

# نگاهی به وضعیت رسانه‌های الکترونیکی و روزنامه‌نگاری آنلاین در ایران و چشم انداز آتی آن

پروانه پیشنامازی، فارغ التحصیل دکترای ارتباطات جمعی دانشگاه دوستی ملل روسیه (PFUR)

p\_pishnamazi@yahoo.com

ویکتور ولادیمیروویچ باراباش

## چکیده

در این مقاله وضعیت رسانه‌های جمعی و بویژه رسانه‌های الکترونیکی ایران در عصر اینترنت مورد بررسی قرار می‌گیرند. به طور کلی رسانه‌هایی که در عصر اینترنت به نوعی در ارتباط با آن قرار دارند را می‌توان به سه دسته عمده تقسیم بندی نمود: ۱. رسانه‌های سنتی که از منابع اینترنتی استفاده می‌کنند؛ ۲. رسانه‌های دارای نسخه الکترونیکی؛ ۳. خود رسانه‌های الکترونیکی. در این نوشتار پژوهشگران با بهره‌گیری از روش‌های آمار توصیفی، تحلیل محتوا، مشاهده و مصاحبه نتیجه می‌گیرند که امروزه با در نظر گرفتن موانع اقتصادی، اجتماعی و فنی و تکنولوژیکی موجود در کشور، مهمترین این تغییرات را می‌توان در گروه اول از رسانه‌ها مشاهده نمود. در ارتباط با گروه دوم و سوم هم یافته‌های تحقیق مبین آن است که تعداد سایت روزنامه‌ها بیشتر از تعداد سایت‌های سایر رسانه‌هاست، و رسانه‌های اینترنتی با توجه به عوامل بازدارنده فنی، اجتماعی و اقتصادی به کندی توسعه می‌یابند. ضمن اینکه در تمام موارد مذکور، مساله رعایت حقوق مولف هم مطرح است.

**واژگان کلیدی:** "اینترنت"، "رسانه‌های الکترونیکی"، "تحول رسانه‌های سنتی"، "عوامل توسعه رسانه‌های آنلاین"

**مقدمه:**

رسانه‌های الکترونیکی و روزنامه نگاری اینترنتی یکی از مفاهیم پیشرفته هزاره سوم و عصر اطلاعات است. با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین اطلاعات و به ویژه اینترنت، انتشار اخبار در شکلی کاملاً نوین با تنوع بی‌سابقه در روش‌های ارائه اطلاعات، با سرعت بسیار بالا و به شکلی بهینه امکانپذیر گشته است. اکنون روزنامه‌های الکترونیک بسیاری در جهان ارائه می‌شود که در کوتاهترین زمان ممکن پس از وقوع یک حادثه، جزئیات آنرا همراه با صدا، تصویر، فیلم و سایر ملحقات، در کسری از ثانیه در اقصی نقاط کره خاکی منتشر می‌کنند. این رسانه‌ها بدون شک بر رسانه‌های متداول و سنتی تأثیر می‌گذارند.

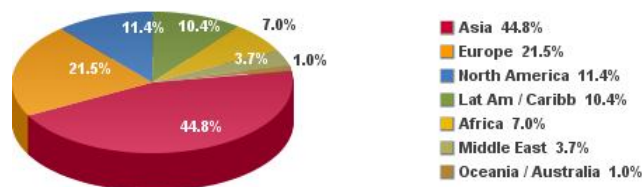
امروزه بسیاری از روزنامه‌های جهان که نسخه چاپی آنها مدت‌هاست منتشر می‌شود، به منظور بهره‌گیری از قابلیت‌های عالی و کم‌نظیر شبکه اینترنت به شکل الکترونیکی نیز منتشر می‌شوند. هر چند روزنامه‌ها و مجلات بسیاری نیز یافت می‌شوند که نسخه چاپی ندارند و تنها به صورت الکترونیک منتشر می‌گردند. در این میان، تقابل این دو شیوه روزنامه نگاری با هم جالب توجه است. مسائلی همچون مزایای هر یک از این دو شیوه نسبت به دیگری، قابلیت‌هایی که هر یک دارند و مشکلات فرا روی آنها و در نهایت تأثیراتی که هر یک بر دیگری دارند، می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. این تقابل و تأثیر و تأثر شرایط حرفه‌ای و کار در دنیای آینده مطبوعات و رسانه‌ها را رقم خواهد زد.

در ایران نیز چندی است که چنین روزنامه‌هایی پا به عرصه وجود گذاشته‌اند و به تقابل با روزنامه‌های چاپی پرداخته‌اند؛ اگر چه بسیاری از این روزنامه‌ها نسخه الکترونیک مطبوعات چاپی در ایران هستند، اما به هر حال یکی از نکات جالب توجه در این ارتباط، بررسی وضعیت موجود این رسانه‌های الکترونیک نوین در کشور، نقاط ضعف و قوت آنها، فرصت‌ها و تهدیدهایی که برای فضای رسانه‌ای کشور ایجاد می‌کنند و در نهایت دورنمای آنها در ایران است. [۱]

**اینترنت و رسانه‌های مبتنی بر وب در ایران**

برای بررسی وضعیت رسانه‌های اینترنتی و مبتنی بر وب، مروری بر آمار کاربران اینترنت اجتناب‌ناپذیر می‌نماید. طبق آمار رسمی منتشر شده از سوی Internet World Stats آمار جهانی کاربران اینترنت در سال ۲۰۱۲ به شرح زیر است:

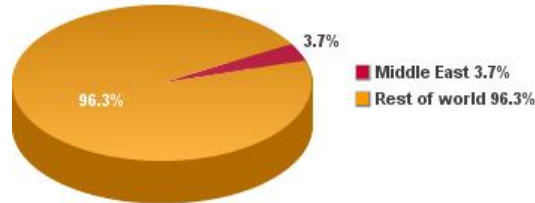
درصد توزیع قاره‌ای کاربران اینترنت در جهان



Source: Internet World Stats - [www.internetworldstats.com/stats.htm](http://www.internetworldstats.com/stats.htm)  
Basis: 2,405,518,376 Internet users on June 30, 2012  
Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group

طبق آمار ارائه شده این منبع، از کل جمعیت بیش از هفت میلیاردی دنیا، حدود دو میلیارد و ۴۰۵ میلیون و ۵۱۸ هزار و ۳۷۶ نفر از اینترنت استفاده می‌کنند. از این تعداد آسیا با جمعیت سه میلیارد و ۹۲۲ میلیون و ۶۶ هزار و ۹۸۷ نفر دارای یک میلیارد و ۷۶ میلیون و ۶۸۱ هزار و ۵۹ نفر کاربر اینترنت است و این در حالیست که اروپا با جمعیتی معادل ۸۲۰ میلیون و ۹۱۸ هزار و ۴۴۶ نفر دارای ۵۱۸ میلیون و ۵۱۲ هزار و ۱۰۹ مابری اینترنت، آمریکای شمالی با ۳۴۰ میلیون و ۲۸۰ هزار و ۱۵۴ نفر جمعیت دارای ۲۷۳ میلیون و ۷۸۵ هزار و ۴۱۳ کاربر اینترنت است. در این میان خاورمیانه نیز با ۲۲۳ میلیون و ۶۰۸ هزار و ۲۰۳ نفر جمعیت دارای ۹۰ میلیون و ۴۵۵ نفر کاربر اینترنت می‌باشد.

نمودار کاربران اینترنت در خاورمیانه و جهان - ژوئن ۲۰۱۲



Source: Internet World Stats - [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)  
 90,000,455 estimated Internet Users for 2012Q2  
 Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group

جمعیت و تعداد کاربران اینترنت در خاورمیانه					
خاورمیانه	جمعیت (۲۰۱۲)	تعداد کاربران در دسامبر ۲۰۰۰	تعداد کاربران اینترنت در ۲۰-ژوئن ۲۰۱۲	درصد جمعیت (ضریب نفوذ)	درصد کاربران اینترنت
بحرین	۱,۲۴۸,۳۴۸	۴۰,۰۰۰	۹۶۱,۲۲۸	٪۷۷.۰	٪۱۱.۱
ایران	۷۸,۸۶۸,۷۱۱	۲۵۰,۰۰۰	۴۲,۰۰۰,۰۰۰	٪۵۳.۳	٪۴۶.۷
عراق	۳۱,۱۲۹,۲۲۵	۱۲,۵۰۰	۲,۲۱۱,۸۶۰	٪۷.۱	٪۲.۴
اسرائیل	۷,۵۹۰,۷۵۸	۱,۲۷۰,۰۰۰	۵,۳۱۳,۵۳۰	٪۷۰.۰	٪۵.۹
اردن	۶,۵۰۸,۸۸۷	۱۲۷,۳۰۰	۲,۴۸۱,۹۴۰	٪۳۸.۱	٪۲.۸
کویت	۲,۶۴۶,۳۱۴	۱۵۰,۰۰۰	۱,۹۶۳,۵۶۵	٪۷۴.۲	٪۲.۲
لبنان	۴,۱۴۰,۲۸۹	۳۰۰,۰۰۰	۲,۱۵۲,۹۵۰	٪۵۲.۰	٪۲.۴
عمان	۳,۰۹۰,۱۵۰	۹۰,۰۰۰	۲,۱۰۱,۳۰۲	٪۶۸.۸	٪۲.۳
فلسطین	۲,۶۲۲,۵۴۴	۳۵,۰۰۰	۱,۵۱۲,۲۷۳	٪۵۷.۷	٪۱.۷
قطر	۱,۹۵۱,۵۹۱	۳۰,۰۰۰	۱,۶۸۲,۲۷۱	٪۸۶.۲	٪۱.۹
عربستان سعودی	۲۶,۵۳۴,۵۰۴	۲۰۰,۰۰۰	۱۳,۰۰۰,۰۰۰	٪۴۹.۰	٪۱۴.۴
سوریه	۲۲,۵۳۰,۷۴۶	۳۰,۰۰۰	۵,۰۶۹,۴۱۸	٪۲۲.۵	٪۵.۶
امارت متحده عربی	۸,۲۶۴,۰۷۰	۷۳۵,۰۰۰	۵,۸۵۹,۱۱۸	٪۷۰.۹	٪۶.۵
یمن	۲۴,۷۷۱,۸۰۹	۱۵۰,۰۰۰	۳,۶۹۱,۰۰۰	٪۱۴.۹	٪۴.۱
غزه	۱,۷۱۰,۲۵۷	n/a	n/a	n/a	n/a
کل خاورمیانه	۲۲۳,۶۰۸,۲۰۳	۳,۲۸۴,۸۰۰	۹۰,۰۰۰,۴۵۵	٪۴۰.۲	٪۱۰.۰

همانطور که ملاحظه می‌شود در منطقه خاورمیانه با ۲۲۳ میلیون و ۶۰۸ هزار و ۲۰۳ نفر جمعیت، تنها کمی بیش از ۹۰ میلیون نفر از اینترنت بهره می‌برند که این رقم ۳.۷ درصد از کل کاربران جهانی را به خود اختصاص داده است. در این میان سهم استفاده کنندگان اینترنت در ایران ۱.۷۴ درصد از آمار کل جهانی است. اگر چه ایران از نظر تعداد کاربران اینترنت در خاورمیانه دارای رتبه دوم (بعد از کشور بحرین) است؛ اما این تعداد کاربر در مقایسه با کاربران جهانی اینترنت، چندان رقم بالایی نمی‌باشد. البته نکته قابل توجه در این زمینه، سرعت افزایش کاربران اینترنت و ضریب نفوذ آن (۵۳.۳ درصد) در ایران است که از رشد قابل توجهی برخوردار است. (آمار کاربران اینترنت در کشور در دسامبر سال ۲۰۰۰ فقط ۲۵۰ هزار نفر بود که این آمار به ۴۲ میلیون نفر در ژوئن ۲۰۱۲ افزایش یافت.) [۲] اما نکته بازدارنده در این زمینه مربوط به پهنای باند و سرعت اینترنت در ایران است که در سال ۲۰۱۲ مجموع پهنای باند اینترنت ایران برابر با ۴۶۷ اس‌تی‌ام‌۱- بود و از نظر سرعت اینترنت، ایران از میان ۱۷۸ کشور در رتبه ۱۶۳ قرار داشت. [۳]

با در نظر گرفتن آمار فوق از یک سو، و با توجه به اینکه در ایران، بر خلاف بسیاری از کشورهای دیگر هنوز هم بحث در مورد اینکه آیا اینترنت و رسانه‌های مبتنی بر آن، ابزار ارتباط جمعی هستند یا خیر جاریست (اگر چه این بحث به صورت عمومی و علنی مطرح نمی‌باشد، اما و علی‌رغم اینکه اندیشمندان، اساتید و دانشجویان دوره دکتری ایران در این رابطه نظرات خاص خودشان را دارند)، هنوز نسبت به این مساله تمرکز لازم صورت نگرفته است.

در این زمینه و در توضیح تعلق رسانه‌های آنلاین به رسانه‌های جمعی، کفایت به قوانین جمهوری اسلامی ایران مراجعه کنیم. در ماده ۱ قانون مطبوعات مصوب ۱۳۶۴ چنین تعریفی ارائه می‌شود: «مطبوعات عبارتند از نشریاتی که بطور منظم با نام ثابت و تاریخ و شماره ردیف در زمینه‌های گوناگون خبری، انتقادی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، کشاورزی، فرهنگی، دینی، علمی، فنی، نظامی، هنری، ورزشی و نظایر اینها منتشر می‌شوند». در تبصره ۳ این قانون (الحاقی ۱۳۷۹.۱.۳۰) کلیه نشریات الکترونیکی مشمول مواد این قانون است. [۴]

همچنین ماده ۱ این قانون، خبرگزاری داخلی را موسسه‌ای خبری می‌داند که در زمینه جمع‌آوری، پردازش و انتشار خبر، تحلیل، مصاحبه و گزارش در قالب نوشتار، صدا و تصویر در محیط رقمی (دیجیتال) و یا غیر آن فعالیت می‌کند. در همان قانون در مورد رسانه‌های جمعی چنین تعریفی ارائه می‌شود: «رسانه‌های جمعی به صورت ادارات مطبوعات دوره‌ای، سازمان‌های رادیو - تلویزیون، آژانس‌های خبری، یا سایر نهادهای تولید رسانه‌های جمعی می‌باشند». لذا طبق قانون و از لحاظ تئوری، نشریات اینترنتی در تعریف «سایر نهادها» قرار می‌گیرند و از این رو رسانه‌های جمعی تحت شرایط دوره‌ای تعریف میشوند.

در آخرین اصلاحیه قانون مطبوعات مصوب ۱۳۸۸/۹/۸ - ۲۰۰۹/۱۱/۲۹ مجلس شورای اسلامی، یک تبصره به عنوان تبصره ۴ به آن الحاق می‌گردد، که بدین مضمون است: "تبصره ۴: خبرگزاری‌های داخلی از حیث حقوق، وظایف، حمایت‌های قانونی و جرایم و مجازات‌ها و مرجع و نحوه دادرسی، مشمول احکام مقرر در این قانون و اصلاحات آن هستند." بر اساس این اصلاحیه، مدیرعامل و نویسندگان و تهیه‌کنندگان مطالب خبرگزاری‌ها حسب مورد دارای همان مسؤلیت‌هایی هستند که برای مدیر مسوول و نویسنده مطبوعات منظور شده است. این اصلاحیه همچنین مرجع نظارت بر خبرگزاری‌ها را، هیات نظارت بر مطبوعات معرفی کرده است. [۴]

در آیین نامه ساماندهی پایگاه‌های اطلاع‌رسانی (سایت‌های) اینترنتی ایرانی (مصوب ۱۳۸۵.۵.۲۹ هیات وزیران) پایگاه‌های اطلاع‌رسانی اینترنتی (سایت و وبلاگ) به کلیه مراکز موجود در شبکه اینترنت که ارائه دهنده خدماتی مانند www و FTP هستند؛ اطلاق شد. [۵]

از طرفی مفهوم «اینترنت» در تعریف ارائه شده توسط قانون مطبوعات جمهوری اسلامی ایران جایی است که بیان شده، "رسانه‌های جمعی - مطبوعات و اطلاعات سمعی و بصری به صورت عمومی توزیع میشوند." علاوه بر این، شبکه‌های رسانه جمعی تحت قوانین وضع شده برای رادیو و تلویزیون، به عنوان یک رسانه توزیع اطلاعات جمعی از طریق «شبکه‌های ارتباطی دیگر»، یعنی اینترنت، قرار می‌گیرند. در اینجا لازم به ذکر است که در ایران ثبت نشریات اینترنتی الزامی می‌باشد. و بنا بر اعلام وب سایت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، کلیه پایگاه‌های اینترنتی اعم از خبری، اطلاع‌رسانی، علمی، آموزشی و غیره که دارای دامنه اینترنتی منحصر به فرد (Domain) هستند، ملزم به تکمیل فرم ثبت نام در طرح ساماندهی پایگاه‌های اطلاع‌رسانی (سایت‌های) اینترنتی ایرانی هستند. [۵]

صرف نظر از تعریف رسانه‌های اینترنتی از منظر قانون؛ اساتید، دانش‌آموختگان و پژوهشگران عرصه رسانه در ایران نظرات دقیق تری برای تعریف این مفهوم ارائه داده‌اند. پروفیسور "یحیی کمالی پور"، استاد و رییس دپارتمان ارتباطات در دانشگاه پردوی آمریکا، در مورد روزنامه‌نگاری الکترونیکی می‌گوید: "تبدیل نوشتار مکتوب به نوشتار دیجیتالی با استفاده از فناوری نوین بخصوص شبکه جهانی اینترنت باعث ایجاد یک شاخه جدید (هیبریدپروفشن) در حرفه روزنامه نگاری و به طور کلی رسانه‌ها شامل روزنامه، مجله، رادیو، تلویزیون، فیلم و... شده است. امروز نه تنها نشریات مکتوب بلکه رسانه‌های الکترونیک نیز از آنالوگ به دیجیتال تبدیل شده‌اند؛ برای مثال، امروز رادیو و تلویزیون و فیلم را نیز می‌توانیم از طریق اینترنت به صورت زنده (real time) دریافت کنیم. صاحبان رایانه به شرطی که به شبکه جهانی اینترنت متصل باشند می‌توانند براحتی صدا و تصویر دیجیتال را به طور مداوم (audio and video streaming)

دریافت کنند. با این توضیحات می‌توان گفت روزنامه‌نگاری سایبر یا E-journalism یا دیجیتال ژورنالیسم، تبدیل نوشتار مکتوب (text) به دیجیتال است. [۶]

به طور کلی می‌توان اذعان داشت روزنامه‌نگاری الکترونیک به معنی انتشار اطلاعات در دوره‌های زمانی مشخص در قالب صفحات وب بر روی یک شبکه اطلاع‌رسانی یا روی اینترنت است. محتویات چنین روزنامه‌ای به جای چاپ شدن بر روی کاغذ به صورت فایل‌های کامپیوتری در حافظه یک کامپیوتر قرار دارد. این فایلها که در قالب‌های خاصی به نام صفحات وب در دوره‌های زمانی معینی در یک شبکه اطلاع‌رسانی متصل به اینترنت قرار می‌گیرند و مخاطبان چنین نشریاتی یعنی افرادی که با کامپیوتر شخصی خود به آن شبکه وصل می‌شوند، می‌توانند صفحات روزنامه را روی صفحه نمایش کامپیوتر خود ببینند و یا آن را روی کاغذ چاپ و سپس مطالعه کنند. اتصال به شبکه اطلاع‌رسانی مورد نظر ممکن است از طریق اینترنت یا در یک شبکه داخلی صورت پذیرد. [۷]

### تاریخچه روزنامه‌نگاری الکترونیکی در ایران و جهان

روزنامه "شیکاگو تریبون" در سال ۱۹۹۲ اولین روزنامه آنلاین بود که محتوای خود را به صورت الکترونیکی ارائه کرد. از سال ۱۹۹۲، رسانه‌های آنلاین به طور خارق‌العاده بسط یافته و به تکامل رسیده‌اند. در ایران، روزنامه "همشهری" اولین روزنامه‌ای بود که در سال ۱۳۷۳ نسخه الکترونیکی روزنامه چاپی خود را منتشر کرد. اولین روزنامه الکترونیکی محلی که تاکنون در ایران منتشر شده، "خانه ملت" است که توسط مجلس شورای اسلامی تهیه و منتشر می‌شود. اما نخستین روزنامه‌ای که نسخه اینترنتی را فراتر از نسخه چاپی ارائه کرد "جام جم آنلاین" بود. [۸]

همانطور که ملاحظه می‌شود به رغم عمر کوتاه روزنامه‌نگاری الکترونیک در جهان، کشور ما نیز به سرعت در معرض امواج این پدیده فراگیر قرار گرفت و با فاصله بسیار کوتاهی روزنامه‌نگاری الکترونیکی در ایران جای خود را باز کرد. توجه کنیم که کشور ما دویست و پانزده سال بعد از انتشار روزنامه در لندن (۱۶۲۲ میلادی) صاحب نخستین روزنامه (کاغذ اخبار ۱۸۳۷ میلادی) شد و این تاخیر زمانی برای رادیو و تلویزیون حدود ۲۰ سال بود. بنابراین سرعت ورود و پذیرش روزنامه‌نگاری الکترونیکی در ایران در خور تامل است. این سرعت ناشی از تحولات اجتماعی و فرهنگی است که شکل‌گیری جامعه اطلاعاتی و چند رسانه‌ای در زیست بوم جهانی پدید آوردند. [۹]

روزنامه‌نگاری الکترونیکی با فاصله‌ای اندک (یکساله) نسبت به غرب وارد ایران شد و وبلاگ نویسی به مثابه جدیدترین تحول در عرصه روزنامه‌نگاری الکترونیکی نیز تقریباً هم‌زمان و یا حداکثر با یک سال تاخیر در ایران شناخته شد و مورد اقتباس قرار گرفت. در حال حاضر اکثر قریب به اتفاق روزنامه‌ها و تعداد کثیری از نشریات ادواری نسخه الکترونیکی خود را نیز در اینترنت عرضه می‌کنند و تعداد قابل توجهی از سازمان‌ها، گروه‌ها و موسسات ایرانی نیز سایت‌های اطلاع‌رسانی و خبری خود را در شبکه جهانی اینترنت شکل داده‌اند.

به این ترتیب می‌توان گفت که سرعت ورود، پذیرش و فراگیری روزنامه‌نگاری الکترونیکی در ایران خود نماد بارزی از قدرت، نفوذ و ظرفیت بالقوه حضور و فراگیری این گونه از رسانه‌ها در جامعه امروز است.

### ویژگی‌های روزنامه‌های الکترونیکی

سه امتیاز برجسته جستجو در اینترنت به طور کلی و جستجوی خبر و گزارش‌های خبری به طور خاص؛ "تعاملی"، "فرامنتی"، و "چند رسانه‌ای" بودن است. این سه ویژگی تحول شگرفی در خبررسانی و خبرخوانی اینترنتی ایجاد کرده‌اند که تفاوت‌های زیادی با شیوه‌های مرسوم و رسانه‌های مرسوم دارد. این ویژگی‌ها سبب شده‌اند تا به بیان ساده کاربران، جای سردبیران را تا حدودی بگیرند و خود مطالب مورد نیازشان را انتخاب کنند یا حتی مطالبی به آنچه موجود است از جای دیگر اضافه کنند یا به راحتی به آرشیو و شماره‌های گذشته رجوع کنند و ساختار مطلب و متن را

شخصی کند؛ بایگانی شخصی تشکیل دهند و متن را به صورت چند رسانه ای مورد استفاده قرار داده و حتی متن دلخواه را به دیگران ارسال و درباره آن گفتگو کنند. [۱۰]

### مزایای روزنامه‌نگاری الکترونیکی

دکتر "یونس شکرخواه" در کتاب "روزنامه‌نگاری سایبر: جامعه‌اطلاعاتی و آزادی بیان" در این باره آورده است:

۱. **عدم محدودیت زمانی و مکانی:** زمان و مکان هر دو برای روزنامه‌های الکترونیکی نابود شده اند، خواننده یک روزنامه الکترونیکی هرگز منتظر یک ساعت خاص برای دسترسی به اطلاعات باقی نمی‌ماند و به محض نمایش با رسانه خود در اینترنت، در جهان سایبر قرار می‌گیرد و این یعنی دسترسی سریع و آنلاین به اطلاعات. درضمن برای رسانه‌های سایبر هیچ مشکلی از نظر توزیع هم وجود ندارد.

۲. **امکان دسترسی به ادبیات جهانی واژه‌ها:** فرامتنی (Hypertext) در رسانه‌های سایبر از دیگر مزایای روزنامه‌نگاری الکترونیکی است. با این ویژگی متون در جهان رسانه‌های سایبر به یکدیگر گره خورده‌اند و زمان و مکان در این گره خوردگی نابود شده است. استفاده از این امکان، به معنی دستیابی مخاطب به ادبیات جهانی یک واژه است. این امکان برای هیچ یک از روزنامه‌های نوشتاری حتی در آرشو خودشان نیز متصور نیست و به یک رویا شبیه است.

۳. **امکان استفاده از گرافیک متحرک، صدا، تصویر و نور:** در رسانه‌های چاپی تنها تصویر است که وجود دارد، آن هم البته بدون تغییر می‌ماند و برای هر نسخه روزنامه ثابت است. اما در روزنامه‌های الکترونیکی، گرافیک‌های متعدد و متحرک، تصاویر تغییر یابنده، صدا و موزیک به کمک خبرها، مقاله‌ها، گزارش‌ها و... می‌آیند تا تاثیرگذاری مطلب به اوج برسد و کاربران رسانه‌های الکترونیکی به هیچ وجه احساس خستگی نکنند.

۴. **امکان ارتباط بی واسطه:** یکی دیگر از ویژگی‌ها و مزایای روزنامه‌نگاری الکترونیکی این است که بین تولیدکننده و مصرف کننده یا همان رسانه و مخاطب هیچ واسطه‌ای وجود ندارد و این چیزی شبیه به ارتباط چهره به چهره است. به عبارت دیگر، هر دو طرف، همیشه به هم دسترسی دارند و امکان پس فرست هم به طور لحظه به لحظه برای طرفین موجود است.

۵. **امکان شخصی شدن:** روزنامه‌های الکترونیکی حتی می‌توانند برای یک نفر انتشار یابند. به این معنی که شما می‌توانید به روزنامه خود دستور دهید که چه نوع اطلاعاتی را در اختیارتان قرار دهد و چه نوع اطلاعاتی را در اختیارتان قرار ندهد. در این حالت، کاربر روزنامه الکترونیکی به جای دریافت کل مطلب، فقط مطلب سفارشی خودش را دریافت می‌کند.

۶. **رفتارهای افقی و بدون سلسله مراتب:** با مروری بر نظریه‌های ارتباطی متوجه خواهیم شد که ارتباطات جمعی از آغاز حالتی یک طرفه و عمودی داشته است. از مدل‌های ارتباطی شانون و ویور تا نظریه گلوله‌های جادویی همه و همه جریان‌های یک طرفه بوده‌اند. حال آنکه در رسانه‌های الکترونیکی، گیرنده یک مشاهده گر فعال است که مانند فرستنده در توزیع اطلاعات شرکت دارد. [۱۱]

### معایب و مشکلات روزنامه‌نگاری الکترونیکی

قابل ذکر است که همه جنبه‌های روزنامه‌نگاری الکترونیک مثبت و امیدوار کننده نیست. به همان نسبتی که روزنامه‌نگاری الکترونیک، چشم‌اندازها و فرصت‌هایی را فراهم کرده است، مشکلات و نگرانی‌هایی هم ایجاد کرده است که بعضی از این مشکلات و نگرانی‌ها به شرح زیر است:

## ۱. شکاف دیجیتالی

یکی از بحث‌هایی که در دهه ۱۹۷۰ شروع شد و همچنان ادامه دارد بحث شکاف آگاهی است. این نظریه را از دو جهت می‌توان ارزیابی کرد، یکی از جهت دسترسی به رسانه و یکی هم از جهت خصلت رسانه و خصلت استفاده کننده از رسانه. منظور از خصلت رسانه این است که برخی رسانه‌ها ماهیتاً برای گروه‌هایی از مخاطبان کارآیی و استفاده بهتری دارند. مثلاً، کتاب و روزنامه بیشتر متناسب با مخاطبانی است که تحصیلات بالاتر، درآمد و فراغت بیشتر دارند، حال آنکه تلویزیون در غالب موارد و برحسب محتواهایی که عرضه می‌کند می‌تواند با مخاطبانی در ارتباط قرار گیرد که دارای تحصیلات و درآمد و رفاه پایین‌ترند. در حال حاضر استفاده از روزنامه الکترونیک هم می‌تواند تا حدودی همینطور باشد، به عبارت دیگر با استفاده کنندگانی متناسب پیدا کند که دارای جایگاه اجتماعی و اقتصادی بالاتر باشند. این تناسب هم از جهت اصل دسترسی و هم از جهت توانایی و مهارت‌های استفاده از آن مد نظر است. منظور از خصلت مخاطب هم تا حدودی همان است که در سطور بالا گفته شد یعنی ارتباط با جایگاه اجتماعی و تا حدودی نیز به انگیزه و نیاز به اطلاعات خاص مربوط می‌شود.

شواهد آماری نشان دهنده این است که شکاف آگاهی مورد بحث در ارتباط با رسانه‌های مرسوم در مورد رسانه جدید یعنی استفاده از اینترنت برای خبر خوانی نیز وجود دارد. طبق آمار موجود، در سال ۲۰۰۲ دسترسی به اینترنت در کل جهان از حیث نفر، بیش از ۶۰۵ میلیون نفر بوده است که توزیع درصدی آن در قاره‌ها و مناطق مختلف جهان به این شرح است: اروپا (۳۱/۵۲٪)، آسیا و اقیانوسیه (۳۰/۹۱٪)، آمریکا و کانادا (۳۰/۱۶٪)، آمریکای لاتین (۵/۵۱٪)، افریقا (۱/۰۵٪) و خاورمیانه (۰/۸۵٪). [۱۰] این آمار در سال ۲۰۱۲ میلادی تغییرات زیادی کرده است بطوریکه در ماه ژوئن سال ۲۰۱۲ شمار کل استفاده کنندگان از اینترنت به ۲۴۰۵۵۱۸۳۷۶ نفر (۳۴/۲۷٪ از جمعیت جهان) رسیده و توزیع آن در جهان به این شرح بوده است: اروپا (۲۱/۵٪)، آسیا (۴۴/۸٪)، اقیانوسیه (۱٪)، آمریکا و کانادا (۱۱/۴٪)، آمریکای لاتین (۱/۰۶٪)، افریقا (۰/۷٪) و خاورمیانه (۰/۳۷٪). [۲] با اینکه در فاصله ده سال شکاف موجود میان مناطق توسعه یافته و مناطق در حال توسعه کمتر شده است اما میزان آن هنوز هم زیاد است.

همانطور که ملاحظه می‌شود میان کشورها و مناطق مختلف جهان، از جهت اصل دسترسی و استفاده از اینترنت به طور کلی فاصله بسیار زیادی وجود دارد که استفاده برای خبر خوانی و خبر گیری بخشی از این تفاوت کلی است. در درون کشورها نیز ممکن است چنین شکافی ملاحظه شود. این نوع شکاف دیجیتالی ممکن است بین گروه‌های شهری و روستایی، جنسی، نژادی، درآمدی و تحصیلی یا گروه‌هایی که براساس سایر متغیرها قابل تفکیک هستند نیز وجود داشته باشد.

طبق گزارشی که مرکز آمار ایران در سال ۱۳۸۹ منتشر کرده است آمارها نشان دهنده فاصله بسیار زیاد بین دسترسی به اینترنت در نقاط شهری و نقاط روستایی است. براساس این آمار تعداد خانوارهای دارای دسترسی به اینترنت در شهرها ۲۷/۳ درصد و در خانوارهای روستایی ۴/۹ درصد است. همچنین این "گپ دیجیتالی" بین استان‌های توسعه یافته و محروم هم به وضوح دیده می‌شود. این آمارگیری نشان می‌دهد که بیشترین ضریب نفوذ اینترنت در نقاط شهری به ترتیب مربوط به استان تهران با ۲۳/۱ درصد، استان مازندران با ۲۲/۷ درصد و استان اصفهان با ۲۲ درصد بوده است. استان سیستان و بلوچستان با ۱۰/۵ درصد کمترین ضریب نفوذ اینترنت در نقاط شهری را داشته است.

[۱۲]

## ۲. گزارش گیری غیر مستند / نقض معیارهای عینیت

نزول کیفیت می‌تواند نه تنها در مطبوعات چاپی بلکه در رسانه‌های الکترونیک و خبررسانی اینترنتی هم دیده شود. برای روشنتر شدن مسئله می‌توان گفت یکی از توصیه‌هایی که برای گزارشگری مستند و مبتنی بر واقعیات می‌شود این است که از گزارش به جای استنباط و قضاوت استفاده شود. البته این امر در رسانه‌های چاپی هم مکرر رخ می‌دهد.

[۱۰]

### ۳. اعتبار و اصالت خبر

مسئله اعتبار خبر موضوعی پر سابقه در پژوهش ارتباط جمعی است. در مورد خبرهای اینترنتی و روزنامه‌های عرضه شده در شبکه جهانی اینترنت دقت، قابلیت اتکا و کفایت اطلاعات ممکن است بیشتر از میزانی مطرح شود که در رسانه‌های مرسوم و سنتی مطرح است. به ویژه اینکه، فشار موجود برای سرعت خبر رسانی ممکن است باعث شود که اصل صحت خبر، فدای سرعت شده و حتی یک رسانه، خبری مهم را بدون بررسی دقیق منتشر کند.

### ۴. مشکل اطلاعات زیانبار

اگرچه مشکل اطلاعات متناقض، زیانبار و یا اطلاعات ناخواسته و نامطلوب در رسانه‌های سنتی و مرسوم نیز وجود دارد؛ اما این نقیصه در رسانه‌های الکترونیک بیشتر و پررنگ تر است. ویژگی فرامتنی روزنامه‌نگاری الکترونیک اگرچه امکان دسترسی به ادبیات جهانی واژه را برای مخاطبان خود فراهم می‌سازد، اما همانطور که پیشتر نیز اشاره شد گریز زدن از یک مفهوم به مفهوم دیگر اگر بطور مکرر اتفاق بیافتد می‌تواند منجر به گمگشتگی، انحراف ذهن از موضوع اصلی و انباشت و سرریزی اطلاعات در مخاطب شود.

### پس از این مقدمه به بررسی وضعیت و چالشهای روزنامه‌نگاری الکترونیک در ایران می‌پردازیم:

همانطور که پیشتر ذکر شد روزنامه‌نگاری الکترونیک از جمله مباحثی است که تقریباً همزمان با آغاز فعالیت جهانی شبکه اینترنت در سال ۱۹۹۲ در جوامع گسترش یافت و جامعه ایرانی را نیز کم و بیش تحت تاثیر قرار داد. به طور کلی فعالیت رسانه‌های ایران در حوزه روزنامه‌نگاری الکترونیک به معنی آکادمیک و علمی آن، در سه شکل قابل بررسی است. در واقع تعامل رسانه‌های جمعی ایران با تارنمای جهانی را می‌توان در سه بخش جداگانه تقسیم نمود:

۱. رسانه‌های سنتی، که از منابع اینترنتی استفاده میکنند؛

۲. رسانه‌های دارای نسخه اینترنتی؛

۳. رسانه‌های اینترنتی؛

الف) در حال حاضر گروه اول تنگاتنگ ترین ارتباط را با اینترنت دارد. روزنامه نگاران رسانه‌های ایران در تهیه مطالب برای رسانه‌های سنتی اغلب به منابع اینترنتی مراجعه میکنند: اینترنت به عنوان منبع غالب اطلاعات در جستجوی مطلب مورد استفاده قرار میگیرد. با بررسی اجمالی محتوای رسانه‌های کشور، اغلب متوجه میشویم که رسانه‌های کشور خواه الکترونیکی و خواه سنتی، به طور افراطی و مستقیم وابسته به اطلاعات شبکه جهانی هستند. روزنامه نگاران ایرانی، بدون کنترل کافی اطلاعات اینترنتی، مطلب مورد نظر را در روزنامه‌ها منتشر کرده و یا در برنامه‌های رادیو و تلویزیون مورد استفاده قرار می‌دهند. بر اساس پژوهش‌های صورت گرفته روزنامه‌ها حدوداً ۳۰ الی ۹۰ درصد از مطالب خود را از اطلاعات و عکس‌های گرفته شده از منابع اینترنتی پر می‌کنند. در این زمینه مواردی وجود دارد که در آن حتی لینک به منبع اطلاعات هم داده نمی‌شود، که طبیعتاً بر خلاف قانون است. در خصوص رابطه رسانه با اینترنت و رعایت حق مولف، باید توجه داشت که وضعیت رسانه‌های دیداری- شنیداری هم بهتر نیست. ایستگاه‌های رادیویی محلی FM به طور بی رویه ای در پخش برنامه‌های خود از اطلاعات اینترنتی استفاده میکنند. این بهره‌گیری دامنه و طیف گسترده ای از استفاده در اخبار و برنامه‌های تحلیلی تا به آشکارا تقلید کردن ایده‌های خلاق برای ساخت برنامه‌ها را شامل می‌شود. در بسیاری موارد لینک‌های لازم برای منبع اینترنتی اطلاعات مشاهده نمیشود. تنها استثنا در این زمینه مربوط به انتشار اخبار است که در آن مجریان به عنوان یک قاعده و اصل روزنامه‌نگاری به ذکر منبع می‌پردازند.

ب) در ارتباط با رسانه‌هایی که دارای نسخه اینترنتی میباشند، در آگوست ۲۰۰۸، تعداد این سایت‌ها تنها هفت عدد بود که از این تعداد روزنامه‌ها بیشتر از تعداد سایر رسانه‌ها بودند. یکی دیگر از نکات قابل توجه در بررسی رسانه‌های



اینترنتی ایران، آن است که باید توجه داشت حتی در یک مورد هم واحد ویژه سازمانی - ویرایشگر وب، که منحصرًا مختص نسخه اینترنتی رسانه‌های سنتی باشد، وجود ندارد.

گذشته از موارد فوق مشکل اصلی تاثیرگذار بر توسعه سایت‌های خبری و بویژه هفته نامه‌های سنتی، مساله به روز رسانی اطلاعات است. به روز رسانی روزانه مستلزم سرمایه گذاری‌های فراوان می‌باشد. در میان مطالب منتشر شده در نسخه آنلاین رسانه‌های سنتی، مطالب غالب شامل اخبار و تجزیه و تحلیل است. قابل ذکر است که نسخه‌های آنلاین رسانه‌های مذکور در حال توسعه هستند، که البته در این راه نیازمند سرمایه گذاری‌های مالی، تبلیغات و از همه مهمتر کادری حرفه ای هستند.

قابل ذکر است که در حال حاضر هیات تحریریه‌ها از تمام پتانسیل اینترنت استفاده نمی‌کنند و امکان به روز رسانی در هر ثانیه از سوی تحریریه نادیده گرفته میشود. بر خلاف نسخه‌های آنلاین رسانه‌های چاپی، آژانس‌های خبری از راندمان و به روز رسانی فوق العاده ای برخوردار هستند. در این ارتباط، در وب سایت‌های [iranonline.com](http://iranonline.com)، [isna.ir](http://isna.ir)، [irna.ir](http://irna.ir) هر روز اطلاعات جدیدی مشاهده میشود و در هر دقیقه به روز رسانی میشوند.

نشریات آنلاین و نسخه الکترونیکی رسانه‌های سنتی مزایای مهمی در مقابل موارد مشابه چاپی دارند: اولاً، فرایند و فن آوری تولید آنها ساده است که به تبع زمان صرف شده برای انتشار نشریه را به شدت کاهش می‌دهد، دوماً، برای رسانه‌های آنلاین نیازی به کادر بزرگ کارکنان نیست، سوماً، مزایای اقتصادی آن است که در صرفه جویی کاغذ، تجهیزات چاپی و تایپی نمود دارد. اما مهمتر از همه، و عمده مزیت آن تیراژ نامحدود و متعاقباً عدم محدودیت مخاطبان است. همچنین برای نسخه آنلاین یک نشریه سنتی قبل از هر چیز، تصویر نشریه، اعتبار آن و ورود به بازار جهانی اطلاعات، گسترش مخاطبان، و نیز فرصت بیشتری برای جذب سرمایه در ازای انتشار تبلیغات تجاری بر روی سایت است.

ج) در ارتباط با گروه سوم نشریات آنلاین، در حال حاضر فقط سه رسانه اینترنتی وجود دارد که نسخه سنتی ندارند و اطلاعات خود را به طور انحصاری در اینترنت منتشر میکنند. این رسانه‌ها عبارتند از: ایسنا، خانه ملت و روزنامه الکترونیکی حزب اعتدال و توسعه ایران.

به طور کلی نتایج بررسی‌ها و تحقیق در حوزه رسانه‌های ایران به وضوح نشان می‌دهد که در حال حاضر هیچگونه رقابتی بین دو شیوه روزنامه‌نگاری سنتی و الکترونیک مشاهده نمی‌شود و رسانه‌های آنلاین اخیر، بدون از میدان بدر کردن رسانه‌های سنتی، فقط جای برحق و قانونی خود را گرفته اند. مصداق این واقعیت، درصد کم مخاطبان رسانه‌های اینترنتی است، بطوریکه هنوز هم رسانه‌های سنتی را میتوان با اطمینان رسانه‌های جمعی غالب نامید. این مورد را بارها خود صاحبان رسانه‌های آنلاین اظهار نظر نموده اند که این امر با داده‌های آماری نیز تایید و تصدیق میشود. به طوری که کل تیراژ روزنامه‌های تهران طبق آمار مختلف از ۸۰ تا ۱۰۰ هزار نسخه است. این در حالیست که طبق آمارهای اعلام شده مجموع مخاطبان نشریات اینترنتی، ۳۰-۲۵ هزار بازدیدکننده است. نباید فراموش کرد که اگر یک شخص روزنامه ای بخرد، چند نفر از اعضای خانواده آن را خواهند خواند. به این ترتیب شمار مخاطبان واقعی رسانه‌های چاپی چندین برابر بالاتر از تیراژ آنهاست. این در حالیست که برای رسانه‌های اینترنتی وضعیت کاملاً متفاوتی وجود دارد. در اینجا، بر عکس، شمار بازدیدکنندگان ثابت با تعداد واقعی مردم مطابقت ندارد. چرا که ممکن است یک کاربر روزانه مکرراً و چندین بار وارد سایت شود. در نتیجه در اینترنت تعداد کاربران واقعی کمتر از تعداد واقعی بازدیدکنندگان ثبت شده است.

به طور کلی عوامل بسیاری بر تفاوت آشکار تعداد مخاطبان و به تبع آن موانع رشد و توسعه روزنامه‌نگاری الکترونیک ایران تاثیر می‌گذارند که عبارتند از:

۱. **پهنای باند و سرعت کند اینترنت در ایران:** شمار کاربران اینترنت باند پهن - پرسرعت - در کشور ما در حالی از ۵/۱ میلیون نفر هم عبور نمی‌کند که سرعت رشد اینترنت پرسرعت در کشورهای مختلف جهان غیرقابل انکار است.

کشور آمریکا به عنوان پایه گذار اینترنت در جهان با بیش از ۳۰۳ میلیون نفر جمعیت بالغ بر ۲۲۰ میلیون کاربر اینترنت دارد که بعد از چین دومین کشور جهان از نظر تعداد کاربر اینترنت است. این کشور دارای ضریب نفوذ اینترنت ۵/۷۲ درصدی است و در رده سیزدهم کشورهای جهان در رتبه بندی جهانی ضریب نفوذ اینترنت قرار گرفته و این در حالی است که تعداد کاربران اینترنت این کشور از سال ۲۰۰۰ تا سال ۲۰۰۸ به بیش از ۱۳۸ درصد افزایش یافته است. جالب توجه آن است که در آمریکا رشد اینترنت پرسرعت یا باند پهن در چند سال گذشته وضعیت بسیار مطلوبی داشته و در حال حاضر در این کشور نزدیک به ۸۰ میلیون کاربر اینترنت باند پهن وجود دارد که تقریباً ۲۰ درصد کل کاربران باند پهن جهان (۴۰۵ میلیون کاربر) است.

کشور ترکیه نیز به عنوان یکی از کشورهای در حال توسعه منطقه که از نظر تعداد جمعیت شباهت بسیار نزدیکی به ایران دارد حدود ۲۶ میلیون کاربر اینترنت با ضریب نفوذ ۳۵ درصد دارد با این تفاوت که تعداد کاربران اینترنت باند پهن این کشور حدود ۶ میلیون و یک درصد کل کاربران باند پهن جهان است ضریب نفوذ اینترنت باند پهن ترکیه ۸ درصد است و این کشور در جایگاه بیست و نهم جهان قرار دارد.

در کشور عربستان با ۲۸ میلیون نفر جمعیت حدود ۷ میلیون نفر از اینترنت استفاده می‌کنند و این کشور با ضریب نفوذ ۲۲ درصدی در رده کشورهای میانه رو به پایین رتبه بندی جهانی قرار دارد. قطر نیز با ۷۹۵ هزار نفر جمعیت حدود ۳۵۱ هزار نفر کاربر اینترنت دارد و با ضریب نفوذ ۴۲ درصدی در رده کشورهای میانه در رتبه بندی جهانی است. [۱۳]

با نگاهی به آمار و ارقام فوق بدیهی است که سرعت پایین اینترنت یکی از موانع رشد و توسعه سایبر ژورنالیسم در کشور تلقی شود.

**۲. تعداد کم و گسترش نابرابر کاربران اینترنت در کشور و هزینه‌های بالای دسترسی به اینترنت:** ضمن تعریف نقش اینترنت در سیستم رسانه ای ایران خاطر نشان میکنیم، همانطور که بررسی شرایط شکاف دیجیتالی ایران نشان میدهد، اینترنت در تمام پهنه کشور به طور یکسان رشد نکرده و این نابرابری علاوه بر مناطق شهری و روستایی، در سایر بخش بندی‌ها نظیر تحصیلات، سطح درآمد، سن و... نیز وجود دارد. بنابراین و با توجه به نقش حیاتی اینترنت در عملکرد رسانه‌های الکترونیکی ایران باید کوشش شود با ارتقای سطح زندگی ایرانیان، رفاه آنها نیز افزایش یابد و در نتیجه کامپیوترهای خانگی دیگر وسایل لوکس تلقی نشده، بلکه مانند سایر لوازم خانگی معمولی دیگر مثل یخچال و تلویزیون تلقی شوند. به جرات می‌توان گفت که کاهش هزینه‌های دسترسی به رایانه و اینترنت از جمله ملزومات رشد روزنامه‌نگاری الکترونیک می‌باشد همانطور که تجارب جهانی نشان می‌دهد در جوامع غربی هم تا زمانی که این تکنولوژی‌ها همگانی نشد و به صورت ارزانقیمت در دسترس عموم قرار نگرفت، روزنامه‌نگاری دیجیتالی هم بسط پیدا نکرد. در کشور ما متأسفانه چون هنوز این امکانات به صورت ارزانقیمت در اختیار خانواده‌ها قرار ندارد، عدم شکوفایی این شیوه از روزنامه نگاری، طبیعی به نظر می‌رسد.

**۳. فقدان مهارت‌های ابتدایی کامپیوتری و نرم افزار در میان جمعیت فعال تر در بازه سنی ۳۰ تا ۵۵ سال:** طبق آمار انجمن جامعه شناسی ایران، با بالا رفتن سن، میزان استفاده از اینترنت به طور قابل توجهی کاهش می‌یابد. با توجه به مطالعه انجام شده در ماه اکتبر سال ۲۰۱۰، ۷٪ کاربران اینترنت در میان پاسخ دهندگان رده سنی ۳۰-۴۴ سال، ۶٪ - ۴۵-۵۹ سال و ۳٪ از پاسخ دهندگان ۶۰ سال و بالاتر ثبت شده است. به این ترتیب در میان افراد جوان در سنین ۱۸ تا ۲۹ سال، این رقم ۷٪ است. [۱۴]

**۴. عدم وجود کادر حرفه ای روزنامه‌نگاری آنلاین:** فقدان آشکار کادر حرفه ای اجازه انجام روزنامه‌نگاری اینترنتی در قالب طراحی شده را نمیدهد. هر چند لازم است اشاره ای داشته باشیم به روزنامه نگاران اینترنتی حرفه ای مثل یونس شکرخواه، حمید ضیایی پرور و... که در تحقق روزنامه‌نگاری الکترونیک ایران و نیز جذب مخاطبان اینترنتی موفق عمل کرده اند، اما متأسفانه هنوز هم اطلاعات ارزنده، ضروری و موثر تنها برای تعداد محدودی از گیرندگان در

دسترس است که این مساله مربوط به تامین منابع اقتصادی و هزینه‌های دسترسی به اینترنت و متعاقب آن منابع اطلاعاتی و خبری میباشد.

**۵. فقدان زیرساخت‌های فنی و حرفه‌ای:** محدودیت سخت افزاری و نرم افزاری موجود، مانع بسیار بزرگی بر سر راه توسعه شبکه الکترونیکی و از جمله روزنامه‌نگاری سایبر است. باید دانست که لازمه دیجیتالی شدن، دسترسی به امکانات است. در دنیا این اتفاق افتاده چون زیرساخت‌های لازم را فراهم کرده اند. 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 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 می‌پردازد و پس از ردیابی امواج قوی از طریق ماهواره وارد شبکه می‌شود. در صورتی که ما در ایران نه تنها هنوز موفق به توزیع امکانات و تجهیزات فنی پیشرفته برای همه اقشار جامعه نشده ایم بلکه حتی نتوانسته ایم به شیوه سنتی، خط تلفن در اختیار خانواده‌ها قرار دهیم. در حال حاضر سیستم جدید به شکل بی سیم فقط در نقاط محدودی از کشور 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 می‌رسد باید مدت زمان طولانی در انتظار ماند تا ارتباط مستقیم با شبکه از طریق ماهواره در کشور فراهم گردد. چون زیرساخت‌های لازم فراهم نشده است و بر فرض تحقق آن، تا زمانی که نتوانیم امکانات شبکه را به شکل گسترده و ارزاقیمت در اختیار عموم قرار دهیم، نمی‌توانیم شاهد بسط و توسعه شبکه دیجیتالی و ترکیبات آن باشیم. [۱۵]

**۶. عدم آمادگی بسترهای لازم آموزشی-اجتماعی:** باید توجه داشت که بدلیل آماده نبودن بسترهای لازم و عدم آگاهی و پذیرش عمومی آحاد جامعه نه تنها شاهد عدم توسعه روزنامه‌نگاری الکترونیک بلکه سایر عرصه‌ها نیز می‌باشیم؛ مثلاً در کنار توسعه کتاب دیجیتالی در جوامع که با استفاده از آن می‌توان چندین هزار جلد کتاب را در قطع کتاب معمولی در رایانه نگهداری کرد، کتابهای چاپی هنوز به وفور مشاهده می‌شوند. یا در خصوص نظام آموزش که دچار تحولات بسیاری در دنیا شده در ایران شکل سنتی آن بیشتر مورد توجه است. مصداق این موضوع را در تدریس آمار شاهد هستیم که علی‌رغم وجود کامپیوترهای پیشرفته جهت حل مسائل، همچنان به طراحی جداول و ماتریس‌ها و فرمولهای پیچیده ریاضی و آماری به شیوه دستی اکتفا می‌شود. در این زمینه می‌توان گفت که: اولاً 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 رو به رو شده ایم و از آن استفاده می‌کنیم، لذا اگر بخواهیم مسیر درست رشد فراهم شود باید زمینه شکل‌گیری سایر زیرساخت‌های لازم را در کنار یکدیگر و به موازات هم فراهم کنیم و توسعه ببخشیم. [۱۶]

دکتر یونس شکرخواه در این زمینه می‌گوید: یکی از مهمترین دلایل عدم توجه به روزنامه‌نگاری الکترونیکی، آماده نبودن بسترهاست. به نظر هم آماده نبودن بسترها و هم فراهم نشدن زیرساخت‌های فرهنگی و آموزشی برای توسعه این نوع روزنامه‌نگاری در عدم توسعه آن دخیلند. گرچه در حال حاضر، برخی روزنامه‌ها علاوه بر انتشار نسخه چاپی، نسخه دیجیتالی را نیز دارا هستند اما اکثر آنها با هدف کسب درآمد و تامین هزینه‌های لازم برای توسعه نسخه الکترونیکی اقدام به این کار می‌کنند. [۱۷]

به طور کلی از توضیحات مذکور چنین برمی‌آید که عوامل عدم توسعه رسانه‌های الکترونیکی ایران را می‌توان در سه بخش خلاصه کرد که هر سه بخش به طور یکسان دارای اهمیت می‌باشند. این عوامل عبارتند از:

-عوامل اقتصادی

-عوامل فنی و تکنولوژیکی

## عوامل اجتماعی

باید اظهار داشت که روزنامه‌نگاری ایران در شبکه اینترنتی به عنوان یک نوع فعالیت حرفه‌ای، در حال حاضر منابع کافی و اجزای تشکیل دهنده اقتصادی، تکنولوژیکی و اجتماعی به شکل کامل آن را ندارد. در اینجا ذکر این مطلب ضروری است که پرداختن به مسائل اساسی مانند تامین کمی و کیفی رشد اینترنت، توسعه زیرساخت‌های فنی و ارتباطی، کاهش شکاف دیجیتالی در کشور و نیز فرهنگسازی و آموزش صحیح از جمله ملزوماتی است که با پشتیبانی دولتی محقق و تاثیرگذار می‌گردد.

در این زمینه می‌توان به تدوین و تصویب برنامه جامع "توسعه و کاربری فناوری ارتباطات و اطلاعات" (تکفا) اشاره کرد. طبق مصوبه دولت جمهوری اسلامی ایران، در تاریخ ۱۲ خرداد ۱۳۸۱، به شماره ۱۶۴۲۶/ت ۲۶۶۹۶، برنامه دولتی توسعه و پیاده سازی فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران به تصویب رسید. این طرح به منظور آماده سازی هر چه بیشتر کشور جهت حضور همه جانبه در عصر اطلاعات مصوب گردید. هدف اصلی این برنامه ایجاد شرایط برای بهبود بهره وری در اقتصاد، نهادهای دولتی و دستگاههای اجرایی محلی دولتی از طریق معرفی و اشاعه گسترده فناوری اطلاعات و ارتباطات است. این برنامه راه حل‌هایی برای حداقل پنج مساله در نظر گرفته است، که یکی از آنها فقدان تعداد کافی منابع اینترنتی به زبان فارسی میباشد. کاهش قیمت خدمات و دسترسی به اینترنت، افزایش تدریجی تعداد دارندگان کامپیوترهای شخصی در کشور، انتقال دامنه کشوری درجه یک IR به ایران، این امید را میدهد که در آینده ای نزدیک وضعیت دسترسی به شبکه جهانی اینترنت بهبود یابد و همراه با آن وضعیت شبکه رسانه‌های جمعی ایران تغییر پیدا کند. [۱۸]

علاوه بر پشتیبانی و طرح و تدوین برنامه‌های دولتی در توسعه برنامه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات به طور عام؛ گسترش روزنامه‌نگاری الکترونیکی در کشور به طور خاص نیازمند تمهیداتی در زمینه تامین و احیای هزینه‌های آن می‌باشد. از آنجایی که سیستم بازگرداندن سرمایه این کار هنوز پیش بینی نشده است، که خود مانع بزرگی در این راه به حساب می‌آید، 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.

## نتیجه گیری:

در پایان این بخش می‌توان خاطر نشان ساخت که روزنامه‌های چاپی با آنکه یک دوره نسبتاً طولانی در جوامع حاکم بودند اما به دلیل محدودیت‌های زمانی، عدم امکان دسترسی تمامی علاقه مندان به روزنامه‌ها، نبود شرایط لازم برای توزیع بهینه روزنامه و مباحثی از این دست، 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 الکترونیکی شدند. البته چون هنوز حق کپی رایت و امکان مالکیت و ذخیره سیستم‌های جدید در کشور ثبت نشده و بانکداری شبکه‌ای و دیجیتالی هم فعال نیست تا هزینه این شیوه از روزنامه‌نگاری تضمین شود، لذا تنها برخی از نشریات این رویکرد را اتخاذ کرده اند. در حال حاضر این شکل از روزنامه‌نگاری در کنار روزنامه‌نگاری سنتی به حیات خود ادامه می‌دهد 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 گردد. 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 کند و مطالب مورد نیازش را جست و جو نماید.

هر چند به اعتقاد بسیاری از کارشناسان حوزه ارتباطات، با توسعه این شیوه از روزنامه نگاری، دیگر شاهد محدودیت انتشار اخبار و سانسور خبری نخواهیم بود و پخش همزمان صدا و تصویر و دسترسی آسان و سریع به اخبار که ارمغان این شیوه از روزنامه‌نگاری است، سبب خواهد شد تا شاهد نوعی تحول بنیادی در فضای رسانه ای جوامع باشیم. اما با وجود موانع مذکور، امروزه در ایران فقط مقدمات توسعه و عملکرد رسانه‌های اینترنتی وجود دارد. باید خاطر نشان کرد که در حال حاضر رسانه‌های اینترنتی و وب سایت‌های خبری موجود در ایران به علت عدم توسعه اولیه و تعداد نسبتاً کم کاربران اینترنت هنوز نمیتوانند با رسانه‌های سنتی به رقابت بپردازند. اما می‌توان تصور کرد همانگونه که رادیو و تلویزیون، خیلی سریع در جوامع نفوذ کردند، روزنامه‌نگاری الکترونیکی هم به شرط فراهم شدن بستر، زیرساخت‌ها و سایر ملزومات آن جایگزین شیوه فعلی خواهد شد؛ اما نه در آینده ای نزدیک، بلکه این اتفاق در گذر زمان و به تدریج تحقق پیدا می‌کند. چون در حال توزیع دسترسی به امکانات لازم این شیوه در جامعه ما هدفمند و هدایت شده نیست و عمومیت هم نیافته است.

## منابع:

- سلطانی فر، سید محمد (۱۳۸۰) «تعامل با جهانی شدن»، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۲۵
- [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)
- ویکیپدیا (گاهشمار وقایع مهم اینترنت در ایران)
- قانون مطبوعات ایران و آیین نامه اجرایی آن
- آیین نامه ساماندهی پایگاه‌های اطلاع رسانی ایرانی
- آرشیو روزنامه جام جم آنلاین، خرداد ۱۳۸۹
- ودودی، الهه. "آینده روزنامه‌نگاری چاپی در چالش با روزنامه‌نگاری آن لاین". رسانه: سال شانزدهم، شماره ۳، ص ۱۱۹.
- همشهری آنلاین، سه شنبه ۷ اردیبهشت ۱۳۸۹ به نشانی: [www.hamshahrionline.ir/details/106085](http://www.hamshahrionline.ir/details/106085)
- فرقانی، مهدی. "تعامل سنت و فناوری در جامعه اطلاعاتی" فصل نامه علوم اجتماعی: زمستان ۸۳ و بهار ۸۴، ص ۷۹.
- بدیعی، نعیم (۱۳۸۴). روزنامه‌نگاری در جامعه اطلاعاتی. رسانه، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال شانزدهم، شماره ۲، پاییز ۱۳۸۴
- شکرخواه، یونس. روزنامه‌نگاری سایبر: جامعه اطلاعاتی و آزادی بیان، تهران، ثانیه، ۱۳۸۴.
- وب سایت مرکز آمار ایران به نشانی: [www.amar.org.ir](http://www.amar.org.ir)
- وب سایت اخبار فناوری اطلاعات و ارتباطات به نشانی:
- <http://www.itna.ir/vdcesxqs.2bq418laa2.html>
- وب سایت رسمی انجمن جامعه شناسی ایران به نشانی: [www.isa.org.ir](http://www.isa.org.ir)
- حریری، اکبر (۱۳۸۹). روزنامه‌نگاری الکترونیک و چالش‌های آن در ایران، فصلنامه پژوهش و سنجش، سال دوازدهم، شماره ۲۸
- اکرمی، حمیدرضا. "نسخه الکترونیکی مطبوعات در ایران" فصلنامه رسانه، سال دهم، ش سوم، پاییز ۱۳۷۸.
- شکرخواه، یونس. "سایبر ژورنالیسم در برابر روزنامه‌نگاری سنتی" بخش اول، روزنامه جام‌جم، ش ۲۷، فروردین‌ماه، ۱۳۸۱.
- برنامه جامع "توسعه و کاربری فناوری ارتباطات و اطلاعات" (تکفا)