

گرانی کاغذ سال ۹۷ را تبدیل به کابوسی کتاب و جراید کرد

بحران مکتوب

صادق فرامرزی: سال ۹۷ سختی بود، این را حتی معاون اول رئیس جمهور که معتقد است امسال را با موفقیت به پایان رسانده‌ایم قبول دارد؛ سالی که در آن قیمت‌ها از ارز و سکه تا کالاهای اولیه و ثانویه بدون هیچ منطقی و در کسری از ساعت آنقدر افزایش پیدا می‌کرد که پس از مدتی گرانی مترادف با بخشی از «روزمرگی» مردم ایران معنا شد. در میان این گرانی‌ها و با هر ضربه‌ای که به توان معیشتی مردم برای خرید اقلام ضروری زندگی‌شان وارد می‌آمد، تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان کالاهای فرهنگی بویژه در عرصه کتاب و مطبوعات متوجه فشاری جدید شدند؛ فشاری که از یک سو در آن با افزایش مشکلات معیشتی کالاهای آنان به‌عنوان یکی از اولویت‌های حذف از سبد خانوارها کنار گذاشته می‌شد و از سوی دیگر اقلام اولیه تولیدات آنان نیز نه‌آنگر به سرعتی بیشتر که با به پای سایر اقلام گران می‌شد، افزایش بی‌سابقه قیمت کتاب و کاهش تعداد تیراژ به ۳۰۰ تا ۵۰۰ نسخه، افزایش قیمت روزنامه‌ها و نشریات و متقابلاً کاهش تعداد صفحات برخی از آنان، تعدیل نیروها در بخش قابل توجهی از رسانه‌های مکتوب و... که همگی حکایت از نزدیک شدن بازار کتاب و جراید در سایه گرانی قیمت کاغذ به سمت سقوطی آزاد داشت موجب شد پرسش از آینده‌ای که در آن کتب و جراید اندک مشتریانی فعلی خود را نیز از دست بدهد، تبدیل به پرسشی حیاتی شود. براساسی در صورت «مرگ» کامل رسانه‌های کاغذی و محدودتر شدن دایره خریداران کتاب چه جایگزین‌هایی می‌تواند خلا آنها را پر کند و آیا این جانشینان توانایی به‌دوش کشیدن رسالت اولیه پیشینیان خود را خواهند داشت؟



جامعه‌ای که نمی‌خواند

عجیب نیست که «اندیشه» به‌عنوان پدیده‌ای جاری در تمام طول تاریخ بشریت که جنبه‌ای ذهنی داشته و دارد، بیش از عمده پدیده‌های دیگر با واسطه‌هایی مادی یعنی «لوح» و «قلم» شناخته می‌شود. عمده کتب آسمانی با سخن گفتن در باب نوشتن و خواندن آغاز شده‌اند و هرچنان نیز که صحبتی از اندیشه بوده است، بدون هیچ پیش‌شرطی مصادیق عینی آن را با مکتوبات به جای مانده شناخته‌اند. گویا که نسبت موجود میان اندیشه و جوامع را با آثاری که به نگارش درآمده‌اند باید سنجید و از این جهت جامعه‌ای که خواندن در آن جایگاهی نداشته باشد، نمی‌توان به گفته‌هایش نیز استناد چندانی داشت.

با همه این اوصاف آمارها گواهی به آن می‌دهد که جامعه ایران چندان اهل خواندن نیست. به‌عنوان مثال سرانه مصرف کاغذ در اروپا ۵۵ کیلوگرم، در آمریکا ۱۵۰ کیلوگرم و در برخی کشورهای جهان ۳۰۰ کیلوگرم است، در حالی که این سرانه در حال تهدید در کشورمان بین ۲۰ تا ۲۲ کیلوگرم بیشتر نیست. به شکلی مصادیقی و فراتر از توجه صرف به مصرف کاغذ به‌عنوان ماده خام تولیدات مکتوب (که بخشی از آن در عرصه‌های تبلیغاتی و بسته‌بندی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد) انداختن نگاهی کوتاه به میزان تیراژ جراید گویای آن است که مجموع روزنامه‌های منتشر شده در کشورمان بدون احتساب شماره‌های مرجوعی‌شان روزانه کمتر از یک میلیون نسخه است. این در حالی است که تنها از ۲ روزنامه «یومپوری شیمبون» و «اساهی شیمبون» ژاپن روزانه بیش از

۱۵ میلیون نسخه چاپ می‌شود؛ آن هم ژاپنی که به لحاظ تکنولوژیکی قطعا در صنایع الکترونیک جایگزین مکتوبات از ما جلوتر است! انداختن نگاهی به وضعیت مشابه در عرصه بازار نشر نیز بخوبی گواه آن است که فارغ از مشکلات اقتصادی و گرانی‌های اخیر، جامعه ایرانی جامعه‌ای خواننده نیست و سعی می‌کند عمده اطلاعات خود را نیز از طریق مجاری غیررسمی همچون شبکه‌های اجتماعی کسب کند. با این حال نمی‌توان از تاثیرگذاری مخاطبان ثابت‌قدم کتب و جراید در جهت‌دهی به فضای فرهنگی کشور و بخش قابل توجهی از جمعیت مرتبط با آنان چشم پوشید؛ مخاطبانی که بعد از تغییرات شکل گرفته در بازار کتب و جراید به احتمال زیاد باید رو به تغییر الگوی مصرف فرهنگی خود آورند.



گران‌تر از همیشه

یعنی برابر با یارانه نقدی یک نفر برسد. گرانی‌های کاغذ البته محدود به حوزه نشر باقی نماند و عمده جراید را نیز با مشکلاتی از این دست مواجه کرد. رو آوردن برخی مجلات به انتشار سیاه و سفید، تعدیل نیروهای مشغول به کار در این عرصه و همچنین گران شدن قیمت عمده جراید و کاهش تعداد صفحات منتشره از عمده‌ترین مصائب گرانی‌های کاغذ بوده است. وابسته بودن نزدیک به دو سوم از بازار ۲ میلیون تنی کاغذ در ایران به واردات خارجی باعث شد سال ۹۷ تبدیل به زمستان مریبار گرانی‌های کاغذی شود که قدرت تطبیق دادن خود با قیمت‌های جدید کاغذ را نداشتند. خبر ناراحت‌کننده آن است که چند روزنامه اعلام کرده‌اند احتمالاً سال بعد چاپ نخواهند شد.

صفحه کتاب در ۳ ماه گذشته حدود ۲۷ درصد افزایش قیمت داشته است. بر اساس فرم‌های استاندارد و مرسوم، هر کتاب در قطع رقیعی در فرم‌های ۱۶ صفحه‌ای چاپ می‌شود. حالا اگر میانگین تعداد صفحات کتاب را ۲۰۸ صفحه در نظر بگیریم (این رقم در دی‌ماه ۲۱۰ صفحه ثبت شده است)، هر کتاب به ۱۳ فرم کاغذ نیاز دارد. حالا اگر شمارگان هزار نسخه‌ای را لحاظ کنیم، برای چاپ چنین کتابی به ۱۳ هزار برگ کاغذ ۶۰ در ۹۰ نیاز است که برابر با ۱۳ بند کاغذ است. با این حساب چنین کتابی با قیمت امروز به ۴ میلیون و ۲۹۰ هزار تومان نیاز دارد. در چنین شرایطی پیش‌بینی‌ها حکایت از آن دارد که میانگین قیمت هر جلد کتاب در نمایشگاه کتاب سال ۹۸ به ۴۱ هزار تومان

گرانی‌های سال ۹۷، بازار کاغذ و متعاقب آن کتب و جراید را به سمتی برد که حتی بدبینانه‌ترین نگاه‌ها نیز پیش‌بینی چنین سرنوشتی را برای آن نمی‌کرد. به‌عنوان مثال، در بازار نشر ایران یکی از پرمصرف‌ترین کاغذها در انتشار کتاب، کاغذ تحریر اندونزی ۷۰ گرمی با ابعاد ۶۰ در ۹۰ است که مناسب انتشار کتاب در قطع رقیعی است. این نوع کاغذ در آذرماه سال گذشته با قیمت بندی ۸۱ هزار تومان به دست مصرف‌کننده که همان ناشر است، می‌رسید اما این رقم امسال تقریباً به ۴۰۰ هزار تومان رسیده و به عبارت دیگر ۵ برابر شده است. از سوی دیگر با توجه به جداول آماری که خانه کتاب به‌عنوان تنها نهاد رسمی تولید آمار در حوزه کتاب به‌صورت ماهانه منتشر می‌کند، هر



سوت پایان یا وقت اضافه

همچنین سقوط آزاد مخاطبان کتاب، که به مکانیسمی قادر به مدیریت عواقب آن خواهد بود، ریزش شدید مخاطبان جراید، رو آوردن تعداد زیادی از روزنامه‌نگاران سابق به فعالیت صرف در شبکه‌های اجتماعی، بحران تامین مالی رسانه‌های کاغذی در سایه رایگان شدن بیش از پیش اطلاع‌رسانی (به‌رغم پیش‌دستی برخی روزنامه‌ها در پولی کردن نسخه الکترونیکی خود) و عقب ماندن جراید کاغذی از رسانه‌های نوظهور در اطلاع‌رسانی سریع وقایع باعث شده امروز خیلی‌ها امکان وقوع فرضیه «پایان مطبوعات» را بیش از شکست آن محتمل بدانند. در چنین وضعیتی گران شدن قیمت کاغذ و اثرات متقابل آن بر قدیمی‌ترین رسانه

به‌رغم آنکه خیلی‌ها اعتقاد دارند هر قدر رسانه‌های دیجیتال توسعه کمی و کیفی بیابند باز هم قادر به شکست کتاب و رسانه‌های کاغذی به‌عنوان قدیمی‌ترین رسانه نیستند اما گویا تغییرات همه‌جانبه در توسعه یکی و گران و محدود کردن دیگری باعث شده طرفداران قدیمی رسانه‌های کاغذی رنگ خطری را به مناسبت پایان یافتن عصر خود بشنوند. سوالات متعدد در این باب که آیا گران شدن قیمت کاغذ می‌تواند آخرین گلوله شلیک شده به سمت متقاضیان رسمی‌ترین رسانه خبری و کتب منتشره باشد یا خیر، هر ذهن کنجکاوی را به این فکر فرو می‌برد که در صورت پایان یافتن عصر و زمانه مطبوعات کاغذی و



خبری موجود در ایران باعث شده برخی در پیش گرفتن سیاست‌های صحیح مدیریتی را باعث کشیده شدن این دوئل به وقت‌های اضافه و نه سوت پایان بازی بدانند. حتم به یقین در صورتی که رسانه‌های کاغذی سال آینده بتوانند روند فشارهای وارد آمده به مخاطبان خود در سال ۹۷ را کنترل کنند، می‌توان امید داشت که بخش قابل توجهی از عواقب اجتماعی و فرهنگی ناشی از «پایان عصر مطبوعات» را کنترل کرد. با این حال و در صورت فرض این امر که عمر رسانه‌های کاغذی و رسمی به پایان برسد، چه جانشین‌هایی برای آن وجود خواهد داشت و این جانشینان باعث شکل گرفتن چه اتفاقاتی خواهند شد؟

۱ مجازی شدن رسانه‌های کاغذی

فرض کوتاه آمدن رسانه‌های کاغذی مقابل تحولات فضای مجازی و تغییر دادن فرم انتشار آنان به سمت شکل و شمابلی مجازی از عمده‌ترین فرضیاتی بوده است که همواره پیرامون آینده مطبوعات از آن صحبت شده است. ابتکار عمل‌هایی همچون پولی کردن نسخه الکترونیکی مطبوعات و شکل گرفتن اپلیکیشن‌هایی برای مطالعه مجازی جراید (عمدتاً مجلات) باعث شده خیلی‌ها آینده مطبوعات را آینده‌ای درون فضای مجازی و نه با شکل و شمابلی کلاسیک و کاغذی آن تصور کنند. با این حال و به‌رغم تغییرات ساختاری و ذاتی فراوانی که مجازی شدن مطبوعات به ارمغان خواهد آورد، نخستین مسأله مهم در این باب آن خواهد بود که مطبوعات مجازی به علت عدم توانمندی در کسب درآمد مستقل از فروش و تبلیغات، جای چندانی در رقابت با کانال‌ها و مجاری غیررسمی پیدا نخواهند کرد. نخستین عارضه این مسأله را می‌توان در ادامه یافتن مسیر تعدیل نیروهای فعال در عرصه مطبوعات تصور کرد که منجر به کاهش بیش از پیش تعداد فعالان در این عرصه و بازدهی نهایی آن خواهد شد.

۲ کتب الکترونیکی و صوتی

به موزات پر و بال گرفتن پدیده نوظهور «مطبوعات مجازی» و البته با سابقه‌ای بیشتر، سال‌هاست که مسأله کتب الکترونیکی و صوتی نیز از سوی برخی سایت‌های جهانی و داخلی پیگیری می‌شود. هرچند که موفقیت‌هایی نیز در این عرصه شکل گرفته است اما دور شدن از اصالت و شکل اولیه کتاب و کتابخوانی باعث شده کماکان و به‌رغم تلاش‌های متعدد، این پروژه نتواند به شکلی در خور جای رقیب قدیمی خود را پر کند. در ایران نیز محبوب شدن تعدادی از اپلیکیشن‌های اختصاصی برای خرید نسخه الکترونیکی کتب و مجلات (طاقچه، فیدویو...) و خرید کتاب‌های صوتی (نوار، آوانو...) باعث شده خیلی‌ها این عرصه را جانشین کتاب و کتابخوانی در سایه گران شدن کاغذ و کتب بدانند. این فرم از کتابخوانی هرچند که موفق شده با حذف مواد اولیه انتشار کتاب و واسطه‌های متعدد آن، تعدادی از کتب را با قیمتی نازل‌تر در اختیار متقاضیان قرار دهد اما هنوز در باب موفقیت آینده آن نمی‌توان با جدیت سخنی به زبان آورد. قرار داشتن در میانه ظرفیت‌های بالقوه و عدم پیشینه باعث شده بازار کتاب در سایه فروش الکترونیکی آن هنوز مسأله‌ای مورد تردید باشد.

۳ غیررسمی شدن حوزه اطلاع‌رسانی

کمرنگ شدن حوزه نفوذ تاثیرگذاری جراید رسمی و کاغذی در مقابل کانال‌های مجازی و صفحات فعال در شبکه‌های اجتماعی در پروسه‌ای تدریجی باعث شده فرآیند خبر و اطلاع‌رسانی بیش از هر زمان دیگری ماهیتی غیررسمی پیدا کند. هرچند که غیررسمی شدن حوزه اطلاع‌رسانی در سال‌های اخیر باعث شده بخش قابل توجهی از سوزهای بدیع به لطف انتشار حداکثری در شبکه‌های اجتماعی تبدیل به موضوع روز و مسائل اصلی شود. با غیررسمی شدن هر روزه و بیش از پیش حوزه اطلاع‌رسانی که کمرنگ شدن مطبوعات نیز در آن اثری جدی داشته است، بازار ترویج شایعات در سایه پاسخگو نبودن و عمدتاً عدم اطلاع از نسخه اولیه انتشار یک خبر، عدم توانایی در پاسخگویی مناسب قربانیان شایعات و... شکل می‌گیرد. از مهم‌ترین اثرات این پدیده می‌توان به این نکته مهم اشاره داشت که در سایه کاهش اثرگذاری مطبوعات (به‌عنوان مجاری رسمی اطلاع‌رسانی) ارزش خبری بخش قابل توجهی از اخبار با مشکل صحت و سقم مواجه شده است. غیررسمی شدن حوزه اطلاع‌رسانی در بلندمدت فضای جامعه را به سمت «عدم پاسخگویی» در قبال ادعای طرح شده خواهد برد.

۴ تغییر مرجع مطالعاتی جامعه

واقعیت غیرقابل انکار در زمینه آینده احتمالی کتب و جراید آن است که به هر دلیل گریزناپذیری و در صورت موفقیت با عدم موفقیت نسخه‌های الکترونیکی برای محافظت از این دو مرجع قدیمی اطلاعات و معرفتی مردم، آنچه در سایه تضعیف و از میدان خارج شدن‌شان رخ خواهد داد آن است که جامعه با تغییر یکباره‌های در زمینه مهم‌ترین مرجع مطالعاتی خود برای کسب داده‌های اولیه (چه در حوزه خبر و چه در حوزه معرفت) مواجه خواهد شد. برای مثال قدرت یافتن بسترهای بصری اطلاع‌رسانی هرچند زمینه دریافت اطلاعات جدید را هموار می‌کند اما عمده مخاطبان را با دور کردن از منبع مطالعاتی اولیه به سمت آن خواهد برد که کمتر اعتنایی به منابع اولیه مبتنی بر گزاره‌های منطقی (مکتوب) داشته باشد. کاهش میزان مطالعه و تغییر یافتن مرجع مطالعاتی جامعه جدا از میدان دادن به بازار حواشی و شایعات، مطالعه را نیز تبدیل به امری فرعی در جهت کسب اطلاعات خواهد کرد که اثرات وضعی آن در بلندمدت باعث سطحی‌نگری عمومی در جریان شناسی میان اطلاعات فراوان منتشر شده و عدم رسیدن به پیش‌فرض‌های اولیه جهت ارزش‌گذاری کنش‌ها و واکنش‌های اجتماعی خواهد شد.

قدرت‌یابی شایعات در زوال مکتوبات

ورودی‌های خود را از دست می‌دهد، لذا نمی‌تواند مسؤلیت اجتماعی درستی را نیز بپذیرد. ورود و خروج لحظه‌ای داده‌ها در افراد علاوه بر این سردرگمی آفت دیگری را نیز پدیدار می‌کند و آن کرختی و بی‌حسی نسبت به پدیده‌های پیرامونی است. فضای مجازی همه پدیده‌های خوب و بد پیرامون افراد را عادی می‌کند و این باعث می‌شود کنش‌های حسی، عقلانی و رفتاری نسبت به پدیده‌ها کمرنگ و بی‌رنگ شود. فاصله گرفتن از مکتوبات و اخبار تحلیلی و دقیق و غرق شدن در گرداب مجازی اما بزرگ‌ترین آسیب «شایعه‌پذیری» جامعه خواهد شد. طبق پژوهش‌های علمی، شبکه‌های اجتماعی ضربه‌های ضربه‌های ضربه‌ها در جامعه را چندین برابر کرده‌اند و باور عمومی «تقویت‌کننده» شایعات- بویژه منفی‌نگری‌ها- شده است. فضای مجازی ابهام را گسترده می‌کند و طبق گفته

مشترکان اینترنت موبایل بیش از ۲ میلیون نفر رشد کرده و ۶۰۰ هزار مشترک نیز به کاربران اینترنت ثابت افزوده شده‌اند. در کنار این مسأله باید افزود تقریباً تمام استفاده از تلفن‌های هوشمند به معنای استفاده از شبکه‌های اجتماعی (تلگرام، اینستاگرام و...) است. برای یک تحلیل جامعه‌شناختی، این وابستگی شدید به فضای مجازی را باید در کنار آمارهای وضعیت نشر و مطبوعات قرار داد تا فهم درستی از جامعه ایرانی شکل بگیرد. همچنان که در این پرونده می‌خوانیم، تیراژ روزنامه‌های روزبه‌روز کمتر می‌شود، تعداد کتاب‌ها پایین آمده است و سرانه مطالعه هم تغییری نکرده است. این یعنی جامعه ما به سمت سطحی شدن و دغدغه‌های لحظه‌ای حرکت می‌کند و متاثر از امواج فضای مجازی دست به اقدام و تصمیم می‌زند؛ هر لحظه با بی‌شمار داده درگیر است و قدرت مدیریت

میکائیل دبانی: جهان در حال تغییر است و ایران نیز در جامعه خود تغییرات بزرگی را در سال‌های گذشته شاهد بوده است. فضای مجازی و رشد تلفن‌های هوشمند را شاید بتوان بزرگ‌ترین تغییر ایران را در سال‌های گذشته که منجر به تغییر سبک زندگی آنها شده و پیامدهای فرهنگی بسیاری را با خود به همراه داشته است، دانست. جدیدترین آمار ارائه شده از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی نشان می‌دهد ضربه نفوذ اینترنت باند پهن از ۸۰ درصد عبور کرده و ۶۶ میلیون و ۱۷۹ هزار نفر در ایران کاربر اینترنت پرسرعت هستند. این در حالی است که ضربه نفوذ اینترنت پهن باند ثابت ۱۲/۶۵ درصد و ضربه نفوذ اینترنت موبایل ۶۷/۹۷ درصد اعلام شده است. به این معنی که جدول رشد ضربه نفوذ اینترنت در ۲ سال اخیر حاکی از آن است که تعداد مشترکان اینترنت پهن باند سیار در سال ۹۶ حدود ۵۳ میلیون و ۲۴۴ هزار و ۴۵۴ مشترک بوده است. با این وجود در یک سال گذشته تعداد

«ایرنت رنپ» و «فورستر» فقدان اطلاعات در موضوعات مهم در بین گروه‌های به هم پیوسته مانند مردمان یک شهر، باعث گسترش شایعه پیرامون آن موضوعات می‌شود. چون ابهام ناشی از فقدان اطلاعات چنان آزاردهنده است که مردم را به تکاپو برای رفع آن وادار می‌کند و در این میان گویا «شایعه‌سازی» مناسب‌ترین یا ساده‌ترین راه است. در حقیقت مردم برای راهی از «ابهام ناشی از فقدان اطلاعات» به شایعه پناه می‌برند و جوامعی که به هر دلیل از داشتن رسانه‌های معتبری که اخبار مختلف را پوشش دهند بی‌بهره‌اند، شانس بیشتری در پرورش شایعه دارند. به‌واسطه همین فاصله‌گذاری بین خبر دروغ و واقعیت، معتبر و نامعتبر است که باید اهمیت مکتوبات و منابع رسمی خبری را درک کرد اما انگار برای سیاست‌گذاران عرصه فرهنگی، برای آنان که باید تلاش کنند تا فهم عمومی جامعه ایرانی رشد پیدا کند، این مسأله چندان اهمیتی ندارد و دنیای مکتوبات در حال نابودی است.