

فناوری و رسانه

یادداشت

قالیاق نام روزنامه است یا نه؟

ونوس بهنود
دبیر تحریریه
vbehnood@gmail.com

شاید بتوان گفت مطالعه در خصوص میزان سواد رسانه‌ای شهروندان ایرانی در حد ناچیز و صفر است. سواد رسانه‌ای که در دنیای امروز حکمرانی رسانه‌ها یک ضرورت محسوب می‌شود، یکی از خلأهایی است که به سادگی در یکی از مدارس دولتی آن را مشاهده کردم. قرار بود به دانش‌آموزان کلاس سوم سری بزنیم و در مورد سواد رسانه‌ای آن‌ها صحبت کنیم. دکتر پونسو شکر خواه می‌گوید: «سواد رسانه‌ای (Media Literacy) در یک تعریف بسیار کلی عبارت است از یک نوع درک متکی بر مهارت که براساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها و انواع تولیدات آن‌ها را شناخت و از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد.»

تعریفی که نشان می‌دهد همان طور که خواندن و نوشتن و کار با رایانه امری حیاتی برای حضور فرد در جامعه و بهره‌گیری از امکانات است، استفاده از رسانه هم نیازمند داشتن اطلاعات و سواد کافی است. دانش‌آموزان کلاس سوم از میان سه عنوان قالیاق، شهریار و نام یک روزنامه سراسری معروف، نمی‌دانستند کدام یک نام روزنامه است. فقط یک نفر دست به آزمون و خطا زد و برای اینکه به معلم خودی نشان داده باشد، اسم روزنامه را به زبان آورد. البته این دانش‌آموز ممکن است در دست بزرگ‌ترها یا روی ده‌ها این کلمه را دیده باشد و با تصویرسازی ذهنی پی ببرد که به، تنها نامی که مربوط به روزنامه دیده است همین گزینه می‌تواند باشد. در عین حال که دانش‌آموزان از نام و عنوان رسانه‌ها و اینکه اصلاً چه چیزی رسانه و چه چیزی خبر است، اطلاعی نداشتند، از تشخیص درست و غلط خبر نیز بی‌اطلاع بودند. روزانه کودکان در معرض صدها خبر قرار می‌گیرند و گاهی به دلیل بی‌توجهی والدین حتی اخبار تاریک از وقایع تلخ نیز به گوششان می‌رسد و در مقابل این حجم از اخبار رودی نه سواد کافی برای پایش و مطالعه اخبار دارند و نه می‌دانند که کل ماجرای خبر و رسانه از چه قرار است. دانش‌آموزان کلاس سومی واقف نیستند که در مقابل این موج عظیم ممکن است اخلاقیات،

سواد رسانه‌ای (Media Literacy) در یک تعریف بسیار کلی عبارت است از یک نوع درک متکی بر مهارت که براساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها و انواع تولیدات آن‌ها را شناخت و از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد

آمار پر فروش ترین گوشی‌ها

بازار تلفن همراه ایران در قبضه یک گوشی ۴ میلیون تومانی

این در حالی است که بسیاری از فناوری‌های جدید به دلیل هزینه بالای تمام شده جایی در سبد خرید خانوار ایرانی نداشته و عملاً به شکل محدود در بازارها یافت می‌شوند.

خرید و فروش گوشی همراه دست دوم

بررسی میدانی ایران جمعه نشان می‌دهد که یکی از پدیده‌های بازار موبایل ایران، خرید و فروش گوشی همراه دست دوم است، موضوعی که عملاً در بسیاری از کشورها یا وجود نداشته یا حجم بسیار اندکی دارد. فروشندگان می‌توانند دست دوم نیز خرید و فروش کنند و برخی شهروندان نیز معتقدند ممکن است جنس دست دوم به جای جنس دست اول به آنها فروخته شود و به همین دلیل خرید و فروش تلفن همراه باید با دقت و از طریق جست‌وجو در چند بازار یا فروشندگان آشنا انجام شود.

این بی‌اعتمادی در بازار موبایل موجب شده تا در برخی مواقع شهروندان حتی به بسته‌بندی باز نشده گوشی همراه نیز تردید داشته باشند.

در مقابل طبق بررسی‌های میدانی و اعلام انجمن واردات موبایل از تعداد گوشی‌های وارداتی بیشترین فروش گوشی در بازار ایران مربوط به گوشی سامسونگ ۸۱۲ به قیمت چهار میلیون و ۸۹۹ هزار تومان است که رقمی نزدیک به یک دهم قیمت گوشی آیفون ۱۳ دارد.

فناوری‌های جدید در سبد خرید خانوار ایرانی جایی ندارند

سایت کانترپوینت اعلام کرده است که یکی از پدیده‌های جدید فناوری گوشی همراه یعنی «گوشی‌های هوشمند تاشو جهانی در سه ماهه اول ۲۰۲۲، فروش ۱٫۵۴ میلیون دستگاهی را نشان دادند که نسبت به سال قبل ۱۱۱ درصد افزایش داشت. در سال ۲۰۲۲، اگرچه انتظار می‌رود حجم کل بازار جهانی گوشی‌های هوشمند به یک میلیون و ۳۵۶ واحد کاهش یابد که نشان دهنده منفی ۲٫۸ درصد در سال است، اما انتظار می‌رود بازار گوشی‌های هوشمند تاشو ۱۶٫۶ میلیون دستگاه را نشان دهد که نسبت به سال قبل ۸۲٫۹ درصد افزایش داشته است.»

با وجود اینکه گوشی همراه به یکی از ملزومات زندگی ایرانی‌ها تبدیل شده، سلیقه خرید متفاوت از روند مرسوم بازارهای جهانی است. در وضعیت فعلی تقریباً اغلب شهروندان ایرانی حداقل یک گوشی همراه یا بیشتر دارند. البته به استثنای کودکان و گروهی از سالمندان و افراد کم‌توان اقتصادی. از طرفی توسعه زیرساخت‌های تلفن و اینترنت چنانکه مرکز آمار ایران اعلام کرده است موجب شده تا روند صعودی در تعداد مشترکان تلفن همراه مشاهده شود. تا جایی که مطابق اعلام این مرکز در بهار ۱۴۰۰ تعداد مشترکان تلفن همراه در کشور ۱۳۱ میلیون و ۸۲۳ هزار و ۳۴۶ نفر بوده که از این تعداد ۷۰ میلیون و ۲۱۱ هزار و ۶۶۵ مشترک همراه اول، ۵۶ میلیون و ۷۰۸ هزار و ۵۲۸ مشترک ایرانسل و چهار میلیون و ۹۰۳ هزار و ۱۵۳ مشترک رایتل هستند.

با توجه به جمعیت ایران این ارقام گویای این واقعیت است که برخی شهروندان از چندین سیم‌کارت و به احتمال زیاد از چندین گوشی همراه استفاده می‌کنند و در این میان گروهی نیز چنانکه اشاره شد ممکن است هیچ سیم‌کارتی نداشته باشند.

خرید منوط به توان اقتصادی

با توجه به اینکه اغلب خدمات عمومی نیز در بستر اینترنت و به‌صورت هوشمند ارائه می‌شود (از جمله خدمات اداری، بانکی و آموزشی) استفاده از تلفن همراه به‌صورت گسترده روند صعودی در کشور داشته است. از سویی نبود فناوری یا مواد اولیه ساخت گوشی همراه نیز موجب شده تا تأمین نیاز بازار از طریق واردات برندهای خارجی انجام شود. بر اساس آمار انجمن واردکنندگان موبایل در ۱۲ ماه گذشته، در مجموع ۱۶ میلیون و ۲۶۱ هزار دستگاه گوشی موبایل به ارزش ۴ میلیارد و ۱۴۰ میلیون دلار وارد بازار ایران شده است که ۸۱٫۶ درصد از مجموع گوشی‌های وارد شده، از دسته محصولات اقتصادی و میان‌رده بوده‌اند.

بررسی بازار موبایل نشان می‌دهد که ایرانی‌ها در خرید گوشی توجه ویژه‌ای به قیمت داشته و بیش از توانمندی‌های گوشی موضوع هزینه تمام شده تهیه آن را در نظر می‌گیرند. وارداتی بودن گوشی که خود مزید بر علت است تا هزینه خرید یک گوشی که با توجه به کاهش ارزش پول ملی، بالا باشد، سلیقه خرید ایرانی‌ها را به سمت گوشی‌های اقتصادی تر برده است. سایت زومیت مرجع بازار داخلی موبایل اعلام کرده است که «در یک سال گذشته، سامسونگ و شیائومی و نوکیا به ترتیب با ۴۹ و ۲۳ و ۱۴ درصد، بیشترین حجم واردات را از آن خود کرده‌اند؛ در حالی که از لحاظ ارزش دلاری واردات، سامسونگ و اپل و شیائومی به ترتیب با ۴۱ و ۳۴ و ۲۰ درصد، سه جایگاه نخست را در اختیار داشته‌اند. بدین ترتیب، می‌توان سامسونگ را حکمران مطلق بازار ایران دانست.

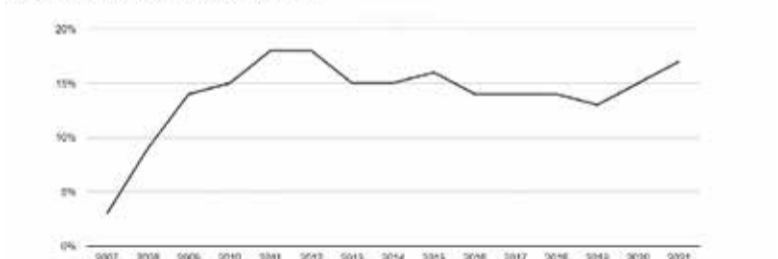
سه گوشی گلکسی ۸۱۲ و نوکیا ۱۰۵ و گلکسی ۸۱۳ جایگاه‌های اول تا سوم واردات گوشی به بازار ایران قرار دارند.»

بازار جهانی علاقه‌مند به آیفون ۱۳

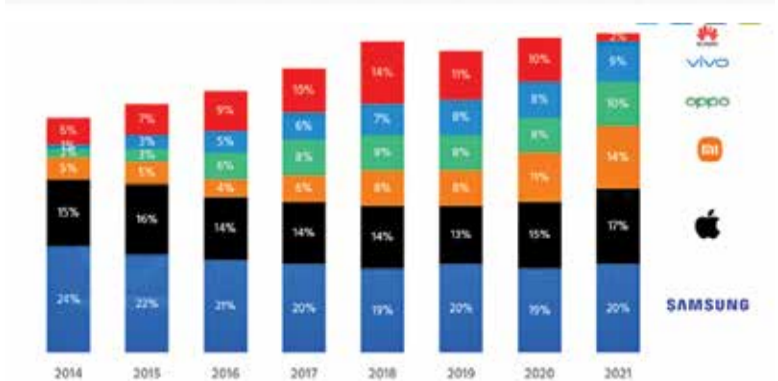
در مقابل سلیقه ایرانی‌ها، بازار جهانی علاقه‌مند به فناوری نوین است. در واقع در شرایط سخت اقتصادی که خرید آخرین فناوری‌ها برای شهروندان سخت و اغلب غیرممکن است، در بازار کشورهای دیگر الگوی دیگری مشاهده می‌شود.

با توجه به آمار اعلامی سایت counterpoint که یک شرکت تحقیقاتی بازار جهانی فناوری است در آوریل سال جاری گوشی آیفون ۱۳ که به قیمت تقریبی ۳۳ میلیون تومان در بازار ایران به فروش می‌رسد در کشورهایی که ذکر آن می‌رود رتبه نخست سهم بازار را به خود اختصاص داده است. این گوشی در آمریکا ۱۷ درصد، در انگلستان ۱۸ درصد، در چین هفت درصد، در فرانسه ۹ درصد و در آلمان ۱۰ درصد از سهم بازار را از آن خود کرده است. در ژاپن نیز آیفون ۱۳، ۱۸ درصد از سهم بازار را کسب کرده و در رتبه نخست انتخاب‌ها است. حتی در کشوری مانند هند سامسونگ گلکسی ۸۱۳ رتبه نخست و سه درصد از سهم بازار و در کره جنوبی سامسونگ گلکسی ۸۲۳ رتبه نخست و ۱۳ درصد از سهم بازار را به خود اختصاص داده است.

Apple iPhone Market Share: Annual



Apple iPhone market share



Source: Counterpoint Research Market Monitor

Brand	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Samsung	24%	22%	21%	20%	19%	20%	19%	20%
Apple	15%	16%	14%	14%	14%	13%	15%	17%
Xiaomi	5%	5%	4%	6%	8%	8%	11%	14%
OPPO	2%	3%	6%	8%	8%	8%	8%	10%
vivo	1%	2%	5%	6%	7%	8%	8%	9%
Huawei	8%	7%	9%	10%	14%	11%	10%	2%

