

## آیا رسانه‌های چاپی هنوز اهمیت دارند؟

ترجمه: دکتر مهدی ناظمی اردکانی

Mitchell's NY

به تقریب از زمان اختراع ماشین چاپ، روزنامه‌ها و نشریه‌های چاپی در شکل‌های مختلف وجود داشته‌اند. با وجود این، در طول قرن گذشته کارشناسان این صنعت پیش‌بینی‌های جسورانه‌ای درباره رسانه‌های چاپی داشته‌اند؛ از جمله ارائه چند سناریو که در آنها نشریه‌های چاپی دیگر وجود نخواهند داشت. اکنون در عصری زندگی می‌کنیم که به تقریب در همه جای این جهان متمدن، می‌توان مقاله‌ها، تصویرها و فیلمها را در یک صفحه کوچک جمع کرد؛ بدین ترتیب، ممکن است وجود نشریه‌های جوهری و کاغذی، مانند قبل ضروری به نظر نیاید.

ولی اگر تمایل ندارید روزنامه‌ها و مجله‌های چاپی را با نقطه‌چینهای تخت و سرد نمایشگر رایانه، صفحه کتابخوان الکترونیک یا گوشی هوشمند عوض کنید، بدانید که تنها نیستید. با این‌که به یقین، سهم رسانه‌های الکترونیک در دریافت محتوای خبری در جامعه امریکا پیشرفت چشمگیری داشته، اما بنابر نظر سنجیها، دهها میلیون خواننده هنوز ترجیح می‌دهند خبرهایشان را از منابع رسانه‌ای چاپی بگیرند.



## بازگشت به رسانه‌های چاپی

مرگ رسانه‌های چاپی، مدتها پیش از معرفی ابزار شخصی خوانش الکترونیکی، پیشگویی شده بود؛ ولی حتی با آمدن سیل تلفنهای هوشمند و کامپیوترهای دستی، بسیاری از مخاطبان رسانه‌ها هنوز نسخه چاپی روزنامه‌ها و مجله‌های مورده‌علاقه‌شان را به نوشته‌های دیجیتال ترجیح می‌دهند.

اگر برایتان این سؤال پیش آمده که چرا باید خبرهای چاپی را بخوانیم، به این دلایل توجه کنید:

- کاهش قیمت روزنامه و مجله،
- بهبود خدمات توزیع، هم از طرف فروشندگان عمده و هم عاملان توزیع بعدی،
- افزایش دسترسی به نشریه‌های چاپی باکیفیت در فروشگاه‌ها و دکه‌های مطبوعات،
- فشار نمایشگر رایانه و کتاب‌خوان الکترونیک بر چشم که خوانندگان را وادار می‌کند چاپ عینی را انتخاب کنند،
- سنت/احساس دلتنگی،
- ترجیح قالب مجله، در برابر نسخه‌های به‌سختی خواندنی مقاله‌ها در تلفنهای همراه،
- ارزان‌تر بودن خرید یک اشتراک نسبت به پرداخت چندباری برای هر بار استخراج مطلب از طریق کامپیوتر،
- امکان آرشیو و اضافه‌کردن رسانه چاپی به مجموعه‌های شخصی و مجموعه‌های هنری،
- عکسها و گرافیک زیبا، و
- نامنسجم بودن قالب‌بندی الکترونیک در نسخه‌های شبکه اینترنت.

## اهمیت رسانه‌های چاپی در جامعه

بیشتر غریبه‌ها حداقل کمی با یوهانس گوتنبرگ (Johannes Gutenberg) آشنایی دارند؛ مردی که با اختراع نوعی قالب

چاپ، به پدید آمدن عصر اطلاعات اروپا در قرن پانزدهم کمک کرد. با این‌که صورتهای دیگری از ماشینهای چاپ هزاران سال در چین و ژاپن به‌کار می‌رفتند، این دستگاه‌های اولیه به‌طور معناداری در اروپا استفاده نشده بودند.

پیش از اختراع گوتنبرگ، کاتبان، کتابها را دستی نسخه‌برداری می‌کردند. فرایندی وقت‌گیر که باعث شده بود کتاب کمیاب و گران باشد. ولی، ماشین گوتنبرگ می‌توانست صفحه‌های ۴۲ خطی را چاپ کند و به این ترتیب، امکان ایجاد همزمان صدها رونوشت از یک صفحه را فراهم آورده بود. با افزایش دسترسی به چاپ، میزان سواد در تمدن غرب بالا رفت و چاپ به اصلی‌ترین روش انتقال پیام به عموم مردم تبدیل شد.

با تکامل ماشین‌آلات و فرایند چاپ در چهار قرن بعد، رسانه‌ها و نشریه‌های چاپی متحول شدند و اهمیت آنها در گسترش اطلاعات افزایش یافت. اگرچه رقابت میان روزنامه‌ها، مجله‌ها، و نشریه‌های چاپی تشدید شد، اما رقیب جدی از دیگر بخشهای ارتباطی، تنها در قرن بیستم خود را نشان داد.

وقتی گیرنده‌های رادیویی بی‌سیم، اقتصادی‌تر شدند، شبکه‌های رادیویی، اشتراک همان سرویسهای تلگرافی را خریدند که بخش زیادی از اطلاعات روزنامه‌ها را فراهم می‌کردند. به این ترتیب، ایستگاه‌های رادیویی هم توانستند امکان پخش برنامه‌های خبری را به‌دست آورند. رسانه‌های چاپی سنتی، که از تهدید رقابتی پوشش روبه‌گسترش این شبکه‌های رادیویی می‌ترسیدند، سرویسهای تلگراف را متقاعد کردند که دیگر به ایستگاه‌های رادیویی اشتراک نفروشنند. این‌کار باعث شد پوشش خبری شبکه‌های بزرگ رادیو محدود شده و انتشار اخبار به انحصار کامل رسانه‌های چاپی درآید. این نفوذ قهری رسانه‌های چاپی بر رادیوهای بی‌سیم، به جنگ مطبوعات و رادیو معروف شد.

- پوشش جامع،
- جایگزینی ارزان تر،
- دوام، و
- کاهش هزینه‌های اشتراک.

### قالب‌بندی بهتر

بعضی از مردم ترجیح می‌دهند بتوانند مجله جدید یا روزنامه تازه از چاپ بیرون آمده‌شان را روی میز پهن کنند تا این‌که انگشتشان را روی یک صفحه شیشه‌ای بلغزانند. اما جدای از تجربه حسی، مقاله چاپ‌شده نسبت به مقاله‌ای که روی صفحه شبکه اینترنتی منتشر می‌شود، ظاهر متفاوتی دارد. بیشتر افراد به ورق‌زدن صفحه‌های روزنامه یا مجله عینی، عادت دارند.

مرور صفحه یک مرکز اطلاع‌رسانی اینترنتی روی دستگاه تلفن همراه، بسته به تعداد آگهی‌هایی که ناگهانی بالا می‌آید و پیوند مقاله‌هایی که شما را وسوسه می‌کند که روی آن کلیک کنید، ممکن است کاری دشوار و ناراحت‌کننده باشد. برای عده‌ای، همین کافی است که بخواهند نسخه چاپی روزنامه‌ها و مجله‌ها را سفارش دهند.

بسیاری از مصرف‌کنندگان رسانه‌ای، هنوز نسخه‌های چاپی روزنامه‌ها و مجله‌های محبوب‌شان را به مقاله‌های دیجیتالی ترجیح می‌دهند.

### نبود چیزهای حواس پرت‌کن

زمانی بود که افراد از این شکایت داشتند که تبلیغات چاپی در روزنامه‌ها و مجله‌ها باعث حواس پرتی هستند؛ البته این مربوط به پیش از آمدن اینترنت بود. تا به حال پیش آمده است در حالی که سعی می‌کنید مقاله یا فهرستی را بخوانید، ناگهان به مقاله یا تبلیغ دیگری هدایت شوید؛ بدون این‌که بدانید چطور به آنجا رسیده‌اید؟ حتی با وجود مسدودکننده‌های مطالبی که ناگهانی بالا می‌آیند و آگهی‌ها، بسیاری از مراکز اطلاع‌رسانی اینترنتی هنوز

نسل‌های بعدی رسانه‌های چاپی، با درپیش گرفتن راهبردهای سازگارتر، از رقابت با رادیو، شبکه، تلویزیون، ایستگاه‌های خبری ۲۴ ساعته کابلی، ایستگاه‌های خبری پست الکترونیکی و اینترنت جان سالم به در برد. در بسیاری موارد، این رسانه‌ها ناچار شده‌اند به همان حوزه‌هایی وارد شوند که سهم بازارشان را تهدید می‌کرده‌اند. ولی روزنامه‌ها تا حد زیادی در تمام این تحولات دوام آورده‌اند؛ چرا که حتی در صورت رقابت شدید، باز هم بازاری برای مطالب چاپی وجود دارد. مصرف‌کنندگان، ممکن است از سرعت و قابلیت انتقال مقاله‌های برخط و دستگاه‌های الکترونیک لذت ببرند؛ ولی بسیاری هم دوست دارند مجله به خانه‌هایشان تحویل داده شود یا روزنامه‌شان را از دستگاه فروش مجله یا مغازه بخرند.

رسانه‌های چاپی با استفاده از یک راهبرد سازگارتر، از رقابت جان به در برده‌اند.

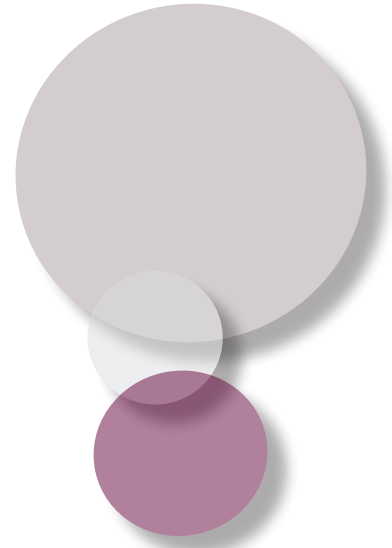
### چرا مردم روزنامه و مجله می‌خوانند؟

برای بعضی از انواع پژوهشها یا مصارف رسانه‌ای، هیچ چیز از گوگل یا مرکز اطلاع‌رسانی اینترنتی یک خبرگزاری محبوب، بهتر نیست. اینترنت سریع است و اطلاعات گسترده‌ای را در گستره نامحدودی از موضوعها فراهم می‌کند؛ ولی بسته به هدفتان، ممکن است نشریه چاپی را به سیل نقطه‌چینهای داده‌ها ترجیح دهید. مردم به دلایل زیر، هنوز مشترک مجله‌ها و روزنامه‌ها می‌شوند:

### دلایل اشتراک مردم در روزنامه‌ها و مجله‌ها

- قالب‌بندی بهتر،
- نبود چیزهای حواس پرت‌کن،
- حفاظت از حریم خصوصی و نامه‌های الکترونیک کمتر،

## اگر تمایل ندارید روزنامه‌ها و مجله‌های چاپی را با نقطه چینهای تخت و سرد نمایشگر رایانه صفحه کتاب‌خوان الکترونیک یا گوشی هوشمند عوض کنید بدانید که تنها نیستید



حفاظت حریم شخصی تصویب کرده که شرکتها را از گردآوری و فروش فهرستهای مشترکان به تبلیغ‌کنندگان باز می‌دارد. این در حالی است که هنگام خرید نسخه چاپی عینی یک مقاله یا مجله، شما ردی از نشانی اینترنتی باقی نمی‌گذارید و به‌طور معمول هم لازم نیست نشانی پست الکترونیک‌تان را به اشتراک بگذارید.

### پوشش جامع

روزنامه‌ها، ده‌ها مقاله را از انواع منابع، کنار هم قرار می‌دهند. مجله‌ها، نویسنده‌های در خانه یا آزادکار را برای پوشش چند موضوع نزدیک به هم، در هر شماره استخدام می‌کنند. اگر درباره موضوعی تحقیق می‌کنید که به آن علاقه دائمی ندارید یا فقط به یک مقاله خاص نیاز دارید، شاید گرفتن اشتراک سالانه مجله‌ای که درباره آن موضوع مطلب نوشته است، عاقلانه نباشد. از طرف دیگر، اگر به نوع اطلاعاتی که روزنامه یا مجله درباره آن گزارش یا پوشش می‌دهد، نیازی دائمی دارید، باید اشتراک را در نظر بگیرید. با خواندن نشریه یا مجله تجاری، نه تنها موضوعهای تحقیق‌تان را پیگیری می‌کنید، بلکه خواهید دید دیگران در صنعت و حوزه کاری شما چه مطالبی را مطالعه می‌کنند. دانستن این‌که همکارانتان درباره چه چیزهایی بحث می‌کنند، برای شما یک مزیت رقابتی به‌همراه خواهد آورد.

از روشهای تبلیغاتی مزاحم و آزاردهنده‌ای مانند این استفاده می‌کنند تا خوانندگان را به سمت تبلیغاتشان بکشانند. سایر مراکز اطلاع‌رسانی هم با استفاده از رنگهای درخشان یا پویانمایی در حاشیه صفحه، ذهن شما را منحرف می‌کنند.

بسیاری از مراکز اطلاع‌رسانی، اجازه نمی‌دهند مقاله‌تان را ببینید؛ مگر این‌که اول ویدئویی را تماشا کنید یا روی یک آگهی کلیک کنید. رسانه‌های مکتوب ممکن نیست وادارتان کنند که از کارزارهای بازاریابی‌شان دیدن کنید؛ بلکه تنها آگهی را نمایش می‌دهند، و شما در تصمیم‌گیری برای میزان توجهی که به آنها می‌کنید، آزادیه.

### حفاظت از حریم خصوصی و نامه‌های الکترونیک کمتر

به‌طور روزافزونی، مجله‌های برخط و روزنامه‌ها، خوانندگان را مجبور می‌کنند تا برای دیدن مقاله‌هایشان ابتدا با استفاده از یک نشانی پست الکترونیک و یک رمز عبور، مشترک شوند. هدف این درخواست به‌طور معمول این است که حساب پست الکترونیک‌تان را با پیشنهاد اشتراک به توپ ببندند و وقتی مشترک شدید، مدام پیشنهاد می‌کنند اشتراکتان را ارتقا بدهید. البته، به جز بازاریابی، ممکن است هدف دیگر، جمع‌آوری اطلاعات برای ساخت پرونده مشترکان باشد. به‌تازگی، دولت امریکا قانونی برای معکوس کردن قوانین

## جایگزینی ارزان تر

در حالی که دستگاه‌های کتاب‌خوان و کامپیوترهای دستی هر کدام صدها دلار می‌ارزند، روزنامه به‌طور معمول زیر یک یا دو دلار و مجله زیر ۱۰ دلار قیمت دارد. به همین خاطر، رسانه‌های چاپی، انتخاب اول خوانندگان پرمشغله‌ای است که نگران تصادف یا دزدی هم هستند. ضرر مالی ناشی از گم‌کردن یک نسخه ۲/۵ دلاری نیویورک تایمز، یا ریختن قهوه روی یک نسخه نیوزویک که از دکه خریده‌اید، با زمانی که به خودروتان برمی‌گردید و می‌بینید تلفن همراهتان دزدیده شده، مقایسه‌پذیر نیست.

## دوام

مقاله‌ها و گزارش‌های برخط را می‌توان با دستیابی به اطلاعات جدید، به‌روزرسانی و تصحیح کرد؛ اما این ممکن است باعث دشواری تهیه جدول زمانی دقیقی از رویدادها باشد. همچنین، هر روز مراکز اطلاع‌رسانی خبری بیشتری تصمیم می‌گیرند مقاله‌ها را بعد از مدت مشخصی از دسترس خارج کنند؛ در حالی که اگر مجله‌ها و روزنامه‌هایتان را نگه دارید یا مقاله‌های مورد نظرتان را از آنها جدا کنید، همیشه می‌توانید موقع نیاز به اطلاعات آنها دسترسی داشته باشید.

## کاهش هزینه‌های اشتراک

واقعیت این است که امریکاییها دیگر به اندازه قبل به خبرهای چاپی اعتماد ندارند. این برای آن دسته از ما که هنوز نسخه‌های عینی نشریه‌ها را ترجیح می‌دهیم، خبر خوبی است. روزنامه‌ها و مجله‌ها قیمت‌هایشان را پایین آورده‌اند تا انگیزه‌ای برای جذب مشترکان جدید یا تشویق مشترکان قبلی به تمدید اشتراکشان باشد. این در بیشتر موارد باعث شده است که نسخه‌های چاپی از همتایان دیجیتالشان به‌صرفه‌تر باشند.

روزنامه، مخالفت کنند. به‌طور کلی، خواندن به بازشدن ذهن انسان کمک می‌کند و خواندن روزنامه، چنان جریانی از اطلاعات را به ذهن خواننده سرازیر می‌کند که کتابها نمی‌توانند به پای آن برسند. چند مزیتی که تنها با خواندن روزنامه به دست خواهید آورد، اینها هستند:

- مقاله‌های روزنامه‌ها، اطلاعات جامعی را در موضوعهای مختلف ارائه می‌دهند، به‌ندرت منابع اطلاعاتی دیگری خواهید یافت که این همه اطلاعات با جزئیات را درباره انواع رویدادهای جداگانه و به‌هم مرتبط، ارائه کنند.

- اطلاعات موجود در روزنامه‌ها ممکن است شما را در تصمیم‌های مهم زندگی یاری کنند. بعضی از این تصمیم‌ها عبارتند از: بهترین زمان برای خرید خانه چه زمانی است؟ چه زمانی برای تغییر شغل مناسب است، در کجا باید سرمایه‌گذاری کنید، و از کدام نامزد سیاسی باید حمایت کنید؟ روزنامه‌ها، همچنین شما را از حراجها و تخفیفها آگاه می‌کنند و کوپنهایی در اختیار شما می‌گذارند که به کمک آنها متوجه می‌شوید کجا حراجی هست و به این ترتیب، می‌توانید از لحاظ مالی صرفه‌جویی کنید.

- روزنامه‌های محلی از زوایایی رویدادهای مؤثر در جامعه شما را پوشش می‌دهند که روزنامه‌های سراسری قادر به انجام آن نیستند. سیاستمداران محلی و مسئولان شهری وقتی بخوانند پیامی را به گوش مردم برسانند، به سراغ روزنامه‌ها و رسانه‌های محلی می‌روند. وقتی یک گزارش خبری محلی اهمیتی کشوری یا ملی پیدا می‌کند، شبکه‌های خبری اغلب برای دریافت کمک، پژوهش خود را از تماس با گزارشگران محلی شروع می‌کنند.

## نقش رسانه‌های چاپی در آموزش

مربیان سالهاست به ارزش مقاله‌های روزنامه به‌عنوان منبعی تکمیلی برای کتابهای درسی سنتی، پی برده‌اند. می‌توان از

## فایده‌های خواندن روزنامه

کمتر پیش می‌آید که مربیان و معلمان با مزایای خواندن روزانه

کلمه‌های بیشتری را به تعداد کمتری گزارش اختصاص دهند. بعضی از روزنامه‌ها، صدها گزارش در روز منتشر می‌کنند که گاهی فقط از یک یا دو پاراگراف تشکیل شده‌اند. مقاله‌های مجله‌ها به‌طور معمول طولانی‌ترند.

با طولانی‌تر بودن دوره انتشار مجله‌ها، نویسندگان و ویراستاران می‌توانند وقت بیشتری را به پرورش یک گزارش اختصاص دهند. نه همه خوانندگان روزنامه از مقاله‌های مجله‌ها استفاده می‌کنند، نه همه مشتریان مجله مرتب روزنامه می‌خوانند. خوشبختانه، این دو قالب مستقل از یکدیگر، در دسترس هستند.

### درباره نسخه‌های چاپی

به‌ندرت استدلالی وجود دارد که بتواند کسی را مجبور کند کاری را که خلاف راحتی فردی اوست، انجام دهد. اگر از آن دسته افرادی هستید که فقط گاهی برای کسب اطلاعات بیشتر درباره یک گزارش خبری که در تلویزیون دیده‌اید به سراغ مقاله‌های روزنامه یا مجله می‌روید و سرگرمی یا علاقه خاصی ندارید که مستلزم بیشتر خواندن باشد، ممکن است نیازی به تهیه روزنامه یا مجله حس نکنید. نسخه‌های چاپی برای همه خوانندگان به یک اندازه منفعت ندارند. بسیاری از خوانندگان طرفدار نوشته‌های عینی، حتی اذعان دارند که سرعت مقاله‌های اینترنتی را ترجیح می‌دهند؛ اما با لجبازی، و تنها به این دلیل که کار با نشریه‌های چاپی باعث می‌شود یکی از کارهای اجباریشان در تلفن یا رایانه کم شود، به این نشریه‌ها چسبیده‌اند.

برای دانستن چگونگی شروع دریافت مجله‌ها یا روزنامه‌های مورد علاقه‌تان با ما تماس بگیرید.



منبع:

Mitchell's NY, Is Print Media Still Important?,  
<https://www.mitchellsny.com/blog/print-media-still-important/>,  
2017

گزارش‌های خبری برای نشان دادن خطوط موازی بین رویدادهای جاری و درس‌های تاریخی، آموزش درس‌های اقتصادی، تعیین موضوع‌های تازه برای تکالیف نوشتاری و غیره، استفاده کرد. معلمان با آموزش اهمیت رسانه‌ها در زندگی به دانش‌آموزان، رأی‌دهندگان باهوش‌تر و آگاه‌تر تربیت می‌کنند و این یکی از دلایلی است که بسیاری از مؤسسه‌های آموزش عالی از استادانشان می‌خواهند تکالیف مرتبط با رسانه را در برنامه درسی‌شان بگنجانند. بسیاری از نشریه‌ها، با ارائه تخفیف‌های دانشجویی تلاش می‌کنند این گروه سنی را به خواندن رسانه شویق کنند. اگر دانشجوی کالج یا دانشکده بازرگانی هستید، ببینید آیا روزنامه یا مجله مورد نظرتان تخفیف دانشجویی دارد یا نه. میزان صرفه‌جویی مالی بیشتر قابل توجه است.

### هدف مقاله‌های مجله‌ها

اگر روزنامه‌ها هر روز سیلی از اطلاعات را در اختیارمان می‌گذارند، پس چرا مجله بخوانیم؟ اگر چه روزنامه‌ها و مجله‌ها بیشتر زیر عنوان عمومی «مطبوعات» قرار می‌گیرند، قالب و هدف مجله به‌طور کامل با روزنامه متفاوت است. بیشتر روزنامه‌ها روزانه منتشر می‌شوند؛ ولی تناوب نشر ممکن است تا اندازه‌ای محدودشان کند. روزنامه‌ها مخاطبانی با انواع متنوعی از علائق دارند. در روزنامه‌های محلی، مشترکان ممکن است به دنبال اطلاعاتی درباره اخبار مربوط به منطقه جغرافیایی‌شان باشند و روزنامه‌های سراسری به‌طور معمول تجارت، سیاست، مسابقه‌های ورزشی و رویدادهای بین‌المللی را پوشش می‌دهند.

از آنجایی که دوره انتشار مجله‌ها طولانی‌تر است، نویسندگان و ویراستاران می‌توانند وقت بیشتری را به پرورش یک گزارش اختصاص دهند. همچنین، مجله‌ها به‌طور معمول روی نوع خاصی از گزارش تمرکز می‌کنند و به این ترتیب، ممکن است