

■ حدود ۶۰ درصد از روزنامه‌نگاران نشریات روزانه دارای تحصیلات کمتر از لیسانس هستند.

پس از یک قرن و نیم که از انتشار نخستین روزنامه در ایران می‌گذرد، تاریخ مطبوعات کشور وارد مرحله جدیدی شده که به طور نسبی، مقطعی امیدوارکننده محسوب می‌شود. زیرا در هیچ زمانی، تنوع عناوین مطبوعات کشور از نظر تعداد و وسعت موضوعات، همچون چند سال اخیر نبوده است. از سوی دیگر، مقطع کنونی، تنها مقطعی است که بدون وجود یک رویداد سیاسی و اجتماعی خاص - مانند دوره‌هایی چون انقلاب مشروطیت، حمله متفقین به ایران و سقوط رضاشاه، آزادیهای قبل از کودتای ۱۳۳۲، و انقلاب اسلامی - و در واقع بدون سقوط و یا ضعف قدرت حاکم، تعداد عناوین مطبوعات سیر صعودی قابل توجهی دارد.

البته به نظر می‌رسد که کیفیت محتوای مطبوعات امروز ایران، با مقاطع مذکور متفاوت است. در مقاطع قبلی مطبوعات جدید، غیر حرفه‌ای و سیاسی بودند. هدف اکثر آنها تبلیغ مثبت و منفی ارزشها بود، در حالی که احتمالاً چنین خصیصه‌ای در مطبوعات کنونی کمتر به نظر برسد. اما در مورد کمیت مطبوعات ایران، می‌توان به یکی از شاخص‌های دیرینه سنجش وضعیت مطبوعات هر کشور یعنی، تعداد نسخه‌های نشریات روزانه برای هر یکهزار نفر و همچنین برای هر یکهزار جمعیت ۱۵ سال و بیشتر اشاره کرد. منابع ۱۹۹۲ سازمان ملل، فاقد آمارهای مربوط به معیار مذکور درباره ایران هستند. اما بررسیهای ما نشان می‌دهد که در حال حاضر، برای هر ۱۰۰۰ نفر، بین ۲۶ تا ۳۲ نسخه روزنامه منتشر می‌شود که تعداد مذکور برای هر ۱۰۰۰ نفر جمعیت ۱۵ سال و بیشتر بین ۴۷ تا ۵۸ نسخه خواهد شد. (حد وسط در حدود ۵۳ نسخه) این مقدار، دو سؤال اساسی را پیش روی ما می‌گذارد: ۱) آیا چنین سهمی بهنجار و عادی است و یا نابهنجار؟ ۲) چرا نابهنجار است؟

برای دستیابی به پاسخ سؤال اول می‌توان درصد با سوادان (عامل مؤثر در فرهنگ مکتوب)، نسبت شهر نشینی (عامل مؤثر در بهره‌وری از وسایل ارتباط جمعی براساس ضرایب همبستگی به دست آمده از نظریه دانیل لرنر) و سهم مطبوعات در جامعه (نشریات روزانه به هزار نفر)، رادیو (تعداد گیرنده‌های رادیو به هزار نفر) و تلویزیون (تعداد گیرنده‌های تلویزیون به هزار نفر) را در ایران با برخی از کشورهای همسایه و همچنین چند کشور الگو (آلمان، آمریکا، چین، ژاپن، فرانسه و هند) طبق جدول ۱، مقایسه کرد:



نگاهی به مطبوعات ایران در مقایسه های جهانی

● مهدی محسنیان راد و همکاران

اشاره

«وضعیت نیروی متخصص مطبوعات و آموزش روزنامه‌نگاری در ایران» عنوان تحقیقی است که به خواست و سفارش مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها به وسیله دکتر مهدی محسنیان راد محقق و استاد علوم ارتباطات اجتماعی و همکاران ایشان تهیه شده است. در دو شماره پیشین سه فصل از این تحقیق با عنوان «پیام‌آفرینان مطبوعات ایران» از نظر تان گذشت. آنچه در این شماره تقدیم می‌شود خلاصه فصل دیگری از این تحقیق است.

جدول ۱. مقایسه آمارهای مربوط به ایران با چند کشور

کشور	درصد با سواد	درصد شهر نشینی	نشریات روزانه به ۱۰۰۰ نفر	گیرنده تلویزیون به ۱۰۰۰	گیرنده رادیو به ۱۰۰۰
ایران	۵۴/-	۵۷	۵۳	۶۵/۸	۲۴۵
پاکستان	۳۴/۸	۳۲	۶۰	۱۵/۸	۸۶
ترکیه	۸۰/۷	۶۱	۵۵	۱۷۳/۶	۱۶۱
عراق	۵۹/۷	۷۱	۲۲	۶۸/۴	۲۰۲
کویت	۷۳/-	۹۶	۱۸۸	۲۸۰/۶	۳۳۷
قطر	۷۵/۷	۹۰	۴۶۲	۵۱۴/۳	۵۱۰
بحرین	۷۷/۴	۸۳	۱۲۰	۴۰۱/۶	۵۲۷
امارات متحده عربی	۵۳/۵	۷۸	۲۲۱	۱۰۸/۵	۳۲۲
افغانستان	۲۹/۴	۱۸	۹	۸/۱	۱۰۴
هند	۴۸/۲	۲۷	۲۶	۲۷/-	۷۸
چین	۷۳/۳	۳۳	۳۵	۲۶/۷	۱۸۴
ژاپن	۱۰۰	۷۷	۵۷۷	۶۱۰/۴	۸۹۵
فرانسه	۱۰۰	۷۳	۱۶۶	۴۰۰/۲	۸۹۵
آلمان	۱۰۰	۸۲	۳۸۶	۶۴۲/۷	۸۶۸
آمریکا	۹۵/۵	۷۵	۲۵۱	۸۱۴۳/۶	۲۱۲۲

مأخذ: World Media Handbook (New York: United Nations, 1992), PP. 1, 31, 103, 168, 173, 212, 220, 223, 239, 251, 341, 370, 452, 462, 473

با بررسی جدول ۱، مشخص می‌شود که درصد باسوادان و شهرنشینی در پاکستان به مراتب کمتر از ایران است، اما سهم مطالعه نشریات روزانه بیش از ایران است. در عراق سهم باسوادان و شهرنشینی بیش از ایران، اما مصرف مطبوعات کمتر از ایران است. مقدار فاصله تعداد باسوادان ایران با کویت، قطر، بحرین و امارات متحده عربی به نسبت فاصله تعداد نشریات روزانه به هزار نفر کمتر است. سهم رادیو و تلویزیون در ایران به هزار نفر متناسب با کشورهای دیگر نیست و حتی در مقایسه‌ای که در سال ۱۹۸۳ میان این سه وسیله برای کل جمعیت انجام شده نیز همین وضع دیده می‌شود.

جدول ۲. مقایسه تعداد وسایل ارتباط جمعی

وسيلة ارتباط جمعی	ایران	آسیا	کشورهای در حال توسعه	کشورهای توسعه یافته	جهان
گیرنده رادیو	۱۸۰	۱۱۰	۱۱۳	۸۳۵	۲۹۶
گیرنده تلویزیون	۲۲	۵۳	۳۳	۳۱۹	۱۰۴
نشریات روزانه	۵۵	۳۹	۲۶	۴۳۷	۱۳۱

مأخذ: مهدی محبیان‌راد، ارتباط شناسی (تهران: سروش، ۱۳۶۹)، ص ۵۰۵.

■ از هر پنج روزنامه‌نگار نشریات روزانه یک نفر دوره‌های آموزش کوتاه‌مدت روزنامه‌نگاری را گذرانده است.

چنین وضعی در ایران سابقه دیرینه دارد و حداقل از ۲۰ سال پیش چنین نابرابری دیده می‌شود.

در سال ۱۳۴۰، براساس آمارهای سازمان ملل، در ایران برای هر ۱۰۰۰ نفر جمعیت، ۱۵ نسخه نشریه روزانه وجود داشته است. جمعیت ایران در آن سال، براساس آمارهای مرکز آمار ایران (سالنامه آماری ۱۳۶۹، ص ۳۳) حدود ۱۰ میلیون نفر بوده است، (سال ۱۳۳۵ برابر ۹۶۴۹۹۴۴). مفهوم این ارقام این است که تیراژ مجموع نشریات روزانه در آن سال حدود یکصد و پنجاه هزار نسخه بوده است. طی سالهای بعد، رشد جمعیت از رشد تیراژ روزنامه پیشی گرفت. در سال ۱۳۶۴، براساس همان منابع، تعداد روزنامه برای هر هزار نفر به ۲۲ نسخه رسید. در آن سال تقریباً جمعیت کشور حدود ۴۹ میلیون نفر (سال ۱۳۶۵ برابر ۴۹،۴۴۵،۰۱۰) بود. به این ترتیب، تیراژ مجموع نشریات روزانه در آن سال حدود یک میلیون برآورد می‌شود. (۱۰۸۷۷۹۰) از ۱۰ میلیون به ۴۹ میلیون رسیده (یعنی ۵ برابر). در واقع اگر چه رشد تیراژ بیش از رشد جمعیت بوده اما رشد نسبت روزنامه به ۱۰۰۰ نفر از ۱۵ به ۲۲ رسیده (یعنی فقط ۱/۵ برابر). علت این تفاوتها آن است که هر چه پایه جمعیت بیشتر باشد، برای تغییر نسبت مصرف روزنامه در هزار نفر، افزایش تیراژ باید به مراتب بیش از رشد جمعیت باشد. به عنوان مثال اگر در کشوری جمعیت ۱۰ میلیون نفر و مجموع تیراژ روزنامه‌های آن ۱۰۰ هزار نسخه باشد، نسبت روزنامه به هزار نفر ۱۰ نسخه خواهد شد، حال اگر جمعیت به ۵۰ میلیون برسد (۵ برابر) برای اینکه نسبت روزنامه به هزار نفر نیز پنج برابر شود باید تیراژ مطبوعات به جای ۵ برابر ۲۵ برابر شود. یعنی تیراژ از ۱۰۰ هزار به ۲/۵ میلیون برسد.

به همین دلیل است که اگر در سال ۱۳۷۱ خوشبینانه همان تیراژ ۳۲ روزنامه برای هر ۱۰۰۰ نفر را بپذیریم، پس از سی سال، تعداد روزنامه برای هزار نفر ۲/۱ برابر شده اما جمعیت ۵/۸ برابر شده است. اگر به این نکته نیز توجه کنیم که نسبت باسوادان سال ۱۳۳۵ از ۱۴/۶ درصد به ۷۴/۳ درصد رسیده، بنابراین وضعیت ناهنجار تیراژ مطبوعات روزانه در ایران بیشتر نمود خواهد کرد.

ممکن است این سؤال پیش آید که در کشورهایی مانند ایران که در بسیاری از شهرهای آن نشریاتی به شکل روزنامه اما به صورت هفته‌نامه منتشر می‌شوند و عملاً وظیفه نشریات روزانه را در آن نواحی به عهده دارند، تیراژ نشریات روزانه معیار مناسبی نیست، از این رو بهتر است شاخصی در نظر گرفته شود که تمامی مطبوعات را در بر بگیرد.

وزن مطبوعات، بویژه وزن سرانه، معیار مناسبی برای چنین مقایسه‌هاست. زیرا همان‌گونه که قبلاً گفته شد، در وزن سرانه، فاصله انتشار، تعداد صفحات، تیراژ، قطع و جمعیت، اثر دارد.

چنین معیاری در ایران نباید چندان ناآشنا باشد. به عنوان مثال روزنامه‌کیهان به نقل از خبرگزاری جمهوری اسلامی (و آن نیز به نقل از بولتن یونسکو) در شماره ۱۴۵۲۸ مورخ ۱۳۷۱/۴/۳۰ خود خیری را منتشر کرد که «مصرف سرانه مطبوعات در آمریکا ۵۳ کیلوگرم و کشورهای عربی یک کیلوگرم است».

این نسبتها در واقع حاصل تقسیم وزن مجموع مطبوعات منتشر شده ظرف یکسال بر جمعیت هر کشور (با هر سن و سواد است. جمعیت ایالات متحده آمریکا در سال ۱۹۹۰ برابر ۲۴۹,۲۲۴,۰۰۰ نفر بوده و تولید سالانه مطبوعات نیز ۱۲,۸۵۴,۰۰۰,۰۰۰ کیلو بوده است که نتیجه، حدود ۵۲ کیلو برای هر نفر می‌شود. بر همین اساس، مصرف وزن سرانه مطبوعات در ایران محاسبه و اطلاعات مربوط به سایر کشورها نیز از همان مأخذ (World Media Handbook, 1992) استخراج و نتیجه به صورت جدول ۳ تنظیم شد:

جدول ۳. مصرف وزن سرانه مطبوعات

کشور	جمعیت (هزار نفر)	وزن مطبوعات (به تن)	سرانه مطبوعات (به کیلو)
ایران*	۵۸۱۱۰	۳۷۰۰۰	۰/۶
پاکستان	۱۲۲۶۲۶	۵۲۷۰۰	۰/۴
ترکیه	۵۵۸۶۸	۱۳۶۰۰۰	۲/۲
عراق	۱۸۹۲۰	۳۲۰۰۰	۱/۸
کویت	۲۰۳۹	۲۰۰۰۰	۹/۸
قطر*	۳۶۸	-	-
بحرین*	۵۱۶	-	-
امارات*	۱۵۸۹	-	-
افغانستان*	۱۶۵۵۷	-	-
هند	۸۵۳۰۹۴	۵۱۰۰۰۰	۰/۶
چین	۱۱۳۹۰۶۰	۹۹۹۰۰۰	۰/۹
ژاپن	۱۲۳۴۶۰	۳۵۶۰۲۰۰	۲۸/۸
فرانسه	۵۶۱۳۸	۷۵۷۰۰۰	۱۳/۵
آلمان	۷۷۵۷۳	۱۸۲۴۰۰۰	۲۳/۵
آمریکا	۲۴۹۲۲۴	۱۲۸۵۳۵۰۰	۵۱/۶

* کشورهای که با ستاره مشخص شده‌اند در منابع سازمان ملل وزن مطبوعات آنها ذکر شده است.

و پاکستان، معکوس جدول نشریات روزانه به هزار نفر شود (۵۳ و ۶۰ نسخه برای ایران و پاکستان ۰/۶ و ۰/۴ کیلو برای دو کشور مذکور)، اما از آن سو، وزن مصرف سرانه مطبوعات در ترکیه ۴ برابر ایران (در حالی که در مورد نشریات روزانه مشابه ایران بود) و یا عراق ۳ برابر ایران (نشریات روزانه عراق حتی کمتر از نصف ایران است) و کویت ۱۶ برابر ایران است. بنابراین، حتی با احتساب تمامی نشریات ایران، باز هم وضع موجود چه در تحلیل روند تاریخی و چه در مقایسه با کشورهای دیگر وضعیت بهنجاری نیست.

سؤال دوم این بود که چه عاملی سبب وضعیت حاضر شده است؟ آیا پایین بودن سهم باسوادان در ایران عامل چنین وضعیتی است؟

در لابلای مقایسه‌ها دیدیم که کشورهای با سهم باسوادان کمتر یا مشابه ما، مصرف نشریات روزانه بیشتری از ما دارند، سواى آن دیدیم که نسبت باسوادان ظرف ۳۰ سال در ایران از ۱۴/۶ درصد به ۷۴/۳ درصد رسیده است ولی مصرف مطبوعات سرانه به هیچ وجه رشد همسو با این نسبت نداشته است ضمن اینکه شواهد بسیاری نیز وجود دارد که کشورهای با سوادان کمتری دارند، مصرف مطبوعات کمتری نیز دارند. بنابراین چنین به نظر می‌رسد که سواد خواندن و نوشتن که سهم عمده نسبت باسوادان ایران را تشکیل می‌دهد، در این مورد نقش مهمی ایفا نمی‌کند. ریرا سطوح بالاتر سواد مصرف‌کننده حقیقی مطبوعات هستند. این نکته‌ای است که در مقایسه‌های میان کشورها نیز می‌توان دید. به عنوان مثال، نتایج مقایسه آلمان با ایران آن را به وضوح نشان می‌دهد: توزیع مقاطع تحصیلی محصلان آلمان با ایران، تفاوت جالبی دارد. در سال ۱۳۷۰ تعداد محصلین دوره ابتدایی آن کشور ۳ میلیون و ۴۲۹ هزار نفر بوده در حالی که محصلان ابتدایی در ایران ۸ میلیون و ۸۱۷ هزار نفر بوده‌اند (آلمان ۰/۴ ایران) همان سال تعداد محصلان متوسطه آلمان ۷ میلیون و ۶۳۷ هزار نفر و در ایران ۴ میلیون و ۶۶۸ هزار نفر (راهنمایی و دبیرستان) یعنی آلمان ۱/۶ برابر ایران و تعداد دانشجویان آلمان ۶/۷ برابر ایران بوده است، (آلمان ۲ میلیون و ۱۲۶ هزار و ایران ۳۱۵ هزار نفر) بدین ترتیب مصرف سرانه سالانه مطبوعات در آلمان ۳۹ برابر ایران بوده است. به عبارت دیگر شاید از این آمارها بتوان به صورتی نمادین نتیجه گرفت که از هر ۱۰۰ محصل دوره ابتدایی که می‌توانند امید مصرف مطبوعات، محسوب شوند، ۴۷ نفر در همان سطح خواندن و نوشتن باقی می‌مانند و از ادامه تحصیل - به هر دلیل - خودداری می‌کنند. و از هر ۱۰۰ محصل دوره متوسطه ۹۴ نفر به دانشگاه راه نمی‌یابند و حداکثر با دیپلم دبیرستان، بقیه حیات فرهنگی خود را طی می‌کنند. در حالی که هر دو گروه اخیر به عنوان باسواد در آمارهای بین‌المللی معیار مصرف مطبوعات شناخته می‌شوند.

آیا بالا بودن نسبت تعداد تلویزیون و رادیو سبب شده است که همیشه جایگزینی دسترس‌پذیر برای مطبوعات در ایران باشد؟

همان‌گونه که جدول ۳ نشان می‌دهد، وجود هفته‌نامه‌ها و فصلنامه‌های جدید در ایران سبب شده که تفاوت موجود میان ایران

آنچه مسلم است این است که در ایران رشد مصرف رادیو و تلویزیون بیش از مطبوعات بوده است. ظرف ۳۰ سال نسبت تعداد گیرنده‌های تلویزیون در هزار نفر ۱۳ برابر، رادیو ۳/۵ برابر و نشریات روزانه ۲ برابر شده است. بنابراین در ظاهر می‌توان برتری رشد رادیو و تلویزیون را در مقابل روزنامه، عامل وضعیت ایران دانست. اما می‌بینیم که در کشورهایی مانند ترکیه تعداد تلویزیون برای هزار نفر ۱/۸ برابر ماست و یا در کویت تعداد گیرنده رادیو برای هزار نفر ۱/۴ برابر ایران است در حالی که مصرف مطبوعات در هر دو کشور بیش از ایران است. و جالب اینجاست که هم در کویت و هم در ترکیه، نسبت باسوادان تفاوت چندانی با ایران ندارد. لازم به یادآوری است که در جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، آمده است: «وسایل ارتباط جمعی مکمل یکدیگر هستند» روند رویدادهای تاریخ این وسایل نیز حاکی از همین امر است، در آمریکا برای هر یک نفر (نه یک خانواده) ۲ دستگاه رادیو و حدود یک گیرنده تلویزیون با دهها کانال وجود دارد، اما می‌بینیم که وزن مصرف سرانه مطبوعات در آن کشور در بالاترین رتبه در جهان قرار دارد. ضمن آنکه باید پذیرفت که سقف اوقات فراغت روی آوری هر فرد در هر جامعه به وسایل ارتباط جمعی محدود است و انسان امروز نیز گزینشگر پیام است نه مخاطب پیام. و ممکن است در جامعه‌ای به دلیل محتوا، این گزینش به نفع یک وسیله ارتباطی و زبان وسیله دیگر باشد.

آیا صرفاً طرح این نکته که جامعه ایران از فرهنگی شفاهی برخوردار است کافی است؟ در واقع اگر بپذیریم که قطعاً عواملی چند باعث شده‌اند که در ایران چنین فرهنگی توسعه یابد، سؤال این است که آیا باید آن را به مفهوم یک اصل غیر قابل تغییر و بی‌اثر از عوامل درون سازمانی مطبوعات کشور بدانیم؟

بهرحال سؤالات فوق نشان می‌دهند که در تحلیل وضعیت نابهنجار مصرف مطبوعات در ایران باید از نگاه سطحی پرهیز کرد و به ژرفای مسأله پرداخت. قطعاً در چنان نگاهی، ویژگیها و ساختار روزنامه‌نگاران یا چنانکه در این مطلب به کار رفته است و وسعتی بیش از روزنامه‌نگار دارد - پیام آفرینان مطبوعات - نیز جای خاصی دارد.

وقتی که از عوامل درون سازمانی صحبت می‌کنیم، از یک سو با مباحثی چون مالکیت مطبوعات، امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، مسائل مالی نشریه و از سوی دیگر با نیروی انسانی، سطح تخصص، درآمد، و... مواجه هستیم.

به نظر می‌رسد که پیام آفرینان نشریات روزانه (تهران و شهرستانها) ارتباط بیشتری با مصرف کنندگان مطبوعات دارند (از هر ۱۰۰۰ گرم نشریه مورد مطالعه سرانه در ایران ۶۵۰ گرم مربوط به نشریات روزانه است).

بخش اول گزارش حاضر نشان می‌دهد که کمی سن، کمی تجربه، پایین بودن نسبی سطح تحصیلات - بویژه تحصیلات روزنامه‌نگاری - ساعات کار زیاد، دستمزد کم و در نتیجه روی آوری

به چند شغل - حتی مشاغل غیر مرتبط با حرفه اصلی - از خصایص نسبی پیام آفرینان نشریات روزانه ایران است.

متوسط سن روزنامه‌نگاران نشریات روزانه کمتر از سایر مطبوعات و حدود ۳۳ سال است. آنان افرادی هستند که در کار روزنامه‌نگاری سابقه و تجربه کمی دارند، با میانگین سابقه کار ۵ سال، از این نظر بیشترین گروه آنها کسانی هستند که سابقه خدمتی در حدود یکسال دارند. حدود ۷۰ درصد روزنامه‌نگاران نشریات روزانه، قبل از آنکه به کار در چنین نشریه‌ای بپردازند، به کار دیگری مشغول بوده‌اند، سوای روزنامه‌نگاری یا کار در رادیو و تلویزیون، روابط عمومی یا تبلیغات.

حدود ۶۰ درصد از روزنامه‌نگاران نشریات روزانه یومیه دارای تحصیلات کمتر از لیسانس هستند و فقط حدود ۳ درصد دارای تحصیلات فوق دیپلم، لیسانس و یا فوق لیسانس روزنامه‌نگاری می‌باشند. در نشریات روزانه نسبت دانشجوی بیش از سایر مطبوعات است، ۱۸ درصد آنان ضمن کار در نشریه به تحصیل نیز اشتغال دارند، اما ۶۲ درصد آنان در رشته‌هایی بجز روزنامه‌نگاری، روابط عمومی، رادیو، تلویزیون و سینما، زبان و ادبیات فارسی و زبان خارجی تحصیل می‌کنند.

۸۰ درصد کسانی که گفته‌اند حداقل یک زبان خارجی را می‌دانند، میزان تسلط خود را ضعیف یا متوسط دانسته‌اند، به نظر می‌رسد که دوره‌های آموزش کوتاه مدت روزنامه‌نگاری نقش بسیار مهمی در نشریات روزانه ایفا کرده است. زیرا که از هر پنج روزنامه‌نگار نشریات روزانه یک نفر چنین دوره‌هایی را گذرانده است. و از میان مشاغل مختلف این گونه نشریات، خبرنگاران بیش از بقیه چنین دوره‌هایی را گذرانده‌اند.

از هر سه روزنامه‌نگار نشریات روزانه، یک نفر هفته‌ای بیش از ۴۰ ساعت (تا ۴۵ ساعت) و از هر ۵ خبرنگار نشریات روزانه یک نفر بیش از ۴۶ ساعت در نشریه کار می‌کند. میانگین حقوق ماهانه روزنامه‌نگاران نشریات روزانه (اعم از تمام وقت، نیمه وقت و پاره‌وقت) حدود ۱۱۲ هزار ریال است. ساعات کار و تحصیلات، به ترتیب دو معیار با اهمیت در تعیین حقوق روزنامه‌نگاران محسوب می‌شود. کمی میزان حقوق یا به عبارتی تورم موجود در کشور سبب شده است که آنان علاوه بر حرفه اصلی، در ساعات دیگر به مشاغلی غیرحرفه‌ای روی آورند، به طوری که از هر دو روزنامه‌نگار نشریات روزانه، یک نفر سوای کار در نشریه به شغل دیگری مشغول است و به طور متوسط هفته‌ای ۳۱ ساعت از وقت او در شغل دوم مصرف می‌شود؛ و از هر پنج شاغل در حرفه دیگر، یک نفر به شغل غیر مرتبط با ارتباطات (روزنامه‌نگاری در مطبوعات دیگر، رادیو و تلویزیون، سینما، روابط عمومی و تبلیغات) مشغول است.

مجموعه این عوامل نشان می‌دهد که کمی حقوق و در نتیجه تأثیر مشکلات مالی، بالابودن ساعات کار (اعم از مطبوعاتی و غیرمطبوعاتی) و در نتیجه خستگی ناشی از کار زیاد، به‌علاوه کمی

Akademie der Bayerischen. به عنوان مثال، انستیتوی نخست، همه ساله دوره‌های چهارهفته‌ای برای روزنامه‌نگاران شاغل برگزار می‌کند. همچنین در این انستیتو دوره‌های اختصاصی آموزش مصاحبه خبری، مقاله‌نویسی، گزارش‌نویسی ورزشی، حقوق مطبوعات، فرهنگ در حوزه‌های مطبوعات محلی و مانند آن نیز برگزار می‌شود. وجود دوره‌های کوتاه‌مدت مذکور و امکان شرکت متوالی روزنامه‌نگاران در آنها همراه با حضور فارغ‌التحصیلان ۹ مرکز آموزش عالی روزنامه‌نگاری سبب شده است که سطح تخصص روزنامه‌نگاران از هر دو جنبه تئوری و عملی بالا باشد.

دستمزد روزنامه‌نگاران در آلمان، تابع ضوابط دقیق است. عواملی چون سن، میزان تجربه، تحصیلات و تیراژ نشریه در تعیین مقدار دستمزد اثر دارند. یک کارآموز روزنامه‌نگاری در طی سالهای کارآموزی که حداکثر سه سال است، حسب سن ماهانه بین ۲۲۴۶ تا ۲۸۸۴ مارک حقوق می‌گیرد. حقوق روزنامه‌نگار طی سالهای اول تا ششم خدمت بر حسب تیراژ نشریه‌ای که در آن کار می‌کند بین ۴۲۱۹ تا ۴۹۱۳ مارک است. این موجب در سالهایی که سنوات خدمت روزنامه‌نگار به ۲۵ سال می‌رسد به حدود ۴۸۶۴ مارک در ماه خواهد رسید. حقوق سردبیران ارشد در حدود ۷۹۰۰ مارک در ماه است و به طور متوسط می‌توان متوسط حقوق روزنامه‌نگاران آلمان را ۴۰۰۰ مارک تخمین زد. در حالی که در ایران، میانگین حقوق ماهانه یک روزنامه‌نگار به نرخ ارز رقابتی حدود ۳۰۰ مارک و با ارز آزاد فقط ۱۳۸ مارک است (۰/۲ تا ۰/۴ حقوق روزنامه‌نگاران آلمانی) برای آنکه بتوان مقایسه‌ای دقیقتر میان دستمزد روزنامه‌نگاران این دو کشور به دست آورد، قدرت خرید آنان برای برخی از کالاها در سال ۱۹۹۲، در ذیل مقایسه شده است.

یک روزنامه‌نگار متوسط آلمانی، با حقوق ماهانه خود قدرت انجام هر یک از کارهای زیر را دارد:

- اجاره ۳ آپارتمان ۳ اتاق خوابه؛
- یا ۵۰۰ کیلو گوشت، یا ۲ تن برنج، یا ۹۵۰ شانه تخم مرغ، یا ۵۰۰ کیلو کره، یا ۲ تن نان؛
- یا خرید ۲۰۰ جلد کتاب.

در واقع یک روزنامه‌نگار متوسط آلمانی قدرت خریدی چندین برابر همتای ایرانی خود دارد (مسکن ۴ برابر، مواد غذایی بین ۱۰ تا ۱۸ برابر، کتاب ۳ برابر) حتی ملاحظه می‌شود که علی‌رغم سوبسید بالا برای نان در ایران، حتی قدرت خرید نان برای روزنامه‌نگار آلمانی ۲/۳ برابر روزنامه‌نگار ایرانی است.

از آن سو، تیراژ برخی از روزنامه‌ها در آلمان بیش از یک میلیون نسخه است. *Westdeutsche Allgemeine Zeitung* که پرتیراژترین روزنامه محسوب می‌شود یک میلیون و ۳۴۱ هزار نسخه تیراژ دارد، میانگین تیراژ ۱۵ نشریه روزانه مهم آلمان از جمله روزنامه مذکور، ۳۲۹۰۷۸ با انحراف استاندارد ۱۲۲۳۳۶ است.

تخصص و تجربه، می‌تواند از عوامل مؤثری محسوب شود که در محصول روزنامه‌نگاری ایران به‌ویژه نشریات روزانه مؤثر باشد. وضعیت پیام آفرینان مطبوعات ایران، در مقایسه با سایر کشورها چگونه است؟ پاسخ به این سؤال خود نیاز به یک تحقیق مستقل و حتی بین‌المللی دارد که از مرزهای گزارش حاضر خارج است. اما صرفاً برای نمونه، آلمان به عنوان کشوری که زادگاه چاپ و آغاز کهکشان گوتنبرگ است انتخاب شده است:

در آلمان ۶۰۰۰ عنوان نشریه (بیش از ۱۱ برابر ایران) با تیراژ بالاتر از ۲۵۰ میلیون (بیش از ۲۵ برابر ایران) منتشر می‌شود. این کشور با ۷۷ میلیون و ۵۷۳ هزار جمعیت (۱/۳ برابر ایران) و نسبت شهر نشینی برابر ۸۲ درصد (۱/۴ برابر ایران) با ۳۵۸ نشریه روزانه (۱۳ برابر ایران) و ۳۸۶ نسخه روزنامه برای ۱۰۰۰ نفر (۱۲ برابر ایران) دارای مصرف سرانه سالانه ۲۳/۵ کیلو (حدود ۳۹ برابر ایران) کاغذ است. در آلمان برای هر ۱۰۰۰ نفر ۶۵۱ گیرنده رادیو (۲/۷ برابر ایران) و ۶۴۲/۷ گیرنده تلویزیون (۹/۸ برابر ایران) وجود دارد. وضعیت جمعیت در حال تحصیل در آن کشور با ایران متفاوت است. تعداد محصلان دوره ابتدایی ۳ میلیون و ۴۲۹ هزار نفر (۰/۴ ایران) متوسطه ۷ میلیون و ۶۳۷ هزار نفر (۱/۶ برابر راهنمایی و دبیرستانی ایران) و دانشگاه ۲۱۲۵۶۵۵ نفر (۶/۷ برابر ایران) است. در واقع این آمارها می‌تواند نقش سواد را در مصرف مطبوعات در یک جامعه نشان دهد که پیش از آنکه عامل سواد به عنوان توانایی خواندن و نوشتن مطرح و مؤثر باشد، عامل سطح سواد جمعیت در این مورد مؤثر است.

مجموع روزنامه‌نگاران تمام‌وقت نشریات ادواری در آلمان حدود ۳۵ هزار نفر برآورد شده است که حدود ۱۵ هزار نفر از آنان که بیشترین گروه را تشکیل می‌دهند در روزنامه‌ها شاغلند.

روزنامه‌نگاران معاصر آلمان، محصولی از تجربه و تحصیلات دانشگاهی روزنامه‌نگاری هستند. ضمن آنکه هنوز نیز می‌توان سردبیرانی را دید که فاقد مدرک دانشگاهی روزنامه‌نگاری هستند و در واقع این حرفه را از انتشار روزنامه دیواری در دبیرستان خود آغاز کرده‌اند.

از سال ۱۹۷۰، تحولی در آموزش و تجربه اندوختی روزنامه‌نگاران آلمان آغاز شد. در آن سال این نظریه مطرح شد که یادگیری عملی (*Learning by Doing*) برای کار روزنامه‌نگاری کافی نیست. بنابراین با همکاری میان دانشگاهها و مؤسسات مطبوعاتی، طرحهای آموزش تئوری - عملی به مورد اجرا گذاشته شد. به این ترتیب از یک سو دانشجویان روزنامه‌نگاری فرصت کارآموزی در روزنامه‌ها را به دست می‌آورند و از سوی دیگر، روزنامه‌نگاران موفق به شرکت در دوره‌های کوتاه مدت آموزش روزنامه‌نگاری می‌شدند.

این برنامه در طی ۲۰ سال گذشته با موفقیت دنبال شده است. هر ساله چند مؤسسه آموزش عالی روزنامه‌نگاری، چنین دوره‌هایی را برگزار می‌کنند. مانند: *Deutsche Institut für Publizistische*

در واقع هریک از ۱۵ روزنامه پرتیراژ روزانه آلمان، فقط از فروش روزنامه (بدون آگهی) هر روز رقمی حدود ۲۶۰ هزار مارک به دست می‌آورند. این رقم دارای قدرت خریدی در حدود ۲۵ تا ۴۵ برابر نشریات روزانه ایران است که اگر آگهیها را نیز دخالت دهیم. بی‌شک ارقام، بسیار بالاتر از این خواهد بود. اینجاست که عوامل مختلف سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در تولید و تکثیر و مصرف پیامهای مطبوعاتی تأثیر متقابل می‌گذارند.

در حال حاضر، حدود نیمی از مجموع مطبوعات ایران (۴۹ درصد) را نشریات علمی - تخصصی تشکیل می‌دهند و در واقع وجود این نشریات در صعود منحنی مطبوعات ایران طی چند سال اخیر نقش بسیار مهمی دارند، و نشریاتی با تیراژ پایین، نیروی انسانی غیر تمام وقت و پشتوانه مالی ضعیف هستند.

به نظر می‌رسد که مطبوعات نوپای چند سال اخیر، شاید به همان دلیل که سیاسی نیستند، از پشتوانه سخت‌افزاری و نرم‌افزاری چندانی برخوردار نیستند. عامل مذکور به علاوه عوامل دیگری که به آنها اشاره شد، سبب می‌شود که بسیاری از مطبوعات امروز ایران آسیب پذیر باشند و شرایط خاص هر کدام، همراه با ویژگی «مرگ زودرس» مطبوعات در جهان سوّم سبب شود که نامرتب منتشر شوند و حتی دچار وقفه‌های مقطعی نسبتاً طولانی و در مواردی نیز مرگ زودرس گردند.

گفتیم که در کشورهای جهان سوّم اصولاً شرایط مرگ زودرس مطبوعات فراهم است. مطالعه‌ای که در سال ۱۹۸۵، بر روی ظهور و سقوط ۱۲۱ سال مطبوعات علمی در ایران انجام شد به خوبی چنین پدیده‌ای را نشان داد. بررسی مذکور که در کنفرانس بین‌المللی علمی نویسان (آلمان، هامبورگ) ارائه شد، حاکی از آن بود که متوسط عمر این نشریات فقط ۶ سال بوده است و حتی برخی از آنها پس از انتشار چند شماره در همان سال اول انتشار تعطیل شدند (البته مجله تخصصی - با ناشر دولتی - نیز دیده شده که حدود ۴۰ سال عمر کرده است).

اگر توجه داشته باشیم که مطبوعات علمی در دوره‌های قبل از انقلاب اسلامی، بسیار کمتر از نشریات خبری و سیاسی مورد تهاجم حکومتها قرار می‌گرفته‌اند، باید بپذیریم که مرگ زودرس آنها بیشتر ناشی از عوامل درون سازمانی و ویژگیهای مصرف آنها در جامعه بوده است. به این ترتیب می‌توان نتیجه گرفت که مجموعه‌ای از عوامل در هم تنیده، حلقه‌ای را تشکیل داده که در این گزارش فقط به بخشی از آن توجه شد و مباحثی چون میزان امنیت شغلی، نوع حمایت‌های قانونی، نقش زمینه‌های خودسانسوری، میزان شناخت رسالت مطبوعات از سوی گروههای مختلف جامعه، نوع اعمال نظرهای ناشی از مالکیت شخصیت‌های حقیقی و حقوقی بر مطبوعات و عواملی از این دست به آن علت که از حوزه این تحقیق خارج بود توجه نشد.

آنچه مسلم است اینکه، مصرف سرانه پایین مطبوعات به معنای محدودیت در افزایش سقف تیراژ مطبوعات است. به همین

دلیل، چه بسا که انتشار هر نشریه جدید، خوانندگان نشریات دیگر را به خود جلب کند، نه آنکه بر مصرف سرانه مطبوعات بیفزاید. پایین بودن تیراژ از یکسو سبب پایین ماندن درآمد حاصل از فروش نشریات و از سوی دیگر باعث پایین بودن انگیزه آگهی دهندگان و در نتیجه پایین ماندن سطح درآمد ناشی از آگهیهاست. پایین بودن درآمدهای نشریه بر شرایط اقتصادی پیام آفرینان نشریه اثر می‌گذارد و حتی توان صاحبان مطبوعات را در به کارگیری افراد متخصص کاهش خواهد داد و این امر ضمن آنکه بر محتوای مطبوعات اثر می‌گذارد، کمی تقاضا را برای تخصص به دنبال خواهد داشت و کم اقبالی به تخصص در جامعه روزنامه‌نگاری پیامد نهایی آن خواهد بود؛ ضمن آنکه مجموعه این عوامل باعث می‌شود که مطبوعات نوپا، با مشکلاتی مواجه شوند که وقفه‌های مکرر در انتشار و حتی مرگ زودرس، می‌تواند سرانجام آنها باشد.

در واقع بسیاری از مطبوعات نوپای امروز ایران، محصول تلاشهایی هستند که به خلاف مقاطع تاریخی قبلی، مبارزات سیاسی با پشتوانه‌های گروههای سیاسی، عامل شکل‌گیری آن نیست. اگر چه آنها عامل شکل دهنده صعود منحنی تعداد عناوین مطبوعات در کشور شده‌اند و سبب یکی از دو توصیه مجامع بین‌المللی در زمینه ارتباطات یعنی «تنوع» هستند، اما به دلیل پایین بودن تیراژ، اثر مهمی در ضرایب مصرف سرانه مطبوعات ایفا نکرده‌اند. آنها در مقطع حاضر همچون نهالهایی هستند که در مقابل وزشهای حتی کم قدرت، ممکن است توان ایستادگی نداشته باشند. بنابراین به حمایتی وسیع، چه از نظر نرم‌افزاری و چه از نظر سخت‌افزاری نیاز دارند تا بتوانند به صورتی ریشه‌دار روی پای خود بایستند و یک مشکل ۱۵۰ ساله را حل کنند.

منابع و مآخذ

- Bildung Und Wissenschaft, *Opinion- Makers or Enlighteners? Training and Future Training of Journalists in Germany* (Germany, Bonn: Internationes, 1992).

- *World Media Handbook, Selected Country Profiles 1992-1994* (New York: United Nations, 1992).

- Mehdi Mohsenian Rad; Saeed Jafari, "A Survey of Science Journalism Problems in Developing Countries With Emphasis on the Case of Iran" in: *Fifth International Conference of Scientific Editors* (Germany, Hamburg; June 14- 19, 1987).

- مرکز آمار ایران. سالنامه آماری کشور (تهران: سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۵۰-۱۳۶۹).

- خلاصه یافته‌های مقدماتی آمارگیری جاری جمعیت ۱۳۷۰، گزیده مطالب آماری، ش ۳۱ (آذر ۱۳۷۰).

- مهدی محسنیان راد، انقلاب و دگرگونی ارزشها: مقایسه ارزشهای تبلیغ شده در انقلاب اسلامی با انقلاب مشروطیت (زیر چاپ).

- مهدی محسنیان راد، ارتباط‌شناسی: میان فردی، گروهی و جمعی (تهران: سروش، ۱۳۶۹).