

نگاهی به جایگاه و کارکردهای روزنامه نگاری سنتی و  
روزنامه نگاری الکترونیک

تعامل سنت و فن آوری در جامعه اطلاعاتی

دکتر محمد مهدی فرقانی\*

تاریخ دریافت: ۸۴/۸/۲۵

تاریخ پذیرش: ۸۴/۱۰/۲

چکیده

این مقاله تلاش می کند ضمن طرح نظریه ها و دیدگاه های مربوط به شکل گیری و پیشبرد جامعه اطلاعاتی و شرایط جدیدی که اطلاعاتی شدن فرهنگ، اقتصاد و سیاست در عرصه جهانی پدید آورده است به ارزیابی نقش و عملکرد رسانه های نوین بپردازد و نحوه تعامل و رقابت آنها را با رسانه های سنتی، مورد بررسی قرار دهد. ادعای اصلی مقاله، آن است که بر خلاف تصور شیفتگان موج جدید رسانه ای، چالش میان دو نسل

\* - عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی

رسانه‌ای مزبور، به حذف رسانه‌های سنتی و جایگزینی رسانه‌های نوین که دستاورد تکنولوژی‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی هستند، منجر نخواهد شد.

تأکید مقاله بر آن است که جامعه اطلاعاتی، بیش از هر چیز، تحولی شگرفت 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 از جمله ایران است و بر این اساس هیچ یک از دورویکرد شیفتگی یا دفع در قبال تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، نه مطلوب است و نه منطقی. بنابراین رسانه‌های سنتی پیش از آنکه راه حذف را بیمایند، تحول نقش‌ها و کارکردها را تجربه خواهند کرد و در این مسیر از دستاوردهای تکنولوژی‌های جدید، بهره خواهند گرفت. تکنولوژی کامپیوتر و اینترنت می‌تواند برای روزنامه‌نگاران تا حدی، استقلال سیاسی و اقتصادی در ورای فشارهای حرفه‌ای در آغاز هزاره سوم به همراه بیاورد. اینترنت، هم زمان بررسی‌ها و تحقیقات را برای روزنامه‌نگاران حرفه‌ای کاهش می‌دهد و هم مکان و فاصله را کوچک و کوتاه می‌سازد و به همین دلیل پیگیری و تعقیب مسائل و دستیابی به افراد مورد نظر را برای آنها آسان‌تر می‌سازد و محدودیت‌های سیاسی را کمرنگ‌تر می‌کند. بنابراین اگر به دستاوردهای رسانه‌های نوین به عنوان فرصت نگریده می‌شود می‌توان از ظرفیت آنها در جهت پیشبرد امر توسعه و تأمین عدالت اطلاعاتی و کاهش شکاف‌های معرفتی بهره جست و رسانه را در مسیر انسانی‌تر کردن شرایط زیست بشر به کار گرفت.

**واژه‌های کلیدی:** فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات (ICT)، روزنامه‌نگاری، روزنامه‌نگاری الکترونیک، روزنامه‌نگاری سنتی، جامعه اطلاعاتی

#### مقدمه

روزنامه‌نگاری الکترونیک با تکیه بر فن‌آوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات،

بارزترین نماد تحولات ارتباطی در آغاز هزاره سوم شناخته می‌شود. این نوع روزنامه‌نگاری اکنون جدال گفتمانی سنگینی را با رسانه‌های همگانی یا به تعبیری، روزنامه‌نگاری سنتی از سر می‌گذرانند. پیش‌بینی آینده رسانه‌ای جهان چندان ساده نیست؛ سؤال‌ها و ابهام‌های فراوانی پیرامون سرنوشت رسانه‌های دیروز، امروز و فردا مطرح است. آیا رسانه‌های الکترونیک، آن گونه که برخی ادعا می‌کنند روزنامه‌های چاپی را حذف خواهند کرد، یا نقش و کارکرد آن‌ها را متحول خواهند ساخت؟ رقابت گفتمانی رسانه‌های الکترونیک (سایبر) و رسانه‌های سنتی چه سرنوشتی خواهد یافت؟ آیا شاهد ایجاد مجاز واقعی خواهیم بود یا القای واقعیت مجازی؟ آیا امروز ما جزئی از نظام رسانه‌ای هستیم یا بیرون از آن و با قدرت داوری و نقادی؟

طی دست کم چهارصد سال، روزنامه‌نگاری، جایگاهی محوری در انتقال اطلاعات در سراسر جهان داشته است و امروز در حالی که ما وارد سده بیست و یکم شده‌ایم وضعیت و طبیعت روزنامه‌نگاری، دچار ابهام است. تغییرات اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و تکنولوژیک در حوزه روزنامه‌نگاری، محتوا، روش‌های مورد استفاده و محصول نهایی روزنامه‌نگاری را تغییر داده است. ظهور گفتمان‌های تازه رسانه‌ای همچون روزنامه‌نگاری سایبر (Ciber Journalism)، روزنامه‌نگاری آنلاین (Online journalism)، روزنامه‌نگاری شهروندی یا روزنامه‌نگاری مدنی (Civil journalism)، جامعه اطلاعاتی (Information) Society، جامعه شبکه‌ای (Network Society)، دموکراسی دیجیتال (Digital Democracy) و نیز «سی.ان.ان.سازی» (CNN ization) دلالت بر تغییر روش‌ها و محتواهای مورد استفاده، و در نتیجه تغییر محصول نهایی روزنامه‌نگاری به مفهوم عام دارد. به مثابه مثال، سی.ان.ان.سازی امروز به گزارشگری از آن چه در حال وقوع است (گزارشگری زنده) به جای گزارشگری از آن چه اتفاق افتاده، اطلاق می‌شود. اما امروز به‌رغم حضور

جهانی و تاریخ طولانی روزنامه‌نگاری به تعبیر وینسنت کمپل با «فقدان یک گزاره جهانی در این مورد که روزنامه‌نگاری چیست» (Campbell, 2004: 241) روبه‌رو هستیم.

### طرح مسئله

در واقع، رسانه‌های همگانی (روزنامه‌نگاری سنتی) تحت تأثیر انقلاب اطلاعات و ظهور جامعه اطلاعاتی، در آستانه یک دگرذیسی قرار دارند. این رسانه‌ها اگر نتوانند خود را با مقتضیات و شرایط جدید سازگار کنند، با تهدیدها و چالش‌های جدی روبه‌رو خواهند شد. این مقاله در پی ارزیابی نقش‌ها و کارکردهای رسانه‌های همگانی در تعامل با نظام چندرسانه‌ای است. تحلیل این مقاله بر این فرض استوار است که رسانه‌های سنتی در رقابت و چالش با شبکه‌های نوین ارتباطی (روزنامه‌نگاری الکترونیک) به تعامل و همکاری و هم‌افزایی خواهند رسید و راه حذف و ادغام نخواهند پیمود.

فراگیری و جامعیت، تمرکززدایی، چندجانبه‌گرایی (تعامل)، انعطاف‌پذیری، فردگرایی، پیچیدگی و شبکه‌سازی را از ویژگی‌ها و کیفیت‌های تعیین‌کننده فن‌آوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات می‌دانند. بنابراین، سؤال این است که 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 هر چه بیش‌تر به او برای پاسخگویی به نیازهای گروه‌های کوچک و حتی افراد، تنوع بیش از پیش محتوا، برخورداری از غنا و تعدد منابع، باز شدن قلمروهای قابل نفوذ برای کسب، جمع‌آوری و انتشار اطلاعات، استفاده از سبک‌ها و شیوه‌های غیررسمی‌تر و جذاب‌تر، از آن جمله است. از جانب دیگر، هم رسانه‌های همگانی و هم چندرسانه‌ای‌ها، هرکدام عرصه‌ها و

حوزه‌های خالی و برون‌افتاده‌ای برای حضور و نفوذ دارند که باید آن‌ها را پر کنند. پوشش دادن مخاطبان عمومی یا انعکاس و پاسخگویی به نیازها و علایق همه کسانی که نه تنها امروز بلکه تا آینده قابل پیش‌بینی هم امکان و فرصت دسترسی به ارتباطات کامپیوتری و شبکه‌ای ندارند، از مهم‌ترین عرصه‌های انحصاری رسانه‌های همگانی است. مانوئل کاستلز نویسنده کتاب عصر اطلاعات معتقد است که ارتباطات کامپیوتری یک رسانه ارتباط عمومی نیست و برخلاف تلویزیون و سایر رسانه‌های همگانی، اکثریت بزرگی از انسان‌ها برای مدتی طولانی از آن محروم خواهند بود.

در واقع، همان‌طور که کاستلز می‌گوید ارتباطات کامپیوتری، رسانه ارتباطی تحصیل‌کرده‌ترین و مرفه‌ترین بخش جمعیت در تحصیل‌کرده‌ترین و مرفه‌ترین کشورها خواهد بود. در عین حال، ارتباطات کامپیوتری با امکان پاسخگویی به نیازهای تک‌تک 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.

به تعبیری شاید بتوان گفت که در جامعه اطلاعاتی، هیچ رسانه‌ای اعم از نوشتاری، دیداری و شنیداری حتی در قیاس با شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری، «رسانه سنتی» نیست. تکنولوژی‌های نوین اطلاعات، محتوا، رفتار و ریخت‌شناسی رسانه‌های همگانی را نیز تغییر داده‌اند و بیشتر، عرصه تعامل و برهم‌افزایی را گشوده‌اند تا تنازع و تقابل را. زیرا همان‌گونه که کاستلز می‌گوید، ظهور سیستم چندرسانه‌ای به معنای پایان جدایی و تمایز میان رسانه‌های شنیداری، دیداری و چاپی، فرهنگ عامیانه و فرهنگ فرهیختگان، سرگرمی و اطلاعات، آموزش و اغواست.

بیل گیتس (Bill Gates) مدیر شرکت مایکرو سافت معتقد است که تحت تأثیر

فضای مجانی جدید که در آن جا تمام تلویزیون‌ها و کامپیوترها به یک شبکه هوشمند جهانی مرتبط هستند، «ارتباطات و رفتار انسانی نهایتاً در هم ادغام خواهند شد. یعنی وسایل ارتباطی هر عصر رفتار انسان‌ها را شکل خواهند داد و در نهایت، تفاوتی با وسیله ارتباطی مورد نظر مشهود نخواهد شد» (دفلور و دنیس، ۱۳۸۳: ۳۲۵). از دیدگاه بیل گیتس در جریان این تحول، انسان، خود قسمتی از وسیله ارتباطی جدید خواهد شد بدون آن که واقعاً اسامی اجزای سیستم جدید را بداند. سؤالی که در اینجا پیش می‌آید آن است که آیا سیستم مزبور یعنی رسانه‌های جدید منادی ارتباطات دموکراتیک و فرصت‌های برابر برای مردم است یا در خدمت ایجاد نوعی تفرقه و برپایی برج بابل جدید؟

هر دو دیدگاه موافقان و مخالفان خود را دارند. برخی صاحب‌نظران همچون لاورنس. ک. گروسمن (Lawrence K. Grossman) رئیس سابق PBS و NBC معتقدند که رسانه‌های جدید به خلق یک دموکراسی الکترونیک توفیق یافته‌اند که از طریق آن، شهروندان می‌توانند ببینند، بشنوند، همزمان درباره رهبران سیاسی خود قضاوت کنند، و دیدگاه‌های خود را به صورت الکترونیک در زمینه‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی ابراز کنند.

«گروسمن رسانه‌های جدید و ارتباطات راه دور جدید را به مثابه سیستم‌های بالقوه‌ای برای توزیع مجدد قدرت سیاسی و منادی یک جمهوری الکترونیک تلقی می‌کند». (همان منبع، ۳۲۶). به طور کلی اعتقاد بر این است که دوسویه بودن رسانه‌های جدید، امکان ایجاد انجمن‌ها و تشکیلات مجازی برای پیگیری منافع مشترک، امکان تولید و انتشار اطلاعات به وسیله شهروندان، به چالش کشیدن چشم‌اندازهای حرفه‌ای و رسمی و زوال هویت دولت-ملت‌ها، از ویژگی‌هایی است که توانایی برای توسعه نوع تازه‌ای از دموکراسی را به رسانه‌های الکترونیک می‌دهد.

کسانی نیز استدلال می‌کنند که رسانه‌های جدید باعث ایجاد تفرقه بین جوامع انسانی می‌شوند و ما را از دنیای واحد ارتباطی دور می‌سازند و فقط تعداد کمی که اغلب صاحبان تشکیلات ارتباطی هستند، می‌توانند با مردم سخن بگویند. آن‌ها استدلال می‌کنند که «وسیله ارتباطی جدید و شبکه پیچیده آن این امکان را فراهم آورده است که اطلاعات وسیعی در اختیار تعداد زیادی از مردم قرار گیرد ولی این به معنای تعداد بیش‌تری مخاطب نیست» (همان منبع).

دیوید شنک، (David Shenk) متخصص وسایل ارتباطی جدید از جمله افرادی است که در مورد آثار اجتماعی رسانه‌های جدید و پیامدهای ناگوار انفجار اطلاعات یا دود و بخار اطلاعات که ما را در برمی‌گیرد، اظهار نگرانی می‌کند. «نگرانی او به سلامت روانی و جسمی افراد برای یک زندگی خصوصی و به تبع آن تأثیرات عمده‌اش در زندگی اجتماعی مربوط است» (همان منبع، ۳۲۳). شنک هشدار می‌دهد که عصر حاضر به سوی برپایی برج بابل جدیدی پیش می‌رود. بنابراین آماده‌سازی وسایل ارتباطی جدید برای آنکه به خدمت منافع فرد و اجتماع درآیند، یکی از مهم‌ترین چالش‌های عصر اطلاعات است.

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 صاحب‌نظران، عصر کنونی را دوره «پرستش اطلاعات» نام نهاده‌اند (وبستر، ۱۳۸۰: ۵۹).

در این دوره، ظهور نظام چندرسانه‌ای و تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی به بارزترین نماد آن تبدیل شده است. شبکه‌های نوین ارتباطی، آن چنان 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 با همه تنوع و گونه‌گونی‌شان در قلمرو خود جای می‌دهد. در حوزه فرهنگی و در بافت «ابرممتنی» (Hypertext) 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 فرآیند تصمیم‌گیری تأثیر می‌گذارد و «چارچوب اساسی محتوا، سازمان، فرآیند و رهبری دنیای سیاست را شکل می‌دهد» (کاستلز، ۱۳۸۰، جلد دوم: ۳۲۸).

چند و چون اطلاعاتی که در جامعه جدید تولید می‌شود، آن چنان بر تار و پود رسانه‌ها، ساختار، نقش و عملکرد آن‌ها تأثیر می‌گذارد که می‌توان گزاره تاریخی مارشال مک لوهان 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 با ویژگی‌های رسانه تلفیق شود.

### همکاری، رقابت یا مبارزه؟

سپهر رسانه‌ای جدید، فضایی سرشار از رقابت، چالش و در عین حال همکاری را میان رسانه‌های نوین با ویژگی‌های تمرکززدایی، تعامل، انعطاف‌پذیری، فردگرایی و شبکه‌سازی در قبال رسانه‌های همگانی نظیر مطبوعات، رادیو و تلویزیون با ویژگی‌های جمع‌گرایی، تعهد به حرفه‌ای‌گرایی، قدرت فرهنگی وحدت بخش، تفکیک‌پذیری الگوهای معرفتی یا تمایز میان مقوله‌هایی چون اخبار، آموزش، سیاست،



فرهنگ، سرگرمی و ورزش و نیز تمایزگذاری 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 جامعه‌اطلاعاتی، 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 که بیش‌تر از منظر «مهندسی اطلاعات» به جامعه‌اطلاعاتی نوین می‌نگرد، قائل به تنازع رسانه‌های نوین با رسانه‌های همگانی است و بر این 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 تجربه گذشته، حال و آینده آدمی در یک متن چندرسانه‌ای 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 چندرسانه‌ای 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 هم‌افزا می‌بیند که اقتدار و نقش‌آفرینی آن‌ها از همیشه نیرومندتر شده است. این دیدگاه معتقد است که «رسانه‌ها همراه با هم برای دموکراسی و حکومت سالم، مبارزه می‌کنند، از زیاده‌روی‌های سیاستمداران جلوگیری می‌کنند، و در نهایت، بخشی از قدرت را بیرون فرآیند 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» (همان منبع، ۴۰۴).

این دیدگاه، جذابیت و قابلیت اعتماد را ملاک موفقیت رسانه‌ها می‌داند و معتقد است «هر خدشه‌ای در قابلیت اعتماد به یک شبکه تلویزیونی یا روزنامه معین باعث می‌شود مخاطبان آن در بازار رقابت، بین دیگران تقسیم شوند.» (همان منبع، ۳۷۹).

مانوئل کاستلز بر آن است که تلویزیون، روزنامه‌ها و رادیو، همچون نظام واحدی عمل می‌کنند که در آن‌ها روزنامه‌ها غالباً واقعه‌ای 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 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 سده بیستم و تأثیر آن بر فضای روزنامه‌نگاری و فعالیت مطبوعات چاپی، گواهی بر این مدعا است.

تکنولوژی‌های جدید، نه تنها، تعامل، چندصدایی، تنوع، قابلیت دسترسی و حق انتخاب را به عرصه گفتمان غالب رسانه‌ای کشانده‌اند، بلکه این فرصت را برای رسانه‌های همگانی فراهم کرده‌اند که به منابع متنوع، گسترده و سهل‌الوصول در مقیاس جهانی دسترسی داشته باشند. بر این اساس، آن‌ها گفتمان تک‌گفتار و اقتدارگرای رسانه‌های همگانی را به حاشیه می‌رانند و فضای روزنامه‌نگاری سنتی را دموکراتیک‌تر می‌سازند. بنابراین، رقابتی که درگرفته است، هم می‌تواند فرصت‌سوز باشد و هم تحول‌آفرین. 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» (همان منبع، ۳۷۸).

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 یک‌سویه 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.

دکتر یحیی کمالی‌پور، رئیس گروه ارتباطات و هنرهای خلاق دانشگاه پوردوی امریکا در مورد آینده روزنامه‌نگاری سنتی در برابر روزنامه‌نگاری الکترونیک معتقد است که «روزنامه‌نگاری به منزله یک حرفه قطعاً باقی خواهد ماند؛ اما روزنامه‌نگاران باید خود را با واقعیت‌های عصر دیجیتال (به ویژه اینترنت) از طریق پاسخگوتر شدن به نیازهای گوناگون مخاطبان خود با اتکا بر توازن، بی‌طرفی و حقیقت‌گویی انطباق دهند... به نظر من روزنامه‌های سنتی باید برای انطباق با واقعیت‌های عصر دیجیتال به تعدیل‌هایی بسیار جدی دست بزنند. یکی از این تعدیل‌ها آن است که روزنامه‌های سنتی باید به جای تمایلات مالکان به نیازها و مسائل خوانندگان خود توجه کنند» (شکرخواه، ۱۳۸۳: ۱۳۳).

کیلیان، سردبیر سایت «رایتینگ فور وب» بر این باور است که عمده‌ترین منابع خبری روزنامه‌نگاری سایبر، یا خود به منابعی تجاری تبدیل می‌شوند یا جذب کانون‌های تجاری می‌گردند.

از دیدگاه پروفیسور ماسکو، رئیس بخش پژوهش ارتباطات و جامعه در دانشکده جامعه‌شناسی دانشگاه کوئینز کانادا، «این احتمال که روزنامه‌نگاری سایبر به رشد خود ادامه دهد، کاملاً محتمل است. اما سایر انواع روزنامه‌نگاری همه تا مدت‌ها کنار روزنامه‌نگاری سایبر باقی می‌مانند. در واقع هیچ تضمینی برای رشد سریع روزنامه‌نگاری سایبر وجود ندارد چرا که مالکان آن‌ها هنوز راه‌های سودآوری آن را نیافته‌اند» (همان منبع، ۱۳۷). صاحب‌نظران دیگری همچون نمت، روزنامه‌نگار و

استاد روزنامه‌نگاری دانشگاه پوردو آمریکا معتقدند «روزنامه‌نگاری سنتی زنده خواهد ماند و گرچه از میزان مخاطبان آن کاسته خواهد شد، اما هسته‌ای از مخاطبان فرهیخته و ثروتمند به رسانه‌های چاپی وفادار خواهند ماند. البته یک نسخه خلاصه شده از نسخه چاپی در فضای سایبر حضور خواهد یافت، اما پرسش این جاست که آیا برای این حجم فراوان و فشرده اطلاعات روی صفحات کامپیوتر مخاطبان فراوانی هم وجود خواهد داشت؟» (شکرخواه: ۱۳۷). نمت معتقد است که روزنامه‌ها و سازمان‌های خبری باقی می‌مانند، چرا که در کارشان یگانه هستند. آن‌ها به خبرها معنی می‌بخشند و به صورت انبوه تحویل می‌دهند. به نظر او محصولات چاپی که برای محیط سایبر تولید می‌شوند باید با محصولات چاپی که برای تهیه می‌شوند، متفاوت باشند. وی تأکید می‌کند، صرف نظر از این که مشکل سودآوری برای رسانه‌های الکترونیک چگونه حل شود، روزنامه‌های چاپی تا آینده قابل پیش‌بینی، حداقل به دلیل سهولت جابه‌جایی به بقای خود ادامه خواهند داد. از دیدگاه او روزنامه‌ها از شکل مناسبی برخوردارند، هرچند باید در برابر مخاطبان بیش از پیش پاسخگو باشند. البته برخی از روزنامه‌نگاران غربی چنین دیدگاه‌های معتدلی ندارند و معتقدند روزنامه‌نگاری سنتی در برابر روزنامه‌نگاری الکترونیک به حاشیه رانده خواهد شد. مک آدامز، سردبیر وب‌سایت روزنامه‌نگاری سایبر از دانشگاه فلوریدا از این جمله است. او می‌گوید: «روزنامه‌نگاری آنلاین، آینده روزنامه‌نگاری را به خود اختصاص خواهد داد. خوانندگان روزنامه‌ها در غرب سال به سال رو به کاهش هستند. جوانان سبک رایج در روزنامه‌ها را دیگر نمی‌پسندند، آن‌ها آنلاین بزرگ شده‌اند، پرشتاب و ناشکیبا هستند و اگر سازمان‌های خبری نتوانند به بهترین وجه از مزایای رسانه‌های آنلاین استفاده کنند، در آینده از چشم‌ها و گوش‌های مردم محروم خواهند شد» (همان منبع، ۱۳۵).

### سایر و جوه افتراق و اشتراک

به این موارد، نقاط افتراق و اشتراک زیر را در مقایسه کارکرد رسانه‌های نوین و سنتی می‌توان افزود:

الف: رسانه‌های نوین گرایش و امکان شرح، توصیف و نگرش عمقی به رویدادها و محیط زندگی را ندارند. آن‌ها عمدتاً به انتقال «اطلاعات» یا «اطلاع‌رسانی» می‌پردازند، در حالی که دسترسی صرف به اطلاعات الزاماً موجب دانش و آگاهی نیست. اما از دیدگاه انتقادی، پرسش 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؟» (کاستلز، جلد دوم: ۶۶) آیا به قول ژان بودریار فیلسوف فرانسوی «اکنون اطلاعات، افزون و افزون‌تر و معنای آن کم و کم‌تر شده است؟» (عصر اطلاعات، ۵۴) آیا نباید با هربرت شیلر محقق امریکایی و دیوید هاروی در زمینه تمایز میان مقوله اطلاعات، و مقاصدی که این اطلاعات در بر دارند، 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 پرسش‌ها به معنای نفی ارزش‌های مثبت جامعه اطلاعاتی و امکاناتی که رسانه‌های شبکه‌ای برای دسترسی و انتخاب اطلاعات و تعامل 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.

این پرسشی اساسی است که «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؟» (کاستلز، ۶۱)

باید در نظر داشت که معماری شبکه از لحاظ تکنولوژیک به دلیل برخورداری از فرآیند مداوم نوآوری و قابلیت دسترسی آزاد، باز است و سانسور، نظارت و کنترل متمرکز در آن راهی ندارد.

ب: نظریه پرداز کانا دایی، مارشال مک لوهان معتقد بود که چاپ، بیش از هر چیز به شرح و توصیف تمایل دارد. از دیدگاه کاستلز، چاپ، امکان درک مفاهیم پیچیده، تفکر انتزاعی و استنتاج را فراهم می کند از تناقض، گریزان است به خرد و نظم، احترام می گذارد و قابلیت بالقوه بسیاری برای رعایت بی طرفی، عینیت، مدارا و شکیبایی در پاسخگویی دارد. به این عوامل می توان سهولت دسترسی، ارزانی، امکان جابه جایی و حمل و نقل آسان، قابلیت استناد و ارجاع مکرر و فعال سازی فرآیند تفکر را در مطبوعات چاپی افزود.

ج: گفتمان غالب تلویزیونی، سرگرمی است. اکثریت مردم به آن دسترسی دارند، برنامه های آن غیر نخبه گرا و عامه پسند، راحت و صمیمی و در نتیجه، تأثیرگذارند و میان کار و فراغت تمایز می گذارند. این در حالی است که «برخی مشاهدات نشان می دهد مردمی که در منزل از کامپیوتر استفاده می کنند، گرچه از خوداتکایی در مدیریت زمان و مکان لذت می برند، ولی از فقدان تمایز میان کار و فراغت، خانواده و تجارت، شخصیت و کارکرد ناراحتند» (کاستلز، جلد اول: ۴۱۹).

این بدان معناست که همسانی تجربه در یک رسانه، به نوعی، تمایز میان حوزه های فعالیت انسانی را مخدوش می کند و نوعی سردرگمی در شیوه رفتار را باعث می شود. البته ایفای این نقش های مستقل، مانع تعامل و همکاری میان رسانه های همگانی و نوین و فعالیت در قلمروهای مشترک نمی شود. رسانه های همگانی طی سال های طولانی، رسانه هایی تک منبعی و متکی به منابع اقتدارگرا بوده اند. این اتکا گرچه می تواند اعتبار، صلابت، صحت و قدرت خاصی را برای پیام تولید و منتشر شده به

وسیله آنها رقم بزند اما متکی به تک‌گویی (مونولوگ) و تا حدی رفتار غیردموکراتیک است. در غیاب رسانه‌های نوین، رسانه‌های همگانی، صدای انسان‌های خاموش و منابع متکثر اما فاقد قدرت اجتماعی را دست کم آن چنان که باید، نمی‌شنوند. رسانه‌های همگانی، کشمکش‌مدارند، 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، فرآیند دروازه‌بانی و برجسته‌سازی و فرهنگ، واژگان و کلام رسانه‌های همگانی را به تعدیل و تعادل بیش‌تری کشانده است.

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 چندرسانه‌ای 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 عین حال پیام‌ها و کارکردهای مستقل

خود را نیز دارند.

### جایگاه گستره همگانی در سپهر رسانه‌ای نوین

یورگن هابرماس، فیلسوف شهیر آلمانی، گستره همگانی را عرصه‌ای مستقل از دولت و محل شکل‌گیری افکار عمومی می‌داند. به بیان دیگر، «گستره همگانی بر فضایی دلالت دارد که به لحاظ حقوقی، خصوصی است و در آن، افراد فارغ از مقام رسمی خود، با استفاده از بحث‌ها و انتقادهای منطقی درباره مسائل مورد علاقه همگان در صدد متقاعد کردن یکدیگر هستند (کوهن، ۱۳۸۳: ۴۵). 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 شرکای مهم کارکرد مؤثر این گستره در نظر گرفت. فرانک وبستر، ارائه‌گزارش 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 مصاحبه رودررو 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 «فئودالی سازی دوباره» (re feudalisation) 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 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، موضوع‌های کم‌اهمیت، تحریک احساسات، شخصی‌سازی همه چیز و خلاصه بزرگداشت سبک زندگی جدید... و لاجرم، نادیده گرفتن کیفیت اطلاعاتی مطالب... آن چه مدنظر این رسانه‌هاست چیزی بیش از تسلیم مخاطبان به آموزش اجبار ملایم در مصرف ملایم نیست» (وبستر، ۲۰۲۰).

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 رسانش اطلاعات است. از دیدگاه وبستر، اطلاعات کافی، معتبر و صریح، گفت‌و 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 پیش‌فرض، می‌توان گفت که هابرماس نسبت به نقش تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و نظام اطلاع‌رسانی مدرن در تقویت گستره همگانی و گفت‌و شنودهای آزاد و

انتقادی، دیدگاه مثبت و تأیید آمیزی ندارد، زیرا ارتباطات گسترده معاصر را حاوی مقدار زیادی اطلاعات ناموثق و تحریف شده می‌داند که بر اصول تجاری و سرگرمی‌هایی تکیه دارند که ابتدال 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 تناقض آمیز روبه‌رو 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 و 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» (همان منبع، ۲۸۲).

اما فرانک وبستر در برابر داوری تند هابرماس مبنی بر فریب آمیز بودن دموکراسی و این که توده‌های مردم قربانیان منفعل روندهای تبلیغاتی آن هستند، بر خلاقیت‌های 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.» (همان منبع، ۲۸۴).

وبستر در عین حال به منتقدان عصر اطلاعات به منزله مبارزانی که در برابر افزایش و گسترش روزافزون مدیریت اطلاعات، کالاسازی اطلاعات و فزونی نابودی گستره همگانی ایستاده‌اند، می‌نگرد.

مانوئل کاستلز نیز ارتباطات الکترونیک 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 خودمختار و الکترونیک عرضه می‌کند که از کنترل رسانه‌ها خارج است. کاستلز معتقد است که این فرآیند 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» (کاستلز، جلد دوم: ۴۱۹).

«در حقیقت، دموکراسی الکترونیک مستقیم، شمشیری دولبه است و بسته به جزئیات اجرایی آن (که شیظنت‌ها در همین جزئیات است) می‌تواند به اقتدار مردمی یا برعکس به دستکاری عوام‌فریبانه ختم شود. می‌تواند صدای مردان و زنان عادی باشد یا ابزاری برای اجرای سیاست‌های بیماری که حتی دولت‌های فاسد موجود نیز از آن پرهیز می‌کنند، به گونه‌ای که در مورد نتایج آن، مسئولیتی متوجه کسی نباشد» (کی. مور، ۱۳۸۳: ۱۰۷).

### مزایا و کاستی‌ها

رسانه‌های جدید الگوی اجتماعی - فرهنگی خاص خود را نیز به وجود آورده‌اند. 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 را به معنای انتشار اطلاعات در دوره‌های زمانی مشخص در قالب صفحات وب، روی یک شبکه اطلاع‌رسانی یا روی اینترنت تعریف کرده‌اند. این گونه 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، و بالاخره تلفیقی از برخی مطالب نسخه نوشتاری با مطالب 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، هر کس با هر انگیزه، تخصص و توانایی می‌تواند با ایجاد یک وبلاگ، مطالب مورد نظر خود را به مخاطبان ناشناخته در سراسر جهان عرضه کند و با آن‌ها وارد تعامل نیز بشود.

به تعبیر مایک گادوین (Mike Godwin)، «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 هر کس با استفاده از یک کامپیوتر و یک خط تماس با اینترنت می‌تواند به یک یا هزاران یا میلیون‌ها مخاطبی که تا دیروز فقط غول‌های رسانه‌ای بزرگ به آن‌ها دسترسی داشتند، دست یابد» (گادوین، ۱۳۷۸: ۲۴).

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 غیر حرفه‌ای و فاقد آموزش‌های تخصصی، فقدان نظام کارآموزی و استاد-شاگردی، عدم حضور و نظارت یک سردبیر باتجربه، عدم رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای، تجاوز به حریم خصوصی، جعل و تحریف اطلاعات، عدم تعهد و پایبندی 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 هر موضوع، دسترس‌پذیری آسان و غیرعمودی، 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 هم‌چنین تحولاتی را در زمینه شیوه‌ها و سبک‌های سنتی روزنامه‌نگاری پدید آورده است. توجه به کوتاه‌نویسی و فشرده‌نویسی به خاطر کوتاه بودن زمان تمرکز کاربران روی مطالب، تشکیل تریبون‌های آزاد، موج بودن مخاطبان، به کار بردن نثر و زبان غیررسمی و عدم رعایت قالب‌ها و سبک‌های شناخته شده و رایج روزنامه‌نگاری حرفه‌ای از جمله این تحولات است.

با تکیه بر فن‌آوری‌های اطلاعات و ارتباطات، خبرنگاران قادر خواهند بود به راحتی از طریق یک کامپیوتر کوچک، عکس بگیرند، متن خود را تنظیم کنند، آن را صداگذاری نمایند و در واقع، خود، همه‌کاره باشند. رقابت، روزبه‌روز فشرده‌تر می‌شود و برای انتشار خبر، محدودیتی در کار نخواهد بود. اطلاعات می‌توانند بسیار سریع قابل دست‌یابی باشند و با تلفنی که به فضای مجازی متصل است یک خبرنگار می‌تواند متن را بنویسد، ویرایش کند، با سردبیر، گفت‌وگو نماید و یک آرشیو دیجیتال داشته باشد. به این ترتیب، انتظار می‌رود که روزنامه‌نگاری شهروندی، نقشی فزاینده در عرصه گزارشگری خبری ایفا کند. به بیان دیگر در روزنامه‌نگاری الکترونیک، لازم نیست همه گزارش‌ها را خبرنگاران و گزارشگران تهیه کنند، زیرا مخاطبان نیز می‌توانند مقاله‌ها، نظرات، تفسیرها، عکس‌ها و حتی خبرهای خود را برای روزنامه‌های آنلاین ارسال کنند. اما مهم‌ترین چالش در این میانه، رعایت دو مقوله بی‌طرفی و کیفیت در دنیایی است که ساکنان آن درگیر تولید محتوا هستند.

هم‌چنین، استفاده از شبکه گسترده جهانی به روزنامه‌نگاران سنتی نیز امکان دست‌یابی به اطلاعات و افرادی را می‌دهد که از لحاظ جغرافیایی، دسترسی به آن‌ها دشوار است. به بیان دیگر، روزنامه‌نگاری الکترونیک با حذف دو مانع زمان و مکان، حضور هرجایی و هرزمانی خود را تضمین می‌کند. ابزارهای تحلیلی کامپیوتری به روزنامه‌نگار امکان می‌دهد که با سرکشی به ادبیات و منابع جهانی یک موضوع، اطلاعات مفیدتر و مؤثرتری را جمع‌آوری کند و گزارش‌های عمیق‌تر و خردمندانه‌تری بنویسد و منتشر نماید. این اطلاعات به گزارشگر فرصت می‌دهد تا قابلیت‌های خود را بروز دهد و گزارش‌هایی بنویسد که پیش از این تهیه آن ماه‌ها طول می‌کشید.

اما باید به خاطر داشت که «برای دست‌یابی به همه این اطلاعات، روزنامه‌نگاران نسبت به شهروندان عادی هیچ حق انحصاری ندارند و از هیچ‌گونه امتیازی برخوردار

نیستند. مشکل این جاست که مقدار اطلاعات و کیفیت گوناگون آن، دسترسی به تمامی اطلاعات را ناممکن ساخته است. بدین معنی که وظیفه روزنامه‌نگاری (در رسانه‌های چاپی و هر رسانه دیگر) در مسائل مربوط به فیلتر کردن اطلاعات در یک حوزه جنجالی و سایر بخش‌های مربوط به آن دفن می‌شود، در صورتی که حرفه روزنامه‌نگاری از تهیه حقایق تا تهیه و تدارک معنا، شکل می‌گیرد» (دوبرگ: منتشر نشده، ۱۰).

### وضعیت روزنامه‌نگاری الکترونیک در ایران

به‌رغم 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. 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 بیست سال بود. بنابراین 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 چندرسانه‌ای‌ها در زیست‌بوم جهانی پدید آورده‌اند. روزنامه‌نگاری الکترونیک با فاصله‌ای اندک (یک‌ساله) نسبت به غرب وارد ایران شد و وبلاگ‌نویسی به مثابه جدیدترین تحول در عرصه روزنامه‌نگاری الکترونیک نیز تقریباً همزمان یا حداکثر با یک سال تأخیر 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 کوتاه وبلاگ‌نویسی در ایران، هم‌اکنون هزاران وبلاگ ایرانی در شبکه اینترنت ایجاد شده‌اند، به نحوی که وبلاگ‌های خارجی زبان از حیث فراوانی در شبکه جهانی اینترنت در رده دوم قرار دارند. 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 نیز اخبار غیرقابل انتشار از رسانه‌های رسمی، بخشی از محتوای این وبلاگ‌ها 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 بر سفارشی بودن، از خصوصیت فراگیری نیز برخوردار است.

به این ترتیب می‌توان گفت که سرعت ورود، پذیرش و فراگیری روزنامه‌نگاری الکترونیک در ایران، خود نماد بارزی 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 روزبه‌روز گسترش می‌یابد. به علاوه، روزنامه‌نگاری اینترنتی در ایران امروز، همچون 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.



## سخن آخر

با توجه به نکات پیش‌گفته، ارزیابی‌ها نشان می‌دهند که رسانه‌های همگانی و شبکه‌های ارتباطی نوین در شرایطی آکنده از رقابت و چالش و در عین حال تعامل و همکاری با یکدیگر قرار دارند. در این عرصه پرافت‌وخیز، آن چه قطعی است، این است که 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.

به یک تعبیر، همه اشکال رسانه‌های ارتباطی درون‌سیستمی در حال توسعه، پیچیده و قابل انطباق در کنار هم وجود دارند و رشد می‌کنند. وقتی شکلی 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» (آلوس، ۱۳۸۰: ۶۸).

رسانه‌های نوین اصولاً دارای این نقطه قوت‌اند که ویژگی‌های انواع رسانه‌ها را در یک شبکه تعاملی به هم تنیده تلفیق کرده‌اند. این ترکیب و همگرایی، بی‌تردید تغییر پاره‌ای نقش‌ها و کارکردهای رسانه‌های همگانی را اجتناب‌ناپذیر می‌کند این تحول را می‌توان به فال نیک گرفت و آن را در جهت تکامل و بهسازی و برهم‌افزایی برونداد رسانه‌ها به کار بست، چرا که رسانه‌های جدید به طور خودانگیخته 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 می‌کنند و رشد می‌دهند.

اما بی‌تردید تولید، پردازش و انتقال پیام در سپهر اطلاعاتی و رسانه‌ای نوین، خود

به چالشی جدی برای آن‌ها تبدیل می‌شود. به قول خانم الن هیوم (Ellen Hume) «در شرایط جدید، چالش روزنامه‌نگار، نه رسانه، بلکه پیام است... کسب مخاطبان جدید و حفظ مخاطبان قدیمی، مستلزم چیزی فراتر از رسانه‌های تازه‌ای است که کار همان رسانه‌های سابق را انجام دهد» (پنگ و همکاران، ۱۳۷۸: ۳۲).

استیو اوتینگ (Steve Outing) از مؤسسه «ادیتور اند پابلیشر» نیز خدمات نشریات الکترونیک را مکمل نشریات چاپی می‌داند 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» (آلوس، ۱۳۸۰: ۷۰).

فن‌آوری‌های 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. (همان منبع).

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 یا دفاعی و انفعالی را مردود می‌شمارد.

جامعه اطلاعاتی بیش از هر چیز، 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 سایبرژورنالیست‌ها 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 پایداری خود نیاز به انرژی تازه‌ای داشت که به نظر می‌رسد شبکه‌های اینترنتی این انرژی را در اختیارش گذاشته‌اند. پیوند، تعامل و همزیستی روزنامه‌نگاری سنتی و روزنامه‌نگاری اینترنتی و دو نسلی که نماینده این دو عرصه هستند، مناسب‌ترین گزینه برای تضمین خدمت انسانی تر رسانه‌ها به بشریت است. روزنامه‌نگاران سنتی همچنین نباید نگران امنیت شغلی خود باشند، زیرا به گفته مایک گادوین «حداقل می‌توانند تا سی سال آینده روی امنیت شغلی خود حساب کنند. زیرا ما هنوز به جمع‌آوری، تحلیل تجربی و تلفیق هنرمندانه اخبار، به عنوان نقطه قوت روزنامه‌نگاری نیازمندیم» (پنگ، ۲۸). 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 آن که موفقیت خود را تضمین کنند، باید به بازیگران عمده در عرصه اینترنت و نیز به سازمان‌های ارائه‌کننده اطلاعات تبدیل شوند، احساس نیاز به خود را فراهم آورند و از فن‌آوری‌ها 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 این که کل آن را در شبکه عرضه کنند.

سپهر رسانه‌ای ایران خیلی زود با دست‌آوردهای تکنولوژی‌های نوین ارتباطی پیوند خورد و آن‌ها را به کار گرفت. مدیریت فرهنگی کشور نیز باید واقعیت شبکه‌های اطلاع‌رسانی کامپیوتری - اعم از سایت‌ها و وبلاگ‌ها - را که به وسیله جمع‌کثیری از دست‌اندرکاران و نخبگان ایجاد شده، یا در حال شکل‌گیری است به منزله بخشی از

جامعه رسانه‌ای کشور بپذیرد و به تعامل فعال و خلاق با آن‌ها روی آورد. تردیدی نیست که وجود این شبکه‌ها می‌تواند در درازمدت، خلاقیت و تولید فکری جوانان کشور را تقویت کند و سهم ایران را در تولید جهانی اطلاعات و تفکر افزایش دهد. همچنین، 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 آن‌ها 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. به گفته فیلیپ مایر، «به منظور غلبه بر اطلاعات انباشته، روزنامه‌نگاران باید روش‌های تحقیق در علوم رفتاری و اجتماعی را به کار گیرند و تبدیل به یک روزنامه‌نگار دقیق و موشکاف شوند و از سنت‌های روزنامه‌نگاری منفعل دست بکشند» (مایر، ۱۰).

از دیدگاه مایر، آن‌ها از این طریق می‌توانند گزارش‌هایی را که توسط منابع رسمی به آن‌ها داده می‌شود بررسی کنند. این بدان معنا نیست که روزنامه‌نگاران، عینی‌گرایی را کنار بگذارند، بلکه همان‌گونه که در مورد روزنامه‌نگاری نوین دهه ۱۹۶۰ اتفاق افتاده، آن‌ها باید در امر تعقیب و پی‌گیری اطلاعات درست، فعال‌تر باشند و فقط از اطلاعاتی که توسط گروه‌های ذی‌نفع به راحتی در دسترسشان قرار می‌گیرد، استفاده نکنند. برای جلوگیری از هرگونه دستکاری و تحریف در خبر، رسانه‌ها نیاز به اعتماد به نفس بیشتری دارند و کسب این اعتماد از طریق ارتقای سطح دانش و اطلاعات میسر است و این دانش و اطلاعات نیز از طریق تکنولوژی‌های ارتباطی به راحتی قابل دسترسی خواهد بود. در واقع ورود اینترنت به طور مؤثری شیوه‌های کنترل سنتی بر اطلاعات و انتشار آن‌ها را که توسط نخبگان صورت می‌گرفت از بین می‌برد و اطلاعاتی بیش‌تر از آن‌چه گزارشگران از طریق مصاحبه به دست می‌آورند، در اختیارشان می‌گذارد و بدین

ترتیب آن‌ها را صاحب «قدرت و اختیار» می‌کند. این بدین معناست که روزنامه‌نگاران، دیگر به اطلاعات رسمی وابسته نباشند و بدون توجه به آن که منابع رسمی از لحاظ سیاسی چقدر می‌توانند قدرتمند باشند، آن‌ها را به چالش بکشند.

تکنولوژی کامپیوتر و اینترنت می‌تواند برای روزنامه‌نگاران تا حدی استقلال سیاسی و اقتصادی در ورای فشارهای حرفه‌ای روزنامه در آغاز هزاره سوم به همراه بیاورد. اینترنت، هم‌زمان بررسی را کاهش می‌دهد، مکان و هم فاصله آن را کوچک می‌سازد و پیگیری، تعقیب و دست‌یابی به افراد مورد نظر را برای روزنامه‌نگاران آسان‌تر و محدودیت‌های سیاسی را کم‌رنگ‌تر می‌سازد.

و بالاخره پرسش نهایی و مقدر این است که آیا دولت‌ها و منافع تجاری اجازه خواهند داد که اینترنت همین‌گونه باقی بماند؟ سال‌های آتی اثبات خواهند کرد که این خوش‌بینی‌ها، یک خیال‌بافی و آرمان‌گرایی است یا یک ارزیابی واقعی از نیروی بالقوه‌ای که در حال آزاد شدن است.

#### منابع

- اکرمی، ح. «نسخه الکترونیکی مطبوعات در ایران»، رسانه. سال دهم، شماره سوم، پاییز ۱۳۷۸.
- تاتم، جرج، «آینده روزنامه‌ها، بقا یا نابودی؟»، رسانه. ترجمه حسن نورایی بیدخت، سال یازدهم، شماره سوم، پاییز ۱۳۷۹.
- دفلور، ملوین و دنیس، اورت ای. شناخت ارتباطات جمعی. ترجمه سیروس مرادی. تهران: دانشکده صدا و سیما، زمستان ۱۳۸۳.
- دوبرگ، هوگو. «روزنامه‌نگاری و تکنولوژی‌های نوین»، روزنامه‌نگاری تحقیقی. ترجمه ژاله اسکویی. منتشر نشده.

- شکرخواه، یونس. روزنامه‌نگاری سنتی و روزنامه‌نگاری سایبر در جامعه اطلاعاتی. رساله دوره دکتری علوم ارتباطات، تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، ۸۴-۱۳۸۳.
- شکرخواه، یونس. «سایبر ژورنالیسم در برابر روزنامه‌نگاری سنتی»، بخش اول، روزنامه جام جم. شماره ۲۷ فروردین ماه ۱۳۸۱.
- فویوه پنگ و همکاران. «چرا نشریه الکترونیک منتشر می‌کنیم»، رسانه. ترجمه حسن نورایی بیدخت. سال دهم، شماره سوم، پاییز ۱۳۷۸.
- کاستلز، مانوئل. عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ. ترجمه گروه مترجمان. تهران: طرح نو، دوره سه جلدی، ۱۳۸۰.
- کالمن آلوس، روزنتال. «آینده روزنامه‌نگاری الکترونیک؛ دگرگونی یا رسانه‌کشی»، رسانه. ترجمه لیدا کاوسی. سال دوازدهم، شماره دوم، تابستان ۱۳۸۰.
- کلی، جنیفر. «آموزش روزنامه‌نگاری در چالش با فناوری‌های جدید»، رسانه. ترجمه علی کسمایی، سال دهم، شماره سوم، پاییز ۱۳۷۸.
- کورش شمس *Nci.Persianblog.com*
- کوهن، جین. «حوزه عمومی رسانه‌ها و جامعه مدنی»، رسانه. ترجمه لیدا کاوسی. شماره ۵۹، پاییز ۱۳۸۳.
- کی. مور، ریچارد. «دموکراسی و فضای سایبر»، رسانه. ترجمه عبدالرضا زکوت روشندل، شماره ۵۹، پاییز ۱۳۸۳.
- گادوین، مایک. «اینترنت؛ عرصه روزنامه‌نگاران تازه کار، ارزان و تأثیرگذار»، رسانه. ترجمه فرید ادیب هاشمی. سال دهم، شماره سوم، پاییز ۱۳۷۸.
- نیزبیت، جان و پاتریشیا آبردین. دنیای ۲۰۰۰، سیاست، اقتصاد و فرهنگ در قرن بیست و یکم. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نی، ۱۳۷۸.

- وبستر، فرانک. نظریه‌های جامعه‌اطلاعاتی. ترجمه‌اسماعیل قدیمی. تهران: قصیده‌سرا، ۱۳۸۰.

- Building citizen, based Electronic Democracy,

URL: <http://www.edemocracy.org/intl/library/build.html>

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

- <http://www.media info.com>

- <http://www.qestifinder.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.

- Vincent, campbell; *Information Age Journalism*. London: Arnold Publishers, 2004.

- <http://www.printjournalist.blogspot.com>.

- Cyberspace: Two Flavors (2002)

URL: <http://www.well.com/user/mmcadams/cyberspase.html/>