

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۸/۲۹

تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۹/۳۰

مطالعه کیفی آسیب‌های مطبوعات محلی

شهر اصفهان از دیدگاه فعالان باتجربه

در سال ۱۳۹۵

نوشته

فائزه تقی‌پور*

مهدی باباریع**

چکیده

این پژوهش باهدف شناسایی آسیب‌های ساختار مطبوعات محلی شهر اصفهان انجام شد. روش تحقیق، کیفی از نوع پدیدارشناسی و حوزه پژوهش تمامی فعالان باتجربه مطبوعاتی شامل مدیران مسئول، سردبیران، صاحبان امتیاز، خبرنگاران، روزنامه‌نگاران، استادان دانشگاه، منتقدان، مدیران تشکلهای غیردولتی و افراد دارای پست مدیریتی سازمان خصوصی یا دولتی مطلع مطبوعات بوده است. نمونه‌گیری به صورت هدفمند تا اشیاع اطلاعات ادامه یافت و تعداد شرکت‌کنندگان به ۱۹ نفر رسید جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از مصاحبه از نوع نیمه ساختاریافته و تجزیه و تحلیل آنها به روش استویک-کلایزی-کن انجام شد. در این تحقیق تعداد ۱۷۶ مفهوم به دست آمده که پس از هدفمندی در دودسته اصلی شامل "آسیب‌های درونی ساختار مطبوعات محلی شهر اصفهان" و "آسیب‌های بیرونی ساختار مطبوعات محلی شهر اصفهان" دسته‌بندی شد. نتایج نشان داد که ضعف در عملکرد و تخصص مدیران و سردبیران مطبوعات محلی ضعف در تخصص و اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران مطبوعات محلی ضعف در امکانات شغلی برای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران مطبوعات محلی، پایین بودن کیفیت محتوای نشریات محلی، جذاب نبودن ظاهر و جذابیت‌های جانبی مطبوعات محلی، توزیع نامناسب مطبوعات محلی و فعالیت نامناسب متصدیان دکه‌های مطبوعاتی مهم‌ترین آسیب‌های درونی و عوامل اقتصادی-عوامل اجتماعی-عوامل فرهنگی و عملکرد سازمان‌های دولتی و غیردولتی و تشکلهای مطبوعاتی مهم‌ترین آسیب‌های بیرونی مطبوعات محلی شهر اصفهان بود.

کلیدواژه: مطبوعات، مطبوعات محلی، آسیب‌شناسی، ساختار.

* استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان) faezeh.taghipour@gmail.com

** کارشناس ارشد مدیریت امور فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان) mehdibaba56@yahoo.com

مقدمه و بیان مسئله

مطبوعات محلی موتور محرک توسعه منطقه‌ای به شمار می‌روند. در شرایطی که مطبوعات سراسری به مسائل و دغدغه‌های کلان ملی و بین‌المللی می‌پردازند و از کاستی‌ها، نیازها و علائق جامعه‌های محلی، به ناگزیر یا از روی تسامح، غفلت می‌ورزند، وظیفه مطبوعات محلی است که با درک واقع‌بینانه از وظایف و جایگاه خود از طریق اطلاع‌رسانی، آگاهی بخشی، نقد و ارزیابی منصفانه و عالمانه سیاست‌ها، برنامه‌ها و عملکردها، نیازها و ظرفیت‌های توسعه محلی را معرفی کنند و با به متن کشاندن دیدگاه‌ها، تحلیل‌ها و پیشنهادهای کارشناسان محلی به رفع فقر، محرومیت و عقب‌ماندگی منطقه خود یاری رسانند و به این وسیله زمینه، پیشبرد توسعه پایدار را در حوزه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی فراهم سازند.

با توجه به تأثیرگذاری مطبوعات محلی و اینکه در منطقه جغرافیایی محل فعالیت خود به عنوان بازوان توانمند مطبوعات سراسری، می‌توانند نقش و کارکرد بسیار خوبی داشته باشند، در این تحقیق آسیب‌هایی که متوجه مطبوعات محلی و مانع حرکت پرشتاب آنها است بررسی می‌شود.

مک‌کوائیل مطبوعات را یکی از مهم‌ترین و قدیمی‌ترین ابزار اطلاع‌رسانی می‌داند و معتقد است که هنوز تأثیر خود را نسبت به سایر وسایل ارتباط جمعی مدرن حفظ کرده تا آنجا که حتی سایر وسایل ارتباط جمعی با تکنولوژی پیشرفته خود هنوز نتوانسته‌اند به اندازه مطبوعات تأثیرگذار باشند. (مک‌کوائیل، ۱۳۸۸)

یکی از شاخص‌های نشریه خوب محتوا است، یک روزنامه بیش از نصف محتوایش تولیدی است و بنابراین هزینه‌های ثابت سردبیری و کارکنان را در پی خواهد داشت و در بعضی از مطبوعات برای پایین آوردن هزینه‌های روزنامه از مطالب کپی استفاده می‌شود که محتوای روزنامه را پایین خواهد آورد. (خاشعی، ۱۳۹۱)

بسیاری از دست‌اندرکاران و فعالان مطبوعاتی از لحاظ تحصیلی تناسبی با عرصه‌های کار خود ندارند و به دلیل علاقه، ذوق و استعدادهای فردی پا به عرصه مطبوعات نهاده‌اند. جاذبه‌های نهفته در بطن کار مطبوعاتی وجود دارد که میدان پرکششی برای جذب نیروهای مستعد و جوان است. (هاشمی فارسی‌زاده، ۱۳۹۱)

حیات حرفه‌ای و مقبولیت هر نشریه‌ای به میزان نیروهای کارآموده و کیفیت انتشار مطالب آن که زاینده نیروهای کارآموده است بستگی دارد. متأسفانه تعداد انبوهی از نشریات نوظهور، با کمترین پشتوانه از نیروهای متخصص پا به عرصه وجود گذاشته‌اند. این مطبوعات هیچ‌گونه جایگاه و قدرت تأثیرگذاری در جامعه و میان مردم ندارند. (کریمی‌نژاد، ۱۳۹۱)

با توجه به حوزه فعالیت نشریات سراسری و بیان مشکلات کلی کشور توسط آنها در سطح گسترده، و توجه کمتر آنها به مسائل و مشکلات خاص استان‌ها و دیگر شهرهای کشور لازم است که مطبوعات محلی تریبون بیان مسائل و مشکلات خاص استان‌ها و شهرها باشند. اگرچه

مطبوعات محلی در ارتقاء سطح علمی جامعه و بیان مشکلات آنها تا حصول نتیجه می‌توانند بسیار مؤثر باشند و تخصصی‌تر به بیان مشکلات و راه‌حل آنها بپردازند؛ ولی مشکلات و موانعی سد راه مطبوعات محلی است که امکان رشد و تأثیرگذاری را به آنها نمی‌دهد؛ لذا در این تحقیق سعی می‌شود آسیب‌های که درون مطبوعات محلی نظیر ضعف در عملکرد و تخصص مدیران نشریات محلی، ضعف در تخصص خبرنگاران و روزنامه‌نگاران مطبوعات محلی، پایین بودن محتوای نشریات محلی؛ همچنین آسیب‌های اقتصادی، اجتماعی که از بیرون متوجه مطبوعات محلی است شناسایی و تبیین شود.

مطبوعات آینه روزانه جامعه است که همراه و همگام با مردم و تحولات پیش می‌رود، به طور مستقیم از حکومت تأثیر می‌پذیرد و بر آن تأثیر می‌گذارد و در واقع با شرایط و ویژگی‌های جامعه پیوندی ناگسستنی دارند. شاید به همین دلیل بعضی از صاحب‌نظران، مطبوعات را وسیله رسیدن به توسعه و برخی دیگر از نمونه‌های آن می‌دانند. به نظر می‌رسد این دو لازم و ملزوم یکدیگرند و برای داشتن مطبوعات حرفه‌ای و آزاد باید جامعه‌ای سالم و پویا داشت و این جامعه بدون چنین مطبوعاتی به وجود نخواهد آمد. مطبوعات یکی از رایج‌ترین و شاخص‌ترین محصولات جامعه صنعتی است و در دنیای امروز، مصرف روزنامه و مجله، شاخصی بسیار گویا برای اندازه‌گیری میزان پیشرفت و توسعه هر کشوری است.

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

مطبوعات محلی بازتابی از نیازها و مشکلات و مسائل زندگی در گستره جغرافیایی یک شهر یا منطقه ویژه است و کیفیت محتوای نشریات رضایت مخاطبان را به همراه خواهد داشت. مطبوعات محلی کارکردهای گوناگونی دارند، از جمله آگاهی از مسائل روز جامعه، اطلاع‌رسانی در مورد رویدادها، مسائل، مشکلات، پیشرفت، امکانات، جاذبه‌ها و ویژگی‌های یک منطقه است و با تأکید بر ارزش خبری مجاورت، مسائل و مشکلات محل انتشار خود را مورد بررسی قرار می‌دهد. (ملوین دفلور، ۱۳۸۷)

مطبوعات در وضعیت کنونی ایران پاسخگوی نیازهای جامعه نیست و همچنان با بی‌اعتنایی از مردم روبه‌رو می‌شوند. بر اساس معیار ۴۰ سال پیش یونسکو، ما باید به ازای هر ۱۰۰ نفر ۱۰

نسخه روزنامه داشته باشیم، این در حالی است که مطبوعات همچنان عقب ننگه داشته شده است و ما به جای آن که برای ۷۰ میلیون ایرانی ۷ میلیون نسخه روزنامه داشته باشیم، در بهترین حالت کمتر از ۲ میلیون نسخه روزنامه داریم. ایجاد فضای عمومی مطلوب برای کار رسانه‌ای از جمله مسائل اصلی مطبوعات در حال حاضر است. (اسماعیل تبار و دیگران، ۱۳۹۵)

مطبوعات محلی گرفتار ضعف‌ها و نارسایی‌های گسترده‌ای هستند که نمی‌توانند به اهداف عالی خود دست یابند و با در نظر گرفتن اینکه بی‌تفاوتی در قبال وضع موجود باعث می‌شود این عقب‌ماندگی بیشتر شود و تعمیق یابد و جبران آن دشوارتر شود لذا بایستی آسیب‌هایی که از جهات مختلف متوجه مطبوعات محلی است به‌دقت شناسایی و در رفع آن آسیب‌ها و یا به حداقل رساندن تأثیر آن آسیب‌ها تلاش کرد؛ لذا محقق بر آن شد تا آسیب‌هایی را که گریبان‌گیر مطبوعات محلی شهر اصفهان است و باعث شده مطبوعات محلی در جهت مشکلات مردم و رسالت‌های سنگینی که برعهده دارند نتوانند به خوبی انجام وظیفه کنند، شناسایی کند.

تاکنون در پژوهش‌های گوناگون از یک یا دو جنبه مشکلات و آسیب‌هایی که متوجه نشریات محلی است، در یک حوزه در سطح کشور و در سطح استان اصفهان بررسی شده است، ولی از لحاظ کیفی، پژوهشی در خصوص مجموع آسیب‌هایی که متوجه نشریات محلی اصفهان است انجام نشده؛ لذا در این پژوهش به این موضوع پرداخته شد.

تعاریف، مفاهیم و پیشینه نظری

آسیب‌شناسی (Pathology): اصطلاحی در علوم پزشکی است که در علوم اجتماعی نیز کاربرد دارد. آسیب‌شناسی در علوم اجتماعی به معنای مطالعه علمی پدیده‌ها، علل به وجود آورنده، فرایند به وجود آمدن، چگونگی گسترش و نتایج و پیامدهای آنها است. (بروجردی علوی، ۱۳۹۱)

آسیب‌شناسی از علوم زیستی گرفته شده است. مطالعه سازمان‌ها، آسیب‌های اجتماعی نظیر فقر، ارتشاء، بیکاری، فساد اداری همراه با علل یا عوامل آن و شیوه‌های درمان و همچنین شرایط بیمارگونه و نابهنجار اجتماعی است. مفهوم دارای گستره‌ای بسیار وسیع است از ابعاد ارزشی فراوانی نیز برخوردار است اما در مورد قلمرو آن اتفاق نظر نیست. (ساروخانی، ۱۳۸۵)

ساختار (Structure): از معانی لغوی آن ساخت، ساختمان، ترکیب، سبک، سازمان، بنا، تشکیل دادن، پی‌ریزی کردن و در فرهنگ معین (۱۳۸۷) ساخت به معنی طرز، اسلوب و شیوه آمده است. تئودورسون ساختار را این‌چنین تعریف می‌کند " روابط بنیادین و نسبتاً پایدار میان عناصر، اجزاء یا الگوهای موجود در یک کل سازمان‌یافته". (داوودی، ۱۳۸۰: ۲۰)

مطبوعات (Press): عبارت از نوشته‌های چاپی، به معنی طبع شده، کتاب‌ها، مجله‌ها و روزنامه‌های چاپ شده است. (دهخدا، ۱۳۷۰: ۲۱۰۵۶)

نشریاتی که به طور منظم با نام ثابت و تاریخ و شماره ردیف در زمینه‌های گوناگون خبری، انتقادی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، کشاورزی، فرهنگی، دینی، علمی، فنی، نظامی، هنری، ورزشی و نظایر اینها منتشر می‌شوند. (قانون مطبوعات، ماده یک)

مطبوعات محلی (Local press): نشریات ادواری هستند که در سطح یک استان توزیع می‌شوند و رویدادهای خبری همان منطقه را در اولویت تولید پیام و اطلاع‌رسانی قرار می‌دهند. (مرتضوی، ۱۳۸۹: ۳۴)

تاریخچه و وضعیت عمومی مطبوعات محلی اصفهان

اصفهان از سال‌های نخستین پاگرفتن مطبوعات در این مرز و بوم نامی مطرح در حوزه فعالیت‌های مطبوعاتی بوده است. در یک‌صد و سی‌وهشت سال پیش (۱۲۹۶ ه. ق) و در اواخر دوره ناصری، نشریه فرهنگ در چهار صفحه به خط نستعلیق میرزا عبدالرحیم خوشنویس بر روی کاغذ عالی و زیبا به چاپ رسید. مدیریت این نشریه را میرزا تقی‌خان کاشانی معروف به حکیم‌باشی، پزشک مخصوص ظل‌السلطان، برعهده داشت. این نشریه از سال ۱۲۹۶ تا ۱۳۰۸ (ه. ق) به مدت ۱۲ سال به شکل هفتگی، با مطالب متنوع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی منتشر می‌شد و در آن مطالب مختلفی از روزنامه‌های فارسی‌زبان کشورهای مختلف به چشم می‌خورد. در عین حال، در چند نشریه فارسی چاپ هندوستان نیز مطالبی از روزنامه فرهنگ نقل شده است. فرهنگ، اولین روزنامه اصفهان، در عین حال نخستین روزنامه‌ای است که قیمت اشتراک خود را برای خارج از کشور اعلام کرد. این روزنامه با استفاده از کمک‌های ظل‌السلطان توانست تا سال ۱۳۰۸ (ه. ق) به حیات خود ادامه دهد. (دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، ۱۳۹۲)

تا پایان سال ۱۳۹۵ تعداد مجوزهای مطبوعات محلی استان اصفهان (فعال و غیرفعال) ۲۲۷ عنوان شامل ۸ روزنامه، ۳۳ هفته‌نامه، ۱۷ دوهفته‌نامه، ۶۵ ماهنامه، ۱۶ دو ماهنامه، ۷۸ فصلنامه، ۱۰ دوفصلنامه است. از این تعداد ۱۵۰ عنوان (فعال و غیرفعال) متعلق به شهر اصفهان است و ۷۷ عنوان متعلق به دیگر شهرستان‌های استان هستند.

از ۱۵۰ عنوان، ۸ روزنامه، ۱۹ هفته‌نامه، ۹ دوهفته‌نامه، ۴۱ ماهنامه، ۹ دو ماهنامه، ۵۷ فصلنامه، ۷ دوفصلنامه عنوان فعال و متعلق به شهر اصفهان هستند. به نظر می‌رسد شهر اصفهان از نظر کمی در جایگاه مناسبی است و بیشتر بایستی برای بالابردن سطح کیفی نشریات تلاش شود. اگرچه تا سالیان طولانی در اصفهان تنها یک روزنامه فعالیت داشت ولی اکنون از نظر تعداد روزنامه‌ها در جایگاه مناسبی قرار گرفته‌ایم، در این تحقیق نیز سعی می‌شود آسیب‌هایی که متوجه مطبوعات محلی شهر اصفهان است بررسی شود.

نقش و کارکرد نشریات محلی

در باب نقش مطبوعات محلی، در کنار کارکردهای نشریات سراسری، باید گفت که این دسته از مطبوعات به طور کلی نقش مهمی در بازتاب نیازها و مشکلات یک منطقه جغرافیایی داشته و پویایی و رشد آنها به توسعه مطبوعات سراسری منجر می‌شود و افزایش توجه مخاطبان نسبت به اینگونه نشریات، افزایش خوانندگان و مخاطبان نشریات سراسری را در پی خواهد داشت.

نشریات محلی یک ابزار فرهنگی بومی است، که در مقایسه با دیگر رسانه‌ها، همچون مطبوعات سراسری، به علت دسترسی آسان از اقبال مردمی بیشتری برخوردارند و به نوعی رسانه عمومی تری به شمار می‌آیند که صاحبان این رسانه باید از این پستوانه مردمی در جهت تأثیرگذاری و مخاطب‌پسندی به خوبی استفاده کنند؛ اما در کنار این امتیازات مثبت نشریات محلی به ضعف بنیه اقتصادی و مالی، ساختار مدیریتی و اجرایی و نگاه سنتی از وضعیت مناسبی در استان‌ها و شهرستان‌ها برخوردار نیستند و این دلایل سبب شده است مطبوعات محلی نتوانند تا حدودی به رسالت و کارکرد اصلی خود نزدیک شوند. کلی‌نگری و یک‌سویه نگری از دیگر مشکلات امروزی این رسانه‌ها را تشکیل می‌دهد، به طوری که برای مردم منطقه همیشه تازگی نداشته و همان اخبار تکراری روزنامه‌ها و رسانه‌های سراسری را با ظاهری همیشگی تکرار می‌کند و سرعت نوآوری و به‌روز بودن آنها نسبت به دیگر رسانه‌ها کم است. این دلایل باعث شده است که مطبوعات محلی بیشتر از دیگر رسانه‌ها نیازمند حمایت از سوی متولیان امر باشند تا بتوانند در سرعت سرسام‌آور رسانه‌ها در این میدان باقی بمانند و به رسالت واقعی خود عمل کنند. (فروتن، ۱۳۹۴)

سال‌هاست مردم در سراسر جهان به روزنامه‌های محلی بیش از روزنامه‌های سراسری توجه دارند، در نتیجه برخی روزنامه‌های محلی در صفحات بیشتر و حتی با آگهی بیشتری انتشار می‌یابند، چراکه اغلب روزنامه‌های سراسری (منتشرشده در سطح کشور)، هر روز بیش از پیش درگیر رقابت‌های سیاسی شده و تحت تأثیر سیاست‌های دولت متبوع و یا جناح مخالف آن (حزب اقلیت) قرار می‌گیرند.

اما به عقیده کارشناسان این دسته از مطبوعات (روزنامه‌های محلی) که امروز در تمام دنیا انتشار منظم دارند و شمار آنها در سراسر جهان در سال ۲۰۰۰ از رقم ۱۷ هزار نیز تجاوز کرده بود، عمدتاً اخبار و نظرات را بدون توجه به سیاست‌های دولت منتشر می‌کنند البته از لحاظ انعکاس اخبار بین‌المللی، تصمیمات دولت و مذاکرات پارلمان تفاوتی میان آنها و روزنامه‌های سراسری نیست زیرا هر دو در پوشش این گونه اخبار از آژانس‌های خبری مشترک و مشخص استفاده می‌کنند.

بر اساس آنچه از بررسی مطبوعات محلی در جهان به دست آمده است، روزنامه‌های سراسری معمولاً اخبار محلی خود را طبق قرارداد از تحریریه روزنامه‌های محلی می‌گیرند، کار

مبادله‌ خیر امری عادی است، اما روزنامه‌های سراسری، به علت کمبود جا در نشریه معمولاً قادر به انتشار همه اخبار دریافت شده نیستند.

به عقیده کارشناسان، مطبوعات محلی در ایران چندان مورد توجه نبوده و به نوعی کارکرد آنها با نقص همراه است. از سوی دیگر مطالعات نشان می‌دهد نداشتن تمرکز در یک محدوده جغرافیایی، بزرگ‌ترین مشکل نشریات محلی است که ایجاد این تمرکز در نشریات محلی، نخستین گام برای درک حرفه‌ای این نشریات است. (غفوری کیوی، ۱۳۸۷)

مطبوعات و رسانه‌های محلی یکی از ارکان اساسی اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی در سطح عمومی جامعه‌اند، که در توسعه فرهنگ بومی و به تبع آن فرهنگ ملی و منطقه‌ای نقشی به‌سزا دارند. در عصری که از آن با عنوان "عصر ارتباطات" یاد می‌کنند و "ارتباطات را سنگ بنای اولیه تمدن بشری به شمار می‌آورند." برای تحلیل مسائل اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی نمی‌توان به ابزارها و وسایل ارتباط جمعی بی‌توجه یا کم‌توجه بود؛ بدون شک این ابزارها نقش بسزایی در شکل‌گیری رفتارها و پدیده‌های مختلف دارند.

رسانه‌ها، به ویژه مطبوعات، در میان وسایل ارتباط جمعی از موقعیت ویژه‌ای برخوردارند، مطبوعات، اصلی‌ترین عامل شکل‌گیری افکار عمومی محسوب می‌شوند؛ وجود مطبوعات و وسایل ارتباط جمعی از جمله ضرورت‌های اجتناب‌ناپذیر جوامع انسانی است. این مهم به گونه‌ای با زندگی روزمره شهروندان پیوند خورده که نبود آنها مانند نقصی بزرگ در روند هم‌زیستی اجتماعی انسان‌ها تلقی می‌شود. به جرئت می‌توان گفت هرگونه توسعه بدون در نظر گرفتن سهم رسانه، ابر خواهد بود و نشریات محلی یکی از گروه‌های مهم رسانه‌ای به شمار می‌آیند.

مطبوعات محلی بازوان توانمندی برای نشریات و مطبوعات سراسری و ملی به حساب می‌آیند و می‌توانند نقش و کارکرد بسیار خوبی در زمینه‌گوش‌ها و لهجه‌های گوشه و کنار ایران در راستای توانمندسازی و بارورکردن زبان فارسی داشته باشند.

برای نمونه در حوزه برابرسازی واژگان بیگانه و دخیل در زبان فارسی به‌راحتی می‌شود از گنجینه‌های ارزشمند واژگان و اصطلاحات بومی و محلی استفاده کرد. مطبوعات محلی نیز می‌توانند نیروی بالقوه خود را پس از بالفعل کردن در اختیار نشریات سراسری و ملی قرار دهند.

در اهمیت و جایگاه ویژه مطبوعات محلی همین بس که مورخان ۲۴ سپتامبر ۱۸۵۳ را به‌عنوان روز آغاز مطبوعات محلی در جهان ثبت کرده‌اند، این خود نشان‌دهنده ارج و ارزش نشریات بومی و محلی است؛ بنابراین، ستون و پایه اساسی مطبوعات ملی، مطبوعات محلی قوی و قدرتمند است. گفتنی است خیلی از روزنامه‌نگاران حرفه‌ای و اعضای هیئت تحریریه نشریات سراسری ابتدا کار روزنامه‌نگاری را از مطبوعات محلی آغاز کرده‌اند، به عبارت دیگر، مطبوعات بومی و محلی می‌توانند در مرحله‌های مختلف به ویژه تربیت نیروی انسانی باتجربه، مقوم و تقویت‌کننده مطبوعات ملی و سراسری باشند. برخی از نشریات محلی به مدد هیئت

تحریریه‌های باتجربه و موفق، اکنون با گستره توزیع سراسری چاپ می‌شوند، کارون، خراسان، آفتاب یزد، خبر جنوب و ... از جمله اینها هستند.

اما به هر روی مطبوعات سراسری و به تبع آن مطبوعات محلی و بومی به دلایل مختلفی تاکنون نتوانسته‌اند آن گونه که باید و شاید انتظارات مخاطبان خود و جامعه را برآورده کنند، یعنی نقش و کارکرد اساسی خود که همانا اطلاع‌رسانی دقیق و روشن، افزایش دانایی و دانش و درک و فهم مخاطبان است را به‌خوبی ایفا نکرده‌اند.

در بیشتر کشورهای توسعه‌یافته، روزنامه‌های پرشمارگان (تیراژ) در نوبت صبح منتشر می‌شوند تا مخاطب پیش از آغاز فعالیت روزانه خود از آنچه در پیرامونش می‌گذرد، از طریق روزنامه‌ها آگاه شود و بتواند در روند تصمیم‌گیری روزانه خود از اطلاعات به دست آمده بهره‌بردار. در این کشورها روزنامه یک نیاز حیاتی است.

باید گفت نشریات ما به‌ویژه نشریات محلی هنوز نتوانسته‌اند، "آگاهی" نه "آگاهی" را در بطن زندگی روزمره مردم قرار دهند. از این‌رو، خواندن و یا نخواندن روزنامه در زندگی اکثر افراد جامعه تأثیرگذار نیست. این نکته‌ای است که در هر حال یک نشریه محلی از جهات مختلف باید به آن توجه داشته باشد تا به‌عنوان یک نیاز ضروری مورد استفاده قرار گیرد. با این وصف "بودن یا نبودن" مطبوعات محلی چه توفیقی در زندگی انسان‌های امروزی دارد؟ (رستمی، ۱۳۸۹)

پیشینه پژوهش

تقی‌پور (۱۳۸۴) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان "بررسی کارآمدی مطبوعات اصفهان بعد از خرداد ۱۳۷۶" به بررسی شناخت عواملی که باعث نقصان در مطبوعات محلی شده پرداخته است. جامعه آماری مورد مطالعه ۱۴۰ نفر از روزنامه‌نگاران هستند. روش تحقیق توصیفی پیمایشی است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه و داده‌های تحقیق از طریق نرم‌افزار SPSS تحلیل شده است. نتایج تحقیق او نشان داد مهم‌ترین علتی که باعث پایین بودن سطح کیفی مطبوعات محلی شده کمبود نیروی انسانی متخصص همچنین عدم برگزاری دوره‌های آموزشی و عوامل اساسی اقتصادی است.

زارع (۱۳۸۶) در پژوهشی با موضوع "بررسی میزان استفاده و رضایتمندی مخاطبان از نشریه‌های محلی (شیراز، زنجان، سنندج)" که با روش توصیفی-تبیینی و ابزار پرسشنامه انجام داده است میزان رضایتمندی مردم را از مطبوعات محلی هر یک از این شهرها به طور جداگانه سنجش کرده است. نتایج نشان داده که بیشتر پاسخگویان، مطبوعات سراسری را بیشتر از مطبوعات محلی مطالعه می‌کنند زیرا مخاطبان محلی نیازهای آنان را در زمینه‌های مختلف برآورده نمی‌کنند.

صدیقی (۱۳۸۷) تحقیقی با عنوان "راهکارهای افزایش استقبال مردم یزد از مطبوعات محلی" انجام داد. این تحقیق به صورت روش کمی و کیفی صورت گرفت. در روش تحقیق کمی ۴۰۰ نفر از مردم بالای ۱۶ سال که سواد مطالعه را داشتند بررسی شده‌اند. در روش تحقیق کیفی تمام مدیران و سردبیران نشریات محلی مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند. یافته‌های تحقیق نشان داد که علت عمده عدم استقبال مردم یزد از مطبوعات محلی عدم شناخت آنان از نشریات، مناسب نبودن مطالب و محتوای نشریات محلی و عدم توجه به خواسته‌های مردم و علائق آنان و همچنین پایین بودن سطح کیفی گرافیکی و فنی نشریات بود.

طالقانی (۱۳۸۷) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به بررسی "راه‌های توسعه کمی و کیفی مطبوعات محلی اصفهان" با روش توصیفی-پیمایشی پرداخته است. او با استفاده از پرسشنامه نشان می‌دهد عوامل اقتصادی، آموزشی، انسانی، مدیریتی و کیفیت و محتوای روزنامه‌های محلی مهم‌ترین شاخص‌ها در ارتقای توسعه کمی و کیفی مطبوعات اصفهان هستند و باید مورد توجه قرار گیرند.

قلی‌زاده گللو (۱۳۹۳) تحقیقی با عنوان "بررسی ساختار و محتوای مطبوعات استان اردبیل از منظر اصول حرفه‌ای و توسعه‌ای روزنامه‌نگاری" انجام داده است. در این تحقیق از روش تحلیل محتوای کمی استفاده شده است. یافته‌های به دست آمده از پژوهش در پنج هفته‌نامه منتخب استان اردبیل طی سال ۱۳۹۱، نشان داد که بیشترین سبک مورد استفاده در نشریات استان اردبیل سبک خبر، بوده و در عین حال بیشتر مطالب نشریات استان را مطالب غیرتولیدی تشکیل دادند. همچنین بیشترین منبع مورد استفاده در مطالب، مربوط به خبرگزاری‌های داخلی است؛ در حالی که مطالب زیادی نیز بدون منبع بوده‌اند. در کل می‌توان گفت که مطبوعات استان اردبیل در زمینه رعایت اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در برخی موارد موفق و در برخی موارد ناموفق بوده‌اند.

خراسانی، راستی و رحمانی (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان "تحلیلی بر اثرگذاری رسانه‌های جمعی و مطبوعات از دیدگاه ساکنان نواحی روستایی شهرستان کنارک (مطالعه موردی: دهستان زراباد غربی)" که در بین روستاییان روستاهای دهستان زراباد غربی شهرستان کنارک با روش توصیفی-تحلیلی انجام گرفت، به این نتیجه رسیدند که میزان دسترسی به رسانه‌ها بسیار ضعیف، میزان استفاده نسبتاً مطلوب، میزان نقش‌آفرینی آنها در ارتقای آگاهی عمومی نسبتاً مطلوب و به طور کلی نقش‌آفرینی رسانه‌ها در مسیر توسعه نواحی روستایی بسیار ضعیف است. گریفن (Griffin, 2002) در یک مطالعه موردی با عنوان "شهر، حومه شهر، جامعه و مطبوعات محلی" به بازنگری نقش مطبوعات محلی استرالیا در انسجام جامعه می‌پردازد و با بررسی دو روزنامه محلی در استرالیا و تأثیرات آن بر جامعه شهری به این نتیجه رسید که مطبوعات محلی در صورت عملکرد صحیح می‌توانند تأثیرات مفیدی بر هویت اجتماعی،

فرهنگی و ... یک شهر یا منطقه گذاشته، باعث پیشرفت و تعالی آن و ارتباط محل انتشار با سایر نقاط کشور و حتی جهان شوند.

نگرین (Negrin, 2005) در مقاله‌ای با عنوان "نقش مطبوعات محلی در انگلستان در مبارزات محلی" با تحلیل محتوای مطبوعات محلی انگلستان به بررسی نقش رسانه‌های محلی در مبارزات سیاسی محلی در انگلستان پرداخته است. این بررسی نشان می‌دهد که نمایندگان مجلس و سایر بازیگران سیاسی در حوزه‌های جغرافیایی مختلف با استفاده از نفوذ رسانه‌های محلی نفوذ خود را در آن حوزه گسترش می‌دهند این مقاله همچنین قدرت مطبوعات و رسانه‌های محلی انگلستان را در هدایت افکار عمومی شهر یا منطقه تحت پوشش به‌خوبی عیان می‌سازد.

بخش تحقیقاتی کالج روزنامه‌نگاری سیوری در سال ۲۰۰۵ یک نظرسنجی با عنوان "بررسی الگوهای استفاده جامعه خوانندگان روزنامه از روزنامه‌های محلی" انجام داد. این تحقیق نگرش ۸۰۰۰ نفر از خوانندگان روزنامه‌های محلی را در دوره بررسی نشان می‌دهد. ۷۳ درصد از پاسخگویان حداقل یک‌بار در هفته یکی از روزنامه‌های محلی شهر خود را مطالعه می‌کنند و میانگین زمانی را که هر یک از این ۷۳ درصد صرف خواندن روزنامه‌های محلی می‌کنند ۳۷/۵ دقیقه است. همچنین ۶۲ درصد از پاسخگویان، روزنامه محلی را برای کسب اخبار محلی، ۳۰ درصد برای کسب اخبار ورزشی محلی و ۳۹ درصد برای کسب اخبار محلی آموزش و پرورش مطالعه کرده‌اند.

تحقیقی در مرکز مدیریت رسانه ام ام سی دانشگاه نورت وسترن آمریکا (۲۰۱۳) از طریق مصاحبه با مدیران مختلف سازمان‌های رسانه‌ای آمریکا با موضوع "توانمندی‌هایی که سازمان‌های رسانه‌ای برای رقابت و کسب برتری در محیط پیچیده رسانه‌ای باید داشته باشند" انجام شده است و بیان داشته که سازمان‌های رسانه‌ای و خبری برای اینکه دست برتر را در رقابت‌های محیط پیچیده پیش رو داشته باشند باید از شش توانمندی به‌عنوان مزیت‌های رقابتی برخوردار باشند؛ این شش توانمندی عبارت‌اند از: ۱. ارائه زمینه‌های مختلف و متنوع رسانه‌ای ۲. بازار سازی ۳. جامعه سازی یا اجتماع سازی ۴. عمل کردن چون کارگرانی برای معدن اطلاعات ۵. جامع‌ترین و جذاب‌ترین بودن در امر خبررسانی ۶. اندیشیدن همچون کارآفرینان.

یافته‌های تحقیق نشان داد سازمان‌های خبری باید مثل کارآفرینان به این بیندیشند که چگونه می‌توانند مزیت‌های تازه خلق کنند، خدمات جدید به مشتریان خود ارائه دهند، راه‌های جدید برای کسب و کارشان پیدا کنند و مدل‌های تجاری تازه برای محیط تازه خلق کنند. منظور از خدمات جدید در سازمان‌های رسانه‌ای ایجاد راه‌های جدید برای درگیر کردن و متعهد کردن مخاطب به پیگیری محتوای رسانه‌ای است. سازمان رسانه‌ای باید سناریوهای ممکن برای محیط پیش رو را طراحی و با دقت مدل‌های درآمدزایی در جهان وب را پیگیری کند. برگ برنده در

آینده رسانه در دست سازمان‌هایی است که سناریوهای صادقانه و واقع‌بینانه‌ای برای درآمدزایی در بازار مجازی داشته باشند.

گرینسلید (Grinslid, 2014) تحقیق "می‌توان استدلال کرد که نشریات محلی هنوز سال‌های زیادی از عمرشان باقی است" را با سؤالی شروع کرده که چرا مردم زحمت خرید یک روزنامه محلی را به خودشان نمی‌دهند در حالی که اخبار در دنیای مجازی برای همه ما و به اشتراک گذاشتن آن به صورت مداوم وجود دارد؟ در ادامه در پاسخ به سؤال مذکور چنین بیان می‌کند که بهترین روزنامه‌های محلی آنهایی هستند که سراغ این چالش می‌روند و آن را در جهان اثبات می‌کنند، جایی که میلیون‌ها دیدگاه و تفسیر وجود دارد بیشتر از هر موقع دیگری به رسانه‌های محلی نیاز است که احساس یک صدای ناهنجار دیجیتال را برای مردم محلی از بین ببرد. مردم هر شهر و شهرستان از داده‌های موجود در نشریات محلی خود حسی می‌سازند و از آن برای پاسخ به سؤالات و بحث و ابتکارات استفاده می‌کنند و روزنامه‌نگاران محلی نیز در تفسیر آنچه واقعاً در محل خود اتفاق افتاده و شرح دادن آن به خوانندگان خود بهترین‌اند و مردم محلی هنوز به روزنامه‌های محلی خود بیشتر از آنچه به سایر اعتماد دارند. آنها می‌دانند گزارش دادن کارهایشان و تصمیم‌گیری در رسانه‌های محلی خوب جواب خواهد داد. وجود روزنامه‌های محلی تلاشی است تا احساس بلند صدای شهرها و شهرستان‌ها را منتقل کنند.

روش تحقیق

در این پژوهش با توجه به موضوع مورد مطالعه از روش تحقیق کیفی از نوع پدیدارشناسی استفاده شده است. پدیدارشناسی برای استخراج عصاره ذات تجربه انسانی، شیوه‌ای از تحقیقات با مختصات توصیفی، انعکاسی و تفسیری را پیشنهاد می‌کند. در این توصیف شیوه تجربه و آنچه افراد تجربه می‌کنند ارائه می‌شود. پدیدارشناسی به عنصر اساسی تجربه در زندگی روزمره مردم توجه دارد. لذا تجربه، نقطه مرکزی تمرکز پدیدارشناسی قرار گرفته است. (ایمان، ۱۳۹۱)

پژوهشگر در این تحقیق درصدد شناخت آسیب‌شناسی ساختار نشریات محلی شهر اصفهان است. روش تحقیق خود را از نوع کیفی بر اساس روش پدیدارشناسی انتخاب کرده است تا به عمق تجارب آنها در خصوص آسیب‌های نشریات محلی شهر اصفهان بپردازد.

مشارکت‌کنندگان در این پژوهش شامل فعالان با تجربه مطبوعاتی، اعم از دانش‌آموخته دانشگاهی یا تجربی که در پست‌های دولتی یا خصوصی فعالیت می‌کنند و اکنون نیز مدیرمسئول، سردبیر، صاحب‌امتیاز، خبرنگار، روزنامه‌نگار، استاد دانشگاه، منتقد، مدیر تشکل‌های غیردولتی و افراد دارای پست مدیریتی سازمان خصوصی یا دولتی مطلع در خصوص مطبوعات هستند.

در این مطالعه حوزه پژوهش فعالان مطبوعات بودند و مصاحبه با اولین مشارکت‌کننده آغاز و تا رسیدن به حد اشباع اطلاعاتی (مصاحبه با ۱۹ نفر) به اتمام رسید.

در تحقیق حاضر گردآوری اطلاعات از طریق مصاحبه از نوع نیمه ساختاریافته صورت گرفته است.

به منظور گردآوری اطلاعات در تحقیق با استفاده از مصاحبه نیمه ساختاریافته، متعامل (چهره به چهره) و با مشارکت کنندگان منتخب وارد گفت‌وگو شده تا تصویری واضح و خالص از تجربه مورد نظر ترسیم شود. در این نوع مصاحبه علاوه بر اینکه سؤالات و موضوعاتی از پیش تعیین شده پرسیده می‌شود، محقق می‌تواند، تا اندازه‌ای که به نکاتی فراتر از پاسخ پرسش‌ها دست یابد، از موضوع خارج شود.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات در این تحقیق بر اساس روش استویک - کلایزی - کن در هفت مرحله انجام گرفت. (Stephen, 2003)

در مرحله اول، در پایان هر مصاحبه و یادداشت‌های میدانی، ابتدا صحبت‌های ضبط‌شده شرکت‌کنندگان مکرراً گوش داده می‌شود و اظهاراتشان، کلمه به کلمه روی کاغذ نوشته می‌شود و جهت درک احساس و تجارب شرکت‌کنندگان چند بار مطالعه می‌شود.

در مرحله دوم، تمام عبارت‌های مهم علامت‌گذاری شده از متن هر مصاحبه استخراج و در یک جدول قرار گرفت به طوری که برای هر عبارت امکان استخراج یک یا چند مفهوم ساده و اولیه وجود داشت که در این زمینه ۱۷۶ عبارت مهم و مرتبط با موضوع پژوهش به دست آمد.

در مرحله سوم، معنی یا مفهوم هر عبارت مهم توسط محقق شکل گرفت به طوری که یک عبارت بلند به یک یا چند مفهوم کوتاه و قابل فهم تبدیل شد که پس از حذف کدهای تکراری تعداد ۳۹ مفهوم باقی ماند.

در مرحله چهارم، مفاهیم تنظیم‌شده، درون دسته‌های موضوعی مرتبط سازمان‌دهی شد که در این رابطه تعداد ۱۱ دسته موضوعی به دست آمد.

در مرحله پنجم، یافته‌ها به درون یک توصیف جامع از پدیده مورد نظر تلفیق و دسته‌بندی شد که از این میان دو دسته و مفهوم کلی با ۱۱ زیرمفهوم مربوط به موضوع پژوهش بود.

در مرحله ششم، توصیف جامع از پدیده مورد تحقیق به شکل یک بیانیه صریح و روشن تنظیم و در قالب گزاره اصلی پژوهش ارائه شد که با توجه به موضوع و هدف پژوهش، "آسیب شناسی ساختار مطبوعات محلی شهر اصفهان" به عنوان گزاره اصلی پژوهش بیان شد.

در مرحله آخر، اعتبار و پایایی مطالب تأیید شد. بدین ترتیب که جهت تأیید اعتبار با استفاده از تکنیک کنترل اعضا، از طریق ارائه تحلیل‌های داده‌ای و نتایج آن به پاسخگویان جهت آگاهی و استفاده از واکنش‌های ایشان، یافته‌ها به مشارکت‌کنندگان نشان داده شد و نظرات ایشان اخذ شد. علاوه بر آن محقق جهت تأیید پایایی یافته‌ها، مفاهیم استخراج شده را به چند

نفر از پژوهشگران و استادان تخصصی این حوزه به عنوان کمیته راهنما نشان داد و از اجماع ایشان در ارزیابی عینی و علمی یافته‌ها اطمینان حاصل کرد. (عباس زاده، ۱۳۹۱)

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش در دو دسته‌بندی درونی و برونی قرار گرفت که مفهوم‌های هرکدام به طور مشخص به دست آمده است.



شکل ۱. تجارب فعالان مطبوعاتی از آسیب‌های ساختار مطبوعات محلی با رویکرد درونی

الف. پاسخ به پرسش اول تحقیق

در پاسخ به پرسش اول تحقیق، تجارب فعالان مطبوعاتی از آسیب‌های ساختار مطبوعات محلی با رویکرد درونی، نتایج تحقیق، مطابق شکل ۱ دسته بندی شده است.

۱. ضعف در عملکرد و تخصص مدیران و سردبیران مطبوعات محلی

۱-۱. مدیریت نشریه شرکت‌کنندگان در مصاحبه اظهار کردند مدیر یک نشریه محلی به عنوان رکن اصلی نشریه در روند رو به رشد و تکامل نشریه بسیار مؤثر است و چنانچه مدیر نشریه توانمندی نباشد برای نشریه یک آسیب محسوب می‌شود و نمی‌تواند نشریه را به کیفیت مورد نظر برساند، البته این موضوع باید از چند جهت مورد بررسی قرار گیرد. که شامل: شیوه مدیریت مدیران مطبوعات محلی و نگاه مدیران مطبوعات محلی به فعالیت مطبوعاتی است.

گاهی توجه مدیرمسئول در جهت بالا بردن کیفیت نشریه است و در این راستا نیروی انسانی متبحر استخدام می‌کند، کادر تحریریه را از کادر بازاریابی جدا می‌کند تا مطالب نشریه تحت تأثیر آگهی‌ها قرار نگیرد. در درج واقعیت‌ها محافظه‌کارانه عمل نمی‌کند و مطالبی را که در جهت منافع جامعه است درج می‌کند. با راه‌اندازی کتابخانه تخصصی در دفتر نشریه به فکر بالا بردن علم و دانش هیئت تحریریه است. اگر شیوه مدیریت مدیرمسئول نشریه خلاف این باشد نشریه دچار آسیبی می‌شود که در جای‌جای نشریه هویدا است و پویایی و تحرک خود را، در جهت بالا بردن کیفیت و جذب مخاطب، از دست می‌دهد؛ در مرحله بعدی نگاه مدیر نشریه به فعالیت مطبوعاتی مهم است، آن را یک فعالیت فرهنگی می‌داند و نگاهش، نگاهی مسئولانه نسبت به جامعه است و یا اینکه نگاهش به فعالیت مطبوعاتی یک نگاه تجاری و نسبت به جامعه بی‌تفاوت و منفعل است.

چنانچه نگاه مدیرمسئول به نشریه، فقط نگاه تجاری باشد و هیچ چشم‌انداز فرهنگی برای آینده نشریه در نظر نداشته باشد یک آسیب به حساب می‌آید در این صورت انتظار مدیرمسئول از خبرنگاران و روزنامه‌نگاران نگاه تجاری است و حداقل انتظارش تهیه اخبار دم‌دستی و تکراری از آنها خواهد بود. ولی اگر نگاه به فعالیت مطبوعاتی از نگاه مدیر نشریه، نگاهی ممتاز باشد که هدف‌های مشخص شده در جهت رفع مشکلات جامعه برای خود ترسیم کرده و چشم‌انداز نشریه را مشخص کرده باشد، مطمئناً عملکرد بسیار متفاوتی خواهد داشت و برای رسیدن به آرمان‌های از پیش تعیین‌شده تلاش می‌کند.

۲-۱. ضعف در تخصص و کارایی مدیران مطبوعات محلی

چنانچه مدیرمسئول در زمینه تخصصی نشریه و همچنین سواد رسانه‌ای به معنای عام کلمه دانش نداشته باشد نمی‌تواند کار حرفه‌ای کند. همچنین مدیرمسئول بایستی آشنا به قوانین و مقررات مطبوعاتی، مدیریت رسانه، مدیریت اقتصاد مطبوعات و مسلط به شیوه‌های خبرنگاری و گزارش‌نویسی باشد. اگر او در هر کدام از زمینه‌های فوق اطلاعات کافی نداشته باشد یک آسیب برای نشریه محسوب می‌شود.

۳-۱. ضعف در تخصص سردبیران مطبوعات محلی

سردبیر می‌تواند جانشین مدیرمسئول و گاه اولین شخص در عوامل اجرایی، باشد. چنانچه سردبیر تخصص مورد نیاز را در حوزه رسانه نداشته باشد، در موقع نیاز نمی‌تواند بر موج جامعه سوار شود و با استفاده از دانشی که دارد در جهت منافع جامعه مطالب مورد نظر را درج کند.

۴-۱. احساس منفی مدیران مطبوعات محلی

احساس تبعیض مدیران نشریات محلی نسبت به نشریات سراسری یک آسیب محسوب می‌شود، حتی اگر این احساس درست نباشد. همچنین این باور که نشریات محلی نمی‌توانند مانند نشریات سراسری تأثیرگذار و در جذب مخاطب موفق باشند، مانع رشد نشریات محلی است.

۲. ضعف در تخصص و اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران مطبوعات محلی

روزنامه‌نگاران و خبرنگاران کسانی هستند که در نحوهٔ رساندن پیام به مخاطب نقش کلیدی دارند و در موفقیت و یا عدم موفقیت نشریه بسیار مؤثر هستند. آسیب اول عدم آموزش مناسب است و در گام اول بایستی به صورت مداوم برای آنها آموزش حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و خبرنگاری برگزار شود، که مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند که با توجه به فشردگی دوره‌های آموزشی که از طریق تهران در استان‌ها برگزار می‌شود، این آموزش‌ها تأثیر کمی دارد؛ لذا بایستی در طول سال یک سیستم منسجم و مداوم برای آموزش خبرنگاران وجود داشته باشد.

اگرچه آموزش در تمام بخش‌های مربوط به مطبوعات از جمله آموزش بازاریابی، صفحه‌آرایی و نرم‌افزارهای مربوطه، برای بخش‌های مختلف یک نشریه ضروری است ولی ضرورت آموزش‌های تخصصی روزنامه‌نگاری و خبرنگاری بیشتر حس می‌شود. آسیب بعدی نداشتن تخصص حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و خبرنگاری است که خبرنگار حرفه‌ای کمتر در نشریات محلی فعالیت می‌کند. کسانی که وارد مطبوعات می‌شوند بدون هیچ معیار مشخص و بدون آموزش وارد می‌شوند و در حین فعالیت نیز کیفیت مطالب نشریه را کمتر مدنظر قرار می‌دهند، چه بسا با رشته‌های تحصیلی نامرتب و بدون تخصص وارد مطبوعات شوند. اکنون خبرنگار و روزنامه‌نگاران زیادی در کلیهٔ حوزه‌های رسانه، اعم از سیاست، اقتصاد، فرهنگ و ... بدون داشتن تخصص لازم فعالیت می‌کنند و فعالیت آنها به صورت تخصصی و حرفه‌ای نیست؛ لذا مطالب هم مطالب تخصصی، جذاب و مؤثر نخواهد بود چون خبرنگار و روزنامه‌نگار تخصص حرفه‌ای و روحیه پرسشگری ندارد و از چرایی و چگونگی آمار و اخباری که اعلام می‌شود سؤال نمی‌کنند.

همچنین نقد مسئولان به شیوهٔ صحیح انجام نمی‌شود، خبرنگار گاهی بدون درک صحیح از سوز، به صورت غیرعلمی و بدون تحقیق و جست‌وجوی دقیق، مطلب را ارائه می‌دهد که ناشی از عدم درک خبرنگار و کم بودن دانش او از موضوع است.

در قدم بعدی از اخلاق حرفه‌ای به عنوان پایه و اساس فعالیت خبرنگاری یاد می‌شود که اگر رعایت نشود بقیه تخصص‌ها و توانمندی‌ها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد و در کاهش سرعت روند پیشرفت و رشد نشریات بسیار مؤثر خواهد بود.

۳. ضعف در امکانات شغلی برای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران مطبوعات محلی

گذشته از توانمندی‌های رسانه‌ای، که برای خبرنگار ضروری است، بایستی امکانات شغلی نیز مهیا باشد این امکانات شامل امنیت شغلی برای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران و تجهیزات کاری آنها است.

نبود امنیت شغلی برای خبرنگاران باعث عدم دلبستگی خبرنگار به شغلش می‌شود و از لحاظ روحی نمی‌تواند برای آیندهٔ خود برنامه‌ریزی کند، لذا انگیزه لازم را برای فعالیت از دست

می‌دهد. در زمینه تجهیزات نیز مثلاً یک خبرنگار عکاس، وقتی که حین عکاسی دوربینش، که مهم‌ترین وسیله کاری اوست، می‌شکند، هیچ‌کسی جوابگوی جبران تجهیزات او نیست. همچنین حق تألیف خبرنگاران عدد دقیق و مشخصی نیست و در حوزه رسانه یک نظام‌نامه مالی دقیق وجود ندارد که در بعضی موارد باعث می‌شود حق خبرنگار ضایع و دریافتی او از حداقل حقوق کاری نیز کمتر شود؛ لذا در قدم‌های بعدی وقتی خبرنگار زیرساخت‌ها و امکانات مورد نیاز خود را کافی نمی‌بیند و همه عوامل در کنار همدیگر باعث می‌شود نیروی انسانی ماهر به تهران مهاجرت کند و ورود و خروج نیروی انسانی در مطبوعات محلی بالا باشد، در نهایت باعث پایین آمدن کیفیت مطبوعات محلی می‌شود.

تقی‌پور (۱۳۸۴) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که مهم‌ترین علتی که باعث پایین بودن سطح کیفی مطبوعات محلی شده کمبود نیروی انسانی متخصص است، این یافته‌ها با یافته‌های این پژوهش هم‌راستا است.

۴. پایین بودن کیفیت محتوای نشریات محلی

با توجه به مصاحبه‌هایی که محقق انجام داد بیشتر مصاحبه‌شوندگان ضعیف بودن محتوای مطبوعات محلی را جدی‌ترین آسیب می‌دانستند و ۲۶ آسیب را در این بخش مطرح کردند که در صورت قوی شدن مطبوعات محلی در این زمینه جهش بزرگی در جذب مخاطبان و رشد مطبوعات خواهیم داشت.

صدیقی (۱۳۸۷) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که علت عمده عدم استقبال مردم یزد از مطبوعات محلی عدم شناخت آنان از نشریات، مناسب نبودن محتوای نشریات محلی و عدم توجه به خواسته‌های مردم و علائق آنان است. این یافته‌ها با یافته‌های این پژوهش همخوانی دارد. بیشتر نشریات محلی سرمقاله ندارند، یا سرمقاله قوی و تأثیرگذار ندارند، بیشتر مصاحبه‌ها و گزارش‌ها عمقی، چالش‌برانگیز و جذاب نیستند و مخاطب را جذب نمی‌کنند بیشتر مصاحبه‌ها و گزارش‌ها به صورت تمجید و تعریف از روابط عمومی‌ها هستند و زندگی جاری مردم و مشکلات آنها به چشم نمی‌خورد. بیشتر تیتراها طولانی هستند و لید، مخاطب را برای خواندن متن جذب نمی‌کند. بیشتر مطالب و مقالات به صورت مفصل نویسی است و مطالب کلیدی و کوتاه کمتر دیده می‌شود.

در تنظیم مطالب خبری از سبک‌های نوین خبری استفاده نمی‌شود. در بعضی از نشریات برای صفحات مختلف نشریه سرویس‌های جداگانه تعریف نشده است و مطالب بعضی از صفحات نیز برای رفع تکلیف است، نه تخصص سرویس و فقط هدف پرکردن صفحه نشریه است. از مطالب نقادانه و منصفانه کمتر بهره گرفته می‌شود، چون گاهی وابستگی‌های مادی به بخش‌های دولتی و خصوصی وجود دارد، اگر مطلب نقادانه نوشته شود بیشتر برای کوبیدن طرف مقابل است، نه نقد منصفانه. بیشتر مطالب مطبوعات محلی تولیدی نیستند. نشریات با

حداقل خبرنگار فعالیت دارند، بیشتر مطالب را از سایت‌ها و خبرگزاری‌ها دریافت می‌کنند و شاهد مطالب تکراری در چند نشریه محلی هستیم.

قلی‌زاده گلوش (۱۳۹۳) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که بیشتر مطالب نشریات استان اردبیل مطالب غیرتولیدی و بیشتر منابع مورد استفاده در آنها مربوط به خبرگزاری‌های داخلی است، این یافته‌ها با یافته‌های این پژوهش همخوانی دارد.

مخاطبان انتظار دارند در نشریات با ترتیب انتشارهای بالاتر از روزنامه، مثل هفته‌نامه، دوهفته‌نامه و ماهنامه و غیره، اخبار از زاویه‌های مختلف مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد ولی گاهی شاهد چاپ اخبار تاریخ گذشته یا تکراری که از رسانه‌های دیگر اطلاع‌رسانی شده هستیم و این موجب دلزدگی مخاطب می‌شود.

اظهار نظر افراد غیرمتخصص که صلاحیت علمی ندارند و بالطبع قلم نزدن متخصصان در حوزه‌های مختلف، به‌خصوص علوم ارتباطات در نشریات محلی از دیگر آسیب‌ها به‌شمار می‌رود. بعضی از مطبوعات بیشتر به درج مشکلات کشوری می‌پردازند و مشکلات استانی را در اولویت بعدی قرار می‌دهند.

درج اخبار غیرمرتبط و مطالب کشوری در مطبوعات محلی آسیب به حساب می‌آید و بسیاری از مطبوعات محلی اصفهان اقدام به چاپ مطالب با موضوعات کشوری می‌کنند. حداقل از نشریه محلی این انتظار هست که عکس و تیترو صفحه اول درخصوص موضوع استان باشد و اگر موضوع کشوری است استان هم در آن موضوع ذی‌نفع باشد. اگرچه بعضی از مصاحبه‌شوندگان تأکید بر فعالیت نشریات محلی در تراز ملی داشتند که مشکلات مردم راحت‌تر به گوش مسئولان کشوری برسد.

در خصوص زمینه انتشار باید گفت اگرچه هیئت نظارت بر مطبوعات زمینه انتشار نشریه را هنگام اعطای مجوز مشخص می‌کند، بیشتر نشریات عمومی به مباحث سیاسی می‌پردازند و به مطالب حوزه‌های دیگر کمتر توجه دارند. بعضی از نشریات تخصصی مطابق با زمینه انتشار مشخص شده مطلب نمی‌نویسند و مطالب چاپ شده در نشریه منطبق با زمینه انتشار آن نیست. نشریات محلی کمتر، به پتانسیل‌های موجود در شهر محل انتشار توجه دارند و از آنها غافل هستند و در کل سطح آگاهی‌دهی مطبوعات محلی به مردم در همه زمینه‌ها پایین است.

۵. جذاب نبودن ظاهر و جذابیت‌های جانبی مطبوعات محلی

ظاهر نشریه بسیار در جذب مخاطب تأثیر دارد، نشریه قبل از اینکه خواندنی باشد، باید دیدنی باشد ولی بیشتر مطبوعات محلی دیدنی نیستند و گرافیک خوبی ندارند، چون سواد بصری ندارند. در اکثر صفحه‌ها نشریات عکس جذاب و اختصاصی ندارند، فونت مطالب چشم‌نواز و مناسب برای خواندن نیست، بعضی از لوگوهای نشریات خوانا نیستند. همچنین جذابیت‌های

رسانه‌ای نظیر سایت، فرمت الکترونیکی با قابلیت نصب روی موبایل، ارسال پیامک در زمان انتشار خبر و غیره را ندارند.

۶. توزیع نامناسب مطبوعات محلی

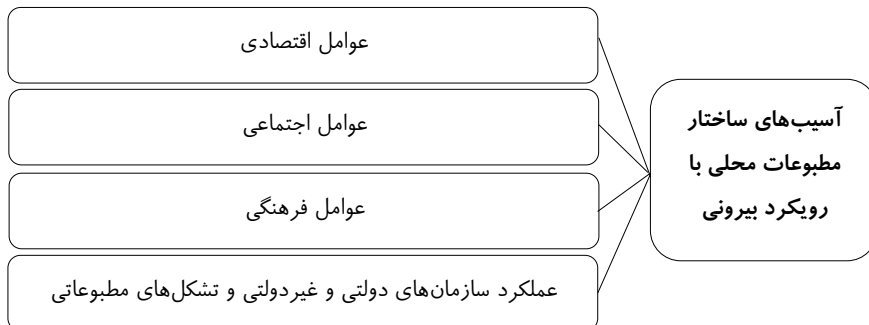
مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند آخرین حلقه اتصال نشریه با مخاطب توزیع است که نقش اساسی در جذب مخاطب دارد. اگرچه مجتمع مطبوعاتی با پیش‌بینی توزیع مطبوعات احداث شده است ولی هنوز، پیرو سالیان قبل، توزیع مطبوعات در زیرزمین تونلی که شکل بسیار نامناسبی دارد واقع در روبه‌روی هتل عباسی انجام می‌شود که مشکلات ترافیکی عدیده‌ای را در مرکز شهر به وجود آورده است. همچنین به غیر از دکه‌ها که تعداد محدودی هستند در مکان‌های عمومی دیگر، نظیر مراکز خرید اصلی یا دانشگاه‌ها توزیع و فروش مطبوعات پیش‌بینی نشده است. توزیع دیرهنگام صبحگاهی مطبوعات آسیب دیگر توزیع است که بسیاری از مخاطبان که فقط در زمان صبحگاهی می‌توانند مطبوعات را بخرند امکان خرید برایشان وجود ندارد.

۷. فعالیت نامناسب متصدی‌های دکه‌های مطبوعاتی

در حال حاضر دکه‌ها شیک و زیبا نیستند و مسئولان دکه‌ها نیز اهتمام جدی به زیبا شدن دکه‌ها ندارند، همچنین دکه‌های مطبوعاتی استقبال خوبی از فروش مطبوعات محلی نمی‌کنند، چون به نظر آنها مطبوعات محلی نسبت به نشریات سراسری فروش و سود کمتری برای آنها دارد. لذا مطبوعات محلی را در معرض دید مخاطبان قرار نمی‌دهند مگر آنکه مخاطب سراغ نشریه خاصی را بگیرد.

ب. پاسخ به پرسش دوم تحقیق

در پاسخ به پرسش دوم تحقیق، تجارب فعالان مطبوعاتی از آسیب‌های ساختار مطبوعات محلی با رویکرد بیرونی، نتایج به دست آمده در شکل ۲ نمایش داده شده است.



شکل ۲. تجارب فعالان مطبوعاتی از آسیب‌های ساختار مطبوعات محلی با رویکرد بیرونی

۱. عوامل اقتصادی

شرکت‌کنندگان در مصاحبه آسیب‌های اقتصادی نشریات محلی را در شش عامل خلاصه کردند:

۱-۱. اعطای آگهی دولتی

آگهی ادارات دولتی را اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان توزیع می‌کند، که نشریات و به‌خصوص روزنامه‌ها به آن وابسته شده‌اند، لذا بعضی از مصاحبه‌شوندگان از این رویه مانند یک اعتیاد یاد کرده‌اند که ساختار مطبوعات محلی را بیمار کرده و اگرچه به اقتصاد مطبوعات کمک می‌کند، ولی به جهت وابستگی که ایجاد کرده است، به عنوان یک آسیب به آن نگاه می‌کنند.

اگرچه نظرات متناقضی در این بخش بود، بعضی از مصاحبه‌شوندگان آگهی را حق قانونی مطبوعات محلی می‌دانستند و بعضی به حذف آگهی‌های دولتی، جهت استقلال نشریه تأکید داشتند که آگهی‌دهنده دولتی بر اساس کیفیت مطالب، تأثیرگذاری و تعداد مخاطبان، نشریه مورد نظر خود را انتخاب کند. همچنین با توجه به اینکه معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در جهت حمایت از مطبوعات محلی، اعلام کرده بود که ۷۰ درصد از کل آگهی‌های دولتی بایستی به نشریات محلی و ۳۰ درصد به نشریات سراسری تعلق گیرد ولی مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند که این بخشنامه رعایت نمی‌شود.

۱-۲. آگهی ندادن بخش خصوصی به نشریات محلی

بحث بعدی در مورد آگهی‌ها، عدم سفارش آگهی‌ها توسط بخش خصوصی است چون تیراژ نشریات محلی بسیار پایین است و آگهی‌دهنده شرکت خصوصی اعتقاد دارد آگهی در نشریات محلی به صورت وسیع دیده نمی‌شود، لذا به نشریه محلی آگهی نمی‌دهد. آسیب دیگر در این بخش چاپ آگهی‌های شرکت‌های خصوصی است که موضوع فعالیت‌شان مرتبط با موضوع نشریه نیست و به جهت مشکلات اقتصادی آگهی مزبور چاپ می‌شود.

۱-۳. عدم توازن بین مطالب و آگهی‌ها

مدیر نشریه با توجه به حجم آگهی، مطالب نشریه را تنظیم می‌کند و در بعضی موارد توازن بین مطالب و آگهی را در نشریات نداریم و زیاد بودن حجم آگهی‌ها در نشریه برای مخاطب خسته‌کننده می‌شود.

۱-۴. اعطای یارانه کاغذ

مصاحبه‌شوندگان در مورد اعطای یارانه نظرات متعددی داشتند، بعضی موضوع اعطای یارانه را مثل اعطای آگهی دولتی آسیب می‌دیدند و اعتقاد داشتند که یارانه بایستی حذف شود چون نشریه را وابسته به دولت می‌کند، بعضی معتقد بودند در حال حاضر اعطای یارانه به نشریات باکیفیت و بی‌کیفیت داده می‌شود، تا زمانی که نشریات به حداقل کیفیت نرسیده‌اند بایستی از یارانه بهره‌مند شوند، ولی اعطای یارانه در جهت حمایت از نشریات باید انجام شود و البته

شکایت کردند که با توجه به زیاد شدن تعداد نشریات مبلغ یارانه مطبوعات کشور زیاد نشده است؛ البته یکی از مصاحبه‌شوندگان عقیده به اعطای کاغذ به‌جای مبلغ نقدی یارانه که نه به صورت حواله بلکه اصل کاغذ به نشریات داده شود.

۱-۵. بالا بودن هزینه‌های مطبوعات محلی

نشریه یک جنس گران‌قیمت تلقی می‌شود که هزینه‌های زیادی غیر از آماده‌سازی و تایپ و طراحی مطالب دارد، بعضی از هزینه‌ها عبارت‌اند از: لیتوگرافی، چاپ، کاغذ، صحافی و البته هزینه‌های توزیع با ماشین، موتورسیکلت و یا پست که به هزینه‌های مطبوعات اضافه می‌شود. گاهی به جهت مشکلات اقتصادی و هزینه‌های بالا، مطبوعات محلی چاپ منظم ندارند و بعضی از مخاطبان خود را از دست می‌دهند.

۱-۶. وابستگی اقتصاد مطبوعات محلی به دولت

تلقی بعضی از مدیران مطبوعات محلی این است که دولت بایستی به اقتصاد مطبوعات محلی کمک کند و حتی به امید کمک دولت مجوز نشریه دریافت می‌کنند، این در حالی است که کمک دولت محدود است و نشریات اگر برنامه‌ریزی دقیقی نداشته باشند پس از مدت کوتاهی دچار مشکلات اقتصادی می‌شوند ولی به‌رحال اکنون بسیاری از مطبوعات از لحاظ اقتصادی نظیر آگهی دولتی و یارانه کاغذ به دولت وابسته هستند.

۱-۷. نداشتن بازاریاب حرفه‌ای در مطبوعات محلی

نشریه موفق نشریه‌ای است که وابسته به دولت نباشد و برای آگهی‌های شرکت‌های خصوصی برنامه‌ریزی داشته باشد و این در حالی است که بیشتر نشریات محلی بازاریاب حرفه‌ای برای جذب آگهی‌های خصوصی ندارند و وابستگی به آگهی‌های دولتی همچنان ادامه دارد.

۱-۸. فقدان زیرساخت‌های اقتصادی

مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در مطبوعات، ناکافی بودن منابع اقتصادی و گردش پایین سرمایه در اکثر مطبوعات محلی از مشکلات زیرساختی اقتصادی مطبوعات محلی است. از دیگر مشکلات زیرساختی آن است که تبلیغات محیطی از مطبوعات محلی برای بالا بردن مخاطب در سطح شهر نمی‌بینیم، در حالی که با تبلیغات بیشتر، مطبوعات خواننده بیشتری داشته باشند به اقتصاد نشریه کمک شایانی خواهد شد. در کمک به زیرساخت‌های اقتصادی نشریات اگرچه طرح اشتراک نیم‌بها ابتکار خوبی برای فروش مطبوعات بود و به زیرساخت‌ها کمک کرد، ولی در ادامه چنانچه بودجه لازم برای اجرای طرح موجود نباشد، بازگرداندن مردم به خرید مطبوعات از دهه‌های مطبوعاتی کار سختی است.

۲. عوامل اجتماعی

شرکت‌کنندگان در مصاحبه شش عامل اجتماعی را از آسیب‌های اجتماعی نشریات محلی دانستند:

۲-۱. نقص در درج اطلاعات دقیق و بهروز

مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند در بعضی موارد نمی‌توانند آزادانه بعضی از مطالب را مطرح کنند و مطبوعات دچار خودسانسوری می‌شوند که در عدم جذب مخاطب بسیار مؤثر خواهد بود. در روند عملکرد یک نشریه گاهی خودسانسوری از سانسور آسیب بیشتری دارد، چراکه در مرحله خودسانسوری فرد کاملاً آزادی فکری و شیوه اندیشیدن خود را تحت‌الشعاع قرار داده و نمی‌تواند به طور دقیق و مناسب آنچه را که رسالت شغلی‌اش جهت تجزیه و تحلیل مسائل برعهده وی می‌گذارد به درستی پاسخ دهد. این امر باعث می‌شود که بسیاری از مسائل و مشکلات جامعه از ذهن روزنامه‌نگار خارج نشود. از سوی دیگر در روند عملکرد قانونی، برخی از مسائل دست و پاگیر و محدودیت‌های مرتبط با آن، جریان تولید و تبادل اطلاعات را مخدوش می‌کند؛ همچنین مطبوعات در بعضی زمینه‌ها اطلاعات دقیق و بهروز برای بیان آنها ندارند.

۲-۲. عدم وابستگی مردم به مطبوعات

چون حرف دل مردم و مشکلات آنها کمتر در مطبوعات دیده می‌شود، لذا مطبوعات مرجع افکار عمومی مردم نیستند و محبوبیتی برای مخاطبان ندارند و خرید مطبوعات و مطالعه آن دغدغه اول مردم نیست و خود را مقید نمی‌دانند که آن را به صورت روزانه تهیه کنند.

۲-۳. بی‌توجهی مطبوعات به نیازهای مخاطبان

اغلب مطبوعات محلی به ذائقه مخاطب توجه ندارند و نمی‌دانند مخاطب به چه مطالبی علاقه دارد که درصدد چاپ مطالب بر اساس نیاز مخاطب باشند. در ادامه ارزیابی و بازخوردگیری از نیاز مخاطب، مطالبه‌گری از سوی گروه‌های مختلف جامعه انجام نمی‌شود همچنین پیگیر مطالبات مردم از مسئولان نیستند و بیشتر به دنبال چاپ اخبار روابط عمومی‌های ادارات هستند در این صورت ارتباط بین رسانه و مخاطب یک‌سویه است و نشریه تنها مسیر خود را ادامه می‌دهد بدون آنکه مخاطب او را همراهی کند. لذا مردم به نشریه اعتماد ندارند و مخاطب این بی‌اعتمادی را به دیگر مطبوعات محلی شهر نیز تعمیم می‌دهد.

۲-۴. فقدان زیرساخت‌های اجتماعی

مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند که بعضی از زیرساخت‌های اجتماعی برای نشریات محلی فراهم نیست. مدیران مطبوعات محلی مشاور مطبوعاتی در زمینه‌های مختلف ندارند. صنف‌های قوی و فعال وابسته به مطبوعات نظیر صحافی، موزع، بازاریاب و کاغذ فروش مطبوعاتی در اصفهان فعالیت ندارند یا اگر هستند در حد بسیار جزئی فعالیت دارند.

آسیب دیگر اینکه نخبگان جامعه از نشریات محلی استفاده نمی‌کنند و نیازهای خود را از طرق دیگر، نظیر کتاب و مقاله تأمین می‌کنند، مردم نیز ذهنیت درستی از تأثیرگذاری و قدرت رسانه ندارند. استادان دانشگاه به این جهت که نوشتن مقاله در مطبوعات برای ارتقاء علمی آنها مؤثر نیست لذا در مطبوعات حضور ندارند. آسیب دیگر ورود انسان‌های صرفاً اقتصادی (تاجر

مطبوعاتی) به عرصه مطبوعات برای اعتباربخشی و بزرگ‌تر شدن خودشان و رسیدن به اهداف و منافع صرف اقتصادی یا اجتماعی خودشان است. همچنین بسیاری از نشریات محلی را یک نفر اداره می‌کند و یا اینکه چند نشریه را یک نفر.

۲-۵. فقدان زیرساخت‌های فیزیکی

بعضی از زیرساخت‌های فیزیکی مانند چاپخانه چاپ رول، مجتمع مطبوعاتی تا سالیان طولانی در اصفهان وجود نداشت، ولی هنوز شاهد فقدان بعضی از زیرساخت‌های فیزیکی در شهر اصفهان هستیم. تعداد دکه‌های مطبوعاتی، نسبت به استان‌های دیگر کشور، بسیار ناچیز است و این تعداد کم نیز توزیع متوازن در سطح شهر ندارند و بیشتر در خیابان چهارباغ متمرکز شده‌اند اگرچه مدیران اجرایی شهرداری تصمیم دارند دکه‌های مطبوعاتی را افزایش دهند.

در شهر اصفهان کتابخانه تخصصی رسانه که کلیه کتاب‌های رسانه از ابتدا تاکنون را داشته باشد وجود ندارد. آسیب دیگر اینکه در حال حاضر مدیر نشریه به غیر از اینکه به محتوای نشریه توجه دارد، بایستی به فکر تهیه کاغذ، هماهنگی چاپ، صحافی، توزیع و غیره باشد. اگر مؤسساتی در اصفهان حضور داشته باشند که امور جانبی نشریه از چاپ تا توزیع را برعهده بگیرند مدیر نشریه می‌تواند با تمرکز بر محتوا در بالا بردن کیفیت مطالب نقش مؤثرتری داشته باشد.

در حال حاضر مراکز رایگان خوانی مطبوعات وجود ندارد. احداث این مراکز می‌تواند نقش مؤثری در آشنایی مردم با مطبوعات داشته باشد.

بسیاری از نشریات اگرچه به تنهایی پتانسیل‌های بسیار زیادی دارند، ولی با توجه به مشکلات نمی‌توانند نشریه باکیفیت و مؤثری داشته باشند. لذا با کنار هم قرار گرفتن چند نشریه و ایجاد موسسه مطبوعاتی می‌توانند بسیار مؤثر باشند تعداد کم مؤسسات مطبوعاتی یک آسیب برای نشریات محلی محسوب می‌شود.

بیشتر نشریات اصفهان مکان مستقل برای دفتر نشریه ندارند و مدام مجبور به جابه‌جایی مکان و تجهیزات هستند. اگرچه مجتمع مطبوعاتی گام مؤثری برای رفع این مشکل بود ولی هنوز توجه به مشکلاتی نظیر دوری راه باقی است. همچنین رشته علوم ارتباطات و رشته‌های مرتبط به آن در دانشگاه‌های دولتی اصفهان تدریس نمی‌شود.

مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند که هیچ تعریف و یا الزامی مربوط به نشریات محلی در قانون مطبوعات نیامده است، لذا تصمیم‌گیری در خصوص نشریات محلی به صورت سلیقه‌ای و یا در حد صدور بخشنامه است.

۳. عوامل فرهنگی

شرکت‌کنندگان در مصاحبه دو عامل فرهنگی را از آسیب‌های فرهنگی نشریات محلی دانستند:

۳-۱. فقدان زیرساخت‌های فرهنگی

مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند فرهنگ‌سازی در خصوص تفاوت‌های رسانه‌های مجازی و رسانه‌های مکتوب انجام نشده است. در حالی‌که صاحبان فضای مجازی (اروپاییان) خود تیراژ میلیونی برای نشریات مکتوب دارند، این مکان در ایران بهانه‌ای برای استفاده نکردن از رسانه‌های مکتوب شده است. فضای مجازی نیاز لحظه‌ای مخاطب را برطرف می‌کند و مکتوبات نیاز دائمی را برطرف می‌کنند. اگرچه فضای مجازی اطلاعات دقیق و عمیق به مخاطبان نمی‌دهد ولی مخاطبان زمان زیادی را صرف فضای مجازی می‌کنند و از فرهنگ مکتوب غافل هستند. به علاوه تصمیم‌گیری مردم در سبک زندگی آنها متکی بر اطلاعات دقیق نیست و به اصطلاح جامعه ایرانی جامعه اطلاعاتی و علمی نیست.

۳-۲. فرهنگ مطالعه

سطح مطالعه جامعه بسیار پایین است و مهم‌ترین دلیل تاریخی آن این است که ما از دوره شفاهی وارد دوره مکتوب شدیم و پس از پنجاه سال رادیو میان ما آمد، که این زمان کوتاهی است و فرهنگ مکتوب و در ادامه فرهنگ مطالعه در جامعه ما نهادینه نشد در حالی‌که اروپا قریب پانصد سال در دوره مکتوب ماند و این فرهنگ در بین جامعه نهادینه و تثبیت شد؛ و همچنین دیدن و تجربه بر مطالعه ما ایرانیان غلبه دارد و در ادامه در خصوص مطبوعات نیز مردم عادت به خرید مطبوعات ندارند و بیشتر فرهنگ رایگان خوانی رواج دارد.

۴. عملکرد سازمان‌های دولتی و غیردولتی و شکل‌های مطبوعاتی

شرکت‌کنندگان در مصاحبه اظهار کردند شش عامل در عملکرد سازمان‌های دولتی و غیردولتی و شکل‌ها از آسیب‌های نشریات محلی محسوب می‌شوند.

۴-۱. عملکرد ضعیف سازمان‌های دولتی و غیردولتی

مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند روابط عمومی‌های ادارات ناخواسته به شبه خبرنگاران بها می‌دهند چون می‌خواهند دور میز مدیرکل اداره‌شان پرجمعیت باشد، لذا بها دادن به این شبه خبرنگاران تبعات منفی بعدی را در پی خواهد داشت.

ممکن است بعضی از ادارات با نوشتن یک مطلب نقادانه منافعشان درخطر باشد، لذا نشریه را از طرق مختلف تحت فشار قرار می‌دهند؛ در بعضی موارد این محدودیت‌های عرفی و قانون‌های نانوشته در درج مطالب بیشتر از محدودیت‌های قانونی است.

نشریات محلی در مقایسه با نشریات سراسری از طرف بعضی از مسئولان شهر جدی گرفته نمی‌شوند و کمتر به آنها بها داده می‌شود و حتی وزرا و مقامات کشوری برای سفرهای استانی بیشتر از خبرنگاران روزنامه‌های سراسری و خبرگزاری استفاده می‌کنند تا از خبرنگاران استانی فقط گاه از تعداد بسیار محدودی استفاده می‌شود.

ادارات و سازمان‌های دولتی به جای اینکه ویژه‌نامه‌های مناسبی خود را در جهت حمایت از نشریات محلی به آنها بدهند و از این طریق به اقتصاد نشریات محلی کمک کنند، خود بولتن داخلی چاپ می‌کنند.

اگرچه بعضی ادارات دولتی / نیمه‌دولتی آگهی‌های خود را به اجبار یا اختیاری به نشریات محلی می‌دهند تا چاپ شود و غیرمستقیم به اقتصاد نشریه محلی کمک می‌کنند، ولی در نگاه کلی ادارات مذکور نگاه حمایتی مادی و معنوی از نشریات استان را در سرفصل‌های فعالیت خود ندارند. همچنین بعضی از دستگاه‌های آموزشی مانند آموزش و پرورش و دانشگاه‌ها در جهت رشد مطبوعات می‌توانند در دانش آموزان و دانشجویان ایجاد انگیزه کنند و به فرهنگ‌سازی مطالعه مطبوعات کمک کنند که در این جهت کمتر تلاش می‌شود.

۲-۴. عدم نظارت مداوم و مستمر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

نظارت مداوم و مستمر بر کیفیت مطبوعات محلی وجود ندارد تا تفاوت بین نشریات با کیفیت و بی‌کیفیت دقیق‌تر مشخص شود. همچنین تحلیل محتوای مطبوعات محلی، برای تشخیص نقاط قوت و ضعف مطبوعات، به صورت دوره‌ای، مداوم و مستمر انجام نمی‌شود.

۳-۴. عدم توجه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به نکات ضروری هنگام اعطای مجوز

مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هنگام اعطای مجوز نشریه، میزان توانمندی و تسلط شخص به روزنامه‌نگاری و همچنین توانمندی مالی مدیرمسئول را دقیق بررسی نمی‌کند. در ابتدای اعطای مجوز اهداف و رسالت نشریه برای مدیر ترسیم نمی‌شود تا چشم‌انداز نشریه مشخص شود و با برنامه‌ریزی و آسیب‌شناسی دقیق‌تر فعالیت خود را شروع کند.

برای اعطای مجوز آمایش سرزمینی برحسب جمعیت و مساحت منطقه انجام نمی‌شود که هر استانی، با توجه به نشریاتی که دارد، چند روزنامه اقتصادی و یا چند هفته‌نامه اجتماعی دیگر نیاز دارد. اگرچه اقدامات خوبی در این خصوص انجام شده است. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باید به کسانی مجوز نشریات عمومی بدهد که حداقل کارشناسی ارشد یا دکترای رشته علوم ارتباطات یا مدیریت داشته باشند، در حالی که اکنون به لیسانسیه هر رشته‌ای مجوز نشریه عمومی داده می‌شود.

اگرچه تعداد زیاد نشریات یک نقطه قوت برای مطبوعات استان است، ولی اگر توازنی مقبول میان کمیت و توانایی‌های مدیران نشریات محلی در جذب مخاطب وجود نداشته باشد، همین امر خودبه‌خود یک آسیب برای هدف اصلی نشریات است. که البته با اجرای شیوه‌نامه خاص برای هر استان با توجه به نیازهای استان این مهم قابل حل است و این آسیب می‌تواند تبدیل به یک فرصت شود. اگر گستره موضوعات نشریات محلی زیاد شود تعداد مخاطبان نیز

با توجه به تنوعی که به وجود می‌آید بیشتر می‌شود ولی در اصفهان در بعضی از رشته‌های تخصصی مثل لوازم‌خانگی نشریه تخصصی نداریم.

۴-۴. عدم حمایت معنوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

اعلام کردند نماینده اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان به‌عنوان پدر معنوی نشریات بایستی در جلسات دادگاه مطبوعات حضور داشته باشد تا از نشریه‌ای که نقد منصفانه می‌کند، همچنین از خبرنگار صادقی که برای منافع جامعه خود را به خطر می‌اندازد، حمایت کند. در ضمن جهت بالا بردن کیفیت نشریات نشست‌های تخصصی برای بررسی و تحلیل مطبوعات محلی با حضور اندیشمندان تجربی و دانشگاهی برگزار کند.

۴-۵. عدم ارتباط مطبوعات با اشخاص حقیقی و حقوقی مرتبط

بین نشریات محلی و سازمان‌ها و مؤسسات دانشگاهی ارتباطی وجود ندارد تا بتوانند به بالا بردن کیفیت مطالب مطبوعات کمک کنند. همچنین بین نشریات محلی و سازمان صدا و سیما ارتباطی وجود ندارد تا برنامه تلویزیونی، گزارش مستند یا تبلیغ جدی در خصوص معرفی نشریات محلی در صدا و سیما انجام شود. در سطوح استانی نیز ارتباطی بین دست‌اندرکاران نشریات محلی، اعم از روزنامه‌نگار، خبرنگار، صفحه‌آرا، مدیرمسئول با نشریات سراسری فعال تهرانی و یا نشریات محلی قوی دیگر استان‌ها وجود ندارد و یا این ارتباط بسیار کم است.

۴-۶. عملکرد تشکل‌های مطبوعاتی

مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند تشکل‌های مرتبط با مطبوعات از قبیل خانه مطبوعات، انجمن صنفی روزنامه‌نگاران، برنامه‌ریزی منسجم و مؤثری برای بالا بردن کیفیت مطبوعات محلی ندارند. با توجه به مشکلات حقوقی که در حین فعالیت برای مدیران نشریات به وجود می‌آید لازم است که مشاوره حقوقی مداوم و مستمر از سوی تشکل‌های مطبوعاتی برای مطبوعات محلی در نظر گرفته شود. در حال حاضر تشکل‌های مطبوعاتی هیچ ابزار و اختیاری ندارند و اصحاب مطبوعات نیز هیچ دلیلی برای عضویت در تشکل‌ها ندارند، لذا بایستی بعضی از فعالیت‌ها به خانه مطبوعات تفویض اختیار شود و اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان به روند اجرا نظارت داشته باشد.

۴-۷. تداخل فعالیت با دیگر مراکز

مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند فعالیت پررنگ نمایندگی نشریات سراسری باعث کم‌رنگ‌تر شدن فعالیت مطبوعات محلی شده است. در بعضی موارد نمایندگی نشریات سراسری، آگهی‌های نشریات محلی را جذب می‌کنند و همچنین کانون‌های آگهی و تبلیغاتی نیازمندی چاپ می‌کنند که طبق قانون مطبوعات چاپ نیازمندی متعلق به مطبوعات است این نیازمندی‌ها

اگر توسط مطبوعات انجام شود اقتصاد آنها را متحول خواهد کرد. اگرچه مطبوعات محلی نیز در این زمینه به صورت جدی سرمایه‌گذاری نکرده‌اند.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

با توجه به اینکه مطبوعات سراسری بیشتر به مسائل و مشکلات کلان ملی و بین‌المللی توجه دارند و کمتر به کاستی‌ها و نیازهای جامعه‌های محلی می‌پردازند، با درک واقع‌بینانه، نیاز به اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی، نقد و ارزیابی از طریق مطبوعات محلی حس می‌شود، چون مشکلات و موانع همچون سدی هستند که امکان رشد و تأثیرگذاری را به آنها نمی‌دهد تا به صورت تخصصی‌تر به بیان مشکلات و راه‌حل‌ها مسائل زندگی در گستره جغرافیایی یک شهر یا منطقه ویژه پردازند. با وجود این موانع نمی‌توانند به اهداف عالی خود دست یابند و بی‌تفاوتی در قبال وضع موجود باعث عقب‌ماندگی بیشتر شده و جبران آن دشوارتر می‌شود. لذا بایستی این آسیب‌ها از جهات مختلف شناسایی و در رفع آن آسیب‌ها و یا به حداقل رساندن تأثیر آن آسیب‌ها تلاش کرد.

محقق در مصاحبه با ۱۹ نفر از باتجربه‌های عرصه مطبوعات این آسیب‌ها را شناسایی و در نهایت در دو بخش درونی و برونی تقسیم‌بندی کرد، که به اختصار آسیب‌ها و مفاهیم مرتبط با آن آورده می‌شود.

الف. آسیب‌های ساختار مطبوعات محلی با رویکرد درونی:

۱. ضعف در عملکرد و تخصص مدیران و سردبیران مطبوعات محلی؛ نگاه مدیران مطبوعات محلی، ضعف در شیوه مدیریت، ضعف در تخصص و کارآیی آنها، ضعف در تخصص سردبیران مطبوعات محلی و احساس منفی مدیران مطبوعات محلی.
 ۲. ضعف در تخصص و اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران مطبوعات محلی.
 ۳. ضعف در امکانات شغلی برای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران مطبوعات محلی؛ نبود امنیت شغلی و امکانات لازم، عدم انگیزه برای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران مطبوعات محلی.
 ۴. پایین بودن کیفیت محتوای نشریات محلی.
 ۵. جذاب نبودن ظاهر و جذابیت‌های جانبی مطبوعات محلی؛ نداشتن گرافیک و جذابیت مطبوعات محلی.
 ۶. توزیع نامناسب مطبوعات محلی.
 ۷. فعالیت نامناسب متصدیان دکه‌های مطبوعاتی.
- پیشنهادهای محقق در جلوگیری از آسیب‌های مذکور:
- برگزاری دوره‌های آموزشی مدیریت رسانه، مدیریت اقتصاد مطبوعات و گرافیک برای مدیران نشریات محلی.

- تخصصی شدن فعالیت خبرنگاران در زمینه‌های مورد علاقه آنها نظیر اقتصاد، سیاست، سلامتی، فرهنگ و غیره به وسیله برگزاری دوره‌های آموزشی برای آنها با همکاری دستگاه‌های مرتبط استان.
- مشخص شدن حداقل‌های حق‌التحریر خبرنگاران و روزنامه‌نگاران توسط تشکل‌های مطبوعاتی.
- بیمه شدن تجهیزات خبرنگاران و عکاسان نظیر دوربین عکاسی.
- خبرنگاران قبل از ورود به مطبوعات توسط معیارهای تشکل‌های مطبوعاتی سنجیده شوند و برای آنها دوره‌های آموزشی برگزار شود.

ب. آسیب‌های ساختار مطبوعات محلی با رویکرد بیرونی:

۱. عوامل اقتصادی؛ اعطای آگهی دولتی، عدم اعطای آگهی توسط بخش خصوصی، عدم توازن بین مطالب و آگهی‌ها، اعطای یارانه کاغذ، بالا بودن هزینه‌های مطبوعات محلی، وابستگی اقتصاد مطبوعات محلی به دولت، نداشتن بازاریاب حرفه‌ای در مطبوعات محلی و فقدان زیرساخت‌های اقتصادی.
 ۲. عوامل اجتماعی؛ نقص در درج اطلاعات دقیق و به‌روز، عدم وابستگی مردم به مطبوعات، بی‌توجهی مطبوعات به نیازهای مخاطبان، فقدان زیرساخت‌های اجتماعی، فقدان زیرساخت‌های فیزیکی و نقص قوانین مربوط به مطبوعات محلی.
 ۳. عوامل فرهنگی؛ فقدان زیرساخت‌های فرهنگی و فرهنگ مطالعه.
- عملکرد سازمان‌های دولتی و غیردولتی و تشکل‌های مطبوعاتی؛ عملکرد ضعیف سازمان‌های دولتی و غیردولتی، عدم نظارت مداوم و مستمر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، عدم توجه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به نکات ضروری هنگام اعطای مجوز، عدم حمایت معنوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و تداخل فعالیت با دیگر مراکز.
- پیشنهادهای محقق در جلوگیری از آسیب‌های مذکور عبارت‌اند از:
- راه‌اندازی کتابخانه تخصصی رسانه در اصفهان.
 - برگزاری دوره‌های آموزشی مدیریت رسانه و مدیریت اقتصاد مطبوعات برای مدیران نشریات محلی اصفهان.
 - برگزاری دوره‌های آموزشی بازاریابی مطبوعاتی برای کارکنان بخش آگهی‌های نشریات.
 - تحلیل محتوای مداوم نشریات استان توسط یک موسسه پژوهشی و تأثیر آن در حمایت‌های مطبوعاتی و حذف حمایت‌های مطبوعاتی که از حداقل‌های کیفیت برخوردار نیستند.
 - ایجاد ارتباط بین نشریات محلی و استادان دانشگاهی در زمینه‌های مختلف.
 - ایجاد زیرساخت‌های لازم برای توزیع مطبوعات.
 - تأسیس دهکده‌های مطبوعاتی در نقاط مختلف شهر مطابق با استانداردهای مربوطه.

- کاهش هزینه‌های پستی برای مطبوعات محلی.
- واگذاری توزیع آگهی‌های دولتی توسط تشکل‌های مطبوعاتی با نظارت ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان.
- برگزاری دوره‌های آموزشی به‌روز برای کارشناسان واحد مطبوعات ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان.
- درخواست از شهرداری برای اجرای تبلیغات محیطی مطبوعات محلی در سطح شهر.
- درخواست از صدا و سیما برای برگزاری نشست‌های تلویزیونی، گزارش‌های مستند یا تبلیغ جدی در خصوص معرفی نشریات محلی در صدا و سیما.
- تشویق نخبگان جامعه برای قلم‌زدن در نشریات محلی.
- تأثیر نوشتن مقاله در مطبوعات برای ارتقاء علمی استادان دانشگاه طبق استانداردهای وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- احداث مراکز رایگان خوانی در سطح شهر.
- تأسیس مشاوره حقوقی برای فعالان مطبوعاتی توسط تشکل‌های مطبوعاتی.
- حضور دانش‌آموزان و دانشجویان در مطبوعات محلی با همکاری مدیران آموزش و پرورش و دانشگاه‌ها.
- عدم چاپ بولتن‌های داخلی توسط ادارات دولتی استان.
- عدم اعطای مجوز نشریات عمومی به کلیه‌ی ليسانسيه‌های همه رشته‌ها.
- حضور نماینده اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی در جلسات دادگاه مطبوعات.
- ایجاد ارتباط بین نشریات فعال و موفق استان‌ها با یکدیگر توسط تشکل‌های مطبوعاتی.

منابع

- اسماعیل تبار، م و دیگران (۱۳۹۵)، "بررسی چالش‌های مطبوعات در ایران به منظور ارائه الگوی مطلوب مدیریتی"، *مطالعات علوم اجتماعی ایران*، سال سیزدهم، شماره ۵۰.
- ایمان، م (۱۳۹۱)، *روش‌شناسی تحقیقات کیفی*، چاپ اول، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- بروجردی علوی، مهدخت (۱۳۹۱)، *آسیب‌شناسی ارتباط روابط عمومی‌ها با رسانه‌ها*، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، تهران.
- تقی‌پور، ف (۱۳۸۴)، "بررسی وضعیت کارآمدی مطبوعات اصفهان بعد از خرداد ۷۶"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده‌ی روانشناسی و علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
- حسینی و همکاران (۱۳۸۷)، "خلاصه گزارش آسیب‌شناسی مطبوعات محلی"، سایت دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، rasaneh.farhang.gov.ir.
- خاشعی، وحید (۱۳۹۱)، *مدیریت راهبرد در رسانه‌ها*، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران.
- خراسانی و همکاران (۱۳۹۵)، "تحلیلی بر اثرگذاری رسانه‌های جمعی و مطبوعات از دیدگاه ساکنان نواحی روستایی شهرستان کنارک"، *فصلنامه‌ی برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، سال ششم، شماره پیاپی ۲۲.

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، (۱۳۹۲)، "تاریخچه مطبوعات محلی استان اصفهان"، سایت rasaneh.farhang.gov.ir

داودی، ب (۱۳۸۰)، "بررسی ساختار سازمانی فدراسیون فوتبال و ارائه الگوی بهینه"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

دفلور، ف (۱۳۸۷)، *شناخت ارتباط جمعی*، ترجمه س مرادی، انتشارات دانشکده صدا و سیما، تهران.

دهخدا، ع (۱۳۷۰)، *لغت‌نامه دهخدا*، مؤسسه دهخدا، تهران.

رستمی، ک (۱۳۸۹)، "مطبوعات محلی بودن یا نبودن"، دسترسی در پایگاه خبری لرن،

<http://lorna.blogfa.com/post-394.aspx>

زارع، ب (۱۳۸۶)، *بررسی میزان استفاده و رضامندی مخاطبان از نشریه‌های محلی (شیراز، زنجان، سنندج)*، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تهران.

زارع، ب (۱۳۸۷)، *نشریات محلی و مخاطبان در ایران*، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تهران.

ساروخانی، ب (۱۳۸۵)، *جامعه‌شناسی ارتباطات*، اطلاعات، چاپ هفدهم، تهران.

صدیقی، ح (۱۳۸۷)، "راهکارهای افزایش استقبال مردم یزد از مطبوعات محلی"، فصلنامه فرهنگی پژوهشی فرهنگ یزد، سال دهم، شماره ۳۶-۳۷.

عباس‌زاده، م (۱۳۹۱)، "تأملی بر اعتبار و پایایی در تحقیقات کیفی"، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال ۲۳، شماره ۴۵.

غفوری کیوی، ع (۱۳۸۷) "کارکرد مطبوعات محلی در ایران و اهمیت آن"، وبلاگ هفته‌نامه پیام روز سراب،

<http://payamroozsarab.blogfa.com>

قلی‌زاده گلوش (۱۳۹۳)، "بررسی ساختار و محتوای مطبوعات استان اردبیل از منظر اصول حرفه‌ای و توسعه‌ای روزنامه‌نگاری"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی.

کرمی‌نژاد، ح (۱۳۹۱)، "حال مطبوعات محلی ناخوش است". خبرگزاری بین‌المللی کُرد پرس. ۱۳۹۱/۵/۱. کد

مطلب ۳۰۱۷۸ www.kurdpress.com

مرتضوی، م (۱۳۸۹)، *خبرنگاری برای رسانه‌های جمعی*، چاپ اول، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد میبد یزد.

محبی، م (۱۳۸۹)، *قانون مطبوعات و آیین‌نامه اجرایی آن*، مؤسسه انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران.

معین، محمد (۱۳۸۷)، *فرهنگ فارسی*، انتشارات امیرکبیر، تهران.

مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۸)، *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*، ترجمه پرویز اجلالی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، تهران.

هاشمی فارسی‌زاده، س (۱۳۹۱)، "مطبوعات محلی در چنبره نامهربانی‌ها"، وبلاگ manshad1385.blogfa.com

Defleur, M and Ball-rokeach,S(1989), *Theories of Mass Communication* ,Longman.

Griffin g.(2002), the city ,the subrb,the community and the local press .Agold coast case study .Available from :<http://www.search.informit.com.au>. Negrine R.(2005),The role of the uk local press in the local constituency campaign journalism studies .Available from :<http://www.informaworld.com>.

Stephen, G. (2003), Transformations: A world of home hemodialysis, Health care 2 (38).

