

بسمه تعالی

درآمدی کوتاه بر روزنامه‌نگاری نوین

روزنامه‌نگاری چیست؟ چه شده است و چه خواهد شد؟ اول باید مفاهیم را بشناسیم؛ منظور از مفاهیم چیزی است که خیلی نیاز به کار پژوهشی دارد.

پرسش چیست؟ آیا روزنامه‌نگاری وظیفه ایجاد پرسش دارد؟ آیا روزنامه‌نگاری وظیفه پاسخ دادن دارد؟

روزنامه‌نگاری یعنی فهمیدن و فهماندن؛ یعنی آزادی بیان (یعنی چیستی‌های پدیده را شناختن، آنچه که هست را بیان کردن) اگر پرسش را نتوانیم مطرح کنیم، نتوانیم ایجاد کنیم، نتوانیم دنبال کنیم ما روزنامه‌نگاری را در کل ابتر کردیم.

به عنوان مثال فردی خودرو می‌سازد، سپس هنگام حرکت فرمان قفل می‌کند، یا مثلاً می‌خواهی بنویسید، خودکار دستت است اما جوهر ندارد با این وجود جسم خودکار دستمان است، خودکار برای نوشتن است.

راندن روزنامه‌نگاری، آزادی بیان است. آزادی بیان پشتوانه‌ای دارد به نام پرسیدن و پاسخ دادن. اگر نتوانم بی‌رسم و بگویم پس روزنامه‌نگاری به نوعی ابتر می‌شود. خبر کی تکمیل می‌شود؟ زمانی که اطلاعات تکمیل شود. اطلاعات تکمیلی چه زمانی انجام می‌شود؟ زمانی که دارید می‌نویسید، پرسشی را پاسخ دهید و پرسشی را که مخاطب نمی‌داند؛ ایجاد کنید.

در روزنامه‌نگاری نوین، **کارکردها نوین شده است** و گرنه بدنه تغییر نکرده است. مانند ماشین که از زمان‌های قدیم بود تا به امروز... مدل‌ها و کاربردهایش تغییر می‌کند نه ماهیت آن.

جمع‌بندی مطالب: روزنامه‌نگاری با این مفهوم سروکار دارد، مفهوم‌هایی به نام پرسش، پاسخ دادن، یعنی شناختن‌ها را افزودن، آنچه که وجود دارد، به دست آورده و آنچه به دست آورده بر برگ قبلی بیفزاید.

پاسخ هم یعنی پاسخی‌هایی که مخاطبان می‌خواهند، ما نماینده مخاطب هستیم، ما می‌دانیم مخاطبان از پرسشی برخوردارند، باید جوابش را پیدا و به او منتقل کنیم. یادمان باشد اگر از واقعیت موجود، فاصله گرفته باشیم؛ از آنچه که در افکار عمومی مطرح است، خودمان را به تجاهل بزنیم، نباید شک کنیم، مخاطب آنقدر آگاهی دارد که ما را بلاک کند و به سراغ رسانه‌ای دیگر برود.

روزنامه نگاری، نوین شده است؛ چگونه؟

روزنامه نگاری نوین در نگاه نخست، یعنی پویش، تغییر. دگردیسی، تحول. یعنی از نقطه ای که بوده ای در حال حاضر به نقطه ای دیگر رسیده ای .

ما میخواهیم بدانیم اساسا روزنامه نگاری در چه جایی بود و الان در چه جایی هست؟ ما میخواهیم واژه پویش را پیدا کنیم .

چرا با گسترش این همه شبکه های اجتماعی، وب یک و دو در دنیا کار به نقطه ای رسیده است که دیگر یادداشت نویس کم شده است.

مثال: امروز عجب صبح دل انگیزی است؛ آآآآه ، دلم هوای رفتن به شمال را کرده است؛ این متن در صفحه ای در یک گروه قرار گرفت و به عنوان مثال نود و سه نفر آن را خواندند. بعدش که چه؟ از این مورد و مواردی مثل این چه چیزی در آمده است؟

اسم وب یک را انفجار اطلاعات و وب ۲ را گذاشته اند، انفجار متن .

انفجار اطلاعات(نسل اول اینترنت)، در این وب یک نقطه عطف داشتیم: نسل اول اینترنت آمد و سپس بلاگها انفجار متن(نسل دوم اینترنت؛ شبکه های اجتماعی که روی سیستم آمدند، نقطه عطف آن انتقال یافتن به تلفن همراه بود).

وب سه در سال ۲۰۲۰ می آید(هوش مصنوعی - Artificial intelligence - که به سه عنصر وب یعنی صدا، متن و تصویر اضافه می شود).

در نگاهی کلی ما با سه ماژول یا عرصه سروکار داریم:

News gathering یا جمع آوری اخبار،

New processing یا پردازش اخبار،

News distribution یا توزیع و انتشار اخبار

۱- News Gathering:

در دنیای واقعی (Real world) حوادث و رویدادهای زیادی رخ می‌دهد مانند حوادث طبیعی، حوادث ناشی از دخالت انسان و غیره، ما به عنوان یک خبرنگار و دست‌اندرکار رسانه باید از میان این رویدادها تعدادی را براساس معیارهایی (ارزش‌های خبری) برگزینیم و آنها را به دنیای رسانه بیاوریم. یعنی ما در این ماژول از Real world وارد دنیای رسانه (media) می‌شویم و رویدادها را رسانه‌ای می‌کنیم.

این mediaها سه گروهند:

الف: printed media رسانه‌های چاپی مانند روزنامه و مجله

ب: Electronic media رسانه‌های الکترونیک مانند رادیو و تلویزیون

ج: Digital media مانند انواع حافظه‌ها، سی‌دی‌ها، فلاپی و کول دیسک

۲- News Processing:

در این مرحله رویدادهای انتخاب شده توسط سردبیران پردازش می‌شوند.

۳- News distribution:

همه مדיاها حامل محتوا هستند (Carrier of content). این Carrierها بر حسب نوع media متفاوتند، پس ما در اینجا با ماژول توزیع سروکار داریم.

* در printed media مرکب (جوهر) نقش carrier را به عهده دارد. در Electronic media سیگنال‌ها (signals) و در Digital media صفر و یک (۰۱) این نقش را بر عهده دارند. نکته مهم دیگر این است که این محتوا باید به سطح رواج (currency) برسد..

مالتی مدیا (Multimedia) هم از اینجا آغاز می‌شود که ما می‌خواهیم آن contentای که همیشه داشتیم تبدیل کنیم به صفر و یک، چون راحت‌تر است و آن سختی کار را ندارد. روزنامه‌نگاری آنلاین یک جور یاد گرفتن مدیریت دارایی‌های دیجیتال است. جوهره بحث ما این است که می‌خواهیم طی فرایندی digital

media همه محتواها شامل متن، صدا و تصویر را به صفر و یک تبدیل کنیم زیرا شیوه دیجیتال بر خلاف دیگر mediaها قابلیت مدیریت بیشتری دارد.

یک بحث واژگانی

سه واژه روزنامه‌نگاری الکترونیک، روزنامه‌نگاری دیجیتال و روزنامه‌نگاری سایبر به عنوان واژه‌هایی معادل با روزنامه‌نگاری آنلاین به کار می‌روند. در اینجا توجه به دو نکته مهم است:

نخست اینکه واژه روزنامه‌نگاری خود ترکیبی نابجاست که از فرط تکرار و در نتیجه رواج در حوزه ادبیات ارتباطاتی ایران چاره از به کار بردن آن نداریم. دوم اینکه سه واژه معادلی فوق که برای روزنامه‌نگاری آنلاین مطرح می‌شوند، هیچکدام بیان‌کننده حوزه معنایی این تخصص نیستند زیرا:

Electronic journalism: واژه الکترونیک در علم ارتباطات به وسایل ارتباط جمعی رادیو و تلویزیون اشاره می‌کند در نتیجه این اصطلاح برای انتقال مفهوم روزنامه‌نگاری آنلاین مناسب نیست.

Digital journalism: هر چیزی که اطلاعاتش به صفر و یک تبدیل شده باشد دیجیتال است. در سی‌دی ما محتوای دیجیتال داریم، در کول دیسک هم همین‌طور. این واژه نیز برای انتقال مفهوم روزنامه‌نگاری آنلاین مناسب نیست زیرا تا زمانی که حوزه دیجیتال به انتشار عمومی نرسیده باشد آن مفهوم را نمی‌رساند.

Online journalism: یعنی اطلاعات صفر و یک روی خط اینترنت وجود دارد و قابل دسترسی است.

اطلاعات مرکب (محتوای رسانه‌های چاپی) و سیگنال به راحتی تبدیل به صفر و یک می‌شوند اما آنلاین شدن آن نیاز به کار حرفه‌ای دارد. آنلاین مهارت‌ها و شکل‌های عرضه خودش را می‌خواهد.

Cyber journalism: سایبر ژورنالیسم شکل پیشرفته آنلاین ژورنالیسم است.

نوربرت وینر **Norbert Wiener**، پدر علم سایبرنتیک است. او می‌گوید بین آدم - آدم، آدم - ماشین و ماشین - ماشین یک نوع بده‌بستان‌هایی وجود دارد. یک تبادل فید و فیدبکی (**feed & feedback**) وجود دارد. وی می‌گوید هستی مجموعه‌ای از فیدبک‌های خستگی‌ناپذیر است.

مثلاً ما شماره به موبایل می‌دهیم و آن دستگاه شماره را می‌گیرد.

* قابلیت واکنش ماشین و فعال بودن ماشین خودش سایبر است. سایبر بودن فیدبک‌ها مهم است و از تلاش user کم می‌شود. یعنی کاربر تلاشش به سمت صفر میل می‌کند. به این معنی که مخاطب با سهولت و سرعت به اطلاعات مورد علاقه‌اش دست می‌یابد، اما سیستم به سمت صد حرکت می‌کند، در واقع این سیستم است که بیشترین تلاش را می‌کند. اما در آنلاین user تلاشش زیاد است.

یک مثال برای روشن‌تر شدن مطالب بالا:

مثلاً شما یک پایان‌نامه‌ای دارید، اگر نوشتاری باشد می‌شود **printed media**، وقتی آن را بدهید روی سی‌دی بریزند می‌شود **Digital media**، وقتی آن را بیاورید و بگذارید در محیط آنلاین می‌شود **Online journalism** (روزنامه‌نگاری روی خط)، وقتی بدهید در تلویزیون بخوانند می‌شود **Electronic journalism**.

* برای نزدیک شدن ذهن به مفهوم سایبر، می‌توان به عنوان مثال به امکانات برخی از خدمات‌دهندگان ایمیل اشاره کرد در این نوع خدمات می‌توان پیام‌هایی را ذخیره کرد که در مقابل نامه‌های ارسالی (فید) بتوانند بازخورد مناسب (فیدبک) را بدون دخالت ارسال کنند.

- مثلاً من در مسافرت در آمازون و هیچ دسترسی به وب ندارم، شما به من ایمیل می‌زنید، من قبلاً به دستگاه سپردم که به نامه‌های الکترونیکی شما به صورت اتوماتیک جواب بدهد: من در مسافرت هستم و به وب دسترسی ندارم یک هفته دیگر به نامه شما پاسخ خواهم داد. یا مثلاً به دستگاه می‌سپارید که من فقط می‌خواهم از همشهری آنلاین صفحات اقتصادی، سیاسی و حوادث را ببینم.

- - اگر ما بتوانیم **Digital media**، **Electronic media** و **Printed media** را آنلاین‌ترش کنیم بهتر است.

مالتی مدیا می‌تواند در خدمت سایبر ژورنالیسم باشد که در آن صورت نیاز به امکاناتی چون پهنای باند و **server** بزرگ دارد.

تاریخچه

اینترنت یا شبکه شبکه ها در بستر جنگ سرد متولد شد زمانی که اسپوتنیک نخستین ماهواره شوروی در سال ۱۹۵۷ به فضا پرتاب شد رقابت سختی بین آمریکا و شوروی وجود داشت. وزارت دفاع آمریکا در واکنش به این اقدام آژانس پروژه های پیشرفته پژوهشی یا آرپانت را در سال ۱۹۶۹ تاسیس کرد و بنابراین آرپانت را میتوان محصول جنگ سرد و پدر اینترنت دانست که از ابتدا قرار بود حافظ اطلاعات محرمانه نظامی آمریکا در برابر حمله احتمالی هسته ای شوروی باشد اما به تدریج در دهه ۱۹۸۰ به مفهوم امروزی آن فراگیر شد. در ماه مارس ۱۹۸۹ تیم برنزی خالق محیط وب شد. مردم اکنون با داشتن یک کامپیوتر میتوانند وارد سپهر جهانی اطلاعات شوند.

شیگاگو تریبیون نخستین نسخه روزنامه الکترونیک

محیط وب توانست جایگاهی تازه برای نوع جدید از روزنامه نگاری ایجاد کند که در ماه مه سال ۱۹۹۲ روزنامه شیکاگو تریبیون آمریکا نخستین روزنامه الکترونیک را با نام شیکاگو آنلاین بر روی وب فرستاد.

منافع برخاسته از تبدیل شدن روزنامه های نوشتاری به روزنامه های سایبر میتوان:

سهولت کاربری رسانه های سایبر در دسترسی به خبرها، متن مقالات و امکان جستجو در آرشیو که باعث جلب مشترکان الکترونیک خواهد شد.

روزنامه نگاری سایبر حکم متنی را دارد که درون فرامتن جامعه اطلاعاتی مفاهیم عدیده ای به خود می گیرد.

جامعه اطلاعاتی نوع تازه ای از جامعه است که مفهوم مرکزی آن را اطلاعات و تکنولوژی شکل میدهد و جایگزین جامعه صنعتی است و با مفاهیمی چون فرا صنعتی دانیل لرنر، جامعه فرامدرن، جامعه معرفتی و... رابطه دارد.

هدف ابتکار روزنامه نگاری مدنی گردهم آوردن مردم برای بحث بر سر مسائل و مشکلات عمومی و آشنا سازی آنان با شیوه های کاربرد رسانه ای چون اینترنت در حل مسائل و مشکلات عمومی است.

موج اول: روزنامه نگاری آنلاین از دیدگاه وین کراسبی که از کارشناسان مطرح رسانه های نوین است در سال های ۱۹۸۲ تا ۱۹۹۲ شکل گرفته و طی آن تجارب نشر آنلاین به غلبه شرکتهای بزرگی نظیر ای ام ال انجامیده است.

موج دوم: از سال ۱۹۹۳ ایجاد شده که برخاسته از ورود سازمانهای خبری به عرصه اخبار آنلاین است .

موج سوم: با پیدایش تما سهای مرسوم به بی سیم - پهن باند آغاز شده است .

با ورود اینترنت ، برای نخستین بار اخبار توسط نهادهای خارج از حوزه روزنامه نگاری تولید میشوند . در اینجا میتوان پرسید که آیا با گسترش یافتن گستره همگانی دیجیتال در نهایت امر پدیده روزنامه نگاری سنتی را حذف میکند؟ یا مکمل آن است و یا رقیب آن ؟

فن آوری نوین ارتباطی به عنوان زیر ساخت روزنامه نگاری سایبر در قالب رسانه های مدرن چون وبلاگها یک نوع دموکراسی دیجیتال ولی آسیب پذیر را برای مخاطبان به وجود آورده اند که در پیوند با جامعه مدنی و اتکابه فرصتهای جامعه اطلاعاتی گفتمان سنتی قدرت و گفتمان حاکم بر روزنامه نگاری سنتی را همزمان به چالش فرا خوانده است .

رابطه روزنامه نگاری سایبر و جامعه اطلاعاتی

با هر دیدگاهی که به جامعه اطلاعاتی و تحولات آن نگریسته شود یک نکته غیر قابل انکار به چشم میخورد و آن بروز تحول در نقش کارکردها و توقعات مرتبط با روزنامه نگاری در حوزه های جامعه مدنی و جامعه اطلاعاتی است و به همین لحاظ ضرورت شناخت بیشتر روزنامه نگاری سایبر و روابط آن با جامعه اطلاعاتی جامعه مدنی و روابط متقابل این دو در پیوند با روزنامه نگاری سایبر آشکارتر میشود .

دور اندیشی ارتباطی

یونسکو در اثری با عنوان حافظه جامعه اطلاعاتی کاربردهای تثبیت شده اینترنت را در پنج عرصه طبقه بندی میکند :

۱ - به عنوان ابزار ارتباطات و دیالوگ که اجازه تبادل پیام مستقیم و همزمان را به شرکت کنندگان مختلف میدهد و باعث تعامل تقریباً همزمان شده است .

۲- به عنوان ابزاری برای یافتن اطلاعات در غول آساترین منبع اطلاعاتی که با اطلاعات دوسویه دینامیک پایگا ههای داده رسانی و کمک موتورهای جستجو تحقق یافته است ۳- به عنوان حامل نوین نشر الکترونیک و مکمل و در برخی از موارد جایگزین شیوه سنتی توزیع محتوا

۴- به عنوان ابزار تجاری توزیعی و بین رسانه ای که امکان تعامل میان محصول و خدمت و خریداران و مصرف کنندگان بالقوه را فراهم کرده است .

۵- به عنوان ابزار همگرایی و تلفیق متون، تصاویر ثابت و متحرک، صدا و تولیدات - شنیداری در جهت ایجاد وجود تازه ای از بیان و تجسم بخشی به افکار و به خلاقیت‌های انسان .
اطلاعات قدرت است بنابراین اینترنت باید به عنوان آسانترین وسیله توانمند ساختن کشورها برای عبور از راه توسعه و پیشرفت به کار برده شود .

ماهیت و گونه های روزنامه نگاری سایبر :پیش در آمد

آنلاین ژورنالیسم نوع چهارم روزنامه نگاری است و دست کم از جنبه های ابزاری و کارکردی بخاطر نوع تکنولوژیهای مورد استفاده اش با سه نوع دیگر روزنامه نگاری (رادیویی، تلویزیونی و نوشتاری) متفاوت است
روزنامه نگار آنلاین در:

مرحله اول کارش در موقعیت چند رسانه گی قرار میگیرد و باید تصمیم بگیرد که کدام فرمت و رسانه مناسب کار او است .

مرحله دوم باید به این نکته فکر کند که چگونه امکان شخصی سازی پاسخ دادن به یکایک مخاطبان را به گونه ای اختصاصی فراهم سازد.

مرحله سوم این است که چگونه مطالب خود را به سایر مطالب، آرشیو یا منابع دیگر متصل سازد .

روزنامه نگاری آنلاین به انواع زیر میتوان تقسیم کرد :

- سایتهای جریان اصلی خبری

- سایتهای نمایه ای و مقوله ای

- سایتهای تفسیری

- سایتهای مشارکتی و مباحثه

انواع روزنامه نگاری مدرن

۱- روزنامه نگاری مبتنی بر حاشیه نگاری

متمرکز بر روزنامه نگاری با مشارکت مخاطبان است برای اولین بار در فوریه ۱۹۹۵ پرفسور پاول به کار برد. این نوع از روزنامه نگاری مبتنی بر هایپرلینک است، مخاطب در آن نه منفعل، بلکه فعال است و به نیروهای متفاوت و اتاق خبرهای با ابزارهای تعاملی نیاز دارد. در این نوع از روزنامه نگاری امکان افزودن نظرات مخاطبان به متن اصلی تولید شده توسط روزنامه نگار وجود دارد.

۲- روزنامه نگاری مبتنی بر منبع نامحدود

اولین بار در اکتبر ۱۹۹۹ یک نشریه آمریکایی باب کرد متمرکز بر مشارکت مخاطبان است. هیچ مقاله ای را پیش از آنکه مخاطبان درباره اش نظرات خود را اعمال نکرده باشند منتشر نمیکنند. آنچه در این نوع روزنامه نگاری در عمل رخ میدهد این است که مخاطبان میتوانند قبل از انتشار مطالب به بررسی مطالب و تصحیح مطالب بپردازند و نظرات خود را در آن اعمال کنند.

۳- روزنامه نگاری فرا سازگاران

محصول همگرای رسانه ای است از متون تصاویر ثابت و متحرک، صدا و تولیدات دیداری - شنیداری در مسیر ایجاد جنبه های جدیدی از بیان و تجسم بخشیدن به افکار، ایده ها و تجسم بخشیدن به خلاقیت های انسان بکار برده میشود.

در حالت فراسازگاران سه ویژگی :

- وب تعاملی
- چند رسانگی
- فرامتنی

با یکدیگر همگرا می شود.

همگرایی رسانه ای

همگرایی رسانه ای باعث شده تا اطلاعات با فرمت های مختلف نه تنها با یکدیگر قابل انطباق باشند بلکه بتوانند وارد حریم ابزارهای دیگری چون موبایل، ویدئو و تلویزیون شوند و در سطوح مختلف چون بخش خصوصی و عمومی فرهنگهای برتر و نازلتر، مدرنیسم و پست مدرنیسم در جریان باشد.

در عرصه رسانه ای پنج فرایند به چشم میخورد:

✓ **تکنولوژی (دیجیتال شدن)** این همان چیزی است که نیکلاس نگروپننته از آن به عنوان تبدیل اتم ها به ذرات- دیجیتالی شدن محتوای تمام رسانه ها- یاد می کند. وقتی کلمات، تصاویر و اصوات به اطلاعات دیجیتالی تبدیل می شوند، ارتباط این مواد با هم و سیالیت ایشان گسترش می یابد.

✓ **اقتصاد (همگرایی افقی صنایع)** اکنون یک شرکت مانند «ای او ال تایم وارنر» علایق را در فیلم، تلویزیون، کتاب، بازی، وب، موسیقی و سایر اموال و بخش های بی شمار کنترل می کند. نتیجه این رویه، بازسازی تولیدات فرهنگی حول محور یک اشتراک مساعی است که برندهای خاصی را می سازد: پوکمن، هری پاتر، تام ریدر و جنگ ستارگان.

✓ **اجتماع (چند وظیفه ای شدن)** همگرایی ارگانیک آن است که به طور مثال یک دانش آموز در آن واحد هم به تلویزیون نگاه می کند، هم به موسیقی گوش می کند و هم در حال تایپ کردن و ایمیل زدن به دوستش است. در نهایت، آنچه اهمیت دارد این است که تمام این کارها در مغز و جمجه فرد رخ می دهد.

✓ **فرهنگ (تولید مطلب توسط مخاطبان)** همگرایی رسانه ها، فرهنگ عامه مشارکتی جدیدی را از طریق دادن ابزار بایگانی، تولید، تفسیر و به گردش درآوردن محتوا شکل می دهد. شرکت های زیرک این فرهنگ را دستمایه پرورش مخاطب وفادار و تولید محتوای ارزان کرده اند. همگرایی رسانه ها، همچنین داستان سرایی ترارسانه ها و ایجاد محتوا در کانال های چندگانه را تقویت کرده است. تولیدکنندگان بهره برداری بیشتری از همگرایی ارگانیک می کنند و راویان، هر کانالی را به کار می گیرند تا به وسیله سطوح و انواع مختلف اطلاعات روایی، ارتباط برقرار کنند. آنها هر رسانه یی را به فراخور توان آن در اثرگذاری به خدمت درمی آورند.

✓ **جهان (دهکده جهانی مک لوهان)** در موسیقی، حرکت موسیقی جهان، جذاب ترین صداهای عصر ما را تولید کرده اند. در سینما، گردش جهانی سینمای عامه پسند آسیایی سرگرمی های هالیوودی را

شکل داده و بر آن تاثیر گذاشته است. این اشکال جدید، تجربه شهروند دهکده جهانی بودن را بازتاب می دهد. همان گونه که رنسانس زمانی رخ داد که اروپا به اختراع و فراگیری صنعت چاپ پاسخ داد، این اشکال چندگانه همگرایی رسانه ها نیز ما را به سمت رنسانس دیجیتال سوق می دهد. ما یک دوره گذار و دگرگونی مقابل خود داریم که تمام جنبه های زندگی ما را تحت تاثیر خود قرار می دهد.

مفهوم روزنامه نگاری سایبر

برای درک پدیده روزنامه نگاری سایبر باید به دست اندرکاران این عرصه و منابع محدود موجود مراجعه کرد

روزنامه نگاری سایبر و ممیزه های آن با روزنامه نگاری سنتی و آنلاین ژورنالیسم

روزنامه نگاری سایبر با روزنامه نگاری سنتی به طور آشکار تفاوت دارد .

مایک گا دوین نویسنده انگلیسی در این خصوص میگوید : در انگلیس قرن هجدهم برای روزنامه نگاری آموزش نمی دیدند کافی بود چاپکار باشید تا ناشر هم بشوید. اما حالا افراد قدرت دسترسی و همچنین توان آفرینش روزنامه نگاری شخصی را دارند حروف متحرک چاپ جهان را به خوانندگان جهان تبدیل کرد و تکنولوژی کامپیوتر همه جهان را به روزنامه نگاران مشارکت گر فعال بدل کرده است .

ملیندا گیسون مدیرانجمن رسانه ای الکترونیک آمریکا در کنفرانس جهانی نشر الکترونیک در نوامبر ۲۰۰۴ میگوید : در حال حاضر ماهیانه و بطور میانگین ۲۹ میلیون کاربر از وب سایت های صد روزنامه برتر آمریکا دیدن میکنند در مقایسه با میزان کاربران موتور جستجوی گوگل در همان دوره زمانی به جای ۲۹ میلیون کاربر با رقم ۵۷/۴ میلیون کاربر مواجه میشویم.

ژورنالیسم: انقلاب در راه

بنیانگذار میکروسافت در کنفرانس سالانه انجمن روزنامه نگاران در آمریکا اعلام میکند : این دهه ، دهه دیجیتال نام گرفته است چرا که با پایان این دهه تعداد فعالیتهای که ممکن است با دیدگاه دیجیتالی تغییر کند بسیار وسیع است .

کامپیوترهای شخصی هنوز بعنوان ذخیره کننده ، ویرایش کننده و انتشار دهنده مطالب ، نقش مرکزی را بر عهده دارند که میتواند عوامل متعددی داشته باشد .یکی از عوامل لوح یا صفحه است این اختراع یک کامپیوتر بدون صفحه کلید است یک خودکار دارد که به راحتی میتوان با آن بر روی صفحه یادداشت نوشت و یادداشت به کامپیوتر منتقل و در آن ذخیره میشود .به راحتی میتوانید در حاشیه مطالب موجود نظرتان را به مطالب اضافه کرده تادیگران آنرا بخوانند .

بدین ترتیب با داشتن چند ابزار ساده میتوان اطلاعات را بر روی وب برای همه منتشر کرد. **میزان انتشار از پایین به بالا در حال گسترش است .**

در آینده خبرنگاران قادر خواهند بود به راحتی از طریق کامپیوترهای کوچک ،عکس بگیرند ،متن بنویسند ،صدا گذاری کنند و همه کاره خود باشند و برای انتشار اخبار محدودیتی وجود نخواهد داشت و اطلاعات میتوانند بسیار سریع قابل دستیابی باشند .

مخاطبان آنلاین

یک پژوهش تحت عنوان وضعیت رسانه های خبری در سال ۲۰۰۴ در باره روزنامه نگاری آمریکا که از سوی موسسه پژوهشی پیو به عمل آمده است. این تحقیق در واقع از **انتقال گفتمان قدرت از روزنامه نگاری سنتی به سوی مخاطبان، خبر میدهد.**

✓ آنها بر این باورند که نقش روزنامه نگار به عنوان سردبیر ،بررسی کننده و ترکیب گر در حال ضعیف شدن است و در مقابل این مخاطبان هستند که در قبال اخبار ،فعالتر میشوند .

روزنامه نگاری شهروند

هایفیلد عضو کمیته اجرایی بی بی سی و مسئول خروجی اینترنت تلویزیون تعاملی و خبر رسانی با موبایل نیز هست در یک گفت و شنود اینترنتی با تاکید بر این نکته که بی بی سی در موج تازه روزنامه نگاری به کلام دقیق تر روزنامه نگاری شهروند به پیشتازی خود ادامه خواهد داد از استراتژی روزنامه نگاران در رویارویی با روزنامه نگاری اینترنتی حرف زد و از انتقال قدرت از روزنامه نگاری سنتی به سوی مخاطبان خبر داد :

یکی از بزرگترین تغییراتی که در گزارشگری اخبار اتفاق افتاده است این است که حالا نباید همه گزارشها را خبرنگاران و گزارشگران منتشر کنند. مخاطبان هم میتوانند پیوسته مقالات، نظرات، تفاسیر، عکسها و حتی تصاویر ویدئویی که تهیه کرده اند برای ما ارسال کنند.

در این زمانه بزرگترین مبارزه مربوط به حفظ دو مقوله **بیطرفی** و **کیفیت** در دنیایی است که اهالی آن همه درگیر تولید محتوا هستند. یکی از گرایشهای کلیدی اجتماعی در یک جامعه لایه لایه خواست مردم برای درگیری و مشارکت بیشتر در ساز و کار رسانه ای است و این جایگزینی است برای نهادهای که دردنیای واقعی سراغ داریم.

سایتهای آنلاین و رسانه های سنتی

وب سایت بی بی سی در یک مقاله که در آن به مقایسه رسانه های اینترنتی و سنتی می پردازد چنین اظهار میکند :

روزنامه نگاری اینترنتی تلفیقی خلاق از چندین رسانه گوناگون است پس دست اندرکاران آن باید تخصص روزنامه نگاری را با دانش فنی همراه کنند. انتشار یک نشریه الکترونیک به ظاهر ساده و آسان است و بی دلیل نیست که در کنار نشریات اینترنتی معتبر و حرف ای نشریاتی را میتوان دید که از کوچکترین معیارهای حرفه ای بی بهره اند.

کسانی که با اینترنت کار میکنند، علاوه بر سایتها و مجله های الکترونیک با سه نوع دیگر روزنامه الکترونیک هم مواجه میشوند :

نوع اول : یک نسخه فشرده اینترنتی است که شامل همه مطالب روزنامه نوشتاری نیست.

نوع دوم : اگرچه برخی از مطالب نسخه نوشتاری خود را دارد، اما لحظه به لحظه تغییر میکند.

نوع سوم : کادر جداگانه ای دارد و علاوه بر مطالب نسخه نوشتاری، مطالب خاص خود و سرویس های مستقلی را نیز عرضه میکند.

روزنامه نگاری سایبر : کانال تازه

پروفسور پاول رئیس انیستوی مطالعات رسانه های نوین روزنامه نگاری سایبر را چنین تعریف میکند :

- روزنامه نگاری سایبر - دیجیتال - آنلاین یک کانال تازه برای تحول، بسته بندی و توزیع اطلاعات از سوی سازمانهای خبری است .
- افزون بر این، روزنامه نگاری سایبر، محیطی است که در آن ساختن انواع خبرها امکان پذیر است .
- در این محیط انواع عناصر رسانه ای با یکدیگر ترکیب شده و باعث تعامل استفاده کنندگان از محتوا میشوند و این امر به تسهیل توزیع و پس فرست می انجامد .
- روزنامه نگاری سایبر در همین حال، در حال پاشیدن بذر نوع تازه ای از روزنامه نگاری است که در آن، برخلاف گذشته که آزادی مطبوعات فقط متعلق به مالکان مطبوعات بود، اکنون هر کس رسانه خود را دارد .

پروفسور یحیی کمالی پور رئیس دپارتمان ارتباطات و هنرهای خلاقه دانشگاه پوردو آمریکا :

تلاقی رسانه های قدیم با کامپیوتر باعث به وجود آمدن روزنامه نگاری سایبر یا آنلاین ژورنالیسم شده است و آنچه باعث تمایز روزنامه نگاری سایبر از روزنامه نگاری سنتی میشود، دوسویه گی و قابلیت دسترسی در آنهاست.

به محض اینکه محتوای روزنامه ها دیجیتال شده و به فضای وب ارسال میشود هر کس از هر جای جهان میتواند به آنها دسترسی داشته و آنها را بخواند به طرز پیوسته ای میتواند روزآمد شود و درارتباط با موضوعات مرتبط خود قرار گیرد .

جنبه دیگر تمایزبخش روزنامه نگاری سایبراز روزنامه نگاری سنتی،ارائه مصاحبه های زنده است .

با این همه روزنامه نگاری سایبر به تکامل و گسترش در جهات مختلف ادامه خواهد داد .

انواع روزنامه نگاری سایبر

کرافورد کیلین نویسنده کانادایی در حوزه روزنامه نگاری سایبر و وب نویسی میگوید سه نوع روزنامه نگاری سایبر وجود دارد :

نوع اول روزنامه نگاری سایبر:

نسخه آنلاین روزنامه و مجلات سنتی است که هم شامل همه مطالب نسخه نوشتاری و در عین حال شامل مطالب بیشتری است که در خود روزنامه موجود نیست. هدف از این نوع سایبر ژورنالیسم عمدتاً تجاری است.

نوع دوم روزنامه نگاری سایبر:

بیان آنلاین دیدگاههای گروههای مدافعه گر، مشتمل بر انعکاس خبرها گزارشهای مربوط به گروهها و هواداران آنهاست. بر مسائلی چون محیط زیست، مسائل سیاسی، مسائل مذهبی، مسائل اجتماعی و غیره متمرکز است. در این نوع از روزنامه بر فرایندهای از افکار عمومی نور انداخته میشود که رسانه های تجاری یا هنوز متوجه آنها نشده اند و یا تمایلی به انعکاس آنها ندارند.

نوع سوم روزنامه نگاری سایبر:

در واقع بازتاب آرا و گزارش های افراد یا گروههای است که اگر چه خودشان در رسانه های تجاری کار میکنند اما خواستار دریچه ای برای انعکاس خود هم هستند. ممکن است در حوزه های غیر کاری خود هم مثل آموزش حقوق و... کاملاً حرفه ای باشند.

شش سطح دوسویه گی در روزنامه نگاری سایبر

شش سطح دو سویه گی مورد استفاده در روزنامه نگاری سایبر که مورد استفاده رسانه های آنلاین نیست، در سال ۱۹۸۹ توسط کری هیتر شناسایی شد:

سطح اول: عبارت است از پیچیدگی انتخاب موجود یا داشتن امکانات بیشتر جستجو در حوزه های مورد نظر مخاطب

سطح دوم: تلاشی است که کاربران باید اعمال کنند که در واقع معرف درصد تلاش کاربر نسبت به درصد تلاش سیستم است کاربر صرفاً درخواست تماشای صفحه را برای رسانه سایبر منتقل میسازد و هرچه تلاش مخاطب برای کسب اطلاعات مورد نظر کمتر باشد، رسانه مورد استفاده اوسایبر تراست.

سطح سوم: میزان پاسخ دهنده گی است. پاسخ دهنده گی در روزنامه های سایبر صرفاً با اتکاء بر انسان نیست کامپیوترها هم در این پاسخ دهنده گی نقش هایی را بر عهده میگیرند. اوج دوسویه گی رسانه های سایبر همین تلفیق نقشهای ارتباطی انسان و ماشین در فرایند ارتباط است که در عمل به دوسویه گی هوشمند می انجامد.

سطح چهارم: تسهیل ارتباطات بین فردی است. استفاده از فرمهای بحث و چت روم های زنده جزو موارد رایج در رسانه های سایبر است .

سطح پنجم: سهولت در افزایش اطلاعات است. این حالت دوسویه گی در واقع خاص رسانه های سایبر است که در آن مخاطب در نقش سردبیر وارد عمل میشود و به اطلاعات رسانه سایبر ی که در حال مطالعه آن است می افزاید. برخی از مواردی که رسانه های سایبر امکان افزودن اطلاعات را به مخاطبان خود می دهند از این قرار است: افزودن صفحات وب، صفحات ویژه و سرگرمی، نوشتن نقد فیلم و نمایشنامه، و...بالاخره نوشتن خبرها و گزارشهای فرهنگی و سرگرم کننده .

سطح ششم: امکان نظارت بر کاربرد سیستم است. این امکان را به وجود آورده اند تا از سلائق مخاطبان خود مطلع باشند .

انقلاب ارتباطات

اینترنت، مهمترین دستاورد انقلاب ارتباطات، به پیدایش روزنامه نگاری اینترنتی انجامید و رابطه نشریه و خواننده، رابطه رسانه صوتی و تصویری و مخاطب را از رابطه یک سویه به رابطه ای متقابل و میان کنشی ارتقاء داد .

اینترنتی در تحقق دو کارکرد اساسی روزنامه نگاری یعنی اطلاع رسانی و طرح افکار و آرای متفاوت نه تنها مکانیزم های متفاوت سانسور، خود سانسوری، سرمایه و توزیع را خنثی کردند، بلکه از محدوده ژورنالیسم مکتوب، صوتی تصویری فراتر رفته و کارکردهای جدید خود را نیز خلق کردند .

تعامل در روزنامه نگاری سایبر

به طور کلی سه نوع تعامل یا کنش و واکنش متقابل و دوسویه گی در رسانه های سایبر وجود دارد :

تعامل جستجو گرانه، تعامل کارکردی، تعامل انطباقی

تعامل جستجو گرانه: مثل رفتن به صفحه بعد با دکمه برگشت در مرورگر . این تعامل را بعنوان اساس تحرک بسیار راحت مخاطب در سایت میتوان در نظر گرفت .

تعامل کارکردی: مثل دریافت یا ارسال اتوماتیک پاسخ نامه های الکترونیک

تعامل انطباقی: مثل امکان استفاده از فروم و چت روم ها

پروفسور مایندی مک آدامز طراح توسعه محتوایی سایت واشنگتن پست در تعریف روزنامه نگاری سایبرمیگوید: روزنامه نگاری سایبر همان آنلاین ژورنالیسم است اما معتقدم اگر صرفا محتوای رسانه های مثل تلویزیون، روزنامه و غیره را بر روی محیط وب بیاوریم، نمی توانیم بگوییم حالا صاحب آنلاین ژورنالیسم هستیم، چرا که این چیزی نیست جزء ژورنالیسم روزنامه ای یا ژورنالیسم تلویزیونی که فقط بر روی وب قرار گرفته است. آنلاین ژورنالیسم همیشه باید با ویژگیهای رسانه های آنلاین نوشته، گزارش و تولید شود. روزنامه نگار آنلاین پیوسته به دنبال عکس بیشتر، صدای بیشتر و شیوهای روایت بصری تر رویدادها است پیوسته به اصل مطلب می اندیشد و از طولانی نویسی پرهیز میکند

دکتر رالف برنر استاد برجسته روزنامه نگاری و ارتباطات جمعی در تعریف روزنامه نگاری سایبر بر مخاطرات ناشی از فقدان حالت چهره به چهره، اهمال در استفاده از منابع خبری غیر موثق تکیه کرده میگوید روزنامه نگاری سایبر گرد آوری اخبار و حقایق از منابع بین المللی، منطقه ای و محلی از طریق اینترنت است. بندرت از نظر ارتباطی در حالت چهره به چهره یا شخص به شخص قرار میگیرد. به دلیل فقدان جنبه انسانی روزنامه نگاران باید مراقب جنبه انرژی در کار باشند. از جنبه اعتبار منبع باید منابع مورد استفاده خود را به دقت بررسی کنند.

پرفسور لارنس پیناک استاد ژورنالیسم دانشگاه میشیگان روزنامه نگاری سایبر را چنین تعریف میکند: روزنامه نگاری سایبر به زبان ساده، استفاده از اینترنت به عنوان حامی برای گزارشگری است.

نیل نمت استاد ژورنالیسم در دانشگاه پوردو روزنامه نگاری سایبر را چنین تعریف میکند: به پرسش در این زمینه باید در دو سطح پاسخ داد.

سطح اول خود سایبر اسپیس به عنوان یک بینش است که به حامل دیگری برای انتقال محصولات خبری تبدیل شده است.

سطح دوم روزنامه نگاری اکنون فقط به مخاطب آنلاین می اندیشد. سازمانهای خبری از مدتها پیش به سطح اول توجه داشته اما اکنون می کوشند تا به سطح دوم بصورت جدی تری بپردازند. هر دو سطح فوق به این پرسش می انجامد که از چه زمانی نشریات آنلاین بابت دسترسی به سایت هایشان تقاضای پول خواهند کرد؟

مزایای روزنامه نگاری سایبر

۱- آزادی از زمان و مکان

زمان و مکان هر دو در روزنامه نگاری سایبر نابود شده اند. فاصله مکانی کشورها هیچ مفهومی ندارد. روزنامه های سایبر همیشه و لحظه به لحظه در معرض دید مخاطب قرار دارند و ساعت انتشار برای آنها هیچ مفهومی ندارد و این یعنی دسترسی سریع و آسان به اطلاعات. مثل ماجراهای پوشش رسانه ای واقعه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۲ و یا دستگیری صدام حسین در ۱۴ دسامبر ۲۰۰۳ فضای سایبر که روزنامه نگاران درون آن قرار میگیرند یک جهان متشکل از اطلاعات محض است جهانی که اگر چه جنبه فیزیکی ندارد و مجازی است اما جهان عینیات است-جهان داده ها، جهانی که اجزای متشکله آن تماما اطلاعات است.

در مورد آزادی از زمان و مکان در رسانه های سایبر میتوان به دیدگاه مارک فدرمن اندیشمند برجسته عرصه صنعت تکنولوژی بسیار پیشرفته اشاره کرد: در این جهان اتصال و ارتباط بی نهایت باعث وارونگی تصور ماز ارتباطات فرهنگی و شهروندی میشود. وقتی مرزها و منطقه بندی مبتنی بر زمان حذف شود، به معنای واقعی کلمه ما به شهروندان جهان تبدیل میشویم. که نمونه های از آنرا میتوان در محبوبیت ژانرهای موسیقی مشابه و در ظهور جنبشهای سیاسی جهانی از قبیل سبزها اشاره کرد.

وقتی گوتنبرگ حروف متحرک چاپ را ساخت، در کنار سایر پیامدها، شاهد دو پیامد عمده بودیم. اول با توزیع انبوه کتابهای چاپ شده، ایده ها و نظرات همه توانست بدون نیاز به حرکت خود، در جهات مختلف حرکت کند و مسافتهای طولانی را بپیماید. دوم ظرفیت تولید مطالب چاپی بلافاصله از قدرت نویسندگان برای تولید محتوا پیشی گرفت. حالا فناوری های الکترونیک ابتدا تلویزیون و بعد اینترنت باعث دور بعدی تسریع در تولید محتوا شده اند.

اکنون بر اساس فهم از تاریخ ارتباطات باید در انتظار دو رخداد باشیم: اول تعداد نویسندگان و پدید آورندگان محتوا و میز حجم محتوا باید افزایش یابد. دوم باید در انتظار زبان مشترکی باشیم که با حوزه جغرافیایی توزیع محتوا همخوان باشد.

۲- نزدیک بودن و بی واسطه

بین تولید کننده و مصرف کننده واسطه وجود ندارد و چیزی شبیه به ارتباط چهره به چهره است. امکان پس فرست بطور لحظه به لحظه برای طرفین وجود دارد.

۳- پارادیم دو سویه گی :

یکی از هیجان انگیزترین ویژگیهای روزنامه نگاری سایبر، دو سویه بودن رسانه های سایبر و تعاملی بودن آنها است. (اطلاعات هم از سوی روزنامه است و هم از سوی مخاطب)

۴- فرامتن و ادبیات جهانی واژه ها:

استفاده از این امکان به معنی دستیابی مخاطب به ادبیات جهانی یک واژه است. به دیگر سخن هر واژه ای که به صورت فرامتنی عرضه میشود، امکان دستیابی به تمام اسناد مربوط به آن واژه در اینترنت فراهم میشود. به عبارت بهتر مفهوم فرامتن این است که متون در جهان رسانه های سایبر به یکدیگر گره خورده اند و زمان و مکان در این گره خوردگی نابود میشود.

۵- پایائی و جنبه تکمیلی متن :

متون هیچگاه در رسانه های سایبر از بین نمی روند و این محصول فرامتن است. به دیگر زبان کهنگی خبر و آرشیو شدن آن که پدیده ای رایج در روزنامه نگاری سنتی است، در رسانه های سایبر وجود ندارد. متن در رسانه های سایبر حالت پایا دارند و همه چیز همیشه در دسترس هستند.

۶- گرافیک متحرک، صدا و تصویر :

در رسانه های سایبر انواع گرافیک های ثابت و متحرک، تصاویر تغییر یابنده، صدا و موزیک به کمک خبرها، مقاله ها و گزارشها می آیند تا تاثیر گذاری مطلب به اوج خود برسد.

۷- پیکر بندی محتوا :

در روزنامه نگاری سایبر بر خلاف روزنامه نگاری سنتی که امکان عرضه محتوا در آن کاملا ثابت است پیکر بندی محتوا به سه شکل متصور است :

تک رسانه : استفاده از یک رسانه برای روایت موضوع - معمولا متن یا ویدئو

چند رسانه :استفاده از دو رسانه یا بیشتر برای روایت موضوع . در این حالت رسانه های مورد استفاده موضوع را به صورت مستقل روایت میکنند . در واقع در حالت ترکیبی با یکدیگر قرار ندارند.

چند رسانه گی : در این حالت دو رسانه یا بیشتر در حالت آمیخته و گره خورده با یکدیگر ،موضوع را به کمک یکدیگر روایت میکنند و در واقع در حالت ترکیبی با یکدیگر عمل میکنند .

۸- شخصی شدن :

روزنامه های سایبر حتی می توانند برای یک نفر انتشار یابند . به این معنی که شما می توانید به روزنامه اینترنتی خود دستور بدهید چه نوع اطلاعاتی را در اختیارتان قراردهد و چه نوع اطلاعاتی را در اختیارتان قراردهد .

۹- نسل ها و کادرها :

انقلاب دیجیتال ،کادرها و حتی محتوای رسانه های چاپی را غارت کرده و حتی آگهی هارا نیز از چنگ رسانه های چاپی خارج کرده است . کادر رسانه سایبر با رسانه معمولی تفاوت دارد . کادرهای رسانه سایبر باید تخصص های ویژه داشته باشند .شغلهای مثل دبیر وب ،ادیتور ویدئویی، طراح مولتی مدیا ، مسئول وب و هماهنگ کننده آنلاین .تخصصهای ویژه ی نیز برای این شغلها مورد نیاز است .

۱۰- توزیع افقی و بدون سسله مراتب :

در رسانه های سایبر، گیرنده یک مشارکت گر فعال است که مثل فرستنده در توزیع اطلاعات شرکت دارد و این خود از جنبه های بارز آزادی گرائی در رسانه های سایبر است و به عبارت بهتر دست کم شاهدهی بر تضعیف دروازه بانی مبتنی بر سازمان رسانه ای و تبدیل شدن آن به دروازه بانی مبتنی بر سلائق فردی است .

۱۱- گرد آوری و توزیع ویژه :

آخرین برداشت موج نوین روزنامه نگاری سایبر از رسانه های متقدم این عرصه ،الهام گرفتن از اختصار اخبار رادیو و تلویزیون بوده است . مهمترین تقلید روزنامه نگاری الکترونیک از رادیو روی آوردن به یادداشتهای کوتاه و مستقیما مربوط به موضوع است .

تغییر در شیوه های گرد آوری و انتشار دانش و اطلاعات در این انقلاب دیجیتالی چنان عمیق و چشمگیر است که تنها میتوان آنرا با اختراع چاپ بدست گوتنبرگ در قرن پانزدهم مقایسه کرد .