

کار با سایت های گوناگون

۸-۱- مقدمه

در آغاز هزاره سوم فناوری اطلاعات به طرز عجیب و سریعی راهکارهای عملی خود را در تمامی لایه‌های مختلف زندگی رسوخ داده است. فناوری اطلاعات برای تمامی مظاهر زندگی در عصر اطلاعات و ارتباطات شیوه‌های جدید و مطمئنی را پیش‌بینی کرده است. این شیوه‌ها مبتنی بر دو اصل مهم و حیاتی سرعت و دسترسی آسان بدون محدودیت زمانی و مکانی است. دولت الکترونیک، شهر الکترونیک، آموزش الکترونیک، بهداشت الکترونیک و ساختارهای جدیدی در زندگی امروز هستند که بر پایه و مبتنی بر شبکه، کارکردهای خود را اعمال می‌کنند.

سرویس‌های بسیاری از طریق اینترنت به صورت آنلاین قابل دسترسی هستند. اطلاعات مرجع مانند دایرةالمعارف‌ها، اخبار، اطلاعات هواشناسی و ... به سادگی در دسترس می‌باشند. کاربران می‌توانند تعاملاتی مثل عملیات بانکی، رزرو تورهای مسافرتی و خرید را به صورت آنلاین انجام دهند. همچنین می‌توان اطلاعاتی در مورد مدارس مختلف جست‌وجو کرده یا حتی مطالب بهداشتی و پزشکی را مطالعه نمایند. میلیون‌ها نفر از طریق پست الکترونیک با خانواده، دوستان و همکاران خود در سراسر دنیا ارتباط برقرار می‌کنند. بعضی از مردم از محیط‌های چت برای ارتباط با افراد دیگری که با هم علایق مشترک دارند، استفاده می‌نمایند. حتی می‌توان از اینترنت برای دیدن فیلم و شنیدن آهنگ استفاده کرد. به عنوان یک وسیله علمی و تفریحی کاربران می‌توانند در مورد هر موضوعی اطلاعات به دست آورند، یک دوره آموزشی ثبت نام کنند، یا با هر کس که بخواهند بازی‌های کامپیوتری انجام دهند.

۸-۲

سایت‌های خبری

چگونه می‌توانم اخبار مورد نیاز را از اینترنت دریافت کنم؟

گروه‌های خبری گروه‌هایی هستند که در سطح اینترنت گسترده‌اند و تقریباً به تعداد موضوعات موجود در این شبکه، گروه خبری فعال وجود دارد. تعداد این سایت‌ها و گروه‌های خبری به حدی افزایش یافته است که در بسیاری از موارد به عنوان منبع خبر برای روزنامه‌ها و استناد موضوعات به کار گرفته می‌شوند.

به گفته یک استاد ارتباطات، نقل قول کردن صرف از سایت‌های خبری جایگاه روزنامه را تنزل می‌دهد، مگر این که خبر

نقل شده از اینگونه سایت‌ها سرنخی برای تکمیل خبر و ارائه آن به‌طور صحیح و یا منبع بعد از پیگیری‌های خبرنگاران روزنامه‌ها باشد. این بدان معنی است که اگر به منبع خبر و مطالب نقل شده از آن اعتماد نباشد و سایت‌های خبری تنها برای جذب مخاطب به انتشار اخبار پردازند و روزنامه‌ها نیز در ادامه برای افزایش تیراژ و بدون اطمینان از صحت آن خبر را چاپ کنند، در درازمدت لطمه شدیدی به اعتبار رسانه وارد می‌شود.

نقل خبر از سایت‌ها بدون پیگیری صحت آن بعد از مدتی که مخاطب با چندین خبر تکذیب شده مواجه شود و تأیید شایعه بودن آن را از منابع دیگر دریافت کند، اعتبار رسانه را از بین برده و مخاطبان را به سوی دیگر روزنامه‌ها سوق می‌دهد.

در نتیجه از اخبار ارسالی در سایت‌های خبری می‌توان به‌عنوان سرنخ برای خبرنگاران استفاده کرد. خبرنگاران باید خود به‌دنبال صحت خبر بروند و موضوع آن را پیگیری کرده و بعد از مراجعه به منابع مختلف، خبر موثقی را ارائه کنند؛ حتی اخبار خبرگزاری‌های معتبر هم باید دستمایه‌ای برای اخبار تکمیلی در روزنامه‌ها باشد. شرایط پیش آمده در حوزه مطبوعات مکتوب در استفاده میزان بالا از اخبار ارسالی در سایت‌های خبری، فرصت مناسبی برای این سایت‌هاست تا برای جذب مخاطب و مطرح کردن خود در اذهان عمومی استفاده بهینه‌ای کرده و با اطلاع‌رسانی موثق و دقیق کسب اعتبار کنند و به‌عنوان یک سایت خبری حرفه‌ای در ذهن مخاطب جا باز کنند.

یکی از دلایل افزایش پناهجویی روزنامه‌ها به اخبار سایت‌های خبری، در شرایطی است که آستانه محدودی برای اطلاع‌رسانی وجود دارد و منابع خبری از بروز به موقع اخبار پرهیز می‌کنند و فعالان رسانه مجبور به اطلاع‌رسانی هستند که در چنین شرایطی روزنامه‌ها به استفاده از سایت‌های خبری برای اطلاع‌رسانی مجبور می‌شوند. ۹۰ درصد منابع مطالب منتشر شده در روزنامه‌ها، خبرگزاری‌ها و یا سایت‌های خبری هستند، این آمار در صفحات رویی روزنامه که جنبه خبررسانی دارند، بیشتر از صفحات غیرخبری با مطالب تحلیلی و تولیدی دیده می‌شود. سایت‌های خبری اعتبار خود را از صاحبان سایت می‌گیرند؛ نام افرادی که در پس این سایت‌ها قرار دارد و جایگاه مشخص آنان به روزنامه‌ها اعتماد را می‌دهد که از اخبار ارسالی آن سایت بدون واهمه از تکذیب و دروغ بودن استفاده کنند.

سایت‌های خبری که صاحبان آنان از چهره‌های شناخته شده کشورند، اغلب به انتشار اخبار غیرکلیشه‌ای می‌پردازند، این سایت‌ها زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی فعالیت می‌کنند و در صورت تخلف، تذکر دریافت خواهند کرد. متأسفانه روزنامه‌ها در انتشار اخباری که سایت‌ها و خبرگزاری‌ها منبع انتشار آن هستند، هیچ تغییری ایجاد نمی‌کنند و حتی یک بار متن خبر را نمی‌خوانند و به این ترتیب اشتباهات تایپی خبر و نیز اشتباهاتی نظیر اسامی افراد و اعداد را به همان شکل منتشر می‌کنند و از همه بدتر این که از هیچ زاویه جدیدتری به موضوع نگاه نمی‌کنند. بخشی از دلایل مربوط به انتشار اخبار خبرگزاری‌ها و سایت‌ها در روزنامه‌ها به‌عنوان منبع خبر را اجتناب‌ناپذیر می‌توان عنوان کرد،

برخی خبرگزاری‌ها به دلیل دارا بودن امکانات در شهرستان‌ها و حتی خارج از کشور و نیز نیروی کار کافی دسترسی بهتر و به موقع به خبر دارند و روزنامه‌ها به ناچار به آنها استناد می‌کنند. برای جست‌وجو و بازیابی اخبار به دو روش می‌توان عمل نمود:

۱- مستقیم

۲- غیر مستقیم

الف) روش مستقیم: در روش مستقیم، کاربر با تایپ آدرس سایت خبری مورد نظر در مرورگر به سایت وارد شده و از آخرین اخبار منطقه‌ای، کشوری و بین‌المللی آگاهی پیدا می‌کند. البته در این سایت‌ها اغلب آرشیو اخبار گذشته نیز قابل دسترسی است. برای مثال با تایپ آدرس <http://www.irna.ir> در مرورگر، به سایت خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران وارد شده و می‌توان به مرور اخبار پرداخت (شکل ۸-۱).



شکل ۸-۱ دسترسی مستقیم به سایت خبری

ب) روش غیرمستقیم: روش مستقیم مستلزم دانستن آدرس سایت است که البته آن را می‌توان با جست‌وجو نیز پیدا نمود. به هر حال شما در روش مستقیم و در یک سایت خبری، به همان سایت و اخبار آورده شده در آنجا محدود می‌باشید. در روش غیر مستقیم، شما به جای ورود مستقیم به سایت‌های خبری، از طریق موتورهای جست‌وجو، به بازیابی اخبار دلخواه خود می‌پردازید و سایت‌های خبری مختلف را با هم مقایسه می‌نمایید. حتی با تایپ کلمه «اخبار»، سایت گوگل به شما پیشنهادهای مختلفی را ارائه می‌کند (شکل ۸-۲).



شکل ۸-۲ پیشنهاد های گوگل برای کلمه اخبار

با جست و جوی عناوین خبری در موتورهای جست و جو، همانند روش های معمول، سایت های حاوی عنوان به صورت نتیجه در اختیار کاربر قرار می گیرد. بدیهی است که در این روش، بسیاری از سایت های نتیجه سایت خبری نیستند، اما ممکن است بتوانند در مورد خبر مورد نظر، به شما کمک نمایند.



شکل ۸-۳ جست و جوی اخبار مربوط به جشنواره خوارزمی در سایت گوگل

نکته دیگری که در مورد دریافت اخبار از طریق شبکه اینترنت باید به آن اشاره کرد، تماشای اخبار تلویزیونی از طریق اینترنت می‌باشد. یعنی کاربر می‌تواند با اتصال به اینترنت و ورود به سایت‌های شبکه‌های تلویزیونی، اخبار پخش شده از آنها را به صورت زنده یا ضبط شده تماشا کند و از این طریق از اخبار مورد نظر آگاهی یابد. البته این روش امروزه در مورد تمامی برنامه‌های تلویزیونی (و نه فقط اخبار) کاربرد دارد. مزیت این روش این است که خبرها را می‌توان به جای متنی، به صورت تصویری مشاهده کرد و در هر لحظه‌ای که کاربر به پایگاه اینترنتی مراجعه نماید، بر خلاف تلویزیون، خبرها در دسترس خواهد بود و امکان مرور دوباره نیز میسر است. (شکل ۸-۴).



شکل ۸-۴ اخبار صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران از طریق اینترنت

۸-۳

سایت‌های دولتی

چه خدمات دولتی از طریق اینترنت ارائه می‌شود؟

استفاده دولت‌ها از وب به حدی اهمیت یافته است که برخی آن‌را یکی از ابزارهای تحقق دموکراسی دانسته‌اند. آنان معتقدند با ارائه اطلاعات صحیح و روزآمد به شهروندان از طریق سایت‌های دولتی زمینه نظارت مردمی که یکی از ارکان حاکمیت مردم سالار است، فراهم می‌گردد. دلایل متعددی برای استقبال دولت‌ها از پدیده وب وجود دارد؛ مهم‌ترین آنها را چنین می‌توان بر شمرد:

● نیاز به انعکاس اقدامات و فعالیت‌های دولت در ارائه بیان کار و شرح خدمات و تسهیلاتی که برای شهروندان فراهم می‌کند.

● نیاز به هدایت شهروندان برای دسترسی به منابع اطلاعات معتبر در زمینه امور عمومی و خدمات دولتی.

● ایجاد ارتباط دوسویه با متخصصین، صاحب‌نظران و شهروندان عادی و دریافت نظرات آنان.

● ایجاد شبکه ارتباطی یکپارچه دولتی برای ارتباط سازمان‌ها و مراکز دولتی با یکدیگر.

● جلب مشارکت در زمینه‌های مورد نیاز.

● تبلیغات و تأثیرگذاری بر بینش و گرایش شهروندان.

● ایجاد امکان نظارت مردمی.

● ایجاد زمینه ارتباط مستقیم متصدیان ارشد دولتی با آحاد شهروندان در داخل و خارج از قلمرو جغرافیایی حاکمیت.

● کاهش هزینه‌ها برای ایجاد ارتباط با شهروندان و نیز کاهش هزینه شهروندان در دسترسی به اطلاعات و ایجاد ارتباط با متصدیان امور.

سایت‌های دولتی می‌توانند ابعاد گوناگونی را پوشش دهند؛ مانند جنبه‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی. کلیات این اهداف را می‌توان بدین شرح برشمرد:

● ایجاد محیط کاربرپسند در اینترنت برای دسترسی آسان شهروندان به اطلاعات و خدمات دولتی و تحویل خدمات از طریق کاربرد فناوری اطلاعات.

● انجام تبلیغات و اطلاع‌رسانی برای ترفیع جایگاه کشور در سطح جهان به گونه‌ای که موجب افزایش مراودات، دادوستد و فزونی تعداد جهانگردان شود.

● ایجاد بنیان مستحکم جهت اصلاح جریان دسترسی به اطلاعات دولتی.

● جلب مشارکت برای اصلاح ساختارها و فرایندها.

از نظر عملیاتی، برای دستیابی به این اهداف دو رویکرد اصلی پیش روی است:

۱- ایجاد سایت وب مرجع با مد نظر قرار دادن نقش هدایتی برای آن. در این رویکرد، سایت وب مورد نظر مستقیماً نقش ارائه‌دهنده خدمات اطلاعاتی را ایفا نمی‌کند، بلکه با درج پیوند سایت سازمان‌هایی که از نظر تشکیلاتی وابسته‌اند، کاربران و مخاطبین را به سوی مراجع و منابع هدایت می‌کند. این گونه سایت‌ها دارای ویژگی‌های خاص کاملاً قابل تمایز از سایت‌های دیگر هستند.

۲- ایجاد سایت‌های حاوی اطلاعات که کاربران و مخاطبین بدون نیاز به رفت و آمد و ارجاع به سایت‌های گوناگون، موفق به ایجاد ارتباط و یا دریافت اطلاعات مورد نظر خود شوند. وجود چنین انتظاری از سایت‌های اطلاعاتی مانع از

ارجاع کاربر به سایت‌های تخصصی و دریافت اطلاعات افزون‌تر در حوزه موضوع مورد نظر نیست. این ارجاعات الزاماً همراه توضیحی کوتاه درباره علت ارجاع است.

اداره سایت دولتی در اینترنت نیازمند قالب خاصی است که چهارچوب کلی آن مبتنی بر سازمان اطلاعات دولت و ویژگی‌های آن است. قالب سایت دارای سطوحی است که آنها را می‌توان این‌گونه دسته‌بندی کرد.

سطح اول «صفحه ورودی» یا «صفحه اصلی». دسترسی به صفحه ورودی یا اصلی باید بدون نیاز به اطلاع از

زیرشاخه‌های سایت، قابل دسترسی باشد. مانند: <http://www.2lat.com>



شکل ۵-۸ سایت دولت جمهوری اسلامی ایران

صفحات زیرمجموعه سایت

این صفحات را به شیوه‌های مختلف می‌توان سازمان داد (موضوعی، نوع اطلاعات، ساختار سازمانی و نظایر آن). در این حالت از عنصر «ارجاع متقابل»، برای دسترسی به سایر صفحات استفاده می‌شود.

«پیوندهای» سایر سایت‌های مرتبط. در طراحی سایت دولتی می‌توان با بررسی سایر سایت‌ها و ملاحظه ابعاد و ویژگی‌های آنها (از نظر نوع اطلاعات، پوشش، وابستگی، ارتباط سازمانی، همکاری و مشارکت) به تناسب سطح ارتباط، پیوندهای را در یکی از صفحات سایت درج و کاربران را از وجود آنها برای دریافت اطلاعات تکمیلی و تخصصی مطلع کرد.

امروزه با وجود اینترنت ارتباطات و تبادل اطلاعات در جامعه‌ای که از آن به عنوان جامعه اطلاعاتی نام برده می‌شود

بسیار ساده و سریع شده است. تنها اطلاعات سری و محرمانه کشورهای مختلف دنیا را نمی‌توان از طریق سایت‌های

اینترنت رسمی این کشور مشاهده نمود. لکن حجم گسترده‌ای از داده‌های مختلف مربوط به یک کشور در هر حوزه‌ای تنها با ورود به رسمی‌ترین سایت‌های دولتی کشورها قابل دریافت است که این یک مزیت بزرگ برای محققان و دریافت‌کنندگان اطلاعات در اقصی نقاط جهان به شمار می‌رود.

علاوه بر این امروزه سایت‌های اینترنتی رسمی کشورها به یک نوع تبلیغات الکترونیکی خاص برای کشور قلمداد می‌شود که با استفاده از آن ۷۰۰ میلیون مخاطب وب را با قابلیت‌ها و جذابیت‌های کشور مطبوع آشنا می‌کند، یعنی یک بازار بین‌المللی با ضریب اثر بخشی بسیار بالا که نسبت به نمونه مشابه سنتی آن بسیار کاراتر است. ارزش و اهمیت سایت‌های دولتی در کشورهای مختلف دنیا یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های IT در راستای ارتقای دولت الکترونیک (E-goverment) به شمار آمده است. کشوری مانند هندوستان با راه‌اندازی بیش از ۵۰۰ سایت دولتی کار بزرگی را در جهت شناساندن توانمندی‌های توریستی و فرهنگی و صنعتی و اقتصادی خود به مخاطبان جهانی آغاز کرده است و در این راستا کشورهای جنوب شرق و شرق آسیا همانند کشورهای اروپایی هدفمند حرکت می‌کنند.

قطعا امروزه هر توریست یا تاجر یا صنعتگری که بخواهد در ایران به نوعی حضور داشته باشد در ابتدا به آمار و ارقام و اطلاعات نوشتاری و تصویری سایت‌های دولتی ایران در وب نگاه می‌کند و بعد از آن کار عملیاتی تخصصی خود را برای سرمایه‌گذاری یا کار در کشور آغاز می‌کند.

۱- مستقیم

۲- غیر مستقیم

(الف) در روش مستقیم، کاربر با تایپ آدرس سایت دولتی مورد نظر در مرورگر، به سایت وارد شده و خدمات مورد نیاز خود را در سایت بازیابی می‌کند. برای مثال با تایپ آدرس <http://www.post.ir> در مرورگر، به سایت شرکت پست جمهوری اسلامی ایران وارد شده و می‌توان خدمات لازم را دریافت نمود. (شکل ۸-۶)



شکل ۸-۶ سایت دولتی شرکت پست جمهوری اسلامی ایران

ب) در روش غیر مستقیم، شما به جای ورود مستقیم به سایت‌های دولتی، از طریق موتورهای جست‌وجو، خدمات مورد نیازتان را جست‌وجو کرده و از صفحه نتایج، به سایت دولتی وارد می‌شوید. در این روش باید توجه داشت که قبل از هرگونه اقدامی، از صحت و سقم سایت اطمینان پیدا نمود، زیرا ممکن است نتیجه ارائه شده سایت دولتی اصلی و واقعی نباشد.

۸-۴

سایت‌های مصرف کننده

سایت‌های ارائه دهنده خدمات به مصرف کنندگان چه خصوصیتی دارند؟

به عنوان یک معرفی خلاصه از نحوه عملکرد این سیستم‌ها می‌توان گفت، در بخش مدیریت سیستم، مشخصات کالاها، طبقه‌بندی آنها، قیمت گذاری، روش‌های پرداخت وجه، روش‌های ارسال کالا و به طور کلی کالا و خدمات مورد عرضه در فروشگاه و نحوه ارائه آنها، توسط مدیر فروشگاه تنظیم می‌شود. خریدار اینترنتی با مراجعه به سایت، کالا و خدمات مورد نظر خود را انتخاب و به سبد خرید اضافه می‌نماید. برای این کار دو روش: مرور کالا و خدمات بر اساس طبقه‌بندی‌های ارائه شده و جست‌وجو براساس مشخصات کالا و خدمات پیش بینی شده است. پس از تکمیل سبد خرید، مشخصات خریدار، اطلاعات مربوط به نحوه پرداخت و نحوه ارسال کالا و سایر اطلاعات لازم از خریدار دریافت و با تأیید وی خرید کامل می‌شود. فهرست سفارشات تأیید شده جهت ارسال کالا و سایر فعالیت‌های اجرایی در اختیار مدیر فروشگاه قرار می‌گیرد.

البته سایت‌های مربوط به مصرف کننده به خرید اینترنتی و فروشگاه‌های الکترونیکی محدود نمی‌شود، خدمات بانکداری آنلاین، تفریحات، سرگرمی‌ها، وقایع فرهنگی، آگاهی از آخرین قیمت‌ها و ... نیز در این طبقه بندی قرار می‌گیرند. به عنوان مثال با عضویت در سایت بورس اوراق بهادار می‌توان آخرین تغییرات سهام را از طریق پست الکترونیکی دریافت نمود.



شکل ۸-۷ سایت بورس

اوراق بهادار

در زمینه استفاده از خدمات آنلاین بانکداری، تفریحات، اوقات فراغت، خرید کردن، سرگرمی ها و وقایع فرهنگی، به دو روش می توان عمل کرد:

۱- مستقیم

۲- غیر مستقیم

الف) در روش مستقیم کاربر با در دست داشتن آدرس (URL) سایت مورد نظر و تایپ آن در نوار آدرس مرورگر، به سایت اینترنتی وارد شده و خدمات مورد نیازش را جست و جو و دریافت می کند. بدیهی است که آدرس اینترنتی هم از طریق جست و جو قابل دسترسی است.

مثال: فرض کنید شما می خواهید نسبت به پرداخت اینترنتی قبض برق مصرفی منزل از طریق بانک ملت اقدام نمایید. برای این منظور:

حالت اول: شما آدرس سایت بانک ملت به نشانی <http://www.bankmellat.ir> را می دانید. با تایپ این آدرس در نوار آدرس مرورگر، به سایت بانک وارد شده و خدمات پرداخت قبوض را جست و جو می کنید.

حالت دوم: شما آدرس سایت بانک ملت را نمی دانید. در نتیجه ابتدا وارد یک سایت موتور جست و جو شده و عنوان «بانک ملت» را جست و جو می کنید تا در صفحه نتایج، آدرس سایت بانک را پیدا کرده و سپس به آن سایت وارد شوید. پس از ورود به سایت، به دنبال پرداخت قبوض می گردید.



شکل ۸-۸ سایت اینترنتی بانک ملت

در هر دو روش مثال بالا، شما به عنوان کاربر می دانستید که می خواهید عملیات پرداخت قبض را به وسیله امکانات بانک ملت انجام دهید و هر دوی آنها روش مستقیم محسوب می شود.

ب) در روش غیر مستقیم، کاربر از ابتدا پیش زمینه‌ای در رابطه با خدمات مورد نیاز (برای مثال پرداخت قبوض) ندارد. در این شیوه، کاربر با ورود به یک موتور جست‌وجو، عنوان خدمات مورد نظرش را جست‌وجو کرده و از میان صفحه نتایج، تصمیم می‌گیرد که چگونه در آن زمینه عمل نماید. به عنوان مثال با جست‌وجوی عنوان «پرداخت قبوض» در موتور جست‌وجوی گوگل و مرور صفحات نتایج، ممکن است کاربر تصمیم بگیرد قبض مصرفی خود را از طریق درگاه بانک ملی ایران پرداخت نماید.



شیوه‌های اشاره شده بالا در زمینه اکثر خدمات مورد نیاز کاربرد دارد. به عنوان مثالی دیگر، می‌توان به روش مستقیم به سامانه اطلاعاتی اوقات فراغت کشور به نشانی <http://www.faraghat.org> وارد شد و از خدمات آن بهره گرفت.

شکل ۹-۸ روش غیر مستقیم خدمات مصرف کننده



شکل ۱۰-۸ سامانه اطلاعاتی اوقات فراغت کشور

یا به شیوه غیر مستقیم از خدمات مربوط به اوقات فراغت استفاده نمود. در شکل ۸-۱۱ صفحه گردشگری مجازی تهران مربوط به سایت شهرداری تهران نشان داده شده است.



شکل ۸-۱۱ گردشگری مجازی شهر تهران - سایت شهرداری تهران

۸-۵

سایت های مسافرت

سایت های سفر چه خدماتی ارائه می دهند؟

رشد روز افزون فناوری اطلاعات در جهان امروز و استفاده فراوان از اینترنت و فضای مجازی در انجام امور روزمره به گونه ای است که می توان از آن به عنوان عامل محرک و پویا بخشی در اقتصاد جهانی نام برد. گستردگی فعالیت های انجام شده در این حوزه تا به آنجایی است که موجب ایجاد میلیون ها شغل در سرتاسر جهان گردیده و ارتباطات بخش اعظمی از دنیای خاکی را به مثابه یک دهکده جهانی تسهیل بخشیده است. از سویی دیگر، گردشگری نیز به عنوان یک صنعت نوظهور در طول نیم قرن گذشته توانسته پتانسیل فراوانی برای ایجاد توسعه اقتصادی فراهم نماید و از سویی به دلیل افزایش تقاضا بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد.

امروز نیز به مدد استفاده از فناوری اطلاعات، حجم عظیمی از دانش و منابع قابل استفاده در حوزه گردشگری نشر و نمو

یافته است و از این روست که می‌توان گفت: گردشگری و فناوری اطلاعات و ارتباطات فرصت‌های استراتژیک و ابزارهای قدرتمندی برای رشد اقتصادی، توزیع ثروت در سراسر جهان ایجاد می‌نماید. به همین مفهوم، گردشگری و فناوری اطلاعات در جوامع کمتر توسعه یافته به دلیل مشکلات ساختاری و عدم رشد و همراهی با این فرایند، با چالش‌ها و تهدیدهایی روبه‌روست و به همین جهت نیز معمولاً این گونه جوامع قادر به مشارکت در چرخه گردشگری جهانی نبوده و از رفاه ایجاد شده ناشی از ابزارهای جدید محروم می‌مانند.

امروزه فناوری اطلاعات دارای ارتباطی گسترده با گردشگری است. از یک سو ICT موجب جهانی شدن و توسعه گردشگری در همه ابعاد آن می‌شود و از طرف دیگر گسترش جغرافیایی و عملیات گردشگری باعث ایجاد تقاضای افزون‌تر و بلکه استفاده از فناوری پیشرفته می‌شود. مصرف کنندگان همان گونه که به طور روز افزونی با فناوری اطلاعات و ارتباطات آشنا می‌گردند، انتظار دارند که عرضه کنندگان گردشگری، واسطه‌هایی دوسویه برای همکاری اینترنتی و متقابل داشته باشند تا از خرید و بحث و گفت و گو راجع به نیازهای خاص حمایت کنند. اینترنت مسافران را قادر می‌سازد که به اطلاعات دقیق و قابل اطمینان دسترسی پیدا کنند و هم چنین رزرواسیون را انجام دهند که در روش‌های سنتی به بازه زمانی، هزینه و زحمت و دردسر نیاز داشت.

از سویی دیگر همان‌طور که بررسی‌ها نشان می‌دهد فروش بلیط هواپیما ۹۰ درصد کل فروش اینترنتی مسافرت را به خود اختصاص می‌دهد، اما انتظار آن است که تا سال ۲۰۱۲ سهم بلیط‌های هواپیمایی خریداری شده از طریق اینترنت به ۵۰ درصد کل فروش اینترنتی سقوط نماید و این در حالی است که از لحاظ کمی هر دو با رشد غیر قابل تصور و پیش‌بینی نشده‌ای مواجه هستند.

براین اساس به نظر می‌رسد رشد سریع استفاده از ICT در صنعت گردشگری به گونه‌ای است که به‌زودی سهم قابل توجهی از فروش محصولات گردشگری را در فضای اینترنت شاهد خواهیم بود. در کشور ما نیز به دنبال گسترده شدن استفاده از اینترنت و فضای مجازی و وجود صدها سایت ویژه ارائه خدمات گردشگری به‌ویژه فروش اینترنتی بلیط هواپیما فضا را به گونه‌ای پیش برده است که پیش‌بینی می‌شود به‌زودی شاهد کاهش میل مسافران در خرید به صورت سنتی و به‌طور مشخص کاهش مراجعه به دفاتر خدمات مسافرتی و در عوض افزایش استفاده از اینترنت در مبادلات مذکور باشیم. به‌طور کلی انگیزه‌های اصلی مصرف کنندگان برای خرید محصولات به صورت مستقیم عبارتند از:

- امکان انتخاب کالاها و خدمات بهتر
- قیمت‌های مناسب‌تر
- نبود جانشین‌های بومی و محلی
- آشنایی بیشتر با شرکت‌های ارائه کننده

● سهولت در استفاده

● خدمات بهتر برای مشتری

● استفاده از توصیه دوستان

در سال ۲۰۰۲ بیش از ۱۳ میلیارد دلار برای بلیط خطوط هوایی، ذخیره اتاق در هتل و اتومبیل‌های کرایه از طریق اینترنت پرداخت شد. این در حالی است که پیش‌بینی می‌شود این رقم در سال ۲۰۱۲ از مرز سی میلیارد دلار بگذرد و به‌طور میانگین این نوع خدمات مسافرتی بیش از سی درصد کل خریدهای اینترنتی را تشکیل دهد. جالب‌تر اینکه در حال حاضر مخارج هزینه‌شده برای خرید خدمات مسافرتی از طریق اینترنت از خریدهای رسانه‌ای همچون کتاب، موسیقی، ویدئو و نرم افزار پیش گرفته است و در رده اول مخارج کل قرار گرفته است. همانند دیگر خدمات اینترنتی، اطلاع از زمان‌بندی سفر، تهیه بلیط، دریافت رزرو هتل و ... از طریق اینترنت به دو روش میسر است:

۱- مستقیم

۲- غیر مستقیم

الف) در روش مستقیم، کاربر با مراجعه مستقیم به سایت سرویس‌دهنده خدمات سفر، به انجام امور مربوط مبادرت می‌کند. به عنوان مثال با مراجعه به سامانه قطارهای مسافرتی رجاء به نشانی <http://www.raja.ir> از برنامه قطارها آگاهی یافته و می‌تواند با طی فرایندی چند مرحله‌ای، به رزرو و تهیه بلیط اقدام نماید (شکل ۸-۱۲).



شکل ۸-۱۲ سایت شرکت قطارهای مسافری رجاء

ب) در روش غیر مستقیم، کاربر با جست و جو در سایت‌های موتور جست و جو، اطلاعات لازم را در زمینه سفر خود کسب کرده و سپس به تهیه بلیط یا رزرو هتل اقدام می‌کند. این روش به خصوص در مسافرت‌های خارجی بسیار مفید است و امکان مقایسه‌ای خوبی برای تصمیم‌گیری فراهم می‌نماید. در شکل ۸-۱۳ نمونه‌ای از یک نتیجه جست و جو در رابطه با مسافرت آورده شده است. نکته بسیار مهم در این روش اطمینان و اعتماد به سایت سرویس دهنده می‌باشد.



شکل ۸-۱۳ نمونه‌ای از یک نتیجه در روش غیر مستقیم

۸-۶

سایت‌های آموزشی

خدمات سایت‌های آموزشی چگونه ارائه می‌شود؟

فناوری اطلاعات و ارتباطات را می‌توان به عنوان ابزاری نیرومند و قوی برای ارتقای کیفیت و کارایی آموزش مورد استفاده قرار داد، به گونه‌ای که شیوه‌های سنتی آموزش را دستخوش تغییر قرار دهد و دیگر نیازی به حضور فیزیکی در کلاس‌های درس نباشد. اگر در گذشته آموزش تنها از معلمان و مربیان سود می‌برد و کتاب به عنوان اصلی‌ترین منبع اطلاعاتی در امر آموزش محسوب می‌شد، امروزه آموزش با ابزارها و محیط‌های جدید ارتباطی روبرو شده است. پیشرفت‌های اخیر در صنعت رایانه و اطلاع رسانی، ورود و ظهور شبکه‌های اطلاع رسانی محلی، منطقه‌ای و بین‌المللی و به‌ویژه اینترنت، چند رسانه‌ها، فناوری‌های ارتباطی، ابزارها و روش‌های جدید را پیش روی طراحان، برنامه‌ریزان و مدیران و مجریان برنامه‌های آموزشی قرار داده است. نفوذ فناوری‌های جدید اطلاعاتی به مراکز آموزشی (از مدارس تا دانشگاه‌ها) و حتی منازل، روابط ساده معلمی و شاگردی را به طور کلی دگرگون ساخته است. به این ترتیب، الگوهای سنتی یادگیری متحول شده‌اند و کاربران با حجم گسترده‌ای از اطلاعات و دانش مواجه هستند.