

بررسی وضعیت و کارکرد خبرگزاری های ایران

دکتر فیروز دیندار فرکوش، دکترای مدیریت رسانه، عضو هیات علمی دانشگاه
فرونوش صمیمی، کارشناس ارشد تحقیق در ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی
Farnoosh_samimi@yahoo.com

چکیده

در دنیای امروز نقش وسایل ارتباط جمعی در همه شئون زندگی اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و حتی فردی غیرقابل انکار است. با گسترش فناوری های نوین ارتباطی و اینترنت، شرایط حرفه ای فعالیت روزنامه نگاری، تحولی چشمگیر یافته است. بر این اساس شاهد رشد بی سابقه روزنامه نگاری آنلاین هستیم. در این راستا فعالیت سایت ها و پایگاه های اطلاع رسانی تحت عناوین مختلفی از جمله خبرگزاری سبب شده تا تعیین و تشخیص مرز بین خبرگزاری ها و دیگر فعالیت های خبری در فضای وب دشوار شود که انجام تحقیق در عرصه فضای مجازی برای شفاف شدن زوایای پدیده نوین را لازم و ضروری می سازد.

پایگاه های اطلاع رسانی و خبری فعال در فضای مجازی با توجه به ماهیتشان، با عناوین مختلفی همچون وبلاگ، سایت و روزنامه الکترونیکی و خبرگزاری فعالیت می کنند. در کشور ما بخصوص در چند سال اخیر، خبرگزاری ها و بنگاه های خبری نوینی شکل گرفته اند که بیش از هر چیز مدیون شکل گیری فضای مجازی می باشند و نه کادر و سازمان خبری و تحریری. این خبرگزاری ها گاه در بستر سازمان های دولتی و گاه به نوعی مستقل از آن ها به فعالیت مشغول می باشند. اما بسیاری از آن ها اگرچه از نظر کارکردی وضعیت نسبتاً مشخصی (تولید یا انتشار خبر) دارند اما به لحاظ ماهیت (خبرگزاری یا بنگاه اطلاع رسانی) و نیز مالکیت (دولتی یا غیردولتی بودن) وضع چندان روشنی ندارند.

هدف اصلی این تحقیق شناخت و تعریف کامل و عینی خبرگزاری های دولتی و غیردولتی و تفکیک آن ها از یکدیگر و نیز پایگاه های خبری اینترنتی است. دستیابی به تعریف کامل و مناسب از خبرگزاری ها، تفکیک خبرگزاری های دولتی و غیردولتی از یکدیگر، دستیابی به شاخص ها و معیارهای خبرگزاری های غیردولتی، دستیابی به کارکرد خبرگزاری ها، تفکیک خبرگزاری ها از پایگاه های اطلاع رسانی اینترنتی، ارزیابی از عملکرد خبرگزاری های کنونی ایران، شرایط تاسیس یک خبرگزاری، ارزیابی از تکثر خبرگزاری ها در سال های اخیر، بررسی چالش ها و مشکلات فراروی خبرگزاری ها در ایران و در آخر بررسی خبرگزاری های ایران در حال حاضر از لحاظ تعداد، وضعیت و مشخصات هر کدام از آن ها از اهداف این نگارش است. روش تحقیق در این رساله مطالعه اسنادی به روش کیفی بوده است و جمع آوری مطالب به صورت کتابخانه ای صورت گرفته است. همچنین تمامی خبرگزاری های جمهوری اسلامی ایران جامعه آماری این تحقیق محسوب می شوند. ابزار تحقیق

در این مجموعه، فیش برداری از کتاب‌ها، مقالات، پروژه‌های تحقیقاتی و تمامی منابع موجود در دسترس در این زمینه بوده است.

در حال حاضر بیش از ۴۰ خبرگزاری در ایران فعالیت دارند که پس از بررسی‌ها و مطالعه هر کدام از آن‌ها می‌توان گفت ۷۰ درصد از کل خبرگزاری‌ها در طی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۴ تاسیس و آغاز به کار کرده‌اند.

واژگان کلیدی: خبرگزاری، خبرگزاری دولتی، خبرگزاری غیردولتی، پایگاه‌های اطلاع‌رسانی اینترنتی

مقدمه

پیشرفت‌های هرروز بشر در استفاده از فناوری‌ها، موجب دگرگونی در زندگی روزمره انسان شده است. پیدایش سایت‌ها، پایگاه‌های خبری و غیرخبری از اوایل دهه ۱۹۹۰ و گسترش روزافزون آن‌ها به صورتی بوده است که امروزه ده‌ها هزار سایت، روزنامه الکترونیک و پایگاه‌های خبری و خبرگزاری در دنیا فعالیت دارند و میلیون‌ها نفر از مردم دنیا بدون آنکه خانه خود را ترک کنند در هر لحظه قادرند از طریق این شبکه جهانی، اخبار و اطلاعات مورد نظر خود را کسب کنند.

پایگاه‌های اطلاع‌رسانی و خبری فعال در فضای مجازی با توجه به ماهیتشان، با عناوین مختلفی همچون وبلاگ، سایت و روزنامه الکترونیکی و خبرگزاری فعالیت می‌کنند. وبلاگ‌ها، پایگاه‌هایی تقریباً شخصی، فردی و غیررسمی هستند که فرم و محتوای آن‌ها تابع سلیقه نویسنده آن می‌باشد. در مقابل سایت‌ها و پایگاه‌های خبری شکل گرفته‌اند که از سازمان، تحریریه و کارکنانی برخوردار هستند و اهداف و فعالیت‌های گسترده‌ای را دنبال می‌کنند. برخی از این سایت‌ها، اگرچه خود را با عنوان خبرگزاری معرفی می‌نمایند اما در عمل شاید تفاوت چندانی با سایر پایگاه‌ها نداشته باشند و یا تفکیک آن‌ها برای کاربران چندان آسان نیست. بررسی و تفکیک پایگاه‌های خبری و خبرگزاری‌ها هم از جهت نوع فعالیت و هم از جهت مالکیت آن‌ها امکان‌پذیر و البته مهم می‌باشد.

خبرگزاری‌ها نقل‌کننده و راوی رویدادها شده‌اند و به ما اطلاع می‌دهند چه اتفاقی و چگونه به وقوع پیوسته است. پس نقش و کارکرد خبرگزاری‌ها، تولید و انتشار خبر است و کار خبرنگاران و گزارش‌گران تبدیل رویداد به خبر، بنابراین می‌

توان گفت نقش مهم خبرگزاری‌ها، بازنمایی جهان واقعیت است. (مهدی زاده، ۱۳۸۴: ۱۲۴)

درکشور ما علی‌رغم اینکه اینترنت هم پای کشورهای غربی در میان مردم نفوذ پیدا نکرده، اما روز به روز شاهد گسترش این وسیله ارتباطی در میان اقشار مختلف مردم هستیم که با توجه به سرعت این نفوذ می‌توان تصور کرد که در آینده‌ای نزدیک، اینترنت، گسترشی در حدود یک رسانه همگانی پیدا کند و به تبع این مساله، خبرگزاری‌ها نیز به رسانه‌ای تبدیل شوند که مردم برای دسترسی به اخبار روز، مستقیماً به آن‌ها مراجعه کنند.

طبق ماده دوم آیین‌نامه تاسیس و نحوه فعالیت خبرگزاری‌های غیردولتی، مصوبه جلسه هیات وزیران نیز تعریفی از خبرگزاری ارائه شده است که فارغ از ابعاد حرفه‌ای، دیدگاه رسمی و حکومتی را نسبت به تشخیص یک رسانه به عنوان خبرگزاری به تصویر می‌کشد. طبق این ماده «خبرگزاری موسسه‌ای است که با سرمایه غیردولتی به وسیله اشخاص حقیقی و حقوقی تاسیس شده و مجاز است در زمینه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی نسبت به جمع‌آوری، پردازش و انتشار خبر، تحلیل، مصاحبه و گزارش در قالب نوشتار، صدا و تصویر در حوزه‌های داخلی و خارجی فعالیت کند.» (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۴: ۱۷).

خبرگزاری‌ها، تا پیش از بهره‌گیری از امکانات اینترنت برای تولید، عرضه و توزیع مطالب، بیشتر تولیدات خود را از طریق تلکس در اختیار تحریریه‌های مطبوعات قرار می‌دادند. روزنامه‌نگاران نیز با تغییر در سبک نگارش مطالب و یا بازآفرینی و تکمیل آن‌ها، به انتشار روایت خاص خود از موضوع می‌پرداختند. در حالی که اکنون و با بهره‌گیری از امکانات اینترنت، خبرگزاری‌ها باید تولیدات خود را هم در اختیار همکاران متخصص خود یعنی روزنامه‌نگاران قرار دهند و هم در شکل قطعی در اختیار مخاطبان و یا مصرف‌کنندگان نهایی. به این ترتیب خبرگزاری‌ها دیگر نمی‌توانند اصلاح و یا تکمیل خبر را به عهده همکاران خود در تحریریه مطبوعات قرار دهند و ناچارند هر خبر را در کامل‌ترین شکل ممکن ارائه دهند.

مسئله دیگر، رقابتی شدن فضای حاکم بر کار خبرگزاری‌هاست. اکنون خبرگزاری‌ها نه تنها باید با سایت‌های منابع خبری (وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها، نهادها،

و حتی افراد) رقابت کنند، بلکه روزنامه‌ها و مطبوعات نیز با بهره‌گیری از امکانات و نسخه‌های آنلاین خود به رقیب جدی خبرگزاری‌ها در تولید خبر و مطلب تبدیل شده‌اند.

نکته مهم دیگری که در رابطه با خبرگزاری‌ها قابل بحث است، استقلال خبرگزاری‌هاست. اکنون بسیاری از خبرگزاری‌ها با غیردولتی خواندن خود، استقلال حرفه‌ای خود را اعلام می‌دارند و از این طریق سعی بر نشان دادن بی‌طرفی خود در فعالیت حرفه‌ای تولید خبر دارند. اما نکته مهم در این زمینه آن است که شاخص غیردولتی بودن خبرگزاری‌ها چیست؟ آیا ملاک‌های واحدی برای تشخیص غیردولتی خبرگزاری‌ها وجود دارد؟ غیردولتی بودن ابعاد مختلفی دارد. آیا فقط استقلال مالی مطرح است؟ یا استقلال مدیریتی نیز مهم می‌باشد؟

از طرفی با توجه به اینکه تا سال ۱۳۵۷ و پیروزی انقلاب اسلامی تنها یک خبرگزاری رسمی در ایران تحت عنوان خبرگزاری پارس وجود داشت ولی امروزه تعداد آن‌ها به ده‌ها خبرگزاری می‌رسد؛ بنابراین بررسی علل و شکل‌گیری این خبرگزاری‌ها با عنایت به مسائل فوق‌حائز اهمیت است.

در مجموع، موضوع بررسی وضعیت و کارکرد خبرگزاری‌های دولتی و غیردولتی ایران است. در این پژوهش با مطالعه و مرور بر ادبیات نظری و پیشینه خبرگزاری‌ها و کارکرد آن‌ها، تعداد و وضعیت کلیه خبرگزاری‌های ایران مورد بررسی قرار می‌گیرد، تعریفی از خبرگزاری‌ها ارائه داده و با بهره‌گیری از مبانی نظری موجود، شاخص‌ها و معیارهایی تهیه کنیم که براساس آن بتوان تعریفی از خبرگزاری‌ها در شرایط جدید و انواع آن (دولتی و غیردولتی) ارائه داد.

سوالات تحقیق

این پژوهش درصدد پاسخگویی به پرسشهای اساسی زیر است:

۱- خبرگزاری‌های ایران در حال حاضر کدامند؟

۲- زمان تاسیس خبرگزاری‌های ایران چیست؟

۳- کارکرد اصلی خبرگزاری‌ها را چگونه می‌توان تعریف کرد؟

۴- شاخص‌های یک خبرگزاری چیست؟

۵- تعریف خبرگزاری چیست؟ و انواع آن کدام است؟

- ۶ وجه تمایز خبرگزاری‌ها از پایگاه‌های اطلاع‌رسانی اینترنتی چیست؟
- ۷ خبرهای غیردولتی چه نوع از خبرگزاری هستند و ویژگی‌های آن‌ها کدامند؟
- ۸ شرایط لازم برای تاسیس یک خبرگزاری چیست؟
- ۹ تکثر خبرگزاری‌ها در سال‌های اخیر در ایران را چگونه می‌توان توصیف کرد؟
- ۱۰ چالش‌ها و مشکلات خبرگزاری‌ها در ایران چیست؟
- ۱۱ وضعیت کنونی خبرگزاری‌ها در ایران چگونه است؟

روش تحقیق

در این رساله مطالعه اسنادی به روش کیفی بوده است و جمع‌آوری مطالب به صورت کتابخانه‌ای صورت گرفته است.

جامعه آماری

تمامی خبرگزاری‌های جمهوری اسلامی ایران جامعه آماری این تحقیق محسوب می‌شوند.

ابزار جمع‌آوری اطلاعات

ابزار تحقیق در این مجموعه، فیش برداری از کتاب‌ها، مقالات، پروژه‌های تحقیقاتی و تمامی منابع موجود در دسترس در این زمینه بوده است. در این رساله تک‌تک خبرگزاری‌های موجود و در حال حاضر ایران از طریق سایت‌ها، کتاب‌ها و مقالات مطالعه و مورد بررسی قرار گرفته؛ همچنین نقطه نظرات و پاسخ‌های اساتید ارتباطات و کارشناسان و فعالان در این حوزه به سوالات، در گفتگوها، مصاحبه‌های آنان یا از طریق کتاب‌ها و تالیفاتشان جمع‌آوری شده و در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفته شده است. با توجه به اطلاعات گردآوری شده و پاسخ‌های جمع‌آوری شده از اساتید و کارشناسان نتایج نهایی را مورد بحث قرار می‌دهیم:

۱. تعریف خبرگزاری چیست؟ و انواع آن کدام است.

از جمع‌بندی تعاریف ارائه شده در متون مختلف از خبرگزاری‌ها می‌توان نتیجه گرفت: خبرگزاری از نظر لغوی به معنای رسانیدن خبر است و از حیث حرفه‌ای سازمانی رسانه‌ای و خبری است که از طریق دفاتر خبری و خبرنگاران یا رابط‌های خبری

در نقاط مختلف تحت پوشش خبری خود، به جستجو و جمع آوری اخبار رویدادها پرداخته و پس از تنظیم و پردازش آن‌ها در قالب «خبر» با وسایل مختلف برای رسانه‌های خبری دیگر، نهادها، سازمان‌ها و عموم مردم ارسال می‌کند. اغلب خبرگزاری‌ها در قالب خدمات خبری «کامل» خود مبالغی را به عنوان حق اشتراک خبر دریافت کنند و در واقع (با تبدیل خبر به کالا) اخبار خود را به فروش می‌رسانند.

خبرگزاری‌ها از حیث فعالیت ممکن است عمومی یا تخصصی، از نظر مالکیت ممکن است دولتی، تعاونی یا خصوصی و از نقطه نظر منطقه تحت پوشش ممکن است ملی، منطقه‌ای یا بین‌المللی باشند.

• از طرفی از مجموع پاسخ‌های جمع‌آوری شده به سوالات، خبرگزاری این‌گونه تعریف شده است:

«خبرگزاری نهادی چند رسانه‌ای است که وظیفه حرفه‌ای آن جمع‌آوری و تولید خبر و محصولات گوناگون مبتنی بر خبر از حوزه‌های از قبیل مشخص شده و انتشار آن‌ها به اشکال مختلف (متن، صدا، تصویر) در کوتاه‌ترین زمان ممکن نسبت به وقوع رویدادها، برای نهادها و سازمان‌های خبری دیگر، متخصصان و نهادهای تخصصی و عموم مردم می‌باشد که اغلب با هدف فروش تولیدات، فعالیت حرفه‌ای خود را انجام می‌دهد.»

• در ماده دوم آیین‌نامه تاسیس و نحوه فعالیت خبرگزاری‌های غیردولتی: «خبرگزاری موسسه‌ای است که با سرمایه غیردولتی به وسیله اشخاص حقیقی و حقوقی تاسیس شده و مجاز است در زمینه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی نسبت به جمع‌آوری، پردازش و انتشار خبر، تحلیل، مصاحبه و گزارش در قالب نوشتار، صدا و تصویر در حوزه‌های داخلی و خارجی فعالیت کند.» (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۴: ۱۷).

جمع‌بندی از کل تعاریف

«خبرگزاری از نظر لغوی به معنای رسانیدن خبر است و از حیث حرفه‌ای نهادی چندرسانه‌ای است که از طریق دفاتر خبری و خبرنگاران یا رابط‌های خبری به جمع‌آوری و تولید خبر و محصولات گوناگون مبتنی بر خبر از حوزه‌های از قبیل مشخص شده می‌پردازد و پس از تنظیم و پردازش آن‌ها به

اشکال مختلف (متن، صدا، تصویر) و در کوتاه ترین زمان نسبت به وقوع رویداد، برای نهادها و رسانه های خبری دیگر، متخصصان و نهادهای تخصصی و عموم مردم منتشر می کند. اغلب خبرگزاری ها در قبال «خدمات خبری کامل» خود مبالغی را به عنوان حق اشتراک خبر دریافت کنند. خبرگزاری ها از حیث فعالیت ممکن است عمومی یا تخصصی، از نظر مالکیت ممکن است دولتی، تعاونی یا خصوصی و از نقطه نظر منطقه تحت پوشش ممکن است ملی، منطقه ای یا بین المللی باشند.» (رضوی زاده، ۱۳۸۷: ۱۱۷)

۲. شاخص های یک خبرگزاری چیست؟

اهم شاخص های یک خبرگزاری به شرح ذیل است:

- سازمان، تشکیلات و نیروی انسانی؛ در اختیار داشتن امکانات و تجهیزات کارا برای جمع آوری، تنظیم و انتشار و توزیع خبرها (در سطوح ملی یا بین المللی) برخوردار از سازمان و تقسیم کار حرفه ای تولید.
- کمیت و کیفیت محتوا و نحوه انتشار اطلاعات؛ دقت و صحت خبر، حجم تولیدات، سرعت انتشار، تنوع تولید، گستره تولید، چند رسانه ای بودن، تعاملی بودن، رعایت توازن، انصاف، عدم جانبداری، روایت جامع رویداد، توجه به نیازهای مخاطب نهایی.

- ویژگی های مالی؛ بودجه و اعتبار مناسب و نیز درآمد و سودآوری. همان طور که ملاحظه می شود در بیان شاخص های یک خبرگزاری بر سازمان و نیروی انسانی آن، کمیت و کیفیت محتوا و نحوه انتشار اطلاعات و نیز ویژگی های مالی و اعتبار خبرگزاری ها تاکید می شود. از این جهت می توان خبرگزاری ها را سازمان رسانه ای عریض و طویل و مجهز دانست که با استفاده از نیروی انسانی حرفه ای (خبرنگاران) به جمع آوری، تولید و انتشار اخبار مربوط به حوزه تحت پوشش خود می پردازد. (رضوی زاده، ۱۳۸۷: ۱۱۹)

۳. کارکرد اصلی خبرگزاری ها را چگونه می توان تعریف کرد.

کارکرد اصلی خبرگزاری ها به این شرح است:

- انتشار مطالب خبری؛ روایت دقیق، جامع، متوازن، منصفانه، غیرجانبدارانه رویدادها در حداقل زمان ممکن، قرار دادن روایت دریافت آن و تصحیح فوری اشتباه برای رسانه ها، نهادها و سازمان ها و عموم مردم.

- نحوه انتشار مطالب؛ انتشار مطالب در قالب های خبر، گزارش، مصاحبه با استفاده از متن، صدا و تصویر (عکس ها و فیلم های خبری) برای انتشار خبر (فرمت های گوناگون چندرسانه ای)
- تنویر افکار؛ آگاهی افکار عمومی و نیز مسئولین از حوادث، مسایل، واقعیات و اقدامات.

بنابراین می توان گفت؛ در تعیین کارکرد اصلی خبرگزاری ها بر انعکاس رویدادها و مسایل، به شکلی سریع، صحیح، دقیق، غیر جهت دار و منصفانه برای عموم مردم و سازمان ها تاکید می شود. بر این اساس کارکرد خبرگزاری ها، اطلاع رسانی و آگاهی بخشی (مردم و مسئولان) می باشد. (رضوی زاده، ۱۳۸۷: ۱۲۰)

۴. وجه تمایز خبرگزاری ها از پایگاه های اطلاع رسانی اینترنتی چیست ؟

اهم پاسخ های گردآوری شده در این مورد به شرح زیر است:

- زیرساخت ها و امکانات؛ خبرگزاری ها از زیرساخت های لازم برای گردآوری و پردازش خبرها در حوزه ای وسیع را دارا می باشند و قاعدتا از دفاتر و گروه های متفاوت در حوزه های مختلف جغرافیایی و موضوعی (سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و...) و نیز خبرنگاران متعدد و حرفه ای برخوردار می باشند. اما پایگاه های اطلاع رسانی و نشریات اینترنتی در سطحی محدود و یا کاملا تخصصی به تولید و انتشار مطالب می پردازند.

- کارکرد و گستره عمل خبرگزاری ها؛ کارکرد اصلی خبرگزاری ها، گردآوری و تولید خبر در گستره ای وسیع از حوزه جغرافیایی (ملی، منطقه ای و بین المللی) و انواع رویدادها (علمی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و...) است. انتظار جست و جو و تولید خبرها، آن چنان که درباره خبرگزاری ها صادق است، از پایگاه های اطلاع رسانی و نشریات آنلاین وجود ندارد.

- اعتماد کاربران به مطالب خبرگزاری ها بیشتر از اعتماد آن ها به مطالب پایگاه های اطلاع رسانی است.

بنابراین می توان وجه تمایز خبرگزاری ها و پایگاه های اطلاع رسانی را این گونه برشمرد:

- «خبرگزاری ها از نظر برخورداری از زیرساخت ها، گسترده تر از پایگاه های اطلاع رسانی و نشریات اینترنتی هستند و برخلاف آن ها، در مناطق مهم ملی، منطقه

ای و یا بین المللی دارای دفاتر نمایندگی یا رابط های خبری بوده، گسترده فعالیت شان بیشتر است و اخبار دست اول ارائه می دهند. درحالیکه پایگاه های اطلاع رسانی دارای نمایندگی یا خبرنگار درمناطق مختلف نبوده و اکثر مطالب خبری آن ها دست اول نمی باشد.»

• «خبرگزاری ها برخلاف پایگاه های اطلاع رسانی اینترنتی، نهادهایی حرفه ای هستند که بنا بر ساز و کارهای بازارآزاد و به دور از هرگونه وابستگی و جهت گیری به تولید، گردآوری و انتشار اخبار درگستره ای وسیع می پردازند. درحالی که پایگاه های اطلاع رسانی این گونه نیستند. پایگاه های اطلاع رسانی عمدتاً از وابستگی برخوردارند و درمطالب خود دارای جهت گیری بوده و به انتشار گزینشی خبرها می پردازند.»

- نکته: البته برخی از کارشناسان و اساتید معتقد بودند که اگرچه خبرگزاری های کشور ما باید بی طرف باشند اما درعمل فاقد بی طرفی بوده و درانتشار اخبار مستقل عمل نمی کنند. بنابراین درتکمیل این بحث مذکور باید گفت که خبرگزاری ها درانتشار اخبار اساساً باید مستقل باشند اما درحال حاضر بسیاری از آن ها در عمل اینگونه نیستند.

خبرگزاری ها در مقایسه با پایگاه های خبری و اطلاع رسانی، محصول خود را حرفه ای تر و منطبق با قواعد و ادبیات خبرنگاری عرضه می کنند. اما مطالب پایگاه های خبری ساختاری بی قاعده داشته و مانند خبرگزاری ها حرفه ای تنظیم نمی شوند. (رضوی زاده، ۱۳۸۷: ۱۲۵)

۵. خبرگزاری های غیردولتی چه نوع از خبرگزاری هستند و ویژگی های آن ها کدامند؟

عمده ترین پاسخ های جمع آوری شده اساتید و کارشناسان دراین مورد به این شرح است:

• استقلال از قوه مجریه؛ منظور از خبرگزاری غیردولتی استقلال مالی، تحریری و مدیریتی خبرگزاری از قوه مجریه است.

• استقلال از قوای سه گانه؛ منظور از خبرگزاری غیردولتی استقلال مالی، تحریری و مدیریتی خبرگزاری از قوای سه گانه (مجریه، قضاییه و مقننه) است.

• استقلال از تمام نهادهای دولتی، حکومتی و عمومی؛ منظور از خبرگزاری غیردولتی استقلال مالی، تحریری و مدیریتی خبرگزاری از همه بخش های دولتی

و حکومتی (قوای سه گانه مجریه، قضاییه و مقننه و کلیه نهادهای حکومتی مانند نهاد رهبری و سازمان های مرتبط با آن، سازمان تبلیغات اسلامی و کمیته امداد، نیروهای نظامی و انتظامی) و همه بخش های عمومی یا وابسته دیگر (شهرداری ها، حوزه های علمیه، دانشگاه آزاد و...) می باشد.

از کل پاسخ های دریافتی چنین برمی آید که خبرگزاری غیردولتی، خبرگزاری دارای استقلال مالی، مدیریتی و تحریری از کلیه بخش های دولتی، حکومتی و عمومی است؛ اما به نظر می رسد، شکل گیری چنین خبرگزاری وضعی آرمانی است که شکل گیری آن در کشور ما مشکل است. (رضوی زاده، ۱۳۸۷: ۱۲۱)

۶. وضعیت کنونی خبرگزاری های غیردولتی در ایران چگونه است؟

با توجه به جمع بندی از اطلاعات به دست آمده به نتایج زیر می رسیم:

- اکثر پاسخ گویان بر این عقیده اند همه خبرگزاری های غیردولتی ایران فاقد استقلال در بودجه و مدیریت هستند و خبرگزاری غیردولتی نداریم.
- برخی نیز معتقدند که تعداد بسیار اندکی از خبرگزاری ها از نظر استاندارد حرفه ای وضع بهتری نسبت به دیگر خبرگزاری ها دارند؛ تنها خبرگزاری را که برخی از پاسخگویان به عنوان دارنده حداقل استاندارد حرفه ای نام برده اند، خبرگزاری ایرنا است که در واقع یک خبرگزاری دولتی است.

همان طور که انتظار می رفت ارزیابی از امکانات خبرگزاری های غیردولتی چندان مثبت به نظر نمی رسد. (رضوی زاده، ۱۳۸۷: ۱۲۲)

۷. شرایط لازم برای تاسیس یک خبرگزاری چیست؟

حداقل شرایط لازم برای فعالیت یک خبرگزاری عبارتست از:

- دفتر مرکزی و دفاتر نمایندگی در مناطق مهم داخلی و خارجی
- خبرنگاران یا رابط های خبری به تعداد مورد نیاز در مرکز و نمایندگی ها
- امکانات و وسایل ارتباطی و مخابراتی و تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری

مناسب

بودجه و اعتبار لازم برای تامین مکان، تجهیزات و نیروی انسانی در مناطق یا اعزام خبرنگار به مناطق مورد نیاز. (رضوی زاده، ۱۳۸۷: ۱۳۰)

۸. تکثر خبرگزاری ها در سال های اخیر در ایران را چگونه می توان توصیف کرد.

از کل پاسخ ها می توان چنین نتیجه گرفت:

- افزایش خبرگزاری ها در پی عوامل اینترنت و بی اعتمادی به مطبوعات و خبرگزاری های موجود پدید آمده است.
- تعداد خبرگزاری ها متناسب با تیراژ و تنوع روزنامه های ایران نیست.
- اگر خبرگزاری ها بتوانند پاسخگوی نیازهای عمومی و خبری مردم و مطبوعات جامعه باشند، همچنین نیازهای مالی خودشان را بدون اتکا به دولت برطرف کنند می توانند قدرت فعالیت داشته باشند و موثر و موفق در جامعه باشند. در این صورت می توان گفت پدیده تکثر خبرگزاری ها، پدیده ای مثبت است.
- با در نظر گرفتن مورد قبل می توان گفت افزایش خبرگزاری های غیردولتی و هر نوع رسانه ای به نفع کشور و توسعه رسانه ای کشور است.

۹. چالش ها و مشکلات خبرگزاری ها در ایران چیست؟

چالش ها و مشکلات خبرگزاری های ایران را می توان این چنین شمرد:

- نبود قانون مدون و به روز برای خبرگزاری ها
- عدم تعاریف و تعابیر شفاف از خبرگزاری های دولتی، غیردولتی یا خصوصی، چگونگی حمایت ها، استانداردها، مسئولیت ها، تفاوت و ارتباط خبرگزاری ها با پایگاه های اطلاع رسانی
- کمبود اعتبار برای افزایش توان رقابت
- کمبود اعتبار برای افزایش نمایندگی های خبری
- کمبود اعتبار برای افزایش تحقیقات و پژوهش های مستمر خبری
- عدم امنیت شغلی خبرنگاران به دلیل عدم وجود قوانین و حمایت های لازم
- چالش های درون سازمانی شامل نیروی انسانی، چالش های مدیران سازمانی که فاقد تخصص هستند.
- کمبود اعتبار برای افزایش آموزش های تخصصی کارکنان، خبرنگاران و مدیران

- و در آخر انحصاری بودن بلااستثنا خبرگزاری های ایران از اهم مشکلات خبرگزاری های ایران است.
۱۰. خبرگزاری های ایران در حال حاضر کدامند؟ زمان تاسیس خبرگزاری ها چیست ؟

نام خبرگزاری	سال تاسیس	نوع	وابستگی	حوزه فعالیت	نماینده	چندزبان	آدرس
خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا)	۱۳۶۰	دولتی	وزارت ارشاد	عمومی	۵۵۵ داخلی، ۲۹ خارجی	فارسی، انگلیسی، عربی، چینی، تتر، کی، فرانسه	www.irna.ir
واحد مرکزی خبر	۱۳۵۵	دولتی	صدا و سیما	عمومی		فارسی، عربی، انگلیسی	www.irib.ir
خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)	۱۳۷۸	غیردولتی	جهاد دانشگاهی	عمومی	۳۲ دفتر داخلی	فارسی، انگلیسی، عربی	www.isna.ir
شبکه خبر	۱۳۷۸	دولتی	صدا و سیما	عمومی			www.irinn.ir
باشگاه خبرنگاران جوان	۱۳۷۹	دولتی	معاونت سیاسی صدا و سیما				www.yic.ir
خبرگزاری ایونا	۱۳۸۰	غیردولتی		زنان	۲۰ دفتر	فارسی، عربی، انگلیسی، فرانسه	www.iwna.ir
خبرگزاری قدس	۱۳۸۰	غیردولتی		فلسطین		فارسی، عربی، انگلیسی	www.qodsna.com
خبرگزاری میراث فرهنگی	۱۳۸۱	غیردولتی	سازمان میراث فرهنگی	میراث فرهنگی و گردشگری	۶ استان	فارسی، انگلیسی، عربی، فرانسه	www.chn.com
خبرگزاری شانا	1381	دولتی	وزارت نفت	نفت و انرژی			www.shana.ir
خبرگزاری فارس	۱۳۸۱	غیردولتی	مستقل	عمومی	۸ استان، ۱۰ خارجی	انگلیسی، عربی، ترکی	www.farsnews.com
خبرگزاری ایلنا	۱۳۸۱	غیردولتی	خانه کارگر	کار و کارگری	۶ استان	انگلیسی، فارسی	www.ilna.ir
خبرگزاری مهر	۱۳۸۲	دولتی	سازمان تبلیغات اسلامی	عمومی	۶ خارجی، ۱۵ استان	فارسی، انگلیسی، آلمانی، ترکی، عربی، اردو	www.mehrnews.com
جامعه جوانان ایران	۱۳۸۲	غیردولتی	سازمان ملی جوانان	جوانان			www.synanews.ir
خبرگزاری پانا	۱۳۸۲	غیردولتی	وزارت آموزش و پرورش	دانش آموزان	۳۰ داخلی، ۱۲ خارجی		www.irpana.com
شبکه خبر دانشجویان	۱۳۸۲	دولتی	سازمان بسیج دانشجویی	دانشجویان			www.snn.ir
خبرگزاری ایتنا	۱۳۸۲	غیردولتی		فناوری اطلاعات و تکنولوژی ارتباطات			www.itna.ir

www.shabestan.ir			دین		غیردولتی	۱۳۸۲	خبرگزاری شبستان
www.ikna.ir	عربی، انگلیسی، فارسی	۱۵ استان	فعالیت های قرآنی	معاونت فرهنگی جهاددانشگاهی	غیردولتی	۱۳۸۲	خبرگزاری ایکننا
www.iana.ir	فارسی، انگلیسی		کشاورزی	مستقل	غیردولتی	۱۳۸۲	خبرگزاری ایانا
www.ipna.ir	انگلیسی، فارسی		ورزشی	باشگاه فرهنگی ورزشی ایران	غیردولتی	۱۳۸۳	خبرگزاری ایپنا
www.iscanews.ir			دانشجویان ایران		غیردولتی	۱۳۸۳	خبرگزاری ایسکانیوز
www.rasane.ws.com			حوزه علمیه		غیردولتی	۱۳۸۳	خبرگزاری رسا
www.shahr.ir			فرهنگی، هنری	شهرداری	غیردولتی	۱۳۸۵	خبرگزاری شهر
www.ibna.ir	فارسی، انگلیسی		کتاب	خانه کتاب	غیردولتی	۱۳۸۵	خبرگزاری ایبنا
www.filmnews.ir			سینما		غیردولتی	۱۳۸۵	خبرگزاری فیلم نیوز
www.bornanews.ir			جوانان	سازمان ملی جوانان	دولتی	۱۳۸۶	خبرگزاری برنا
www.aryanews.com			عمومی	مستقل	غیردولتی	۱۳۸۶	خبرگزاری آریا
www.icna.ir			مجلس	مجلس جمهوری اسلامی ایران		۱۳۸۸	خانه ملت

• خبرگزاری های میراث آریا، پارس تورسیم، خبرنگاران تکنولوژی ایران، دانشگاه آزاد اسلامی (آنا)، باشگاه روزنامه نگاران دانشجویی ایران (ایسجا) و فوتبال ایران از جمله خبرگزاری هایی بودند که در سایت و منابع دردسترس، هیچگونه اطلاعاتی در مورد خبرگزاری، زمان تاسیس، تاریخچه و فعالیت آن ها وجود نداشت و یکی از موانع این تحقیق به شمار می رود.

در حال حاضر بیش از ۴۰ خبرگزاری وجود دارد و مشخصات و زمان تاسیس آن ها نیز در جدول آمده است. تنها نکته ای که قابل به ذکر است؛ پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران تا سال ۱۳۷۸ تنها یک خبرگزاری ایرنا وجود داشت و پس از آن با افزایش خبرگزاری ها به سرعت مواجه شدیم که می توان گفت ۷۰ درصد از این خبرگزاری ها طی سال های ۱۳۷۸ تا ۱۳۸۴ تاسیس و شروع به کار کرده اند.

پیشنهادات

- تدوین و تصویب قوانین، مقررات و اساسنامه های شفاف و به دور از ابهام به طوریکه تعریف واضح از خبرگزاری ها، محدودیت ها و مسئولیت های آن ها، حوزه فعالیت، مجوز، کنترل و نظارت بر آن ها و نیز تفاوت آن ها با پایگاه های اطلاع رسانی اینترنتی مشخص شده باشد.
- افزایش اعتبارات مالی خبرگزاری ها جهت آموزش و جذب نیروهای متخصص و کارآمد
- افزایش اعتبارات خبرگزاری ها جهت افزایش توانایی رقابت با یکدیگر، بخش های خصوصی، مراکز خبری و پایگاه های اطلاع رسانی
- افزایش اعتبارات مالی جهت افزایش پژوهش های خبری
- تقویت منابع انسانی متخصص (کارکنان، خبرنگاران و مدیران)
- افزایش اعتبار خبرگزاری های جهت افزایش نمایندگی و دفاتر خبری چه در داخل و چه در خارج از کشور
- ایجاد امنیت شغلی خبرنگاران و حمایت از آن ها بواسطه تدوین قوانین و مقررات
- خارج شدن از دایره انحصاری وضع کنونی خبرگزاری ها به واسطه سرمایه گذاری، راهکارهای درآمدزا، فروش خبر و در نهایت استقلال مالی و مدیریتی خبرگزاری ها.
- تلاش برای رسیدن به حد استاندارد و حرفه ای خبرگزاری ها.

منابع

- استادی، رضا، اطلاع رسانی کار اصلی خبرگزاری است، روزنامه جام جم، سال هفتم، شماره ۱۹۵۰، ۱۳۸۵.
- اشرفی ریزی، حسن وزهرا کاظم پور، جغرافیای سیاسی (فاصله های بی فاصله)، چاپ اول، نشر چاپار، تهران ۱۳۸۶.
- اکرمی، حمیدرضا، نسخه الکترونیک مطبوعات در ایران، فصلنامه رسانه، سال دهم، شماره ۳، ۱۳۸۶.
- بامشاد، سمانه، اطلاع رسانی اطلاعات، همشهری، سال ۱۲، شماره ۳۵۶۴، ۱۳۸۳.
- بدیعی، نعیم وحسین قندی، روزنامه نگاری نوین، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران ۱۳۸۴.
- بدیعی، نعیم، تابستان، روزنامه نگاری در جامعه اطلاعاتی، فصلنامه رسانه، سال ۱۶، شماره ۲، ۱۳۸۴.
- تاریخچه خبرگزاری های مطرح در سطح جهان، روزنامه اعتماد، سال چهارم، شماره ۱۱۰۶، ۱۳۸۵.
- تاریخچه و خط مشی خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران، سروش، سال ۱۶، شماره ۷۱۷، ۱۳۸۳.
- خبرگزاری جمهوری اسلامی، نگاهی به خبرگزاری ها، سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی، تهران، ۱۳۸۴.
- خلجی، سهیلا، پژوهش نامه مطبوعات و خبرگزاری ها، چاپ اول، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تهران ۱۳۸۶.
- دفتر سیاسی فرهنگی، بررسی عملکرد سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی (۷۹-۱۳۷۶)، مجلس و پژوهش، سال ۸، شماره ۳۰، ۱۳۸۰.
- رضوی زاده، سید نورالدین، بررسی ماهیت و کارکرد خبرگزاری های غیردولتی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه، تهران ۱۳۸۷.
- رفیعی، فرشته، دوراهی خبرگزاری ها برای رسیدن به صلح، روزنامه ایران، سال هشتم، شماره ۲۲۷۹، ۱۳۸۱.
- رئیسی، هادی، ۱۷ دی ۱۳۸۴، تاسیس یک خبرگزاری منطقه ای در ایران، روزنامه ایران، سال ۱۱، شماره ۳۳۶۲.
- رئیسی، هادی، تکثیر خبرگزاری هامشبت است، روزنامه ایران، سال ۱۱، شماره ۳۳۶۳، ۱۳۸۴.
- ساروخانی، باقر، روش های تحقیق در علوم اجتماعی، جلد اول، چاپ چهاردهم، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، ۱۳۸۷.
- شکرخواه، یونس، روزنامه نگاری سایبر، جامعه اطلاعاتی و آزادی بیان، ثانیه، تهران، ۱۳۸۴.

- شکرخواه، یونس ونعیم بدیعی، روزنامه نگاری سنتی و روزنامه نگاری سایبر در جامعه اطلاعاتی؛ آثار فناوری های نوین ارتباطی برآزادی بیان، ۱۳۸۳.
- فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۲۸ و ۲۹، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
- علی آبادی، گیتاوعباس اسدی، ۱۳۸۳، شناسنامه خبرگزاری های جهان، چاپ دوم، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران.
- غلامحسینی، احمد، ۱۱ بهمن ۱۳۸۶، پانا؛ سی هزار خبرنگار دانش آموز دارد، روزنامه رسالت، سال ۲۳، شماره ۶۳۵۵.
- قندی، حسین، ۱۳۷۲، تفاوت های خبرنگاری در رسانه های جمعی، فصلنامه رسانه، سال ۴، شماره ۴.
- محمدی، سلمیان، ۲۳ اردیبهشت ۱۳۸۷، گزارش تحلیلی از وضعیت خبرگزاری هادر ایران، روزنامه اعتماد، سال ششم، شماره ۱۸۴۲.
- مهدی زاده، سیدمهدی، پاییز ۱۳۸۴، بررسی محتوایی و حرفه ای مطالب هفت خبرگزاری غیردولتی، فصلنامه رسانه، سال ۱۶، شماره ۳.
- مهرطلب، علی، ۱۳۸۲، بررسی نگرش روزنامه نگاران نسبت به خبرگزاری های کشور (با تاکید بر مقایسه خبرگزاری ایرنا و خبرگزاری ایسنا)، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی.

http://www.radiogoftegoo.com/radio/news_Top/news_topview.id?php

- www.irna.ir/about
- www.isna.ir/aboutus
- www.iscanews.ir
- www.ilna.ir
- www.ibna.ir
- www.farsnews.com/aboutus
- www.mojnews.com
- www.chn.com/aboutus
- www.iwna.ir
- www.irib.ir/aboutus
- www.irinn.ir
- www.aryanews.com
- www.mehrnews.com
- www.godsna.com
- www.palestine-persian.info
- www.shabestan.ir/aboutus
- www.ipna.ir
- www.ikna.ir
- www.rasanews.com/aboutus
- www.icna.ir
- www.iana.ir/aboutus

بررسی تطبیقی میزان بهره مندی استفاده کنندگان... /

سال پنجم / شماره یازدهم / زمستان ۱۳۸۹

www.shana.ir/aboutus -

www.yic.ir/aboutus -

www.shahr.ir/aboutus -

www.econews.ir/fa/about.us.aspx -

www.iren.ir/Nsite/information/?info=1 -

www.iranfoodnews.com -

www.filmnews.ir/about_us.asp -

www.taghribnews.ir/vsda/5Elnil/kt47,1,k5h.k4.html -