

خبررسانی در عصر شتاب

در روزگاری که دهکده جهانی دیگر يك نظریه نیست و واقعیت اثبات شده‌ای است، در عصری که پوشش رسانه‌ای هر اتفاقی در کسری از ثانیه و در گستره‌ای به وسعت دنیای فشرده امروز شکل می‌گیرد، بی‌شک هیچ فردی و البته هیچ رسانه‌ای نمی‌تواند امیدوار باشد رفتار و عملکردش مورد قضاوت قرار نگیرد.



جام جم آنلاین: در روزگاری که دهکده جهانی دیگر يك نظریه نیست و واقعیت اثبات شده‌ای است، در عصری که پوشش رسانه‌ای هر اتفاقی در کسری از ثانیه و در گستره‌ای به وسعت دنیای فشرده امروز شکل می‌گیرد، بی‌شک هیچ فردی و البته هیچ رسانه‌ای نمی‌تواند امیدوار باشد رفتار و عملکردش مورد قضاوت قرار نگیرد.

در دنیای امروزی که اصل بر تبادل دائم اطلاعات است، هیچ واقعه‌ای از چشم تیزبین رسانه‌ها دور نمی‌ماند و نتیجه طبیعی آن فراگیر شدن نوعی داوری دائمی و اعلام نظرات ریز و درشت درباره هر فرد معتبر، هر ارگان و نهاد و سازمانی است.

به اعتقاد اکثریت مطلق جامعه‌شناسان معاصر، دنیای مجازی یا همان اینترنت، مهم‌ترین تفاوت عصر حاضر با ادوار قبلی زندگانی بشری است.

اینترنت بسادگی فاصله‌ها را از میان برده و بدون هیچ دیوار و مرزی شرایطی شگفت‌انگیز برای بهره‌مندی عمومی از اطلاعات، اخبار، دانش‌های روز، انواع نظریه‌ها و... فراهم آورده است.

هم از این‌رو، اینترنت در جوامع نیمه مدرن مثل ما (البته به شکلی نسبی)، مدرن و حتی پست مدرن، اصلی‌ترین ابررسانه‌ای است که خوراک فکری - فرهنگی جامعه را تامین می‌کند.

وبلاگ‌نویسی یکی از شیوه‌های رایج در خبررسانی اینترنتی است. میلیون‌ها وبلاگ فردی و گروهی در سطح دنیای مجازی پراکنده‌اند و در این وبلاگ‌ها گستره‌ای شگفت‌انگیز از نظرها، بیانی‌ها و... مطرح شده و در معرض عموم قرار می‌گیرد.

در ایران هم وبلاگ‌نویسی بشدت مورد اقبال است و شاید بتوان ایرانیان را از فعال‌ترین قومیت‌های دنیای مجازی در حوزه وبلاگ‌نویسی دانست.

از جمله شیوه‌های وبلاگ‌نویسی در ایران، وبلاگ‌هایی است که درباره شخصیت‌های خاص هنری یا برنامه‌های خاص تلویزیونی و... ساخته می‌شود.

مثلا ماه مبارک رمضان سال گذشته فقط برای برنامه #171 ماه عسل» بیش از 30 وبلاگ با نگاه‌های مختلف حمایتی و انتقادی ساخته شد. اما اهمیت این وبلاگ‌ها وقتی معلوم می‌شود که دریا بیم حجم اطلاع‌رسانی این وبلاگ‌ها چند برابر روزنامه‌ها و رسانه‌هایی است که درباره برنامه‌های صدا و سیما مطلب می‌نویسند.

بی‌شک بخش بسیار عمده‌ای از این وبلاگ‌ها با رویکردی عامه پسندانه (به اصطلاح زرد!) و بدون تلاش برای موضع‌گیری جدی و کارشناسانه به راه خود ادامه می‌دهند.

این‌گونه وبلاگ‌ها می‌تواند برای سازمان صدا و سیما به عنوان تنها رسانه تصویری کشور فرصت تبلیغاتی مناسب و موثری باشد که با کمترین خطر، انواع تحرکات فرهنگی را پوشش می‌دهد و بدون ضرر جدی و مهم، بخشی از نیاز مخاطبان را که صدا و سیما در حوزه رسمی به‌دلایل مختلف نمی‌تواند به آنها بپردازد، تامین می‌کند.

شکی نیست که برای مردم ما هم مثل همه جای دنیا، خبرهای درگوشی و پشت پرده فعالیت نامداران و سرشناسان، بسیار جذاب و دلرباست.

این وبلاگ‌ها در برطرف کردن نیاز مردم درخصوص باخبر شدن از این نوع اتفاقات بسیار کارآمدند.

اما بخش مهم دیگری در این نوع وبلاگ‌ها، وبلاگ‌هایی تخصصی، هوشمندانه و بسیار پخته است با نوعی نگاه انتقادی بعضا تند و

تیز که بیرحمانه به واکاوی برنامه‌ها می‌پردازد.

بررسی این وبلاگ‌ها فارغ از نوع موضعگیری و نگاه آنها، می‌تواند برای مدیران و کارشناسان حوزه رسانه بسیار کارآمد و رهگشا باشد؛ چرا که بهره‌مندی از این نوع انتقادهای بی‌پرده و صریح در شرایطی که بسیاری از رسانه‌های رسمی کشور نه شهادت انتقاد دارد و نه فرصت و انگیزه‌ای برای این کار، می‌تواند مثل چراغی پرنور، ضعف‌ها و قوت‌های صدا و سیما را عیان کند.

وبلاگ‌ها نمونه‌ای جذاب از شیوه‌های خبررسانی در دنیایی است که شتابی فزاینده در اطلاع‌رسانی دارد. تقابل و رویارویی با این وبلاگ‌ها، تلاش برای حذفشان یا حتی نادیده گرفتن آنها، نه هوشمندانه است و نه کاری ممکن؛ بنابراین رفتار تعاملی درست و مدیریت فکورانه در این خصوص، به خدمت گرفتن وبلاگ‌ها به منزله پایگاه‌هایی غیررسمی جهت نقد و بررسی، اعلام نظر و موج‌سازی برای برنامه‌های صدا و سیماست.

شکی نیست که باید با برخی وبلاگ‌ها که به دروغ‌پردازی و هتاک‌های مشغولند برخورد جدی و قانونی صورت گیرد، اما بیشتر وبلاگ‌ها را جوانانی اهل ذوق و خوشفکر اداره می‌کنند که بودنشان می‌تواند خونی تازه در رگ‌های سازمان صدا و سیما باشد.

وبلاگ رقیب نیست، یک عنصر کمکی است که بسته به رفتار رسانه ملی، برایش مفید یا مضر خواهد بود. (جام جم - ضمیمه قاب کوچک)

حمید سلیمی