٫۱٪
فنی و مهندسی	۱۸۰	۱۴۸	۴۱	۳۶۹
	۷٫۱٪	۵٫۸٪	۱٫۶٪	۱۴٫۵٪
کشاورزی	۱۱۶	۸۲	۲۴	۲۲۲
	۴٫۵٪	۳٫۲٪	۰٫۹٪	۸٫۷٪
پزشکی	۶۷	۶۱	۱۵	۱۴۳
	۲٫۶٪	۲٫۴٪	۰٫۶٪	۵٫۶٪
هنر	۲۹	۳۹	۱۱	۷۹
	۱٫۱٪	۱٫۵٪	۰٫۴٪	۳٫۱٪
حوزه		۱		۱
		۰٪		۰٪
کل	۱۰۹۳	۱۱۰۰	۳۶۰	۲۵۵۳
	۴۲٫۸٪	۴۳٫۱٪	۱۴٫۱٪	۱۰۰٫۰٪



### ۶۳- رشته تحصیلی و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

داده های جدول شماره ۱۳۰ نشان می دهند که دانشجویان رشته های علوم انسانی بیش از سایر رشته ها مجله مطالعه می کنند. از کل پاسخگویان ۴۲,۵٪ در رشته های علوم انسانی اظهار کرده اند که مجله مطالعه می کنند. این در حالیست که در رشته های ، علوم پایه ۸,۹٪، در رشته های فنی و مهندسی ۱۰,۴٪، کشاورزی ۶,۸٪، پزشکی ۴٪ و هنر ۲,۷٪ مجله مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۳۰ توزیع فراوانی داده ها بر حسب رشته تحصیلی و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

مطالعه مجله رشته تحصیلی	بلی	خیر	کل
علوم انسانی	۱۳۰۴	۳۳۱	۱۶۳۵
	۴۵.۲٪	۱۱.۵٪	۵۶.۷٪
علوم پایه	۲۵۷	۸۶	۳۴۳
	۸.۹٪	۳.۰٪	۱۱.۹٪
فنی و مهندسی	۳۰۰	۸۴	۳۸۴
	۱۰.۴٪	۲.۹٪	۱۳.۳٪
کشاورزی	۱۹۷	۵۲	۲۴۹
	۶.۸٪	۱.۸٪	۸.۶٪
پزشکی	۱۱۵	۵۰	۱۶۵
	۴.۰٪	۱.۷٪	۵.۷٪
هنر	۷۸	۲۲	۱۰۰
	۲.۷٪	۰.۸٪	۳.۵٪
حوزه	۷		۷
	۰.۲٪		۰.۲٪
۲۱.۰۰	۱		۱
	۰.۰٪		۰.۰٪
کل	۲۲۵۹	۶۲۵	۲۸۸۴
	۷۸.۳٪	۲۱.۷٪	۱۰۰.۰٪

## ۶۴- رشته تحصیلی و نام مجله

آمارهای جدول شماره ۱۳۱ نشان می دهند که سه مجله خانواده سبز ، روزهای زندگی و خانواده بیشترین طرفدار را داراست. دانشجویان رشته های علوم انسانی با بیشترین خواننده این مجلات به ترتیب مجلات خانواده سبز با ۱۹٪ ، خانواده با ۱۴٫۹٪ و روزهای زندگی با ۸٫۷٪ را مطالعه می کنند. دانشجویان رشته های علوم پایه به ترتیب مجلات خانواده سبز ، روزهای زندگی و خانواده را مطالعه می کنند که در مرتبه دوم جای گرفته اند. رشته های فنی و مهندسی نیز به ترتیب مجلات خانواده ، خانواده سبز و روزهای زندگی را می خوانند. پایین ترین میزان مربوط به رشته هنر است که به ترتیب مجلات خانواده سبز ، خانواده و روزهای زندگی را مطالعه می کنند. مجله خانواده سبز در بین اکثر رشته ها بالاترین طرفداران را داراست (۳۲٫۲٪).

جدول شماره ۱۳۱ توزیع فراوانی داده ها بر حسب رشته تحصیلی و نام مجله

نام مجله رشته تحصیلی	روزهای زندگی	خانواده سبز	خانواده	راه زندگی	چلچراغ	زن روز	سایر	کل
علوم انسانی	۱۵۳	۳۳۵	۲۶۴	۴۱	۲۲	۵۲	۱۲۹	۹۹۶
	۸٫۷٪	۱۹٫۰٪	۱۴٫۹٪	۲٫۳٪	۱٫۳٪	۲٫۹٪	۷٫۳٪	۵۶٫۴٪
علوم پایه	۵۶	۶۴	۴۲	۳	۲۴	۴	۲۴	۲۱۷
	۳٫۲٪	۳٫۶٪	۲٫۴٪	۰٫۲٪	۱٫۴٪	۰٫۳٪	۱٫۴٪	۱۲٫۳٪
فنی و مهندسی	۱۱	۵۸	۶۱	۶	۱۷	۱۱	۶۷	۲۳۱
	۰٫۶٪	۳٫۳٪	۳٫۵٪	۰٫۳٪	۱٫۰٪	۰٫۶٪	۳٫۸٪	۱۳٫۱٪
کشاورزی	۱۷	۶۴	۲۹	۶		۱۱	۳۰	۱۵۷
	۱٫۰٪	۳٫۶٪	۱٫۶٪	۰٫۳٪		۰٫۶٪	۱٫۷٪	۸٫۹٪
پزشکی	۱۱	۲۳	۳۲	۲	۵	۴	۸	۸۵
	۰٫۶٪	۱٫۳٪	۱٫۸٪	۰٫۱٪	۰٫۳٪	۰٫۲٪	۰٫۵٪	۴٫۸٪
هنر	۱۴	۲۵	۲۰	۲	۱	۳	۸	۷۳
	۰٫۸٪	۱٫۴٪	۱٫۱٪	۰٫۱٪	۰٫۱٪	۰٫۳٪	۰٫۵٪	۴٫۱٪
حوزه			۷					۷
			۰٫۴٪					۰٫۴٪
کل	۲۶۲	۵۶۹	۴۵۵	۶۰	۶۹	۸۶	۲۶۶	۱۷۶۷
	۱۴٫۸٪	۳۲٫۲٪	۲۵٫۷٪	۳٫۴٪	۳٫۹٪	۴٫۹٪	۱۵٫۱٪	۱۰۰٫۰٪

## ۶۵- رشته تحصیلی و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات با عنوان جوان

جدول شماره ۱۳۲ حاوی فراوانی داده ها بر حسب رشته تحصیلی و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات با عنوان جوان است. بر اساس این آمارها در تمامی رشته های مورد بررسی اکثر پاسخگویان اظهار کرده اند که این مطبوعات را مطالعه نمی کنند. با این حال بیشترین میزان مطالعه مربوط به دانشجویان رشته های علوم انسانی است که ۱۵٫۸٪ اظهار کرده اند که این مطبوعات را مطالعه می کنند. کمترین میزان مربوط به دانشجویان رشته هنر است.

### جدول شماره ۱۳۲ توزیع فراوانی داده ها بر حسب رشته تحصیلی و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات با عنوان جوان

مطبوعات با عنوان جوان رشته تحصیلی	بلی	خیر	کل
علوم انسانی	۴۶۹	۹۸۹	۱۴۵۸
	۱۸٫۵٪	۳۹٫۰٪	۵۷٫۴٪
علوم پایه	۸۰	۱۸۶	۲۶۶
	۳٫۲٪	۷٫۳٪	۱۰٫۵٪
فنی و مهندسی	۱۴۸	۲۱۹	۳۶۷
	۵٫۸٪	۸٫۶٪	۱۴٫۵٪
کشاورزی	۶۴	۱۴۳	۲۰۷
	۲٫۵٪	۵٫۶٪	۸٫۲٪
پزشکی	۴۷	۱۰۰	۱۴۷
	۱٫۹٪	۳٫۹٪	۵٫۸٪
هنر	۲۸	۶۴	۹۲
	۱٫۱٪	۲٫۵٪	۳٫۶٪
کل	۸۳۶	۱۷۰۲	۲۵۳۸
	۳۲٫۹٪	۶۷٫۱٪	۱۰۰٫۰٪

## ۶۶- رشته تحصیلی و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در روزنامه ها

جدول شماره ۱۳۳ حاوی یع فراوانی داده ها بر حسب رشته تحصیلی و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در روزنامه ها است. بر اساس این داده ها دانشجویان رشته های علوم انسانی بیشترین طرفداران مطالعه این مطالب هستند. ۴۸,۴٪ از کل دانشجویان که در رشته های علوم انسانی درس می خوانند این مطالب را مطالعه می کنند. دانشجویان فنی و مهندسی به این لحاظ در مرتبه دوم قرار دارند (۱۱,۶٪) و دانشجویان رشته های علوم پایه در مرتبه سوم هستند (۸٪).

جدول شماره ۱۳۳ توزیع فراوانی داده ها بر حسب رشته تحصیلی و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در روزنامه ها

مطالعه مطلب جوان رشته تحصیلی	بلی	خیر	کل
علوم انسانی	۱۳۳۱	۲۶۰	۱۵۹۱
	۴۸,۴٪	۹,۴٪	۵۷,۸٪
علوم پایه	۲۲۱	۷۶	۲۹۷
	۸,۰٪	۲,۸٪	۱۰,۸٪
فنی و مهندسی	۳۱۸	۵۸	۳۷۶
	۱۱,۶٪	۲,۱٪	۱۳,۷٪
کشاورزی	۱۸۲	۶۱	۲۴۳
	۶,۶٪	۲,۲٪	۸,۸٪
پزشکی	۱۱۳	۳۳	۱۴۶
	۴,۱٪	۱,۲٪	۵,۳٪
هنر	۷۲	۲۶	۹۸
	۲,۶٪	۰,۹٪	۳,۶٪
کل	۲۲۳۸	۵۱۴	۲۷۵۲
	۸۱,۳٪	۱۸,۷٪	۱۰۰,۰٪

## ۶۶- رشته تحصیلی و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات

جدول شماره ۱۳۴ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب رشته تحصیلی و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات الکترونیکی است. بر اساس این داده ها دانشجویان رشته های علوم انسانی بیشترین طرفداران مطالعه این مطبوعات هستند. ۹,۷٪ از کل دانشجویان که در رشته های علوم انسانی درس می خوانند این مطبوعات را مطالعه می کنند. دانشجویان فنی و مهندسی به این لحاظ در مرتبه دوم قرار دارند ( ۴,۲٪) و دانشجویان رشته های علوم پایه در مرتبه سوم هستند ( ۲,۱٪).

جدول شماره ۱۳۴ توزیع فراوانی داده ها بر حسب رشته تحصیلی و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات الکترونیکی

مطالعه مطبوعات الکترونیکی رشته تحصیلی	بلی	خیر	کل
علوم انسانی	۲۴۱	۱۱۷۱	۱۴۱۲
	۹.۷٪	۴۷.۴٪	۵۷.۱٪
علوم پایه	۵۱	۲۰۷	۲۵۸
	۲.۱٪	۸.۴٪	۱۰.۴٪
فنی و مهندسی	۱۰۳	۲۴۸	۳۵۱
	۴.۳٪	۱۰.۰٪	۱۴.۳٪
کشاورزی	۲۷	۱۹۴	۲۲۱
	۱.۱٪	۷.۸٪	۸.۹٪
پزشکی	۱۹	۱۱۹	۱۳۸
	۰.۸٪	۴.۸٪	۵.۶٪
هنر	۹	۷۵	۸۴
	۰.۴٪	۳.۰٪	۳.۴٪
حوزه		۷	۷
		۰.۳٪	۰.۳٪
۲۱.۰۰		۱	۱
		۰.۰٪	۰.۰٪
کل	۴۵۰	۲۰۲۲	۲۴۷۲
	۱۸.۲٪	۸۱.۸٪	۱۰۰.۰٪

## ۶۷- رشته تحصیلی و دلیل مطالعه مطبوعات

جدول شماره ۱۳۶ در بر گیرنده توزیع فراوانی داده ها بر حسب رشته تحصیلی و دلیل مطالعه مطبوعات است. بر اساس داده ها به جز رشته کشاورزی سایر رشته ها دلیل مطالعه مطبوعات را در وهله اول علاقه شخصی، در وهله دوم نیاز شغلی و در وهله سوم تأکید والدین ذکر کرده اند. این درحالیست که دانشجویان رشته کشاورزی به ترتیب علاقه شخصی، تأکید والدین و نیاز شغلی را مطرح کرده اند.

جدول شماره ۱۳۶ توزیع فراوانی داده ها بر حسب رشته تحصیلی و دلیل مطالعه

دلیل مطالعه رشته تحصیلی	علاقه شخصی	نیاز شغلی	تأکید والدین	تأکید معلمان	سایر	کل
علوم انسانی	۱۲۷۲	۴۵	۳۳	۸	۵۳	۱۴۱۱
	۵۰.۸٪	۱.۸٪	۱.۳٪	.۳٪	۲.۱٪	۵۶.۴٪
علوم پایه	۲۷۶	۱۶	۱۰	۶	۱۷	۳۲۵
	۱۱.۰٪	.۶٪	.۴٪	.۲٪	.۷٪	۱۳.۰٪
فنی و مهندسی	۲۷۹	۲۹	۷	۷	۵	۳۲۷
	۱۱.۱٪	۱.۲٪	.۳٪	.۳٪	.۲٪	۱۳.۱٪
کشاورزی	۲۰۱	۳	۱۱		۵	۲۲۰
	۸.۰٪	.۱٪	.۴٪		.۲٪	۸.۸٪
پزشکی	۱۱۸	۸	۶	۴	۱	۱۳۷
	۴.۷٪	.۳٪	.۲٪	.۲٪	.۰٪	۵.۵٪
هنر	۷۷		۱		۴	۸۲
	۳.۱٪		.۰٪		.۲٪	۳.۳٪
کل	۲۲۲۴	۱۰۱	۶۸	۲۵	۸۵	۲۵۰۳
	۸۸.۹٪	۴.۰٪	۲.۷٪	۱.۰٪	۳.۴٪	۱۰۰.۰٪

## ۶۸- اشتغال و مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه

جدول شماره ۱۳۷ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه است. از کل افراد شاغل که ۲۲,۵ درصد هستند ۱۹,۵ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. از کل افراد در حال تحصیل که ۶۷,۵ درصد هستند ۵۸,۸ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. از کل افراد بیکار جویای کار که ۸,۳ درصد هستند ۶,۳ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. از کل افراد خانه دار که ۱,۸ درصد هستند ۱,۴ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۳۷ توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه

مطالعه اشتغال	بلی	خیر	کل
شاغل	۱۱۱۵	۱۶۷	۱۲۸۲
	۱۹,۵٪	۲,۹٪	۲۲,۵٪
در حال تحصیل	۳۳۶۰	۴۹۴	۳۸۵۴
	۵۸,۸٪	۸,۷٪	۶۷,۵٪
بیکار جویای کار	۳۵۹	۱۱۳	۴۷۲
	۶,۳٪	۲,۰٪	۸,۳٪
خانه دار	۸۱	۲۱	۱۰۲
	۱,۴٪	,۴٪	۱,۸٪
کل	۴۹۱۵	۷۹۵	۵۷۱۰
	۸۶,۱٪	۱۳,۹٪	۱۰۰,۰٪

## ۶۹- اشتغال و میزان مطالعه روزنامه

جدول شماره ۱۳۸ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و میزان مطالعه روزنامه است. از کل افراد شاغل که ۲۳,۴ درصد هستند ۱۴,۹ درصد اظهار کرده اند که روزانه مطالعه می کنند. از کل افراد در حال تحصیل که ۶۷,۴ درصد هستند ۲۸,۶ درصد اظهار کرده اند که هفتگی مطالعه می کنند و ۲۳,۶٪ روزانه. از کل افراد بیکار جویای کار که ۷,۶ درصد هستند ۳,۴ درصد اظهار کرده اند که روزانه و ۲,۷٪ هفتگی مطالعه می کنند. از کل افراد خانه دار که ۱,۵ درصد هستند ۰,۶٪ که بیشترین میزان می باشد ، اظهار کرده اند که روزانه روزنامه مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۳۸ توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و میزان مطالعه روزنامه

میزان مطالعه اشتغال	روزانه	هفتگی	ماهانه	کل
شاغل	۷۰۰	۳۱۲	۸۷	۱۰۹۹
	۱۴.۹٪	۶.۷٪	۱.۹٪	۲۳.۴٪
در حال تحصیل	۱۱۰۶	۱۳۳۹	۷۱۷	۳۱۶۲
	۲۳.۶٪	۲۸.۶٪	۱۵.۳٪	۶۷.۴٪
بیکار جویای کار	۱۶۱	۱۲۸	۶۸	۳۵۷
	۳.۴٪	۲.۷٪	۱.۵٪	۷.۶٪
خانه دار	۳۰	۲۵	۱۵	۷۰
	۰.۶٪	۰.۵٪	۰.۳٪	۱.۵٪
کل	۱۹۹۷	۱۸۰۴	۸۸۷	۴۶۸۸
	۴۲.۶٪	۳۸.۵٪	۱۸.۹٪	۱۰۰.۰٪



## ۷۰- اشتغال و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

جدول شماره ۱۳۹ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و مطالعه یا عدم مطالعه مجله است. از کل افراد شاغل که ۲۱,۶ درصد به این سؤال پاسخ داده اند. ۱۳,۶ درصد اظهار کرده اند که مجله مطالعه می کنند. از کل افراد در حال تحصیل که ۶۸,۶ درصد به این سؤال پاسخ داده اند ۵۹,۴ درصد اظهار کرده اند که مجله مطالعه می کنند. از کل افراد بیکار جویای کار که ۸,۲ درصد به این سؤال پاسخ داده اند ۵,۸ درصد اظهار کرده اند که مجله مطالعه می کنند. از کل افراد خانه دار که ۱,۵ درصد به این سؤال پاسخ داده اند، ۷,۷ درصد اظهار کرده اند که مجله مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۳۹ توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

مطالعه مجله اشتغال	بلی	خیر	کل
شاغل	۷۳۱	۴۳۳	۱۱۶۴
	۱۳,۶٪	۸,۰٪	۲۱,۶٪
در حال تحصیل	۳۱۹۷	۴۹۷	۳۶۹۴
	۵۹,۴٪	۹,۲٪	۶۸,۶٪
بیکار جویای کار	۳۱۳	۱۲۸	۴۴۱
	۵,۸٪	۲,۴٪	۸,۲٪
خانه دار	۴۰	۴۳	۸۳
	۰,۷٪	۰,۸٪	۱,۵٪
کل	۴۲۸۱	۱۱۰۱	۵۳۸۲
	۷۹,۵٪	۲۰,۵٪	۱۰۰,۰٪

## ۷۱- اشتغال و نام مجله

جدول شماره ۱۴۰ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و نام مجله است. بر اسا داده ها مجله خانواده در بین شاغلین پر طرفدارترین مجله است در حالی که برای افراد در حال تحصیل مجله خانواده سبز بیشترین طرفداران را داراست. برای افراد بیکار جویای کار نیز مجله خانواده سبز از بیشترین طرفداران برخوردار است. برای خانه داران که تعداد آنان اندک است مجله خانواده سبز تنها مجله مورد مطالعه است.

جدول شماره ۱۴۰ توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و نام مجله

نام مجله اشتغال	روزهای زندگی	خانواده سبز	خانواده	راه زندگی	چلچراغ	زن روز	سایر	کل
شاغل	۲۸	۹۷	۱۱۷	۱۸	۳۴	۲۹	۱۹۷	۵۲۰
	۸٪	۲.۷٪	۳.۲٪	.۵٪	.۹٪	۸٪	۵.۴٪	۱۴.۲٪
در حال تحصیل	۵۳۶	۱۲۸۹	۴۸۳	۱۵۶	۵۴	۶۴	۲۶۹	۲۸۵۱
	۱۴.۷٪	۳۵.۳٪	۱۳.۲٪	۴.۳٪	۱.۵٪	۱.۸٪	۷.۴٪	۷۸.۰٪
بیکار جویای کار	۴۱	۸۸	۶۶		۱	۱۸	۲۹	۲۴۳
	۱.۱٪	۲.۴٪	۱.۸٪		.۰٪	.۵٪	.۸٪	۶.۷٪
خانه دار		۳۱					۹	۴۰
		.۸٪					.۲٪	۱.۱٪
کل	۶۰۵	۱۵۰۵	۶۶۶	۱۷۴	۸۹	۱۱۱	۵۰۴	۳۶۵۴
	۱۶.۶٪	۴۱.۲٪	۱۸.۲٪	۴.۸٪	۲.۴٪	۳.۰٪	۱۳.۸٪	۱۰۰.۰٪

## ۷۲- اشتغال و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات با عنوان جوان

جدول شماره ۱۴۱ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات با عنوان جوان است. از افراد شاغل تنها ۶,۹٪ اظهار کرده اند که این مطبوعات را مطالعه می کنند درحالی که ۲۵٪ از افراد درحال تحصیل به این سؤال پاسخ مثبت داده اند. از کل افراد بیکار جویای کار و خانه دار نیز به ترتیب ۳٪ و ۷٪ به سؤال در این رابطه پاسخ مثبت داده اند.

### جدول شماره ۱۴۱ توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات با عنوان جوان

مطالعه مطبوعات جوان اشتغال	بلی	خیر	کل
شاغل	۳۳۶	۷۲۳	۱۰۵۹
	۶.۹٪	۱۴.۸٪	۲۱.۷٪
در حال تحصیل	۱۲۱۸	۲۱۰۲	۳۳۲۰
	۲۵.۰٪	۴۳.۱٪	۶۸.۰٪
بیکار جویای کار	۱۴۵	۲۷۱	۴۱۶
	۳.۰٪	۵.۶٪	۸.۵٪
خانه دار	۳۶	۴۹	۸۵
	.۷٪	۱.۰٪	۱.۷٪
کل	۱۷۳۵	۳۱۴۵	۴۸۸۰
	۳۵.۶٪	۶۴.۴٪	۱۰۰.۰٪

### ۷۳- اشتغال و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در روزنامه ها

جدول شماره ۱۴۲ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در روزنامه ها است. بر اساس داده ها از کل افراد شاغل که ۲۱,۳٪ هستند ۱۳,۸٪ پاسخ مثبت داده اند. از کل ۶۸,۷٪ افراد در حال تحصیل ۵۶,۸٪ مطالب مربوط به جوانان را در روزنامه ها مطالعه می کنند. از کل افراد بیکار جویای کار و خانه دار نیز به ترتیب ۵,۹٪ و ۱,۳٪ اظهار کرده اند که مطالب مربوط به جوانان را در روزنامه ها مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۴۲ توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در روزنامه ها

مطالعه مطالب مربوط به جوان اشتغال	بلی	خیر	کل
شاغل	۶۹۲	۳۷۱	۱۰۶۳
	۱۳,۸٪	۷,۴٪	۲۱,۳٪
در حال تحصیل	۲۸۴۱	۵۹۵	۳۴۳۶
	۵۶,۸٪	۱۱,۹٪	۶۸,۷٪
بیکار جویای کار	۲۹۳	۱۲۱	۴۱۴
	۵,۹٪	۲,۴٪	۸,۳٪
خانه دار	۶۳	۲۴	۸۷
	۱,۳٪	,۵٪	۱,۷٪
کل	۳۸۸۹	۱۱۱۱	۵۰۰۰
	۷۷,۸٪	۲۲,۲٪	۱۰۰,۰٪

#### ۷۴- اشتغال و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات الکترونیکی

جدول شماره ۱۴۳ توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات الکترونیکی است. بر اساس داده ها از کل افراد شاغل که ۲۲,۳٪ هستند ۵,۲٪ پاسخ مثبت داده اند. از کل ۶۸,۵٪ افراد در حال تحصیل ۸,۱٪ مطبوعات الکترونیکی مطالعه می کنند. از کل افراد بیکار جویای کار نیز ۱,۶٪ اظهار کرده اند که مطبوعات الکترونیکی را مطالعه می کنند.

#### جدول شماره ۱۴۳ توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات الکترونیکی

مطبوعات الکترونیکی اشتغال	بلی	خیر	کل
شاغل	۲۵۱	۸۳۱	۱۰۸۲
	۵.۲٪	۱۷.۱٪	۲۲.۳٪
در حال تحصیل	۳۹۴	۲۹۳۲	۳۳۲۶
	۸.۱٪	۶۰.۳٪	۶۸.۵٪
بیکار جویای کار	۷۸	۲۸۵	۳۶۳
	۱.۶٪	۵.۹٪	۷.۵٪
خانه دار	۱	۸۷	۸۸
	.۰٪	۱.۸٪	۱.۸٪
کل	۷۲۴	۴۱۳۵	۴۸۵۹
	۱۴.۹٪	۸۵.۱٪	۱۰۰.۰٪

## ۷۴- اشتغال و دلیل مطالعه

جدول شماره ۱۴۵ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و دلیل مطالعه است. بر اساس داده ها کلیه افراد چه شاغل و چه بیکار جویای کار و در حال تحصیل و خانه دار اکثراً علت مطالعه مطبوعات را علاقه شخصی اظهار کرده اند. از کل افراد شاغل ۱۹,۳٪، از کل افراد در حال تحصیل ۶۲,۹٪، از کل افراد بیکار جویای کار ۷,۱٪ و از کل افراد خانه دار ۱,۴٪ به سئوال در این رابطه پاسخ مثبت داده اند.

جدول شماره ۱۴۵ توزیع فراوانی داده ها بر حسب اشتغال و دلیل مطالعه

دلیل مطالعه اشتغال	علاقه شخصی	نیاز شغلی	تأکید والدین	تأکید معلمان	سایر	کل
شاغل	۸۹۲	۷۰	۲	۲	۴۷	۱۰۱۳
	۱۹.۳٪	۱.۵٪	.۰٪	.۰٪	۱.۰٪	۲۱.۹٪
در حال تحصیل	۲۹۱۵	۷۱	۶۱	۴۵	۷۳	۳۱۶۵
	۶۲.۹٪	۱.۵٪	۱.۳٪	۱.۰٪	۱.۶٪	۶۸.۳٪
بیکار جویای کار	۳۲۸	۲۷		۷	۱۵	۳۷۷
	۷.۱٪	.۶٪		.۳٪	.۳٪	۸.۱٪
خانه دار	۶۳	۵	۲	۶		۷۶
	۱.۴٪	.۱٪	.۰٪	.۱٪		۱.۶٪
کل	۴۱۹۸	۱۷۳	۶۵	۶۰	۱۳۵	۴۶۳۱
	۹۰.۶٪	۳.۷٪	۱.۴٪	۱.۳٪	۲.۹٪	۱۰۰.۰٪

## ۷۵- درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه

جدول شماره ۱۴۶ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه است. بر اساس داده ها از کل افراد با درآمد زیر ۱۰۰ هزار تومان ۳۱,۲ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان ۳۲,۴ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان ۱۱,۷ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان ۳,۴٪ اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد ۴۰۰ هزار تومان و بیشتر ۳,۹٪ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۴۶ توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه روزنامه

مطالعه /درآمد	بلی	خیر	کل
کمتر از ۱۰۰ هزار تومان	۶۸۷	۲۱۲	۸۹۹
	۳۱.۲٪	۹.۶٪	۴۰.۸٪
۱۰۱-۲۰۰ هزار تومان	۷۱۴	۹۱	۸۰۵
	۳۲.۴٪	۴.۱٪	۳۶.۵٪
۲۰۱-۳۰۰ هزار تومان	۲۵۸	۲۰	۲۷۸
	۱۱.۷٪	.۹٪	۱۲.۶٪
۳۰۱-۴۰۰ هزار تومان	۷۵	۲۱	۹۶
	۳.۴٪	۱.۰٪	۴.۴٪
۴۰۱-۵۰۰ هزار تومان	۲۹	۱۱	۴۰
	۱.۳٪	.۵٪	۱.۸٪
۵۰۱ هزار تومان و بیشتر	۵۷	۲۸	۸۵
	۲.۶٪	۱.۳٪	۳.۹٪
کل	۱۸۲۰	۳۸۳	۲۲۰۳
	۸۲.۶٪	۱۷.۴٪	۱۰۰.۰٪

## ۷۶- درآمد و میزان مطالعه روزنامه

جدول شماره ۱۴۷ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و میزان مطالعه روزنامه است. بر اساس داده ها از کل افراد با درآمد زیر ۱۰۰ هزار تومان بیشترین افراد مطالعه روزانه دارند. میزان این افراد ۱۸,۶ درصد کل این گروه است، که روزنامه مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان بیشترین افراد مطالعه روزانه دارند که میزان آن ۲۳,۷ درصد است. از کل افراد با درآمد بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان بیشترین میزان ۸,۱ درصد است که مطالعه روزانه می باشد. از کل افراد با درآمد بین ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان ۱,۹٪ اظهار کرده اند که مطالعه روزانه دارند، این میزان بیشترین میزان مطالعه است. از کل افراد با درآمد ۴۰۰ هزار تومان و بیشتر ۱,۶٪ درصد اظهار کرده اند که به طور روزانه به مطالعه روزنامه می پردازند. در تمام گروههای درآمدی مطالعه روزانه روزنامه بیشترین میزان را به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۱۴۷ توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و میزان مطالعه روزنامه

میزان درآمد	روزانه	هفتگی	ماهانه	کل
کمتر از ۱۰۰ هزار تومان	۳۴۴	۲۶۹	۱۳۱	۷۴۴
	۱۸.۶٪	۱۴.۵٪	۷.۱٪	۴۰.۱٪
۱۰۱-۲۰۰ هزار تومان	۴۳۹	۱۹۸	۶۷	۷۰۴
	۲۳.۷٪	۱۰.۷٪	۳.۶٪	۳۸.۰٪
۲۰۱-۳۰۰ هزار تومان	۱۵۰	۹۱	۱۲	۲۵۳
	۸.۱٪	۴.۹٪	.۶٪	۱۳.۶٪
۳۰۱-۴۰۰ هزار تومان	۳۶	۲۴	۷	۶۷
	۱.۹٪	۱.۳٪	.۴٪	۳.۶٪
۴۰۱-۵۰۰ هزار تومان	۱۳	۷		۲۰
	.۷٪	.۴٪		۱.۱٪
۵۰۱ هزار تومان و بیشتر	۱۶	۲۵	۲۵	۶۶
	.۹٪	۱.۳٪	۱.۳٪	۳.۶٪
کل	۹۹۸	۶۱۴	۲۴۲	۱۸۵۴
	۵۳.۸٪	۳۳.۱٪	۱۳.۱٪	۱۰۰.۰٪



## ۷۷- درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

جدول شماره ۱۴۸ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه مجله است. بر اساس داده ها از کل افراد با درآمد زیر ۱۰۰ هزار تومان ۲۸,۷ درصد اظهار کرده اند که مجله مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان ۲۶,۳ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان ۷,۷ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان ۱,۹٪ اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد ۴۰۰ هزار تومان و بیشتر ۴,۹٪ درصد اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۴۸ توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه مجله

مطالعه مجله درآمد	بلی	خیر	کل
کمتر از ۱۰۰ هزار تومان	۵۸۱	۲۳۳	۸۱۴
	۲۸.۷٪	۱۱.۵٪	۴۰.۲٪
۱۰۱-۲۰۰ هزار تومان	۵۳۳	۲۱۱	۷۴۴
	۲۶.۳٪	۱۰.۴٪	۳۶.۷٪
۲۰۱-۳۰۰ هزار تومان	۱۵۵	۱۱۲	۲۶۷
	۷.۷٪	۵.۵٪	۱۳.۲٪
۳۰۱-۴۰۰ هزار تومان	۳۹	۴۹	۸۸
	۱.۹٪	۲.۴٪	۴.۳٪
۴۰۱-۵۰۰ هزار تومان	۳۶		۳۶
	۱.۸٪		۱.۸٪
۵۰۱ هزار تومان و بیشتر	۶۲	۱۵	۷۷
	۳.۱٪	.۷٪	۳.۸٪
کل	۱۴۰۶	۶۲۰	۲۰۲۶

## ۷۸- درآمد و نام مجله

جدول شماره ۱۴۹ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و نام مجله است. بر اساس داده ها از کل افراد با درآمد زیر ۱۰۰ هزار تومان تا ۲۰۰ هزار تومان ، بیشترین میزان مربوط به کسانی است که مجله خانواده سبز مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان بیشترین میزان اظهار کرده اند که مجله خانواده را مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان ۱۱ اکثراً اظهار کرده اند که مجله چلچراغ را مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد ۴۰۰ هزار تومان و بیشتر نیز اکثراً اظهار کرده اند که مجله خانواده سبز را مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۴۹ توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و نام مجله

نام مجله درآمد	روزهای زندگی	خانواده سبز	خانواده	راه زندگی	چلچراغ	زن روز	سایر	TOTAL
کمتر از ۱۰۰ هزار تومان	۲۹	۱۶۶	۹۶	۱۷	۱۰	۲۲	۱۱۳	۴۵۳
	۲.۷٪	۱۵.۳٪	۸.۸٪	۱.۶٪	.۹٪	۲.۰٪	۱۰.۴٪	۴۱.۶٪
۱۰۱-۲۰۰ هزار تومان	۳۷	۱۲۹	۷۹	۶	۱۲	۲۸	۱۱۶	۴۰۷
	۳.۴٪	۱۱.۹٪	۷.۳٪	.۶٪	۱.۱٪	۲.۶٪	۱۰.۷٪	۳۷.۴٪
۲۰۱-۳۰۰ هزار تومان	۹	۲۰	۴۴	۶	۱۵	۶	۱۸	۱۱۸
	۸٪	۱.۸٪	۴.۰٪	.۶٪	۱.۴٪	.۶٪	۱.۷٪	۱۰.۸٪
۳۰۱-۴۰۰ هزار تومان		۶			۹		۱۸	۳۳
		.۶٪			.۸٪		۱.۷٪	۳.۰٪
۴۰۱-۵۰۰ هزار تومان		۱۲	۱					۱۳
		۱.۱٪	.۱٪					۱.۲٪
۵۰۱ هزار تومان و بیشتر	۹	۲۴	۶	۹			۱۶	۶۴
	۸٪	۲.۲٪	.۶٪	.۸٪			۱.۵٪	۵.۹٪
کل	۸۴	۳۵۷	۲۲۶	۳۸	۴۶	۵۶	۲۸۱	۱۰۸۸
	۷.۷٪	۳۲.۸٪	۲۰.۸٪	۳.۵٪	۴.۲٪	۵.۱٪	۲۵.۸٪	۱۰۰.۰٪

## ۷۹- درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات جوان

جدول شماره ۱۵۰ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات جوان است. بر اساس داده ها از کل افراد با درآمد زیر ۱۰۰ هزار تومان ۱۵,۲ درصد اظهار کرده اند که مطبوعات جوان مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان ۱۳,۲ درصد اظهار کرده اند که مطبوعات جوان مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان ۵,۱ درصد اظهار کرده اند که مطبوعات جوان مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان ۸٪ اظهار کرده اند که مطبوعات جوان مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد ۴۰۰ هزار تومان و بیشتر ۲,۱٪ درصد اظهار کرده اند که مطبوعات جوان مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۵۰ توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات جوان

مطبوعات جوان درآمد	بلی	خیر	کل
کمتر از ۱۰۰ هزار تومان	۲۸۲	۴۲۴	۷۰۶
	۱۵,۲٪	۲۲,۹٪	۳۸,۱٪
۱۰۱-۲۰۰ هزار تومان	۲۴۵	۴۵۳	۶۹۸
	۱۳,۲٪	۲۴,۵٪	۳۷,۷٪
۲۰۱-۳۰۰ هزار تومان	۹۴	۱۴۶	۲۴۰
	۵,۱٪	۷,۹٪	۱۳,۰٪
۳۰۱-۴۰۰ هزار تومان	۱۵	۷۵	۹۰
	۸٪	۴,۱٪	۴,۹٪
۴۰۱-۵۰۰ هزار تومان	۱۳	۲۳	۳۶
	۰,۷٪	۱,۲٪	۱,۹٪
۵۰۱ هزار تومان و بیشتر	۲۵	۵۶	۸۱
	۱,۴٪	۳,۰٪	۴,۴٪
کل	۶۷۴	۱۱۷۷	۱۸۵۱
	۳۶,۴٪	۶۳,۶٪	۱۰۰,۰٪

#### ۸۰- درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در روزنامه ها

جدول شماره ۱۵۱ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در روزنامه ها است. بر اساس داده ها از کل افراد با درآمد زیر ۱۰۰ هزار تومان ۲۹,۹ درصد اظهار کرده اند که مطالب مربوط به جوانان را در روزنامه ها مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان ۲۸,۶ درصد اظهار کرده اند که مطالب مربوط به جوانان را در روزنامه ها می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان ۱۰,۸ درصد اظهار کرده اند که مطالب مربوط به جوانان در روزنامه ها مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان ۲,۱٪ اظهار کرده اند که مطالب مربوط به جوانان را در روزنامه ها مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد ۴۰۰ هزار تومان و بیشتر ۳,۴٪ درصد اظهار کرده اند که مطالب مربوط به جوانان را در روزنامه ها مطالعه می کنند.

#### جدول شماره ۱۵۱ توزیع داده ها بر حسب درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در

##### روزنامه ها

مطالعه مطلب جوانان/درآمد	بلی	خیر	کل
کمتر از ۱۰۰ هزار تومان	۵۸۳	۱۶۶	۷۴۹
	۲۹.۹٪	۸.۵٪	۳۸.۴٪
۲۰۰-۱۰۱ هزار تومان	۵۵۸	۱۷۷	۷۳۵
	۲۸.۶٪	۹.۱٪	۳۷.۷٪
۳۰۰-۲۰۱ هزار تومان	۲۱۱	۶۴	۲۷۵
	۱۰.۸٪	۳.۳٪	۱۴.۱٪
۴۰۰-۳۰۱ هزار تومان	۴۰	۳۲	۷۲
	۲.۱٪	۱.۶٪	۳.۷٪
۵۰۰-۴۰۱ هزار تومان	۲۶	۱۰	۳۶
	۱.۳٪	.۵٪	۱.۸٪
۵۰۱ هزار تومان و بیشتر	۴۰	۴۱	۸۱
	۲.۱٪	۲.۱٪	۴.۲٪
کل	۱۴۵۸	۴۹۰	۱۹۴۸
	۷۴.۸٪	۲۵.۲٪	۱۰۰.۰٪

### ۸۱- درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در مجلات

جدول شماره ۱۵۲ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در مجلات است. بر اساس داده ها از کل افراد با درآمد زیر ۱۰۰ هزار تومان ۲۸,۳ درصد اظهار کرده اند که مطالب مربوط به جوانان را در مجلات مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان ۲۷,۹ درصد اظهار کرده اند که مطالب مربوط به جوانان را در مجلات می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان ۸ درصد اظهار کرده اند که مطالب مربوط به جوانان در مجلات مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان ۱,۵٪ اظهار کرده اند که مطالب مربوط به جوانان را در مجلات مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد ۴۰۰ هزار تومان و بیشتر ۴,۴٪ درصد اظهار کرده اند که مطالب مربوط به جوانان را در مجلات مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۵۲ توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان در مجلات

مطالعه مطلب جوانان درآمد	بلی	خیر	کل
کمتر از ۱۰۰ هزار تومان	۵۱۹	۱۹۷	۷۱۶
	۲۸,۳٪	۱۰,۸٪	۳۹,۱٪
۱۰۱-۲۰۰ هزار تومان	۵۱۰	۱۹۸	۷۰۸
	۲۷,۹٪	۱۰,۸٪	۳۸,۷٪
۲۰۱-۳۰۰ هزار تومان	۱۴۷	۷۰	۲۱۷
	۸,۰٪	۳,۸٪	۱۱,۹٪
۳۰۱-۴۰۰ هزار تومان	۲۸	۵۲	۸۰
	۱,۵٪	۲,۸٪	۴,۴٪
۴۰۱-۵۰۰ هزار تومان	۳۶		۳۶
	۲,۰٪		۲,۰٪
۵۰۱ هزار تومان و بیشتر	۴۰	۳۴	۷۴
	۲,۳٪	۱,۹٪	۴,۰٪
کل	۱۲۸۰	۵۵۱	۱۸۳۱
	۶۹,۹٪	۳۰,۱٪	۱۰۰,۰٪

## ۸۲- درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات الکترونیکی

جدول شماره ۱۵۳ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات الکترونیکی است. بر اساس داده ها از کل افراد با درآمد زیر ۱۰۰ هزار تومان ۸,۹ درصد اظهار کرده اند که مطبوعات الکترونیکی مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان ۱۰,۲ درصد اظهار کرده اند که مطبوعات الکترونیکی مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان ۲,۸ درصد اظهار کرده اند که مطبوعات الکترونیکی مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد بین ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان ۱,۱٪ اظهار کرده اند که مطبوعات الکترونیکی مطالعه می کنند. از کل افراد با درآمد ۴۰۰ هزار تومان و بیشتر ۱٪ درصد اظهار کرده اند که مطبوعات الکترونیکی مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۵۳ توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و مطالعه یا عدم مطالعه مطبوعات الکترونیکی

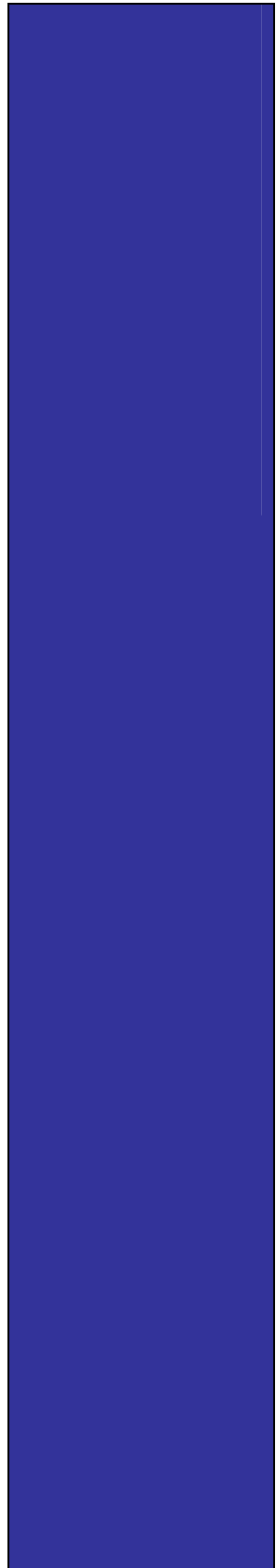
مطبوعات الکترونیکی درآمد	بلی	خیر	کل
کمتر از ۱۰۰ هزار تومان	۱۶۰	۵۱۷	۶۷۷
	۸.۹٪	۲۸.۹٪	۳۷.۸٪
۱۰۱-۲۰۰ هزار تومان	۱۸۳	۵۱۳	۶۹۶
	۱۰.۲٪	۲۸.۶٪	۳۸.۸٪
۲۰۱-۳۰۰ هزار تومان	۵۰	۱۸۳	۲۳۳
	۲.۸٪	۱۰.۲٪	۱۳.۰٪
۳۰۱-۴۰۰ هزار تومان	۱۹	۷۱	۹۰
	۱.۱٪	۴.۰٪	۵.۰٪
۴۰۱-۵۰۰ هزار تومان	۹	۲۰	۲۹
	.۵٪	۱.۱٪	۱.۶٪
۵۰۱ هزار تومان و بیشتر	۹	۵۸	۶۷
	.۵٪	۳.۲٪	۳.۷٪
کل	۴۳۰	۱۳۶۲	۱۷۹۲
	۲۴.۰٪	۷۶.۰٪	۱۰۰.۰٪

### ۸۳- درآمد و دلیل مطالعه

جدول شماره ۱۵۵ حاوی توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و دلیل مطالعه روزنامه است. بر اساس داده ها در تمامی گروههای درآمد اکثر پاسخگویان اظهار کرده اند که به دلیل علاقه شخصی روزنامه مطالعه می کنند.

جدول شماره ۱۵۵ توزیع فراوانی داده ها بر حسب درآمد و دلیل مطالعه

دلیل مطالعه /درآمد	علاقه شخصی	نیاز شغلی	تأکید والدین	تأکید معلمان	سایر	کل
کمتر از ۱۰۰ هزار تومان	۶۱۲	۵۶	۱۱	۱۶	۳۵	۷۳۰
	۳۴.۲٪	۳.۱٪	.۶٪	.۹٪	۲.۰٪	۴۰.۸٪
۱۰۱-۲۰۰ هزار تومان	۵۵۰	۷۷	۱۱	۱	۲۷	۶۶۶
	۳۰.۷٪	۴.۳٪	.۶٪	.۱٪	۱.۵٪	۳۷.۲٪
۲۰۱-۳۰۰ هزار تومان	۲۰۶	۷			۶	۲۱۹
	۱۱.۵٪	.۴٪			.۳٪	۱۲.۲٪
۳۰۱-۴۰۰ هزار تومان	۵۶	۴				۶۰
	۳.۱٪	.۲٪				۳.۴٪
۴۰۱-۵۰۰ هزار تومان	۲۹		۷			۳۶
	۱.۶٪		.۴٪			۲.۰٪
۵۰۱ هزار تومان و بیشتر	۵۳	۹	۷	۱۰		۷۹
	۳.۰٪	.۵٪	.۴٪	.۶٪		۴.۴٪
کل	۱۵۰۶	۱۵۳	۳۶	۲۷	۶۸	۱۷۹۰
	۸۴.۱٪	۸.۵٪	۲.۰٪	۱.۵٪	۳.۸٪	۱۰۰.۰٪







## نتیجه گیری

در عصر حاضر و در دنیای کنونی که سرعت و پویایی از ویژگیهای برجسته آن است، انسان پویا همواره تلاش می کند آگاهیهای لازم را نسبت به محیطی که در آن زندگی می کند به دست آورد. رسانه های خبری نیز در تلاش دائم اند تا با تهیه اخبار و گزارشهای گوناگون، مخاطبین را در جریان رویدادها و مسائل روز قرار دهند. یکی از وسایل ارتباطی مهم که دارای کارکرد وسیعی است در معنای عام مطبوعات و در معنای خاص روزنامه است. این رسانه جمعی در مقایسه با سایر رسانه ها، در تمام اوقات به راحتی در دسترس است و برای مخاطبین هزینه زیادی ندارد.

امروزه مطبوعات تازه ترین خبرها و تفسیرها و بخشهای مختلف را با موشکافی دقیق در اختیار میلیونها نفر از مردم جهان قرار می دهند. آگاه سازی مردم از رویدادهای محیط زندگی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، بخش اطلاعات و اخبار ضروری، شکل دادن به افکار و عقاید و هدایت افکار عمومی، انتقال و تکمیل معلومات از مهمترین نقشهای مطبوعات است. این رسانه در عین اینکه وسایل سرگرمی افراد را فراهم می نماید، قابل دسترس ترین دوست هنگام اوقات فراغت انسان هانیز به شمار می رود.

میزان مطالعه مطبوعات توسط مردم هر جامعه بیانگر استقبال آنها از مسائل فرهنگی، مشارکت اجتماعی، توسعه آگاهی و تمایلات سیاسی، اجتماعی است.

از آنجا که یکی از اهداف مطبوعات رساندن پیامها و خبرهای مورد علاقه افراد است بنابراین، در سطح جامعه می توان با بررسی میزان گرایش به مطالعه مطبوعات از افکار، ایده ها و علاقمندیهای یک جامعه آگاه شد. در کشورهای جهان سوم قشر جوان به عنوان بخش اعظم جامعه می تواند بیش از سایر گروهها از این رسانه جمعی متأثر گردند. دانشجویان از جمله اقشار جامعه هستند که نقش آنان در مسیر تحولات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی غیرقابل انکار است و اینان به واقع از ارکان اصلی توسعه پایدار و همه جانبه می باشند. نظر به اینکه مطبوعات و مطالب مندرج در آنها می تواند نشان دهنده توسعه فرهنگی، توجه به امر مشارکت اجتماعی و موضوعات مورد علاقه و توجه افراد جامعه باشد و قشر جوان به عنوان قشر آگاه جامعه همواره در

توسعه و مشارکت اجتماعی مؤثر است، این پژوهش میزان گرایش این قشر خاص به مطالعه مطبوعات را مد نظر دارد.

جوانان قشر وسیعی از جامعه را تشکیل می دهند. آنان بزرگترین و با ارزشترین سرمایه کشور محسوب می شوند و آینده جامعه با اندیشه ها و دستان آنان رقم می خورد. آنان بخش عظیمی از مخاطبین رسانه های جمعی خصوصاً روزنامه ها را تشکیل می دهند. هر قدر آنان آگاه تر، اندیشمند تر باشند، به اطلاعات و دانسته های روز، مجهز تر باشند، معقول و منطقی تر عمل نمایند، جامعه بیشتر به سوی تعالی حرکت خواهد کرد. هر جامعه هنگامی پویاست که علاوه بر ارائه اطلاعات موثق، منعکس کننده نظرات و اندیشه های تمامی اعضای جامعه خصوصاً جوانان باشد. هنگامی که رسانه ها از جوانان غافل گردند یا بدانها کم توجه شوند یا بالعکس جوانان تمایلی به رسانه های جمعی خصوصاً روزنامه ها نداشته باشند یا این تمایل اندک باشد، اینجاست که مسئولین باید برای حرکت و پویایی جامعه احساس خطر کنند. جامعه ای موفق است که بین اعضای آن، خصوصاً جوانان و رسانه های جمعی بالاخص مطبوعات ارتباط و پیوند تنگاتنگ وجود داشته باشد. هنگامی که جوانان از اخبار و اطلاعات دنیا و جامعه خود بی خبر باشند و تمایلی بدان نداشته باشند و رسانه های جمعی کمتر به جلب این قشر و انعکاس نظرات آنان پردازند، این جاست که هر دو گروه دچار انفعالند. بنابراین، مهمترین کار در این راستا این است که میزان ارتباط جوانان با رسانه های جمعی و در این پژوهش، مطبوعات شناسایی شده، روزنامه های با بیشترین طرفدار در میان جوانان بر جسته گردد و کاستی های در این زمینه از دید خود جوانان مورد بررسی قرار گیرد تا بهتر بتوان نقائص را برطرف ساخته و برای هر چه کارآمدتر ساختن روزنامه ها و قوی تر کردن پیوند مطبوعات و جوانان برنامه ریزی نمود. در همین راستا در پژوهش حاضر سعی شده است به سئوالات زیر پاسخ داده شود:

۱- چه میزان از جوانان به مطالعه مطبوعات علاقمندند؟

۲- علت گرایش یا عدم گرایش آنان به مطبوعات چیست؟

۳- میزان زمانی که صرف مطالعه مطبوعات خاص می کنند، چقدر است؟

۴- میزان پولی که صرف خرید روزنامه می کنند، چه میزان است؟

۵- کدام مطبوعات از محبوبیت بیشتری برخوردار است، علت این محبوبیت چیست؟

۶- جوانان تا چه حد به روزنامه ها دسترسی دارند؟ علت دسترسی اندک یا عدم دسترسی چیست؟

۷- موضوعات مورد توجه جوانان در مطبوعات کدامند؟

۸- روزنامه ها تا چه حد توانسته اند رضایت جوانان جلب نمایند؟ در صورت پایین بودن میزان

رضایتمندی مهمترین علل آن کدامند؟

۹- نقاط قوت و ضعف مطبوعات داخلی از دید جوانان کدامند؟

جامعه آماری این پژوهش کلیه جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال در سال ۱۳۸۳ می باشد. نمونه مورد مطالعه با استفاده از فرمول کوکران برابر با ۶۰۸۴ نفر است که از هر دو جنس به طور مساوی انتخاب شده است. در این پژوهش برای جمع آوری داده ها از دو روش اسنادی و پیمایش استفاده شده است، برای تدوین ادبیات و پیشینه مطالعاتی موضوع از فیش و برای جمع آوری داده های پژوهش از پرسشنامه استفاده شده است. با توجه به توصیفی بودن مطالعه، در تحلیل داده ها از آمار توصیفی استفاده شده است. نتایج مطالعه نشان می دهد که:

جمعیت جوان در شهرها حدود سه برابر جمعیت جوان روستایی است. حدود ۷۵ درصد جوانان پاسخگو در گروه های سنی ۱۵ تا ۲۳ سال واقع شده اند و اکثریت پاسخگویان را تشکیل می دهند که غالباً دانش آموز یا دانشجو هستند (جدول شماره ۳). اگرچه در نمونه مورد مطالعه تعداد زنان و مردان یکی بوده اند اما داده ها حاکی از آنند که تعداد زنان پاسخ دهنده به سئوالات بیش از تعداد مردان پاسخ دهنده است (جدول شماره ۴). بیشترین فراوانی به لحاظ تحصیلی مربوط به پاسخگویان دارای مدرک دیپلم، پیش دانشگاهی و لیسانس است (جدول شماره ۵). بیش از نیمی از کل دانشجویان مورد مطالعه در رشته های علوم انسانی مشغول به تحصیل می باشند. کمترین میزان مربوط به حوزه است که ۲٪ می باشد (جدول شماره ۱۰). داده های حاصل

از مطالعه نشان می دهد که دو گروه درآمدی زیر ۱۰۰ هزار تومان و بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار تومان بیشترین میزان پاسخگویان را به خود اختصاص داده اند (جدول شماره ۱۳).

داده های مربوط دسترسی به روزنامه نشان داده اند که ۸۸,۶٪ پاسخگویان اظهار داشته اند که به روزنامه دسترسی دارند. از پاسخگویان ۸۴,۸٪ اظهار داشته اند که روزنامه مطالعه می کنند (جدول شماره ۱۵) و اکثر کسانی که اظهار داشته اند روزنامه مطالعه می کنند طول دوره مطالعه آنها بر حسب سال به بیش از یک سال می رسد. سه روزنامه جام جم، همشهری و ایران به ترتیب با اختصاص ۲۳,۶٪، ۱۸,۵٪ و ۹,۳٪ از کل داده های مربوطه بر طرفدارترین روزنامه ها هستند. روزنامه رسالت و جمهوری اسلامی هریک با اختصاص ۶٪ از کل خوانندگان به خود از پایین ترین میزان محبوبیت برخوردارند (جدول شماره ۱۷).

از کل کسانی که اظهار کرده اند روزنامه نمی خوانند ۳۰,۱٪ که اکثر افراد را تشکیل می دهند، علت عدم مطالعه روزنامه را ارائه مطالب توسط سایر رسانه ها اظهار نموده اند (جدول شماره ۱۸).

از کل افراد مورد مطالعه ۴۲,۶٪ مطالعه روزانه دارند که بالاترین میزان است. حوادث از پر طرفدارترین موضوعات مورد مطالعه پاسخگویان است. این گزینه ۲۳,۳٪ از داده ها را به خود اختصاص داده است. موضوعات سیاسی - اقتصادی و اجتماعی - اجتماعی به ترتیب با ۲۱,۸٪ و ۱۹,۶٪ در مرتبه دوم و سوم محبوبیت به لحاظ موضوعی در بین خوانندگان روزنامه ها هستند (جدول شماره ۲۰). بر اساس داده ها بیش از دو سوم پاسخگویان مورد مطالعه (۷۹,۱٪) اظهار کرده اند که مجله مطالعه می کنند. مجله خانواده سبز با ۴۱٪ از کل داده ها پر طرفدارترین مجله نزد افراد مورد مطالعه است و گران بودن مجله مهمترین علت عدم مطالعه این رسانه است (جدول شماره ۲۳ و ۲۴).

از کل پاسخگویان ۲۹,۴٪ اظهار داشته اند که سه تا چهار سال است که مجله مطالعه می کنند. این میزان بالاترین میزان در بین داده های مربوط به این گزینه است. اکثر افراد مورد مطالعه یک تا دو ساعت در هفته مجله مطالعه می کنند (جدول شماره ۲۵ و ۲۶). بیش از سه پنجم پاسخگویان مورد مطالعه (۶۴٪) مجلات با

موضوع جوانان را مطالعه نمی کنند. در بین مطبوعات با عنوان جوان ، مجله جوانان بیشترین طرفدار را داراست . این مجله با کسب ۳۰,۷٪ از داده ها بالاترین میزان را به خود اختصاص داده است (جدول شماره ۲۸ و ۲۹). عدم وجود این مطبوعات در محل و عدم دسترسی به آنها مهمترین دلیل عدم مطالعه این مطبوعات است. ۷۷,۸٪ از پاسخگویان اظهار داشته اند که مطالب مربوط به جوانان را در روزنامه ها مطالعه می کنند (جدول شماره ۳۰ و ۳۱). علت عدم مطالعه مطالب مربوط به جوانان ،عدم درج مسائل مربوط به جوانان در این روزنامه ها است (جدول شماره ۳۲).

۷۷,۶ درصد از پاسخگویان اظهار کرده اند که در مجلات مطالب مربوط به جوانان را مطالعه می کنند (جدول شماره ۳۳).

بیش از یک چهارم پاسخگویان علت عدم مطالعه را عدم درج واقعیت در این مجلات ذکر کرده اند (جدول شماره ۳۴). کمی بیش از یک دهم پاسخگویان اظهار کرده اند که مطبوعات الکترونیکی مطالعه می کنند. در مجلات نیز حوادث بالاترین میزان را داراست. حوادث مهمترین و پرتعدادترین مطلب در بین سایر مطالب در مجلات است. علاقه شخصی به مطالعه مطبوعات ، مهمترین علت مطالعه مطبوعات است. یکی از شاخصهای علاقمندی به مطبوعات میزان پولی است که صرف خرید این کالای فرهنگی می شود. بر اساس آمارهای مندرج در جدول شماره ۴۱ کمی بیش از نیمی از کسانی که به این سؤال پاسخ داده اند اظهار کرده اند که در روز بین ۵۰ تا ۱۰۰ تومان برای خرید روزنامه هزینه می کنند. پرتعدادترین روزنامه نیز از متغیرهایی است که در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است. روزنامه جام جم با ۳۸,۶٪ پرتعدادترین روزنامه عنوان شده است (جدول شماره ۴۲). ۹۱,۷٪ با این گزینه که روزنامه مورد علاقه آنها دارای مطالب متنوع است و یکی از دلایل توجه آنان به این روزنامه تنوع مطالب آن است ، موافق و کاملاً موافقت (جدول شماره ۴۴). گزینه مسئولیت نسبت به چاپ مطالب توسط روزنامه ها از دیگر گویه های مورد مطالعه در رابطه با علل توجه به روزنامه ای خاص است. این گویه ۶۲,۸٪ موافق و کاملاً موافق را به

خود اختصاص داده است (جدول شماره ۴۵). شکل و محتوای مطالب از دیگر گزینه های مطرح شده در مورد توجه به روزنامه ای خاص است. این گزینه ۳۵,۷٪ کاملاً موافق و ۴۳,۶٪ نظر موافق را داراست اعتماد بیشتر نسبت به روزنامه مورد علاقه در مقایسه با سایر روزنامه ها از دیگر گزینه هایی است که در این قسمت مطرح شده است. از کل کسانی که به این سؤال پاسخ داده اند، ۷۲ درصد با این گزینه که روزنامه مورد علاقه آنها در رابطه با مطالب درج شده از میزان اعتماد بالاتری برخوردار است کاملاً موافق و موافقت (جدول شماره ۴۶). جهت گیری سیاسی خاص نیز از جمله گویه هایی است که در سنجش میزان علاقه به روزنامه مورد مطالعه به کار گرفته شده است. از کل کسانی که به این سؤال پاسخ داده اند، ۲۲,۴٪ موافق این هستند که به دلیل جهت گیری سیاسی خاص به این روزنامه علاقمندند، در حالی که تنها ۱۶,۶٪ با این نظر کاملاً موافقت (جدول شماره ۴۸).

از کل پاسخگویان تهرانی ۸۷,۶ درصد اظهار کرده اند که در محل آنها روزنامه وجود دارد. از کل پاسخگویان اصفهانی ۸۷,۲ درصد، مازندرانی ۸۶,۹٪، شیرازی ۸۷,۱٪، آذربایجانی ۸۶,۵٪، تهرانی ۸۱,۷٪، لرستانی ۸۷,۸٪، خراسانی ۸۳,۷٪، کرمانی ۸۴,۸٪، اظهار کرده اند که روزنامه مطالعه می کنند (جداول شماره ۶۱ تا ۶۸).

داده های مربوط به مطالعه یا عدم مطالعه مجله در استانها نشان می دهد که، در استان آذربایجان ۷۸٪، اصفهان ۸۰,۷٪، فارس ۷۴,۷٪، کرمان ۷۴,۲٪، خراسان ۷۸,۸٪، لرستان ۷۲,۸٪، مازندران ۷۹,۷٪، تهران ۶۹,۷٪ مجله مطالعه می کنند (جداول شماره ۶۹ تا ۷۵).

بر اساس نتایج حاصل از مطالعه در مورد مطالعه مطالب مربوط به جوانان در مجلات در استانها، در استان تهران تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند نزدیک به دو برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان خراسان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند بیش از سه برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان کرمان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند بیش از سه برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان اصفهان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند نزدیک به چهار

برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان فارس تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند نزدیک به چهار برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان آذربایجان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند بیش از سه برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان مازندران تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند بیش از چهار برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان لرستان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند نزدیک به چهار برابر کسانیست که پاسخ منفی داده اند (جدول شماره ۷۹).

در استانهای خراسان، کرمان فارس و تهران تعداد کسانی که به سؤال در رابطه با مطالعه مطبوعات الکترونیکی پاسخ مثبت داده اند حدود یک ششم کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان اصفهان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند بیش از یک پنجم کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان آذربایجان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند حدود یک هفتم سانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان مازندران تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند نزدیک به یک ششم کسانیست که پاسخ منفی داده اند. در استان لرستان تعداد کسانی که به این سؤال پاسخ مثبت داده اند نزدیک به یک دهم کسانیست که پاسخ منفی داده اند.

توزیع فراوانی داده ها برحسب علل تمایل به مطالعه مطبوعات در استانها نشان می دهد که در کلیه استانهای خراسان، اصفهان، مازندران و آذربایجان کرمان، لرستان و فارس تهران نخست علاقه شخصی به مطالعه مطبوعات و سپس نیاز شغلی از مهمترین علل تمایل به مطالعه مطبوعات می باشد. بیش از سه پنجم جوانان شهری مناطق شهری مورد مطالعه روزنامه مطالعه می کنند و تقریباً یک ششم پاسخگویان شهری روزنامه مطالعه نمی کنند. در حالی که در مناطق روستایی کسانی که روزنامه مطالعه می کنند چهار برابر کسانی هستند که روزنامه مطالعه نمی کنند (جدول شماره ۸۲). بر اساس داده ها در مناطق شهری موضوعات سیاسی بالاترین طرفداران را دارا می باشند و حوادث دومین موضوع مورد علاقه مخاطبان شهرست. در حالی که در مناطق روستایی، حوادث از بیشترین طرفداران برخوردار است و مسائل سیاسی در مرتبه دوم اهمیت جای



دارد. در مناطق شهری میزان استفاده کنندگان از مجله بیش از چهار برابر کسانی است که مجله نمی خوانند. در مناطق روستایی نیز نزدیک سه چهارم پاسخگویان اظهار کرده اند که مجله مطالعه می کنند (جدول شماره ۸۴). در کلیه استانهای مورد مطالعه به ترتیب سه روزنامه های جام جم، همشهری و ایران پر خواننده ترین روزنامه ها می باشند (جدول شماره ۸۵).

## راهکارهای پیشنهادی:

با توجه به نتایج تحقیق راهکارهای زیر را می توان پیشنهاد داد:

۱- ارتقاء سطح دسترسی جوانان به روزنامه ها با آوردن روزنامه ها به مراکز عمومی، مدارس و دانشگاهها. اصلی ترین راه دسترسی جوانان، دانش آموزان و دانشجویان به روزنامه ها خرید این رسانه جمعی است. اگر ترتیبی اتخاذ شود که جوانان بدون خرید روزنامه اقدام به مطالعه آن نمایند به طور مسلم تعداد مخاطبین این رسانه افزایش خواهد یافت. مسئولین مدارس و معاونت پژوهشی دانشگاهها می تواند علاوه بر ارائه روزنامه ها در کتابخانه، در هر طبقه نیز با نسب برد های مخصوص روزنامه های روز آنها را به دانش آموزان و دانشجویان ارائه نماید. در این صورت آنها در فاصله بین دو کلاس و یا فرصتهای آزاد می توانند در جریان پیامهای روزنامه ها قرار گیرند.

۱- طرح مسائل و مباحث جوانان دانش آموز و دانشجو در رسانه ها هنگامی که روزنامه مسائل و مشکلات مدارس و دانشگاهها را مطرح سازند، دیدگاههای صاحب نظران را مطرح کنند و در نهایت راهکار ارائه نمایند، دانش آموزان و دانشجویان تمایل بیشتری به خواندن روزنامه ها پیدا می کنند.

۲- دوسویه شدن روزنامه ها  
روزنامه ها هنگامی می توانند موفق تر باشند و مخاطب بیشتری خصوصاً در بین جوانان داشته باشند که تعاملی عمل نمایند. به این معنا که تنها فرستنده پیام برای جوانان، دانشجویان و دانشگاهیان نباشند بلکه گیرنده پیامهای آنان باشند و بازخورد پیامهای خود را کسب نمایند.

### ۳- آینده نگری روزنامه ها

روزنامه ها می توانند با طرح دیدگاهها در مورد آینده کلان جهانی، آینده کلان جامعه و آینده خرد جامعه مخاطبین بیشتری در بین جوانان داشته باشند.

### ۴- پردازش واقع گرایانه اطلاعات

بیان واقعیتها آنطور که هست یکی از ویژگیهایی است که بدین وسیله روزنامه ها می توانند بر مخاطبین خود بیفزایند. در صورتی مطالب روزنامه ها از واقعیت به دور باشد، اعتبار پیامها را نزد مخاطبین پایین می آورد و میزان مخاطبین را کاهش می دهد.

### ۵- تقویت سرمایه ارتباطی با اعتمادسازی

رسانه ها باید به گونه ای عمل نمایند که به اعماق جامعه رفته و با مخاطبین ارتباط عمیق و پایدار برقرار سازند. این امر زمانی امکان پذیر است که رسانه ها اعتماد مخاطبین را جلب نمایند. روزنامه ها در صورتی می توانند اعتماد خوانندگان خود را جلب نمایند که، از دقت عمل لازم برخوردار باشند، واقعیتها را مطرح سازند، از سوگیری در جهتی خاص پرهیز نمایند و در بیان مطالب صداقت را رعایت نمایند.

### ۶- سرعت اطلاعات

با توجه به تعدد رسانه های جمعی و سرعت زیاد انتقال پیامها توسط این رسانه ها، رسانه ای موفق تر خواهد بود که از سرعت عمل بیشتری برخوردار باشد و از کهنگی زودرس اطلاعات اجتناب نماید. ضرورت دارد روزنامه ها اخبار و اطلاعات را به موقع و قبل از کهنه شدن در اختیار مخاطبین قرار دهند.

### ۷- پرهیز از بزرگنمایی یا کوچک نمایی پیامها

بزرگ کردن و کوچک نمایی پیامهایی خاص به دلایل مختلف موجب می گردد که میزان اعتماد خوانندگان مطبوعات خصوصاً روزنامه ها پایین آمده و در نتیجه از تعداد گیرندگان پیامهای این رسانه جمعی کاسته شود.

### ۸- ایجاد عادت روزنامه خوانی

نهادینه سازی خواندن روزنامه از جمله مباحثی است که می تواند در جهت افزایش تعداد مخاطبین روزنامه ها عمل نماید. از یکسو تبلیغات در این زمینه و از سوی دیگر در دسترس بودن ، آسان و ارزان بودن روزنامه ها و جالب و جاذب بودن مطالب آنها می تواند موجب شود که شهروندان و جوانان به سوی این رسانه جمعی روی آورده و به مرور روزنامه خوانی به صورت عادت در آید.

۱۰- استفاده از زبان علمی در ارسال پیامها برای جلب دانش آموزان و دانشجویان جوان

عامه پسند نوشتن روزنامه ها یکی از دلایلی است که اشتیاق دانشجویان را به مطالعه روزنامه کاهش می دهد. هنگامی که مطالب روزنامه ها ورای امور سطحی ، ساده و ابتدایی ارائه گردند ، دانشجویان بیشتر تمایل پیدا می کنند تا مطالب را بخوانند.

۱۱- طرح مسائل اجتماعی ، اقتصادی و سیاسی روز

مطبوعات می توانند با طرح مسائل اجتماعی ، اقتصادی و سیاسی روز ایران و جهان ، طرح دیدگاههای مختلف در مورد این مسائل و نقد و بررسی آنها جوانان را علاقمند به مطالعه نمایند.

۱۲- برجسته سازی و تبلور مسائل در شکل و محتوا

مطبوعات می توانند با برجسته سازی شکلی و محتوایی مسائل مربوط به جوانان و سایر مسائل اجتماعی ، اقتصادی و سیاسی روز جوانان را نسبت به خواندن روزنامه مشتاق نمایند. مطبوعات می توانند با ارائه نظرات مطرح شده در میزگردها توسط بزرگان علم و دانشگاه ارتباط جوانان را با مطبوعات بیشتر کنند.

۱۳- ورود جوانان به بدنه روزنامه ها

هنگامی که جوانان مقاله بنویسند یا در مطبوعات مسئولیتی داشته باشند ، بیشتر درگیر این رسانه هستند و جوانان بیشتر تمایل می یابند که پیامهای این رسانه جمعی را دریافت نمایند.

## منابع

- ۱- آقازاده ، حسین : بررسی علل گرایش خوانندگان مطبوعات نسبت به روزنامه همشهری و سنجش میزان آن در منطقه شش تهران ، پایان نامه کارشناسی ارشد ، استاد راهنما : کتبی ، مرتضی ، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران ، سال ۷۳ - ۷۴.
- ۲- بازرجانی ، سیف الله ، عظیمی ، سعید و حمید ایرانیها : پژوهشی در زمینه نگرش دانشجویان درباره مجلات ، مدرسه عالی تلویزیون و سینما ، ۵۷-۱۳۵۶.
- ۳- بدیعی ، نعیم و هوشنگ عباس زاده ، بررسی میزان اعتماد دانشجویان به رسانه های خبری ، گروه آموزشی علوم ارتباطات ، دانشگاه علامه طباطبائی ، سال ۷۳.
- ۴- بدیعی ، نعیم : پژوهش ، تصویر روزنامه های تهران از دیدگاه دانشجویان ، رسانه ، جامعه شناسی ، شماره ۲۲ ، پاییز ، ۱۳۶۹.
- ۵- حاجی زاده ممیزی ، مسعود : مطبوعات ایران ( با تأکید بر بررسی عوامل مؤثر بر وضعیت کنونی روزنامه های اولیه در ایران ) ، پایان نامه مقطع دکترا - جامعه شناسی ، استاد راهنما : ساروخانی ، باقر ؛ دانشکده علوم اجتماعی ، دانشگاه تهران ، ۱۳۷۶.
- ۶- رونقی نوتاس ، مهناز : بررسی وضعیت مطبوعات ایران در صدر انقلاب ، پایان نامه ، استاد راهنما : دکتر علی بهزادی ، سال ۷۳-۷۲.
- ۷- زمانی علویجه ، معصومه : بررسی زمینه های جامعه شناختی گرایش به مطالعه با تأکید بر مطبوعات و تحقیق در باب دانش آموزان ناحیه ۲ شهری ، پایان نامه کارشناسی ارشد ، استاد راهنما : باقر ساروخانی ، سال ۷۸-۷۹.

- ۸- ساروخانی ، باقر : جامعه شناسی ارتباطات ، تهران ، انتشارات اطلاعات ، ۱۳۶۸
- ۹- شیخ محمدی ، حسین : بررسی میزان مطالعه دانشجویان و عوامل موثر بر آن، پایان نامه کارشناسی ارشد ، استاد راهنما دکتر غلامعباس توسلی ، ۱۳۷۴.
- ۱۰- گلابی ، سیاوش : مطبوعات و جوانان ، پایان نامه کارشناسی ارشد ، استاد راهنما ، ساروخانی ، باقر ، ۱۳۵۱ و ۱۳۵۲.
- ۱۱- محدثی رضا : بررسی عوامل مؤثر بر میزان مطالعه و نوع مجلات مورد مطالعه دانشجویان دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران ، پایان نامه ، استاد راهنما : دکتر ازکیا ، دانشگاه علوم اجتماعی دانشگاه تهران ، سال ۷۰-۷۱.
- ۱۲- مرکز تحقیقات ، مطالعات و سنجش برنامه ای صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ، نظرخواهی از دانشجویان درباره اخبار صدا و سیما و مطبوعات ، ۱۳۷۹
- ۱۳- مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی ، نگرش بازدید کنندگان جشنواره مطبوعات استان فارس (شیراز) به مطبوعات ، تهران ، ۱۳۷۵ .
- ۱۴- مرکز مطالعات و سنجش افکار عمومی ، نظرسنجی از بازدید کنندگان سومین جشنواره مطبوعات ، تهران ، ۱۱ تا ۱۱ اردیبهشت ۱۳۷۵.
- ۱۵- مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی ، نظرسنجی از بازدید کنندگان سیزدهمین نمایشگاه بین المللی کتاب در باره رسانه های جمعی ، تهران ، خرداد ۱۳۷۹.
- ۱۶- مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی ، گزارش نظرسنجی از بازدید کنندگان نمایشگاه کتاب در باره رویدادهای سیاسی - اجتماعی اخیر ، تهران ، خردادماه ۱۳۷۷.
- ۱۷- مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی ، نظرسنجی از شرکت کنندگان نخستین هم اندیشی اخلاقی مطبوعاتی روزنامه نگاران مسلمان ، تهران ، ۱۹ تا ۲۲ آذر ماه ۱۳۷۵ .

۱۸- مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی ، گزارش نظرسنجی از بازدید کنندگان چهارمین جشنواره مطبوعات استان تهران ، تهران ، ۶ تا ۱۷ اردیبهشت ۱۳۷۶ .

#### مجلات :

۱- انتظار دانشجویان از مطبوعات « تحلیل عمیق » از مسائل ، ابرار ، ۱۹ اردیبهشت ۱۳۷۶ ، شماره نشریه ۲۴۵۷ ، صفحه پنجم .

۲- نتایج یک پژوهش در علل گرایش دانشجویان به مطبوعات ، حامی ، بهارانه ، ۲۵ تیر ۷۹ ، شماره ۵۴ .

1-Rynecki, David, Columbia Journalism Review ( CJR POLL ) , “ How are we doing ? “ ,  
January / February , 1992 ( <http://archives.cjr.org/year/92/1/self-esteem.asp>)

2- <http://www.worldnetdaily.com/news/articge.asp?article-ID=1731>

3- <http://lubbockonline.com/news/32197/newpoll.htm>

4- WGBH/Frontline, “Why America Hates The Press : Americans, View of the press”,  
1998.