

# آسیب شناسی وب سایت‌های خبری - تحلیلی در ایران و ارائه مدلی مطلوب برای اصلاح ساختار آن

داود آقارفعی، دانشجوی دکترای علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران  
(نویسنده و عهده دار مکاتبات) dawoodagharafii21@yahoo.com

## چکیده

وب سایت‌های خبری حرفه‌ای، در قالب وب سایت‌های خبری - تحلیلی، در گستره جهانی دارای روندی رو به تزايد و رشد هستند. شاید دلیل این رشد ناشی از برخی مشکلات مالی دامنگیر روزنامه‌نگاری چاپی و تمایل آنها به حضور در عرصه وب و یا به دلیل برخی الزامات فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات است. دلیل این مسئله هرچه باشد، یک نکته را نباید از نظر دور داشت. نکته قابل توجه این است که این نوع روزنامه‌ها به دلیل اهمیتشان از نظر تاثیرگذاری بر افکار عمومی، می‌توانند نقش مهمی را جامعه و شکل‌دهی افکار عامه داشته باشند و البته از سوی دیگر نیز، نیازمند سازوکار حرفه‌ای و متناسب با قالب اینترنتی خویش هستند. این گونه وب سایت‌ها صرفاً با حضور در اینترنت شناخته می‌شوند و به صورت محض اینترنتی هستند و در واقع بخشی مهم از روزنامه‌نگاری اینترنتی محسوب می‌شوند. این پدیده رسانه‌ای در ایران نیز نمود روشنی دارد. افراد یا گروه‌ها با تفکرات سیاسی مختلف و برای پیگیری اهداف خود، به دنبال تاسیس وب سایت‌های خبری به شیوه‌ای تازه هستند. این گونه وب سایت‌ها برای تاثیرگذاری بیشتر، نیازمند رعایت اصول حرفه‌ای ژورنالیسم هستند و در مسیر حرفه‌ای شدن با آسیب‌هایی جدی نیز دست به گریبانند که اگر در صدد رفع آن برنمایند هم در پیگیری اهداف خویش ناکام می‌مانند و هم روزنامه‌نگاری در عرصه اینترنت را دچار معیارگریزی می‌کنند. این مقاله پژوهشی، سعی بر شناخت ابعاد مختلف آسیب‌ها و چالش‌های روزنامه‌نگاری حرفه‌ای اینترنتی در قالب وب سایت‌های خبری - تحلیلی دارد و در پایان نیز با ارائه مدلی در صدد نشان دادن راهکاری در جهت رفع مشکلات پیش روی است.

**واژگان کلیدی:** وب سایت‌های خبری - تحلیلی، روزنامه‌نگاری اینترنتی، آسیب‌شناسی، اینترنت، ایران.

## مقدمه

در سال‌های اخیر به واسطه دسترسی عامه به فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات<sup>۲</sup>، شاهد روند رو به رشد روزنامه‌نگاری اینترنتی<sup>۳</sup> در ایران هستیم. در این میان وب‌سایت‌های خبری - تحلیلی<sup>۴</sup> ایرانی در کنار سایر صفحه‌های خبری اینترنتی به مرور جایگاه و اهمیت خود را بازمی‌یابند و به عنوان رسانه‌ای کاملاً تاثیرگذار بر افکار عمومی شناخته می‌شوند. سنجش وضعیت فعلی چنین وب‌سایت‌هایی و غور کردن در آسیب‌شناسی و مخاطب‌شناسی آنها، بنابر رشد فزاینده‌ای که دارند موضوعیتی تمام و کمالی می‌یابد و می‌تواند عرصه کلانی از ادبیات پژوهشی در علوم ارتباطات و روزنامه‌نگاری را به خود اختصاص دهد. از اینرو پژوهشگران بسیاری می‌توانند با دستمایه قرار دادن این عرصه جدید، بر غنای ادبیات ارتباطات بیافزایند. وب‌سایت‌های خبری - تحلیلی در واقع نوعی از صفحات اینترنتی هستند که باعث افزایش آگاهی و مشارکت عامه می‌شوند: «از نظر تاریخی در نیمه دوم قرن بیستم، اکثر انجمن‌های داوطلبانه که از لحاظ شغلی تضعیف شده بودند، سعی می‌کردند با توسل به رسانه‌های موجود رشد پیدا کنند. اخیراً، اینترنت و دیگر رسانه‌های جدید به عامه این امکان را بخشیده‌اند تا از طریق آنها اهداف خود را که مرتبط با جوامع و انجمن‌های خود است پیگیری کنند. باید دانست که هرگز قرار دادن متن، صدا و تصویر در قالب یک رسانه برای مردم عادی ساده و امکان پذیر نبوده است و هم اکنون فرصتی گرانبها برای افراد خلاق پدید آمده است. « (Levine, 2005, 231 & Levine, 2008, 114). «از طرفی نتایج برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهد تولیدات رسانه‌های دیجیتال<sup>۵</sup> در کنار دیگر سنجش‌ها و کمیت‌ها تاثیری مناسب دارند و ای بسا محتوای برخی از صفحات دیجیتال از مخاطب بیشتری نسبت به رسانه‌های قدیمی برخوردار باشد. « (Levine, 2008, 115)

بی‌شک وب‌سایت‌های خبری - تحلیلی امروزی در ایران را می‌توان در چهارچوب نظریه‌های روزنامه‌نگاری تحلیل کرد. عرصه روزنامه‌نگاری از دیرباز مورد توجه پژوهشگران بوده و این بخش از علوم ارتباطات در طول حرکت خویش دستخوش تغییرات زیادی نیز شده است به طور کلی بیشتر این تغییرات متأثر از تغییر در فناوری‌های ارتباطات است. پیدایی مفاهیم تازه در عرصه روزنامه‌نگاری نیز یکی از پیامدهای بهره‌مندی از فناوری‌های نوین است و شناخت و ارائه تعریف دقیق از این مفاهیم، پژوهشگر عرصه روزنامه‌نگاری را به نتایج دقیق‌تری رهنمون می‌کند. «امروزه مفاهیم نوینی حول محور اینترنت وارد دانش روزنامه‌نگاری گشته که نمی‌توان به سادگی آنها را در جای سایر مفاهیم قدیمی به کار برد. « (AlShehri & Guner, 2002, 18)

به طور معمول، وقتی صحبت از روزنامه‌نگاری در عرصه وب می‌شود، احساس نوعی تداخل در تعاریف و معانی پدید می‌آید. دلیل این امر، جامع و کامل نبودن تعاریف ارائه شده به واسطه تازگی این مفاهیم است. فی‌المثل ارائه تعریف دقیق از انواع روزنامه‌نگاری اینترنتی در کنار اصطلاحاتی چون روزنامه‌نگاری سایبر<sup>۶</sup>، روزنامه‌نگاری دیجیتال<sup>۷</sup> و روزنامه‌نگاری آنلاین<sup>۸</sup>، ساده‌انگارانه به نظر می‌رسد. چرا که چنین مفاهیمی در عالم واقعی در روزنامه‌نگاری قرینه و تبلور کامل نداشته و شاخصه قابل بیانی جز حضور در عرصه وب ندارند. برای مثال پروفیسور اسپیروکیوسیسی<sup>۹</sup>، پروفیسور رئیس دپارتمان روابط عمومی و دبیر آموزش کالج روزنامه‌نگاری و ارتباطات دانشگاه فلوریدا در ایالات متحده، در جواب سوالی در مورد تفاوت میان سه اصطلاح روزنامه‌نگاری دیجیتال، سایبر و آنلاین می‌گوید: "من معتقدم که تفاوت‌هایی که در میان این اصطلاحات است، به اندازه تفاوت در افراد خبره این حیطه است" پروفیسور دیویس

2- (NICT) New Information and Communication Technology

3- Internet Journalism

4- News- Analytical Websites

5- Digital Media

6- Cyber Journalism

7- Digital Journalism

8- Online Journalism

9- Spiro Kiosis

**کارلسون<sup>۱۰</sup>**، مدیر مرکز ابداعات و تحقیقات رسانه‌ای، پروفسور در دپارتمان رسانه‌های نوین و روزنامه‌نگاری و دارای بیست سال سابقه در روزنامه‌نگاری چاپی و آنلاین و آموزش رسانه‌های جامعه الکترونیکی و آینده رسانه‌های جمعی در دانشگاه لینکلن انگلیس در پاسخ به سوال فوق می‌گوید: **"تفاوت واقعی میان اصطلاحات گفته شده وجود ندارد و این اطلاعات مترادف و جایگزین هم هستند"**. اما پروفسور **جان تولاج<sup>۱۱</sup>**، مدیر گروه مدرسه روزنامه‌نگاری لینکلن و همکار مدیر مرکز سیاست‌ها و مقررات و اخلاق رسانه‌های دانشگاه لینکلن انگلیس در پاسخ به سوالات فوق در مورد تفاوت میان روزنامه‌نگاری آنلاین، سایبر و دیجیتال می‌گوید: **"من گمان می‌کنم هر سه اصطلاح به صورت مبهمی مترادف هستند ولی به روشنی همپوشانی دارند"** چنانکه ملاحظه می‌گردد، حتی در دانشگاه‌ها و دپارتمان‌های پیشتاز عرصه روزنامه‌نگاری اینترنتی نیز، تعریف خاصی از انواع روزنامه‌نگاری در محیط وب ارائه نمی‌گردد و شاید بتوان در سطح محدودی برخی از شاخصه‌های انواع روزنامه‌نگاری اینترنتی را برجسته کرد.

بنابراین عرصه وب‌سایت‌های خبری-تحلیلی ایران نیز از این ابهام مستثنی نیست. عرصه‌ای که در این مقاله سعی بر آسیب‌شناسی آن می‌شود. در این راه با بهره‌مندی از روش تحقیق کیو (Q) که روش کیفی و دارای داده‌های آماری است بهره خواهیم برد.

### اهمیت روزنامه‌نگاری اینترنتی

در اینجا می‌توان با مطرح کردن یک سوال اساسی و جستجو برای یافتن پاسخ آن، نقش و اهمیت روزنامه‌نگاری اینترنتی در عصر حاضر را بررسی کرد. برای این منظور باید دانست روزنامه‌نگاری اینترنتی چه پیامدی بر فرآیند ارتباطات دارد و چه تغییری در عناصر شکل‌گیری یک مدل ارتباطی کلاسیک که روزنامه‌های غیراینترنتی فاقد آن هستند، ایجاد می‌کند. اگر نگاهی مختصر به یکی از مدل‌های مشهور ارتباطی داشته باشیم، که علی‌القاعده هرگونه ارتباط رسانه‌ای را نیز شامل می‌گردد می‌توان در آن یک منبع یا فرستنده یک مجرا یا کانال، گیرنده و اثر را کاوید. برای مثال **هارولد لاسول<sup>۱۲</sup>** برای نشان دادن یک فرآیند ارتباطی از عناصر ذیل استفاده کرده است:

- چه کسی؟

- چه می‌گوید؟

- در چه مجرای؟

- به چه کسی؟

- با چه اثری؟

مدل هارولد لاسول مبین فقدان **"بازخورد"**<sup>۱۳</sup> به عنوان مهمترین تحول ایجاد شده توسط روزنامه‌نگاری اینترنتی است. هرچند در همان سالی که لاسول مدل ساده خود را ارائه کرد (۱۹۴۸) **نوربرت وینر<sup>۱۴</sup>** کتاب **سایبرنتیکس<sup>۱۵</sup>** را چاپ کرد و در آن از مفهوم بازخورد یاد کرد، اما تا سال‌ها پس از آن مدل‌های کلاسیک به عنوان تنها مرجع تفسیر فرآیند ارتباطات رسانه‌ای لحاظ می‌شدند. به طور کلی در یک ارتباط یک سویه مخاطب منفعل است و منبع یا فرستنده از قدرت فراوانی برخوردار است.

پیامد یک سویه بودن ارتباطات، کم‌انگیزه شدن مخاطب و در نتیجه کم‌اعتبار شدن اعتبار منبع نزد گیرنده است. «امروزه در عصر اطلاعات، فقدان امکان بازخورد، مخاطب را در یک دوراهی بین انتخاب یک رسانه با کیفیت ولی بدون امکان بازخورد و یک رسانه با کیفیت پایین ولی دارای امکان بازخورد قرار می‌دهد.» (Nicholas, 2000, 288) **بیل**

<sup>10</sup> -David Carlson

<sup>11</sup> -John Tulloch

<sup>12</sup> -Harold Lass well

<sup>13</sup> -Feedback

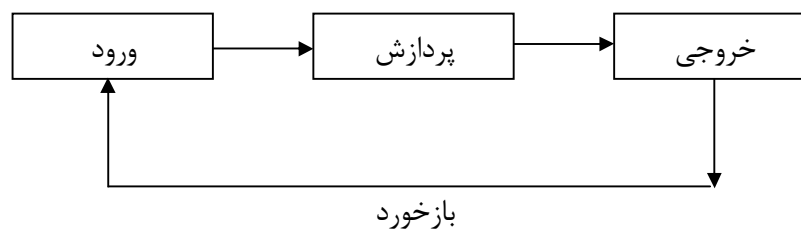
<sup>14</sup> -Norbert Winner

<sup>15</sup> -Cybernetics

کواچ و تام رونسیتیل<sup>۱۶</sup> در کتاب *عناصر روزنامه‌نگاری* در مورد وضعیت روزنامه‌نگاری در عرصه چاپی می‌نویسند: "مردم به گونه‌ای فزاینده اعتماد خود را به روزنامه‌نگاران از دست داده و حتی از آنها بیزار شده‌اند و این بی‌اعتمادی و بی‌زاری در آینده شدت خواهد گرفت. در سال ۱۹۹۱، تنها ۲۱ درصد از مردم آمریکا بر این باور بودند که مطبوعات به منافع مردم توجه نشان می‌دهند، در حالی که در سال ۱۹۸۴، ۴۱ درصد از مردم آمریکا چنین باوری داشتند. میزان باور مردم به نقش دیده‌بانی مطبوعات از ۶۷ درصد در سال ۱۹۸۵ به ۵۸ درصد در سال ۱۹۹۹، کاهش یافت. تنها ۴۵ درصد مردم بر این باورند که مطبوعات از مردمسالاری پاسداری می‌کنند در حالی که این رقم در سال ۱۹۸۵ نزدیک به ۵۵ درصد بود." (کواچ و رونسیتیل، ۱۳۸۵، ۹). جان کلام تحلیل و آمارهای ارائه شده، نشان دادن آسیب‌هایی است که به طور تاریخی، مطبوعات را در بر گرفته و یکی از عمده‌ترین دلایل این آسیب‌ها بی‌شبهه، یک سویه بودن فرآیند ارتباطی در روزنامه‌نگاری چاپی است. سوال مهمی که می‌توان مطرح کرد این است که آیا می‌توان راهکاری برای برون رفت از چنین وضعیتی یافت؟ آیا فناوری‌های نوین اطلاعات و در راس آنها اینترنت، توانسته‌اند باعث تعامل فرستنده و گیرنده شوند و طرحی نوین در اندازند؟ آیا اصولاً چنین فناوری‌هایی پتانسیل به وجود آوردن جامعه چند صدایی را دارند. پاسخ روشن است بی‌شبهه در عصر حاضر قدرت مخاطب فزونی یافته، اما هنوز تا رسیدن به وضعیت آرمانی فاصله زیاد است. اما این حرکت می‌تواند شروعی برای افشار حاشیه‌ای برای نیل به سمت آرمان‌های رسانه‌ای خود باشد. برای تشریح وضعیت روزنامه‌نگاری در عرصه اینترنت لازم است رابطه میان برخی مفاهیم، همچون *فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات* و *حق دسترسی به اطلاعات*<sup>۱۷</sup> و مفهوم *"جامعه اطلاعاتی"*<sup>۱۸</sup> را بررسی کنیم تا اهمیت روزنامه‌نگاری اینترنتی را در چهارچوب سوال مطرح‌شده یعنی چگونگی تاثیرگذاری روزنامه‌نگاری اینترنتی، در قالب وب سایت‌های خبری=تحلیلی بر فرآیند ارتباطات رسانه‌ای واکاوی کنیم.

### فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات در عرصه روزنامه‌نگاری

فناوری‌های نوین در زمینه اطلاعات و ارتباطات، مجموعه‌ای از ابزار مدرن هستند که انتقال داده‌ها و اطلاعات را سهولت بخشیده و به گسترش دانش نیز کمک شایانی کرده‌اند. در واقع اطلاعات دارای یک فرآیند است «فرآیند اطلاعات به واسطه چهار مرحله ورود یا درونداد، پردازش، خروجی و بازخورد شناخته می‌شود» (Doyle, 2001, 2)



چنانچه از مدل ارتباطی دوبل مشخص می‌گردد، ارتباط در عرصه فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات بدون وجود بازخورد معنای کاملی ندارد و در واقع در این عرصه هر نوع ارتباطی عقیم فرض می‌شود.

واضح است که رایانه‌ها بستر مناسبی برای انتقال داده‌ها با کمک شبکه شبکه‌ها یعنی اینترنت فراهم آورده‌اند. تاثیر انتقال داده‌ها بر زندگی بشر، به گونه‌ای است که سخن از *جامعه اطلاعاتی* به میان می‌آید. جامعه‌ای که در آن انتقال اطلاعات به منظور تبادلات علمی و همچنین تبادلات اقتصادی صورت می‌گیرد. چنین جامعه‌ای دارای مشخصه‌های مربوط به خود است و طرفداران و مخالفانی نیز دارد. «جامعه اطلاعاتی با خود رهاوردی متناقض دارد که هم باعث

<sup>۱۶</sup> -Bill Kovach & Tom Rosensteil

<sup>۱۷</sup> -Access to Information

<sup>۱۸</sup> -Information Society

گسترش دانش و آگاهی توده می‌شود و هم در درون خود جامعه‌ای مبتنی بر نظارت را ایجاد می‌کند. « Wu & Bechtel, 2002,55). اما بدون شک جامع اطلاعاتی روند مشارکت و ایفای نقش شهروندان در ساختار قدرت را تسریع می‌کند. پتمن<sup>۱۹</sup> (۲۰۰۱) دریافت که «درباره مشارکت مردم افراد دارای تحصیلات بالاتر مشارکت بیشتری از طریق فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی دارند و این مسئله می‌تواند به صحت این مشارکت کمک کند. « Putman, 2001,78) اما باید توجه کرد که جامعه اطلاعاتی موافقان و مخالفاتی نیز دارد. **روبرت حسن** در کتاب **"جامعه اطلاعاتی"** خود شمایی کلی از مخالفت‌ها و موافقت‌ها را با جامعه اطلاعاتی بیان کرده است. منبع: برگرفته از لیون (۱۹۸۸) و فلو (۲۰۰۳) (Hassan, 2008, 27)

چشم‌انداز جامعه اطلاعاتی		
عرصه	طرفداران	منتقدان
۱- روابط اقتصادی	نیروهای کار یا مهارت، زدودن سلسله مراتب، قدرتمند شدن مصرف کنندگان، تجارت پرسودتر	دوگانگی اقتصادی، بی‌مهارت شدن طبقه متوسط، اطلاعات پرولتاریایی
۲- کار	اوقات فراغت بیشتر، مسائل دانش محور، تاثیر و انعطاف بیشتر	تجارت و مهارت‌ها در فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات حل می‌شود، کم کردن تعداد کارگران و افزایش ناامنی شغلی
۳- فناوری اطلاعات و ارتباطات و دموکراسی	روابط سیاسی دو سویه، سربرآوردن دموکراسی الکترونیک	برتری نئولیبرالیسم، گسترش دلمردگی سیاسی، گسترش نظارت دولتی
۴- بعد جهانی	دهکده جهانی و جهش کشورهای جهان سوم نظیر هند و چین	تسلط شرکتهای سرمایه‌داری، وخامت بی‌عدالتی جهانی درباره گسترش قدرت اقتصادی
۵- اطلاعات و فرهنگ	گسترش دسترسی اطلاعات با محوریت اینترنت و ارتباطات شبکه‌ای	اطلاعات بی‌فایده، از دست رفتن همبستگی، چیرگی امپریالیسم فرهنگی آنگلو- آمریکن
۶- فضا و زمان	پایان فاصله‌های ظالمانه، هماهنگی خردمندان در تجارت جهانی و زمان در فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات	زمانه ظلم، فقدان متفکر، کندی زمان، شکل‌های فرهنگی کم عمق و عجولانه

در جدولی که روبرت حسن به نقل از لیون و فلو ارائه کرده، مسائل گوناگونی، مرتبط با جامعه اطلاعاتی مطرح شده که هر کدام از این مسائل می‌تواند مرتبط با تئوری رسانه‌ها باشد. اما آنچه که عرصه جامعه اطلاعاتی و روزنامه‌نگاری اینترنتی را پیوند می‌دهد و بر بحث **روزنامه نگاری دوسویه**<sup>۲۰</sup> تاکید دارد، بی‌شبهه، مسئله دموکراسی و دسترسی عامه به رسانه‌هاست. چنانکه ملاحظه می‌شود طرفداران جامعه اطلاعاتی در عرصه دموکراسی، معتقد به برقراری روابط سیاسی دوسویه و سربرآوردن دموکراسی الکترونیک هستند و مخالفان بر پیامدهای نه چندان خوشایندی همچون رجحان فئودالیسم، گسترش نظارت دولتی یا همان جامعه نظارتی، تاکید دارند.

### گونه شناسی روزنامه نگاری اینترنتی

آنچه که ما به عنوان روزنامه‌نگاری در عرصه اینترنت می‌شناسیم دارای یک وجه مشترک است که همان ارائه مطالب بر روی صفحات وب است. اما این نوع روزنامه‌نگاری در دل خود دارای گونه‌هایی است که بدون شک ما را برای شناخت دقیق‌تر روزنامه‌نگاری اینترنتی کمک خواهد کرد. هدف ما در اینجا ارائه تعاریف انواع روزنامه نگاری در محیط وب، به منظور شناخت مقدماتی ماهیت وب‌سایت‌های خبری- تحلیلی است. بنابراین سعی شده تا گونه‌های مشهور روزنامه نگاری اینترنتی را که بر مبنای نظرات اندیشمندان این عرصه استخراج شده‌اند تعریف کنیم. لازم به ذکر است که گونه های روزنامه‌نگاری در عرصه وب یا اینترنت استنباط نویسنده از آراء پژوهشگران عرصه روزنامه نگاری در اینترنت و همچنین نتیجه بررسی‌های آن است که به طور کلی ارائه می‌گردد و هدفش افزودن بر غنای ادبیات ارتباطی در این زمینه پرخلأ به ویژه در مورد ایران است.

<sup>19</sup> -Putman

<sup>20</sup> -Interactive Journalism

### الف - روزنامه‌نگاری آنلاین

در یک تعریف کلی «روزنامه‌نگاری آنلاین به عنوان گزارشگری مسائلی که بر روی اینترنت تولید و ارائه می‌شود تعریف می‌گردد.» (Thelwall & Nicholas, 29003. 87) اما از نظر مفهومی، به طور اساسی، به هر نوع فعالیت روزنامه‌نگاری بر روی اینترنت که دارای خاصیت روزآمدی و تازه‌شدن است و به عبارتی روشن‌تر، با حادث شدن مسئله‌ای خبری، تغییر در صفحه خبری اینترنتی بلافاصله یا با فاصله اندک رخ دهد، روزنامه‌نگاری آنلاین گفته می‌شود.

### ب - روزنامه‌نگاری دیجیتال

اصطلاحی است که در موارد توصیف روزنامه‌نگاری با منشاء اینترنت ارائه می‌گردد. فناوری ابداعی که اجازه پخش توده‌ای اخبار و اطلاعات را به مخاطبان کثیری می‌داد، اکنون همان قدرت مشابه را به افراد مختلف واگذار کرده است. (Gao & Vaughan, 2005, 14) در تعریفی دیگر می‌توان نسخه‌های تبدیل به صفر و یک یا دیجیتال شده **روزنامه‌های چاپی**<sup>۲۱</sup> را که به صورت پی‌دی‌اف (PDF) بر روی اینترنت قرار می‌گیرد، روزنامه‌نگاری دیجیتال نامید.

### ج - روزنامه‌نگاری سایبر

برای درک مفهوم روزنامه‌نگاری سایبر می‌بایست در ابتدا با مفهوم سایبر یا سایبرنتیکس آشنا شویم و این مفهوم را در حیطه رسانه‌های سایبر بسنجیم.

«نوربرت وینر اصطلاح سایبرنتیکس را در آغاز سال ۱۹۴۸ به کار برد. این اصطلاح، تعریفی از ارتباط بین انسان‌ها، انسان‌ها و ماشین‌ها و بین ماشین‌ها را در برمی‌گیرد. در درون حوزه درک سایبرنتیکس، وی انتقال پیام را قرار داد. مفهوم کنترل را در درون آن قرار داد و برای بحث زمان و فاصله و به ویژه کارکرد بازخورد بین انسان‌ها و تمام سامانه‌هایی که با آن سروکار دارند آن را تعریف کرد. ریشه اصطلاح رسانه‌های سایبر با وینر آغاز گردید وی در این زمینه گفته است: «زندگی اثربخش زندگی است که در آن اطلاعات اثربخش باشند.» (Cronin, 2000, 12 & Cronin & 2001). در سایبرنتیکس ارتباط گسترده میان ماشین و انسان مدنظر است. از سوی دیگر در این عرصه مسئله بازخورد بسیار مهم است و به طور اساسی روزنامه‌نگاری سایبر نیز با بحث بازخورد شناخته می‌شود. بازخورد در اینجا مفهوم مشخصی دارد: مشارکت مخاطب و در نهایت دموکراتیزه شدن روزنامه‌نگاری.

شاید بتوان روزنامه‌نگاری سایبر را پیشرفته‌ترین نوع روزنامه‌نگاری دانست. **روزنامه‌نگاری مخاطب محور** که هر مطلب و خبری در آن عرصه بدون نظر مخاطب اعتبار چندانی ندارد. مسئله مهمی که در عرصه **روزنامه‌نگاری چاپی** شاهد آن نیستیم. در نهایت اینکه امکاناتی که سرور برای پاسخگویی به کار می‌برد از جمله امکان دوسویه کردن ارتباطات با مخاطب، یک رسانه را به رسانه سایبر تبدیل می‌کند.

در مجموع، روزنامه‌نگاری سایبر در دل خود نوعی روزنامه‌نگاری جدید ایجاد کرده که محور آن **مشارکت مخاطب** در آن است. این نوع روزنامه‌نگاری به **روزنامه‌نگاری شهروندی**<sup>۲۲</sup> نیز مشهور است.

به طور کلی روزنامه‌نگاری اینترنتی را علاوه بر تقسیم‌بندی از منظر تاثیر فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات می‌توان از مناظر دیگر نیز تقسیم‌بندی کرد:

**الف - تقسیم‌بندی از نظر محتوا:** در این نوع تقسیم‌بندی می‌توان صفحات روزنامه‌های اینترنتی را از منظر موضوعی تقسیم کرد. نظیر صفحات سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، تخصصی، عمومی، خبری، تحلیلی، نقد و نظایر آن.

<sup>21</sup> -Print Newspaper

<sup>22</sup> -Citizen Journalism

ب- **تقسیم‌بندی از نظر ظاهری و قالب:** از این منظر می‌توان صفحات اینترنتی را که جنبه روزنامه‌نگاری آن وجه غالب است به وبلاگ‌ها، وبسایت، وبسایت‌های شخصی، وبسایت‌های رسمی خبری-تحلیلی، کلوب‌های خبری و نظری، فروم و نظایر آن تقسیم کرد.

به هر حال باید توجه داشت که تا ارائه تعاریف دقیق از روزنامه‌نگاری اینترنتی و گونه‌های مختلف آن فاصله زیادی باقیست. باید دقت داشت که برای شناخت جنبه‌های مختلف انواع روزنامه‌نگاری، ارائه تعاریف دقیق از مفاهیم مرتبط، ضرورتی غیرقابل انکار دارد. اکنون به نظر می‌رسد در عرصه روزنامه‌نگاری اینترنتی با چنین کمبودی مواجهیم. در بسیاری موارد مفاهیم را در جای خود به کار نمی‌بریم. فی‌المثل بسیار دیده شده که از **روزنامه‌نگاری الکترونیکی**<sup>۲۳</sup> برای توصیف روزنامه‌نگاری آنلاین، دیجیتال و حتی سایبر استفاده شده است. شاید بهتر باشد از اصطلاح روزنامه‌نگاری الکترونیکی برای توصیف گونه‌ای از روزنامه‌نگاری که در رسانه‌های الکترونیکی نظیر تلویزیون و رادیو کاربرد دارد، بهره برد و این نوع روزنامه‌نگاری را با عنوان **الکتروژورنالیسم** بازشناسی کرد. علی‌ایحال این مثال می‌تواند به روشن شدن موضوع کامل نبودن تعاریف در عرصه روزنامه‌نگاری اینترنتی کمک کند.

در مثالی دیگر، مفهوم **وبلاگ** و **وبلاگ‌نویسی** نیز متاثر از مسائل مورد اختلاف میان اصحاب ارتباطات و روزنامه‌نگاری از منظر لحاظ شدن به عنوان نوع جدیدی از روزنامه‌نگاری است. چنانکه تاکنون برخی آن را گونه‌ای از روزنامه‌نگاری می‌دانند و برخی بر این باورند که وبلاگ‌ها دارای شاخصه‌های یک رسانه حرفه‌ای نیستند. در این میان برخی از اندیشمندان ارتباطات بر این باورند که به طور اساسی، روزنامه‌نگاری حرفه‌ای در اینترنت فقط شامل تعداد محدودی از وبسایت‌های حرفه‌ای است و بلاگرها پیش از آنکه خبر ارائه کنند در پی ارائه نظرند. آنها معیارهای حرفه‌ای را مراعات نمی‌کنند و فارغ از این ماجرا هستند.

### ماهیت وبسایت‌های خبری - تحلیلی

بسیاری از کارشناسان روزنامه‌نگاری بر این باورند که آینده روزنامه‌نگاری جهان در صفحات وب رقم خواهد خورد و بدون شک روزنامه‌های کاغذی و چاپی محل چندانی از اعراب نخواهند داشت. «فضای وب عرصه نامحدودی است که دارای دسترسی‌های منحصر به فردی نظیر ابرلینک هستند.» (Williams & Nicholas 1999) «در واقع روزنامه‌های آنلاین روزنامه‌های آینده نام دارند.» (Teil, 1998, 18) «تعداد روزنامه‌های آنلاین از سال ۱۹۹۹ دوبرابر شده است.» (Feuilherade, 2004, 126) باید در نظر داشت که طبق پیش‌بینی‌های پژوهشگران روزنامه‌نگاری، روزنامه‌ها ممکن است به شدت با ریزش مخاطب روبرو شوند و در نهایت مجبور گردند که به نسخه‌های اینترنتی روی آورند. در این مورد می‌توان دو تحلیل ارائه کرد:

**الف- دیدگاه رادیکالی که می‌گوید روزنامه‌های چاپی از میان خواهند رفت و روزنامه‌نگاری صرفاً در عرصه اینترنت و صفحه‌های وب دنبال خواهد شد.**

بر این اساس به واسطه‌ی پاره‌ای از مشکلات و ناملایمات که بارزترین آنها موانع اقتصادی، مالی و فنی است، مدیران روزنامه‌ها چندان رغبتی برای انجام هزینه در عرصه چاپ نخواهند داشت و عرصه وب را به دلیل مزایای کم نظیرش مرجح می‌دانند در اینجا می‌توان به خبر یکی از نشریات استناد و به معضلی که در این عرصه در کشور فرانسه و کشورهای اروپایی و صاحب سبک روزنامه‌نگاری وجود دارد پی برد:

**«بحران مالی در روزنامه فرانسوی لوموند که به اعتصاب دو روزه منجر شد نشان‌دهنده بحرانی فراگیر در رسانه‌های چاپی در فرانسه و چند کشور اروپایی دیگر است. به گزارش ای بی اس کاهش پیوسته**

<sup>23</sup> -Electronic Journalism

خوانندگان و آگهی و نیز ظهور نشریات اینترنتی و نشریات مجانی باعث زیان شدید روزنامه‌های فرانسوی شده است. سیلوان بورميو<sup>۲۴</sup> معاون سابق سردبیر هفته‌نامه لوانتراکتبل<sup>۲۵</sup> اواخر سال گذشته از این نشریه جدا شد و به یک رسانه خبری و تحلیلی اینترنتی به نام مدیا پارت<sup>۲۶</sup> پیوست که به گفته وی فرصتی به روزنامه‌نگاران فرانسوی می‌دهد که روزنامه را از نو ابداع کنند. بسیاری از گزارشگران و دبیران سابق لوموند نیز به مدیا پارت پیوسته‌اند که با پرداخت حق اشتراک قابل دسترسی است. بورميو گفت: بحران در رسانه‌های چاپی فرانسه یک پدیده فصلی یا موقتی نیست بلکه در واقع پایان یک دوره است. یعنی مردم فرانسه دیگر نشریه چاپی نمی‌خوانند.» (همشهری آنلاین)

خبر فوق موید این نکته است که یک بحران در زمینه اقتصادی می‌تواند روزنامه‌های چاپی را برای همیشه متمایل به وبسایت‌ها کند. در حقیقت می‌توان گفت که عرصه اینترنت فرصت تازه‌ای برای روزنامه‌ها و نشریات فراهم می‌آورد تا فارغ از هزینه‌های مربوط به کاغذ و چاپ جانی تازه بیابند.

ب- دیدگاه معتدل که معتقد است روزنامه‌های چاپی باقی خواهند ماند و فقط بخشی از این روزنامه‌ها به صورت محض وارد عرصه روزنامه‌نگاری خواهند شد.

طبق این گزاره، برخی عوامل مشخص نظیر علاقه مخاطب به نشریه کاغذی بنا به دلایل روانشناختی و حس نوستالژیک و تفکر سنتی و سهل‌الوصول بودن نشریات کاغذی برای عامه کم سواد، فقدان دسترسی به فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات و جز اینها باعث تداوم عمر نشریات چاپی می‌گردد. پروفیسور کمالی پور، استاد علوم ارتباطات و رئیس دپارتمان ارتباطات و هنرهای زیبای دانشگاه پوردو آمریکا در مورد آینده روزنامه‌نگاری می‌گوید: «به اعتقاد من با وجود رشد روزافزون سایت‌های اینترنتی و دیجیتالی شدن همه امور، روزنامه‌های چاپی باقی می‌مانند، اما اندازه روزنامه‌ها و حجم‌شان کمتر خواهد شد و همچنین به سمتی خواهند رفت که روی منابع محلی تاکید و تمرکز کنند و مخاطبان محلی را جذب کنند.» (همشهری آنلاین)

چنانکه اشاره شد در این مقاله هدف، پرداختن به وبسایت‌های خبری - تحلیلی محض است، لکن شناخت انواع این نوع روزنامه‌نگاری ضروری به نظر می‌رسد.

در یک تقسیم‌بندی کلی، می‌توان وبسایت‌های خبری را به دوگونه محض و ترکیبی تقسیم کرد.

#### الف- وبسایت‌های خبری - تحلیلی محض

در حالت محض، وبسایت‌های خبری - تحلیلی، فارغ از نسخه‌های چاپی، صوتی و تصویری، فعالیت می‌کنند و در واقع مخاطب نام چنین وبسایت‌هایی را از طریق حضور آنها در عرصه اینترنت می‌شناسد. در واقع مخاطب در این نوع وبسایت از طریق یک آدرس اینترنتی به وبسایت موردنظر دست می‌یابد و این وبسایت علی‌القاعده دارای مشابهت نام در عرصه چاپی، صوتی و تصویری نیست.

#### ب- وبسایت‌های خبری - تحلیلی ترکیبی

در چنین حالتی به طور معمول یک نشریه چاپی، یک رسانه صوتی و یا تصویری و یا یک خبرگزاری، بنا به دلایلی، منجمله حضور در عرصه رقابت رسانه‌ای و اهمیت یافتن عرصه اینترنت و پرمخاطب‌شدن آن. مشکلات متعدد مالی، اقتصادی و نظایر آن متمایل به حضور در عرصه رسانه‌ای با نسخه‌های دیجیتال، آنلاین و سایبر می‌گردد، تا از طریق آن به اهداف از پیش تعیین شده خود دست یازد. ممکن است در برخی موارد رسانه‌های ترکیبی به سمت حالت اول متمایل شوند، یعنی حضور صرف در اینترنت را انتخاب کنند که اکنون در موارد بسیاری چنین وضعیتی را در عرصه

<sup>24</sup> -Sylvan Bormio

<sup>25</sup> -Le Intractable

<sup>26</sup> -Media Part



روزنامه‌نگاری جهان شاهد هستیم. باید در نظر داشت که تنها نشریات چاپی امکان حضور ترکیبی در عرصه وب را ندارد بلکه رسانه‌های دیگر نظیر رادیو، تلویزیون و خبرگزاری‌ها نیز حضور در عرصه وب را برای خود متصور هستند. نکته‌ای که نباید فراموش کرد این است که حضور ترکیبی رسانه‌ها فقط همراه و همزمان با نسخه‌های دیجیتال و عرصه اینترنت نیست، بلکه چنین رویکردی را در عرصه‌های صوتی، تصویری و خبرگزاری‌ها، توأمان شاهد هستیم. فی‌المثل می‌توان از **خبرگزاری رویترز** یاد کرد که علاوه بر داشتن وبسایت‌های خبری-تحلیلی، در عرصه تلویزیون‌های ماهواره‌ای نیز فعالیت دارد و یا می‌توان از **خبرگزاری اقتصادی بلومبرگ** یاد کرد که دارای شبکه‌های متعدد ماهواره‌ای همراه با مجریان و دست‌اندرکاران حرفه‌ای و متخصص مسائل اقتصادی است. بنابراین حالت ترکیبی رسانه، تنها به روزنامه‌ها و نشریات چاپی محدود نمی‌گردد.

### وب سایت‌های خبری - تحلیلی پیش‌تاز در عرصه جهانی

در عرصه بین‌المللی خبر، برخی از وبسایت‌های خبری-تحلیلی، دارای اعتبار و اهمیت ویژه‌ای هستند که این مسئله نشان دهنده اهمیت بالای وبسایت‌های خبری-تحلیلی محض است. در این بخش به چهار نمونه از این دست وبسایت‌ها اشاره‌ای گذرا می‌شود.

لازم به ذکر است که ویژگی عمده این وبسایت‌های خبری-تحلیلی، فعالیت در همین عرصه فارغ از دارا بودن نسخه‌های چاپی، عرصه‌های صوتی-تصویری و خبرگزاری‌هاست. از منظر چگونگی حضور در اینترنت در مورد این وبسایت‌ها دو مقوله را می‌توان ارائه کرد:

الف- چنین وبسایت‌هایی یا به صورت یک وبسایت خبری-تحلیلی محض وارد دنیای رسانه شده‌اند.

ب- یا اینکه به واسطه بروز برخی مشکلات مالی که دامن بسیاری از نشریات را گرفته مجبور به ادامه فعالیت رسانه‌ای صرفاً در همین حیطه گشته‌اند.

#### ۱- کریستین ساینس مانیتور<sup>۲۷</sup>

این وبسایت خبری-تحلیلی دارای بیش از یکصد سال تجربه در عرصه روزنامه‌نگاری است و این تجربه گرانبها، این روزنامه را به یکی از مشهورترین روزنامه‌های جهان تبدیل کرده است. آنچه که این روزنامه به آن مفتخر است عدم وابستگی اساسی به خبرگزاری‌های بزرگ جهان مثل رویترز و آسوشیتدپرس است و مدعی است «برخلاف بیشتر سازمان‌های خبری ایالات متحده کریستین ساینس مانیتور، به طور اساسی برای پوشش بین‌المللی اخبار خود، وابسته به خبرگزاری‌هایی نظیر رویترز و آسوشیتدپرس نیست. این روزنامه در ۱۱ کشور که برخی از آنها شامل روسیه، چین، فرانسه، انگلستان، آفریقای جنوبی، مکزیک و هند هستند به علاوه در سراسر آمریکا نویسنده دارد.»<sup>۲۸</sup>

این روزنامه، بنا به دلایل اقتصادی تصمیم می‌گیرد که عرصه چاپی را رها کند و فقط در عرصه وب ادامه فعالیت دهد، چرا که در این وضعیت دست کم هزینه‌های مربوط به چاپ، کاغذ و پرسنل کاهش فراوانی می‌یابد.

#### ۲- سیاتل پست اینتلیجنسر<sup>۲۹</sup>

این روزنامه در سال ۱۸۶۳ تأسیس شد و یکی از روزنامه‌های قدیمی ایالات متحده است که در سال ۲۰۰۹ اینترنتی شد. این روزنامه در واقع بزرگترین روزنامه در ایالات متحده است که فقط به صورت آنلاین منتشر می‌شود. «در واقع سایتل پست، بخشی از **هرست سیاتل مدیا**، قسمتی از کمپانی **هیرست** است.»<sup>۳۰</sup>

#### ۳- مدیا پارت

<sup>27</sup> -Christian Science Monitor

<sup>28</sup> -About The Christian Science Monitor

<sup>29</sup> -Seattle post- Intelligencer

<sup>30</sup> -About Seattlepi. com

وب سایت خبری - تحلیلی مدیا پارت از جمله نشریات اینترنتی معتبر فرانسوی در عرصه اخبار و تحلیل‌های مسائل سیاسی و بین‌المللی است.

«مدیا پارت با نام قبلی "ارزش آزادی" بر روی اینترنت قرار داشت و بنیانگذار آن در سال ۲۰۰۷ چهار روزنامه‌نگار فرانسوی هستند.»<sup>۳۱</sup>

لازم به ذکر است بخش عمده‌ای از اخبار وبسایت خبری - تحلیلی مدیا پارت مربوط به کشور فرانسه، کشورهای فرانسوی زبان جهان و همچنین اتحادیه اروپاست. در سالهای اخیر این وب سایت اخبار مرتبط با دولت سارکوزی را تحلیل می‌کند و نقدهای فراوانی بر وی و دولتش وارد کرده است. به هر تقدیر وب سایت خبری - تحلیلی مدیا پارت آنقدر معتبر است که بتواند روزنامه‌نگاران را از نشریات معتبر جهان جذب کند.

#### ۴- تیدنینگر<sup>۳۲</sup>

از این روزنامه در فهرست رتبه‌بندی سازمان روزنامه‌های جهان<sup>۳۳</sup> به عنوان قدیمی‌ترین روزنامه جهان یاد شده است که فی‌الحال از انتشار نسخه چاپی صرفنظر کرده و فقط در عرصه دیجیتال فعال خواهد بود. «این روزنامه که از سال ۱۶۴۵ شروع به کار کرده توسط کریستینا<sup>۳۴</sup>، ملکه سوئد راه‌اندازی شد و به عنوان قدیمی‌ترین روزنامه جهان محسوب می‌شود. در واقع قدیمی‌ترین تاریخچه روزنامه و خبرگزاری را می‌توان در این روزنامه جستجو کرد. هانس هلم<sup>۳۵</sup> که در بیست سال اخیر سردبیر این روزنامه بوده است می‌گوید: «هر چند این کار برای من بسیار سخت است و به این می‌ماند که فرزندم را از دست بدهم، ولی باید با تکنولوژی پیش رفت و چاره‌ای نیست. هر چند باید بگویم دلم برای صفحات روزنامه بسیار تنگ می‌شود. ملکه کریستینا از این روزنامه در آن زمان برای ارسال دستورات خود به فرماندهان و حکمرانان قسمت‌های مختلف استفاده می‌کرد، بنابراین این روزنامه در سال‌های ابتدایی بیشتر حالت نوعی جزوه داشت. این روزنامه توسط پیک و با اسب برای شهرهای مختلف ارسال می‌شد. ارسال‌های اخیر این روزنامه فقط به دلیل قدمت آن با کمک مالی دولت در ۱۵۰۰ نسخه چاپ می‌شد ولی انتظار می‌رود نسخه دیجیتال آن مشتریان بیشتری داشته باشد.»

#### مرور صفحات وب در ایران

محتوای وب در ایران در قالب‌های متفاوتی تبلور دارد. از شبکه‌های اجتماعی<sup>۳۶</sup> و گروه‌های بحث و ایمیلی گرفته تا وبلاگ‌های متنوع موضوعی و تحلیلی و خبری و در نهایت وبسایت‌های شخصی و رسمی در کنار وبسایت‌های خبری و تحلیلی که به عنوان روزنامه‌های اینترنتی شناخته می‌شوند، همگی از مصادیق صفحات وب ایرانی در قالب‌های متنوع است.

بدیهی است که محتوای عرصه وب در چهارچوب شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها، و پایگاه‌های اینترنتی شخصی یا همان وبسایت‌های مربوط به اشخاص، بر محوریت نظردهی در مورد اخبار رسمی ادامه فعالیت دارند و از وادی حرفه‌ای گرایبی و روزنامه نگاری به معنای واقعی کلمه، به دور هستند. در واقع در این پژوهش مراد و منظور از به کار بردن دیدگاه‌های رسمی شامل مطالب، اخبار و تحلیل‌هایی است که از سوی اشخاص حقوقی و با پشتوانه حرفه‌ای گری رسانه ای ارائه می‌گردد. در حقیقت وقتی دیدگاهی رنگ و بوی رسمیت به خود می‌گیرد، که از سوی مرجع خبری معتبری منتشر شده باشد و دارای سازوکار حرفه‌ای باشد. شاید در ایران، داشتن مجوز رسمی از مراجع مربوطه، معیار مناسبی

<sup>31</sup> - Quisoomes Nous

<sup>32</sup> - Tidninger

<sup>33</sup> - World Association of Newspaper

<sup>34</sup> - Christina

<sup>35</sup> - Hans Helm

<sup>36</sup> - Social Networks

برای تشخیص یک رسانه‌ی حرفه‌ای و رسمی باشد، اما باید توجه داشت که بسیاری از وب سایت‌های شخصی در حال حاضر بدون داشتن مجوز، دارای کارکرد حرفه‌ای و یا نیمه حرفه‌ای هستند. از اینجا می‌توان سطح تحلیل را خبرنگارانه‌های موجود در وب قرار داد و نقطه آغاز حرکت را این نوع روزنامه‌نگاری یعنی روزنامه‌نگاری اینترنتی در نظر گرفت. در یک تقسیم‌بندی آکادمیک می‌توان روزنامه‌های موجود بر صفحات وب را به سه دسته تقسیم کرد:

الف- روزنامه‌های دیجیتال

ب- روزنامه‌های آنلاین

ج- روزنامه‌های سایبر

بدیهی است که چندین تقسیم‌بندی در ایران نیز کاربرد دارد، اما نباید فراموش کرد که تقسیم و منفک کردن روزنامه‌های اینترنتی به طور کامل، کار دقیقی نیست چرا که فی‌المثل روزنامه‌های آنلاین همگی خاصیت دیجیتال بودن و مبتنی بر صفر و یک بودن را در درون خود به همراه دارند و بر روزنامه‌های سایبر نیز همین داستان متصور است. این سه دسته روزنامه اینترنتی را اگر در کنار وب‌سایت‌های سازمان‌های موجود در ایران که دارای شخصیت حقوقی هستند قرار دهیم، می‌توانیم چهار نوع صفحه وب حرفه‌ای را در عرصه روزنامه‌نگاری اینترنتی ایران بکاویم.

#### الف- وب‌سایت‌های رسمی سازمان‌ها و مراجع دولتی، نیمه دولتی، بخش‌های عمومی و خصوصی

اداره این نوع وب سایت‌ها بطور عام بر عهده گروهی از اپراتورهای حرفه‌ای به همراه روزنامه‌نگاران است که دارای معیارهای حرفه‌ای و تحصیلات تخصصی هستند و در چهارچوب گروه‌های اطلاع رسانی و روابط عمومی مشغول ارائه اخبار سازمانی، تبلیغات بازرگانی و اقناع مخاطبین خود هستند.

شاخصه مهم چنین وب سایتی، ارائه مطالب با هدف ارتقاء جایگاه سازمان مطبوع است و این نوع وب‌سایت‌ها در واقع نوعی روزنامه‌نگاری تخصصی<sup>۳۷</sup> را پیگیری می‌کنند، چرا که چنین وب‌سایت‌هایی در حیطه فعالیت خاص فرهنگی، تجاری، اجتماعی و نظایر آن مشغول به فعالیت هستند و به تبع مخاطبان آنها نیز حول همان محورها طالب خبر و نظر هستند.

#### ب- روزنامه‌نگاری دیجیتال در ایران

نگاه تاریخی بر این عرصه نکات جالب توجهی را در عرصه روزنامه‌نگاری روشن می‌کند. در عرصه روزنامه‌نگاری ابتدا برای چاپ همزمان یک نشریه در نقاط مختلف جهان از تکنیک دیجیتال استفاده شد. فی‌المثل، روزنامه‌ای که منشاء آن کشور ایالات متحده و شهر بوستون است مانند بوستون کلاب، می‌تواند از طریق این فناوری، در شهرهای دور دست آمریکا و حتی در سایر نقاط جهان نیز همزمان چاپ شود. در مرحله بعد از تکنیک دیجیتالیسم به منظور ارائه نسخه‌های چاپی به صورت اینترنتی استفاده شد. هم اکنون اگر نگوئیم تمام روزنامه‌ها، بی‌گمان بسیاری از روزنامه‌های کنونی، نسخه اینترنتی خود را به صورت دیجیتال عرضه می‌کنند. این نوع روزنامه‌ها خود به دو صورت عرضه می‌شوند:

#### ۱- با استفاده از صفحه‌آرایی نسخه‌های چاپی یا کاغذی خود

در این نوع ارائه، صفحه اول روزنامه دیجیتال به همان صورت صفحه بندی نسخه کاغذی ارائه می‌گردد، با این توضیح که با هر کلیک بر سر هر مطلب یا عنوان آن، صفحه مرتبط با مطلب انتخاب شده باز می‌گردد. ممکن است این نسخه‌ها فرمت پی. ای. اف عرضه گردد.

#### ۲- شیوه بهره‌مندی از صفحه بندی جدید اینترنتی و استفاده از مطالب نسخه چاپی

<sup>37</sup> - Specialized Journalism

در این شیوه، نسخه دیجیتال با همان مطالب نسخه‌های چاپی، ولی در شکل و گرافیک اینترنتی جدید و متمایز با صفحه‌بندی نسخه‌های چاپی، عرضه می‌گردد.

### ج- روزنامه نگاری آنلاین در ایران

مفهوم روزنامه‌نگاری آنلاین به صورت اساسی با مسئله زمان و به روز بودن در اثر حادث شدن یک واقعه مهم خبری گره خورده است. **مایک وارد**<sup>۳۸</sup> در کتاب خود با عنوان **روزنامه نگاری آنلاین** می‌نویسد: «اصطلاح آنلاین بودن یک اصطلاح طبقه‌بندی شده است که اغلب اشاره بر دسترسی ساده و آسان به اطلاعات دارد. اگر شما در منزل خود نشسته باشید و از طریق تلفن و مودم به اینترنت دسترسی داشته باشید، شما آنلاین هستید. مشابه این مسئله اگر یک روزنامه یک وب سایت داشته باشد که از طریق آن در حال تکمیل کردن نشریه خود باشد، به صورت یک نسخه آنلاین از روزنامه تلقی می‌شود.» (Ward, 2002, 9)

آنچه که روزنامه‌نگاری آنلاین را از سایر انواع روزنامه‌نگاری‌ها متمایز می‌کند، اهمیت داشتن زمان و فرصت محدود برای تنظیم اخبار، گزارش‌ها، و تفسیر است و دیگر اینکه برخلاف روزنامه‌نگاری دیجیتال، که صرفاً مطالب نسخه‌های چاپی را بر روی صفحه وب قرار می‌دهد، مطالب دیگر نیز به صورت لینک یا تولیدی وجود دارد.

### وب سایت‌های خبری تحلیلی در ایران

همانگونه که در قسمت تعاریف عملیاتی مقاله پیش روی عنوان شد، منظور از وب سایت‌های خبری-تحلیلی، نوعی صفحات اینترنتی است که دارای مشخصه‌های روزنامه‌نگاری دیجیتال، آنلاین و سایبر به طور همزمان هستند. یعنی هم از فناوری دیجیتال به صورت داده‌های صفر و یک بهره‌مندند، و هم از خاصیت آنلاین بودن برخوردارند. از طرفی به دلیل فراهم آوردن امکانات مناسب برای بازخورد و دریافت نظر مخاطب و همچنین برقراری ارتباط با صفحات وبلاگ مخاطب، دارای ویژگی روزنامه‌نگاری سایبر نیز هستند. چنانکه می‌دانیم در سایبرنیتکس مورد نظر **نوربرت وینر**، پس فرست یا بازخورد اهمیت زیادی دارد. بالطبع رسانه‌های سایبری تلقی می‌گردد که دارای امکانات بازخورد در چهارچوب وبلاگ، وبسایت و شبکه‌های اجتماعی مخاطب است. برای تحلیل وضعیت وب سایت‌های خبری-تحلیلی ایران، بهتر آن بود که در قالب مثال‌هایی بررسی آنها انجام شود. بنابراین پس از تحلیل و بررسی وبسایت‌های خبری-تحلیلی، ۹ وبسایت را مشمول ویژگی‌های مطروحه برای وبسایت‌های خبری-تحلیلی یافتیم. ۹ وبسایت خبری-تحلیلی ایران در زمان انجام پژوهش پیش روی (سال ۱۳۹۰) عبارتند از:

۱- آفتاب نیوز (Aftabnews. ir)

۲- الف (Alef. ir)

۳- تابناک (Tabnak. ir)

۴- جهان نیوز (Jahannews. ir)

۵- رجا نیوز (Rajanews. ir)

۶- شفاف (Shafaf. ir)

۷- عصر ایران (Asriran. com)

۸- فرارو (Fararu. com)

۹- فردا (Fardanews. com)

بدیهی است که با توجه به سرعت تاسیس وب سایت‌های خبری- تحلیلی در ایران، برخی وب سایت‌های دیگری نیز در طول مدت زمان پژوهش یا بعد از آن و یا در زمان تهیه مقاله پیش روی تأسیس می‌شوند که قاعدتاً از دایره بحث خارج می‌شوند.

در جدول زیر رتبه مهمترین وب سایت‌های خبری- تحلیلی ایران را از منظر تعداد مخاطب در جهان و ایران مشاهده می‌کنید.

تعداد لینک‌ها	رتبه در ایران	رتبه در جهان	گرایش سیاسی	نام سایت
۱۷۰۹	۶	۶۹۵	اصولگرا	تابناک
۱۰۳۱	۲۹	۲۱۶۲	مستقل	عصر ایران
۸۵۰	۵۵	۳۲۲۴	اصولگرا	رجا نیوز
۵۵۹	۵۴	۳۲۲۵	اصولگرا	جهان نیوز
۷۷۱	۹۹	۵۳۷۱	اصولگرا	الف
۷۹۴	۸۸	۵۷۴۱	اصولگرا	فردانیوز
۱۰۹۷	۱۶۲	۱۲۰۹۳	اصلاح طلب	آفتاب نیوز
۱۵۶	۳۹۴	۲۱۶۲۳	اصولگرا	شفاف

\*<sup>۲۹</sup> رتبه‌بندی وب سایت‌های خبری- تحلیلی ایران به نقل از سایت: [www.Alexa.com](http://www.Alexa.com)

## سنجش آسیب‌های وب سایت‌های خبری- تحلیلی ایران

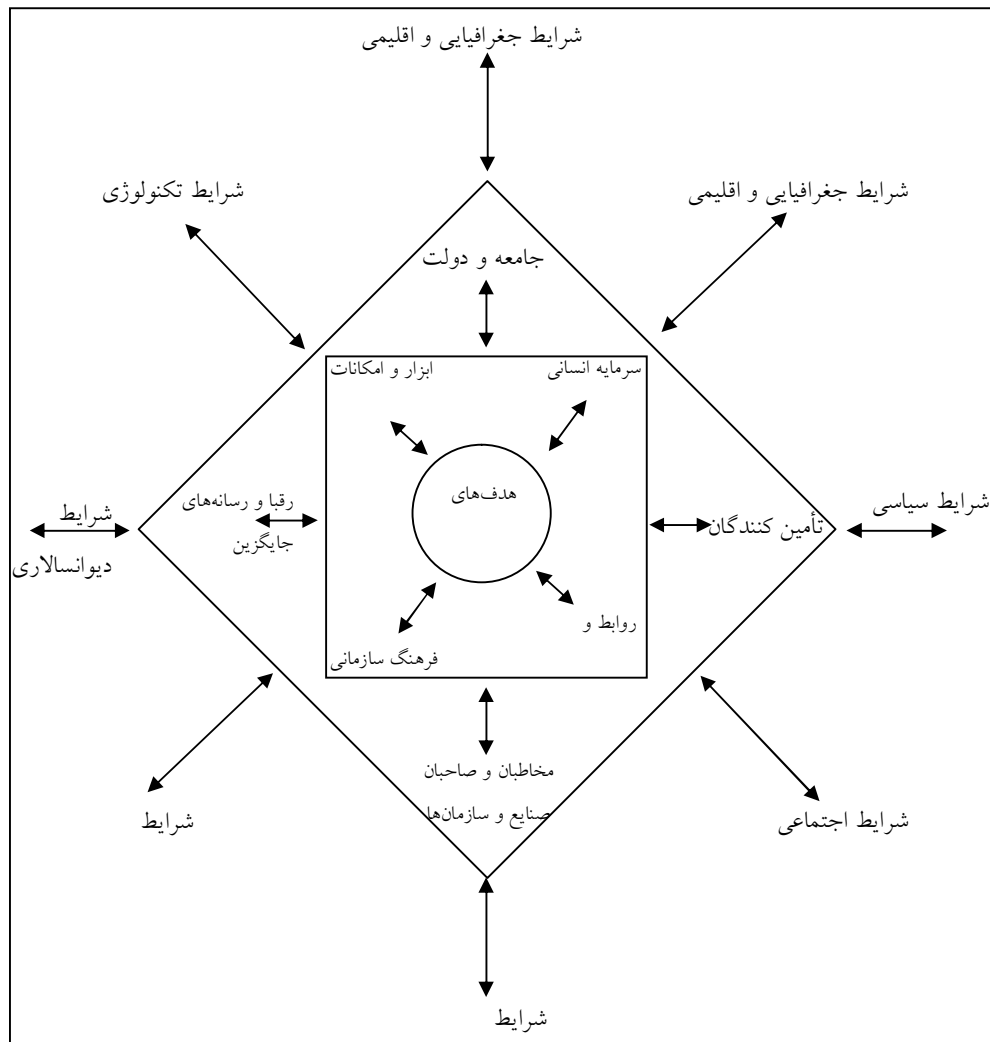
### الف- مبانی نظری پژوهش

چهارچوب نظری پژوهش پیش روی بر مبنای یک مدل نظری از یک سو و تحلیل مطالعه معضلات و آسیب‌های وب سایت‌های خبری- تحلیلی بر مبنای روش تحقیق کیو (Q) از سوی دیگر است. در این پژوهش مبنای نظری پژوهش، به محوریت مدل نظری مدیریتی استراتژیک دکتر علی اکبر فرهنگی قرار دارد. این انتخاب به دلیل جامعیت و فراگیر بودن مدل مزبور است.

در ذیل نگاهی به این مدل می‌اندازیم:

مدل استراتژیک رسانه دکتر فرهنگی در واقع ناشی از دغدغه برنامه‌ریزی استراتژیک برای هدف‌گذاری سازمان‌های مختلف است. چنانکه دکتر فرهنگی معتقد است «اصولاً سازمان‌های رسانه‌های هم مانند سایر سازمان‌ها به ناچار از کلیه فرآیندهای مدیریت تبعیت می‌کنند و به خاطر همین مسئله چنین سازمان‌هایی کاملاً مشابه با سایر سازمان‌ها هستند» (فرهنگی، ۱۳۸۷) بنابراین تحلیل هدف‌گذاری انواع سازمان‌ها چه رسانه‌ای و غیر از آن می‌تواند از طریق یک مدل استاندارد و معیار شده صورت پذیرد.

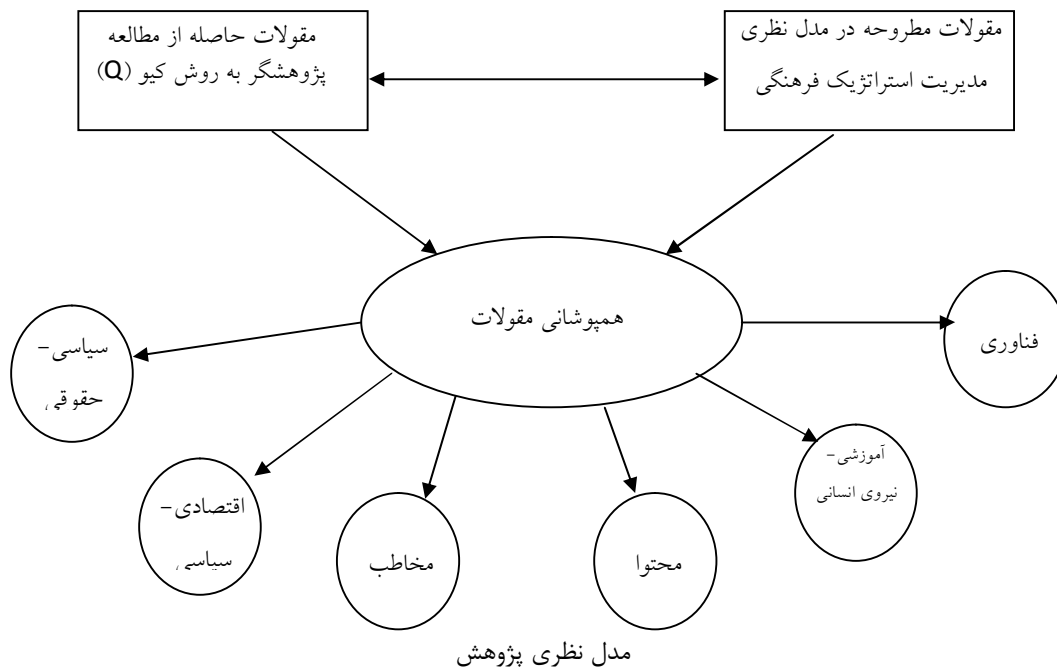
<sup>۲۹</sup> \* این مکاتبه در بهمن ماه سال ۱۳۸۹ از طریق ایمیل انجام شد.



مدل مدیریت استراتژیک رسانه‌های از دکتر علی اکبر فرهنگی

در مدل مذکور هشت عامل مهم محیطی وجود دارند که دارای تعاملی با محیط بلافصل سازمان و خود سازمان هستند. از آنجا که ساختار نمونه کیو در این پژوهش، مطالعه‌ی نظام‌مند براساس نظریه‌ای خاص و براساس شناسایی عوامل اصلی و فرعی است، در کنار بهره‌مندی از نظریه مدیریت استراتژیک رسانه‌ها، از دکتر اکبر فرهنگی، از نتایج مطالعه فضای گفتمان آسیب‌های وبسایت‌های خبری و تحلیلی ایران نیز استفاده می‌شود. پس از مطالعه گسترده گفتمان حاکم بر مشکلات و آسیب‌های وبسایت‌های خبری-تحلیلی همانگونه که در قبل نیز ذکر شده، شش جنبه نمود پیدا کرد که عبارتند از:

- ۱- سیاسی- حقوقی
- ۲- اقتصادی- مدیریتی
- ۳- مخاطب
- ۴- محتوا
- ۵- آموزشی- نیروی انسانی
- ۶- فناوری



### ب- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش پیش روی بر مبنای یک روش تحقیق کیفی است که در عین حال آزمون‌های پیشرفته آماری نیز دارد. روش پژوهش این تحقیق روش کیو است. در این پژوهش جامعه آماری روزنامه‌نگاران وب‌سایت‌های خبری - تحلیلی ایران هستند که از میان این نوع روزنامه‌نگاران، نمونه‌ای ۳۰ نفری که دارای تخصص و تجربه شغلی (حداقل ۲ سال تجربه در حیطه وب‌سایت‌های خبری - تحلیلی) هستند (نمونه‌گیری هدفمند) انتخاب و پرسشنامه کیو با ۶۰ سوال در ۶ مقوله ۱۰ سوالی، به آنها ارائه شده است. برای محاسبه ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن از فرمول زیر استفاده می‌شود:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum D^2}{n(n^2 - 1)}$$

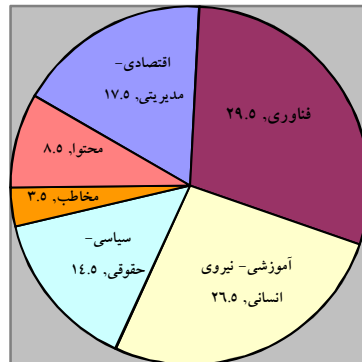
بعد از محاسبه ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن، تحلیل عاملی نیز انجام شده است.

### ج- تحلیل نظری مقولات و نتیجه‌گیری

پس از تحلیل گویه‌ها در سطح روش تحقیق کیو (Q) و انجام آزمون همبستگی اسپیرمن و بدست آوردن نمرات استاندارد از پرسشنامه کیو بر مبنای جمع‌آوری اطلاعات از ۳۰ روزنامه‌نگار عرصه وب‌سایت‌های حرفه‌ای خبری در ایران که سابقه حرفه‌ای بالغ بر ۲ سال یا بیشتر در این عرصه داشتند، طبق مدل نظری پژوهش، جداول و نتایج ذیل در ۶ مقوله حاصل شد:

جدول ترتیب مقوله‌ها براساس نمرات Z مثبت و نوع آسیب‌های متوجه وبسایت‌های خبری - تحلیلی ایران

ردیف	نوع آسیب	تعداد	درصد
۱	فناوری	۱۰	۲۹/۵
۲	آموزشی- نیروی انسانی	۹	۲۶/۵
۳	اقتصادی- مدیریتی	۶	۱۷/۵
۴	سیاسی- حقوقی	۵	۱۴/۵
۵	محتوا	۱	۳/۵
۶	مخاطب	۱	۳/۵
	جمع	۳۴	۱۰۰



#### نمودار دایره‌ای ترتیب گویه‌ها براساس نمرات Z مثبت و نوع آسیب‌های متوجه وبسایت‌های خبری - تحلیلی ایران

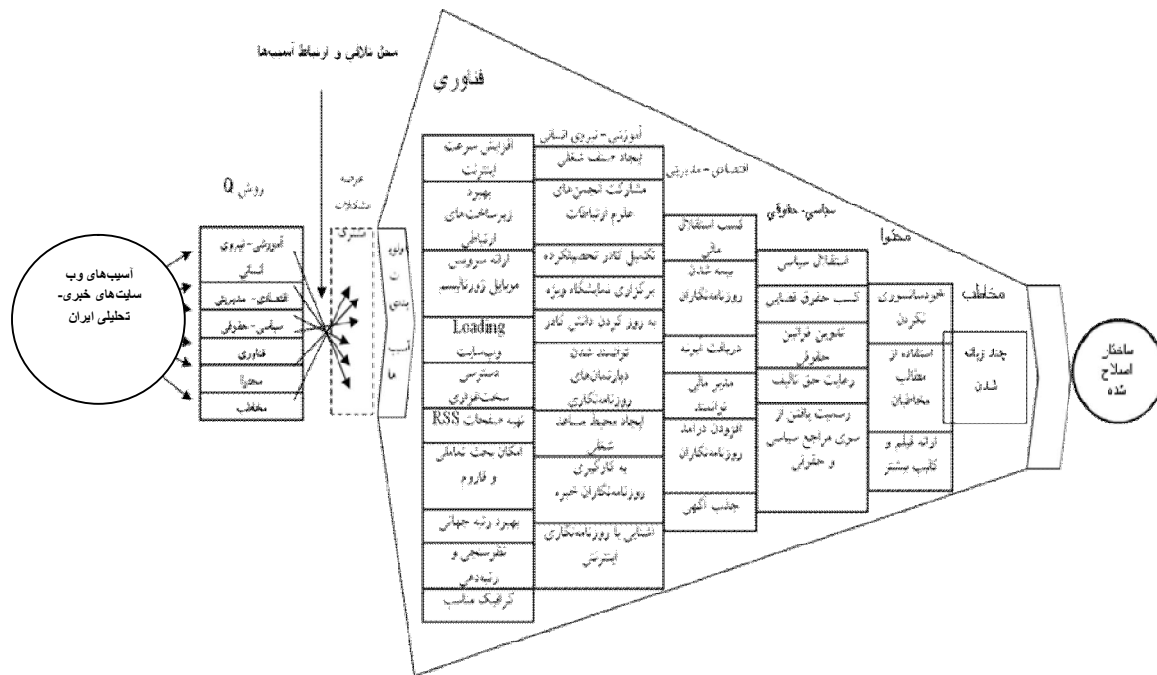
- توضیح اینکه نتایج پس از تحلیل داده‌ها از طریق نرم‌افزار کوانل، تفاوتی میان دیدگاه‌های روزنامه‌نگاران ملاحظه نشد. در مورد گویه‌های مرتبط با مباحث **سیاسی و حقوقی** وبسایت‌های خبری - تحلیلی پاسخگویان معتقدند:
- ۱- وبسایت‌های خبری - تحلیلی ایران وابسته به افراد منتقد و گروه‌های قدرتمند دولتی و حکومتی هستند.
  - ۲- روزنامه‌نگاران وبسایت‌های خبری - تحلیلی از حقوق قضایی کمتری نسبت به هم‌تایان عرضه چاپی برخوردارند.
  - ۳- عرصه وبسایت‌های خبری - تحلیلی ایران فاقد قوانین حقوقی مورد نیاز و لازم است.
  - ۴- روزنامه‌های چاپی در ایران از مطالب تولیدی وبسایت‌های خبری - تحلیلی بدون ذکر منبع استفاده می‌کنند. در مورد گویه‌های مرتبط با مباحث **اقتصادی و مدیریتی** این وبسایت‌ها پاسخگویان معتقدند:
  - ۱- برخی حمایت‌های مالی دولتی و حکومتی از وبسایت‌های خبری - تحلیلی و عدم استقلال مالی باعث وابستگی محتوایی این گونه وبسایت‌ها خواهد شد.
  - ۲- روزنامه‌نگاران وبسایت‌های خبری و تحلیلی از نظر بیمه‌های درمانی و اجتماعی وضع نامناسبی دارند.
  - ۳- یکی از ضعف‌های وبسایت‌های خبری - تحلیلی در ایران فقدان مشترک (آبونه) و نبود سازوکار مشخص برای این منظور است.
  - ۴- وبسایت‌های خبری - تحلیلی ایران از نظر مدیریت اقتصادی و مالی کاستی‌هایی دارند. در مورد گویه‌های مرتبط با **مخاطب** این گونه وبسایت‌ها پاسخگویان معتقدند:
  - فقدان ارائه مطلب به زبان‌های مختلف در وبسایت‌های خبری - تحلیلی، به مرور زمان باعث خواهد شد که مخاطبان غیر ایرانی علاقه خود را برای کسب اطلاعات از آن دست بدهند و یا اصولاً به این وبسایت‌ها متمایل نگردند. در مورد گویه‌های مرتبط با **فناوری** این وبسایت‌ها پاسخگویان معتقدند:
  - ۱- کم بودن سرعت اینترنت کشور مانع مهمی در دسترسی مناسب به وبسایت‌های خبری - تحلیلی است.



- ۲- وضعیت ضعیف زیرساخت‌های ارتباطی کشور مانع از دسترسی مناسب مخاطب به وب سایت‌های خبری- تحلیلی است.
- ۳- سطح نوآوری‌های فنی نظیر ارائه سرویس موبایل ژورنالیزم که به جذب مخاطب منجر شود در وبسایت‌های خبری- تحلیلی ایران ضعیف است.
- ۴- loading وب سایت‌های خبری- تحلیلی ایران طولانی‌تر از حد استاندارد است.
- در مورد گویه‌های مرتبط با مسئله آموزش و نیروی انسانی این وب سایت‌ها پاسخگویان معتقدند.
- ۱- فقدان صنف روزنامه نگاران وب سایت‌های خبری- تحلیلی یا گروه ویژه‌ای در این مورد در درون صنف روزنامه نگاران یکی از مشکلات مهم این عرصه است.
- ۲- انجمن‌های علمی علوم ارتباطات و روزنامه‌نگاری نقش کم‌رنگی در عرصه مباحث وبسایت‌های خبری- تحلیلی دارند.
- ۳- یکی از مهمترین آسیب‌های وبسایت‌های خبری- تحلیلی ایران کمبود نیروهای متخصص و تحصیل کرده در رشته مرتبط با آن است.
- ۴- جشنواره مطبوعات به دلیل غلبه حضور روزنامه‌های چاپی فرصت مناسبی برای معرفی وبسایت‌های خبری- تحلیلی فراهم نمی‌آورد.
- در مورد گویه‌های مرتبط با مسئله محتوای این گونه وبسایت‌ها پاسخگویان معتقدند:
- ۱- خودسانسوری باعث افت کیفیت محتوای وبسایت‌های خبری- تحلیلی گشته است.
- ۲- وبسایت‌های خبری- تحلیلی در ایران کمتر از مطالب تولیدی توسط مخاطبان خود استفاده می‌کنند.
- همانطور که نتایج تحلیل پرسشنامه کیو نشان می‌دهد آسیب فناوری با ۲۹/۵ رتبه اول را براساس نمرات Z مثبت به دست آورد و مهمترین آسیب وبسایت‌های خبری- تحلیلی شناخته می‌شود. در پس این مقوله به ترتیب مقولات آموزشی- نیروی انسانی با ۲۶/۵ درصد، اقتصادی- مدیریتی با ۱۷/۵ درصد، سیاسی- حقوقی با ۱۴/۵ درصد، محتوا با ۸/۵ درصد و مقوله مخاطب با ۳/۵ درصد، چگونگی چالش‌های موجود در عرصه روزنامه‌نگاری حرفه‌ای اینترنتی در ایران نشان می‌دهد.

### مدل مطلوب برای اصلاح ساختار وب سایت‌های خبری- تحلیلی ایران

در نهایت به منظور ارائه راهکاری موجز و مشخص می‌توان مدلی را بر مبنای نتایج حاصله ارائه کرد که در آن ترتیب اهمیت آسیب‌های متوجه وب سایت‌های خبری- تحلیلی به همراه چگونگی غلبه بر مشکلات ارائه می‌شود.



همانگونه که در مدل ملاحظه می‌شود آسیب‌های وب سایت‌های خبری - تحلیلی بر مبنای مطالعه روش کیو و به ترتیب حروف الفبا تجزیه می‌شود و در بخشی این آسیب‌ها می‌تواند دارای همپوشانی و نقاط مشترک باشند. باید دانست که آسیب‌های متوجه وب سایت‌های خبری - تحلیلی را نمی‌توان به طور کامل از هم منفک کرد و به یقین در بخش‌هایی دارای همپوشانی هستند. در مرحله بعدی، مدل به سمت الویت بندی آسیب‌ها بر طبق نظر روزنامه نگاران این عرصه که جامعه آماری کیفی پژوهش را شامل می‌شود رهنمون می‌گردد و منتج به ارائه راهکار برای غلبه بر آسیب‌ها و مشکلات وب سایت‌های خبری و تحلیلی ایران می‌شود. در نهایت با به کارگیری این مدل می‌توان امید به اصلاح ساختار وب سایت‌های خبری - تحلیلی ایران داشت.

#### ارائه پیشنهادها:

با توجه به نتایج پژوهش، به نظر می‌رسد می‌بایست در ۶ زمینه مورد بررسی پژوهش، اقدامات متعددی انجام گیرد.

#### در حیطه مسائل فناوری و زیرساخت:

ارائه تعریف جدید از سرعت اینترنت پرسرعت و بر مبنای استانداردهای بین‌المللی، تکمیل زیرساخت‌های ارتباطی و گسترش آن به نقاط دوردست و مجهز کردن وب سایت‌ها به امکانات نرم‌افزاری و مخاطب پسند نظیر موبایل ژورنالیسم و نظایر آن، از مسائل الویت دار به شمار می‌آیند.

#### در حیطه مسائل آموزشی و نیروی انسانی:

تاسیس صنف روزنامه نگاران وب سایت‌های خبری - تحلیلی، آموزش نیروی متخصص دوره دیده در این عرصه به صورت تخصصی، برگزاری نمایشگاه این گونه رسانه‌ها به صورت مستقل و فراهم آوردن استانداردهای آموزشی، برای روزنامه نگاران وب سایت‌های خبری - تحلیلی از مسائل الویت دار است.

**در حیطه مسائل اقتصادی و مدیریتی:**

داشتن استقلال مالی و فراهم آوردن بیمه‌های درمانی و اجتماعی، از مباحث اصلی به شمار می‌آید.

**در حیطه مسائل سیاسی و اقتصادی:**

تدوین مقررات و قوانین جدید و منحصر به این نوع روزنامه نگاری از مباحث الویت دار به شمار می‌آید.

**در حیطه محتوا:**

استفاده بهینه از تصاویر، نظیر عکس و کلیپ به عنوان فصل ممیز این نوع روزنامه با رقبای چاپی می‌بایست الویت داشته باشد.

**در حیطه مخاطب:**

قرار دادن ابزاری برای سهولت ارسال مطلب از سوی مخاطب در سایت و استفاده از چند زبان زنده دنیا الویت دارد.

## منابع:

- فرهنگی، علی اکبر، تقریرات درس مسائل اقتصاد و مدیریت مؤسسات ارتباطی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، رشته علوم ارتباطات، شاخه روزنامه‌نگاری، دوره دکترای تخصصی، نیمسال اول ۸۸-۱۳۸۷
- کوواچ، بیل. روزنستیل، تام، عناصر روزنامه‌نگاری، ترجمه داود حیدری، انتشارات دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۸۵
- AlShehri, F. and Gunter, B. (2002), "The market for electronic newspapers in the ArabWorld", Aslib Proceedings, Vol. 4 No. 1, pp. 56-70.
- Author's analysis of World Values Survey data.
- Cronin, B. (2001), "Bibliometrics and beyond: some thoughts on web-based citation analysis", Journal of Information Science, Vol. 27 No. 1, pp.
- Davenport, E. and Cronin, B. (2000), "The citation network as a prototype for representing trust in virtual environments", in Cronin, B. and Atkins, H. B. (Eds), The Web of Knowledge: A Festschrift in Honor of Eugene Garfield, Information Today Inc. , Metford, NJ, pp. 517-34, ASIS Monograph Series.
- Doyle, Stephen, (2001) "Understanding Information & Communication Technology", Nelson Thomes Ltd.
- Eysenbach G. (2008), Credibility of Health Information and Digital Media: New Perspective and Implications for Youth, Digital Media, Youth, and Credibility, Massachusetts Institute of Technology
- Eysenbach G. , From Intermediation to Disintermediation and Apomediation: New Models for Consumers to Access and Assess the Credibility of Health Information in the Age of Web 2. 0. , Medinfo (in press).
- Franklin, Bob (2001) "British Television Policy: A Reader", London: Routledge.
- Friedland L. F. (2001), Communication, Community, and Democracy: Toward a Theory of the Communicatively Integrated Community, Communication Research 28, no. 4 (August 2001): 360.
- Feuilherade, P. (2004), "The number of newspaper websites around the world has doubled since 1999, a study has found", BBC News on 1 June 2004, available at: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/3767267.stm> (accessed 7 June 2005).
- Gao Y. and Vaughan L. (2005), Web hyperlink profiles of news sites A comparisor of newspapers of USA, Canada, and China, Aslib Proceedings: New Information Perspectives, Vol. 57 No. 5, 2005, pp. 398-411, q Emerald Group Publishing Limited 0001-253X, DOI 10. 1108/00012530510621851.
- Gilbert, C. (2002), "Newspapers and the internet", Nieman Reports, Vol. 56 No. 2, pp. 35-8
- Hassan, Robert (2008) "The Information Society" Cambridge: Polity Press.
- Levine p. (2008), A Public Voice for Youth: The Audience Problem in Digital Media and Civic Education, Massachusetts institute of Technology, The MIT Press, 2008. 119-138.
- Levine p. (2008), A Public Voice for Youth: The Audience Problem in Digital Media and Civic Education, Massachusetts Institute of Technology, The MIT Press, 2008. 119-138.

- Levine P. (2006), Collective Action, Civic Engagement, and the Knowledge Commons, in *Understanding Knowledge as a Commons: From Theory to Practice*, ed. Charlotte Hess and Elinor Ostrom (Cambridge, MA: MIT Press, 2006).
- Levine P. (2005), Creative Use of the New Media, in *Youth Activism: An International Encyclopedia*, ed. Lonnie R. Sherrod, Ron Kassimir, and Connie Flanagan (Westport, CT: Greenwood, 2005).
- Massey, B. L. and Levy, M. R. (1999), "Interactivity, online journalism, and Englishlanguage web newspapers in Asia", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 76 No. 1, pp. 138-51. st
- Metzger M. J. Flanagin A. J. Lemus D. R. , and McCann R. M. (2003), Credibility in the 21 Century: Integrating Perspectives on Source, Message, and Media Credibility in the Contemporary Media Environment, in *Communication Yearbook 27*, ed. Pamela Kalbfleisch (Newbury Park, CA: Sage, 2003), 293-335.
- Nicholas, D. , Huntington, P. , Lievesley, N. and Withey, R. (1999a), "Cracking the code: web log analysis", *Online and CD-ROM Review*, Vol. 23 No. 5, pp. 263-9.
- Nicholas, D. , Huntington, P. , Lievesley, N. and Wasti, A. (2000), "Evaluating consumer web site logs: case study The Times/Sunday Times web site", *Journal of Information Science*, Vol. 26 No. 6, pp. 399-411.
- Nicholas, D. , Huntington, P. and Williams, P. (2003), "Micro-mining log files: a method fo enriching the data yield from internet log files", *Journal of Information Science*, Vol. 29 No. 5, pp. 401-14.
- Putnam R. D. (2001), Community-based Social Capital and Educational Performance in Making Good Citizens: Education and Civil Society, ed. Diane Ravitch and Joseph P. Viteri (New Haven, CT: Yale University Press, 2001), 69-72.
- Shyam Sundar S. and Nass C. (2000), Source Orientation in Human-Computer Interaction Programmer, Networker, or Independent Social Actor? *Communication Research 27*, no. 6: 683-703.
- Thelwall, M. (2001), "Extracting macroscopic information from web links", *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol. 52 No. 13, pp. 1157-68.
- Thelwall, M. , Vaughan, L. and Bjo rneborn, L. (2005), "Webometrics", in Cronin, B. (Ed. *Annual Review of information Science and Technology*, Information Today, Inc. , Medford, NJ Vol. 39, pp. 81-135.
- Thiel, S. (1998), "The online newspapers: apostmodern medium", *The Journal of Electronic Publishing*, Vol. 4 No. 1, available at: [www.press.umich.edu/jep/04-01/thiel.html](http://www.press.umich.edu/jep/04-01/thiel.html) (accessed 7 June 2005).
- Tremayne, Mark (2007) *Blogging, Citizenship & the Future of Media*, London: Routledge.
- Vaughan, L. (2004), "Exploring website features for business information", *Scientometrics* Vol. 61 No. 3, pp. 467-77.
- Walker Retberg, Jill (2008) "Blogging", Cambridge: Polity Press.
- Williams, P. and Nicholas, D. (1999), "The migration of news to the web", *Aslib Proceedings*, Vol. 51 No. 4, pp. 122-34.
- Wu, H. D. and Bechtel, A. (2002), "Web site use and news topic and type", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 79 No. 1, pp. 73-86.

- [www.hamshahrionline.ir/news.aspx?id=26604](http://www.hamshahrionline.ir/news.aspx?id=26604)
- [www.onlinejournalismblog/tag/rss-readers](http://www.onlinejournalismblog/tag/rss-readers)
- [www.csmonitor.com](http://www.csmonitor.com)
- [www.seattlepi.com](http://www.seattlepi.com)
- [www.monediplo.com](http://www.monediplo.com)