

رسانه های نوین و تقابل با ناشناخته ها

11 اسفند 1400

زهرا نژادبهرام

هفته گذشته خبر تصویب [کلیات طرح صیانت](#)، جامعه را دچار نوعی سردرگمی و التهاب کرد هر چند پس از ساعاتی به دلیل عدم همخوانی آن با آیین نامه داخلی مجلس این تصویب از اعتبار ساقط شد اما نکاتی داشت که توجه به آن در بستر رسانه های نوین قابل توجه است.

نخست آنکه پیگیری چنین طرح هایی به نظر می رسد با روح بهره گیری از فضای مجازی و ظرفیت های رسانه های نوین که کاربردی همه گیر و فراگیر پیدا کرده در تعارض است! و دوم آنکه با توجه به نگاه جامعه و میزان بهره برداری از این فضا چه در عرصه مراکز علمی و پژوهشی و اقتصادی و.... ضروری است توجه دوباره به آن صورت پذیرد!

زمانی که اینترنت به صحنه زندگی بشری وارد شد نخستین کارکرد آن برای اهداف نظامی بود و بعداً به صورت عام در اختیار همه قرار گرفت شاید اگر آن موقع در مورد این فضا به بحث می پرداختیم به دلیل ناشناخته بودن بسیاری از ابعاد آن تصور بر این بود که این فضا ابزاری نامتعارف و غیرقابل اعتماد و غیرقابل دسترسی است.

اما با گذشت زمان و بروز و ظهور ابعاد گوناگون آن و از همه مهم تر رسانه های نوین شکل استفاده از این فضا و اندیشه بشری نسبت به آن با تفاوت چشمگیری همراه شد. [رسانه های نوین](#) با گشایش فرصت های تازه برای رونق اقتصادی، ارتباط شهروندان فارغ از زمان و مکان و نشر اطلاعات و ارتباط شبکه ای بستری متفاوت برای زندگی ایجاد کردند. فرصتی که تا پیش از آن بسیار دور از تصور بود. تحول تکنولوژی و پیوستگی رسانه های نوین با این تحول که از دهه 90 میلادی تصور انسان نسبت به جهان پیرامونی را با انقلابی روبه رو کرد، این آموزه را در بر داشت که انسان در جهت ارتباط گیری و ارتباط سازی به دنبال تحول تکنولوژی های جدید است. پیوستگی این مهم با امر دانش فارغ از تجارب فردی یا دانش آکادمیک میل به دانستن انسان را اقناع کرد. در این میان دانستن دو امر ضروری است نخست آنکه تولد تکنولوژی جدید فرصت تجربه را چندین برابر کرد و دوم آنکه دانش تبادل شده از حالت اختصاصی به امری عمومی و در دسترس قرار گرفت! این مهم بیانگر آن است که رسانه های نوین عرصه تازه ای از تحول را فراهم کردند که در قالب شبکه های ارتباطی مجازی در امر اطلاع رسانی مسوولیت حقیقی رسانه ها را به سرانجام رساندند.

اقبال [رسانه های سنتی](#) به این تکنولوژی و ظرفیت موجب شده که امروزه قریب به اتفاق روزنامه ها و.... با داشتن سایت های مجازی و بهره گیری از ظرفیت های شبکه های اجتماعی امر اطلاع رسانی را با دایره ای وسیع تر همراه کنند و پیام خود را به مخاطب برسانند. رسانه های جدید فرصت گسترش دایره اطلاع رسانی را برای رسانه های سنتی توسعه بخشیدند و خود به عنوان منبعی دیگر برای اطلاع رسانی

امکان همگرایی و شبکه‌سازی در نشر اطلاعات همراه آوردند. همچنین رسانه‌های نوین خودگردان و شخصی هم هستند به‌طوری که کاربر احساس می‌کند بر استفاده از محتوا و مستقل از منبع نظارت دارد. این رسانه‌ها که از سرعت نشر فزاینده برخوردارند قادر به اتصال مسافت‌های طولانی به یکدیگر و ارتباطات دور هستند و دارای دامنه وسیع دسترسی نیز هستند، به طوری که تمام دنیا از طریق ارتباطات دور و شبکه‌ای به هم متصل شده است. در این راستا این رسانه‌ها از ظرفیت ذخیره‌سازی بالایی نیز برخوردارند درحالی که این قابلیت در ارتباط چهره به چهره کم است و بستگی به قدرت حافظه افراد دارد، یا در رسانه‌های چاپی یا رسانه‌های آنالوگ محدودیت‌های بسیاری در ذخیره اطلاعات وجود دارد، اما آنها این مهم را به یکباره در اختیار مخاطب قرار می‌دهند، ضمن آنکه دقت اطلاعات ارسالی و دریافتی مانند داده‌ها، اعداد، تصاویر و... را نیز افزایش داده‌اند.

در رسانه‌های نوین امکان گزینش‌گری و انتخاب داوطلبانه نیز وجود دارد به طوری که فرد می‌تواند از میان انبوهی از مخاطبان مختلف، یک گروه یا افراد خاص را به عنوان مخاطبان خود انتخاب نماید. در تحقیقی در خصوص ویژگی‌های رسانه‌های ارتباطی نگارندگان معتقد بودند، یکی از دلایل پیشرفت ابزارهای ارتباطی جدید، اقناع در ارتباط است (1). اقناع فرآیندی است که در ارتباطات جمعی و رسانه‌ای بستر اثر گذاری و اثربخشی پیام را به حداکثر می‌رساند. به تعبیر برخی اندیشمندان آرایه اندیشه یا پیام و پذیرش آن از سوی گیرنده و نیز ماندگاری آن در ذهن برای همیشه را فرآیند اقناع ارتباطی می‌گویند (ساروخانی، 1388). از این رو با دور شدن از ارتباطات رو در رو و شفاهی، اقناع ارتباطی در روابط تعاملی و دو سویه کمتر انتقال می‌یابد. و این مهم بیانگر آن است که این نوع رسانه‌ها توانسته‌اند به دلایل مختلف مساله ارتباط رودررو را با ابزار تکنولوژیک که به یاری رسانه‌های نوین آمده برطرف کنند و فرصت همگرایی و ارتباطی بیشتری را ایجاد کنند. در این راستا توجه به این مهم ضروری است که تغییر جنس ارتباطات که ناشی از ورود رسانه‌های نوین به عرصه زندگی بشری است نوعی از تحول را در تعامل ایجاد کرده که پیش از این به ندرت امکان‌پذیر بود! رسانه‌های نوین با خارج کردن ارتباطات از حالت تک‌گویی به گویش دو طرفه از یک سو و خبررسانی عمومی بستری برای مشارکت بیشتر شهروندان ایجاد کرده‌اند که تا پیش از این امکان‌پذیر نبود. آنها الگوی خطی ارتباطی را به الگوی شبکه‌ای تغییر شکل دادند. این مهم فرصت بیشتری را در اختیار رسانه و مخاطبان قرار داد که کارکرد خبر و اطلاعات را به عرصه عمومی انتقال دهند و فرآیند ارتباط‌گیری را در حجم وسیعی از مخاطبان تسریع کنند!

سرعت انتقال به همراه شبکه ارتباطی در کنار ساده‌نویسی و ساده‌گویی فرآیند درگیر شدن جماعت را به عرصه رسانه فراهم کرد و آن را از اختصاصی‌سازی خارج و بستر گشوده‌تری برای ارتباط اجتماعی فراهم کرد. هرچند که در ورود هر تحول جدید در جامعه مواردی از نگرانی یا حتی کژراهی شاید قابل مشاهده باشد اما این به این معنی نیست که این تحول ذاتا و ماهیتا دچار مشکل است و باید جلوی حرکت آن را برای فراگیری مسدود کرد! یا با فیلترهای متفاوت برای محدودسازی آن اقدام کرد.

رسانه‌های نوین کارکرد تحول جامعه بشری به مداخله و مشارکت در امر تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی است و این راهی است که باید پیموده شود! پس بهتر است با توسعه آن و آموزش؛ استفاده بهینه از آن را تسری داده و فرصت‌های آن را غنیمت شمرد و بستر گشوده‌ای برای مشارکت همه فراهم کرد! در واقع سرعت نشانه اصلی این رسانه‌ها است و این به معنی سرعت گرفتن انسان است! انسانی که در تکاپوی

دانستن و کسب اطلاعات از همه ظرفیت‌های جهانی با اتکا به این نوع رسانه قادر است بهره‌مند شود. آنگونه که سرعت حاصل از این نوع ارتباط برای انسان شتابندگی در شکوفایی تمدن بشری را به دنبال دارد و مفهوم دهکده جهانی که روز مکه لوهان آن را برای رسانه سنتی به کار می‌برد الان به معنی واقعی معنادار شده است! تحولات ارتباطی شهروندان در زمان شیوع بیماری کرونا که هم اکنون نیز ادامه دارد و حس مشترک میان انسان‌های سراسر زمین نسبت به این بیماری و جان باختن میلیون‌ها نفر؛ برای انسان‌هایی که شاید هیچ نوع قرابتی به جز احساس انسانی میان آنها نبود و راه‌های پیشگیری از آن و اطلاع‌رسانی جهانی و دسترسی به این اطلاعات برای همه جملگی نشان از تغییری شگرف در عرصه ارتباطات شبکه‌ای دارد. یا در همین نزدیکی تهاجم روسیه به اوکراین و حس مشترک میان انسان‌ها و تلاش برای توقف جنگ در میان همه کشورها که از سوی مردم بیان شد نیز نشان از آن سرعت و شتاب در حرکت دارد که منجر به تولید نیروی همبستگی شده و افکار عمومی را به عنوان عنصر مداخله‌کننده در تصمیم‌گیری‌های دولت‌ها وارد ساخته است!

لذا با توجه به این مهم بر اساس یادداشت آقای [دکتر خانیکی](#) (2) که برگرفته از یک نظرسنجی در مردادماه امسال بوده 74 درصد مردم با طرح صیانت از کاربران مخالف بودند و حدود 9 میلیون نفر با اتکا به این نظرسنجی از این محل کسب درآمد می‌کنند که با توجه به احتساب دوفرد در کنار آنها زندگی قریب به 27 میلیون نفر از نظر اقتصادی وابسته به این رسانه‌ها و فضای مجازی است! پس تقابل با ناشناخته را کنار بگذاریم و در صدد شناخت و فرصت‌های آن، بستر گشوده‌ای را برای شهروندان و کشور فراهم کنیم و طرح‌هایی از این دست را به ایجاد تقابل مبدل نکنیم که این فضا خود تولیدکننده همبستگی و انسجام بیشتر میان شهروندان است!

<http://ensani.ir/file/download/article/20140617100720-9556-124.pdf>-1

2- روزنامه اعتماد 8 اسفند 1400 صفحه اول