گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۴۵۳۸۸۰
چهارشنبه ۲۱ مهر ۱۴۰۰ ۱۱:۴۹

دلایل کاهش تیراژ مطبوعات در ایران

نتایج پژوهشی که به تازگی انجام شده نشان می‌دهد شش دسته علل فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، قانونی، فناورانه و سازمانی در کاهش شمارگان مطبوعات در ایران مؤثرند. در این میان، علل فناورانه و اقتصادی، بیشترین تأثیر را بر کاهش شمارگان مطبوعات در ایران داشته‌اند.

به گزارش خبرنگاران فرهنگ،هنر و رسانه گزارش خبر، یافته‌های نظرسنجی اخیر ایسپا نشان می‌دهد دو دهم درصد پاسخ‌دهندگان اخبار را از روزنامه‌ها می‌خوانند. سایر نظرسنجی‌های انجام شده نیز میزان اقبال مردم به سمت مطبوعات را بسیار کم و اندک توصیف می‌کنند.
مسئله کاهش شمارگان مطبوعات، امروز یکی از مهمترین چالش های روزنامه‌نگاری چاپی است که در ابعاد جهانی؛ به عنوان یک پدیده و چالش نوظهور رخ نمایان کرده است؛ به گونه‌ای که برخی از مطبوعات مهم و شناخته‌شده از آمریکا تا اروپا و آسیا رویکرد چاپ را از دستور کار خود خارج کرده و به انتشار دیجیتال بر بستر اینترنت روی آورده‌اند.
شمارگان مطبوعات، در ایران نیز طی سال های گذشته، همانند سایر نقاط جهان به شدت سیر نزولی داشته است.
تاثیر علل فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، قانونی، فناورانه و سازمانی
این موضوع در پژوهشی با نام «علل کاهش شمارگان مطبوعات در ایران» از دیدگاه استادان روزنامه نگاری و ارتباطات دانشگاه‌های تهران با روش کیفی و مبتنی بر مصاحبه عمیق، مورد مطالعه قرار گرفته است. پژوهش نامبرده شده در قالب مقاله‌ای علمی در فصلنامه رسانه (شماره پیاپی ۱۲۳، تابستان ۱۴۰۰) منتشر شده است. جامعه آماری این پژوهش، شامل دوازده استاد دانشگاهی است که تجربه کار یا مدیریت مطبوعاتی داشته‌اند. نتایج این تحقیق که توسط محمدمهدی فرقانی و محمدامین بنی‌تمیم انجام شده نشان می‌دهد شش دسته علل فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، قانونی، فناورانه و سازمانی در کاهش شمارگان نسخه چاپی مطبوعات مؤثرند؛ که در این میان، علل فناورانه و علل اقتصادی، بیشترین تأثیر را بر کاهش شمارگان مطبوعات در ایران داشته‌اند.
در میان علل مختلف کاهش شمارگان مطبوعات، مصاحبه شوندگان بیشترین تأکید را بر علل فناورانه داشتند.
چند رسانه ای بودن محتوای دیجیتال، فراگیر شدن استفاده از تلفن همراه هوشمند، توسعه روزنامه نگاری برخط و انتشار نسخه‌های دیجیتال و رایگان مطبوعات در فضای وب، تنوع و تکثر منابع دیجیتال و سرعت و آسانی دسترسی به منابع دیجیتال جزو این علل محسوب می‌شوند.
عدم تولید محتوای متناسب با نیاز مخاطبان
در زمینه علل سازمانی کاهش شمارگان مطبوعات، محققان به ضعف در توزیع مطبوعات و در دسترس نبودن، عدم شایسته سالاری در انتخاب مدیران مطبوعات، استفاده از روزنامه‌نگاران کم تجربه و غیر متخصص و عدم تولید محتوای متناسب با نیاز مخاطبان اشاره داشته‌اند.
از میان علل سازمانی، مقوله عدم تولید محتوای متناسب با نیازهای مخاطبان نیز، بیشترین تأکید را به همراه داشته است. بدان معنا که مطبوعات توجهی به نیازهای مخاطبان خود ندارند و محتواهایی که تولید می کنند مبتنی بر نیازهای مخاطبان نیست، بلکه بر اساس سیاستگذاری های رسانه ای آن هاست. به عبارت دیگر مدل تعاملی مخاطبان با مطبوعات، مبتنی بر نظریه و مدل استفاده و رضامندی نیست و محتوای تولید شده توسط مطبوعات، رضایت مخاطبان را به همراه ندارد. محتوای منتشرشده توسط مطبوعات، در واقع تابع عوامل درون سازمانی و برون سازمانی آن‌هاست که خط مشی کلی آن ها را تعیین می کند. مطبوعات در واقع، به جای آنکه زبان گویای افکار عمومی باشند، می کوشند تا بیشتر در حوزه تأثیرگذاری بر افکار عمومی و هدایت آن نقش ایفا کنند. در چنین شرایطی، مخاطبان یا افکار عمومی در مواجهه با مطبوعات، تعامل فعالی ندارند.
کاهش سطح اعتماد مردم به رسانه‌ها
مهمترین مقوله‌های مورد تأکید مصاحبه‌شوندگان، در قالب علل سیاسی کاهش شمارگان مطبوعات وابستگی مطبوعات به احزاب، نهادها و چهره‌های سیاسی و کاهش سطح اعتماد مردم به رسانه‌ها هستند.
سانسور و آزادی بیان نیز مهمترین مقوله‌های مطرح با ابعاد قانونی محسوب می‌شوند.
رویکرد جوانان به استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی
در زمینه علل فرهنگی، این پژوهش نشان می‌دهد که جبرگرایی فناورانه و مقوله علاقه نسل جوان به استفاده از فناوری های نوین ارتباطی، بیشترین تأکید را از سوی استادان و صاحبنظران به خود اختصاص داده است. رویکرد جوانان، بزرگترین گروه جمعیتی در کشور ما، به استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی، غیرقابل انکار است و امروز جوانان در گروه های مجازی مبتنی بر شبکه اینترنت حضور فعالی دارند. مصاحبه شوندگان تأکید داشتند که در دسترس بودن فناوری‌های نوین ارتباطی و به طور مشخص تلفن های همراه هوشمند، تبلت ها و رایانه‌های شخصی، همراه با مهارت استفاده از آنها و نیز موضوع هایی همچون ارزان بودن اینترنت، در مقایسه با سایر رسانه‌های چاپی و مطبوعات، به طور مشخص از مهمترین دلیل علاقه‌مندی جوانان به فناوری‌های نوین ارتباطی است. از سوی دیگر فناوری‌های نوین ارتباطی مبتنی بر اینترنت، حجم عظیم و بی‌نهایتی را از اطلاعات و منابع، در مقایسه با روزنامه‌ها و مطبوعات، در اختیار مخاطبان قرار می‌دهند؛ در حالی که مطبوعات حجم اطلاعاتی محدودی را به مخاطب ارائه می‌کنند و همه حوزه‌های علاقه‌مندی جوانان را نیز پوشش نمی‌دهند.
گرانی کاغذ و کاهش آگهی‌ها
مهمترین مقوله‌های مورد تأکید از سوی مصاحبه شوندگان، درباره علل اقتصادی کاهش شمارگان مطبوعات در ایران، گرانی کاغذ، حمایت‌های مالی ضعیف دولتی از مطبوعات و کاهش میزان انتشار آگهی‌ها هستند.
در باب علل اقتصادی، این نکته را باید در نظر گرفت که اگرچه کمبود و گرانی کاغذ یکی از علل اصلی کاهش شمارگان مطبوعات به شمار می‌رود، اما این بدان معنا نیست که در صورت وفور کاغذ و ارزانی آن، فروش مطبوعات افزایش خواهد یافت؛ یا اینکه افزایش حمایت دولتی و آگهی‌ها نیز به معنای افزایش فروش مطبوعات نیست؛ جبران این کمبودها، آمار برگشتی روزنامه‌ها را کم نخواهد کرد. درست است که عوامل اقتصادی مستقیم بر کاهش شمارگان مطبوعات تأثیر داشته، ولی این تأثیر به میزان علل فناورانه تعیین کننده نیست.
نتایج این پژوهش نشان داد که مجموعه ای از علل فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، قانونی، فناورانه و سازمانی بر کاهش شمارگان مطبوعات در ایران

مؤثرند. نمودار ۱ ،مدل توصیفی علل اصلی و فرعی کاهش شمارگان، به دست آمده از یافته های این پژوهش را نشان می‌دهد.

اهمیت دیجیتالی شدن مطبوعات

محققان این پژوهش را با ارائه چند پیشنهاد به پایان رسانده‌اند. آنها حرکت به سوی دیجیتالی شدن مطبوعات را به عنوان یک راه حل ارائه کرده و نوشته‌اند: مطبوعات، چاره‌ای جز حرکت به سوی دیجیتالی شدن ندارند. بهره بردن از فضای سایبری و دیجیتال می تواند هزینه‌های مطبوعات را به شکل چشمگیری کاهش دهد. با حذف هزینه‌های مربوط به تهیه و خرید کاغذ از یک سو، و حذف هزینه‌های بالای چاپ از سوی دیگر، بخش مهمی از بار مالی سازمان های مطبوعاتی از بین می‌رود. انتشار دیجیتال، در مقایسه با چاپ، به مراتب برای مطبوعات، ارزانتر تمام خواهد شد.

لزوم توجه به ژانر روزنامه‌نگاری تحقیقی

در این پژوهش درباره ژانر روزنامه‌نگاری تحقیقی و پژوهشی آمده است: ژانر روزنامه‌نگاری تحقیقی و پژوهشی، می‌بایست در دستور کار جدی مطبوعات قرار بگیرد. از آن رو که عصر روزنامه نگاری خبری و تشریحی به سر آمده، یکی از مهمترین راه کارهایی که می تواند به حیات مطبوعات کمک کند، ایجاد ارزش افزوده محتوایی است. ارائه محتوایی که پرسش ها و مطالبات مخاطبان عمومی را پاسخ و دغدغه‌های مردم را پوشش دهد، پیوند میان مردم و مطبوعات را حفظ و تقویت خواهد کرد.