

چالش‌های روزنامه‌نگاری الکترونیک در برابر روزنامه‌نگاری مطبوعاتی، رادیویی و تلویزیونی*

یونس شکرخواه

اشاره

نقش کامپیوترها در شبکه‌های ارتباطی باعث شده است تا مردم قدرت ارتباطی را از رسانه‌ها - و در این ارزیابی از دروازه بانان - پس بگیرند. این امر به معنی این است که قدرت ارتباطی از حالت «محدود به گسترده» (یک منبع برای همه مخاطبان) به حالت «گسترده به گسترده» نقل مکان کرده است. تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در حال قدرت بخشیدن به مخاطبان هستند. این تکنولوژی‌های نوین ارتباطی موجب شده‌اند تا مخاطبان، کنترل فعال‌تری را بر جریان‌های اطلاعات اعمال کنند و رفتارهایی را نیز به جریان‌های رسانه‌ای تحمیل کنند. این جابه‌جایی در واقع همان انقلاب ارتباطی است. بنابراین تغییرات عظیم تکنولوژی‌های ارتباطی نیز به مثابه جلوه‌ای از سخت‌افزاری انقلاب ارتباطی در خور توجه است. پرسش بزرگ در این چارچوب این است که تأثیر تکنولوژی‌های ارتباطی بر روزنامه‌نگاری نوشتاری سنتی چیست؟ آیا سایبرژورنالیزم Cyberjournalism در فضای موسوم به سایبراسپیس Cyberspace گم خواهد شد؟ مدارس روزنامه‌نگاری (J-Schools) چگونه؟ آینده روزنامه‌نگاری آریستن چه تحولاتی است؟

مفاهیم سایبرمدیا، پس فرست و سایر ژورنالیسم

به نظر می‌رسد ابتدا باید پیش از پرداختن به مفهوم سایر ژورنالیسم، اشاره‌ای به مفهوم سایر مدیا Cybermedia داشت تا مشخص شود که چرا گرایش به سایر ژورنالیسم به مثابه فضای برخاسته از سایر مدیا به یک گرایش و تمایل آشکار تبدیل شده است.

اگر سایر مدیا را ترکیبی تازه از واژه سایر نیتیکس Cybernetics متعلق به نربرت وینر (۱۸۹۴-۱۹۶۴) بدانیم، همان‌طور که از دیدگاه وینر اساس سایبرنتیکس بر پس فرست یا فید بک (Feedback) استوار است، اساس سایر مدیا (رسانه‌های سایر) نیز باید بر فید بک استوار باشد. و این همان چیزی است که اصلاً در رسانه‌های سنتی نوشتاری وجود ندارد. ستون‌های نامه‌ها و یا تلفن‌های خوانندگان در واقع شکل بسیار کم‌رنگی از آن است و همان‌طور که می‌دانید حتی همین نامه‌ها و تلفن‌ها هم حالتی گزینشی دارند و در عمل، دروازه‌بانی می‌شوند.

نظر مایک گادوین Mike Godwin نویسنده انگلیسی از همین تحول حکایت می‌کند. او می‌گوید: در انگلیس قرن هجدهم افراد برای روزنامه‌نگاری آموزش نمی‌دیدند. کافی بود شما چاپکار باشید، تا ناشر هم بشوید، اما حالا افراد قدرت دسترسی و همچنین توان آفرینش ژورنالیسم شخصی را دارند. حروف متحرک چاپ، جهان را به جهان خوانندگان تبدیل کرد و تکنولوژی کامپیوتر همه جهان را به روزنامه‌نگاران مشارکت‌گر فعال تبدیل کرده است.^۲

موقعیت رادیو و تلویزیون

در همین جا باید به این نکته اشاره کرد که با توجه به نقش محوری فید بک در رسانه‌های سایر، رادیو و تلویزیون، رسانه سایر نیستند و تنها می‌توان به آنها رسانه‌های الکترونیک اطلاق کرد. این وضع تا Web-based نشدن کامل رادیو و تلویزیون ادامه خواهد داشت. و نکته دیگر این که چالش‌های الکترونیک روزنامه‌نگاری الکترونیکی در برابر روزنامه‌نگاری مطبوعاتی، رادیویی و تلویزیونی کنونی، چالش‌هایی یکسان نیست و رسانه‌های الکترونیک مثل رادیو و تلویزیون از حاشیه امن تری برخوردارند.

■ نقش کامپیوترها در شبکه‌های ارتباطی باعث شده است تا مردم قدرت ارتباطی را از رسانه‌ها و در این ارزیابی از دروازه‌بانان - پس بگیرند.

■ تکنولوژی‌های نوین ارتباطی موجب شده‌اند تا مخاطبان، کنترل فعال‌تری را بر جریان‌های اطلاعات اعمال کنند و رفتارهایی را نیز به جریان‌های رسانه‌ای تحمیل کنند.

مثلاً نسل جدید رادیوها بسیار کوچک‌تر شده است، چرا که از میکروچیپ Microchip بهره می‌گیرند. اکنون برای ساختن یک میکروچیپ می‌توان میلیون‌ها ترانزیستور را بر روی یک قاب سیلیکون نصب کرد. صدای این رادیوها که حالا بزرگ‌ترین قطعات آنها باتری و بلندگو است، بسیار واضح و بدون پارازیت است. این رادیوها به زودی قادر به مخابره عکس هم خواهند شد که از طریق یک صفحه کوچک قابل رؤیت است. نمونه دیگر، رادیوهای Web-based است که اکنون در اینترنت رایج شده‌اند.

در زمینه تلویزیون نیز، تلویزیون وضوح بالا (High definition) که به آن HDTV گفته می‌شود، تلویزیون نسل جدید است. این تلویزیون، تصویری بسیار شفاف دارد و در ساختن تصاویر به جای استفاده از ۶۰۰ خط افقی از بیش از ۱۰۰۰ خط استفاده می‌کند. تلویزیون‌های جدید در ارتباط با ویدئو درخواستی Video-on-demand که به آن VOD گفته می‌شود، به مرزهای تازه‌ای دست یافته‌اند. کاربران اکنون می‌توانند با استفاده از یک دستگاه به نام Set-top-Box از کلوپ‌های ویدئویی، فیلم موردنظر خود را انتخاب کنند و سپس آن را در حین تماشا به عقب و یا جلو برانند. پس با این اوصاف می‌توان نتیجه گرفت که چالش رسانه‌های سایر عمده‌تأ متوجه روزنامه‌نگاری نوشتاری است.

علل گرایش به رسانه‌های سایر

گرایش به رسانه‌های سایر دلایل مشخص خود را دارد و در واقع به ویژگی‌های منحصر به فرد آنها باز می‌گردد که هفت مورد آن آشکار است:

۱. آزادی از زمان و مکان

زمان و مکان هر دو برای رسانه‌های سایر نابود شده‌اند. خواننده یک رسانه سایر هرگز منتظر یک ساعت خاص برای دسترسی به اطلاعات باقی نمی‌ماند. در واقع، خواننده رسانه سایر به محض تماس با رسانه خود در اینترنت، در جهان سایر قرار می‌گیرد و این یعنی دسترسی سریع و آنلاین به اطلاعات. در ضمن حتی اختلاف ساعت با سایر کشورها هم برای دسترسی به اطلاعات موجود در رسانه‌های سایر آنها و همچنین

فاصله مکانی خواننده رسانه سایر با این نوع رسانه‌ها نیز هیچ مفهومی ندارد. این امر در مورد روزنامه‌های سایر به این معناست که آنها لحظه به لحظه در معرض دید مخاطب قرار دارند و به عبارت بهتر ساعت انتشار برای آنها (که معمولاً برای رسانه‌های نوشتاری حتماً پس از چاپ شدن است) هیچ معنا و مفهومی ندارد.

علاوه بر این، برای رسانه‌های سایر هیچ مشکلی از نظر توزیع هم وجود ندارد، نه برف، نه باران، نه کمبود وسایل نقلیه زمینی و دریایی و نه مشکل تنظیم ساعت ارسال نشریه با خطوط هوایی، هیچ کدام مطرح نیست.

۲. امکان دسترسی به ادبیات جهانی واژه‌ها

وجود فرامتن (Hypertext) در رسانه‌های سایر از دیگر مزایای سایر ژورنالیسم است. فرامتن جذاب‌ترین وجه رسانه‌های سایر است. همه دیده‌اید که بسیاری از واژه‌ها در متون اینترنتی، نورانی‌تر از سایر واژه‌ها هستند و یا با رنگ دیگری (غالباً آبی) به نمایش

درآمده‌اند. اگر با ماوس Mouse بر روی هر یک از این واژه‌ها کلیک کنیم، آنچه در عمل رخ می‌دهد دستیابی به ادبیات جهانی آن واژه است. به عبارت بهتر، مفهوم فرامتن این است که متون در جهان رسانه‌های سایر به یکدیگر گره خورده‌اند و زمان و مکان در این گره خوردگی نابوده شده است. استفاده از این امکان، به معنی دستیابی مخاطب به ادبیات جهانی یک واژه است.

به دیگر سخن هر واژه فرامتنی، امکان دستیابی شما را به تمام اسناد مربوط به آن واژه در سپهر رسانه‌های سایر فراهم می‌سازد. این امکان برای هیچ‌یک از روزنامه‌نویسانی حتی در آرشیوهای خودشان متصور نیست و به یک رویا می‌ماند.

۳. امکان استفاده از گرافیک متحرک، موسیقی، صدا و تصویر

از بین موارد فوق، تنها تصویر است که در رسانه‌های چاپی وجود دارد که آن هم البته بدون تغییر می‌ماند و برای هر نسخه روزنامه هم ثابت است. اما در رسانه‌های سایر، گرافیک‌های متعدد و متحرک، تصاویر تغییر یابنده، صدا و موزیک به کمک خبرها، مقاله‌ها، گزارش‌ها و... می‌آیند تا تأثیرگذاری مطلب به اوج خود برسد و کاربران رسانه‌های سایر به هیچ وجه احساس خستگی نکنند.

■ با توجه به نقش محوری

بازخورد در رسانه‌های سایر، رادیو و تلویزیون، رسانه سایر نیستند و تنها می‌توان به آنها رسانه‌های الکترونیک اطلاق کرد.

■ چالش‌های الکترونیک

روزنامه‌نگاری الکترونیکی در برابر روزنامه‌نگاری

مطبوعاتی، رادیویی و

تلویزیونی کنونی،

چالش‌هایی یکسان نیست و

رسانه‌های الکترونیک مثل

رادیو و تلویزیون از حاشیه

امن‌تری برخوردارند.

۴. امکان ارتباط بی‌واسطه

یکی دیگر از ویژگی‌ها و مزایای روزنامه‌نگاری سایر این است که بین تولیدکننده و مصرف‌کننده یا همان رسانه و مخاطب، هیچ واسطه‌ای وجود ندارد و این چیزی شبیه به ارتباط چهره به چهره است.

به عبارت بهتر، هر دو طرف، همیشه به هم دسترسی دارند و امکان پس‌فرست هم به‌طور لحظه به لحظه برای طرفین موجود است.

۵. امکان کنش و واکنش دوسویه

یکی از هیجان‌انگیزترین ویژگی‌های روزنامه‌نگاری سایر، دوسویه بودن آن است. همان‌طور که سیر اطلاعات از سوی روزنامه سایر امتداد می‌یابد، مسیر دیگری هم برای مخاطب هست تا اطلاعات خود را برای رسانه ارسال کند. به دیگر زبان روزنامه‌نگاری سایر یک خیابان دوطرفه است. امکان ارسال فایل و یا ارسال نامه الکترونیک (e-mail) از ابزارهای تعامل در این

نوع از رسانه‌هاست.

۶. امکان شخصی شدن

روزنامه‌های سایر حتی می‌توانند برای یک نفر انتشار یابند. به این معنی که شما می‌توانید به روزنامه خود دستور بدهید که چه نوع اطلاعاتی را در اختیارتان قرار دهد و چه نوع اطلاعاتی را در اختیارتان قرار ندهد. این کار البته به برنامه‌نویسی دقیق و دینامیک نیاز دارد. در این حالت، کاربر رسانه سایر به جای دریافت کل مطالب، فقط مطالب سفارشی خودش را دریافت می‌کند.

۷. رفتارهای افقی و بدون سلسله مراتب

مرور ادبیات و همچنین مرور نظریه‌های ارتباطی نشان می‌دهد که ارتباطات جمعی از آغاز حالتی یک طرفه و عمودی داشته است. از مدل‌های ارتباطی شانون و ویور (Claude Shannon and Warren Weaver) تا نظریه گلوله‌های جادویی (Magic Bullets Theory) همه و همه جریان‌هایی یک طرفه بوده‌اند. حال آن که در رسانه‌های سایر، گیرنده یک مشارکت‌گر فعال است که مثل فرستنده در توزیع اطلاعات شرکت دارد.

به نظر می‌رسد که این ویژگی‌های منحصر به فرد به خوبی معرف چالش‌های موجود در برابر رسانه‌های نوشتاری سنتی باشد، اما اتفاق مهم روز این است که خود رسانه‌های سایبر نیز اکنون در جهان پرتکانه سایبر در برابر چالش تازه‌ای قرار گرفته‌اند. آنها اکنون با یک رقیب از جنس خودشان مواجه شده‌اند: وبلاگ (Weblog).

وبلاگ‌ها: جدیدترین شکل سایبر ژورنالیزم
وبلاگ‌ها به مثابه سایت‌هایی ساده و کاملاً شخصی، آمیزه‌هایی هستند از خبرهایی درباره خودمان و خبرهایی دیگر درباره دیگران و اظهارنظرهایی درباره مسائل روز در زمینه‌های گوناگون و یا آمیزه‌ای از حضرات روزمره افراد.

وبلاگ‌ها شکل بسیار مدرن‌تر و امروزی‌تر پدیده‌ای هستند که به نشر رومیزی (desktop publishing) معروف شد. وبلاگ‌ها طایفه‌دار نشر یک نفره یا نشر با یک کلیک (push-button publishing) هستند. شاید باور کردنش مشکل باشد، ولی در وبلاگ نویسی، واقعیت این است که دکمه‌ای را می‌فشارید و یک متن در جهان متون متولد می‌شود. یک متن تازه به دنیا می‌آید و یک امکان انتخاب برای مخاطبان بیشتر می‌شود و یا بهتر بگویم یک زاویه دید تازه در کنار هزاران هزار زاویه دید دیگر قرار می‌گیرد.

شما در واقع وقتی در پشت صحنه یک وبلاگ می‌نشینید و دکمه Post را فشار می‌دهید، یک حفره به کندوی عسل افکار جهانی اضافه می‌کنید. وبلاگ‌ها واقعاً شبیه کندوی عسل هستند و وبلاگ نویس‌ها که حالا در جهان پرتراфик اینترنت به آنها بلاگر Blogger می‌گویند، زنبورهایی که می‌کوشند هر روز شهدی را به کندو بیاورند، بگذاریم که بعضی از این زنبورها هم نه شهد که گاه زهر می‌آورند! ولی خوشبختانه در این سوپر مارکت جهانی معانی، انتخابها هم گسترده است. پس باید دقت کرد تا محصول خوب خرید.

از یک منظر دیگر، وبلاگ‌ها را می‌توان جزو رسانه‌های آلترناتیو به حساب آورد. آنها مثل سی.ان.ان، و واشنگتن پست، نیویورک تایمز، تایم و نیوزویک و غیره بر روی نقشه قدرت و ثروت قرار ندارند و لذا بی‌مهابا حرف می‌زنند و در برابر این رسانه‌های بزرگ و پارادایمی جز این که دیدگاه‌های متقابل،

■ زمان و مکان هر دو برای رسانه‌های سایبر نابود شده‌اند. خواننده یک رسانه سایبر هرگز منتظر یک ساعت خاص برای دسترسی به اطلاعات باقی نمی‌ماند.

■ برای رسانه‌های سایبر هیچ مشکلی از نظر توزیع هم وجود ندارد، نه برف، نه باران، نه کمبود وسایل نقلیه زمینی و دریایی و نه مشکل تنظیم ساعت ارسال نشریه با خطوط هوایی، هیچ کدام مطرح نیست.

غیررسمی و غیروابسته به قدرت را مطرح کنند، کار دیگری صورت نمی‌دهند. البته بعضی از وبلاگ‌ها هم خیلی به سیاست، اقتصاد، فرهنگ و جامعه کاری ندارند و فقط و فقط از خود و تجارب شخصی‌شان می‌گویند. به این نوع وبلاگ‌ها e-zine یا مجله الکترونیک می‌گویند؛ آنها به me-zine (مجله من) شهرت یافته‌اند.

من فکر می‌کنم جذاب‌ترین جنبه وبلاگ‌ها استقلال آنها از نهادهای رسمی رسانه‌ای باشد. بلاگرها کارت خبرنگاری ندارند اما خبرنگارند و این شاید اصلی‌ترین مشخصه جدیدترین شکل سایبر ژورنالیزم باشد که در قالب یک روزنامه‌نگاری عمومی (public journalism) جلوه‌گر شده است و احتمالاً سنگ پایه دموکراسی سایبر (Cyber Democracy) را خواهد گذاشت.

البته عده‌ای می‌کوشند وبلاگ‌ها را پدیده‌هایی کاملاً مستقل و دمکراتیک نشان دهند. این تلقی تا حدودی درست است، اما نباید فراموش کرد که بالاخره هر وبلاگی یا به عبارت بهتر هر بلاگری هم موضوعی دارد که می‌تواند در همان تعاریف کلاسیک، چپ، راست یا میانه قرار گیرد و به دیگر زبان، هر بلاگری در اتاق وبلاگ خودش پرده‌هایی دارد و دیوارهایی که او را به نحوی در آنجا از اتاق مجاور خودش و یا از چشم‌انداز دیگران جدا می‌سازد.

ویژگی‌های مخاطبان وبلاگ‌ها

مخاطبان وبلاگ‌ها هم ویژگی‌هایی کاملاً ملموس و آشنا دارند و الان نوعی جمعیت‌نگاری در قبال آنها وجود دارد. مثلاً تقریباً روشن شده که زنان و کودکان (به عنوان مخاطبان فراموش شده رسانه‌های نوشتاری) جزو مخاطبان ثابت وبلاگ‌ها هستند، یا کلا اساتید و تحصیلکردگانی که دارای اندیشه‌های رادیکال هستند و افکارشان در رسانه‌های نوشتاری انعکاس نمی‌یابد یا خودشان بلاگر شده‌اند و یا این که خواننده و بیننده وبلاگ‌ها هستند.

در فهرست مخاطبان وبلاگ‌ها، قطعاً جوانان نوجو و ضدکلیشه هم جای گرفته‌اند. آنها با کلیشه‌ها و کلیشه‌نویسی‌ها در رسانه‌های نوشتاری سنتی کنار نمی‌آیند و بنابراین، نمی‌توان چنین مخاطبانی را افرادی بی‌توجه به کیفیت و مسئولیت قلمداد کرد و به همین دلیل است که می‌توانم بگویم این مخاطبان،

مخاطبان بدون تعارف هستند، آنها اولاً به راحتی از رسانه‌های نوشتاری و کلیشه‌نویسی آنها چشم می‌پوشند و در عین حال حتی وقتی با وبلاگ‌ها و یا با یک وبلاگ تازه مواجه می‌شوند نیز با همین روش نوجویانه برخورد می‌کنند. ماجرا از این قرار است که وبلاگ خوان‌ها با یک کلیک به سراغ وبلاگ‌های تازه می‌روند و وبلاگ‌های مربوطه هم وقتی list hit خودشان را می‌بینند گمان می‌کنند که به مخاطبان آنها چه سریع افزوده شده است! ولی ناگهان روز بعد با ریزش hit مواجه می‌شوند و تازه می‌فهمند که بالا رفتن فوری hit در این فضای تازه سایبر آسان، ولی حفظ آن مشکل است. و به این ترتیب تازه در می‌یابند که مخاطبان وبلاگ‌ها مخاطبانی بی تعارف هستند و این گونه رفتار می‌کنند: یک کلیک برای همیشه؛ و یا یک کلیک و دیدار بعدی هرگز.

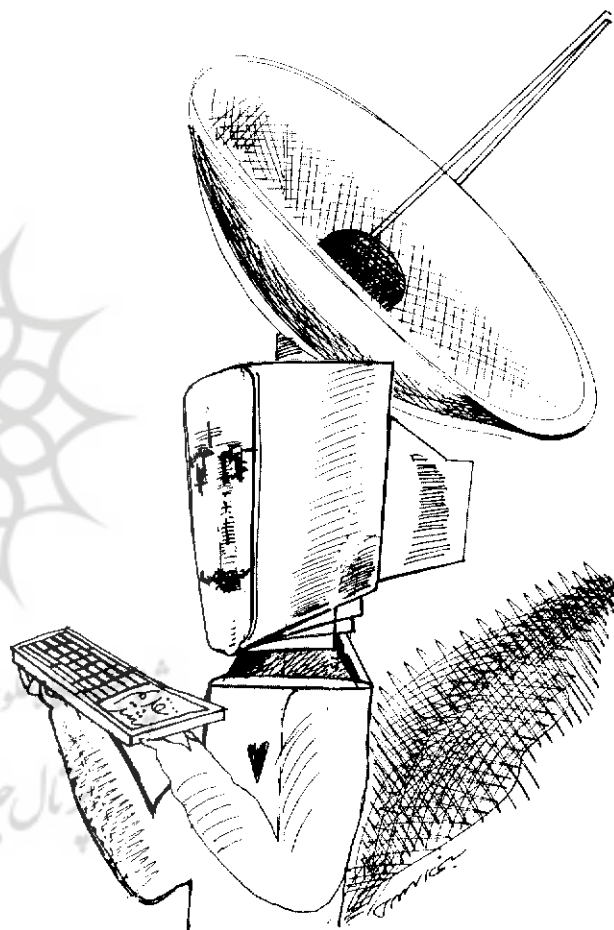
موقعیت رقابتی وبلاگ‌ها

اما واقعاً وبلاگ‌ها چگونه است؟ آیا وبلاگ‌ها رقیب رسانه‌های نوشتاری هستند؟ پاسخ این سؤال تقریباً مثبت است و می‌توان گفت بله! آنها دست کم، چشم‌ها را متوجه خودشان کرده‌اند، ولی آیا پیروز خواهند شد؟ وبلاگ‌ها به نظر من تازه‌ترین محصولات سایبر اسپیس (Cyber Space) هستند و شاید بتوان گفت این سایبر ژورنالیسم بود که به پل عبور وبلاگ‌ها تبدیل شد. وبلاگ‌ها به مثابه مدرن‌ترین شکل روزنامه‌نگاری عمومی سایبر در آغاز هزاره سوم، پدیده‌هایی کاملاً تازه هستند، چرا که عمیقاً در کنار رقابت با رسانه‌های پارادایم سایبر، درگیر انتقاد از رسانه‌های پارادایم نوشتاری نیز شده‌اند و حکم راوی دیدگاه‌های رادیکال و غیررسمی را دارند. آنها به یک نامه بی پایان به همه سردبیران (A letter to the all editor!) تبدیل شده‌اند!

اما آیا سردبیران و رسانه‌هایشان و یا مدارس روزنامه‌نگاری هم بیکار خواهند نشست؟

اگر چه فعلاً مدرسه روزنامه‌نگاری برکلی^۱ زودتر از بقیه وارد عمل شده و به آموزش وبلاگ پرداخته است^۲ اما من هنوز بر این گمان نیستم که رسانه‌های سایبر و نوشتاری به راحتی میدان را در برابر وبلاگ‌ها خالی خواهند کرد، و لذا نمی‌توانم در مورد نفوذ وبلاگ‌ها غلو کنم، به خصوص که به خاطر تازگی این پدیده و ناآشنایی محققان با آن، هنوز فاقد پژوهش‌های تجربی و متدولوژیک در این زمینه هستیم.

از نظر من که بیش از دو دهه سابقه روزنامه‌نگاری نوشتاری دارم و در عین حال سردبیر نخستین روزنامه سایبر ایران^۳ بوده و وبلاگ دانت^۴ را نیز اداره می‌کنم، الان موقعیت وبلاگ‌ها در برابر رسانه‌های پارادایم اعم از سایبر و نوشتاری در همه جای جهان یک موقعیت مهم، اما سیال است. در واقع وبلاگ‌ها و به ویژه



وبلاگ‌هایی که me-zine نیستند و رفتار مناسبی را از خود بروز می‌دهند، می‌توانند از یک جهت نوه‌های نقد رسانه‌ای (media criticism) به حساب بیایند و به همین دلیل رقیب جدی رسانه‌های نوشتاری هستند.

اما اجازه بدهید اعتراف کنم که هر وقت به این رقابت نگاه می‌کنم، یعنی به رقابت شانه به شانه وبلاگ‌های قوی با رسانه‌های نوشتاری، بی‌اختیار به یاد رقص پدربزرگ‌ها برای نوه‌هایشان می‌افتم و این صحنه تلخی است، چون متأسفانه پدربزرگ‌ها می‌روند و من دلم نمی‌خواهد رسانه‌های نوشتاری بمیرند.

اما از طرف دیگر، وبلاگ‌های خوب حکم دستیاران پژوهشی بی‌اجر و مزد را برای ما دارند و عفت است اگر به آنها سرزنشیم و یا این که آنها را از دست بدهیم. ولی این پرسش

همیشه با من است که آیا این شریاهای مسیر کوهستانی اینترنت بالاخره در این مسیرهای خطرناک قربانی نخواهند شد؟

آیا بیل گیتس‌ها Bill Gates به سراغ وبلاگ‌ها نخواهند آمد؟ من از صمیم قلب دلم می‌خواهد پای سوداگری و به قول دن شیلر Dan Schiller پای کاپیتالیسم دیجیتال^۱ و یا هر نوع سوداگری دیگری هرگز به عرصه وبلاگ‌ها باز نشود. این آرزوی من است، ولی من هرگز آرزو را با تحلیل اشتباه نمی‌گیرم و لذا تردید دارم

که نتوکاپیتالیسم در جامعه اطلاعاتی پیش‌رو صرفاً یک ناظر باشد.

وبلاگ‌ها و یک مفهوم جدید

وبلاگ‌ها تا حدود زیادی به یک مفهوم جدید معنا بخشیده‌اند. بلاگرها یا همان نویسندگان وبلاگ‌ها علاوه بر این که مخاطب رسانه‌های سایبر هستند، خود نیز به تولید اطلاعات می‌پردازند و در واقع همان‌گونه که ذکر شد همه کاربران عرصه سایبر در هر زمان و در هر مختصات مکانی به صورت تمام وقت به

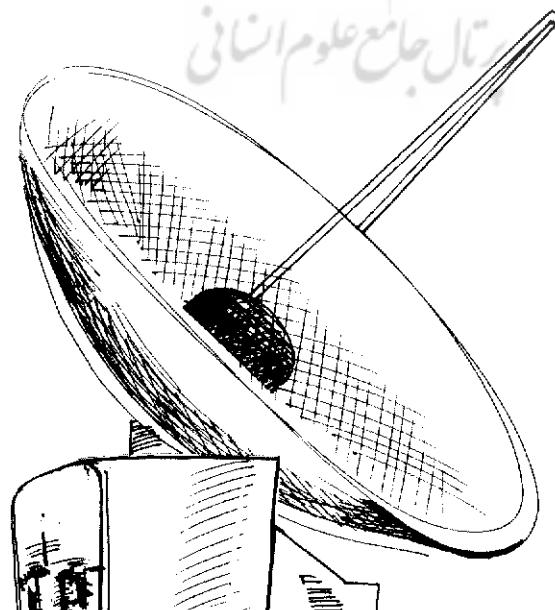
■ در رسانه‌های سایبر، گرافیک‌های متعدد و متحرک، تصاویر تغییر یابنده، صدا و موزیک به کمک خبرها، مقاله‌ها، گزارش‌ها و... می‌آیند تا تأثیرگذاری مطلب به اوج خود برسد و کاربران رسانه‌های سایبر به هیچ وجه احساس خستگی نکنند.

■ یکی از هیجان‌انگیزترین ویژگی‌های روزنامه‌نگاری سایبر، دوسویه بودن آن است.

داده‌های روزنامه‌های سایبر و وبلاگ‌ها دسترسی دارند. و باز همان‌گونه که گفته شد مخاطب روزنامه‌نگاری سایبر، احتیاج به انتظار و یا منتظر ماندن برای داده‌ها ندارد. او هرگاه اراده کند می‌تواند وارد سپهر محتوایی رسانه‌های سایبر شود و به دیگر زبان، دسترسی او به محتوای رسانه‌های سایبر یک دسترسی تمام عیار و همه جانبه است. مخاطب رسانه سایبر هر هفت روز هفته به طور بیست و چهار ساعته به محتوایی که برایش تهیه می‌شود، دسترسی دارد. اما آن مفهوم جدیدی که به آن اشاره کردم، در حوزه پوشش رسانه‌های سایبر به وقوع پیوسته است. در روزنامه‌نگاری سایبر مفهوم شهروند (Citizen) جای خود را به مفهوم تازه دیگری به نام شبکه‌وند (Netizen) داده است. و این امر به این معناست که جغرافیا در روزنامه‌نگاری سایبر نیز جان سپرده است. به این ترتیب که جغرافیای مخاطب در روزنامه‌نگاری سایبر یک جغرافیای جهانی و در روزنامه‌نگاری سنتی یک جغرافیای محلی است.

پدیده شبکه‌وند به خوبی قدرت پوشش رسانه‌ای در روزنامه‌نگاری سایبر را به نمایش می‌گذارد، به طوری که می‌توان گفت در روزنامه‌نگاری سایبر مسأله انترویپی (entropy) که یک درد مزمن ارتباطی است، به چشم نمی‌خورد.

در روزنامه‌نگاری سایبر با ریزش اطلاعات مواجه نیستیم و آنچه تولید می‌شود به سهولت در اختیار همه مخاطبان بالقوه این نوع از روزنامه‌نگاری است. یعنی آنچه روزگاری نوربرت وینر^۲ به عنوان یک ضعف ارتباطی مطرح کرد، حالا در روزنامه‌نگاری سایبر از بین رفته است. به طوری که اساساً اکنون سایبر اسپیس را، که سایبر ژورنالیسم در درون آن قرار می‌گیرد. یک جهان متشکل از اطلاعات محض می‌نامند؛ جهانی که اگر چه جنبه فیزیکی ندارد و مجازی است، اما جهان



منطقی بقاء خود را به وادی نشر بین رسانه‌ای (cross media) رساندند.

ردپای سایبر و رسانه‌های نوشتاری

من فکر می‌کنم رسانه‌های نوشتاری هم می‌توانند ردپای سایبر داشته باشند. دلایل من از این قرار است:

۱. روزنامه‌ها می‌توانند خود را از یک سازمان پخش خبر به یک سازمان تولیدکننده اطلاعات تبدیل کنند. دستیابی به چنین نقشی به بروز یک تحول عمده در فرهنگ روزنامه‌نگاری احتیاج دارد، تحولی که نیاز به ترک رفتار نخبه‌سالارانه و همچنین نیاز به ترک دروازه‌بانی کردن اخبار دارد. دنیای سایبر دنیای ندادن اطلاعات نیست، دنیای بمباران اطلاعات است.

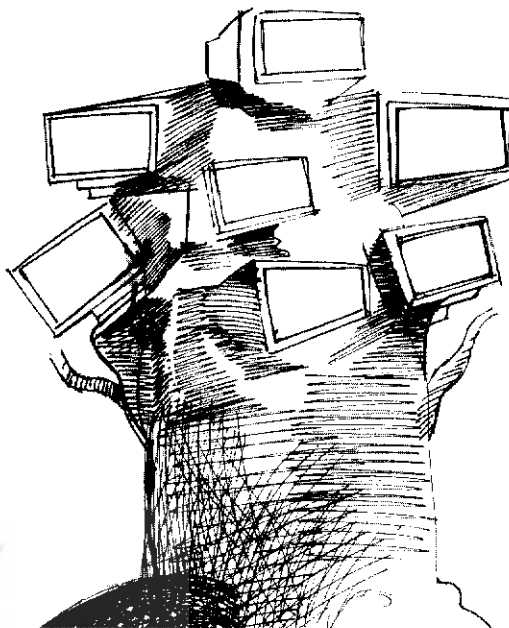
۲. عرصه سایبر هنوز فاقد دانش (Knowledge) است و بیشتر اطلاعات (Information) عرضه می‌کند. پس در عرصه تبدیل اطلاعات به دانش، یک نوع کمبود به چشم می‌خورد که روزنامه‌های نوشتاری می‌توانند آن را پر کنند. پس تبدیل اطلاعات به دانش عرصه‌ای است که می‌تواند ژورنالیسم نوشتاری را در عرصه ژورنالیسم سایبر نجات دهد.

۳. رسانه‌های سایبر عمدتاً خبر زده‌اند. پس ژورنالیسم نوشتاری نباید نیروی اصلی خود را که ارائه گزارش و تحلیل است از دست بدهد، ژورنالیسم نوشتاری باید تکنولوژی‌های نوین را هم در همین جهت تحلیلی و گزارشی به خدمت بگیرد و از خبرزدگی رسانه‌های سایبر نهایت استفاده را ببرد.

۴. رسانه‌های سایبر و حتی خود اینترنت هنوز در سطح تئوریک مخالفانی دارند و این مخالفت می‌تواند فرصت‌بازسازی را به ژورنالیسم نوشتاری بدهد. به عنوان نمونه پیتر گولدینگ Peter Golding معتقد است ما شاهد نوعی رسانه‌ای سازی^{۱۴} توسط تکنولوژی‌های نوین هستیم، این رسانه‌ها از سناریوهای تجاری شدن، خصوصی‌سازی و جهانی‌سازی عبور داده شده‌اند. این رسانه‌ها فقرا را کاملاً طرد و حذف خواهند کرد و آنچه بر اینترنت حاکم است، استفاده جامعه از آن نیست، بلکه مکانیزم بازار است.^{۱۵}

دیدگاه پروفسور مایکل شودسون Michael Schudson استاد جامعه‌شناسی دانشگاه کالیفرنیا در سن دیه‌گو نیز که در عین حال یک جامعه‌شناس رسانه‌های خبری هم هست، نمونه‌ای دیگر از این نوع دیدگاه‌هاست: این تکنولوژی‌ها نیستند که ماهیت خبرهای قرن بیست و یکم را می‌سازند بلکه این امر بیشتر در گرو آن چیزهایی است که روزنامه‌نگاران به آن اهتمام خواهند ورزید.^{۱۶}

به دیگر سخن، شودسون در صدد است سؤال رایج را مبنی بر



عینیات است؛ جهان داده‌ها، جهانی که اجزای متشکله آن تماماً اطلاعات است^{۱۷} به دیگر زبان، سایبر اسپیس اکنون همان واقعیت مجازی است، واقعیات مجازی که بافت آن همه و همه اطلاعات است.^{۱۸}

نکته مهم دیگری که در فضای سایبر مطرح است طرح آزادانه و بی‌مانع مسائل است و به همین دلیل آزادی بیان (Freedom of expression) در اجلاس سران درباره جامعه اطلاعاتی (WSIS) (ژنو، دسامبر ۲۰۰۳)^{۱۹} قطعاً طرف توجه قرار خواهد گرفت.^{۲۰} تجربه رسانه‌های سایبر و فضای آزادانه آنها و همچنین بازتاب فرهنگ‌های گوناگون و به طور کلی تکثر افکار در فضای رسانه‌ای سایبر زیربنا و سنگ‌پایه یک جامعه اطلاعاتی عادلانه خواهد بود.

راه‌میانه

آیا اساساً برای رسانه‌های غیرسایبر هیچ راهی متصور نیست؟ آیا نمی‌توان هم میراث گوتنبرگ را حفظ کرد و هم از مزایای روزنامه‌های سایبر برخوردار شد؟

تجارب لیتوگرافی‌ها یا همان عرصه پیش از چاپ (pre press) و همچنین تجارب چاپکاران در اردوی چاپ (press) در مواجهه با چالش‌های دیجیتال‌لیسم از وجود یک راه‌میانه خبر می‌دهد.

لیتوگرافی‌ها برای بقا در عرصه دیجیتال‌لیسم وارد فضایی شدند که اکنون به فضای پیش رسانه‌ای (pre media) معروف شده است و این در حالی است که چاپکاران نیز با اتخاذ یک استراتژی

این که تکنولوژی‌های نوین با روزنامه‌نگاری سنتی چه خواهند کرد؟ به این پرسش تبدیل کند که روزنامه‌نگاران با تکنولوژی‌های نوین چه خواهند کرد؟ به این ترتیب این دیدگاه‌ها نشان می‌دهد که محیط پیش‌رو یک محیط دوگانه است، محیطی سرشار از فرصت و در عین حال سرشار از مخاطره. این محیط فقط برای روزنامه‌نگاران نیست، این محیطی است که جامعه اطلاعاتی در آن نفس می‌کشد.

پرسش‌های بی‌پایان و چشم‌انداز آینده

واقعیت این است که اگر چه سایبراسپیس امکان مانور افراد را نسبت به نهادها افزایش داده و آنچه در دوران تولید اتومبیل‌ها باعث افزایش مانور فیزیکی افراد شد و اتومبیل‌ها را در خدمت اهداف سرنشینان آن را به راه انداخت^{۳۳} اکنون نیز در حال تکرار است اما پرسش‌ها نیز کماکان در حال نقش بستن هستند.

آیا افراد به نهادها کمک خواهند کرد؟

آیا روزنامه‌نگاران مستقل و منفرد به کمک رسانه‌ها خواهند شتافت؟ یا این که مردم برای همیشه با وبلاگ‌های خود از رسانه‌های سنتی روی برخواهند گرداند و نقش‌های خبرگزاری‌ها، سردبیران، روزنامه‌نگاران و خوانندگان را برعهده خواهند گرفت؟

به نظر می‌رسد که فضای روزنامه‌نگاری سایبر، هم می‌تواند به تملک گول‌های رسانه‌ای در آید و هم قادر است اهداف روزنامه‌نگاران و حتی افراد عادی را برآورده سازد و علی‌القاعده نحوه وضع قوانین و مقررات در تحقق هر یک از این دو اتفاق نقش عمده‌ای خواهد داشت.

آیا فضای شبکه‌وندان به قانونگذاران این اجازه را خواهد داد تا فضای دموکراتیک سایبراسپیس را در خدمت سوداگران عرصه اقتصاد و رسانه‌های پارادایم در آورند؟

این اتفاق از نظر من با روح جامعه عادلانه اطلاعاتی در تعارض است و از طرف دیگر، فضای دموکراتیک حاکم بر روزنامه‌نگاری سایبر اکنون به بحث دموکراسی الکترونیک (e-democracy) انجامیده است. دموکراسی الکترونیک در حقیقت تحقق یک دموکراسی مؤثرتر از طریق رسانه‌های مدرن است و می‌توان گفت طی دهه گذشته، روند انقلاب ارتباطی، معطوف به همین پدیده بوده است و به همین دلیل هم بوده است که

■ **به نظر می‌رسد که فضای روزنامه‌نگاری سایبر، هم می‌تواند به تملک گول‌های رسانه‌ای در آید و هم قادر است اهداف روزنامه‌نگاران و حتی افراد عادی را برآورده سازد**

■ همان‌گونه که اکنون

شبکه‌وندها، روزنامه‌نگاری سایبر را در خدمت اهداف خود تعقیب می‌کنند، نیروهای سیاسی، دولت‌ها و رسانه‌های غیرسایبر نیز در تلاش هستند تا نحوه کاربرد روزنامه‌نگاری سایبر را به مسیر دلخواه خود بکشانند. نکته مهم دیگر اینجاست که آیا غلبه گفتمان مردمی در روزنامه‌نگاری سایبر، به مفهوم غلبه گفتمان راه‌حل‌های مردمی نیز خواهد بود؟

بکشانند.

اهرم‌های گفتمان برجسته‌سازی در رسانه‌های نوشتاری، به طرف جوامع و به سطح وسیع توده‌ای انتقال یافته است. هر چند که جهانی‌سازی هم کماکان در تلاش است تا با تقویت نهادهای خود و از جمله تقویت نهادهای رسانه‌ای‌اش، گفتمان جدید را دوباره به مسیر قبلی هدایت کند.

در واقع همان‌گونه که اکنون شبکه‌وندها، روزنامه‌نگاری سایبر را در خدمت اهداف خود تعقیب می‌کنند، نیروهای سیاسی، دولت‌ها و رسانه‌های غیرسایبر نیز در تلاش هستند تا نحوه کاربرد روزنامه‌نگاری سایبر را به مسیر دلخواه خود بکشانند. نکته مهم دیگر اینجاست که آیا غلبه گفتمان مردمی در روزنامه‌نگاری سایبر، به مفهوم غلبه گفتمان راه‌حل‌های مردمی نیز خواهد بود؟

اگر وضعیت فعلی را غیرقابل بازگشت بدانیم، به نظر می‌رسد مخاطبان به مشارکت گسترده‌تر و به دخالت سازنده‌تر در فرایند ارتباط کشیده شده‌اند و این گستره همگانی دیجیتال می‌تواند حتی دموکراتیک‌تر شود.

در واقع تکنولوژی‌های نوین ارتباطی به عنوان زیرساخت روزنامه‌نگاری سایبر هم‌اکنون یک نوع دموکراسی الکترونیک - و البته آسیب‌پذیر - را به وجود آورده‌اند. اما موضوع مهم، بقای این دموکراسی است. این دموکراسی دیجیتال اگر چه گفتمان سنتی قدرت و گفتمان حاکم بر روزنامه‌نگاری سنتی پارادایم را به یک میزان به چالش فراخوانده است، اما با این همه، این امر به مفهوم تسلیم گفتمان سنتی قدرت به گفتمان فضای سایبر نیست. چگونگی وضع قوانین سایبر می‌تواند به شدت بر این فرایند حاکم تأثیرگذار باشد.

همان‌طور که می‌دانیم اینترنت هنوز کاملاً قانونمند نیست. پس در ادامه، باز هم می‌توان پرسید که:

تأثیرات خصوصی‌سازی بر فضای سایبر چه خواهد بود؟
تأثیرات اجرای طرح زیرساخت اطلاع‌رسانی جهانی^{۳۴} (GII) بر آن چیست؟

بر سر ارزش‌های فرهنگی و مسائل اخلاقی در این گفتمان پر قدرت دوسویه چه خواهد آمد؟

تبعیض‌گذاری میان شهر و روستا از جنبه تخصیص منابع اطلاعاتی و تبعیض‌گذاری میان کاربران از سوی دولت‌ها چه

10. Cyberspace: Two Flavors (2002) [www document] URL: www.well.com/user/mmcadams/cyberspace.html

11. Benedikt, M (1991), "Cyberspace: Some Proposals". in Benedikt, M (ed), Cyberspace: First Steps, MIT Press, 1991. pp.119-224

12. World Summit on the Information Society

13. No Information Society Without Freedom of Expression (2002) UNESCO [www document]

URL:<http://portal.unesco.org/ci/ev.php?>

URL_ID=6336&URL_DO=DO_TO PIC&URL_SECTION=201 &reload=1039810694

14. Mediatization

15. Golding, P. (1996) world wide wedge: Division and contradiction in the global information infrastructures, Monthly review. Vol. 48, No 3, July August pp.70-85

16. Schudson, Michael (2002) News in the Next Century; NEW TECHNOLOGY, OLD VALUES AND A NEW DEFINITION OF NEWS [www document] URL:www.rnda.org/resources/newtech.htm

17. Willams, Raymond (1983) the year 2000. New York, Pantheon

18. Global information in [www document] frastructure

19. Providing access to ICTs for all (2002) URL:<http://www.itu.int/osg/spu/wsis-themes/Access/index.html>

20. WSIS EXECUTIVE SECRETAR- IAT (31 May 2002) [www document] Document WSIS/PC-1 /DOC/4-E, PROPOSED THEMES FOR THE SUMMIT AND POSSIBLE OUTCOMES [www document] URL:www.itu.int/osg/spu/wsis-themes/com04.html

21. Freedom of Expression in Cyberspace (30.10.2002) UNESCO Media Advisory [www document] URL: <http://Portal.unesco.org/ci/ev.php?> URL_ID=6156&URL_DO=DO_TO PIC&URL_SECTION=201 &reload=1040062738

22. World Computer Congress Declaration on Youth in Information Society Updated: 01/10/2002 [www document] URL:<http://portal.unesco.org/ci/ev.php?> URL_ID= 4632&URL_DO=DO_TO PIC&URL_SECTION=201 &reload= 1040062738

* این مقاله به سفارش همایش علمی ایران جامعه اطلاعاتی در سال ۱۴۰۰ ه. ش که آذر ماه سال ۱۳۸۱ در تهران برگزار شد، تهیه شده و خلاصه آن نیز در همایش یاد شده ارائه گردیده است.

واکنش هایی ایجاد خواهد کرد؟^{۱۹}

سازندگان تکنولوژی های نوین چه برنامه هایی برای بازاریابی جهانی در اقتصاد جهانی اطلاعات دارند؟

عناصر مشترک اعضای جامعه بین المللی برای رسیدن به پیش جامعه اطلاعاتی چیست؟^{۲۰}

آیا اساساً جامعه اطلاعاتی متضمن فرصت است؟^{۲۱}

و بالاخره جوانانی که اکنون جنبه غالب را در موج وبلاگ نویسی دارند تازه ترین صورت سایبر ژورنالیسم. و طلایه دار نوآوری تکنولوژیک می باشند، چه نقشی در جامعه اطلاعاتی خواهند داشت؟^{۲۲}

تردیدی نیست که نوع پاسخ دادن به این پرسش های بی پایان بر سرنوشت سایبر ژورنالیسم تأثیرگذار است. اما تکرار می کنم که برای روزنامه نگاری نوشتاری هنوز یک راه میانه وجود دارد و آن اتخاذ یک نقش بین رسانه ای در زمانه سایبر است. مکمل این اندیشه نیز تبدیل شدن از یک سازمان پخش خبر به یک سازمان تولیدکننده اطلاعات است. تبدیل اطلاعات به دانش از دیگر ابزارهای روزنامه نگاری نوشتاری برای مقابله با چالش های سایبر ژورنالیسم است. تکیه بر گزارش و تحلیل هم می تواند در شرایط خبرزدگی حاکم بر رسانه های سایبر به کمک رسانه های نوشتاری بیاید و بالاخره همان گونه که گفته شد رسانه های سایبر و حتی خود اینترنت هنوز در سطح تئوریک مخالفانی دارند و این مخالفت می تواند فرصت بازسازی را به ژورنالیسم نوشتاری بدهد. □

پی نویس ها:

1. Building citizen-based Electronic democracy (2002) [www document] URL:www.e-democracy.org/intl/library/build.html

2. Wiener: Ideas [www document] URL:www.well.com/user/mmcadams/wiener.html

3. Future of Journalism gets uncertain forecast (2002) [www document] URL:www.freedomforum.org/templates/document.asp?documentID=7947

4. Berkeley's Graduate School of Journalism

5. Noah, Shachtman (2002) Blogging Goes Legit, Sort of [www document] URL: www.wired.com/news/school/0,1383,52992,00.html

6. www.jamejamdaily.com

7. www.younesspace.blogspot.com

8. Schiller, Dan (1999) "Digital Capitalism: Networking the Global Market System" MIT Press

9. Wiener, Norbert (1954) "the human use of human being", New York: Da Capo press