



وضعیت سنجی رسانه‌ها در آمریکای لاتین

گزارش «وضعیت سنجی رسانه‌ها در آمریکای لاتین» که چهارمین گزارش بین‌الملل رصد فرهنگی است در شهریور ۱۴۰۲ منتشر شده است.

آمریکای لاتین منطقه‌ای با ۶۶۲ میلیون نفر جمعیت است که این جمعیت در ۲۰ کشور پراکنده هستند. پیش‌بینی می‌شود با فرارسیدن سال ۲۰۵۶ جمعیت این منطقه به ۷۵۲ میلیون نفر برسد. حدود ۷۶ درصد جمعیت ۶۰۰ میلیونی آمریکای لاتین از اینترنت استفاده می‌کنند که در میان این کشورها برزیل با ۱۸۰ میلیون کاربر در رتبه نخست قرار دارد.

در رتبه‌های SHY& بندی مناطق جهان با بیشترین نفوذ اینترنت، آمریکای لاتین و دریای کارائیب پس از آمریکای شمالی، اروپا و کشورهای مشترک‌المنافع چهارمین منطقه در جهان با بیشترین نفوذ کاربران اینترنت است. ضریب نفوذ اینترنت در این منطقه در سال ۲۰۱۹ میزان ۶۶.۷ درصد بوده است.

میانگین سرعت اینترنت در این منطقه در سال ۲۰۲۰ مقدار ۲۲ مگابایت بر ثانیه بوده است که نسبت به سال ۲۰۱۸ رشد ۱.۳ درصدی داشته است.

میزان اعتماد به رسانه‌ها در آمریکای لاتین چندان جالب نیست و طبق داده‌های یک نظرسنجی در سال ۲۰۲۰ مردم شیلی، کاستاریکا، اکوادور، گواتمالا، پرو و ونزوئلا کمتر از ۳۶ درصد به رسانه‌ها اعتماد داشته‌اند. در نیمه اول سال ۲۰۲۲، مصرف‌کنندگان رسانه در آمریکای لاتین به‌طور متوسط پنج ساعت و هفت دقیقه در روز صرف فعالیت‌های رسانه‌ای می‌کردند. این در حالی است که میانگین مدت‌زمان صرف‌شده برای مشاهده تلویزیون روزانه ۲ ساعت و ۲۶ دقیقه بود. به‌طور کلی مصرف روزانه انسان لاتینی از رسانه‌های مختلف، ۵۱۹ دقیقه برآورد شده است.

بیشترین استفاده مردم آمریکای لاتین از وسایل ارتباط جمعی به تلفن همراه اختصاص می‌یابد که روزانه حدود ۵ ساعت از زمان خود را صرف آن می‌کنند. رسانه‌های چاپی مانند روزنامه و کتب و مجلات نیز با حدود ۴۰ دقیقه مصرف روزانه در انتهای جدول قرار می‌گیرند.

در سال ۲۰۲۲، منطقه آمریکای لاتین و کارائیب در مجموع حدود ۴۹۰ میلیون کاربر در شبکه‌های اجتماعی داشته‌اند. طبق نظرسنجی انجام‌شده در آگوست ۲۰۱۸ میزان ۷۱ درصد مردم آمریکای لاتین از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کرده‌اند. در حالی که ۲۸ درصد از مصاحبه‌شوندگان هیچ‌گاه از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کرده‌اند. همه‌گیری کرونا و رشد زیرساخت‌های اینترنتی در آمریکای لاتین و مواردی از این دست عواملی بوده‌اند که سبب رشد روزافزون استفاده از شبکه‌های اجتماعی شدند.

فیس‌بوک با ۳۷۲ میلیون، اینستاگرام با ۲۳۴ میلیون، تیک‌تاک با ۱۵۰ میلیون، توییتر با ۷۸ میلیون و اسنپ‌چت با ۳۹ میلیون کاربر، به‌ترتیب محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در سال ۲۰۲۳ بوده‌اند.

مردم آمریکای لاتین رتبه دوم جهان را در استفاده از فیس‌بوک دارند. ضریب نفوذ فیس‌بوک در این منطقه ۷۷.۸ درصد است و طبق داده‌های موجود، مردم این منطقه بیش از ۳۶۷ میلیون اکانت در فیس‌بوک ایجاد کرده‌اند.

بیشترین سرعت رشد تیک‌تاک در جهان متعلق به آمریکای لاتین است. حدود ۱۳۶ میلیون کاربر لاتینی از تیک‌تاک استفاده می‌کنند. پیش‌بینی می‌شود با فرارسیدن سال ۲۰۲۵، حدود ۳۸ درصد از جمعیت آمریکای لاتین از این شبکه اجتماعی استفاده کنند.

سینما به‌عنوان یک رسانه اثرگذار در آمریکای لاتین شناخته می‌شود که در این میان مکزیک از جایگاه ویژه‌ای

برخوردار است. در سال ۲۰۲۱، تماشاگران سینما در مکزیک حدود ۱۱۷ میلیون نفر بودند؛ یعنی به طور متوسط ۰.۹ بلیت سینما به ازای هر شهروند مکزیک.

تلویزیون در آمریکای لاتین به دو دسته تلویزیون رایگان و پولی (کابلی) تقسیم می‌شود. در سال ۲۰۲۲، تعداد مخاطبین شبکه‌های پولی در کشورهای آمریکای لاتین حدود ۶۱.۱ میلیون نفر تخمین زده شده است. این در حالی است که آمار سال قبل، جمعیت ۶۲.۵۱ میلیون نفر را نشان می‌دهد و پیش‌بینی می‌شود که این آمار کاهشی تداوم داشته باشد.

کمتر از ۳۰ درصد مردم کشورهای آمریکای لاتین هیچ‌گاه از رادیو استفاده نمی‌کنند. این در حالی است که بالغ بر ۷۰ درصد مردم این منطقه حداقل برای یک‌بار در هفته پای برنامه‌های رادیویی می‌نشینند. شایان توجه است که این آمار مربوط به رادیوهای ملی است و رادیوهای محلی از محبوبیت بسیار بالایی نزد مردم برخوردار هستند که آمار دقیقی از آن‌ها در دست نیست.

حدود ۸۰ درصد از مردم آمریکای لاتین در یک نظرسنجی اعلام کرده‌اند که هرگز از روزنامه استفاده نمی‌کنند. سرانه مطالعه رسانه‌های چاپی در آمریکای لاتین کمتر از ۴۰ دقیقه در روز است که این خود بر مدعی فوق صحنه می‌گذارد.

طی یک نظرسنجی در اوایل سال ۲۰۲۱ میزان ۶۷ درصد مردم پاراگوئه اظهار داشتند که طرفدار پادکست‌ها هستند. تقریباً دوسوم از پاسخ‌دهندگان در کاستاریکا و اکوادور نیز همین موضوع را بیان کردند. با این حال، اقبال مردم شیلی، بولیوی، پرو، پاناما و برزیل به پادکست کمتر از ۵۰ درصد بود.

با افزایش سرعت دانلود پهنای باند ثابت، خدمات پخش ویدئو مبتنی بر پلتفرم‌های OTT در آمریکای لاتین محبوبیت فزاینده‌ای یافت. پیش‌بینی می‌شود تا پایان سال ۲۰۲۳ میزان ۹۰ درصد خانوارهایی که به اینترنت دسترسی دارند، از خدمات OTT بهره‌مند شوند. در این بین آرژانتین و اروگوئه با ۹۷ درصد ضریب نفوذ OTT بالاترین جایگاه را در میان کشورهای آمریکای لاتین دارند.

آمریکای لاتین یکی از مهم‌ترین بازارهای برای پلتفرم‌های OTT است. نتفلیکس با ۲۳۰ میلیون دنبال‌کننده در رتبه نخست و آمازون پرایم با ۲۰۵ میلیون دنبال‌کننده در تعقیب نتفلیکس در آمریکای لاتین است. در میان کشورهای آمریکای لاتین شرایط برزیل اندکی متفاوت است؛ globoplay که یک شبکه محلی به شمار می‌آید با ۳۰ میلیون کاربر در جایگاه نخست در این کشور قرار دارد.