

تحلیلی بر تأثیر بحران کرونا بر عملکرد روزنامه‌های چاپی سراسری غیردولتی ایران

جواد صادقی جعفری^۱ / سپیده اشرفی^۲

تاریخ دریافت مقاله: اردیبهشت ۱۴۰۱ تاریخ پذیرش نهایی: مرداد ۱۴۰۱

چکیده

نظر به شروع بحران کرونا از بهمن سال ۱۳۹۸ و تعطیلی موقت چاپ روزنامه‌ها در ایران و اعمال قرنطینه اجتماعی و دورکاری و شرایط خاص روزنامه‌های غیردولتی (خصوصی)، هدف این نوشتار مطالعه تأثیر بحران کرونا بر روزنامه‌های سراسری غیردولتی است. جامعه پژوهش شامل روزنامه‌های خصوصی منتشر شده در تهران است که وابستگی به دولت یا نهادهای عمومی ندارند. داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه محقق ساخته و شامل پرسش‌های باز و بسته از مدیران و دست‌اندرکاران ۲۲ روزنامه جمع‌آوری شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که در ۷۳ درصد روزنامه‌ها کاهش تیراژ در اثر بحران کرونا بوجود آمده است و در ۸۴ درصد روزنامه‌ها کاهش فروش در ۸۹٫۵ درصد، درآمدهای روزنامه کاهش یافته است که عمدتاً به دلیل کاهش درآمدهای ناشی از فروش و آگهی‌های تبلیغاتی صورت گرفته است. در ۶۵ درصد روزنامه‌های نمونه آماری، بحران کرونا روی تعدیل کارکنان تمام‌وقت تأثیرگذار بوده است. همچنین کرونا در ۷۳٫۶ درصد روزنامه‌های نمونه آماری موجب کاهش تعداد خبرنگاران و روزنامه‌نگاران و بیکاری ایشان شده است. کاهش صفحات روزنامه در روزهای پنجشنبه و کاهش صفحات رنگی، تغییر سیاست‌های جذب آگهی‌های تبلیغاتی، تعدیل نیروی انسانی، کاهش هزینه‌های جاری و بازرگری در نقش‌های محول همکاران، از جمله سیاست‌های اتخاذی مدیران در مقابله با بحران عنوان شده است. این مقاله نتیجه‌گیری کرده است که بحران کرونا بر اقتصاد روزنامه‌های خصوصی تأثیر منفی داشته و به تبع آن بر کیفیت زندگی و امنیت شغلی خبرنگاران و روزنامه‌نگاران اثر منفی داشته است و حمایت دولت از این قبیل روزنامه‌ها در قالب‌های مختلف ضرورت دارد.

واژگان کلیدی: بحران کرونا، روزنامه‌های چاپی غیردولتی، اقتصاد روزنامه، روزنامه نگاران.

۱- استادیار جامعه‌شناسی، گروه مدیریت فرهنگی و رسانه، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه سوره، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک:

sadeghi@soore.ac.ir

۲- کارشناس ارشد تبلیغ و ارتباطات، دانشگاه سوره، تهران، ایران

مقدمه و بیان مسأله

انتشار ویروس کوید ۱۹ در ایران از بهمن ماه سال ۱۳۹۸ و تبدیل شدن آن به یک بحران فراگیر، ابعاد و وجوه مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی زندگی را در سطوح خرد، میانه و کلان تحت تأثیر قرار داد. در این بین «صنعت رسانه» و وضعیت منابع انسانی آن نیز مستثنی نبوده است. رسانه‌ها در شرایطی تناقض گونه از یک سو با ایفای نقش و کارکرد ذاتی خود می‌بایست فعالانه با ارائه اخبار صحیح و اطلاع‌رسانی و آموزش‌های مناسب در حفظ روحیه جمعی و کاهش مصیبت و بحران تأثیرگذاری می‌کردند و از سوی دیگر خود در محاصره تبعات ناشی از کوید ۱۹ قرار گرفتند. حکایت آسیب دیدگی اجزای مختلف مجموعه رسانه البته متفاوت به نظر رسد.

روزنامه‌های سراسری با توجه به ماهیت، فرایندها و روندهای انتشار، احتمالاً مسائل خاص‌تری را تجربه کرده‌اند. روزنامه‌های سراسری در ایران پیش از بحران کرونا نیز با چالش‌های عدیده‌ای روبرو بودند. مسأله رقابت با رسانه‌های خبری نوین و کاهش مخاطبان به عنوان یک مسأله عام و جهانی برای روزنامه‌های سنتی پیش از کرونا نیز وجود داشت. اما در ایران افزایش بهای کاغذ به دلیل بحران ارزی ناشی از تحریم‌های اقتصادی، کاهش ارزش پول ملی و افزایش هزینه‌ها و به ویژه دستمزدها در دهه ۹۰ شمسی، روزنامه‌ها را در محاصره مسائل متعدد قرار داده بود.

در این بین وضعیت روزنامه‌های غیردولتی خاص‌تر است. به طور کلی روزنامه‌ها در ایران به سه دسته عمومی، دولتی و غیردولتی تقسیم می‌شوند. روزنامه‌های عمومی اغلب به ارگان‌های خاص وابسته هستند اما لزوماً این ارگان‌ها دولتی نیستند. روزنامه‌های دولتی به صورت مستقیم متصل به نهادهای دولتی بوده و از تسهیلات دولتی استفاده می‌کنند. روزنامه‌های غیردولتی اما در دو بخش قبلی نبوده و از بودجه‌های دولتی و ارگان‌های عمومی استفاده نمی‌کنند. همین نکته نیز نقطه آسیب‌پذیری این دسته از روزنامه‌ها در بحران‌ها و وضعیت‌های خاص است. برای این دسته از روزنامه‌ها اقتصاد روزنامه نقش پاشنه آشیل را ایفا می‌کند و هر گونه تغییر در شرایط اقتصادی کشور می‌تواند برای آن‌ها آسیب‌زا و مسأله آفرین باشد.

در موج اول کرونا در انتهای سال ۹۸ و ابتدای سال ۹۹ در کنار همه اصناف، روزنامه‌های دولتی و غیردولتی هم به طور موقت با تعطیلی اجباری حدود یک ماه روبرو بودند. آنچه که در موج اول به صورت مشهود به چشم می‌خورد، ضربه نهایی به پیکر روزنامه‌هایی بود که تا همین سال هم به واسطه رویارویی با رسانه‌های آنلاین، در حال واگذاری رقابت بودند. در این میان بخش زیادی از

روزنامه‌های غیردولتی به واسطه حمایت‌های کم‌تری که نسبت به رسانه‌های دولتی در اختیار داشتند، با مشکلات دست دومی هم روبرو شدند. (حسین‌نیا چافجیری، ۱۴۰۰)

بررسی تجربه مشابه کشورهای دیگر نشان می‌دهد که کشورهایی همچون امارات و هند نیز با چنین تجربه‌ای مواجه شدند. برخی ایالت‌های آمریکا نیز به صورت موردی اقدام به ممنوعیت انتشار و توزیع رسانه‌های چاپی کردند.

به نظر می‌رسد بحران کرونا و تعطیلی موقت روزنامه‌ها و مشاغل، فضای قرنطینه، دورکاری، فاصله‌گذاری اجتماعی و کاهش رویدادهای اجتماعی، سیاسی، هنری و ورزشی تبعات و اثرات منفی را بر روند کاری و عملکرد روزنامه‌های چاپی و به ویژه روزنامه‌های بخش خصوصی و فضای رسانه‌ای کشور گذاشته است. این اثرات دامنه نسبتاً گسترده‌ای از شرایط ادامه حیات و فعالیت روزنامه به مثابه یک مؤسسه رسانه‌ای تا زندگی شخصی و کاری روزنامه‌نگاران و فعالان رسانه‌ای مستقل را دربر می‌گیرد. این در حالی است که پیش از شروع بحران کرونا با افزایش نرخ ارز و وارداتی بودن اقلامی چون کاغذ و زینک و لوازم چاپ روزنامه، روزنامه‌ها به ویژه روزنامه‌های مستقل فشارهای طاقت فرسایی را متحمل بودند. بطور مثال مدیر مسئول «روزنامه شرق» در مصاحبه با خبرگزاری ایسنا وضعیت بحرانی این روزنامه را به دلیل شرایط اقتصادی تشریح و اولین آسیب مشخصه این وضعیت را اختلال در روند کاری و درآمدی روزنامه‌نگاران وابسته به روزنامه اعلام نمود. (خبرگزاری ایسنا، ۱۵ اسفند ۱۴۰۰)

هرچند این وضعیت پیامدهای مثبتی را نیز احتمالاً برای روزنامه‌ها به ویژه در زمینه کاهش هزینه‌های نیروی انسانی و تقویت نسخه‌های آنلاین داشته است، به گفته (خوزه و گارسیا، ۲۰۲۱) یک بحران ممکن است تمایلات روزنامه‌نگاران نسبت به برخی منابع را تغییر دهد، باعث چالش شود و در نهایت خلاقیت آن‌ها را سبب شود.

همچنین خوزه و گارسیا بیان می‌کنند که در اسپانیا در دوران بحران کرونا میزان مراجعه مخاطبان به نسخه‌های آنلاین خبرها نزدیک به ۵۹ درصد بیشتر شده است. مثلاً روزنامه ال‌موندو نزدیک به ۵۰ هزار کاربر جدید را برای دریافت نسخه آنلاین خود به ثبت رساند. مدیران مؤسسه‌های رسانه‌ای مورد پژوهش این محققین اظهار داشته‌اند که در طول این مدت توانستند به پروتکل‌های ارتباطی جدیدی دست یابند و تلاش کنند تا با دریافت بازخورد، روند کاری خود را بهبود بخشند. اما در مجموع شواهد و برخی اظهارنظرها (مثال روزنامه شرق) حاکی از اثرات منفی بحران کرونا بر روزنامه‌های بخش خصوصی است. اهمیت نقش این روزنامه‌ها در فضای اجتماعی - سیاسی حال حاضر به عنوان رسانه‌های تحلیلی مستقل از جریان تحلیلی رسمی - دولتی و همین‌طور اهمیت

ساختار مناسب برای رویارویی با بحران را ندارند. روزنامه‌نگاری در چنین بحرانی با مشکلاتی مثل تنش و تناقض روبروست. این پاندمی جهانی فعالیت‌های روزانه سازمان‌های خبری، ساختار تجاری آن‌ها و زندگی فردی کارکنان را تحت تأثیر قرار داد.

(شیواجی جات هاو، ۲۰۲۰) در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر کرونا بر رسانه‌های چاپی هند» و با روش استفاده از منابع ثانویه و استفاده از اطلاعات وبسایت‌ها به این نتیجه رسیده است که با شیوع کرونا، رسانه‌های مکتوب هند با چالش‌های بسیاری روبرو شدند. مشکلاتی مثل جمع‌آوری خبر، آگهی، توزیع روزنامه و مسائل مالی. بسیاری از روزنامه‌نگاران در این مدت کرونا گرفتند و برخی رسانه‌ها هم ناچار کردند هزینه‌های تولید را پایین بیاورند. بسیاری از روزنامه‌ها هم ناچار به تعدیل نیرو شدند و تقریباً همه‌شان ناچار به کاهش پرداختی‌های قبلی به روزنامه‌نگاران خود شدند. روزنامه‌های چاپی هند به دلیل کاهش آگهی‌ها در این مدت با مشکلات درآمدزایی مواجه بودند. افت تیراژ روزنامه‌های هند در دوران کرونا و کاهش صفحات از دیگر پیامدها گزارش شده است. برخی هم مثل روزنامه‌ای که به مدت ۵۰ سال فعالیت داشت، ناچار به توقف انتشار خود شد. روزنامه‌های هند در چنین بحرانی ناچار به کاهش درآمد روزنامه‌نگاران شدند. دولت هند تسهیلاتی را به روزنامه‌ها به عنوان کالای اساسی داد و همین باعث شد تا تیراژ قدری بهبود پیدا کند.

(لیبرت و دامینگو، ۲۰۲۲) در پژوهشی با جامعه آماری روزنامه‌نگاران بلژیکی فرانسوی زبان و ارسال پرسش‌نامه برای یک هزار و ۴۰۶ نفر از ۱۲۵ کشور وضعیت کاری این گروه از روزنامه‌نگاران را در دوران قرنطینه کرونا بررسی کرده‌اند. این تحقیق نشان می‌دهد که یک رابطه معکوس میان شرایط کاری روزنامه‌نگاران (از جمله مشکلات تعدیل نیرو) و رضایت شغلی آن‌ها از مشارکت در اطلاع‌رسانی مربوط به کرونا وجود دارد. این تحقیق با پرسش‌های باز و بسته به سراغ روزنامه‌نگاران، کارمندان رسانه، کارآموزان و حق‌التحریرها رفته و به دنبال بررسی تأثیر اولین قرنطینه بر کار روزنامه‌نگاران بوده است. ۴۲۹ روزنامه‌نگار به پرسش‌های این تحقیق پاسخ داده‌اند. نزدیک به ۸۰ درصد کارآموزان و ۷۰٫۸ درصد روزنامه‌نگاران آزاد معتقد بودند که قرنطینه اول شرایط کاری آن‌ها را تغییر داده است. تغییر شرایط کاری آن‌ها مهم‌ترین عامل نگرانی روزنامه‌نگارانی است که به این تحقیق پاسخ داده‌اند. تأثیر دوم، نگرانی از عواقب مالی بحران کرونا و احتمال بیکاری دومین منبع نگرانی آن‌ها بوده است. یک سوم افرادی که به پرسش‌ها پاسخ دادند نگران از دست رفتن شغل خود بودند. البته میزان نگرانی از آینده کاری در میان افرادی که مشاغل مطمئن‌تری داشتند، کمتر بود. در این مقاله از عاطفه کاری به عنوان عاملی برای اتصال روزنامه‌نگاران به کارشان یاد شده است.

شرایط کاری و درآمدی روزنامه‌نگاران و نویسندگان مطبوعات ضرورت انجام پژوهش روشمند را در این زمینه نمایان می‌سازد. از این رو هدف اصلی نوشتار حاضر مطالعه تأثیر بحران کرونا بر وضعیت عملکرد روزنامه‌های سراسری غیر دولتی است.

پیشینه و ادبیات پژوهش

در داخل کشور اغلب تحقیقات منتشر شده مربوط به تأثیر کرونا بر اقتصاد و مؤلفه‌های آن است (طاهری‌نیا و حسونند، ۱۳۹۹؛ جعفری و همکاران، ۱۳۹۹؛ بهرنگ و باقرزاده هوشمند، ۱۳۹۹) و کم‌تر پژوهشی به طور اختصاصی متمرکز بر روزنامه‌ها اجرا شده است. از میان پژوهش‌های تجربی بررسی شده؛ (اندیشمند، ۱۳۹۹) در پژوهش خود به این نتیجه رسیده است که ویروس کرونا موجب کاهش دستیابی به مواد اولیه، گرانی آن در صنایع نظیر چاپ و روزنامه‌های چاپی شده است و عملاً بسیاری از روزنامه‌نگاران و تکنسین‌های صنایع چاپی بیکار شده‌اند. در کنار آن تیراژ کتاب و روزنامه به علت کاهش محسوس خواننده پایین آمده است.

همچنین (بیت‌سیاحی و همکاران، ۱۳۹۹) در پژوهش خود نتیجه گرفته‌اند که اغلب صنایع در اثر بحران کرونا دچار کاهش فروش شده‌اند و صنایع نظیر چاپ و روزنامه‌های چاپی که نیازمند مواد اولیه کاغذ بودند به علت گرانی با مشکلات متعدد چاپ از قبیل کاهش فروش و کاهش تیراژ پایین مواجه شده‌اند.

در خارج از ایران پژوهش‌های بیشتری در این خصوص اجرا شده است. (فاینمن و توماس، ۲۰۲۱) با روش نمونه‌گیری در دسترس تعداد ۱۵ روزنامه‌نگار و دست‌اندرکار حوزه روزنامه‌نگاری روزنامه‌های ایالتی در ایالات متحده را مورد پرسش قرار داده و با استفاده از روش تحلیل مضمون به این نتیجه رسیدند که اغلب روزنامه‌های ایالتی با نوعی بحران و رکود در فروش مواجه بودند و انجمن‌های روزنامه‌های ایالتی نیز بیشتر به عنوان تقویت‌کننده نقش روزنامه‌ها در دوران کرونا اقدام کرده‌اند.

(خوزه و گارسیا، ۲۰۲۱) با استفاده از تکنیک مصاحبه نیمه ساختار یافته و صحبت با ۱۷ مدیر رسانه در اسپانیا دریافته‌اند که آثار اقتصادی بحران اخیر روی رسانه‌های اسپانیا بسیار جدی بوده است. به طوری که از آوریل تا می ۲۰۲۰ نزدیک به ۵۰ درصد از آگهی‌ها و تبلیغات کاهش یافته و افق تاریکی را از نظر وضعیت اقتصادی پیش روی این رسانه‌ها قرار داده است. فشار اقتصادی باعث شده که نزدیک به ۲۴ هزار و ۵۰۰ روزنامه‌نگار حرفه‌ای با بحران ادامه کار و تعلیق مواجه شده و ناچار به استفاده از خدمات بیکاری شوند. در این مقاله تلاش شده تا نقش مدیریت در تحریریه‌های مجازی در دوران کرونا بررسی و عنوان شده که تحریریه‌های مجازی لزوماً

پرمخاطب بوده‌اند. پیش‌بینی شده که در آمد رسانه‌ها تا ۶ ماه آینده نزدیک به ۲۰ میلیون پوند افت کند. در نروژ هم ۵۴ درصد کل درآمد تبلیغاتی آنلاین و کاغذی روزنامه‌ها از دست رفته که دلیلش ویروس کرونا عنوان شده است. همچنین این‌طور عنوان شده که ویروس کرونا باعث شده جدی‌ترین تهدید بعد از بحران اقتصادی ۲۰۰۸ متوجه روزنامه‌ها شود. (لس آنجلس تایمز، ۴ دسامبر ۲۰۲۰)

چنانچه مرور پیشینه‌ها نشان می‌دهد در تحقیقات محققین سایر کشورها چند نکته محوری مورد توجه قرار پژوهش‌گران قرار گرفته است. یکی از مهم‌ترین آن‌ها اقتصاد مؤسسات رسانه‌ای است که به مثابه کلیدی‌ترین مفهوم، سایر ابعاد روزنامه‌ها و رسانه‌های چاپی را تحت تأثیر قرار داده است. کاهش تیراژ و تعطیلی برخی روزنامه‌ها و نیز کاهش صفحات روزنامه‌ها و کاهش درآمدهای به ویژه ناشی از آگهی‌های تبلیغاتی در این تحقیقات مورد بحث و پرسش قرار گرفته است. نکته مهم دیگر وضعیت روزنامه‌نگاران و خبرنگاران و اعضای تحریریه روزنامه‌ها است که در اثر بحران کرونا نگران‌کننده گزارش شده است. در این ارتباط از دست دادن شغل، احساس ناامنی شغلی و کاهش درآمدها، توأم با خطرات سلامتی مورد دقت قرار گرفته است. در برخی از پژوهش‌ها نیز مسأله مدیریت مقابله با تأثیرات بحران کرونا مورد بررسی و توجه بوده است. از این‌رو در ادامه نگاه موزجی به اقتصاد روزنامه، تحت عنوان اقتصاد رسانه ارائه می‌شود. کوالسکی اقتصاد رسانه را دارای سطوح چهارگانه خرد، جزئی/تفکیکی، کلی و کلان می‌داند تا رویکردهای اقتصادی را در رسانه پیاده‌سازی کند. به گفته او در سطح خرد، به سرمایه‌گذاری اقتصاد رسانه‌ای، تشکیلات و سازمان‌های رسانه، واحدهای رسانه‌ای همچون رادیو و کانال‌های تلویزیونی پرداخته می‌شود. در سطح تحلیل دوم به اجزای متنوع مثل فیلم و سریال و در سطح سوم، رسانه به مثابه یک سطح کلی است که در آن به مشکلات تعادل و عدم توازن بین بخش‌های مختلف توجه می‌شود. همچنین بخش کلان، به رویکرد جهانی‌تر شامل تغییرات ساختاری عوامل تولید در برنامه‌های چهاربخشی اقتصاد و تبادل بین‌المللی اطلاعات مربوط می‌شود. (کوالسکی، ۱۹۹۵)

همچنین در تعریف دیگری این‌طور عنوان شده که اقتصاد رسانه دربردارنده پرسش‌های اقتصادی نظری و عملی اقتصادی ویژه انواع رسانه‌ها است و موضوع آن، سیاست‌ها و رویه‌های اقتصادی شرکت‌های رسانه‌ای از جمله روزنامه‌نگاری و صنعت خبر، تولید فیلم، برنامه‌های سرگرمی، چاپ، پخش، ارتباطات سیار، اینترنت، تبلیغات و روابط عمومی است. (رابرت، ۲۰۲۰)

علم اقتصاد رسانه‌ای در حقیقت عوامل تأثیرگذار در تولید کالا و خدمات رسانه‌ای و چگونگی تخصیص این تولیدات برای مصرف را مورد بررسی و واکاوی قرار می‌دهد. اما براساس تعاریف موجود

مقاله فوق تأکید می‌کند که بحران کرونا نابرابری‌های میان روزنامه‌نگاران را بیشتر کرده است. نیمی از روزنامه‌نگاران آزاد و کارآموز که در این نظرسنجی شرکت کردند گفته‌اند که حقوق‌شان به شدت کاهش داشته و کفاف زندگی‌شان را نمی‌دهد. مشکلات دیگر مطرح شده در نتایج این تحقیق، تنهایی روزنامه‌نگاران و مشکلات برقراری توازن میان زندگی شغلی و شخصی بوده است. نتایج پژوهش (پرالت و پرالت، ۲۰۲۱) با رویکرد ارتباطات بحران و ارتباطات محیط و اتخاذ روش کیفی پژوهش به صورت کیفی با روزنامه‌نگاران آمریکا نشان می‌دهد اغلب روزنامه‌نگاران در هنگام بحران خود را بسیار آسیب‌پذیر توصیف می‌کنند و امنیت شغلی آن‌ها در بحران‌هایی نظیر کرونا به خطر می‌افتد. از دیگر نتایج قابل توجه این پژوهش، وجود شرایط محیطی بعدی است که روزنامه‌نگاران قبل از همه‌گیری کرونا با آن مواجه بودند و این همه‌گیری آن را تشدید کرده است.

(اولسن و همکاران، ۲۰۲۰) در گزارش پژوهشی خود در بین روزنامه‌نگاران سوئدی که با روش کیفی و با ابزار مصاحبه انجام شده بیان می‌کنند که بیماری کووید ۱۹ به طور هم‌زمان تجارت تبلیغاتی را که نقشی حیاتی در تأمین بودجه تولید اخبار دارد، تقلیل داده است. این تفسیر استدلال می‌کند که بسیاری از نهادهای روزنامه‌نگاری - به ویژه در سطح محلی - در حال حاضر با یک بحران وجودی روبرو هستند؛ بحرانی که خواستار اقدام فوری و جمعی است. یکی از این اقدامات کمک مالی دولت به روزنامه‌نگاران و روزنامه‌ها برای تداوم چپ است.

روزنامه‌گاردین در مقاله‌ای اعلام کرده است که شمار مخاطبان‌ش به دلیل بحران کرونا تحت تأثیر قرار گرفته و به همین خاطر برخی روزنامه‌ها انتشار نسخه کاغذی خود را متوقف کرده‌اند. در این مقاله عنوان شده که در لوئیزیانا نزدیک به ۱۰ درصد کارمندان برخی نشریات مثل تایمز منتشر شده در این ایالت، تعدیل شده‌اند. یک روزنامه در اوهایو، ۲۲ عضو تحریریه از جمله خبرنگار سلامت خود را اخراج کرده است. در سیاتل نیز، هفته‌نامه استرنجر اعلام کرده است که نسخه کاغذی خود را حذف می‌کند. در این مقاله عنوان شده که مدل کار روزنامه‌های محلی که ۲۰۰ سال به صورت مستمر ادامه داشته، در حال تغییر است (گاردین، ۱۴ آوریل ۲۰۲۰). در مقاله دیگری که روزنامه لس‌آنجلس تایمز منتشر کرده، مسأله بحران کرونا و تسریع فروپاشی روزنامه‌های محلی مورد تأکید قرار گرفته است. در مقالات بررسی شده، دو علت به صورت هم‌زمان باعث این اخراج‌ها شده است؛ مسأله حفظ سلامت و فاصله‌گذاری اجتماعی در کنار مشکلات مالی روزنامه‌ها. در عین حال عنوان شده که دو نوع از روزنامه‌ها عملکرد بهتری در کرونا داشته‌اند: یکی آن‌هایی که گذار به سمت دنیای دیجیتال را طی کرده‌اند و دیگری آن‌هایی که

حکومت و اصلاحات بیان کنند و به ایجاد اجماع عمومی برای ایجاد تغییر کمک کنند. چنین رسانه‌هایی به بازارها کمک می‌کنند تا بهتر کار کنند. آن‌ها می‌توانند تجارت، انتقال ایده‌ها و نوآوری را در سراسر مرزها تسهیل کنند. رسانه‌ها همچنین برای توسعه انسانی مهم هستند و اطلاعات بهداشتی و آموزشی را به روستاهای دور افتاده در کشورهای از اوگاندا تا نیکاراگوئه می‌آورند. (بانک جهانی، ۲۰۰۲)

به طور کلی باید گفت که روزنامه سازمانی اقتصادی است که با داشتن یک برنامه مشخص می‌تواند به نشر اطلاعات بپردازد. هر روزنامه‌ای بسته به سیاستی که برای انتشار اخبار دارد، حوزه‌های مشخصی را برای پیگیری به روزنامه‌نگاران اش محول می‌کند. روزنامه‌نگاران هم در مقابل با پیگیری موضوعات و سوژه‌های روز، به اطلاعات اولیه دست یافته و آن را به مطالب قابل انتشار در روزنامه تبدیل می‌کنند. کار روزنامه از زمان ارائه گزارش و مطالب روزنامه‌نگاران به دست صفحه‌آراء تازه آغاز می‌شود. مطالب در صفحات مشخص قرار می‌گیرد و برای تأیید و بررسی دوباره از زیر نظر سردبیران یا شورای سردبیری رد می‌شود تا در صورت تأیید، برای چاپ به چاپخانه ارسال شود.

روزنامه‌ها به عنوان بخش مهمی از رسانه‌های امروز، با خطر رقابت با رسانه‌های مدرن روبرو هستند. از طرفی و به صورت عام خود رسانه‌ها با انواع انتظاراتی مواجه می‌شوند که از رسانه برای فرهنگ‌سازی و ارتقای فرهنگ وجود دارد. آشنایی با اقتصاد رسانه و توجه به داشتن یک برنامه مشخص برای پیش بردن اهداف کاری رسانه مربوطه، می‌تواند بخشی از این مخاطرات را کنار بزند.

چارچوب مفهومی

از آنجا که این پژوهش جنبه توصیفی - اکتشافی دارد نیاز به چارچوب نظری وجود ندارد اما از مطالعه پیشینه‌های پژوهش و تأمل در اجزا و فرایندهای روزنامه و روزنامه‌نگاری و در نظر گرفتن روزنامه به مثابه یک سازمان و مؤسسه با وجوه مختلف، می‌توان تصور نمود که بحران‌های اجتماعی، اقتصادی و طبیعی و حتی تغییرات سریع تکنولوژی محتمل است که بر ابعاد و جنبه‌های مختلف روند فعالیت یک مؤسسه رسانه‌ای تأثیرگذار باشد.

در روزنامه‌های غیر دولتی این ابعاد می‌تواند شامل تأثیرگذاری بر: ۱- فعالیت‌های جاری روزنامه در قالب تیراژ یا حتی توقف تیراژ و انتشار (در روزنامه)؛

۲- ساختار اقتصادی و اقتصاد مؤسسه رسانه‌ای به مثابه رکن اصلی در یک فعالیت خصوصی که ممکن است ارتباط تنگاتنگی با بند اول داشته باشد؛

از علم اقتصاد و به اذعان اقتصاددانان، این علم به چگونگی اختصاص یافتن منابع محدود یا نایاب در جهت تأمین نیازها و خواسته‌های نامحدود می‌پردازد. در واقع اقتصاد را می‌توان علم مدیریت منابع در دسترس و مدیریت این منابع در جهت اهداف متعالی‌تر از منابع تعریف شده دانست. (دبیری مهر، ۱۳۸۶)

اقتصاد رسانه^۱ حوزه‌ای از مطالعات نظری و علمی است که از دهه هفتاد میلادی به شدت مورد توجه محققان اقتصاد و رسانه قرار گرفته است. در این حوزه عوامل تأثیرگذار اقتصادی و مالی بر فعالیت‌های ارتباطی، سازمان‌ها و بنگاه‌های رسانه‌ای و صنایع ارتباطات مطالعه می‌شود. شایان ذکر است که اکثر تجزیه و تحلیل‌ها بر مبنای الگوهای اقتصادی، به خصوص اقتصاد خرد با اضافه کردن برخی از ویژگی‌های کالاهای رسانه‌ای بوده است. در این رهگذر جریان عرضه و تقاضا در بازار تولید و پخش محتوای رسانه‌ای با کمک ابزارها، الگوها و روش‌های تجزیه و تحلیل اقتصادی مورد توجه قرار می‌گیرد. در نتیجه پارادایم حاکم بر این مطالعات، نظریه‌های اقتصادی و به خصوص اقتصاد نئوکلاسیک است و نظریه‌های ارتباطات و رسانه‌ای نقش قابل توجهی در این مطالعات نداشته‌اند. (عباسی، ۱۳۹۷)

پیکارد این‌طور گفته که اقتصاد رسانه مطالعه انتخاب‌ها، انگیزه‌ها و بازدارنده‌ها بر رسانه و چگونگی انتخاب بهتر برای اطلاع‌رسانی به تصمیمات شرکت، درک عمومی و سیاست‌گذاری است. این محقق عنوان کرده که امروزه حوزه تحقیقات اقتصاد رسانه به بلوغ رسیده و چندوجهی شده است و طیف گسترده‌ای از نظریه‌ها و رویکردهای لازم برای بررسی تحولات و موضوعات متعدد در ساختارها و عملیات رسانه‌ای را در بر می‌گیرد. گسترش رسانه‌های تجاری و ارتباطات شخصی، ابزارهای جدید تولید و توزیع، و ترتیبات اقتصادی جدید، روابط و تعاملات به خوبی تثبیت شده در رسانه‌ها را تغییر می‌دهند. این وضعیت مستلزم داشتن ذهنیت و دانش روشن برای درک تحولات و ایجاد بهترین پاسخ‌های فردی، محکم و اجتماعی به چالش‌های ناشی از تغییرات است. (پیکارد، ۲۰۱۸)

به نظر می‌رسد که تحقیقات اقتصاد رسانه در آینده شکوفا شود. صدها دانشمند در سرتاسر جهان سؤالات کاوشگری در مورد انتخاب‌های رسانه‌ای و عملکرد تحت تأثیر آن‌ها تحقیق می‌کنند. به نظر می‌رسد که حوزه تحقیقات اقتصاد رسانه امروزه به بلوغ رسیده و چندوجهی شده و شامل طیف گسترده‌ای از نظریه‌ها و رویکردهای لازم برای کشف مسائل مختلف است. (پیکارد، ۲۰۱۸)

اما تأثیرگذاری و تأثیرپذیری اقتصاد رسانه از کل سیستم اقتصادی هم قابل توجه است. گروه بانک جهانی در مقاله‌ای اینطور نوشته است که رسانه‌ها به مردم اجازه می‌دهند نظرات متفاوتی را در مورد

^۱. Media Economics

از نمودار «ایشیکوا» یا «استخوان ماهی» استفاده شده است. این نمودار در عین سادگی می‌تواند در تلخیص و نشان داده روابط گزاره‌ها و مفاهیم بسیار مؤثر باشد.

روزنامه‌های حاضر در نمونه تحقیق:

جهان اقتصاد- رسالت- اعتماد- آفتاب یزد- دنیای اقتصاد- شروع- همدلی- دنیای خودرو- ستاره صبح- اقتصاد ملی- حسابان- صبح نو- آرمان ملی- هنرمند- خبرورزشی- سیاست روز- فناوری اطلاعات- مردم سالاری- تفاهم- تعادل- روزنامه تجارت- روزنامه عصر ایرانیان

با توجه به تنوع روزنامه‌های فعال در بخش خصوصی به لحاظ موضوع فعالیت و محتوای انتشار و به منظور رسیدن به نمونه پایا سعی شد تا از انواع روزنامه‌های تخصصی و عمومی در نمونه آماری وجود داشته باشد.

متغیرها و مقوله‌های تحقیق

مبتنی بر پرسش‌های پژوهش و مدل بررسی، مقوله‌ها و متغیرهای تحقیق به شرح زیر تعریف و سنجش شده است:

اقتصاد روزنامه‌های غیر دولتی: در این تحقیق منظور از اقتصاد روزنامه‌های غیردولتی، بررسی درآمد، هزینه و است که به واسطه کرونا و مشکلات ناشی از آن تحت تأثیر قرار گرفته است.

تیراژ و فروش روزنامه‌ها: منظور از تیراژ تعداد انتشار یک نشریه در روز است که محقق آن را با پرسش از مدیران مطبوعات مورد سنجش قرار داده است. میزان فروش روزنامه هم به عنوان مؤلفه‌ای تأثیرگذار در اقتصاد روزنامه، مورد بررسی قرار گرفته است.

سیاست‌های اتخاذ شده از سوی رسانه‌ها: در این بخش تلاش شد تا با گردآوری اطلاعات از مدیران رسانه‌ها به این مساله پرداخته شود که چه سیاستی برای حل مشکلات پیش رویشان انتخاب کرده‌اند تا از بحران به فرصت برسند.

راهکارهای ارائه شده برای بهبود وضعیت روزنامه‌های غیردولتی: در این پژوهش با ارائه یک پرسش باز پیشنهادی مدیران روزنامه‌ها در رابطه با شیوه‌های مقابله با تأثیر بحران کووید ۱۹ بر روزنامه‌ها پرسش شده است و دیدگاه مدیران تحلیل شده است.

یافته‌های تحقیق

۱- مشخصات نمونه تحقیق

از تعداد ۲۲ روزنامه قرار گرفته در نمونه تعداد ۱۳ روزنامه جنبه عمومی و ۹ روزنامه از جمله روزنامه‌های تخصصی هستند. از نظر زمان تأسیس پرباقه‌ترین روزنامه مربوط به سال ۱۳۶۴ و جدیدترین روزنامه مربوط به سال ۱۳۹۷ است. ۴۵ درصد روزنامه‌ها

۳- روند کاری و زندگی فردی نیروی انسانی دست‌انکار یک مؤسسه رسانه‌ای (مدیران، کارکنان و روزنامه‌نگاران).

اجزای مذکور و سایر ابعاد و وجوه یک مؤسسه رسانه‌ای ممکن است بنا به ظرفیت‌ها و توان موجود در روزنامه‌های غیر دولتی از بحران‌های اجتماعی - اقتصادی متأثر شوند. در این تأثیرپذیری سابقه و قدمت حیات مؤسسه و امکانات و ظرفیت‌ها و منابع در اختیار از یک سو و تدابیر و سیاست‌های اتخاذی مدیریت مؤسسه از سوی دیگر و امکانات و مساعدت‌های نهادهای حمایتی و عمدتاً دولتی متغیرهای مهم به حساب می‌آید. به این ترتیب در این نوشتار سه حوزه فعالیت‌های جاری و ساختار اقتصادی، وضعیت نیروی انسانی و سیاست‌ها و راهکارهای اتخاذی و پیشنهادی و به عبارت دیگر تدابیر مدیریتی مقابله با بحران بررسی شده است. (نمودار ۱)

پرسش‌های تحقیق

با توجه به مرور پیشینه‌ها و رسیدن به هدف پژوهش مبنی بر بررسی تأثیر کرونا بر وضعیت کاری روزنامه‌های سراسری غیر دولتی پرسش‌های زیر در پژوهش پیگیری شده است:

- ۱- تأثیر بحران کرونا بر اقتصاد روزنامه‌های چاپی سراسری غیردولتی ایران چیست؟
- ۲- تأثیر بحران کرونا بر شرایط کاری روزنامه‌نگاران و کارکنان روزنامه‌های چاپی سراسری غیردولتی ایران چیست؟
- ۳- مدیران روزنامه‌های چاپی سراسری غیردولتی ایران برای مقابله با تأثیر بحران کرونا چه راهکارها و سیاست‌هایی را اتخاذ کرده‌اند؟
- ۴- پیشنهادی مدیران روزنامه‌های چاپی سراسری غیردولتی ایران برای مقابله با تأثیر بحران کرونا چیست؟

روش تحقیق

در این پژوهش از ابزار پرسش‌نامه با پرسش‌های بسته و باز استفاده شده است. جامعه تحقیق عبارت است از تمامی روزنامه‌های عمومی و تخصصی غیر دولتی سراسری که به زبان فارسی در شهر تهران منتشر می‌شوند و سال آغاز فعالیت آن سال ۹۷ و پیش از آن باشد (حداقل یک سال پیش از شروع بحران کرونا). تعداد این روزنامه‌ها حدوداً ۶۵ روزنامه برآورد می‌شود. پرسش‌نامه‌ای حاوی ۴۱ پرسش باز و بسته تنظیم و به صورت پرسش‌نامه آنلاین در نرم‌افزار «پرس لاین» در اختیار مدیران ۴۰ روزنامه قرار گرفت که ۲۲ پرسش‌نامه تکمیل شده به محقق عودت شد. تحلیل پرسش‌های باز از طریق کدگذاری و استخراج مضامین هر یک از محورهای چهارگانه (پرسش‌های پژوهش) و تحلیل پرسش‌های بسته از طریق تنظیم جداول فراوانی انجام شد. برای نمایش خلاصه و نتیجه هر بخش

سابقه فعالیت بین ۱۰ تا ۲۰ سال داشته‌اند، ۲۵ درصد زیر ۱۰ سال و ۳۰ درصد سابقه‌ای بیشتر از ۲۰ سال داشته‌اند.

۲- تحلیل داده‌های پرسش‌های باز و بسته

جدول شماره ۱ تأثیر کرونا بر وضعیت تیراژ و اقتصاد روزنامه‌های غیر دولتی، تحلیل داده‌ها در سه بعد اقتصاد روزنامه، روند کاری روزنامه‌نگاران و سیاست‌های اتخاذشده و راهکارهای پیشنهادی انجام شده است.

تأثیر کرونا بر تیراژ و وضعیت اقتصاد روزنامه‌های غیر

دولتی: جدول شماره ۱ بر مبنای درصد پاسخ‌های معتبر تنظیم شده است. داده‌های جدول شماره ۱ نشان می‌دهد که در ۱۶ روزنامه از ۲۲ روزنامه‌ای که به این پرسش پاسخ داده‌اند (۷۳ درصد) کاهش تیراژ در اثر بحران کرونا بوجود آمده است. این کاهش در پرسش باز مربوطه از ۱۰ درصد تا ۹۰ درصد بیان شده است. از مجموع پاسخ‌ها چنین برمی‌آید که به طور میانگین ۵۰ درصد کاهش تیراژ در روزنامه‌های غیر دولتی اتفاق افتاده است. ۴ روزنامه هم مدعی شده‌اند که کرونا تأثیری بر تیراژ نداشته اما حاضر به بیان دلیل آن نشده‌اند و به عنوان بی‌تأثیر به ثبت رسیده‌اند. از سوی دیگر به گفته پاسخ‌گویان، در ۸۴ درصد روزنامه‌های غیردولتی، کاهش فروش اتفاق افتاده است. میزان کاهش بین ۵ تا ۹۹ درصد اعلام شده است. علت کاهش فروش به جز نگرانی مخاطبان از انتقال ویروس، گرانی کاغذ نیز بیان شده است. به نظر می‌رسد افزایش قیمت ارز و وابستگی اقلام چاپ به ارز، موجب گرانی کاغذ و افزایش هزینه‌های روزنامه‌ها و مزید بر علت بحران کرونا شده است و از این طریق بر میزان فروش روزنامه تأثیر منفی گذاشته است. از نظر پاسخ‌گویان، در ۸۹٫۵ درصد روزنامه‌های غیردولتی، بحران کرونا درآمدهای روزنامه را کاهش داده است. درصدهایی معادل ۲۰، ۵۰ و ۷۰ درصد برای کاهش درآمدها بیان شده است. در مورد تأثیر بحران کرونا بر هزینه روزنامه‌ها داده‌های جدول، نشان می‌دهد که سه دیدگاه در مورد تأثیر کرونا بر هزینه‌ها وجود داشته است. ۴۰ درصد پاسخ‌گویان اعلام کرده‌اند که هزینه‌های روزنامه به واسطه بحران کرونا کاهش یافته است. ۳۵ درصد هم عنوان کرده‌اند که هزینه‌های روزنامه افزایش داشته است. ۲۵ درصد دیگر پاسخ‌گویان گفته‌اند که تفاوتی در هزینه روزنامه آن‌ها به وجود نیامده است. همچنین فشار بحران کرونا باعث شده تا هزینه‌های روزنامه‌های غیردولتی کاهش یابد. برخی دفاتر روزنامه‌ها جمع شده‌اند و به دلیل کم شدن فروش این روزنامه‌ها، درآمدها هم با افت همراه شده است. میزان تأثیر کرونا بر هزینه‌های روزنامه بین ۱۰ تا ۵۰ درصد قید شده است. (جدول ۱)

از جدول می‌توان دریافت که ۶۵ درصد پاسخ‌گویان عنوان کرده‌اند

کرونا بر اقتصاد روزنامه آن‌ها تأثیر منفی داشته است. در عین حال، ۲۵ درصد کرونا را بی‌تأثیر دانسته و ۱۰ درصد هم معتقدند تأثیر مثبتی برایشان داشته است. همچنین می‌توان فهمید که کرونا تأثیر مستقیمی بر اقتصاد روزنامه‌ها داشته و بیشتر این روزنامه‌ها با تمرکز بر وب‌سایت روزنامه و نسخه دیجیتال، تلاش کردند تا کمبودهای خود را جبران کنند. درمیان راهکارهای ارائه شده می‌توان به کاهش حضور غیرضروری خبرنگاران و تمرکز بر نسخه دیجیتال اشاره کرد. توضیح: جدول شماره ۲ بر مبنای درصد پاسخ‌های معتبر تنظیم شده است. داده‌های این جدول نشان می‌دهد که بیشترین کاهش درآمد از ناحیه کاهش آگهی‌های تجاری روزنامه بوده است و در مرحله بعد کاهش درآمد مربوط به فروش، اعلام شده است. همچنین روزنامه‌های غیردولتی در دوران کرونا با کاهش قابل ملاحظه میزان فروش روبرو بوده‌اند و در عین حال، درآمدهای ناشی از چاپ آگهی‌های تبلیغاتی این روزنامه‌ها کاهش محسوس داشته و همین مسأله فشار خود را روی روزنامه‌ها گذاشته است. از طرفی هم، طبق آنچه گفته شده، روزنامه‌ها ناچار شدند به واسطه این مشکلات تیراژ خود را کم کنند.

از داده‌های جدول شماره ۲ می‌توان دریافت که به اعتقاد پاسخ‌گویان، تأثیر بحران کرونا بر اجزای هزینه‌ها بیشتر در بخش دورکاری پرسنل بوده اما در عین حال، گرانی کاغذ بار مضاعفی را روی دوش این صنف قرار داده است. (جدول ۲)

تأثیر کرونا بر اقتصاد روزنامه‌های غیر دولتی در دو بعد هزینه‌ها و درآمدها و اجزای آن در دیدگاه پاسخ‌گویان مطرح شده است. در این میان تیراژ و فروش از جمله شاخص‌های مهم است. در مجموع بررسی دیدگاه مدیران روزنامه‌های مورد مطالعه نکات زیر را به عنوان نکات کلیدی به دست می‌دهد:

همان‌طور که در نمودار شماره ۲ می‌توان دید، بخش مهمی از تأثیر کرونا بر روزنامه‌های غیردولتی روی کاهش درآمد این رسانه‌ها بوده که عمدتاً به دلیل کاهش درآمدهای ناشی از فروش و کاهش درآمدهای ناشی از تبلیغات صورت گرفته است. به دلیل توقف رویدادهای اجتماعی و فرهنگی - هنری و تعطیلی بنگاه‌های اقتصادی در شروع بحران کرونا واحدهای اقتصادی و خدماتی تمایلی به سپردن آگهی به روزنامه نداشته‌اند و یا دریافت هزینه‌های معمول قبلی توسط روزنامه امکان‌پذیر نبوده است. از این رو بنا به اظهار مدیران درآمدهای ناشی از آگهی‌های تبلیغی به طور چشم‌گیری کاهش یافته است. (نمودار ۲)

۸۹٫۵ درصد از روزنامه‌ها اعلام کرده‌اند که درآمدها کاسته شده است و ۶۰ درصد نیز اعلام کرده‌اند که هزینه‌های آن‌ها یا افزایش یافته و یا کاهش نیافته است. کاهش تیراژ در ۷۴ درصد روزنامه‌ها و با معدل حدودی ۵۰ درصد کاهش مشاهده شده است. روزنامه‌ها سعی

و نوبتی به کار گرفته‌اند. در بعد فردی نیز تلاش روزنامه‌نگاران توأم با خطرات سلامتی همراه بوده است. تهیه گزارش‌های میدانی این گروه را در فهرست گروه‌های شغلی خطرپذیر قرار داده است. مشکلات انگیزشی و ناپایداری شغلی در پاسخ به پرسش‌های باز توسط مسئولین روزنامه‌ها در این ارتباط بیان شده است. تعدیل اجباری روزنامه‌نگاران به دلایل اقتصادی و صرفه‌جویی در هزینه‌ها موجب خستگی و فرسودگی افراد باقی مانده در روزنامه به دلیل افزایش مسئولیت‌های شغلی شده است.

البته پیامد مثبت بحران کرونا بنا به زعم برخی از مدیران روزنامه‌های دولتی، شکل‌گیری نوعی جدید از روابط کاری مدیریت روزنامه با کارکنان و به ویژه تحریریه بوده است. تجربه‌ای که بنا به الزام شرایط کرونا شکل گرفت اما قابل تسری به دوره پسا کرونا نیز هست. این شکل از روابط کاری بدون الزام به حضور در سازمان رسانه‌ای توانسته است به کاهش برخی مشکلات حوزه نیروی انسانی بیانجامد. (نمودار ۳)

سیاست‌ها و تدابیر مدیران روزنامه‌های غیر دولتی در

بحران کرونا: تنگناها و مضایق تحمیل شده بر مؤسسات رسانه‌ای و روزنامه‌های غیردولتی، ناشی از بحران نامتعارف پاندمی کرونا تدابیر، سیاست‌های اجرایی و نوآوری مدیریت این دسته از روزنامه‌ها را برای حفظ بقاء و ادامه کار را به همراه داشته است. این سیاست‌ها بیشتر در حفظ تعادل اقتصادی روزنامه‌ها بوده است. بنا به اظهار مدیران این روزنامه‌ها برای مقابله با بحران سیاست تعدیل کارکنان و روزنامه‌نگاران یکی از شایع‌ترین سیاست‌های اتخاذ شده بوده است. همچنین بازتعریف نقش همکاران و واگذاری چند نقش به یک نفر اجرا شده است. راهکار دورکاری و تأکید بر آن، زمینه کاهش برخی هزینه‌های جاری و هزینه‌های انرژی را در پی داشته است. تمرکز بیشتر بر انتشار آنلاین روزنامه و کاهش تعداد روزهای انتشار کاغذی از سوی برخی مدیران بیان شده است. کاهش صفحات روزنامه در روزهای پنجشنبه و کاهش صفحات رنگی، تغییر سیاست‌های جذب آگهی‌های تبلیغاتی، معطوف کردن خبرنگاران به گزارش‌های تحلیلی به جای پوشش اخبار حوزه‌های خبری و به کارگیری خلاقیت در انتخاب سوژه‌ها از جمله سیاست‌های اتخاذی مدیران در مقابله با بحران عنوان شده است. نمودار شماره ۴ سیاست‌ها و راهکارهای اعمال شده را نشان می‌دهد. (نمودار ۴)

راهکارهای پیشنهادی مدیران برای کاهش تأثیر

بحران کرونا بر روزنامه‌های دولتی: در این پژوهش از مدیران روزنامه‌های غیر دولتی خواسته شده است تا راهکارهای پیشنهادی خود را علاوه بر آنچه در مؤسسه تحت مدیریت شان

کرده‌اند که با مدیریت هزینه‌ها و تمرکز بیشتر بر فروش آنلاین، کاهش تیراژ و تعدیل هزینه نیروی انسانی، به حفظ تعادل اقتصاد روزنامه کمک کنند اما از آنجا که ۵۰ درصد روزنامه‌ها فروش آنلاین را موفق ارزیابی نکرده‌اند می‌توان نتیجه گرفت که اقتصاد روزنامه‌ها از ناحیه کرونا آسیب دیده است. از طرف دیگر افزایش قیمت کاغذ و دستمزد به دلیل شرایط تورمی در کشور بر افزایش هزینه‌ها تأثیر محسوس داشته است. در این بین کاهش نیروی انسانی تمام وقت و پاره وقت و کاهش هزینه‌های حقوق و دستمزد به دلیل تعدیل کارکنان و دورکاری و همین‌طور کاهش هزینه‌های جاری ناشی از دورکاری سبب کاهش هزینه‌ها شده است.

تأثیر کرونا بر روند و کیفیت کاری روزنامه‌نگاران: در

این بخش وضعیت و کیفیت کار روزنامه‌نگاران مرتبط با روزنامه‌های غیر دولتی در بحران کرونا بررسی شده است.

توضیح: جدول بر مبنای درصد پاسخ‌های معتبر تنظیم شده است. از جدول شماره ۳ می‌توان دریافت که در ۶۵ درصد روزنامه‌های نمونه آماری، بحران کرونا روی تعدیل کارکنان تمام‌وقت تأثیرگذار بوده است. در عین حال، کاهش درآمدها، دورکاری و تعدیل اجباری باعث کم شدن تعامل با کارکنان تمام‌وقت شده است. همچنین کرونا در ۷۳٫۶ درصد روزنامه‌های نمونه آماری موجب کاهش تعداد خبرنگاران و روزنامه‌نگاران و بیکاری ایشان شده است. از سوی دیگر در ۵۵٫۵ درصد نمونه آماری بحران کرونا بر کارایی خبرنگاران تأثیری نداشته است. پاسخ‌دهندگان عنوان کرده‌اند که کرونا باعث کم شدن گزارش‌های میدانی و ناپایداری موقعیت‌های کاری آن‌ها شده است. (جدول ۳)

نمودار شماره ۳ عوامل دخیل در وضعیت کاری خبرنگاران را نمایش می‌دهد.

همان‌طور که نمودار نشان می‌دهد در ارتباط با روزنامه‌نگاران می‌توان به دو دسته عامل سازمانی و فردی توجه داشت. در بعد سازمانی دورکاری و کاهش ارتباطات سازمانی و مهم‌تر از آن کاهش رویدادهای خبری به دلیل تعطیلی نسبتاً طولانی برنامه‌های هنری، فرهنگی، ورزشی و اقتصادی و تعطیلی مراکز آموزشی و دانشگاهی و تعطیلی روزنامه‌ها و کاهش صفحات و تیراژ روزنامه‌های غیر دولتی هم در کیفیت کار روزنامه‌نگاران مؤثر بوده است و هم بخشی از درآمدهای این گروه را کاهش داده است. ناپایداری درآمد روزنامه‌نگاران در روزنامه‌هایی که از ظرفیت بودجه دولتی یا بودجه نهادهای عمومی بی‌بهره هستند از برجسته‌ترین مسائل این گروه از خانواده رسانه تلقی می‌شود. اغلب روزنامه‌های غیر دولتی تعدیل و کاهش اجباری نیروهای روزنامه‌نگار را در دستور کار قرار داده‌اند و برخی نیروی انسانی را به صورت شیفتی

روزنامه گاردین چاپ لندن با انتشار گزارشی اعلام کرد مخالفت صاحبان صنایع، تجار و شرکت‌ها با انتشار تبلیغات‌شان در کنار اخبار ویروس کرونا روزانه ۴۰ میلیون پوند به صنعت رسانه بریتانیا صدمه می‌زند. در استرالیا شرکت "نیوز کراپ" که زیرنظر رابرت مرداک اداره می‌شود انتشار ۶۰ روزنامه را به دلیل کاهش ۱۰ درصدی درآمد تبلیغات متوقف کرد. (پهرنگ و باقرزاده هوشمندی، ۱۳۹۹)

در نروژ نیز ۵۴ درصد درآمد تبلیغات آنلاین روزنامه‌ها از دست رفته است. (گاردین، ۲۰۲۰)

نتیجه آنکه در ایران نیز مانند برخی دیگر از کشورها بحران کوید ۱۹ فعالیت‌های جاری روزنامه‌ها را تحت تأثیر قرار داده و اقتصاد روزنامه‌های خصوصی از طریق کاهش درآمدهای ناشی از آگهی‌های تبلیغاتی متاثر شده است. در ایران وضعیت خاص نرخ ارز نیز مزید بر علت بوده و مشکلات را تشدید کرده است.

تغییر در ساختار اقتصادی روزنامه‌ها بی‌تردید بر جنبه‌های دیگر نیز تأثیر منفی داشته است یافته‌های پژوهش حاکی از تأثیر بحران کرونا بر وضعیت فردی روزنامه‌نگاران و کارکنان روزنامه‌های مورد تحقیق است. ناامنی شغلی و از دست دادن بخش یا گاهی تمامی درآمد روزنامه‌نگاران، دورکاری اجباری، ابتدای به کوید ۱۹ و تأثیر منفی در بعد انگیزشی و روحیه روزنامه‌نگاران بخشی از این پیامدها بوده است. کاهش چشم‌گیر فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، آموزشی و هنری سبب شد تا رویدادهای خیری و کاری برای روزنامه‌نگاران کاهش یابد و از طرف دیگر خسارت‌های درآمدی روزنامه‌ها عدم توانایی مدیران را در حمایت از روزنامه‌نگاران در پی داشت. به ویژه روزنامه‌نگاران با حقوق بر مبنای حق التحریر بیش از دیگران مضر شدند. این بخش از یافته‌ها نیز با پژوهش‌های خارجی مطابقت دارد. کما اینکه در بلژیک نیز روزنامه‌نگاران به واسطه از دست رفتن شغل‌شان بخش زیادی از درآمدشان را از دست داده‌اند. (لیبرت و همکاران، ۲۰۲۱)

در اسپانیا نیز در این بحران نزدیک به ۲۴ هزار و ۵۰۰ نفر با بحران ادامه کار یا تعلیق روبرو شده‌اند. (گارسا و همکاران، ۲۰۲۱)

هلدینگ مطبوعات سنگاپور ناشر بزرگ‌ترین روزنامه شهر "استریت تایمز" با انتشار بیانیه‌ای اعلام کرد در ۲ سال آینده ۱۰ درصد از کارکنانش را اخراج خواهد کرد و گروه روزنامه‌های تایمز تایوان هم به بیش از ۲۰ خبرنگار و دبیر، پیشنهاد بازنشستگی زود هنگام داده است. (احمدپورترکمانی، ۱۳۹۹: ۷۳)

جنبه دیگر پژوهش حاضر بر راهکارها و سیاست‌های اتخاذ شده مدیران روزنامه‌ها در مقابله با بحران کوید ۱۹ تمرکز داشته است. نتایج این بخش موید آن است که مدیران سیاست‌هایی چون تعدیل نیروی انسانی و باز تعریف نقش کارکنان، دورکاری، تغییر

اجرا کرده‌اند برای کاهش آسیب‌های ناشی از بحران کرونا بر روزنامه‌های غیر دولتی ارائه نمایند. آنچه در نمودار شماره ۵ منعکس شده است ماحصل دیدگاه مدیران را نشان می‌دهد. مدیران روزنامه‌ها از مراکز ذیربط دولتی انتظار دارند که در شرایط بحرانی با پرداخت وام‌های کم بهره و همین‌طور واگذاری آگهی‌های تبلیغاتی خود به روزنامه‌های غیر دولتی و تخصیص سهمیه کاغذ به نرخ‌های متعادل و یارانه‌ای از روزنامه‌های غیردولتی حمایت نمایند. علاوه بر کمک‌های دولتی، هم‌افزایی و یاری‌گری روزنامه‌ها در تعامل با یکدیگر، تلاش برای نوآوری در جمع‌آوری اخبار، افزایش فعالیت رسانه‌ها در فضای مجازی و وبسایت (رشد نسخه الکترونیک روزنامه‌ها)، لزوم کاهش خودسانسوری برای افزایش کیفیت و افزایش مخاطبان روزنامه‌های غیردولتی، مواردی است که مدیران مورد توجه قرار داده‌اند. (نمودار ۵)

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این نوشتار تحلیل تأثیر بحران کرونا بر عملکرد روزنامه‌های چاپی سراسری فارسی زبان غیردولتی ایران تعیین شد. به این منظور از ۲۲ روزنامه سراسری غیر دولتی با مرکزیت شهر تهران، در قالب پرسش‌نامه محقق ساخته با پرسش‌های باز و بسته اطلاعات جمع‌آوری و عملکرد و وضعیت این روزنامه‌ها در طی بحران کرونا بررسی شد. داده‌ها در ۳ بخش «تیراژ و اقتصاد روزنامه‌ها»، «روند کاری روزنامه‌نگاران» و «همچنین سیاست‌ها و راهکارهای» تحلیل شد.

یافته‌ها نشان می‌دهد که در ۷۳ درصد روزنامه‌ها کاهش تیراژ در اثر بحران کرونا وجود آمده است. در عین حال، تأثیر کرونا بر اقتصاد روزنامه‌های غیر دولتی در دو بعد هزینه‌ها و درآمدها و اجزای آن در دیدگاه پاسخ‌گویان مطرح شد. طبق یافته‌ها، پاسخ‌گویان معتقدند که بخش مهمی از تأثیر کرونا بر روزنامه‌های غیردولتی روی کاهش درآمد این رسانه‌ها بوده که عمدتاً به دلیل کاهش درآمدهای ناشی از فروش و کاهش درآمدهای ناشی از تبلیغات صورت گرفته است. به نظر می‌رسد کرونا در سایر کشورها نیز آسیب‌های مشابهی را به روند فعالیت جاری روزنامه‌ها و ساختار اقتصادی آن‌ها وارد ساخته است. روزنامه‌های چاپی هند به دلیل کاهش آگهی‌ها در این مدت با مشکلات درآمدی مواجه بودند و روزنامه‌های هندی لاجرم با افت تیراژ در این دوران مواجه بوده‌اند. (شیواجی جات‌هاو، ۲۰۲۰)

همچنین در اسپانیا رکود در فروش و گزارش شده و از آوریل تا می ۲۰۲۰ آگهی‌های تبلیغاتی نزدیک به ۵۰ درصد کاهش یافته است. (خوزه و گارسا، ۲۰۲۱)

در سوئد نیز در بحران کرونا درآمدهای تبلیغاتی روزنامه‌ها کاهش چشم‌گیر داشته است. (اولسون و همکاران، ۲۰۲۰)

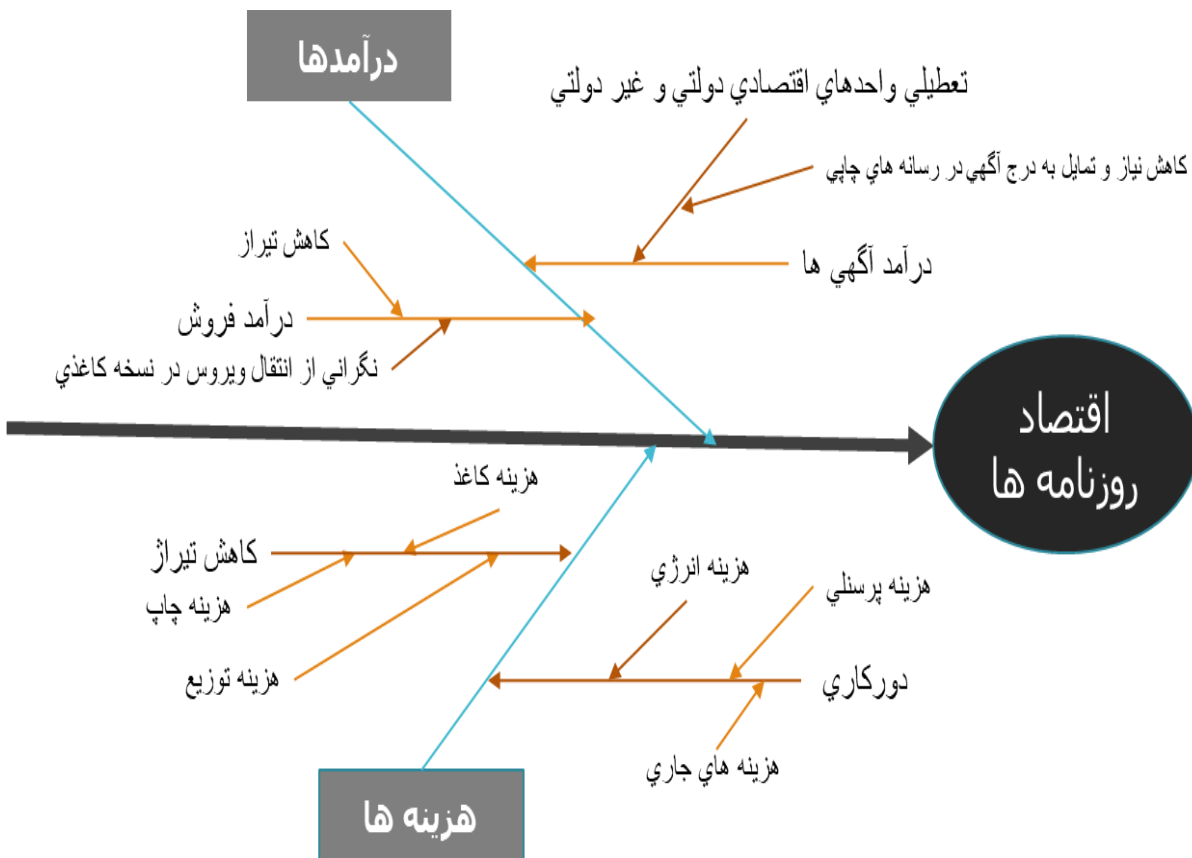
سیاست‌های جذب آگهی، کاهش تیراژ، استفاده از نسخه آنلاین را برای خنثی کردن تأثیر بحران کرونا بر رسانه‌های خود به کار برده‌اند. پاسخ‌دهندگان به برخی مسائل به عنوان راهکار اشاره کرده‌اند که می‌تواند این تأثیرات را در ادامه بحران کرونا، کم‌تر کند. مواردی مثل، تعامل روزنامه‌های دولتی و غیردولتی با هم، ضرورت تحول نگاه مدیریتی، رشد نسخه الکترونیک در روزنامه‌ها و لزوم اختصاص وام به روزنامه‌های غیردولتی که به اعتقاد آن‌ها می‌تواند کمک بزرگی برای روزنامه‌های غیردولتی باشد تا بتوانند به شرایط عادی کاری خود بازگردند.

البته هر بحرانی می‌تواند فرصت‌های جدیدی را در اختیار حوزه‌های مدیریتی و حتی کارکنان قرار دهد. تجربه دورکاری برای روزنامه نگاران و مدیران مؤسسات رسانه‌ای یکی از فرصت‌های تجربه شده بود که در صرفه‌جویی در هزینه‌های جاری از یک سو و همین‌طور هزینه‌های وقت و هزینه تعارضات سازمانی از سوی دیگر دستاوردهای مثبتی را در پی داشته است و نوع جدیدی از همکاری بین مدیریت و روزنامه‌نگاران را رقم زده است. اما در مجموع به نظر می‌رسد روزنامه‌های غیردولتی در ایران به دلایل مختلف و همین‌طور تأثیر بحران کرونا در وضعیت ویژه و بعضاً بحرانی قرار گرفته‌اند و برای ادامه حیات نیاز به برخی مساعدت‌های دولتی دارند. این سیاست‌ها در برخی از کشورها توسط دولت‌ها تعقیب شده است. در هند دولت تسهیلاتی را به روزنامه‌ها به منظور تقویت تیراژ داده است. (شیواجی جات‌هاو، ۲۰۲۰)

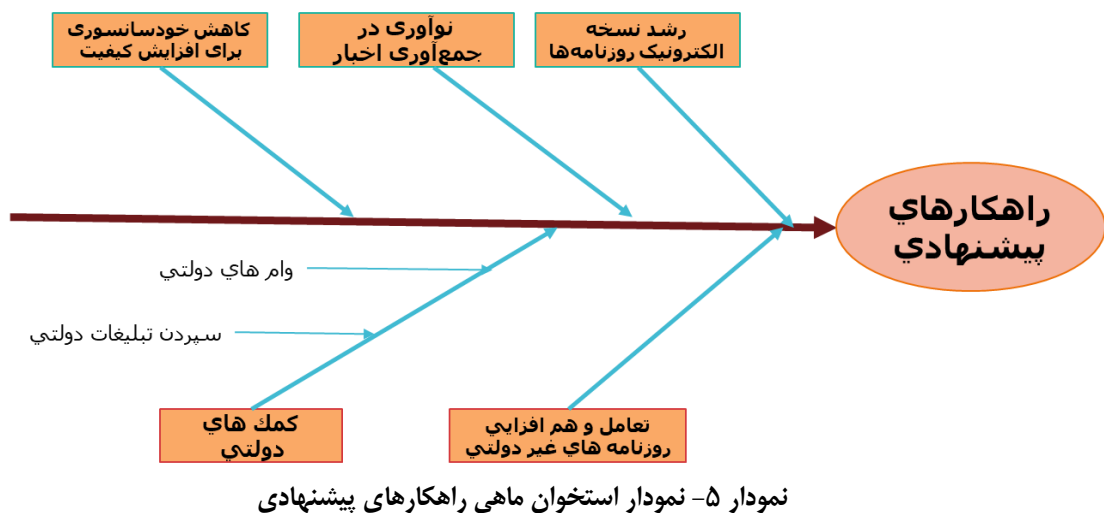
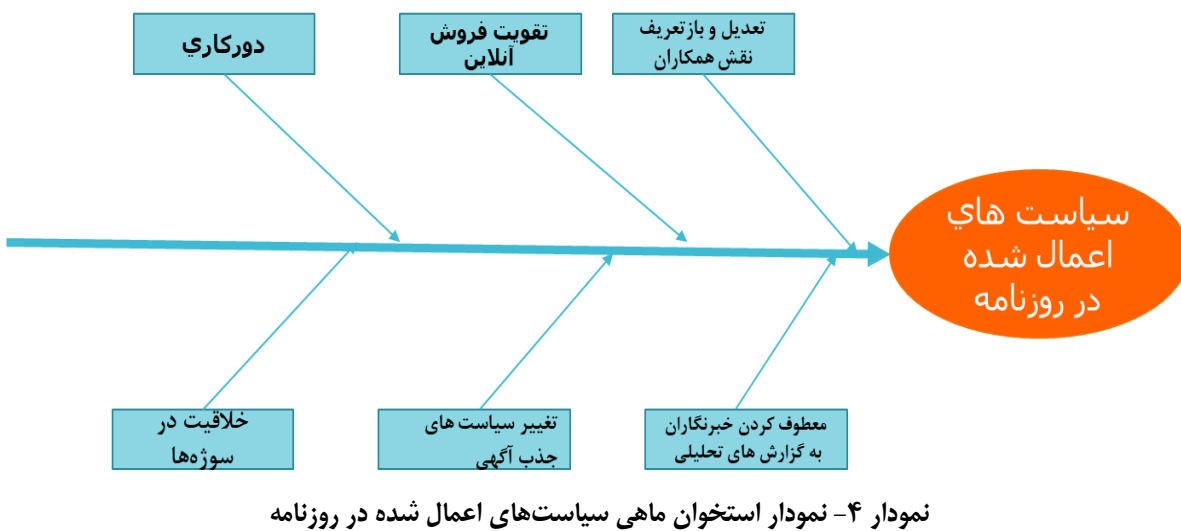
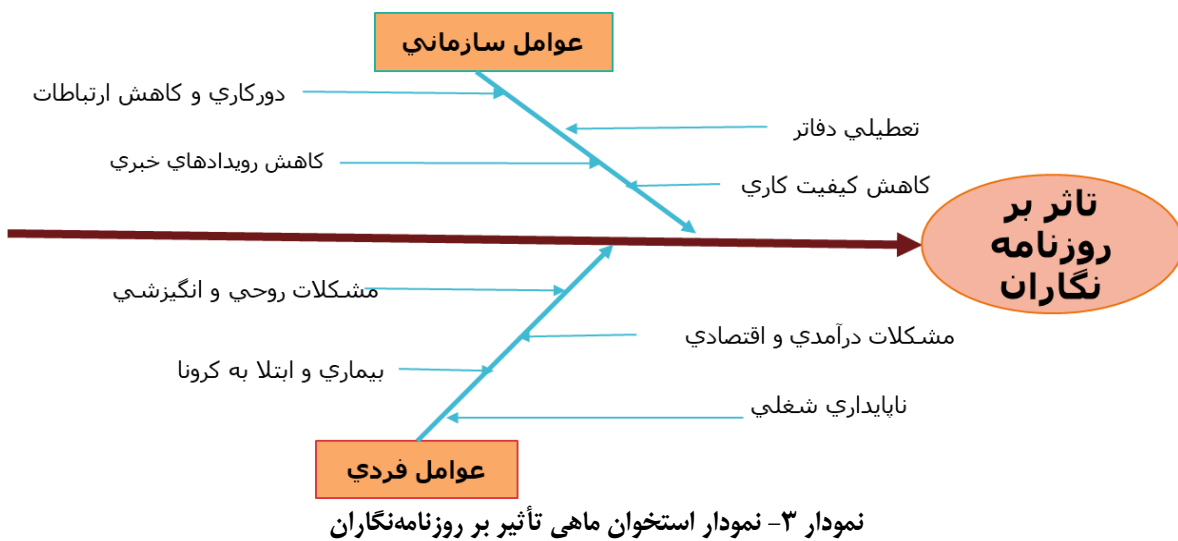
دولت دانمارک تصمیم گرفته است ۲۴ میلیون یورو به رسانه‌های محلی این کشور پرداخت کند. (دهقان‌پور، ۱۳۹۹: ۸۲)



نمودار ۱- مدل بررسی



نمودار ۲- نمودار استخوان نقش کرونا در اقتصاد روزنامه‌های غیر دولتی



جدول ۱- تأثیر کرونا بر بخش‌های مختلف روزنامه

اقتصاد	هزینه	درآمد	فروش	تیراژ	
۶۵	۴۰	۸۹,۵	۸۴	۷۴	تأثیر منفی
۱۰	۳۵	۰	۰	۰	تأثیر مثبت
۲۵	۲۵	۱۰,۵	۱۶	۲۶	بی‌تأثیر
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع

جدول ۲- تأثیر کرونا بر اجزای درآمدها و هزینه‌ها

اجزای هزینه‌ها		اجزای درآمدها	
۳۳,۴	هزینه‌های پرسنلی	۳۶,۸	درآمدهای ناشی از فروش
۵۰	هزینه‌های چاپ و انتشار	۵۲,۷	درآمدهای ناشی از تبلیغات
۱۶,۶	هزینه‌های پشتیبانی، حمل و نقل و فروش	۰	یارانه‌های دولتی
۱۰۰	هزینه‌های پرسنلی	۱۰,۵	سایر درآمدها
۳۳,۴	جمع	۱۰۰	جمع

جدول ۳- تأثیر کرونا بر وضعیت کاری خبرنگاران و کارکنان روزنامه‌های غیر دولتی

تأثیر کرونا بر کارایی خبرنگاران و روزنامه‌نگاران	تأثیر کرونا بر وضعیت همکاری روزنامه‌نگاران همکار	تأثیر کرونا بر وضعیت کارکنان تمام‌وقت	
۴۴,۵	۷۳,۶	۶۵	تأثیر منفی
۰	۰	۰	تأثیر مثبت
۵۵,۵	۲۶,۴	۳۵	بی‌تأثیر
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	جمع

فهرست منابع

- %D8%B1%D9%88%DB%8C%DA%A9%D8%B1%D8%AF%D9%87%D8%A7%DB%8C-%D9%86%D9%88%DB%8C%D9%86-%D9%86%D8%B8%D8%B1%DB%8C
- طاهری‌نیا، مسعود. و حسنوند، علی. (۱۳۹۹). "پیامدهای اقتصادی ناشی از بیماری کووید-۱۹ بر اقتصاد ایران؛ با تأکید بر اشتغال"، فصلنامه مدیریت پرستاری، دوره ۹(۳)، صص. ۴۳-۵۸.
- Berman, Sarabeth. (Dec. 4, 2020). "LA times, Op-Ed: How the death of local news has made political divisions far worse:", <https://www.latimes.com/opinion/story/2020-12-04/local-newspapers-closing-pandemic-democracy>.
- Finneman, T. & Thomas, R.J. (2021). "Our Company is in Survival Mode": Metajournalistic Discourse on COVID-19's Impact on US Community Newspapers", *Journalism Practice*, PP. 1-19.
- World Bank. (2002). "The Right to Tell: The Role of Mass Media in Economic Development. WBI Development Studies", Washington, DC. © World Bank: <https://www.wdronline.worldbank.org/handle/10986/15212> License: CC BY 3.0 IGO.
- Jadhav, S. (2020). "Impact of Covid-19 On Indian Print Media", *Dogo Rangsang Research Journal*, 10.
- Jose, A. & García-Avilés. (2021). "Journalism as Usual? Managing Disruption in Virtual Newsrooms during the COVID-19 Crisis", *Digital Journalism*, Vol. 9(9), PP. 1239-1260.
- Kowalski, T. (1995). "Media Economics Research in Poland", *Journal of Media Economics*, Vol. 8(1), PP. 43-48.
- Meade, Amanda. (14 Apr 2020). "Guardian, Dozens of Australian newspapers stop printing as coronavirus crisis hits advertising: <https://www.theguardian.com/media/2020/apr/14/dozens-of-australian-newspapers-stop-printing-as-coronavirus-crisis-hits-advertising>.
- Libert, M., Le Cam, F. & Domingo, D. (2022). "Belgian journalists in lockdown: survey on employment and working conditions and representations of their role", *Journalism Studies*, Vol. 23(5-6), PP. 588-610.
- احمدپورترکمانی، یاور. (۱۳۹۹). "تبیین نهادی از نااطمینانی و درس‌های واماندگی اقتصادها در دوران کرونا برای پساکرونا با تمرکز بر تجربه اقتصاد ایران"، ششمین همایش بین‌المللی مطالعات اقتصادی و مدیریت در جهان اسلام، تهران. civilica.com/doc/1179056
- اندیشمند، فرشته. (۱۳۹۹). "تأثیر بحران کرونا و ویروس بر کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با استفاده از تکنیک تحلیل مضمون (تم)"، رساله کارشناسی‌ارشد مدیریت کارآفرینی. <https://civilica.com/doc/1017711>
- بهرنگ، فاطمه. و باقرزاده هوشمندی، کمال. (۱۳۹۹). "تأثیر ویروس کرونا بر بی‌ثباتی اقتصاد ایران و جهان"، ششمین همایش ملی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم انسانی، اقتصاد و حسابداری ایران، تهران. <https://civilica.com/doc/1117695>
- بیت سیاحی، معصومه، و جوادی‌راد، محمد. و گودرزی، مریم. (۱۳۹۹). "بررسی اثرات بیماری کرونا و چند بیماری همه‌گیر جهانی بر چند متغیر اقتصادی"، دومین کنفرانس بین‌المللی فناوری‌های نوآورانه در زمینه علوم، مهندسی و تکنولوژی. <https://civilica.com/doc>
- جعفری، رضا، کوهستانی، امیر. و نژادزارع، شبنم. (۱۳۹۹). "تأثیر کرونا بر اقتصاد ایران و جهان"، اولین کنفرانس مهندسی صنایع، اقتصاد و مدیریت.
- حسین‌نیا چافجیری، سوگند. (۱۴۰۰). "بررسی تحولات ژئواستراتژیکی اقتصاد بین‌الملل در عصر کرونا"، هشتمین کنفرانس بین‌المللی ترفندهای مدرن مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانک‌داری با رویکرد رشد کسب‌وکارها. <https://civilica.com/doc/1202281>
- رضایی، مصطفی. و حاجی بدلی، حسن. (۱۳۹۷). "دیپلماسی رسانه‌ای و نقش آن در سیاست خارجی"، پنجمین همایش بین‌المللی مدیریت رسانه، تهران. <https://civilica.com/doc/828867>
- روزنامه شرق. (۱۵ اسفند، ۱۴۰۰). "اظهارات مدیر مسئول شرق درباره ادامه حیات این روزنامه"، بازیابی شده در ۲۵ اسفند ۱۴۰۰ از: <https://www.isna.ir/news/1400121510988>
- سایت مدیریت رسانه. (۱ دی، ۱۳۹۷). "اقتصاد رسانه، رویکردهای نوین نظری، بازیابی شده از: <https://www.iranmediamanagement.com/article/237/%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF-%D8%B1%D8%B3%D8%A7%D9%86%D9%87%D8%8C->

- Olsen, R.K., Pickard, V. & Westlund, O. (2020). "Communal news work: COVID-19 calls for collective funding of journalism", *Digital Journalism*, Vol. 8(5), PP. 673-680.
- Perreault, M.F. & Perreault, G.P. (2021). "Journalists on COVID-19 Journalism: Communication Ecology of Pandemic Reporting", *American Behavioral Scientist*, Vol. 65(7), PP. 976-991.
- Picard, R.G. (2011). "The economics and financing of media companies", Fordham Univ Press.
- Picard, R.G. (2018). "The rise and expansion of research in media economics", *Communication & Society*, PP. 113-119

An Analysis of the Impact of the Corona Crisis on the Performance of Iran's Non-Governmental Print Newspapers

Javad Sadeghi Jafari, Sepideh Ashrafi

Abstract

Due to the intensification of the Corona crisis since the end of 2010, this study intends to use two quantitative and qualitative methods as well as a conceptual framework to gain an understanding of the impact of the Corona crisis on the performance of non-governmental newspapers. Newspaper economics, content and audience trust, journalistic workflow, and policies and strategies are four parts that are carefully evaluated in this study. In total, the researcher-made questions were sent to 40 journalists and media executives, 20 of whom answered. Findings show that 14 out of 20 newspapers that answered this question (70%) believe that the decrease in circulation was caused by the Corona crisis. At the same time, the impact of Corona on the economy of non-governmental newspapers in the two dimensions of costs and revenues and its components was discussed in the view of respondents. Given that 89.5% of the newspapers reported that their income had decreased and 60% stated that their expenses had either increased or not decreased, it can be concluded that most of the newspapers had economic problems. The researcher also examined 4 areas in the content section: content quantity, content quality, trust and competition. In the working conditions of journalists and staff of Iranian national non-governmental print newspapers, 55.5% of respondents said that Corona had no effect on the efficiency of journalists. Respondents stated that the corona had reduced field reporting and instability in their work situations.

Keywords: Corona crisis, non-governmental print newspapers, newspaper economy, journalists.