بادمان

جشن تولد «اعتماد»

#روزنامه زنده است/ سلام بر این مرز پر گهر

۱۶ سال قبل در چنین روزهایی مطبوعات ایران مولودی دیگر داشت که امروز پس از گذر از پیچ و خم‌های بسیار در حال مطالعه صفحه «روزنامه زنده است» آن هستید. روزنامه «اعتماد» در سومین هفته خرداد ۱۳۸۱ بین روزنامه‌هایی که روی کیوسک‌های مطبوعات قرار می‌گرفتند برای خود جایی باز کرد. ۳۱ خرداد ۱۳۸۱ شماره صفر روزنامه منتشر و توزیع شد. سیس در بیست و سومین روز خرداد ۱۳۸۱ با تیتر «سلام بر این مرز پر گهر» با تصویری از دماوند انتشار مستمر خود را آغاز کرد. گرچه در سال‌های آغازین دهه هشتاد هنوز شبکه‌های اجتماعی و گسترده‌اینترنت و سایت‌های خبری همه‌گیر نبود اما قدم گذاشتن به عرصه‌ای که در آن به یکباره ۱۷ روزنامه صبح کشور در یک روز با حکم یک قاضی به محاق توقیف موقت رفتند، کار ساده‌ای نبود. روزنامه «اعتماد» روزهای پایانی دولت سیدمحمد خاتمی را شاهد بود و آرام‌آرام تجربه‌های سیاسی‌اش را با تحمین نماینده‌گان مجلس ششم، انتخابات مجلس هفتم، انتخابات ریاست جمهوری دوره نهم و دهم پیش می‌برد که نخستین کرونه سخت مسیر خود را تجربه کرد. توقف انتشار در ۱۰ اسفند۱۳۸۸ موجب شد روزنامه‌ای که صرفاً از درآمدهای بخش خصوصی اداره می‌شد نخستین گره بر کسب و کاری فرهنگی- اقتصادی را تجربه کند. این توقف ۲ سال به طول انجامید. برای رسانه‌هایی که از بخش خصوصی برآمده‌اند و دخل و خرج‌شان مشخص است، وابستگی به نهاد یا درآمدهای دولتی و ملی ندارند چنین توقفی مهلک است. با این حال با تلاش و پیگیری روزنامه «اعتماد» توانست در ۲۸ خرداد ۱۳۹۰ دوباره حرکت خود را از سر بگیرد. این بار هنوز ۵ ماه از انتشار مجدد سپری نشده بود که در ۲۸ آبان ۱۳۹۰ بار دیگر متوقف شد. این بار اما توقف طولانی نشد و دوماه بعد در ۲۹ دی ۱۳۹۰ روزنامه بار دیگر کار خود را از سر گرفت. آنچه در ایران که تحلیلگران آن را به جامعه کوتاه‌مدت توصیف می‌کنند اهمیت می‌یابد استمرار و پیوستگی است. رفته‌رفته روزنامه اعتماد نیز موخته و بزرگ شده است. در شرایطی که بسیاری از چرخه‌های مالی نامشخص پیرامون‌مان قلل لمس است چرخه اقتصادی روزنامه شفاف و قابل رصد است. از دل همین تجربه فرزند دیگری نیز به میان مطبوعات آمد و «تعادل» نام گرفت. آنچه اینک در آغاز هدهمین سالگرد انتشار روزنامه «اعتماد» اهمیت دارد استمرار و پیوستگی در مسیر مطبوعات مستقل برآمده از بخش خصوصی با تکیه بر چرخه‌های مالی شفاف است. اینکه‌ونه «اعتماد» تلاش می‌کند در کنار مردم و برای مردم گام بردارد و همان گونه که در نخستین شماره رسمی خود تاکید کرد «سلام بر این مرز پر گهر» بر تک‌تک کسانی که در این مرز پر گهر روزگار می‌گذرانند سلامی هر روزه داشته و در کنار آنها باشد.

نگاه

وقتی روزنامه‌ها نیازهای مردم را پاسخ دهند

محمد خدادی

موفقیت اصلی رسانه در هند، تولید اطلاعات متناسب با نیاز مردم است. حدود ۳۰ سال پیش در دوره‌ای که خبرنگار ایرنا در دهلی بودم، وضع مطبوعات هند همین بود الان هم همین شرایط ادامه دارد. در روزنامه اطلاعاتی را خوانده می‌دید که بیرون به آن دسترسی نداشت نمی‌دانست. همچنین اطلاعاتی را از طریق روزنامه‌ها دریافت می‌کردید که متفاوت بود و «NEWS» بود؛ یعنی در واقع شما اطلاعات می‌گرفتید نه نظرات افراد و Facts and figures را در حقیقت آمار و اطلاعات در روزنامه‌ها موج می‌زد. چرا در هند فقط دو روزنامه‌ها تعطیل هستند و بقیه سال روزنامه‌ها منتشر می‌شوند؟ چون متناسب با نیاز مردم است. یعنی آنچه مردم نمی‌دانند را در روزنامه به آنها می‌گویند. نه آنچه می‌دانند را دوباره تکرار کنند. نکته دوم کارکرد تخصصی روزنامه‌ها بود. روزنامه‌ها علاوه بر اینکه به صورت سراسری منتشر می‌شدند local و محلی هم شده بودند. یعنی روزنامه‌ها به موضوعات تخصصی و درعین حال مرتبط با هر شهر و منطقه توجه می‌کردند. منطق هم این بود که متناسب با نیاز مردم روزنامه درمی‌آوردند که متناسب با خواست خودشان. بین سفارش‌دهنده و سفارش‌کننده یعنی کارفرمایی که می‌خواست روزنامه را منتشر کند و کسی که می‌خواست روزنامه را تکثیر تعداد بی‌شمار روزنامه‌ها فکری به حال تعمیق کارکرد رسانه‌ای روزنامه داشته باشیم.

موافق یا مخالف یک جریان و کارکرد تبلیغاتی نداشت بلکه صرفاً اطلاع‌رسانی بود و قضاوت بر عهده خواننده که در ایران چنین چیزی نیست. اولین کاری که باید بکنیم این است که به جای اینکه از تولید به مخاطب برسیم، از مخاطب به اطلاعات برسیم. ببینیم مردم چه می‌خواهند، برای چه می‌خواهند و می‌خواهند چه استفاده‌ای از روزنامه کنند. ما باید از طریق روزنامه‌ها نیازی از مردم را برطرف کنیم. مسائل اینجاست که اگر امروز یک نفر روزنامه نخواند، چه چیزی را از دست می‌دهد؟ این اولین سوال است. مردم اگر احساس کنند که نان نخورند اتفاقی برای‌شان نمی‌افتد خوب قطعا نمی‌روند نان بخرند. اگر مردم احساس نیاز کنند، حالا این نیاز هرچه باشد، به دنبال نیازشان برآورده کردن آن می‌روند. تناثری به نام «دندون طلا» سه بار اکران شد بعد از سه اکران هنوز هم مشتری داشت چون مردم فکر می‌کردند با دیدن این تناثر چیزی نصیب‌شان می‌شود. پس یک تناثر در تناثر شهر هم اگر متناسب با نیاز و ناظفه مردم باشد، می‌تواند مردم را به سمت خود بکشاند. قطعا کسی که کار کارگرانی و نویسندگی آن تناثر را می‌کند خاستگاهی دارد. اما خاستگاه خودش را با نیاز مردم به یک نسبت تطبیقی رسانده است. پس ما هر فرآورده‌ای را اگر متناسب با نیاز مردم تولید کنیم، به خصوص اطلاعات که در همه رگ و پوست مردم جریان دارد و در همه شوئونات زندگی‌شان است. حتما آن کالا خریدار خودش را پیدا می‌کند؛ لذا انتظر می‌رود به جای تکثیر تعداد بی‌شمار روزنامه‌ها فکری به حال تعمیق کارکرد رسانه‌ای روزنامه داشته باشیم.

■ روزنامه اعتماد از بهمن سال گذشته در صفحه‌ای تحت عنوان «روزنامه زنده است» به بررسی وضعیت مطبوعات کاغذی و افت تیراژ آنها در مواجهه با رسانه‌های الکترونیک و شبکه‌های اجتماعی پرداخت. برای همین امروز می‌خواهیم بدانیم مطبوعات هند چگونه توانسته‌اند به نسبت جمعیت تیراژ خود را حفظ کنند. آیا روزنامه‌ها در هند نیز با شبکه‌های اجتماعی وضعیت‌شان نامناسب هند است؟ و آیا شما فکر می‌کنید روزنامه کاغذی واقعا با سرعت تکنولوژی و انتقال اطلاعات زنده می‌ماند؟

مطمئنم کسانی که برای زنده نگه داشتن رسانه‌های چاپی می‌جنگند در نهایت موفق می‌شوند. می‌دانم که مشکل اینجا دیگر هست. تنها به زمان نیاز است.» مدیر مرکز فرهنگی هند در ایران تاکید می‌کند: «هیچگاه روزنامه‌نگاری نکرده است و ۶ سال قبل در مرکز مطالعات هند و ایران فعالیت می‌کرده است. او به آینده روزنامه‌های کاغذی در هند امیدوار است و گرچه کاهش تیراژ در این منجر به در صدر قرار گرفتن هند شده اما معتقد است انتشار روزنامه در هند افت نخواهد داشت. او می‌گوید: تیراژ پایین نمی‌آید. تغییراتی که روزنامه‌ها به طور مرتب در جهت جاذب شدن می‌دهند، از لحاظ محتوا و زبان، تنوع زبانی، نسخه‌های منطقه‌ای و محلی روزنامه‌ها حتی به دور افتاده‌ترین مناطق می‌رسد. روزنامه‌ها در سطوح مختلف مطلب دارند؛ سیاسی، ملی، منطقه‌ای، شهرها و ستون‌هایی برای روستاها. حتی روستاها ستون‌های خود را در روزنامه دارند. به این ترتیب حتی روستاییان دوست دارند روزنامه بخرند تا بیسینند اسم خودشان، دوستان‌شان یا اجدادشان در آن آمده است» می‌گوید: «روزنامه‌ها در هند تیراژ یا کاهش یافته است اما به نظر می‌رسد این شرایط بسیار موقت باشد. چون روزنامه ارزش‌های خودش را دارد. به این دلیل که ۱) اخبار را با جزییات منتشر می‌کند ۲) تعادل خوبی برقرار می‌کند. بر اساس احساسات اخبار را منتشر نمی‌کند ۳) زبان خوبی دارد. روزنامه فقط خبر نیست؛ بلکه زبان خودش را دارد و با رویکرد ایجاد گفت‌وگو با مخاطبان این زبان را انتخاب می‌کند ۴) روزنامه آموزش‌دهنده خوبی است چون مقالات مختلفی را در خود دارد. می‌توان به سرعت به موضوع مورد نظر خود دست یافت. اما در رسانه‌های الکترونیک، در لحظه تنها یک خبر منتشر می‌شود. انتخاب با من نیست، انتخاب با آنهاست. ۵) روزنامه در دست خوانده است و حس مالکیت اخبار را به او می‌دهد. می‌توان آن را کنار گذاشت و دوباره به آن بازگشت یا بردهای از روزنامه را می‌توان سال‌ها نگه داشت. درحالی که رسانه‌های الکترونیک جریان دارند. شما باید در لحظه خبر را دریافت کنید تا آن را از دست ندهید. بنابراین روزنامه چونی چونی گنجینه محسوب می‌شود که می‌توان باید داشت اما رسانه‌های الکترونیک این قابلیت را ندارند. اینها مزایای روزنامه و ضعف‌های رسانه‌های الکترونیک هستند که ما دوباره هر روز آنها را کشف می‌کنیم. به هر حال روزنامه یک قطعه تاریخی است که برای ما می‌ماند. بسیاری از هندی‌ها نخستین روزنامه‌ای را که بعد از استقلال هند در ۱۵ آگوست ۱۹۴۷ منتشر شد، نگه داشته‌اند. این مزایا، اعتبار رسانه‌های چاپی را بازمی‌گردانند و ما به آن برمی‌گردانند.

■ من نسبت به آینده روزنامه بسیار خوش‌بین هستم. روزنامه شخصیتی دارد که هرگز آن را از دست نمی‌دهد. این آمارها که امروز ما را آزار می‌دهد، قرار‌ا وجود نخواهند داشت و مطمئنم که تعداد خوانندگان دوباره بالا می‌رود.

■ در هند مردم علاقه بسیاری به خبر دارند. می‌خواهند بدانند در اطراف‌شان چه می‌گذرد؛ از سوی دیگر با شهر خودشان تماس دارند. خوشبختانه جمعیت زیادی در هند وجود دارد. از سوی دیگر، با افزایش تیراژ روزنامه قیمت آن پایین می‌آید. قیمت روزنامه برای مصرف‌کننده ۲ یا ۳ روپیه است که تقریبا هیچ است. در حالی که قیمت تمام شده روزنامه ۱۰ برابر است. این تفاوت قیمت با آگهی جبران می‌شود. عمده بار اقتصادی روزنامه بر آگهی‌های مختلفی است که در روزنامه منتشر می‌شود. خوانده یا پرداخت ۲ روپیه روزنامه‌های می‌خرد که صفحات زیادی دارد و راضی است.

■ شهر خودشان تا سرآمد شدن خوشبختانه جمعیت زیادی در هند وجود دارد. از سوی دیگر با افزایش تیراژ روزنامه قیمت آن پایین می‌آید. قیمت روزنامه برای مصرف‌کننده ۲ یا ۳ روپیه است که تقریبا هیچ است. در حالی که قیمت تمام شده روزنامه ۱۰ برابر است.

■ وجود زبان‌های مختلف در هند نیز بر تیراژ روزنامه‌ها افزوده است. روزنامه مشابهی که به هندی منتشر می‌شود، به زبان انگلیسی، اردو، پنجابی، بنگالی و... نیز منتشر می‌شود. گاهی افراد تحصیلکرده‌ده‌دو روزنامه می‌خرند که یکی بر اخبار محلی و دیگری بر اخبار ملی متمرکز باشد.

■ براساس آنچه اکونومیست اعلام کرد اینک تیراژ مطبوعات در هند ۲۸۵ میلیون نسخه در روز است و با توجه به کاهش تیراژ روزنامه در ژاپن اینک مطبوعات هند در رتبه نخست دنیا قرار دارند. فارغ از مولفه جمعیت، پرسش این است که آیا قیمت روزنامه در هند مناسب است. درواقع چه رابطه‌ای بین قیمت روزنامه و سطح درآمد مردم وجود دارد؟

در هند مردم علاقه بسیاری به خبر دارند. می‌خواهند بدانند در اطراف‌شان چه می‌گذرد؛ از شهر خودشان تا سرآمد شدن خوشبختانه جمعیت زیادی در هند وجود دارد. از سوی دیگر، با افزایش تیراژ روزنامه قیمت آن پایین می‌آید. قیمت روزنامه برای مصرف‌کننده ۲ یا ۳ روپیه است که تقریبا هیچ است. در حالی که قیمت تمام شده روزنامه ۱۰ برابر است. این تفاوت قیمت با آگهی جبران می‌شود. عمده بار اقتصادی روزنامه بر آگهی‌های مختلفی است که در روزنامه منتشر می‌شود. خوانده یا پرداخت ۲ روپیه روزنامه‌های می‌خرد که صفحات زیادی دارد و راضی است.

■ اینکه مشتری راضی باشد یعنی مخاطب راضی، خیلی خوب است. اما آیا روزنامه‌های هند فقط از همین طریق، یعنی پایین بودن قیمت، مشتری را راضی نگاه می‌دارند؟ ترفندهای دیگر روزنامه‌های هند برای آنکه مخاطب را به خرید روزنامه ترغیب کنند چیست؟

دلیل دیگر بالا بودن تیراژ روزنامه‌ها در هند، نسخه‌های مختلف شهرهای مختلف است. در عین حال که خبرهای بین‌المللی و ملی در روزنامه وجود دارد، اخبار محلی هم هست. مردم علاقه‌مند هستند که بدانند در شهرشان چه می‌گذرد و هر کس برای دیدن آنچه به آن علاقه‌مند است روزنامه را می‌خرد. اینکه مردم اخبار محلی خود را در روزنامه‌های که لوگوی ملی دارند ببینند برای‌شان حس بسیار مطلوبی است و موجب می‌شود احساس کنند شهروندان مهم است. بنابراین، به این دلیل رقابتی مردم روزنامه می‌خرند. این تقریبا شبیه سیستم سیاسی است. همان طور که افراد گمان در سیاست می‌خواهند به همه شهرها و مناطق نفوذ کنند، روزنامه‌ها هم با اخبار محلی منطقه را در کنترل خود می‌آورند. مثلا اگر من در روزنامه سخرانی داشته باشم و روز بعد در روزنامه می‌آید و اطرافیانم روزنامه می‌خرند و بررسی‌ای از آن را نگاه می‌دارند.

تصور کنید که نسخه‌های محلی روزنامه به طور همزمان در ۳۰ نقطه منتشر شود. نخستین صفحه مشابه است اما صفحات دیگر در شهرهای مختلف متفاوت است. وجود زبان‌های مختلف در هند نیز بر تیراژ روزنامه‌ها افزوده است. روزنامه مشابهی که به هندی منتشر می‌شود، به زبان انگلیسی، اردو، پنجابی، بنگالی و... نیز منتشر می‌شود. گاهی افراد تحصیلکرده دو روزنامه می‌خرند که یکی بر اخبار محلی و دیگری بر اخبار ملی متمرکز باشد. با برقراری چنین تعادلی است که تیراژ روزنامه در هند بالاست و این صنعت در هند همچنان شکوفایی خود را حفظ کرده است. آنها به هیچ عنوان ضرر نمی‌دهند. ویژه نامه‌های مختلفی درباره غذا، فرهنگ، مد، کتاب و... منتشر می‌کنند. روزنامه‌های هند امروز در حال انجام وظایفی هستند که قبلا مجله‌ها انجام می‌دادند. به عنوان مثال، تعداد مجله‌های فیلم و ادبیات کاهش یافته است چون هر روزنامه یک صفحه درباره فیلم و یک صفحه درباره ادبیات دارد. من فکر می‌کنم که رسانه‌های چاپی تعادل برقرار می‌کنند و با ایجاد این تغییرات، در حال تثبیت دوباره خود هستند. من رسانه‌ای نیستم. اینها چیزهایی هستند که به من بیشتر یک خواننده درباره صنعت روزنامه‌نگاری می‌دانم. آخر هفته‌ها هم دوره گردانی می‌آیند و به زبان هند «اخبار ردی» را به قیمت ۲۰ روپیه به ارای هر کیلو می‌خرند. بنابراین به هیچ عنوان از خرید روزنامه ضرر نمی‌کنید.

■ یکی از مشکلاتی که در ایران گریبانگیر مطبوعات است بحث توزیع و چگونگی رساندن نسخه روزنامه به مخاطب است. در چه تهران که پایتخت است و چه در شهرستان‌ها. کشور هند توزیع را چگونه برای وسعت دارد. روزنامه‌های هند این تیراژ را چطور به مخاطب می‌رسانند؟ آیا چاپخانه‌های محلی دارند و در هر شهر آنجا چاپ می‌شود؟

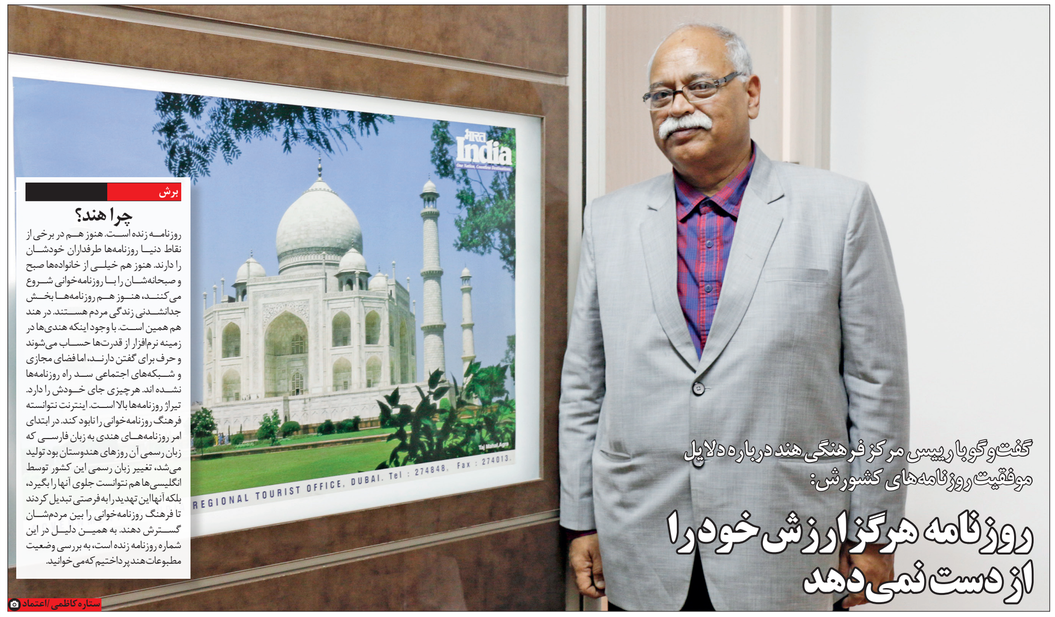
در هند همه شهرها چاپخانه دارند. حتی شهرهای کوچک. بنابراین مشکل توزیع وجود ندارد. هر شب درباره روزنامه تصمیم گرفته می‌شود. اخبار اصلی در فرم اصلی می‌روند و اخبار محلی و ایالتی به آن افزوده می‌شود. از نیمه شب چاپ آغاز می‌شود تا پیش از پایان شب که کامیون‌ها روزنامه‌ها را به مناطق نزدیک منتقل می‌کنند.

■ به این موضوع اشاره کردید که روزنامه‌ها از آگهی ما به‌اتفاق قیمت روی هر نسخه و قیمت تمام شده آن را تامین می‌کنند. آیا دولت هم در این کار دخیل است؟ یعنی آگهی‌های دولتی هم بین روزنامه‌ها توزیع می‌شود؟

توزیع آگهی‌های دولتی به دولتی به روزنامه‌ها بستگی دارد؛ تیراژی که روزنامه‌ها ادعا می‌کنند با نهاد مستقلی به نام انجمن روزنامه‌نگاران تایید می‌شود. روزنامه‌هایی که بیشترین تیراژ را دارند آگهی‌های دولتی بیشتری دریافت می‌کنند. ممکن است آگهی‌های مشابهی به روزنامه‌های مختلف داده شود اما بر اساس تیراژ نرخ آگهی‌ها متفاوت است. دولت موظف است که آگهی‌ها را بین همه روزنامه‌ها توزیع کند. روزنامه‌های با تیراژ کم هم آگهی دولتی دریافت می‌کنند. البته باز هم بستگی به نوع آگهی دارند. مثلا بعضی آگهی‌های مناقصه در سطح ملی باید در روزنامه‌های بزرگ منتشر شود. اما خریدهایی مثل لوازم التحریر مورد نیاز دولت می‌تواند در روزنامه‌های محلی منتشر شوند. دولت آگهی‌هایی هم درباره دستورالعمل‌های ایمنی استفاده از گاز، برق یا حفظ پاکیزگی، توامندی زنان، نحوه استفاده از آب و حفظ محیط زیست منتشر می‌کند. این نوع آگهی‌ها به همه روزنامه‌ها فرستاده می‌شوند. واحدی در دولت وجود دارد که مسوول توزیع عادلانه آگهی میان روزنامه‌هاست. این یکی از روش‌های حمایت دولت از روزنامه‌هاست. در عین حال، آماری مطبوعات باید محترم شمرده شود.

■ اساسا دولت در هند تا چه اندازه در کار یا بر کار مطبوعات نظارت دارد و تا چه اندازه مطبوعات به دولت وابستگی دارند؟

گفت‌وگو



گفت‌وگو با رییس مرکز فرهنگی هند درباره دلایل موفقیت روزنامه‌های کشورش:

روزنامه هرگز ارزش خود را از دست نمی‌دهد

ستاره کاظمی/اعتماد

مریم پاپی

تیراژ روزانه ۲۸۵ میلیون نسخه روزنامه در هند این کشور را در صدر کشورهای دنیا به سبب انتشار و مطالعه روزنامه قرار داده است. به عبارتی اگر جمعیت یک میلیارد و ۲۱۰ میلیون نفری این کشور را از نظر بکدرانیم گویی به ازای هر ۴ نفر یک نسخه روزنامه در هند منتشر می‌شود. همین آمارها سبب شد تا موضوع را با «آب‌های کومار سینک» رییس مرکز فرهنگی هند در ایران درمیان بگذاریم. این تحصیلکرده تاریخ و فرهنگ که ۵۸ سال سن دارد کتابی تحت عنوان «گفت‌وگوی بین تمدن‌ها» تالیف کرده است که در سال ۲۰۰۵ میلادی در ایران به عنوان کتاب سال انتخاب شده است. او از ابتکار روزنامه اعتماد در راه‌انداختن صفحه «سرفصلی تحت عنوان «روزنامه زنده است» در بررسی و تقویت نقاط قوت مطبوعات کاغذی استقبال کرده می‌گوید: «مطمئنم کسانی که برای زنده نگه داشتن رسانه‌های چاپی می‌جنگند در نهایت موفق می‌شوند. می‌دانم که مشکل است اما کارهای مشکل انجام‌پذیر هستند. تنها به زمان نیاز است.» مدیر مرکز فرهنگی هند در ایران البته هیچگاه روزنامه‌نگاری نکرده است و ۶ سال قبل در مرکز مطالعات هند و ایران فعالیت می‌کرده است. او به آینده روزنامه‌های کاغذی در هند امیدوار است و گرچه کاهش تیراژ در این منجر به در صدر قرار گرفتن هند شده اما معتقد است انتشار روزنامه در هند افت نخواهد داشت. او می‌گوید: تیراژ پایین نمی‌آید. تغییراتی که روزنامه‌ها به طور مرتب در جهت جاذب شدن می‌دهند، از لحاظ محتوا و زبان، تنوع زبانی، نسخه‌های منطقه‌ای و محلی روزنامه‌ها حتی به دور افتاده‌ترین مناطق می‌رسد. روزنامه‌ها در سطوح مختلف مطلب دارند؛ سیاسی، ملی، منطقه‌ای، شهرها و ستون‌هایی برای روستاها. حتی روستاها ستون‌های خود را در روزنامه دارند. به این ترتیب حتی روستاییان دوست دارند روزنامه بخرند تا بیسینند اسم خودشان، دوستان‌شان یا اجدادشان در آن آمده است» به این ترتیب روزنامه‌ها همه افراد را درگیر می‌کنند و به دوراندیشی‌ترین نقاط می‌رسند. بنابراین فکر نمی‌کنم که تیراژ پایین بیاید. روزنامه‌ها به طور بسیار علمی به مخاطبان دست پیدا می‌کنند. مراکز پژوهشی بازاریابی وجود دارد که آمارهای مربوط به روزنامه‌ها را بررسی می‌کند و به شما می‌گوید که برای هر آگهی کدام منطقه را انتخاب کنید.

■ تیراژ روزانه ۲۸۵ میلیون نسخه روزنامه در هند این کشور را در صدر کشورهای دنیا به سبب انتشار و مطالعه روزنامه قرار داده است. به عبارتی اگر جمعیت یک میلیارد و ۲۱۰ میلیون نفری این کشور را از نظر بکدرانیم گویی به ازای هر ۴ نفر یک نسخه روزنامه در هند منتشر می‌شود. همین آمارها سبب شد تا موضوع را با «آب‌های کومار سینک» رییس مرکز فرهنگی هند در ایران درمیان بگذاریم. این تحصیلکرده تاریخ و فرهنگ که ۵۸ سال سن دارد کتابی تحت عنوان «گفت‌وگوی بین تمدن‌ها» تالیف کرده است که در سال ۲۰۰۵ میلادی در ایران به عنوان کتاب سال انتخاب شده است. او از ابتکار روزنامه اعتماد در راه‌انداختن صفحه سرفصلی تحت عنوان «روزنامه زنده است» در بررسی و تقویت نقاط قوت مطبوعات کاغذی استقبال کرده می‌گوید: «مطمئنم کسانی که برای زنده نگه داشتن رسانه‌های چاپی می‌جنگند در نهایت موفق می‌شوند. می‌دانم که مشکل است اما کارهای مشکل انجام‌پذیر هستند. تنها به زمان نیاز است.» مدیر مرکز فرهنگی هند در ایران البته هیچگاه روزنامه‌نگاری نکرده است و ۶ سال قبل در مرکز مطالعات هند و ایران فعالیت می‌کرده است. او به آینده روزنامه‌های کاغذی در هند امیدوار است و گرچه کاهش تیراژ در این منجر به در صدر قرار گرفتن هند شده اما معتقد است انتشار روزنامه در هند افت نخواهد داشت. او می‌گوید: تیراژ پایین نمی‌آید. تغییراتی که روزنامه‌ها به طور مرتب در جهت جاذب شدن می‌دهند، از لحاظ محتوا و زبان، تنوع زبانی، نسخه‌های منطقه‌ای و محلی روزنامه‌ها حتی به دور افتاده‌ترین مناطق می‌رسد. روزنامه‌ها در سطوح مختلف مطلب دارند؛ سیاسی، ملی، منطقه‌ای، شهرها و ستون‌هایی برای روستاها. حتی روستاها ستون‌های خود را در روزنامه دارند. به این ترتیب حتی روستاییان دوست دارند روزنامه بخرند تا بیسینند اسم خودشان، دوستان‌شان یا اجدادشان در آن آمده است» به این ترتیب روزنامه‌ها همه افراد را درگیر می‌کنند و به دوراندیشی‌ترین نقاط می‌رسند. بنابراین فکر نمی‌کنم که تیراژ پایین بیاید. روزنامه‌ها به طور بسیار علمی به مخاطبان دست پیدا می‌کنند. مراکز پژوهشی بازاریابی وجود دارد که آمارهای مربوط به روزنامه‌ها را بررسی می‌کند و به شما می‌گوید که برای هر آگهی کدام منطقه را انتخاب کنید.

■ آیا در هند نیز با کاهش تیراژ و فروش روزنامه مواجه‌بوده‌اید؟

برش

چرا هند؟

روزنامه زنده است: هنوز هم در برخی از نقاط دنیا روزنامه‌ها طرفداران خودشان را دارند. هنوز هم خیلی از خانواده‌ها صبح و صبحانه‌شان را با روزنامه‌خوانی شروع می‌کنند. هنوز هم روزنامه‌ها بخش جداشدنی زندگی مردم هستند. در هند هم همین است. با وجود اینکه هندی‌ها در زمینه نرم‌افزار از قدرت‌ها حساب می‌شوند و حرف برای گفتن دارند، اما فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی سد راه روزنامه‌ها نشده اند. هرچیزی جای خودش را دارد. تیراژ روزنامه‌ها بالا است. اینترنت نتوانسته فرهنگ روزنامه‌خوانی را نابود کند. در ایرانی امر روزنامه‌های هندی به زبان فارسی که زبان رسمی آن روزهای هندوستان بود تولید می‌شد، تغییر زبان رسمی این کشور توسط انگلیسی‌ها هم نتوانست جلوی آنها را بگیرد، بلکه آنها این تهدید را به فرصتی تبدیل کردند تا فرهنگ روزنامه‌خوانی را بین مردم‌شان گسترش دهند. به همین دلیل در این شماره روزنامه زنده است، به بررسی وضعیت مطبوعات هند پرداختیم که می‌خوانید.

تجربه زیسته

۳۹ درصد هندی‌ها روزنامه می‌خوانند

محبوبه‌حسین‌زاده

در یکی از روزهای هفته دوم اسفند سال ۸۷ از شغلم استعفا دادم تا بعد از چندسال خبرنگاری راهی هند شوم و جامعه‌شناسی بخوانم. دو روز بعد در حالی که هنوز در حال وهای تجربه شلوغ و پر چنبه‌وجوش روزنامه اعتماد بودم، از سرزمینی سر در آوردم که با تصاویری که در ذهن داشتم از زمین تا آسمان تفاوت داشت. راهنمای کوچک ساخته‌شده از حلبی درست در کنار بچه‌ها و مجتمع‌های مسکونی شیک و مدرن، انبوه زنان موترسوار که بیشترشان کوتاشلوارهای رنگی بر تن داشتند و در حال رانندگی در خیابان‌های شلوغ شهر بودند، کودکانی با پاهای برهنه که مشغول گدایی پشت چراغ‌قرمزها بودند، تعداد زیاد گاری‌های فروش میوه و سبزی و خوراکی، و ریکشاها با همان سه‌چرخ‌های سفیدرنگی که وظیفه حمل‌ونقل مسافران را برعهده داشتند! از اولین چیزهایی بود که توجهم را جلب کرد. مدت کوتاهی طول کشید تا چشمانم به این همه رنگ و شلوغی عادت کند و ان موقع بود که ناگهام متوجه مردانی شد که در هر جای شهر می‌توانستی آنها را در حال روزنامه خواندن ببینی. «ریکشاوالا» یا همان راننده ریکشا که صندلی عقب رنگ‌رنگ افتاده و خودش چهارزانو نشسته بود و مشغول خواندن روزنامه بود، مردی که در کنار دکه مخرش برای تعمیر گفش در گرمای بالای چهل‌درجه اخبار می‌خواند، مرد بزنقلبی که گوشه گاری میوه‌اش نشسته بود و روزنامه می‌خواند. از آنجا که دیگر فهمیده بودم افرادی که مشاغل فرودست دارند بیشتر از کاست‌های پایین و اغلب ساکن زاغه‌ها هستند، برایم این اقبال به روزنامه‌خوانی عجیب بود، آن هم وقتی در ذهنم وضعیت را با ایران مقایسه می‌کردم. با خودم فکر می‌کردم که شاید هنوز نگاه توریستی به این شهر و مردمانش دارم و می‌خواهم همه‌چیز را عجیب و غریب و متفاوت جلوه دهم. سه سال بعد، و در حالی که دیگر هیچ چیزی در آن شهر دور باعث تعجبم نمی‌شد در یکی از کلاس‌های درسی‌ام که موضوعش جامعه هند در گذار بود به مبحث رسانه و تغییراتش رسیدیم. تازه آنجا بود که متوجه شدم در زمانی که تعدادی از رسانه‌های چاپی بزرگ دنیا ناگزیر کاهش تیراژ و مخاطبان‌شان بودند، تیراژ روزنامه‌ها در هند در حال افزایش است و روزبه‌روز تعداد مخاطبان‌شان بیشتر می‌شود. چاپ روزنامه‌ها به چندین زبان برای ساکنان ایالت‌های متفاوت، بالا رفتن نرخ باسوادان، ارزان بودن قیمت و توزیع بستی روزنامه یکی از دلایل اقبال به آن بود. استاد‌مان توضیح داد که روزنامه‌های معتبر که در سراسر هند توزیع و منتشر می‌شوند، علاوه بر چاپ به جمله نشریه اکونومیست که سال ۲۰۱۶ گزارشی در خصوص علت موفقیت مطبوعات در هند نوشت: «در جمله در اولویت‌بندی اخبار، تعمیرانی می‌دهند و از همه مهم‌تر اینکه با توجه به سطح سواد افراد در هر ایالت، گزارش‌ها و تحلیل‌های روزنامه‌ها به زبان ساده‌تر و همه‌فهم‌تری نوشته می‌شوند و البته روزنامه‌های زیادی هم در حوزه‌ایالتی و به زبان همان ایالت چاپ و منتشر می‌شدند. حالا دیگر جواب سوالم را گرفته بودم. می‌دانستم که فرد فقیر راغه‌نشین با میزان سواد کم‌تش لازم نیست ساعت‌ها وقت صرف کند تا معنی برخی کلمات و جمله‌ها را در سرمقاله‌ها و تحلیل‌ها بداند در حالی که خیلی وقت‌ها روزنامه‌نگارها در ایران مجبورم برای درک برخی تحلیل‌ها و سرمقالات به انواع و اقسام سیستم‌های مرگ‌شانی متوسل شوم!»

■■■

در سال ۲۰۱۷ پیمایشی درباره خوانندگان روزنامه‌ها در هند اجرا شد که نتایجش در ابتدای سال ۲۰۱۸ منتشر شد. در این پیمایش ۳۲۰هزار خانوار در یک سال مورد مطالعه قرار گرفتند. این پیمایش بزرگ‌ترین ارزیابی‌ای است که در زمینه تعداد خوانندگان نشریات در سطح جهان صورت گرفته است. نتایج این پیمایش نشان می‌دهد که ۳۹ درصد از هندی‌های بالای ۱۲ سال روزنامه می‌خوانند. تعداد خوانندگان روزنامه در چهارسال گذشته در هند ۹ درصد افزایش یافته است. در این میان، تعداد خوانندگان روزنامه‌های انگلیسی‌زبان نسبت به چهار سال گذشته ۱۰ درصد افزایش یافته است. بیشترین افزایش تعداد خوانندگان روزنامه‌ها مربوط به زبان اوریا (زبان غالب در ایالت اوریسا در شرق هند) است که ۳۲ درصد نسبت به سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است.

بد نیست نگاهی به تعداد خوانندگان چند روزنامه هندی بیندازیم تا متوجه تفاوت کلمه «کثیرالانتشار» در روزنامه‌های هندی و ایرانی شویم. جمعیت میلیاردی وقتی کشورشان به مردم اطلاع‌رسانی کند. این سنت خیلی در هند سنت مثبتی شد به این دلیل که مردم برای اینکه با سیاست‌های انگلیس مقابله کنند، به زبان‌های خودشان روزنامه منتشر کردند و مطبوعاتی شکل گرفت که اهداف و نیات استقلال‌طلبانه را پیگیری می‌کرد. الان در شرایط کنونی هم همان سنت ادامه پیدا می‌کند.

دیدگاه

سنتی که به فرهنگ خواندن روزنامه تبدیل شد

پیر محمدملازهی

برای فهم اینکه چرا روزنامه‌ها هنوز هم در هند نقش پررنگ خود را دارند، باید یک مقدار به قبل از استقلال هندوستان برگردیم. در آن دوره (حدود ۱۸۲۰) زبان فارسی زبان رسمی هند بود و مطبوعات به شکل امروزی در آن زمان به زبان فارسی شکل گرفتند. بعد از اینکه انگلیس آمد و قانونی تحت عنوان شماره ۲۹ را گذاشت که تحت عنوان آن زبان رسمی از فارسی به انگلیسی تغییر پیدا کرد، انگلیسی‌ها سعی کردند که زبان‌های دیگر را کم و بیش از بین برده و فرهنگ و زبان خودشان را مسلط کنند. اتفاقی که افتاد این بود که از انجایی که مسلمانان هند حاکمیت را در اختیار داشتند، نسبت به زبان انگلیسی و جایگزینی آن با زبان فارسی واکنش منفی نشان دادند. بخشی از نخبگان هندو مذهب این استقبال کردند ولی مسلمانان که حاکم بودند، با این موضوع مشکل پیدا کردند و در نتیجه هرچند که تعداد روزنامه‌های