

بازنگری در الگوی غربی روزنامه نگاری: از رویکرد انحصاری تا

دموکراسی دیجیتال

دکتر امیدعلی مسعودی oamasoodi@yahoo.com

عضو هیأت علمی دانشگاه سوره

چکیده

روزنامه نگاری در غرب، در آغاز به مخاطبان ایرانی نگاهی قوم مدارانه و تحقیر آمیز داشت. مخاطبان ایرانی در حالی به استقبال روزنامه ها در ایران رفتند که شاهد روزنامه نگاری دوران استبداد بودند و در همان زمان غربی ها از دودوران مهم روزنامه نگاری: آزادی و تجاری عبور کرده بودند. این تأخر تاریخی اما اینک به یمن انقلاب فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی شرایط جدیدی برای بازنگری در الگوی انحصارگرایانه روزنامه نگاری غربی در دنیا ی امروز به وجود آورده است.

رشد فن آوری های ارتباطی، امکانات تازه ای را برای مخاطبان در هر گوشه جهان فراهم کرده است تا آنان بتوانند با هزینه کمتری به تبادل اطلاعات و اخبار پردازند. در واقع انقلاب دیجیتال، بر کیفیت زندگی و ارتباطات انسانی و اجتماعی تأثیر گذارده است.

استفاده شهروندان از امکانات رسانه های جدید مانند: بلاگ ها، میکرو بلاگ ها، توئیتر، فیس بوک، فلیکرو... باعث شکل گیری روزنامه نگاری شهروندی در جامعه شده است. این نوع روزنامه نگاری تعریف جدیدی از مخاطب را باز تولید کرده است که با انحصارگرایی و استبداد در انتشار مطالب در فضای مجازی به رقابت و چالش برمی خیزد. تا آنجا که مخاطب به معنی قدیمی اش اکنون در این بازنگری جایی ندارد زیرا میان فرستنده و مخاطب مرزی وجود ندارد. زیست بوم خبری شرایطی را به وجود آورده است تا روزنامه نگاری غربی وارد دوران ضد انحصاری و دموکراسی دیجیتال شود.

کلمات کلیدی: روزنامه نگاری غربی، روزنامه نگاری شهروندی، دموکراسی دیجیتال،

مخاطب، رسانه های جدید.

مقدمه:

برای بازنگری روزنامه نگاری معاصر ضرورت بررسی سیر تحول روزنامه نگاری از زمان تاسیس نخستین نشریات دوره‌ای اروپایی و عصر استبداد سلطنتی تا رسیدن به پیشرفت مطبوعات تجارتي - خبری، انکار ناپذیر است. در این بررسی می‌توان تبدیل «فضای عمومی» به «فضای کاذب»، با پیدایش سرگرمی‌های توده‌ای و مطالب هیجان‌انگیز برای افزایش تعداد خوانندگان و گرایش فراینده به تمرکز گرایی و انحصاری گری موسسات مطبوعاتی را مشاهده کرد. در دوران معاصر با ظهور پدیده شبکه‌ای شدن ارتباطات و تولد رسانه‌های جدید در دو سو! شاهد بازنگری در «الگوی غربی روزنامه نگاری» هستیم. از یک سو، تغییر میزان مالکیت رسانه‌ها به سود بخش خصوصی و تقویت رویکرد انحصاری و از سوی دیگر فن‌آوری دیجیتال دسترس آسان به اخبار و اطلاعات توسط مردم را فراهم کرده که در نتیجه وضعیت متعارضی را برای این الگو به وجود آورده است. در چنین وضعیتی بررسی و ارزیابی انتقادی در مورد روزنامه نگاری کنونی ایران، می‌تواند تا حد نسبتاً زیادی برای روزنامه نگاران راهگشا باشد.

پیشینه الگوی غربی روزنامه نگاری

سیر تحول روزنامه نگاری از زمان تأسیس نخستین نشریات دوره‌ای اروپایی، تا دوران معاصر مشحون از رویدادهای قابل تأمل است. برای بازنگری در روزنامه نگاری معاصر غربی، کاظم معتمدنژاد استاد ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی از میان این رویدادها چهار زمینه را قابل بررسی می‌داند: «برای بازنگری در روزنامه نگاری معاصر غربی به طور کلی می‌توان در چهار زمینه به بررسی پرداخت. بدین منظور، از یک سو، در دو جهت متقابل برخورد‌های تاریخی شرق و غرب، ریشه یابی دیدگاه‌های منفی روزنامه نگاران غرب درباره جهان سوم و همچنین بازشناسی روزنامه نگاری آزادی‌گرای مورد تقلید در شرق، ضرورت پیدا می‌کند و از

سوی دیگر در دو جهت متعارض روابط سلطه و وابستگی کنونی شمال و جنوب بین کشورهای هسته مرکزی سرمایه دار سلطه گر و ممالک پیرامونی دنیای سوم، بررسی اقتصادی کاربرد اصول حرفه‌ای و شیوه‌های روزنامه نگاری مسلط غربی و نیز شناخت تحولات تازه روزنامه‌نگاری معاصر غرب و کوشش‌های جدید کشورهای در حال توسعه، برای ایجاد الگوها و ارزش‌ها و معیارهای مستقل روزنامه نگاری مورد توجه قرار می‌گیرد.» (معمد نژاد، ۱۳۶۸؛ ۴۳۹)

پس از اعلام زمینه‌های قابل بررسی، معمد نژاد به ریشه‌یابی تاریخی نگرش‌های جهان روزنامه نگاری غربی می‌پردازد و معتقد است تصویر پردازی‌های کسانی چون «هرودت» تاریخ نویس معروف در مورد ایران که بیشتر شامل تحریف‌های تاریخی می‌شود، مضمون‌های تحقیر آمیز داستان «ایرانیان» اشیل، شاعر تراژدی نویس اهل یونان درباره شکست خشایار شاه که همگی نشان دهنده شیوه‌های قوم مدارانه و برتری جویانه غربی‌ها نسبت به شرق است، تعیین کننده نگرش جهانی غربی‌هاست که حتی با طبقه بندی‌های قوم مدارانه «ماکس وبر» جامعه شناسی معروف آلمانی و مخصوصاً قرار دادن عقل گرایی غربی در مقابل سنت گرایی شرقی، اثبات کننده نگرش قوم مدارانه غربی‌هاست که حتی می‌توان این روش را در آثار «مونتسکیو» فیلسوف مشهور فرانسوی قرن هجدهم به خوبی مشاهده کرد.

مونتسکیو در کتاب «نامه‌های ایرانی» در نامه شماره ۳۰، راجع به شگفتی پاریسی‌ها از دیدن دو مسافر ایرانی، که با لباس‌های عجیب شرقی خود به فرانسه رفته بودند، نمونه برجسته‌ای از طرز برخورد اروپایی‌ها در این زمینه است. او در این کتاب با بیان خاص خویش، شگفتی اهالی پاریس را در مورد این مسافران توصیف می‌کند: «کنجکاوای پاریسی‌ها حد و اندازه‌ای ندارد. روزی که به پاریس رسیدم طوری به من نگاه می‌کردند که پنداری از آسمان به زمین

آ مدّه ام. زن و مرد و پیر و جوان و حتی کود کان از هرسو می آمدند تا مرا از نزد یک بینند» (مونتسکیو، ۱۳۸۷: ۱۰۹).

این مسافر ایرانی مجبور می شود به دلیل تصویر منفی آثار مکتوب فرانسوی از ایرانی ها، لباس خود را عوض کند: «خیاط من اولین کسی بود که این تغییر لباس را نمی پسندید. زیرا معتقد بود که با این عمل توجه و احترام همگان را از دست خواهم داد... و چند روز بعد که به محفلی رفته بودم متوجه شدم که دیگر کسی به من نگاه نمی کند، و دهان هیچ کس با دیدن من از تعجب باز نمی ماند. اما در آن میان کسی که دریافته بود من ایرانی ام، قضیه را به دیگری گفت، و می شنیدم که آن هابه زمزمه می گفتند: «آه... آه... این آقا ایرانی است؟ چیز غریبی است! چگونه می شود ایرانی بود؟» (همان، ۱۱۱)

معتمدنژاد همچنین به باز شناسی روزنامه نگاری تقلیدی غربی در شرق می پردازد و با توجه به نحوه تاسیس اولین چاپخانه ها و نخستین روزنامه ها در کشورهای اسلامی، یاد آور می شود که میان تاسیس نخستین چاپخانه ها و انتشار مطبوعات در این ممالک فاصله های زمانی طولانی وجود دارد که آن هم به رواج سیاست های «تجدد خواهی» غربی ها بستگی داشته است.

در مورد تعارض های تاریخی تحولات روزنامه نگاری در غرب و شرق، دکتر معتمد نژاد یاد آور می شود که عقب ماندگی تاریخی کشورهای اسلامی را در این باره باید مورد توجه قرار داد: «بررسی تحول مطبوعات کشورهای غرب نشان می دهد که آن ها از آغاز قرن هفدهم، که نخستین نشریات دوره ای اروپایی انتشار یافت، تا دهه چهارم قرن نوزدهم، که اولین روزنامه های مصر و ترکیه و ایران منتشر گردید، دو مرحله را پشت سر گذاشته بودند و به سومین و آخرین مرحله تحول خود - که هنوز ادامه دارد - وارد شده بودند. در مرحله اول، روزنامه های دولتی و استبدادی پدید آمدند. مرحله دوم، دوره پیدایش و گسترش مطبوعات عقیدتی و سیاسی و انقلابی بوده و مرحله سوم، دوره فعالیت مطبوعات خبری و تجاری است. طبیعی است که در

هر کدام از این سه مرحله، روزنامه نگاری هم ماهیت خاص خود را داشته است و این مسأله‌ای است که در غرب هنوز به طور همه جانبه موشکافی نشده است و در ایران و اکثر ممالک جهان سوم نیز مورد توجه کامل قرار نگرفته است» (معمد نژاد، ۱۳۶۸: ۴۵۶)

در مرحله دوم که دوران پیدایش و گسترش مطبوعات انقلابی است بر اثر فعالیت‌های شکوفای مطبوعات و تاثیر مثبت آن در افکار عمومی، محیط مساعدی برای تبادل و تضارب آراء «فضای عمومی» سالم و پرجاذبه‌ای پدید آمده بود که با فرا رسیدن دوران سوم یعنی دوران فعالیت مطبوعات خبری و تجارتي به دليل كالايي شدن خبر و انتشار مطالب سرگرم کننده اين فضا از جامعه رخت بر بست و يك «فضای كاذب» جایگزین آن گردید. در این فضا مصرف زدگی، اسراف و تبذیر حرف اول را می‌زند و هر چند رونق مطبوعات تجاری به افزایش خوانندگان مطبوعات کمک کرد اما جذب هر چه بیشتر مخاطبان، باعث پیدایش «نشریات زرد» و «عامه پسند» شد، در چنین شرایطی کار مطبوعات به سرمایه داران بزرگ وا گذاشته شد: «از آن موقع، چون انتشار مطبوعات، به صورت یک فعالیت تجارتي درآمد و این امر، سرمایه‌های بزرگی را ایجاد می‌کرد، دیگر روزنامه نگاران انقلابی و افرادی که عقاید و علاقه‌های خاص سیاسی داشتند، نمی‌توانستند به کار روزنامه نگاری بپردازند. در جریان همین دگرگونی بود که یک روزنامه نگار فرانسوی در پارلمان این کشور فریاد زد: «برای انتشار مطبوعات، باید ثروت فراوان داشت. ما پول نداریم. پس سکوت برای فقرا» وی روز بعد هم، روزنامه خویش را تعطیل کرد.» (همان، ۴۵۹)

همچنانکه بر شمردیم، مطبوعات در محیط استبدادی غرب متولد شدند و تولد نشریات نیز در کشور ما در شرایط استبداد صورت گرفت. با این تفاوت که پیدایش مطبوعات در شرایط استبدادی دوره قاجار در حالی صورت می‌گرفت که ۲۰۰ سال از نخستین مطبوعات استبدادی غرب سپری شده بود. در غرب مرحله دوم روزنامه نگاری نیز جای خود را به مرحله سوم

روزنامه نگاری یعنی روزنامه نگاری تجاری داده بود: «ما تازه در این دوره مطبوعات استبدادی تأسیس کردیم به خیال آنکه می‌توانیم مطبوعات را تبدیل به مطبوعاتی کنیم که هدف‌ها و آرمان‌هایی را که در مطبوعات عصر انقلاب و مطبوعات سیاسی و مسلکی دنبال می‌شود، دنبال کنیم. در حالی که مطبوعات تجارتي شده بوده و در غرب ماهیت خود را عوض کرده بود. با اینکه نخستین روزنامه‌های غرب روزنامه‌های استبدادی بودند اما در همان اوضاع و احوال برای اینکه نشریات متناوب هم به وجود آید در کنار مطبوعات استبدادی دولتی در بسیاری از کشورهای اروپایی و خصوصاً در انگلستان و فرانسه که شرایط فرق کرده بود، مطبوعات دیگری به وجود آمد. با انقلاب مشروطیت ۱۶۸۸، آلمان و فرانسه به سبب آنکه دارای نظام استبدادی بودند، اما با وجود مطبوعات استبدادی وابسته به دولت کم‌کم نشریاتی منتشر شدند که دولتی نبودند و استبدادی نبودند» (همان، ۹)

در چنین شرایطی بود که تحت تاثیر مطبوعات؛ اعلامیه حقوق بشر و شهروند در آستانه انقلاب دموکراتیک ۱۷۸۹ میلادی فرانسه شکل گرفت و اصول نظام آزادی مطبوعات در غرب به ۳ اصل اساسی، ۱- آزادی فعالیت مطبوعات؛ ۲- تعدد مطبوعات و ۳- عینی‌گرایی و بی‌طرفی استقلال مطبوعات پی‌ریزی شد. هر چند انتقاد گران بر این اصول ایراد می‌گیرند: «اصل آزادی انتشار مطبوعات، به سبب تمرکز اقتصادی و سایل ارتباط جمعی و انحصار طلبی سرمایه داری در این زمینه تحقق پیدا نمی‌کند تعدد مطبوعات نیز به علت سلطهٔ ایدئولوژی حاکم بر جامعه، جنبه ظاهری دارد و به طور غیر مستقیم در تحمیل الگوها و ارزش‌های سیاسی و اجتماعی و فرهنگی نظام سرمایه داری، تأثیر قاطع می‌گذارد. رعایت عینی‌گرایی و بی‌طرفی و استقلال روزنامه نگاران هم، تحت تأثیر اوضاع و احوال گوناگون اجتماعی و باورها و پندارهای شخصی آنان و فشارهای مستقیم و غیر مستقیم حرفه‌ای عملاً امکان‌پذیر نیست» (همان، ۴۶۹)

اما انتقاد اصلی، منتقدان بر وجود تجاری شدن فعالیت‌های و سایل ارتباط جمعی است. که آن‌ها را تبدیل به موسسات سودجویی کرده است که «صنایع فرهنگی را بر اساس آنچه که «تئودور آدرنو» فیلسوف معروف مکتب فرانسفورت یادآور می‌شود در جهت گسترش «فرهنگ توده» و تخدیر مخاطبان به کار می‌بندند. (همان، ۴۷۱)

«لویی آلتزر» فیلسوف معاصر فرانسوی نیز و سایل ارتباط جمعی غرب را جزء ابزارهای اساسی قدرت حاکم می‌شناسد. او ضمن مطالعه درباره ساختارهای قدرت سیاسی، «دستگاه‌های سرکوبگر دولت» مانند ارتش و پلیس و سایر نیروهای انتظامی و دادگستری و زندانبان‌ها و نظایر آن‌ها را از «دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت همانند خانواده، دانشگاه، کلیسا، مدارس، رسانه‌ها، احزاب و سندیکاها متمایز می‌سازد و دستگاه‌های ایدئولوژیک و از آن جمله رسانه‌ها را به عنوان عوامل بازآفرینی ایدئولوژی حاکم و قدرت حکومت بر می‌شمارد. (همان، ۴۷۳)

در دهه هشتاد و نود قرن بیستم میلادی تحت تأثیر فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و تحولات سیاسی حاکم بر جهان، به ویژه فروپاشی حکومت سوسیالیستی اتحاد جماهیر شوروی، الگوی غربی روزنامه نگاری نیز دستخوش تحول شد و نقاط ضعف و قوت تازه‌ای را برای خود رقم زد.

روزنامه نگاری نوین در الگوی غربی

همان‌گونه که بر شمردیم بر اثر تحولات تازه‌ای که در عرصه فن‌آوری‌های ارتباطی اتفاق افتاد، نقاط قوت و ضعف تازه‌ای در الگوی غربی روزنامه نگاری را شاهد هستیم. رشد فن‌آوری‌های ارتباطی، امکانات تازه‌ای را برای مخاطبان در هر گوشه جهان فراهم کرده است تا آنان بتوانند با هزینه کمتری به تبادل اطلاعات و اخبار بپردازند. در واقع انقلاب دیجیتال، بر کیفیت زندگی و ارتباطات انسانی و اجتماعی تأثیر گذارده است. هر چند انقلاب دیجیتال به

دلیل عقب ماندگی های موجود در بسیاری از کشورهای در حال توسعه میان کشورهای غنی و فقیر نوعی شکاف و دوری را رقم زده است که از آن تحت عنوان «شکاف دیجیتالی» یاد می شود. با این و صف نظام سرمایه داری غرب، بی اعتنا به چنین مسأله مهمی با طرح موضوع خصوصی سازی و مقررات زدایی در کشورهای جهان، مرحله جدیدی از شکل گیری انحصارات و مونوپل کردن وسایل ارتباط جمعی را آغاز کرده است.

الف. رویکرد انحصاری در روزنامه نگاری غربی

بر اساس تغییرات جدیدی که در قوانین مالکیت رسانه های آمریکا ایجاد شده است، مالکان وسایل ارتباط جمعی بزرگ در یک شهر اجازه خواهند داشت، کلیه شبکه های رادیو و تلویزیون و حتی روزنامه های محلی موجود در آن شهر را بخرند و در شرکت رسانه ای خود ادغام کنند. «از جمله تغییرات دیگری که در این قانون اعمال شده این است که سرمایه داران بزرگ رسانه ای در آمریکا می توانند تا سقف ۴۵ درصد در شرکت های رسانه ای دیگر سرمایه گذاری کنند. پیش تر، این سقف ۳۵ درصد بود و هر مالک رسانه ای تنها می توانست این مقدار از سهم یک شرکت را برای خود و یا نزدیکانش به ثبت رساند، و مابقی این سهام را باید شرکت های دیگر و یا افراد حقیقی دیگر خریداری می کردند. از قوانین دیگری که با این اصلاحیه تغییر خواهد کرد، محدودیت دسترسی شرکتهای رسانه ای به خانواده های آمریکایی است. در قانون قبلی، هر شرکت بزرگ رسانه ای که بتواند تا سقف ۳۵ درصد در خانواده های امریکا نفوذ کند اجازه سرمایه گذاری دیگری را در امر تلویزیون نخواهد داشت. با اصلاحیه جدید این سقف برداشته می شود و شرکت ها تا جایی که جیب شان اجازه دهد می توانند در امر تلویزیون سرمایه گذاری کنند. (سروش، ۱۳۸۲ a : ۳۹).

بدین ترتیب، این تغییرات دست سرمایه داران بزرگ را برای ادغام رسانه های کوچک در شرکت بزرگ بسیار باز می کند و امکان کنترل عظیم شرکتی را بر کلیه رسانه های آمریکا پدید

می‌آورد که نتیجه آن سانسور و تحریف هرچه بیشتر خبر و اطلاعات در آمریکا خواهد بود. بی دلیل نیست که چند روز بعد خبر تلاش «روپرت مرداک» بزرگترین رسانه‌دار جهان و صاحب شبکه خبری فاکس نیوز (Fox News) برای تصاحب کل رسانه‌های آمریکا در سراسر جهان منتشر شد. بر اساس این خبر «مرداک» می‌خواهد اعضای کنگره آمریکا را برای سرمایه‌گذاری ده میلیارد دلاری در شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای این کشور راضی کند. «مرداک» که صاحب دومین شرکت بزرگ رسانه‌ای جهان، نیوزکور پرشین است، قصد دارد ۳۴ درصد از سهام شرکت بزرگ ماهواره‌ای آمریکا، هاس الکترونیک را به قیمت ۶/۶ میلیارد دلار خریداری کند. این شرکت صاحب تلویزیون ماهواره‌ای «دیرک تی. وی» است که بزرگترین شرکت عرضه‌کننده خدمات ماهواره‌ای در آمریکا محسوب می‌شود. در صورتی که روبرت مرداک بتواند اعضای کنگره آمریکا را به این سرمایه‌گذاری راضی کند، به یقین سلطنت خود را بر رسانه‌ها از شرق تا غرب عالم تثبیت خواهد کرد.» (سروش، ۱۳۸۲ ب: ۳۷). تغییر قوانین مالکیت رسانه‌ای در آمریکا توسط «کمیسیون ارتباطات فدرال آمریکا»، (FCC) به مخالف‌های گسترده در داخل و خارج آمریکا روبرو شد. در اولین موضع‌گیری داخلی علیه این تصمیم، «جف چستر» - مدیر مرکز دموکراسی دیجیتال - به شدت علیه کمیسیون حرف زد و گفت: «کمیسیون با تصویب این تغییرات ساختار دموکراسی ما را به طور اساسی تضعیف کرد. به گفته چستر: «هرچقدر تعداد مالکان رسانه‌ای کم تر شود و تعداد رسانه‌های مستقل کاهش یابد به همان میزان صداهای آزاد کم تر شنیده خواهد شد فرصت‌های کم تری برای بحث‌های زیر بنایی به وجود خواهد آمد، و در نهایت انتخاب برای کسانی که به دنبال نظریات و سایت‌ها و شبکه‌های جایگزین می‌گردند سخت و سخت تر خواهد شد. از این پس، تصمیم‌گیری ما در دست مستی شرکت بزرگ خواهد افتاد و عموم مردم از آن بی بهره خواهند شد.» (سروش، ۱۳۸۲ ج: ۳۸).

«تدترنر» بنیان گذار اولین شبکه خبری - کابلی آمریکا (C.N.N) با حمله به سیاست گذاری رسانه‌ای آمریکا گفت: «اگر چنین قوانینی که هم اینک در کمیسیون فدرال تصویب شد، دو دهه پیش وجود داشت. من هرگز نمی‌توانستم شبکه خبری CNN را راه اندازی کنم. ترنر تاکید کرد: «با تقویت و اجرای این قوانین کلیه منابع خبری آمریکا در انحصار چند شرکت غول آسا قرار خواهد گرفت و روزنامه نگاری مستقل از بین خواهد رفت.» (سروش، ۱۳۸۲a: ۳۹).

موضوع گیری مجلس عوام کانادا را هم باید نوعی مخالفت خارجی با مصوبه «کمیسیون ارتباط فدرال آمریکا» تلقی کرد. بر اساس مصوبه جدید مجلس عوام کانادا، دولت این کشور می‌بایست درباره قوانین مالکیت رسانه‌ای همانند گذشته عمل کند. «پس از تغییر قوانین مالکیت رسانه‌ای در آمریکا که منجر به آزادی عمل بیش از حد سرمایه داران در این کشور شد، و پس از آن که برخی از کشورهای اروپایی مانند: انگلیس تصمیم گرفتند مانند آمریکا عمل کنند، مجلس کانادا با ابراز نگرانی از شیوع این روند در این کشور با وضع قانون هرگونه تغییر در این قوانین را ممنوع اعلام کرد.» (سروش، ۱۳۸۲ d: ۴۹).

با این وصف، انحصار مالکیت رسانه‌ای موجب رکود و خمودی در وسایل ارتباط جمعی و به فراموشی سپردن نوآوری و خلاقیت در محیط انحصار خواهد شد. زیرا نوآوری در سایه رقابت مشکل می‌گیرد. اکنون این پرسش مطرح می‌شود که آیا به این ترتیب باید افق آینده وسایل ارتباط جمعی در جهان را تیره و تار ترسیم کنیم یا آنکه میدانی برای خوش بینی و تصور ایده‌های آرمانی نیز در آینده می‌توان در نظر گرفت؟ بروز و ظهور فن آوری‌های نوین ارتباطی و دسترسی عموم مردم به اخبار و اطلاعات البته میدان مناسبی برای شکستن انحصارات رسانه‌ای خواهد بود. پس باید امیدوار بود.

ب. فن

آوری‌های نوین ارتباطی و دموکراسی دیجیتال

هرچند سایه انحصارات بر سر و سایل ارتباط جمعی سنگینی می کند و خصوصی سازی و سایل ارتباط جمعی فضای عمومی را تیره کرده است، اما پیدایش فن اوری های نوین ارتباطی ابرهای تیره را کنار می زند و فرصت های بی بدیلی را برای کسب اخبار و اطلاعات در دسترس عموم قرار می دهد.

پس از انقلاب عظیمی که با پیدایش اینترنت در جهان رسانه ها شاهد بودیم و دیدیم که «جامعه شبکه ای» چگونه تمام نقاط جهان را به یکدیگر متصل کرد. بیل گیتس بنیانگذار شرکت مایکروسافت از انقلابی که در ژورنالیسم در راه است خبر داد. او روز ۲۹ آوریل ۲۰۰۳، در کنفرانس سالانه «انجمن روزنامه نگاران آمریکا» در واشنگتن از ارائه روزنامه دیجیتالی توسط شرکت مایکروسافت خبر داد و گفت:

«روزنامه های online به راحتی با خواننده ارتباط برقرار می کنند. روزنامه ها می توانند توانایی بصری داشته باشند. پیوندها و مقاله ها در دنیای مجازی بسیار جذاب هستند. انتشارات Online می تواند مشکلی بی نظیر داشته باشند. در آینده خبرنگاران قادر خواهند بود به راحتی از طریق کامپیوتری کوچک، عکس بگیرند، متن را بنویسند، صدا گذاری کنند و همه کاره خود باشند. رقابت بیش از گذشته می شود و برای انتشار خبر محدودیتی وجود نخواهد داشت. [تاکید از ماست] و اطلاعات می توانند بسیار سریع قابل دستیابی باشند. با تلفنی که به دنیای مجازی وصل است یک خبرنگار می تواند متن را ببیند، ویرایش نماید و با سردبیر صحبت نماید.» (یاس نو، ۱۳۸۲: ۷)

از دیگر امکانات جدید روزنامه دیجیتالی آن است که مخاطبان از طریق این روزنامه می توانند علاوه بر این که درباره برگزاری کنسرت های آینده موسیقی خبر کسب کنند. کلیپ های صوتی آن را هم بشنوند و حتی بلیت کنسرت را تهیه کنند!

علاوه بر این؛ اینترنت هم اینک نوع جدیدی از روزنامه نگاری را به وجود آورده است به

نحوی که هر فرد عادی می‌تواند برای خودش یک «وبلاگ» داشته باشد. از طریق آن، عکس، متن و حتی صوت مورد نظر را برای دیگران بفرستد، اخیراً اینترنت در کره جنوبی شکل تازه‌تری از روزنامه‌نگاری را به وجود آورده است.

در آغاز وبلاگ‌ها به عنوان نخستین ابزارهای انحصار شکن در عرصه دموکراسی دیجیتال قدرت خود را به رخ روزنامه‌های سنتی کشیدند: «در میان تمامی ابزارهای جدید، وبلاگ‌ها با قدرتی غیر قابل کتمان در تمامی عرصه‌ها عرض اندام می‌کنند و در عرصه سیاست به طور خاص، بی‌شک یک قدرتند، قدرت‌هایی که با سادگی ادبیات و زبان مردمی و شفافشان به ضد قدرتی قابل تأمل و در خور ارزیابی بدل شده‌اند. پربیراه نیست اگر می‌بینیم ۱۲۰ نماینده مجلس فرانسه صاحب وبلاگ هستند، رئیس جمهور ۵۶ ساله شیلی پیروزی انتخاباتی اش در انتخابات دسامبر ۲۰۰۵ را مدیون وبلاگش می‌داند و وبلاگ جورج بوش، رئیس جمهوری آمریکا که از نوامبر ۲۰۰۳ برای انتخابات ریاست جمهوری آغاز به کار و رقم بالایی از آرای انتخاباتی را به کمک بلاگرها از آن خود کرده همچنان در تبادل ارتباط و اطلاعات با دوهزار وبلاگ همیشه آنلاین است.» (نمازی خواه، ۱۳۷۶: ۴۱).

این تحولات فقط در کشورهای آمریکایی اتفاق نیفتاده، شواهد زیادی نشان دهنده گسترش این تحولات در بسیاری از نقاط جهان است: «یک سایت اینترنتی جدید در کره جنوبی سبب شده که همه افشار کشور کره، از دکتر گرفته تا دانشجو، کاسب، بازرگان، پروفیسورهای دانشگاه و حتی زن‌های خانه دار در نقش «شهروندان گزارشگر» در به روز شدن اخبار نقش داشته باشند.

این سایت اینترنتی www.ohmynews.com نام دارد که در آن انواع پوشش‌های خبری از مسایل سیاسی گرفته تا شایعات و اتفاقات بین‌المللی یافت می‌شود و همه افراد می‌توانند گزارشگر این سایت باشند.

او به اون هو، سردبیر این سایت خبری، در خصوص سایت خود می گوید: «هدف ما از به راه انداختن این سایت خداحافظی با روزنامه نگاری قرن بیستم بود؛ جایی که مردم تنها می توانستند چیزها را از دیدگاه جریان اصلی رسانه‌ها و یا رسانه‌های محافظه کار ببینند». او بر این باور است که هر شهروند کره‌ای می تواند گزارشگر باشد». (سروش، ۱۳۸۲ e: ۴۷).

گرچه این سایت اکنون ۲۶۳۰۰ گزارشگر ثابت دارد ولی منتقدان می گویند مردم، گاه قدرت تشخیص خوبی ندارند و این سایت مرز بین حقیقت و دروغ را مشخص نکرده و بی طرفی رسانه‌ای را نادیده گرفته است. لذا رعایت گزینشگری اخبار و وجود دروازه بانان خبر برای چنین سایت‌هایی ضرورت دارد. «تأثیر وبلاگ‌ها در اینترنت تا اندازه ای بود که استفن دی کوپر (Stephen D.Cooper) دانشیار ارتباطات دانشگاه مارشال آمریکا، وبلاگ نویسان را رکن پنجم دموکراسی خواند و کتابی را هم با همین عنوان منتشر کرد». (مسعودی، ۱۳۹۰: ۲۴).

اما نکته مهم در دموکراسی دیجیتال، فاصله یا شکاف دیجیتالی میان کشورهای غنی و فقیر است که باید برای آن چاره‌ای اندیشید: «از یاد نبریم که در حال حاضر فاصله دیجیتالی بزرگی در جهان به چشم می خورد در ایالات متحده آمریکا، بیش از کل بقیه جهان کامپیوتر وجود دارد، تعداد تلفن در توکیو به اندازه کل آفریقا است. این شکاف دیجیتالی را می توان و باید پر کرد. سرمایه‌ای که در انقلاب دیجیتال ارزش روز افزون پیدا می کند، «سرمایه فکری» است و محصول اصلی آن که «اطلاعات» است تفاوت‌های اساسی با کالاهای تمام شدنی دارد. (خانیکی، ۱۳۸۲: ۶).

باید فاصله‌های دیجیتال را کاهش داد، در برخی کشورها کمبود تلفن وجود دارد و افراد نمی توانند به شبکه متصل شوند. برخی دیگر به علت نبودن کارت اعتباری قدرت خرید از طریق شبکه را ندارند، این مطلب عمده ترین چالش قرن کنونی است. «شکاف دیجیتالی بین جهان فقیر در حال توسعه و غرب ثروتمند پیشرفته از عمده ترین چالش‌های توسعه قرن به شمار

می‌رود. در واقع ۹۹/۶ درصد مردم آفریقا و جنوب آسیا در سال ۲۰۰۰ از دسترسی به اینترنت محروم بودند. مجمع عمومی سازمان ملل در ژوئن ۲۰۰۲ اعلام داشت که شکاف دیجیتالی احتمالاً اقتصادها و ملت‌های بسیاری از کشورهای در حال توسعه را بازهم بیشتر در حاشیه قرار خواهد داد. گروه ۸ در سال ۲۰۰۰ در اکیناوا اعلام داشت که همه مردم باید بتوانند به شبکه‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی دسترسی داشته باشند.» (همان).

بی‌گمان با پر کردن فاصله دیجیتالی، توزیع خبر و اطلاع در شبکه الکترونی به سمت عدالت میل خواهد کرد. در چنین وضعیتی سهامداران شرکت‌های غول‌آسای رسانه‌ای در غرب با وضع متعارضی روبرو خواهند شد. زیرا انحصارات با توزیع عادلانه کالا و خدمات به هیچ وجه سرسازش نداشته و نخواهد داشت.

از سوی دیگر در یک تقسیم‌بندی تقویمی گفته می‌شود در «انقلاب‌های تجاری»، یعنی انقلاب‌هایی که برسر منافع مادی و ملی شکل گرفتند؛ مانند انقلاب بریتانیا، انقلاب آمریکا و انقلاب هند از رسانه‌ای چون «اعلامیه و منشورها»، در «انقلاب‌های روشنفکری» یعنی انقلاب‌هایی که پیرامون یک ایدئولوژی و عقیده مرکزی تشکیل شدند مانند انقلاب فرانسه، روسیه و چین از «روزنامه و نشریه‌ها»، و در «انقلاب‌های سیاسی» که نمونه بارز آن در بیداری اسلامی «انقلاب مصر» و «تونس» به شمار می‌آیند؛ بجای متینگ‌های سیاسی و حزبی از رسانه‌های اینترنتی مانند: وب‌سایت‌ها، وبلاگ‌ها، میکرو بلاگ‌ها و به ویژه از شبکه‌های اجتماعی استفاده کردند. (قوچانی، ۱۳۹۱: ۱۷).

انتشار و ارسال تصاویر و ویدئوی آماتوری در وب‌سایت یوتیوب، توئیٹ‌ها (پیام‌هایی کوتاه با ۲۴ کاراکتر)، پست‌ها یا کامنت‌های نوشته شده بر رثوی فیس بوک به زبان ساده، کوتاه و صمیمی به جای زبان رسمی رسانه‌های دولتی؛ مخاطبان یا بهتر بگوییم کاربران (Users) را به عنوان منبع و نه مقصد، مشارکت‌دهنده و توزیع‌کننده زیست بوم (اکوسیستم) خبری پیچیده

و غیر قابل کنترلی را فراهم کرده است تا دولت ها نتوانند دور از چشم شهروندان کاری را به انجام رسانند. «آریانا هافینگتون» یکی از پایه گذاران وب سایت روزنامه نگاری شهروندی (Citizen Journalism) با عنوان هافینگتون پست (Huffington Post) که پیشرو ادغام و یکپارچه کردن خبر با شبکه های اجتماعی است، می گوید: «آن هافقط مصرف کننده خبر نیستند بلکه آن را تقسیم کرده، توسعه داده و به آن می افزایند؛ این رابطه پویا با خبر است.» (اکنون میست، ۱۳۹۱: ۳۴).

همین واقعیت باعث شده است تا برخی از مرگ و زوال روزنامه نگاری سنتی سخن به میان آورند زیرا مخاطبان دیروز روزنامه نگاران آزاد امروز هستند. در این نوع از روزنامه نگاری هم روزنامه نگاران و هم مخاطبان در ارتباطی تعاملی (Interactive)، به انتشار اخبار و اطلاعات بدون محدودیت زمانی و مکانی با امکاناتی رایگان پردازند. انتشار اخبار حمله به هتل بمبئی در ۲۸ نوامبر ۲۰۰۸ میلادی و ذکر خصوصیات مهاجمان به و سیله مسافران ساکن در هتل به و سیله تلفن همراه و رسانه توئیتر، کمک بزرگی به پلیس هند برای برخورد با تروریست ها بود.

خود سوزی محمد بوعزیزی جوان دستفروش تونسی و به دنبال آن انتشار تصاویر تظاهرات و اعتراض های مردم شهر سیدی بوزید تونس، در توئیتر و فیس بوک، انقلاب تونس را در سال ۲۰۱۱ رقم زد و به حکومت زین العابدین بن علی خاتمه داد.

وائل غنیم جوان مصری و از کارمندان گوگل در قاهره با انتشار اخبار قیام مردم مصر در فیس بوک باعث انفجار اطلاعات و اخبار اعتراضات مصری ها در سراسر دنیا شد. دولت حسنی مبارک چند روزی اینترنت را قطع کرد اما چشم و گوش دنیا دیگر به اخبار مصر باز شده بود و دیکتاتور در عین ناباوری در ۱۱ فوریه ۲۰۱۱ سقوط کرد. به این ترتیب می توان مثال های فراوان از شکل گیری الگوی جدید روزنامه نگاری در دنیا را ارائه کرد. در این الگو مخاطبان دیروز روزنامه نگاران آماتور امروزند. اکنون باید این واقعیت را پذیرفت که فن آوری های ارتباطی

و اطلاعاتی مربوط به رسانه های اجتماعی، جمع کثیری از شهروندان را قادر می سازد تا در جمع آوری، پالایش و توزیع اخبار مشارکت داشته باشند.

روزنامه نگاری در

ایران

وضعیت روزنامه نگاری

در ایران مانند دیگر کشورهای در حال توسعه از همان ابتدا تحت تأثیر الگوی غربی روزنامه نگاری شکل گرفت و نُضج یافت، الگوی تقلیدی غرب تا پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ بر این کشور حاکم بود. اما پس از پیروزی انقلاب اسلامی، شیوه های جدیدی از روزنامه نگاری در ایران تجلی یافت که می توان آن را در دو مقطع قبل و بعد از دوم خرداد ۱۳۷۶ یادآور شد.

الف. روزنامه نگاری در ایران پیش از دوم خرداد ۱۳۷۶

در شرایط سال های پس از پیروزی انقلاب اسلامی به ویژه هشت سال دوران جنگ عراق علیه ایران، نوعی خود سانسوری بر روزنامه نگاران مسلط بود که متأسفانه این خود سانسوری حتی پس از پایان جنگ یعنی سال ۱۳۶۷ تا سال ۱۳۷۶ بر کار روزنامه نگاران ایرانی حاکم بود. در این دوران روزنامه نگاری سنتی چاپی، اخبار و اطلاعات را منتشر می کرد.

ب. روزنامه نگاری در ایران بعد از دوم خرداد ۱۳۷۶

روی کار آمدن دولت اصلاح طلب در دوم خرداد ۱۳۷۶ باعث شد تا دولت اصلاحات با شعار توسعه سیاسی و آزادی وارد عرصه سیاست کشور شود. تحولات فن آوری ارتباطی در چهار ساله دوم دولت اصلاح طلب، باعث شد تا شاهد گشایش سایت های اینترنتی در کشور باشیم در چهار سال اول دولت اصلاحات افزایش تعداد عناوین روزنامه ها و مطبوعات و حمایت دولت از روزنامه نگاران و وضع مساعدی برای رشد روزنامه نگاری سنتی و مکتوب در ایران به

وجود آورد. اما متأسفانه غالب شدن سیاست بر حرفه روزنامه نگاری نیز مطبوعات را در معرض آسیب های جدی قرار داد. در این دوره روزنامه نگاری بدون کاغذ یا روزنامه نگاری سایبری در قالب وب سایت ها و وبلاگ ها شکل گرفت و اخیراً روزنامه نگاری شهروندی با کمک بلاگ ها و میکرو بلاگ ها به عنوان یکی از منابع اصلی اخبار و اطلاعات در جامعه ایفای نقش می کنند. «تویتر»، «فیس بوک» و «فلیکر» از جمله امکانات مجازی برای تقویت روزنامه نگاری شهروندی در ایران به حساب می آیند.

نتیجه گیری

الگوی غربی روزنامه نگاری با عبور از سه دوران استبدادی، آزادی و تجارتي، تأثیرات عمیقی بر روزنامه نگاری در کشورهای دیگر به ویژه کشورهای در حال توسعه گذاشته است. از تأثیرات منفی این الگو پذیری، تقلیدی شدن روزنامه نگاری در کشورهای در حال توسعه بوده است.

روزنامه نگاری در ایران نیز تحت تأثیر روزنامه نگاری غربی پا گرفت و تا پیروزی انقلاب اسلامی جز در برهه هایی خاص به تقلید از روزنامه نگاری غرب پرداخت. با پیروزی انقلاب اسلامی دوران تازه ای در روزنامه نگاری ایران پدید آمد که مقطع بعد از دوم خرداد ۱۳۷۶ و روی کار آمدن دولت اصلاحات، فضای مطلوبی برای فعالیت روزنامه نگاران به وجود آورد و جامعه با روزنامه نگاری بدون کاغذ آشنا شد.

اکنون که در روزنامه نگاری غرب، سلطه سرمایه و گسترش انحصارات در برابر فن آوری ارتباطی و دسترس آسان مخاطبان به اخبار و اطلاعات، دچار تعارض شده است. می بایست روزنامه نگاری بومی هم در قالب روزنامه شهروندی و روزنامه نگاری سنتی به دور از هرگونه تقلید بر اساس نیازهای جامعه به نوآوری و خلاقیت همت گمارد و خود را از وابستگی تاریخی

به غرب و تقلید از او برهاند. شهروندان با رو آوردن به روزنامه نگاری شهروندی از «مخاطب منفعل» به «مخاطب فعال» تبدیل شده‌اند و اصولاً در روزنامه نگاری دیجیتال دیگر چیزی به عنوان «مخاطب» وجود ندارد! همین امر باعث شکستن انحصار رسانه ای غرب و گسترش دموکراسی دیجیتال در فضای مجازی اینترنت شده است.

فهرست منابع

- اکونومیست، مجله، (۱۳۹۱)، «رسانه به مثابه بمب: تغییر الگوی روزنامه نگاری و تولیدخبر از گذشته تا حال»، ترجمه محمدحسین باقی و آرش پوراابراهیمی، در ماهنامه مهرنامه، شماره ۲۴، سال سوم، آخرمرداد.
- خانیکی، هادی، (۱۳۸۲)، «گفت و گوی تمدن‌ها و دموکراسی دیجیتال؛ افقی تازه در جامعه شبکه‌ای، دموکراسی دیجیتال»، روزنامه همشهری، چهارشنبه ۲۸ خرداد، سال یازدهم، شماره ۳۰۸۰.
- سروش، مجله، (۱۳۸۲a)، «حمله تدرنر به تغییر قوانین مالکیت رسانه‌ای در آمریکا»، سروش، ۳۱ خرداد، سال ۲۵، ش ۱۱۲۹.
- سروش، مجله، (۱۳۸۲ b)، «تلاش مرداک برای تصاحب کل رسانه‌های آمریکا»، سروش، ۱۰ خرداد، سال ۲۵، ش ۱۱۲۶.
- سروش، مجله، (۱۳۸۲ c)، «کمیسیون ارتباطات فدرال آمریکا قوانین مالکیت رسانه‌ای را به نفع سرمایه داران تغییر داد»، سروش، ۳۱ خرداد، سال ۲۵، ش ۱۱۲۹.
- سروش، مجله، (۱۳۸۲ d)، «کانادا در خصوص قوانین مالکیت رسانه‌ای از آمریکا پیروی می‌کند»، سروش، ۷ تیر، سال ۲۵، ش ۱۱۳۰.
- سروش، مجله، (۱۳۸۲ e)، «کره جنوبی، جایی که همه روزنامه نگارند»، سروش، ۳۱ خرداد، سال ۲۵، ش ۱۱۲۹.
- قوچانی، محمد، (۱۳۹۱)، «احزاب سیاسی یا شبکه‌های اجتماعی کدام نسل سوم انقلاب‌ها را رهبری می‌کنند؟ انقلاب شهروندان و جمهوری شهریاران»، ماهنامه مهرنامه، سال سوم، شماره ۲۳، تیرماه.
- مسعودی، امیدعلی، (۱۳۹۰)، تحلیل محتوای وبلاگ‌های دینی در ایران، تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات.

- معتمدنژاد، کاظم و منصفی، ابوالقاسم، (۱۳۶۸)، روزنامه نگاری با فصلی جدید در بازنگری روزنامه نگاری معاصر، چاپ سوم، تهران: مرکز نشر سپهر، ۱۳۶۸.
- معتمد نژاد، کاظم، (۱۳۷۴)، وسایل ارتباط جمعی و قانون اساسی - قسمت اول - روزنامه رسمی، یکشنبه ۲۶ آذر ۱۳۷۴، سال ۵ ش، ۱۳۱۴۹.
- مونتسکیو، شارل لوئی دوسکوندا، (۱۳۸۷)، نامه های ایرانی، ترجمه محمد مجلسی، تهران: نشر دنیای نو.
- نمازی خواه، سحر، (۱۳۸۶)، «قدرت و بلاگت ۱-دمو کراسی آنلاین»، هفته نامه شهروند امروز، سال دوم، شماره ۲، شماره پیاپی ۳۲، نیمه اول اردیبهشت.
- یاس نو، روزنامه، (۱۳۸۲)، «انقلابی در ژورنالیسم در راه است، سخنرانی بیل گیتس در جمع اعضای انجمن روزنامه نگاران آمریکا»، دوشنبه ۷ خرداد، سال اول، ش ۷۳.