فن آوری و مدیریت رسانه

حمیدرضا معیری*

هنگامی که در سال هزاروسیصدوهشتادوسه دکتر روشندل اربطایی در مقاله‌ی چیستی مدیریت رسانه، آن را در هفت دیدگاه معرفی بررسی کردند، در هیچ یک از این دیدگاه‌ها به مقوله ی فن آوری در رسانه نپرداختند. ایشان تلاش کردند رابطه ی میان رسانه و مدیریت را با وجه قالب مدیریتی بررسی نماید. لیکن نکتهای که در پژوهش خود به آن پاسخی نداده‌اند جایگاه فن آوری و به بویژه فن آوری اطلاعات در رسانه است. حال اینکه هرگز بدون فن آوری هیچ رسانه‌ای(رسانه به مثابه یک پدیده ی مصنوع و هدفمند انتقال پیام) در جهان وجود نداشته است. هرچند که برخی تلاش کرده‌اند با ارایه ی تعاریف فلسفی هوا را نیز رسانه بدانند لیکن با افزودن قید «ساختگی» به رسانه تا اندازه‌ی زیادی می توان از گیر افتادن در باتلاق این تعریف گریخت و همچنین قید «شهرگانی» بودن می تواند تا اندازه‌ی بیشتری برداشت ما از رسانه را به رسانه های امروزی نزدیک کند.

جُستار پیش رو نخست تلاش می کند اهمیت فن آوری را در رسانه بیان دارد و پس از آن یکی از مدل های معرفی شده در مقاله‌ی روشندل اربطایی(۱۳۸۵) را توسعه داده و به مدل دیگر برسد که در آن نقش فن آوری آن گونه که شایسته است در رسانه دیده شود.

*مدیر فن آوری رسانه

هرگز بدون فن آوری هیچ رسانه‌ای(رسانه به مثابه یک پدیده‌ی مصنوع و هدفمند انتقال پیام) در جهان وجود نداشته است. هرچند که برخی تلاش کرده‌اند با ارایه ی تعاریف فلسفی هوا را نیز رسانه بدانند لیکن با افزودن قید «ساختگی» به رسانه تا اندازه‌ی زیادی می توان از گیر افتادن در باتلاق این تعریف گریخت و همچنین قید «شهرگانی» بودن می تواند تا اندازه‌ی بیشتری برداشت ما از رسانه را به رسانه های امروزی نزدیک کند

فن آوری

فن آوری یا آنگونه که در زبان انگلیسی (Technolognv) در ریشه ی مادری خود، یونان، به معنای مهارت، هنر یا تردستی بکار برده می شده. این واژه دویست سال است که بر سر زبانها افتاده، تا پیش از قرن بیست و یکم، این واژه در زبان انگلیسی غیرمتداول بود. این واژه پس از انقلاب دوم صنعتی معروف به انقلاب تکنولوژی، رایج شد. مساله ی اصلی اینجا است که مترجم ها هنگامی که از زبانهای اروپایی مانند آلمانی واژه‌ی (Technik) را به آمریکا می بردند میان این واژه و Technologie تمیز قایل نشدند و هر دو آن را به معنای تکنولوژی بکار بردند.

رید بین، جامعه شناس آمریکایی در سال ۱۹۳۷ می نویسد: تکنولوژی شامل همه ی ابزارها، ماشین ها و متعلقات آن، سلاح ها، آلات کاربردی، خانه و خانه سازی، پوشاک، ، ارتباط ها و وسایل حمل و نقل و مهارت تولید و بهره برداری از آن است. نویسندگان مقاله های علمی امروزه برای تعریف تکنولوژی بیشتر از کتاب "techniques de soi" نوشته استاد بزرگ فوکو، بهره می برند.

تاریخ تکنولوژی از ساخت نخستین چرخ با روکش مفرغ که چهارهزار سال پیش توسط مردمان سرزمین ایران ساخته شد تا پا گذاشتن بر کره‌ی ماه توسط مردم آمریکا را شامل می‌شود. تکنولوژی همه ی شئون زندگی بشر را در همه دوره‌های تاریخی تحت تاثیر قرارداده اند تا جایی که برخی از دوره های زندگی بشری حسب تکنولوژی موجود در آن دوره نامگذاری شده اند.

در قرن بیست و یکم اطلاعات جایگاه ویژه ی خود را در جامعه آشکار کرد و افزایش حجم آن نیازهای تازه‌ای را فراهم آورد. نیاز به فن های تازه‌ای برای ذخیره، بازیابی و انتقال و دستکاری اطلاعات، پدید آمد. این شاخه‌ی تازه از تکنولوژی را تکنولوژی اطلاعات نامگذاری کردند. به عبارت دیگر کاربرد کامپیوتر در ذخیره، بازیابی و انتقال و دستکاری اطلاعات را تکنولوژی اطلاعات یا فن آوری اطلاعات نامیدند.

رسانه‌های امروز هرگز نمی توانند خود را بدون فن آوری بازشناسی کنند. در گذشته نیز اوضاع به همین رویه بوده و هر آنچه از گذشتگان به مثابه‌ی رسانه‌ای که دارای پیامی مشخص است- چه برای مردم روزگار پیشین و چه برای مردم امروز- به دست ما رسیده خود از سطحی از تکنولوژی برخوردار بوده. برای نمونه گوی های گلی ایرانی- واکاویده در جغازنبیل خوزستان- که مربوط به بیش از پنج‌هزار و پانصد سال پیش بوده و به عنوان نخستین سامانه‌ی ذخیره‌ی دادی بشری شناخته می شوند ، خود از سطحی از تکنولوژی عصر سفال برخوردار بوده اند. به خوبی مشخص است که در ساختن این گوی‌ها، نقش بندی برآنها و پختن و استحکام بخشیدن به آنها بشر نخستین در کمال مهارت بوده. اگر این گوی‌های را نخستین رسانه‌های بشری در نظر بگیریم نقش تکنولوژی در آنها را به آسانی می توان مشاهده کرد. همچنین زمانی که به کتیبه‌های زیگورات‌ها و یا سنگ تراشه های تخت جمشید می‌رسیم که به روشنی می‌توان کارکرد اطلاع رسانی آنها را دریافت، تغییر تکنولوژی را از ساخت سفال به تراش سنگ مشاهده می کنیم. تکنولوژی سفال اجازه‌ی ساخت نقش برجسته‌هایی به ارتفاع چند متر را نمی دهد. بنابراین می‌توان چنین استنباط نمود که اگر در پنج هزار سال پیش از میلاد نیز تکنولوژی سنگ‌تراشی اجازه می‌داد شاید قدیمی ترین رسانه‌ی ذخیره سازی اطلاعات بشر، یک گوی یا منشور سنگی بود.

بشر در قرن پانزدهم موفق به اختراع دستگاه چاپ شد تا به کمک آن بتوان از ابزاری مانند کاغذ برای ساختن و عرضه‌ی رسانه‌ای به نام روزنامه بهره برد. بی گمان اگر گتنبرگ بجای دستگاه چاپ می توانست دستگاهی برای انتشار امواج و بازنمایی آنها بسازد، رسانه‌ای به نام رادیو پیش از رسانه‌ی روزنامه پدید می آمد و مشخص نبود سیر تحول رسانه به چه شکل پیش می‌رفت.

فن آوری اطلاعات

قرن بیست و یکم را به خاطر وجه قالب و اهمیت اطلاعات، به نام عصر اطلاعات می شناسیم. امروز فن آوری‌های که در آن نیاز به ذخیره، بازیابی، دستکاری یا ارسال ارطلاعات نباشد، کمتر می شناسیم یا از درجه‌ی اهمیت کمتری برخوردار هستند. موتور اتومبیل های نیز به کمک رایانه‌های توکار به ذخیره و ارسال اطلاعات می پردازند و هنگام نیاز اقدام به پردازش آن نیز می کنند.

چیستی رسانه، اطلاعات است. از هنگامی که یک داستان

به سازمان وارد می شود رسانه نیاز دارد برای بازیابی های بعدی آن را به روشی سودمند ذخیره کرده و در صورت نیاز بر روی آن پردازش و دستکاری انجام دهد. پس از پایان فرآوری این اطلاعات، رسانه نیازمند راهی برای انتقال آن است. نیاز رسانه به فن‌آوری اطلاعات چنان است که هنگامی که از فن‌آوری در رسانه صحبت می کنیم تمام توجه به فن‌آوری اطلاعات معطوف می‌شود در حالی که این تلقی که طرفدارانی نیز دارد به طور کل درست نیست و بخش بزرگی از قدرت رسانه‌های شماره یک دنیا در ابزارهای فن‌آوری غیر اطلاعاتی ایشان است. برای نمونه داشتن لنزهایی باکیفیت بالا، «سی سی دی» های باکیفیت و سرعت مناسب، وسایل دفتر از تکنولوژی برتر ، تکنولوژی‌های چاپ، تکنولوژی‌های آموزش، هواپیماهای بدون سرنشین و با سرنشین به منظور تهیه‌ی خبر همگی جنبه‌های غیراطلاعاتی از فن‌آوری هستند که رسانه به آنها نیاز دارد.

جُستار پیش رو نیز در نخستین تلاش خود برای نمایش مدلی از مدیریت رسانه که در آن نقش فن‌آوری نه به عنوان یک ابزار بل به عنوان یک از ارکان اساسی مدیریت رسانه تنها مقوله ی فن‌آوری رسانه را که برای رسانه‌های کشورهای عقب مانده در دسترس‌تر است بررسی می کند و فن‌آوری در معنای عام خود را به آینده وامی‌نهد.

ماتریس مدیریت رسانه و فن آوری

در صورتی که کارکردهای اصلی رسانه را

- خبر(اطلاع رسانی)
- آموزشی
- تفریحی
- ترویجی(ارشادی)

در نظر بگیریم و کارکردهای اصلی مدیریت را

- برنامه‌ریزی
- سازماندهی
- هدایت
- کنترل

بدانیم، ماتریس زیربدست می آید.

کارکردها رسانه مدیریت	برنامه‌ریزی	سازماندهی	هدایت	کنترل
خبری(اطلاع رسانی)	x	x	x	x
آموزشی	x	x	x	x
تفریحی	x	x	x	x
ترویجی(ارشادی)	x	x	x	x

این ماتریس به خوبی علم تازه ای که خود حاصل برخورد دو حوزه‌ی گوناگون است را نشان می دهد. به این ترتیب تصمیم گیرندگان می‌دانند با نه حوزه‌ی تصمیم گیری مدیریت رسانه روبرو هستند.

مدیریت رسانه چیزی فراتر از تصمیم گیری در خصوص چگونگی اداره‌ی ارکان سازمان و تصمیم گیری برای پذیرفتن یا نپذیرفتن مسولیت انتشار یک محتوا است. چیزی که رسانه‌های برتر را از رسانه‌های معمولی جدا می کند توانمندی مدیران در بهره‌برداری از فن‌آوری بویژه فن‌آوری اطلاعات در تولید و انتشار محتوا است. شاید به جرات بتوان گفت اگر تفکر تکنولوژی محور و مدیریت تکنولوژی-بلد رسانه‌ای مانند بی بی سی را از آن بگیریم عملا آن رسانه را به سازمانی با کیفیت صدای و سیمای جمهوری اسلامی تبدیل کرده ایم و با توجه به اینکه از حمایت دولتی کافی نیز برخوردار نیست عملا آن را تعطیل کرده ایم. چیزی که رسانه‌ی بی بی سی را قدرتمند و تاثیر گذار می کند تنها تفکر انگلیسی مدیران آن در استثمار کارکنان و توانایی در حیله گری و نیرنگ بازی سنتی ایشان در امر خبر نیست بلکه توانایی استفاده از تکنولوژی بویژه تکنولوژی اطلاعات است.

مقایسه در روش پخش زنده میان این سایت و تنها رسانه‌ی بروکست ایران تفاوت میان شناخت تکنولوزی در دو رسانه را به خوبی نشان می‌دهد که بی بی سی در روش انتشار محتوا بر روی وب افزون بر توانایی در بهره برداری از فن‌آوری اطلاعات از «دانایی»نیز برخوردار است. یک نمونه از آن روش کدگذاری جریان داده است که به خیلی خوب مساله‌ی کپی رایت را هم مدنظر قرار داده.

بحث در اهمیت فن‌آوری در رسانه فراتر از مجال این مقاله است. پس از اثبات این اهمیت نیاز است جنبه‌های فن‌آوری را

در قرن بیست و یکم اطلاعات جایگاه ویژه ی خود را در جامعه آشکار کرد و افزایش حجم آن نیازهای تازه‌ای را فراهم آورد. نیاز به فن های تازه‌ای برای ذخیره، بازیابی و انتقال و دستکاری اطلاعات، پدید آمد. این شاخه‌ی تازه از تکنولوژی را تکنولوژی اطلاعات نامگذاری کردند. به عبارت دیگر کاربرد کامپیوتر در ذخیره، بازیابی و انتقال و دستکاری اطلاعات را تکنولوژی اطلاعات یا فن‌آوری اطلاعات نامیدند.

به دقت واکاوی کرده و بعد سومی برای این ماتریس دوبعدی ایجاد کنیم که در آن جنبه‌های فن‌آوری در رسانه را نیز مورد توجه قرار دهیم.

یافتن تعریف درستی از فن‌آوری که بتوان به کمک آن کارکردهای اصلی آن در رسانه را مشخص کرد نیازمند بررسی‌های دقیق و موشکافانه و گاه شاید سنت شکن باشد.

تلقی نادرست از فن‌آوری و بکار نبردن این فن در رسانه‌ها موجب شده که صحبت کردن از فن‌آوری به آسانی امکان‌پذیر نباشد، برای نمونه هنگامی که از فن‌آوری صحبت می‌شود همه‌ی رسانه‌های کشور از نرم افزارهای گوناگون گردش محتوا بهره می‌برند. حتا برخی از ایشان از نرم افزارهای تولیدی خود برای اداره‌ی رسانه و محتوای آن بهره برداری می‌کنند از این جهت باز هم با رسانه‌های تراز اول دنیا برابری می‌کنند لیکن این تلقی از دید نگارنده نادرست بوده و نیاز به بازنگری اساسی دارد.

کارکردهای اصلی فن آوری اطلاعات در رسانه

فن‌آوری اطلاعات در رسانه ها عمدتا به پنج منظور اصلی مورد استفاده قرار می گیرند

۱- گردآوری
۲- پالایش
۳- پردازش
۴- تولید
۵- توزیع

کارکردهای اصلی فن‌آوری اطلاعات در همه سازمان ها کمابیش چنین کارکردهایی خواهند بود هرچند ممکن است در سازمان هایی که به صورت تخصصی کار آنها فن‌آوری اطلاعات است این مفاهیم کمی به چالش کشیده شوند. رسانه‌های بدون شک همواره از فن‌آوری اطلاعات برای رسیدن به این پنج مقصود مهم استفاده می کنند.

گردآوری اطلاعات به کمک ابزارهایی مانند، ربات های وب پیما، یا ابزارهایی که اطلاعات دریافت شده از انسان را به منظور انجام فعالیت‌ها یا بازیابی‌های بعدی در ابزارهای ذخیره سازی، ذخیره می کند، انجام می پذیرد. پس از آن که داده‌ی نخستین ثبت گردید برای درک بهتر آن نیاز به پالایش هست.

پالایش امکان ساخت نماهایی تازه از داده ی اولیه را می دهد تا درک آن برای انسان آسان شود. می توان گفت ماشین ها نیز برای آنکه از پس پرداز داده های بزرگ بر بیایند از همین تکنیک بهره می برند. به هر رو پالایش یکی از کارکردهای اصلی صنعت رسانه است. هیچ سایت انتشاری ای بدون پالایش نمی تواند کار کند و بدون پالایش اخبار رسیده هیچ میز خبری قادر به تولید نیست (این گفته تنها شامل رسانه‌های تراز اول می شود) هدف از پالایش داده آماده سازی برای پردازش مورد نظر است.

پردازش خواه ماشینی باشد خواه انسانی زمانی ممکن خواهد بود که داده های پالایش شده برای انجام آن در اختیار پردازشگر قرار گرفته باشند. داده هایی که خوب پالایش شده باشند به آسانی پردازش می گردند و برای تولید اطلاعات آماده می شوند.

تولید در رسانه صرفا تولید اطلاعات نیست که اگر چنین باشد خروجی پردازش الزاما اطلاعات است. آنچه در این مقاله تولید خوانده می شود تولید داستان یا خبری است که رسانه آن را به‌عنوان محصول خود بازشناسی می کند و تلاش می کند آن را از کانال های انتشاری خود توزیع نماید.

توزیع قدرت بی بدیل رسانه است. توزیع جایی است که رسانه‌ها را از یکدیگر متمایز می نماید. قدرت رسانه درست به اندازه‌ی قدرت توزیع آن است. برای نمونه تلویزیون انحصاری در یک کشور می تواند تاثیر عمیقی بر مخاطبان بی چاره‌ای که ناگزیر به تحمل آن هستند، بگذارد.

کاوشی ژرف تر در رسانه‌ها می‌تواند ابعاد این کارکردها را بیش از پیش مشخص کرده و نمونه‌های عینی از آن به نمایش بگذارند. در هریک از پنج کارکرد یاد شده سازمانهایی فعالیت می کنند به به صورت خاص کارشان را بر روی یکی از این کارکردها متمرکز کرده اند. هرچند با بررسی های موشکافانه تر به روشنی حضور کارکردهای دیگر را نیز می توان در آنها دریافت لیکن هرکدام تمرکز خود را بر یکی از این کارکردها بنا کرده اند و به آن مشهور شده اند.

گردآوری

برای نمونه به سایت news360.com اقدام به گرد آوری

اخبـار در سـطح وب می نماید و بـه خوانندگان خـود اجازه می‌دهد از درگاه این سایت پایشـگر خبرهای منتشر شده در وب باشند. هرچند این سایت سایر کارکردهای اصلی فن‌آوری اطلاعات را نیز بـا خود دارد لیکن به عنوان نماینده ی کارکرد گردآوری اطلاعات برگزیده شده است.

پالایش

در جهانی که اطلاعات در آن به صورت نمایی رشـد می کنند همواره ابزارهایی نیاز است تا پالایشگر این داده ها برای انسان باشـند. هرچند همه ی مفهوم پالایـش در مثالی که در پیش خواهید داشت نمی گنجند لیکن می تواند Google news را بـه عنوان نمـادی از فیلتر کنندگان اطلاعـات در عرصه‌ی رسـانه معرفی کرد. این سـایت با پایش بیـش از چهارهزار و پانصد منبع خبری معتبر دنیا افزون بـر گردآوری خبر آنها را در پالایه های مناسـبی به کاربر خـود عرضه می کند. هرچند این سـایت خود را خود را یـک جمع کننـده ی خبر نامیده لیکن امکانات فیلتر کنندگی آن چنان کارآمد و برجسته است که ما را بر آن داشـت تا این سـرویس را به عنـوان نماینده‌ی پلایش گرها دسته بندی کنیم.

نماینده ی دیگر این گروه سـایت percolate.com اسـت که تا پیش از تغییرات اساسـی در استراتژی های خود، امکان پالایش اخبار بر اسـاس سلیقه کاربر را به او می داد هر کاربر به صورت مستقیم یا غیر مسـتقیم تعیین می کرد که چه سلیقه ای دارد و این سـایت اخبار پالایش شـده و متناسب با همان سلیقه را در اختیارش قرار می داد.

پردازش

پیدا کـردن نماینـده ای برای این دسـته از فعالیـت ها کار دشـواری اسـت چراکه پرداز به صورت ضمنی اس و اسـاس همه ی فعالیـت های فن‌آوری اطلاعات اسـت و به سـختی می‌توان فعالی را در عرصه رسـانه پیدا کرد که کاربرجسته‌ی آن پردازش خبر باشـد. سـایت opencalais.com یکی از تارنماهایی اسـت که تلاش می کند تا با پـرداز متن های وب آن‌ها را در دسـترس تر قرار دهد. این سایت هویت های پنهان در متـن را پیدا کرده و آن‌ها را از یک رشـته‌ی سـاده به یک مفهوم مشـخص و برجسته تبدیل می کند. این کار را به کمک یک پردازشـگر قدرتمند زبان طبیعـی و بانک‌های اطلاعاتی بزرگ خود انجام می دهد.

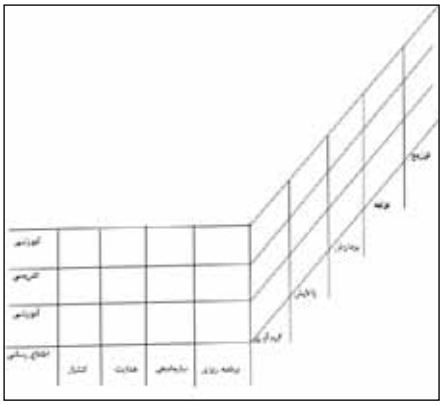
تولید

تولید محتوا از سـوی کاربـران غیر حرفه ای چندان توسـعه یافته که سـایت هایی وظیفه ایجاد ابـزار لازم برای کمک به تولید این محتوا را فراهم آورده اند. از امکان سـاخت کمیک‌ها اسـتریپ‌ها، کارتون ها و ترول ها تا امکان مشـارکت در تولید محتوای سایت مانند سایت های پاستبین همگی امکان تولید را به کاربران خود می دهند.

توزیع

یوتیوب به عنوان شـناخته شـده تریـن و پرکاربردترین وب سـایت برای انتشـار و توزیع محتوا حتی در کشـورهایی که اسـتفاده از آن ممنوع است شناخته می شود. وجه برجسته‌ی این سـایت توزیع محتوایی اسـت که کاربران فراهم کرده اند. کانال های انتشـاری امکان دنبال کردن یک فرد یا یک کانال، پیشنهاد کردن ویدیوهای مرتبط و ... امکاناتی هستند که این غول توزیع در اختیار مخاطب خود قرار می دهد.

در پایان مـی توان ماتریس زیـر را به عنوان پایـه ای نو برای مدیریت رسـانه در نظـر گرفت. ایـن ماتریس یکـی از ابعاد فـن‌آوری-فن‌آوری اطلاعـات- را به میدان مدیریت رسـانه چونان مولفه نهادین این عرصه وارد می نماید.



گردآوری اطلاعـات بـه کمـک ابزارهایی مانند، ربـات های وب پیما، یـا ابزارهایی که اطلاعات دریافت شده از انسـان را به منظور انجـام فعالیت‌هـا یـا بازیابی‌هـای بعـدی در ابزارهـای ذخیـره سـازی، ذخیـره مـی کند، انجام می پذیرد. پس از آن کـه داده‌ی نخسـتین ثبت گردید بـرای درک بهتـر آن نیاز به پالایش هست. پالایش امکان ساخت نماهایی تـازه از داده ی اولیه را مـی دهد تا درک آن برای انسـان آسان شـود. می توان گفت ماشـین هـا نیز بـرای آنکـه از پـس پرداز داده های بزرگ بـر بیاینـد از همیـن تکنیک بهره می برند.