

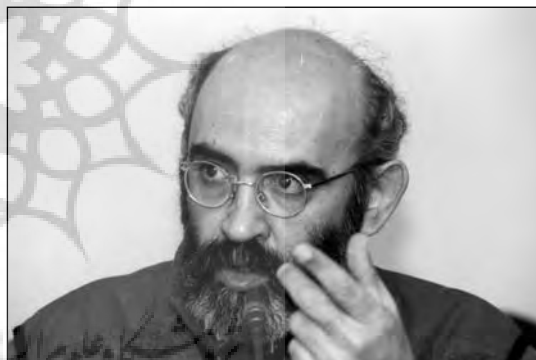
بلاگرها: نخستین نشانه‌های روزنامه‌نگاری عمومی

• دکتر یونس شکرخواه

نمی‌شوید. در روزنامه‌نگاری سایبریک جمع محدود برای یک جمع گسترده مطلب تولید نمی‌کنند، بلکه جمع گسترده برای یک جمع گسترده تولید مطلب می‌کنند. این بزرگ‌ترین اتفاق این فضا است. در یک شبکه تلویزیونی یا تحریریه یک روزنامه که برای یک کشور تولید مطلب می‌کنند، جمع کوچکی مشغول اند، اما در فضای سایبریک هر فرد خود یک سردبیر است. این مسأله خود را بیش‌تر در وبلاگ‌ها نشان می‌دهد که با فشردن یک دکمه، یک صفحه به ادبیات جهان سایبر اضافه می‌شود. در دنیای سایبر امکان دسترسی به ادبیات یک واژه با کلیک روی آن به علت وجود ابرمتن امکان‌پذیر است. محصول نهایی روزنامه‌نگاری سایبر می‌تواند روزنامه‌نگاری عمومی باشد. در این مقاله تلاش می‌شود تا با نگاهی عمیق‌تر به وبلاگ‌ها به مثابه تازه‌ترین پدیده اینترنتی، و هم‌چنین با نگاهی عمیق‌تر به بلاگرها به مثابه نخستین نشانه‌های روزنامه‌نگاری عمومی و جایگزین، تصویری واقع‌گرایانه از آینده ارائه شود.

طرح مسأله

نقش رایانه‌ها در شبکه‌های ارتباطی باعث شده است تا مردم قدرت ارتباطی را از رسانه‌ها و در این ارزیابی از دروازه‌بانان پس بگیرند. این امر بدین معناست که قدرت ارتباطی از حالت «محدود به گسترده» (یک منبع برای همه مخاطبان) به حالت «گسترده به گسترده» نقل مکان کرده است.^۱ فن‌آوری‌های نوین ارتباطی در حال قدرت بخشیدن به مخاطبان هستند. این فن‌آوری‌ها موجب شده‌اند تا مخاطبان، کنترل فعال‌تری را بر روند اطلاعات اعمال و رفتارهایی را نیز به جریان‌های رسانه‌ای تحمیل کنند. این



چکیده:

با هر دیدگاهی که به جامعه اطلاعاتی نگریسته شود، یک نکته غیرقابل انکار به چشم می‌خورد و آن تحول نقش و کارکرد رسانه‌های همگانی در جامعه اطلاعاتی است. علی‌القاعده تحول نقش و کارکرد رسانه‌های همگانی در جامعه اطلاعاتی، روزنامه‌نگاری سنتی را در سه عرصه مطبوعاتی، رادیویی و تلویزیونی به چالش طلبیده است. در این مقاله تلاش می‌شود تا تحولات کنونی عرصه موسوم به روزنامه‌نگاری سایبر از طریق پژوهش‌های علمی (استنادات آکادمیک) و در عین حال اتکا به تجارب شخصی در عرصه‌های سایبر به تصویر کشیده شود. هم‌چنین چالش‌های برخاسته از عرصه روزنامه‌نگاری سایبر فهرست و به پیامدهای این چالش‌ها نیز اشاره خواهد شد.

مزیت‌های روزنامه‌نگاری سایبر

میزان انعطاف در فضای سایبر بالاست، به طوری که در هر لحظه می‌توانید تغییرات لازم را اجرا کنید و با فضایی خشک روبه‌رو



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 روزنامه‌نگاری شخصی دارند. حروف متحرک چاپ، جهان را به خوانندگان جهان تبدیل کرد و فن آوری رایانه همه جهان را به روزنامه‌نگاران مشارکت‌گرا فعال بدل کرده است.^۴

موقعیت رادیو و تلویزیون

در همین جا باید به این نکته اشاره کرد که با توجه به نقش محوری پس فرست در رسانه‌های سایبر، رادیو و تلویزیون، رسانه سایبر نیستند و تنها می‌توان به آنها رسانه‌های الکترونی اطلاق کرد. این وضع تاریخ‌نگاری یا شبکه‌ای نشدن کامل رادیو و تلویزیون ادامه خواهد داشت. نکته دیگر اینکه، چالش‌های روزنامه‌نگاری الکترونی در برابر روزنامه‌نگاری مطبوعاتی، رادیویی و تلویزیونی کنونی، چالش‌هایی یکسان نیستند و رسانه‌های الکترونی همانند رادیو و تلویزیون از حاشیه امن‌تری برخوردارند. به عنوان نمونه ابعاد نسل جدید رادیوها بسیار کوچک‌تر از پیش شده‌اند چرا که از ریزتراشه بهره می‌گیرند. اکنون برای ساختن یک ریزتراشه، می‌توان میلیون‌ها ترانزیستور را بر روی یک قاب سیلیکون نصب کرد. صدای این رادیوها که حالا بزرگ‌ترین قطعات آنها باتری و بلندگو هستند، بسیار واضح و بدون اختلال است. به زودی این رادیوها قادر به مخابره عکس هم خواهند شد که در آنها، تصویر از طریق یک صفحه کوچک قابل رؤیت است. نمونه دیگر این تحولات رادیوهای شبکه‌ای است که

جابه‌جایی در واقع همان انقلاب ارتباطی است و بر این اساس تغییرات عظیم فن آوری‌های ارتباطی نیز به مثابه رخساره سخت‌افزاری انقلاب ارتباطی درخور توجه است. پرسش‌های مهم مطرح شده در این چارچوب به این قرار است: تأثیر فن آوری‌های ارتباطی بر روزنامه‌نگاری نوشتاری سنتی چیست، آیا سایبر ژورنالیسم در فضای موسوم به فضای سایبر Cyberspace گم خواهد شد؟ مدارس روزنامه‌نگاری چگونه؟، آینده روزنامه‌نگاری آستان چه تحولاتی است؟

مفاهیم رسانه‌های سایبر، پس فرست و روزنامه‌نگاری سایبر

به نظر می‌رسد ابتدا باید پیش از پرداختن به مفهوم روزنامه‌نگاری سایبر اشاره‌ای به مفهوم رسانه‌های سایبر (Cybermedia) داشت تا مشخص شود که چرا گرایش به روزنامه‌نگاری سایبر به مثابه فضای برخاسته از رسانه‌های سایبر به گرایش و تمایلی آشکار تبدیل شده است. اگر رسانه‌های سایبر را ترکیبی تازه از واژه سایبرنتیکس (Cybernetics) متعلق به نوربرت وینر (Norbert Wiener) ۱۹۹۶ - ۱۸۹۴ م. بدانیم. همان طور که از دیدگاه وینر اساس سایبرنتیکس بر پس فرست^۲ استوار است، اساس سایبر نیز باید بر پس فرست استوار باشد.^۳ و این همان چیزی است که اصلاً در نوشته‌های سنتی نوشتاری وجود ندارد. ستون نامه‌ها و یا تلفن‌های خوانندگان در واقع شکل بسیار کم‌رنگی از آن است و حتی همین نامه‌ها و تلفن‌ها هم حالتی گزینشی دارند و در عمل کاملاً دروازه‌بانی می‌شوند. نظر مایک گادوین (Mike Godwin) نویسنده انگلیسی، از همین تحول حکایت

اکنون در اینترنت رایج شده‌اند. در زمینه تلویزیون نیز، تلویزیون وضوح بالا^۵ که به آن به اختصار 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 ویدیوی درخواستی^۶ که به آن VOD گفته می‌شود، به مرزهای تازه‌ای دست یافته‌اند. در این فن‌آوری کاربران می‌توانند با استفاده از یک دستگاه به نام جعبه اوج تنظیم^۷ از یک باشگاه ویدیویی فیلم مورد نظر خود را انتخاب کنند و سپس آن را در حین تماشا به عقب و یا جلو برانند. با این اوصاف می‌توان نتیجه گرفت که چالش رسانه‌های سایبر عمدتاً متوجه روزنامه‌نگاری نوشتاری است.

علل گرایش به رسانه‌های سایبر

گرایش به رسانه‌های سایبر دارای عللی است که به ویژگی‌های منحصر به فرد آنها بازمی‌گردد که هفت مورد آن آشکارند:

۱. آزادی از زمان و مکان، زمان و مکان هر دو برای رسانه‌های سایبر نابود شده‌اند. خواننده رسانه سایبر هرگز منتظر ساعت خاصی برای دسترسی به اطلاعات باقی نمی‌ماند. در واقع، خواننده رسانه سایبر به محض تماس با رسانه خود در اینترنت، در جهان سایبر قرار می‌گیرد و این یعنی دسترسی سریع و مستقیم به اطلاعات. در ضمن حتی اختلاف ساعت با سایر کشورها هم برای دسترسی به اطلاعات موجود در رسانه‌های سایبر آنها و هم چنین فاصله مکانی خواننده رسانه سایبر با این نوع رسانه‌ها نیز هیچ مفهومی ندارد. این امر در مورد روزنامه‌های سایبر 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 مفهومی ندارد. علاوه بر این، از نظر توزیع نیز برای رسانه‌های سایبر هیچ مشکلی 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 نیستند.

۲. امکان دسترسی به ادبیات جهانی واژه‌ها با وجود فرامتن^۸ در رسانه‌های سایبر از دیگر مزایای روزنامه‌نگاری سایبر است. فرامتن جذاب‌ترین وجه رسانه‌های سایبر است. همه دیده‌اید که بسیاری از واژه‌ها هستند و یا با رنگ دیگری (غالباً آبی) به نمایش درآمده‌اند. اگر با ماوس 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 سایبر به یکدیگر گره خورده‌اند و زمان و مکان در این گره خوردگی نابود شده‌اند. استفاده از این امکان به معنای دستیابی مخاطب به ادبیات جهانی واژه است. به دیگر سخن هر واژه

فرامتنی امکان دستیابی شما را به تمام اسناد مربوط به آن واژه در سپهر رسانه‌های سایبر فراهم می‌سازد. این امکان برای هیچ یک از روزنامه‌های نوشتاری، حتی در آرشوهای خودشان هم، متصور نیست و به یک رؤیا می‌ماند.

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

۴. امکان ارتباط بی‌واسطه؛ یکی دیگر از ویژگی‌ها و مزایای روزنامه‌نگاران سایبر 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 پس فرست هم به طور لحظه به لحظه برای طرفین موجود است.

۵. امکان کنش و واکنش دوسویه؛ یکی از هیجان‌انگیزترین ویژگی‌های روزنامه‌نگاری سایبر دوسویه بودن آن است. همان طور که سیر اطلاعات از سوی روزنامه سایبر امتداد می‌یابد، مسیر دیگری هم برای مخاطب هست تا اطلاعات خود را برای رسانه ارسال کند. به دیگر زبان، روزنامه‌نگاری سایبر یک خیابان دوطرفه است. امکان ارسال پرونده (فایل) و یا ارسال نامه الکترونی از ابزارهای تعامل در این رسانه‌هاست.

۶. امکان شخصی شدن روزنامه‌های سایبر تا آنجا که حتی می‌توانند فقط برای یک نفر انتشار یابند. 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 پویا نیاز دارد. در این حالت، کاربر رسانه سایبر به جای دریافت کل مطالب، فقط مطالب سفارشی خودش را دریافت می‌کند.

۷. رفتارهای افقی و بدون سلسله مراتب؛ مرور بر ادبیات و هم‌چنین نظریه‌های ارتباطی نشان می‌دهد که ارتباط جمعی از آغاز، حالتی یک طرفه و عمودی داشته است. از مدل‌های ارتباطی کلود شانون (Claude Shannon) و وارون ویور (Warren Weaver) تا نظریه گلوله‌های جادویی^۹ همه و همه جریان‌هایی یک طرفه بوده‌اند. حال آن‌که در رسانه‌های سایبر، گیرنده یک مشارکت‌گر فعال است که مثل فرستنده در توزیع اطلاعات شرکت دارد. به نظر می‌رسد که این ویژگی 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

به نظر می‌رسد جذاب‌ترین جنبه و بلاگ‌ها استقلال آنها از نهادهای رسمی رسانه‌ای باشد و این شاید اصلی‌ترین ممیزه جدیدترین شکل سایبر باشد که در قالب روزنامه‌نگاری عمومی جلوه‌گر شده است و احتمالاً سنگ‌پایه دموکراسی سایبر را خواهد گذاشت

در برابر چالش تازه‌ای قرار گرفته‌اند. آنها اکنون با یک رقیب از جنس خودشان مواجه شده‌اند که بلاگ نام دارد.

وبلاگ‌ها: جدیدترین روزنامه‌نگاری سایبر

وبلاگ‌ها مانند سایت‌هایی ساده و کاملاً شخصی، آمیزه‌هایی از خبرهایی درباره‌ی خودمان و دیگران و اظهارنظرهایی درباره‌ی مسائل روز در زمینه‌های گوناگون و یا آمیزه‌ای از خاطرات روزمره افراد هستند. وبلاگ‌ها شکل بسیار مدرن‌تر و امروزی‌تر پدیده‌ای هستند که به نشر رومی‌ی¹ معروف شد. وبلاگ‌ها طلایه‌دار نشر یک نفره یا نشر با یک کلیک¹¹ هستند. شاید باور کردنش مشکل باشد، ولی در وبلاگ‌نویسی، 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 بگوییم، یک زاویه دید تازه در کنار هزاران هزار زاویه دیگر قرار می‌گیرد.

شما در واقع وقتی در پشت صفحه یک وبلاگ می‌نشینید و دکمه پست (POST) را می‌فشارید، یک حفره به کندوی عسل افکار جهانی اضافی می‌کنید. وبلاگ‌ها واقعاً شبیه کندوی عسل هستند و وبلاگ‌نویس‌ها که حالا در جهان پرترافیک اینترنت به آنها بلاگر می‌گویند، زنبورهایی هستند که می‌کوشند هر روز شهدی را به کندو بیاورند، بگذریم که بعضی از این زنبورها هم نه شهد که گاه زهر می‌آورند. ولی خوشبختانه در این سوپرمارکت جهانی معانی، انتخاب‌ها هم گسترده است. پس باید دقت کرد تا محصول خوب خرید.

از منظر دیگر، وبلاگ‌ها را می‌توان جزو رسانه‌های جایگزین (آلترناتیو) به حساب آورد. آنها مانند سی.ان.ان، واشنگتن پست، نیویورک تایمز، تایم و نیوزویک و غیره روی نقشه قدرت و ثروت قرار ندارند و لذا بی‌محایا حرف می‌زنند و در برابر این رسانه‌های بزرگ و انگاره‌ای (پارادایمی) جز اینکه دیدگاه‌های متقابل، غیررسمی و غیر وابسته به قدرت را مطرح کنند، کار دیگری صورت نمی‌دهند. از این میان برخی از وبلاگ‌ها هم به سیاست، اقتصاد، فرهنگ و جامعه کاری ندارند و فقط و فقط از خود و تجارب

شخصی‌شان می‌گویند. به این نوع وبلاگ‌ها «مجله الکترونی» e-zine نمی‌گویند؛ آنها به «مجله من» Me-Zine شهرت یافته‌اند. به نظر می‌رسد جذاب‌ترین جنبه و بلاگ‌ها استقلال آنها از نهادهای رسمی رسانه‌ای باشد. بلاگرها کارت خبرنگاری ندارند، اما خبرنگارند و این شاید اصلی‌ترین ممیزه جدیدترین شکل سایبر باشد که در قالب روزنامه‌نگاری عمومی جلوه‌گر شده است و احتمالاً سنگ‌پایه دموکراسی سایبر را خواهد گذاشت. البته، عده‌ای می‌گویند وبلاگ‌ها را پدیده‌ای کاملاً مستقل و دموکراتیک نشان دهند. این تلقی تا حدودی درست است، اما نباید فراموش کرد که بالاخره هر وبلاگی، یا به عبارت بهتر، هر بلاگی هم موضعی دارد که می‌تواند در همان تعاریف کلاسیک چپ، راست یا میانه قرار گیرد و به دیگر زبان، هر بلاگری در اتاق و بلاگ خودش پرده‌هایی دارد و دیوارهایی که او را به نحوی در آنجا از اتاق مجاور خودش و یا از چشم‌انداز دیگران جدا می‌سازد.

ویژگی مخاطبان وبلاگ‌ها

مخاطبان وبلاگ‌ها هم ویژگی کاملاً ملموس و آشنا دارند و در حال حاضر 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 کلاً اساتید و تحصیل‌کرده‌هایی که دارای اندیشه‌های رادیکال هستند و افکارشان در رسانه‌های نوشتاری انعکاس نمی‌یابد یا خودشان بلاگر شده‌اند یا اینکه خواننده و بیننده وبلاگ‌ها هستند. در فهرست مخاطبان وبلاگ‌ها، قطعاً جوانان نوجو و ضد کلیشه‌ها جای گرفته‌اند. آنها با کلیشه و کلیشه‌نویسی‌ها در رسانه‌های نوشتاری سنتی کنار نمی‌آیند، بنابراین نمی‌توان چنین مخاطبانی را افرادی بی‌توجه به کیفیت و مسئولیت قلمداد کرد و به همین دلیل می‌توان گفت این مخاطبان، مخاطبان بدون تعارف هستند. اولاً آنها به آسانی از رسانه‌های نوشتاری و کلیشه‌نویسی چشم می‌پوشند و در عین حال حتی وقتی با وبلاگ‌ها و یا با یک وبلاگ تازه مواجه می‌شوند نیز با همین رویه نوجویانه برخورد می‌کنند. ماجرا از این قرار است که وبلاگ‌خواهان با یک کلیک به سراغ

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 غفلت است اگر به آنها سر نزنیم و با اینکه آنها را از دست بدهیم. ولی این پرسش همیشه با من است که آیا این شر پاهای مسیر کوهستانی اینترنتت بالاخره در این مسیرهای خطرناک قربانی نخواهند شد؟ آیا بیل گیتس (Bill Gates) به سراغ وبلاگ‌ها نخواهند آمد؟ من از صمیم قلب دلم می‌خواهد پای سوداگری و به قول دن شیلر^{۱۶} پای سرمایه‌داری دیجیتال و یا هر نوع سوداگری دیگری، هرگز به عرصه وبلاگ‌ها باز نشود. این آرزوی من است، ولی هرگز آرزو را با تحلیل اشتباه نمی‌گیرم و لذا تردید دارم که نوسرمایه‌داری (نئوکاپیتالیسم) در جامعه اطلاعاتی پیش رو صرفاً یک ناظر باشد.

وبلاگ‌ها و یک مفهوم جدید

وبلاگ‌ها تا حدود زیادی به یک مفهوم جدید معنا بخشیده‌اند. بلاگرها یا همان نویسنده وبلاگ‌ها علاوه بر این که مخاطب رسانه‌های سایبر هستند، خود نیز به تولید اطلاعات می‌پردازند و در واقع همان گونه که ذکر شد، همه کاربران عرصه سایبر در هر زمان و در هر مختصات مکانی به صورت تمام وقت به داده‌های روزنامه‌های سایبر و وبلاگ‌ها دسترسی دارند. باز همان گونه که گفته شد، مخاطب روزنامه‌نگاری سایبر، احتیاج ندارد برای دسترسی به داده‌ها منتظر بماند. او هرگاه که 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 رسانه‌های سایبر هر هفت روز هفته به طور بیست و چهار ساعت به محتوایی که برایش تهیه می‌شود، دسترسی دارد. اما مفهوم جدیدی که به آن اشاره کردم در حوزه پوشش رسانه‌های سایبر به وقوع پیوسته است. در روزنامه‌نگاری سایبر مفهوم شهروند جای خود را به مفهوم تازه دیگری به نام شبکه‌وند (Netizen) داده است. این امر به این معناست که جغرافیا نیز در قلمرو روزنامه‌نگاری سایبر 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 انترپوی (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^{۱۷} به عنوان یک ضعف ارتباطی مطرح

وبلاگ‌های تازه می‌روند و بلاگرهای مربوطه هم وقتی فهرست 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. به این ترتیب، تازه درمی‌یابند که مخاطبان وبلاگ‌ها مخاطبانی بی‌تعارف هستند و این گونه رفتار می‌کنند: یک کلیک برای همیشه! و یا یک کلیک بدون دیدار بعدی.

موقعیت رقابتی وبلاگ‌ها

اما واقعاً موقعیت وبلاگ‌ها چگونه است؟ آیا وبلاگ‌ها رقیب رسانه‌های نوشتاری هستند؟ پاسخ این سؤال تقریباً رو به مثبت بودن می‌رود و می‌توان گفت بله! آنها دست کم چشم‌ها را متوجه خودشان کرده‌اند، ولی آیا پیروز خواهند شد؟ وبلاگ‌ها به نظر من تازه‌ترین محصولات فضای سایبر هستند و شاید بتوان گفت این روزنامه‌نگاری سایبر 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 انگاره (پارادایم) سایبر، درگیر انتقاد از رسانه‌های انگاره نوشتاری نیز شده‌اند و حکم راوی دیدگاه‌های رادیکال و غیررسمی را دارند. آنها به یک نام بی‌پایان به همه سردبیران تبدیل شده‌اند!^{۱۸} اما آیا سردبیران و رسانه‌هایشان و مدارس روزنامه‌نگاری هم بی‌کار خواهند نشست؟

اگر چه فعلاً مدرسه روزنامه‌نگاری برکلی زودتر از بقیه، وارد عمل شده و به آموزش وبلاگ پرداخته است^{۱۹} اما نمی‌توان بر این باور بود که رسانه‌های سایبر و نوشتاری به راحتی میدان را در برابر وبلاگ‌ها خالی خواهند کرد. لذا نمی‌توان در مورد نقد وبلاگ‌ها غلو کرد، به خصوص که به خاطر تازگی این پدیده و ناآشنایی محققان با آن، هنوز فاقد پژوهش‌های تجربی و روش‌مند 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^{۲۰} بوده وبلاگ‌دات^{۱۵} را نیز اداره می‌کنم، در حال حاضر موقعیت وبلاگ‌ها در برابر رسانه‌های انگاره‌ای اعم از سایبر و نوشتاری در همه جای جهان یک موقعیت مهم، اما سیال است. در واقع وبلاگ‌ها و به ویژه وبلاگ‌هایی که مجله‌های شخصی نیستند و رفتار مناسبی را از خود بروز می‌دهند، می‌توانند از یک جهت نوه‌های نقد رسانه‌ای به حساب بیایند و به همین دلیل رقیب جدی رسانه‌های نوشتاری هستند. اما اجازه بدهید اعتراف کنم که هر وقت به این رقابت یعنی به رقابت شانه‌به‌شانه وبلاگ‌های قوی با رسانه‌های نوشتاری نگاه می‌کنم، بی‌اختیار یاد رقص پدربزرگ‌ها برای نوه‌هایشان می‌افتم و

تجربه رسانه‌های سایبر و فضای آزادانه آنها و هم‌چنین بازتاب فرهنگ‌های گوناگون و به طور کلی
تکثر افکار در فضای رسانه‌ای سایبر، زیر بنا و سنگ پایه یک جامعه اطلاعاتی عادلانه خواهد بود

تحوالی که به ترک رفتار نخبه سالزانه و نیز ترک دروازه بانی کردن اخبار نیاز دارد. دنیای سایبر دنیای ندادن اطلاعات نیست، دنیای بمباران اطلاعات است.

۲. عرصه سایبر هنوز فاقد دانش است و بیش تر اطلاعات عرضه می‌کند. پس در این 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 روزنامه‌نگاری نوشتاری را در عرصه روزنامه‌نگاری سایبر نجات دهد.

۳. رسانه‌های سایبر عمدتاً خبر زده‌اند. بنابراین این روزنامه‌نگاری نوشتاری نباید نیروی اصلی خود را که ارائه گزارش و تحلیل است از دست بدهد، بلکه می‌بایست روزنامه‌نگاری نوشتاری فن‌آوری‌های نوین را در جهت تحلیلی و گزارشی به خدمت گیرد و از خبرزدگی رسانه‌های سایبر نهایت استفاده را ببرد.

۴. رسانه‌های سایبر و حتی اینترنت هنوز در سطح نظری مخالفانی دارد و این مخالفت می‌تواند فرصت بازسازی را به روزنامه‌نگاری نوشتاری دهد. به عنوان نمونه پیتر گولدینگ (Peter Golding) معتقد است ما شاهد نوعی رسانه‌سازی (Mediatization) به وسیله فن‌آوری‌های 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 ساز و کار بازار است.^{۲۰}

دیدگاه پروفیسور مایکل شودسون (Michael Schudson)، استاد جامعه‌شناسی دانشگاه کالیفرنیا در سن دیه‌گو نیز که در عین حال یک جامعه‌شناس رسانه‌های خبری است، نمونه‌ای دیگر از این نوع دیدگاه‌ها است؛ این فن‌آوری‌ها نیستند که ماهیت خبرهای قرن بیست و یکم را می‌سازند، بلکه این امر بیش تر در گرو آن چیزهایی است که روزنامه‌نگاران به آن اهتمام خواهند ورزید.^{۲۱}

به دیگر سخن، شودسون در صدد است پرسش رایج را مبنی بر اینکه فن‌آوری‌های نوین با روزنامه‌نگاری سنتی چه خواهند کرد

کرد، حالا در روزنامه‌نگاری سایبر از بین رفته است. به طوری که اساساً اکنون فضای سایبر را - که روزنامه‌نگاری سایبر در درون آن قرار می‌گیرد - یک جهان متشکل از اطلاعات محض می‌نامند، جهانی که اگرچه جنبه فیزیکی ندارد و مجازی است اما جهان عینیات است؛ جهان داده‌ها، جهانی که اجزای متشکله آن تماماً اطلاعات است^{۱۸}، به دیگر زبان، فضای سایبر اکنون همان واقعیت مجازی است، واقعیت مجازی که بافت آن همه و همه اطلاعات است.^{۱۹}

نکته مهم دیگری که در فضای سایبر مطرح است، طرح آزادانه و بی‌مانع مسائل است، تجربه رسانه‌های سایبر و فضای آزادانه آنها و هم‌چنین بازتاب فرهنگ‌های گوناگون و به طور کلی تکثر افکار در فضای رسانه‌ای سایبر، زیر بنا و سنگ پایه یک جامعه اطلاعاتی عادلانه خواهد بود.

راه میانه

آیا اساساً برای رسانه‌های غیرسایبر هیچ راهی متصور نیست؟ آیا می‌توان هم میراث گوتنبرگ را حفظ کرد و هم از مزایای روزنامه‌های سایبر برخوردار شد؟ تجارب لیتوگراف‌ها یا همان عرصه پیش از چاپ و هم‌چنین تجارب چاپ کاران در اردوی چاپ در مواجهه با چالش‌های دیجیتال‌گرایی (دیجیتالیسم) از وجود یک راه میانه خبر می‌دهد. لیتوگرافی‌ها برای بقا در عرصه دیجیتال‌گرایی وارد فضایی شدند که اکنون به فضای پیش رسانه‌ای (Pre Media) معروف شده است و این در حالی است که چاپ کاران نیز با اتخاذ یک راهبرد (استراتژی) منطقی بقا، خود را به وادی نشر بین رسانه‌ای (Cross Media) رساندند.

ردپای سایبر و رسانه‌های نوشتاری

رسانه‌های نوشتاری هم می‌توانند ردپای سایبر داشته باشند. دلیل به 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،

فن‌آوری‌های نوین ارتباطی به عنوان زیرساخت روزنامه‌نگاری سایبر هم اکنون یک نوع دموکراسی الکترونیکی را به وجود آورده‌اند. این دموکراسی دیجیتال اگر چه گفتمان سنتی قدرت و گفتمان حاکم بر روزنامه‌نگاری سنتی الگو (پارادیم) 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

از طریق رسانه‌های مدرن است و می‌توان گفت طی دهه گذشته، روند انقلاب ارتباطی معطوف به همین پدیده بوده است و به همین علت هم بوده است که اهرم‌های گفتمان برجسته‌سازی در رسانه‌های نوشتاری به طرف جوامع و به سطح وسیع توده‌ای انتقال یافته است. هر چند که جهانی‌سازی هم‌کمان در تلاش است تا با تقویت نهادهای خود و از جمله تقویت نهاد رسانه‌ای اش، گفتمان جدید را دوباره به مسیر قبلی هدایت کند. در واقع همان گونه که اکنون شبکه و ندها، روزنامه‌نگاری سایبر را در خدمت اهداف خود تعقیب می‌کنند، نیروهای سیاسی دولت‌ها و رسانه‌های غیر سایبر نیز در تلاش هستند تا نحوه کاربرد روزنامه‌نگاری سایبر را به مسیر دلخواه خود بکشانند.

نکته مهم دیگر این جاست که آیا غلبه گفتمان مردمی در روزنامه‌نگاری سایبر، به مفهوم غلبه گفتمان راه حل‌های مردمی نیز خواهد بود؟ اگر وضعیت فعلی را غیر قابل بازگشت بدانیم، به نظر می‌رسد مخاطبان به مشارکت گسترده‌تر و به دخالت سازنده‌تر در فرآیند ارتباط کشیده شده‌اند و این گستره همگانی دیجیتال می‌تواند حتی دموکراتیک‌تر شود. در واقع، فن‌آوری‌های نوین ارتباطی به عنوان زیرساخت روزنامه‌نگاری سایبر هم اکنون یک نوع دموکراسی الکترونی - 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 الگو (پارادیم) 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 فرآیند حاکم تأثیرگذار باشد. همان طور که می‌دانیم اینترنت هنوز کاملاً قانون‌مند نیست.

پس در ادامه باز هم می‌توان پرسید که:

تاثیرهای خصوصی‌سازی بر فضای سایبر چه خواهد بود؟
تاثیرهای اجرای طرح زیرساخت اطلاع‌رسانی جهانی^{۲۳} بر آن چیست؟ بر سرارزش‌های فرهنگی و مسائل اخلاقی در این گفتمان

به این پرسش تبدیل کند که روزنامه‌نگاران با فن‌آوری‌های نوین چه خواهند کرد؟ به این ترتیب، این دیدگاه‌ها نشان می‌دهند که محیط پیش روی 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 چشم انداز آینده

واقعیت این است که اگر چه فضای سایبر امکان مانور افراد را نسبت به نهادها افزایش داده و آن چه در دوران تولید اتومبیل‌ها باعث افزایش مانور فیزیکی افراد شد و اتومبیل‌ها را در خدمت اهداف سرنشینان آن به راه انداخت^{۲۴} 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 شناخت؟ یا این که مردم برای همیشه با وبلاگ‌های خود از رسانه‌های سنتی روی بر خواهند گرداند و نقش خبرگزاری‌ها، سردبیران، روزنامه‌نگاران و خوانندگان را بر عهده خواهند گرفت؟ به نظر می‌رسد که فضای روزنامه‌نگاری سایبر، هم می‌تواند به تملک غول‌های رسانه‌ای درآمد و هم قادر است اهداف روزنامه‌نگاران و حتی افراد عادی را بر آورده سازد و علی القاعده نحوه وضع قوانین و مقررات در تحقق هر یک از این دو اتفاق نقش عمده‌ای خواهد داشت.

آیا فضای شبکه و ندان به قانون گذاران این اجازه را خواهد داد تا فضای دموکراتیک سایبر را در خدمت سوداگران عرصه اقتصاد و رسانه‌های انگاره 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 فضای بحث دموکراسی الکترونی انجامیده است. دموکراسی الکترونی در حقیقت تحقق یک دموکراسی مؤثرتر

11. Push-button Publishing.
12. A letter to the all editor.
13. Shachtman (2002) Blogging Goes legit, Sort of Noaj, URL: <http://WWW.Wired.com/news/school/o/1383/52992/00.html>.
14. <http://WWW.Jamejamdaily.com>.
15. <http://WWW.Younesspace.blogspot.com>.
16. Digital Capitalism: Networking the Ghobal (1999) "Schiller, Dan " marketSystem MIT Press".
17. N. Wiener, Dacapo press the human Use of human being. New York: (1954).
18. Cyberspace: Two Flavors (2002). URL: <http://WWW.Well.com/user/mmcadams/cyberspace.html>.
19. benedikt /m (1991) " Cyberspace: Some Proposals ", in Benedikt M(ed) / Cyberspace: First Steps /MIT press, 1991. pp. 119-224.
20. 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.
21. NEW, Schudson/Michael (2002) News in the Next Century Technology/Old Values and a New Definition of News URL: <http://WWW.rtda.org/resources/newtech.html>.
22. Willams/Raymond (1983) the year 2000. New York, Pantheon.
23. Global information. Infrastructure.
24. Providing access to ICTs for all (2002). <http://WWW.itu.int/osg/spu/wsis-themes/Access/ndex.html>.
25. Wsis executive secretariat (31 may 2002) Document Wsis/pc-1/DOC4-E, proposed themes for the summit and possible outcomes. < URL : <http://WWW.itu.int/osg/spu/Wsis-themes/como4.html> >.
26. freedom of expression in Cyberspace (30/10/2002) media advisory URL: http://portal.unesco.org/ci/ev.php?URL_ID=6156&URL_DO=DO-Topic&URL_SECTION=201&reload=1040062738.
27. world computer congress declaration on youth in information Society Update: 01/10/2002 [wwwdocument] <URL: http://Portal.unesco.org/ci/ev.php?URL_ID=463&URL_DO=DO-Topic&URL_SECTION=201&reload=1040062738.

پرقدرت دوسویه چه خواهد آمد؟ تبعیض‌گذاری میان شهر و روستا از جنبه تخصیص منابع اطلاعاتی و تبعیض‌گذاری میان کاربران از سوی دولت‌ها چه واکنش‌هایی ایجاد خواهند کرد؟^{۲۴} سازندگان فن‌آوری‌های نوین چه برنامه‌هایی برای بازاریابی جهانی در اقتصاد جهانی اطلاعات دارند؟ عناصر مشترک اعضای جامعه بین‌المللی برای نیل به بینش جامعه اطلاعاتی چیست؟^{۲۵} آیا اساساً جامعه اطلاعاتی متضمن دادن فرصت یا نیازمند فرصت است؟^{۲۶} و بالاخره جوانانی که اکنون جنبه غالب را در موج وبلاگ‌نویسی - تازه‌ترین صورت روزنامه‌نگاری سایبر - دارند و طلایه‌دار نوآوری فن شناختی هستند، چه نقشی در جامعه اطلاعاتی خواهند داشت؟^{۲۷}

تردید نیست که نوع پاسخ دادن به این پرسش‌های بی‌پایان بر سرنوشت روزنامه‌نگاری سایبر تأثیر گذاشت. اما تکرار می‌کنم که برای روزنامه‌نگاری نوشتاری هنوز یک راه میانه وجود دارد و آن اتخاذ یک نقش بین رسانه‌ای 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 روزنامه‌نگاری نوشتاری برای مقابله با چالش‌های روزنامه‌نگاری سایبر است. تکیه بر گزارش و تحلیل هم می‌تواند در شرایط خبرزدگی حاکم بر رسانه‌های سایبر به کمک رسانه‌های نوشتاری بیاید و بالاخره همان گونه که گفته شد رسانه‌های سایبر و حتی خود اینترنت هنوز در سطح نظری مخالفانی دارند و این مخالفت‌ها می‌تواند فرصت بازسازی را به روزنامه‌نگاری نوشتاری بدهند.

پانویس‌ها:

1. (Building citizen-based Electronic democracy 2002) . <URL: <http://www.e-democracy.org/int/library/build.html>.
2. Feedback.
3. Wiener: Ideas. URL: <<http://WWW.Well.com/user/mmcadams/wiener.html>>.
4. (Future of Journalism gets Uncertain forecast 2002). URL: <http://WWW.Freedomforum.org/templates/document.asp?documentTID=7947>.
5. Definition TV high.
6. Video-on-demand.
7. Set-top-Box.
8. Hypertext.
9. Magic bullets theory.
10. Publishing desktop.