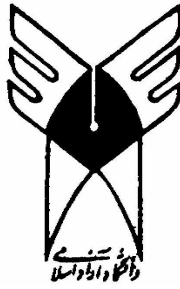


سید المرسلین



دانشگاه آزاد اسلامی
واحد تهران مرکزی
دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی ، گروه علوم ارتباطات اجتماعی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)

گرایش تحقیق در ارتباطات

عنوان :

بررسی میزان انطباق نشریات محلی استان کردستان
(سیروان و آشتی) با شاخصهای نشریات محلی

استاد راهنما :

دکتر شیوا پژوهش فرد

استاد مشاور :

دکتر سید محمد مهدی زاده طالشلی

پژوهشگر :

محمد اسکندری

تابستان ۱۳۹۰

تقدیم به

پدر و مادر عزیزم که با همراهی خویش زمینه‌ها و شرایط رشد علمی و امکان اجرای فعالیتهای مورد علاقه را برایم فراهم نمودند و تقدیم به خواهر بزرگم که در تمام مشکلات و سختیهای زندگیم مرا یاری و همراهی نموده است.

تشکر و قدردانی

از زحمات و راهنماییهای استاد گرامی جناب آقای دکتر مهدیزاده که صمیمانه مرا در تمام مراحل تحقیق یاری نمود.

بسمه تعالی

تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب محمد اسکندری دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته به شماره دانشجویی ۸۶۰۰۰۵۴۹۰۰۰ در رشته علوم ارتباطات اجتماعی - تحقیق در ارتباطات که در تاریخ ۱۳۹۰/۵/۲۰ از پایان نامه خود تحت عنوان : بررسی میزان انطباق نشریات محلی استان کردستان (سیروان و آشتی) با شاخصهای نشریات محلی با کسب نمره ۱۸/۷۵ و درجه عالی دفاع نموده ام بدین وسیله متعهد می شوم :

۱. این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه ، کتاب ، مقاله و ...) استفاده نموده ام ، مطابق ضوابط و رویه های موجود ، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام.
۲. این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح ، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی ارائه نشده است.
۳. چنانچه بعد از فراغت از تحصیل ، قصد استفاده و هر گونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و ... از این پایان نامه داشته باشم ، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.
۴. چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچ گونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی :

تاریخ و امضاء :

بسمه تعالی

در تاریخ ۱۳۹۰/۵/۲۰

دانشجوی کارشناسی ارشد آقای محمد اسکندری از پایان نامه خود
دفاع نموده و با نمره ۱۸/۷۵ بحروف هجده و هفتاد و پنج صدم
و با درجه عالی مورد تصویب قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما

بسمه تعالی
 دانشگاه آزاد اسلامی – واحد تهران مرکزی
 دانشکده : روانشناسی و علوم اجتماعی
 (این چکیده به منظور چاپ در پژوهش نامه دانشگاه تهیه شده است)

نام واحد دانشگاهی: تهران مرکزی	کد: ۱۰۱
کد شناسایی پایان نامه: ۱۰۱۲۰۵۱۵۸۷۲۰۳۶	
عنوان پایان نامه: بررسی میزان انطباق نشریات محلی استان کردستان (سیروان و آشتی) با شاخصهای نشریات محلی	
نام و نام خانوادگی دانشجو: محمد اسکندری	تاریخ شروع پایان نامه: ۱۳۸۸/۴/۳
شماره دانشجویی: 86000549000	تاریخ اتمام پایان نامه: 1390/5/20
رشته تحصیلی: علوم ارتباطات – تحقیق در ارتباطات	
استاد/استادان راهنما: دکتر شیوا پژوهش فرد	
استاد/استادان مشاور: دکتر سید محمد مهدی زاده طالبی	
آدرس: استان کردستان – شهرستان سنندج – شهرک بهاران – فاز ۴/۱۹ – بلوار ۲۹ اسفند – کوچه ۲۳	
تلفن: ۰۹۱۸۸۷۸۸۳۹۲	
<p style="text-align: center;">چکیده پایان نامه (شامل خلاصه، اهداف، روش های اجرا و نتایج به دست آمده):</p> <p>نشریات محلی یکی از رسانه هایی هستند که در دنیای رسانه ای جدید در کنار انبوهی از رسانه های جدید و قدیم به کار اطلاع رسانی و انتقال پیام مشغولند. در این تحقیق به این موضوع پرداخته ایم که نشریات محلی استان کردستان (سیروان و آشتی) چه میزان با شاخص های نشریات محلی مطابقت دارند؟ همچنین در این تحقیق به دنبال دستیابی به اطلاعاتی کلی در مورد کلیه نشریات محلی در حال انتشار استان کردستان هستیم. به منظور استخراج شاخص های نشریات محلی و رسیدن به چهار چوب نظری تحقیق از نظریات جهانی شدن، محلی گرایی و کارکرد گرایی رسانه ای استفاده نمودیم که سرانجام به مهمترین شاخص های زیر رسیدیم:</p> <p>گستره توزیع محلی، نشانگاه محلی، منبع مطلب، رویکرد و دید محلی، تنوع و گستردگی مطلب و</p> <p>به منظور گردآوری اطلاعات و داده های تحقیق از روش تحلیل محتوا استفاده شد که این اطلاعات را از 12 شماره نشریه سیروان و 12 شماره نشریه آشتی که از تاریخ 1387/4/1 تا 1387/9/30 منتشر شدند استخراج نمودیم. همچنین از روش مصاحبه تلفنی و حضوری برای گردآوری اطلاعات کلی در مورد تمامی نشریات محلی در حال انتشار استان کردستان بهره گرفتیم.</p> <p>سپس با بهره گیری از آمار توصیفی و استنباطی و با استفاده از نرم افزار spss داده هایی گردآوری شده را توصیف و تحلیل نمودیم که ابتدا به توصیف یک متغیره و سپس به تحلیل دو متغیره آنها پرداختیم و سرانجام نتایج تحقیق تحلیل و جمع بندی گردید که مهمترین آنها عبارت بود از:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- نشریات محلی استان کردستان حجم نسبتا کمی از مطالبشان را به گستره توزیع محلی اختصاص داده اند. 2- نشریات محلی استان کردستان کمتر از نیمی از مطالبشان را به نشانگاه محلی اختصاص داده اند. 3- تنها 20% از مطالب نشریات محلی استان کردستان توسط خبرنگاران و گزارشگران خود نشریه تهیه شده است. 4- بیشتر حجم مطالب نشریات محلی استان کردستان در سبک خبر ارائه شده است و استفاده از سایر سبکهای ارائه مطلب (مقاله، گزارش، مصاحبه و ...) بسیار کم است. 5- نشریات محلی استان کردستان توجه کمی به نقش نظارتیشان به عنوان یک نشریه محلی داشته اند. <p>همچنین نتایج تحقیق در مورد تمامی نشریات محلی استان کردستان، جدا از اطلاعات کلی گردآوری شده در مورد هر یک از آنها مشخص نمود که این نشریات دارای ویژگی ها و مشکلات مشترکی هستند که شامل انتشار نامنظم، تیراژ پایین، صفحات محدود، مشکلات فراوان مالی، نداشتن چاپخانه اختصاصی، کمبود نیروی انسانی متخصص و..... می باشد.</p>	

نظر استاد راهنما برای چاپ در پژوهش نامه دانشگاه مناسب است تاریخ و امضا:
 مناسب نیست

چکیده

فصل اول: کلیات تحقیق

۲	۱-۱ طرح مسئله
۱۰	۲-۱ اهداف تحقیق
۱۰	۳-۱ ضرورت و اهمیت تحقیق
۱۲	۴-۱ سؤالات تحقیق
۱۳	۵-۱ فرضیه های تحقیق
	فصل دوم : مطالعات نظری
۱۵	۱-۲ مبانی قانونی موجود برای انتشار نشریات محلی
۱۷	۲-۲ جهانی شدن
۱۷	۱-۲-۲ تعاریف و پیشینه مفهوم جهانی شدن
۲۲	۲-۲-۲ نظریه های مربوط به جهانی شدن
۳۰	۳-۲ محلی گرایی
۳۴	۴-۲ نظریه های مربوط به کارکردهای رسانه ها
۳۷	۵-۲ تاریخچه نشریات محلی استان کردستان
۳۷	۱-۵-۲ نشریات کردی برون مرزی
۳۸	۲-۵-۲ نشریات کردی داخلی خارج از استان کردستان
۴۰	۳-۵-۲ نشریات کردی در استان کردستان
۴۴	۶-۲ وضعیت کنونی مطبوعات محلی در استان کردستان
۴۵	۷-۲ بررسی دوشنریه سیروان و آشتی
۴۷	۸-۲ چهارچوب نظری و مدل تحقیق:
	فصل سوم : روش تحقیق
۵۲	۱-۳ روش تحقیق و ابزار جمع آوری اطلاعات
۵۲	۲-۳ جامعه آماری
۵۳	۳-۳ حجم نمونه و روش نمونه گیری
۵۳	۴-۳ روش تجزیه و تحلیل داده ها
۵۳	۵-۳ اعتبار و روایی تحقیق
۵۴	۶-۳ تعریف مفاهیم و متغیرها
	فصل چهارم : بررسی یافته های تحقیق
۶۴	۱-۴ توصیف داده ها
۷۵	۲-۴ تبیین داده ها
۹۳	۳-۴ تحلیل اطلاعات گردآوری شده درباره کلیه نشریات محلی استان کردستان
۹۷	فصل پنجم: جمع بندی و تحلیل یافته ها
۹۹	۱-۵ جمع بندی یافته ها
۱۰۲	۲-۵ تحلیل یافته ها
۱۰۴	۳-۵ پیشنهادها و تحقیق
۱۰۵	۴-۵ مشکلات و محدودیتهای تحقیق
۱۰۶	۵-۵ منابع و مأخذ

۶-۵ ضمائم و پیوست‌ها ۱۰۹

فهرست جداول و نمودارها

صفحه	عنوان
۴۴	جدول ۱-۲ نشریات محلی استان کردستان در سال ۱۳۸۵
۴۵	جدول ۲-۲ نشریات محلی استان کردستان در سال ۱۳۸۸
۶۴	جدول شماره ۱-۴ توزیع فراوانی مطالب بر حسب نام نشریه
۶۴	جدول ۲-۴ توزیع فراوانی بر حسب گستره توزیع مطلب
۶۵	جدول ۳-۴ توزیع فراوانی مطالب مربوط به گستره توزیع محلی بر حسب شهرهای استان کردستان
۶۵	جدول ۴-۴ توزیع فراوانی بر حسب نشانگاه مطلب
۶۶	جدول ۵-۴ توزیع فراوانی مطلب بر حسب منبع آن
۶۷	جدول ۶-۴ توزیع فراوانی بر حسب سبک ارایه مطلب
۶۷	جدول ۷-۴ توزیع فراوانی بر حسب زمینه انتشار مطلب
۶۸	جدول ۸-۴ توزیع فراوانی بر حسب زمینه انتشار سیاسی مطلب
۶۹	جدول ۹-۴ توزیع فراوانی بر حسب زمینه انتشار اقتصادی مطلب
۷۰	جدول ۱۰-۴ توزیع فراوانی بر حسب زمینه انتشار اجتماعی مطلب
۷۱	جدول ۱۱-۴ توزیع فراوانی بر حسب زمینه انتشار فرهنگی مطلب
۷۲	جدول ۱۲-۴ توزیع فراوانی بر حسب زمینه انتشار ورزشی مطلب
۷۳	جدول ۱۳-۴ توزیع فراوانی مطلب بر حسب داشتن شاخصهای توسعه
۷۴	جدول ۱۴-۴ توزیع فراوانی مطلب بر حسب توجه به نهادها، سازمانها و اشخاص دولتی و حکومتی
۷۴	جدول ۱۵-۴ توزیع فراوانی مطالب بر حسب توجه به نهادها و سازمانهای غیردولتی ومدنی
۷۵	جدول ۱۶-۴ توزیع تقاطعی مطالب بر حسب نام نشریه و گستره توزیع
۷۷	جدول ۱۷-۴ توزیع تقاطعی مطالب بر حسب نام نشریه و نشانگاه مطلب
۷۸	جدول ۱۸-۴ توزیع تقاطعی مطالب بر حسب نام نشریه و منبع مطلب
۸۰	جدول ۱۹-۴ توزیع تقاطعی مطالب بر حسب نام نشریه و شهرهای استان کردستان
۸۱	جدول ۲۰-۴ توزیع تقاطعی مطالب بر حسب نام نشریه و سبک ارایه مطلب
۸۲	جدول ۲۱-۴ توزیع تقاطعی مطالب بر حسب نام نشریه و زمینه انتشار مطلب
۸۳	جدول ۲۲-۴ توزیع تقاطعی مطالب بر حسب نام نشریه و زمینه انتشار سیاسی
۸۴	جدول ۲۳-۴ توزیع تقاطعی مطالب بر حسب نام نشریه و زمینه انتشار اقتصادی
۸۵	جدول ۲۴-۴ توزیع تقاطعی مطالب بر حسب نام نشریه و زمینه انتشار اجتماعی
۸۶	جدول ۲۵-۴ توزیع تقاطعی مطالب بر حسب نام نشریه و زمینه انتشار فرهنگی
۸۷	جدول ۲۶-۴ توزیع تقاطعی مطالب بر حسب نام نشریه و زمینه انتشار ورزشی
۸۸	جدول ۲۷-۴ توزیع تقاطعی مطالب بر حسب نام نشریه و شاخصهای روزنامه نگاری توسعه
۸۹	جدول ۲۸-۴ توزیع تقاطعی مطالب بر حسب مرتبط بودن به نهادها و سازمانها و اشخاص دولتی و سبک ارایه
۹۱	جدول ۲۹-۴ توزیع تقاطعی مطالب بر حسب زمینه انتشار و گستره توزیع
۹۳	جدول ۳۰-۴ آلیست نشریات محلی استان کردستان در سال ۱۳۸۸

چکیده

نشریات محلی یکی از رسانه هایی هستند که در دنیای رسانه ای جدید در کنار انبوهی از رسانه های جدید و قدیم به کار اطلاع رسانی و انتقال پیام مشغولند. در این تحقیق به این موضوع پرداخته ایم که نشریات محلی استان کردستان (سیروان و آشتی) چه میزان با شاخص های نشریات محلی مطابقت دارند؟ همچنین در این تحقیق به دنبال دستیابی به اطلاعاتی کلی در مورد کلیه نشریات محلی در حال انتشار استان کردستان هستیم.

به منظور استخراج شاخص های نشریات محلی و رسیدن به چهار چوب نظری تحقیق از نظریات جهانی شدن، محلی گرایی و کارکرد گرایی رسانه ای استفاده نمودیم که سرانجام به مهمترین شاخص های زیر رسیدیم:

گستره توزیع محلی، نشانگاه محلی، منبع مطلب، رویکرد و دید محلی، تنوع و گستردگی مطلب و

به منظور گردآوری اطلاعات و داده های تحقیق از روش تحلیل محتوا استفاده شد که این اطلاعات را از 12 شماره نشریه سیروان و 12 شماره نشریه آشتی که از تاریخ 1387/4/1 تا 1387/9/30 منتشر شدند استخراج نمودیم. همچنین از روش مصاحبه تلفنی و حضوری برای گردآوری اطلاعات کلی در مورد تمامی نشریات محلی در حال انتشار استان کردستان بهره گرفتیم.

سپس با بهره گیری از آمار توصیفی و استنباطی و با استفاده از نرم افزار spss داده هایی گردآوری شده را توصیف و تحلیل نمودیم که ابتدا به توصیف یک متغیره و سپس به تحلیل دو متغیره آنها پرداختیم و سرانجام نتایج تحقیق تحلیل و جمع بندی گردید که مهمترین آنها عبارت بود از:

1- نشریات محلی استان کردستان حجم نسبتا کمی از مطالبشان را به گستره توزیع محلی اختصاص داده اند.

2- نشریات محلی استان کردستان کمتر از نصفی از مطالبشان را به نشانگاه محلی اختصاص داده اند.

3- تنها 20% از مطالب نشریات محلی استان کردستان توسط خبرنگاران و گزارشگران خود نشریه تهیه شده است.

4- بیشتر حجم مطالب نشریات محلی استان کردستان در سبک خبر ارائه شده است و استفاده از سایر سبکهای ارائه مطلب (مقاله، گزارش، مصاحبه و...) بسیار کم است.

5- نشریات محلی استان کردستان توجه کمی به نقش نظارتیشان به عنوان یک نشریه محلی داشته اند.

همچنین نتایج تحقیق در مورد تمامی نشریات محلی استان کردستان، جدا از اطلاعات کلی گردآوری شده در مورد هر یک از آنها مشخص نمود که این نشریات دارای ویژگی ها و مشکلات مشترکی هستند که شامل انتشار نامنظم، تیتراژ پایین، صفحات محدود، مشکلات فراوان مالی، نداشتن چاپخانه اختصاصی، کمبود نیروی انسانی متخصص و..... می باشد.

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱ طرح مسئله

دنیای رسانه ای امروز دنیای است که در آن انبوهی رسانه های قدیم و جدید، بزرگ و کوچک در کنار یکدیگر و در نقاط مختلف به فعالیت مشغولند و به انتقال و رد و بدل کردن اطلاعات می پردازند در حالی که با رشد و گسترش تکنولوژیهای نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی رسانه های جدیدی همچون ماهواره و اینترنت پا به عرصه وجود گذاشته اند و سراسر جنبه های زندگی فردی و اجتماعی انسانها را تحت پوشش خود قرار داده اند. رسانه های قدیمی تری همچون رادیو و تلویزیون و روزنامه های ملی و فراملی همچنان به فعالیت و پیام رسانی خود ادامه می دهند؛ در کنار اینها شاهد حضور و فعالیت رسانه های محلی (همچون رادیو و تلویزیون و نشریات محلی) در کشورهای مختلف جهان هستیم.

حال سوال اینجاست که این رسانه های محلی با وجود چنین رقبای رسانه ای قدرتمند تا کجا می توانند به فعالیت رسانه ای خود ادامه دهند و این رسانه ها در این دنیای جدید رسانه ای چه جایگاهی خواهند داشت؟ و آیا مخاطبان مجالی برای توجه به این رسانه ها خواهند داشت؟ و وجود این رسانه ها چه کارکردهای برای فرهنگهای محلی خواهند داشت؟ و آیا در عصر جهانی سازی اطلاعات و ارتباطات و در دنیای که با انفجار انبوه اطلاعات روبه رو هستیم رسانه های محلی در نقاط مختلف جهان می توانند به آن هدفی که برای آن تأسیس شده اند عمل کنند؟

در دنیای رسانه ای اواخر قرن بیستم و اوایل هزاره سوم ما با انبوهی از رسانه های جهانی و غول پیکر روبرو هستیم. اینترنت با وجود اینکه هنوز در آغاز راه است اما بیش از یک میلیارد و ۷۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان به آن دسترسی دارند و بیشتر از صدها کشور جهان به این شبکه جهانی متصل شده اند تا بتوانند با دسترسی به این رسانه واحد جغرافیایی را که در آن

زندگی می کنند پشت سر گذاشته و فارغ از مرزهای زمان و مکان به اطلاعات موجود در این رسانه دسترسی پیدا کنند و همچنین پیامهایشان را در عرض چند دقیقه به سراسر جهان بفرستند و از این طریق خود را به مخاطبان انبوه جهانی پیوند دهند (بوسابو، ۱۳۸۵، ۱۲-۱۵).

در همین دهه اول هزاره سوم شاهد هستیم که حتی کشورهای جهان سوم نیز اقدام به پرتاب ماهواره به فضا نموده اند و کشورهای پیشرفته و صنعتی همچنان به روند استفاده از ماهواره در جهت پیام رسانی و انجام کارهای تحقیقاتی و پژوهشی ادامه می دهند روندی که با پرتاب اسپوتنیک و اکسپلورر در سال ۱۹۵۷ توسط روسیه و امریکا آغاز شده بود و هنوز در حال توسعه و گسترش است و روز به روز بر تعداد ماهواره های پرتاب شده به فضا افزوده می شود همچنین به این رسانه های عظیم و جهانی باید خبرگزاریهای قدرتمندی همچون VOA، BBC، CNN و Foxnews را افزود که اقدام به پیام رسانی و رد و بدل کردن اطلاعات در عرصه جهانی می نمایند که زمینه ساز ارتباطات وسیع جهانی و بین المللی در سطح جهان گشته است با وجود چنین پیشرفتهای در زمینه پیام رسانی و ارتباطات بین المللی متفکران علوم ارتباطات برای توصیف وضعیت کنونی جهان ارتباطات از واژه های و مفاهیم مختلف استفاده می نمایند. طوری که گروهی از متفکران از آن با عنوان «جامعه اطلاعاتی» نام می برند گروهی دیگر با واژه «جهانی شدن» به توصیف و تشریح ابعاد آن پرداخته اند.

عدم تعادل موجود در زمینه قدرت و ثروت و تکنولوژی و همچنین زیر ساختهای ارتباطی و اطلاعاتی میان کشورهای صنعتی و غیر صنعتی و نیز کشورهای توسعه یافته و توسعه نیافته سبب شده است تا دانشمندان از فرایند ارتباطهای میان کشورهای مختلف در ارتباطات بین المللی تحت عنوان «امپریالیسم فرهنگی» یاد کنند مفهومی که نابرابری را در رسانه ها و در مبادلات فرهنگی بین المللی توضیح می دهد؛ مفهومی که به گفته تانستال^۱ (۱۹۹۷) بیان کننده مدفون شدن فرهنگ محلی اصیل و سنتی در زیر انبوه فرآورده های تجاری و رسانه ای عموماً آمریکایی هستند. جان

1. tanstal

مایه اصلی این مفهوم و تحقیقات مربوط به آن بر ترس از یکنواخت سازی و یکسان سازی فرهنگهای محلی و بومی در نتیجه پیامهای انبوه رسانه های عظیم و جهانی است. مفهوم امپریالیسم فرهنگی در دهه ۱۹۸۰ جای خود را به مفهوم جدید «جهانی شدن» داد مفهومی که به قول واترز^۱ براساس آن فرآیندی در حال شکل گیری در جهان است که شرایط اجتماعی و فرهنگی را از محدودیتهای جغرافیایی آزاد می کند. (بوسابو، ۱۳۸۵، ۶۵-۶۸)

بعد از امپریالیسم واژه «جهانی شدن» نه تنها در حوزه علوم ارتباطات بلکه در سایر حوزه های علوم انسانی همچون اقتصاد، فرهنگ و تجارت، سیاست و روابط بین الملل نیز به کار رفت و متفکران این علوم برای توصیف تحولات عظیم علوم مختلف از آن بهره گرفتند. (گل محمدی، ۱۳۸۱، ۲۰)

اگرچه جهانی شدن و جهانی نگری از دیرباز در تاریخ زندگی بشری مورد توجه بوده است اما جهانی شدن در معنی و مفهوم امروزی آن مختص جهان جدید است که در نتیجه جهان رقابتی جدید در عرصه های مختلف پدید آمده است و تجربه مشابهی در گذشته تاریخ بشری ندارد. (ارغنون، شماره ۲۴، ۵)

اگرچه مفهوم جهانی شدن خود بیان کننده شکل بندی جدیدی از نابرابریهای میان کشورهای توسعه یافته و توسعه نیافته و یا داراها و ندارهاست؛ نابرابری که با تفاوتهای کمی فاحش همراه است؛ اما تفاوت جهانی شدن با امپریالیسم فرهنگی در این است که در امپریالیسم فرهنگی ما با یک نیروی اجباری از جانب ارزشها و هنجارهای یکنواخت ساز و یکپارچه ساز غربی روبه رو هستیم که سعی دارند ترکیبات فرهنگ محلی را به طور کلی برهم بزنند در حالی که جهانی شدن یک فرایند منطقی است که بیش از آنکه یک تک گفتار اجباری از سوی جهان صنعتی و غرب باشد بیشتر شبیه یک گفتگو به نظر می رسد که در آن امکان برای کشورهای غیرصنعتی و یا به اصطلاح «محلی» وجود دارد تا براساس قدرت و توانایی و ثروت خود در این گفتگو و دیالوگ

2.waters

با کشورهای مختلف صنعتی و غربی وارد شده و بتوانند بخشی از دنیای جهانی شده جدید را به خود اختصاص دهند. بر همین اساس گروهی از متفکران مفهوم چهارچوب نظری جدیدی تحت عنوان «جهانی - محلی شدن»¹ را برای روابط بین الملل در عصر اطلاعات پیشنهاد می کنند. (بوسابو، ۱۳۸۵، ۷۲ و ۷۳)

در فرآیند جهانی - محلی شدن دو فرهنگ جهانی محلی به موازات یکدیگر حرکت و رشد می یابند و مکمل یکدیگرند چرا که رسانه های محلی در کشورهای مختلف اقدام به تولید کالاها و محتواهایی خواهند پرداخت که ممکن است هم مخاطب محلی داشته باشند و هم مخاطب عام منطقه ای و بین المللی. در این میان هم کشورهای پیشرفته و هم کشورهای کمتر توسعه یافته علاوه بر رسانه های ملی و بین المللی اقدام به ایجاد و تأسیس رسانه های محلی نموده اند تا بتوانند به اطلاع رسانی و آگاهی بخشی در حوزه های محدودتر و مناطق جغرافیایی کوچکتر بپردازند. (شایان ذکر است مفهوم جهانی - محلی شدن به همان اندازه که برای تشریح روابط میان دولتها در عرصه بین المللی به کار می رود در داخل کشورها و بین نقاط مختلف یک کشور نیز می تواند به کار رود)

در حالی که در کشورهای پیشرفته رسانه های محلی ابزاری برای اطلاع رسانی و نظارت بر دولتها در محدوده محلی به حساب می آیند در کشورهای در حال توسعه رسانه محلی نه به عنوان یک فرصت بلکه به عنوان یک ابزار دفاعی در مقابل تهدید ناشی از تهاجم رسانه ای غرب به حساب می آید. در واقع کشورهای مختلف در دوره ارتباطات جهانی برای آنکه از میان رفتن فرهنگها و اقلیتهای قومی، نژادی و مذهبی و ... جلوگیری کنند اقدام به تأسیس رسانه های محلی با اتکای زیاد بر تکنولوژیهای نوین رسانه ای نموده اند از آن به محلی گرایی رسانه ای یاد می کنند. اما محلی گرایی در جوامع غربی با جوامع شرقی و جهان سوم جلوه ای متفاوت دارد. محلی گرایی رسانه ای در جوامع غربی و پیشرفته روشی موفق برای پاسخ هرچه بهتر به

1 . glocalisation

نیازهای مردم توسط رسانه هاست که در آن مردم به طور مشخص تر و ملموس تر به نیازهای گوناگون و متحول خویش از طریق رسانه های محلی پاسخ می دهند در این دید از محلی گرایی رسانه ای «کوچک» موفق تر است و جای «کوچک» زیباست؛ اما در کشورهای که هنوز با نگاهی مبتنی بر امپریالیسم فرهنگی به دنیای جدید اطلاعات و ارتباطات نگاه می کنند و آنرا تهدیدی برای امنیت ملی خود به حساب می آورند که در آن پیامهای یک جانبه فرهنگی، سیاسی، اقتصادی از جانب رسانه های قدرتمند غربی سعی در تضعیف امنیت داخلی و ملی آنها دارند ایجاد و تأسیس رسانه ها بعنوان یک ابزار دفاعی در مقابل تهدید ناشی از تهاجم رسانه ای غرب است. در واقع در جوامع شرقی و توسعه نیافته محلی گرایی مساوی است با «شرقی گرایی» این جوامع زمانی که با فرهنگ غربی مواجه می شوند برای حفظ گذشته قومی و ملی و سنتی خود به موازات فرهنگ جدید اقدام به تأسیس و ایجاد رسانه های محلی می نمایند. (مجید محمدی ۱۳۷۷، ۱۵۹ - ۱۶۱)

کشورهای توسعه نیافته برای اینکه بتوانند در عرصه جهانی جدید جایگاهی داشته باشند و بخشی از این فضا را در دنیای جهانی شدن ناشی از ارتباطات و اطلاعات به خود اختصاص می دهند سعی می کنند تا از رسانه های مختلف بهره گیرند از اینرو آنها از رسانه های جدید (مانند اینترنت و ماهواره) و رسانه های قدیمی تر مانند (رادیو، تلویزیون و مطبوعات) در جهت ارسال پیام به داخل مرزهای کشورشان و خارج از آن بهره می گیرند در این میان کشورهای صنعتی و پیشرفته به دلیل دارا بودن حجم وسیعی از قدرت و ثروت و توانایی اقتصادی و تکنولوژیک امکان عرضه بیشتر خود را در زمینه های مختلف در عرصه جهانی و در ارتباطات بین الملل دارند کشورهای توسعه نیافته و کمتر پیشرفته نیز برای عقب نماندن از این فرایند با تأسیس رسانه های مختلف (با توجه به تواناییهای مالی و تکنولوژیکشان) سعی در اختصاص دادن جایگاههای در فضای جدید جهانی شده دارند (بوسابو، ۱۳۸۵، ۷۰-۸۰)

یکی از دغدغه های اصلی در محلی گرایی مربوط به حاکمیت ملی است به این معنا که دولتها سعی دارند از حوزه حاکمیت ملی خود دفاع کنند از اینرو دست اندرکاران رسانه های محلی که در قالب قوانین و مقررات مربوط به این کشورها در حال فعالیت می باشند با تعریف مشخص اهداف رسانه ای در کنار صدمه نزدن به ثبات سیاسی و اقتدار حاکمیت قانونی که در آن محدوده ملی به فعالیت می پردازند می توانند به فعالیتهای رسانه ای خود ادامه دهند.

از جمله رسانه های محلی می توان به تلویزیون اشاره کرد این رسانه اگرچه در ابتدا در اختیار دولت - ملتها قرار داشت و به فعالیتهای تبلیغاتی، هدایتی و آگاهی رسانی می پرداخته اما کم کم در داخل کشورها نیز تلویزیونهای محلی نیز شروع به فعالیت نمودند که در جوامع غربی و پیشرفته که در آنها افراد در کنار فردیت و احساس هویت ملی یک هویت محلی نیز برای خود متصور هستند و به دلیل وجود نهادهای محلی مقتدر دارای جایگاه روشنی می باشد اما در جوامع در حال گذار که جامعه بیشتر در مرحله بحران هویت ملی به سر می برد و به دلیل عدم وجود نهادهای مدنی محلی نیرومند فقط پوسته ای از تلویزیون محلی وجود دارد. (محمدی، ۱۳۷۷، ۲۶۸ و ۲۶۹)

در کشور ایران نیز به دلیل وجود تنوع فراوان قومی و زبانی ما شاهد حضور رسانه های محلی مختلف در گوشه و کنار کشور می باشیم به طوریکه هم اکنون در همه استانها شاهد رادیو و تلویزیون استانی بوده و علاوه بر آن در مراکز استانی و شهرهای بزرگ آنها شاهد انتشار نشریات محلی می باشیم تا این رسانه ها بتوانند به کارکردهای رسانه ای خود در محدوده جغرافیای محلی خود پردازند رسانه های محلی که از سوی نظام جمهوری اسلامی به منظور حفظ وحدت ملی در عین کثرت قومی و زبانی در سراسر کشور تأسیس شده اند در واقع وجود تنوعات گسترده قومی، زبانی و مذهبی است که وجود چنین رسانه هایی را در کشور ضروری دیده است. (علی طلوعی، ۱۳۸۵، ۹۲-۹۴)

در این میان نشریات محلی وضعیتی متفاوت (از سایر رسانه های محلی در کشور دارند چرا که رادیو و تلویزیون های محلی استانها به دلیل دولتی بودن کاملاً دنباله رو سیاستهای ملی در حوزه محلی هستند در حالی که نشریات محلی در کشور به دلیل دارا بودن تعداد فراوان تر در استانهای مختلف و همچنین تعلق به گروههای مختلف قومی، نژادی و زبانی می توانند تا جایی که به حاکمیت ملی تجاوز نکرده و به آن لطمه نزنند به فعالیتهای رسانه ای خود در محدوده جغرافیایی که برای آن اخذ مجوز نموده اند ادامه داده و به کارکردهای رسانه ای خود عمل کنند. این رسانه ها علاوه بر اهداف تأسیس کنندگان آنها با مسئله وحدت ملی و عدم تجاوز به حاکمیت ملی روبه رو هستند که التزام خود را به این مسئله با گذراندن شرایط و مراحل اخذ مجوز نشان داده اند.

واژه رسانه محلی خود بیان کننده دو مفهوم درمورد نشریات محلی است از یک سو «رسانه» بودن آنهاست که ادامه حیات و بقای آنها را منوط می کند به اینکه به کارکردهایشان به عنوان رسانه عمل کنند و از سوی دیگر «محلی» بودن آنهاست که آنها را در کنار محدوده های جغرافیایی دیگری «ملی» و «بین المللی» قرار می دهد.

«رسانه ای بودن و محلی بودن» نشریات محلی مسائلی هستند که تعیین کننده بسیاری از شاخصهای خواهد بود که این رسانه ها باید در عمل به کارکردهایشان مورد توجه قرار دهند. نشریات محلی باید به عنوان یک رسانه کارکردهای همبستگی، نظارت، آموزش و تفریح و سرگرمی (سورین و تانکارت) عمل کنند از سوی دیگر فعالیت آنها به عنوان رسانه محلی می طلبد که بیشتر به رویدادها و واقعیتهای بپردازند که در محدوده جغرافیایی محل فعالیتشان قرار دارد و آنها را برجسته سازند به عبارت دیگر این نشریات باید در موضوعات و حوزه های مورد فعالیتشان به اعمال کارکرد محلی بپردازند و در عمل به کارکردهایشان به عنوان یک رسانه، موضوعات و رویدادهای محلی را برجسته سازند. این نشریان ضمن فعالیت تحت قوانین و مقررات حاکم بر نشریات و رسانه های ملی و محلی در کشور تا جایی که به حاکمیت ملی لطمه ای وارد ننموده و محاربه و اقدام علیه امنیت ملی نپردازند می توانند به فعالیت مشغول باشند.

منتشرکنندگان و روزنامه نگاران این نشریات باید علاوه بر رعایت شاخصهای که این نشریات از لحاظ فنی، شکل ارایه و تکنیک های روزنامه نگاری داشته باشند خود را با جدیدترین تحولات در این زمینه ها در دنیا هماهنگ سازند (آسیب شناسی) که ناظر بر شاخصهای فنی و تکنیکی آنهاست از سوی دیگر شاخصهای محتوایی را در انتشار این نشریات رعایت نمایند و این شاخص تابع دو ویژگی «محلی» بودن و «رسانه ای» بودن آنهاست بدین معنا که در محتوایی که در این نشریات انعکاس می یابد بیشتر بر جنبه های محلی توجه شود.

استان کردستان یکی از استانهای که نشریات محلی در آن به فعالیت می پردازند نشریاتی که از سوی گروههای مختلف و با اهداف متفاوت در این محدوده جغرافیایی به فعالیت مشغول هستند در استان کردستان نیز مانند سایر استانهای کشور نشریات محلی متنوع و متفاوتی در حوزه های مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره به فعالیت می پردازند طوریکه براساس آمار منتشر شده از اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی استان کردستان در سال ۸۵ تعداد ۱۷ نشریه، در سال ۸۶ تعداد ۱۳ نشریه و در سال ۸۸ تعداد ۲۱ نشریه به فعالیت مشغول بوده اند که در شهرهای مختلف این استان و گستره توزیع های متفاوت و در حوزه های مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و منتشر می شوند. اینجاست که سوال اصلی این تحقیق رو می نمایاند که آیا نشریات محلی استان کردستان در مطالبی که منتشر می کنند به شاخصهای نشریات محلی توجه می کنند؟ به عبارت دیگر مطالب منتشر شده در این نشریات تاچه میزان با شاخصهای نشریات محلی مطابقت دارند؟

۲-۱ اهداف تحقیق