گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۴۵۳۷۵۹
دوشنبه ۱۲ مهر ۱۴۰۰ ۹:۵۹

بررسی نتایج یک نظرسنجی در گفت‌وگو با استادان و کارشناسان ارتباطات؛

دلایل شکست صداوسیما در مقابل نفوذ شبکه های اجتماعی

سه استاد و کارشناس ارتباطات و فضای مجازی، دسترسی به اطلاعات بدون گزینش و سانسور، انتخاب آزادِ خبرها به دست کاربر، گسترش زیرساخت‌های اینترنتی و ... را از دلیل‌های استقبال بیشتر مردم به فضای مجازی برای کسب خبر می‌دانند. آن‌ها در مقابل، پخش گزینشی خبرها به دست صداوسیما بدون در نظر گرفتن نیاز مخاطب، منعطف نبودن این رسانه و به‌روز نبودن آن را، مسبب فراری دادن مخاطب معرفی می‌کنند.

به گزارش خبرنگاران گروه جامعه گزارش خبر، شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی، علاوه بر ایجاد تفریح و سرگرمی، وظیفه خبر رسانی را هم برعهده دارند. صدا و سیما، بیش از ۲۰ شبکه سراسری دارد که در این میان، شبکه خبر، به طور تمام وقت، وظیفه خبر رسانی را برعهده دارد و دیگر شبکه‌های تلویزیون نیز در بازه‌های زمانی متعدد، اخبار پخش می‌کنند.

با وجود رایگان بودن، فراگیری و در دسترس بودن شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی در سراسر ایران، انتظار می‌رفت و می‌رود که صدا و سیما در اطلاع‌رسانی اخبار، موفق‌تر از دیگر رسانه‌ها عمل کند؛ ولی در عمل نه تنها این اتفاق رخ نداده، بلکه با پیشرفت تکنولوژی، صداوسیما در حال باختن قافیه به فضای مجازی است. طبق آخرین نظرسنجی که ایسپا منتشر کرده است، صدا وسیما نه تنها نتوانسته رقابت مثبت و پیروزمندانه‌ای با فضای مجازی داشته باشد، بلکه در دوسال و نیم گذشته، درصد مخاطبانی که اخبار را از صداوسیما دنبال می‌کنند، از ۵۷.۷ درصد به ۴۲.۱ درصد کاهش یافته است.

در همین بازه زمانی، درصد افرادی که اخبار را از طریق فضای مجازی دنبال می‌کنند، از ۲۶.۱ درصد به ۴۱.۴ درصد رسیده است. این آمار نشان می‌دهد که مخاطبان تلویزیون در زمینه پیگیری اخبار با ۱۵.۶ درصد کاهش مواجه بوده است، در حالی که ۱۵.۳ درصد به مخاطبان فضای مجازی برای پیگیری اخبار اضافه شده است.

در واقع نظرسنجی ایسپا نشان می‌دهد که همان ۱۵ درصد از مخاطبانی که دیگر برای شنیدن اخبار سراغ صدا و سیما نمی‌روند، به سمت فضای مجازی حرکت کرده‌اند؛ فضایی که در ایران با مشکلات زیادی از جمله فیلترینگ، هزینه بالای اینترنت، ضعیف بودن پهنای باند و... همراه است؛ اما چه چیزی باعث شده تا مخاطبان، تلویزیون و رادیویی را که رایگان است، فراگیری زیادی دارد و به راحتی در دسترس است، کنار بگذارند، خودشان را به دردسر بیندازند و اخبار را در فضای مجازی دنبال کنند؟

این موضوع را با سه کارشناس مطرح کردیم تا هریک ماجرا را از زاویه دید خود بررسی کنند و توضیح دهند که چرا فضای مجازی در حال پیشرفت است و در حال پشت سر گذاشتن صداوسیما در عرصه خبررسانی است.

ملاک مردم، کیفیت است نه میزان هزینه

نیما امیرشکاری، کارشناس فناوری اطلاعات معتقد است که دردسترس بودن اطلاعات در هر بازه زمانی که مخاطب اراده کند، یکی از دلایلی است که مخاطبان فضای مجازی را به برنامه‌های تلویزیونی ترجیح می‌دهند.

امیر شکاری درباره میزان دسترسی به اطلاعات در شبکه مجازی گفت: «ممکن است تکنولوژی‌های جدید هزینه‌بر باشند اما مهم‌ترین تفاوت آن‌ها این است که در هر زمانی که اراده می‌کنیم به آن‌ها دسترسی داریم؛ یعنی مخاطب آن زمان که اراده می‌کند، می‌تواند اخبار را پیگیری کند نه مانند صداوسیما که راس یک ساعت مشخص اخبار را پخش می‌کند. این موضوع به قدری مهم است که نه تنها در شبکه اطلاع رسانی تاثیر گذاشته بلکه در تفریح و تماشای فیلم هم اثرگذار بوده است.»

او ادامه داد: «یکی از دلایل دیگر تمایل مخاطبان به پیگیری اخبار از طریق فضای مجازی این است که امکان دارد محتوا و میزان جذابیت برنامه‌هایی که صدا و سیما برای ما انتخاب می‌کند با آن چیزی که خودمان انتخاب می‌کنیم متفاوت باشد. نکته بعدی این‌که در شبکه مجازی، نه تنها دسترسی آزادتری به اطلاعات وجود دارد بلکه بر اساس دسته بندی‌ها نوع محتوا را هم خودمان انتخاب می‌کنیم.»

امیرشکاری: درست است که وضعیت استفاده از اینترنت کمی دشوار و گران است، اما چون محصول خوب و با کیفیتی ارائه می‌دهد، هزینه‌های آن چندان مورد توجه قرار نمی‌گیرد.

او درباره تمایل افراد به استفاده از تکنولوژی گفت: «هنوز هم افرادی هستند که تمایل دارند موسیقی را از روی سی دی گوش کنند در حالی که هر روز تعداد افراد بیشتری مایلند که از ابزار سنتی به سمت ابزار مدرن شنیدن موسیقی حرکت کنند. هر چیزی را که در بستر زمان بررسی می‌کنیم، متوجه می‌شویم که به سمت ابزار مدرن حرکت کرده‌اند.

دو سال و نیم پیش افراد کم‌تری از شبکه‌های مجازی استفاده می‌کردند، همین موضوع در به وجود آمدن این آمار تاثیر گذاشته است. یک منحنی وجود دارد به نام منحنی پذیرش تکنولوژی که وقتی افراد را روی آن نمودار قرار می‌دهیم، متوجه می‌شویم که مخاطبان چند سال بعد از ایجاد تکنولوژی به سمت استفاده از آن حرکت می‌کنند.»

این کارشناس درباره افزایش مخاطبان فضای مجازی در تمام جهان گفت: «نباید این موضوع را نادیده بگیریم که استفاده از فضای مجازی در تمام جهان با سرعت بالایی رخ می‌دهد. درست است که در ایران استفاده از فضای مجازی با مشکلات وسختی‌هایی روبه رو است اما با توجه به این‌که در فضای مجازی هر چیزی را هر طور که می‌خواهیم دنبال می‌کنیم پس اندک هزینه و اندک سختی که متحمل می‌شویم ارزشش را دارد. در واقع ملاک گوش دادن به اخبار و دنبال کردن هر چیزی که آن را دوست داریم، هزینه و پول نیست بلکه بیشتر در دسترس بودن و کیفیت آن ملاک است.»

صداوسیما، رویکردی مردمی ندارد

توسعه زیرساخت‌های اینترنتی یکی از دلایل افزایش استفاده مردم از شبکه‌های مجازی و نحوه خبررسانی تلویزیون، یکی از دلایل کاهش مخاطبان برنامه‌های خبررسانی صداوسیما است.

داوود زارعیان، استاد ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی، درباره افزایش زیرساخت‌های استفاده از اینترنت گفت: «از سال ۱۳۹۷ تا به امروز چند اتفاق مهم در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات رخ داده است که توسعه شبکه تلفن همراه و 4G قابل توجه است. یعنی اگر سال ۹۷ چیزی حدود ۵۵ درصد از جامعه زیر پوشش اینترنت 4G قرار داشتند، اکنون بالای ۹۰ درصد است. بنابراین وضعیت دسترسی مردم نسبت به اینترنت گسترش پیدا کرده است.

نکته دوم این‌که دسترسی به فضای مجازی و اینترنت گسترش پیدا کرده و دلیل آن هم بهبود زیرسازی‌ها است. زیرسازی‌ها بهتر شده، دسترسی‌ها افزایش پیدا کرده و طبیعتا میزان استفاده مردم از اینترنت نیز افزایش پیدا کرده است.»

زارعیان ادامه داد: «دلیل دوم این ماجرا که استفاده از شبکه‌های مجازی افزایش پیدا کرده، این است که فضای مجازی شخصی است و طبیعتاً راحت‌تر از آن استفاده می‌شود. اما یک نکته اساسی‌تر و اجتماعی‌تر در این میان وجود دارد و آن هم این است که در رسانه‌های ملی مانند رادیو و تلویزیون اخبار مورد انتظار و مورد نیاز مردم منتشر نمی‌شود بلکه اخبار مورد انتظار حاکمیت پخش می‌شود. در مقابل، چون در فضای مجازی، دسترسی آزاد به اطلاعات وجود دارد و مردم امکان انتشار اخبار را دارند، بسیاری از اخباری که در رسانه ملی وجود ندارد، در فضای مجازی قابل دسترسی است و پیش‌بینی من این است که در آینده تعداد مخاطبان فضای مجازی بازهم افزایش پیدا یابد.»

در رسانه‌های ملی مانند رادیو و تلویزیون، اخبار مورد نیاز مردم پخش نمی‌شود، بلکه اخبار مورد نیاز حاکمیت روی آنتن می‌رود

او درباره چهار دلیل اصلی کاهش مخاطبان صداوسیما در زمینه پیگیری اخبار گفت: «اگر توسعه زیرساخت‌های اینترنتی را عامل اول بدانیم و شخصی بودن و فردی بودن را عامل دوم؛ باز بودن و آزاد بودن فضای مجازی را به عنوان عامل سوم تلقی می‌کنیم که بسیار مهم و تاثیرگذار است.

حوزه رسانه تلویزیون در یک سری از چهارچوب‌های از پیش تعیین شده قرار دارد و هیچ انعطافی هم در قانون‌گذاری مجدد ندارد، چند خبر وجود دارد و همان‌ها هم باید خوانده شوند. با یک تحلیل محتوایی ساده می‌توان به این نتیجه رسید، مجموعه این عوامل باعث می‌شود که فضای مجازی پر مخاطب‌تر باشد. به عنوان مثال من یکی از افرادی هستم که اخبار تلویزیون را در طول ۲۴ ساعت شبانه‌روز، تنها در دو بخش خبری دنبال می‌کنم اما فضای مجازی را لحظه به لحظه دنبال می‌کنم.»

زارعیان درباره تغییر رویکرد سیاسی صداوسیما گفت: «فکر می‌کنم رویکرد صدا و سیما در دوره اول دولت آقای روحانی مثبت‌تر از دوره دوم بود به همین دلیل برنامه‌های خبررسانی در دوره اول آقای روحانی اخبار دولت را بیشتر پوشش می‌داد؛ اما در دوره دوم مخالفت بیشتری داشت به همین دلیل اخبار منفی بیشتری نشان می‌داد و حالا که دولت تغییر کرده باز هم رویکرد تلویزیون متفاوت شده است صدا و سیما در طول سال‌های اخیر تلاش کرده است با راه‌اندازی شبکه‌های متعدد کانال‌های اطلاع رسانی و تمامی موارد پوشش خود را افزایش دهد اما بازهم فضای مجازی در این زمینه موفق‌تر عمل کرده است و صدا و سیما روزبه‌روز با کاهش مخاطب در زمینه سیاسی مواجه است.»

نمی‌توان به اخبار صداوسیما اعتماد کرد

رضا الفت‌نسب، عضو هیئت مدیره انجمن صنفی کارفرمایی فروشگاه های اینترنتی شهر تهران (کسب کارهای اینترنتی) درباره دلیل کاهش ۱۵ درصدی مخاطبان تلویزیون در زمینه پیگیری اخبار گفت: «مهم‌ترین دلیل مهاجرت ۱۵ درصدی مخاطبان از تلویزیون به فضای مجازی، عدم اعتماد کافی مردم به اخباری است که صداوسیما پخش می‌کند.

نکته بعدی این‌که در شبکه‌های اجتماعی اخبار به صورت کامل‌تر و سریع‌تر قابل دسترسی هستند. این موارد درباره اخبار مطرح می‌شود اما در زمینه سرگرمی هم باید گفت که در چند سال گذشته، صدا و سیما به جز سریال «پایتخت»، برنامه‌ای برای ایجاد تفریح و سرگرمی تولید نکرده است.»

او درباره ناکارآمدی صداوسیما در مدیریت برنامه‌های خود گفت: «مردم در شبکه‌های اجتماعی اخبار را به شدت دنبال می‌کنند البته گاهی اوقات محتوای خیلی مناسبی در شبکه‌های اجتماعی تولید نمی‌شود اما صدا و سیما با مردم کاری کرده است که آنها افکار و نوع نگاه خود را تنزل داده و در شبکه‌های اجتماعی غرق شده‌اند و هر خوراکی که آن‌جا تولید می‌شود را مصرف می‌کنند و متاسفانه همین موضوع در جامعه امروزی ما تاثیر گذاشته است. به طور مثال؛ به جایی رسیده‌ایم که چند نوجوان می‌نشینند و گریه می‌کنند که اگر فلان بازیگر نباشد، ما نیز نیستیم.»

مهم‌ترین دلیل مهاجرت مردم به فضای مجازی، عدم اعتماد به صداوسیما است

الفت‌نسب درباره نحوه غلط فرهنگ‌سازی صداوسیما ادامه داد: «مقصر این موضوع صداوسیما و نهادهایی هستند که بودجه دریافت کردند تا فرهنگسازی انجام دهند اما این کار را به درستی انجام ندادند و نتیجه‌اش شده تغییر ذائقه مخاطب و در تمام این موارد مردم به خاطر عدم اطمینان به سازمان صدا و سیما به سمت شبکه‌های اجتماعی حرکت کردند علاوه بر این موضوع، نگاه‌های یک طرفه و نبود اطلاعات کافی باعث شده است تا مخاطبان صدا و سیما روز به روز کم‌تر شوند. این سازمان با پول بیت‌المال اداره می‌شود اما نمی‌تواند اعتماد همین مردم را به دست آورد.»