

تحلیل مضمون آسیب‌های مطبوعات محلی شهرستان خرم‌آباد از نگاه روزنامه‌نگاران محلی*

سید نورالدین رضوی زاده^۱، داریوش شعبان^۲

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۵، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۱۵)

چکیده

مطبوعات محلی با ارائه تحلیل، راه‌حل و گزارش‌های توسعه‌ای به‌عنوان ابزاری توانا در پیش‌برد اهداف توسعه‌ای در سطوح محلی و منطقه‌ای محسوب می‌شوند. شناخت مسائل و آسیب‌های این نشریات، جهت رفع و در نتیجه بهبود عملکرد آن‌ها ضروری است. از این منظر ضمن مروری بر تاریخچه، ویژگی‌ها و کارکرد مطبوعات محلی، با روش تحلیل مضمون آسیب‌ها، مشکلات و چالش‌های مطبوعات محلی شهرستان خرم‌آباد را که جزو نشریات محلی با سابقه و ریشه‌دار کشور است، از نگاه دوازده نفر از روزنامه‌نگاران محلی بررسی کرده‌ایم. براساس نتایج پژوهش، کیفیت ضعیف مطبوعات، فعالان غیرحرفه‌ای مطبوعات، فعالیت در نظام هنجاری رسانه‌ای شبه‌اقتدارگرا، مشکلات اقتصادی و تبدیل شدن مطبوعات محلی به رسانه غیرمرجع از مضامین فراگیر استخراج شده است.

واژگان کلیدی: تحلیل مضمون، مطبوعات محلی، روزنامه‌نگاری، شهرستان خرم‌آباد.

<http://dx.doi.org/10.22034/jss.2022.537066.1587>

*مقاله علمی: پژوهشی

۱. استادیار علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی تهران

n.razavizadeh@atu.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی تهران (نویسنده مسئول)

dariush.shaban1395@yahoo.com

مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره پانزدهم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۰: ۱۳۲-۱۱۰

مقدمه و بیان مسئله

شناخت واقعیت‌های دنیای پیرامون ما تا حدود زیادی مبتنی بر تصاویری است که رسانه‌ها ترسیم می‌کنند. این توانایی رسانه‌ها به‌طور عام می‌تواند در خدمت اهداف توسعه در ابعاد مختلف قرار گیرد. مطبوعات با توجه به ظرفیت‌هایی که در ارائه تحلیل‌های نوشتاری در ژانر مقاله و گزارش‌های توسعه‌ای دارند به‌عنوان بستر ساز توسعه منطقه‌ای محسوب می‌شوند. در این میان، نقش مطبوعات محلی به‌عنوان تصویر ساز و تصویر پرداز وقایع و رویدادهای محلی بسیار با اهمیت است. مطبوعات سراسری امکان و توانایی کم‌تری برای پرداختن به رویدادهای مناطق مختلف کشور را دارند، از این‌رو مطبوعات محلی با پرداختن به اخبار، مسائل و موضوعات محلی که تحت عنوان ارزش خبری مجاورت از آن یاد می‌شود، نقش و رسالت خطیری در انعکاس واقعیت‌ها و تحولات منطقه تحت گستره خود دارند. بسیاری از محققان علوم ارتباطات بر این باورند که قدرت اثربخشی رسانه‌های محلی بیشتر از رسانه‌های هم‌جنس خود است و این نشریات به‌دلیل کارکردهای ویژه خود در حوزه مسائل بومی عمده‌ترین نقش را در شکل‌گیری رفتارهای اجتماعی دارند. مطبوعات محلی با مجموعه ویژگی‌ها و کارکردهای ذاتی‌ای که دارند اگر در بستری مناسب و درست هدایت شوند، می‌توانند در ابعاد مختلف حیات اجتماعی جامعه خود به نقش‌آفرینی بپردازند، اما مشکلات و موانعی فراروی مطبوعات محلی در کشور ما وجود دارد که آن‌ها را از کارکرد اصلی خود دور می‌سازد و در نتیجه جایگاه این مطبوعات را در بین شهروندان و مسئولان بومی متزلزل می‌سازد و به نشریاتی دوره‌ای خنثی تبدیل می‌کند. نکته قابل‌توجه اینکه اگرچه پاره‌ای از این مشکلات گریبان‌گیر مطبوعات سراسری نیز است، اما کفه ترازو مشکلات مطبوعات محلی سنگین‌تر است. شناخت مسائل، آسیب‌ها و مشکلات جهت بهبود عملکرد و توسعه این نشریات ضروری است.

مطبوعات محلی شهرستان خرم‌آباد، مرکز استان لرستان، از جمله مطبوعات ریشه‌دار و با سابقه کشور هستند و طی تاریخ مطبوعات این شهرستان روزنامه‌نگاران فرهیخته‌ای در این نشریات قلم زده و به حتم به‌نوبه خود در بستر تاریخی خود مؤثر بوده‌اند، زیرا لرستان با وجود سابقه زندگی ایلی و نداشتن امکانات آموزشی و عقب‌افتادگی از فرایند توسعه کشور و داشتن نرخ بی‌سوادی بالا در اوایل قرن، دارای فرهنگ کتابت غالبی نبوده و به‌دلیل بی‌سوادی از داشتن نشریات مکتوب محروم بوده است. بنابراین، وجود چنین نشریات مکتوب محلی می‌توانست در علاقه‌مند کردن مردم به مطبوعات بسیار مؤثر باشند. بنابراین این نشریات از دهه ۱۳۲۰ تا ۱۴۰۰ در لرستان با فرازونشیب‌هایی فعالیت داشته و توانسته‌اند در بیان نیازها و

حوادث محلی و تحلیل‌های کنشگران محلی و انتقال این اخبار به رسانه‌های ملی نیز مؤثر باشند (قاسمی، ۱۳۹۴: ۹۰۰). گرچه شاید بتوان نقطه اوج انتشار نشریات محلی را در دوره‌های ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۲ و بعد در دوره اصلاحات ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۴ دانست، ولی در کیفیت و میزان حرفه‌ای بودن این رسانه‌ها سؤالاتی وجود دارد، اما در نفس مفید بودن آن‌ها در مقاطعی که جامعه از کمبود توجه نشریات ملی به اخبار محلی رنج می‌برد نمی‌توان صرف‌نظر کرد. با ظهور شبکه‌های اجتماعی این رسانه‌های مکتوب در معرض تهدیدات جدی برای بقا قرار گرفته‌اند که در کنار دیگر مشکلات حضور آنان را در صحنه عمومی تضعیف کرده است. اما امروزه این مطبوعات با وجود توسعه کمی از نظر کیفیت و نیز مرجعیت اطلاعات و آگاهی محلی جایگاه متزلزل دارند و با آسیب‌ها، چالش‌ها و مشکلاتی مواجهه‌اند که با شناسایی و تلاش برای رفع آن در گام اول خود می‌توانند توسعه یابند و در گام بعدی ظرفیت‌های توسعه‌ای بالقوه منطقه را به فعل نزدیک کنند. هدف تحقیق حاضر شناخت‌ها، مشکلات و چالش‌های مطبوعات محلی شهرستان خرم‌آباد از منظر روزنامه‌نگاران محلی است. سؤال تحقیق: آسیب‌ها و مشکلات مطبوعات محلی شهرستان خرم‌آباد چیست؟ هدف تحقیق: شناخت آسیب‌ها و مشکلات مطبوعات محلی شهرستان خرم‌آباد.

مطبوعات محلی: کارکرد و ویژگی‌ها

روزنامه منطقه‌ای یا محلی به نشریاتی گفته می‌شود که قلمرو نشر آن از حدود یک شهر یا شهرستان و حداکثر استان تجاوز نمی‌کند و می‌کوشد نیاز مردم را به اطلاع از اخبار شهر و منطقه زیست خود برآورده سازد (آلبر، ۱۳۶۸: ۲۲). نشریه محلی را می‌توان عبارت از یک واحد یا سازمان مستقل مطبوعاتی که بیشتر وظیفه پرداختن به اخبار، خواست‌ها و نیازهای محلی، بومی و منطقه‌ای خود را دارد، تعریف کرد. هرچند ممکن است گاهی با فراهم شدن مجموعه‌ای از شرایط، برای یک نشریه محلی مقبولیتی فراتر از حوزه جغرافیایی‌اش ایجاد شود (معمدنژاد، ۱۳۵۶: ۱۴۱). یونس شکرخواه برای واژه لاتین «لوکال پرس» که معادل مطبوعات محلی است، این تعریف را ارائه داده است: «مطبوعاتی که در سراسر کشور پخش و توزیع نمی‌شود و مخصوص منطقه‌ای خاص است و رویدادهای همان منطقه را پوشش می‌دهد» (شکرخواه، ۱۳۸۲: ۱۲۴). بنابراین با جمع‌بندی این تعاریف می‌توان مطبوعات محلی را نشریه‌ای دانست که به‌صورت کاغذی منتشر می‌شود و در یک محدوده کوچک‌تر از سطح ملی مانند شهر یا استان فعالیت

می‌کند و نیازها و حوادث و مطالبات این منطقه کوچک‌تر را پوشش می‌دهد و معمولاً مخاطبان آن نیز مردم ساکن در منطقه خاصی هستند.

کارکرد مطبوعات محلی

هارولد لاسول که از پیش‌گامان بحث کارکردهای رسانه است، عمده‌ترین کارکردهای رسانه را «نظارت بر محیط، ارتباط بین بخش‌های مختلف جامعه به یکدیگر و انتقال میراث فرهنگی» می‌داند.

چارلز رایت نیز کارکرد «سرگرمی» را مطرح کرده و معتقد است که این کارکرد بیشتر برای کشورهای جهان سوم دارای اعتبار است (مهرداد، ۱۳۸۰: ۷۷).

مطبوعات محلی به‌عنوان رسانه جمعی علاوه بر این کارکردها داری کارکرد محلی‌گرایی هم هستند که وظیفه آن‌ها را خطیرتر می‌سازد.

دنیس مک کوئیل توجه نسبی به اخبار و موضوع‌های محلی، استفاده از اعضای هیئت تحریریه خودی، توجه به مباحث، نقدها و افکار محلی، پوشش خبری فعالیت‌های محلی، توجه نسبی به اخبار مثبت محلی و پشتیبانی از منافع محلی و مشاغل محلی را از جمله شاخص‌های کیفی عملکرد رسانه‌های محلی می‌داند (مک کوئیل، ۱۹۹۸: ۲۶۸).

مطبوعات محلی وظیفه دارند نیازها و مشکلات زندگی افراد هر منطقه را انعکاس دهند و همانند رابطی میان مسئولان محلی و کشوری و مردم باشند. مطبوعات و کلاً رسانه‌های محلی می‌توانند میراث اجتماعی هر جامعه همانند زبان، پوشش، فرهنگ، آداب و رسوم و ... را منتقل کنند و نقش هویت‌بخشی به مردم منطقه یا شهر خود داشته باشند. نشریه‌های محلی وظیفه‌ای خاص در مورد بازتاب دادن رویدادهای حوزه انتشار خود دارند. این نشریه‌ها باید به توسعه منطقه خود توجهی ویژه داشته باشند و نسبت به تقویت وحدت ملی تلاش کنند (زارع، ۱۳۸۶: ۷۳).

ویژگی‌های مطبوعات محلی

الف) مطبوعات محلی هدفمند و مخاطب‌گرا هستند. علایق و خواسته‌های مخاطب محلی کانون توجه مطالب محلی است. مخاطبان چنانچه بدانند مطالب و اخبار مربوط به آنان است، آن را هدفمند مطالعه می‌کنند. اساس فعالیت مطبوعات محلی گرایش به سوی مخاطب است؛

ب) مطبوعات محلی خدمت‌گرا هستند. در مطبوعات محلی مطالب مربوط به رفاه، آسایش و توسعه بومی بیشتر به چشم می‌خورد؛

ج) مشارکت مخاطبان در مطبوعات محلی بیشتر است. از آنجا که خوانندگان خود بخش مهمی از کل فرایند محسوب می‌شوند مشارکت بیشتری دارند. مشارکت نوعی احساس تعلق، هدفمندی، اهمیت داشتن و موفقیت برای مردم ایجاد می‌کند. در بسیاری از مسائل محلی، مردم بهتر از مسئولان و برنامه‌ریزان می‌دانند که چه چیزی برای آن‌ها مفید و مؤثر و چه چیزی بی‌فایده است؛

د) احساس ارزیابی مطبوعات محلی. عملکرد مطبوعات محلی در عرصه محلی است. آن دسته از مطبوعات محلی موفق‌ترند که عملکرد محلی آن‌ها بیشتر باشد. در این راستا مطبوعات محلی می‌توانند دارای عملکردهایی چون ارائه اخبار و مطالب محلی، تهیه گزارش از رویدادهای واقع در گستره جغرافیایی تحت پوشش نشریه، ارائه میزگرد تخصصی مشکلات و مسائل شهروندان محلی، بیان خواسته‌های آنان، آموزش و معرفی سنت‌ها، فرهنگ‌ها و شخصیت‌های بزرگ و بازتاب شیوه‌های زندگی مردم باشند؛

ه) ایجاد افکار عمومی محلی. باید توجه داشت که مطبوعات محلی با درج خبر، گزارش، مصاحبه و تحلیل و بررسی رویدادهای اجتماعی نقشی ارزنده در ساختن افکار عمومی برعهده دارند. اگر مطلب در روزنامه سراسری منعکس شود بخشی از افکار عمومی با عنوان افکار عمومی ملی نسبت به مسائل ملی تشکیل می‌شود، اما در حیطه محلی یا منطقه‌ای مسائل وجود دارد که جنبه محلی‌گرایی آن دارای اعتبار است، از این رو یکی از ویژگی‌های مطبوعات محلی، ایجاد افکار عمومی محلی است (سعیدی، ۱۳۷۰: ۸۰۵).

تاریخچه مطبوعات محلی ایران

نخستین روزنامه فارسی در ایران *کاغذ/خبر* نام داشت که با انتشار اعلام‌نامه در رمضان ۱۲۵۲ ق هم‌زمان 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 اعلام‌نامه یا طلوعه، نخستین شماره از روزنامه میرزا صالح به نام *کاغذ/خبر* در تاریخ دوشنبه ۲۵ محرم‌الحرام ۱۲۵۳ ق منتشر شد (رسول‌اف، ۱۳۸۹: ۲۷). *کاغذ/خبر* زمانی در ایران منتشر شد که از انتشار اولین روزنامه در لندن ۲۱۵ سال گذشته بود (محسنیان راد، ۱۳۸۲: ۴۹۸).

اول نوامبر ۱۸۴۹ میلادی برابر با ۱۵ ذیحجه ۱۲۶۵ ق، میسیونرهای آمریکایی دومین روزنامه را به زبان آسوری در ارومیه به چاپ رساندند که اولین روزنامه چاپ سربی ایران محسوب می‌شد (محسنیان راد، ۱۳۸۴: ۹۰۴). این روزنامه را به‌عنوان نخستین رسانه بیگانه در ایران می‌دانند (همان: ۳۰۹).

سومین روزنامه فارسی چاپ ایران و نخستین روزنامه‌ای که به زبان فارسی بیرون از پایتخت انتشار یافته است، روزنامه *آذربایجان* است. این روزنامه در سال‌های ۱۲۷۵-۱۲۷۸ ق در دوره حکمرانی بهرام‌میرزا 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 نیمه‌های شوال ۱۲۷۸ انتشارش ادامه داشته است (رسول‌اف، ۱۳۸۹: ۵۸۳). بیشتر مورخان این نشریه را به‌عنوان نخستین نشریه محلی ایران می‌دانند.

در پیش‌گفتار کتاب رابینو درباره مطبوعات ایران، جعفر خمایی‌زاده، از روزنامه *فارس* که اولین شماره آن در تاریخ ۲۰ جمادی‌الثانی ۱۲۸۹ ق انتشار یافت، به‌عنوان اولین روزنامه شهرستانی نام برده است (خمایی‌زاده، ۱۳۷۲: ۲۰).

پس از این دو نشریه، میرزا تقی‌خان کاشانی در اصفهان روزنامه *فرهنگ* را منتشر کرد که در آن اخبار اصفهان، یزد، بروجرد، خوانسار و گلپایگان منتشر می‌شد. با شروع جنبش مشروطیت و افزایش مطبوعات فارس‌زبان مطبوعات محلی مانند مطبوعات ملی به ارزش‌هایی چون وطن‌پرستی، عدالت، ترقی، تمدن و ... می‌پرداختند. رشد چشمگیر مطبوعات با به‌توپ بستن مجلس توسط محمدعلی شاه قاجار متوقف شد.

در دوره رضاشاه پهلوی سازمان پرورش افکار در سال ۱۳۱۶ تأسیس شد و در پی آن تدوین سیاست‌های 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 به‌عنوان ارگان رسمی سازمان پرورش افکار در هر استان بود. این سیاست با ادغام تمامی روزنامه‌ها و نشریات محلی در استان باعث ایجاد روزنامه *انحصاری* وابسته به دولت در هر استان شد (آشنا، ۱۳۷۱: ۵۲). در پایان سال ۱۳۱۹، این سازمان در هشت مرکز استان صاحب روزنامه *انحصاری* بود که از تسهیلات مالی مستقیم دولت استفاده می‌کرد. 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 روزنامه‌های محلی بسیاری در کشور متولد شدند و تعدادشان به ۹۰ نشریه می‌رسید، اما پس از سقوط دولت مصدق مطبوعات محلی مانند مطبوعات سراسری توفیق یا تعطیل می‌شدند. در دهه ۱۳۴۰ در شهرستان‌ها ایران ۷۲ نشریه در زمینه‌های مختلف چاپ می‌شدند (برزین، ۱۳۵۴: ۱۴).

مطبوعات محلی در دهه ۱۳۵۰ تا پیروزی انقلاب اسلامی روند ثابتی داشتند. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۸ تعداد نشریات محلی به ۱۲۲ شمار رسید، اما در دهه ۱۳۶۰ دوران رکود مطبوعات محلی محسوب می‌شود که این به‌دلیل وقوع جنگ تحمیلی، مشکلات و

نابسامانی‌های بسیار در عرصه‌های گوناگون کشورمان بود، به طوری که در سال 1360 به 34 و در سال 1367 به 9 شماره رسید (فرقانی، 1393: 175).

دهه 1370 دوران نسبتاً خوبی برای مطبوعات محلی کشورمان بود. در اوایل این دهه 20 درصد و در سال 1375، حدود 26 درصد نشریات کشور را مطبوعات محلی به خود اختصاص داده بودند. در این دوره استان تهران با 73 نشریه، خراسان با 13 نشریه و خوزستان با 12 نشریه رتبه اول تا سوم مطبوعات محلی کشور را دارا بودند. مطبوعات محلی تا سال 1376 نیز روند رو به رشد خود را حفظ کردند. در سال 76 تعداد 38 نشریه با گستره استانی مجوز دریافت کردند. تا پایان اردیبهشت 1380 تعداد نشریات استانی دارای مجوز 455 عنوان بوده است که 195 عنوان قبل از سال 1376 و 260 عنوان پس از سال 1376 صادر شده است. تا پایان سال 1380 تعداد 488 روزنامه محلی منتشر می‌شده است. تا پایان سال 1382، 591 نشریه با گستره محلی چاپ می‌شدند. در سال 1384، 581، در سال 1385، 626 و در سال 1386، 690 نشریه با گستره توزیع محلی در کشور منتشر می‌شدند (مطبوعات در یک نگاه، 1387: 28).

طبق آمار سامانه جامع رسانه‌های کشور در تاریخ 1400/09/28 تعداد نشریه‌های چاپی دارای مجوز کشور 7099 عنوان است که تعداد 332 عنوان روزنامه است که در تاریخ مطبوعات کشور این تعداد بی‌سابقه و رکورددار است.

جدول 1. فهرست تعداد نشریات چاپی کشور

سالنامه	دوفصل‌نامه	فصلنامه	دوماهنامه	ماهنامه	دوهفته‌نامه	هفته‌نامه	روزنامه	جمع کل
118	796	2243	717	1851	428	1154	323	7099

منبع: سامانه جامع رسانه‌های کشور. تاریخ به‌روزرسانی 1400/09/28

تعداد نشریات چاپی استان لرستان 141 عنوان است که از نظر کثرت میزان قابل توجهی است.

جدول 2. فهرست تعداد نشریات چاپی استان لرستان

سالنامه	دوفصل‌نامه	فصلنامه	دوماهنامه	ماهنامه	دوهفته‌نامه	هفته‌نامه	روزنامه	جمع کل
3	12	12	-	29	24	59	2	141

منبع: سامانه جامع رسانه‌های کشور. تاریخ به‌روزرسانی 1400/09/28

تکثر و تعدد این مطبوعات در نگاه اول امر مبارک و ارزشمندی است، چنانکه مانع از یکصدایی و شکل‌گیری استبداد رسانه‌ای می‌شود، فرصتی را برای ارائه دیدگاه‌های مختلف فراهم می‌کند تا مخاطبان بنا به ذائقه و سلیقه خود دست به انتخاب بزنند و در نهایت گامی روی به جلو به سمت توسعه فرهنگی است، چنان‌که از نظر یونسکو رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل از هنجارهای جهانی مربوط به اصول توسعه است (باند، ۲۰۱۵: ۱۷)، اما اینکه از این تعداد نشریه چه تعداد به صورت واقعی منتشر می‌شوند و چقدر دغدغه مطبوعاتی دارند پرسشی است که پژوهشی مستقل می‌طلبد. در اینجا به همین بسنده می‌کنیم که بسیاری از این نشریات چاپ نامنظم دارند یا مقطعی منتشر می‌شوند و به انگیزه‌های مختلف اقتصادی یا سیاسی مجوز انتشار می‌گیرند و گاه انتشار آن‌ها از چند شماره فراتر نمی‌رود. تکثر ظاهری مطبوعات در واقع به ارائه دیدگاه‌های متکثر منجر نمی‌شود و در نهایت بسیاری از مطبوعات محتوای نزدیک به هم دارند. بنابراین نمی‌توان صرفاً به رشد کمی نشریات دارای مجوز خوش‌بین بود.

تاریخچه مطبوعات محلی شهرستان خرم‌آباد

آغازگر نشریه‌های چاپ خرم‌آباد *پادشاه* و *اتحاد*، نشریه‌های حزب میهن‌پرستان بودند که به ترتیب در ۲۰ فروردین ۱۳۲۲ و ۲۴ خرداد ۱۳۲۲ به همت عبدالحسین خرمی در چاپخانه نوین خرم‌آباد به چاپ رسیدند. وظیفه سومین نشریه و *رستاخیز چهارمین* نشریه حزب میهن‌پرستان بودند که اجازه توزیع نیافتند.

صدای لرستان، *زبان لرستان*، *لرستان امروز*، *فروغ لرستان*، *طلیعه لرستان*، *ندای فرهنگ خرم‌آباد*، *زبان عشایر*، *لرستان جوان*، *لرستان آینده*، *نهیب عشایر*، *امید عشایر*، *کبیر کوه دوازده* نشریه بودند که در سال ۱۳۳۰ خورشیدی در خرم‌آباد منتشر شدند (قاسمی، ۱۳۸۷: ۱۷۳).
آهنگ لرستان، *بوستان جوان*، *پیام لرستان*، *چماق لر*، *چمن‌زار*، *طوایف لرستان*، *عشایر امروز*، *عقاب لرستان*، *کاروان لرستان*، *کامران*، *لرستان*، *ندای پارسا*، *نهضت لرستان*، *ندای گلشن* و ... از جمله دیگر نشریاتی بودند که در سال ۱۳۳۰ مجوز انتشار گرفتند (همان: ۱۷۴-۱۷۵).
عمده مطبوعات محلی که در سال‌های قبل از انقلاب منتشر می‌شدند و در دسترس عموم قرار می‌گرفتند با پیروزی انقلاب اسلامی تعطیل شدند. پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران اولین نشریه‌های منتشرشده مربوط به گروه‌های سیاسی فعال در خرم‌آباد بود که متناسب با شرایط خاص سیاسی بیش از چند شماره دوام نداشتند. پس از آن بیشتر نشریه‌های منتشرشده در سال‌های پس از انقلاب تاکنون مربوط به نهادهای انقلابی، ارگان‌ها و ادارات

دولتی، مراکز آموزش عالی، انجمن‌های علمی، ادبی، هنری، دانشجویی و دانش‌آموزی بوده‌اند. بیشتر این نشریه‌ها درون‌سازمانی بودند یا اینکه به‌طور محدود بین ارگان‌های شهر توزیع می‌شده‌اند. ندای لرستان را می‌توان به‌نوعی اولین نشریه که پس از انقلاب در خرم‌آباد منتشر شد و به طبع عموم رسید به حساب آورد. این نشریه که از سال ۱۳۳۰ به‌وسیله ابوالمجد رازانی در بروجرد منتشر می‌شد در یکشنبه ۲۹ بهمن ۱۳۵۷ با شماره ۱۰۶۰ «سال بیست و هشتم» در ۴ صفحه به بهای ۱۰ ریال در خرم‌آباد چاپ و توزیع شد. از دیگر مطبوعات محلی که در سال‌های پس از انقلاب متولد شدند می‌توان نشریات زیر را نام برد:

زبان عشایر، پیام جمعه، بامداد لرستان، حرف لر، هفته‌نامه شقایق، رشید، سخن و اندیشه، صدای ملت، لروند، افلاک لرستان، فخر لرستان، اقتصاد لرستان، سیمره، آفتاب لرستان، شهاب آسمانی، تبلور اندیشه و ... (قاسمی، ۱۳۸۷).

پیشینه پژوهش

روش تحلیل مضمون از رویکردهای پژوهش کیفی به‌نسبت جدید و کم‌تر شناخته‌شده است و مقالات و پژوهش‌های علمی اندکی با این روش انجام‌گرفته به‌تبع در حوزه روزنامه‌نگاری و مطبوعات با شیوه تحلیل مضمونی تاکنون پژوهشی در منابع فارسی انجام نگرفته است، اما موضوع مطبوعات محلی برای پژوهشگران، دانش‌آموختگان و دانشجویان علوم ارتباطات که تجربه فعالیت در مطبوعات محلی را دارند موضوع قابل‌توجهی است و این امر سبب نگارش تعدادی پایان‌نامه و مقاله با محوریت مطبوعات محلی (با شیوه‌های پژوهشی مختلف) شده است که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

موسوی و حاجی‌زاده میمندی (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی نگرش مسئولان و اصحاب نشریات به آسیب‌های مطبوعات محلی یزد» با روش پیمایش، آسیب‌های مطبوعات محلی را بررسی کرده‌اند. دسترسی نداشتن به چاپخانه مناسب، تیراژ پایین، نبود نیروی متخصص، بازار فروش نامناسب از جمله آسیب‌های مطرح‌شده در این پژوهش است.

کریمی و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «جایگاه روزنامه‌نگاری محلی از نگاه کارشناسان و متخصصان این حوزه» میزان شناخت روزنامه‌نگاران محلی از جایگاه حرفه‌ای روزنامه‌نگاران محلی را بررسی کرده‌اند. یافته‌های این پژوهش که با روش پیمایش انجام شده، نشان می‌دهد فقط نیمی از مدیران، دبیران، خبرنگاران و استادان برجسته روزنامه‌نگاری از مشکلات و محدودیت‌های روزنامه‌نگاری محلی آگاهی دارند.

تقی‌پور و باباربیع (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «مطالعه کیفی آسیب‌های مطبوعات محلی شهرستان اصفهان از دیدگاه فعالان باتجربه»، با روش تحقیق کیفی از نوع پدیدارشناسی با ۱۹ نفر مصاحبه و اطلاعات را جمع‌آوری کرده‌اند. در این تحقیق مفهوم‌های به‌دست‌آمده در دو دسته اصلی شامل آسیب‌های درونی ساختار مطبوعات محلی شهرستان اصفهان و آسیب‌های بیرونی ساختار مطبوعات محلی شهرستان اصفهان دسته‌بندی شده است. ضعف در عملکرد و تخصص مدیران و سردبیران محلی، ضعف در تخصص مدیران و سردبیران محلی، ضعف در اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران محلی، ضعف در امکانات شغلی برای روزنامه‌نگاران و خبرنگاران محلی، کیفیت محتوای نشریات از مهم‌ترین آسیب‌های مطبوعات محلی شهرستان اصفهان محسوب شده است.

نقیب‌السادات و هاشمی (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی میزان و رضایت‌مندی از مطبوعات محلی»، مطبوعات محلی استان بوشهر را مورد مطالعه قرار داده‌اند. در این تحقیق پیمایشی ضعف مطبوعات محلی عدم رعایت جنبه‌های فنی و تکنیکی روزنامه‌نگاری عنوان شده است.

فرقانی (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان «آسیب‌شناسی مطبوعات محلی از منظر روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و توسعه» داده‌های دو تحقیق جداگانه که در سال ۱۳۹۰ با روش تحلیل محتوا روی مطبوعات محلی استان خوزستان و کردستان انجام گرفته شده بود تحلیل ثانویه کرده است. عدم توجه به تولید محتوای محلی و پوشش مسائل و نیازهای محلی، بی‌توجهی به ژانرهای فرایندمدار در روزنامه‌نگاری، شخصیت‌گرایی و شهرت‌زدگی، غلبه شدید عناصر خبری «چه و که» بر عناصر «چرا و چگونه»، پایین بودن شدید سهم مطالب توسعه‌ای، عدم نقد برنامه‌های توسعه و بی‌توجهی به آداب و رسوم و سنت‌های محلی از جمله آسیب‌هایی است که به جمع‌بندی آن‌ها پرداخته شده است.

صادقی (۱۳۸۲) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «بررسی ساختار ده نشریه محلی در استان‌های فارس، آذربایجان غربی و اصفهان»، ساختار ده نشریه محلی را از جنبه اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری بررسی تطبیقی کرده است. نتایج این تحقیق نشان داده است که نشریات محلی مورد بررسی، کمتر به وظایف و رسالت واقعی خود عمل کرده‌اند. این نشریات به جای پوشش اخبار محلی، بیشتر به اخبار ورزشی و حوادث پرداخته و به بخش کثیری از جمعیت استان، ساکنان شهرهای کوچک، بخش‌ها، روستاها و عشایر، توجهی نشان نداده‌اند.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به روش کیفی تحلیل مضمونی یا تماتیک انجام شده است. روش تحلیل مضمونی را روش یا فرایند شناسایی و کدگذاری الگوهای معنایی در تحقیقات کیفی اولیه می‌دانند (ذکایی، ۱۳۹۹: ۸۴). به بیان دیگر، تحلیل تماتیک (مضمون) عبارت است از تحلیل مبتنی بر استقرا که در آن محقق از طریق طبقه‌بندی داده‌ها و الگویابی درون داده‌ای و برون داده‌ای به یک سنخ‌شناسی تحلیل دست می‌یابد. درحقیقت تحلیل تماتیک سعی می‌کند از طریق کدگذاری داده‌ها و تحلیل آن‌ها مشخص کند که داده‌ها به ما چه می‌گویند. این تحلیل در پی الگویابی در داده‌هاست (محمدپور، ۱۳۹۲: ۶۶). نکته‌ای که پیش از هر چیز درباره استفاده از این روش باید مورد توجه قرار گیرد این است که تحلیل مضمونی فراتر از صرف شمارش عبارات یا کلمات در یک متن است (آن گونه که در روش تحلیل محتوای کمی صورت می‌گیرد) و به شناسایی ایده‌های ضمنی، معنادار و صریح در داده‌ها می‌پردازد و با درجه‌ای از تفسیر و عاملیت پژوهشگر همراه است. این رویکرد بر اهمیت برداشت‌ها، احساسات و تجارب شرکت‌کنندگان به عنوان هدف اصلی مطالعه تأکید دارد (ذکایی، ۱۳۹۹: ۸۴). تحلیل مضمون برخلاف دیگر روش‌های پژوهش کیفی مانند پدیدارشناسی تفسیری، نظریه داده‌بنیاد، تحلیل گفتمان و تحلیل محتوا به چارچوب نظری‌ای که از قبل وجود داشته باشد، وابسته نیست و لذا از آن می‌توان در چارچوب‌های نظری متفاوتی استفاده کرد (البته نه در همه چارچوب‌ها) و همچنین می‌توان از آن برای کارهای مختلف بهره گرفت (موسوی داودی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۰).

مراحل تحلیل مضمون عبارت است از:

۱. آشنا شدن با داده‌ها: پس از مطالعه متن، افکار خوبی درباره شناسه‌گذاری‌ها و الگوها در ذهن محقق شکل می‌گیرد؛
۲. ایجاد شناسه‌های اولیه و شناسه‌گذاری: در شناسه‌گذاری، بخش‌هایی از داده‌ها از بافت اصلی خود جدا، و به روشی برجسته زده می‌شود که همه داده‌های دارای یک برجسته واحد را بتوان بازیابی و با یکدیگر بررسی کرد؛
۳. جست‌وجو و شناخت مضمون‌ها: در این مرحله، شناسه‌ها تجزیه و تحلیل و به چگونگی ترکیب و تلفیق شناسه‌های مختلف برای تشکیل مضمون پایه، توجه می‌شود؛
۴. ترسیم شبکه مضمون‌ها: این مرحله وقتی شروع می‌شود که محقق، مجموعه‌ای از مضمون‌ها را پیشنهاد دهد و بخواهد آن‌ها را پالایش کند. مضمون‌های شناخته منبع اصلی تشکیل شبکه‌های مضمون‌هاست؛
۵. تحلیل شبکه مضمون‌ها: هنگامی که محقق به شبکه مضمون‌های رضایت‌بخشی دست یابد در این مرحله شبکه‌های مضمون‌های ترسیم‌شده بررسی و تجزیه و تحلیل می‌شود؛

۶. تدوین گزارش (عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۸۲).

در این پژوهش کیفی داده‌ها را با ابزار مصاحبه گردآوری کرده‌ایم، به این ترتیب که با دوازده نفر از روزنامه‌نگاران محلی شهرستان خرم‌آباد مصاحبه (به‌علت شیوع ویروس کرونا مصاحبه‌ها به‌صورت تلفنی انجام گرفته است) و اطلاعات به‌صورت متن پیاده‌سازی و سپس با خوانش و بررسی متن‌ها، عبارت معنایی شناسایی، کدگذاری و طبقه‌بندی شد. نحوه کدگذاری و طبقه‌بندی داده‌های مصاحبه‌ای این گونه انجام گرفت که ابتدا در هر مصاحبه توضیحات، جملات و اشاراتی که به نوعی حکایت از آسیب‌ها و مشکلات مربوط به مطبوعات محلی بود استخراج شد، سپس مضامین اولیه براساس عبارت معنایی مشترک و پرتکرار شناسایی کدگذاری و تقطیع شد و مضامین پایه (کدها و نکات کلیدی موجود در متن) به‌دست آمد. سپس از ترکیب، تخلیص و سازماندهی آن، مضامین سازمان‌دهنده شکل گرفت و درنهایت با ترکیب و تخلیص مضامین سازمان‌دهنده، مضامین فراگیر که دربردارنده اصول حاکم بر متن هستند به‌دست آمد و نتیجه آن در قالب جدول مضامین و شبکه مضامین ارائه شده است.

ویژگی‌های مصاحبه‌شونده‌ها

ویژگی‌های جنسیتی، تحصیلی و سابقه فعالیت مطبوعاتی مصاحبه‌شونده‌ها به شرح جدول ۳ ارائه شده است:

جدول ۳. ویژگی‌های مصاحبه‌شونده‌ها

مشارکت‌کننده	جنس	رشته تحصیلی	مقطع تحصیلی	سابقه فعالیت مطبوعاتی
۱	مرد	علوم سیاسی	کارشناسی ارشد	۱۵
۲	مرد	حقوق	کارشناسی ارشد	۱۷
۳	مرد	مدیریت فرهنگی	کارشناسی ارشد	۱۵
۴	مرد	حقوق	کارشناسی ارشد	۲۵
۵	مرد	اقتصاد	کارشناسی ارشد	۱۲
۶	مرد	علوم ارتباطات	کارشناسی ارشد	۱۵
۷	زن	مدیریت آموزشی	کارشناسی ارشد	۱۰
۸	زن	ادبیات فارسی	کارشناسی ارشد	۱۶
۹	مرد	علوم ارتباطات	کارشناسی ارشد	۱۵
۱۰	زن	مدیریت فرهنگی	کارشناسی	۱۰
۱۱	زن	ادبیات فارسی	کارشناسی	۱۰
۱۲	زن	ادبیات فارسی	کارشناسی ارشد	۱۲

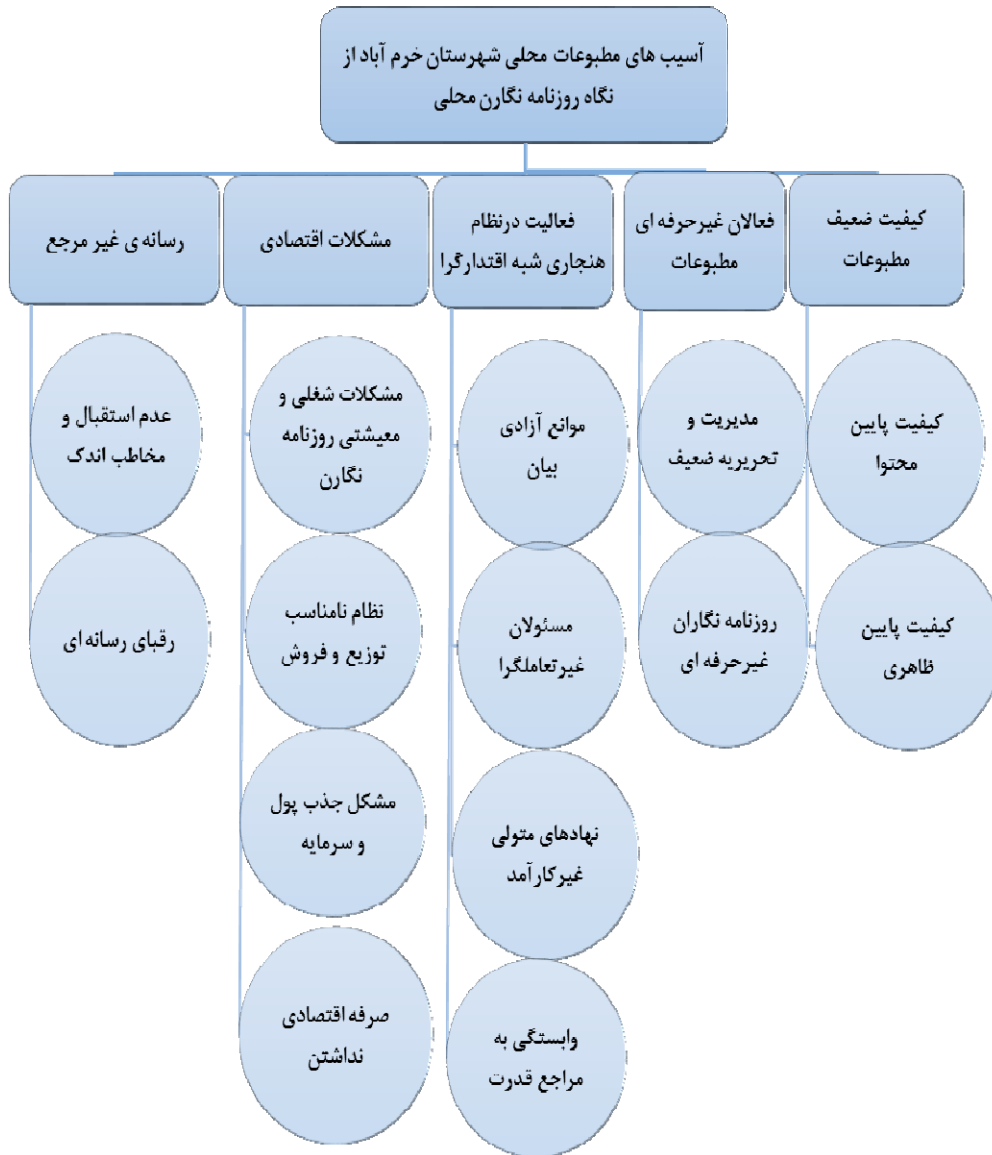
یافته‌های پژوهش

در این پژوهش عبارات معنایی که از مصاحبه‌ها استخراج شدند و به نوعی یک معنا و پیام را می‌رسانند تعداد ۴۳ جمله‌ی طلایی بودند که از آن‌ها ۴۶ مضمون پایه استخراج شده است. مضامین پایه با هم ترکیب و مضامین سازمان‌دهنده و درنهایت مضامین فراگیر از آن استخراج و به شرح جدول ۳ و نمودار ۱ ارائه شده است:

جدول ۴. مضامین استخراج‌شده پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر

مضمون‌های فراگیر	سازمان‌دهنده	مضمون‌های پایه	ردیف
کیفیت ضعیف مطبوعات	کیفیت پایین محتوا	ضعف در تولید محتوا	۱
		ضعف در پرداختن به مسائل موضوعات محلی	۲
		بی‌توجه به مسائل توسعه	۳
		رویدادمدار بودن و بی‌توجه به فرایندها	۴
		ضعف در ارائه مقاله، گزارش و مصاحبه	
		انتشار اخبار سوخته	۵
		ارائه اخبار کهنه‌شده بولتنی ادارات	۶
		عدم خلاقیت در پرداختن به جاذبه‌های فرهنگی و میراث معنوی و مادی محلی	۷
		بی‌رغبتی نخبگان محلی برای قلم زدن در مطبوعات محلی	۸
	عدم توازن بین مطالب و آگهی‌ها	۹	
	کیفیت پایین ظاهری	گرافیک و ظاهر نازیبا	۱۰
ضعف در تولید عکس‌های خبری و گزارش‌های تصویری		۱۱	
فعالان غیر حرفه‌ای مطبوعات	مدیریت و تحریریه ضعیف	ضعف در مخاطب‌شناسی	۱۲
		ضعف در مدیریت مطبوعات	۱۳
		ضعیف و غیر حرفه‌ای بودن تحریریه‌ها	۱۴
	روزنامه‌نگاران غیر حرفه‌ای	کمبود نیروی متخصص	۱۵
		نبود انگیزه برای ارتقای دانش حرفه‌ای	۱۶
		ضعف آموزش‌های تخصصی	۱۷
		استفاده از افراد کم‌تجربه و غیرمتخصص	۱۸
	فعالیت در مطبوعاتی به‌عنوان شغل دوم	۱۹	
فعالیت در نظام هنجاری رسانه‌ای شبه‌اقتدارگرا	موانع آزادی بیان	ناآشنایی با حقوق مطبوعات	۲۰
		عبور از خط قرمزها	۲۱
		خودسانسوری	۲۲
	عدم تعامل	توقع نابه‌جای مدیران و مسئولان محلی	۲۳

ردیف	مضمون های پایه	سازمان دهنده	مضمون های فراگیر
۲۴	انتقادناپذیری مدیران و مسئولان محلی	مسئولان محلی با مطبوعات	
۲۵	پاسخ گو نبودن مدیران و مسئولان محلی		
۲۶	روابط شخصی برخی مطبوعات با افراد اثرگذار		
۲۷	عدم اطلاع از بازدهیها و سفرهای مدیران کشوری و استانی به منطقه		
۲۸	عدم حمایت نهادهای ذی ربط	عملکرد ضعیف نهادهای متولی	
۲۹	اعطای مجوز فعالیت بدون توجه به صلاحیت های حرفه ای و مالی		
۳۰	صدور مجوزهای بی ضابطه		
۳۱	نبود رتبه بندی و نظام ارزیابی خبرنگاران و روزنامه نگاران		
۳۲	وابستگی به حمایت های مالی و معنوی ادارت دولتی	وابستگی به مراجع قدرت	
۳۳	نبود امنیت شغلی	مشکلات شغلی و معیشتی روزنامه نگاران	
۳۴	حقوق و دستمزد نامتناسب		
۳۵	فقدان بیمه درمانی و تکمیلی		
۳۶	تیراژ پایین	توزیع نامناسب	
۳۷	انتشار نامنظم		
۳۸	صنعتی نبودن و کمبود مشاغل اقتصادی در منطقه	مشکل جذب پول و سرمایه	
۳۹	عدم استقبال بخش خصوصی از درج آگهی و تبلیغات در مطبوعات محلی		
۴۰	وابستگی به آگهی و یارانه های دولتی ضعف در بازاریابی		
۴۱	بالا بودن هزینه تولید و پخش مطبوعات محلی		
۴۲	پایین بودن فرهنگ مطالعه	عدم استقبال و مخاطب اندک	
۴۳	عدم استقبال مراکز فرهنگی جهت عرضه و مطالعه عمومی رایگان مطبوعات محلی		
۴۴	جای نداشتن مطبوعات در سبد خرید خانواده		
۴۵	پایگاه های خبری الکترونیک و شبکه های مجازی به عنوان رقیبی قدرتمند	رقبای رسانه ای	
۴۶	رقابت کاذب بین مطبوعات محلی با نمایندگی های مطبوعات سراسری		



نمودار ۱. شبکه مضمین: سازمان‌دهنده و فراگیر

مضمین اصلی به‌دست‌آمده مطابق با جدول ۳ و نمودار ۱ به شرح زیر است:

کیفیت ضعیف مطبوعات

ضعف در تولید محتوا و روی آوردن به مطالب غیرتولیدی که پیش‌تر در دیگر رسانه‌ها منتشر شده است و پرداختن به گزارش‌ها و خبرهای تولیدی روابط عمومی‌ها کیفیت محتوای مطبوعات محلی را پایین می‌آورد و مطبوعات را که محلی برای تولید و نشر فکر و اندیشه هستند از کارکرد خود دور می‌کند. علاوه بر آن مطبوعات کالایی خواندنی هستند و اولین محل دریافت آن توسط چشم‌هاست. بنابراین باید لذت بصری لازم را در مخاطب ایجاد کند. گرافیک نازیباء، استفاده از تصاویر آرشیوی کیفیت ظاهری مطبوعات را پایین می‌آورد.

مشارکت‌کننده شماره ۱۱: «اینجا بیشتر رسانه‌ها همان خبرهای روابط عمومی‌ها را از سایت‌ها می‌گیرند و با انتشار همان مطلب از ادارات به‌عنوان رپورتاژ پول می‌گیرند و هیچ ارزیابی روی مطالب انجام نمی‌دهند».

مشارکت‌کننده شماره ۲: «بیشتر مطالب مطبوعات اینجا به‌جز چند رسانه محتواشون تولیدی نیست و فقط کپی پیسته!».

دنیای امروز دنیای حرفه‌ای‌هاست و نمی‌توان انتظار داشت تجمعی از افراد غیرحرفه‌ای عملکردی مطلوب داشته باشد. اکثر مطبوعات محلی به‌صورت فردی یا خانوادگی اداره می‌شوند. تحریریۀ توانمند و نیروهای متخصص مثل صفحه‌آرا، گرافیست، عکاس حرفه‌ای به‌ندرت در مطبوعات محلی فعالیت دارند و اغلب روزنامه‌نگاران و خبرنگاران به‌عنوان شغل دوم در این نشریات کار می‌کنند.

مشارکت‌کننده شماره ۹: «خیلی از افرادی که در رسانه‌ها کار می‌کنند تحصیل‌کرده رسانه نیستند، بلکه فقط به‌صورت تجربی کار رسانه‌ای را یاد گرفتند».

مشارکت‌کننده شماره ۳: «در این رسانه‌ها معمولاً یک نفر همه‌کاره رسانه است و خودش در نقش سردبیر و عکاس و طراح نشریه را اداره می‌کند».

فعالیت مطبوعات در نظام هنجاری رسانه‌ای شبه‌اقتدارگرا: مطبوعات به‌علت ترس از عبور از خط قرمزها و مورد غضب قرار گرفتن از طرف مدیران دولتی و برخورد‌های قانونی و فراقانونی و ناآشنایی با حقوق مطبوعات خودسانسوری می‌کند. از طرفی مسئولان و مدیران محلی انتظار دارند که خود و مجموعه تحت مدیریتشان با ارزیابی مثبتی در مطبوعات محلی بازنمایی و به اصلاح از آن‌ها تعریف شود و همچنین کم‌تر انتقادپذیرند و در صورت نقد فوراً به سراغ شکایت می‌روند. فعالیت در چنین فضایی درنهایت کیفیت محتوای مطبوعات را پایین می‌آورد.

مشارکت‌کننده شماره ۴: «خیلی از مسئولین نشریات به‌خاطر اینکه نشریه‌شون بسته نشه وارد انتقاد از نهادهای دولتی نمیشن و بیشتر به‌دنبال انتقادهای بی‌خطر و نوعی پارکشی هستند تا طرح انتقادات اصلی».

مشارکت‌کننده شماره ۱: «به‌خاطر جو فرهنگ محلی طایفه‌گرایی و آشنابازی شما اگر انتقادی از مدیری بکنید اون مدیر گروه و طایفه‌اش را میفرسته تا شما را گوشمالی بدن و ساکتتون کنند!».

مشکلات اقتصادی مطبوعات

تولید نشریه هزینه‌بر و عرضه و فروش آن سخت است. به‌علت تیراژ و ضریب نفوذ پایین مطبوعات محلی، شرکت‌های خصوصی و بنگاه‌های اقتصادی تمایلی به درج آگهی و تبلیغات در این نشریات ندارند. بنابراین بسیاری از مطبوعات محلی از نظر اقتصادی وابسته به یارانه‌ها و آگهی‌های دولتی می‌شوند که آن چنان در رفع مشکلات اقتصادی آن‌ها قابل‌توجه نیست. مجموعه‌ای از این قبیل عوامل باعث می‌شود فعالیت مطبوعاتی صرفه اقتصادی نداشته باشد. مشارکت‌کننده شماره ۷: «در این شهر روزنامه‌خوان کمه چه برسه به اینکه کسی بخواد نشریه محلی بخونه. بنابراین روزنامه با تیراژ محدود نمیتونه کسب درآمد کنه. محبور به دولت وابسته باشه».

مشارکت‌کننده شماره ۵: «این شهر واحد اقتصادی و تجاری مهمی نداره که بخواد آگهی رپرتاژ بزنه و از این طریق برای رسانه درآمدزایی باشه. بنابراین رسانه فقط به نهادهای اداری وابسته است».

مطبوعات محلی به‌عنوان رسانه غیرمرجع

رسانه برای اینکه اثرگذار باشد و از عهده کارکردهای خود برآید باید مخاطب داشته باشد، از این‌روی مطبوعات باید توسط گروه بسیاری از افراد جامعه خوانده شود تا به‌عنوان رسانه‌ای مرجع محسوب شود. در زمان حاضر عواملی مطبوعات محلی را به حاشیه برده و در جایگاه رسانه‌ای غیرمرجع قرار داده است؛ از جمله فرهنگ مطالعه جامعه پایین است و مطبوعات در سبد خرید خانوار جایی ندارد و مراکز فرهنگی مانند کتابخانه‌های عمومی از مطبوعات محلی برای مطالعه رایگان استقبال نمی‌کند. از طرف دیگر رسانه‌های مجازی به‌علت دسترسی آسان و تنوع و جذابیت، ذائقه مردم را تغییر داده و مخاطبان رسانه‌های سنتی از جمله مطبوعات را به خود جذب کرده است.

مشارکت‌کننده شماره ۱۰: «رسانه‌ای با این کیفیت بیرون میاد لزوماً کسی اون رو جدی نمیگیره. چون نه کادر نشریه و نه اون کسانی توش قلم می‌زنند خیلی مهم نیستند. پس مردم ازش استقبال نمی‌کند».

مشارکت‌کننده شماره ۶: «الان رسانه‌های مکتوب رقیب سرسختی مثل شبکه‌های مجازی دارند که تونسته ذائقه مردم را سیراب کنه و نیاز آن‌ها را به خوندن مطبوعات محلی کم کنه».

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش گویای این است که مطبوعات محلی شهرستان خرم‌آباد دارای آسیب‌ها و مشکلات و با چالش‌هایی روبه‌روست که مانند کلافی سردرگم و تنیده درهم آنان را ضعیف کرده است، به‌گونه‌ای که نه آن‌چنان توسعه یافته‌اند که در خدمت توسعه باشند و نه آن‌چنان مخاطبی دارند که هادی افکار عمومی و در خدمت منافع عمومی باشند. ضعف مطبوعات محلی، آسیب‌ها و مشکلات برآمده از نتایج این تحقیق فقط مختص شهرستان خرم‌آباد نیست و کم‌وبیش نتایج آن را می‌توان به مطبوعات دیگر مناطق کشور نیز تعمیم داد.

کیفیت مطبوعات محلی ضعیف است. از نظر محتوا آن‌چنان توانی برای تولید نیست و این موضوع وابستگی به دیگر رسانه‌های و مراجع خبری سراسری را ناگزیر می‌کند و نتیجه آن می‌شود که به جای پرداختن به مسائل و موضوعات محلی به تقلید مسائل و موضوعات فرامحلی و کشوری در مطبوعات محلی پرداخته می‌شود و جای ژانرهای تولیدی مثل مقاله، گزارش و مصاحبه را اخبار سوخته دیگر رسانه‌ها و اخبار کهنه بولتنی روابط عمومی ادارات بگیرد. کیفیت مطبوعات که پایین باشد، نخبگان محلی نیز شأنی در قلم زدن در این نشریات برای خود نمی‌بینند و بی‌رغبت به این امر بی‌امتیاز می‌شوند. برخی مطبوعات به صورت فردی یا چون کسب‌وکاری خانوادگی با مشارکت دیگر اعضای بی‌تخصص خانواده اداره می‌شوند. این نحوه مدیریت دست در دست تحریریه‌ای با دانش اندک که مخاطب را نمی‌شناسند و روزنامه‌نگاران کم‌تجربه با حداقل دانش حرفه‌ای و دور و بی‌انگیزه برای آموزش تخصصی، بدون امنیت شغلی، با حقوق و دستمزد حداقلی، فاقد بیمه درمانی و تکمیلی و روزنامه‌نگارانی که روزنامه‌نگاری دغدغه‌شان نیست و شغل دوم آن‌ها محسوب می‌شود فعالان غیرحرفه‌ای مطبوعات محلی را شکل می‌دهند.

فعالیت رسانه‌ای در خلأ صورت نمی‌گیرد، بلکه در بستر نظام‌های هنجاری رسانه‌ها شکل می‌گیرد. نظریه هنجاری رسانه به تشریح بایدها و نبایدهای حاکم بر وسایل ارتباط جمعی یا به عبارتی نظام‌های کنترل و مدیریت رسانه‌ها می‌پردازد. نحوه کنترل و مالکیت رسانه‌ها بر

محتوای آن‌ها اثر می‌گذارد و این امر به نوبه خود اثرات رسانه‌ها را معین و مشخص می‌سازد. یک طبقه‌بندی معروف برای نظام رسانه‌ای به‌ویژه مطبوعاتی، طبقه‌بندی سیبرت و همکاران در کتاب *چهار نظریه مطبوعات* است که در آن مؤلفان نظام‌های مطبوعاتی را به چهار دسته اقتدارگرا، آزادی‌گرا، مسئولیت اجتماعی و تمامیت‌خواه تقسیم کردند (نک: مهدی‌زاده، ۱۳۹۰: ۸۶). مک کویل اصول اساسی نظریه اقتدارگرا را بدین شرح خلاصه کرده است:

- رسانه‌ها نباید دست به اقدامی بزنند که قدرت مستقر را تضعیف و نظم موجود مختل شود؛

- رسانه‌ها باید مطیع و تابع قدرت مستقر باشند؛

- رسانه باید از توهین به اکثریت یا ارزش‌های غالب سیاسی و اخلاقی پرهیز کند؛

- اعمال سانسور برای اجرای اصول فوق موجه است؛

- حمله به مراجع قدرت، انحراف از سیاست‌های رسمی و توهین به اصول اخلاقی جرم محسوب می‌شود (مک کوایل، ۱۳۸۲: ۱۶۴).

مضامین استخراج‌شده پایه و سازمان‌دهنده‌ای مانند خودسانسوری، عبور از خط قرمزها، انتقادناپذیری مدیران و مسئولان و اعطای مجوز از سوی نهادهای دولتی و وابستگی به مراجع قدرت ... همه حکایت از حاکمیت نظام شبیه به هنجاری اقتدارگرا بر فعالیت مطبوعات محلی دارد که ما با دیدگاه خوش‌بینانه در این تحقیق آن را شبه‌اقتدارگرا نامیده‌ایم. زیست در نظام هنجاری شبه‌اقتدارگرا و موانع ناشی از آن موجب می‌شود روزنامه‌نگاران واژگان را با احتیاط بر قلم جاری کنند تا مبدا خود و رسانه‌شان مورد غضب قرار گیرند. در این نظام هنجاری هنر متولیان دولتی مطبوعات صدور مجوزهای بی‌ضابطه و رانتی و گردن‌کلفتی در هنگام گام کج نهادن مطبوعات است و به هنگام حمایت نحیف و بی‌دست‌وپا هستند. کمبود صنعت و مشاغل اقتصادی در منطقه و عدم استقبال اندک صنعتگران و فعالان اقتصادی برای درج آگهی و تبلیغات که حیات اقتصادی مطبوعات محلی تا حدود زیادی به آن وابسته است و نظام نامناسب توزیع و فروش، مشکلات جذب پول و سرمایه را برای مطبوعات محلی به همراه دارد. این مشکلات اقتصادی موجب می‌شود که تولید و پخش مطبوعات که کالای هزینه‌بر است صرفه اقتصادی نداشته باشد. فرهنگ عمومی مطالعه مکتوب جامعه ما پایین است و این موضوع گریبان‌گیر مطبوعات نیز شده است، به‌ویژه در سال‌های اخیر که رسانه‌های الکترونیک و شبکه‌های مجازی فراگیر با قابلیت‌های منحصربه‌فرد چون در دسترس‌پذیری، سرعت انتشار بالا و جذابیت‌های بصری چون رقیبی قدرتمند در برابر مطبوعات قرار گرفته و آن را از جایگاه مسلط گذشته به زیر کشیده و در وضعیتی متزلزل قرار داده و آینده‌ای مبهم و نامطمئن را

پیش‌روی مطبوعات محلی ترسیم کرده‌اند. با وجود این، اگر مطبوعات محلی آسیب‌ها، مشکلات و چالش‌های پیش‌روی خود را بشناسند و عزمی برای رفع آن و بهبود و ارتقای خود داشته باشند و خود را با روح تکنولوژیک زمانه همراه کنند می‌توانند ضمن توسعه خود بستر ساز توسعه فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی محلی باشند.

راهکارها و پیشنهادهای

کیفیت پایین مطبوعات

- فرآورده اصلی هر رسانه مطالب تولیدی آن است. پر کردن صفحات نشریه با مطالب غیرتولیدی که پیش‌تر در رسانه‌های دیگر منتشر شده است نتیجه‌ای جز عدم استقبال مخاطب از نشریه ندارد. مطبوعات محلی باید مخاطب‌پژوهی کنند و نزدیک به سلیقه و ذائقه آنان به تولید محتوا بپردازند؛

- ژانر خبر در دنیای مطبوعات امروز جای ندارد. مطبوعات می‌توانند مطالب زیادی درباره مسائل اجتماعی و فرهنگی، سنت‌های محلی، میراث فرهنگی، مشاهیر و مفاخر محلی در ژانرهای گزارش، مصاحبه، مقاله منتشر کنند؛

- مدیران و مسئولان مطبوعات با دعوت از صاحب‌نظران و نخبگان محلی میزگردهایی جهت بررسی مسائل فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برگزار و برون‌داد آن را در نشریه منتشر کنند. علاوه بر آن نخبگان دانشگاهی استان لرستان که دغدغه‌های اجتماعی دارند کم نیستند باید سراغ آن‌ها را گرفت و ترغیبشان کرد تا دیدگاه‌های خود را در قالب ژانرهای مطبوعاتی ارائه دهند؛

- روزنامه‌نگاری شهروندی یکی از ژانرهای مهم رسانه‌ای محسوب می‌شود. با نگاهی به رسانه‌های اجتماعی به راحتی می‌توان فهمید که جوانان خوش‌فکر و خلاق زیادی وجود دارد که بدون چشم‌داشت اقتصادی علاقه‌مندند مسائل پیرامون خود را در قالب نوشتار و عکس گزارش کنند. می‌توان با اعلام فراخوان از آن‌ها دعوت کرد، آموزش‌های مقدماتی روزنامه‌نگاری و عکاسی خبری برگزار کرد و فضایی در نشریه برای روزنامه‌نگاری شهروندی در اختیارشان قرار داد.

فعالان غیر حرفه‌ای مطبوعات

- دوره‌های آموزشی برای روزنامه‌نگاران محلی در حوزه‌های روزنامه‌نگاری توسعه، بحران، صلح، شهروندی، تفاهمی، راه‌حل‌گرا، تحقیقی با رویکرد شفاف‌سازی، سلامت، پرتره، محیط زیست و بوم‌شناختی..... برگزار شود؛

- فعالیت خبرنگاران در زمینه‌های موردعلاقه در قسمت‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، ورزشی، سلامت ... تخصصی شود؛
- دوره‌های آموزش مدیریت رسانه و اقتصاد مطبوعات برای مدیران مطبوعات محلی برگزار شود؛
- اتاق‌های فکر فصلی مستمر با افراد صاحب‌نظر خارج از نشریه جهت ارزیابی و بهبود عملکرد نشریه برگزار شود.

مشکلات اقتصادی نشریات

- مدیریت و اداره هر نشریه اگرچه تخصص و علاقه می‌خواهد نیازمند پشتوانه اقتصادی است. از این روی می‌توان با شراکت افرادی که توانایی مالی دارند، بنیه اقتصادی نشریه را تقویت کرد؛
- به افرادی با مهارت عمومی بازاریابی، به شکل اختصاصی بازاریابی مطبوعاتی را آموزش داد و در نشریه به کار گرفت.

فعالیت در نظام هنجاری اقتدارگرا

- اعضای خانه مطبوعاتی و مدیران و مسئولان مطبوعات محلی با مقامات اجرایی و قضائی استان دیدار کنند و از آن‌ها بخواهند مدیران زیرمجموعه را توجیه کنند تا با مطبوعات محلی تعامل مناسب‌تری داشته باشند، نقدپذیر و پاسخ‌گوی مطبوعات محلی باشند که نماینده افکار عمومی هستند؛
- مجوزهای بی‌رویه که بدون صلاحیت به افراد داده شده و روزنامه‌ها را به محل کسب معاش تبدیل کرده است محدود شود.

رسانه‌های غیرمرجع

- نمایندگانی از اعضای خانه مطبوعات و مدیران و مسئولان مطبوعاتی محلی با مدیران نهادهای فرهنگی مثل کتابخانه‌های عمومی و معاونت‌های فرهنگی اداره و سازمان‌های دولتی رایزنی کنند تا ضمن اشتراک مطبوعات محلی فرصتی برای مطالعه رایگان این نشریات برای مخاطبان خود فراهم کنند؛
- صفحه اول نشریه در فضای مجازی جهت معرفی و ترغیب مخاطبان به خرید نسخه اصلی انتشار داده شود.

منابع

- آلبر، پیر (۱۳۸۴) *مطبوعات ایران*، ترجمه فضل‌الله جلوه، تهران: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
- باند، فکسون (۲۰۱۵) *آموزش روزنامه‌نگاری برای توسعه پایدار*، تهران: سازمان آموزشی، علمی، فرهنگی ملل متحد (یونسکو).
- برزین، مسعود (۱۳۵۴) *مطبوعات ایران*، تهران: کتابخانه بهجت.
- تقی‌پور، فائزه؛ بابابیع، مهدی (۱۳۹۶) «مطالعه کیفی آسیب‌های مطبوعات محلی شهرستان اصفهان از دیدگاه فعالان باتجربه»، *رسانه*، شماره ۴: ۲۷-۵۵.
- خامی‌زاده، جعفر (۱۳۷۲) *روزنامه ایران از آغاز تا سال ۱۳۲۹ هجری قمری برداشتی از فهرست رابینو*، تهران: اطلاعات.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۹۹) *هنر انجام پژوهش کیفی از مسئله‌یابی تا نگارش*، تهران: آگاه.
- رسول‌اف، رامین (۱۳۸۹) *نخستین‌های تاریخ روزنامه‌نگاری ایران*، تهران: جامعه‌شناسان.
- سعیدی، حسن (۱۳۷۰) «جامعه مدنی و مطبوعات»، *دومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران*، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
- شکرخواه، یونس (۱۳۸۲) *واژه‌نامه ارتباطات*، تهران: سروش.
- صادقی، حسین (۱۳۸۲)، «بررسی ساختار ده نشریه محلی در استان‌های فارس، آذربایجان غربی و اصفهان»، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی*، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی. طباطبایی.
- عابدی جعفری، حسن؛ تسلیمی، محمدحسین؛ فقیهی، ابوالحسن؛ شیخ‌زاده، محمدی (۱۳۹۰) «تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روش ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی»، *اندیشه مدیریت راهبردی*، شماره ۱۰: ۱۵۱-۱۹۸.
- فرقانی، محمد مهدی (۱۳۹۳) *روزنامه‌نگاری، ارتباطات و جامعه*، تهران: اطلاعات.
- فرقانی، مهدی (۱۳۹۱) «آسیب‌شناسی مطبوعات محلی از منظر روزنامه‌نگاری حرفه‌ای و توسعه»، *جامعه، فرهنگ و رسانه*، شماره ۳: ۶۲-۳۷.
- قاسمی، سید فرید (۱۳۸۷) *پیشینه ارتباطات و تاریخ مطبوعات خرم‌آباد*، خرم‌آباد: سیفا.
- قاسمی، سید فرید (۱۳۹۴) *سرگذشت خرم‌آباد*، تهران: بوستان کتاب.
- کریمی، زهرا؛ انتظامی، حسین؛ محکی، علی‌اصغر (۱۳۹۷) «جایگاه روزنامه‌نگاری محلی از نگاه کارشناسان و متخصصان این حوزه»، *رسانه*، شماره ۳: ۱۰۷-۱۲۲.
- محسنیان راد، مهدی (۱۳۸۲) *ارتباط‌شناسی*، تهران: سروش.
- محمدپور، احمد (۱۳۹۲) *روش تحقیق کیفی ضدروش*، تهران: جامعه‌شناسان.
- مطبوعات در یک نگاه* (۱۳۸۷) انتشارات اداره کل مطبوعات داخلی.

مک کوایل، دنیس (۱۳۸۲) درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

معتّم نژاد، کاظم (۱۳۵۶) روش تحقیق در محتوای مطبوعات، تهران: دانشکده علوم اجتماعی. موسوی داودی، سیدمهدی؛ حضوری، محمدجواد؛ نجاری، رضا؛ رستگار، عباسعلی (۱۳۹۵) «طراحی و تبیین الگوی ارزش‌های سازمانی مبتنی بر آموزه‌های نهج‌البلاغه»، مدیریت سازمان‌های دولتی، شماره ۱: ۳۳-۴۸.

موسوی، مریم؛ حاجی‌زاده میمندی، مسعود (۱۳۹۸) «بررسی نگرش مسئولان و اصحاب نشریات به آسیب‌های مطبوعات محلی یزد»، فرهنگ یزد، شماره ۱۴: ۹-۳۷. مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۹) نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: همشهری.

مهرداد، هرمز (۱۳۸۰)، نظریات و مفاهیم ارتباطات جمعی، تهران: فاران. نقیب‌السادات، سیدرضا؛ هاشمی، عبدالرسول (۱۳۹۵) «بررسی میزان و رضایت‌مندی از مطبوعات محلی: مطالعه موردی مطبوعات محلی استان بوشهر»، علوم خبری، شماره ۱۹: ۱۴۷-۱۸۳.