

روزنامه‌نگاری اینترنتی در ایران
(طرح یک سیمینار و وبسایت‌های خبری - تحلیلی ایران)

دکتر داود آقارفعی
عضو هیئت علمی سازمان اسناد و کتابخانه ملی
با درآمدي از دکتر محمد سلطانی‌فر

سرشناسه: آقارفعی، داود، ۱۳۵۷ -

عنوان و نام پدیدآور: روزنامه‌نگاری اینترنتی در ایران: طرح یک آسیب برای وبسایت‌های خبری-تحلیلی ایران / مولف داود آقارفعی؛ با درآمدی از محمد سلطانی‌فر.

مشخصات نشر: تهران: سیمای شرق، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۱۸۸ص: مصور، جدول، نمودار؛ ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.

شابک: ۳-۵۲-۶۶۲۸-۶۰۰-۹۷۸-۲۰۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیا

موضوع: وبگاه‌های خبری — ایران

موضوع: News Web sites — Iran

موضوع: روزنامه‌نگاری الکترونیکی — ایران

موضوع: Online journalism — Iran

شناختن: افزوده: سلطانی‌فر، محمد، ۱۳۴۰ -، مقدمه‌نویس

رده بندی کنگره: ۱۳۹۵ / ۲۴۷ / PNE۷۸۴

رده بندی درسی: ۰۱۰/۴

شماره کتاب‌شناسی ملی: ۴۲۸۴۰۷۸



سیمای شرق

عنوان: روزنامه‌نگاری اینترنتی در ایران (طرح یک آسیب برای وبسایت‌های خبری-تحلیلی ایران)

تألیف: دکتر داود آقارفعی

ویراستار: محدثه گودرزنی

طرح جلد: رضا اسماعیلی

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول، پاییز ۱۳۹۵

قیمت: ۲۰۰.۰۰۰ ریال

شابک: ۳-۵۲-۶۶۲۸-۶۰۰-۹۷۸

مشخصات ناشر: تهران، انتشارات سیمای شرق

نشانی: خیابان استاد نجات‌اللهی، خیابان سمیه، خیابان پورموسی، کوچه شیرین، پلاک ۳۴، طبقه ۵

تلفن: ۸۸۹۰۴۶۱۶-۸۸۹۱۳۳۶۴

وبسایت: www.prshop.ir

کلیه حقوق این اثر برای ناشر محفوظ است.

۱۱.....	درآمد
۱۵.....	پیشگفتار
۱۹.....	بخش اول: ماهیت و حمایت‌ها - خبری - تحلیلی
۲۲.....	چرا بررسی وبسایت‌های خبری - تحلیلی مهم است؟
۲۳.....	برخی تعاریف مهم
۲۹.....	بخش دوم: روزنامه‌نگاری اینترنتی و مطالب
۳۳.....	مخاطب در جامعه شبکه‌ای
۳۵.....	تغییر در نظریه مخاطب (عصر چهارم)
۳۶.....	مخاطب سایبر پای ثابت سایت‌های خبری
۳۹.....	بخش سوم: وبسایت‌های خبری - تحلیلی در جامعه اطلاعاتی
۴۱.....	روبرت حسن، جامعه اطلاعاتی و روزنامه‌نگاری اینترنتی
۴۴.....	وبسایت‌های خبری؛ پیوند با جامعه اطلاعاتی یا جامعه معرفتی؟
۴۵.....	روی خوش جامعه معرفتی به وبسایت‌های خبری - تحلیلی
۵۵.....	بخش چهارم: ماهیت روزنامه‌نگاری
۵۹.....	مطبوعات و استقلال حرفه‌ای
۶۰.....	فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات
۶۲.....	رسانه‌ها در عصر اطلاعات و ارتباطات

۶۵ فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات و روزنامه نگاری

۶۷ رسانه‌های پست مدرن

۶۹ بخش پنجم: انواع روزنامه نگاری اینترنتی

۷۱ تقسیم‌بندی روزنامه نگاری اینترنتی

۷۳ روزنامه نگاری الکترونیک

۷۳ روزنامه نگاری آنلاین

۷۴ روزنامه نگاری دیجیتال

۷۴ روزنامه نگاری سایر

۷۶ سبب‌ها: دانشگاه هاس فلوریدا (UF) و لینکلن

۷۷ این روزنامه نگاری

۸۱ بخش ششم: سنج‌شناسی وبسایت‌های خبری - تحلیلی

۸۳ وبسایت‌های خبری - تحلیلی محض

۸۳ وبسایت‌های خبری - تحلیلی ترکیبی

۸۴ ورود رسانه‌ها به اینترنت

۸۴ رسانه‌های چاپی و عرصه اینترنت

۸۵ رسانه‌های صوتی و تصویری (پادکست و ویدیو) و اینترنت

۸۶ خبرگزاری‌ها

۸۷ وبسایت‌های خبری - تحلیلی پیش‌تاز در عرصه فضای

۸۷ کریستین ساینس مانیتور

۸۸ سیاتل پست اینتلیجنسر

۹۰ مدیا پارت

۹۱ تیندینگر

۹۲ وبلاگ‌ها بخشی از وبسایت‌های خبری - تحلیلی؟

۹۴ توضیح مدل

۹۵ آیا وبلاگ‌ها نیز نوعی روزنامه نگاری هستند؟

بخش هفتم: مرور صفحات وب در ایران ۱۷

- وبسایت‌های رسمی سازمان‌ها و مراجع دولتی، ۱۰۰
نیمه دولتی بخش‌های عمومی و خصوصی
روزنامه‌نگاری دیجیتال در ایران ۱۰۱
روزنامه‌نگاری آنلاین در ایران ۱۰۳

بخش هشتم: رسانه‌های خبری - تحلیلی در ایران (طرح یک آسیب) ۱۰۷

- تحلیل مبنای نظری کتاب ۱۰۹
مدل مدیریت رسانه‌های دکتر علی اکبر فرهنگی ۱۱۲
تطبیق دو مدل برای رسم یک مدل نظری ۱۱۳
تحلیل «سبب» مبنای مطالعه «گفتمان حاکم» در روش کیو (Q) ۱۱۴
نظریه‌های سیاسی و حقوقی رسانه‌ها و روزنامه‌نگاری ۱۱۷
نظریه‌های اقتصادی و مدیریتی رسانه‌ها و روزنامه‌نگاری ۱۲۲
تبیین مخاطب در نظریه‌های ارتباطات ۱۲۸
مخاطب در جامعه شبکه ۱۳۰

بخش نهم: مرور یک پژوهش و بررسی نتایج ۱۳۳

- گویه‌های پژوهش بر مبنای تقسیم‌بندی سیاسی - فوق ۱۳۵
گویه‌های پژوهش بر مبنای تقسیم‌بندی اقتصادی - مدیریت ۱۳۶
گویه‌های پژوهش بر مبنای تقسیم‌بندی مخاطب ۱۳۷
گویه‌های پژوهش بر مبنای تقسیم‌بندی فناوری ۱۳۸
گویه‌های پژوهش بر مبنای تقسیم‌بندی آموزشی - نیروی انسانی ۱۳۹
گویه‌های پژوهش بر مبنای تقسیم‌بندی محتوا ۱۳۹
بررسی داده‌های پژوهش وبسایت‌های خبری - تحلیلی ۱۴۰
راهکارهای بهبود وضعیت وبسایت‌های خبری - تحلیلی ایران ۱۴۲
تحلیل آسیب فناوری ۱۴۳
تحلیل وضعیت موبایل ژورنالیسم ۱۴۶

- تحلیل آسیب در حیطه Loading صفحه‌های اینترنتی ۱۴۶
- تحلیل آسیب در سطح دسترسی عادلانه به رایانه ۱۴۷
- تحلیل امکانات نرم افزاری ۱۴۸
- تحلیل نظر مخاطبان و بازخورد ۱۴۹
- تحلیل رتبه وبسایت‌های خبری - تحلیلی ایران از نظر دسترسی جهانی ... ۱۵۰
- تحلیل بخش مسئله نظرسنجی و رتبه دهی به مطالب ۱۵۱
- تحلیل وبسایت‌های خبری - تحلیلی ایران از نظر گرافیک ۱۵۱
- تحلیل مسئله فقدان صنف روزنامه‌نگاران وبسایت‌های خبری - تحلیلی ... ۱۵۲
- تحلیل نقش کمرنگ انجمن‌های علمی ارتباطات و روزنامه‌نگاری ۱۵۳
- در شبکه‌ها
- تحلیل کم‌دنیروی متخصص در عرصه روزنامه‌نگاری اینترنتی ایران ۱۶۴
- تحلیل آسیب‌های آری نمایشگاه و جشنواره‌های مطبوعات ۱۶۵
- تحلیل بنابر وبسایت‌های خبری - تحلیلی ایران برای
به روز کردن دانش روزنامه‌نگاران خود
- تحلیل آسیب فقدان توانایی گروه‌های علمی روزنامه‌نگاری ۱۶۷
- دانشگاه‌ها برای تربیت کادر وبسایت‌های خبری - تحلیلی
- تحلیل محیط حرفه‌ای وبسایت‌های خبری - تحلیلی ۱۶۸
- از نظر شرایط رفاهی و استاندارد علمی
- تحلیل فقدان روزنامه‌نگاران مشهور و در وبسایت‌های ۱۶۹
- خبری - تحلیلی ایران
- تحلیل ناآشنایی روزنامه‌نگاران وبسایت‌های ۱۷۰
- خبری - تحلیلی بامهارت‌های حرفه‌ای

روزنامه‌نگاران اینترنتی

- تحلیل برنامه وبسایت‌های خبری - تحلیلی برای به روز کردن ۱۵۶
- دانش روزنامه‌نگاران خود
- تحلیل آسیب فقدان توانایی گروه‌های علمی روزنامه‌نگاری دانشگاه‌ها ۱۵۷

تحلیل محیط حرفه‌ای وبسایت‌های خبری - تحلیلی از نظر شرایط رفاهی و ۱۵۸
استانداردهای شغلی

تحلیل فقدان حضور روزنامه‌نگاران مشهور و خبره ۱۵۸

تحلیل ناآشنایی با مهارت‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاری اینترنتی ۱۵۹

تحلیل آسیب فقدان استقلال مالی ۱۶۰

تحلیل وضعیت بیمه روزنامه‌نگاران وبسایت‌های خبری - تحلیلی ایران ۱۶۱

تحلیل فقدان مشترک (آبونه) برای وبسایت‌های خبری - تحلیلی ایران ۱۶۲

تحلیل مشکلات و کاستی‌های مدیریت مالی و اقتصادی ۱۶۳

تحلیل درآمد کافی، روزنامه‌نگاران وبسایت‌های خبری - تحلیلی ۱۶۴

تحلیل فقدان در - کافی از طریق جذب آگهی ۱۶۵

تحلیل وابستگی وبسایت‌های خبری - تحلیلی به افراد متنفذ ۱۶۶

تحلیل حقوق سبایی، روزنامه‌نگاران وبسایت‌های خبری - تحلیلی ۱۶۶

تحلیل فقدان قوانین حقوق مورد نیاز برای وبسایت‌های خبری - تحلیلی ۱۶۷

تحلیل استفاده از مطالب وبسایت‌های خبری - تحلیلی بدون ذکر منبع ۱۶۸

تحلیل رسمیت نداشتن روزنامه‌نگاران وبسایت‌های خبری ۱۶۹

خبری - تحلیلی از سوی مراجع سیسی عوقی

تحلیل خودسانسوری به عنوان کاهنده کیفیت مطالب ۱۷۰

تحلیل استفاده نکردن از مطالب تولیدی مخاط ۱۷۱

تحلیل نقص ارائه فیلم و کلیپ در وبسایت‌های خبری ۱۷۲

تحلیل فقدان ارائه مطالب به زبان‌های مختلف ۱۷۳

پیشنهادهای ۱۷۴

ارائه مدل برای اصلاح ساختار وبسایت‌های خبری - تحلیلی ایران ۱۷۵

منابع ۱۷۶

پیشنهادهای ۱۷۴

ارائه مدل برای اصلاح ساختار وبسایت‌های خبری - تحلیلی ایران ۱۷۸

منابع ۱۸۱

درآمد

تقریباً از دهه ۹۰ هجری با رشد و توسعه تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، سپهر اطلاع‌رسانی با دگرگونی‌هایی سرفراز شد. اطلاع‌رسانی مواجه شد. این دگرگونی با تأثیر مستقیم فناوری اطلاعات بر فرایند اطلاع‌رسانی، شامل تولید محتوا، بسته‌بندی محتوا و انتشار محتوا رخ داد. فناوری اطلاعات به روزنامه‌نگاران، نه تنها در تولید محتوا و استفاده از منابع اطلاعاتی سود رساند، بلکه توانایی مدیریت اخبار و کنترل آن و حتی انتشار را که تا پیش از این در اختیار رسانه‌های بزرگست بود، داد. اکنون روزنامه‌نگار یا هر تولیدکننده محتوایی بدون نیاز به ویراستاری و ممیزی رسانه‌های بزرگ می‌توانست با ایجاد وبلاگ یا وبسایت شخصی در فضای مجازی به انتشار محتوای دلخواه برای مخاطبان بپردازد. شاید بر همین اساس بود که یکی از اولین بلاگرهای ایرانی، «بلاگ» یا وب‌نوشتش را «سردبیر خودم» نامید و در مدت کوتاهی تعداد بی‌شماری وبسایت به زبان فارسی در فضای مجازی ایجاد کرد که البته تعداد معدودی ماندگار شد.

«وینتون سرف» که او را به‌عنوان پدر وب یاد می‌کنند، معتقد است انتشار و تعامل کاربران در فضای مجازی روند و جهت رشد و توسعه وب را مدیریت می‌کند. در سال ۲۰۰۰ میلادی به بعد را می‌توان دوره آغازین رشد اجتماعی وب نامید؛ دوره‌ای که تمایلات اجتماعی کاربران در فضای مجازی، توسعه‌دهندگان وب را بر آن داشت تا به راه‌اندازی وبسایت‌های اجتماعی و در نهایت، ایجاد شبکه‌های اجتماعی رو آورند. حال که تکنولوژی امکان تولید محتوا و انتشار را برای همه فراهم کرده است، پس می‌توان از این ظرفیت استفاده کرد و آن را به اشتراک گذاشت و تولید محتوای مشترک انجام داد.

بر این اساس، ویکی‌ها و در رأس آن ویکی‌پدیا همه مردم دنیا را در تکمیل اطلاعات دایره‌المعارف جهانی شریک ساختند. توثیق به‌عنوان یک شبکه اجتماعی میکروبلانگی، ابزار اطلاع‌رسانی اجتماعی شد و فیس‌بوک با انتشار اطلاعات در کنار ارائه خدمات اجتماعی، همچون تفریح و سرگرمی، دوست‌یابی و غیره در کمتر از ۱۰ سال از مرز یک میلیارد کاربر گذشت. بدین‌صورت، ترکیبی از ارتباط جمعی و ارتباطات رودررو در قالب «جازی» رسانه‌های اجتماعی را ایجاد کرد. به بیان دیگر، رسانه‌های اجتماعی که بر پایه «همه جامعه شبکه‌ای» شکل گرفت، پارادایم اجتماعی-فناورانه جدیدی را بنا نهاد که در آن «ناواری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات با تغییر فرایند تولید، پردازش، توزیع و دریافت اطلاعات، هم‌تفاوتی از اطلاع‌رسانی همگانی را به منصفه ظهور گذاشت. در فضای جدید، مفهوم رسانه همگانی تعریفی دوسویه یافته است.

اگر در گذشته رسانه‌ای همگانی به معنای مخاطبان توده‌ای و استفاده جمعی مخاطبان از رسانه بود، اکنون تولید محتوا و انتشار همگانی در حوزه فرستنده تعریف شد که پارادایم جدید را شکل می‌دهد.

بدون تردید فضای جدید اطلاع‌رسانی که اکنون در آن قرار داریم و به آن اشاره مختصری شد، فرصت‌ها و مخاطراتی را برای صاحب رسانه و به‌ویژه روزنامه‌نگاران در پی داشته است. از جمله ویژگی‌های این فضای جدید، سلطه بی‌چون و چرای تکنولوژی به‌عنوان ابزار پیش‌برنده آن است. پرواضح است که تسلط ادوات بقادر سپهر نوین رسانه‌ای، مسلط بودن به این ابزار و توانایی استفاده از آن خواهد بود. تولید روزنامه‌نگاری در فضای جدید علاوه بر ویژگی‌های حرفه‌ای کار روزنامه‌نگاری و عنصر «ای» خلاقیت که در نهاد هر روزنامه‌نگار موفق وجود دارد، نیاز به توانایی کار و تسلط بر ابزار فناوری اطلاعات را می‌طلبد. به بیان دیگر، روزنامه‌نگاری در فضای مجازی ترکیبی از روزنامه‌نگاری دانش مدیریت و ارتباطات و توانایی کار با ابزارهای فناوری اطلاعات است. از آنجا که فضای مجازی ترکیبی از متن، صدا و تصویر است، برای روزنامه‌نگاران خلاق یک فرصت محسوب می‌شود تا سوره‌های خودشان را در قالبی که می‌خواهند، ارائه دهند یا ترکیبی از چند رسانه‌ای را برای نحوه ارائه کارشان برگزینند. مخاطب نیز می‌تواند به جای خواندن یک مصاحبه، اگر خواست، به نوار آن گوش دهد یا به جای خواندن یک گزارش خبری، فیلم آن را نگاه کند. همچنین، با بهره‌گیری از پیوندها، اطلاعات را از میان منابع نامحدودی که در اینترنت وجود دارد، به دلخواه خود انتخاب کند. این در حالی است که در رسانه‌های مکتوب امکان دسترسی سریع به داده‌ها وجود ندارد. در واقع وب، رابطه بسته مصرف‌کننده متفعل و تولیدکننده

مسلط را به رابطه آزاد، فعال و متقابل همه انسان‌ها بدل کرده است. به گفته «وی پاولیک»، از کارشناسان برجسته روزنامه‌نگاری اینترنتی، «نشریات اینترنتی انسان‌های بی تفاوت را از طریق کلمات، صدا، تصویر و فیلم درگیر می‌کنند، چرا که این نشریات می‌توانند مجموعه‌هایی از مخاطبان را که بر مبنای علاقه مشترک شکل گرفته‌اند، به وجود آورند و از آنجا که این نشریات امکان نامحدودی برای ارائه متن‌ها، با عمق و سطوح متفاوت در اختیار دارند، می‌توانند نوعی از روزنامه‌نگاری را به وجود آورند که با هیچ رسانه‌ای قابل سنجش نیست».

کتاب حاضر با رویکردی پژوهشگرانه به آسیب‌شناسی وب‌سایت‌های خبری در فضای مجازی پرداخته است. محقق در ابتدا با تعریف روزنامه‌نگاری اینترنتی و ارائه تعریف واحدی به آسیب‌شناسی وب‌سایت‌های خبری ایرانی در ابعاد سیاسی، حقوقی، اقتصادی، مدیریتی، قانونی و آموزشی پرداخته است. همچنین، محتوای نمونه مورد نظر مورد تحلیل قرار گرفته است. در این اثر، منظور از وب‌سایت‌های خبری-تحلیلی، «صفحات خبری و تحلیلی اینترنتی است که دارای مشخصه‌های روزنامه‌نگاری دیجیتال، آنلاین و سایر به‌طور همزمان است. یعنی هم از فناوری دیجیتال به‌صورت داده‌های صفر و یک بهره‌مند بوده و از خاصیت آنلاین بودن برخوردار هستند. از طرفی، به دلیل فراهم آوردن امکانات مناسب برای برخورد و دریافت نظر مخاطب و همچنین امکان برقراری ارتباط با صفحات وبلاگ مخاطب در این نوع وب‌سایت‌ها، دارای ویژگی روزنامه‌نگاری سایر نیز هستند».

همچنین، محقق در ادامه پیشنهادهایی را در جهت استفاده صحیح از فضای مجازی برای اطلاع‌رسانی مطرح کرده است. این پیشنهادها که عوامل فنی، رسانه‌ای و روستا ساختی را در بر می‌گیرد، عبارت‌اند از: ارائه تعریف جدید از سرعت اینترنت به منظور مبنای استانداردهای بین‌المللی از سوی دولت و ارزان کردن حق دسترسی به اینترنت، سیاست، تکمیل زیرساخت‌های ارتباطی کشور و گسترش آن‌ها به نقاط دور دست و استفاده از تجهیزات وایرلس و تکنولوژی‌های ماهواره، ارائه نسخه موبایلی وب‌سایت‌های خبری و ارائه خدمات بهتر جهت دسترسی راحت‌تر و آسان‌تر به مخاطب.

مؤلف کتاب حاضر، دکتر داود آقارفعی از دانش‌آموختگان حوزه ارتباطات است که مطالعات تخصصی ایشان در حوزه روزنامه‌نگاری اینترنتی بوده و قطعاً این اثر می‌تواند برای سایر پژوهشگران و محققان این حوزه راهنمای مناسبی باشد.

دکتر محمد سلطانی فر