

## ■ آینده روزنامه نگاری چاپی در چالش با روزنامه نگاری آن لاین

نوشته الهه ودودی

مقدمه

مطبوعات چاپی با پیشینه ای در حدود چهار قرن، در زمان معاصر همچنان جزو وسایل اصلی ارتباطات جمعی به شمار می آیند. اما در طی سالیان گذشته به دلیل پیشرفت ارتباطات و پدید آمدن وسایل جدید ارتباطی همچون رادیو، تلویزیون و سینما، روزنامه نگاری بارها به طور جدی به چالش فراخوانده شده است. این رسانه ها هر یک به واسطه برخورداری از تواناییهای قابل توجه در برقراری ارتباط، سهمی از بازار اطلاع رسانی را از آن خود ساخته اند اما مطبوعات توانسته اند با ایجاد تغییرات لازم، مسیر را به طریقی برای ادامه حیات خود هموار سازند. اکنون که با ابداع، پیشرفت و گسترش روزافزون اینترنت، ارتباطات نیز به طور کلی دگرگون شده، بار دیگر مطبوعات با یک پدیده جدید روبه رو شده اند. این پدیده چیزی نیست "جز روزنامه نگاری الکترونیک".

چالشهای ایجاد شده فراروی روزنامه‌ها، مساله دیگری را نیز مطرح می‌کند و آن آینده روزنامه نگاری (ژورنالیسم) است. چاپ، صرفاً یکی از سیستمهای ارائه ژورنالیسم است. روزنامه‌های الکترونیک و سایتهای شبکه تجاری، تعریف تازه‌ای از ژورنالیسم به دست می‌دهند.

سرعت در اطلاع‌رسانی بزرگترین امتیاز روزنامه نگاری الکترونیک نسبت به روزنامه نگاری نوشتاری است. مخاطبان امروز، پیامها را تازه و تازه‌تر می‌خواهند و شاید هم مایل باشند که رسانه‌ها آنها را به تماشاگران تاریخ زنده تبدیل کنند، کاری که شبکه‌های تلویزیونی بزرگ با پخش زنده دنبال می‌کنند، پاسخی به همین تمایل است.

گسترش و تنوع منابع اطلاع‌رسانی نیز نیروی محرکه رشد و گسترش روزنامه نگاری الکترونیک به حساب می‌آید. از آنجا که جوامع مدرن، اطلاعات را از منابع گوناگون که رقیب یکدیگرند به دست می‌آورند، روزنامه نگاران باید تکنیکهای نوین رقابت را که برخاسته از تکنولوژیهای نوین اطلاع‌رسانی است بیاموزند. اگر آنها نتوانند از ابزارهای جدید دیجیتال استفاده کنند، در این رقابت نفس گیر عقب خواهند ماند. بنابراین آشنایی با روزنامه نگاری دیجیتال (الکترونیک) یک ضرورت به حساب می‌آید.<sup>(۱)</sup>

موضوع مهم دیگر، تقابل روزنامه نگاری چاپی و روزنامه‌های الکترونیک است. پذیرش رسانه‌های الکترونیکی، توجه کردن به مزیتها و قابلیت‌های آن و مشکلاتی که در جهت بهره‌گیری از آن در جوامع در حال توسعه وجود دارد، نباید ما را بر آن دارد که سنت روزنامه نگاری خود را فراموش کنیم. موضوعاتی مثل اخلاق، حقوق، تکنیک‌های نویسندگی و گزارشگری و مصاحبه نباید در کنار رسانه‌های الکترونیکی مورد بی‌توجهی قرار گیرد. تاثیرات متقابل روزنامه نگاری سنتی و روزنامه نگاری الکترونیک از مهمترین مسائلی است که باید مورد توجه قرار گیرد. همین تقابل و تاثیر و تافر است که شرایط آینده مطبوعات و به‌طور کلی رسانه‌ها را رقم می‌زند.

بررسی تاثیر روزنامه‌های الکترونیکی بر روزنامه‌های چاپی از جنبه‌های مختلف از قبیل هزینه، درآمد، به‌روز بودن اطلاعات، سرعت پخش اطلاعات و... مورد بررسی قرار می‌گیرد تا دریابیم آیا به راستی روزنامه نگاری الکترونیکی در مقایسه با روزنامه‌های چاپی تا چه اندازه در میان مردم جای گرفته است؟ و دیگر اینکه تاثیر این روزنامه‌ها بر روزنامه‌های چاپی چگونه بوده است؟ آیا انتخاب رسانه‌های الکترونیکی در آینده نزدیک ضروری و اجباری خواهد بود یا نه؟ روزنامه‌های الکترونیک چگونه و از چه جهاتی روزنامه‌های چاپی را تحت الشعاع قرار داده و دورنمای روزنامه نگاری در ایران بیشتر بر

### تعریف روزنامه نگاری الکترونیک

روزنامه نگاری الکترونیک به معنی انتشار اطلاعات در دوره های زمانی مشخص در قالب صفحات وب بر روی یک شبکه اطلاع رسانی یا روی اینترنت است. محتویات چنین روزنامه ای به جای چاپ شدن بر روی کاغذ، به صورت فایل های کامپیوتری در حافظه یک کامپیوتر قرار دارد. این فایلها که در قالب خاصی به نام صفحات وب بهتر می شوند، در دوره های زمانی معینی در یک شبکه اطلاع رسانی متصل به اینترنت قرار می گیرند و مخاطبان چنین نشریاتی یعنی افرادی که با کامپیوتر شخصی خود به آن شبکه متصل شود، می توانند صفحات روزنامه را روی صفحه نمایش کامپیوتر خود ببینند و یا آن را روی کاغذ چاپ و سپس مطالعه کنند. اتصال به شبکه اطلاع رسانی مورد نظر ممکن است از طریق اینترنت یا در یک شبکه داخلی صورت پذیرد.

### ویژگیهای روزنامه نگاری الکترونیک

ویژگیها و امتیازات روزنامه نگاری الکترونیک عبارتند از:

۱. Multimedia یا استفاده از فناوری چند رسانه ای
۲. فضای نامحدود
۳. بهنگام سازی بیش از یک بار در روز
۴. آرشيو الکترونيکی
۵. ارائه در شبکه داخلی و اینترنت
۶. ارتباط دو سویه
۷. محتوا
۸. متخصصان مورد نیاز
۹. کاهش کنترل قدرتهای حاکم بر رسانه و تقویت آزادی بیان
۱۰. تجهیزات مورد استفاده
۱۱. شمار خوانندگان
۱۲. روزنامه نگاران اینترنتی
۱۳. خبرخوانهای اینترنتی
۱۴. روشهای تبلیغ
۱۵. روشهای پیاده سازی

شبکه اینترنت، رسانه ای است بدون محدودیتهای زمانی و مکانی که بن بستهای سنتی تحمیل شده توسط تلگراف، روند قدیمی چاپ و سیستمهای سنتی توزیع را در هم شکسته و بر تمام موانع ژئوپلیتیک بر سر راه گردآوری و توزیع خبر، چیره شده است. بالاتر از همه، اینترنت کار دروازه بانی را

از سردبیر روزنامه گرفته و بخشی از آن را به خواننده می سپارد؛ طوری که خواننده اکنون می تواند تصمیم بگیرد چه چیزی را چه موقع و به کدام شیوه مطالعه کند.

از نظر یک روزنامه خوان متوسط، نزدیکی و بی واسطگی، احتمالاً بزرگترین ویژه ژورنالیسم الکترونیک است. ظاهراً این ژورنالیسم می تواند حتی بر اخبار رادیو و تلویزیون ۲۴ ساعته نیز که خبرهایشان در فواصل زمانی حدوداً ۳۰-۲۰ دقیقه ای پخش می شود غلبه کند. روزنامه های الکترونیک به دلیل نزدیکی و بی واسطگی، رسانه ایده آلی برای انتشار اخبار داغ است.

ناقدانی چون گس<sup>۳</sup> بر این باورند که تعامل یا واکنش دوسویه، هیجان انگیزترین ویژگی ژورنالیسم الکترونیک است، وجود این ویژگی باعث می شود، گفت و گویی واقعی میان خواننده. گزارشگران و سردبیران جریان یابد. این گفت و گو هیچ گاه در صفحات محدود نامه به سردبیر<sup>۴</sup> تحقق نمی یابد.

ای-میل (mail-E) ابزاری سریع و چندکاره برای گزارش یا دریافت خبر است. ای-میل دسترسی و گزارشگران را به منابع خبر در سطح جهان آسان می سازد. کارکرد و نقش ای-میل یکی دیگر از عواملی است که سبب می شود خوانندگان با تاکید بر آن بگویند انتشارات اینترنتی از روزنامه های سنتی سرعت عملی بیشتری دارند.

"ابرمتن" یکی دیگر از ویژگیهای مهم ژورنالیسم الکترونیک به شمار می رود. توان زبان ابرمتن (HTML) برای پیوند دادن خوانندگان با سایر بخشهای همان سند یا سایر سایتهای شبکه، شبکه اینترنت را به رسانه ای بدون مرز تبدیل کرده است. روزنامه های الکترونیک می توانند گزارشهای ویرایش شده را ارائه داده و آنها را با گزارشهای بسیار کلی پیوند دهند. بدین طریق می توان بررسی بسیار وسیع و گسترده ای پیرامون یک موضوع صورت داد. چنین بررسی گسترده ای از توان روزنامه های سنتی خارج است. وسایل و امکانات چندرسانه ای روزنامه های الکترونیک سبب می شود که این روزنامه ها در مقایسه با انواع سنتی خود، پویایی بیشتری داشته باشند. وقتی که گرافیکهای متحرک، نوآهنگها و نماآهنگها به عکسها اضافه می شود، روزنامه الکترونیک به رسانه ای جاندار، زنده و هیجان انگیز بدل می شود. توانش یا پتانسیل عمل کردن مطابق رای و سلیقه مخاطب از طریق پخش شبکه ای فناوری، این امکان را برای خواننده ها به وجود می آورد که در شکل گیری روزنامه هایی مختص خود، نقش داشته باشند. نسخه های سفارش داده شده به روزنامه ها، برای کسانی که وقت کافی برای مرور تمام روزنامه را ندارند، جذاب و خواندنی است.<sup>(۳)</sup>

خبرخوانهای اینترنتی یکی دیگر از ویژگیهای مربوط به روزنامه‌نگاری الکترونیک محسوب می‌شود. همزمان با رشد گسترده روزافزون اینترنت، دنبال کردن آخرین اخبار و تازه‌ترین اطلاعات هر روز بیش از پیش مستلزم اینترنت نوردی و جست‌وجوی بیشتر در وب سایتهای مختلف می‌شود. حتی کسانی که به تعداد خاصی از وب سایتهای وبلاگها به عنوان منابع خبری مراجعه می‌کنند، مجبورند ساعتها وقت بگذارند. تا از تازه‌ترین تغییرات آنها آگاه شوند. در واقع ما به‌مباشر یا خبرنگاری نیاز داریم تا دست کم به آن وب سایت‌ها و وبلاگ‌هایی که معمولاً به آنها مراجعه می‌کنیم سر بزنند و سرخط خبرهایی را که به دنبال آن هستیم یا خود خبرها را بیابند و آنها را در یک سینی نقره‌ای به پیشگاه ما تقدیم کند. این سینی نقره‌ای را به پیشگاه ما تقدیم کند. این سینی نقره‌ای را بر برنامه‌های خبرخوان فراهم می‌آورند. در واقع نقش آن مباشر یا خبرنگار اینترنتی ما را همین نرم‌افزارها، یا سایتهای خبرخوان بر عهده می‌گیرند.<sup>(۳)</sup>

### پدیده ژورنالیسم اینترنتی

رشد روزنامه‌های الکترونیکی طی ۱۰ سال گذشته جنبه‌ای انفجاری داشته است. امروزه، اینترنت حدود ۱۶۰۰ روزنامه از سراسر دنیا در اختیار خوانندگان بالقوه‌ای که تعدادشان بین ۴۰ تا ۵۰ میلیون است قرار می‌دهد.

در سال ۱۹۹۶ تعداد روزنامه‌های الکترونیک در ایالات متحده دو برابر شد و از ۱۹۷ به ۴۹۲ رسید. امروزه از ۱۱۰۰ روزنامه‌ای که در آمریکا منتشر می‌شوند، بیش از ۷۵۰ فقره‌شان دارای سایت شبکه هستند. نیمی از هفته‌نامه‌ها، نیمی از مجلات کشور و همچنین فرستنده رادیو و تلویزیون آمریکا دارای سایتهای شبکه خاص خود هستند. آمریکان لاین (AOL) بزرگترین شبکه اینترنتی ایالات متحده، تعداد ۱۱۸ روزنامه آسیایی را به خوانندگان عرضه می‌دارد. سال گذشته یک بررسی خبرگزاری یونایتد پرس اینترنشنال (UPI) نشان داد که ۸۰ درصد کاربران اینترنت که در نظر سنجی شرکت کردند معتقد بودند طی پنج سال آینده، اینترنت روزنامه‌های چاپی به عنوان یک منبع مهم، اطلاعات را کاملاً کنار خواهد گذاشت. اکثر روزنامه‌ها بدان جهت به فضای سبیرنتیک توسل جسته‌اند که از رقیبان خود عقب‌نمانند. این نسخه‌های اینترنتی سبب شده‌اند روزنامه‌ها در سطح جهان به دست کسانی برسند که پیش از آن خواننده‌شان نبوده‌اند. نسخه‌های الکترونیک همچنین روزنامه‌ها را قادر می‌سازد تا زیرساختی برای

پخش پیامهای بازرگانی فراهم آورند.

روزنامه های الکترونیک به سه طبقه گسترده تقسیم می شوند. رایج ترین آنها نسخه فشرده اینترنتی روزنامه چاپی است. دومین گروه آنها عبارتند از روزنامه های الکترونیک با حفظ برخی از مطالب اصلی ای که مخصوص آنها تهیه شده است. برخی از این روزنامه ها روزانه بیش از یک بار روز آمد می شوند و سومین طبقه آنها سایتهای شبکه ای هستند که شمارگان اصلی و اطلاعات تبلیغاتی مربوط به روزنامه ها را ارائه می دهند.

شرکتهای رسانه ای سنتی با توجه به دو ویژگی، از ژورنالیسم الکترونیک بهره می برند: شهرت نام و میزان و نوع محتوا. آنها منابع لازم برای راه اندازی روزنامه الکترونیک را نیز در اختیار دارند. روزنامه های بزرگی چون نیویورک تایمز، واشنگتن پست و شیکاگو تریبون حدود یکصد نفر را برای انتشار نسخه های الکترونیک خود به کار گرفته اند.<sup>(۴)</sup>

### انگیزه ها و اهداف راه اندازی و انتشار روزنامه الکترونیک

راه اندازی یک روزنامه الکترونیک می تواند در راستای دستیابی به اهداف مختلفی صورت پذیرد:

۱. کسب درآمد بیشتر از طریق آگهی
۲. بهبود کیفیت ارائه اخبار
۳. کمک به نسخه های چاپی در اطلاع رسانی
۴. رقابت و همگامی با فناوری روز
۵. افزایش شمار مخاطبان و حفظ نقش توزیع کنندگی خبر
۶. سهولت و دستیابی به مخاطب بین المللی
۷. دستیابی به نظرات مخاطبان
۸. فعالیت مطبوعاتی گروه های مخالف در عرصه الکترونیک

### مزایا و امکانات روزنامه های الکترونیک

روزنامه های الکترونیک در مقایسه با روزنامه هایی که بر روی کاغذ چاپ می شوند، دارای چندین

مزیت هستند:

۱. توزیع آسان
۲. عدم محدودیت زمان
۳. عدم محدودیت مکان
۴. جست و جو
۵. آرشو الکترونیکی
۶. باز خورد عالی
۷. آگهی های طبقه بندی شده
۸. کیفیت بالا با اتکا به قابلیتهای چند رسانه ای
۹. دسترسی نامحدود و کامل
۱۰. جریان آزاد اطلاعات
۱۱. اجتناب از هرگونه تمرکز
۱۲. عدم نیاز به شبکه توزیع
۱۳. انتشار تشریحی بدون نیاز به کاغذ
۱۴. صرفه جویی در هزینه ها
۱۵. فراغت
۱۶. سرعت و مداومت انتشار
۱۷. تاثیر رنگ در انتقال پیام در روزنامه های الکترونیک

۱۸. عدم مواجهه با محدودیت فضای لازم برای درج خبر ۱۹. ارائه اطلاعات و اخبار در هر ساعت از شبانه روز ۲۰. میدان دادن ها به نشریات مستقل به علت نیاز به پشتوانه مالی کمتر ۲۱. صرفه جویی در هزینه سوخت ۲۲. حذف واسطه ۲۳. تغییر در روشهای پوشش خبری ۲۴. دو طرفه بودن یا تعاملی بودن ۲۵. امکان ایجاد تماس مشترکین با مسئولان نشریه ۲۶. به وجود آمدن رقابت بین رسانه ها. (۵)

هر خواننده روزنامه الکترونیک در صورت داشتن مجوز یا رمز ورود، توانایی دریافت خبرها و یا دسترسی کامل و نامحدود به اخبار را دارد. او می تواند از صدها خبر به دلخواه و سلیقه خود بهره برداری کند. استفاده از این سیستم نیازمند شبکه توزیع نیست چرا که مشترکان خودشان از طریق کامپیوتر شخصی و دستگاه مودم به شبکه اطلاعاتی آن نشریه دسترسی پیدا می کنند. با توجه به گرانی کاغذ در اکثر کشورهای جهان و ضایعات آن، مشکلات جوهر، چاپ، چاپخانه و غیره، این سیستم این برتری را برای خود محفوظ داشته است که بدون اینگونه وسایل و با صرف کم انرژی (چه انسانی و چه مادی) همان اخبار را با کیفیت بهتری برای خوانندگان خود بفرستد. همچنین مزیت دیگر این سیستم این است که روزنامه برگشتی وجود ندارد و بالطبع مشکلات ناشی از نگهداری و هزینه های صرف شده در این مورد را نخواهد داشت. سرعت انتشار اخبار در این سیستم بسیار است و خوانندگان می توانند در هر لحظه که بخواهند اخبار مورد نظرشان را بخوانند.

دیگر مزیت این سیستم دارا بودن فضای کافی برای همه مطالب مورد نظر دبیران و سردبیران آن نشریه است. مزیت بسیار مهم سیستم این است که امکان برقراری ارتباط بین مخاطبان و مسئولان نشریه وجود دارد. به دلیل ارتباط دو سویه خواننده و مسئولان نشریه به راحتی می توانند ارتباط برقرار کنند، پیام دهند و اظهار نظر کنند.

استفاده از این سیستم در محیط کار موجب صرفه جویی عمده ای شده است. برای مثال همانطور که بیان شد کاغذ روز به روز به یک کالای گران قیمت تبدیل می شود و تکنولوژی نوین توانسته است در این زمینه صرفه جویی به عمل آورد.

صرفه جویی عمده ای نیز در هزینه های ثابت مثل ساختمان به عمل می آید. رفت و آمدها کم می شود. صرفه جویی در مصرف سوخت به عمل می آید. محیط زیست موقعیت سالمتری پیدا می کند. مهمتر از همه بهره وری و کارایی شکوفای می شود. یعنی همان موضوعی که دنیای امروز به شدت

بر آن متمرکز شده زیرا رشد بهره وری و کارایی مقدمه خلاقیت و نوآوری است. از طرفی بی نیازی نسبت به کاغذ یعنی عدم تخریب جنگلها. (۶)

### کاستیهای روزنامه نگاری الکترونیک

۱. سختی مطالعه روی صفحه نمایش
۲. وابستگی به فناوری روز
۳. حذف درآمد تکفروشی
۴. هزینه بالای نیروی متخصص و تجهیزات نوین
۵. امکانات و دانش انفورماتیک محدود مخاطبان
۶. کیفیت پایین و گرانی ارتباطات اینترنتی
۷. غیر تخصصی شدن روزنامه نگاری به واسطه حضور روزنامه نگاران کم تجربه، اما متخصص در علوم رایانه و مخابرات
۸. منابع ناموثق خیر؛ چرا که هر کس می تواند منبع خیر باشد. در حالی که انعکاس اخبار موثق برای حفظ مخاطب یکی از مهمترین دستور کارهای رسانه های چاپی است.
۹. زمان ماندگاری پیام در رسانه های الکترونیکی کمتر از روزنامه های چاپی است
۱۰. مشکلات و محدودیتهای فنی
۱۱. محدودیتهای اصول اخلاقی حرفه ای (۷)

### موانع پیشرفت روزنامه نگاری الکترونیک

موانع پیشرفت روزنامه نگاری الکترونیک را می توان به طور خلاصه در موارد زیر جست و جو کرد:

۱. هزینه های ارتباطات اینترنتی در مجموع نسبتا زیاد است. این موضوع مختص جوامع در حال توسعه نیست بلکه در کشورهای پیشرفته نیز کاهش هزینه های ارتباطی مورد توجه قرار گرفته است.
۲. فرهنگ انفورماتیک در صد قابل توجهی از مردم جهان در سطح پایینی قرار دارد.
۳. عمده استفاده کنندگان اینترنت در جهان را افراد خیره تشکیل می دهند نه افراد معمولی در قشر



باید دانست که لازمه دیجیتالی شدن، دسترسی به امکانات است. از سوی دیگر در اکثر کشورها از جمله ایران، زمانی روزنامه نگاری توسعه پیدا کرد که سوادآموزی گسترش یافت چون امکانات و بسترهای لازم برای سوادآموزی فراهم شد. در جوامع غربی هم تازمانی که این تکنولوژیها همگانی نشد و به صورت ارزان قیمت در دسترس عمومی قرار نگرفت، روزنامه نگاری دیجیتالی هم بسط پیدا نکرد. در کشور ما متأسفانه چون هنوز این امکانات به صورت ارزان قیمت در اختیار خانواده ها قرار ندارد و آنها امکان بهره مندی از یک دستگاه رایانه و یک خط تلفن مستقل را برای اتصال به شبکه ندارند، بنابراین بی توجهی به این شیوه از روزنامه نگاری طبیعی به نظر می رسد.

در کشورهای اروپایی همزمان با توزیع دستگاه های رایانه، خطوط تلفن هم به شکل انبوه در اختیار مردم قرار گرفت؛ به طوری که اکنون آنها با استفاده از سیستم های جدید به شکل بی سیم، امکان اتصال به شبکه بدون کد ورود و خرید اشتراک اینترنت را دارند. سرویس دهی اینترنت در این کشورها به شکلی است که با قرار گرفتن شخص در حوزه امواج دستگاه رایانه خود به خود به جست و جو می پردازد و پس از ردیابی امواج قوی وارد شبکه می شود. در این کشورها به ویژه حوزه اسکاندیناوی، رایانه ها خود به خود و از طریق ماهواره به شبکه اتصال دارند و نیازی به خط تلفن و اعمال کنترل های نظارتی نیست. در صورتی که ما در ایران نه تنها هنوز موفق به توزیع امکانات و تجهیزات فنی پیشرفته برای اقشار جامعه نشده ایم بلکه حتی نتوانسته ایم به شیوه سنتی، خط تلفن در اختیار خانواده ها قرار دهیم. در حال حاضر نیز سیستم جدید به شکل بی سیم فقط در دو نقطه تهران تدارک دیده شده تا خدمات اینترنتی بی سیم را تقویت کند ولی هنوز امکان استفاده عموم از سیستم بی سیم فراهم نشده و به نظر می رسد باید مدت زمانی طولانی در انتظار ماند تا ارتباط مستقیم با شبکه از طریق ماهواره در کشور فراهم شود. زیرساخت های لازم فراهم نشده است و بر فرض تحقق آن، تازمانی که نتوانیم امکانات شبکه را به شکل گسترده و ارزان قیمت در اختیار عموم قرار دهیم، نمی توانیم شاهد بسط توسعه شبکه دیجیتال و ترکیبات آن باشیم. به دلیل وجود این محدودیتها شکل سنتی انتشار همچنان رواج گسترده ای دارد. مثلاً در کنار توسعه کتاب دیجیتال که با استفاده از آن می توان چندین هزار جلد کتاب را در قطع کتاب معمولی در رایانه نگهداری کرد، کتابهای چاپی نیز به وفور منتشر می شود.<sup>(۸)</sup>

## شرایط انتشار روزنامه های الکترونیکی بر روزنامه چاپی

شرایطی که روزنامه های الکترونیکی می تواند به عنوان مکمل روزنامه های چاپی، به فعالیت خبررسانی پردازد عبارتند از:

### الف: عوامل انسانی

۱. فرهنگ مکتوب در میان مردم گسترش پیدا کرده و مردم با شکل دیگری از فرهنگ مکتوب به شکل الکترونیکی و همچنین فرهنگ شفاهی آشنا شوند.
۲. سواد انفورماتیکی مردم در سطح جهان بسیار پایین است لذا در جهت توسعه روزنامه الکترونیکی ضروری است که همزمان سواد انفورماتیکی مردم را بالا ببریم. یعنی میزان توانایی آنها در بهره گیری از کامپیوتر و فناوری اطلاعات افزایش یابد.
۳. در جهت بهره گیری از امکانات تکنولوژی و روزنامه نگاری الکترونیکی، پرورش نیروی انسانی متخصص، امری ضروری است.
۴. در جهت ارتقاء کمیت و کیفیت آموزش روزنامه نگاری الکترونیک، نهادینه کردن آن و آموزش از طریق مراکز آموزشی و دانشگاهی می تواند به رشد و توسعه این سیستم کمک شایانی کند.

### ب. عوامل فنی

۱. بهره مندی از امکانات و شرایط تکنولوژی در دسترس و فراهم آمده می تواند در جهت ایجاد، آشنایی و رشد این فناوری کامپیوتری در کشور ما کمک شایانی کند چرا که بعد مادی و سخت افزاری زمینه ساز و بعد معنوی پرورش دهنده عوامل فنی در جامعه است.
۲. ارتقاء کیفیت زیرساخت مخابراتی موجود در کشور.
۳. تسهیل ارتباط با اینترنت و بالا بردن کیفیت و پایین آوردن هزینه های ارتباطی
۴. برطرف کردن مسائل و مشکلات خاص روزنامه های چاپی در ایران از مرحله تولید تا توزیع
۵. به کارگیری روشهای ممکن برای ایجاد یک پایگاه وب و تامین هزینه های راه اندازی و نگهداری از آن.

## دلایل رکود روزنامه‌نگاری چاپی

روزنامه‌ها به رغم برخورداری قابلیت جابجایی و هزینه اندک، به دلایلی چند جایگاه خود را از دست داده‌اند:

۱. نخست می‌توان به هجوم ویران‌ساز، روزنامه‌های رایگان اشاره کرد. در حال حاضر در فرانسه، روزنامه رایگان ون مینوت به طور متوسط با بیش از ۲ میلیون خواننده در روز در راس مطبوعات این کشور قرار دارد. یعنی به مراتب بیش از پاریزین و مترو؛ روزنامه رایگان دیگری که روزانه شانزده میلیون نفر آن را می‌خوانند. آنان سیل تبلیغاتی قابل توجهی را به خود جذب می‌کنند. آگهی‌کنندگان کاری ندارند که خواننده برای روزنامه‌اش پول می‌پردازد یا نه.

۲. اما عوامل درونی بحران مطبوعات از کاهش اعتبار آنان سرچشمه می‌گیرد. این امر، چنانچه اشاره شد از سویی ناشی از تصاحب روزافزون روزنامه‌ها توسط گروه‌های صنعتی است که قدرت اقتصادی را در اختیار خود داشته و با قدرت سیاسی نیز تئانی دارند و از سوی دیگر، به دلیل افزایش بی‌وقفه جانبداری، عدم عینیت، پخش اکاذیب، تحریف واقعیات و حتی وجود نیرنگ و فریب در این رسانه‌هاست. می‌دانیم که عصر طلایی اخبار توهمی بیش نبوده است اما این کج رویها اکنون به روزنامه‌های معتبر هم سرایت کرده‌اند. در ایالات متحده، قضیه جسیون بلر، روزنامه‌نگار مشهور، متخصص جعل خبر، سارق مقالات اینترنت و مخترع دهها ماجرا، خدشه عمیقی به وجه روزنامه نیویورک تایمز وارد کرده است که غالباً تیر درشت خود را به داستان‌پردازیهای او اختصاص می‌داد. این جریان ارکان نیویورک تایمز را که برای دست‌اندرکاران مطبوعات حکم مرجع را دارد عمیقاً به لرزه در آورد؛ دو تن از روسای هیئت تحریریه، هاول و نیز جرالد بوید، ناچار به استعفا شدند. برای نخستین بار یک میانجی‌ایجاد و به دانیل اکرننت، نویسنده و سردبیر سابق مجله تایم محول شد.<sup>(۹)</sup>

۳. از دست رفتن کار پخش خبر: از حدود پنجاه سال پیش، با ظهور وسایل ارتباط جمعی که به کار خبررسانی پرداختند، روزنامه نقش اصلی خود یعنی پخش خبر را از دست داد. با همه اینهاروزنامه‌ها به این واقعیت اذعان ندارند و اکثرشان با تمام قوا می‌کوشند این وظیفه خود را به انجام برسانند.

۴. کاهش خوانندگان: ظرف سه دهه گذشته، روزنامه‌ها در کشورهای غربی و آمریکایی با کاهش شدید خوانندگان روبه‌رو بوده‌اند. البته کاهش مخاطبان جوان‌تر، مدتها قبل از پیدایش روزنامه‌های الکترونیکی، آینده روزنامه‌ها را در سایه ابهام قرار داده بود. این وضع در آینده‌ای نه چندان دور، در

کشورهای آسیایی نیز پدیدار خواهد شد.

۵. از دست رفتن پیامهای بازرگانی: روزنامه‌ها از طریق مطالب خود، درآمدی کسب نمی‌کنند. درآمد حاصل از حق اشتراک نمی‌تواند هزینه‌های مربوط به چاپ، توزیع یا حقوق و مواجب دست‌اندرکاران روزنامه‌ها را تامین کند. در کشورهایی چون ایالات متحده، یک سوم درآمد روزنامه‌ها از طریق درج پیامهای بازرگانی و آگهیهای تبلیغاتی حاصل می‌شود. در این زمینه روزنامه‌ها همواره در موقعیت برتر قرار داشته‌اند. اما شبکه اینترنت این درآمدهای میلیارد دلاری را با خطر بزرگی مواجه می‌کند. در نتیجه کاهش این درآمد، تعداد مشاغل در صنعت روزنامه‌نگاری چاپی نیز روبه کاهش است. هر روز تعداد بیشتری از ژورنالیستها ناگزیر می‌شوند که به صورت پیمانکاران مستقل درآمده و در موسسات کوچکتر فعالیت کنند.

۶. سایتهای شبکه بازرگانی، خطر واقعی: خطر بزرگی که روزنامه‌ها را تهدید می‌کند از جانب روزنامه‌های الکترونیک نیست بلکه از سوی سایتهای ویژه سایتهای شبکه بازرگانی کمپانیهای اینترنتی بزرگی چون مایکروسافت، نت اسکیب و یاهو است. روزبه‌روز به تعداد کسانی که برای کسب اخبار تازه، به جای روزنامه‌های الکترونیک به سایتهای شبکه روی می‌آورند، افزوده می‌شود. بررسبهای اخیر نشان می‌دهد که ۴۰ درصد روزنامه‌خوان‌های آمریکا برای کسب اخبار موردنظر خویش نه به نسخه‌های اینترنتی روزنامه‌ها بلکه به سایتهای تحقیق مراجعه می‌کنند. سایتهای شبکه‌ای همچون سایداک، شاید دفاتر نمایندگی داخلی و خارجی نباشند اما با مشارکت و همکاری سرویسهای تلفنی، به ارائه اخبار و گزارشهای ملی و بین‌المللی خواهند پرداخت و فهرستی از اخبار محلی به دست خواهند داد. بسیاری از کاربران اینترنت از این فرآورده راضی هستند و احتمالاً دیگر نگران خرید روزنامه نخواهند بود.

مایکروسافت و دیگر ارائه‌کنندگان اخبار و اطلاعات به شیوه الکترونیک، نه تنها به عرصه پخش خبر و پیام بازرگانی یورش می‌برند بلکه ژورنالیستها را نیز از رسانه‌های متداول دور می‌کنند.<sup>(۱۰)</sup>

### شرایط اثرگذاری روزنامه‌نگاری الکترونیک بر روزنامه‌نگاری چاپی

با تمام این اوصاف باید پرسید: آیا روزنامه‌نگاری الکترونیک، روزنامه‌های چاپی را از میان خواهد برد؟ این پرسشی است که محققان علوم ارتباطات با آن مواجه هستند اما برای رسیدن به پاسخی صحیح

برای این پرسش، باید شرایط تحقق چنین امری را شناخت:

۱. زیرساخت مخابراتی: شاید بتوان گفت مهمترین عاملی که وجود آن برای جایگزینی احتمالی روزنامه های الکترونیک با روزنامه های چاپی ضروری است، زیرساختهای قومی مخابراتی جهت برقراری صحیح و مناسب ارتباط اینترنتی است. اینترنت بستر روزنامه نگاری الکترونیک است و برای اینکه قابلیت های شگرف این نوع روزنامه نگاری به منصفه ظهور برسد، باید ارتباطات اینترنتی در حد قابل قبولی موجود باشد.

۲. هزینه ارتباطات اینترنتی: هر چه هزینه ارتباط با اینترنت کمتر باشد، افراد بیشتری امکان دستیابی به روزنامه الکترونیک را خواهند داشت و این به منزله موقعیت بالقوه روزنامه های الکترونیک در جذب مخاطب است.

۳. هزینه خرید کامپیوتر: هزینه خرید کامپیوتر نیز یکی از موارد مهم و تاثیر گذار است. این مورد شاید حتی اهمیتی بیش از هزینه ارتباط با اینترنت داشته باشد چرا که بسیاری از روزنامه های الکترونیک علاوه بر اینترنت روی اینترنت (شبکه داخلی) نیز منتشر می گردند و کاربران غیر مرتبط با اینترنت نیز می توانند به جای اینترنت به شبکه داخلی روزنامه متصل شوند.

۴. سطح فرهنگی غالب در جامعه: اگر در جامعه ای فرهنگ مطالعه و بهره گیری از مطبوعات در میان قشر عمده مردم رواج داشته باشد، می توان به استفاده آنها از روزنامه های الکترونیک نیز امیدوار بود. در این ارتباط میزان سواد افراد جامعه، گسترش فرهنگ مطالعه و بهره مندی آنها از حداقل حقوق یک شهروند از عوامل اصلی موثر بر استقبال مردم از روزنامه ها به شمار می رود.

۵. سواد انفورماتیکی: میزان سواد انفورماتیکی مردم یعنی میزان توانایی آنها در بهره گیری از کامپیوتر و فناوری اطلاعات، از دیگر مواردی است که می تواند در توفیق روزنامه های الکترونیک موثر واقع شود. هر چه مردم یک جامعه از توانایی و تجربه بالاتری در استفاده از کامپیوتر و اینترنت بهره مند باشند، روزنامه های الکترونیک گسترش بیشتری پیدا خواهند کرد.

### اثرات روزنامه نگاری الکترونیک بر روزنامه نگاری چاپی

۱. شمارگان. اولین و مهمترین اثر روزنامه های الکترونیک، کاهش شمارگان روزنامه چاپی است. بسیاری از افرادی که به اینترنت دسترسی دارند، ترجیح می دهند به جای خرید یک روزنامه چاپی، با

صرف هزینه ای به مراتب کمتر، از یک یا چند روزنامه الکترونیک استفاده کنند و علاوه بر استفاده از امکانات پیشرفته آنها، هر لحظه از آخرین اخبار مطلع شوند.

۲. تعامل خوانندگان با نشریه: روزنامه الکترونیک با افزایش نقش خوانندگان در فرایند ارتباط، تعامل روزنامه و مخاطب را به حداکثر می رساند و حتی با بهره گیری از امکانات موجود، ارتباط مخاطبان با یکدیگر را نیز فراهم می سازد.

۳. افزایش شمار روزنامه خوانها: متخصصان انفورماتیک، صنایع و همه افرادی که به نحوی با کامپیوتر و اینترنت سروکار دارند، معمولاً فرصت پیدانمی کنند تا به مطالعه مطالب مبسوط روزنامه ها بپردازند اما با عرضه روزنامه های الکترونیک و پایگاههای خبری روی شبکه می توانند در مدت کوتاهی از اخبار و خلاصه مطالب موجود در روزنامه های الکترونیک بهره بگیرند. این بدان معناست که جمعی از خوانندگان بالقوه روزنامه ها، به خوانندگان بالفعل تبدیل شده اند و شمار کل روزنامه خوانها افزایش یافته است.

۴. کم اهمیت ساختن مشکلات توزیع: روزنامه های الکترونیک چنان که ذکر شد با مشکلات و مسائل توزیع سروکار ندارند چرا که اصولاً توزیعی صورت نمی پذیرد. و از سوی دیگر روزنامه الکترونیکی نیازی به چاپ شدن ندارد و در نتیجه زمان بین آماده شدن مطالب روزنامه و عرضه آن به مخاطب، به شکل چشمگیری کاهش یافته، پیام در کوتاهترین زمان ممکن به گیرنده می رسد.

۵. هزینه ها: روزنامه الکترونیک به دلیل عدم نیاز به چاپ و توزیع، بخش عمده ای از هزینه های چاپ و انتشار سنتی روزنامه را ندارد. به دلیل همین کاهش هزینه هاست که افراد بیشتر می توانند در این زمینه فعالیت کنند و روزنامه هایی با کیفیت بالا و هزینه پایین عرضه کنند.

۶. افزایش جذب آگهی: امروزه خیل کاربران اینترنت در سراسر جهان، پایگاههایی داشته که از این فرصت بهره بگیرند و پیامهای تبلیغاتی را در لابه لای صفحات وب و به صورت طبقه بندی شده در معرض دید کاربران پر شمار خود قرار دهند. بدون شک صاحبان کالا و ارائه کنندگان خدمات نیز با گسترش و رونق شدید تجارت الکترونیک از این موقعیت طلایی چشم پوشی نمی کنند و در پایگاههای وب معروف و پرکاربر همانند (CNN.Com yahoo.Com) آگهی سفارش می دهند.

۷. سرعت در انتقال اخبار: از سوی دیگر قابلیتهای منحصر به فرد روزنامه های الکترونیک در ارائه جذاب و سریع اخبار و مطالب و ترکیب قابلیتهای رسانه های پیشین در آن، بار دیگر روزنامه های چاپی

را از نظر نوع ارتباط با مخاطب با مشکل مواجه ساخته است. (۱۱)

به طور کلی روزنامه های چاپی با آنکه یک دوره نسبتاً طولانی در جوامع حاکم بودند اما به دلیل محدودیتهای زمانی، عدم امکان دسترسی تمامی علاقه مندان به روزنامه ها و مباحثی از این دست، آنها به سمتی هدایت شدند تا علاوه بر انتشار شماره معمولی، نسخه الکترونیکی خود را نیز دارا باشند و تعداد انگشت شماری نیز فقط منحصر به انتشار نسخه الکترونی شدند. البته چون هنوز حق کپی رایت و امکان مالکیت و ذخیره سیستمهای جدید در کشور ثبت نشده و بانکداری شبکه ای و دیجیتالی هم فعال نیست تا هزینه این شیوه از روزنامه نگاری تضمین شود، تنها برخی از نشریات این رویکرد را اتخاذ کرده اند و چاپ دیجیتالی هم به عنوان یک امکان در کنار شبکه و تکنولوژیهای جدید توسعه پیدا کرده است. در حال حاضر این شکل از روزنامه نگاری در کنار روزنامه نگاری سنتی به حیات خود ادامه می دهد. با این رویکرد که اخبار و اطلاعات به موقع و سریع در دسترس علاقه مندان قرار گیرد و آسیبهای ناشی از توزیع نامناسب هم برطرف شود. ضمن آنکه شرایطی فراهم شود تا شخص بدون اضطراب و نگرانی برای از دست دادن نسخه جدید روزنامه در هر ساعت از شبانه روز، به روزنامه مورد علاقه خود دسترسی داشته باشد و حتی به آرشیو قبلی هم مراجعه و مطالب مورد نیازش را جست و جو کند. (۱۲)

مقایسه رسانه‌های نوین (الکترونیکی) در برابر رسانه‌های جمعی سنتی

رسانه‌های جدید (روزنامه‌نگاری الکترونیک)	رسانه‌های جمعی سنتی (روزنامه‌نگاری چاپی)
فاصله نمی‌شناسند، خود را یا نیازها، خواستها و هلاقی مصرف‌کنندگان صرف‌نظر از محل فیزیکی آنها تطبیق می‌دهند (موضوع مشخص)	محدودیت جغرافیایی: خود را با بازارهای جغرافیایی یا مخاطبان منطقه‌ای تطبیق می‌دهند، بازار مشخص
اقتی: این امکان وجود دارد که اخبار و اطلاعات به صورت اقیقی پخش شوند؛ از غیر حرفه‌ای‌ها به غیر حرفه‌ای‌های دیگر	سلسله مراتب اخبار و اطلاعات از طریق سلسله مراتب عمودی متشکل از دوزده‌بانات خبری و ویراستاران متعدد، به مخاطب می‌رسد
تاملی: بازخوردها فوری بوده و در بسیاری از مواقع مورد مانسور با دخل و تصرف واقع نمی‌شوند، بحث و گفت‌وگو به جای مقاله‌ها و نظرات متعلق به یک نفر	جهت یکطرفه: انتشار اخبار و اطلاعات عموماً یک طرفه است مکانیزم بازخورد محدود است.
محدودیت مکانی/ زمانی کمتر: اطلاعات به صورت دیجیتال ذخیره می‌شوند فوق متنا (هایپر تکستا) امکان ذخیره حجم بزرگی از اطلاعات را به صورت لایه‌ها روی هم فراهم می‌آورد.	محدودیت مکانی/ زمانی: روزنامه‌ها به لحاظ مکانی محدودند (علاوه خبری) و رادیو و تلویزیون به لحاظ زمانی
گردندگان آمانور/ غیر حرفه‌ای: هر کسی حرلی برای گفتن دارد می‌تواند آن را روی وب منتشر کند حتی المراد آمانور و غیر حرفه‌ای	گردندگان حرفه‌ای: روزنامه‌نگاران آموزش دیده گزارشگران (متخصصان) کارکنان رسانه‌های جمعی و سنتی را تشکیل می‌دهند.
هزینه‌های پایین: در مقام مقایسه، هزینه‌های چاپ و انتشار به صورت الکترونیکی روی اینترنت بسیار کمتر است.	هزینه بالای تأسیس یک نشریه یا ایستگاه رادیو یا تلویزیون، عامل بازدارنده‌ای برای اغلب مردم است.
مشتری‌گرا: رسانه‌های جدید به دلیل محدودیت‌های مکانی/ زمانی کمتر و تمایل کمتری که به بازار دارند هلاقی مشخصی را به طور ریشه‌ای مدنظر دارند.	علاقه عمومی: بسیاری از رسانه‌های جمعی رایج، مخاطبان پر شمار را هدف گرفته‌اند و از این رو برنامه‌های همه‌پسند عرضه می‌کنند.
غیرخطی بودن محتوا: اخبار و اطلاعات از طریق هایپر تکستا به هم مرتبط می‌شوند و از طریق علاقه و شهود دنبال می‌شود نه از طریق متعلق.	خطی بودن محتوا: اخبار و اطلاعات در قالب یک نظم منطقی خطی سازمان یافته‌اند (رهایت سلسله مراتب خبری)
بازخورد: بازخوردها به صورت مستقیم الکترونیکی و گفت‌وگوهای گروهی مستقیم منتقل شده و به طور نسبی ساده و کم زحمت هستند. اغلب از ویرایش و دخل و تصرف مصون می‌مانند.	بازخورد: بازخورد به صورت نامه و تلفن به سردیر می‌رسند و در نتیجه کند، پزحمت، تعدیل و ویرایش شده هستند (محدودیت زمانی/ مکانی)
منابع گوناگون: ضمن اینکه آگهی‌ها روزه روز افزایش می‌یابد، دیگر منابع تأمین مالی امکان تهیه مطالب و محتوای متنوع را فراهم می‌آورد.	منکی به آگهی‌های تبلیغاتی: نیاز به جمع کردن مخاطبان بیشتر برای صاحبان کالا و خدمات به منظور رسیدن به درآمد بیشتر
تمرکززدایی: نکتولوژی نوین امکان تولید و انتشار اخبار و اطلاعات را به صورت وسیع و همه‌جانبه فراهم می‌سازد.	وابستگی به نهادهای رسمی: بیشتر رسانه‌های سنتی را تشکیلات بسیار بزرگ یا ساختارهای متمرکز اداره می‌کنند.
چارچوب قابل انتطاف: مطالب و محتوا به طور مقاوم تغییر می‌یابند و به روز می‌شوند، تصحیح و مورد تجدیدنظر قرار می‌گیرند به علاوه امکانات چندرسانه‌ای امکان اقدام فرم‌های مختلف رسانه‌ها را در یک برنامه فراهم می‌آورند.	چارچوب ثابت: محتوای مطالب برحسب رسانه‌های خاص تولید و توزیع می‌گردند و به طور نسبی از نظر مکانی و زمانی ثابت هستند.
استانداردهای تکوینی: هنجارها و ارزشها مبهم‌اند، همیشه در حال شکل‌گیری بودم، محتوا بر اساس محاسن و اعتبار مطالب تولید و ارزشگذاری می‌شود.	ارزش خبری استانداردهای ژورنالیستی: محتوا بر اساس هنجارها و اخلاقیات سنتی تولید و ارزیابی می‌شود.



## مقایسه روزنامه‌های الکترونیک و روزنامه‌های سنتی:

### ۱. دروازه‌بانی خبر - استفاده و بهره‌مندی از اخبار اینترنت

اگرچه اطلاع‌جویی از طریق تارنماهای جهانی، مستلزم داشتن امکانات اولیه (کامپیوتر، مودم، خط تلفن، اشتراک به شبکه جهانی اینترنت) است، با این حال، انتخاب و گزینش پیام در اختیار کاربران است.

به طور سنتی، به کسانی که در تحریریه رسانه‌ها و سازمانهای خبری در فرایند تهیه، گزینش و ارائه پیامهای خبری فعالیت دارند "دروازه‌بان" می‌گویند. روزنامه‌های الکترونیک و تارنماهای خبری اگر چه اطلاعاتی که بر روی تارنماها قرار می‌گیرد توسط گزینشگران دیگری انتخاب شده ولی به خاطر نبودن مشکل جا - آن گونه که در روزنامه‌های سنتی مطرح است - مطالب گوناگون ارائه می‌شود کاربران خود می‌توانند آنها را با توجه به نیازها و خواسته‌های خود گزینش کنند. از طرف دیگر، نظر به تعدد و تکثر تارنماها، کاربران می‌توانند به تارنماهایی مراجعه کنند که مورد نظر و توجهشان است و نیازهای آنان را در زمینه‌های خبری و غیرخبری تامین می‌کند.

### الف. شیوه دروازه‌بانی سنتی

- سردبیران یا دبیران سرویس، اخبار را ارزش‌گذاری و انتخاب می‌کنند.
- سردبیران با انتخاب تیتراها در اندازه‌های مختلف، خبرها را کوچک و بزرگ یا برجسته می‌کنند.
- مدیران و سردبیران به منظور تاثیرگذاری بر افکار عمومی و هدایت آن تلاش می‌کنند.
- سردبیران و دبیران سرویسها به محدودیت جا در صفحه‌های روزنامه روبرو هستند.
- سردبیران باید پاسخگوی مدیران و صاحبان روزنامه یا نشریه باشند.
- روزنامه‌نگاران باید قانون مطبوعات (رسانه) کشور خود را رعایت کنند.

### پ - شیوه دروازه‌بانی / روزنامه‌های الکترونیک

- کاربران روزنامه‌های الکترونیک تا حدودی جای سردبیران را گرفته‌اند.
- انتخاب مطالب توسط کاربران صورت می‌گیرد.

- هر کاربر به دنبال تامین نیازهای اطلاعاتی خویش است.  
- محدودیت جاد در صفحه روزنامه های الکترونیک همانند روزنامه های چاپی وجود ندارد.  
- با ایجاد پیوندها، خبر جنبه تعاملی پیدا می کند و از حالت خطی روزنامه های سنتی (چاپی) خارج می شود.

- امکان شخصی سازی مطالب در روزنامه های الکترونیک وجود دارد. بدین ترتیب که هر کاربر می تواند خبرها و مطالب مورد نظر خود را جست و جو و مطالعه کند.

در بسیاری از روزنامه های الکترونیک و تارنماهای خبری، امکان دسترسی به مطالب شماره های پیشین (آرشیو) و جست و جوی مطالب مورد نظر به آسانی وجود دارد. در برخی از روزنامه های الکترونیک این امکان رایگان است ولی برخی از روزنامه ها، مانند روزنامه الکترونیک نیویورک تایمز مطالب روزها، ماهها و سالهای قبل خود را بسته به حجم مطلب، با قیمتهای گوناگون می فروشند.

- امکان استفاده صوتی و تصویری از مطالب در روزنامه های الکترونیک و تارنماها وجود دارد. بنابراین در روزنامه های الکترونیک، کاربران می توانند آنچه را که می خواهند از بین روزنامه ها و تارنماها انتخاب کنند.

- امکان حفظ و ذخیره مطالب مورد نظر از روزنامه های الکترونیک و تارنماهای خبری در کامپیوتر کاربران برای استفاده های بعدی وجود دارد. برخلاف روزنامه های چاپی، به مرور زمان از بین نمی رود و مشکل مکان نگهداری وجود ندارد.

- امکان ارسال متن به وسیله پست الکترونیک به دیگران و دریافت متن به زبانهای گوناگون در بسیاری از روزنامه های الکترونیک و تارنماهای خبری وجود دارد.

### ۱. استفاده و بهره مندی از اخبار روزنامه های الکترونیک

در یک ارتباط موثر، کلید موفقیت شناخت مخاطب است. این گفته که چه در ارتباط میان فردی و چه در ارتباط جمعی باید مخاطب را شناخت و از خواسته ها و نیازهای او آگاه بود، واقعیت دارد. در بین نظریه های ترغیب و اقتناع، سه نظریه بر پژوهشهای دریافت پیام و شخصیت مخاطبان تاثیر گذاشته است. یکی از این نظریه ها "نظریه یادگیری" است که انسان را موجودی منطقی می داند که تصمیم گیریهایی او بر اساس اطلاعاتی است که یا آموخته و یا از راه تجربه به دست آورده است.

دومین نظریه هماهنگی یا "ناهماهنگی شناختی" است. این نظریه می گوید انسان موجودی منطقی نیست بلکه در مقابل پیامهایی که قرار می گیرد، به منظور حفظ عقاید، نگرشها و رفتار موجود خود، آن را عقلایی توجیه می کند.

"نظریه کارکردی" نیز می گوید: انسان نگرشهای جدید را با توجه به نیازهای خود انطباق می دهد و نگرشهای جدید را تا زمانی که مورد قبول یا قابل استفاده است حفظ می کند.

این نظریه ها، متناقض نیستند. در بسیاری از موارد، در تبیین واکنش مخاطبان نسبت به پیامهای ارتباطی، مکمل یکدیگر هستند. به نظر می رسد پویایی کاربران روزنامه های الکترونیکی و تارنماهای خبری در گزینش و انتخاب مطالب مورد علاقه و نیاز خود را با در نظر گرفتن نظریه های هماهنگی و ناهماهنگی شناختی و نظریه استفاده و بهره مندی، بتوان تبیین کرد. نحوه ارائه مطالب در روزنامه های الکترونیکی و تارنماها نشانگر این مطلب است که کاربران راهی جز انتخاب آنچه بتواند نیازها و خواسته های آنان را تامین کند ندارند.

## ۲. اعتماد یا بی اعتمادی به اخبار تارنماها

حال سوالی که مطرح است این است که کاربران شبکه جهانی اینترنت تا چه اندازه، به اخبار و اطلاعاتی که از طریق این شبکه ها ارائه می شود اعتقاد دارند؟ آیا این کاربران نسبت به کسانی که از شبکه جهانی اینترنت استفاده نمی کنند آگاه ترند؟

موضوع اعتبار رسانه ها و اعتماد مردم به مطالب آنها سالهاست مورد توجه پژوهشگران علوم ارتباطات بوده است.

فقدان دروازه بانی خبرها و گزینش مطالب توسط سردبیران، یکی از مسایل مهم اطلاعات ارائه شده در تارنماهای خبری است. اینجاست که مسئله اعتبار تارنماها مطرح است. به همین دلیل است که کاربران روزنامه های الکترونیکی و تارنماهای خبری برای کسب اطلاعات معمولاً به تارنماهای روزنامه هایی که به صورت چاپی مورد علاقه آنان است و یا تارنمای رادیو و تلویزیونی که برنامه هایش رادوست دارند، مراجعه می کنند. یکی از دلایل مهم این انتخاب، موضوع اعتماد کاربران به تارنماهای انتخابی آنان است.

اسپیرو کیوسیس، استاد دانشگاه ایالتی آیووا در ایالات متحده آمریکا در مقاله ای با عنوان "اعتماد

یا عدم اعتماد عمومی؟ اعتبار رسانه ها در عصر اطلاعات<sup>۲</sup> به مقایسه اعتماد مردم به اخبار سه رسانه تلویزیون، روزنامه و تارنما پرداخته است در زیر نموداری از یافته های او را می بینید:

تعداد و درصد میزان اعتبار اخبار روزنامه ها، تلویزیون و تارنما

رسانه	اعتبار	کم	اعتبار	متوسط	اعتبار	زیاد	جمع
روزنامه	۷۰	(۸/۷)	۵۹۳	(۷۳/۵)	۱۴۴	(۱۷/۸)	۸۰۷
تلویزیون	۱۲۴	(۱۵/۳)	۶۰۱	(۷۳/۴)	۸۴	(۱۰/۴)	۸۰۹
تارنما	۵۶	(۱۲/۴)	۳۳۳	(۷۲/۸)	۶۲	(۱۳/۷)	۴۵۱

در تحقیقی که توسط دکتر نعیم بدیعی با عنوان "بررسی میزان اعتماد مردم به رسانه های خبری و رابطه آن با اعتماد به نهاد های دولتی" با تنظیم پرسشنامه ای برای ۱۲۰۰ نفر از شهروندان ۲۰ منطقه تهران در مرداد ماه ۱۳۸۲ مشخص شد که: در بین منابع مورد اعتماد هنگام کسب خبر های متناقض داخلی و خارجی، تلویزیون ایران در مرتبه اول و اینترنت در مرتبه دوم قرار دارد. رادیو و تلویزیون های خارجی در مرتبه سوم و روزنامه های کشور در مرتبه چهارم قرار دارد.

همچنین در خصوص کسب اطلاعات، بیشترین گروه سنی که از اینترنت برای کسب اخبار داخلی و خارجی استفاده می کردند، از بین گروه های سنی ۱۵-۳۰ سال هستند و نتایج این بررسی نشان می دهد که اینترنت راه خود را به عنوان یک رسانه مهم در بین افراد جوانتر و با تحصیلات بیشتر که اکثراً - تحصیلات بالاتر از دیپلم داشته اند - باز کرده است. (۱۳)

تفاوت بهره گیری از روزنامه های الکترونیک و روزنامه های چاپی در جوامع پیشرفته در

حال توسعه

۱. در کشورهای توسعه یافته بستر های مخابراتی مطمئن و پرسرعت اهمیت داشته و سرمایه گذاری بسیاری صرف زیرساخت های مخابراتی می شود.
۲. در کشورهای پیشرفته ارتباطات اینترنتی بسیار قوی است.
۳. پایین بودن آمار افراد کم سواد و بالا بودن سطح فرهنگ مردم به خصوص فرهنگ مکتوب و همچنین سواد انفورماتیکی در کشورهای پیشرفته.

همچنین می توان به مسایل دیگری همچون ممنوعیت استفاده از اینترنت در برخی از جوامع در حال توسعه، معضلات و تنگناهای مطبوعات در احقاق حقوق اولیه خود، حمایت قضایی، استقلال حرفه ای و هویت صنفی روزنامه ها، اشاره کرد که صرف نظر از بستر الکترونیک یا چاپی، معضلاتی اساسی برای روزنامه نگاری به شمار می آیند. چنین مسایلی به طور قطع در جوامع پیشرفته مطرح نیست. این تفاوتها نیز به نوبه خود اثرات بسزایی بر روند پیشرفت روزنامه نگاری الکترونیک دارند.

### جمع بندی (روزنامه ها چه می توانند بکنند؟)

روزنامه ها باید چالش ژورنالیسم الکترونیک و سایتهای شبکه بازرگانی را جدی بگیرند. قبل از هر چیز، سردبیران روزنامه ها باید وخامت و وضعیت را بپذیرند. امروزه الگوهای تجاری و شیوه های کاری بر جای مانده از دوره انقلاب گو تبرگ، فاقد اعتبار هستند.

#### ۱. از فرصت پیش آمده استفاده کنید

در شرایط فعلی که اینترنت به شکل غیر قابل پیش بینی روندی روبه رشد دارد، زمان دارای اهمیت بسیاری است. خوشبختانه با توجه به این که روزنامه های الکترونیک هنوز مرحله رشد خود را طی می کنند، روزنامه های سنتی فرصت مطلوبی دارند تا فناوری نوین را پذیرفته و به بازیگران عمده ای در عرصه اینترنت تبدیل شوند.

روزنامه ها هنوز هم نسلی از طرفداران وفادار خود را دارند که روزنامه را بخش جدایی ناپذیری از زندگی خویش می دانند، اگر چه بسیاری از این افراد به منظور دستیابی سریع به اطلاعات از شبکه اینترنت هم استفاده می کنند اما برای حصول اخبار و اطلاعات موثق و وسیع، همچنان سنگر روزنامه ها را نیز حفظ کرده اند. خو گرفتن آنان به مطالعه مطالب چاپی احتمالاً تا پایان عمرشان ادامه خواهد داشت. دستیابی محدود به اینترنت، همچنان مانع اصلی فراراه رشد روزنامه های الکترونیک به شمار می رود. حتی در کشورهایی چون ایالات متحده نیز چند سال دیگر طول خواهد کشید تا اکثریت مردم به اینترنت دسترسی پیدا کنند. در اکثر کشورهای آسیایی، تحقق این امر به مدت زمان به مراتب طولانی تری نیاز دارد. به علاوه اکثر روزنامه های الکترونیک از امکانات و توانمندیهای فنی خود از قبیل ابرمتن، کنش دوسویه و بی واسطگی بهره برداری نکرده و به صورت چیزی بیش از نسخه

الکترونیک کالای اصلی در نمی‌آیند.

توده مردم که روزنامه‌های اینترنتی را به عنوان یک کالای رایگان تلقی می‌کنند هنوز حاضر به پرداخت پول بابت آن نیستند. در میان روزنامه‌های آمریکایی فقط وال استریت جورنال توانسته است یک حق اشتراک ۲۹ دلاری وضع کند. طرح این روزنامه برای پرداخت وجه بابت استفاده از هر مقاله، هنوز زمان زیادی می‌خواهد تا به اجرا درآید. طرح مایکروسافت برای گرفتن حق اشتراک برای نشریه الکترونیک اسلیت (Slate) تا مدت نامعلومی به تعویق افتاده است. مدتها طول خواهد کشید تا بتوان خوانندگان را به مطالعه روزنامه‌های اینترنتی تشویق کرد.

هزینه‌های تولید نیز از موانع موجود فرا راه رشد روزنامه‌های الکترونیک به حساب می‌آید. راه‌اندازی یک روزنامه الکترونیک در کنار روزنامه معمولی مستلزم یک سرمایه‌گذاری عظیم است.

## ۲. هدف را از نو تبیین کرده و فرهنگ را تغییر دهید

امروز صاحبان جراید و مطبوعات باید این واقعیت را بپذیرند که ژورنالیسم صرفاً یک سیستم ارائه اطلاعات مثل روزنامه نیست. روزنامه صرفاً یکی از انواع سیستم‌های ارائه اخبار و اطلاعات است. روزنامه‌ها باید این واقعیت را بپذیرند که اگر چه برخی وسیله‌های ارائه خبر از بین خواهند رفت ولی در عوض وسیله‌های تغییر شکل یافته و جدیدی پدیدار خواهند شد. لوحه‌های الکترونیک و روزنامه‌های رادیویی به خوبی می‌توانند جایگزین مطبوعات و کامیونهای تحویل دهنده آنها بشوند. وظیفه روزنامه‌ها باید از تهیه و تولید صفحات چاپ شده و تحویل روزانه آنها به مشتریها فراتر رود. ولی بالاتر از همه، تشکیلات روزنامه‌ها باید آماده باشد که از سازمانهای صرف عرضه مطبوعات، به سازمانهای ارائه دهنده اطلاعات تبدیل شود. این کار مستلزم تحول عمده‌ای در محتوا و فرهنگ سازمانی روزنامه‌هاست. برقراری ارتباط متقابل با خوانندگان باید به صورت شاخص عمده‌ای در روند ژورنالیسم درآید. این امر تنها در صورتی امکان‌پذیر است که روزنامه‌ها بخشی از کنترل و نخبه‌سالاری خود را که از پیش‌تاز بودن در گزارش اخبار نشأت می‌گیرد واگذار کنند. آنها دیگر نمی‌توانند به صورت دروازه بانان منحصر به فرد اخبار و اطلاعات عمل کنند.

## ۳. در عصر دیجیتال بر نیاز به روزنامه تأکید کنید

روزنامه‌ها در عصر اطلاعات بیش از پیش مطرح شده‌اند. عرضه بیش از حد اطلاعات به وسیله مطبوعات، رادیو و تلویزیون و شبکه اینترنت نیاز به روزنامه‌نگارانی را ایجاد کرده است که بتوانند

اطلاعات مورد نیاز مردم در زندگی روزمره شان را گزینش و تفسیر کنند. به بیان دیگر، توده مردم به روزنامه نگارانی نیاز دارند که بتوانند اطلاعات را به دانش تبدیل کنند.

با پیدایش اینترنت، شبکه های خبری کابلی ۲۴ ساعته، برنامه های گفت و گوی رادیویی و نمایشهای تلویزیونی جنجالی، خوانندگان نیاز به یک منبع اطلاعاتی سالم و عاری از هیاهوی دنیای رسانه ها نیز دارند. توده مردم به منابع خبری معتبری نیاز دارند که بتوانند روی ارزشهای عمده وقت، اعتبار و توازن آنها تاکید کرده و گزارشها و مطالب مطلوبی اراده دهد و این نقشی است که سایر رسانه ها آن را از دست داده اند.

#### ۴. درست همان کاری را بکنید که آنها انجام می دهند

روزنامه ها باید همان کاری را که آنها انجام می دهند ادامه دهند. روزنامه ها نباید قابلیت حیات و نیروی خود را به نفع شعارهای پوچ از دست بدهند. در عین حال، آنها باید فناوریهای پیشرفته را جهت پیشبرد و بهبود محتوا و قالب خود مورد استفاده قرار دهند.

عمق تحقیق و گزارش باید به طرز چشمگیری افزایش یابد. بسیاری از روزنامه ها از گزارش به کمک کامپیوتر با موفقیت بسیار استقبال کرده اند. این نوع گزارش بعد تازه ای به گزارش جست و جو گرانه می بخشد. شگفتیهای فناوری پیشرفت باید موجب شود که روزنامه ها از لحاظ شکل ظاهری، جذابیت بیشتری پیدا کنند. این امر می تواند خوانندگان جوانتر را که بارسانه تصویری تلویزیون بزرگ شده اند، بار دیگر به سوی روزنامه ها بکشانند. تاکید بی مورد بر عینیت باید جای خود را به خلاقیت و توانمندی سردبیری بدهد. سنت آغاز شده در سال ۱۸۴۸ به عنوان یک سرویس تلفنی (آسوشیتد پرس) برای روزنامه ها که دیگر در کار گزارش خبرهای داغ نیستند، کارایی ندارد.

روزنامه های رایج روز نباید به منظور همگام شدن بارسانه های الکترونیک و ژورنالیسم اینترنتی در بازی پخش خبر، استانداردهای خود را پایین بیاورند. روزنامه ها هرگز نمی توانند در این بازی بررقیبان خود پیروز شوند. مرز میان واقعیت و شایعه که در شبکه اینترنت کمرنگ و مبهم است، باید در روزنامه ها، روشن باقی بماند. روزنامه ها باید در برابر اغوای تخلیه مطالب نیمه تمام در شبکه خود برای پیروزی در این رقابت ایستادگی کنند.

#### ۵. از بازیگران عمده اینترنت باشید

روزنامه ها به جای مغرور شدن به خاطر داشتن صفحه ای در شبکه اینترنت که نسخه های الکترونیک تولید چاپی خود را در آن جای دهند، باید به صورت رهبران ژورنالیسم اینترنتی در آیند. نسخه های اینترنتی باید کاملاً از نسخه های چاپی آن متمایز باشد و مقالات و مطالب اصلی آن بایست در طول روز به صورت دوره ای روز آمد شود. نسخه های اینترنتی باید مکمل تولید اصلی بوده و خوانندگان را به مراجعه به نسخه چاپی تشویق کند.

#### ۶. همه محتوا را از دست ندهید

روزنامه هانمی توانند تمام محتوای خود را به طور رایگان از طریق شبکه در اختیار خوانندگان قرار دهند. واگذاری بخشی از محتوا تا به حال لطمه ای به آنها نر زده است. هدف این است که از نسخه اینترنتی به عنوان طعمه یا تیزر جهت جذب خوانندگان به تولیدات چاپی استفاده شود.

۷. روزنامه نگاری دیجیتال تشکل است، محتوا نیست. تکنولوژی زدگان بر این باورند که دستیابی به تکنولوژی، دستیابی به اهداف ارتباطی هم هست. حال آنکه حقیقت با این باور، فاصله بسیاری دارد. صرف دسترسی به تکنولوژی های تازه نمی تواند روزنامه نگاران به ویژه نسل جوان آنها را از اتکا به سنن دیرپای روزنامه نگاری بی نیاز کند. دستیابی به تکنولوژی های جدید نمی تواند این نسل را از کشف موضوعهای روز، شناخت ملاحظات اخلاقی و حقوقی، تسلط بر زبان ژورنالیستی و تکنیکهای خبر نویسی و گزارشگری، مصاحبه و مقاله نویسی و... بی نیاز کند.

۸. نسل کهن روزنامه نگاری ایران نیز نمی تواند نقش تکنولوژی های مدرن را در چرخه ویرانگری سرعت نادیده بگیرد. برای این نسل حیف است که دانسته ها و بایسته های خویش را از مخاطبان تکنولوژی های نوین دریغ کند. این نسل در عین حال باید بر شکاف موجود میان خود و قبیله دیجیتال به مثابه نسل دوم روزنامه نگاری، یک پل ایجاد کند.

۹. برای نسل اول و دوم روزنامه نگاری در ایران شیفتگی در برابر تکنولوژی و به دیگر سخن گم شدن در جذبه های تکنولوژی، حکم خواب مصنوعی در میانه کارزار پر شتاب ارتباطات را دارد. هیچکس نباید شیفته جذبه های تکنولوژی ارتباطی شود. این تکنولوژی فقط پل عبور به سوی مخاطب است و قرار نیست هیچکس بر روی هیچ پلی بیتوته کند. پل محل عبور است نه توقف.

۱۰. مطلوب ترین وضعیت در گسترش روزنامه نگاری دیجیتال در ایران وضعیتی است که در آن



مفاهیم تازه‌ای در قبال اطلاع‌رسانی متولد شود، مهندسی پیام عمق بیشتری یابد، تماس با منابع متعدد خبری گسترده‌تر شود، تکنیک‌ها کارسازتر شود، درک بهتری از موقعیت کنونی روزنامه‌نگاری با لحاظ روزنامه‌نگاران مسلط‌تر و خوانندگان منتقدتر به دست آید و بالاخره شناخت بیشتری از فردای روزنامه‌نگاری در جهانی که ابزارهای نوین اطلاع‌رسانی باعث بی‌معنی شدن زمان و مکان در آن شده‌اند فراهم شود.

۱۱. ادامه حیات روزنامه‌های سنتی در جوامع نیاز به بازبینی مجدد دارد. بنابراین هم‌روزنامه‌ها و هم‌دولتها باید خود را برای این چالش بزرگ آماده سازند. روزنامه‌های سنتی برای ادامه حیات خود باید از وضعیت تمرکز بر ادامه اخبار خارج شوند؛ به تهیه گزارشهای گوناگون و متنوع از مسایل جامعه بپردازند، به نیازهای مخاطبان خود بیشتر توجه کنند، در صفحه‌آرایی نشریه خود تحول اساسی به وجود آورند و مهمتر از همه اعتماد و رضایت خوانندگان خود را جلب کنند.

۱۲. روزنامه‌ها باید اطمینان دهند که فناوری اینترنتی جای روزنامه‌های چاپی را نگرفته و یا آنها را از میدان به در نخواهد کرد، بلکه همانند صنعت سینما روزنامه‌ها نیز باید پایه‌های سنتی خود، به انتشار نسخه‌های الکترونیکی بپردازند طوری که این نسخه‌های الکترونیکی نه جایگزین نسخه‌های چاپی بلکه مکمل آنها باشند زیرا هر کدام از آنها نیازهای متفاوتی را برآورده خواهند ساخت.

۱۳. باید متذکر شویم که نشر الکترونیکی هیچ وقت نمی‌تواند به تمام معنا جای نشر مکتوب را بگیرد، چون بعضی قابلیت‌های نشر مکتوب را ندارد. همان‌طور که می‌دانید بعضی از کتابهای الکترونیکی را به صورت کتاب چاپ کرده‌ایم. برای مثال چاپ آثار هنری مانند نقاشی چون به اصل آن نزدیکتر است، حس واقعی تصویر را بهتر انتقال می‌دهد اما با وجود امکانات موجود، پرینت آثار تصویری نسبت به چاپ کیفیت بهتری ندارند. یا اینکه آثار مکتوب مانند دست‌نوشته‌هایی شک جایگاه خود را دارند. از سوی دیگر، برعهده دولتمردان است که شرایطی را فراهم کنند که مردم توانایی استفاده از این امکانات الکترونیکی را داشته باشند. برای مثال می‌توانند پارانه خرید کاغذ، دستگاه‌های چاپی و هزینه حمل و نقل را صرف تهیه امکانات کنند.

۱۴. همانگونه که نظام روزنامه‌نگاری فعلی ما همانند بسیاری دیگر از نظامها، وارداتی و تحمیلی است و در بستر عادی خود رشد نکرده، این شیوه از روزنامه‌نگاری هم وارداتی است و اگر همین روند ادامه پیدا کند قطعا در بستر اصلی خود رشد نمی‌کند. ثانیاً ما در یک زمان خاص و بدون آمادگی کامل

سایر بخشهای جامعه، با تکنولوژی وارداتی غرب روبه رو شده ایم و از آن استفاده می کنیم. لذا اگر بخواهیم مسیر درست رشد فراهم شود باید زمینه شکل گیری سایر زیرساختهای لازم را در کنار یکدیگر به موازات هم فراهم کنیم و توسعه ببخشیم.

۱۵. از سویی ما به رشته های جدید علوم ارتباطات از قبیل مهندسی پیام، طراح صفحات وب و... نیز در دانشگاه ها تا مقطع دکتری نیاز داریم. علاوه بر این، باید نسل کهن روزنامه نگاری ایران را نیز که دانسته ها، تجربه ها و بایسته های قابل توجهی دارند، با رسانه های الکترونیکی و تکنولوژیهای نوین ارتباطی آشنا کرده تا بتوان شکاف موجود میان روزنامه نگاران قدیمی و نسل جدید روزنامه نگاران را توسط یک پل ارتباطی از میان برداشت.

### نتیجه گیری

با توجه به آنچه ذکر شد توسعه و پیشرفت روزنامه نگاری الکترونیک در یک جامعه، مستلزم وجود شرایط مختلفی است که می توان گفت تمامی آنها در بسیاری از کشورهای جهان فراهم نیست. اما نکته مهم این است که حتی در جوامع پیشرفته ای که بسیاری از این شرایط مهیاست، روزنامه الکترونیک تاکنون نتوانسته است جایگزین روزنامه چاپی شود. برای این وضعیت می توان دلایل متفاوتی برشمرد و بخشی از آن را با عوامل تاثیر گذار بر پیشرفت روزنامه نگاری الکترونیک مرتبط دانست اما حتی با فرض برقراری تمامی آن شرایط، روزنامه های چاپی همچنان به دلیل پیشینه تاریخی، سهل الوصول بودن و راحتی مطالعه روی کاغذ، محبوبیت خود را حفظ کرده اند. روزنامه چاپی با سابقه ۴۰۰ ساله آشنای کودک، پیر و جوان است در حالی که از عمر روزنامه های الکترونیک کمتر از ۱۰ سال می گذرد. روزنامه چاپی در هر زمان و مکان قابل دستیابی و مطالعه است اما دستیابی به روزنامه الکترونیک و مطالعه آن مستلزم استفاده از کامپیوتر و دسترسی به اینترنت است. و بالاخره اینکه به عقیده بسیاری از مردم، مطالعه بر روی کاغذ بسیار آسانتر و عملی تر از مطالعه روی صفحه نمایش کامپیوتر است. اگر چه تهدید مطبوعات سنتی از سوی روزنامه های الکترونیک بسیار اساسی تر و بنیادی تر از تهدید صورت گرفته از سوی تلویزیون است اما روزنامه ها بار دیگر با جذب نکات مثبت و انطباق با شرایط جدید توانسته اند خود را از خطر نابودی نجات دهند. به همین دلایل است که آنچه تاکنون در دنیا اتفاق افتاده، جایگزینی روزنامه های چاپی توسط روزنامه های الکترونیک نیست. در واقع روزنامه های چاپی

نه تنها ادامه حیات خود را به دلیل پدید آمدن روزنامه‌های الکترونیکی در خطر نمی‌بینند، بلکه با اتخاذ راهکارهای مناسب توانسته‌اند از روزنامه‌نگاری الکترونیکی به عنوان مکمل کار خود بهره‌گیرند. امروزه در دنیا بیش از ۶۰۰۰ روزنامه دارای نسخه الکترونیکی وجود دارد. این بدان معنی است که روزنامه‌نگاران از انحصار کاغذ خارج شده‌اند و درصد عمده آنها بستر الکترونیکی را نیز در کنار کاغذ برای انتشار افکار و نظرات خود بکار می‌گیرند در حال حاضر روزنامه‌های الکترونیکی و روزنامه‌های چاپی با تمام مزایا و معایبی که دارند در کنار یکدیگر به کار خود ادامه می‌دهند اما این شرایط می‌تواند به راحتی تغییر کند. در واقع اگر به واسطه پیشرفتهای فناوری اطلاعات، شرایطی فراهم شود که معایب برشمرده روزنامه‌نگاری الکترونیکی از بین برود، کفه ترازو می‌تواند به سمت روزنامه‌های الکترونیکی محض متمایل شود.

اگر امروزه هزینه و کیفیت ارتباط با اینترنت به عنوان یک عامل تاثیرگذار، پیشرفت روزنامه‌نگاری الکترونیکی را کند ساخته، می‌توان تصور کرد که در صورت فراهم آمدن امکان ارتباط کیفی برای همه جهانیان، با سرعت چندین برابر آنچه اینک مرسوم است و با تحقق آنچه "بیل گیتس" مدیرعامل شرکت مایکروسافت در سر می‌پروراند - یعنی رایگان شدن ارتباطات اینترنتی - این پدیده چه تاثیری بر آینده مطبوعات و سایر رسانه‌ها خواهد داشت. واقعیت این است که فناوری اطلاعات در آینده نزدیک می‌تواند بسیاری از موانع پیشرفت روزنامه‌های الکترونیکی را از بین ببرد.

در وضعیت فعلی جامعه، بحث رقابت بی‌معناست چون امکانات و بسترهای لازم فراهم نیست و اگر هم کسی دارای امکانات مورد نیاز باشد به صورت انفرادی و در چارچوب کاری خود به فعالیت می‌پردازد. مازمانی می‌توانیم حالت رقابتی را متصور شویم که گروهی بر تداوم روزنامه‌نگاری به شیوه الکترونیکی اصرار داشته باشند و عده‌ای نیز به دنبال گسترش حوزه انتشار روزنامه‌های چاپی باشند. از سوی دیگر سیستم بازگرداندن سرمایه این کار نیز هنوز پیش‌بینی نشده است و تا زمان اتخاذ تصمیم مشخص در این خصوص، نمی‌توان به توسعه آن اندیشید، یکی از راههای احیای هزینه این شیوه، تدارک سیستمهایی در شبکه است که کاربر دارای ID مشخص باشد و برای هر بار ورود او به شبکه حداقل به اندازه قیمت شماره معمولی روزنامه، هزینه دریافت شود که تمامی این موارد متضمن گسترش بانکداری الکترونیکی و تجارت الکترونیکی است. باید باور داشت که ورود به هر عرصه‌ای بدون آگاهی و آموزش کافی، باعث ایجاد صدمات و لطماتی می‌شود. در مورد روزنامه‌نگاری الکترونیکی

هم باید چگونگی بهره برداری از سیستم را به کاربران آموزش داد. در اینجا باید به این بحث پرداخت که میزان تخریب چقدر است؟ متأسفانه همان گونه که ذکر شد استفاده از نظام دیجیتال در نظام آموزش ما عمومیت ندارد. واقعا ما چقدر شیوه استفاده از کامپیوتر را به دانش آموزان آموخته ایم؟ در حال حاضر آنچه اتفاق می افتد این است که حرکت به سمت این آموزشها داوطلبانه است. بنابراین ما با نوعی بی سوادی جدید مواجه هستیم. منظور از بی سوادی جدید، ناتوانی در خواندن و نوشتن نیست بلکه به معنای عدم توانایی در استفاده از تجهیزات نوین است. به همین دلیل شاهد به انزو رفتن بسیاری از افراد در جامعه هستیم. یعنی افرادی یا به دلیل کمبود امکانات نتوانسته اند از این مزیت جدید بهره مند شوند و یا تمایلی به آن ندارند. به هر حال نوع جدیدی از بی سوادی در دنیای مدرن شکل گرفته است. □

#### منابع:

۱. رسانه، سال دهم، شماره ۳، پاییز ۷۸، ص ۱۰.
۲. اکرمی، حمیدرضا. "روزنامه نگاری الکترونیک"، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۲۱ و ۲۰، تابستان ۷۹.
۳. خرسند، مسعود. "خبرخوانهای اینترنتی"، رسانه، سال شانزدهم، شماره اول، ص ۲۱۱.
۴. تاتم، جرج، "آینده روزنامه ها، بقا یا نابودی؟"، ترجمه حسن نورایی بیدخت، رسانه، سال یازدهم، پاییز ۷۹، صص ۷-۸.
۵. اکرمی، حمیدرضا. "نسخه الکترونیکی مطبوعات در ایران"، رسانه، سال دهم، شماره ۳، پاییز ۷۸.
۶. اکرمی، حمیدرضا. "بررسی اثرات روزنامه نگاری الکترونیک بر روزنامه های چاپی". پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد تهران مرکز، تابستان ۸۰، ص ۳۶.
۷. خوش نشین لنگرودی، لیلیا. "بررسی علل و عوامل موثر بر میزان انتشار و عدم انتشار روزنامه الکترونیک"، پایان نامه ارشد تهران مرکز، سال ۸۰، صص ۷۸-۷۶.
۸. نقیب السادات، سیدرضا. "چالش های روزنامه نگاری الکترونی در ایران"، روزنامه ایران، سال یازدهم، تیر ۸۴، ص ۱۶.

۹. امانی، احمد. "نشر الکترونیک، سرعت، وسعت، کیفیت"، کتاب هفته، شماره ۲۶۱، ۵ شهریور

۸۴ ش ۶۴۸، ص ۱۰.

۱۰. تاتم، جرج، "آینده روزنامه‌ها، بقایا نابودی؟"، ترجمه حسن نورایی بیدخت، رسانه، سال یازدهم،

پاییز ۷۹، صص ۳-۴.

۱۱. شکرخواه، یونس. "روزنامه‌نگاری در عصر دیجیتال"، رسانه، سال دهم، شماره ۴، زمستان ۷۸.

۱۲. نقیب‌السادات، سیدرضا. "چالش‌های روزنامه‌نگاری الکترونی در ایران"، روزنامه ایران، سال

یازدهم، تیر ۸۴، ص ۱۶.

۱۳. بدیعی، نعیم. "روزنامه‌نگاری در جامعه اطلاعاتی"، رسانه، سال شانزدهم، شماره دوم، سال ۸۴

صص ۱۶۳-۱۷۸.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی