



WEBLOG

وبلاگ؛ استخر سرپوشیده شیک یا برکه راکد عفن

وبلاگ چیست؟

اشاره

سپهر رسانه‌ای امروز جهان، به تار عنکبوتی می‌ماند که علیرغم اتصالات تودرتو بسیار سست می‌نماید. در این بین وبلاگ یکی از همان موجودات ناشناخته مجازی است که دایره جذابیتش روز به روز گسترش می‌یابد، تا آن‌جا که امروز در دقیقه بیش از ۷۵ هزار وبلاگ به روز می‌شود. پرسش این است که وبلاگ یک استخر سرپوشیده شیک با سونا و جکوزی اختصاصی است یا یک برکه راکد عفن؟ و اساساً برآیند ما از این‌ها با برداشت ما از آن‌ها چه خواهد بود؟

حامد حجتی



حذف کند یا دست کم تأیید نکند. وبلاگ فضایی دموکراتیک‌تر در مقایسه با رسانه‌های دیگر دارد، در عین این‌که نباید از یاد ببریم، آزادی و تعالی در رعایت اخلاق انسانی میسر می‌شود. فضای اخلاقی وبلاگ‌نویسی تحت تأثیر اخلاق عمومی و نظام اجتماعی است، هر چند اگر اخلاق در نظام فرهنگی و اجتماعی از جایگاه و نقشی اثرگذار برخوردار باشد، فضای وبلاگ‌نویسی نیز تطهیر می‌شود، البته کسب تجربه تاریخی و گذشت زمان بیش‌تر، به نهادینه شدن اصول اخلاقی در این عرصه کمک می‌کند. مهم آن است که وبلاگ

وبلاگ به خودی خود یک رسانه است که از امکان فراخ‌تری برای بیان منویات و دیدگاه‌های درونی‌تر و شخصی‌تر برخوردار است، اما ماهیت آن به خود نویسنده و مدیر وبلاگ برمی‌گردد که چگونه و در چه حوزه و محدوده‌ای بنویسد و شیوه ارتباط وی با مخاطب وبلاگش چگونه باشد. ساختار فنی وبلاگ‌ها و امکانات مدیریت فضای سایت به گونه‌ای است که نویسنده و مدیر وبلاگ می‌تواند بر محتوای آن نظارت و مدیریت داشته باشد و برای مثال، برخی کامنت‌های غیر اخلاقی و گفتارهای غیر مجاز را از وبلاگ

آنلاین گسترش یابد. وبلاگ‌نویسی یک گفت‌وگوی غیر رسمی برابر است؛ زیرا خوانندگان می‌خواهند جزئی از فرآیند خبر باشند و بلاگ‌ها بسیاری از موانع موجود میان روزنامه‌نگاری و عموم را برمی‌چینند.

تب و بلاگ‌نویسی

این روزها پدیده‌ای به نام وبلاگ یا بلاگ به کاربران ایرانی اینترنت شناسانده شده است. این موضوع زمانی مانند یک تب فراگیر در میان کاربران کشورمان گسترش یافت که نخستین وبلاگ‌های فارسی زبان بر روی اینترنت قرار گرفتند و ظرف یک سال گذشته تاکنون تعداد وبلاگ‌ها و نویسندگان آن‌ها در میان کاربران ایرانی به حدی افزایش یافته است که به درستی نمی‌توان گفت چند وبلاگ و در چه زمینه‌هایی به زبان فارسی منتشر می‌شوند. سرعت رشد و فراگیری این پدیده به اندازه‌ای است که برخی صاحب‌نظران مسایل ارتباطات آن را به تبی تند تشبیه می‌کنند که سرانجام به عرق سرد خواهد نشست. محتوای غالب نخستین وبلاگ‌ها شامل خاطرات روزانه کاربران، دغدغه‌های شخصی آن‌ها و مسائلی بود که در مجموع به لحاظ علم ارتباط‌شناسی از ارزش و اهمیت ارتباطی و اطلاع‌رسانی به مفهوم کلاسیک برخوردار نبودند. وبلاگ‌ها به مهم‌ترین منابع انتشار شایعات و اخبار بی‌اساس و همچنین اطلاعات بی‌ارزش (به لحاظ خبری) مبدل شدند که در چنین شرایطی بدیهی است که بمباران اطلاعاتی مخاطبان آن‌ها را خسته و درمانده خواهد کرد و در نتیجه به سرعت میزان استقبال از آن‌ها کاهش خواهد یافت. این استدلالی است که برخی صاحب‌نظران با استناد به آن موضوع، فروکش کردن تب وبلاگ‌نویسی را مطرح کردند.

به صورت نوعی جزوه‌نویسی سریع‌السير و سرشار از ارجاعات عمل می‌کنند؛ تریبونی آزاد برای هر عقیده‌ای که نمی‌تواند به رسانه‌های بزرگ راه یابد یا در مورد میلیون‌ها وبلاگ صرفاً شخصی، تریبونی آزاد فقط برای دیدگاه فرد نسبت به زندگی. وبلاگ همچنین جایگاهی است برای انتقاد از رسانه‌ها و سرشار از گاف‌ها، حذفیات، کلک‌ها و جوک‌ها. اما هیچ یک از این‌ها هنوز به سطحی از فرهنگ روزنامه‌نگاری نرسیده است که غنای کافی را برای رقابت جدی با رسانه‌های قدیمی داشته باشد، تا بتواند به صورت جایگزین آن‌ها و نه



سرعت رشد و فراگیری این پدیده به اندازه‌ای است که برخی صاحب‌نظران مسایل ارتباطات آن را به تبی تند تشبیه می‌کنند که سرانجام به عرق سرد خواهد نشست.

بسیاری از خاک خورده‌های عرصه ارتباطات معتقدند پدیده نوپا و جوان وبلاگ، نسل تازه‌ای از اطلاع‌رسانی ارتباطات در محیط اینترنت را ایجاد کرده است و با گذشت زمان به سمت نظم و سامانی ویژه حرکت خواهد کرد.

ضمیمه‌شان عمل کند.

وبلاگ مرزها را می‌شکند

وبلاگ مرزهای میان تولید کننده و استفاده کننده خبر را محو کرده است. وبلاگ‌نویسی به میلیون‌ها نفر این توانایی را داده است که معادل یک مطبوعه چاپی را پیش روی خود داشته باشند. وبلاگ‌نویسی، روزنامه‌نگاری را مجبور کرده است تا از ساختاری تمرکزگرا، بالا به پایین و دارای فرآیند نشر یک‌طرفه به ساختاری دارای بازیگران بسیار و چرخه بازخورد دائم از ارتباطات

امروز یک پنجره جدید است که هنوز در مرحله شدن به سر می‌برد و شدن یعنی پی ریزی تمام زیر ساخت‌های فنی و اخلاقی.

نسل جدید اطلاع‌رسانی

بسیاری از خاک خورده‌های عرصه ارتباطات معتقدند پدیده نوپا و جوان وبلاگ، نسل تازه‌ای از اطلاع‌رسانی ارتباطات در محیط اینترنت را ایجاد کرده است و با گذشت زمان به سمت نظم و سامانی ویژه حرکت خواهد کرد.

روزنامه‌نگاری رسانه‌ای

وبلاگ‌های بلندپروازانه در کنار یکدیگر

جبران می‌کنند.

تنوع وبلاگ‌ها

بلاگ در روند پرشتاب تحولات خود به حوزه کلاسیک و متداول نوشتاری وب محدود نمانده است و انواع بلاگ‌های رادیویی (پادکست‌ها) و تصویری جای خود را روی اینترنت باز کرده‌اند. از سوی دیگر با توسعه اینترنت مبتنی بر تلفن همراه (که آن را با نام WAP می‌شناسیم) و امکان مبادله فایل‌های چندرسانه‌ای میان تلفن‌های همراه دوربین‌دار و اینترنت، وبلاگ‌های مبتنی بر موبایل یا «موبلاگ»‌ها نیز ظهور یافته‌اند که امکان مشارکت طیف گسترده‌تری از شهروندان را فراهم می‌آورند.

امروزه وبلاگ و موبایل بیش‌ترین رشد را در جهان دارند. ارتباطات سیار از ۱۶ میلیون مشترک در سال ۱۹۹۱ به ۲ میلیارد مشترک در سال ۲۰۰۶ رسیده است. تعداد وبلاگ‌ها نیز ابتدای سال ۲۰۰۶، ۲۶ میلیون بود و در اکتبر همان سال به ۵۷ میلیون و ۳۰۰ هزار وبلاگ رسید. در مجموع می‌توان

در این چند سال در حوزه رسانه همیشه مصرف‌کننده‌ای بوده‌ایم که بدون در نظر گرفتن جوانب کارها فقط به این می‌بالیدیم که برای مثال، آخرین ساخته‌های هالیوود را با زیر نویس فارسی در پاساژهای میدان انقلاب با تیراژ بالا به فروش رسانده‌ایم. در عرصه وبلاگ هم همین‌طور.

زبان اعتراض

پدیده وبلاگ‌نویسی در جامعه ایران را باید از دو بعد مثبت و منفی بررسی کرد. جنبه مثبت در این است که آزادی بیان را افزایش داده است. وبلاگ در مقایسه با رسانه‌های دیگر فضای دموکراتیک‌تری دارد؛ زیرا این رسانه ارزان قیمت‌تر از رسانه‌های کاغذی است و سریع‌تر توزیع می‌شود. وبلاگ‌نویسی خطرهای شکننده‌ای را ایجاد می‌کند. برای مثال، وبلاگ‌نویس مطالب خودش را کنترل می‌کند و در عین حال می‌توان یک نوشته‌ای را علیه آن وبلاگ‌نویس در طول تاریخ استفاده کرد. عبور از انتشار کاغذی به انتشار الکترونیک این احساس را ایجاد می‌کند که آزادی بیان بیش‌تر شده است؛ چون همه می‌توانند ما را بخوانند؛ اما در شکل کاغذی برعکس است، در عین حال می‌تواند در ما توهمی را ایجاد کند زیرا حضور ما در اینترنت مهم قلمداد می‌شود. وضعیت وبلاگ‌نویسی در ایران و استفاده آن توسط کاربران از آمار بالایی برخوردار است؛ ولی از لحاظ حوزه مطبوعات و انتشارات وضعیتی اسفبار داریم و این نشان می‌دهد که سیستم‌های اطلاع‌رسانی، خود را

وبلاگ به خودی خود یک رسانه است که از امکان فراخ‌تری برای بیان منویات و دیدگاه‌های درونی‌تر و شخصی‌تر برخوردار است. اما ماهیت آن به خود نویسنده و مدیر وبلاگ برمی‌گردد که چگونه و در چه حوزه و محدوده‌ای بنویسد و شیوه ارتباط وی با مخاطب و بلاگش چگونه باشد.

گفت که هر ۶ ماه، فضای وب در جهان دو برابر می‌شود. هر وبلاگ در ایران یک رسانه است و هر رسانه سعی می‌کند یک پیام مشخص را از مبدأ به مقصد برساند. در این چند سال در حوزه رسانه همیشه مصرف‌کننده‌ای بوده‌ایم که بدون در نظر گرفتن جوانب کارها فقط به این می‌بالیدیم که برای مثال، آخرین ساخته‌های هالیوود را با زیر نویس فارسی در پاساژهای میدان انقلاب با تیراژ بالا به فروش رسانده‌ایم. در عرصه وبلاگ هم همین‌طور. فتوبلاگ‌ها، پادکست‌ها، موبلاگ‌ها و وبلاگستان‌های فارسی، آینده‌ای نامعلوم را برایمان رقم می‌زند. اینترنت دیگر از مرزهای شخصی روابط آدم‌ها گذشته است. باید به حال خود و فرزندانمان فکر کنیم.

