

مطبوعات محلی

ضرورت کشورهای در حال توسعه

فاطمه رئوفی منش*

در زمینه‌های خبر هنوز مطبوعات قادرند از هنرپیشه‌های گمنام بومی مشهور بسازند که میلیون‌ها ستایشگر داشته باشد یا بسیاری از اعتقادات، باورها و تابوهای اجتماعی را در هم بپرزند. اما در مورد وقایع مهم، مطبوعات ناچارند فعالیت خود را با سایر رسانه‌ها هماهنگ سازند و در فرصتهایی همچون بحرانهای سیاسی و اقتصادی رنگ و آب بیشتری به حوادث بزنند یا با برجسته کردن یک چهره جذاب سیاسی حالت شخصی‌تری و اختصاصی‌تری به خود بگیرند.

روزنامه‌ها بر اثر تحولات سالهای اخیر، در مورد انتشار خبرهای مهم و اطلاعات تخصصی بر سایر وسایل ارتباط جمعی به خصوص تلویزیون که رقیب اصلی آنها محسوب می‌شود برتری یافته‌اند. در حال حاضر در اغلب کشورها روزنامه‌هایی که برای خوانندگان شهرستانها چاپهای ویژه محلی منتشر می‌کنند مورد استقبال روزافزون مردم هستند و بالطبع نشریات محلی از مقبولیتی افزون‌تر برخوردارند زیرا خبرهای کوچک فراوانی که درباره زندگی اجتماعی اهالی شهرستانها در مطبوعات منتشر می‌شوند، هیچ‌گاه از طریق رادیو و تلویزیون انتشار نمی‌یابند. و حتی فرستنده‌ها

در کشورهای غربی از مطبوعات به‌عنوان رکن چهارم دموکراسی یاد می‌شود و اهمیت خاصی برای آن قایل هستند. بدون اینکه بخواهیم راه اغراق بییماییم و نقش و اهمیت و کارکرد مطبوعات را بیش از اندازه واقعی آن جلوه دهیم، باید بگوییم مطبوعات در شکل دادن به افکار عمومی، هدایت و جهت‌دهی مردم، تصویرسازی ذهنی در مردم، اطلاع‌رسانی و خبررسانی، بالابردن سطح آگاهی جامعه، گذران اوقات فراغت و هزاران هزار کارکرد بزرگ و کوچک و مثبت و منفی دیگر نقش بزرگی در جامعه بر عهده دارند و به هر حال در تمامی سطوح اجتماعی بر فرهنگ جامعه تأثیر می‌گذارند، بدان شکل می‌دهند و همچنین از آن تأثیر می‌گیرند. به‌طور کلی مطبوعات به‌عنوان عامل متعادل‌کننده زندگی اجتماعی، نقش ضروری و انکارناپذیری دارند و بیش از عوامل دیگر قادرند در تهذیب تمایلات و هوسها و استحکام پیوندهای افراد با جامعه خود یا جامعه بین‌المللی مؤثر واقع شوند. روزنامه‌ها و مجلات می‌توانند خواه از طریق مقالات و خواه از طریق آگهیهای خود، راه و رسم زندگی امروزی را به خوانندگان بیاموزند و جایگاهی را که در حیات سیاسی - اجتماعی به معنای وسیع کلمه از دست داده‌اند، از طریق نفوذ فزاینده بر زندگی روزانه مردم عادی جبران کنند.

* - کارشناس ارشد ارتباطات اجتماعی.

در زمینه‌های خبر هنوز مطبوعات قادرند از هنرپیشه‌های گمنام
بُتی مشهور بسازند که میلیونها ستایشگر داشته باشد یا بسیاری از اعتقادات،
باورها و تابوهای اجتماعی را درهم بریزند. اما در مورد وقایع مهم،
مطبوعات ناچارند فعالیت خود را با سایر رسانه‌ها هماهنگ سازند
و در فرصتهایی همچون بحرانهای سیاسی و اقتصادی رنگ و آب بیشتری
به حوادث بزنند یا با برجسته کردن یک چهره جذاب سیاسی
حالت شخصی‌تر و اختصاصی‌تری به خود بگیرند.

خاص با مخاطبانی مشخص و منحصر به فرد در
تلاش باشند و مخاطبان محلی بهترین گروه برای
این منظور محسوب می‌شوند. اکنون گردانندگان
رسانه‌ها دریافته‌اند که فرایند ارتباط و ارتباط‌گیری
و انتقال پیامهای خبری، امری نه سهل، بلکه بسیار
ممتنع می‌باشد. صاحبان امتیاز نشریات می‌دانند که
در این عرصه باید با سیاستگذاری مناسب، تمام
تلاش خود را برای رقابت با سایر نشریات در
جلب، جذب و نگهداری مخاطب متمرکز کنند و
انجام این کار با تعدد نشریات در عصر ارتباطات کار
ساده‌ای نیست. همین مسأله توجه گردانندگان
مطبوعات را به ظرفیتهای جدیدی که در کشورهای
کوچک وجود دارد، جلب کرده است.

دیگر آنکه وجود نشریات محلی در کشوری که
رو به سازندگی دارد، ضرورتی تام و تمام دارد. این
نشریات می‌توانند بستر فرهنگی اجرای طرحهای
مهم توسعه را فراهم سازند و مشارکت مردم را
برای به منصه ظهور رساندن سیاستها جلب کنند.
واقعیت این است که کشورهای در حال توسعه به
شدت نیازمند جلب مشارکت مردم برای اجرای
برنامه‌های توسعه اجتماعی و اقتصادی خویش
هستند و رسانه‌های محلی به علت ویژگیهای خاص
همچون امکان تطبیق خود با فرهنگ، آداب و
رسوم، بینش، اعتقادات و زبان مردم، می‌توانند
نقش اساسی در زمینه آماده‌سازی بستر فرهنگی
اجرای طرحهای توسعه ایفا کنند.

و مراکز ناحیه‌ای پخش رادیویی و تلویزیونی که در
استانها تأسیس شده‌اند نمی‌توانند به همه آنها توجه
نمایند، به همین جهت مطبوعات در این زمینه بدون
رقیب‌اند. در بیشتر ممالک با وجود افزایش مراکز
پخش و تقویت برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی،
مطبوعات محلی یا روزنامه‌هایی که دارای صفحات
یا چاپهای محلی هستند همچنان در حال پیشرفت
می‌باشند.

دلایل ذکر شده و عللی که در پی می‌آید عواملی
است که موجب شده در سالهای اخیر، مطبوعات
محلی مورد توجه دست‌اندرکاران روزنامه‌نگاری،
صاحب‌نظران علوم ارتباطات اجتماعی و
سیاستمداران کشورهای توسعه‌یافته و در حال
توسعه قرار بگیرند.

در جوامع پیشرفته صنعتی و فراصنعتی امروز،
به دلیل توسعه رسانه‌های الکترونیک همچون
رادیو، تلویزیون، ماهواره‌های پخش مستقیم و
بالاخره اینترنت، به شدت از جنبه خبری رسانه‌های
مکتوب کاسته شده و مطبوعات ناگزیرند به جهت
تداوم و پایداری در برابر طوفان ارتباطات،
سیاستهای جدیدی اتخاذ کنند. از این رو روند
تفکیک نقشها روز به روز گسترده‌تر می‌شود و با
گسترش نقشها، اهمیت تخصص، رقابت و انحصار
در هر نقش به صورت فزاینده چشمگیرتر می‌شود.
تفکیک نقشها در حرفه روزنامه‌نگاری موجب
شده که نشریات جدید به سوی انتخاب نقشی

دلیل دیگر آنکه اگر یکی از شاخصهای توسعه اقتصادی و اجتماعی را میزان شمارگان (تیراژ) مطبوعات بدانیم، انتشار نشریات محلی با ویژگیهای منحصر به فرد خود می‌تواند با ایجاد ظرفیت جدیدی به لحاظ مخاطبان، به میزان چشمگیری شمارگان مطبوعات را افزایش دهد. همچنین نشریات محلی می‌توانند یکی از ابزارهای مهم اما ارزان مقابله با تهاجم فرهنگی باشند، چرا که تهیه برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و تأسیس ایستگاههای فرستنده صدا و سیما، هزینه‌های گزافی را بر بودجه کشور تحمیل می‌کند.

نکته جالب دیگری که بسیار اهمیت دارد مربوط به آینده رسانه‌های مکتوب است. در حال حاضر وضعیت آینده آنها نقل محافل ارتباطی است، چرا که گفته می‌شود با پیشرفت ارتباط رایانه‌ای، کار مطبوعات نوشتاری به تعطیلی خواهد کشید. باید گفت: اگر چه ظهور رسانه‌های جدید مختلف بر رسانه‌های مکتوب اثر گذاشته، اما هرگز به حیات آنها آسیبی نرسانده است. و حتی این امر، یعنی ظهور فن‌آوری جدید ارتباطی، آینده رسانه‌های مکتوب را درخشاتر می‌نمایاند. «سروان شرایبر» محقق و نظریه‌پرداز بزرگ ارتباطات، در کتاب «نیروی پیام» خود می‌نویسد «روی هم رفته در کشورهای صنعتی شده، کمتر سرمایه‌گذار عاقلی به فکر تأسیس روزنامه جدیدی می‌افتد، زیرا حال چنان است که گویی دیگر جایی برای تأمین روزنامه جدیدی باقی نمانده است مگر برای روزنامه‌های کوچک محلی.»

دلیل این امر در یکی از ارزشهای مهم خبری، یعنی بُعد مجاورت رویدادها نهفته است و به نظر می‌رسد به رغم ظهور فن‌آوری جدید ارتباطی، روزنامه‌های محلی جایگاه مناسبی بیابند، همچنان که در اغلب کشورهای پیشرفته جهان، مطبوعات محلی در دهه اخیر نسبت به روزنامه‌های سراسری چاپ شده در پایتختها از پیشرفت و گسترش خاصی برخوردار شده‌اند و به همین دلیل و انگیزه

است که تأکید می‌شود نشریات محلی ایران باید از ساختار مناسبی برخوردار شوند، چرا که آینده فعال، درخشان و پرباری را در پیش روی خواهند داشت. اما سؤال اینجاست که آیا مطبوعات محلی ایران با امکانات و تواناییهای کنونی و بضاعت اندک، توانایی آن را خواهند داشت که در آینده نزدیک یگانه‌تاز عرصه رقابتهای مطبوعاتی و وسایل ارتباط جمعی باشند؟

با توجه به اینکه از انتشار نخستین نشریه محلی فارسی زبان حدود ۱۵۰ سال می‌گذرد، باید این‌گونه مطبوعات جایگاه خاص خود را در میان مطبوعات یافته باشند، اما متأسفانه چنین نیست. مروری گذرا بر پیشینه مطبوعات محلی ایران مبین آن است که این مطبوعات پس از طی دوران شکوفایی و ترقی خود، هم‌اکنون با رکودی اسفبار مواجه هستند. در گذشته نه‌چندان دور، مطبوعات، چاپخانه‌های اختصاصی داشته‌اند و با نوشته‌های خود بر سیاست‌گذاری شهر تأثیر می‌گذاشته‌اند. در آن زمان مطبوعات محلی به‌عنوان مهمترین و معتبرترین منبع اطلاع‌رسانی شناخته می‌شده‌اند و روزنامه‌نگاران شاغل در مطبوعات، همگی دارای تحصیلات عالی بوده و از سرآمدان و اندیشمندان شهر و دیار خود بوده‌اند. به‌عنوان مثال در شهری چون اصفهان با سابقه دیرین فرهنگی و هنری خاصی که به موجب آن پایتخت فرهنگی و هنری ایران نامیده شده است علاوه بر آنکه مطبوعات محلی متعددی وجود داشته، نشریات سراسری معروفی نیز چاپ و منتشر می‌شده است.

اما در حال حاضر شاهد هستیم که یگانه روزنامه محلی این شهر هنوز نوبا است و از انتشار نخستین شماره آن فقط حدود دو سال می‌گذرد و سایر مطبوعات موجود در این شهر نیز اعم از هفته‌نامه‌ها و... که تعداد محدودی هستند، فاصله بسیاری با معیارهای جهانی و حتی سطح معمول مطبوعات کشور دارند و بالطبع از مخاطبان خود نیز فاصله گرفته‌اند.

در حال حاضر بسیاری از گردانندگان نشریات محلی از رعایت مسائل تخصصی ارتباطات و روزنامه‌نگاری غافل‌اند. از رسالت واقعی یک نشریه محلی بی‌خبر و از شیوه‌های جلب و جذب مخاطبان بی‌اطلاع یا بی‌توجه هستند. اکثر این نشریات مرز میان خود و نشریات سراسری را خلط کرده و از اخبار دست‌چندم رسانه‌های نوشتاری و صدا و سیما استفاده می‌کنند. این نشریات از نیروهای متخصص و متبحر نیز بی‌بهره‌اند. اخبار توسعه جایگاهی در این نشریات ندارد و اگر بدان پرداخته می‌شود نگاهی کارشناسانه در آنها وجود ندارد. این نشریات معمولاً به ارتباط یک‌سویه با مخاطبان می‌پردازند و جایی برای انعکاس مسائل مردم اختصاص نداده‌اند. گاه به نظر می‌رسد دست‌اندرکاران این نشریات بیشتر به‌عنوان وسیله‌ای چون نردبان ترقی برای دستیابی به خواسته‌های خود بدان می‌نگرند تا اینکه بدانند مردم چه می‌خواهند و یک نشریه محلی چگونه باید عمل کند. با این اوصاف بدیهی است که مردم ترجیح می‌دهند از نشریات سراسری استفاده کنند، چرا که نشریات محلی از توجه به نقشی که آنها را از رقابت با نشریات سراسری معاف می‌کند غافل مانده‌اند. ویژگی ممتاز و منحصر به فرد نشریات محلی توجه ویژه به اخبار و مطالب بومی و محلی منطقه است. مسأله‌ای که نشریات سراسری با تمام تلاشی که برای توجه به آن معطوف می‌کنند در پرداختن به این موضوع از نشریات محلی عقب می‌مانند.

نشریات محلی می‌توانند با توجه ویژه به مسائل محلی به وظیفه اصلی خود عمل کنند، ولی در حال حاضر بسیاری از این نشریات، نه فقط این‌گونه نیستند بلکه به نیازهای مخاطبان خود نیز وقعی نمی‌گذارند، از اصول اولیه روزنامه‌نگاری پیروی نمی‌کنند و از شیوه‌های ارتقای کیفیت نیز بهره نمی‌گیرند. از این رو میزان مطالعه مطبوعات محلی در میان شهروندان اصفهانی کم است. و به راستی این مسأله برای شهری چون اصفهان که دارای

پیشینه فرهنگی و اجتماعی بسیار درخشان و افتخارآفرینی بوده قابل تأمل و مایه تأسف است.

مشاهده چنین واقعیت تلخی، انگیزه انجام تحقیقاتی تحت عنوان «میزان بهره‌مندی شهروندان اصفهانی از مطبوعات محلی» را برای نگارنده ایجاد کرد تا مشخص شود عوامل رکود مطبوعات محلی اصفهان کدام‌اند؟ علل کاستی‌ها از ناحیه مخاطبان است یا از ناحیه گردانندگان مطبوعات یا به مسائل و مقولات دیگری مربوط می‌شود؟

در این پژوهش سعی شده میزان استقبال مردم از یک نشریه و عوامل متعددی که به آن بستگی دارد مورد بررسی قرار گیرند. این عوامل متعدد عبارت است از: نحوه ارائه مطالب، کیفیت چاپ، سهل‌الوصول بودن آن، توجه به نیازهای مخاطبان، جذابیت ظاهری و محتوایی و... که توقعات مردم از مطبوعات را شکل می‌دهند.

این تحقیق درصدد است تا با پرسشهایی که مطرح می‌کند به فرضیات زیر پاسخ دهد:

- (۱) میزان استفاده شهروندان اصفهانی از مطبوعات محلی نسبت به مطالعه مطبوعات سراسری کم است.
- (۲) بین سطح تحصیلات، سن، جنس، میزان درآمد و شغل، با میزان مطالعه مطبوعات سراسری رابطه وجود دارد.
- (۳) بین سطح تحصیلات، سن، و جنس خوانندگان با اولویت مطالعه مطبوعات محلی رابطه وجود دارد.
- (۴) بین میزان مقبولیت نشریه از نظر شهروندان زن و مرد تفاوت وجود دارد.
- (۵) بین کیفیت نشریه و میزان استقبال مخاطبان رابطه وجود دارد.
- (۶) بین میزان تحصیلات، سن، جنس و آشنایی با نشریات محلی رابطه وجود دارد.
- (۷) درصد بیشتری از استفاده‌کنندگان مطبوعات محلی کسانی هستند که به‌طور ثابت خواننده نشریه نیستند بلکه به‌طور اتفاقی و تصادفی آن را مطالعه می‌کنند.
- (۸) بین میزان اوقات فراغت و میزان مطالعه مطبوعات محلی رابطه وجود دارد.

میانگین مطالعه مطبوعات محلی در بین شهروندان اصفهانی که خریدار مطبوعات محلی بوده‌اند، ۶۰ دقیقه در هفته است، در صورتی که میزان مطالعه مطبوعات سراسری در هفته، به طور متوسط ۴۷۵/۷۲ دقیقه می‌باشد. این اختلاف فاحش، مدیران مسؤل نشریات محلی اصفهان را به تأمل در برنامه‌ریزی‌ها و سیاستگذاری‌ها وامی‌دارد.

۵- در مورد فرضیه پنجم، رتبه‌بندی میزان مقبولیت نشریات از نظر زن و مرد یکسان بوده است.
۶- یکی دیگر از نتایج حاصل از پژوهش، رابطه مثبت بین دو متغیر کیفیت نشریه و میزان مطالعه شهروندان است، به عبارت دیگر با بهبود کیفیت نشریه، مطالعه نیز افزایش می‌یابد.
۷- بین میزان تحصیلات و تعداد نشریاتی که شهروندان می‌شناسند ارتباطی وجود ندارد، جالب است که هیچ یک از پاسخگویان توانستند به طور کامل همه نشریات محلی را نام ببرند و بیشترین فراوانی مربوط به ۳۴٪ از پاسخگویان است که در پاسخ به این سؤال فقط دو نشریه محلی را نام برده‌اند.
۸- در صد بیشتری از شهروندان اصفهانی، مطبوعات محلی را به صورت تصادفی و نه به طور منظم مطالعه می‌کنند.
۹- نتایج آزمونهای به عمل آمده نشان می‌دهد مطالعه مطبوعات در نحوه گذران اوقات فراغت پاسخگویان، در مرتبه دوم بعد از تماشای تلویزیون و گوش دادن به رادیو قرار گرفته است.

فهرست منابع و مآخذ

آلبر، پیر. مطبوعات ترجمه فضل‌الله جلوه، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، چاپ اول ۱۳۶۸.
باقریان‌نژاد اصفهانی، زهرا. روزنامه و روزنامه‌نگاری در ایران، انتشارات مولانا، چاپ اول ۱۳۷۱.
صدر هاشمی، محمد. تاریخ جراید و مجلات تهران، انتشارات کمال، چاپ اول ۱۳۲۷، چاپ دوم، ۱۳۶۳.
معمد نژاد، کاظم. وسایل ارتباط جمعی، جلد یکم، انتشارات دانشکده علوم ارتباطات، چاپ اول ۱۳۵۵.
مولانا، حمید. سیر ارتباطات اجتماعی در ایران، انتشارات دانشکده علوم ارتباطات، ۱۳۵۸.

پس از انجام مراحل مقدماتی از جمله نمونه‌گیری، توزیع پرسشنامه، استخراج داده‌ها، کدبندی، استخراج کامپیوتری، جدول‌بندی و آزمونهای مختلف آماری، نتایج جالبی به دست آمد که گزیده و خلاصه آن در پی می‌آید:

۱- میانگین مطالعه مطبوعات محلی در بین شهروندان اصفهانی که خریدار مطبوعات محلی بوده‌اند، ۶۰ دقیقه در هفته است، در صورتی که میزان مطالعه مطبوعات سراسری در میان شهروندان اصفهانی در هفته، به طور متوسط ۴۷۵/۷۲ دقیقه می‌باشد. این اختلاف فاحش، مدیران مسؤل نشریات محلی اصفهان را به تأمل در برنامه‌ریزی‌ها و سیاستگذاری‌ها وامی‌دارد.

۲- نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره نشان می‌دهد که بین سطح تحصیلات، سن، جنس، شغل با میزان مطالعه مطبوعات محلی رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

۳- اما نتایج رگرسیون چند متغیره در خصوص میزان مطالعه مطبوعات سراسری نشان داده است که از بین متغیرهای مورد مطالعه، «درآمد» و «شغل» رابطه معناداری با میزان مطالعه مطبوعات سراسری دارد. بیشترین میزان تأثیر مربوط به درآمد و کمترین تأثیر مربوط به شغل است.

وضعیت مشاهده شده در خصوص مقایسه سن شهروندان با میزان مطالعه مطبوعات سراسری نیز حاکی از تفاوت بین ساعات مطالعه در سنین مختلف می‌باشد. آزمون توکسی این تفاوت را بین پاسخگویان گروه ۴۶ سال به بالا با پاسخگویان گروه سنی ۱۵-۲۰ و ۲۱-۲۵ و ۲۶-۳۰ سال را نشان می‌دهد. در آزمونهای به عمل آمده رابطه معناداری بین سطح تحصیلات، سن و جنس شهروندان با اولویت مطالعه مطالب مختلف مشاهده نگردیده است.