

روزنامه نگاری در عصر انفجار اطلاعات

● شاپور عظیمی

اینترنتی «جست و جو کرد». اخلاق اینترنتی، شکل دیگری از خلق و خو را در مخاطبان این شبکه جهانی پدید آورده است. اینترنت

حروف نگاری دستی با کلیشه‌های سربی با ظهور حروف چینی کامپیوتری به موزه‌های تاریخی سپرده شد. تفکر پیشامدرن روزنامه

زمانی که استانیلی کوبریک در فیلم «۲۰۰۱: یک اودیسه فضایی» با یک برش سینمایی از یک تکه استخوان که به هوا پرتاب شد، به چند صد هزار سال بعد می‌رسید؛ آغاز کرد، شاید هیچ گاه نه او و نه نویسنده بزرگ داستان‌های علمی تخیلی یعنی «آرتور سی کلارک» تصورش را هم نمی‌کردند یک پدیده الکترونیکی یعنی اینترنت تمامی معیارهای زنده گی نوع بشر را این چنین دستخوش دگرگونی سازد. در عصری که آن را به درستی عصر انفجار اطلاعات خوانده‌اند؛ پیش گویی «مارشال مک لوهان» در پدید آمدن یک دهکده جهانی درست از آب درآمد و در دهه ۸۰ میلادی پدیده‌ای در جهان الکترونیک پا به عرصه وجود نهاد که امروزه حتی تصور زندگی بدون آن در بسیاری از نقاط جهان محال می‌نماید. این پدیده جهانی یعنی کهکشان اینترنت که به تدریج توانسته است کهکشان گوتنبرگ را به سایه براند؛ در عرصه ارائه اطلاعات گوی سبقت را از دیگر اشکال ارتباطی ربوده است. در جهان پسامدرن کنونی که سرعت انتقال اطلاعات لازمه زنده گی «امروزه» شده است؛ کهکشان که گوتنبرگ پدید آورد، ناگزیر خود را در بسیاری از عرصه‌ها وام دار این پدیده غریب می‌دادند. این نکته‌ای است که روزنامه‌نگاران ما به هیچ وجه نباید به آن بی‌توجه باشند. در واقع شیوع پدیده اینترنت در تمامی شئون زندگی امروزه این «باید» را پدید آورده است. درست به همان شکل که



به تدریج این رفتار را در مخاطبان خود ایجاد کرده است که هرگونه اطلاعات را می‌توان در کوتاه‌ترین زمان ممکن به دست آورد و مورد استفاده قرار داد. در واقع

نگاری نیز چنین خواهد شد و این نکته‌ای است که اصحاب مطبوعات اگر به آن توجه نکنند، بازنده میدان نبرد اطلاعات هستند. به یک دلیل چنین امری را می‌توان در «اخلاق



سخن این که تجربه‌های جهانی در عصر انفجار اطلاعات نشان می‌دهد که سرعت در ارائه اطلاعات و آزادی انتخاب از سوی مخاطبان این اطلاعات دو عامل بسیار مهم در پآگیری رسانه‌های جمعی است. غافل ماندن از این دو عنصر تأثیرگذار به واقع هیچ ضرری را متوجه اصحاب مطبوعات ایجاد نمی‌کند؛ جز این که اعتماد مخاطبان را تحت الشعاع قرار می‌دهد. بی‌اعتمادی مخاطب به یک رسانه ارتباطی در دراز مدت مثل یک سم مهلک عمل می‌کند یعنی تأثیرش را بسیار دیرتر نشان می‌دهد؛ زمانی که کار از کار گذشته است. نویسنده این سطور چنین جرأتی در خود سراغ ندارد که بگوید «امتحانش مجانی است» شما شهامتش را دارید؟

کوتاه سخن این که تجربه‌های جهانی در عصر انفجار اطلاعات نشان می‌دهد که سرعت در ارائه اطلاعات و آزادی انتخاب از سوی مخاطبان این اطلاعات دو عامل بسیار مهم در پآگیری رسانه‌های جمعی است.

بی‌اعتمادی مخاطب به یک رسانه ارتباطی در دراز مدت چون یک سم مهلک عمل می‌کند و تأثیرش را بسیار دیر نشان می‌دهد، زمانی که کار از کار گذشته است.

این جهان زودگذر) نتوانیم پا به پای قافله پرشتاب عصر انفجار اطلاعات، سرعتی هماهنگ داشته باشیم؛ ناگزیر از این قافله عقب خواهیم ماند. سرعت انتقال اطلاعات از سوی جهان نشر مکتوب و ایجاد امکان هر چه بیشتر انتخاب برای مخاطبان دو راهکار بسیار مهم برای ماندگارتر شدن مطبوعات است. نظریه پردازان جهان پسامدرن در شکل‌بندی نظریه خویش پیرامون جهان پسامدرن بر یک نکته پای فشرده‌اند؛ آن‌ها بر این باور بودند که جهان پسامدرن در برابر قاطعیت و قطعیت جهان مدرن دست به یک «شورش سفید» زده است. از ایقان جهان مدرن تا عدم قطعیت جهان پسامدرن خطی امتداد می‌یابد که محوریت خود را وام دار این نکته است که مخاطبان رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی در این جهان بیش از هر نکته دیگری بایستی امکان انتخاب داشته باشند. زمانی که یقین در جهان مدرن (سرانجام) به عدم قطعیت می‌رسد، هیچ چیز نمی‌تواند بیش از آزادی انتخاب، انسان پسامدرن را به حقیقت رهنمون کند. هر چند که در جهان پسامدرن به این صراحت به «حقیقت» اشاره نمی‌شود؛ اما برای انسان شرقی مفهوم حقیقت آن هم در پرتو نظریه پسامدرن؛ همچنان مفهومی ازلی است. کوتاه

مطبوعات جهان نشر این امکان را دارند که این رویه را آموخته و به تجربیات جهان نشر الکترونیک در عرصه نشر و چاپ دقت کنند.

اگر نخواهیم با خودمان تعارف نداشته باشیم و از آن مهم‌تر نخواهیم که در برابر این گسترده گی انتشار که در نهاد و بطن «جهان اینترنت» نهفته است؛ خلع سلاح شویم، باید از امکانات اینترنت استفاده کرده و به کارآمدترین سویه تفکر اینترنتی یعنی سرعت و ایجاد امکان انتخاب برای مخاطب، توجه کنیم. همان‌طور که یک منتقد در بازخوانی اثر (اکنون کلاسیک شده) گابریل گارسیا مارکز یعنی رمان «صد سال تنهایی» اعلام کرد که رمان نمرده است؛ به همان سیاق نیز می‌توان اعلام کرد که کهکشان گوتنبرگی نیز نخواهد مرد. گسترده گی تیراژ روزنامه‌هایی همچون «آساهی شیمبون» در ژاپن و «نیویورک تایمز» در آمریکا، همچنین «تایمز مالی» در انگلستان، نمایانگر این نکته است که مخاطبان، همچنان به جادوی کلمات چاپی باور دارند و اطلاعات مکتوب روی کاغذ را ارج می‌نهند و می‌پذیرند. تنها نگرانی که در این میان بر جای می‌ماند این است که اگر در گذار از نقطه‌ای به نقطه‌ای دیگر (آن هم در