

## روزنامه نگاری چاپی و الکترونیک ایران در آینده ی بیست ساله

امیدعلی مسعودی، دکتری علوم ارتباطات و عضو هیات علمی دانشگاه سوره، [oamasoodi@yahoo.com](mailto:oamasoodi@yahoo.com)

غزال بی بک آبادی، دکتری علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی، [ghibbak@gmail.com](mailto:ghibbak@gmail.com)

**چکیده:** هدف این مطالعه شناخت جایگاه روزنامه نگاری چاپی و الکترونی ایران در آینده است. تحولات فناوری ارتباطی و اطلاعاتی باعث تضعیف روزنامه چاپی و تقویت روزنامه الکترونی شده است.

آیا روزنامه و روزنامه نگاری به شکل امروزی همچون تلکس و تلگراف از میان می رود یا نه؟ جایگاه روزنامه نگاری الکترونی چیست و اینکه برای آینده روزنامه نگاری چه خصوصیتی را می توان برشمرد؟ اینها نمونه هایی از پرسشهایی است که در این پژوهش به دنبال پاسخ به آن هستیم. از این رو شناسایی ویژگیها و مولفه های روزنامه نگاری و همچنین چالشهای احتمالی آنها در آینده بیست ساله ایران را با روش دلفی و ابزار مصاحبه عمقی طولی تا حصول توافق نظر در میان سرآمدان ارتباطات، دنبال کرده ایم. این تحقیق در سال ۱۳۹۴ انجام شده و با افق بیست ساله نمایی از روزنامه های ایران در سال ۱۴۱۴ است.

در پاسخ به پرسش های مطرح شده، یافته ها حاکی از آن است که روزنامه های چاپی در برابر روزنامه های الکترونیک از بین نروهند رفت و بر غنای رسانه ای خود تاکید خواهند کرد. از طرف دیگر عنوان می شود تاثیر مسائل جهانی بر رسانه ها بیش از امروز و بیش از فرهنگ بومی خواهد بود. همچنین تحقیق نشان می دهد نقش مخاطب در همه بخش های روزنامه ها افزایش قابل توجهی خواهد یافت تا حدی که رسانه های مدنی- اجتماعی متعددی شکل گرفته و رشد خواهد کرد. در کنار اینها نقش اقتصاد و موضوعات اقتصادی در آینده روزنامه های ایران افزایش می یابد.

**واژگان کلیدی:** آینده نگری، روزنامه نگاری، جامعه اطلاعاتی، دلفی، روزنامه نگاری سایبر، نظریه غنای رسانه ای

مقدمه:

روزنامه نگاری ایران از ابتدای پاگرفتن و انتشار تا کنون با چالش های متعددی رو به رو بوده و فراز و نشیب های فراوان و رشد و رکودهای عجیب روزنامه نگاری ایران، موضوع را پیچیده تر نیز کرده است، در حالی که «مطبوعات چاپی با پیشینه ای در حدود چهار قرن، در زمان معاصر همچنان جزو وسایل اصلی ارتباطات جمعی به شمار می آیند اما در طی سالیان گذشته به دلیل پیشرفت ارتباطات و پدید آمدن وسایل جدید ارتباطی روزنامه نگاری بارها به طور جدی به چالش فراخوانده شده اند» (ودودی، ۱۳۸۴، ص. ۱۹۷). از این رو برخی از متخصصان پیش بینی می کنند روزنامه نگاری چاپی تا چند سال آینده از میان خواهد رفت (نک تاتم، ۱۳۷۹). برخی نیز عقیده دارند روزنامه نگاری فقط تغییر می کند و از میان نمی رود. موارد فوق باعث می شود اهمیت این پژوهش بیشتر نمایان شود.

هرچند در سالهای گذشته کمتر تحقیقی به آینده نگری رسانه ای به خصوص آینده نگری روزنامه ها اعم از چاپی و الکترونیک پرداخته است اما نویسنده در رساله دکتری خود به چالش های نظارت الکترونی در رسانه ها با شیوه آینده نگری و به روش دلفی نگاهی عمیق کرده است. در کنار این چند تحقیق نیز آینده نگری و یا روش دلفی را در کار خود گنجانده اند اما بیشتر به عنوان یک روش تکمیلی از آن استفاده کرده اند. همچنین برنامه های توسعه در کشور نیز توسعه ارتباطی، دیدگاه آینده نگران به رسانه ها و جایگاه آن را کمتر مورد توجه قرار داده اند. باید گفت این تحقیق از معدود تحقیق هایی با شیوه آینده نگری در عرصه رسانه است و شاید تنها پژوهش موجود درباره روزنامه نگاری به روش دلفی نیز باشد.

با این پژوهش نمایی از آینده روزنامه نگاری ایران با مجموعه نظرات متخصصان این حوزه فراهم می شود تا ضمن ارزیابی دنیای آینده روزنامه های چاپی و الکترونیک و تعامل و تقابل آنها، راهکارهای مناسب برای تجهیز و تغییرات لازم در زیربنا و روبناهای مرتبط، پیش بینی و پیشنهاد شود.

**چارچوب نظری:**

با توجه به اینکه تحقیق انجام شده از نوع اکتشافی بوده است حوزه نظری این تحقیق تنها مبتنی بر ادبیات تحقیق است و نظریه مشخصی سنجیده نمی شود اما از آنجائیکه هر تحقیق علمی باید منطبق و مستدل به یک چارچوب نظری باشد در این بخش سه حوزه تبیین می شود، ابتدا مفاهیم آینده نگری مدنظر قرار گرفته و در سپس نظریه های جامعه اطلاعاتی و در نهایت نظریه غنای رسانه ای به عنوان نزدیکترین و مرتبط ترین نظریه

ارتباطی موجود برای شناخت روزنامه نگاری چاپی و روزنامه نگاری الکترونی و آنلاین به عنوان چارچوب نظری پژوهش عنوان می شود.

## آینده نگری

مقوله آینده نگری بر حسب متن و کارکرد مفهومی با نام های متنوع و متفاوتی ظاهر گردیده است، همانند آینده شناسی، آینده پژوهی، آینده اندیشی، آینده نگاری و آینده نگری. اما در مجموع این عبارات مفاهیم مشترک و نزدیکی را دنبال می کنند. آینده شناسی فرایندی است که به پیش بینی چندین رویداد محتمل در آینده می پردازد. در این تعریف، واژه «پیش بینی» به مثابه گزاره ای به کار می رود که گویای احتمال نسبی وقوع برخی از روندهای کلی یا رشته ای از وقایع است و در مقابل، «پیشگویی» گزاره ای است دال بر آن که امری یقیناً به وقوع خواهد پیوست. بنابراین آینده شناسی یا آینده نگری در تعریف یاد شده، پیش بینی به معنای دقیق آینده نیست، بلکه تشخیص و تا حدی شفاف کردن راههای ممکن است که به آینده رهنمون می شود. پس از این شناسایی، انتخاب آینده مطلوب و اعمال نفوذ برای تحقق آن، نقش سرنوشت سازی بازی می کند (تقوی گیلانی و غفرانی، ۱۳۷۹، ص. ۶۶).

دانیل بل (۱۹۹۷) جامعه شناس آمریکایی می گوید که نقش متمایز آینده پژوهی "تفکر احتمالی" است، به ویژه برای کشف یا نوآوری، مطالعه و ارزیابی و طرح آینده های ممکن، محتمل و مطلوب. آینده نگری در دو زمینه بسیار سودمند است: تحقق آینده مطلوب و جلوگیری از وقوع آینده نامطلوب (خوارزمی، ۱۳۸۹، ص. ۷۴). مک هیل ها در پژوهش بین المللی شان در زمینه آینده شناسی بیش از ۱۷ رهیافت روش شناختی مربوط به آینده پژوهی را شناسایی کردند که اغلب ارتباط نسبتاً نزدیکی با هم داشته اند (مک هیل و مک هیل، ۱۹۷۵). سیری دردیدگاه صاحب نظران آینده شناسی گویای آن است که از بین روش های متعدد فوق تعداد معینی از آن ها عمدتاً توسط آینده پژوهان به کار گرفته شده و مورد اجماع بیشتری هستند. از بین روش های مورد اجماع آینده پژوهان عمدتاً به موارد ذیل اشاره گردیده است: تکنیک دلفی، مدل سازی، سناریونویسی، تحلیل روند، مشاوره و رایزنی، شبیه سازی کامپیوتری (کورنیش، ۱۹۹۹).

باید گفت آینده نگران در برخورد به آینده دارای دو گرایش عمده اند: یک گرایش بر وضع موجود تکیه دارد و گرایش دیگر بر وضع مطلوب. گرایش نخست عمدتاً با نگرشی کاوشی - توصیفی در پی شناخت آینده های محتمل بر پایه شرایط موجودند و برآنند تا انواع داده های اجتماعی خاص را به پیامدهای مطلوب یا بهتر و مرجح نسبت دهند و گروه دوم برآنند تا با به تصور درآوردن آینده های مطلوب یا مرجح اتخاذ تصمیمهای ویژه ای را

برای دستیابی به آینده موردنظر توصیه کنند. این دو گرایش را می توان آینده شناسی توصیفی و آینده سازی نامید (اکرمی، ۱۳۷۶، ص. ۷۰). به این ترتیب ما با دونوع آینده نگری هنجاری و آینده نگری اکتشافی سر و کار داریم. ما در این تحقیق سعی کرده ایم از هر دو رویکرد استفاده کنیم. چنانچه ابتدا بر روندها تکیه کردیم تا چالش های آینده را بازنمایی کنیم و همچنین به تصورات و استراتژیهای آینده نیز در مصاحبه های عمقی پرداختیم که در این راستا بهترین نظریه ها برای این بازنمایی و توصیف استراتژی ها، نظریه جامعه اطلاعاتی است.

### جامعه اطلاعاتی:

امروزه کمتر کسی در این گزاره تشکیک می کند که «جهان وارد عصر تازه ای شده» و نماد آن اطلاعات و ارتباطات است. در دهه های پایانی قرن بیستم، به ویژه در ۱۰ سال گذشته، تحولات پرشتاب جامعه صنعتی شکل تازه ای به خود گرفت. موتور محرکه این تحولات سریع و برق آسا تحولات پرشتاب علمی تکنولوژیک بوده است که جهان را از زوایای گوناگون متاثر ساخته است. «با پیدایش شبکه های نوین و جهانی اطلاعات و ارتباطات و تاثیرپذیری همه ابعاد زندگی بشر از این انقلاب تکنولوژیک، جهان وارد جامعه جدیدی شده است که بسیاری از محققان ارتباطی آن را «جامعه اطلاعاتی» نامیده اند» (بهرامپور، ۱۳۸۴، ص. ۵).

نظریه های عصر رسانه های الکترونیک یا جامعه اطلاعاتی عموماً از نوع نظریه های فراگیر و انباشته از مفاهیم کلی اند که به منظور شناسایی و درک عناصر اساسی تشکیل دهنده جهانی که در آن زندگی می کنیم، تنظیم و ارائه شده اند. دانیل بل از ابتدای ابراز علاقه اش به جامعه فراصنعتی همواره بر نقش اصلی اطلاعات- آگاهی در ظهور سیستم اجتماعی جدید تاکید ورزیده است. بل می گوید که «ما در حال ورود به سیستمی نو هستیم که نسبت به گذشته دارای چندین وجه تمایز است اما در کل به وسیله حضور فزاینده و با اهمیت اطلاعات مشخص می شود. او این حضور را هم از نظر کمی و هم کیفی تعیین کننده می داند. به نظر بل در جامعه فراصنعتی از طریق تقدم نظریه بر تجربه گرایی و نظام مند کردن معرفت ها در سیستمهای انتزاعی مبتنی بر نمادها (رایانه ها)، نوآوری بر مبنای اصول شناخته شده نظریهک تحقق می یابد» (وبستر، ۱۳۸۰).

اما آنتونی گیدنز جامعه شناس بریتانیایی معتقد است جوامع نوین (دولت- ملت ها)، از آغاز ظهورشان، جوامع اطلاعاتی بوده اند. او در کتابش دولت- ملت و خشونت به دو جنبه وابسته به مدرنیسم تاکید می ورزد؛ یکی اهمیت نظارت گسترده در پیدایش مدرنیسم است و دیگری اهمیت خشونت، جنگ و دولت- ملت در توسعه دنیای معاصر که تمامی آن ها با تکیه بر اهمیت و نقش توسعه اطلاعات میسر می شود.

در کنار این ها هربرت شیلر اقتصاددان و جامعه شناس آمریکایی معتقد است که در عصر کنونی سرمایه داری، اطلاعات و ارتباطات در رابطه با ثبات و سلامت سیستم اقتصادی اهمیت مسلم دارند و امروزه صنعت فکری، صنعت کلیدی سیستم شده است. او می پرسد چه کسی تکنولوژی های اطلاعاتی نو آورده را به وجود می آورد، توسعه می دهد و به کار می بندد؟ افراد در جوامع سرمایه داری طبقاتی از چه فرصتهایی برخوردارند؟ چگونه به این تکنولوژی ها دست می یابند و چگونه آن را به کار می برند؟ دلایل پشتیبانی از تغییرات کدامند؟ قلمرو اطلاعات با چه هدف و پیامدهایی گسترش می یابد؟ او معیار بازار را مهمترین معیار توسعه در قلمرو اطلاعات می داند. او همچنین جامعه را در سطح یک بنگاه اقتصادی مورد تجزیه و تحلیل قرار می دهد که همه عناصر زندگی اعم از زیر ساخت ها، ساختار ها، نهادها و سازمان ها و... در خدمت خرید و فروش کالاها قرار دارند. به اعتقاد او در عصر الکترونیک «کالاهای اطلاعاتی» عمده ترین و پر حجم ترین کالاهای مورد داد و ستد را تشکیل می دهند (وبستر، ۱۳۸۰).

### غناي رسانه ای

غناي رسانه ای توسط دافت و لنگل به عنوان " توانایی اطلاعات برای تغییر درک در یک فاصله زمانی " تعریف می شود. (دفت و لنگل، ۱۹۸۶: ۵۵۴)

نظریه غناي رسانه ای می گوید رسانه های ارتباطی توانایی خود را درجهت فعال کردن کاربران برای برقراری ارتباط و تغییر در آن ها به کار می برند. (دنيس ووالاسیچ، ۱۹۹۹) درجه این توانایی به عنوان " غنی بودن " رسانه شناخته می شود نظریه غناي رسانه ای همه رسانه های ارتباطی را براساس توانایی اشان برای برقراری یک پیام پیچیده مناسب دسته بندی می کند. (چارلسون و زمود، ۱۹۹۹: ۱۵۳) رسانه هایی که می توانند بر روی فریم های مختلفی از مرجع غلبه کنند و مسائل متضاد را روشن کنند، غنی تر می شوند، در حالی که رسانه های ارتباطی که نیاز به زمان بیشتری برای درک پیام دارند، از غناي کمتری برخوردارند.

راهنمای اصلی در انتخاب یک رسانه ارتباطی برای یک پیام خاص، این است که ابهام یا اشتباهات ممکن در پیام آن کاهش یابد (دنيس ووالاسیچ، ۱۹۹۹) اگر یک پیام متضاد باشد، مشخص نیست و بنابراین کارگیرنده پیام برای رمزگشایی آن مشکل تر است. هرچه بیشتر پیام متضاد باشد، نشانه ها و داده های بیشتری لازم است تا آن را مخاطب به درستی تفسیر کند. به عنوان مثال، یک پیام ساده در نظر گرفته شده برای ترتیب زمان و مکان جلسه می تواند در یک ایمیل کوتاه، اما یک پیام دقیق تر در مورد عملکرد کار و انتظارات از شخص می تواند بهتر از ایمیل از طریق ارتباط چهره به چهره و تعامل بین افراد ارتباط برقرار کند.

به نظر می رسد با پیدایش چندرسانه ای ها، روزنامه نگاری آنلاین و غیرچاپی از غنای بیشتری نسبت به روزنامه نگاری چاپی برخوردار باشد. زیرا این نوع از رسانه ها در کمترین فرصت، با حذف فاصله مکانی بین مخاطب و رسانه و استفاده از صوت و تصویر و نوشتار در یک پیام قابلیت و غنای بیشتری دارند. در این تحقیق از میان نظریه های مطرح شده نظریه غنای رسانه ای به عنوان چارچوب نظری تحقیق انتخاب شده است.

### روش جمع آوری اطلاعات

**روش تحقیق:** این تحقیق از نوع کیفی است و از نظر نحوه گردآوری داده ها اکتشافی و توصیفی است. در این تحقیق از روش آینده نگری دلفی استفاده شده؛ دلفی روشی است برای گردآوری نظرات متخصصان و یکی از بهترین تکنیک های ادغام بینش، تجربه، ارزیابی ها و تصورات افراد است (آکاردو و گریم، ۱۹۹۶). چون این تحقیق یک تحقیق اکتشافی است و هدف محقق شناخت، تبیین و تعریف پدیده های ناشناخته روزنامه نگاری ایران است، لذا به جای فرضیه، به پرسشهای تحقیق پاسخ داده می شود و به این ترتیب به پیش بینی آینده می پردازیم. لازم به ذکر است در این تحقیق هر جا از عبارت روزنامه یا روزنامه نگاری استفاده شده است منظور اعم از روزنامه یا روزنامه نگاری چاپی و الکترونیک است و هر جا نیاز بوده به یکی از این دو تاکید شود عنوان هر کدام ذکر شده است.

**جامعه آماری:** روزنامه نگاران، متخصصان و مدیران شاغل در حوزه مطبوعات و روزنامه نگاری کشور با سابقه بیش از ۱۰ سال روزنامه نگاری می باشد که شامل استادان و متخصصان حوزه ارتباطات اجتماعی و روزنامه نگاری هم می شود که در روزنامه ها شاغل هستند.

**نمونه گیری:** از شیوه نمونه گیری متخصصان در روش دلفی استفاده می شود که هدفمند و به شیوه گلوله برفی است. در این روش با نظر و آراء تعدادی (۳ نفر) از متخصصان تعداد ۱۸ سرآمد انتخاب شدند. این تحقیق در دو سری مصاحبه و دو دور به صورت پانل انجام شد. هرچند با توجه به نوع مشغله کسانی که در مصاحبه ها درگیر بودند روند کار کند و به سختی پیش می رفت. نخبگان و اساتیدی که در این تحقیق با ما همکاری کردند عبارتند از: حسن نمکدوست تهرانی، حمید ضیایی پرور، حسین قندی، علی اکبر قاضی زاده، مهرداد خدیر، حسین انتظامی، رضا مقدسی، علیرضا فرهمند، فرحت فردنیا، محمد قوچانی، مصطفی قوانلو قاجار، محمد مهدی فرقانی، محمود صدری، مجید رضائیان، بهاره نصیری، بهاره بخشی، حمیدرضا حسینی دانا و مجید یوسفی.

**روش جمع آوری داده ها:** تکنیک اصلی اجرای دلفی، مصاحبه عمقی بود. سپس گویه هایی از غربال نظرات و پیش بینی های متخصصان بدست آمد که پرسشنامه ای از آنها تنظیم شده و از صاحب نظران، نظراتشان را در موافقت یا مخالفت با این گویه ها مورد پرسش قرار دادیم؛ گویه های مشترک به عنوان پیش بینی استخراج شد و گویه های با اشتراک کمتر، با تغییراتی به سنجش دوباره گذاشته شد. پس از آن نظرات مورد اختلاف با طیف لیکرت ارزش گذاری شد تا میزان توافق یا عدم توافق را بسنجیم و گویه های نهایی را بدست آوریم.

### پرسشهای پژوهش :

- ۱- خصوصیات روزنامه های آینده چیست؛ چه ویژگی هایی برای روزنامه های آینده در ایران می توان برشمرد؟
- ۲- روزنامه نگاری کاغذی در برابر روزنامه نگاری الکترونیک (سایبر) چه وضعیتی خواهد داشت؟
- ۳- چه امکانات و تمهیدهایی برای روزنامه نگاری در آینده می توان شناسایی کرد؟
- ۴- چه چالشهایی پیش روی روزنامه نگاری آینده خواهد بود؟
- ۵- در جامعه اطلاعاتی یا جامعه معرفتی، جایگاه و ویژگی روزنامه نگاری در ایران چه خواهد بود؟
- ۶- مسائل و معضلات مطبوعات در روندهای گذشته در ایران چه بوده است و آیا در آینده ادامه می یابد؟
- ۷- چه سیاست ها و برنامه های را می توان برای روزنامه نگاری ایران پیشنهاد کرد؟

### یافته ها:

پس از انجام مصاحبه با متخصصان، ۱۱۴ عبارت به عنوان پیش بینی استخراج شد که بعد از تجزیه و تحلیل عبارت های به دست آمده و ادغام عبارتهای نزدیک و ترکیب مفاهیم مشترک، ایده ها یا گویه هایی در پرسشنامه اول آورده شد تا اشتراک نظر متخصصان سنجیده شود. تعداد ۴۷ ایده در پرسشنامه اول آورده شد و از میان آنها، ۲۴ ایده تایید شد. به این صورت که در پرسشنامه از آنان خواسته شده بود تا موافقت یا مخالفت خود را با ایده ها ابراز کنند و در صورت مخالفت ایده تغییر یافته و یا جایگزین را پیشنهاد بدهند.

موارد مورد اختلاف متخصصان در پرسشنامه اول، با اعمال تغییرات مدنظر آنها در پرسشنامه دوم مطرح شدند؛ به این معنی، ایده های ذکر شده ای که کمتر از سه چهارم یا ۷۵ درصد مجموع صاحب نظران با آن توافق داشته اند، در این پرسشنامه آورده شد. این گویه ها با تغییر و تصحیح ایده های دور اول ذکر شد تا با ارزش گذاری

## روزنامه نگاری چاپی و الکترونیک ایران...

آنها توسط متخصصان مورد سنجش قرار گیرد. به این ترتیب هر گویه توسط طیف لیکرت، توصیفهای آماری و گزارش گیری با نرم افزار SPSS سنجیده شد و در نهایت ۲۰ ایده تایید شد.

در نهایت ۴۴ ایده به عنوان پیش بینی‌هایی برای آینده روزنامه نگاری ایران طبق توافق متخصصان این رشته به دست آمد:

- ۱- روزنامه نگاری کاغذی در ۲۰ سال آینده از میان نخواهد رفت اما با وجود رقابت و تعامل همزمان فعلی، سهم روزنامه نگاری سایبر و الکترونیک بسیار بیشتر از روزنامه نگاری چاپی خواهد بود.
- ۲- روزنامه نگاری در ایران به علت فقدان ساختارهای سیاسی و اجتماعی مناسب نهادینه نمی شود و از این رو توسعه همه جانبه روزنامه نگاری در ایران منوط به توسعه و مدرن شدن جامعه است.
- ۳- به احتمال زیاد تبلیغات در روزنامه‌های سایبر و الکترونیک به سمت تولید اختصاصی و مخاطب محور می رود.
- ۴- روزنامه نگاری تخصصی و فراوانی آن نسبت به روزنامه نگاری عمومی بر مبنای غنی شدن پیام رشد قابل توجهی در آینده خواهد داشت.
- ۵- روزنامه نگاری آینده همکاری بین روزنامه نگاران حرفه ای و غیرحرفه ای است و به این ترتیب سهم مخاطبان در تولید محتوی بیشتر و منابع خبری گسترده تر و متنوع تر می شود.
- ۶- بدنه روزنامه‌ها در مجموع کوچکتر و پراکنده تر می شود و مطبوعات با ظرفیت، توان و بهره وری حداکثری فعالیت می کنند.
- ۷- موضوعات انسانی(حقوق بشر، محیط زیست و...) و مهارت های زندگی و پرداختن به حاشیه، جزئیات و سوابق در روزنامه نگاری آینده که تخصصی تر و عمیق تر خواهد بود، رشد می یابد.
- ۸- در روزنامه نگاری آینده نقش با اهمیت خلاقیت و نوآوری بیش از گذشته بوده و حرف اول را می زند.
- ۹- جلب مخاطب وفادار از جمله چالش برانگیزترین دغدغه روزنامه خواهد بود.
- ۱۰- استفاده از تکنولوژی های مدرن، هوشمند و خودکار روز از جمله تکنولوژی نانو در پایداری، تولید و مصرف روزنامه ها موثر شده و رواج می یابد.
- ۱۱- توجه به اقتصاد، موضوع ها و مطالب اقتصادی در کنار توجه به سودآوری در روزنامه های ایران بیشتر می شود.
- ۱۲- در آینده روزنامه نگاری چاپی ایران، سیستم توزیع تغییر چندانی نخواهد کرد و با اینکه هزینه توزیع کاهش پیدا می کند توزیع هوشمند و پیشرفته نخواهیم داشت.
- ۱۳- روزنامه نگاری کاغذی بین المللی نخواهیم داشت اما در ابعاد الکترونیک و آنلاین روزنامه های بین المللی خواهیم داشت.



## روزنامه نگاری چاپی و الکترونیک ایران...

- ۱۴- روزنامه نگاری محلی و منطقه ای در ایران توسعه یافته و مطبوعات محلی حرفه ای تر می شوند.
- ۱۵- مخاطب محوری تاحدی جایگزین روزنامه محوری، حزب محوری و دولت محوری می شود و روزنامه‌ها در ایران به عمومیت و عامه گرایی بیشتر متمایل می شوند.
- ۱۶- آزادی‌ها در روزنامه نگاری ایران تا حد کمی افزایش می یابد.
- ۱۷- نظارت و کنترل دولت و سانسور روزنامه‌ها هرچند با شیب کم، اما ضعیف تر می شود و خط قرمزها محدودتر می شوند.
- ۱۸- روزنامه نگاری چاپی برای ماندگاری بهتر و طولانی تر به سمت نقاط ممیزه خود، تولیدمحتوای تحلیلی با دیگر رسانه‌ها به خصوص با روزنامه‌های الکترونیک حرکت می کند.
- ۱۹- تاثیر فضای جهانی در برابر تاثیر فرهنگ بومی بر روزنامه نگاری ایران بیشتر می شود.
- ۲۰- توجه به فردگرایی و تهیه و ارسال اطلاعات به صورت بسته‌های شخصی و یا براساس سلیقه و نیاز مخاطب یا با ویرایش‌های منطقه ای و محلی از عناصر موفقیت روزنامه‌ها در آینده است.
- ۲۱- سوبسید و یارانه‌های دولتی به مطبوعات در آینده هدمند شده و حمایت‌های اقتصادی در آینده به سمت کمکهای غیر مستقیم کنترل شده می رود.
- ۲۲- عمده ترین بخش درآمد روزنامه‌های الکترونیکی و چاپی در آینده همچنان به تبلیغات و آگهی متکی خواهد بود.
- ۲۳- روند خصوصی سازی در روزنامه‌های ایران کند خواهد بود و تاثیر گذاری بنگاه‌های اقتصادی، تنها کمی بیش از امروز خواهد بود.
- ۲۴- در آینده مقاومت‌های فرهنگی و حکومتی در برابر فعالیت آزادانه مطبوعات و ورود تکنولوژیهای جدید کمتر می شود.
- ۲۵- فرهنگ سیاسی و اجتماعی ایران در سال‌های آینده بیشتر پشتیبان روزنامه‌ها خواهد بود و فرهنگ حمایت دولتها تغییر می کند.
- ۲۶- کاربرد و کارکرد و رویکرد روزنامه‌ها تغییر می کند و بیشتر به اوقات فراغت، عامه گرایی، سرگرمی و مهارتهای زندگی متمایل می یابد.
- ۲۷- به خاطر سرعت تغییرات، اتفاق‌ها و روندها و در نتیجه آینده، غیر قابل پیش بینی تر می شود.
- ۲۸- تاثیر گذاری بنگاه‌های اقتصادی نسبت به دولت، حضور صاحبان سرمایه و ورود عموم مردم و متخصصان این حوزه در موضوع مالکیت و مدیریت روزنامه‌ها چندان گسترش نخواهد یافت.

## روزنامه نگاری چاپی و الکترونیک ایران...

- ۲۹- روزنامه‌های آینده ایران برای کسب مخاطبان بیشتر، به پیش بینی اوضاع آینده اهمیت بیشتری می دهند و بخش های نظرسنجی و سنجش دیدگاه مخاطبان راراه می اندازند.
- ۳۰- در ایران عمر و ماندگاری روزنامه های کاغذی نسبت به روزنامه‌های سایبر، از دنیا طولانی تر است.
- ۳۱- ویژگیهای تعاملی شدن، چندرسانه ای بودن و مفهوم اشتراک گذاری و ادغام این ویژگی ها، روز به روز در روزنامه‌های الکترونیک بیشتر می شود.
- ۳۲- روزنامه‌های کاغذی در آینده از نگارش های داستانی و نرم خبر و همچنین تحلیل، گزارش های تحقیقی و تصاویر و عکس در تهیه محتوی بیشتر استفاده می کند.
- ۳۳- تعلیم دیدگی، مهارت و دانش عمومی روزنامه نگاران در آینده بیش از اکنون خواهد بود.
- ۳۴- روزنامه‌های چاپی حتما شکل تر، چشم نوازتر و با قطع های متفاوت و فرم و چاپ بهتر منتشر می شود.
- ۳۵- برخلاف روزنامه نگاری سایبر، روزنامه نگاری کثرت گرا، مستقل و خودکفا همچنان یکی از مهمترین چالشهای روزنامه نگاری چاپی باقی خواهد ماند.
- ۳۶- اقتدار روزنامه‌های دولتی از جانب رسانه های اجتماعی-مدنی روز به روز بیشتر به چالش کشیده می شود.
- ۳۷- هرچند در آینده ی کوتاه مدت تمایل به حفظ وضعیت موجود وجود دارد، اما در افق بیست ساله باید گفت که آینده روزنامه نگاری ایران و جهان، ادامه روندهای گذشته نیست و با مسائل و مفاهیم جدیدی روبرو خواهیم بود.
- ۳۸- روزنامه نگاری ایران در افق بیست ساله برخلاف گذشته بیش از آنکه بر بداهه و مدیریت بحران تکیه داشته باشد با برنامه ریزی به کار می پردازد.
- ۳۹- سهم روزنامه نگاری و فعالیت میدانی در روزنامه های کاغذی از روزنامه نگاری پشت میزی و ستادی بیشتر می شود.
- ۴۰- نقش دروازه بانی های حرفه ای جدید در روزنامه نگاری آینده ایران و جهان پررنگ تر می شود.
- ۴۱- رشد تدریجی تشکل های صنفی مطبوعاتی، چندان چشمگیر نخواهد بود.
- ۴۲- روزنامه نگاری ۲۰ سال آینده ایران با توجه بیشتر به منافع ملی، افراط و تفریط کمتر، کاهش فعالیت های جهت دار و در مجموع واقع بین تر و عاقلانه تر انجام می شود.
- ۴۳- وضع قوانین و موازین مرتبط با روزنامه نگاری در آینده بهتر شده و بیشتر به نفع روزنامه نگاران خواهد بود.
- ۴۴- روزنامه نگاری چاپی آینده از سست بودن اعتماد مخاطب در فضای وب بیشترین استفاده را خواهد کرد و روزنامه نگاری با صفات درست، صحیح، دقیق و معتمد را تقویت می کند.

این ایده ها را در ۱۰ مفهوم کلی طبقه بندی کرده ایم که به صورت جدول شماره یک آمده است. عددهای هر خانه، شماره پیش بینی مربوطه است.

جدول شماره ۱- طبقه بندی مفاهیم مورد توافق نخبگان روزنامه نگاری در ایران

ردیف	مشخصه یا مفهوم	شماره پیش بینی ها
۱	تفاوت مسائل امروز با آینده	۱۹, ۲۴, ۲۷, ۲۸, ۲۵, ۳۷
۲	ماهیت مخاطب محوری و غنای رسانه	۳, ۵, ۹, ۱۵, ۲۰, ۲۸, ۴۴
۳	مالکیت و مدیریت و اقتصاد روزنامه ها	۳, ۶, ۱۱, ۲۱, ۲۲, ۲۳, ۲۸, ۳۸, ۴۲
۴	تعامل و رقابت روزنامه های چاپی و الکترونیک	۱, ۱۳, ۱۸, ۳۰, ۳۵, ۳۹, ۴۴
۵	ساختارهای اجتماعی و سیاسی و اقتصادی (عوامل محیطی)	۲, ۱۶, ۱۷, ۲۴, ۲۵, ۲۸, ۳۶, ۴۱
۶	ماهیت و نحوه محتوی ارائه شده ، غنای رسانه	۵, ۷, ۳۲, ۴۴
۷	وضعیت ظاهری، جغرافیایی و مسائل حرفه ای و عمومی	۴, ۶, ۳۱, ۳۳, ۳۴, ۳۹, ۴۰, ۴۳, ۴۴
۸	رویکرد، کارکرد و کاربرد رسانه ها	۳, ۱۳, ۲۰, ۲۶
۹	نقش تکنولوژیها و خلاقیت	۸, ۱۰, ۱۲
۱۰	تفاوت مسائل رسانه ای ایران با جهان	۲, ۱۳, ۱۴, ۱۶, ۱۹, ۳۰, ۳۵, ۴۰

### تحلیل گویه ها و پاسخ به پرسش های تحقیق:

برخی از نتایج به دست آمده از گویه ها به شرح زیر است. البته لازم به ذکر است که این تحلیلها اکتشاف محقق از عبارت ها یا پیش بینی های به دست آمده است. همان طور که گفته شد دو گونه برخورد با آینده نگری وجود دارد که اولی به روندها اشاره می کند، اما با توجه به پیش بینیها در آینده روزنامه نگاری ایران و جهان، روند ها چندان تاثیر گذار و قابل اعتنا نخواهد بود و در آینده روزنامه های چاپی و الکترونیک، مسائل جدیدی رخ می دهد. همچنین با توجه دیدگاه های تاریخی و تحلیل روندها و چالش های مطبوعات در تاریخ روزنامه های ایران، مهمترین چالش مطبوعات، دولتی بودن و فقدان فرهنگ مدرن در میان مردم بوده است که مشکلات مزبور هرچند در آینده قدری کمرنگ تر می شود اما همچنان باقی خواهد ماند. این موضوع به خصوص زمانی خود را آشکار می سازد که براساس پیش بینیها روزنامه های کاغذی و چاپی، در آینده باقی خواهند ماند و از بین نخواهند رفت و به این ترتیب چالش های مطبوعات چاپی هم خواهد ماند و از بین نخواهد رفت، هرچند که بیشتر متخصصان معتقدند که این چالشها در روزنامه های الکترونی بسیار کمتر است.

چالش‌های روزنامه‌های چاپی بیشتر مربوط به استقلال و خودکفایی آنهاست و چالش‌های اصلی روزنامه‌های الکترونیک، بیشتر مربوط به مسائل اخلاقی و حقوقی همچون حریم خصوصی و بی‌اخلاقی‌ها است.

در این میان سهم روزنامه نگاری الکترونیک در آینده با توجه به رشد تکنولوژی‌ها بیشتر خواهد شد و روزنامه‌های چاپی مجبور می‌شوند نسخه‌های الکترونیک هم داشته باشند و در عین حال به نقاط قوت خود بیشتر متکی شوند. به این ترتیب آنها در جهت غنای رسانه‌ای باید به گزارش‌های تحقیقی و نگارش‌های جذاب روی بیاورند و تحلیل و تفسیر برای آن‌ها از نقل‌خبر با اهمیت تر شود. از همین رو آن‌ها تحت تاثیر فضای ایجاد شده توسط وب به تصاویر، گرافیک و همچنین تغییرات در محتوی روی می‌آورند. البته آن‌ها از سست بودن اعتماد مخاطب در وب هم استفاده می‌کنند و با درست نویسی و امانت داری باعث می‌شوند مخاطبان با مراجعه به آنها کمتر گمراه شوند. این موضوع نشان می‌دهد تعامل این دو گونه‌ی روزنامه نگاری زیاد خواهد بود و حداقل در افق بیست ساله مورد ارزیابی ما، یکی دیگری را حذف نخواهد کرد، هرچند که از نظر فرم و محتوی تفاوت‌هایی باهم داشته‌اند. پس به این ترتیب متوجه می‌شویم که جداکردن دو گونه‌ی روزنامه نگاری الکترونیک و چاپی در برخی موارد برای پژوهش درست بوده است.

بنای دیگری که در عبارتها می‌توان جستجو کرد، فردگرایی است؛ چراکه باعث می‌شود تهیه و ارسال محتوی و تبلیغات، به صورت منطقه‌ای و محلی و یا بر اساس خواست و نیاز مخاطب صورت گیرد و به همین دلیل نیز روزنامه‌های محلی تقویت می‌شوند. این موضوع اهمیت روزافزون مخاطب در نگاه روزنامه نگاری آینده را نشان می‌دهد و جایگاه و مشارکت وی در بخشهای مختلف را نیز می‌نمایاند، به نحوی که خود، تولیدکننده محتوی می‌شود.

همچنین تحلیل پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد دیدگاه متخصصان به آینده‌ی روزنامه نگاری ایران خوشبینانه است؛ افزایش مهارت روزنامه‌نگاران، واقع‌بین‌تر شدن و عاقلانه‌تر رفتار کردن در روزنامه نگاری بیست سال آینده، کاهش هرچند محدود نظارت دولت‌ها و بهبود قوانین مرتبط با حرفه‌ی روزنامه نگاری پیش‌بینی‌هایی است که این دیدگاه را تایید می‌کند. سرآمدان می‌گویند در آینده کوتاه مدت تمایل به حفظ وضع موجود، وجود دارد اما در آینده بلند مدت ناگزیری‌هایی به وقوع خواهد پیوست که روندهای گذشته را دچار تردید‌های اساسی می‌کند. در عین حال پیش‌بینی‌ها عنوان می‌کند رشد تکنولوژی‌ها در آینده بسیار بیشتر می‌شود و همین امر تغییرات متعددی را در دسترسی‌ها و ذخیره‌سازی‌ها و غیره در روزنامه‌ها پدید می‌آورد.

از طرف دیگر آن‌ها پیش‌بینی‌هایی هم دارند که تردیدهای اساسی ایجاد می‌کند؛ به خصوص که تاکید می‌کنند تا ساختارهای سیاسی و اجتماعی مناسب نهادینه نشوند و جامعه ایران به سوی توسعه همه‌جانبه و مدرن شدن نرود، توسعه روزنامه‌نگاری، شکل واقعی و درستی به خود نخواهد دید.

### نتیجه‌گیری:

از تحلیل پاسخ‌ها بر می‌آید که آینده روزنامه‌ها قدری خوشبینانه است و یا بهتر بگوییم که خوشبینی‌ها بیشتر از بدبینی‌ها است. بیشتر متخصصان معتقدند رشد آزادی‌ها در آینده ناگزیر خواهد بود اما به نظر می‌رسد این رشد در ایران یکباره و چندان چشمگیر نباشد. به همین دلیل جریان آزاد اطلاعات به معنای واقعی و وسیع آن حتی در آینده بیست ساله ایران هم شکل نمی‌گیرد. اما با این وجود به نظر می‌رسد ما بتوانیم با احتمال کمی روزنامه‌های بین‌المللی در وب و به صورت سایبر داشته باشیم. در کنار این‌ها مقاومت‌های فرهنگی و حکومتی در برابر ورود تکنولوژی‌های نوین کمتر می‌شود اما در این جامعه اطلاعاتی و معرفتی رشد چندانی نخواهیم داشت و حتی ممکن است در کوتاه مدت افت هم داشته باشیم. مهمترین چالش روزنامه‌نگاری در آینده، کثرت‌گرایی و استقلال است که به خصوص در فضای روزنامه‌های چاپی باقی خواهد ماند. در کنار این‌ها کژتابی‌ها، بی‌اخلاقی‌ها و از بین رفتن حریم خصوصی هم چالش‌های اخلاقی و حقوقی آینده هستند.

نتایج تحقیق تاییدکننده نظریه غنای رسانه‌ای است. روزنامه‌نگاری کاغذی و روزنامه‌نگاری سایبر در عین تعامل و رقابت باهم به سمت نقاط ممیزه‌ی خود می‌روند؛ هیچکدام دیگری را کنار نمی‌زند بلکه هم‌رشدی و همزیستی صورت می‌گیرد. اما روزنامه‌های کاغذی تغییر شکل بیشتری می‌دهند و بر غنای رسانه‌ای خود می‌افزایند تا ماندگاری خود را بیشتر تضمین کنند و در رقابت استوار بمانند.

منابع:

- اکرمی، م. (۱۳۷۶) آینده شناسی و آینده نگری، فصلنامه رهیافت، ۴ (۱۶).
- بدیعی، ن. (۱۳۸۴). روزنامه نگاری در جامعه اطلاعاتی، فصلنامه رسانه، ۱۶ (۶۲).
- بل، و. (۱۳۷۴). باز اندیشی در ارزش ها، عینیت و آینده، ترجمه علی بهار، فصلنامه رهیافت، ۳ (۱۱).
- بهرامپور، ش. (۱۳۸۴). ویژه نامه جامعه اطلاعاتی مجله رسانه، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
- تاتم، جورج، (۱۳۷۹)، «آینده روزنامه‌ها، بقا یا نابودی؟»، ترجمه حسن نورایی بیدخت، رسانه، سال یازدهم، پاییز ۷۹، صص ۳-۴.
- تافلر، ا. (۱۳۷۰). موج سوم، مترجم شهیندخت خوارزمی، تهران: نشر نو.
- تامپسون، ج. (۱۳۷۹). رسانه ها و نوگرایی نظریه اجتماعی درباره رسانه ها، ترجمه علی ایثاری کسمایی، تهران: انتشارات ایران.
- تقوی گیلانی، م و غفرانی، م. (۱۳۷۹). آینده پژوهی: مطالعات و روش های آینده شناسی، مجله رهیافت، ۶ (۲۲).
- تهرانیان، م. (۱۳۵۴). نقش رسانه های گروهی در توسعه ملی ایران، (طرح آینده نگری رادیو تلویزیون ملی ایران)، تهران.
- جاکوبویچ، ک. (۱۳۷۹). آینده روزنامه نگاری، ماهنامه افکار عمومی، ۲ (۱۹)، صص ۷۷-۹۰.
- خانیکی، ه. (۱۳۸۶). جهان شبکه ای و آینده رسانه ها؛ نگاهی از منظر مطالعات فرهنگی، روزنامه آرمان روابط عمومی، ۳ (۶۷۱).
- خوارزمی، ش. (۱۳۸۹). آینده دیگر ادامه گذشته نیست، ماهنامه مدیریت ارتباطات، ۱ (۱).
- دی ویمر، ر. آزدومینیک، ج. (۱۳۸۴). تحقیق در رسانه های جمعی، ترجمه سید کاووس امامی، تهران: انتشارات سروش.
- ساروخانی، ب. (۱۳۷۷). روشهای تحقیق در علوم اجتماعی جلد دوم، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- شکرخواه، ی. (۱۳۸۴). روزنامه نگاری سایبر، تهران: انتشارات ثانیه.
- فیدر، ج. (۱۳۸۰). جامعه اطلاعاتی، ترجمه علی رادباوه و علی گیلوری، تهران: انتشارات کتابدار.

- محمد حسینی، س و دیگران. (۱۳۸۳) ادبیات و روش شناسی آینده اندیشی، مجموعه مقالات و سخنرانیهای نخستین کارگاه آینده اندیشی، چاپ اول.
- مسعودی، ا. (۱۳۸۴). آینده نگری چالش های نظارت الکترونی در جامعه اطلاعاتی ایران ، رساله دکتری ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، راهنما: دکتر کاظم معتمدنژاد.
- معتمدنژاد، ک. (۱۳۸۴). جامعه اطلاعاتی اندیشه های بنیادی، دیدگاههای انتقادی و چشم اندازهای جهانی ، مرکز پژوهش های ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی.
- معتمد نژاد، ک. (۱۳۸۳). آینده اندیشی ارتباطی در ایران، روزنامه ایران ، ۹ (۲۷۶۴)، ص ۱۹.
- مک کی، ه. (۱۳۸۶). تحقیق در جامعه اطلاعاتی، ترجمه رامین کریمیان، دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها.
- وبستر، ف. (۱۳۸۰). نظریه های جامعه اطلاعاتی، ترجمه اسماعیل قدیمی، تهران: انتشارات قصیده سرا.
- ودودی، ا. (۱۳۸۴). آینده روزنامه نگاری چاپی در چالش با روزنامه نگاری آنلاین، فصلنامه رسانه، ۱۶ (۶۳).

#### منابع لاتین:

- Accardo, M and G. (۱۹۹۶). A Survey of Future Methods: Using Future Research in Your Work, world future society conference, July. Pp. ۱۴-۱۸
- Assakul, P. (۲۰۰۳). Future Study Methods, [www.wfs.org](http://www.wfs.org) .
- Bell, W. (۱۹۹۷). Foundations of Futures Studies: Volume ۱: History, Purposes, and Knowledge (Human Science for a New Era Series), New Brunswick, NJ: Transaction.
- Carlson, John. R.; Zmud, Robert W. (April ۱۹۹۹). "Channel Expansion Theory and the Experiential Nature of Media Richness Perceptions". He Academy of Management Journal. ۴۲ (۲): ۱۵۳-۱۷۰.
- Cornish, E. (۱۹۹۹). The World of Tomorrow: Selections from the Futurist, Washington, D.C: World Future Society.
- Daft, R.L.; Lengel, R.H. (۱۹۸۶). "Organizational information requirements, media richness and structural design". Management Science. ۳۲ (۵): ۵۵۴-۵۷۱.
- Dennis, A.R.; Kinney, S.T. (September ۱۹۹۸). "Testing Media Richness Theory in New Media: The Effects of Cues, Feedback, and Task Equivocality". Information Systems Research. ۹ (۳): ۲۵۶-۲۷۴.
- Dennis, Alan R.; Valacich, Joseph S. (۱۹۹۹). "Rethinking Media Richness: Towards a Theory of Media Synchronicity".

Jeffrey A. (۱۹۹۸). online newspapers as cyber cannibals? Online journalism Review, posted ۳۰ September, retrieved at: <http://ojr.usc.edu/content/story.cfm?id=۲۴۶>

Ludwig, L. and S. Starr (۲۰۰۵). Library as Place: Results of A Delphi Study, Journal of the Medical Library Association ۹۳ (۳). Pp. ۳۱۵-۳۲۷

*McHale*, John; *McHale*, Magda Cordell (۱۹۷۵) Future Studies: An International Survey, New York, United Nations Institute for Training and Research, ۸۰۱ United Nations Plaza, New York, New York ۱۰۰۱۷.

Thottam, G. (۱۹۹۹), The Future of Newspapers: Survival or Extinction? Media Asia, Vol. ۲۶ No. ۴, pp. ۲۱۶-۲۱.