

شبکه‌های ارتباطی نوین و رسانه‌های همگانی؛ تقابل یا تعامل؟*

دکتر محمد مهدی فرقانی

اشاره:

جهان، امروز بر قله یکی از نادرترین مقاطع تاریخ ایستاده است. مقطعی که به قول «مانوئل کاستلز» وجه مشخصه آن دگرگونی فرهنگی مادی ما به وسیله آثار یک پارادایم تکنولوژیک جدید است که بر محور تکنولوژی‌های اطلاعاتی، سازمان یافته است. ظهور و گسترش نظام چند رسانه‌ای، بارزترین نمود و نماد عصر اطلاعات و جامعه اطلاعاتی است به نحوی که همه عرصه‌های زندگی را دگرگون ساخته است. بدین ترتیب می‌توان درک کرد که رسانه‌های همگانی تحت تأثیر تحولات مربوط به انقلاب اطلاعات و ظهور جامعه اطلاعاتی، در آستانه یک دگردیسی بزرگ و تعیین کننده‌اند. این رسانه‌ها اگر نتوانند خود را با مقتضیات و شرایط جدید، سازگار کنند قطعاً با تهدیدی ویران کننده روبرو خواهند شد.

مقاله حاضر در پی تبیین این فرایند یعنی ارزیابی تحول نقش‌ها و کارکردهای رسانه‌های همگانی در تعامل با نظام چند رسانه‌ای است. تحلیل این مقاله بر این فرض استوار است که رسانه‌های همگانی در رقابت و چالش با شبکه‌های نوین ارتباطی، نه راه حذف را خواهد پیمود و نه مسیر ادهام را. گزینه «تعامل» شاید مناسب‌ترین گزینه برای ادامه حیات و در همین حال ایفای نقش‌های اختصاصی توسط رسانه‌های همگانی است.

سؤال این است؛ اگر فراگیری و جامعیت، تمرکز زدایی، چند جانبه گرایی (تعامل)، انعطاف پذیری، فردگرایی، پیچیدگی و شبکه‌سازی را از ویژگی‌ها و کیفیت‌های تعیین کننده فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات بدانیم، رسانه‌های همگانی چگونه در بازار رسانه‌ای جدید، جای خود را خواهند یافت. شاید بتوان پاسخی دو وجهی به این پرسش داد؛ از یک سو رسانه‌های همگانی تحولات کارکردی جدیدی را تجربه خواهند کرد که تعامل با مخاطب و نزدیکی هرچه بیشتر به او برای پاسخگویی به نیازهای گروه‌های کوچک و حتی افراد، تنوع بیش از پیش محتوا، برخورداری از غنا و تعدد منابع، بازشدن قلمروهای قابل نفوذ برای کسب، جمع‌آوری و انتشار اطلاعات،

استفاده از سسبک‌ها و شیوه‌های غیررسمی‌تر و جذاب‌تر، از آن جمله است. از جانب دیگر هم رسانه‌های همگانی و هم چند رسانه‌ای‌ها، هرکدام عرصه‌ها و حوزه‌های خالی و برون افتاده‌ای برای حضور و نفوذ دارند که باید آنها را پر کنند. پوشش دادن مخاطبان عمومی یا انمکاس و پاسخگویی به نیازها و هلاقی همه کسانی که نه تنها امروز بلکه تا آینده قابل پیش‌بینی هم امکان و فرصت دسترسی به ارتباطات کامپیوتری و شبکه‌ای را ندارند از مهم‌ترین عرصه‌های انحصاری رسانه‌های همگانی است. زیرا به قول کاستلز، «ارتباطات کامپیوتری یک رسانه ارتباط عمومی نیست و برخلاف تلویزیون و سایر رسانه‌های همگانی، اکثریت بزرگی از آنها برای مدتی طولانی از آن محروم خواهند بود.»

در واقع همانطور که کاستلز می‌گوید ارتباطات کامپیوتری، رسانه ارتباطی تحصیل کرده‌ترین و مرفه‌ترین بخش جسمیت در تحصیل کرده‌ترین و مرفه‌ترین کشورها خواهد بود. در عین حال ارتباطات کامپیوتری با امکان پاسخگویی به نیازهای تک تک مخاطبان، تعامل با آنها و بالا بردن حق انتخاب، مهم‌ترین تحول را در عرصه‌های فرهنگ، سرگرمی، اطلاعات و آموزش، به وجود آورده و نوعی تحرک فردی و اجتماعی جدید را دامن زده است، در این شبکه ارتباطی، روزبه‌روز بر شمار مخاطبان فعال افزوده و از تعداد مخاطبان منفعل کاسته می‌شود.

و بالاخره، نویسنده معتقد است که در جامعه اطلاعاتی، هیچ رسانه‌ای اهم از نوشتاری، دیداری و شنیداری حتی در قیاس با شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری، «رسانه سنتی» نیست. تکنولوژی‌های نوین اطلاعات، محتوا، رفستار و ریخت‌شناسی رسانه‌های همگانی را نیز تغییر داده‌اند و بیشتر، عرصه تعامل و برهم افزایی را گشوده‌اند تا تنازع و تقابل را. زیرا همان‌گونه که کاستلز می‌گوید «ظهور سیستم چند رسانه‌ای به معنای پایان جدایی و تمایز میان رسانه‌های شنیداری، دیداری و چاپی، فرهنگ عامیانه و فرهنگ فرهیختگان، سرگرمی و اطلاعات،

آموزش و اغواست.»
مقدمه:

در جهانی زندگی می‌کنیم که فراوانی، تنوع و امکان دسترسی به اطلاعات، بارزترین ویژگی و شاخص آن است. در این جهان به شدت اطلاعاتی شده، فرهنگ و تعامل اجتماعی بیش از هر زمان، محتوای اطلاعاتی یافته است، به نحوی که برخی صاحب نظران، عصر کنونی را دوره «پرستش اطلاعات»^۱ نام نهاده‌اند.

در این دوره، ظهور نظام چند رسانه‌ای و تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی به بارزترین نماد آن تبدیل شده است. شبکه‌های نوین ارتباطی، آنچنان بر فضای زندگی بشر امروز سایه افکنده‌اند که می‌توان گفت همه ما در محیطی رسانه‌ای به سر می‌بریم. این محیط رسانه‌ای به نوبه خود بافت معنایی چند ساحتی‌ای به وجود آورده که غالب جلوه‌های فرهنگی و سیاسی را باهمه تنوع و گونه‌گونی‌شان در قلمرو خود جای می‌دهد. در حوزه فرهنگی و در بافت «ابرمنتی»^۲ که به وسیله رسانه‌های نوین شکل می‌گیرد جلوه‌های گذشته، حال و آینده به یکدیگر پیوند می‌یابند و یک محیط نمادین جدید ایجاد می‌کنند که در آن دنیای مجازی، به واقعیت محیط زندگی ما بدل می‌شود. در قلمرو سیاست نیز، گرچه سیاست رسانه‌ای، تمامیت دنیای سیاست را تشکیل نمی‌دهد، اما سیاست اساساً از مجرای رسانه بر فرایند تصمیم‌گیری تأثیر می‌گذارد و «چارچوب اساسی محتوا، سازمان، فرایند و رهبری دنیای سیاست را شکل می‌دهد»^۳.

چند و چون اطلاعاتی که در جامعه جدید تولید می‌شود آنچنان بر تار و پود رسانه‌ها، ساختار، نقش و عملکرد آنها تأثیر می‌گذارد که می‌توان گزاره تاریخی مارشال مک‌لوهان را که روزگاری گفته بود «رسانه همان پیام است»، به گزاره «پیام

همان رسانه است» تبدیل کرد. زیرا تنوع رسانه‌ها و امکان تلاش برای جذب مخاطبان ویژه در نظام نوین رسانه‌ای باعث شده است که ویژگی‌های پیام، ویژگی‌های رسانه را شکل دهد.

تعامل یا تقابل؟

سپهر رسانه‌ای جدید، فضایی سرشار از رقابت و چالش را میان رسانه‌های نوین با ویژگی‌های تمرکززدایی، تعامل، انعطاف پذیری، فردگرایی و شبکه‌سازی در قبال رسانه‌های همگانی نظیر مطبوعات، رادیو و تلویزیون با ویژگی‌های جمع‌گرایی، تعهد به حرفه‌ای‌گری، قدرت فرهنگی وحدت بخش، تفکیک پذیری الگوهای معرفتی یا تمایز میان مقوله‌هایی چون اخبار، آموزش، سیاست، فرهنگ، سرگرمی و ورزش و نیز تمایز گذاری کار و فراغت گشوده است. پیش‌بینی یا حتی داوری در مورد سرانجام این چالش، چندان ساده نیست. دو دیدگاه متمایز در این زمینه وجود دارد؛ یکی دیدگاه کمی‌گرای جامعه اطلاعاتی، که فراوانی اطلاعات و تنوع رسانه‌های نوین را به مثابه «پایان تاریخ» رسانه‌های همگانی مطرح می‌کند، و به ایده «رسانه‌های جایگزین» معتقد است. این دیدگاه خوش‌بینانه و افراطی بیشتر از منظر «مهندسی اطلاعات» به جامعه اطلاعاتی نوین می‌نگرد، قائل به تنازع رسانه‌های نوین با رسانه‌های همگانی است و براین باور است که چند رسانه‌ای‌ها به زودی رسانه‌های همگانی را به بایگانی تاریخ خواهند سپرد. نگرش دوم اما، به تعامل در عین استقلال، همزیستی در عین رقابت، تأثیرپذیری و تأثیرگذاری متقابل رسانه‌های همگانی و رسانه‌های نوین، باور دارد. این دیدگاه که می‌توان آن را دیدگاه تعاملی رسانه‌ها نامید، معتقد است به دلیل فراگیری، تنوع و انعطاف‌پذیری رسانه‌های جدید، کل



■ ظهور و گسترش نظام چند

رسانه‌ای، بارزترین نمود و

نماد عصر اطلاعات و جامعه

اطلاعاتی است به نحوی که

همه عرصه‌های زندگی را

دگرگون ساخته است.

■ رسانه‌های همگانی تحت

تأثیر تحولات مربوط به

انقلاب اطلاعات و ظهور جامعه

اطلاعاتی، در آستانه یک

دگردیسی بزرگ و تعیین

کننده‌اند.

تجربه گذشته، حال و آینده آدمی در یک متن چند رسانه‌ای قابل جذب است و به همین دلیل قدرت نمادین فرستنده‌های سنتی پیام و اطلاعات، به نحو چشمگیری کاهش می‌یابد، اما در عین حال ظهور سیستم چند رسانه‌ای یا روزنامه‌نگاری الکترونیک را به معنای جدایی و تمایز میان رسانه‌های شنیداری، دیداری، چاپی، فرهنگ عامیانه و فرهنگ فرهیختگان، سرگرمی و اطلاعات، آموزش و اغوا تلقی نمی‌کند. این رویکرد، مجموعه رسانه‌ها را اعم از سنتی و نوین در یک منظومه تعاملی و سیتزیک می‌بیند که اقتدار و نقش آفرینی آنها از همیشه نیرومندتر شده است. این دیدگاه معتقد است که «رسانه‌ها همراه باهم برای دموکراسی و حکومت سالم، مبارزه می‌کنند، از زیاده‌روی‌های سیاستمداران جلوگیری می‌کنند، و در نهایت بخشی از قدرت را بیرون فرایند سیاسی نگه می‌دارند و آن را در جامعه منتشر می‌کنند. در عین حال مشروعیت

احزاب، سیاستمداران، سیاست‌ها و نهایتاً مشروعیت دموکراسی را به صورت فعلی‌اش از بین می‌برند.»^۴

این دیدگاه، جذابیت و قابلیت اعتماد را ملاک موفقیت رسانه‌ها می‌داند و معتقد است «هر خدشه‌ای در قابلیت اعتماد یک شبکه تلویزیونی یا روزنامه معین باعث می‌شود مخاطبان آن در بازار رقابت، بین دیگران تقسیم شوند.»^۵

مانوئل کاستلز بر آن است که تلویزیون، روزنامه‌ها و رادیو، همچون نظام واحدی عمل می‌کنند که در آنها روزنامه‌ها غالباً واقع‌ای را گزارش، شرح و تفسیر می‌کنند، تلویزیون آن را در میان مخاطبان وسیع‌تری انتشار می‌دهد و گفت‌وگوی رادیویی، فرصتی برای تعامل شهروندان و همچنین مناظره‌های جانبدارانه درباره مسائل مختلف را فراهم می‌کند. از این منظر رسانه‌ها، هیچگاه جایگزین یکدیگر نمی‌شوند، بلکه از یک سو حوزه‌های مستقلی را برای فعالیت خویش برمی‌گزینند و از جانب دیگر، نقش‌ها و کارکردهای تازه و مکملی را برای خود تعریف می‌کنند. تجربه تولد رادیو و سپس تلویزیون در اوایل قرن بیستم و تأثیر آن بر فضای روزنامه‌نگاری و فعالیت مطبوعات چاپی، گواهی بر این مدعاست. تکنولوژی‌های جدید، نه تنها، تعامل، چند صدایی، تنوع، قابلیت دسترسی و حق انتخاب را به عرصه گفت‌وگو غالب رسانه‌ای گشوده‌اند، بلکه این فرصت را برای رسانه‌های همگانی فراهم کرده‌اند که به منابع متنوع، گسترده و سهل‌الوصول در مقیاس جهانی دسترسی داشته باشند. براین اساس آنها گفت‌وگو تک‌گفتار و اقتدارگرایی رسانه‌های همگانی را به حاشیه رانده و فضای روزنامه‌نگاری سنتی را دموکراتیک‌تر می‌سازند. بنابراین، رقابتی که درگرفته است، هم می‌تواند فرصت‌سوز باشد و هم تحول آفرین. حتی «رادیو تلویزیون‌های دولتی در دهه

گذشته، خود را به نحوه عملکرد رسانه‌های خصوصی نزدیک کرده‌اند، تا بتوانند در عرصه رقابت جهانی دوام آورند و بدین‌سان به همان اندازه به سنجش مخاطب نزدیک شده‌اند.^۶ ارتباطات کامپیوتری، این امکان را برای تلویزیون فراهم ساخته است که به تمرکززدایی، تنوع‌سازی و تولید برنامه‌های سفارشی پردازد و تعامل با مخاطب را جایگزین ارتباط یک سویه کند. در عین حال به نظر می‌رسد کارکردهای مستقل هر یک از رسانه‌ها همچنان و تا سالهای آینده نقش و تأثیر خود را داشته باشند. به عنوان مثال؛

الف. شبکه‌های نوین ارتباطی، گرایش و امکان شرح، توصیف و نگرش عمقی به رویدادها و محیط زندگی ندارند. آنها عمدتاً به انتقال «اطلاعات» یا «اطلاع‌رسانی» می‌پردازند، در حالی که دسترسی صرف به اطلاعات، الزاماً موجود دانش و آگاهی نیست. اما از دیدگاه انتقادی، سؤال اساسی این است که در جامعه اطلاعاتی «چه نوع اطلاعاتی افزایش یافته است؟ چه کسی، چه نوع اطلاعاتی را برای چه منظورهایی و با چه نتایجی به وجود آورده است؟^۷ آیا به قول ژان بودریار فیلسوف فرانسوی «اکنون اطلاعات، افزون و افزون‌تر و معنای آن کم و کمتر شده است؟^۸ آیا نباید با هربرت شیلر محقق آمریکایی و دیوید هاروی، در زمینه تمایز میان مقوله اطلاعات، و مقاصدی که این اطلاعات در بردارند، هم صدا شد؟ آیا تحت تأثیر سازوکار بازار، بخش‌های ثروتمندتر جامعه به صورت خاص به اطلاعات کیفی‌تر دسترسی ندارند و آیا آنها از این طریق، قدرت و سلطه خود را استحکام نمی‌بخشند؟

البته طرح این قبیل سؤال‌ها به معنای نفی ارزش‌های مثبت جامعه اطلاعاتی و امکاناتی که رسانه‌های شبکه‌ای برای دسترسی و انتخاب اطلاعات و تعامل

شبکه‌های نوین ارتباطی،
آنچنان بر فضای زندگی بشر
امروز سایه افکنده‌اند که
می‌توان گفت همه ما در
محیطی رسانه‌ای به سر
می‌بریم.

چند و چون اطلاعاتی که در
جامعه جدید تولید می‌شود
آنچنان بر تار و پود رسانه‌ها،
ساختار، نقش و عملکرد آنها
تأثیر می‌گذارد که می‌توان
گزاره تاریخی مارشال
مک‌لوهان را که روزگاری گفته
بود «رسانه همان پیام است»،
به گزاره «پیام همان رسانه
است» تبدیل کرد.

میان فرستنده و گیرنده پیام - که به راحتی می‌توانند جای‌شان را عوض کنند- فراهم می‌کنند، نیست، اما نمی‌توان از تأکید بر ضرورت مطالعه و بررسی معنای اطلاعات و برداشت مبتنی بر عقل سلیم از اطلاعات، صرف نظر کرد. پرسش روزاک، پرسشی اساسی است: «آیا افزایش اطلاعات، ضرورتاً ما را به شهروندی آگاه‌تر مبدل می‌سازد؟ دسترسی به اطلاعات، ما را آگاه‌تر می‌کند، چه نوع اطلاعاتی، تولید و نگهداری می‌شود و این برای اکثریت جامعه چه ارزشی دارد؟^۹

در عین حال، نباید از این امر غافل بود که معماری شبکه از لحاظ تکنولوژیک به دلیل برخورداری از فرایند مداوم نوآوری و قابلیت دسترسی آزاد، باز است و سانسور، نظارت و کنترل متمرکز در آن راهی ندارد.

ب. مارشال مک‌لوهان معتقد بود که چاپ بیش از هرچیز به شرح و توصیف،

تمایل دارد. از دیدگاه کاستلز، در واقع چاپ امکان درک مفاهیم پیچیده، تفکر انتزاعی و استنتاج را فراهم می‌کند، از تناقض، گریزان است، به خرد و نظم، احترام می‌گذارد، و قابلیت بالقوه بسیاری برای رعایت بی‌طرفی، عینیت، مدارا و شکیبایی در پاسخگویی دارد. به این عوامل می‌توان سهولت دسترسی، ارزانی، امکان جابجایی و حمل و نقل آسان، قابلیت استناد و ارجاع مکرر و فعال سازی فرایند تفکر را در مطبوعات چاپی، افزود.

ج. سرگرمی، گفت‌مان غالب تلویزیون است. اکثریت مردم به آن دسترسی دارند، برنامه‌های آن غیرنخبه‌گرا و عامه‌پسند، راحت و صمیمی و در نتیجه تأثیرگذار است و میان کار و فراغت تمایز می‌گذارد. این در حالی است که «برخی مشاهدات، نشان می‌دهد مردمی که در منزل از کامپیوتر استفاده می‌کنند، گرچه از خود اتکایی در مدیریت زمان و مکان، لذت می‌برند ولی از فقدان تمایز میان کار و فراغت، خانواده و تجارت، شخصیت و کارکرد، ناراحتند»^{۱۰}

این امر بدان معناست که همسانی تجربه در یک رسانه، به نوعی تمایز میان حوزه‌های فعالیت انسانی را مخدوش می‌کند و نوعی سردرگمی در شیوه رفتار را باعث می‌شود.

اما ایفای این نقش‌های مستقل، مانع تعامل و همکاری میان رسانه‌های همگانی و نوین و فعالیت در قلمروهای مشترک نمی‌شود. رسانه‌های همگانی برای سالهای طولانی رسانه‌هایی تک منبعی و متکی به منابع اقتدارگرا بوده‌اند. این اتکا، گرچه می‌تواند اعتبار، صلابت، صحت و قدرت خاصی را برای پیام تولید و منتشر شده به وسیله آنها رقم بزند اما متکی به مونولوگ و تا حدی رفتار غیردموکراتیک است. در غیاب رسانه‌های نوین، رسانه‌های همگانی، صدای انسان‌های خاموش و منابع متکثر اما فاقد

عین حال پیام‌ها و کارکردهای مستقل خود را نیز دارند.

رسانه‌های نوین و گستره همگانی

گستره همگانی به تعبیر یورگن هابرماس فیلسوف شهیر آلمانی، عرصه‌ای مستقل از دولت و محل شکل‌گیری افکار عمومی است. این گستره از یک سو نیازمند دریافت مستمر اطلاعات و از جانب دیگر، محل بحث عقلایی، آزاد و انتقادی است. به این ترتیب رسانه‌های همگانی را در کنار نهادهای اطلاعاتی دیگر نظیر کتابخانه‌ها و مراکز آمار دولتی می‌توان به عنوان شرکای مهم کارکرد مؤثر این گستره در نظر گرفت. فرانک وبستر، ارائه گزارش سخت‌گیرانه و آزادانه وقایع جاری را که برای اطلاع عموم از طریق نشریات هشیار و زیرساخت مطبوعاتی تهیه می‌شود، هم‌چنین فراخوان سیاستمداران به وسیله رسانه‌ها برای انجام مصاحبه رودرو و ادای توضیح را، عامل مؤثر درک گستره همگانی می‌داند.

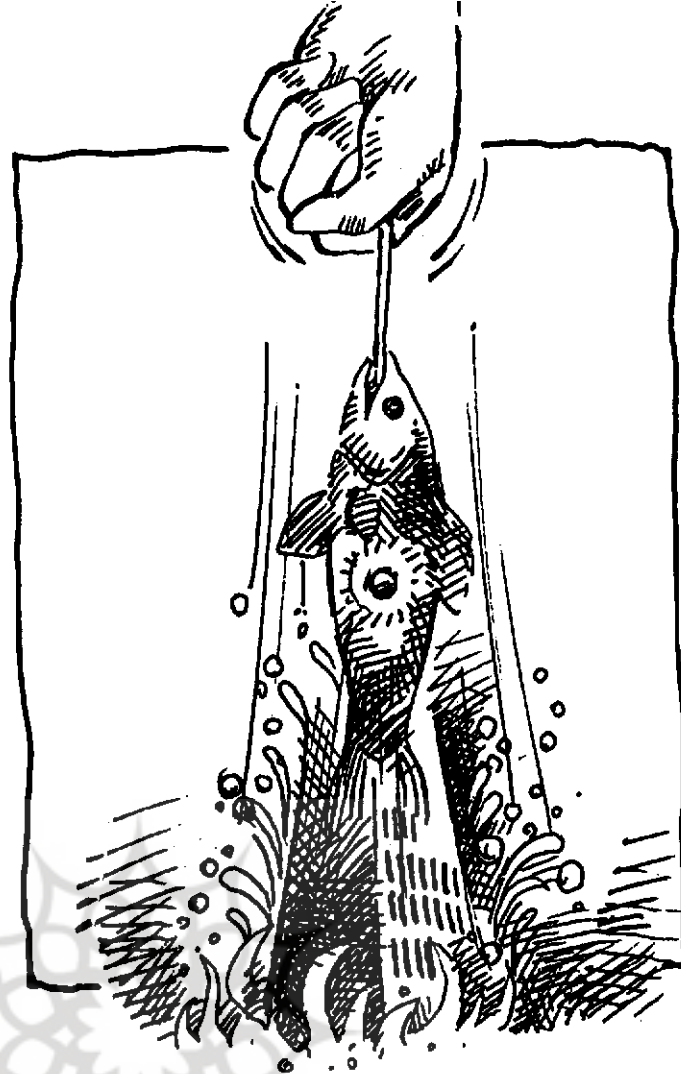
گرچه هابرماس، شکل‌گیری گستره همگانی در اروپا را متعلق به حوزه بورژوازی می‌داند اما معتقد است که این گستره از نیمه دوم سده نوزدهم با جنبه‌های مشخصی از بحث آزاد، بررسی انتقادی، گزارش کامل و تحقیقی رویدادها، دسترسی فزاینده به منابع اطلاعاتی و استقلال بازیگران سیاسی از منافع و علایق اقتصادی و نیز کنترل دولت، همراه شد.

هابرماس، گسترش پدیده‌ای به نام «مدیریت اطلاعات» را در سده بیستم عامل «قئودالی سازی دوباره»^{۱۱} جامعه و دور شدن گستره عمومی از اهداف و کارکردهای اولیه می‌داند و این بازگشت را ناشی از تغییرات به وجود آمده در سیستم ارتباطات جمعی ذکر می‌کند. هرچند وجود رسانه‌ها به منظور نظارت و موشکافی و دسترسی گسترده مردم به

چند رسانه‌ای را نیز تشکیل می‌دهند. در مورد مطبوعات، گرچه مطالعه خاصی صورت نگرفته، اما مشاهدات عینی و میدانی، حاکی از استفاده متقابل این دو رسانه از محتوای یکدیگر گرچه با نسبتی کمتر از تلویزیون است. چهره بسیاری از مطبوعات، به ویژه روزنامه‌ها به خاطر استفاده از اخبار کوتاه و سریع شبکه‌های اینترنتی و سایت‌ها و پایگاه‌های اطلاعاتی، جذاب‌تر، روزآمدتر، متنوع‌تر و دموکراتیک‌تر شده است. امروز مطبوعات ناگزیرند صدای شبکه‌های اینترنتی را بشنوند و آن را به گوش مخاطبان خود نیز برسانند، زیرا در غیر این صورت، مخاطبان خود را در بازار رقابت با رسانه‌های نوین به سرعت از دست می‌دهند. شبکه‌های اطلاع‌رسانی کامپیوتری نیز از نقل اخبار و مطالب مهم مطبوعات، غفلت نمی‌ورزند. در واقع هر دو گروه از رسانه‌ها باعث تکثیر و بازتولید بخشی از پیام‌های یکدیگر می‌شوند و در

قدرت اجتماعی را دست کم آنچنان که باید، نمی‌شنوند. رسانه‌های همگانی، کشمکش مدارند، از همین رو، صدای جنگ، برخورد، کینه و اختلاف، بسیار بیش از صدای صلح، تفاهم و مدارا در آنها بازتاب دارد، ظهور چند رسانه‌ای‌ها، رفتار ارتباطی، فرایند دروازه‌بانی و برجسته‌سازی، و فرهنگ و واژگان کلام رسانه‌های همگانی را به تعدیل و تعادل بیشتر کشانده است.

در میان رسانه‌های همگانی، تلویزیون به دلیل ساختار تکنولوژیک و قرابت بیشتری که با ارتباطات کامپیوتری و شبکه‌ای دارد، بیشترین استفاده را از رسانه‌های نوین می‌کند و در عمل، بخش مهمی از زمان برنامه‌های خود را با استفاده از تصاویر، اخبار و اطلاعات ارسالی به وسیله رسانه‌های دیجیتال، پر می‌کند. در جهت عکس نیز این اتفاق قابل مشاهده است. بسیاری از برنامه‌های پخش شده از شبکه‌های تلویزیونی، محتوای شبکه‌های



امور عمومی جامعه ضروری است اما از دیدگاه هابرماس، تبدیل رسانه‌های همگانی به سازمان‌های سرمایه‌داری انحصاری در طول سده بیستم باعث کاهش نقش آنها در گستره همگانی و کمک به گسترش افکار عمومی دوره فئودالی و فاصله گرفتن از تولید و عرضه اطلاعات سودمند اجتماعی شد.

هابرماس، روند تحول رسانه‌ها و تولید اطلاعات در سده بیستم را به سمت تقویت «مدیریت افکار» و کاهش ظرفیت اندیشه انتقادی می‌داند زیرا معتقد است: «محتوای اطلاعاتی این رسانه‌ها دارای مخرج مشترک پست‌ترین سرگرمی‌هاست: ماجراهای پرتحرک، موضوعات کم‌اهمیت، تحریک احساسات، شخصی‌سازی همه چیز و خلاصه بزرگداشت سبک زندگی جدید ... و لاجرم نادیده گرفتن کیفیت اطلاعاتی مطالب ... آنچه مدنظر این رسانه‌هاست چیزی بیش از تسلیم مخاطبان به آموزش اجبار ملایم در مصرف ملایم نیست»^{۱۲}

هابرماس، مدیریت افکار را نشان‌دهنده مرگ گستره همگانی و پایان گفت‌وگوهای مبتنی بر ویژگی‌های عقلی گستره همگانی می‌داند، زیرا اساساً افکار عمومی در جریان گفت‌وگوی آزاد شکل می‌گیرد و به همین دلیل، چند و چون آن در گرو کیفیت، قابلیت دسترسی و سانس اطلاعات است. از دیدگاه وبستر اطلاعات کافی، معتبر و صریح، گفت و شنود رسا را امکان‌پذیر می‌سازد، در حالی که اطلاعات فقیر و حتی اطلاعات اندکی تحریف شده، به صورتی اجتناب‌ناپذیر به تصمیم‌های تعصب‌آمیز و مباحث ناشایسته می‌انجامد.

با این پیش فرض، می‌توان گفت که هابرماس نسبت به نقش تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و نظام اطلاع‌رسانی مدرن در تقویت گستره همگانی و گفت و شنودهای آزاد و انتقادی، دیدگاه مثبت و



■ در جامعه اطلاعاتی، هیچ رسانه‌ای اعم از نوشتاری، دیداری و شنیداری حتی در قیاس با شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری، «رسانه سنتی» نیست.

■ در جهانی زندگی می‌کنیم که فراوانی، تنوع و امکان دسترسی به اطلاعات، بارزترین ویژگی و شاخص آن است.

تأییدآمیزی ندارد، زیرا ارتباطات گسترده معاصر را حاوی مقدار زیادی اطلاعات ناموثق و تحریف شده می‌داند که بر اصول تجاری و سرگرمی‌هایی تکیه دارند که ابتذال و گریز از واقعیت، محتوای اصلی آنها را تشکیل می‌دهد. هابرماس بر این باور است که رویه‌ها و ظرفیت‌های مدیریت و دستکاری اطلاعات به صورت همه‌جانبه‌ای در حال گسترش است.

از این دیدگاه، ما با موقعیتی متناقض‌آمیز روبرو هستیم. از یک سو گستره همگانی به دلیل فرصت‌های تازه‌ای که به بیان هابرماس برای مدیریت افکار، دروغ‌پردازی و مداخله روزمره در امور اطلاعاتی فراهم آمده، در حال تضعیف و نابودی است، از سوی دیگر با این حقیقت مواجهیم که «توسعه دامنه و پیچیدگی اطلاعات که مدیون رسانه‌های نوین و تکانه‌های ناشی از رشد تحصیلات و درخواست‌های رأی‌دهندگان است بر این گستره بی‌تأثیر نبوده است»^{۱۳}

اما فرانک وبستر در برابر داوری تند هابرماس مبتنی بر فریب‌آمیز بودن دموکراسی و اینکه توده‌های مردم، قربانیان منفعل روندهای تبلیغاتی آن هستند، برخلافیت‌های قابل ملاحظه مردم و مخاطبان نظام اطلاع‌رسانی نوین تأکید می‌کند و معتقد است که امروز ما شاهد استفاده از تکنولوژی‌های جدید توسط مردم در راستای توسعه مبادله اطلاعات میان آنها هستیم. او بر این باور است که «چنین پیشرفت‌هایی به درک قابلیت دموکراتیک تکنولوژی‌های اطلاعاتی از طریق توسعه عرصه‌هایی از زندگی اجتماعی که میان دولت و خانواده واقع شده و ما آن را جامعه مدنی می‌نامیم و احتمالاً گستره همگانی در آنها استقرار یافته، کمک می‌کنند»^{۱۴}

وبستر در عین حال به مستقدان سپهرهای عصر اطلاعات به عنوان مبارزانی که در برابر افزایش و گسترش روزافزون مدیریت اطلاعات، کالا سازی اطلاعات و فزودنی نابودی گستره همگانی ایستاده‌اند، می‌نگرد.

مانوئل کاستلز نیز ارتباطات الکترونیکی را فرصتی برای تقویت مشارکت سیاسی و ارتباط افقی میان شهروندان می‌داند. از دیدگاه او دسترسی مستقیم و همزمان به اطلاعات و ارتباطات کامپیوتری، باعث تسهیل انتشار و اصلاح اطلاعات می‌شود و امکاناتی برای تعامل و مباحثه در عرصه‌های خود مختار و الکترونیک عرضه می‌کند که از کنترل رسانه‌ها خارج است. کاستلز معتقد است که این فرایند، باعث انعطاف و انطباق‌پذیری عرصه سیاسی می‌شود. کاستلز، کاهش قدرت نمادین فرستنده‌های سنتی به وسیله رسانه‌های نوین را گامی در جهت عرفی کردن جوامع و راززدایی از آنها می‌داند اما از طرح انتقاد نسبت به کارکرد ارتباطات الکترونیک نیز غافل نمی‌ماند، آنجا که می‌گوید: «سیاست

ارتباط مستقیم و فوری می‌تواند فردی شدن سیاست و جامعه را تا جایی جلو ببرد که دستیابی به یکپارچگی و وفاق و بنا کردن نهادها، بسیار دشوار گردد.^{۱۵}

نظام چند رسانه‌ای و روزنامه‌نگاری الکترونیک

نظام چند رسانه‌ای، الگوی اجتماعی - فرهنگی خاص خود را نیز به وجود آورده است. مانوئل کاستلز ویژگی‌های این الگو را در چهار محور طبقه‌بندی کرده است؛ تمایز اجتماعی و فرهنگی گسترده که به تقسیم‌بندی کاربران، تماشاگران، خوانندگان و شنوندگان منجر می‌شود، طبقه‌بندی اجتماعی کاربران در دو گروه کاربران فعال و کاربران منفعل، انتقال پیام‌های مختلف در یک سیستم و برداشته شدن مرز مقوله‌های مستقل از قبیل خبر، آموزش، سرگرمی، ورزش، و بالاخره دربرگیری بیشتر جلوه‌های فرهنگی به وسیله این نظام، اجزای این طبقه‌بندی چهارگانه هستند.

روزنامه‌نگاری الکترونیک یا «سایبر ژورنالیسم» به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های مهم نظام چند رسانه‌های در سالهای اخیر نقش برجسته‌ای در تحول نظام رسانه‌ای در سطح بین‌المللی بازی کرده است. روزنامه‌نگاری الکترونیک را به معنای انتشار اطلاعات در دوره‌های زمانی مشخص در قالب صفحات وب، روی یک شبکه اطلاع‌رسانی یا روی اینترنت، تعریف کرده‌اند. این‌گونه روزنامه‌نگاری که در سالهای اخیر طرفداران بسیاری پیدا کرده و توسعه غیرمنتظره‌ای را پشت سر گذاشته روش‌های گوناگون ارائه را در اینترنت تجربه کرده است.

این روش‌ها شامل ارائه کامل نسخه نوشتاری، ارائه نسخه فشرده روزنامه نوشتاری، ارائه بخشی از نسخه نوشتاری و تغییر مداوم مطالب آن، بالاخره تلفیقی از برخی مطالب نسخه نوشتاری با مطالب

تکنولوژی‌های جدید نه تنها

تعامل، چند صدایی، تنوع،

قابلیت دسترسی و حق

انتخاب را به عرصه گفت‌وگو

غالب رسانه‌های کشانده‌اند،

بلکه این فرصت را برای

رسانه‌های همگانی فراهم

کرده‌اند که به منابع متنوع،

گسترده و سهل‌الوصول در

مقیاس جهانی دسترسی

داشته باشند.

دیگر است. به این روش‌ها می‌توان نوع دیگری از روزنامه‌نگاری را که به «روزنامه‌نگاری شخصی»، «روزنامه‌نگاری ارزان» یا «وبلاگ نویسی» شهرت یافته، افزود. در نوع اخیر، هرکس با هر انگیزه، تخصص و توانایی می‌تواند با ایجاد یک وبلاگ، مطالب موردنظر خود را به مخاطبان ناشناخته در سراسر جهان عرضه کند و با آنها وارد تعامل نیز بشود.

به تعبیر «مایک گادوین»،^{۱۶} «انقلاب دیجیتال، امروز به همراه گسترش امکانات و کارایی‌های اینترنت و طرح ایده روزنامه‌نگاران ارزان قیمت، ظرفیت جدیدی برای روزنامه‌نگاری خلق کرده است. به طوری که هرکس با استفاده از یک کامپیوتر و یک خط تماس با اینترنت، می‌تواند به یک یا هزاران و یا میلیون‌ها مخاطبی که تا دیروز فقط غولهای رسانه‌ای بزرگ به آنها دسترسی داشتند، دست یابد».^{۱۷}

چالش میان رسانه‌های همگانی و

روزنامه‌نگاری الکترونیک، به پیدایی دو دیدگاه در قبال نقاط قوت و ضعف یا مزایا و معایب روزنامه‌نگاری الکترونیک منجر شده است. منتقدان روزنامه‌نگاری الکترونیک، ورود افراد غیرحرفه‌ای، فاقد آموزش‌های تخصصی، فقدان نظام کارآموزی و استاد - شاگردی، عدم حضور و نظارت یک سردبیر با تجربه، عدم رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای، عدم تعهد و پای‌بند به اصل صحت، انصاف، دقت، جامعیت و بی‌طرفی، عدم دسترسی به منابع معتبر و قوی، به خطر افتادن امنیت شغلی روزنامه‌نگاران حرفه‌ای، عدم دسترسی به مخاطبان غیرنخبه و عدم پاسخگویی را به عنوان بخشی از مشکلات، معایب و ضعف‌های این نوع روزنامه‌نگاری، مطرح می‌کنند و در برابر موافقان روزنامه‌نگاری الکترونیک، بر تعاملی بودن رسانه‌های الکترونیک، امکان بیان دادن به همه کسانی که حرفی

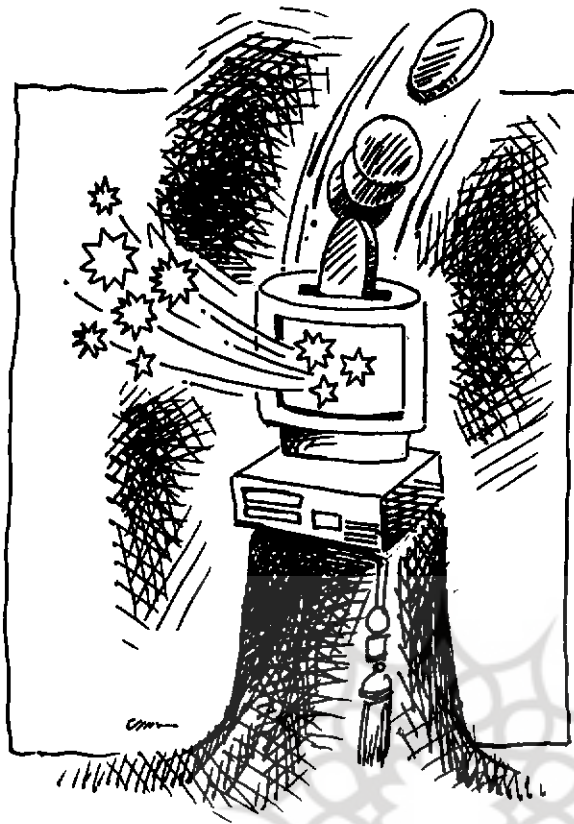
برای گرفتن دارند، انعکاس صدای خاموشان، خدمت به دموکراسی و صلح، رها بودن از قید زمان و مکان، صمیمی و بی‌واسطه بودن، شخصی شدن، امکان دسترسی به ذخایر، منابع و ادبیات جهانی در هر زمینه، دسترس پذیری آسان و غیر عمودی، عدم امکان نظارت و کنترل متمرکز بر محتوا، و سهولت راه‌اندازی آن در قیاس با هزینه‌های سنگین راه‌اندازی یک روزنامه یا یک ایستگاه رادیویی و تلویزیونی، به عنوان ظرفیت‌ها و نقاط قوت این شیوه روزنامه‌نگاری تأکید می‌کنند.

روزنامه‌نگاری الکترونیک هم چنین تحولاتی را در زمینه شیوه‌ها و سبک‌های سنتی روزنامه‌نگاری پدید آورده است. توجه به کوتاه‌نویسی و فشرده نویسی به خاطر کوتاه بودن زمان تمرکز کاربران روی مطالب، تشکیل تریبون‌های آزاد، مواج بودن مخاطبان، به کار بردن نثر و زبان غیر رسمی و عدم رعایت قالب‌ها و سبک‌های

شناخته شده و رایج روزنامه‌نگاری حرفه‌ای، از جمله این تحولات است.

روزنامه‌نگاری الکترونیک در ایران

علی‌رغم عمر کوتاه روزنامه‌نگاری الکترونیک در جهان، کشور ما نیز به سرعت در معرض امواج این پدیده فراگیر قرار گرفت و با فاصله بسیار کوتاهی، روزنامه‌نگاری الکترونیک در ایران، جای خود را باز کرد. اگر توجه کنیم که کشور ما ۲۱۵ سال بعد از انتشار اولین روزنامه در لندن (۱۶۲۲ میلادی)، صاحب نخستین روزنامه (کاغذ اخبار، ۱۸۳۷ میلادی) شد، و این تأخر زمانی برای رادیو و تلویزیون حدود ۲۰ سال بود، سرعت ورود و پذیرش روزنامه‌نگاری الکترونیک در ایران، در خور تأمل است. این سرعت، خود ناشی از تحولات اجتماعی و فرهنگی است که شکل‌گیری جامعه اطلاعاتی و چند رسانه‌ای‌ها در زیست بوم جهانی پدید آورده‌اند. روزنامه‌نگاری الکترونیک با فاصله‌ای اندک (یکساله) نسبت به غرب وارد ایران شد و وبلاگ نویسی به عنوان جدیدترین تحول در عرصه روزنامه‌نگاری الکترونیک نیز، تقریباً همزمان یا حداکثر با یک سال تأخر در ایران شناخته شد و مورد اقتباس قرار گرفت. در حال حاضر اکثریت قریب به اتفاق روزنامه‌ها و تعداد کثیری از نشریات ادواری، نسخه الکترونیک خود را نیز در اینترنت عرضه می‌کنند و تعداد قابل توجهی از سازمان‌ها، گروه‌ها و مؤسسات ایرانی نیز سایت‌های اطلاع‌رسانی و خبری خود را در شبکه جهانی اینترنت، شکل داده‌اند. گرچه آمار دقیقی در دست نیست اما برآورد می‌شود که با وجود عمر یکساله وبلاگ‌نویسی در ایران، در این مدت بیش از ۲۰۰۰ وبلاگ ایرانی در شبکه اینترنت، ایجاد شده‌اند. سرعت شکل‌گیری وبلاگ‌های ایرانی به حدی است که گفته می‌شود به طور میانگین



بر سفارشی بودن، از خصوصیت فراگیری نیز برخوردار است. به این ترتیب می‌توان گفت که سرعت ورود، پذیرش و فراگیری روزنامه‌نگاری الکترونیک در ایران، خودنمادی بارز از قدرت، نفوذ و ظرفیت بالقوه حضور و فراگیری این رسانه در جامعه اطلاعاتی امروز است. روزنامه‌نگاری سنتی و سایر رسانه‌های همگانی ایران نیز با این پدیده به همزیستی معقولی رسیده‌اند به طوری که تعامل آنها روزبروز گسترش می‌یابد. به علاوه، روزنامه‌نگاری اینترنتی در ایران امروز، به عنوان وسیله‌ای برای مقابله با فشارهای سیاسی و تعطیل و توقیف مطبوعات، پاسداری از حق آزادی بیان و ابراز عقیده، و تأمین حق دسترسی همگانی به اطلاعات و شفاف و عقلایی ساختن گستره همگانی، مطرح است.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

بررسی‌های این مقاله نشان می‌دهد که

تقریباً هر ده دقیقه یک وبلاگ جدید تنها در سایت ایرانی «پرشین بلاگ» به ثبت می‌رسد^{۱۸} و این در حالی است که از وبلاگ‌های ثبت نشده، آمار دقیقی در دست نیست. ارائه‌کنندگان این وبلاگ‌ها، طیف متنوعی از روزنامه‌نگاران، متخصصان رایانه و اینترنت، افراد عادی و نخبگان سیاسی، فرهنگی و علمی را شامل می‌شوند و محتوای آنها نیز به تبع گستردگی و تنوع نویسندگان‌شان، بسیار متنوع و متفاوت است. درد دل با افراد ناشناس تا اخبار کوتاه و بلند، تحلیل‌ها و اظهارنظرهای شخصی آزاد، شعر، قصه و ... بخشی از محتوای این وبلاگ را دربرمی‌گیرد.

محتوای سایت‌های اطلاع‌رسانی و خبری نیز گستره وسیعی از رویدادها و مسائل مختلف شامل اخبار و تحلیل‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را دربرمی‌گیرد. محتوای این سایت‌ها با توجه به گستردگی طیف مخاطبان، علاوه

رسانه‌های همگانی و شبکه‌های ارتباطی نوین در شرایطی سرشار از رقابت و چالش و در عین حال تعامل و همکاری با یکدیگر، قرار دارند. در این عرصه پرافت و خیز، آنچه قطعی است، اینکه گزینه حذف و جایگزینی که اساس دیدگاه شیفتگان موج جدید رسانه‌ای و جامعه اطلاعاتی را شکل می‌دهد، چندان واقع‌بینانه نیست. در گذشته نیز نه رادیو و نه تلویزیون هیچکدام جایگزین مطبوعات نشدند.

در واقع همه اشکال رسانه‌های ارتباطی درون سیستمی در حال توسعه، پیچیده و قابل انطباق در کنار هم وجود دارند و رشد می‌کنند. وقتی هریک از اشکال جدید پدید می‌آید و توسعه می‌یابد به درجات مختلف در طول زمان برگسترش دیگر شکل‌های موجود تأثیر می‌گذارد. نتیجه پنج یا شش سال روزنامه‌نگاری الکترونیک، رشد همپایه و همزیستی تمام انواع رسانه‌ها بوده است. در واقع «ترس روزنامه‌ها از نابودی به دست رسانه دیگر، با آغاز فعالیت آنها در «وب» از میان رفت».^{۱۹}

چند رسانه‌ای‌ها اصولاً دارای این نقطه قوت‌اند که ویژگی‌های انواع رسانه‌ها را در یک شبکه تعاملی بهم تنیده تلفیق کرده‌اند. این ترکیب و همگرایی، بی‌تردید و تغییر پاره‌ای نقش‌ها و کارکردهای رسانه‌های همگانی را اجتناب‌ناپذیر می‌نماید، این تحول را می‌توان به فال نیک گرفت و در جهت تکامل و بهسازی و برهم‌افزایی برونداد رسانه‌ها آن را به کار گرفت. چرا که رسانه‌های جدید به طور خود انگیزه و مستقل پدیدار نمی‌شوند بلکه به تدریج از دگرگونی رسانه‌های قدیمی‌تر به وجود می‌آیند. وقتی اشکال جدیدتر ظاهر می‌شوند، اشکال قدیمی‌تر به جای نابودی، خود را منطبق و رشد می‌کنند. مثلاً روزنامه الگویی ارائه کرد که این الگو به صفحات خبری وب تبدیل شد.

اما بی‌تردید تولید، پردازش و انتقال



■ در میان رسانه‌های همگانی،
تلویزیون به دلیل ساختار
تکنولوژیک و قرابت بیشتری
که با ارتباطات کامپیوتری و
شبکه‌ای دارد، بیشترین
استفاده را از رسانه‌های نوین
می‌کند و در عمل، بخش مهمی
از زمان برنامه‌های خود را با
استفاده از تصاویر، اخبار و
اطلاعات ارسالی به وسیله
رسانه‌های دیجیتال، پر
می‌کند.

پیام در سپهر اطلاعاتی و رسانه‌ای نوین خود به چالشی جدی برای آنها تبدیل می‌شود. به قول خانم الن هیوم^{۲۰} در شرایط جدید، در چالش روزنامه‌نگار، نه رسانه، بلکه پیام است ... کسب مخاطبان جدید و حفظ مخاطبان قدیمی مستلزم چیزی فراتر از رسانه تازه‌ای است که کار همان رسانه‌های سابق را انجام دهد.^{۲۱}

استیو اوتینگ^{۲۲} از مؤسسه «ادیتور اند پابلیشر» نیز خدمات نشریات الکترونیک را مکمل نشریات چاپی دانسته و معتقد است که آنها جای نشریات چاپی را نخواهند گرفت. عده‌ای دیگر نیز نشریه چاپی را سندی فرهنگی می‌دانند که ارتباط واقعی و ملموس با تاریخ و تجربه‌ای زیبایی شناختی از زمان، برقرار می‌کند، «حال آنکه رایانه، ابزاری است که مردم را بیشتر در زمینه دریافت خبرها یاری می‌رساند».^{۲۳}

از سوی دیگر فناوری‌های جدید رسانه‌ای، «دست کم به زمانی معادل یک

نسل بشر (۲۰ تا ۳۰ سال) نیاز دارند تا از مرحله اثبات مفهوم به مرحله انتخاب گسترده برسند».^{۲۴}

مقاله، همچنین به برخی دیدگاه‌های انتقادی در قبال کیفیت، ارزش و صحت اطلاعاتی که در شبکه‌های ارتباطی نوین، عرضه می‌شوند، اشاره می‌کند و هرگونه نگاه شیفته یادفعی و انفعالی را مردود می‌شمارد.

واقعیت این است که جامعه اطلاعاتی، بیش از هرچیز، تحولی شگرف در زمینه ابزارها و امکانات ارتباطی و اطلاع‌رسانی ایجاد کرده که حامل فرصت‌ها و تهدیدهایی برای رسانه‌های همگانی و وضعیت کنونی جوامع در حال گذار است. در ایران نیز نسل جدیدی از روزنامه‌نگاران اینترنتی در حال شکل‌گیری است. تجربه جدید هم برای روزنامه‌نگاران حرفه‌ای و هم سایبرژورنالیست، مغتنم و مفید است. این امکان تازه را نه می‌توان نفی کرد و نه می‌توان توانمندی‌ها و ظرفیت‌های بی‌بدیل آن را نادیده گرفت. گرچه روزنامه‌نگاری الکترونیک هنوز در آغاز راه است و طبعاً با کاستی‌ها و ضعف‌هایی به ویژه از چشم روزنامه‌نگاران حرفه‌ای، همراه است، ولی قطعاً در آینده‌ای نه چندان دور بر ضعف‌های خود فایز خواهد آمد. در عین حال روزنامه‌نگاری سنتی برای بقا و برپایی خود نیاز به انرژی تازه‌ای داشت که به نظر می‌رسد شبکه‌های اینترنتی این انرژی را در اختیارش گذاشته است. پیوند، تعامل و همزیستی روزنامه‌نگاری سنتی و روزنامه‌نگاری اینترنتی و دو نسلی که نماینده این دو عرصه هستند، مناسب‌ترین گزینه برای تضمین خدمت انسانی‌تر رسانه‌ها به بشریت است. روزنامه‌نگاران سنتی هم چنین نباید نگران امنیت شغلی خود باشند زیرا به گفته مایک گادوین «آنها حداقل می‌توانند برای ۳۰ سال آینده روی امنیت

شغلی خود حساب کنند. زیرا ما هنوز به جمع‌آوری، تحلیل تجربی و تلفیق هنرمندانه اخبار- به عنوان نقطه قوت آن سبک روزنامه‌نگاری - نیازمندیم.»^{۲۵} تا آن زمان نیز به نظر نمی‌رسد که قادر به افتراق و تمایزگذاری میان دو نسل روزنامه‌نگاران به شکلی که امروز از آن یاد می‌شود، باشیم. در عین حال روزنامه‌نگاری و روزنامه‌های سنتی برای آنکه موفقیت خود را تضمین کند باید به بازیگران عمده در عرصه اینترنت و نیز به سازمان‌های ارائه‌کننده اطلاعات، تبدیل شوند، احساس نیاز به خود را فراهم آورند و از فناوری‌ها در جهت بهبود محتوا و قالب خود استفاده کنند و از نسخه اینترنتی خود به عنوان نمونه و تیزر جهت جذب خوانندگان به تولیدات چاپی خود استفاده نمایند نه اینکه کل آن را در شبکه عرضه کنند.

عرصه رسانه‌ای ایران، خیلی زود با دستاوردهای تکنولوژی‌های نوین ارتباطی پیوند خورد و آنها را مورد استفاده قرار داد. مدیریت فرهنگی کشور نیز می‌بایست واقعیت شبکه‌های اطلاع‌رسانی کامپیوتری - اعم از سایت‌ها و وبلاگ‌ها - را که به وسیله جمع‌کنندگی از دست اندرکاران و نخبگان ایجاد شده، یا در حال شکل‌گیری است به عنوان بخشی از جامعه رسانه‌ای کشور بپذیرد و به تعامل فعال و خلاق با آنها روی آورد. تردیدی نیست که وجود این شبکه‌ها می‌تواند در دراز مدت، خلاقیت و تولید فکری جوانان کشور را تقویت کند و سهم ایران را در تولید جهانی اطلاعات و تفکر، افزایش دهد. هم چنین ضروری است امکانات لازم برای آشنا ساختن روزنامه‌نگاران سنتی کشور با امکانات، ظرفیت‌ها و شرایط کار و تعامل با شبکه‌های نوین ارتباطی، فراهم شود تا هم آن را در خدمت غنابخشی به فعالیت رسانه‌ای خود قرار دهند و هم روزنامه‌نگاران اینترنتی، چارچوب‌ها و

الگوهای برای ارتقای کیفیت کار خود در اختیار داشته باشند. □

پی‌نویس‌ها:

۱. ویستر، فرانک، نظریه‌های جامعه اطلاعاتی، ترجمه اسماعیل قدیمی، تهران: انتشارات قصبه سرا، ص ۵۹.

2. Hypertext

۳. کاستلز، مانوئل، عصر اطلاعات، ترجمه حسین چاووشیان، تهران: انتشارات طرح نو، جلد دوم، ص ۳۸۲.

۴. عصر اطلاعات، جلد دوم، ص ۴۰۴.

۵. همان، ص ۳۷۹.

۶. همان، ص ۳۷۸.

۷. همان، ص ۶۶.

۸. همان، ص ۵۴.

۹. همان، ص ۶۱.

۱۰. همان، جلد اول، ص ۴۱۹.

11. Refeudalisation

۱۲. نظریه‌های جامعه اطلاعاتی، ص ۲۲۰.

۱۳. همان، ص ۲۸۲.

۱۴. همان، ص ۲۸۴.

۱۵. عصر اطلاعات، جلد دوم، ص ۴۱۹.

16. Mike Godwin

۱۷. گادوین، مایک، «اینترنت، عرصه روزنامه‌نگاران تازه‌کار، اوزان و تأثیرگذار»، ترجمه فرید ادیب‌هاشمی، رسانه، سال دهم، ش سوم، پائیز ۱۳۷۸، ص ۲۴.

18. WWW. Persianblog.com

۱۹. کالمن آلوس، روزنتال، «آینده روزنامه‌نگاری الکترونیک؛ دگرگونی رسانه یا رسانه کشی؟»، ترجمه لیدا کاووسی، فصلنامه رسانه، سال دوازدهم، ش ۲، زمستان ۱۳۸۰، ص ۶۸.

20. Ellen Hume

۲۱. پنگ، فویوه، و همکاران، «چرا نشریه الکترونیک منتشر می‌کنیم؟»، ترجمه حسن نورانی بیدخت، فصلنامه رسانه، سال دهم، ش سوم، پائیز ۱۳۷۸، ص ۳۲.

22. Steve Outing

۲۳. پنگ، فویوه، و همکاران، «چرا نشریه الکترونیک منتشر می‌کنیم؟»، ص ۳۳.

۲۴. روزنتال، کالمن آلوس، «آینده روزنامه‌نگاری الکترونیک؛ دگرگونی یا رسانه کشی؟»، ص ۷۰.

۲۵. پنگ، فویوه، همکاران، «چرا نشریه الکترونیک منتشر می‌کنیم؟»، ص ۲۸.

منابع فارسی

- بی‌نا، «وب‌لاگ‌نویسی و روزنامه‌نگاری نوین»، روزنامه هنرمند، ش ۲۸ آبان ماه ۱۳۸۱.

- جان نیزبیت / پاتریشیا آبردین، دنیای ۲۰۰۰، سیاست، اقتصاد و فرهنگ در قرن بیست و یکم، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی، ۱۳۷۸.

- جرج ناتم، «آینده روزنامه‌ها؛ بقا یا نابودی؟»، ترجمه حسن نورانی بیدخت، فصلنامه رسانه، سال یازدهم، ش ۳، پائیز ۱۳۷۹.

- جنیفر کلی، «آموزش روزنامه‌نگاری در چالش با فناوری‌های جدید»، ترجمه علی‌کسمایی فصلنامه رسانه، سال دهم، ش سوم، پائیز ۱۳۷۸.

- ح. اکرمی، «نسخه الکترونیک مطبوعات در ایران»، فصلنامه رسانه، سال دهم، ش سوم، پائیز ۱۳۷۸.

- روزنتال کالمن آلوس، «آینده روزنامه‌نگاری الکترونیک؛ دگرگونی یا رسانه کشی؟» ترجمه لیدا کاووسی، فصلنامه رسانه، سال دوازدهم، ش ۲، تابستان ۱۳۸۰.

- فرانک ویستر، نظریه‌های جامعه اطلاعاتی، ترجمه اسماعیل قدیمی، تهران: انتشارات قصبه‌سرا، ۱۳۸۰.

- فویوه پنگ، و همکاران، «چرا نشریه الکترونیک منتشر می‌کنیم؟» ترجمه حسن نورانی بیدخت، فصلنامه رسانه، سال دهم، ش سوم، پائیز ۱۳۷۸.

- کورش شمس Nci. Persianblog.com

- مانوئل کاستلز، عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه گروه مترجمان، تهران: انتشارات طرح نو، دوره سه جلدی، ۱۳۸۰.

- مایک گادوین، «اینترنت؛ عرصه روزنامه‌نگاران تازه‌کار، اوزان و تأثیرگذار»، ترجمه فرید ادیب‌هاشمی، فصلنامه رسانه، سال دهم، ش سوم، پائیز ۱۳۷۸.

- یونس شکرخواه، «سایبر ژورنالیسم در برابر روزنامه‌نگاری سنتی»، بخش اول، روزنامه جم جم، ش ۲۷ فروردین ماه ۱۳۸۱.

منابع انگلیسی

- Building citizen, based Electronic Democracy, U R L: <http://WWW.edemocracy.org/intl/library/build.html>

- <http://WWW.Freedomforum.org>

- <http://WWW.mediainfo.com>

- <http://WWW.questfinder.com>

- Media Studies Journal, Spring/Summer 1999.

- Newspaper Research Journal, Vol.

20, No.2, Spring 1999.

- Totaam.G., *The future of Newspapers*,

Media Asia, vol. 26, No. 4, 1999.

* این مقاله به سفارش همایش علمی ایران و جامعه اطلاعاتی در سال ۱۴۰۰ ه. ش که روزهای ۲۵، ۲۶ و ۲۷ آذرماه سال ۸۱ در تهران برگزار شد تهیه شده و خلاصه آن نیز در همایش یادشده ارائه گردیده است.