

# یگر بد رود

این توفان در امان نمانده و بیشتر رسانه‌های کاغذی در ساختار خود مجبور به ایجاد تغییراتی شدند. بابت نیز از این قضیه مستثنی نیست. به دلیل مشکلات و سختی‌هایی که در این زمینه برای ما وجود دارد، مجبور به ایجاد تغییر در روند تولید نشریه چاپی بابت هستیم و امید داریم بسیار زودتر از آن چه که در ذهن داریم بتوانیم با تحولاتی نوین در خدمت شما باشیم. در این هفته تصمیم داریم به بررسی صنعت روزنامه نگاری دیجیتال و آینده این حوزه بپردازیم، وجود اپلیکیشن‌هایی نظیر تلگرام و اینستاگرام باعث ایجاد تحولاتی عمیق در صنعت روزنامه نگاری جهانی شده است و میزان استقبال از این اپلیکیشن‌ها نشان دهنده یک تغییر رفتار مشخص مخاطبان و مشتریان و درک هر چند دیر هنگام صاحبان رسانه‌ها دارد. اگر دوست دارید بدانید که چه اتفاقی در حال وقوع است، در ادامه همراه ما باشید.

نرم افزار چت یاهو، لازم بود زمانی نزدیک به ۵ دقیقه منتظر بمانید، همراه شما بودیم. گام به گام با تمامی نرم افزارها، سخت افزارها، بازی‌ها، اپلیکیشن‌ها، گجت‌ها و تمامی ریز و درشت‌های جهان آبی‌تی پیش رفتیم و گفته‌ها و ناگفته‌هایش را به اطلاع شما رساندیم. مخاطبان وفادار و همیشگی بابت در سال‌های گذشته به ما دائما یادآوری کردند که می‌توان در هر کاری یا وجود یک انگیزه قوی، بسیاری از سختی‌ها را به آسانی گذراند. امروز به اطلاع شما می‌رسانیم که قدرتان و سپاسگزار حمایت شما هستیم. در دهه گذشته، گسترش سایت‌های خبری منجر به این شد که تمامی روزنامه‌های چاپی به فکر راه اندازی یک وب سایت اختصاصی برای خودشان باشند و همین ماجرا باعث شکل گیری روند نسبتا محسوسی در کم شدن تیراژ روزنامه‌ها شد. اکنون بسیاری از مخاطبان روزنامه‌ها میلی به خرید نسخه کاغذی ندارند و نشریه محبوبشان را از طریق اینترنت مطالعه می‌کنند. هیچ نشریه کاغذی از

را تشکیل می‌دهد در حال تغییر است. در گذشته، محتوا برای اشاره به اخبار مورد استفاده قرار می‌گرفت، اما در حال حاضر شامل تبلیغات، بازاریابی، بازی‌ها و یا هر چیزی که مصرف کننده را جذب می‌کند می‌شود. با این حال شواهد نشان می‌دهد که افزایش عرضه اخبار به تنهایی ممکن است درآمد کافی برای موفقیت بلند مدت ایجاد نکند. اینترنت نیاز به رویکردهای جدید برای کسب درآمدهای حاصل از تبلیغات دارد. با اینترنت، آگهی می‌تواند به طور مستقیم به محتوا متصل شود (البته، روزنامه‌های چاپی نیز تبلیغات مربوط به مطالب دارند - اتومبیل، اموال و یا سفر). هر چند افزایش ترافیک وب سایت تجاری مهم است، اما جذب تعداد زیادی از مصرف کنندگان هدف به عنوان کاربران سایت یا مشتریان در اولویت قرار دارد. تغییرات در الگوهای مصرف رسانه‌ها در میان افراد جوان نیز ممکن است نیاز به تغییر رویکرد داشته باشد: به جای آنکه رسانه‌های خبری انتظار بکشند افراد اخبار را تقاضا کنند، نیاز است که اخبار به آنها ارائه شود. فناوری فرصت‌های جدید فراهم می‌کند: روزنامه‌های محلی به مدت طولانی است که بر درآمد حاصل از تبلیغات شرکت‌های محلی متکی بوده‌اند. آگاهی از موقعیت جغرافیایی فرصتی را برای سازمان‌های خبری برای تبلیغات به مخاطبان هدف فراهم می‌کند - حتی شرکت بسیار کوچک. اما برای بهره مندی کامل از دیجیتالی شدن، سازمان‌های خبری مجبور به استفاده موثرتر از تکنولوژی هستند. با توجه به اوضاع کنونی تمامی فعالان صنعت روزنامه نگاری موافق هستند که رویکرد دیجیتال، در اولویت اول، بهترین مدل در حال حاضر است، هر چند که معلوم نیست که این مدل در تمام جهان قابل اجرا باشد یا پایدار بماند اما بدون تردید تغییر بنیادین در ساختار رسانه‌هایی که تمایل دارند ماندگار شوند، الزامی به نظر می‌رسد.

## در این فضا مدل درآمدی چگونه خواهد بود؟

در مدل درآمدی روزنامه‌های سنتی، فروش روزنامه و ارائه خدمات آگهی‌های تبلیغاتی مهم‌ترین کانال‌های کسب درآمد بودند. در واقع دلیل تمایل به تبلیغ در روزنامه‌ها توسط برندها و سازمان‌های اقتصادی و شرکت‌های تجاری، به‌عنوان یک رسانه فراگیر عمومی و همچنین یک رسانه تبلیغاتی که مخاطبان گسترده‌ای دارد، دسترسی به مخاطبان از این طریق با توجه به ویژگی‌های متفاوت و خاص آن نسبت به دیگر رسانه‌های گروهی مثل رادیو و تلویزیون، بیلوردهای شهری و سایر اقلام تبلیغاتی بوده و هست. حال که توجه به روزنامه‌ها به‌عنوان یک رسانه خبررسان در میان خوانندگان کم شده است، هم مدل درآمدی مبتنی بر فروش کارکرد خود را از دست داده و هم جذب آگهی‌های تبلیغاتی به‌عنوان محل درآمدی مهم - به دلیل کم‌رغبت شدن شرکت‌های آگهی‌دهنده - مورد تهدید قرار گرفته است. بنابراین در بازآفرینی زنجیره ارزش روزنامه‌ها و طراحی مجدد مدل کسب‌وکار، تدوین جریان‌های ایجادکننده درآمد قطعا دچار تحول بزرگی شده و سیاست‌های حمایتی مقطعی دولت و راهکارهای واکنشی و منفعلانه روزنامه‌ها، تنها مسکنی برای رفع گرفتاری‌های مالی روزمره است. درک عمیق تغییرات اتفاق افتاده در بازار و رفتار مصرف‌کننده روزنامه (اعم از دولت و حاکمیت، خوانندگان و آگهی‌دهندگان)، نقطه ابتدایی و اصلی پیدا کردن راه‌های خلاقانه برای زنده ماندن روزنامه‌ها در عصر دیجیتال خواهد بود. بدون تردید آینده روزنامه‌ها، دیجیتالی شدن آن‌ها است. در نتیجه، سازمان‌های خبری نیازمند مدیریت تنش بین روزنامه نگاری سنتی و رویکردهای جدید که بر سرعت خروجی تاکید دارند هستند. روزنامه نیاز دارد خود را با محصولات دیجیتال منطبق سازد. تعریف اینکه چه چیز «محتوا»

## از تحریریه روزنامه کاغذی تا تحریریه سایت‌های خبری

تحریریه روزنامه، «خط تولید اصلی محتوا» خواهد بود که محتواهایی با فرم‌های مختلف را تهیه، طراحی، بسته‌بندی و آماده نمایش و انتشار در رسانه‌های مختلف می‌کند. به این معنی که تا پیش از این، خبرنگاران و اعضای تحریریه با توجه به ابعاد و فرم صفحات کاغذی روزنامه، نوع صفحه‌بندی، تعداد کلمات مورد نیاز و مشخصاتی از این دست، خبر یا محتوایی را فقط به‌صورت متن و عکس تهیه می‌کردند و از جمله مهارت‌هایی که در سال‌های اخیر به واسطه فراگیر شدن برنامه‌های کامپیوتری تایپ (مثل نرم‌افزار word) علاوه بر مهارت‌های روزنامه‌نگاری به خبرنگاران و روزنامه نگاران اضافه شد، همین مهارت تایپ و استفاده از کامپیوتر بود. اما در روزنامه‌های عصر دیجیتال، همین تحریریه باید برای قالب‌های متفاوتی مثل صفحات فیزیکی روزنامه، وب‌سایت و شبکه‌های اجتماعی متعدد و مختلف، برنامه‌ها و اپلیکیشن‌های گوناگون و... محتوا تولید کند. این محتوا هم در فرم ظاهری و هم در معنی درونی، باید مختص همان رسانه تولید و طراحی شود. بنابراین مهارت‌ها و توانایی‌های روزنامه نگاران این عصر، فراتر از مهارت‌های سنتی و مرسوم روزنامه‌نگاری و اندکی مهارت تایپ در نرم‌افزارهایی مثل word، باید به دایره‌ای بسیار فراتر اعم از شناخت رسانه‌های جدید و کارکرد و اثر آنها، تولید و انتشار محتوای دیجیتال، آشنایی با فرم و شکل محتوا در هر یک از رسانه‌ها و مواردی از این دست ارتقا پیدا کند و اینجا همان فاصله‌ای است که اکنون میان روزنامه نگاران سنتی و متخصصان IT و تولیدکنندگان محتواهای دیجیتال ایجاد شده است. روزنامه‌نگاران سنتی از تغییرات گسترده و ابزار و رسانه‌های دیجیتال بی‌اطلاع یا کم‌اطلاع هستند و مهارت‌های IT کافی ندارند و متخصصان IT نیز از ویژگی‌ها و اصول روزنامه‌نگاری و رسانه بی‌اطلاع هستند و مهارت‌های کلاسیک و پایه‌ای در این زمینه ندارند.

