



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

گنجینه فرهنگ

آسیب‌شناسی ساختار
مطبوعات محلی

مهدی باباریع

هو الجامع ◦

آيب شناسى اختار، هبوعات محلى

هدى بابار بيح

گزارش فرهنگی



پژوهش‌های فرهنگی
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

عنوان: آسیب‌شناسی ساختارمطبوعات محلی

نویسنده: مهدی باباریج

ویراستار: محمدآرنا

صفحه‌آرایی: حسین آذری

نوبت چاپ: اول - تابستان ۱۳۹۷

شمارگان: برای مخاطبان خاص

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.
در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولی عصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
شماره پستی: ۶۲۷۴ - ۱۴۱۵۵، تلفن: ۸۸۹۰۲۲۱۳، دورنگار: ۸۸۸۹۳۰۷۶، Email: nashr@ricac.ac.ir

فهرست مطالب

۱.....	مقدمه
۳.....	روش تحقیق
۴.....	آسیب‌های ساختار درونی مطبوعات محلی
۱۱.....	آسیب‌های ساختار بیرونی مطبوعات محلی
۱۲.....	عوامل اقتصادی
۱۵.....	عوامل اجتماعی
۱۸.....	عوامل فرهنگی
۱۹.....	عملکرد سازمان‌های دولتی و غیردولتی و تشکل‌های مطبوعاتی
۲۲.....	نتیجه‌گیری
۲۴.....	پیشنهاد‌های کاربردی

مقدمه

مطبوعات محلی، موتور محرک توسعه منطقه‌ای به‌شمار 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، این وظیفه مطبوعات محلی است که با درک واقع‌بینانه از مسئولیت‌ها، وظایف و جایگاه خود از طریق آگاهی‌بخشی، نقد و ارزیابی منصفانه و عالمانه سیاست‌ها، برنامه‌ها و عملکردها، نیازها و ظرفیت‌های توسعه محلی را معرفی کند و با مکتوب کردن دیدگاه‌ها، تحلیل‌ها و پیشنهادهای کارشناسان محلی به رفع فقر، محرومیت و عقب‌ماندگی منطقه خود یاری رساند و زمینه پیشبرد توسعه پایدار را در حوزه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی فراهم سازد.

ولی با توجه به ضعف‌ها و نارسایی‌های گسترده‌ای که مطبوعات محلی گرفتار آن هستند، نمی‌توانند به اهداف عالی خود دست یابند

و با در نظر گرفتن اینکه بی تفاوتی در قبال وضع موجود باعث می شود این عقب ماندگی بیشتر شود و تعمیق یابد و جبران آن دشوارتر گردد، لذا باید آسیب هایی که از جهات مختلف متوجه مطبوعات محلی است، به دقت شناسایی و در رفع آن آسیب ها یا به حداقل رساندن تأثیر آنها تلاش کرد؛ بنابراین، نگارنده این سطور بر آن شد تا آسیب هایی را شناسایی کند که گریبان گیر مطبوعات محلی است و موجب شده که مطبوعات محلی در مسیر مشکلات مردم و رسالت های سنگینی که بر عهده دارند، نتوانند به خوبی انجام وظیفه کنند.

نشریات و مطبوعات محلی به عنوان بازوان توانمند مطبوعات سراسری می توانند نقش و کارکرد بسیار خوبی در منطقه جغرافیایی محل فعالیت خود داشته باشند، ولی این اتفاق نیفتاده است؛ از این رو، در پژوهش حاضر، آسیب هایی که متوجه مطبوعات محلی است و مانع حرکت پرشتاب آنهاست، بررسی می شود. در تحقیق پیش رو، ساختار مطبوعات با توجه به الگوی کلی سازمان های رسانه ای در نظر گرفته خواهد شد. تاکنون در پژوهش های گوناگونی از یک یا دو جنبه، مشکلات و آسیب هایی که متوجه نشریات محلی است در یک حوزه خاص بررسی شده اند، ولی با توجه به بررسی هایی که صورت گرفت، از لحاظ کیفی، پژوهشی در خصوص مجموع آسیب هایی که متوجه نشریات محلی است، صورت نگرفته و این موضوع، نوآوری پژوهش حاضر تلقی می شود. سؤال اصلی این پژوهش، آسیب شناسی ساختار مطبوعات محلی است که با توجه به گستردگی این آسیب ها و برای نتیجه گیری دقیق تر آنها در دو بخش تقسیم بندی شد: الف) آسیب هایی که در درون ساختار مطبوعات محلی وجود دارد؛ ب) آسیب هایی که در خارج از ساختار مطبوعات محلی است.

روش تحقیق

نگارنده تحقیق حاضر، در صدد آسیب‌شناسی ساختار نشریات محلی شهر اصفهان برآمده و روش تحقیق خود را از نوع کیفی بر اساس روش پدیدارشناسی انتخاب کرده است تا به عمق تجارب آنها در خصوص آسیب‌های نشریات محلی اصفهان بپردازد.

مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، فعالان باتجربه مطبوعاتی اعم از دانش‌آموخته دانشگاهی یا تجربی هستند 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 به‌شمار می‌روند.

در این مطالعه حوزه پژوهش، فعالان مطبوعات بودند و مصاحبه با اولین مشارکت‌کننده آغاز شد و تا رسیدن به حد اشباع اطلاعاتی، یعنی مصاحبه با ۱۹ نفر به پایان رسید.

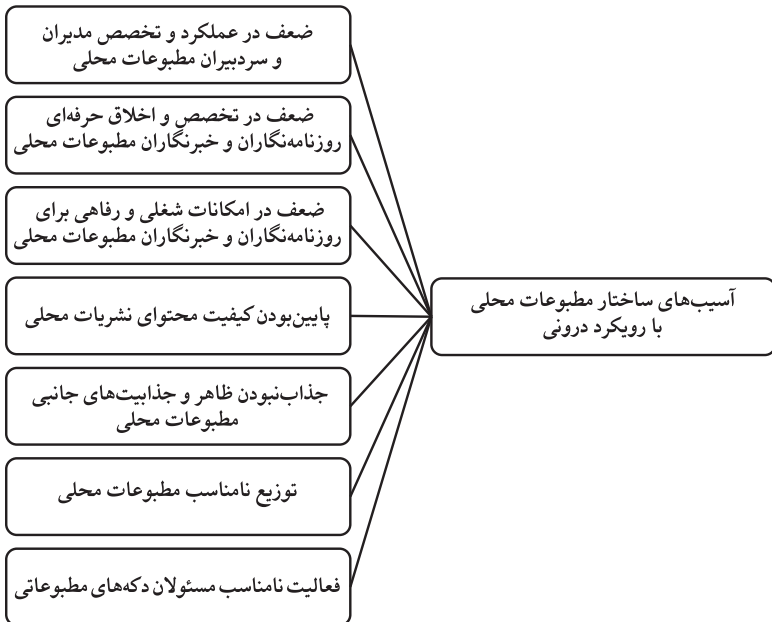
در تحقیق حاضر گردآوری اطلاعات از طریق مصاحبه از نوع نیمه‌ساختاریافته صورت گرفته است.

به‌منظور گردآوری اطلاعات در تحقیق با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، متعامل (چهره‌به‌چهره) و با مشارکت‌کنندگان منتخب، وارد گفتمان هدفمند شدیم تا تصویری واضح و خالص از تجربه مورد نظر ترسیم کنیم. در این نوع مصاحبه، علاوه بر اینکه سؤال‌ها و موضوعاتی از پیش تعیین شده پرسیده می‌شود، پژوهشگر می‌تواند تا اندازه‌ای که به نکاتی فراتر از پاسخ پرسش‌ها دست یابد از موضوع خارج گردد.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات در این تحقیق بر اساس روش استویک، کلایزی و کن در هفت مرحله انجام گرفت. یافته‌های پژوهش در دو دسته‌بندی درونی و بیرونی طبقه‌بندی شد که مفهوم‌های هر کدام به‌طور مشخص به دست آمده است.

آسیب‌های ساختار درونی مطبوعات محلی

تجارب فعالان مطبوعاتی از آسیب‌های ساختار مطبوعات محلی با رویکرد درونی، مربوط به ضعف‌هایی است که در درون مطبوعات محلی وجود دارد که مرتبط با عواملی محسوب می‌شود که در درون مطبوعات محلی وجود دارد و باعث شده رشد چشمگیر و تأثیری که از مطبوعات محلی انتظار می‌رود به واقعیت نپیوندد. در ایجاد و رفع این عوامل مدیران مطبوعاتی، هیئت تحریریه، روزنامه‌نگاران و خبرنگاران، سردبیر و توزیع‌کنندگان مؤثر هستند که ضعیف بودن هر کدام به عنوان یک آسیب برای مطبوعات محلی محسوب می‌شود. نتایج آسیب‌های ساختار درونی مطبوعات محلی در شکل ۱ دسته‌بندی شده است.



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

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

شرکت‌کنندگان در مصاحبه اظهار کردند که مدیر یک نشریه محلی به‌عنوان رکن اصلی نشریه در روند روبه‌رشد و تکامل نشریه بسیار مؤثر است و اگر مدیر نشریه توانمند نباشد، برای نشریه یک آسیب محسوب می‌شود که نمی‌تواند آن را به کیفیت مورد نظر برساند. به‌جز مدیریت که بسیار مؤثر است، نگاه مدیر به مباحث فرهنگی و از جمله مطبوعات نیز بسیار حائز اهمیت است. چنان‌چه مدیر مسئول به نشریه، فقط نگاه تجاری کند 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 مدیر نشریه به فعالیت مطبوعاتی نگاهی ممتاز کند و هدف‌های مشخص را به‌منظور رفع مشکلات جامعه برای خود ترسیم کرده و چشم‌انداز نشریه را مشخص نموده باشد، بی‌شک، عملکرد بسیار متفاوتی خواهد داشت و برای رسیدن به آرمان‌های از پیش تعیین‌شده تلاش می‌کند و برای منافع جامعه گام برمی‌دارد. حتی در قدم اول با راه‌اندازی کتابخانه تخصصی رسانه به فکر بالابردن دانش هیئت تحریریه است تا آنان با علم بر مسائل و توانمندی‌هایی که پیدا کرده‌اند، بتواند به‌خوبی واقعیت‌ها را برای مخاطبان انعکاس دهد و این پویایی و تحرک در جای‌جای نشریه حس می‌شود. دوره‌های آموزشی مدیریت رسانه برای مدیران مسئول نشریات ضروری به‌نظر می‌رسد.

بعضی از مدیران نشریات محلی نسبت به نشریات سراسری، احساس تبعیض می‌کنند. برای نمونه، حمایت‌های کشوری و منطقه‌ای سازمان‌های دولتی از مطبوعات محلی نسبت به مطبوعات سراسری کمتر است. این احساس هرچند درست یا اشتباه باشد، باعث می‌شود، نشریات محلی خودباوری خویش را از دست بدهند و نتوانند

در رقابت با نشریات سراسری در جذب مخاطب در منطقه جغرافیایی خود موفق باشند. بی تردید، این احساس منفی به عنوان آسیب در رشد نشریات محلی مؤثر است.

گاهی مدیرمسئول اگرچه نگاه فرهنگی دارد، اما سواد رسانه‌ای یا تخصص لازم در حوزه مطبوعات نظیر شیوه‌های خبرنگاری و گزارش‌نویسی یا آشنایی دقیق به قوانین و مقررات مطبوعاتی ندارد که یک ضعف اساسی برای نشریه قلمداد می‌شود.

سردبیر، اغلب به‌عنوان جانشین مدیرمسئول و اولین شخص در عوامل اجرایی نقش کلیدی دارد و به‌عنوان یک مدیر در نشریه تأثیرگذار است. چنانچه سردبیر فاقد تخصص مورد نیاز در حوزه رسانه باشد، مواقعی که نیاز است نمی‌تواند بر موج جامعه سوار شود و با استفاده از دانشی که دارد برای منافع جامعه مطالب مورد نظر را درج کند.

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

روزنامه‌نگاران و خبرنگاران کسانی هستند که در نحوه رساندن پیام به مخاطب نقش کلیدی دارند و در موفقیت یا شکست نشریه بسیار مؤثرند. در گام نخست باید به‌صورت مداوم برای آنها آموزش حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و خبرنگاری به‌صورت تخصصی در رشته‌های مختلف برگزار شود. مصاحبه‌شوندگان اعلام می‌کردند، دوره‌های آموزشی که از طریق تهران برگزار می‌شود با توجه به فشردگی دوره‌های آموزشی و زمان بسیار کوتاه آن تأثیر مثبت و صددرصدی ندارد و اگرچه به روند ارتقاء علمی روزنامه‌نگاران و خبرنگاران یاری می‌رساند، ولی این آموزش کم‌اثر است؛ بنابراین باید در طول سال، یک سیستم منسجم و مداوم برای آموزش روزنامه‌نگاران و خبرنگاران وجود داشته باشد. در طول سال تشکل‌های صنفی، نظیر خانه مطبوعات استان با برنامه‌ریزی دقیق و حتی با همکاری دانشگاه‌های استان می‌توانند

دوره‌های آموزشی برگزار کنند. البته منافاتی ندارد که دوره‌های آموزشی در استان‌ها با همکاری دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها که یک دستگاه تخصصی در حوزه رسانه به‌شمار می‌آید، برگزار شود.

اگرچه آموزش در تمام بخش‌های مربوط به مطبوعات از جمله آموزش خبرنگاری، گزارش‌نویسی، مصاحبه، بازاریابی، صفحه‌آرایی و... برای بخش‌های مختلف یک نشریه ضروری است، ولی ضرورت آموزش‌های تخصصی روزنامه‌نگاری و خبرنگاری برای خبرنگاران بیشتر احساس می‌شود. باید برای تربیت خبرنگار و روزنامه‌نگار متخصص در حوزه‌های مختلف علمی اعم از سیاست، اقتصاد، ورزش، فنی مهندسی، مذهب و... تلاش کنیم؛ چون خبرنگاری می‌تواند مطالب را برای مخاطب موشکافانه بررسی کند که روحیه پرسش‌گری داشته باشد و از چرایی و چگونگی آمار و اخباری که اعلام می‌شود، سؤال کند و با شیوه صحیح نقد مسئولان آشنا باشد و به‌صورت علمی مطلب را بررسی نماید. خودش اطلاعات صدرصدی در آن حوزه داشته باشد و اگر مطالبش، دم‌دستی است که هیچ جذابیتی برای مخاطب ندارد. می‌توان با همکاری دستگاه‌های مرتبط در استان، آموزش تخصصی برای خبرنگاران برگزار کنیم.

آسیب بعدی نداشتن تخصص حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و خبرنگاری است که خبرنگار حرفه‌ای کمتر در نشریات محلی فعالیت می‌کند و به‌محض قوی شدن در حوزه رسانه به یک خبرگزاری یا نشریه سراسری کوچ می‌کند با این استدلال که نشریه محلی نمی‌تواند او را به‌خوبی حمایت کند یا با این کار به دنبال ارتقاء علمی و تخصصی خود است. آسیب دیگر، کسانی هستند که بدون هیچ معیار مشخص و آموزشی وارد مطبوعات می‌شوند و در حین فعالیت نیز کمتر کیفیت مطالب نشریه را مدنظر قرار می‌دهند؛ چه‌بسا با رشته‌های تحصیلی نامرتب و بدون تخصص به عرصه مطبوعات قدم می‌گذارند. در قدم بعدی از اخلاق حرفه‌ای به‌عنوان پایه و اساس فعالیت

خبرنگاری یاد می‌شود که اگر رعایت نشود، سایر 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 و رفاهی برای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران

مطبوعات محلی

برای کم کردن دغدغه فعال رسانه‌ای و جلوگیری از فساد شغلی باید امکانات شغلی روزنامه‌نگار و خبرنگار مهیا باشد. این امکانات هم شامل امنیت شغلی برای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران و هم تجهیزات کاری آنهاست.

با توجه به اینکه خبرنگار و روزنامه‌نگاری که شغل او نویسندگی است، به هیچ‌کدام از سازمان‌های دولتی وابسته نیست - که البته شغل او نیز ایجاب می‌کند که استقلال شغلی داشته باشد باید امکانات شغلی نظیر لبتاپ، دوربین و... و امکانات رفاهی برای خانواده‌اش تأمین شود؛ چون بعضی اتفاقات پیش‌بینی نشده نظیر شکستن دوربین در ورزشگاه پیش می‌آید که نیاز است جبران شود، ولی هم‌اکنون هیچ‌گونه تمهیدی برای این موضوع اندیشیده نشده است.

نبود امنیت شغلی برای خبرنگاران باعث بی‌علاقگی خبرنگار به شغلش می‌شود و از لحاظ روحی نمی‌تواند برای آینده خود برنامه‌ریزی کند؛ از این‌رو، انگیزه لازم را برای فعالیت خود ندارد. همچنین حق‌التألیف خبرنگاران عدد دقیق و مشخصی نیست و نیاز است در حوزه رسانه یک نظام‌نامه مالی دقیقی وجود داشته باشد. در اثر فقدان چنین نظام‌نامه مالی است که در بعضی موارد حق خبرنگار ضایع می‌شود. در قدم‌های بعدی وقتی خبرنگار زیرساخت‌ها و امکانات مورد نیاز خود را کافی نمی‌بیند و همه عوامل در کنار یکدیگر جمع می‌شوند، باعث می‌گردند، نیروی انسانی ماهر به تهران مهاجرت کند و ورود و خروج نیروی انسانی در مطبوعات محلی بالا برود و در نهایت، باعث پایین آمدن کیفیت مطبوعات محلی شود.

۴. پایین بودن کیفیت محتوای نشریات محلی

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

بیشتر نشریات محلی، سرمقاله یا سرمقاله قوی و تأثیرگذار ندارند. بیشتر مصاحبه‌ها و گزارش‌ها عمقی، چالش‌برانگیز و جذاب نیستند و مخاطب را جذب نمی‌کنند. اغلب مصاحبه‌ها و گزارش‌ها به صورت تمجید و تعریف از روابط عمومی‌ها هستند و از زندگی جاری مردم و مشکلات آنها خبری نیست. غالب تیترها 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 و مطالب بعضی از صفحات نیز برای رفع تکلیف است و نه تخصص سرویس و این کار فقط با هدف پرکردن صفحه نشریه صورت می‌گیرد. از مطالب نقادانه و منصفانه کمتر بهره گرفته می‌شود؛ چون گاهی وابستگی‌های مادی به بخش‌های دولتی و خصوصی وجود دارد و اگر مطالب نقادانه نوشته شود، بیشتر برای کوبیدن طرف مقابل است و نه نقد منصفانه. بیشتر مطالب مطبوعات محلی تولیدی نیستند. نشریات با حداقل خبرنگار فعالیت دارند؛ به همین دلیل، بیشتر مطالب را از سایت‌ها و خبرگزاری‌ها دریافت می‌کنند؛ از این رو، شاهد مطالب تکراری در چند نشریه محلی هستیم. مخاطبان انتظار دارند در نشریات با ترتیب انتشارهای بالاتر از روزنامه، مثل هفته‌نامه، دوهفته‌نامه و ماهنامه و... اخبار رخ داده از زوایای مختلف

تحلیل و بررسی شوند، ولی گاهی شاهد چاپ اخبار تاریخ گذشته یا اخبار تکراری که از دیگر رسانه‌ها اطلاع‌رسانی شده، هستیم که موجب دل‌زدگی مخاطب می‌شود.

اظهار نظر افراد غیرمتخصص که صلاحیت علمی ندارند و قلم‌نزدن متخصصان در حوزه‌های مختلف و به‌ویژه 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 یک ایراد است و بسیاری از مطبوعات محلی اقدام به چاپ مطالب با موضوعات کشوری می‌کنند. حداقل از نشریه محلی انتظار می‌رود که عکس و تیتیر صفحه اول، در خصوص موضوع استان باشد و اگر موضوع کشوری است، استان نیز در آن موضوع ذی‌نفع محسوب شود. اگرچه بعضی از مصاحبه‌شوندگان بر فعالیت نشریات محلی در تراز ملی تأکید داشتند تا مشکلات مردم راحت‌تر به گوش مسئولان کشوری برسد.

در خصوص زمینه انتشار، اگرچه هیئت نظارت بر مطبوعات، زمینه انتشار نشریه را هنگام اعطای مجوز مشخص می‌کند، نشریات عمومی بیشتر به مباحث سیاسی می‌پردازند و به مطالب حوزه‌های دیگر کمتر توجه دارند و بعضی از نشریات تخصصی مطابق با زمینه انتشار مشخص شده مطلب نمی‌نویسند و شاهد منطبق‌نبودن زمینه انتشار مجوز با مطالب چاپ‌شده در نشریه هستیم. نشریات محلی کمتر به قابلیت‌های 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. جذاب‌نبودن ظاهر و جذابیت‌های جانبی مطبوعات محلی

عاملی که در جذب مخاطب بسیار تأثیر دارد، ظاهر نشریه است.

نشریه قبل از اینکه یک محصول فرهنگی خواندنی تلقی شود، باید دیدنی باشد، اما ایرادی که نشریات محلی دارند، این است که بیشتر مطبوعات محلی دیدنی نیستند و گرافیک خوبی ندارند؛ چون فاقد سواد بصری هستند. بیشتر نشریات، عکس جذاب و اختصاصی ندارند، فونت مطالب چشم‌نواز و مناسب به‌نظر نمی‌رسند. بعضی از لوگوهای نشریات خوانا نیستند. همچنین جذابیت‌های رسانه‌ای مانند سایت، فرمت الکترونیکی با قابلیت نصب بر روی تلفن همراه، ارسال پیامک در زمان انتشار خبر... ندارند.

۶. توزیع نامناسب مطبوعات محلی

مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند، آخرین حلقهٔ اتصال نشریه با مخاطب توزیع است که نقشی اساسی در جذب مخاطب دارد. در سطح شهر به غیر از دکه‌ها که تعداد محدودی هستند، در مکان‌های عمومی دیگر مانند مراکز خرید اصلی یا دانشگاه‌ها، توزیع و فروش مطبوعات پیش‌بینی نشده است. توزیع دیر هنگام صبحگاهی مطبوعات، ضعف دیگر توزیع است و بسیاری از مخاطبان که فقط در زمان صبحگاهی می‌توانند مطبوعات را بخرند، امکان خرید برایشان وجود ندارد.

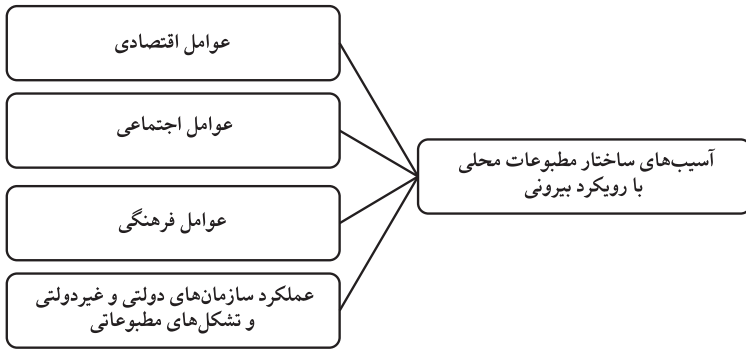
۷. فعالیت نامناسب متصدیان دکه‌های مطبوعاتی

امروزه دکه‌ها شیک و زیبا نیستند و مسئولان دکه‌ها نیز اهتمام جدی به زیباشدن دکه‌ها ندارند. همچنین دکه‌های مطبوعاتی استقبال خوبی از فروش مطبوعات محلی نمی‌کنند؛ چون به‌نظر آنها مطبوعات محلی نسبت به نشریات سراسری، فروش کمتری دارند و سود زیادی برای آنها به‌دنبال نخواهد داشت؛ به همین دلیل، مطبوعات محلی را در معرض دید مخاطبان قرار نمی‌دهند، مگر آنکه مخاطب سراغ نشریهٔ خاصی را بگیرد.

آسیب‌های ساختار بیرونی مطبوعات محلی

تجارب فعالان مطبوعاتی از آسیب‌های ساختار مطبوعات محلی با

رویکرد بیرونی مربوط به ضعف‌هایی است که در بیرون از مطبوعات محلی وجود دارد، ولی تأثیر خود را بر رشد یا عدم رشد مطبوعات محلی می‌گذارد و بعضی از عوامل لاجرم در اختیار مطبوعات محلی نیست و دستگاه‌های دولتی و غیردولتی کشور و استان و همچنین جامعه و فرهنگ مردم بر این مسئله تأثیرگذارند. نتایج آسیب‌های ساختار بیرونی مطبوعات محلی در شکل ۲ دسته‌بندی شده است.



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

عوامل اقتصادی

شرکت‌کنندگان در مصاحبه اظهار کردند که پنج عامل اقتصادی کلی، به‌عنوان آسیب‌های اقتصادی نشریات محلی محسوب می‌شوند. البته هرکدام از این عوامل شامل زیرشاخه‌های دیگری هستند:

۱. آگهی‌های دولتی و خصوصی

با توجه به اینکه آگهی ادارات دولتی توسط اداره کل فرهنگ و ارشاد استان توزیع می‌شود و به‌نوعی نشریات و به‌خصوص روزنامه‌ها را وابسته به آن کرده، بعضی از مصاحبه‌شوندگان از آن به‌عنوان یک اعتماد یار می‌کردند که ساختار مطبوعات محلی را بیمار کرده و اگرچه کمک به اقتصاد مطبوعات است، ولی به‌دلیل وابستگی‌ای که به‌وجود می‌آورد، به‌عنوان یک آسیب به آن نگاه می‌کردند.

اگرچه نظرهای متناقضی در این بخش وجود داشت، بعضی از مصاحبه‌شوندگان آگهی را حق قانونی مطبوعات محلی می‌دانستند و بعضی به حذف آگهی‌های دولتی برای استقلال نشریه تأکید داشتند. آگهی‌دهنده بر اساس کیفیت مطالب و تأثیرگذاری نشریه و تعداد مخاطبان، نشریه مورد نظر خود را انتخاب می‌کند که البته طبیعی است و در این صورت آگهی‌ها شامل تعداد خاصی از نشریات می‌شود و ممکن است، اعتراض نشریات ضعیف‌تر را در پی داشته باشد. پیشنهاد ما این است که توزیع بخشی از آگهی‌های دولتی با نظارت ادارات فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها و در چارچوب قوانین و مقررات به تشکل‌های صنفی واگذار شود.

بحث بعدی در مورد آگهی‌ها، اختصاص ندادن آنها توسط بخش خصوصی است؛ چون شمار نشریات محلی بسیار پایین است و آگهی‌دهنده شرکت خصوصی اعتقاد دارد، آگهی در نشریات محلی به صورت وسیع توسط مخاطبان دیده نمی‌شود؛ لذا به نشریه محلی آگهی نمی‌دهد. در بعضی مواقع نیز آگهی‌هایی در نشریات محلی دیده می‌شود که مرتبط با موضوع نشریه نیست و تنها به دلیل مشکلات اقتصادی به چاپ می‌رسد. در بعضی موارد بین مطالب و آگهی نشریات، توازن دیده نمی‌شود و زیادبودن حجم آگهی‌ها در نشریه برای مخاطب خسته‌کننده است.

۲. بالا بودن هزینه‌های مطبوعات محلی

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

خود را از دست می دهند.

۳. وابستگی اقتصاد مطبوعات محلی به دولت

تلقی بعضی از مدیران مطبوعات محلی این است که دولت باید به اقتصاد مطبوعات محلی کمک کند و حتی به امید کمک دولت برای نشریه مجوز می گیرند و این در حالی است که کمک دولت محدود است و نشریات اگر برنامه ریزی دقیقی نداشته باشند، پس از مدت کوتاهی دچار مشکلات اقتصادی می شوند، ولی هم اکنون بعضی از مطبوعات از لحاظ اقتصادی مانند آگهی دولتی و یارانه کاغذ به دولت وابسته اند.

۴. نبود بازاریاب حرفه ای در مطبوعات محلی

نشریه موفق، نشریه ای است که وابسته به دولت نباشد و برای آگهی های شرکت های خصوصی برنامه ریزی داشته باشد و این در حالی است که بیشتر نشریات محلی برای جذب آگهی های خصوصی بازاریاب حرفه ای ندارند و وابستگی به آگهی های دولتی همچنان ادامه دارد.

۵. فقدان زیرساخت های اقتصادی

مصاحبه شوندهگان اعلام کردند که بی میلی بخش خصوصی به سرمایه گذاری در مطبوعات و همچنین ناکافی بودن منابع اقتصادی و گردش پایین سرمایه در بیشتر نشریات محلی از جمله مشکلات زیرساختی اقتصادی مطبوعات محلی است. از دیگر مشکلات زیرساختی آن است که شاهد تبلیغات محیطی از مطبوعات محلی برای بالابردن مخاطب در سطح شهر نیستیم؛ بنابراین اگر مطبوعات با تبلیغات بیشتر، خواننده بیشتری داشته باشند با فروش نشریه به اقتصاد آن کمک شایانی خواهد شد. در کمک به زیرساخت های اقتصادی نشریات اگرچه طرح اشتراک نیم بها ابتکار خوبی بود و به زیرساخت ها کمک کرد، ولی در ادامه، چنانچه بودجه لازم برای اجرای طرح موجود نباشد، بازگرداندن مردم به خرید مطبوعات از دکه های مطبوعاتی کار سختی است.

عوامل اجتماعی

شرکت‌کنندگان در مصاحبه اظهار کردند که شش عامل اجتماعی به‌عنوان آسیب‌های اجتماعی نشریات محلی محسوب می‌شوند:

۱. نقص در درج اطلاعات دقیق و به‌روز

مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند، در بعضی موارد مطبوعات دچار خودسانسوری می‌شوند که در روی‌گردانی مخاطب بسیار مؤثر خواهد بود. در روند عملکرد یک نشریه‌گاهی خودسانسوری از سانسور آسیب بیشتری دارد؛ چون در مرحله خودسانسوری فرد آزادی فکر و شیوه اندیشیدن خود را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد و نمی‌تواند به‌طور دقیق و مناسب به آنچه که رسالت شغلی‌اش برای تجزیه و تحلیل مسائل است، به‌درستی پاسخ دهد و این امر باعث خواهد شد که بسیاری از مسائل و مشکلات جامعه از ذهن روزنامه‌نگار نیز خارج نشود. البته در بعضی موارد، درج کردن یا نکردن یک مطلب ممکن است مرتبط با موضوع دریافت یا عدم دریافت آگهی باشد.

۲. وابسته نبودن مردم به مطبوعات

چون حرف دل مردم و مشکلات آنها کمتر در مطبوعات دیده می‌شود، مطبوعات به‌عنوان مرجع افکار عمومی مردم به‌شمار نمی‌آیند و محبوبیتی برای مخاطبان ندارند و خرید مطبوعات و مطالعه آن به‌عنوان دغدغه اول مردم محسوب نمی‌شود و خود را مقید به تهیه آن به‌صورت روزانه نمی‌دانند.

۳. بی‌توجهی مطبوعات به نیازهای مخاطبان

اغلب مطبوعات محلی به ذائقه‌های مخاطب توجه ندارند و این نکته را در نظر نمی‌گیرند که مخاطب، علاقه‌مند به چه مطالبی است که درصدد باشند تا مطالب بر اساس نیاز مخاطب چاپ شود. در ادامه ارزیابی نیاز مخاطب، مطالبه‌گری از سوی گروه‌های مختلف جامعه انجام نمی‌شود. همچنین پیگیر خواسته‌های 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 به مسیر خود ادامه می‌دهد، بدون آنکه مخاطب او را همراهی کند. مردم به نشریه اعتماد ندارند و مخاطب نیز این بی‌اعتمادی را به دیگر مطبوعات محلی شهر تعمیم می‌دهد.

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، توزیع‌کننده، بازاریاب و کاغذ فروش مطبوعاتی در استان فعالیت ندارند یا اگر هستند در حد بسیار جزئی فعالیت می‌کنند.

آسیب دیگر اینکه، نخبگان جامعه از نشریات محلی استفاده نمی‌کنند و نیازهای خود را از روش‌های دیگر مانند کتاب و مقاله تأمین می‌نمایند و مردم نیز ذهنیت درستی از تأثیرگذاری و قدرت رسانه ندارند. استادان دانشگاه به این دلیل که نوشتن مقاله در مطبوعات برای ارتقاء علمی آنها مؤثر نیست، در مطبوعات حضور ندارند. مشکل دیگر، ورود انسان‌های اقتصادی به‌عنوان تاجر مطبوعاتی به عرصه مطبوعات برای اعتباربخشی و بزرگ‌ترشدن خودشان و رسیدن به اهداف و منافع صرف اقتصادی یا اجتماعی است. همچنین بسیاری از نشریات محلی توسط یک نفر اداره می‌شود. گاهی هم چند نشریه توسط یک نفر مدیریت می‌گردد.

۵. فقدان زیرساخت‌های فیزیکی

بعضی از زیرساخت‌های فیزیکی مانند چاپخانه چاپ رول در بعضی از استان‌های کشور وجود ندارد و مدیران مطبوعات مجبور به چاپ نشریه خود در استان‌های هم‌جوار یا تهران هستند که زمان بسیاری را می‌طلبد و گاهی نشریه با یک یا دو روز تأخیر به دست مخاطب می‌رسد. تعداد دکه‌های مطبوعاتی بسیار ناچیز است و این تعداد در سطح شهر توزیع متوازنی ندارند. در بعضی از خیابان‌ها، تعداد زیادی دکه مطبوعاتی قرار دارد؛ درحالی‌که در بعضی از نقاط شهر هیچ دکه

مطبوعاتی وجود ندارد؛ برای مثال، در شهر اصفهان بیشتر دهه‌های مطبوعاتی در خیابان چهارباغ متمرکز شده‌اند.

در بیشتر استان‌ها، کتابخانه تخصصی در حوزه رسانه که کلیه کتاب‌ها با موضوع رسانه را از ابتدا تاکنون داشته باشد، وجود ندارد. به‌نظر می‌رسد، نیاز است که حداقل در مراکز استان‌ها کتابخانه تخصصی با موضوع رسانه راه‌اندازی شود.

آسیب دیگر اینکه، امروزه مدیر نشریه به غیر از اینکه به محتوای نشریه توجه دارد، باید به فکر تهیه کاغذ، هماهنگی چاپ، صحافی، توزیع و... باشد، ولی اگر مؤسساتی در اصفهان حضور داشته باشند که امور جانبی نشریه از چاپ تا توزیع را بر عهده بگیرند، با تمرکز مدیر نشریه بر محتوا بی‌شک، به‌صورت غیرمستقیم در بالابردن کیفیت مطالب مؤثر خواهد بود.

امروزه مراکز رایگان‌خوانی مطبوعات در سطح شهر وجود ندارد. احداث این مراکز به آشنایی مردم با مطبوعات کمک خواهد کرد. بسیاری از نشریات اگرچه به‌تنهایی قابلیت‌های بسیار زیادی دارند، ولی با توجه به مشکلاتی که وجود دارد، نمی‌توانند نشریه باکیفیت و مؤثر داشته باشند؛ بنابراین، کنار هم قرارگرفتن چند نشریه و ایجاد مؤسسه مطبوعاتی می‌توانند بسیار مؤثر باشد. از این‌رو، تعداد کم مؤسسات مطبوعاتی یک آسیب برای نشریات محلی محسوب می‌شود. بیشتر نشریات محلی مکان مستقل برای دفتر نشریه ندارند و مدام مجبور به جابه‌جایی مکان و تجهیزات هستند. اگرچه گام‌های مؤثری مانند راه‌اندازی مجتمع‌های مطبوعاتی برای رفع این مشکل در بعضی از استان‌ها برداشته شده است، ولی هنوز نیاز به توجه بیشتر به این موضوع احساس می‌شود. همچنین رشته علوم ارتباطات و رشته‌های مرتبط به آن در دانشگاه‌های دولتی بیشتر استان‌ها تدریس نمی‌شود. مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند، یکی از آسیب‌های نشریات محلی

آن است که هیچ تعریف یا الزامی مربوط به نشریات محلی در قانون مطبوعات نیامده است؛ به همین دلیل، تصمیم‌گیری در خصوص نشریات محلی به صورت سلیقه‌ای یا در حد صدور بخش‌نامه است.

عوامل فرهنگی

شرکت‌کنندگان در مصاحبه اظهار کردند دو عامل فرهنگی به عنوان آسیب‌های فرهنگی نشریات محلی محسوب می‌شوند:

۱. فقدان زیرساخت‌های فرهنگی

شرکت‌کنندگان در مصاحبه اظهار کردند که دو عامل در فقدان زیرساخت‌های فرهنگی به عنوان آسیب‌های فرهنگی نشریات محلی محسوب می‌شوند:

مصاحبه‌شوندگان اعلام کردند، فرهنگ‌سازی در خصوص تفاوت‌های رسانه‌های مجازی و رسانه‌های مکتوب انجام نشده و فضای مجازی بهانه است و صاحبان فضای مجازی (اروپاییان) خودشان تیراژ میلیونی برای نشریات مکتوب دارند. فضای مجازی نیاز لحظه‌ای مخاطب را 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 برای برآورده کردن نیازهای خود یک جامعه اطلاعاتی و علمی نیست.

۲. فرهنگ مطالعه

سطح مطالعه جامعه از مکتوباتی نظیر کتاب و مطبوعات بسیار پایین است و مهم‌ترین دلیل تاریخی آن این است که از دوره شفاهی وارد دوره مکتوب شدیم و در روند نسبتاً کوتاه پنجاه‌ساله رادیو به میان ما آمد و فرهنگ مکتوب و در ادامه، فرهنگ مطالعه مکتوبات بین جامعه

ما نهادینه نشد و جامعه به مطالعه عادت نکرد؛ در حالی که در اروپا قریب پانصد سال در دورهٔ مکتوب ماندند و این فرهنگ در جامعه نهادینه و تثبیت شد. همچنین مشاهده و تجربه بر مطالعهٔ ما ایرانیان غلبه دارد. در خصوص مطبوعات نیز مردم به خرید مطبوعات عادت ندارند و بیشتر فرهنگ رایگان‌خوانی رواج یافته است.

عملکرد سازمان‌های دولتی و غیردولتی و تشکلهای مطبوعاتی

شرکت‌کنندگان در مصاحبه اظهار کردند که شش عامل در عملکرد سازمان‌های دولتی و غیردولتی و تشکلهای به‌عنوان آسیب‌های نشریات محلی محسوب می‌شوند. این شش عامل عبارت‌اند از:

۱. عملکرد ضعیف سازمان‌های دولتی و غیردولتی

بر اساس نظر مصاحبه‌شوندگان، روابط عمومی‌های ادارات ناخواسته به شبه‌خبرنگاران بها می‌دهند؛ چون می‌خواهند دور میز مدیرکل اداره‌شان پرجمعیت باشد؛ به‌دادن به این شبه‌خبرنگاران تبعات منفی بعدی را در پی خواهد داشت. چون با نوشتن یک مطلب نقادانه ممکن است منافع یک سازمان در خطر قرار گیرد؛ از این رو، نشریه را با روش‌های مختلف تحت فشار می‌گذارند. 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 از خبرنگاران روزنامه‌های سراسری و خبرگزاری استفاده می‌کنند و از خبرنگاران استانی بهره نمی‌برند یا اینکه تعداد بسیار محدودی را به کار می‌گیرند. از طرفی، چون سطح تحمل مسئولان پایین است، سخت‌گیری مسئولان نسبت به آنها بیشتر مشاهده می‌شود و بعضی از مسئولان رسانه را که پیگیر مطالبات و مشکلات مردم هستند، به‌عنوان مزاحم نگاه می‌کنند.

سازمان‌های دولتی به‌جای اینکه ویژه‌نامه‌های مناسبی خود را برای حمایت از نشریات محلی به آنها بدهند و به‌نوعی به اقتصاد نشریات محلی یاری رسانند، خود بولتن داخلی چاپ می‌کنند.

اگرچه گاهی ادارات دولتی نیمه‌دولتی، آگهی‌های خود را به‌اجبار یا اختیاری در اختیار نشریات محلی می‌گذارند 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 می‌توانند به‌منظور رشد مطبوعات در دانش‌آموزان و دانشجویان انگیزه ایجاد کنند و به فرهنگ‌سازی مطالعه مطبوعات همت گمارند که در این راستا کمتر تلاش شده است.

۲. بی‌توجهی به نکات ضروری هنگام اعطای مجوز توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

طبق اظهار مصاحبه‌شوندگان، 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 نمی‌گردد تا چشم‌انداز نشریه به‌طور دقیق 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 یا چند هفته‌نامه اجتماعی دیگر نیاز دارد. اگرچه اقدامات خوبی در این خصوص انجام شده است. با اینکه تعداد زیاد نشریات، یک نقطه قوت برای مطبوعات استان است، ولی در صورتی که توازنی مقبول میان کمیت و توانایی‌های مدیران نشریات محلی در جذب مخاطب وجود نداشته باشد، این موضوع خودبه‌خود

برای هدف اصلی نشریات یک ضعف تلقی می‌شود. البته با اجرای شیوه‌نامه خاص برای هر استان با توجه به نیازهای آن استان این مهم قابل حل است و این آسیب تبدیل به یک فرصت می‌گردد. اگر گستره موضوعات نشریات محلی زیاد گردد، تعداد مخاطبان نیز با توجه به تنوعی که به وجود می‌آید، بیشتر می‌شود، ولی در بعضی از استان‌ها در حوزه رشته‌های تخصصی مثل لوازم‌خانگی، تلفن همراه و... نشریه تخصصی نداریم.

۳. فقدان حمایت معنوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

بر اساس نظر مصاحبه‌شوندگان، بهتر است نماینده اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان به‌عنوان پدر معنوی نشریات در جلسات دادگاه مطبوعات حضور داشته باشد و از نشریه‌ای که نقد منصفانه می‌کند و همچنین از خبرنگار صادقی که برای منافع جامعه، خود را به خطر می‌اندازد، حمایت نماید. به علاوه، در حمایت و بالارفتن کیفیت نشریات محلی بهتر است، نشست‌های تخصصی برای بررسی و تحلیل مطبوعات محلی با حضور اندیشمندان تجربی و دانشگاهی برگزار شود.

۴. ارتباط نداشتن مطبوعات با اشخاص حقیقی و حقوقی مرتبط

بین نشریات محلی، سازمان‌ها و مؤسسات دانشگاهی ارتباطی وجود ندارد یا اگر وجود دارد، بسیار کم است. این ارتباط می‌تواند به بالابردن کیفیت مطالب مطبوعات کمک کند. همچنین بین نشریات محلی و سازمان صداوسیما ارتباط نزدیکی احساس نمی‌شود یا اگر باشد، بسیار کم‌رنگ است؛ چون اگر این ارتباط قوی بود، برنامه‌های تلویزیونی، گزارش مستند و تبلیغ جدی در خصوص معرفی نشریات محلی در صداوسیما انجام می‌شد.

در سطوح استانی نیز ارتباط بین دست‌اندرکاران نشریات محلی اعم از روزنامه‌نگار، خبرنگار، صفحه‌آرا و مدیرمسئول با نشریات سراسری فعال تهرانی یا نشریات محلی قوی دیگر استان‌ها بسیار ضعیف است.

۵. عملکرد تشکل‌های مطبوعاتی

مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند، تشکل‌های مرتبط با مطبوعات از قبیل خانه مطبوعات و انجمن صنفی روزنامه‌نگاران، برنامه‌ریزی منسجم و مؤثری برای بالابردن کیفیت مطبوعات محلی ندارند. همچنین با توجه به مشکلات حقوقی که در حین فعالیت برای مدیران نشریات به وجود می‌آید، نیاز است که مشاوره حقوقی بی‌وقفه و پیوسته از سوی تشکل‌های مطبوعاتی برای مطبوعات محلی در نظر گرفته شود. هم‌اکنون تشکل‌های مطبوعاتی صاحب هیچ ابزار و اختیاری نیستند؛ از این رو، اصحاب مطبوعات هیچ دلیلی برای عضویت در تشکل‌ها ندارند؛ به همین دلیل، باید بعضی از فعالیت‌ها به خانه مطبوعات تفویض اختیار شود و اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها به روند اجرا نظارت داشته باشند.

۶. تداخل فعالیت با دیگر مراکز

طبق اظهار نظر مصاحبه‌شوندگان، 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. 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

ستون و پایه اساسی مطبوعات ملی، مطبوعات محلی قوی و قدرتمند به‌شمار می‌رود. گفتنی است، خیلی از روزنامه‌نگاران حرفه‌ای و اعضای هیئت تحریریه نشریات سراسری، ابتدا کار روزنامه‌نگاری را از مطبوعات

محلی آغاز کرده‌اند؛ به عبارتی دیگر، مطبوعات بومی و محلی می‌توانند در مراحل مختلف به‌ویژه تربیت نیروی انسانی باتجربه، تقویت‌کننده مطبوعات ملی و سراسری باشند. برخی از نشریات محلی به مدد هیئت‌تحریریه‌های باتجربه و موفق، اکنون با گستره توزیع سراسری چاپ می‌شوند؛ کارون، خراسان، آفتاب یزد، خبر جنوب و... از جمله اینها هستند، اما مطبوعات سراسری و به‌تبع آن مطبوعات محلی و بومی به دلایل مختلفی تاکنون نتوانسته‌اند آن‌گونه که شایسته است، انتظارات مخاطبان خود و جامعه را برآورده کنند؛ یعنی نقش و کارکرد اساسی خود را که اطلاع‌رسانی دقیق و روشن، افزایش دانایی و دانش و درک و فهم مخاطبان منطقه محل فعالیت آنهاست، به‌خوبی ایفا نکرده‌اند.

این پژوهش با هدف شناسایی آسیب‌های ساختار مطبوعات محلی انجام شد. آسیب‌هایی که از درون و بیرون متوجه مطبوعات محلی است و باعث کاهش سرعت شتابان مطبوعات محلی و تأثیرگذاری آن در جامعه می‌شود. روش تحقیق، کیفی از نوع پدیدارشناسی بوده است. جامعه آماری در این پژوهش، فعالان باتجربه مطبوعاتی اعم از دانش‌آموخته دانشگاهی یا تجربی بودند که در پست‌های دولتی یا خصوصی فعالیت داشتند و اکنون نیز مدیرمسئول، سردبیر، صاحب‌امتیاز، خبرنگار، روزنامه‌نگار، استاد دانشگاه، منتقد و مدیر تشکل‌های غیردولتی و افراد دارای پست مدیریتی سازمان خصوصی یا دولتی مطلع در خصوص مطبوعات هستند. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند تا اشباع اطلاعات ادامه یافت و تعداد شرکت‌کنندگان در آن به ۱۹ نفر رسید. جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از مصاحبه عمیق از نوع نیمه‌ساختاریافته و تجزیه و تحلیل آنها به روش استویک، کلایزی و کن انجام شده و تعداد ۱۷۶ مفهوم به‌دست آمده که پس از هدفمندی در دو دسته اصلی «آسیب‌های درونی» و «آسیب‌های بیرونی» ساختار مطبوعات محلی دسته‌بندی شده است. نتایج در بعد آسیب‌های درونی شامل عملکرد و تخصص ضعیف مدیران

و سردبیران مطبوعات محلی، ضعف در اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران مطبوعات محلی، کمبود 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 ضعف در فعالیت متصدیان دکه‌های مطبوعاتی بود. نتایج در بعد آسیب‌های بیرونی نیز عبارت‌اند از: عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی، عملکرد سازمان‌های دولتی و غیردولتی و تشکل‌های مطبوعاتی.

پیشنهاد‌های کاربردی

- برگزاری دوره‌های آموزشی مدیریت رسانه و مدیریت اقتصاد مطبوعات برای مدیران نشریات محلی؛
- برگزاری دوره‌های آموزشی بازاریابی مطبوعاتی برای کارکنان بخش آگهی‌های نشریات؛
- تخصصی شدن فعالیت خبرنگاران در زمینه‌های مورد علاقه آنها نظیر اقتصاد، سیاست، فرهنگ و... با 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؛
- آموزش مداوم و به‌روز در دفاتر نشریات در زمینه‌های مختلف مطبوعاتی توسط تشکل‌های مطبوعاتی و دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها؛
- خبرنگاران قبل از ورود به مطبوعات توسط معیارهای تشکل‌های مطبوعاتی سنجیده شوند و برای آنها دوره‌های آموزشی برگزار شود؛
- راه‌اندازی کتابخانه تخصصی رسانه در مراکز استان‌ها؛
- تحلیل محتوای مداوم نشریات استان توسط یک مؤسسه پژوهشی و

- تأثیر آن در حمایت‌های مطبوعاتی و حذف حمایت‌های مطبوعاتی برای 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 شهری؛
- کاهش هزینه‌های پستی برای مطبوعات محلی؛
- واگذاری توزیع آگهی‌های دولتی به شکل‌های مطبوعاتی با نظارت ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها؛
- برگزاری دوره‌های آموزشی به‌روز برای کارشناسان واحد مطبوعات ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان‌ها؛
- درخواست از شهرداری برای اجرای تبلیغات محیطی مطبوعات محلی در سطح شهر؛
- درخواست از صداوسیما مرکز استان برای برگزاری نشست‌های تلویزیونی، گزارش‌های مستند یا تبلیغ جدی در خصوص معرفی نشریات محلی در صداوسیما؛
- 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 دانشگاه‌های استان؛
- عدم چاپ بولتن‌های داخلی توسط ادارات دولتی استان‌ها؛
- حضور نماینده اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان در جلسات دادگاه مطبوعات؛
- ایجاد ارتباط بین نشریات استان با نشریات فعال و موفق دیگر استان‌های کشور توسط تشکل‌های مطبوعاتی.