

نقدی بر نشست استادان پیشکسوت روزنامه‌نگاری با عنوان «بحران بی‌اعتمادی»

آدرس «بی‌اعتمادی» اشتباهی داده شد!

■ غلامرضا صدیقیان / سردبیر

چند تن از استادان و پیشکسوتان روزنامه‌نگاری ایران، تصویری تلخ از وضعیت مطبوعات کشور به دست داده‌اند. برخی از سخنان یا بیشتر گفته‌ها درباره‌ی ساختار روزنامه‌نگاری در ایران درست است؛ ولی بشدت ناکافی و غیر دقیق و گاهی دچار سطحی‌نگری و سیاست‌زدگی است. در این سطح از استادان نباید توجیهات دلایل «بحران اعتماد به روزنامه‌ها» بوی سیاسی بدهد و از دلایل علمی دور شود. متأسفانه در یک جناح سیاسی در ایران، حتی وقتی جلسه‌ای به ظاهر علمی می‌گذارند تا بحران‌ها را واکاوی کنند، نمی‌توانند خود را از دامی که نگاه سیاسی‌شان پهن کرده است، رها کنند. به همین دلیل در چند بخش اشتباهات و برائت‌گری را که استادان محترم در نقدها داشتند و برخی مسائل اساسی را نادیده گرفتند، بررسی می‌کنم.

■ بحث سیاسی کردید نه علمی!

استادان کلاً از کاهش اعتماد عمومی، محدودیت‌های حرفه‌ای، وابستگی اقتصادی، فشارهای امنیتی، ضعف تشکل‌های صنفی، روزنامه‌های کم‌برقم و «تعداد مدیران و سردبیران بیش از خبرنگاران» به عنوان دلایل بحران سخن گفتند. یکی از حاضران (صدیقی) می‌گوید مردم دیگر روزنامه‌ها را نمی‌خوانند و نمی‌خرند، چون خودشان را در آنها نمی‌بینند. دیگری (فرقانی) از انتقال مرجعیت رسانه‌ای به خارج از کشور سخن می‌گوید و تأکید می‌کند که روزنامه‌نگاری امروز بیش از هر چیز به استقلال حرفه‌ای، اخلاق، آموزش، استقلال اقتصادی و تشکل‌های صنفی نیاز دارد.

این‌ها حرف‌های خوبی است ولی نباید دلایل اصلی و جهانی تضعیف روزنامه‌های مکتسوب و آن همه تغییرات بنیادین رابطه‌ی مردم با رسانه را نادیده گرفت و فقط بحث‌ها را با مقیاس و متریا ل سیاسی پیش برد. بحران روزنامه، جهانی است و اگر آن را به برخی کمبودها و فشارها فرو کاستیم، حقیقت را کتمان کرده‌ایم.

در این نشست، تقریباً تمام بحران را در پچه‌ی «بحران مطبوعات ایران» دیده می‌شود. ولی روزنامه و روزنامه‌نگاری در سراسر جهان نیز با دگرگونی عظیمی مواجه شده است. اگر این بخش از ماجرا نادیده گرفته شود، ممکن است تصور کنیم اگر فقط محدودیت‌های سیاسی برطرف شود، استقلال اقتصادی ایجاد شود و روزنامه‌نگاران از آذانه‌تر بنویسند، مردم دوباره روزنامه خواهند خرید و خواهند خواند. چنین نتیجه‌ای به هیچ وجه قطعی نیست.

ایشان را به بحران داخلی و جهانی را با هم یکی کرده‌اند. بحران روزنامه چونان یک رسانه مسئله دیگری است. این بحران در آمریکا، اروپا، ژاپن، کره، استرالیا و بسیاری جوامع دیگر هم وجود دارد، حتی در محیط‌هایی که مطبوعات آزاد و حرفه‌ای‌اند. مردم در سراسر جهان الزاماً به این دلیل از روزنامه کاغذی رویگردان نشده‌اند که به روزنامه‌نگار، یا به حکومتی که رسانه‌داری می‌کند، اعتماد ندارند بلکه معماری مصر ف پیشکسوت تصویری کننداگر روزنامه «خوب» باشد، سبهاً با عمدا نادیده گرفته‌ند که هر دو نابخشودنی است. سال‌هاست کسانی که حتی خارج از فضای علوم ارتباطات هستند، این تغییر در معماری مصرف را دیده‌اند و هشدار می‌دهند که باید رسانه‌ها الگوی خود را تغییر دهند.

استادان پیشکسوت تصویری کننداگر روزنامه «خوب» باشد، مردم آن را خواهند خواند. این پیش‌فرض پنهان سخنان ایشان است. مثلاً صدیقی می‌گوید «مردمان‌زنی خواهند نمی‌خرند چون خودشان را در آن نمی‌بینند». گویی «مگر مردم خودشان را در روزنامه ببینند، دوباره به روزنامه باز نمی‌گردند؟» ولی این قطعی و واقعی نیست. فرض کنیم فردا محدودیت‌های سیاسی برداشته شود و روزنامه‌ای با بهترین خبرنگاران تحقیقی، بهترین گزارش‌ها و بالاترین استانداردهای اخلاقی منتشر شود. آیا مردم به د که‌ها هجوم می‌برند؟ مخاطب از دو دهه پیش تغییراتی را در مواجهه خود با رسانه داده است که سردبیران از آن غافل مانده‌اند و این تغییرات ربطی به دلایل استادان ندارد. مثلاً مخاطب می‌گوید خبر را همین الان در تلگرام بگیرم؟ ویدیوی رویداد را در اینستاگرام ببینم؟ تحلیل را در یادکست گوش کنم؟ بروم ببینم در اکس (توییپ) چه خبر است؟ اخبار فوری را از چند سکوی متفاوت ببینم؟ موضوع را تخصصی دنبال کنم؟ برای این همین آخری، الگوریتم، بخش بزرگی از این اطلاعات را بدون اینکه او جستجوچویی کرده باشد، مقابلش قرار می‌دهد. بنابر این روزنامه دیگر در روزه ورود به جهان اطلاعات نیست و این تغییر، بسیار بنیادی‌تر از آنست که به مطبوعات» است.

■ **انقلاب نگرش مخاطب نه انقلاب به مرجعیت!**

استادان همگی در کیهان دهه‌های پنجاه تا هفتاد بوده‌اند. در آن زمان کیهان خودش مر جع بود. خبرنگاری که مثلاً دادگاه کرلسچی را می‌فرست می‌داشت تا به روزنامه بازنگردد و گزارش چاپ و روزنامه منتشر نشود (آن زمان چاپ عصر بود) حتی مقامات عالی‌هم نمی‌دانند در دادگاه چه گذشته است؛ ولی اکنون چی؟ انقلاب اصلی، انقلاب «مرجعیت» نیست. انقلاب دیگری است که شاید بتوان آن را چگونگی یافتن زاویه‌ی نگرش و توجه و توزیع آن دانست. می‌گویند «مرجعیت به خارج منتقل می‌شود». در ست‌اولی این ادعا هنوز با منطق قدیمی رسانه بیان شده است. قبلاً با دو روزنامه اطلاعات و کیهان پرسش این بود که چه کسی مرجع اینفورمیشن است؟ امروز پرسش این است که «چه کسی می‌تواند توجه مخاطب را جلب کند؟»

■ **مشکل حرفه‌ای بودن نیست**

ممکن است یک روزنامه از نظر حرفه‌ای بسیار معتبر باشد، ولی مردم آن را نخوانند. درباره‌ی دو روزنامه‌ی اعتماد شرق از یکی از گروه استادان محترم شنیدم (والته صحت‌سنجی آن کار دشواری نیست) که فقط ۳۰۰ تا ۵۰۰ شماره منتشر می‌کنند. سب‌اندگی از این کم‌تر. یعنی به هر دکه در تهران یک روزنامه هم نمی‌رسد. آیا روزنامه‌ها نیز مشکل

حرفه‌ای بودن و وابسته‌بودن به حکومت و نداشتن استقلال اقتصادی و رعایت‌نکردن اخلاق حرفه‌ای و نداشتن آموزش تخصصی دارند؟! وانگهی من خود سه دهه است که به کثیری از روزنامه‌نگاران فعلی مملکت آموزش داده‌ام و از خود استادان دانشگاه علامه شنیده‌ام که بسا گسانی از استادان این دانشگاه که هرگز یک تجربه‌ی ره را از نزدیک ندیده‌اند و هرگز گزارش‌سی از آنان در روزنامه‌ها چاپ نشده است، ولی در دانشکده، گزارش‌نویسی و خبرنگر‌نویسی تدریس می‌کنند! این دیگر مستقیماً به نهاد علمی دانشگاه و مستقیماً به خود استادان مربوط است نه مثلاً به مسائل سیاسی.

گاهی یک روزنامه (چه اصلاح‌طلب و چه اصولگر) کاملاً حرفه‌ای منتشر می‌شود ولی تیراز ندارد. برعکس، یک کاتل تلگرای اعتبار حرفه‌ای ندارد و فقط مثل دزد‌هاخبر خبر گزاری‌های بزرگ را در کاتل خود فوراً رد می‌کند، ولی میلیون‌ها نفر آن را دنبال می‌کنند! بنابر این اعتبار، توجه و مرجعیت سه چیز متفاوت شده‌اند. رسانه سنتی و استاد سنتی هنوز غالباً این سه را یکی می‌گیرد.

■ **برعکس! مردم از خبر اشباع شده‌اند!**

مرد امروز الزاماً «کم‌خبر» نیستند. نسل امروز ممکن است روزنامه نخرد، ولی این به معنای بی‌الگهی به اخبار نیست. حتی ممکن است یک فرد در طول روز با حجم عظیمی از اطلاعات مواجه شود. خبر فوری، ویدئو، میم، تحلیل، کانکت، یادکست، توییپ، پیام‌رسان، خبرگزاری، اینفلوئنسر، داده، نمودار، ویدئوی شهروندی. پس برعکس نظرات استادان، مسئله ممکن است اشباع اطلاعات باشد، نه کمبود آن! یک زمانی کیهان بود و تمام آن زمان مسئله این بود که چگونه اطلاعات بیشتری به دست بیاوریم؟ «اکنون مشکل به شکل فزاینده‌ای این است که «از میان این حجم عظیم اطلاعات، به چه چیزی توجه کنیم و چه چیزی را بایور کنیم؟» سال‌هاست از همکاران می‌خواهم به این تفاوت خوب‌بنگردن و سعی کنند در شیوه‌ی کار خود تغییر بدهند.

■ **تغییر وظیفه‌ی روزنامه‌نگاری**

وظیفه‌ی روزنامه‌نگاری باید از «خبررسانی» به «هنراندان» تغییر کند. فرقانی می‌گوید «وظیفه‌ی امروز مطبوعات پرداختن به راستی آزمایی اخباری است که در شبکه‌های مجازی منتشر می‌شود.» برعکس استادان! کار اول‌در شأن روزنامه نیست! تألیا روزنامه‌ی فردا حمل خبری برای راستی آزمایی خبر امروز نیست! تا فردا از راه‌برد، خبر‌های دروغین امروز ما را درسته خورده‌اند و همض کرده‌اند! عجیب است که چنین می‌گویید. خبر شبکه‌ها را باید در همان لحظات و در همان شبکه‌ها راستی آزمایی کرد. وانگهی گاهی روزنامه به مطبوعات، چند روز منتشر نمی‌شوند، آن وقت باید چه کرد؟! حتی اگر به تمامی این‌ها چشم ببوشیم، وظیفه‌ای که شما برای مطبوعات بر می‌شمارید، کافی نیست، زیرا در آن صورت هم کسی نمی‌گوید بروم روزنامه بخرم و مخاطب روزنامه باشم تا بدانم «این خبر تلگرام درست است یا آن یکی غلط است؟» چرا؟ چون هوشواره (هوش مصنوعی) موتورها‌ی جست‌وجور، رسانه‌های تخصصی و حتی کاربران شبکه‌های اجتماعی هم می‌توانند بخشی از این کار را انجام دهند. ارزش افرودم‌ی روزنامه‌نگاری آینده باید بیشتر در این باشد که تحقیق، زمینه‌سازی، ارتباط‌دادن رویدادها، تبیین، تحلیل، کشف روابط پنهان و روایت را چاره کنند. یعنی از «چه اتفاقی افتاد؟» به «چه اتفاقی افتاد، چرا افتاد، معنایش چیست و در ادامه باید چه چیزی را نامشا کنیم؟» حرکت کند.

■ **رقیب روزنامه را شناختید!**

امروز – و از بیست سال پیش – رقیب روزنامه، تمام اینترنت است. و حتی اینترنت هم رقیب اصلی نیست. اقتصاد «گوش مخاطب»، رقیب است. یعنی در دنیایی که اطلاعات فراوان و تقریباً رایگان است، دعوا بر سر نگرش انسان است. رسانه‌ها، و سکوها برای جلب و نگه‌داشتن همین نگرش و توجه، با یکدیگر رقابت می‌کنند. بنابر این مسئله آن گونه که استادان می‌گویند این نیست که در ایران نمی‌گذارند «هر اطلاعاتی



۶۶

مردم ایران – و بلکه جهان – روزنامه نمی‌خرند ولی روزنامه می‌خوانند زیرا روزنامه‌نگاران اصلی که در سکوها تولید محتوا می‌کنند همچنان یک پای‌شان در روزنامه است! مردم روزنامه نمی‌خرند چون خوراک خبری‌شان به صورت آنی، گرافیکی و تعاملی در گوشی همراه و این رفتار، اصلاً ربطی به مشروطه، دارالخلافه یا سرمایه اجتماعی ندارد. این نتیجه‌ی زیستن در عصر «همه‌جا خبر» است. کسانی که ابتدائاً با یک پیش‌فرض سیاسی وارد بحث علمی شوند، واضح است که «دلایل علمی» را که «مهم‌ترین خبر» است، به اصطلاح خبرنگاران «می‌خورند»! مثل وقتی کسی خبر را می‌خورد!



است و آیا خبری هست که نخوانند و ندانند و هکذا تحلیلی و شخصیتی و حرف تازه‌ای؟!

■ **نسل‌شناسی رسانه‌ای کرده‌اید؟!**

آیا استادان محترم، «نسل‌شناسی رسانه‌ای» کرده‌اند؟ شاید مسئله را عمدتاً از منظر دوره‌ای که روزنامه در مرکز اکوسیستم اطلاعاتی قرار داشت تحلیل کرده‌اند. اگر نه، چرا به این مهم‌ی می‌توجه‌اند؟

اکنون نباید پرسید که «چرا مردم روزنامه نمی‌خوانند؟» باید پرسید «در جهانی که تولید، توزیع، اعتبار‌سنجی و مصرف اطلاعات از نهاد روزنامه جدا شده است، اصلاً روزنامه‌نگاری چه کارکرد منحصر بفردی دارد که هنوز هیچ چیز دیگری نمی‌تواند جای آن را بگیرد؟»

اگر این پرسش پاسخ داده نشود، حتی تحقق تمام پنج اصل پیشنهادی استاد فرقانی (استقلال حرفه‌ای، اخلاق حرفه‌ای، آموزش، استقلال اقتصادی و تشکل حرفه‌ای) لزوماً روزنامه را دوباره به رسانه‌ای مرکزی در زندگی مردم تبدیل نمی‌کند. ما با انقلاب انسان‌شناختی و فناوریانه در نسبت انسان امروز با «خبر» مواجهیم. بحران «ساختار تولید» نادرست نیست، ولی ریشه‌کن‌شدن عادت خواندن روزنامه‌خوانی باز بستن در جهان دیجیتال امر دیگری است.

نابید سمداد از «مطبوعات» و «روزنامه‌خردن» گفت، وقتی می‌دانیم نسل جدید (متولدان پس از ۱۳۷۰) اساساً «روزنامه» را یک شیء فیزیکی کم‌کاربرد در عصر اینترنت می‌داند. مردم در سراسر جهان از اسکاندیناوی تا آمریکا تا ژاپن، روزنامه‌ی کاغذی را کمتر می‌خرند (نگاه کنید به سقوط ۷۰ درصدی تیراژ وال‌استریت‌ژورنال در ۲۰ سال اخیر)، ولی «خبر» را رها نکرده‌اند. امروز مصرف خبر لحظه‌ای، سیال، ویدئویی و بدون تعهد به برند خاصی شده است.

استادان، کاهش تیراژ را معادل «بی‌توجهی به رسانه» می‌گیرند، در حالی که مخاطب امروز با اسکرول کردن در اینستاگرام یا تلگرام، بیشتر از گذشته خبر مصرف می‌کند، ولی دیگر «تکلیف اخلاقی خواندن سستون اول روزنامه» را ندارد. همان سردبیر یا خبرنگار فلان روزنامه (حکومتی یا مخالف حکومت، فرقی نمی‌کند) وقتی کاتل شخصی می‌زند و حرف همان روزنامه‌ی خود را هم می‌زند مخاطب ده‌ها هزار نفری می‌گیرد ولی سکوی روزنامه‌اش به زحمت هزار مخاطب دارد! این را باید فهمید تا علت را شناسایی کرد. اگر خبر را هم خبر حکومتی، مخاطب نداشت آن «نسان‌سناه» هم نباید دیده می‌شد!

امروز حتی اگر از داترین روزنامه‌های جهان را هم به رایگان در ایران پخش کنید، باز هم نسل جوان تر جیح می‌دهد خبر را از یک پیکر اینستاگرامی ۳۰ ثانیه‌ای با موسیقی زمینه دریافت کند تا اینکه یک صفحه‌متنی بلند را بخواند. رقابت امروز رسانه‌ها با الگوریتم‌های تیک‌تاک و یوتیوب است، نه فقط با حاکمیت. استادان این رقیب بزرگ را اصلاً نمی‌بینند و تمام تقصیر‌ها را به گردن «عدم دسترسی به اطلاعات» می‌اندازند، در حالی که حجم عظیمی از اطلاعات قابل دسترس (حتی خبر‌های رسمی) نیز در شبکه‌های اجتماعی نادیده گرفته می‌شود، چون قالب متن بلند برای مخاطب امروز گزین روانی» دارد.

■ **روزنامه دیگر آن سستون دوست‌داشتنی شما نیست!**

نابید «روزنامه‌نگاری» را با «روزنامه کاغذی» اشتباه گرفت. روزنامه‌نگاری نمرده است، غول شده است، حتی در ایران ابله در ایران الان رسانه غول است و این غول از سرو کول ما هر لحظه بالا می‌رود. رسانه دیگر آن ستون دوست‌داشتنی و محبوب هشتده‌ی شانسیست! استونی که دیگران – هزاران هزار مشتاق نویسندگی – از آن محروم باشند تا یک روزنامه‌نگار رانتی آنجا بنویسد. رسانه دیگر انصهار فلان روزنامه که برای نویسندگان جوان ناز کنند، نیست. اکنون «نسان‌رسانه» داریم و این انسان‌رسانه‌کار خودشان را می‌کنند. نه از دولت‌ها بارانه می‌خواهند، نه به آنها بدهی معرفی دارند. باید این وجه از کار را شناخت.

مردم امروز خودشان را در آینده تصاویر لحظه‌ای گوشی‌های همراه می‌بینند، نه ستون‌های چاپ‌شده روزنامه. بعد شما منتظر خریدن روزنامه هستید؟! روزنامه باید باشد مانند کتاب که در عصر اینترنت و کتاب دیجیتال و صوتی هست و خواهد بود و مانند اسب که هست و حتی ارج و فریش در عصر شاتین بیشتر شده است. باید بدانیم روزنامه را چطور حفظ کنیم!

■ **سوراخ فساد اینجا نیست**

بله مدیرانی هستند که ۱۰ روزنامه را اجاره می‌کنند. اشکال فقط فساد اداری نیست. مگر جاهای دیگر از این فساده‌ها نیست؟ ریشه‌ی این مشکل آنجاست که مدل سنتی فروش نسخه و آگهی کاملاً از بین رفته و روزنامه‌ها برای بقا، مجبور به ویت‌رین‌فروشی امتیاز شده‌اند. در کشورهای توسعه‌یافته نیز روزنامه‌ها با همین معضل روبه‌رو هستند و دارند خود را به مدل اشتراک دیجیتال با بنیادهای خبریه تبدیل می‌کنند. در تحلیل استادان، حتی یک اشاره به ضرورت را ماندازی یادکست، نیوزلتر (خبرنامه‌ی ایمیلی یا پیامکی) یا تولید محتوای تصویری به دست روزنامه‌نگاران نشد. یعنی ایشان هنوز روزنامه‌نگار را «ویسند» می‌دانند، در حالی که روزنامه‌نگار امروز باید «مولتی‌مدیا» باشد.

مردم ایران – و بلکه جهان – روزنامه نمی‌خرند ولی روزنامه می‌خوانند زیرا روزنامه‌نگاران اصلی که در سکوها تولید محتوا می‌کنند همچنان یک پای‌شان در روزنامه است! مردم روزنامه نمی‌خرند چون خوراک خبری‌شان به صورت آنی، گرافیکی و تعاملی در گوشی همراه به دست‌شان می‌رسد. و این رفتار، اصلاً ربطی به مشروطه، دارالخلافه یا سرمایه اجتماعی ندارد. این نتیجه‌ی زیستن در عصر «همه‌جا خبر» است. کسانی که ابتدائاً با یک پیش‌فرض سیاسی وارد بحث علمی شوند، واضح است که «دلایل علمی» را که «مهم‌ترین خبر» است، به اصطلاح خبرنگاران «می‌خورند»! مثل وقتی کسی خبر را می‌خورد!

و انقلاب اسلامی را رقم زد و کشور در جنگ هشت‌ساله با وجود تمام دشمنی‌ها حفظ شد، بلکه منظور سرمایه‌ی اجتماعی «را بیاطی» است. یعنی اعتماد میان گروه‌های مختلف جامعه به یکدیگر، و مهم‌تر از همه، اعتماد مردم به نهادهای حاکمیت (دولت، قوه‌ی قضائیه، رسانه‌های رسمی)

با اعتماد این نهادهای مردم پاسخ‌محمتنان این است که بدون داشتن سرمایه‌را ارتباطی کافی، اصولاً سرمایه‌ی همبسته‌ی مناسب و لازم برای حفظ انقلاب و کشور ایجاد نمی‌شود. پس گفتن اینکه از فلان زمان تا فلان، سرمایه‌ای نداشته‌ایم که بوده و نتیجه‌گیری از آن برای خواننده روزنامه‌ها، یک ادعای کلی، مطلق گراونی دقت تاریخی است. سرمایه‌ی اجتماعی در ایران هیچ‌گاه یکدست نبوده، در برخی بسترها مثل ملی، مذهبی، قومی، و انقلابی بسیار بالااست، و در بسترهای دیگر مثل رسانه، نهادهای مدنی، و حزب‌گرای متزلزل بوده است. ولی دست کم در فراخوان‌های دولتی و حکومتی در همین حضور میدانی پس از جنگ نشان داده شد که باید در ادعای سرمایه‌ی اجتماعی کم – چه ارتباطی، چه همبسته – تجدیدنظر کرد.

■ **گوشی همراه را در بیاد!**

یک سخنی را چند سال است به بیشتر مسئولان فرهنگی و رسانه‌ای هشدار می‌دهم که «امروز هر چه را نتوانید در گوشی همراه به مردم عرضه کنید، از دست داده‌اید».

این چیزی است که استادان به آن توجه نمی‌کنند و نمی‌گویند و حرف سیاسی می‌زنند! روزنامه در جهان «خواندن» طراحی شده بود. رسانه‌ی دیجیتال در جهان اسکرول کردن، انتخاب کردن، اشتراک گذاری و واکنش عمل می‌کند. و امروز هوشواره یک مرحله دیگر به این تحول اضافه کرده است. دیگر حتی لازم نیست مخاطب خودش اطلاعات را پیدا کند. می‌تواند از ماشین بخواد اطلاعات را برایش جمع‌آوری، خلاصه، مقایسه و تفسیر کند. پس این گونه نیست که چون مردم خودشان را در مطبوعات نمی‌بینند، روزنامه نمی‌خرند. مردم اتفاقاً زیادی در خبر غرق هستند، ولی به سبک خودشان. واقعاً کسی اگر در جامعه حضور داشته باشد، می‌تواند بگوید مردم از رسانه پرده‌اند؟!

این که «مردم خودشان را در روزنامه نمی‌بینند» شاید معلول باشد، نه علت! چرا مردم دیگر خودشان را در روزنامه نمی‌بینند؟ چون زندگی اجتماعی آنها دیگر در همان فضایی بوده. از قبل از انقلاب مشروطه تا الان! «عجیب است که از دو انقلاب (مشروطه و اسلامی) یاد می‌کنیم ولی با ادعای سرمایه‌ی اجتماعی کم! پس با چه‌جا انقلاب به انقلاب اسلامی با چه چیز حفظ شد، حتی با چنین دشمن جهانی یکدست و بیرائگری؟!

ممکن است گفته شود منظور از سرمایه‌ی اجتماعی نوع «همبسته» یا همان اعتماد و همبستگی درون گروهی نیست که مانند اعتماد انقلابیون به یکدیگر، انقلاب مشروطه

■ **مر جعت از نهاد به شبکه رفته است**

استادان از «انتقال مرجعیت به خارج» صحبت می‌کنند، ولی واقعاً این است که مرجعیت از «نهاد» به «شبکه» منتقل شده است. در الگوی سنتی رسانه‌ها، خبر نگار خبر را تولید می‌کند، روزنامه آن را منتشر می‌کند، جامعه آن را دریافت می‌کند ولی در الگوی رسانه‌ی امروز، افراد (انسان‌رسانه‌ها) و جامعه محتوا تولید می‌کنند، محتوا وارد شبکه می‌شود، سکو (پلتفرم) آن را توزیع می‌کند، الگوریتم انتخاب می‌کند چه چیزی بیشتر دیده شود، و در نهایت، فرد محتوا را دریافت می‌کند. حتی در الگوی جدیدتر باهوشواره، فرد پرسش‌یاب‌نیز اطلاعاتی خود را مطرح می‌کند، هوشواره اطلاعات را پردازش می‌کند، و پاسخ متناسب با همان فرد عرضه می‌شود.

روزنامه سال‌هاست که دیگر واسطه نیست، سکو، الگوریتم و هوشواره واسطه است. آنگاه ما ننشسته‌ایم که «چرا ما را نمی‌خرد و نمی‌خواند؟!» آیا مردم کم‌تر در گوشی