

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

نوشته الهه ودودی

---

مقدمه

مطبوعات چاپی با پیشینه‌ای در حدود چهار قرن، در زمان معاصر همچنان جزو وسایل اصلی ارتباطات جمعی به شمار می‌آیند. 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 رسانه‌ها هر یک به واسطه برخورداری از تواناییهای قابل توجه در برقراری ارتباط، سهمی از بازار اطلاع رسانی را از آن خود ساخته‌اند اما مطبوعات توانسته‌اند 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 روبه‌رو شده‌اند. این پدیده چیزی نیست "جز روزنامه نگاری الکترونیک".

چالشهای ایجاد شده فراروی روزنامه ها، مساله دیگری را نیز مطرح می کند و آن آینده روزنامه نگاری (ژورنالیزم) است. چاپ، صرفا یکی از سیستمهای ارائه ژورنالیزم است. روزنامه های الکترونیک و سایتهای شبکه تجاری، تعریف تازه ای از ژورنالیزم به دست می دهند.

سرعت در اطلاع رسانی بزرگترین امتیاز روزنامه نگاری الکترونیک نسبت به روزنامه نگاری نوشتاری است. مخاطبان امروز، پیامها را تازه و تازه تر می خواهند و شاید هم مایل باشند که رسانه ها آنها را به تماشاگران تاریخ زنده تبدیل کنند، کاری که شبکه های تلویزیونی بزرگ با پخش زنده دنبال می کنند، پاسخی به همین تمایل است.

گسترش و تنوع منابع اطلاع رسانی نیز نیروی محرکه رشد و گسترش روزنامه نگاری الکترونیک به حساب می آید. از آنجا که جوامع مدرن، اطلاعات را از منابع گوناگون که رقیب یکدیگرند به دست می آورند، روزنامه نگاران باید تکنیکهای نوین رقابت را که برخاسته از تکنولوژیهای نوین اطلاع رسانی 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 می آید.<sup>(۱)</sup>

موضوع مهم دیگر، تقابل روزنامه نگاری چاپی و روزنامه های الکترونیک است. پذیرش رسانه های الکترونیک، توجه کردن به مزیتها و قابلیتهای آن و مشکلاتی که در جهت بهره گیری 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، تکنیک های نویسندگی و گزارشگری و مصاحبه نباید در کنار رسانه های الکترونیکی مورد بی توجهی 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 تاثر است که شرایط آینده مطبوعات و به طور کلی رسانه ها را رقم می زند.

بررسی تاثیر روزنامه های الکترونیک بر روزنامه های چاپی از جنبه های مختلف از قبیل هزینه، درآمد، به روز بودن اطلاعات، سرعت پخش اطلاعات و... مورد بررسی قرار می گیرد تا دریابیم آیا به راستی روزنامه نگاری الکترونیک در مقایسه با روزنامه های چاپی تا چه اندازه در میان مردم جای گرفته است؟ و دیگر اینکه تاثیر این روزنامه ها بر روزنامه های چاپی چگونه بوده است؟ آیا انتخاب رسانه های الکترونیک در آینده نزدیک ضروری و اجباری خواهد بود یا نه؟ روزنامه های الکترونیک چگونه و از چه جهاتی روزنامه های 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 الکترونیکی
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 خبر هایشان 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 "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" 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 چند رسانه 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، نواهنکها و نماآهنکها 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 روزنامه نگاری الکترونیک محسوب می شود. همزمان با رشد گسترده روزافزون اینترنت، دنبال کردن آخرین اخبار و تازه ترین اطلاعات هر روز بیش از پیش مستلزم اینترنت نوردی و جست و جوی بیشتر در وب سایتهای مختلف می شود. حتی کسانی که به تعداد خاصی از وب سایتهای ویلاگها به عنوان منابع خبری مراجعه می کنند، مجبورند ساعتها وقت بگذارند. تا از تازه ترین تغییرات آنها آگاه شوند. در واقع ما به مباشر یا خبرنگاری نیاز داریم تا دست کم به آن وب سایت ها و ویلاگ هایی که معمولاً به آنها مراجعه می کنیم سر بزنند و سرخط خبرهایی را که به دنبال آن هستیم یا خود خبرها را بیابند و آنها را در یک سینی نقره ای به پیشگاه ما تقدیم کند. این سینی نقره ای را به پیشگاه ما تقدیم کند. این سینی نقره ای را برنامه های خبرخوان فراهم می آورند. در واقع نقش آن مباشر یا خبرنگار اینترنتی ما را همین نرم افزارها، یا سایتهای خبرخوان برعهده می گیرند.<sup>(۳)</sup>

### پدیده ژورنالسم اینترنتی

رشد روزنامه های الکترونیک طی ۱۰ سال گذشته جنبه ای انفجاری داشته است. امروزه، اینترنت حدود ۱۶۰۰ روزنامه از سراسر دنیا در اختیار خوانندگان بالقوه ای که تعدادشان بین ۴۰ تا ۵۰ میلیون است قرار می دهد.

در سال ۱۹۹۶ تعداد روزنامه های الکترونیک در ایالات متحده دو برابر شد و از ۱۹۷ به ۴۹۲ رسید. امروزه از ۱۱۰۰ روزنامه ای که در آمریکا منتشر می شوند، بیش از ۷۵۰ فقره شان دارای سایت شبکه هستند. نیمی از هفته نامه ها، نیمی از مجلات کشور و همچنین فرستنده رادیو و تلویزیون آمریکا دارای سایتهای شبکه خاص خود هستند. آمریکا ان لاین (AOL) بزرگترین شبکه اینترنتی ایالات متحده، تعداد ۱۱۸ روزنامه آسیایی را به خوانندگان عرضه می دارد. 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 روزنامه های چاپی به عنوان یک منبع مهم، اطلاعات را کاملاً کنار خواهد گذاشت. اکثر روزنامه ها بدان جهت به فضای سبیرتیک توسل جسته اند که از رقیبان خود عقب نمانند. این نسخه های اینترنتی سبب شده اند روزنامه ها در سطح جهان به دست کسانی برسند که پیش از آن خواننده شان نبوده اند. نسخه های الکترونیک همچنین روزنامه ها را قادر می سازد تا زیر ساختی 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 گروههای 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 جوی آسان
۵. آرشیو الکترونیکی
۶. باز خورد عالی
۷. آگهی های طبقه بندی شده
۸. کیفیت بالا با اتکا به قابلیت های 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 نشریه 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 دادن‌ها به نشریات مستقل به علت نیاز به پشتوانه مالی کمتر ۲۱. صرفه‌جویی 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 رسانه‌ها. (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 می‌تواند از صدها خبر به دلخواه و سلیقه خود بهره‌برداری 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 می‌کنند. 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 هزینه‌های صرف شده در این مورد را نخواهد داشت. سرعت انتشار اخبار در این سیستم بسیار است و خوانندگان می‌توانند 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 می‌توانند ارتباط برقرار کنند، پیام دهند و اظهار نظر کنند.

استفاده از این سیستم در محیط کار موجب صرفه‌جویی عمده‌ای شده است. برای مثال همانطور که بیان شد کاغذ روزبه‌روز به یک کالای گران‌قیمت تبدیل می‌شود و تکنولوژی نوین توانسته است در این زمینه صرفه‌جویی به عمل آورد.

صرفه‌جویی عمده‌ای نیز در هزینه‌های ثابت مثل ساختمان به عمل می‌آید. رفت و آمدها کم می‌شود. صرفه‌جویی در مصرف سوخت به عمل می‌آید. محیط زیست موقعیت سالمتری پیدا می‌کند. مهمتر از همه بهره‌وری و کارایی شکوفایی می‌شود. یعنی همان موضوعی که دنیای امروز به شدت

بر آن متمرکز شده زیرا رشد بهره‌وری و کارایی مقدمه خلاقیت و نوآوری است. از طرفی بی‌نیازی نسبت به کاغذ یعنی عدم تخریب جنگلها.<sup>(۶)</sup>

### کاستیهای روزنامه‌نگاری 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 روزنامه‌نگاری به واسطه حضور روزنامه‌نگاران کم‌تجربه، اما متخصص در علوم رایانه و مخابرات
۸. منابع ناموثق خبر؛ چرا که هر کس می‌تواند منبع خبر باشد. در حالی که انعکاس اخبار موثق برای حفظ مخاطب یکی از مهمترین دستورکارهای رسانه‌های چاپی است.
۹. زمان ماندگاری پیام در رسانه‌های الکترونیکی کمتر از روزنامه‌های چاپی است
۱۰. مشکلات و محدودیتهای فنی
۱۱. محدودیتهای اصول اخلاقی حرفه‌ای<sup>(۷)</sup>

### موانع پیشرفت روزنامه‌نگاری الکترونیک

موانع پیشرفت روزنامه‌نگاری الکترونیک را می‌توان به‌طور خلاصه در موارد زیر جست‌وجو کرد:

۱. هزینه‌های ارتباطات اینترنتی در مجموع نسبتاً زیاد است. این موضوع مختص جوامع در حال توسعه نیست بلکه در کشورهای پیشرفته نیز کاهش هزینه‌های ارتباطی مورد توجه قرار گرفته است.
۲. فرهنگ انفورماتیک در صد قابل توجهی از مردم جهان در سطح پایینی قرار دارد.
۳. عمده استفاده‌کنندگان اینترنت در جهان را افراد خبره تشکیل می‌دهند 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 روزنامه‌نگاری 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، روزنامه‌نگاری دیجیتالی هم بسط پیدا نکرد. در کشور ما متأسفانه چون هنوز این امکانات به صورت ارزان قیمت در اختیار خانواده‌ها قرار ندارد و آنها امکان بهره‌مندی از یک دستگاه رایانه و یک خط تلفن مستقل را برای اتصال به شبکه ندارند، بنابراین بی‌توجهی به این شیوه از روزنامه‌نگاری طبیعی به نظر می‌رسد.

در کشورهای اروپایی همزمان با توزیع دستگاه‌های رایانه، خطوط تلفن هم به شکل انبوه در اختیار مردم قرار گرفت؛ به طوری که اکنون آنها با استفاده از سیستم‌های جدید به شکل بی‌سیم، 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 جست‌وجو می‌پردازد و پس از ردیابی امواج قوی وارد شبکه می‌شود. در این کشورها به ویژه حوزه اسکاندیناوی، رایانه‌ها خود به خود و از طریق ماهواره به شبکه اتصال دارند و نیازی به خط تلفن و اعمال کنترل‌های نظارتی نیست. در صورتی که ما در ایران نه تنها هنوز موفق به توزیع امکانات و تجهیزات فنی پیشرفته برای اقشار جامعه نشده‌ایم بلکه حتی نتوانسته‌ایم به شیوه سنتی، خط تلفن در اختیار خانواده‌ها قرار دهیم. در حال حاضر نیز سیستم جدید به شکل بی‌سیم فقط در دو نقطه تهران تدارک دیده شده تا خدمات اینترنتی بی‌سیم را تقویت کند ولی هنوز امکان استفاده عموم از سیستم بی‌سیم فراهم نشده و به نظر می‌رسد باید مدت زمانی طولانی در انتظار ماند تا ارتباط مستقیم با شبکه از طریق ماهواره در کشور فراهم شود. زیرساخت‌های 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، نمی‌توانیم شاهد بسط توسعه شبکه دیجیتالی و ترکیبات آن باشیم. به دلیل وجود این محدودیت‌ها شکل سنتی انتشار همچنان رواج گسترده‌ای دارد. مثلاً در کنار توسعه کتاب دیجیتالی که با استفاده از آن می‌توان چندین هزار جلد کتاب را در قطع کتاب معمولی در رایانه نگهداری کرد، کتابهای چاپی نیز به وفور منتشر می‌شود.<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 بپردازد 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 بک پایگاه وب و تامین هزینه های راه اندازی و نگهداری از آن.

## دلایل رکود روزنامه نگاری چاپی

روزنامه ها به رغم برخورداری قابلیت جابجایی و هزینه اندک، به دلایلی چند جایگاه خود را از دست داده اند:

۱. نخست می توان به هجوم ویران ساز، روزنامه های 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 می خوانند. آنان سیل تبلیغاتی قابل توجهی را به خود جذب می کنند. آگهی کنندگان کاری ندارند که خواننده برای روزنامه اش پول می پردازد یا نه.

۲. اما عوامل درونی بحران مطبوعات از کاهش اعتبار آنان سرچشمه می گیرد. این امر، چنانچه اشاره شد از سوی ناشی از تصاحب روزافزون روزنامه ها توسط گروه های صنعتی است که قدرت اقتصادی را در اختیار خود داشته و با قدرت سیاسی نیز تباری دارند و از سوی دیگر، به دلیل افزایش بی وقفه جانبداری، عدم عینیت، پخش اکاذیب، تحریف واقعیات و حتی وجود نیرنگ و فریب در این رسانه هاست. می دانیم که عصر طلایی اخبار توهمی بیش نبوده است اما این کج رویها اکنون به روزنامه های معتبر هم سرایت کرده اند. در ایالات متحده، قضیه جسیون بلر، روزنامه نگار 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 داستان پردازیهای او اختصاص می داد. این جریان ارکان نیویورک تایمز را که برای دست اندرکاران مطبوعات حکم مرجع را دارد عمیقاً به لرزه در آورد؛ دو تن از روسای هیئت تحریریه، هاوول و نیز جرال د بوید، ناچار به استعفا شدند. برای نخستین بار یک میانجی ایجاد و به دانیل اکرن، 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 اینها روزنامه ها به این واقعیت اذعان ندارند و اکثرشان با تمام قوا می کوشند این وظیفه خود را به انجام برسانند.

۴. کاهش خوانندگان: ظرف سه دهه گذشته، روزنامه ها در کشورهای غربی و آمریکایی با کاهش شدید خوانندگان روبه رو بوده اند. البته کاهش مخاطبان جوان تر، مدتها قبل از پیدایش روزنامه های الکترونیک، آینده روزنامه ها را در سایه ابهام قرار داده بود. این وضع در آینده ای 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 رو به 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. روزیبه‌روزی به تعداد کسانی که برای کسب اخبار تازه، به جای روزنامه‌های الکترونیک به سایتهای شبکه روی می‌آورند، افزوده می‌شود. بررسیهای 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 ساییداک، 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 تاثیرگذار 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 الکترونیک 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.<sup>(۱۱)</sup>

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 رایب 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.<sup>(۱۲)</sup>

مقایسه رسانه‌های نوین (الکترونیکی) در برابر رسانه‌های جمعی سنتی

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

## الف. شیوه دروازه‌بانی سنتی

- سردبیران یا دبیران سرویس، اخبار را ارزش‌گذاری و انتخاب می‌کنند.
- سردبیران با انتخاب تیتراژها 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 جا در صفحه روزنامه‌های الکترونیکی همانند روزنامه‌های چاپی وجود ندارد.
- با ایجاد پیوندها، خبر جنبه تعاملی پیدا می‌کند و از حالت خطی روزنامه‌های سنتی (چاپی) خارج می‌شود.

- امکان شخصی سازی مطالب در روزنامه‌های الکترونیکی وجود دارد. بدین ترتیب که هر کاربر می‌تواند خبرها و مطالب موردنظر خود را جست و جو و مطالعه کند.

در بسیاری از روزنامه‌های الکترونیکی و تارنماهای خبری، امکان دسترسی به مطالب شماره‌های پیشین (آرشیو) و جست و جوی مطالب موردنظر به آسانی وجود دارد. در برخی از روزنامه‌های الکترونیکی این امکان رایگان است ولی برخی از روزنامه‌ها، مانند روزنامه الکترونیکی نیویورک تایمز مطالب روزها، ماهها و سالهای قبل خود را بسته به حجم مطلب، با قیمتهای گوناگون می‌فروشند.

- امکان استفاده صوتی و تصویری از مطالب در روزنامه‌های الکترونیکی و تارنماها وجود دارد. بنابراین در روزنامه‌های الکترونیکی، کاربران می‌توانند آنچه را که می‌خواهند از بین روزنامه‌ها و تارنماها انتخاب کنند.

- امکان حفظ و ذخیره مطالب موردنظر از روزنامه‌های الکترونیکی و تارنماهای خبری در کامپیوتر کاربران برای استفاده‌های بعدی وجود دارد. برخلاف روزنامه‌های چاپی، به مرور زمان از بین نمی‌رود و مشکل مکان نگهداری وجود ندارد.

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

### ۱. استفاده و بهره‌مندی از اخبار روزنامه‌های الکترونیکی

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 خواسته‌ها و نیازهای او آگاه بود، واقعیت دارد. در بین نظریه‌های ترغیب و اقناع، سه نظریه برپژوهشهای دریافت پیام و شخصیت مخاطبان تاثیر گذاشته است. یکی از این نظریه‌ها "نظریه یادگیری" است که انسان را موجودی منطقی می‌داند که تصمیم‌گیریهی 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 الکترونیک 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 الکترونیک 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 الکترونیک 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 بر نامه هایش را دوست 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 "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	(۷۳/۸)	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. (۱۲)

### 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 پر سرعت اهمیت داشته و سرمایه گذاری بسیاری صرف زیر ساخت 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 وضعیت را بپذیرند. امروزه الگوهای تجاری و شیوه های کاری بر جای مانده از دوره انقلاب گو تیرگ، فاقد اعتبار هستند.

#### ۱. از فرصت پیش آمده استفاده کنید

در شرایط فعلی که اینترنت به شکل غیر قابل پیش بینی روندی رو به 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 چندسال 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 فراراه 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 نحوه سالاری خود را که از پیش‌تاز بودن در گزارش اخبار نشأت می‌گیرد واگذار کنند. آنها دیگر نمی‌توانند به صورت دروازه‌بانان منحصر به فرد اخبار و اطلاعات عمل کنند.

۳. در عصر دیجیتال بر نیاز به روزنامه تاکید 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 ارائه 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 بکشاند. 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 الکترونیکی و ژورنالیسم اینترنتی در بازی پخش خبر، استانداردهای خود را پایین بیاورند. روزنامه ها هرگز نمی توانند در این بازی برقیبان 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 الکترونیکی 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 روزآمد 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 نزده است. هدف این است که از نسخه اینترنتی به عنوان طعمه یا تیزر جهت جذب خوانندگان به تولیدات چاپی استفاده شود.

۷. روزنامه نگاری دیجیتالی شکل 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 تکنولوژیهای تازه نمی تواند روزنامه نگاران به ویژه نسل جوان آنها را از اتکا به سنن دیرپای روزنامه نگاری بی نیاز کند. دستیابی به تکنولوژیهای 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 تکنولوژیهای مدرن را در چرخه ویرانگری سرعت نادیده بگیرد. برای این نسل حیفاست که دانسته ها و بایسته های خویش را از مخاطبان تکنولوژیهای نوین دریغ کند. این نسل در عین حال باید بر شکاف موجود میان خود و قبيله 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 پرشتاب ارتباطات را دارد. هیچکس نباید شیفته جاذبه 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 هم روزنامه‌ها و هم دولت‌ها 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 نسخه‌های 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 قطعاً در بستر اصلی خود رشد نمی‌کند. ثانیاً ما در یک زمان خاص و بدون آمادگی کامل

سایر بخشهای جامعه، با تکنولوژی وارداتی غرب روبه‌رو شده‌ایم و از آن استفاده می‌کنیم. لذا اگر بخواهیم مسیر درست رشد فراهم شود باید زمینه شکل‌گیری سایر زیرساختهای لازم را در کنار یکدیگر به موازات هم فراهم کنیم و توسعه ببخشیم.

۱۵. از سویی ما به رشته‌های جدید علوم ارتباطات از قبیل مهندسی پیام، طراح صفحات وب و... نیز در دانشگاه‌ها تا مقطع دکتری نیاز داریم. علاوه بر این، باید نسل کهن روزنامه‌نگاری ایران را نیز که دانسته‌ها، تجربه‌ها و بایسته‌های قابل توجهی دارند، با رسانه‌های الکترونیکی و تکنولوژیهای نوین ارتباطی آشنا کرده تا بتوان شکاف موجود میان روزنامه‌نگاران قدیمی و نسل جدید روزنامه‌نگاران را توسط یک پل ارتباطی از میان برداشت.

### نتیجه‌گیری

با توجه به آنچه ذکر شد توسعه و پیشرفت روزنامه‌نگاری الکترونیک در یک جامعه، مستلزم وجود شرایط مختلفی است که می‌توان گفت تمامی آنها در بسیاری از کشورهای جهان فراهم نیست. اما نکته مهم این است که حتی در جوامع پیشرفته‌ای که بسیاری از این شرایط مهیاست، روزنامه الکترونیک تاکنون نتوانسته است جایگزین روزنامه چاپی شود. برای این وضعیت می‌توان دلایل متفاوتی بر شمرد و بخشی از آن را با عوامل تاثیرگذار بر پیشرفت روزنامه‌نگاری الکترونیک مرتبط دانست اما حتی با فرض برقراری تمامی آن شرایط، روزنامه‌های چاپی همچنان به دلیل پیشینه تاریخی، سهل‌الوصول بودن و راحتی مطالعه روی کاغذ، محبوبیت خود را حفظ کرده‌اند. روزنامه چاپی با سابقه ۴۰۰ ساله آشنای کودک، پیر و جوان است در حالی که از عمر روزنامه‌های الکترونیک کمتر از ۱۰ سال می‌گذرد. 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 عملی‌تر از مطالعه روی صفحه نمایش کامپیوتر است. اگر چه تهدید مطبوعات سنتی از سوی روزنامه‌های الکترونیک بسیار اساسی‌تر و بنیادی‌تر از تهدید صورت گرفته از سوی تلویزیون است اما روزنامه‌ها بار دیگر با جذب نکات مثبت و انطباق با شرایط جدید توانسته‌اند خود را از خطر نابودی نجات دهند. به همین دلایل است که آنچه تاکنون در دنیا اتفاق افتاده، جایگزینی روزنامه‌های چاپی توسط روزنامه‌های الکترونیک نیست. در واقع روزنامه‌های چاپی

نه تنها ادامه حیات خود را به دلیل پدید آمدن روزنامه‌های الکترونیک در خطر نمی‌بینند، بلکه با اتخاذ راهکارهای مناسب توانسته‌اند از روزنامه‌نگاری الکترونیک به عنوان مکمل کار خود بهره بگیرند. امروزه در دنیا بیش از ۶۰۰۰ روزنامه دارای نسخه الکترونیک وجود دارد. این بدان معنی است که روزنامه‌نگاران از انحصار کاغذ خارج شده‌اند و درصد عمده آنها بستر الکترونیک را نیز در کنار کاغذ برای انتشار افکار و نظرات خود بکار می‌گیرند در حال حاضر روزنامه‌های الکترونیک 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 الکترونیک از بین برود، کفه ترازو می‌تواند به سمت روزنامه‌های الکترونیک محض متمایل شود.

اگر امروزه هزینه و کیفیت ارتباط با اینترنت به عنوان یک عامل تاثیرگذار، پیشرفت روزنامه‌نگاری الکترونیک 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 الکترونیک 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 الکترونی 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 الکترونیک و تجارت الکترونیک است. باید باور داشت که ورود به هر عرصه‌ای بدون آگاهی و آموزش کافی، باعث ایجاد صدمات و لطماتی می‌شود. در مورد روزنامه‌نگاری الکترونی

هم باید چگونگی بهره‌برداری از سیستم را به کاربران آموزش داد. در اینجا باید به این بحث پرداخت که میزان تخریب چقدر است؟ متأسفانه همان‌گونه که ذکر شد استفاده از نظام دیجیتال در نظام آموزش ما عمومیت ندارد. واقعا ما چقدر شیوه استفاده از کامپیوتر را به دانش‌آموزان آموخته‌ایم؟ در حال حاضر آنچه اتفاق می‌افتد این است که حرکت به سمت این آموزشها داوطلبانه است. بنابراین ما با نوعی بی‌سوادی جدید مواجه هستیم. منظور از بی‌سوادی جدید، ناتوانی در خواندن و نوشتن نیست بلکه به معنای عدم توانایی در استفاده از تجهیزات نوین است. به همین دلیل شاهد به‌انزوا رفتن بسیاری از افراد در جامعه هستیم. یعنی افرادی یا به دلیل کمبود امکانات نتوانسته‌اند از این مزیت جدید بهره‌مند شوند و یا تمایلی به آن ندارند. به هر حال نوع جدیدی از بی‌سوادی در دنیای مدرن شکل گرفته است. □

#### منابع:

۱. رسانه، سال دهم، شماره ۳، پاییز ۷۸، ص ۱۰.
۲. اکرمی، حمیدرضا. "روزنامه‌نگاری 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 روزنامه‌ها، 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 روزنامه‌نگاری الکترونیک بر روزنامه‌های چاپی". پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد تهران مرکز، تابستان ۸۰، ص ۳۶.
۷. خوش‌نشین لنگرودی، لیلا. "بررسی علل و عوامل موثر بر میزان انتشار و عدم انتشار روزنامه الکترونیک"، پایان‌نامه ارشد تهران مرکز، سال ۸۰، صص ۷۸-۷۶.
۸. نقیب‌السادات، سیدرضا. "چالش‌های روزنامه‌نگاری 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. ناتم، 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.