

وزارت ارشاد می گوید طبقات پایین دستی از رسانه های ایران استفاده می کنند| رسانه غالب طبقه متوسط فضای مجازی است| ۴۰ تا ۴۵ میلیون نفر از تلگرام استفاده می کنند.

رسانه های ایران جزیره های پراکنده هستند؛



مدیرکل دفتر مطالعات و برنامه ریزی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: دوره ای که ما رسانه اجتماعی را نادیده بگیریم تمام شده و امروز وارد رسانه فردی شده ایم. یعنی یک فرد می تواند یک زلزله ۸ ریشتری رسانه ای ایجاد کند. به گزارش اسپادانا خبر، حمیدرضا ضیایی پرور در سمینار علمی تخصصی رسانه و اقتصاد اظهار کرد: اخیرا طرح ساماندهی پیام رسان های جدید در مجلس مطرح شده است. وقتی متن کامل طرح منتشر شد، دیدگاه نمایندگان تغییر کرد و طرح ۳۳ ماده به ۲۳ ماده رسیده است. از سوی دیگر ماجرای نماینده سراوان است که او را از موضع طلبکارانه به عذرخواهی کشانده است. بنابراین رسانه ها با آگاهی بخشی و وارد کردن افکار عمومی می توانند موثر باشند. مدیرکل دفتر مطالعات و برنامه ریزی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: در دنیا رسانه ها موتور محرک اقتصاد هستند. تشویق، ترغیب و هشدار رسانه موجب رشد یا زمین گیر شدن کسب و کار می شود. وقتی یک یا چند رسانه تاثیرگذار در ایران مردم را تشویق و ترغیب به خرید و فروش دلار می کنند، آن وضعی که دیدیم در کشور ایجاد می شود و امروز هم برعکس آن اتفاق را شاهد هستیم. ضیایی پرور ادامه داد: نقش شایعات می تواند بخشی از کار رسانه های اجتماعی باشد. وی اظهار کرد: رسانه مستقل کم داریم. از ۱۰ هزار مجوز رسانه که صادر شده است نصف آن ها فعال اند. نشریات اقتصادی یا هنری در بخش خصوصی هستند اما عمده نشریات یا مستقیم به دولت وابسته هستند یا غیرمستقیم از دولت ارتزاق می کنند. مدیرکل دفتر مطالعات و برنامه ریزی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تاکید کرد: روزنامه نگاری تحقیقی در رسانه وابسته رخ نمی دهد. رسانه ای می تواند ضامن رشد و توسعه اقتصادی باشد که آزاد، مستقل و وابسته به بخش خصوصی باشد. از رسانه دولتی چنین چیزی بیرون نمی آید. ضیایی پرور گفت: رسانه وابسته به قدرت یک دست نیست. متأسفانه امروز رسانه و رسانه نگار جایگزین حزب شده است. رسانه کارش انتقال واقعیت ها و تحلیل آنها است. مدیرکل دفتر مطالعات و برنامه ریزی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تصریح کرد: رسانه و تبلیغات در حوزه اقتصاد مهم است. تبلیغات به ظاهر یعنی تبلیغ با گرفتن پول اما تکنیک ها، چهارچوب ها و ... به قدری تغییر کرده است که استارتاپ های تبلیغاتی طومار آژانس های تبلیغاتی را در هم پیچیده اند. همه کسب و کارها و بیزینس ها به حوزه استارتاپ ورود کرده اند. ضیایی پرور اظهار کرد: گزارش تحقیق و تفحص همشهری در شورای شهر تهران نشان داد این موسسه ۱۴۰۰ نیرو دارد. خبرگزاری فارس فقط در دو طبقه ۱۵۰ نفر نشسته بودند. در صدا و سیما که یکی از پرنیروترین صداوسیماهای دنیا است بین ۷۵ تا ۱۰۰ هزار نیرو کار می کنند. مدیرکل دفتر مطالعات و برنامه ریزی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی افزود: اولویت اول ۲۲۷ نشریه اقتصاد است. در بیش از هزار نشریه نیز اقتصاد، اولویت دوم است. ضیایی پرور اضافه کرد: مرجعیت رسانه ای در کشور از رسانه داخلی به رسانه های خارجی تغییر کرده است. رئیس جمهور معتقد است باید کاری کرد تا مرجع رسانه ای به رسانه های داخلی تغییر کند. بررسی ها نشان می دهد نخبگان جامعه، یعنی نخبگان سیاسی، فکری و سرمایه ای مخاطب رسانه های خارجی هستند. گروه دوم طبقه متوسط هستند. رسانه غالب طبقه متوسط جامعه فضای مجازی است و طبقات پایین دستی از رسانه های ما استفاده می کنند هرچند که ماهواره هم دارند. وی ادامه داد: نخبگان ما رسانه های خارجی را می بینند. در حوزه رسانه های مجازی هم بالغ بر ۶۰ درصد از مردم به اینترنت دسترسی دارند؛ چیزی حدود ۵۵ میلیون نفر که از این تعداد، بین ۴۰ تا ۴۵ میلیون نفر از تلگرام استفاده می کنند. مدیرکل دفتر مطالعات و برنامه ریزی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اضافه کرد: اینستاگرام رسانه دوم مجازی ایران است و تویتر رسانه سوم کشور است با ۱۰ میلیون نفر. اکثرا افراد فعال در حوزه سیاسی در تویتر حضور دارند. تویتر رسانه گروه نخبگانی است که گروه مرجع هم هستند. ضیایی پرور ادامه داد: رسانه های ایران جزیره های پراکنده هستند. این در حالی است که در دنیا رسانه ها مجموعه های فراگیری هستند که توسط کارخانه های بزرگ دنیا تغذیه می شوند چراکه آن کارخانه ها می خواهند از حامیان آن رسانه ها استفاده کنند. وی با

بیان اینکه وضعیت رسانه‌ای هر کشور ارتباط مستقیمی با وضعیت اقتصادی کشور دارد افزود: امروز تیراژ مطبوعات در کشور به ۷۰۰ هزار نسخه رسیده است که در این میان همشهری، ایران، جام جم، شرق و دنیای اقتصاد بیشترین فروش نسخه را دارند. منبع/ ایسنا

برچسب ها: [فضای مجازی](#) [1]

[شبکه های اجتماعی](#) [2]