

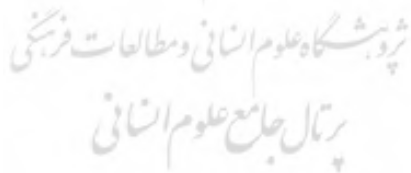
تأملی در مطبوعات محلی

داریوش شعبان^۱

چکیده

شناخت واقعیت های دنیای پیرامون افراد تا حدود زیادی مبتنی بر تصویری است که رسانه ها به ویژه مطبوعات ترسیم می کنند. در این میان، نقش مطبوعات محلی به عنوان تصویرساز و تصویرپرداز وقایع و رویدادهای محلی بسیار با اهمیت است و این نشریات با مجموعه ویژگی ها و کارکردهای ذاتی که دارند اگر در بستری مناسب و درست هدایت شوند، می توانند در ابعاد مختلف حیات اجتماعی جامعه خود به نقش آفرینی بپردازند، بنابر این توسعه کمی و کیفی مطبوعات محلی برای پیشبرد اهداف توسعه ای در ابعاد مختلف منطقه ای و ملی ضرورت دارد و لازمه آن شناخت ویژگی ها و کارکرد ها، مسائل و مشکلات فراروی این نشریات است. در این نوشتار به منظور آشنایی با مقوله مطبوعات محلی به تعریف مطبوعات محلی، تاریخچه، ویژگی ها و کارکردها، مشکلات و چالش ها و نقش مطبوعات محلی در توسعه پرداخته می شود.

کلید واژه: مطبوعات محلی، روزنامه نگاری، رسانه، توسعه



۱. کارشناس ارشد علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی Dariush.shaban1395@yahoo.com

وجود رسانه های مختلف و فراگیر عصر را به "عصر ارتباطات" تبدیل کرده است و رسانه ها، چارچوب ها را برای تحلیل مسایل مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی فراهم می سازند و به افکار عمومی شکل و جهت می دهند. علی رغم پیشرفت و توسعه رسانه های الکترونیک، مطبوعات هنوز جایگاهشان را حفظ کرده اند. مطبوعات با نفوذترین وسیله برای انتقال اخبار، نظرات و عقاید به شمار می روند، مطبوعات چارچوبی را می سازند که در آن افکار و عقاید گوناگون جامعه با هم تلاقی می یابند و از برخورد آن ها اندیشه های تازه خلق می شود، راه حل های نو برای حل مسائل پدید می آید و فضای فکری جامعه را به حرکت آفرینندگی و مشارکت می کشاند. در این میان نشریات محلی که از مهم ترین رسانه های نوشتاری محسوب می شوند جایگاه ویژه ای دارند، به گونه ای که بسیاری از محققان علوم ارتباطات بر این باورند که قدرت اثر بخشی رسانه های محلی بیشتر از رسانه های همجنس خود است و نشریات محلی به دلیل کارکردهای ویژه خود در حوزه مسایل بومی عمده ترین نقش را در شکل گیری رفتارهای اجتماعی در پایه ای ترین سطح خود دارا می باشند. نشریات محلی در صورت دارا بودن امکانات مالی و فنی و نیروی انسانی متخصص و بهره گیری از اصول علمی روزنامه نگاری می توانند تأثیر مثبتی بر توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی داشته باشند. این نشریات با ایجاد ارتباط بین شهروندان و مسئولان محلی، خواست ها، نیازها و انتظارات شهروندان را به مسئولان و تصمیم گیری و برنامه ریزی و عملکرد مسئولان را به شهروندان می رسانند. وجود مطبوعات محلی در کشورهای در حال توسعه ضرورت دارد به طوری که می توانند بسترهای فرهنگی اجرای طرح های توسعه را فراهم سازند و مشارکت مردمی را برای به اجرا درآوردن سیاست های مسئولان جلب کنند، بنابر این توسعه کمی و کیفی مطبوعات محلی برای پیشبرد اهداف توسعه ای در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی منطقه ای و ملی ضرورت دارد و لازمه آن شناخت ویژگی ها و کارکرد ها، مسائل و مشکلات فراروی این نشریات است. علی رغم این که در این سال ها تعداد دانش آموختگان تحصیلات تکمیلی در رشته های علوم ارتباطات و روزنامه نگاری افزایش یافته است و بسیاری از این عزیزان نیز در استان های مختلف فعالیت می نمایند، متأسفانه تحقیق و پژوهش پیرامون مطبوعات محلی مورد کم لطفی قرار گرفته است به گونه ای که در بازار کتاب کشور اثری در خور و مستقل پیرامون مطبوعات محلی یافت نمی شود. در این نوشتار به منظور آشنایی با مقوله مطبوعات محلی به تعریف مطبوعات محلی، تاریخچه، ویژگی ها و کارکردها، مشکلات و چالش ها و نقش مطبوعات محلی در توسعه پرداخته می شود.

تعریف مطبوعات محلی

پیر آلبر مطبوعات محلی را این چنین تعریف کرده است: مطبوعات دوره ای محلی که به صورت هفتگی، دو هفتگی و گاه ماهانه انتشار می یابد و در واقع مکمل یومیه های محلی است. در این مورد می توان از نشریاتی به نام روزنامه محله نیز نام برد که تعدادشان در شهرهای بزرگ روزافزان است و معمولاً به طور هفتگی انتشار می یابد و اغلب نیز به رایگان توزیع می شود (آلبر، ۱۳۶۸، ص ۲۴).

روزنامه منطقه ای یا محلی به نشریاتی اطلاق می شود که قلمرو نشر آن از حدود یک شهر یا شهرستان و حداکثر استان تجاوز نمی کند و می کوشد نیاز مردم را به اطلاع از اخبار شهر و منطقه زیست خود برآورده سازد (آلبر، ۱۳۶۸، ص ۲۲).

نشریه محلی را می توان عبارت از یک واحد یا سازمان مستقل مطبوعاتی که بیشتر وظیفه پرداختن به اخبار، خواست ها و نیازهای محلی، بومی و منطقه ای خود را دارد، تعریف کرد. هرچند ممکن است گاهی با فراهم شدن مجموعه ای از شرایط، برای یک نشریه محلی مقبولیتی فراتر از حوزه جغرافیایی اش ایجاد شود (معمدنزاد، ۱۳۵۶، ص ۱۴۱).

دکتر یونس شکرخواه برای واژه لاتین لوکال پرس که معادل مطبوعات محلی است، این تعریف را ارائه داده است: «مطبوعاتی که در سرا سر کشور پخش و توزیع نمی شود و مخصوص منطقه ای خاص است و رویدادهای همان منطقه را پوشش می دهد» (شکرخواه، ۱۳۸۲، ص ۱۲۴).

نشریه محلی نشریه ای است که در سطح یک شهر، بخش، شهرستان و یا حداکثر در شهرهای تابعه یک استان توزیع می شود و نقش اطلاع رسانی درون استانی آن از اطلاع رسانی در مورد مسایل ملی و بین المللی بیشتر است (مطبوعات در یک نگاه، ۱۳۸۷، ص ۲۵).

مطبوعات محلی را نشریه ای با گستره جغرافیایی استانی یا منطقه ای که در صدد تهیه و ارائه اخبار محلی، بیان خواسته ها، نظرات و نیازهای بومی و منطقه ای، آگاه سازی و اطلاع رسانی، بسیج سازی و همگن سازی، ایجاد تعلق و همبستگی اجتماعی، بستر سازی برای توسعه، آموزش و انتقال میراث فرهنگی است، می خوانند (حیدری، ۱۳۸۷، ص ۶۵).

تاریخچه مطبوعات محلی ایران

نخستین روزنامه فارسی در ایران کاغذ اخبار نام داشت که با انتشار اعلام نامه در رمضان ۱۲۵۲ ه. ق هم زمان با سومین سال سلطنت محمدشاه قاجار به مدیریت و سردبیری میرزا صالح شیرازی در تهران منتشر شد. پس از گذشت سه ماه از انتشار این اعلام نامه یا طلیعه، نخستین شماره از روزنامه میرزا

صالح به نام کاغذ اخبار در تاریخ دوشنبه ۲۵ محرم الحرام ۱۲۵۳ هـ ق منتشر می شود (رسول اف، ۱۳۸۹، ص ۲۷). کاغذ اخبار زمانی در ایران منتشر شد که از انتشار اولین روزنامه در لندن ۲۱۵ سال گذشته بود (محسنیان راد، ۱۳۸۲، ص ۴۹۸).

اول نوامبر ۱۸۴۹ میلادی برابر با ۱۵ ذی حجه ۱۲۶۵ قمری، میسیونرهای آمریکایی دومین روزنامه را به زبان آسوری در ارومیه به چاپ رساندند که اولین روزنامه چاپ سربی ایران محسوب می شد (محسنیان راد، ۱۳۸۴، ص ۹۰۴). این روزنامه را به عنوان نخستین رسانه بیگانه در ایران می دانند (محسنیان راد، ۱۳۸۴، ص ۳۰۹).

سومین روزنامه فارسی چاپ ایران و نخستین روزنامه ای که به زبان فارسی بیرون از پایتخت انتشار یافته است، روزنامه آذربایجان می باشد. این روزنامه در سال های ۱۲۷۸-۱۲۷۵ هـ ق در دوره حکمرانی بهرام میرزا معزالدوله در تبریز منتشر شده است. نخستین شماره این روزنامه دولتی، هشت سال پس از آغاز انتشار روزنامه وقایع اتفاقیه در فاصله ۱۳ رجب و ۱۵ شوال ۱۲۷۵ منتشر شده و تا نیمه های شوال ۱۲۷۸ انتشارش ادامه داشته است (رسول اف، ۱۳۸۹، ص ۵۸۳). بیشتر مورخان این نشریه را به عنوان نخستین نشریه محلی ایران می دانند.

اما در پیشگفتار کتاب رایینو درباره مطبوعات ایران، جعفر خمami زاده، از روزنامه فارس که اولین شماره آن در تاریخ ۲۰ جمادی الثانی ۱۲۸۹ هـ ق انتشار یافت، به عنوان اولین روزنامه شهرستانی نام برده است (خمami زاده، ۱۳۷۲، ص ۲۰).

پس از این دو نشریه، میرزا تقی خان کاشانی در اصفهان روزنامه فرهنگ را منتشر کرد که در آن اخبار اصفهان، یزد، بروجرد، خوانسار و گلپایگان منتشر می شد. با شروع جنبش مشروطیت و افزایش مطبوعات فارس زبان مطبوعات محلی مانند مطبوعات ملی به ارزش هایی چون وطن پرستی، عدالت، ترقی، تمدن و... می پرداختند. رشد چشمگیر مطبوعات با به توپ بستن مجلس توسط محمدعلی شاه قاجار متوقف شد.

در دوره رضا شاه پهلوی سازمان پرورش افکار در سال ۱۳۱۶ تأسیس شد و در پی آن تدوین سیاست های مطبوعاتی و انتشاراتی در اختیار کمیسیون مطبوعات وابسته به اداره کل انتشارات و تبلیغات قرار گرفت. یکی از وظایف اصلی کمیسیون، ایجاد نشریه ای قوی، مصور و تبلیغی به عنوان ارگان رسمی سازمان پرورش افکار در هر استان بود. این سیاست با ادغام تمامی روزنامه ها و نشریات محلی در استان باعث ایجاد روزنامه انحصاری وابسته به دولت در هر استان شد (آشنا، ۱۳۷۱، ص ۵۲).

در پایان سال ۱۳۱۹، این سازمان در هشت مرکز استان صاحب روزنامه انحصاری بود که از تسهیلات مالی مستقیم دولت استفاده می کرد. با اخراج و تبعید رضاه شاه از کشور دوره جدیدی از حیات مطبوعات محلی کشور آغاز شد. از شهریور سال ۱۳۲۰ تا سال ۱۳۳۲ به علت فضای باز سیاسی روزنامه های محلی بسیاری در کشور متولد شدند و تعدادشان به ۹۰ نشریه می رسید. اما پس از سقوط دولت مصدق مطبوعات محلی مانند مطبوعات سراسری توفیق یا تعطیل می شدند. در دهه ۴۰ در شهرستان های در ایران ۷۲ نشریه در زمینه های مختلف چاپ می شدند (برزین، ۱۳۵۴، ص ۱۴).

مطبوعات محلی در دهه ۵۰ تا پیروزی انقلاب اسلامی از روند ثابتی برخوردار بود. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۵۸ تعداد نشریات محلی به عدد ۱۲۲ رسید. اما در دهه ۶۰ دوران رکود مطبوعات محلی محسوب می شود که این به دلیل وقوع جنگ تحمیلی، مشکلات و نابسامانی های بسیار در عرصه های گوناگون کشورمان بود به طوری که در سال ۱۳۶۰ به ۳۴ و در سال ۱۳۶۷ به ۹ رسید (محمدی، ۱۳۷۶، ص ۲۷).

دهه ۷۰ دوران نسبتاً خوبی برای مطبوعات محلی کشورمان بود. در اوایل این دهه ۲۰ درصد و در سال ۱۳۷۵، حدود ۲۶ درصد نشریات کشور را مطبوعات محلی به خود اختصاص داده بودند. در این دوره استان تهران با ۷۳ نشریه، خراسان با ۱۳ نشریه و خوزستان با ۱۲ نشریه رتبه اول تا سوم مطبوعات محلی کشور را دارا بودند. مطبوعات محلی تا سال ۱۳۷۶ نیز روند رو به رشد خود را حفظ کردند. در سال ۷۶ تعداد ۳۸ نشریه با گستره استانی مجوز دریافت کردند. تا پایان اردیبهشت ۱۳۸۰ تعداد نشریات استانی دارای مجوز ۴۵۵ عنوان بوده است که ۱۹۵ عنوان قبل از سال ۱۳۷۶ و ۲۶۰ عنوان پس از سال ۱۳۷۶ صادر شده است. تا پایان سال ۱۳۸۰ تعداد ۴۸۸ روزنامه محلی منتشر می شده است. تا پایان سال ۱۳۸۲، ۵۹۱ نشریه با گستره محلی چاپ می شدند. در سال ۱۳۸۴، ۵۸۱، در سال ۱۳۸۵، ۶۲۶ و در سال ۱۳۸۶، ۶۹۰ نشریه با گستره توزیع محلی در کشور منتشر می شدند (مطبوعات در یک نگاه، ۱۳۸۷، ص ۲۸).

ویژگی ها و کارکرد های مطبوعات محلی

رشد سریع و شتابان ساختار ارتباطی چند دهه اخیر و پیشرفت حیرت انگیز تکنولوژی، وضعی را به وجود آورده است که بنا به اعتقاد بسیاری از عالمان عصر حاضر، جهان در دوره جدیدی قرار گرفته که آن را عصر ارتباطات نامیده اند. در حال حاضر، رسانه های جمعی جز لاینفک زندگی اجتماعی انسان به شمار می آیند. به طوری که شناخت واقعیت های دنیای پیرامون افراد تا حدود زیادی مبتنی بر تصویری است که رسانه ها به ویژه مطبوعات ترسیم می کنند. در این میان، نقش مطبوعات محلی به عنوان تصویرساز و تصویرپرداز وقایع و رویدادهای محلی بسیار با اهمیت است. از آن جا که

مطبوعات سراسری امکان و توانایی کمتری برای پرداختن به رویدادهای مناطق مختلف کشور را دارند، خوانندگان جهت تغذیه خبری و اطلاعاتی به رسانه سمعی و بصری (رادیو و تلویزیون) روی می آورند که روشن است میدان خبر در آن ها به اندازه میدان خبر در مطبوعات نیست. از این رو مطبوعات محلی نقش و رسالت خطیری در انعکاس واقعیت ها و تحولات منطقه تحت گستره خود دارد. خطیر بودن رسالت مطبوعات محلی از آن جا ریشه می گیرد که علاوه بر کارکردهایی که رسانه های دیگر حتی مطبوعات دارند، بنا بر محلی بودن دارای کارکردهای خاصی است.

هارولد لاسول که از پیشگامان بحث کارکردهای رسانه است. عمده ترین کارکردهای رسانه را « نظارت بر محیط، ارتباط بین بخش های مختلف جامعه به یکدیگر و انتقال میراث فرهنگی» می داند. وی همچنین معتقد است که این سه کارکرد موضوعاتی را شامل می شوند: «۱- عنصر اطلاعات، ارایه مطالب و تفسیر به منظور درک قطعات پراکنده اطلاعات و ارتباط دادن آن ها به یکدیگر ۲- ایجاد همبستگی بین شهروندان و تشکیل وفاق اجتماعی ۳- بیان ارزش ها و نمادهای فرهنگی که عنصر اساسی برای تداوم و هویت جامعه است». چارلز رایت نیز در سال ۱۹۶۰ کارکرد « سرگرمی» را مطرح کرد وی معتقد است که این کارکرد بیشتر برای کشورهای جهان سوم دارای اعتبار است. از نظر وی از رسانه انتظار می رود که حامی منافع و پیشتاز برخی از ارزش های کلیدی و الگوهای رفتاری در جامعه باشد (مهرداد، ۱۳۸۰، ص ۷۷).

مطبوعات محلی به عنوان رسانه جمعی علاوه بر همه این کارکردها داری کارکرد محلی گرایبی است که وظیفه آن را خطیرتر می سازد.

این کارکرد ویژگی هایی را برای این رسانه به وجود آورده است که برخی از آن ها عبارتند از:

الف) مطبوعات محلی هدفمند و مخاطب گرا هستند. علایق و خواسته های مخاطب محلی کانون توجه مطالب محلی است. مخاطبان چنانچه بدانند مطالب و اخبار مربوط به آنان است، آن را هدفمند مطالعه می کنند. اساس فعالیت مطبوعات محلی گرایش به سوی مخاطب است.

ب) مطبوعات محلی خدمت گرا است. در مطبوعات محلی مطالب مربوط به رفاه، آسایش و توسعه بومی بیشتر به چشم می خورد.

پ) مشارکت مخاطبان در مطبوعات محلی بیشتر است. از آنجا که خوانندگان خود بخش مهمی از کل فرایند محسوب می شوند از مشارکت بیشتری برخوردارند. مشارکت، نوعی احساس تعلق، هدفمندی، اهمیت داشتن و موفقیت برای مردم ایجاد می کند. در بسیاری از مسایل محلی، مردم

بهتر از مسؤولان و برنامه ریزان می دانند که چه چیزی برای آنها مفید و مؤثر و چه چیزی بی فایده است.

ت) احساس ارزیابی مطبوعات محلی، عملکرد آنان در عرصه محلی است. آن دسته از مطبوعات محلی موفق ترند که عملکرد محلی آن ها بیشتر باشد. در این راستا مطبوعات محلی می توانند دارای عملکردهایی چون ارائه اخبار و مطالب محلی، تهیه گزارش از رویدادهای واقع در گستره جغرافیایی تحت پوشش نشریه، ارائه میزگرد تخصصی مشکلات و مسایل شهروندان محلی، بیان خواسته های آنان، آموزش و معرفی سنت ها، فرهنگ ها و شخصیت های بزرگ و بازتاب شیوه های زندگی مردم باشند.

با توجه به ارزش «مجاورت» یکی از ویژگی های مطبوعات محلی است. اگر رجوعی به بحث ارزش های خبری در روزنامه نگاری داشته باشیم، مجاورت یا نزدیکی یکی از مهم ترین ارزش های خبری انعکاس رویداد هاست. یعنی رویدادی می تواند ارزش خبری داشته باشد که در کنار ویژگی هایی چون «دربریگری» و «شهرت»، نزدیکی لازم را از نظر ذهنی و مادی با خواننده داشته باشد. (بدیعی و قندی، ۱۳۷۸، ص ۲۵).

ج) ایجاد افکار عمومی محلی، باید توجه داشت که مطبوعات محلی با درج خبر، گزارش، مصاحبه و تحلیل و بررسی رویدادهای اجتماعی نقش ارزنده در ساختن افکار عمومی بر عهده دارند. اگر مطلب در روزنامه سراسری منعکس شود بخشی از افکار عمومی تحت عنوان افکار عمومی ملی نسبت به مسایل ملی شکل می گیرد. اما در حیطه محلی یا منطقه ای مسایلی وجود دارد که جنبه محلی گرایی آن دارای اعتبار است، از این رو یکی از ویژگی های مطبوعات محلی، ایجاد افکار عمومی محلی است.

در مجموع می توان گفت که مطبوعات محلی جزئی از نظام مطبوعاتی و ارتباطی کشور است که به عنوان نقش مکمل مطبوعات سراسری نقش آفرینی می کند. اختلاف بین دو نوع روزنامه ملی و محلی از نوع اختلاف مکمل است. هدف اولی، تنوع مندرجات و چاپ خبرهای مهم و دست اول داخل و خارج از کشور است و دومی می کوشد تا پاسخگوی نیاز مردم به اطلاع از اخبار شهر و منطقه زیست خود باشد. این نیاز به کسب خبرهای محلی که فقط یک نشریه محلی قادر است پاسخگوی آن باشد، از مواردی است که هنوز از سلطه رادیو و تلویزیون دور مانده و همین امر باعث توجه و دلبستگی مردم به روزنامه محلی است. به خاطر همین توجه و علاقه است که اکنون در کشورهای صنعتی تعداد زیادی روزنامه و نشریه منطقه ای یا محلی انتشار می یابد و حیطه عملکرد کسب اخبار و انتشارشان از منطقه ی محدود خاصی تجاوز نمی کند (سعیدی، ۱۳۷۰، ص ۸۰۷-۸۰۵).

مطبوعات محلی علاوه بر پدیده های ملی باید به پدیده ها و ارزش های فرهنگی قومی، منطقه ای و محلی نیز توجه کنند و نظام مطبوعاتی متناسب با چنین ارزش هایی را شکل دهند. برای گام گذاشتن در راه انتشار مطبوعات محلی روزنامه نگاران ویژه ای لازم هستند که حتی الامکان باید محلی باشند، بر زبان و گویش محلی مسلط باشند، مخاطبان خود را خوب بشناسند، ارزش های فرهنگی آنان را بدانند و در مورد خاستگاه های تاریخی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی منطقه آگاهی کامل داشته باشند تا بتوانند اطلاعات و اخبار را صحیح جمع آوری و تجزیه و تحلیل و انتقال دهند.

مطبوعات محلی و توسعه

مطبوعات محلی و بومی در راستای نقش اطلاع رسانی و آگاهی دهی، می توانند منجر به مشارکت مردم منطقه و ایجاد وحدت بیشتر بین مناطق مختلف گردند به گونه ای که با تکیه بر ویژگی ها و ارزش های بومی و فرهنگی منطقه خود و شناساندن آن به دیگر مناطق، فرصت و امکان پیشرفت و توسعه و مشارکت بیشتر را به دست آورند. از سوی دیگر، کشورهای در حال توسعه به شدت نیازمند جلب مشارکت مردم برای اجرای برنامه های توسعه اجتماعی و اقتصادی خویش هستند و رسانه های محلی به علت ویژگی های خاص می تواند نقش مهمی در پیشبرد طرح های توسعه ایفا نمایند.

این دسته از نشریات، دارای ویژگی های خاصی هستند و تفاوت های عمده ای با رسانه های ملی و به ویژه مطبوعاتی که روزانه منتشر می شوند دارند. مسئله سرعت انتشار در مطبوعات سراسری (روزنامه) و هر روز منتشر شدن، آن ها را روزمره کرده است. بیان دیدگاه افراد در مورد مسایل و رویدادها، روزنامه ها را به نهادی اطلاع رسان و آگاهی ده صرف تبدیل کرده است در حالی که مطبوعات محلی که اغلب به صورت هفته نامه، دو هفته نامه و ماهنامه منتشر می شوند فرصت کافی اندیشیدن در مورد مسایل و وقایع را دارند و می توانند بهتر و مفصل تر و با رویکرد تشریحی و عمقی به موضوع بپردازند و رویدادها را برای مخاطبان بازگو کنند. این در حالی است که خود مطبوعات محلی به علت نزدیکی به رویدادها می توانند از توجه به مسایل ملی و فرا ملی بپرهیزند و مسایل محلی را در صدر کار قرار دهند. از دیگر تفاوت های این دو گروه نشریات این است که، مطبوعات سراسری (روزنامه) از مشکل زمان رنج می برند، این رسانه ها عمر کوتاهی دارند که به ۲۴ ساعت هم نمی رسد و از سوی دیگر مدت زمان لازم برای تولید یک روزنامه از ۵ تا ۸ ساعت است، به همین دلیل امکان بهره گیری از تمام رویدادها را ندارند. محدودیت مکانی، یعنی مشکل توزیع همزمان در همه نقاط یک کشور یا حتی یک شهر بزرگ نیز از جمله مشکلات آن ها محسوب می شود (قندی، ۱۳۷۸، ص ۴۷).

از مطبوعات محلی به دلیل مجاورت معنوی و جغرافیایی رویدادها با مخاطبان، استقبال بیشتری می شود. مطبوعات محلی به عنوان بخش مکمل مطبوعات سراسری هستند به گونه ای که این رسانه ها با توجه با ظرفیت ها و پتانسیل های چون آشنایی با فرهنگ، رسوم و خلیقات، استفاده بهتر و موثرتری از رهبران افکار محلی و گروه های مرجع بومی و آشنا با مسایل و مشکلات و چالش های محلی می توانند نقش اساسی در شفاف سازی، هوشیارسازی، بسیج گری و ترغیب شهروندان محلی داشته باشند(فرقانی و خجیر، ۱۳۷۸، ص ۱۴۳).

نقطه دید محلی، کمک به توسعه محلی، اداره توسط نیروهای محلی و آشنا به ویژگی های آن، فرض هویت محلی افراد در کنار هویت های فردی و هویت ملی (یا حتی جهانی)، عرضه اطلاعات تفصیلی محلی به مردم در کنار اطلاعات بین المللی و ملی که مورد نیاز افراد و نهادهای محلی است، تأکید بر منفعت محلی در عین لحاظ منافع ملی، تأمین هزینه های از منابع محلی، در اختیار گرفتن تولید تو سط گروه های محلی و در صورتی که چنین گروه هایی وجود ندارد، فراهم آوردن تسهیلات برای ایجاد آن ها، ارتباطات دوسویه محکم تر، تقویت نهادهای مدنی محلی، ارائه خدمات محلی و نظارت محلی نیز از جمله خصوصیات این گونه نشریات است(محمدی، ۱۳۷۷، ص ۳۸۶-۳۸۱).

می توان گفت: به دلیل گستره پوشش در سطح یک استان، دغدغه های مطبوعات محلی کمتر از مطبوعات سراسری است و مسئولان این نشریات با افکار و سوژه های کمتری در مقایسه با مطبوعات محلی روبرو هستند و می توانند به بررسی کامل تر و دقیق تر موضوع ها بپردازند، و دسترسی به مطبوعات محلی به دلیل توزیع در سطح یک استان آسان تر است و چون بیشتر مطبوعات محلی، غیر دولتی هستند در نتیجه بیان چالش های محلی و نیازها و خواسته های مردم در آن ها، نقش ارتباطی این نشریات بین مسئولان محلی و شهروندان محلی را بیشتر به منصف ظهور خواهد نشانند.

مشکلات و چالش های فراروی مطبوعات محلی

مطبوعات محلی با مجموعه ویژگی ها و کارکردهای ذاتی که دارند اگر در بستری مناسب و درست هدایت شوند، می توانند در ابعاد مختلف حیات اجتماعی جامعه خود به نقش آفرینی بپردازند، اما مشکلات و موانعی فراروی مطبوعات محلی در کشور ما وجود دارد که آن ها را از کارکرد اصلی خود دور می سازد و در نتیجه جایگاه این مطبوعات را در بین شهروندان و مسئولان بومی متزلزل می سازد و به نشریاتی دوره ای خنثی تبدیل می نماید، نکته قابل توجه این که اگرچه پاره ای از این مشکلات گریبانگیر مطبوعات سراسری نیز می باشد اما کفه ترازو مشکلات مطبوعات محلی سنگین تر است، در زیر به برخی از این مشکلات و چالش ها اشاره می شود:

- مشکلات مالی و ناتوانی اقتصادی و فقدان مقوله اقتصاد رسانه، که منشأ دیگر مشکلات و ضعف‌ها است.

- کمبود نیروی انسانی متخصص که منجر به ضعف در تولید محتوا، استفاده از مطالب غیر تولیدی اخذ شده از منابع خبرگزاری‌ها و مطبوعات سراسری و دیگر بانک‌های اطلاعاتی، رویداد مدار بودن و توجه به شخصیت‌ها و چهره‌ها به جای توجه به ارزش‌های واقعی خبر، ارایه اخبار کهنه شده بولتنی‌ادرات، عدم طرح و پرداخت واقع‌بینانه مسایل و موضوعات حوزه جغرافیای تحت پوشش، گرایش به سمت آگهی‌های دولتی و تبدیل شدن به آگهی‌نامه، بی‌نظمی در ترتیب انتشار، چاپ نامطلوب و صفحه‌آرایی غیر استاندارد.

- وابستگی به حمایت‌های مالی و معنوی ادارات دولتی که آزادی عمل را از مطبوعات محلی می‌گیرد.

- آستانه پایین انتقادپذیری مسئولان محلی و وجود هسته‌های متعدد قدرت با جریان‌های متفاوت که منجر به تحت فشار گذاشتن مطبوعات محلی می‌شود.

- ناآشنایی با حقوق مطبوعات که به خودسانسوری یا عبور از خط قرمزها منجر می‌شود.

- رقابت کاذب بین مطبوعات محلی و با نمایندگی‌های مطبوعات سراسری.

- فقدان امکانات فنی، چاپ، چاپخانه و لیتوگرافی.

- فقدان سیستم مناسب توزیع.

- یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی مطبوعات چاپی به‌طور دایم و به تبع آن مطبوعات محلی ظهور شبکه‌های مجازی آن‌لاین و انواع پیام‌رسان و خبر‌رسان‌های الکترونیک است.

مطبوعات چاپی با پیشینه‌ای حدود چهار قرن، در زمان معاصر همچنان جز وسایل ارتباط جمعی به‌شمار می‌آیند اما طی سالیان گذشته به دلیل پیشرفت ارتباطات و پدید آمدن وسایل ارتباطی روزنامه‌نگاری بارها به‌طور جدی به چالش فراخوانده شده‌اند (ودودی، ۱۳۸۴: ۱۹۷). مایک گادوین معتقد است: انقلاب دیجیتال امروزه به همراه گسترش امکانات و کارایی‌های اینترنت و طرح ایده روزنامه‌نگاری ارزان‌قیمت ظرفیت جدیدی برای روزنامه‌نگاری خلق کرده است به طوری که هرکس با استفاده از یک رایانه و یک خط تماس با اینترنت می‌تواند به یک یا هزارن یا میلیون‌ها مخاطبی که تا دیروز فقط غول‌های رسانه‌ای بزرگ به آن دسترسی داشتند دست یابد (گاردوین، ۱۳۷۸: ۸۶) از این رو پیش‌بینی می‌شود با گسترش روزنامه‌نگاری الکترونیک، انتشار مطبوعات چاپی تا چند سال آینده

به طور چشمگیری کاهش یابد. روزنامه نگاری الکترونیک به معنی انتشار اطلاعات در دوره های زمانی مشخص در قالب صفحات وب بر روی شبکه های اطلاع رسانی یا روی اینترنت است (پیشنمازی، ۱۳۹۲: ۵۷).

علل استفاده از رسانه های سایبر و رونامه نگاری الکترونیک :

۱- آزادی از زمان و مکان

۲- امکان دسترسی به ادبیات جهانی واژه ها

۳- امکان استفاده از گرافیک متحرک، موسیقی، صدا و تصویر

۴- امکان ارتباط بی واسطه

۵- امکان کنش و واکنش دو سویه

۶- امکان شخصی شدن

۷- رفتارهای افقی و بدون سلسله مراتب (شکرخواه، ۱۳۸۲: ۲۸)

نتیجه گیری

از آن جا که مطبوعات سراسری امکان و توانایی کمتری برای پرداختن به رویدادهای مناطق مختلف کشور را دارند، خوانندگان جهت تغذیه خبری و اطلاعاتی به رسانه محلی روی می آورند که از مهم ترین این رسانه، مطبوعات محلی است که نقش و رسالت خطیری در انعکاس واقعیت ها و تحولات منطقه تحت گستره خود دارد. نشریات محلی در صورت دارا بودن امکانات مالی و فنی و نیروی انسانی متخصص و بهره گیری از اصول علمی روزنامه نگاری می توانند تأثیر مثبتی بر توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی داشته باشند. وجود مطبوعات محلی در کشورهای در حال توسعه ضرورت دارد به طوری که می توانند بسترهای فرهنگی اجرای طرح های توسعه را فراهم سازند و مشارکت مردمی را برای به اجرا درآوردن سیاست های مسئولان جلب کنند. مطبوعات محلی با مجموعه ویژگی ها و کارکردهای ذاتی که دارند اگر در بستری مناسب و درست هدایت شوند، می توانند در ابعاد مختلف حیات اجتماعی جامعه خود به نقش آفرینی بپردازند، اما مشکلات و موانعی فراروی مطبوعات محلی در کشور ما وجود دارد که آن ها را از کارکرد اصلی خود دور می سازد و در نتیجه جایگاه این مطبوعات را در بین شهروندان و مسئولان بومی متزلزل می سازد و به نشریات دوره ای خنثی تبدیل می نماید. عمده مشکلات مطبوعات محلی ضعف اقتصادی و ناتوانی مالی است که توان استفاده از نیروهای

متخصص را از این نشریات می‌گیرد و بازتاب آن ضعف در تولید محتوا و شکل ظاهری، عدم بازاریابی مناسب و خود سانسوری و عبور از خط قرمز های قانونی و عرفی است در کنار این چالش ها آستانه پایین انتقادپذیری مسئولان محلی و وجود هسته های متعدد قدرت با جریان های متفاوت مسئله ای است که منجر به تحت فشار گذاشتن مطبوعات محلی و در نتیجه عملکرد ضعیف می شود. لازم است مسئولان محلی و ملی نگاه ویژه ای به تقویت مطبوعات محلی داشته باشند و با حمایت های مالی و تهیه ابزار و امکانات چاپ و توزیع عادلانه زمینه توسعه کمی و کیفی این نشریات را فراهم آورند، از طرفی مطبوعات محلی برای ادامه حیات و نقش آفرینی در عرصه عمومی باید از نیروهای ماهر و متخصص آشنا با روزنامه نگاری استفاده نمایند و با توجه به ظهور رسانه های آنلاین، ضریب نفوذ و گسترش استفاده از این رسانه ها خود را با تکنولوژی های فضای مجازی همراه و بهره لازم را از آن ببرند.



منابع

- آشنا، حسام الدین (۱۳۷۱)، "سیاست مطبوعاتی و مطبوعات حکومتی در ایران"، رسانه: فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال سوم، شماره ۱، بهار.
- بدیعی، نعیم و حسین قندی، (۱۳۷۸)، روزنامه نگاری نوین، چاپ دوم، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- برزین، مسعود (۱۳۵۴)، مطبوعات ایران، تهران، کتابخانه بهجت.
- پیشنمازی، پروانه (۱۳۹۲)، نگاهی به وضعیت رسانه های الکترونیک و روزنامه نگاری آنلاین در ایران و چشم انداز آتی آن، سال هشتم، شماره بیستم.
- پیر، آلبر، (۱۳۶۸)، مطبوعات، ترجمه فضل الله جلوه، چاپ اول، تهران، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
- حیدری، رحیم، (۱۳۸۷)، مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت).
- خمایی زاده، جعفر (۱۳۷۲)، روزنامه ایران از آغاز تا سال ۱۳۲۹ هجری قمری - برداشتی از فهرست رایینو - تهران، انتشارات اطلاعات.
- رسول اف، رامین (۱۳۸۹)، نخستین های تاریخ روزنامه نگاری ایران، تهران، جامعه شناسان.
- سعیدی، حسن، (۱۳۷۰)، جامعه مدنی و مطبوعات، دومین سمینار بررسی مسایل مطبوعات ایران، تهران، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
- شکرخواه، یونس، (۱۳۸۲)، واژه نامه ارتباطات، تهران، انتشارات سروش.
- شکرخواه، یونس، (۱۳۸۲)، چالش روزنامه نگاری الکترونیک در برابر روزنامه نگاری مطبوعاتی، رادیویی و تلویزیونی، انتشارات سروش
- گاروین، مایک (۱۳۷۸)، ((اینترنت عرصه روزنامه نگاران تازه کار، ارزان و تاثیرگذار))، ترجمه: فرید ادیب هاشمی، فصلنامه رسانه، سال دهم، شماره سوم.
- فرقانی، محمد مهدی و خجیر، یوسف، (۱۳۸۷)، مطبوعات محلی و انتخابات ریاست جمهوری، فصلنامه علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، شماره ۳۷
- قندی، حسین، (۱۳۷۸)، تفاوت های خبرنگاری در رسانه های جمعی، روزنامه نگاری حرفه ای (مجموعه مقالات)، تهران مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، چاپ دوم.
- محسنیان راد، مهدی، (۱۳۸۲)، ارتباط شناسی، تهران، سروش.
- محمدی، مجید، (۱۳۷۷)، درآمدی بر جامعه شناسی و اقتصاد فرهنگ در ایران امروز، تهران، قطره، چاپ اول.

- مطبوعات در یک نگاه، (۱۳۸۴)، تهران، انتشارات اداره کل مطبوعات داخلی.
- معتمد نژاد، کاظم، (۱۳۵۶)، روش تحقیق در محتوای مطبوعات، تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- مهرداد، هرمز، (۱۳۸۰)، نظریات و مفاهیم ارتباطات جمعی، تهران، انتشارات فاران.
- ودودی، الهام (۱۳۸۴)، آینده روزنامه نگاری چاپی در چالش با روزنامه نگاری آنلاین، فصلنامه رسانه، تهران.

