

شرق روزنامه

نگاه

با فلسفه سامانه اشتراک موافق نیستم



مجموع تیراز همه روزنامه‌های ما در روز نزدیک به ۹۰۰ هزار نسخه است و در خوش‌بینانه‌ترین حالت نصف این روزنامه‌ها به فروش می‌رود. حدود ۲۵۰ عنوان روزنامه هم در کشور مجوز دارند و حدود ۱۵۰ عنوان از آنها نیز به فروش می‌رود. اگر این تیراز را بر تعداد عناوین تقسیم کنیم، میانگینی که به دست می‌آید، بسیار پایین است. اگر بخواهید تیراژ چند روزنامه بزرگ‌تر را هم از آن کم کنید، نتیجه معلوم است.

قرض از این بوده که این سامانه اشتراک برای افزایش تعداد مخاطبان روزنامه است و گفته شده که قیمت نشریات زیاد است و این سامانه بخشی از قیمت را به مخاطبان بدهد که فشار روی مخاطبان کمتر شود. حالا که یک‌سال‌ونیم از اجرای این طرح گذشته، باید سؤال کرد که آیا اصلا عدد درخور توجهی به این تیراژ اضافه شده یا نه؟ و آیا مطلوبیتی در مخاطب ایجاد کرده که حالا نصف پول را فقط از جیب می‌گذارم بروم بقیه‌اش را خودم بدهم و نشریات را بخرم. اگر اشتباه نکنم، سال قبل بیش از ۳۰ میلیارد تومان از یارانه مطبوعات به این سامانه اختصاص داده شد. حدود نیمی از این بوده‌جه به رسانه‌ها پرداخت می‌شود و قریب به نیمی از آن، هزینه توزیع بود که به مجریان توزیع داده می‌شود. برآوردهایی که من دارم نشان می‌دهد هیچ اتفاقی برای مطبوعات نیفتاده و آنچه این سامانه به دنبالش بوده محقق نشده؛ یعنی افزایش تیراژ نداشته‌ایم.

اما اگر بخواهیم آسیب‌شناسی کنیم که ببینیم با این سامانه چه اتفاقات منفی‌ای افتاده که می‌تواند به ضرر مطبوعات باشد، من بارها از دوستانی که درگیر این موضوع هستند، گزارش می‌گیرم و می‌بینم این مطبوعات به صورت فله‌ای توزیع می‌شود. از جاهای مختلف اداری و مسکونی، شماره‌ها را گرفته‌اند و روزنامه‌ها را فله‌ای می‌فرستند به در شرکت‌ها و خانه‌ها و هر مجری توزیع، نشریات دیگری را هم می‌فرستد برای اینکه سهمیه‌اش را کامل کند. این روزنامه‌ها بدون اینکه خواننده دیده شوند، عیناً به‌عنوان کاغذ باطله برگشت داده می‌شوند. اتفاق دیگری که افتاده، این است؛ روزنامه‌ای که اصلاً تیراژ نداشته، سه، چهار هزار نسخه چاپ می‌کند و به صورت قطعی به این سامانه می‌فروشد و پولش را



دریافت می‌کند. این نشریه هزینه‌های دیگری هم ندارد؛ بنابراین برایش این کار توجیه اقتصادی و سود نیز دارد. اما خروجی این اتفاق این است که نه مخاطبی اضافه می‌شود، نه کسی این نشریه را می‌خواند و نه محتوای جذابی وجود دارد که مخاطب را جذب کند. بنابراین هدف اصلی وزارت ارشاد حاصل نمی‌شود. اما هدف منفی‌ای که حاصل می‌شود اتفاقاً به روزنامه‌های تأثیرگذار و دارای فروش آسیب می‌زند. دست‌کم برای یک بازه زمانی کوتاه‌مدت و میان‌مدت، این توقع پیش می‌آید که باید روزنامه‌های بزرگ و پرتیراژ هم همان نصف قیمت را تخفیف بدهند.

من با هر نوع یارانه به‌طورکلی مخالف هستم و اعتقاد دارم یکی از آسیب‌هایی که اکنون در مطبوعات ما وجود دارد، بحث یارانه است. برای اینکه نظام توزیع یارانه‌ها نشان داده است چه فسادها و آسیب‌ها و تبعات منفی برای صنف مطبوعاتی داشته است. باین‌حال، اگر بناست دولت یارانه‌ای به مطبوعات پرداخت کند، مدیران مطبوعات سزاوارتر از دیگران هستند که تشخیص دهند این یارانه‌ها را چگونه می‌توانند هزینه کنند. بنابراین اتفاقی که با سامانه اشتراک وزارت ارشاد افتاده این است که یک زانده دیگر به آسیب‌های مطبوعات ما، به صورت خواسته یا ناخواسته، اضافه می‌شود. در عمل، ما چند مجری توزیع را بزرگ کرده‌ایم و ممکن است این مجریان توزیع سود خوبی از این سامانه ببرند و رسانه‌هایی هم باشند که فروشی ندارند و سودی به دست آوردند. اما آسیب جدی به رسانه‌های اصلی و تأثیرگذار و دارای فروش کشور می‌رسد. من از روز اول با فلسفه این کار مخالفت داشتم و در جلسات مختلف هم به سهم خودم گفته‌ام که مخالف هستم. الان هم مخالف هستم. می‌توان سازوکاری ایجاد کرد که این یارانه به روزنامه‌ها پرداخت یا اصلاً به رسانه‌ها داده شود و به‌عنوان مثال، به آنها بگویند که قیمتتان را کاهش دهید. این مدیر رسانه‌است که تشخیص می‌دهد باید چه اتفاقی با یارانه برای رسانه‌اش بیفتد. تجربه نشان داده که آسیب‌های دخالت دولت‌ها در نحوه توزیع یارانه بیش از ندادن یارانه است. کسی هنوز آماری ارائه نداده که بر اثر ایجاد سامانه اشتراک، چند تیراژ نشریات بالا رفته است. این توهمین به مطبوعات است که در پاساژها و جلسو در مغازه‌ها روزنامه‌های مجانی را پرت کنیم. این کار شان رسانه را به طور کلی از بین می‌برد.

ادامه در صفحه ۱۲

نظر

سه‌م مجری توزیع نباید از سه‌م ناشر بیشتر باشد



محمدعلی وکیلی
مدیرمسئول روزنامه ابتکار

ورود به حوزه توزیع و سرمایه‌گذاری در آن، کار خوبی است؛ برای اینکه بکی از بزرگ‌ترین مشکلات ما در حوزه فرهنگ، عرضه، توزیع و ارتباط با مخاطب است؛ بنابراین کمک به مخاطب‌یابی برای نشریات و استفاده از بخشی از یارانه به بخش توزیع و اضافه‌کردن به سبد مخاطب، از لحاظ منطقی کار خوبی است. اما روشی که اکنون از سوی مجریان توزیع در حال انجام است، چنین هدفی را دوردست کرده و در مواردی هم باعث نقض غرض شده است؛ یعنی توزیع فله‌ای نشریات، هم باعث وهن نشریات است و هم باعث کاهش خرید فردی نشریات از کیوسک می‌شود. همچنین سهم یارانه‌ای که در این طرح در حال هزینه‌شدن است، فراتر از ظرفیت این حوزه است. سهمی که مجریان توزیع از یارانه می‌برند، به مراتب بیش از سهم ناشران و نیز به مراتب بیش از سهم مخاطب است؛ بنابراین این کار به لحاظ روشی اشکال دارد. اینکه سهم مجریان توزیع کجا می‌رود، در طرح اشتراک نشریات محل اشکال است؛ این اشکالی اساسی است که در این طرح، سهم مجریان توزیع از سهم ناشران و مخاطبان بیشتر باشد. بنا نیست ما با یارانه، تعدادی از مجریان توزیع را به سود برسانیم؛ بلکه بنا بود با این یارانه، به تعداد مخاطبان اضافه و بنیه ناشران تقویت شود. قرار نیست ما با این طرح، تعدادی شغل تحت عنوان مجری توزیع، از محل یارانه مطبوعات ایجاد کنیم. این مشکلی است که طرح اشتراک فعلی داراست؛ درحالی‌که البته اصل این طرحی که سبد مخاطبان، بخش عرضه و بنیه ناشر را تقویت کند، طرح خوبی است. مشروط به اینکه طرح‌ها در راستای مسیر و در جهت اهداف خود حرکت کند.

گاهی اشکال وارد می‌شود که چرا طرح اشتراک نشریات از زیرساخت‌های موجود مانند شبکه پست استفاده نکرده است؛ این اشکال وارد نیست؛ چون ساختارهای موجود ناکارآمد بودند و شبکه سنتی پست، جوابگوی نیاز مطبوعات نیست و به‌اجبار وزارت ارشاد باید با طرح اشتراک نشریات ورود پیدا می‌کرد؛ اما کاستی‌هایی در آن بوده که باید به تدریج برطرف شود. من از همان ابتدای این طرح در کارگروه نشریات، اصرار داشتم که باید محدودیتی برای سهم مجریان توزیع ایجاد کنیم تا در طرح اشتراک، کمک به تولید و توسعه نگاه‌های انشماراتی باشد. این یارانه نیز مستقیم باید پرداخت شود. ما نمی‌توانیم به وکالت و نیابت ناشران، برای آنها مسیر و هزینه درست کنیم.

اتفاقی که در طرح اشتراک نشریات افتاده، وکالت در هزینه است که متأسفانه هیچ شیبهه سوسیالیستی و کمونیستی پیدا می‌کند. نظر من این بوده که ما ۲۰ درصد یارانه مطبوعات باشد و ۸۰ درصد یارانه را دستکاری نکنیم و اجازه ندهیم اقتصاد نشریات این‌قدر ناامن شود و آب باریکه‌ای که به‌عنوان اقتصاد نشریات تعریف شده است، از بین برود.

ادامه در صفحه ۱۲



عکس: مهدی حسینی، شرق

نزدیک به ۲ سال از تأسیس وب‌سایت اشتراک نشریات وزارت ارشاد گذشته است

سامانه تبدیل نشریات به کاغذباطله

سعید ارکان‌زاده یزدی

که با سهم بالای مجریان توزیع در یارانه‌ای که برای مطبوعات اختصاص داده شده مخالف است. او که نماینده مجلس در هیات نظارت بر مطبوعات هم است، می‌گوید: «سهمی که مجریان توزیع در سامانه اشتراک از یارانه می‌برند به‌مراتب بیش از سهم ناشران و نیز به‌مراتب بیش از سهم مخاطب است. بنابراین این کار به‌لحاظ روشی اشکال دارد. این اشکالی اساسی است. بنا نیست که ما با یارانه، تعدادی از مجریان توزیع را به سود برسانیم، بلکه بنا بود با این یارانه به تعداد مخاطبان اضافه و بنیه ناشران تقویت شود. قرار نیست ما با این طرح تعدادی شغل تحت عنوان مجری توزیع از محل یارانه مطبوعات ایجاد کنیم». او می‌گوید بخش زیادی از یارانه مطبوعات به طرح‌هایی بی‌میل خبرنگاران و سامانه اشتراک تعلق گرفته که تصمیم‌گیری برای آنها به وسیله دولت انجام می‌شود، درحالی‌که معتقد است باید تنها ۲۰ درصد یارانه به این امور اختصاص و ۸۰ درصد باقی‌مانده آن به مدیران مطبوعات داده شود تا آنها خود برایش تصمیم بگیرند.

منصور مظفری، مدیرمسئول روزنامه آفتاب یزد، از سوی دیگری به ماجرا نگاه می‌کند؛ او می‌گوید سامانه اشتراک نشریات به دلیل اینکه عملاً یارانه زیادی را به‌جای نشریات تأثیرگذار و باکیفیت، به صورت نیمی از قیمت نشریه به مطبوعات بدون مخاطب و بی‌کیفیت می‌دهد، باعث شده این نوع نشریات که قبلاً بر اثر رقابت‌ناپذیری در بازار محو و به حاشیه رانده شده بودند، دوباره جان بگیرند و وارد گود فضای مطبوعاتی شوند. او به روند اجرایی سامانه اشتراک نیز اشاره می‌کند و می‌گوید: «مجریان توزیع، روزنامه‌های کم‌خواننده را هر پنج، شش نشریه در یک کیسه نایلونی قرار می‌دادند و جلو آدرس‌هایی که داشتند پرت می‌کردند یا راسته‌ای را می‌گفتند و روزنامه‌ای را توزیع می‌کردند. مخاطبان این نشریات، کبی‌شده هشت‌صفحه‌ای بی‌کیفیتی را که از سوی یک فرد غیررسانه‌ای تهیه می‌شد می‌دیدند، بیشتر با روزنامه‌ها قهر و از روزنامه‌خواندن پرهیز می‌کردند چون پاسخ‌ها و جامعه در این نشریات نبود و دغدغه مردمی در این‌گونه نشریات وجود نداشت». باین‌حال، مظفری که نشریه‌اش در سامانه اشتراک نشریات حضور دارد، می‌گوید این سامانه روزبه‌روز در حال اصلاح‌شدن است و مطبوعات تأثیرگذار باید وارد آن شوند تا کارآمدتر شود.

↑ در نگاه اول، شاید گفته شود که سامانه اشتراک نشریات اتفاق مفیدی است که می‌تواند مردم را به مطبوعات نزدیک کند. چه‌چیزی بهتر از تخفیف ۵۰درصدی نشریات برای مردم یا حتی برخی نشریات رایگان برای آنها؟ اما ماجرا به همین سادگی هم نیست؛ نگاهی عمیق‌تر به این طرح می‌تواند مشخص کند که برنده‌تراها چه کسانی هستند

درحالی‌که تعدادی از مدیران مطبوعاتی از سامانه اشتراک نشریات ناراضی هستند، برخی دیگر آن را دلیل افزایش تعداد مخاطبان‌شان می‌دانند. ماهنامه طنز «خط‌خطی» یکی از نشریاتی است که از طرح سامانه اشتراک نشریات رضایت دارد؛ پونه مظفری، مدیرعامل ماهنامه «خط‌خطی»، می‌گوید: «این طرح حمایتی یک اتفاق خوب است؛ البته در بحث اجرای آن مشکلاتی وجود دارد. باین‌حال، وقتی که بحث تخفیف را مطرح کرد، خیلی به ما کمک کرد و برای مخاطب ترغیب‌کننده بود. به‌هرحال، یک‌جور تضمین فروش است و تیراژ ما را افزایش داد».

سامانه اشتراک نشریات کشور با مدیریت معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، از زمستان سال ۹۲ شروع به کار کرده است. تا مدت‌ها پیش از آن زمان، یارانه‌ای که وزارت ارشاد به مطبوعات پرداخت می‌کرد، از قالب اهدای کالا که عمدتاً کاغذ بود، به صورت ارائه پول نقد تغییر یافته بود. وزارت ارشاد دولت‌های نهم و دهم، با اعلام اینکه برخی از مدیران مطبوعات کاغذها و کالاهای یارانه‌ای وزارت ارشاد را در بازار آزاد به فروش می‌رسانند، آن کالاها را حذف کردند و سال‌ها بود که به نشریات پول می‌دادند. معاونت مطبوعاتی دولت یازدهم، از همان ابتدای کار با اعلام اینکه مردم از این یارانه نقدی نصیبی نمی‌برند و همه آن به ناشران مطبوعات می‌رسد، طرح سامانه اشتراک نشریات را کلید زد.

در اوایل تأسیس سامانه اشتراک، معاونت مطبوعاتی وزارت ارشاد با تعدادی از مجریان توزیع نشریات وارد تعامل شد و شرکت‌های توزیع، خود باید مدیران نشریات را جذب می‌کردند تا مخاطبان‌شان را وارد سامانه کنند. اما بعد از مدتی، وزارت ارشاد به این نتیجه رسید که خود با ناشران قرارداد ببندد و از سوی دیگر، مجریان توزیع را نیز به این سامانه متصل کند. مخاطبی که می‌خواهد از این سامانه استفاده کند، ابتدا باید به صورت آنلاین و از سامانه خود، نشریه خود را انتخاب و پول ایونمان را به صورت

«به اطلاع همکاران گرامی می‌رساند «مؤسسه شتاب‌گستر امروز» با مجوز و زیر نظر معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، امکان اشتراک رایگان تعدادی از روزنامه‌ها و مجله‌ها را برای متقاضیان فراهم کرده است. علاقه‌مندان می‌توانند با انتخاب حداکثر سه عنوان از نشریات مندرج در لیست پیوست، از اشتراک و تحویل رایگان آنها در منزل خود (در محدوده شهر تهران) بهره‌مند شوند». متن این اطلاعیه در یکی از شرکت‌های خصوصی فعال در حوزه انرژی در مرکز تهران برای همه کارمندان فرستاده شده بود. چند کیلومتر آن‌سوتر، جلو در یکی از بلوک‌های فاز یک شهرک اکباتان در غرب تهران نیز، اطلاعیه مشابهی نصب شده بود که از ساکنان می‌خواست اگر می‌خواهند به‌طور رایگان نشریه‌ای را مشترک شوند، به هیأت‌مدیره ساختمان مراجعه کنند. در سراسر تهران، چند شرکت مجری توزیع نشریات به‌صورت تصادفی به شرکت‌ها و مجتمع‌های بزرگ سر می‌زند تا مجانی نشریاتی را که با ناشرانشان قرارداد بسته‌اند به مردم تحویل دهند. هر شهروند تهرانی که بخواهد نشریات فهرست‌شده آنها را به صورت رایگان تحویل بگیرد آنها خوش‌حالت می‌شوند. مجریان توزیع چرا و چطور این کار را می‌کنند؟ پاسخ این سؤال را باید در «سامانه اشتراک نشریات» جست‌وجو کرد.

سامانه اشتراک نشریات نزدیک به دو سال است که راه‌اندازی شده و در آن، مخاطبان می‌توانند با مشترک‌شدن یک نشریه، نیمی از پول اشتراک را بپردازند و نیمی دیگر از قیمت اشتراک را نیز وزارت ارشاد به مدیر نشریه بدهد. به‌این‌ترتیب، مخاطبان می‌توانند نشریات را به نصف قیمت بخرند. البته محدودیت‌هایی دراین‌میان وجود دارد؛ یارانه اشتراک دارای سقفی است که برای هر نسخه روزنامه ۵۰۰ تومان، هر مجله سه هزار تومان و هر نشریه تخصصی پنج هزار تومان تعیین شده است. به‌عبارت‌دیگر، اگر یک مجله دارای قیمت هشت هزار تومان باشد، وزارت ارشاد به اندازه سقف یارانه، یعنی سه‌هزار تومان، برای آن پرداخت می‌کند و مخاطب باید پنج‌هزار تومان باقیمانده را تقبل کند، اما اگر یک نشریه پنج هزار تومان باشد، وزارت ارشاد نیمی از قیمت آن را که دوهزار و ۵۰۰ تومان است می‌دهد و برابر همین مبلغ را نیز مشتری باید بپردازد. مجریان توزیعی که نشریات رایگان را به ساکنان شهرک اکباتان یا کارکنان آن شرکت‌های حوزه انرژی در مرکز تهران پیشنهاد می‌کنند، از همین سامانه اشتراک استفاده می‌کنند؛ با این تفاوت که ناشران این نشریات از نصف قیمت بهای نشریه که مربوط به سهم شهروندان است می‌گذرند و به آنها تخفیف می‌دهند و تنها نیمی از قیمت را که همان یارانه است از دولت می‌گیرند. با نگاهی از راه دور به این وضعیت، ظاهراً شهروندان بردگان اصلی این بازی هستند، اما با نگاهی از زاویه درشت‌تر به فهرست کم‌کیفیت نشریاتی که به این ترتیب رایگان توزیع می‌شوند، می‌توان به این نتیجه رسید که شهروندان همچنان به نشریات باکیفیت دسترسی ندارند، ناشران به نیمی از قیمت اصلی نشریه در قالب یارانه دست پیدا می‌کنند، اما مجریان توزیع، تمام پول تحویل نشریه را از محل یارانه مطبوعات می‌گیرند. تعدادی از ناشران در گفت‌وگو با «شرق» می‌گویند که برنده این بازی مجریان توزیع هستند.

سه‌م توزیع، سه‌م ناشر

سامانه اشتراک نشریات وزارت ارشاد از همان شروع به کار خود، با واکنش‌های متناقضی از سوی مطبوعات روبرو شد؛ برخی از نگاه‌های مطبوعاتی بزرگ با آن مخالفت کردند. یکی از آنها مؤسسه «دنیای اقتصاد» است. علیرضا بختیاری، مدیرمسئول روزنامه دنیای اقتصاد، در دفتر کارش با رنگ غالب سفید در طبقه پنجم ساختمان روزنامه‌اش، نشسته و می‌گوید که از ابتدا با فلسفه سامانه اشتراک نشریات در وزارت ارشاد موافق نبوده است. او می‌گوید: «روزنامه ما عضو این سامانه نشده است». بختیاری می‌گوید فرض راه‌اندازی سامانه اشتراک نشریات این بود که این سامانه تعداد مخاطبان مطبوعات را افزایش خواهد داد، اما حالا که بیش از یک‌سال‌ونیم از اجرای این طرح گذشته، باید سؤال کرد که آیا اصلاً عدد چشمگیری به این تیراژ اضافه شده یا نه. مدیرمسئول روزنامه دنیای اقتصاد می‌گوید: «سال قبل بیش از ۲۰ میلیارد تومان از یارانه مطبوعات به این سامانه اختصاص داده شد. حدود نیمی از این بودجه به رسانه‌ها پرداخت می‌شود و قریب به نیمی از آن، هزینه توزیع است که به مجریان توزیع داده می‌شود. برآوردهایی که من دارم نشان می‌دهد که هیچ اتفاقی برای مطبوعات نیفتاده و آنچه که این سامانه به‌دنبالش بوده محقق نشده؛ یعنی افزایش تیراژی نداشته‌ایم». او می‌گوید به‌طورکلی با یارانه‌دادن به مطبوعات، چه به صورت نقدی باشد و چه به صورت سامانه اشتراک، مخالف است، اما حالا که بناست دولت یارانه‌ای به مطبوعات بدهد، این یارانه باید به مدیران مطبوعات داده شود و آنها تصمیم بگیرند که آن را چگونه صرف کنند، نه به مجریان توزیع و با تصدی‌گری دولت در این کار. محمدعلی وکیلی، مدیرمسئول روزنامه ابتکار، هم ازجمله کسانی است