

# رسانه‌های نوین و ساختار شبکه‌ای در جلب

## مخاطب

18 خرداد 1401

شبکه‌ها ساختارهایی باز هستند که می‌توانند بدون هیچ محدودیتی گسترش یابند و نقاط شاخص جدیدی را در درون خود پذیرا شوند؛ تا زمانی که این نقاط توانایی ارتباط در شبکه را داشته باشند یعنی بتوانند از کدهای ارتباطی مشترک مثل ارزش‌ها یا اهداف کاربردی بهره ببرند دوام این شبکه‌ها تضمین شده است. یک ساختار اجتماعی مبتنی بر شبکه، سیستم باز و پویایی است که بدون اینکه توازن آن با تهدیدی روبه‌رو شود توانایی نوآوری دارد. شبکه‌ها ابزار مناسبی برای فعالیت‌های مختلف هستند. (کاستلز، 1380). ادوارد سعید نویسنده فلسطینی‌الصل ساکن آمریکا که دارای دیدگاه‌های انتقادی در مسائل سیاسی و فرهنگی و اجتماعی است، بر این باور بود که لیبرال‌ها معتقدند گسترش [رسانه‌های جمعی](#) نه تنها کنترل بر زندگی انسان‌ها را بیشتر نخواهد کرد، بلکه زمینه قدرت‌یابی افراد در برابر سازمان‌ها و دولت را افزایش می‌دهد و از آنجا که فرآیند جهانی شدن رسانه‌های جمعی نوعی آگاهی نسبت به ارزش‌های مشترک بشری پدید آورده است این امکان را فراهم کرده که نوعی همبستگی جهانی میان مردم فراهم آید که در بستر ساختار شبکه‌ای این مهم قابل تبیین است. براساس برخی تحقیقات نظیر «هرمن» و «چامسکی» که معتقدند آنچه در اخبار وسایل ارتباط جمعی آمریکا وجود دارد یک بازار هدایت شده خبری است، نه یک بازار آزاد خبری. همچنین پژوهش‌های «جرج گربنر» که نشان می‌دهد که سلطه خبری باعث مخابره نشدن خبرهای مربوط به پیشرفت‌های جهان سوم می‌شود.

تصویری که از جهان سوم ارایه می‌شود، تصویری سرشار از [خشونت](#)، بی‌نظمی، نقض حقوق بشر و غیرمنطقی جلوه دادن آنهاست. (ادوارد اس. هرمن و نوآم چامسکی، 1377) به نظر می‌رسد تحولات عرصه رسانه‌های نوین در بستر چنین فضای رسانه‌ای با تصاویری متفاوت به میدان اطلاع‌رسانی وارد شده است.

اصولا جهانی شدن و پیوستگی جهانی مخاطبان در عرصه رسانه‌های نوین این نوید را به همراه آورده که شبکه ارتباطی مخاطبان بسیار گسترده‌تر از جریان اصلی رسانه است. این مهم به معنی ایجاد قطب جدیدی از قدرت مخاطب در برابر بلوک‌های رسانه‌ای جریان اصلی است.

در واقع توسعه ارتباطی شبکه رسانه‌های نوین مفهوم دهکده جهانی را به عبارتی بیشتر معنا کرد و فرصت شنیده شدن و دیده شدن را در اختیار مردم قرار داد تا فرصت‌های ارتباطی بیشتری را به دست آورند.

ساختار شبکه‌های این رسانه‌ها از یک‌سو و در دسترس قرار گرفتن آن به همراه علاقه و رغبت شهروندان به استفاده بیشتر از این نوع رسانه‌ها با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد آنها بستری برای گفت‌وگویی شهروندی فارغ از تعلقات ملی و منطقه‌ای ایجاد کرده است. این مهم حتی در درون حوزه ملی نیز قابل توجه است. به‌رغم همه تفاوت‌ها شاهد نوعی همگرایی عمومی میان مخاطبان در فضای رسانه‌های نوین هستیم که می‌تواند در قدرت‌بخشی به قطب مردمی قدرت در عرصه جهانی تاثیرگذار باشد. این مهم در

هدایت‌گری جریان رسانه‌ای اصلی شکاف عمیقی ایجاد کرده است، هر چند جریان اصلی همچنان در پی به دست گرفتن قدرت مهار این رسانه‌ها است اما تاکنون موفق نشده است!

شکل‌گیری افکار عمومی جهانی در قالب رسانه‌های نوین این مهم را فراهم کرده که انسان‌ها فارغ از ملیت با تکیه به ارزش‌های مشترک رسمی دیگر را در عرصه ارتباطی ایجاد کنند. راهی که به خصوص در حوزه فرهنگی-اجتماعی تعلقات انسانی را فارغ از وابستگی نژادی و ملی توانسته به یک جنبش عمومی جهانی پیوند بزند!

جنبشی که در برابر حمله روسیه به اوکراین در قالب گردهمایی و همبستگی جهانی با این کشور تعریف می‌شود و در برابر مشکلات زنان افغانستان و کوتاهی کشورهای غربی در برابر طالبان در سال گذشته بستری از همدلی و نگرانی را با آنها همراه کند.

این قدرت شبکه‌ای مردمی اکنون در بستر هشتگ‌ها و کارزارها و ترندها و... موجد نوع جدیدی از شکل‌گیری افکار عمومی است که تنها دولت‌های ملی را تحت تاثیر قرار نمی‌دهد بلکه آثار آن جهانی و عمومی است.

هدف از جهانی شدن، نیل به عصر جهانی است و مشخصه عصر جهانی از نظر بسیاری از اندیشمندان فروریختن مرزبندی‌های مصنوعی و حضور جدی مرزبندی‌های طبیعی است. به گفته آنان مرزهای مصنوعی که حاوی خط‌کشی‌های ملی و نژادی است و پس از عصر حاکمیت دولت-ملت‌ها به وجود آمده است، فرو می‌ریزد و مرزهای طبیعی جای آنها را می‌گیرد. مرزهای طبیعی که تابع سرزمین نبوده و توسط گروه‌های همفکر و دارای منافع مشترک به وجود می‌آید و در عین پراکندگی در سطح جهان، جوامع نوین و متداخلی را تشکیل می‌دهد که نمونه زنده آن گروه‌های طرفدار محیط‌زیست است. در چنین تغییراتی حکومت‌ها قدرت تصمیم‌گیری خود را با نوعی تامل روبه‌رو می‌بینند و به عبارتی به نظر می‌رسد قدرت از حوزه حکومت به حوزه عمومی و مردم قادر به حرکت باشد و مردم، صاحب قدرت شوند. (\*)

با این رویکرد از آنجا که رسانه‌های جمعی یکی از منابع قدرتمند، یعنی ابزاری برای کنترل، مدیریت و نوآوری در جامعه هستند که می‌توانند جانشینی برای قدرت یا دیگر منابع باشند (مک کوایل 1382، 116). با این نگاه رسانه‌های نوین بستری برای بازتولید جهانی شدن و فرصتی برای همگرایی جهانی مردم برای ایجاد مسیر گفت‌وگو و صلح و دوستی هستند. قدرت افکار عمومی که همواره در بستر رسانه قابل جست‌وجو بود و نقش موثری در شکل‌گیری و تسری آن در حوزه قدرت تعریف می‌شد؛ امروز در بستر جهانی با توجه به ارزش‌های مشترک بشری و توجه به سرنوشت مشترک در حال شکل‌گیری است و این مهم تنها در بستر رسانه‌ای نوین و شبکه‌های اجتماعی قابلیت شکل‌گیری دارد، چراکه مرزهای قراردادی از حوزه مجازی حذف و همگرایی در آن بیشتر شده است. ساختار شبکه‌ای فعال در رسانه‌های نوین بستر جذب مخاطب بیشتر و بیشتر است و این مهم در شکل‌گیری افکار عمومی جهانی گامی بلند محسوب می‌شود.

**\*\* زهرا نژادبهرام**