



بررسی مقایسه‌ای و آماری وضعیت انتشار مطبوعات بعد از انقلاب اسلامی

در مقایسه با شاخص‌های منطقه‌ای و جهانی و نشریات فارسی چاپ خارج

علی بهرامپور

اشاره

مقاله حاضر در صده پاسخگویی به این پرسش است که «آیا وضعیت انتشار مطبوعات کشور بعد از انقلاب اسلامی همراه با تحولات فرهنگی به‌وجود آمده در سطح جهان متحول و دگرگون شده است یا خیر؟»

برای این منظور ابتدا به اختصار به تحولات به‌وجود آمده در عرصه فرهنگ و اجتماع (در سطح داخلی و خارجی) و تأثیر آن بر تقاضای کالای فرهنگی (که مطبوعات از جمله آن است) و روندهای جهانی در عرصه ارتباطات در دو دهه اخیر پرداخته شده و سپس سه محور مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. محور اول وضعیت آماری مطبوعات کشور را بعد از انقلاب اسلامی نشان می‌دهد. در این بخش خواهیم دید که روند انتشار مطبوعات کشور بعد از انقلاب اسلامی از لحاظ کمی چه خط سیری را طی کرده است. محور دوم، وضعیت کمی انتشار روزنامه‌ها در ایران در مقایسه با کشورهای منطقه و جهان است. این محور، نشانگر وضعیت انتشار روزنامه‌ها در ایران در مقایسه با

کشورهای منطقه و تعیین جایگاه آن در میان کشورهای پیشرفته است. محور سوم مقاله حاضر وضعیت کمی انتشار نشریات فارسی زبان چاپ خارج را طی دو دهه اخیر نشان می‌دهد. نشریات فارسی چاپ خارج که توسط ایرانیان مقیم خارج از کشور منتشر می‌شود، از لحاظ کمی تقریباً برابر با تعداد نشریات در حال انتشار داخل کشور است.

به‌طور خلاصه پاسخ مقاله حاضر به پرسش مطرح شده در ابتدای این نوشته، این است که در دو دهه اخیر تحولات شگرفی در سطوح داخلی و جهانی رخ داده که به سهم خود عرصه فرهنگ را در داخل کشور متأثر ساخته است اما این تحولات که سبب افزایش تقاضا برای مصرف، تغییر سلیقه‌ها، تشدید شکاف‌های ارزشی و تنوع بازار محصولات فرهنگی شده است، پاسخ مناسبی از دولت دریافت نکرده است. به عبارت دیگر دولت (در حوزه مطبوعات) در دو دهه اخیر، در مجموع مطابق تحولات به‌وجود آمده در سطوح داخلی و خارجی حرکت نکرده است. به

عنوان مثال تقاضای انتشار نشریات در حال حاضر چند برابر اعطای امتیاز انتشار نشریه از سوی هیأت نظارت بر مطبوعات است و این فاصله همچنان در حال افزایش است؛ بگذریم از این که نفس اعطای امتیاز، محدودکننده است و در شرایط کنونی مغایر با تغییرات فرهنگی به‌وجود آمده در سطوح بین‌المللی و منطقه‌ای است. وضعیت انتشار مطبوعات در ایران حتی در مقایسه با کشورهای عربی و منطقه بسیار پایین و نامناسب است. همچنین از این لحاظ حتی ایرانیان خارج از کشور نیز فعال‌تر از داخل هستند. خلاصه کلام این مقاله این است که برنامه‌ها و سیاست‌های دولت در بخش مطبوعات طی سال‌های گذشته مطابق با خواسته‌ها، نیازها و انتظارات مردم متحول نشده و اگر این برنامه‌ها و سیاست‌ها روزآمد نشود، رسانه‌های دیگری که لزوماً دلشان برای این کشور نخواهد تپید، جایگزین آنها خواهند شد و کشور از لحاظ فرهنگی با بحران جبران ناپذیری مواجه خواهد شد.

پس از وقوع انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷، مطبوعات ناگهان از کمند سانسور رهایی یافته و از لحاظ کمیت و کیفیت دچار تحول شدیدی شده است. مهم‌ترین تحول کمی مطبوعات کشور، افزایش تعداد و شمارگان آنها در ماه‌های آغازین پس از پیروزی انقلاب اسلامی است. گروه‌ها، سازمان‌ها، احزاب، انجمن‌ها و دسته‌های مختلف برای ترویج افکار و عقاید خود به انتشار نشریات روی آوردند و نشریات جدید بدون دریافت هرگونه مجوزی از سوی دولت منتشر می‌شدند. تقریباً هفت‌ماه پس از پیروزی انقلاب اسلامی، نخستین قانون مطبوعات، در تاریخ ۵۸/۵/۳۱ قبل از تصویب قانون اساسی جمهوری اسلامی، از تصویب شورای انقلاب گذشت. به موجب این قانون انتشار نشریات موقوف شد به اخذ پروانه انتشار از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، پس از تأیید صلاحیت متقاضی در کمیسیونی که به این منظور از نماینده ناشران، نویسندگان، دیوان عالی کشور، استادان دانشگاه تهران، استادان حوزه علمیه قم و وکلای دادگستری تشکیل می‌شد. محدودیت‌ها و موارد ممنوعه‌ای که مطبوعات مکلف به رعایت آنها بودند و نیز مجازات مربوط به تخلف از این موارد در آن قانون ذکر شده بود.

پس از تصویب قانون اساسی، قانون جدید مطبوعات در سال ۱۳۶۴ از تصویب مجلس شورای اسلامی گذشت. این قانون ملهم از قانون مطبوعات سال ۱۳۵۸ بود. در قانون مطبوعات سال ۱۳۶۴ تشکیل هیأتی به نام «هیأت نظارت بر مطبوعات» پیش‌بینی شد که هم تصمیم‌گیری در دادن امتیاز پروانه انتشار برای متقاضی نشریه و هم نظارت بر عملکرد مطبوعات برعهده آن گذاشته شد. مطابق قانون سال ۱۳۶۴ و اصلاحیه آن در سال ۱۳۷۹ رسیدگی به درخواست صدور

پروانه و تشخیص صلاحیت متقاضی و مدیرمسئول به عهده هیأت نظارت بر مطبوعات است. در واقع این هیأت نظارت است که تصمیم می‌گیرد به چه تعداد از متقاضیان انتشار نشریات، پروانه انتشار بدهد و چه متقاضیانی را در نوبت انتظار نگه دارد. در حال حاضر، جمهوری اسلامی ایران از محدود کشورهایی است که در آن انتشار نشریات نیاز به اخذ مجوز انتشار از سوی نهادی خاص دارد. به این معنی که در کشور ما، امتیاز انتشار نشریات کاملاً در اختیار دولت است و با حمایت‌هایی که از سوی

عرب و خاورمیانه و آمارهای مربوط به نشریات ایرانیان خارج از کشور وضعیت کلان مطبوعات کشور را نشان خواهد داد. همچنین این آمارها نشان خواهد داد که آیا مطبوعات کشور در مقایسه با دیگر کشورها رشد و تحول قابل قبولی داشته است یا خیر؟ برای این منظور ابتدا به تحولات به وجود آمده در سطوح جهانی و داخلی در حوزه فرهنگ و تأثیر آن بر تقاضاهای فرهنگی مردم و همچنین روندهای جهانی در عرصه ارتباطات می‌پردازیم و سپس چند محور را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

- در دو دهه اخیر تحولات شگرفی در سطوح داخلی و جهانی رخ داده که به سهم خود عرصه فرهنگ را در داخل کشور متأثر ساخته است.
- تقاضای انتشار نشریات در حال حاضر چند برابر اعطای امتیاز انتشار نشریه از سوی هیأت نظارت بر مطبوعات است.
- وضعیت انتشار مطبوعات در ایران حتی در مقایسه با کشورهای عربی و منطقه بسیار پایین و نامناسب است.
- پس از وقوع انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷، مطبوعات ناگهان از کمند سانسور رهایی یافته و از لحاظ کمیت و کیفیت دچار تحول شدیدی شدند.

دولت برای انتشار نشریات می‌شود، نشریات کشور عمدتاً به دولت و کمک‌هایش وابسته‌اند. بررسی تعداد مجوزهای انتشار نشریات از سوی هیأت نظارت بر مطبوعات و مقایسه آماری و کمی نشریات کشور طی سال‌های بعد از انقلاب اسلامی نشان خواهد داد که انتشار نشریات طی مدت مذکور چه تحولی را پشت سر گذاشته است. بررسی آمارهای مربوط به وضعیت مطبوعات کشور طی سال‌های بعد از انقلاب و مقایسه آن با تعداد، شمارگان و سرانه انتشار نشریات در کشورهای اروپایی و کشورهای همسایه

تحولات ایجاد شده در عرصه فرهنگ و تأثیر آن بر تقاضای کالاهای فرهنگی در دو دهه اخیر به‌طور کلی در دو دهه اخیر تحولات اجتماعی، فرهنگی زیادی در جهان صورت گرفته که در جای خود فضای داخل کشور را نیز دچار تحول کرده است. این تحولات را به همراه تحولات داخلی می‌توان به شرح زیر خلاصه کرد:

۱. در سطح بین‌المللی تحولاتی چون انقلاب ارتباطات، انفجار اطلاعات، تجاری شدن و جهانی شدن فرهنگ، اهمیت یافتن افکار عمومی، روندهای

دموکراتیزاسیون، غلبه الگوهای توسعه انسانی و پایدار، بلوک‌بندی‌های جدید و تغییر مفهوم حاکمیت ملی رخ داده است.

۲. در سطوح داخلی، افزایش جمعیت، جوانی جمعیت، گسترش شهرنشینی، گسترش سواد، ارتقاء تحصیلات عالی، تغییر ساخت و کارکردهای خانواده و مهاجرت‌های داخلی و خارجی اتفاق افتاده است.

۳. افزایش جمعیت و کاهش منابع دولت، توان اقتصادی دولت را برای کنترل حوزه فرهنگ، محصولات فرهنگی و به ویژه در زمینه نظام ارتباطی و مطبوعات تضعیف کرده است.

۴. در مقابل کاهش توان اقتصادی دولت برای کنترل بازار تولید و مبادله کالاهای فرهنگی، تقاضا برای کالاهای فرهنگی (کتاب، نشریات، فیلم، موسیقی و...) بر اثر تحولات اجتماعی در عرصه داخلی و بین‌المللی دچار دگرگونی‌های عمیق شده است.

۴-۱. افزایش جمعیت سبب افزایش تقاضا برای تولید کالای فرهنگی و مطبوعاتی شده است.

۴-۲. جوانی جمعیت سبب تغییر محتوای تقاضای فرهنگی و تمایل بیشتر به محصولات عامه‌پسند شده است.

۴-۳. شهرنشینی فزاینده، افزایش تقاضای کل برای کالاهای فرهنگی و نیز ایجاد هویت‌های جدید برحسب نحوه مصرف کالاهای فرهنگی را به دنبال داشته است.

۴-۴. گسترش سواد و ارتقاء تحصیلات عالی، افزایش تقاضای کالای فرهنگی و مطبوعاتی را به دنبال داشته است.

۴-۵. مهاجرت‌ها، تغییر سلیقه‌ها و پیروی از الگوهای متنوع مصارف فرهنگی را سبب شده است.

۴-۶. تشدید شکاف‌های ارزشی و دو قطبی شدن نحوه و نوع مصرف کالاهای

■ تقریباً هفت‌ماه پس از پیروزی انقلاب اسلامی، نخستین قانون مطبوعات، در تاریخ ۵۸/۵/۳۱ قبل از تصویب قانون اساسی جمهوری اسلامی، از تصویب شورای انقلاب گذشت.

■ در حال حاضر، جمهوری اسلامی ایران از معدود کشورهایی است که در آن انتشار نشریات نیاز به اخذ مجوز انتشار از سوی نهادی خاص دارد.

■ گسترش سواد و ارتقاء تحصیلات عالی، افزایش تقاضای کالای فرهنگی و مطبوعاتی را به دنبال داشته است.

دهه گذشته بیش از چهار برابر شده است، به معنی آن است که تولید روزنامه، مجله، کتاب و سایر محصولات فرهنگی مورد نیاز این جمعیت بزرگ نیز باید به صورت متناسب افزایش یابد. اگر شبکه رادیو - تلویزیونی کشور و ساعات پخش رادیو - تلویزیونی را پنج برابر یا بیشتر کرده‌ایم، و آن هم در پی بحث‌های مفصل درباره ضرورت مقابله با تهاجم فرهنگی غرب بوده است، باید از سایر عرصه‌های ارتباطات و رسانه‌ها هم انتظار داشته باشیم که توسعه یابند. مطبوعات از هر نوع آن نیز به طور طبیعی از این تحولات و قاعده‌ها پیروی می‌کند و باید همراه با سایر محصولات فرهنگی برای پاسخگویی وافر متقاضیان آماده باشند.

فرهنگی یکی از پیامدهای مهم تحولات اجتماعی جدید است.

۴-۷. بر اثر رشد سریع تجاری شدن و جهانی شدن فرهنگ و تحولاتی چون انقلاب ارتباطات و انفجار اطلاعات، تنوع بازار محصولات فرهنگی و ورود انواع وسایل و کالاهای جدید فرهنگی و اطلاعاتی چون ویدئو، ماهواره، شبکه‌های اطلاعاتی، لوح فشرده و سخت‌افزارهای مولد و موزع به وجود آمده است.

این تحولات حاکی از آن است که دولت‌ها باید در زمینه توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی از منطقی‌گریزناپذیر پیروی کنند. این منطق تأثیرات خود را بر عرصه فرهنگ هم به جای می‌گذارد. اگر جمعیت باسواد کشور در دو دهه گذشته نزدیک به دو برابر شده است به این معنی است که نیاز به خواندن و تقاضا برای محصولات فرهنگی (از مطبوعات گرفته تا کتاب، فیلم و...) نیز چند برابر می‌شود. اگر جمعیت در حال تحصیل کشور بعد از انقلاب اسلامی نزدیک به چهار برابر شده است معنای آن این است که بخش بزرگی از جمعیت کشور را به مهارت‌های خواندن، تفکر عملی، پرسشگری و پاسخ‌جویی مجهز کرده‌ایم. اگر شمار تحصیل‌کردگان دانشگاهی کشور در دو

روندهای جهانی در عرصه ارتباطات، انقلاب الکترونیکی و انفجار اطلاعات، خوب یا بد، برد و قلمرو پوشش رسانه‌ها، بخصوص رسانه‌های صوتی - تصویری و رسانه‌های انتقال اطلاعات دیجیتالی را به گونه‌ای که در تاریخ بشری بی‌سابقه است، افزایش داده است. مطالعات متعددی که توسط یونیسف و یونسکو انجام شده، نشان می‌دهد که بر اثر تحولات فوق‌الذکر، تلویزیون در یک دهه آینده به اصلی‌ترین وسیله تولید و توزیع اطلاعات

در جهان تبدیل می‌شود.

برنامه‌ریزان و صاحبان کمپانی‌های بزرگ تولیدکننده برنامه‌های تلویزیونی - ماهواره‌ای اخیراً به این نکته توجه کرده‌اند که برنامه‌های آنان باید با نیازهای مخاطبان محلی سازگار و متناسب شود و اکثر آنان امکان پخش برنامه به زبان‌های محلی (مانند رادیو) را بررسی می‌کنند. شبکه‌های تلویزیونی جهانی به‌طور عمده گروه مخاطبان ۱۵-۳۰ ساله را در سراسر جهان به عنوان مخاطبان اصلی خود برمی‌گزینند. در پایان قرن بیستم، کمپانی‌های متعلق به پنج کشور ۷۰ درصد تولید محصولات تلویزیونی برای بازار جهانی را در اختیار داشتند و ۹۰ درصد اخبار خارجی تولید شده توسط شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای توسط سه خبرگزاری اصلی بین‌المللی که مقر اصلی آن در لندن است تأمین می‌شود.

به این ترتیب با ظهور وسایل جدید دریافت ماهواره که حجمی بسیار کوچک‌تر از بشقاب‌های قابل رؤیت قدیمی دارند و حتی در سال‌های نه‌چندان دور در داخل تلویزیون‌ها تعبیه خواهند شد، و با در نظر گرفتن دلایل اقتصادی، سیاسی و فرهنگی مشوق تولید در مقیاس جهانی، مردم کشور ما و به ویژه نسل جوان، بازار بالقوه محصولات فرهنگی رسانه‌های بین‌المللی بوده (شده) است. این نسل که به سرگرمی، آموزش و تفریح نیاز دارد یا بخش عمده تقاضای خود را از بازار داخلی و از محصولات فرهنگی تولید شده در داخل کشور تأمین خواهد کرد و یا ناگزیر به بازار محصولات خارجی روی خواهد آورد. این تهاجم گسترده فرهنگی صرفاً به تولیدات کمپانی‌های بزرگ رسانه‌ای هم محدود نمی‌شود. مخالفان برانداز نظام و انواع اپوزیسیون‌ها و گرایش‌های سیاسی ضدجمهوری اسلامی هم می‌توانند با خرید یا اجاره امکانات فن‌آوری،

محصولات خود را روانه ایران کنند (هم‌اکنون پنج شبکه جهانی فارسی ماهواره‌ای برای داخل کشور برنامه پخش می‌کنند و این برنامه‌ها در سراسر ایران قابل دریافت است) و هم با انتشار نشریات مختلف و سایت‌های الکترونیکی گوناگون در این حوزه فعال‌اند. (شرح وضعیت کلی انتشار نشریات فارسی چاپ خارج که عمدتاً سیاسی و فرهنگی هستند در این گزارش در مقایسه با نشریات درحال انتشار داخل کشور مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد).

این مطالب حاکی از آن است که اولاً تحولات شگرفی در حوزه تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی در جهان رخ داده است. ثانیاً جهان با یک روند رو به گسترش جهانی شدن و به عبارت دقیق‌تر غربی شدن مواجه است، ثالثاً تحولات بزرگی در حوزه فرهنگ و سیاست و اقتصاد در سطح جهان رخ داده که کل جهان را متأثر خواهد ساخت و نهایتاً این که تحولات داخل کشور، از ارتقای سواد و تحصیلات مردم گرفته تا جوانی جمعیت، افزایش جمعیت و شهرنشینی، همگی تقاضا برای محصولات فرهنگی خصوصاً مطبوعات و کتاب را افزایش داده است. در ادامه نشان خواهیم داد که آیا روند انتشار مطبوعات در دو دهه اخیر از لحاظ کمی همراه و همگام با تغییرات مذکور حرکت کرده است یا خیر.

الف. وضعیت آماری مطبوعات بعد از انقلاب اسلامی

وضعیت کمی و آماری انتشار مطبوعات بعد از انقلاب اسلامی با شش شاخص صدور مجوز، تقاضای نشریه، دوره انتشار نشریات دارای مجوز، دوره انتشار نشریات منتشره، گستره توزیع و وضعیت انتشار روزنامه‌های مورد بررسی قرار گرفته است. مجموعه این متغیرها نشان می‌دهد که مطبوعات کشور بعد از

جدول ۱. صدور مجوز نشریه توسط هیأت نظارت بر مطبوعات سال‌های ۱۳۶۹-۱۳۷۹

سال	تعداد مجوز	درصد
۶۹-۷۱	۲۸۲	۱۸/۹
۷۲	۶۹	۴/۶
۷۳	۷۰	۴/۷
۷۴	۱۰۵	۷/۶
۷۵	۱۱۶	۷/۸
۷۶	۲۸۱	۱۸/۹
۷۷	۱۶۸	۱۱/۴
۷۸	۳۳۳	۲۲/۴
۷۹	۶۲	۴/۲
جمع	۱۲۸۶	۱۰۰

انقلاب از لحاظ کمی رشد قابل قبول و مطابق با نیازهای مردم نداشته است.

۱. صدور مجوز

مطابق جدول شماره یک، از سال ۱۳۶۹ که آغاز دوره سوم فعالیت هیأت نظارت بر مطبوعات است تا پایان سال ۱۳۷۹، مجموعاً این هیأت ۱۴۸۶ مجوز انتشار نشریات صادر کرده است. غیر از این دوره (دوره سوم) که از تاریخ ۱۳۶۹/۸/۲۸ آغاز و آخر سال ۱۳۷۱ پایان یافته است، هیأت نظارت، مجموعاً ۲۸۲ مجوز انتشار نشریه صادر کرده تعداد و درصد آن قابل تفکیک نبوده است، بقیه سال‌های مورد بررسی فراوانی امتیاز انتشار نشریات از سوی هیأت کاملاً مشخص است. مطابق این جدول بیشترین مجوز انتشار نشریه به ترتیب در سال ۱۳۷۸ با ۲۲/۴ درصد است و ۱۳۷۶ با ۱۸/۹ درصد و ۱۳۷۷ با ۱۱/۴ درصد صادر شده است. در مجموع، جدول شماره یک روند رو به رشد مجوز انتشار نشریه از سوی هیأت مذکور را در سال‌های مورد بررسی نشان می‌دهد که از سال ۱۳۷۶ آهنگ آن افزایش یافته ولی در سال ۱۳۷۹ به شدت کاهش یافته و حتی به کمتر از سال ۱۳۷۲ رسیده است. (لازم به توضیح است که ظاهراً اطلاعات قبل از

جدول ۲. مستقاضیان دریافت امتیاز انتشار نشریه طی سال‌های (۱۳۶۹-۱۳۷۹)

سال	تعداد متقاضی تا سال	تعداد متقاضی هر سال	تعداد مجوز
۶۹-۷۱	—	—	۲۸۲
۷۲	۵۶	۲۰	۶۹
۷۳	۱۳۸	۸۴	۷۰
۷۴	۲۴۸	۷۵	۱۰۵
۷۵	۴۹۵	۳۰۵	۱۱۶
۷۶	۸۹۱	۵۷۰	۲۸۱
۷۷	۱۲۰۹	۶۲۴	۱۶۸
۷۸	۱۶۰۱	۷۱۸	۳۳۳
۷۹	۲۰۹۹	۷۶۱	۶۲

جدول ۴. نشریات منتشره به تفکیک دوره انتشار تا پایان سال ۷۹

دوره انتشار	فراوانی	درصد
روزنامه	۱۱۲	۱۱
دو شماره در هفته	۱۴	۱/۴
هفته‌نامه	۲۲۴	۲۲
دو هفته‌نامه	۷۱	۷/۱
ماهنامه	۲۹۵	۲۹
فصلنامه	۲۲۶	۲۲
دو فصلنامه	۲۹	۲/۹
دوماه یکبار	۳۳	۳/۳
سایر	۱۴	۱/۴
جمع	۱۰۱۸	۱۰۰

سال ۱۳۶۹ شامل دوره‌های اول و دوم فعالیت هیأت نظارت بر مطبوعات در هیچ جای وزارت ارشاد ثبت و نگهداری نشده است.

جدول ۳. نشریات دارای مجوز به تفکیک دوره انتشار تا پایان سال ۷۹

دوره انتشار	فراوانی	درصد
روزنامه	۱۳۲	۸/۵
دو شماره در هفته	۱۸	۱/۲
هفته‌نامه	۲۸۹	۱۸/۶
دو هفته‌نامه	۹۹	۶/۴
ماهنامه	۳۴۶	۲۸/۷
فصلنامه	۳۴۶	۲۸/۷
دو فصلنامه	۵۶	۲/۶
دوماه یکبار	۴۸	۳/۲
سایر	۱۷	۱/۱
جمع	۱۵۵۱	۱۰۰

پایان سال ۱۳۷۹ را به تفکیک دوره انتشار نشان می‌دهد. مطابق این جدول بیشترین درصد نشریات منتشره مربوط به ماهنامه‌ها (۲۹ درصد) است. بعد از ماهنامه‌ها، هفته‌نامه‌ها و فصلنامه‌ها هر کدام با ۲۲ درصد در مرتبه‌های بعدی قرار دارند. روزنامه‌ها، در مجموع ۱۱ درصد کل نشریات منتشر شده را شامل می‌شوند.

۲. تقاضای انتشار نشریه

جدول شماره ۲، فراوانی متقاضیان دریافت امتیاز انتشار نشریه را در مقایسه با تعداد مجوزهای صادر شده در سال‌های ۱۳۶۹-۱۳۷۹ نشان می‌دهد. مطابق این جدول در سال‌های اولیه، تقریباً تعداد متقاضیان و تعداد مجوزهای صادر شده نزدیک به هم بوده ولی از سال ۱۳۷۴ بین تعداد متقاضیان و تعداد مجوزهای صادر شده از سوی هیأت نظارت بر مطبوعات شکاف عمیقی پیدا شده است. این شکاف در سال ۱۳۷۹ به حدی رسید که در مقابل ۲۰۹۹ متقاضی فقط ۶۲ مجوز امتیاز انتشار نشریه صادر شده است. به عبارت دیگر جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که تعداد مجوزهای صادر شده از سوی هیأت نظارت بر مطبوعات خیلی کمتر از متقاضیان سالانه انتشار نشریات است چه رسد به این که متقاضیانی هم از سال‌های قبل، در نوبت انتظار مانده‌اند.

۵. گستره توزیع مجوزهای صادره

جدول شماره ۵ مجوزهای صادره از سوی هیأت نظارت بر مطبوعات را برحسب گستره توزیع نشان می‌دهد. مطابق این جدول در دوره سوم (۶۹-۷۱)، کلیه مجوزهای صادر شده فقط محدود به دو گستره سراسری و محلی بوده که سراسری ۲۲۶ مورد از کل ۲۸۲ مورد را شامل شده است. در دوره چهارم، مجوزهای انتشار نشریه در چهار گستره توزیع صادر شده، اما گستره توزیع منطقه‌ای تعداد ناچیزی را به خود اختصاص داده بود. در دوره‌های بعد نیز

مطابق این جدول بیشترین مجوزهای صادر شده مربوط به فصلنامه‌ها و ماهنامه‌ها است. به طوری که این دو مقوله به تنهایی بیش از ۵۷ درصد کل محورها را شامل می‌شوند. بعد از آنها هفته‌نامه‌ها ۱۸/۶ درصد و روزنامه‌ها ۸/۵ درصد قرار دارند. کمترین مجوزها صادر شده مربوط به نشریاتی است که دو شماره در هفته منتشر می‌شوند.

۴. دوره انتشار نشریات منتشره

جدول شماره ۴، نشریات منتشره تا

جدول ۵. مجوزهای صادره برحسب گستره توزیع

ردیف	گستره توزیع	دوره سوم	چهارم	پنجم	ششم	هفتم (تا پایان ۷۸)
۱	سراسری	۲۲۶	۱۰۶	۱۲۰	۲۸۱	۱۶۴
۲	محلی	۵۶	۶۷	۴۴	۱۰۲	۷۳
۳	منطقه‌ای	—	۲	۶	۱۴	۲۲
۴	بین‌المللی	—	۱۷	۶۵	۷۷	۶۵
-	جمع	۲۸۲	۱۹۲	۲۳۵	۴۷۶	۳۳۴

۳. دوره انتشار نشریات دارای مجوز

جدول شماره ۳ نشریات دارای مجوز را به تفکیک دوره انتشار نشان می‌دهد.

جدول ۸. میزان مصرف کاغذ برای چاپ و نوشتن

کشور	ارقام به تن برای هر هزار نفر
کانادا	۸۴/۹
ژاپن	۷۶
یونان	۲۰
مالت	۵۳
پرتغال	۲۸
کره جنوبی	۲۲/۳
افریقای جنوبی	۱۱/۷
اردن	۸/۹
ایران	۳/۴

منبع: (HDR)، ۱۹۹۶ به نقل از میرزابی، علی. مجموعه مقالات دومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۷، ص ۱۴۴.

جدول ۹. مقایسه میزان مصرف کاغذ برای چاپ و نوشتن

متوسط مصرف کاغذ در چندحوزه	ارقام به تن برای هر هزار نفر
جهان	۱۴/۱
کشورهای صنعتی	۶۱/۹
درحال توسعه	۳/۵
ایران	۳/۴

منبع: همان

۲. مصرف کاغذ در ایران و جهان

جداول شماره ۸ و ۹ مصرف کاغذ برای چاپ و نوشتن را در سطح جهان نشان می‌دهند. مطابق جدول شماره ۸، کانادا با ۸۴/۹ تن کاغذ برای هر ۱۰۰۰ نفر بالاتر از سایر کشورها قرار دارد. بعد از کانادا به ترتیب کشور ژاپن با ۷۶ تن، مالت با ۵۳ تن، پرتغال با ۲۸ تن، کره جنوبی با ۲۲/۳ تن در رده‌های بعدی قرار دارند. کشور اردن با ۸/۹ تن مصرف کاغذ برای چاپ و نوشتن نسبت به ایران از وضعیت بسیار بهتری برخوردار بوده است. همین اختلاف در جدول شماره ۹ به نوعی دیگر خود را نشان می‌دهد. مطابق جدول شماره ۱۰ متوسط مصرف کاغذ در کشورهای صنعتی ۶۱/۹ تن برای هر ۱۰۰۰ نفر، ۱۴/۱ تن برای کل جهان و ۳/۵ تن برای کشورهای در حال توسعه

عربی است. این شاخص‌ها نشان می‌دهد که نه تنها سرانه مصرف مطبوعات در ایران بسیار پایین است بلکه شمارگان نشریات روزانه در ایران برای هر هزار نفر طی ۲۵ سال گذشته از مرز ۲۷ نسخه فواتر نرفته است. این درحالی است که این رقم در حال حاضر حتی در کشورهای منطقه سه رقمی است.

جدول ۷. انتشار روزنامه در جهان

قاره یا مناطق	سرانه روزنامه برای هر ۱۰۰۰ نفر	وزن سرانه مصرف مطبوعات به کیلوگرم
آفریقا	۱۷	۰/۷
آمریکا	۱۳۵	۱۹/۹
اروپا	۲۷۸	۱۴/۲
اقیانوسیه	۲۱۴	۳۰/۲
جهان	۹۶	۶/۳
کشورهای درحال توسعه	۴۴	۱/۶
کشورهای غربی	۴۴	۰/۹
کشورهای آسیای جنوبی	۲۷۷	۰/۲
کشورهای شرقی	۵۶	۲
کشورهای آمریکای لاتین	۸۰	۴/۱
کشورهای توسعه یافته	۲۸۶	۲۳
ایران	۱۷	۰/۶

منبع: سالنامه آماری یونسکو ۱۹۹۷

۱. انتشار روزنامه‌ها برحسب وزن سرانه مصرف در جهان
جدول شماره ۷، انتشار روزنامه‌ها در جهان را مطابق آمارهای یونسکو در سال ۱۹۹۷ و به همراه وزن سرانه مصرف مطبوعات نشان می‌دهد. مطابق این جدول علاوه بر آمریکا (۱۳۵ نسخه)، اروپا (۲۷۸ نسخه)، اقیانوسیه (۲۱۴ نسخه) که دارای سرانه روزنامه خیلی بالایی نسبت به ایران هستند کشورهای عربی (۴۴ نسخه)، آسیای جنوبی (۲۷۷ نسخه) و آسیای شرقی (۵۶ نسخه) و آمریکای لاتین با (۸۰ نسخه) از ایران وضعیت بسیار بهتری دارند. همین نسبت در رابطه با وزن سرانه مصرف مطبوعات نیز صدق می‌کند.

مجوزهای انتشار نشریه در هر چهار گستره توزیع صادر شده ولی گستره توزیع سراسری در رتبه اول، گستره توزیع محلی در رتبه دوم، گستره توزیع بین‌المللی در رتبه سوم و گستره توزیع منطقه‌ای در رتبه آخر قرار دارد. مطابق جدول شماره ۶، گستره توزیع بین‌المللی از دوره چهارم (سال ۱۳۷۲ به بعد) تقریباً سیر صعودی داشته است.

جدول ۶. وضعیت انتشار روزنامه‌ها در پایان سال ۱۳۷۹

روزنامه‌ها	فراوانی	درصد
روزنامه‌های منظم سراسری	۴۴	۳۳/۴
روزنامه‌های منظم محلی	۱۷	۱۲/۸
روزنامه‌های نامنظم	۲۹	۲۲
روزنامه‌های غیرمنتظره	۱۹	۱۴/۴
روزنامه‌های توقیف شده	۲۳	۱۷/۴
جمع	۱۲۲	۱۰۰

۶. وضعیت انتشار روزنامه‌ها

جدول شماره ۶ وضعیت انتشار روزنامه‌های کشور را در پایان سال ۱۳۷۹ نشان می‌دهد مطابق این جدول از مجموع ۱۳۲ مجوز انتشار روزنامه‌ها، ۱۷/۴ درصد (۲۳ روزنامه) توقیف شده، ۱۴/۴ درصد (۱۹ روزنامه) منتشر نشده‌اند و ۲۲ درصد (۲۱ روزنامه) انتشارشان نامنظم است. روزنامه‌های منظم سراسری (اعم از سیاسی، ورزشی و...) به طور کلی ۳۳/۴ درصد (۴۴ مورد) را شامل می‌شوند و روزنامه‌های محلی ۱۲/۸ درصد کل را در برمی‌گیرد.

ب) وضعیت کمی انتشار روزنامه‌ها در ایران و جهان

مقایسه روند انتشار نشریات روزانه در ایران و سایر نقاط جهان با چند شاخص سرانه مصرف و وضعیت انتشار روزنامه در ایران و جهان مورد بررسی قرار گرفته است. مطابق این شاخص‌ها، سرانه مطبوعات و شمارگان نشریات روزانه در ایران بسیار پایین‌تر از کشورهای پیشرفته و حتی بسیاری از کشورهای منطقه و

جدول ۱۱. مقایسه تعداد و شمارگان نشریات روزانه در ایران (سال‌های ۱۹۷۵-۱۹۹۶)

سال	تعداد	شمارگان (به هزار)	برای هر ۱۰۰۰ نفر (نسخه)
۱۹۷۵	۱۹	۷۰۰	۲۱
۱۹۸۰	۴۵	۹۷۰	۲۵
۱۹۸۵	۱۵	۱/۲۵۰	۲۶
۱۹۹۰	۲۱	۱/۵۰۰	۲۷
۱۹۹۱	۱۵	۱/۲۰۰	۲۳
۱۹۹۲	۱۳	۱/۲۵۰	۲۱
۱۹۹۳	۱۳	۱/۲۰۰	۲۰
۱۹۹۴	۱۲	۱/۱۵۰	۱۹
۱۹۹۵	۲۷	۱/۴۲۶	۲۳
۱۹۹۶	۳۲	۱/۶۵۱	۲۶

منبع: سالنامه آماری یونسکو، ۱۹۹۹

۴. وضعیت انتشار روزنامه‌ها در ایران از سال ۱۹۷۵

جدول شماره ۱۱، تعداد و شمارگان نشریات روزانه در ایران را طی سال‌های ۱۹۷۵-۱۹۹۶ نشان می‌دهد. مطابق این جدول تعداد نشریاتی که روزانه در ایران منتشر می‌شود در سال ۱۹۷۵ به‌طور کلی ۱۹ عنوان بوده که در سال ۱۹۸۰، ماه‌های آغازین بعد از پیروزی انقلاب اسلامی یکباره به ۴۵ عنوان افزایش یافت (۲/۵ برابر). بعد از فروکش کردن تب و تاب اولیه انقلاب و تدوین قانون مطبوعات و کنترل هرگونه فعالیت‌های مطبوعاتی توسط دولت، تعداد نشریات روزانه در مدت چند سال به ۱۵ عنوان کاهش می‌یابد که از تعداد زمان ۱۹۷۵ کمتر است. تعداد نشریات روزانه طی سال‌های ۱۹۹۱ تا ۱۹۹۴ بین ۱۲ و ۱۵ عنوان در نوسان بود که در کل کمتر از سال‌های ۱۹۷۵ بوده است. اما از سال ۱۹۹۵ این تعداد یکباره دو برابر شده و در سال‌های بعد سیر صعودی خود را حفظ می‌کند. مطابق آخرین آمار سالنامه آماری یونسکو که در سال ۱۹۹۹ منتشر شده است، تعداد نشریاتی که روزانه در ایران در سال ۱۹۹۶ منتشر می‌شدند به ۳۲ عنوان رسیده بود. هر چند ادامه این آمارها در سال‌های بعد

جدول ۱۰. تعداد و شمارگان نشریات روزانه کشورهای مختلف جهان در سال ۱۹۹۶

کشور	تعداد	شمارگان (به هزار)	سرانه برای هر ۱۰۰۰ نفر (نسخه)
ایران	۳۲	۱/۶۵۱	۲۶
عراق	۴	۴۰۷	۲۰
اسرائیل	۳۲	۱/۶۵۰	۲۸۸
ژاپن	۱۲۲	۷۲/۷۰۵	۵۷۸
اندونزی	۶۹	۴/۶۶۵	۲۳
افغانستان	۱۲	۱۱۳	۵/۶
لبنان	۱۵	۴۳۵	۱۳۱
کویت	۸	۶۳۵	۳۷۷
اردن	۴	۲۵۰	۲۲
مالزی	۴۲	۲/۲۴۵	۱۶۳
عمان	۴	۶۳	۲۸
سنگاپور	۸	۱/۰۹۵	۳۲۴
دانمارک	۳۷	۱/۶۱۵	۳۱۱
آلبانی	۵	۱۱۶	۳۷
آلمان	۳۷۵	۲۵/۵۰۰	۳۱۱
فرانسه	۱۱۷	۱۲/۷۰۰	۲۱۸
کرواسی	۱۰	۵۱۷	۱۱۵

منبع: سالنامه آماری یونسکو، ۱۹۹۹

- تشدید شکاف‌های ارزشی و دو قطبی شدن نحوه و نوع مصرف کالاهای فرهنگی یکی از پیامدهای مهم تحولات اجتماعی جدید است.
- انقلاب الکترونیکی و انفجار اطلاعات، خوب یا بد، برد و قلمرو پوشش رسانه‌ها، بخصوص رسانه‌های صوتی - تصویری و رسانه‌های انتقال اطلاعات دیجیتالی را به‌گونه‌ای که در تاریخ بشری بی‌سابقه است، افزایش داده است.

است که حتی وضعیت ایران از این کشورها هم کمتر است. ایران با مصرف ۳/۴ تن کاغذ برای چاپ و نوشتن هر ۱۰۰۰ نفر در مقایسه همه کشورهای جداول شماره ۸ و ۹ وضع بدتری دارد. مقایسه وضع بودجه فرهنگی ایران با سایر کشورهای جهان، مقایسه متوسط میزان مصرف کاغذ برای چاپ مطبوعات در ایران و سایر نقاط جهان، مقایسه نشریات دولتی ایران با سایر کشورهای جهان و... همگی مواردی هستند که خود می‌تواند موضوع بحث و بررسی جداگانه‌ای باشد. البته در این خصوص متوسط میزان مطبوعات در ایران نیز خودگویای مسائل زیادی است. متوسط میزان مصرف مطبوعات در ایران ۱/۳ تن برای هر ۱۰۰۰ نفر گزارش شده است.

۳. وضعیت انتشار روزنامه‌ها در ایران و جهان

جدول شماره ۱۰، تعداد، شمارگان و سرانه روزنامه‌ها برای هر ۱۰۰۰ نفر را در ایران و سایر کشورهای جهان در سال ۱۹۹۶ نشان می‌دهد. مطابق این جدول سرانه روزنامه‌ها برای هر ۱۰۰۰ نفر در ایران در سال ۱۹۹۶ نه تنها از همه کشورهای پیشرفته و حتی آلبانی کمتر است، بلکه کشورهایی مثل کویت، اردن، عمان، لبنان، دارای وضعیت کاملاً بهتری از ایران هستند و وضعیت ایران تنها از افغانستان، عراق و اندونزی بهتر است.

ج. وضعیت کمی انتشار نشریات فارسی چاپ خارج (توسط ایرانیان)

وضعیت انتشار نشریات فارسی خارج از کشور به مراتب بهتر از داخل است. ایرانیان مقیم خارج که در خوشبینانه‌ترین حالت تعداد آنها به ۴ میلیون نفر نمی‌رسد، بعد از انقلاب اسلامی بیش از ۱۲۰۰ عنوان نشریه منتشر کرده‌اند که هم‌اکنون ۳۵۱ عنوان آن به طور مرتب چاپ و منتشر می‌شود. این درحالی است که درحال حاضر در داخل کشور تعداد نشریاتی که دارای چاپ و انتشار منظم هستند چندان از این رقم فراتر نمی‌رود.

جدول ۱۲. فراوانی نشریات فارسی چاپ خارج (۱۳۷۹-۱۳۵۷)

ردیف	وضعیت نشریات	فراوانی
۱	نشریات درحال انتشار	۳۵۱
۲	نشریات متوقف شده	۸۹۲
-	جمع	۱۲۴۳

منبع: دوفصلنامه آماری نشریات فارسی چاپ خارج، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۰

۱. وضعیت کلی نشریات فارسی چاپ خارج

جدول شماره ۱۲، وضعیت کلی نشریات فارسی چاپ خارج را بعد از انقلاب اسلامی نشان می‌دهد. مطابق این جدول، بعد از انقلاب اسلامی، ایرانیان خارج از کشور در مجموع ۱۲۴۳ نشریه فارسی در خارج از کشور منتشر کرده‌اند که در حال حاضر ۳۵۱ عنوان آن در حال انتشار محسوب می‌شود و ۸۹۲ عنوان بنا به دلایل مختلف انتشار آن متوقف شده است. نکته قابل توجه در مورد جدول ۱۲ این است که احتمالاً آمارهای آن شامل کلیه فعالیت‌های مطبوعاتی ایرانیان خارج از کشور نباشد و نشریاتی هم در کشورهای دیگری منتشر می‌شوند که در این آمارها لحاظ نشده‌اند. آمارهای این جدول براساس اطلاعاتی که در نشریات فارسی چاپ خارج از کشور درج شده‌اند و در آرشیو نشریات فارسی چاپ خارج مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها در دسترس

■ در پایان قرن بیستم، کمپانی‌های متعلق به پنج کشور ۷۰ درصد تولید محصولات تلویزیونی برای بازار جهانی را در اختیار داشتند و ۹۰ درصد اخبار خارجی تولید شده توسط شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای توسط سه خبرگزاری اصلی بین‌المللی که مقر آنها در لندن است تأمین می‌شد.

■ هم‌اکنون پنج شبکه جهانی فارسی ماهواره‌ای برای داخل کشور برنامه پخش می‌کنند و این برنامه‌ها در سراسر ایران قابل دریافت است.

ششصدوپنجاه و یک هزار (۱/۶۵۱) بوده است. آمارهای اداره کل مطبوعات داخلی در سال ۱۳۷۰ حاکی است که شمارگان رسمی نشریات روزانه در سال ۱۳۷۹ به سه میلیون و سیصد هزار نسخه رسیده است. سرانه روزنامه‌ها برای هر ۱۰۰۰ نفر نیز مانند تعداد شمارگان روزنامه‌ها کاملاً دچار فرازونشیب شده است. سرانه روزنامه‌ها برای هر ۱۰۰۰ نفر در سال ۱۹۷۵، ۲۱ نسخه بوده که در سال ۱۹۹۰ به ۲۷ رسیده است. این روند سپس سیر نزولی پیدا کرده و در سال ۱۹۹۴ به ۱۹ نسخه کاهش یافته ولی از سال ۱۹۹۵ سیر صعودی پیدا کرده و به ویژه در سال‌های بعد از دوم خرداد ۱۳۷۶ بر شتاب آن افزوده شده است. مطابق آمارهای منتشر شده از سوی اداره کل مطبوعات داخلی در سال ۱۳۸۰، این سرانه اکنون به ۵۳ نسخه برای هر ۱۰۰۰ نفر رسیده است. (نکته در خور تأمل این است که آمارها عمدتاً رسمی بوده و آمارهای واقعی آنها حدود ۳۰ الی ۴۰ درصد کمتر است. در ایران به دلیل این که نشریات از طرف دولت حمایت مالی می‌شوند، روزنامه‌ها، عموماً شمارگان خود را بیش از واقعیت عنوان می‌کنند.)

در سالنامه یونسکو نیامده است. اما آمارهایی که اداره کل مطبوعات داخلی در سال ۱۳۷۰ در جزوه‌ای تحت عنوان «مطبوعات از نگاه آمار» منتشر کرده است، نشان می‌دهد که با وجود برخی بگیروبیندهایی که توسط قوه قضاییه در حوزه روزنامه‌ها طی یکی دو سال اخیر رخ داده است، با وجود این، روند مذکور همچنان سیر صعودی داشته است. مطابق آمارهای منتشره از سوی اداره کل مطبوعات داخلی این تعداد در سال ۱۳۷۹ به ۶۰ عنوان رسیده است.

مطابق جدول شماره ۱۱، مانند تعداد نشریات روزانه که طی سال‌های گذشته دچار نوسان بوده، شمارگان نشریات روزانه کشور از سال ۱۹۷۵ به بعد، نیز کاملاً نوسان داشته است. شمارگان نشریات روزانه در سال ۱۹۷۵، ۷۰۰ هزار بوده که در سال ۱۹۸۰ به ۹۷۰ هزار رسیده و تا سال ۱۹۹۰ سیر صعودی داشته و به یک میلیون و پانصد هزار رسیده است. از سال ۱۹۹۰ شمارگان نشریات روزانه تا سال ۱۹۹۴ سیر نزولی داشته و از سال ۱۹۹۵ به بعد سیر صعودی پیدا می‌کند. مطابق آمار یونسکو شمارگان نشریات روزانه در سال ۱۹۹۶، یک میلیون و

جدول ۱۵. نشریات فارسی چاپ خارج به تفکیک گرایش و مکان انتشار

نام کشور	نشریات فرهنگی										نشریات سیاسی					درصد فراوانی
	فرهنگی عادی	سیاسی، اجتماعی، فرهنگی	سیاسی، خبری	سیاسی، تئوریک	طنز	(تعداد نشریات سیاسی)	فرهنگی عادی	فرهنگی، اجتماعی	فرهنگی، ادبی، هنری	علمی و تخصصی	ویژه زنان	ویژه کودکان	همچسنگ‌گرایان	آکمی، تبلیغاتی	(تعداد نشریات فرهنگی)	
آمریکا	۲	۱۴	۵	۱	۱	۲۳	۵	۲۰	۲۴	۱۱	۱	۱	۷	۷۲	۶۵	۲۷/۰۸
آلمان	۱۵	۱۵۸	۱	۳	۱	۳۵	۱	۶	۶	۳	۳			۲۲	۵۷	۱۶/۲۵
انگلستان	۱۴	۱۲	۴	۱	۲	۳۳	۲	۳	۴	۱	۱		۲	۱۳	۴۶	۱۳/۱۲
سوئد	۶	۷	۵	۱	۵	۱۹	۵	۵	۵		۱	۱	۱	۱۹	۳۸	۱۰/۸۳
فرانسه	۱۲	۷	۵			۲۴		۴	۳	۱				۸	۳۲	۹/۱۲
کانادا	۲	۳	۴			۱۰		۵	۲	۲	۲			۱۷	۲۷	۷/۷۰
یوگسلاوی								۱						۱	۱	۰/۲۸
هند	۱	۱				۱		۴						۵	۶	۱/۷۱
آذربایجان		۱						۱						۱	۲	۰/۵۷
استرالیا								۱						۲	۲	۰/۵۷
پاکستان	۱	۳	۱			۵		۱	۱		۱			۳	۸	۲/۲۸
تاجیکستان		۱				۱		۲	۱					۵	۶	۱/۷۱
روسیه								۱	۱					۲	۲	۰/۵۷
ژاپن								۱	۱					۳	۳	۰/۸۵
استرالیا								۱						۱	۱	۰/۲۸
افغانستان	۱					۱								۱	۱	۰/۲۸
ایتالیا								۱						۱	۱	۰/۲۸
بلژیک								۱						۱	۱	۰/۲۸
تانزانیا			۱												۱	۰/۲۸
چین						۱								۱	۱	۰/۲۸
دانمارک								۱						۱	۱	۰/۲۸
عربستان								۱						۱	۱	۰/۲۸
لوکزامبورگ								۱						۱	۱	۰/۲۸
هلند	۱	۱				۲		۴	۳					۶	۸	۲/۲۸
نروژ		۱				۱		۱	۱					۳	۴	۱/۱۴
یونان		۱				۱									۱	۰/۲۸
[نامعلوم]						۲		۲						۴	۴	۱/۱۴
جمع	۵۴	۶۷	۲۶	۶	۵	۱۵۸	۲۵	۶۰	۵۹	۲۱	۸	۵	۳	۱۹۳	۳۵۱	٪۱۰۰
درصد فراوانی	۱۵/۳۸	۱۹/۰۹	۷/۴۱	۱/۷۱	۱/۴۲	۳۵/۰۱	۷/۱۲	۱۷/۱۰	۱۶/۸۲	۵/۹۸	۲/۲۸	۱/۴۲	۰/۸۵	۳/۴۲	۵۴/۹۹	٪۱۰۰

۴. گرایش نشریات فارسی در حال انتشار چاپ خارج
 جدول شماره ۱۵ نشریات فارسی چاپ خارج را به تفکیک مکان انتشار و گرایش‌های سیاسی و فرهنگی نشان می‌دهد. مطابق این جدول، ۵۵ درصد

نشریات در حال انتشار فارسی چاپ خارج دارای گرایش فرهنگی‌اند و ۴۵ درصد دیگر در حوزه گرایش‌های سیاسی فعالیت دارند. نشریات سیاسی عمدتاً هر سه حوزه سیاسی - خبری، سیاسی عادی و سیاسی، اجتماعی

فعالیت دارند، اما نشریات فرهنگی عمدتاً در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی و فرهنگی، ادبی، هنری فعالیت می‌کنند. نشریات سیاسی اصلی بیشتر در شش کشور آمریکا، کانادا، انگلستان، سوئد، فرانسه و آلمان منتشر می‌شوند. نشریات

۲. جداول ۱ تا ۷ نشان می‌دهد که دولت در دو دهه اخیر، در حوزه مطبوعات در مجموع مطابق تحولات به وجود آمده در سطوح داخلی و بین‌المللی حرکت نکرده است. هر چند روند اعطای امتیاز انتشار نشریات مختلف، به‌طور کلی سیر صعودی داشته و از ۶۰ یا ۷۰ مورد در هر سال به ۳۳۳ مورد در سال ۱۳۷۸ رسیده است. اما این روند به هیچ‌وجه مطابق با تقاضای انتشار نشریات از سوی مردم رشد نداشته است. بگذریم از این که در سال ۱۳۷۹ اعطای امتیاز نشریه، یکباره به ۶۲ عنوان تنزل یافته است. علاوه بر این، جداول قسمت الف نشان می‌دهد که هنوز در ایران، سیستم انتشار نشریات، سیستم اعطای امتیاز از سوی دولت است که خود این سیستم دارای اشکالات عدیده‌ای است. این سیستم در حال حاضر، فقط در چند کشور جهان اجرا می‌شود و عمل‌کنندگان به این سیستم، جزء کشورهای محسوب می‌شوند که از لحاظ دموکراسی در سطح پایین‌تری قرار دارند. این سیستم به کنترل کامل مطبوعات از سوی دولت و نه افکار عمومی و جامعه مدنی، و وابستگی مطبوعات به دولت می‌گردد. سیستم حمایت‌های مالی دولت از مطبوعات نیز به این وابستگی می‌انجامد. در مجموع در این سیستم، اعطای مجوز انتشار نشریات یک «امتیاز» است که از سوی دولت به شهروندان «صالح» داده می‌شود.

۳. آمارهای این بررسی نشان می‌دهد که اعطای امتیاز انتشار نشریات بیشتر به نشریات دارای دوره انتشار فصلنامه و ماهنامه داده می‌شود و نشریات روزانه (اعم از سیاسی، ورزشی و محلی) و نشریات دارای دوره انتشار دو شماره در هفته، و هفته‌نامه‌ها در مقایسه با فصلنامه‌ها و ماهنامه‌ها رتبه‌های بسیار پایین‌تری دارند. علاوه بر این، سیستم حمایتی دولت سبب شده است که آمار

■ آمارهای مربوط به فعالیت‌های مطبوعاتی ایرانیان خارج کشور حاکی از آن است که جمعیت اندک ایرانیان خارج از کشور از لحاظ تعداد نشریات، در مقایسه با داخل کشور و با لحاظ کردن جمعیت کشور، دارای وضعیت به مراتب بهتری از ما هستند.

■ دولت مطابق با تحولات بی‌سابقه‌ای که طی دو دهه اخیر در داخل و خارج کشور اتفاق افتاده است، حرکت نکرده و با آن همگام نبوده است. این روند اگر در آینده ادامه یابد، از نظر فرهنگی می‌تواند برای ایران بسیار خطرناک باشد.

فرهنگی نیز عمدتاً در کشورهای آمریکا، کانادا، آلمان، سوئد و انگلستان منتشر می‌شوند. توضیح آن که ایرانیان خارج از کشور علاوه بر نشریات چاپی، در حوزه نشریات الکترونیکی و سایت‌های الکترونیکی نیز فعالیت می‌کنند که برخی از عمده‌ترین آنها عبارتند از:

اخبار روز؛ عصر نو؛ برای آزادی؛ انقلاب اسلامی؛ راه کارگر (تک برگه)؛ راه کارگر؛ راه توده؛ راه آزادی؛ جهان امروز؛ عصر امروز؛ روزنه؛ کار؛ جنگ خبر؛ ایران امروز؛ جهان امروز؛ نت‌کده.

نتیجه‌گیری

۱. در یکی دو دهه اخیر تحولات شگرفی در حوزه‌های فرهنگ، سیاست و اجتماع در جهان رخ داده است و این تحولات به نوبه خود داخل کشور را متأثر ساخته (و می‌سازد). در سطح بین‌المللی، جهان شاهد انقلاب ارتباطات، انفجار اطلاعات، تجاری شدن صنعت فرهنگ، اهمیت یافتن افکار عمومی، روندهای دموکراتیزاسیون، بلوک‌بندی‌های جدید، تغییر مفهوم حاکمیت ملی و بحث‌های مهم جهانی شدن (در سه حوزه فرهنگ، اقتصاد و سیاست) بوده است. در سطح

داخلی، کشورمان با افزایش جمعیت، جوانی جمعیت، گسترش شهرنشینی، گسترش سواد، ارتقاء تحصیلات عالی، تغییر کارکردهای خانواده، مهاجرت (هم در سطوح داخلی و هم به خارج)، رشد طبقه متوسط، و کاهش توان اقتصادی دولت روبه‌رو بوده است. این تحولات (داخلی و خارجی) سبب افزایش تقاضا برای مصرف کالاهای فرهنگی و مطبوعات، تغییر محتوای تقاضاهای فرهنگی، الگوهای متنوع مصارف فرهنگی، تغییر سلیقه‌ها، تشدید شکاف‌های ارزشی و تنوع بازار محصولات فرهنگی و... شده است. این تحولات بیانگر آن است که نیاز به خواندن و تقاضا برای محصولات فرهنگی (از همه نوع آن) چند برابر شده و دولت و برنامه‌ریزان و سیاستمداران کشور بایستی در راستای آن نیازها و پاسخ به این تقاضاها عمل کنند و شرایط و بستر مناسب رشد و فعالیت مطبوعات کشور (از هر نوع آن، یعنی از روزنامه‌های سیاسی گرفته تا نشریات عامه‌پسند، نشریات ورزشی، نشریات تخصصی، نشریات کودکان، زنان، جوان، نشریات محلی و...) را فراهم آورند.

نشریات در حال انتشار با آمار مجوزهای اعطا شده یکسان نباشد. در حال حاضر بخش اعظم کمک‌های مالی دولت فقط به روزنامه‌ها اختصاص دارد و کمک‌های دولت کمتر شامل زیرساختارها و بسترسازی مناسب برای نشریات می‌شود. نشریات در حال انتشار کشور بیشتر به زبان فارسی و تا حدودی هم فارسی-انگلیسی منتشر می‌شوند و تعداد نشریاتی که کاملاً به زبان محلی منتشر می‌شوند بسیار ناچیز است، نشریاتی که به زبان محلی منتشر می‌شوند در دو دهه اخیر رشد چندانی نداشته‌اند. هر چند تعداد نشریات محلی طی چند سال گذشته رشد زیادی داشته است، اما این نشریات عمدتاً به زبان فارسی منتشر می‌شوند. از نظر گستره توزیع نیز، بیشتر نشریات کشور دارای گستره توزیع سراسری هستند و گستره توزیع محلی در دوره‌های گذشته رشد خفیفی داشته است. در چند سال گذشته نشریاتی که مجوز انتشار را در گستره توزیع بین‌المللی به دست آوردند، افزایش یافته است.

۴. آمارهای یونسکو درباره تعداد، شمارگان و سرانه نشریات روزانه برای هر ۱۰۰۰ نفر در ایران و جهان نشانگر آن است که وضعیت ایران هم از لحاظ تعداد و هم از لحاظ شمارگان نشریات و سرانه نشریات روزانه، به هیچ‌وجه مناسب نیست. ایران در بین مجموع کشورهای جهان فقط از کشورهای اندونزی، عراق و افغانستان که هیچ‌کدام از لحاظ سیاسی، دارای ثبات نیستند، بالاتر قرار می‌گیرد. فاصله ایران با کشورهای اروپایی، مانند فرانسه، آلمان، دانمارک و حتی کرواسی و آلبانی بسیار زیاد است. همچنین فاصله ایران با ژاپن و سنگاپور از لحاظ سرانه نشریات روزانه برای هر ۱۰۰۰ نفر بیش از ۲۰ مرتبه کمتر است. علاوه بر این، وضعیت سرانه نشریات روزانه برای هر ۱۰۰۰ نفر در ایران در مقایسه با کشورهای

عربی، مانند اردن، کویت و لبنان نیز بسیار پایین است و آنها به مراتب دارای وضعیت بهتری از ما هستند.

۵. آمارهای مربوط به فعالیت‌های مطبوعاتی ایرانیان خارج کشور حاکی از آن است که جمعیت اندک ایرانیان خارج از کشور از لحاظ تعداد نشریات، در مقایسه با داخل کشور و با لحاظ کردن جمعیت کشور، دارای وضعیت به مراتب بهتری از ما هستند. بعد از انقلاب اسلامی، ایرانیان مقیم خارج از کشور مطابق اطلاعات در دسترس، ۱۲۴۳ نشریه منتشر کرده‌اند که در حال حاضر ۳۵۱ عنوان آن به طور مرتب منتشر می‌شود. علاوه بر این ایرانیان مقیم خارج برای آن که ایرانیان داخل کشور را تحت پوشش فعالیت‌های انتشاراتی خود قرار دهند، دارای سایت‌های الکترونیکی مختلف (بیش از ۱۰۰ سایت) هستند که چند فقره از آنها به دلیل گرایش‌های سیاسی و خبری‌شان، روزانه فعالیت می‌کنند و اخبار روز و تحلیل‌های مربوط به ایران را هر روز منعکس می‌سازند. در حال حاضر ایرانیان مقیم خارج از لحاظ فعالیت‌های تلویزیونی نیز در موقعیتی قرار دارند که پنج کانال تلویزیونی به‌طور ۲۴ ساعته برای ایرانیان داخل و خارج کشور برنامه پخش می‌کند و در سراسر ایران با حداقل امکانات ماهواره‌ای قابل دریافت‌اند. به‌طور کلی ایرانیان مقیم خارج از لحاظ فعالیت‌های مطبوعاتی و رسانه‌ای در شرایطی قرار دارند که به آسانی متون خود را در ایران به اطلاع مردم می‌رسانند. این موارد غیر از فعالیت‌های رادیویی است که در جای خود بسیار قابل تأمل است. در حال حاضر به‌نظر می‌رسد سایت‌های الکترونیکی فردی و گروهی ایرانیان مقیم خارج از کشور همراه با تلویزیون‌های ۲۴ ساعته بسیار موفق‌تر از سایر فعالیت‌های رسانه‌ای عمل می‌کنند.

۶. مجموع مطالبی که در اینجا شرح

آنها گذشت نشان می‌دهد که دولت اولاً در مقایسه با مردم بسیار عقب‌تر حرکت می‌کند، زیرا تقاضای انتشار نشریات چند برابر عطای مجوز انتشار نشریه از سوی هیأت نظارت بر مطبوعات است و این روندها به هیچ‌وجه با یکدیگر همخوانی ندارند. ثانیاً وضعیت مطبوعات در ایران، به ویژه از لحاظ تعداد، شمارگان و سرانه نشریات روزانه برای هر ۱۰۰۰ نفر در مقایسه با کشورهای عربی منطقه بسیار نامناسب است و فاصله زیادی بین ایران با این کشورها و کشورهای مشابه وجود دارد. ثالثاً، فعالیت‌های رسانه‌ای ایرانیان خارج از کشور، هر چند آنها از لحاظ جمعیتی در مقایسه با کل جمعیت ایران بسیار ناچیز هستند، با وجود این با سرعتی بالاتر از داخل کشور رشد دارد. این موارد، همگی بیانگر آن است که فعالیت‌های ایرانیان داخل کشور در مقایسه با ایرانیان خارج کشور بسیار ضعیف است. به‌طور کلی به‌نظر می‌رسد دولت مطابق با تحولات بی‌سابقه‌ای که طی دو دهه اخیر در داخل و خارج کشور اتفاق افتاده است، حرکت نکرده و با آن همگام نبوده است. این روند اگر در آینده ادامه یابد، از نظر فرهنگی می‌تواند برای ایران بسیار خطرناک باشد. □

منابع

- سالنامه آماری یونسکو، سال ۱۹۹۹
- سالنامه آماری یونسکو، سال ۱۹۹۷
- سالنامه آماری یونسکو، سال ۱۹۹۶
- سالنامه آماری یونسکو، سال ۱۹۹۵
- HDR، یونسکو، سال ۱۹۹۶
- مجموعه مقالات دومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات ایران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۷
- دو فصلنامه آماری نشریات فارسی زبان در حال انتشار چاپ خارج، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۰
- مطبوعات از نگاه آمار، اداره کل مطبوعات داخلی، ۱۳۸۰
- گزارش عملکرد هیأت نظارت بر مطبوعات، دبیرخانه هیأت نظارت بر مطبوعات، ۱۳۷۹