

در گفت‌وگوی استقامت با دکتر فرقانی استاد ارتباطات و روزنامه‌نگاری مطرح شد

بحران مخاطب در مطبوعات محلی

مطبوعات محلی ظرفیت‌های ناشناخته را کشف کنند

اسما پورزنگی آبادی

دکتر محمد مهدی فرقانی برای خبرنگاران و روزنامه‌نگاران نام و چهره‌ای آشناست. او طی سال‌های متمادی شاگردان زیادی را پرورش داده است؛ هم با تدریس در دانشگاه علامه طباطبائی و هم با انتشار کتاب‌ها و مقالات متعدد. او همچنین از جمله متخصصان حوزه ارتباطات و روزنامه‌نگاری است که اگرچه پایتخت‌نشین است اما در حوزه مطبوعات محلی دغدغه دارد و مسائل آن را رصد می‌کند.

در آستانه‌ی روز خبرنگار و در حالی که مطبوعات به‌ویژه مطبوعات محلی مستقل این روزها در برابر تندبادهای اقتصادی در حال کمر خم کردن هستند؛ با او تلفتی گفت‌وگو کردم که در ادامه می‌آید:

آقای دکتر! پیش از آن‌که به چالش‌ها و راهکارها بپردازیم از شما می‌خواهم یکبار دیگر نقش و جایگاه مطبوعات محلی را یادآوری کنید. در گذشته در این‌باره زیاد صحبت شده است اما اکنون و در شرایط فعلی این مطبوعات چه جایگاه و نقشی ایفا می‌کنند؟

ببینید آنچه در گذشته درباره‌ی نقش مطبوعات محلی گفته می‌شد امروز با توجه به تحولات ارتباطی که به وجود آمده دستخوش تغییر و تحول شده است؛ به این معنا که در گذشته مردم محلی رادیو یا تلویزیون داشتند و قبل از آن، همین راه هم در اختیار نداشتند و این مطبوعات محلی بودند که پوشش اخبار محلی را برای آن‌ها انجام می‌دادند و یکی از منابع مهم کسب اطلاعات و آگاهی در منطقه‌ی سکونت‌شان بودند. در عین حال، مطبوعات محلی این امکان را فراهم می‌کردند که؛ ظرفیت‌های کارشناسی و نخبگی محلی شناخته شوند و به میدان بحث و اظهارنظر کشیده شوند و به مدیریت بهتر منطقه‌ی خودشان کمک کنند. این نقش گرچه از بین رفته اما دستخوش تحولاتی شده است. امروز حتی کوچک‌ترین رویدادهای محلی از آتش‌سوزی یک منطقه جنگلی تا آلودگی محیط زیست و

بیکاری کارگران یا هر اتفاق کوچک محلی دیگر نه تنها ملی بلکه به مدد تلفن‌های همراه هوشمند و اپلیکشن یا نرم‌افزارها، جهانی می‌شود و انتشار اخبار و دسترسی به آن در قالب صوت و متن و تصویر امکان‌پذیر شده است. می‌خواهم بگویم نقش مطبوعات محلی با توجه به کارکرد این تکنولوژی‌ها دستخوش تغییر شده و حالا دیگر مطبوعات محلی باید به دنبال حوزه‌ها، منابع و ظرفیت‌هایی باشند که در شبکه‌های مجازی به‌طور روزمره منتشر نمی‌شود. درست است که باید اخبار محلی را پوشش دهند اما باید نگاه توسعه‌ای به منطقه‌ی خود و همچنین کارکرد روزنامه و نشریه‌ی تحت مدیریت خود داشته باشند به این معنا که عمیق‌تر، هم به مسائل و نیازها و هم به راه‌حل‌ها بیاندیشند و آن‌ها را پوشش دهند؛ این، نیازمند دانش و بینش و دانستن اصول و قواعد روزنامه‌نگاری حرفه‌ای است. یک مصاحبه با یک مسئول محلی ضمن این که تولید خبر محسوب می‌شود اما دیگر برای ایجاد جاذبه برای مطبوعات محلی کفایت نمی‌کند و باید ظرفیت‌های ناشناخته و امکانات محلی را، جستجو و کشف کنند و این را پیش‌روی مسئولان و تصمیم‌گیران بگذارند و کمک کنند آن‌ها آگاهانه‌تر به مسائل استان رسیدگی کنند.

مطبوعات محلی با چالش‌های متعددی روبه‌رو هستند. اگر قرار باشد ارزیابی داشته باشید؛ هم‌اکنون عمده‌ی این مشکلات را چه می‌دانید؟

معمولا دو چالش عمده نه تنها سر راه مطبوعات محلی بلکه سراسری و حتی بین‌المللی وجود دارد. اولین آن، چالش اقتصادی است؛ یعنی اقتصاد رسانه‌ها و مطبوعات، به‌هر حال این، یک واقعیت است که مطبوعات امروز صنعت پرهزینه‌ای هستند و تامین مالی آن‌ها به وسیله‌ی سرمایه‌ی شخصی کاری دشوار است و اگر این سرمایه به اندازه‌ی کافی وجود نداشته باشد خطر به انحراف کشیده شدن و به نوعی زد و بند و تبتانی یا منابع خبری وجود دارد که این آسیبی است که همه‌ی مطبوعات به ویژه



مطبوعات محلی با آن روبه‌رو هستند. بحران دوم؛ بحران مخاطب است. به‌ویژه با تغییرات نسلی‌ای که امروز به وجود آمده و گرایش جوانان و مهاجرت بخش اعظم آن‌ها به فضای مجازی موجب شده است تا همه‌ی مطبوعات به‌ویژه محلی‌ها با بحران مخاطب روبه‌رو بشوند. مخاطبان سنتی مطبوعات ما، امروز به کاربران فضای مجازی تبدیل شده‌اند و بیش‌تر اخبار و اطلاعات خود را از آن طریق یا کسب می‌کنند و یا با دیگران به اشتراک می‌گذارند البته این، فرصت‌های تازه‌ای را فراهم کرده که شهرها و مناطق مختلف کشور و حتی مناطق دور افتاده از آنزوا و تک‌افتادگی خارج شوند و در منظر دید عمومی قرار بگیرند. ولی وقتی مطبوعات، مخاطب نداشته باشند؛ تاثیر و قدرت و نفوذ خود را از دست داده و تامین مالی آن‌ها هم دشوارتر شده و در نتیجه با بحران روبه‌رو می‌شوند. یکی از راه‌حل‌ها می‌تواند این باشد که مطبوعات محلی به موازات انتشار نسخه‌ی کاغذی که طبعاً با تیراژ محدودی صورت می‌گیرد، حضور و فعالیت خود را در فضای مجازی هم تقویت کنند و هیچ‌وقت به دنبال زد و بند یا منابع خبری یا حامیان مالی که از آن‌ها انتظارات غیرحرفه‌ای دارند نباشند.

هم می‌کند و در عین حال نمی‌توانند نیروهای متخصصی که احیاناً در سطح استان وجود دارند را جذب کنند. این‌ها بحران‌هایی است که در قدیم نیز مطبوعات محلی با آن مواجه بوده‌اند اما اکنون با کوچ مخاطبان به‌ویژه بخش عمده‌ی جمعیت جوان به فضای مجازی، این بحران برای مطبوعات به‌ویژه محلی‌ها جدی‌تر شده است.

حالا دولت چه باید بکند؟ همان پارانه دادن را ادامه دهد یا راه‌های دیگری نیز برای تقویت بنیه‌ی اقتصادی مطبوعات محلی هم وجود دارد؟

ببینید؛ انتشار مطبوعات یک فعالیت فرهنگی و توسعه‌ای است و دولت باید به عنوان سرمایه‌گذاری در زمینه‌ی کمک به مطبوعات و اعطای یارانه‌ها اقدام کند البته نظام پرداخت یارانه را باید به‌گونه‌ای اصلاح کند که باعث فساد نشود.

ولی به هر حال، دولت قادر نیست همه‌ی هزینه‌های مطبوعات را در درازمدت پوشش دهد و باید خود این مطبوعات، به‌دنبال یافتن راه‌های کسب درآمد باشند منتها باید از لحاظ ساختار و مدیریت، آن قدر قوی باشند که از پس مدیریت تحولات ب‌آیند.

به فقر نیروی انسانی متخصص در مطبوعات محلی اشاره کردید؛ این، یک چالش جدی است. در کرمان اما هر زمان به این مسئله پرداخته شده؛ عده‌ای از مقامات به‌عنوان وعده وعید، بحث ایجاد دانشکده خبر را مطرح می‌کنند. می‌خواهم نظر شما را در این‌باره بدانم. آیا این، بهترین راهکار است؟

الزاماً این‌طور نیست که اگر دانشکده خبر باشد، مشکل حل می‌شود. اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری را با دوره‌های کوتاه‌مدت و فشرده‌ی آموزشی هم می‌توان انجام داد و نیازهای تخصصی مطبوعات محلی را تامین کرد. اما سوال اساسی این است؛ آیا مطبوعات محلی از لحاظ بنیه‌ی اقتصادی این توانایی را دارند که اگر نیرویی آموزش دید و تخصص داشت، او را جذب کنند؟ امکان تامین مالی آن‌ها

را حتی در سطح حداقلی دارند؟ به نظر نمی‌رسد در حال حاضر، مطبوعات محلی ما، این توانایی و امکان را داشته باشند. مسئله این نیست که فقط با آموزش مشکل حل شود. اگر آموزش باشد و بنیه‌ی اقتصادی مطبوعات محلی تقویت شود و در عین حال، نگاه استراتژیک مدیران مطبوعات محلی هم اجازه دهد این نیروها به کار گرفته شوند و حداقل معیشت آن‌ها را تامین کنند؛ در این‌صورت می‌توان به توسعه‌ی مطبوعات محلی امید داشت.

پرسش آخر این‌که؛ هرگاه از مشکلات و چالش‌ها صحبت می‌کنیم؛ برای حل آن از نقش و تاثیر تشکل‌ها و نهادهای صنفی گفته می‌شود. الان در خیلی از استان‌های کشور از جمله کرمان؛ خانه‌مطبوعات شکل گرفته است اما آقای دکتر؛ می‌بینیم که این خانه‌ها به شعبه‌ای از وزارت ارشاد تبدیل شده و برخی امورات وزارت‌خانه‌ای را انجام می‌دهند. با این وضعیت چه باید کرد؟

وقتی صحبت از تشکل‌های صنفی می‌شود یعنی تشکل‌های غیردولتی، یعنی تشکل‌هایی که توسط اعضای خود صنف و بدون دخالت دولت شکل بگیرند و بتوانند چند کارکرد عمده داشته باشند؛ اول؛ حمایت از حقوق حرفه‌ای اعضا، دوم؛ حمایت از وضع معیشت اعضا، سوم؛ حمایت با پاسداری از آزادی مطبوعات و چهارم نظارت بر اجرای اخلاق حرفه‌ای در بین روزنامه‌نگاران یعنی نظارت بر عملکرد اعضای صنف تا آنجا که اگر دچار تخلف و تخطی شدند برخورد انضباطی انجام دهند.

من هم موافقم که خانه‌های مطبوعات، شعبه‌ای از اداره کل ارشاد استان و وزارت ارشاد نشوند، چون با این وضعیت، خانه‌های مطبوعات نمی‌توانند در گام نهایی عملکرد یک تشکل صنفی برآمده از اعضای صنف را داشته باشند. بنابراین باید تشکل‌های واقعی صنفی تشکیل شود؛ اما برای این منظور، باید صنف قوی داشته باشیم و این صنف قوی، به‌ویژه در استان‌ها به نظر نمی‌رسد از لحاظ کمی و کیفی به قوام رسیده باشد.

آگهی ابلاغ اوراق مالیاتی

مودیان محترم مالیاتی مشروحه ذیل: در اجرای ماده ۲۰۸ قانون مالیات‌های مستقیم بدین وسیله اوراق مالیاتی ذیل ابلاغ می‌گردد. بدیهی است حسب مقررات ماده ۲۳۸ قانون مالیات‌های مستقیم، مودیان ردیف ۱ تا ۳۴ اگر نسبت به مندرجات برگ تشخیص ابلاغی به شرح ذیل معترض می‌باشند ظرف سی روز از تاریخ درج آگهی اعتراض کتبی به خود را به آدرس کرمان - خیابان قدس - اداره کل امور مالیاتی استان کرمان - ۱۸۱۶ شماره اقدام خواهد شد.

تماس: ۳۱۲۲۴۳۰۷ تسلیم نمایند و مودی ردیف ۳۵ تا ۴۳ چنانچه نسبت به مندرجات رای هیات حل اختلاف مالیاتی اعتراض دارند ظرف بیست روز از تاریخ درج در آگهی اعتراض کتبی به خود را به آدرس کرمان - خیابان قدس - اداره کل امور مالیاتی استان کرمان - اداره امور مالیاتی ۱۸۰۹ - شماره تماس: ۳۱۲۲۴۳۲۲ تسلیم نمایند در غیر این صورت اوراق ابلاغ شده قطعی و برابر مقررات اقدام خواهد شد.

ردیف	نام و نام خانوادگی مودی	فعالیت	کلاس	شماره ملی	سال عملکرد	برگ ابلاغی	مالیات (ریال)
۱	حسین خنجری احمدی	آهن آلات	۲۲۰۳	۳۰۹۱۴۷۱۵۴۴	۱۳۹۵	برگ تشخیص	۲/۰۷۱/۷۷۴
۲	محمدرضا هاشمی نژاد	آهن آلات	۲۱۷۶	۳۰۳۱۲۸۲۲۶۴	۱۳۹۵	برگ تشخیص	۵۶/۷۹۵/۰۲۰
۳	علی غفور	کامپیوتری	۲۱۳۷	۲۹۹۲۴۷۵۲۹۷	۱۳۹۵	برگ تشخیص	۱۸/۲۲۸/۲۸۰
۴	مهندس آقا پور	آهن آلات	۱۰۰۳	۹۱۸۱۶۷۰۲۴۰	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۹/۶۸۱/۲۳۲
۵	آهن حسینی	آهن آلات	۱۰۰۲	۹۱۸۱۶۷۰۲۳۸	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۲/۸۶۶/۹۰۵
۶	امین بختیاری	آهن آلات	۱۰۰۱	۹۱۸۱۶۷۰۲۳۹	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۳/۴۵۸/۱۵۴
۷	روزبه نصیری	آهن آلات	۱۰۰۰	۹۱۸۱۶۷۰۲۳۶	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۱۶/۱۶۶/۶۶۱
۸	کرم اله بخشی	آهن آلات	۹۹۹	۹۱۸۱۶۷۰۲۳۷	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۴/۵۳۱/۶۸۸
۹	محمدعلی بیات	آهن آلات	۹۹۸	۳۹۹۲۳۶۰۷۳۳	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۹۹/۶۰۳/۸۳۶
۱۰	احسان احمدی	آهن آلات	۹۹۷	۳۱۲۰۰۳۲۳۳۶	۱۳۹۴	برگ تشخیص	۳/۳۶۳/۱۹۵
۱۱	حسام احمدی نژاد	آهن آلات	۹۹۶	۲۹۹۳۸۹۱۵۶۱	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۳/۳۱۰/۴۰۵
۱۲	علی بهدادی	آهن آلات	۹۹۵	۳۱۸۹۶۷۹۵۷۶	۱۳۹۲	برگ تشخیص	۱۰۳/۶۸۵/۶۰۰
۱۳	حسین حسین هاشمی	آهن آلات	۹۹۴	۳۱۳۱۲۲۰۶۱۹	۱۳۹۵	برگ تشخیص	۳۳/۶۶۸/۹۶۵
۱۴	علی خروش	آهن آلات	۹۹۳	۵۳۶۹۸۶۱۶۵۱	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۱۰/۱۶۳/۸۰۷
۱۵	نعمت ریانی	آهن آلات	۹۹۲	۲۹۹۲۲۶۳۴۸۶	۱۳۹۲	برگ تشخیص	۴/۳۹۲/۷۵۰
۱۶	سما هروری زاده	آهن آلات	۹۹۱	۴۴۳۲۸۲۵۹۱	۱۳۹۳	برگ تشخیص	۴/۲۷۶/۶۰۰
۱۷	سارا شافعی	آهن آلات	۹۹۰	۲۹۹۲۷۷۴۷۲۲	۱۳۹۲	برگ تشخیص	۴/۱۷۱/۰۰۰
۱۸	جواد شهلی بر	آهن آلات	۹۸۹	۶۸۲۰۰۱۸۹۰۸	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۴/۳۴۹/۶۳۴
۱۹	هادی عاقلی زاده	آهن آلات	۹۸۸	۲۹۹۲۷۳۰۸۱۵	۱۳۹۳	برگ تشخیص	۴۹/۸۶۸/۶۰۰
۲۰	وحید عبدالله پور	آهن آلات	۹۸۷	۳۰۷۱۱۴۴۳۱۸	۱۳۹۴	برگ تشخیص	۳/۷۵۹/۱۸۰
۲۱	عباس عظیمی	آهن آلات	۹۸۶	۰۰۵۶۷۹۵۰۲۵	۱۳۹۳	برگ تشخیص	۲۶/۶۰۴/۰۱۰
۲۲	بیژن محمدی	آهن آلات	۹۸۵	۳۵۵۹۶۳۰۶۶۱۲	۱۳۹۵	برگ تشخیص	۱۹/۴۲۹/۴۸۰

ردیف	نام و نام خانوادگی مودی	فعالیت	کلاس	شماره ملی	سال عملکرد	برگ ابلاغی	مالیات (ریال)
۲۳	محمد محمدی امیس	آهن آلات	۹۸۴	۳۰۳۰۸۰۸۹۹۸	۱۳۹۳	برگ تشخیص	۱۳/۳۵۹/۲۰۰
۲۴	محمد حسنی کاخ	آهن آلات	۹۸۳	۳۰۵۱۱۲۹۰۵۴	۱۳۹۴	برگ تشخیص	۴۲/۷۵۰/۸۹۰
۲۵	امین کورچکی	آهن آلات	۹۸۲	۳۱۶۰۹۵۸۰۹۴	۱۳۹۴	برگ تشخیص	۳/۴۳۱/۸۴۰
۲۶	آهن خجسته	آهن آلات	۹۵۸	۹۱۸۱۶۷۰۲۱۲	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۱۵/۸۷۴/۳۲۶
۲۷	آهن میرزایی	آهن آلات	۹۴۸	۹۱۸۱۶۷۰۲۰۲	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۶۳/۹۶۳/۸۸۳
۲۸	آهن قلندر	آهن آلات	۹۴۳	۹۱۸۱۶۷۰۱۹۷	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۴/۹۹۶/۸۸۵
۲۹	آهن اتحاد	آهن آلات	۹۱۷	۹۱۸۱۶۷۰۱۷۱	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۲۶/۶۰۵/۷۶۷
۳۰	آهن میرزایی	آهن آلات	۹۱۵	۹۱۸۱۶۷۰۱۶۹	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۳/۱۳۹/۹۵۵
۳۱	رحیم حدیدی نژاد	آهن آلات	۹۱۴	۹۱۸۱۶۷۰۱۶۸	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۳/۵۷۵/۴۳۲
۳۲	آهن داریوش	آهن آلات	۹۰۵	۹۱۸۱۶۷۰۱۵۹	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۳/۲۵۰/۳۵۷
۳۳	محمدحسینی اختیارآبادی	آهن آلات	۳۴۹	۲۹۹۳۴۶۶۷۰۴	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۸/۷۴۱/۹۰۶
۳۴	پیمان میرزانی	آهن آلات	۳۴۷	۱۲۸۴۶۴۸۵۸	۱۳۹۱	برگ تشخیص	۱۲/۸۳۷/۱۲۰
۳۵	شرکت رواق گستر کرمان	پیمانکاری	۱۲۷۸	۱۰۶۳۰۱۶۵۹۸۹	۱۳۹۴	رای بدوی هیئت حل اختلاف مالیاتی	۲/۴۲۵/۰۰۰/۰۰۰
۳۶	شرکت رواق گستر کرمان	پیمانکاری	۱۲۷۸	۱۰۶۳۰۱۶۵۹۸۹	۱۳۹۴	رای بدوی هیئت حل اختلاف مالیاتی	۷۰/۰۰۰/۰۰۰
۳۷	شرکت رواق گستر کرمان	پیمانکاری	۱۲۷۸	۱۰۶۳۰۱۶۵۹۸۹	۱۳۹۴	رای بدوی هیئت حل اختلاف مالیاتی	۱۱۵/۰۰۰/۰۰۰
۳۸	شرکت رواق گستر کرمان	پیمانکاری	۱۲۷۸	۱۰۶۳۰۱۶۵۹۸۹	۱۳۹۳	رای بدوی هیئت حل اختلاف مالیاتی	۲/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۳۹	شرکت رواق گستر کرمان	پیمانکاری	۱۲۷۸	۱۰۶۳۰۱۶۵۹۸۹	۱۳۹۳	رای بدوی هیئت حل اختلاف مالیاتی	۶۰/۰۰۰/۰۰۰
۴۰	شرکت رواق گستر کرمان	پیمانکاری	۱۲۷۸	۱۰۶۳۰۱۶۵۹۸۹	۱۳۹۳	رای بدوی هیئت حل اختلاف مالیاتی	۹۶/۶۰۰/۰۰۰
۴۱	شرکت رواق گستر کرمان	پیمانکاری	۱۲۷۸	۱۰۶۳۰۱۶۵۹۸۹	۱۳۹۲	رای بدوی هیئت حل اختلاف مالیاتی	۱/۹۸۲/۵۰۰/۰۰۰
۴۲	شرکت رواق گستر کرمان	پیمانکاری	۱۲۷۸	۱۰۶۳۰۱۶۵۹۸۹	۱۳۹۲	رای بدوی هیئت حل اختلاف مالیاتی	۴۰/۰۰۰/۰۰۰
۴۳	شرکت رواق گستر کرمان	پیمانکاری	۱۲۷۸	۱۰۶۳۰۱۶۵۹۸۹	۱۳۹۲	رای بدوی هیئت حل اختلاف مالیاتی	۶۵/۵۹۶/۰۰۰

م الف ۲۱۸۳۰۲ روابط عمومی اداره کل امور مالیاتی استان کرمان