

تأثیر روزنامه‌نگاری همراه بر افزایش قدرت افکار عمومی بررسی انعکاس خبری انفجار داتا دربار در پاکستان

مهدی ادیبان* ، علی اصغر کیا**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۱/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۳/۴

چکیده

روزنامه‌نگاری همراه و تأثیر آن بر تولید و انتشار خبر موجب قدرت بیشتر افکار عمومی شده است. الگوی انتشار «منتشر کن سپس فیلتر»^۱، «پایین به بالا» و «یکی به همه»^۲، مهم‌ترین تمایز این‌گونه جدید روزنامه‌نگاری است. کشور پاکستان اگرچه دارای رسانه‌های متنوعی است؛ لیکن وابستگی‌های حزبی و اقتصادی و ساختار سنتی حاکم بر آن، امکان مشارکت و تأثیر افکار عمومی را در فرایند خبر محدود کرده است؛ رسانه‌های همراه در پاکستان، با تکیه بر سه ویژگی «همه‌جایی، همیشگی و همگانی»^۳ نوید قدرت گرفتن افکار عمومی را می‌دهند. در حادثه انفجار معبد «داتا دربار» با وجود چیرگی رویکرد رسانه‌های سنتی بر اخبار مرتبط که سعی داشتند آن را فرقه‌ای جلوه

madiban@gmail.com

* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی.

aliasgharkia@yahoo.com

** استاد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول).

1. Publish then filter
2. Down to Up & One to All
3. Any where, any time, any one

دهند و این کشور بزرگ را تا آستانه جنگ داخلی بکشانند، رسانه‌های همراه با وساطت شبکه‌های اجتماعی، جریان‌ها و بازیگران سیاسی را با اخبار متفاوت و البته واقع‌گرایانه به مقابله با اختلاف‌افکنی سوق دادند. روزنامه‌نگاری همراه، اساساً موضوعی بدیع است. خصلت نوآورانه و سؤالاتی که به چگونگی تأثیر و عمل این نوع روزنامه‌نگاری معطوف می‌شود، این پژوهش را به تکیه بر راهبرد استقرایی و استفاده از روش‌های کیفی تحلیل متن و ترکیب با مطالعه تاریخی سوق داد. مهم‌ترین نتیجه این تحقیق، شناسایی تحول در قدرت افکار عمومی با کمک رسانه‌های همراه است؛ از جمله تأثیرات روزنامه‌نگاری همراه، افزایش مشارکت سیاسی-مدنی در کاربران است.

واژه‌های کلیدی: رسانه همراه، خبر، روزنامه‌نگاری، افکار عمومی، پاکستان

مقدمه و طرح مسئله

رسانه‌های همراه به‌عنوان یکی از آخرین فناوری‌های نوین ارتباطی واجد تحول در نقش و تأثیر رسانه‌های سنتی هستند. فناوری‌های همراه به‌وسیله گوشی‌ها و ابزارهای همراه و با ویژگی مهم «کاربری آسان» تمام کاربران را صرف‌نظر از محدودیت زمان، مکان و مهارت؛ قادر به تولید خبر، ارسال و نشر آن ساخته‌اند؛ این تغییر ساده، گستره وسیعی از تغییرات دیگر را به همراه داشته است.

پیش از تلفن همراه، فناوری‌های نوین ارتباطی، روزنامه‌نگاری و سبک‌های تولید و تنظیم خبر را تحت تأثیر قرار داده بود. اینترنت زمینه ایجاد وب‌سایت‌های خبری و ظهور خبرگزاری‌هایی بود که پیش‌تر به دلیل هزینه سنگین صرفاً در انحصار قدرت‌های بزرگ جهانی قرار داشتند. تا آخرین دهه‌های قرن بیستم صرفاً چند خبرگزاری محدود در جغرافیای اطلاعات و رسانه جهان نقش‌آفرینی می‌کردند، اما با وب‌سایت‌های خبری، و خبرگزاری‌های وب پایه، تحولی عمیق ایجاد شد؛ وب‌سایت‌های خبری یا

خبرگزاری‌های جدید، امکان تولید و نشر خبر را برای ضعیف‌ترین احزاب و حکومت‌ها و حتی اشخاص نیز فراهم کردند.

مفاهیمی همچون رسانه‌های آلترناتی، مکمل، مشارکتی و شهروندی ناشی از تأثیر اینترنت بر رسانه‌های خبری است، که مهم‌ترین شاخصه آن، شکستن ساختار سنتی و رسمی تولید و توزیع خبر است. به عبارت دیگر رسانه‌های جدید سر برآورده‌اند که نظم خبری رسانه‌های مسلط و قدرتمند را به هم بزنند (Seth, 2014: 4-6).

روزنامه‌نگاری همراه یا موجو^۱ حاصل ادغام تلفن همراه و اینترنت است. امکانات جدید گوشی‌ها از جمله دوربین تصویربرداری و اپلیکیشن‌های کاربردی، بستر روزنامه‌نگاری همراه است. علاوه بر آن خدمات دهندگان همراه، شبکه وسیعی از امکانات ارتباطی را برای مردم سراسر جهان ایجاد کردند. اکنون استفاده از تلفن همراه برای کاربران با هر میزان مهارت و دانش امکان‌پذیر شده است. مجله اقتصادی اکونومیست پیش‌بینی کرده است تا سال ۲۰۲۰، ۸۰ درصد مردم جهان دارای گوشی‌های هوشمند و متصل به اینترنت باشند (Economist, 2015: 20). مهم‌ترین تمایز روزنامه‌نگاری همراه به روش بهره‌برداری کاربران مربوط می‌شود به عبارت ساده‌تر انقلاب همراه، انقلاب در روش استفاده از رسانه است. چنانکه مؤلفه‌های انقلاب رسانه‌های همراه در سه مفهوم مرتبط با روش بهره‌برداری خلاصه شده است.

۱- همگانی

۲- همه‌جایی

۳- همه زمان‌ها

سه ویژگی یادشده، رمز گسترش سریع فناوری‌های همراه در سراسر جهان بود. روزنامه‌نگاری همراه با تکیه بر این ویژگی‌ها به سرعت محدودیت‌های رسانه‌های سنتی را کنار زد و هر یک از کاربران را به خبرنگاری بالقوه تبدیل کرد. در گذشته، مخاطبان

1. Mobile journalism(mojo)

رسانه‌های سنتی صرفاً در ساعات معین می‌توانستند تعداد محدودی خبر که بر اساس سلیقه سردبیر و مدیر رسانه تنظیم شده بود را ببینند یا بشنوند. رسانه همراه اما، هیچ‌یک از محدودیت‌ها را ندارد؛ هر کاربری می‌تواند خبر موردنظر خود را فارغ از محدودیت زمان و مکان، در هر ساعت، ارسال یا دریافت کند. مشارکت در فرایند تولید و نشر خبر مهم‌ترین دستاورد رسانه‌های همراه برای مخاطبانی است که قبلاً در برابر جریان اخبار رسانه‌های سنتی منفعل بودند. افکار عمومی به‌عنوان جامعه مخاطبان انبوه، از طریق مشارکت بیشتر در فرایند خبر، قدرتمندتر، کارآمدتر و متفاوت از رسانه‌های سنتی است.

مقاله حاضر بخشی از پژوهشی است که به‌منظور بررسی رابطه روزنامه‌نگاری همراه و افکار عمومی در کشور پاکستان اجرا شده است. مهم‌ترین دلیل انتخاب پاکستان، کاربردهای خبری تلفن همراه است. در واقع، تلفن همراه همچنان که در خدمت کاربران قرار گرفته تا اخبار محیط خود را در گستره ملی و حتی بین‌المللی منتشر سازند، رسانه‌های سنتی را نیز به استفاده از این ابزار در جهت کاهش محدودیت‌های تولید خبر سوق داده است. اقتصاد سیاسی حاکم بر رسانه‌های سنتی، انحصار حاکم بر تولید محتوا و از طرف دیگر گرایش مردم این کشور به مصرف خبر از جمله دلایل انتخاب پاکستان بوده است.

باین‌همه باوجود مشکلات متعدد، اجرای پژوهش در سرزمین و فرهنگ غیربومی صرف‌نظر از معیارهای یادشده، به دلیل جذابیت تجربه کار پژوهشی در دیگر کشورها، انتخاب شد. چنان که در این پژوهش بررسی می‌شود، مشارکت شهروندان در تولید خبر موجب تقویت قدرت افکار عمومی در این کشور می‌شود. افکار عمومی بر اساس شاخص‌هایی که صاحب‌نظران معرفی کرده‌اند، مستلزم آزادی مخاطب و امکان ارائه بازخورد است. باوجود انحصار رسانه‌های رسمی و عدم امکان شکل‌گیری افکار عمومی و مشارکت مخاطب در فرایند تولید خبر، تلفن‌های همراه قدرت مشارکت را برای مخاطبان فراهم کردند و از این‌رو در شکل‌گیری افکار عمومی چنانکه در یک رویداد بررسی خواهد شد تأثیرگذار شدند (Westlund, 2015: 55-74).

اهداف و سؤالات

مهم‌ترین هدف این تحقیق، شناسایی تأثیرات رسانه‌های همراه بر افکار عمومی است. بدین منظور تأثیر روزنامه‌نگاری همراه بر افکار عمومی در کشور پاکستان مورد مطالعه قرار گرفت. روزنامه‌نگاری همراه در واقع ابعاد ملموس رسانه‌های همراه را نشان می‌دهد و از سوی دیگر افکار عمومی به‌عنوان مفهومی کهن در بین رسانه‌ها، می‌تواند شاخص مناسبی در کشف تأثیرات رسانه‌های همراه باشد. بنابراین، سؤال اصلی این تحقیق عبارت است از: روزنامه‌نگاری همراه چه تأثیری بر افکار عمومی آن‌گونه که در رسانه‌های سنتی مورد توجه است، گذاشته است؟

چارچوب نظری

مطالعات وسیعی در سراسر جهان به‌منظور شناخت رسانه و روزنامه‌نگاری همراه و تغییرات ناشی از آن انجام شده است. در میان صاحب‌نظران روزنامه‌نگاری همراه، اسکار وستلاند با مطالعه تأثیرات تلفن همراه بر روزنامه‌نگاری و فرایند تولید خبر، مقالات ارزشمندی را ارائه کرده است، که ارتباط نزدیکی با این پژوهش دارد (Westlund, 2013: 12). از جمله مفاهیمی که این پژوهشگر سوئدی مورد مطالعه قرار داده است نسبت روزنامه‌نگاری همراه با کاربران و مفهوم شهروندی است. (Westlund, 2012: 18) به اعتقاد او «استفاده آسان» ابزارهای همراه، علت شیوع و فراگیری سریع آن‌ها در سراسر جهان بوده است. و همین امر آن‌ها را به رسانه‌های شهروندی و رایج در بین همگان تبدیل کرده است.

گوردون - صاحب‌نظر دیگری که به پژوهش درباره اثرات رسانه همراه پرداخته است - در سال ۲۰۰۷ تحلیل‌های قابل توجهی در مورد بهره‌برداری شهروندان از موبایل در خلال سه رویداد مهم «سونامی اندونزی، بیماری سارس و انفجارهای متروی لندن» ارائه کرده است (Gordon, 2007: 310). او در این مطالعات نشان می‌دهد که در سه

رویداد یادشده، شهروندان در غیبت رسانه‌های سنتی و خبرنگاران، اخبار اولیه را تولید و منتشر کردند. روزنامه‌نگاری شهروندی و همراه، اشتراکات زیادی با یکدیگر دارند؛ تا آنجا که موجود در طیفی از پژوهش‌ها به‌عنوان گونه‌ای از روزنامه‌نگاری شهروندی مورد توجه و بررسی قرار گرفته است. شهروندان یا کاربران تلفن همراه، بیشترین و مؤثرترین سهم را در تولید و نشر محتوای خبری از طریق ابزارهای همراه دارند.

وستلاند در مطالعه دیگری کاربردهای خبری تلفن همراه را در دو سطح فردی و سازمانی معرفی می‌کند: در سطح فردی، تلفن همراه در تولید اخبار مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد. به‌عبارت‌دیگر این دستگاه‌ها دامنه تولید خبر را از قلمرو محدود خبرنگاران و مأموران خبری رسانه‌ها به قلمرو تمام کاربران تلفن همراه امتداد می‌دهند. استفاده از ایمیل، توییت و دیگر شبکه‌های اجتماعی در کنار ضبط صدا و تصویربرداری از رویدادهای اطراف، مهم‌ترین کاربرد تلفن همراه در تولید اخبار است. در سطح سازمانی، اما تمرکز او به انتشار اخبار برمی‌گردد. سازمان‌های رسانه‌ای و خبری، تلفن همراه را به‌منظور انتشار هر چه گسترده‌تر اخبار به خدمت می‌گیرند. آن‌ها تلاش می‌کنند از تلفن همراه برای ارسال خبر به مخاطبان مخصوص کمک بگیرند. وستلاند، تولید و نشر خبر به‌وسیله تلفن همراه را به «چرخش پارادایمی» در عرصه رسانه‌ها تعبیر می‌کند (Westlund, 2015: 55).

نکته مهم دیگر در این تحقیق، آنکه وستلاند مصرف اخبار همراه را در چهار مقوله الگو، مردم، مکان و مشارکت مورد بررسی قرار می‌دهد. در مقوله الگو؛ مصرف خبری تلفن همراه در تناسب با دیگرگونه‌های مصرف خبر بررسی می‌شود. در این مقوله او با ارائه شواهدی از کشورهای دیگر به محوریت کاربر یا رسانه و نقش رسانه‌های سنتی یا رسمی در تولید و دریافت خبر، مفهوم الگوی خبر را معرفی می‌کند. از دیگر مقولات مرتبط، جامعه کاربران تلفن همراه است؛ این مقوله عاملی مؤثر در چگونگی بهره‌برداری خبری است، در این مقوله شاخص‌های سن، جنس، سطح تحصیلات و دیگر ویژگی‌های فردی موردتوجه قرار می‌گیرد. مکان، در مصرف خبری

تأثیر روزنامه‌نگاری همراه با افزایش قدرت افکار ... ۲۰۳

تلفن همراه، محل کار، منزل، دانشگاه یا ورزشگاه، هر یک تأثیر جداگانه‌ای دارند. علاوه بر مکان، میزان و ترکیب مشارکت نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در مصرف خبری تلفن همراه دارد، به عبارت دیگر ستون فقرات پدیده‌های حاصل از تلفن همراه، به مشارکت بستگی دارد.

مطالعات مشابه پیشین

تلفن‌های همراه تأثیرات وسیعی را بر حکمرانی، پزشکی، گردشگری و دیگر عرصه‌ها بر جای گذاشته‌اند؛ لیکن در این بین، روزنامه‌نگاری و تأثیر بر فرایند خبر، به‌طور ویژه و برجسته‌تر از دیگر عرصه‌ها مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است؛ اغلب این پژوهش‌ها در یک دهه اخیر و پس از فناوری‌های هوشمند همراه و اتصال تلفن همراه به اینترنت انجام شده است؛ با این حال ادبیات روزنامه‌نگاری همراه به سرعت تقویت شده و تحقیقات فراوانی به آن افزوده شده است.

یکی از مهم‌ترین پژوهش‌ها در قالب مقاله‌ای با عنوان: «استفاده خبری از رسانه‌های موبایلی: دیدگاهی اقتضایی» - به صورت مشترک توسط استر تورسون، تاتسیانا کارالیووا، هتر شونبرگر، یونجین کیم و راجر فیلدر (۲۰۱۵) تألیف شده است. این پژوهش تلاش دارد بر اساس مصارف خبری در میان افراد مختلف، یک مدل نظری ارائه کند؛ این مدل که در آن، الگوهای مصرف اخبار موبایلی در میان افراد مختلف، توصیف و توضیح داده شده، به مدل اقتضایی اخبار شناخته می‌شود (Thorson, 2015: 2). در این مدل از چهار متغیر مستقل، استفاده می‌شود: عوامل جمعیت شناختی، میزان عادت به رسانه‌های کنونی، شروع به‌کارگیری ابزار موبایل، و نگرش‌ها / عقاید (درباره اهمیت منابع خبری حرفه‌ای).

این متغیرهای مستقل، برای توضیح پنج کاربرد خاص ابزارهای موبایلی مورد استفاده قرار می‌گیرند: مصرف اخبار، همچنین روابط بین فردی، سرگرمی، فعالیت‌های

مالی و تجارت الکترونیک. مؤلفان این مقاله، نتیجه می‌گیرند که نگرش‌ها و همچنین ماهیت تکمیل‌کنندگی پنج متغیر وابسته، اهمیت کلیدی بر مصرف خبری دارند. در این پژوهش، همبستگی مصرف اخبار همراه با چگونگی استفاده از تلفن همراه در دیگر موارد تبیین می‌شود و چنین پیشنهاد می‌شود که مدیران روزنامه‌ها باید با استفاده از برنامه‌های (اپلیکیشن‌های) همراه، مشترکین غیر دائم خود را نیز زیر پوشش قرار دهند. دومین پژوهش مشابه با عنوان «بررسی تأثیرات الگوهای استفاده خبری، انگیزه‌ها و گروه‌های سنی بر استفاده از اخبار موبایلی: مورد هنگ‌کنگ» توسط مایکل چان (۲۰۱۵) انجام شده است. این مقاله به مقایسه و توصیف مصرف خبر با استفاده از چند رسانه از جمله تلفن همراه به صورت همزمان می‌پردازد، پژوهشگر نتیجه می‌گیرد که افراد ۱۸ تا ۳۴ ساله، از هر ۱۰ نفر، هفت نفر از اخبار موبایلی به همراه سایر رسانه‌ها استفاده می‌کنند. این رقم، در مقایسه با سایر گروه‌های سنی بسیار بالاتر است (Chan, 2015: 1)

سومین مطالعه متعلق به ون دام و همکارانش است. آن‌ها در بررسی روش‌های استفاده از ابزارهای همراه به این نتیجه رسیدند که تلفن‌های همراه هوشمند در طول روز، در منزل، در محل کار و در هنگام مسافرت مورد استفاده قرار می‌گیرند، درحالی‌که بخش عمده استفاده از تبلت‌ها، در منزل و در ساعات عصر است. مصرف اخبار همراه عموماً زمانی رخ می‌دهد که فرد، تنها است؛ مصرف این نوع اخبار در مکان‌های مختلف و در طول روز رخ می‌دهد، آن‌هم به شیوه‌هایی که ظاهراً مکمل استفاده از سایر رسانه‌های خبری است. از مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش رد فرضیاتی است که مصرف اخبار همراه را با حرکت کاربران و جابجایی آن‌ها تبیین می‌کرد (Damme, 2015: 1-18). این نکته ظریف که مصرف اخبار همراه بر رسانه و خصوصیات آن مبتنی می‌باشد یا بر کاربران غیرساکن، منشأ نظریات متفاوتی بوده است. مطالعه بعدی با عنوان «محتوای منتشرشده توسط کاربران موبایل: انتشار محتوای رسانه‌ای آنلاین در میان کاربران موبایل در فنلاند» به صورت مشترک توسط میکو ویلی

تأثیر روزنامه‌نگاری همراه با افزایش قدرت افکار ... ۲۰۵

و جن ماتیکاینن (۲۰۱۵) تهیه شده است، که نسبت میان الگوهای خبری و مشارکت کاربران را تحلیل می‌کند. نکته مهم این پژوهش تبیین رابطه میان الگوهای مصرف خبر توسط کاربر با نوع محتوای منتشرشده توسط اوست. الگوی مصرف خبر تعیین‌کننده محتویات تولیدشده توسط کاربران است (Villi, 2015: 20).

مبانی نظری افکار عمومی

مفهوم افکار عمومی اگرچه سابقه‌ای به اندازه علم ارتباطات دارد؛ اما به دلیل محدودیت‌های رسانه‌های سنتی، امکان بروز تأثیرگذاری آن تابع شرایطی بوده است که مدیران و سیاست‌گذاران رسانه‌ای تعیین کرده‌اند. رسانه‌های همراه با توزیع امکانات تولید و انتشار خبر در بین عموم کاربران، زمینه جدیدی را برای افکار عمومی ایجاد کرده‌اند. اگرچه در تعریف افکار عمومی اجماع فراگیری وجود ندارد، اما در مفهوم آن، صاحب‌نظران به معیارهایی چون نگرش و نظرهای همگانی و نزدیک به هم در اغلب افراد جامعه، تا حدود زیادی تفاهم وجود دارد.

افکار عمومی به تجلی نگرش‌ها، نظرات و دیدگاه‌های اکثریت جامعه اطلاق می‌شود که باوجود منشأ فردی به دلیل تکرر و عمومیت یافتن، به اراده یا مطالبه اکثریت تبدیل می‌شود. از سوی دیگر افکار عمومی همزاد رسانه‌های توده‌ای یا همگانی است. از یکسو رسانه‌ها با انتشار پیام‌های فراگیر در جامعه، واجد افکار عمومی می‌شوند و از سوی دیگر تجلی دیدگاه‌ها از طریق رسانه‌های آزاد و غیروابسته، مفهوم افکار عمومی را به ظهور می‌رساند. روسو، هورتون کولی، تونیس و گابریل تارد از جمله جامعه‌شناسان کلاسیک هستند که در مطالعاتشان به افکار عمومی توجه داشته‌اند. به اعتقاد مرحوم دکتر علی اسدی، مهم‌ترین معیار افکار عمومی، مشارکت اجتماعی و تأثیر مخاطبان بر رسانه‌ها است (اسدی، ۱۳۷۱: ۴۲). گابریل تارد در سال ۱۸۹۰ در کتاب افکار و توده با طرح مفهوم همگان، که در مقابل مفهوم انبوه خلق لوبون ارائه می‌کند،

فرایند پیدایش افکار عمومی و رابطه آن با خبرنگاران و رسانه را مورد بررسی قرار می‌دهد. عمده‌ترین خصوصیات همگان از نظر او عبارت‌اند از:

۱- همگان جمعی نامجاور است؛ یعنی برای شکل‌گیری این گروه، حضور فیزیکی اعضا لازم نیست؛

۲- همگان جمعی پراکنده است؛

۳- همگان، بر اساس بروز یک مسئله، نوعی ارتباط بین اعضا ایجاد می‌شود به عبارت دیگر رشته روابط اعضاء مسئله یا نگرانی مشترک است؛

۴- همگان به جوامع صنعتی تعلق دارد. در جامعه سنتی، محدودیت اعضا، تفاوت اندک میان نقش افراد و شخصی بودن روابط، زمینه‌ای برای شکل‌گیری همگان وجود ندارد. در جامعه صنعتی به علت تراکم جمعیت، تمایز نقش‌ها، سازمانی بودن روابط، اهمیت یافتن جمع و تجمعات جدید به صورت وسیع‌تر و توده‌وار شکل می‌گیرد.

«والتر لیپمن» در سال ۱۹۲۲ میلادی کتاب «افکار عمومی» را تألیف کرد. او در این کتاب ابتدا به نقد مفهوم «آزادی» رسانه‌ای در غرب پرداخت و استدلال کرد که رسانه‌ها با ارسال خبر درست به مردم، می‌توانند ایفاگر نقش نمایندگان افکار عمومی باشند. به عقیده او، افکار عمومی فقط حاصل جمع نظرهای خصوصی، که از طریق رسانه‌ها در جریان اخبار قرار می‌گیرند، نیست؛ بلکه زمانی موجودیت پیدا می‌کند که در نظرهای فردی تصور درستی از رخدادها منعکس باشد. لیپمن عموم را بیشتر مجموعه‌ای از تماشاگران منفعل می‌پنداشت تا بازیگرانی که در رخدادها شرکت دارند (بشیریه، ۱۳۹۱). در نظر لیپمن افکار عمومی زمانی موجودیت پیدا می‌کند که در نظرهای فردی تصور درستی از رخداد منعکس شود. با توجه به نظریات موجود در مفهوم افکار عمومی و رابطه آن با رسانه‌های سنتی، چند مؤلفه برجسته‌تر است.

۱- نهاد رسانه

۲- مخاطبان انبوه

۳- تأثیرگذاری پیام رسانه بر مخاطب

تأثیر روزنامه‌نگاری همراه با افزایش قدرت افکار ... ۲۰۷

۴- تأثیرپذیری رسانه از مخاطب

۵- تأثیر نظر مخاطب بر تصمیمات یا رفتارهای کلان سیاسی از طریق رسانه

۶- تصورات صحیح از رویدادها

«مک آیور» صاحب‌نظر آمریکایی، نظام افکار عمومی را در سال ۱۹۵۴ مطرح می‌کند. به عقیده او، تشخیص سه بعد در مفهوم افکار عمومی ضروری است: اولاً تشابه نظرها، که همان اطلاعاتی است که نظرسنجی‌های جدید به دست می‌دهد؛ ثانیاً ساختار ارتباطی است که به مجموع موضوعاتی از نوع جامعه‌شناسی افکار عمومی برمی‌گردد مانند: نقش رهبر و پاسخ مردم و نحوه تأثیر متقابل رسانه‌ها و افکار عمومی؛ ثالثاً زمینه وفاق، یعنی گرایش‌هایی که در طول زمان تحکیم یافته‌اند و افراد تمایل دارند که فکر کنند این گرایش‌ها جاافتاده‌اند (آیور، ۱۳۴۹: ۹۲).

«شن مک براید» در کتاب «یک جهان، چندین صدا»، مفهوم عامه را در افکار عمومی مورد تأکید قرار می‌دهد. در حقیقت او همچون صاحب‌نظران هم‌دوره خود، مخاطبان را بدون مفاهیم انبوه، همگان و عامه که گویا جمعیت وسیعی از افراد در گستره جغرافیایی پهناور بود، غیرقابل‌تصور می‌پنداشت. از نظر این صاحب‌نظران، افکار عمومی نسبت وثیقی با رسانه‌های جمعی دارد به‌عبارت‌دیگر رابطه رسانه‌ها با مردم و مردم با رسانه‌ها از مهم‌ترین عوامل شکل‌گیری افکار عمومی هستند. مهم‌ترین معیار در شکل‌گیری افکار عمومی، رسانه‌های همگانی فراگیر هستند؛ به عبارت صریح‌تر مفهوم افکار عمومی در گرو رسانه‌ها واقعیت پیدا می‌کند، افکار عمومی، چیزی جز صدای مردم نیست. (لازار، ۱۳۸۰: ۲۳۴) بر این اساس افکار عمومی با آزادی رسانه رابطه مستقیم دارد. به‌عبارت‌دیگر هرچه رسانه‌ها آزادی بیشتری در پاسخ به نیازهای مخاطبان‌شان داشته باشند شرایط مساعدتری در جهت بروز و تقویت افکار عمومی قرار دارد.

با وجود همه دیدگاه‌های یادشده در افکار عمومی، مفهوم عامه اهمیت زیادی دارد. این نسبت را شن مک براید در کتاب یک جهان چندین صدا یادآوری می‌کند. عبارت عامه متضمن سلسله‌ای از ویژگی‌هایی است که در مواجهه با خصوصیات روزنامه‌نگاری همراه، تحول می‌یابند. مهم‌ترین تحول، حرکت روی طیفی است که یک‌طرف آن انفعال و سوی دیگر مشارکت کامل است. رسانه‌های همراه، زمینه مشارکت سیاسی - مدنی را فراهم می‌آورند درحالی‌که رسانه‌های سنتی صرفاً امکان دریافت بازخوردهای افکار عمومی را ایجاد می‌کردند و هیچ الزامی در تأثیر بازخوردها وجود نداشت.

جمع‌بندی تفاوت‌ها: افکار عمومی در رسانه سنتی و رسانه همراه

(۱) رسانه همراه

مشارکت سیاسی/مدنی

شبکه اجتماعی
فناوری همراه

ویژگی‌ها: کاهش اهمیت نهاد رسانه، امکان گفتگو، تفاهم، بروز مطالبات و نیازها، تحرک زبان، توازن، فساد ستیز، ظهور نوآوری‌ها، سیال شدن قدرت، تکثرگرا، کاهش تأثیر قالب‌های ذهنی و گرایش‌های سیاسی مدیران و سردبیران رسانه در تنظیم خبر، ارائه تصویر عینی خبر یا خبر سخت

(۲) رسانه سنتی

خطابان(همگان/توده/عامه)

افکار عمومی (مشارکت ضعیف)

رسانه‌های سنتی

ویژگی‌ها: اصالت و محوریت نهاد رسانه، امکان سوءتفاهم، امتناع گفتگو، سرکوب

مطالبه و نیاز، سرکوب زبان، حاشیه‌نشینی یا ایجاد دوقطبی مرکز پیرامون، رکود نوآوری و پویایی جامعه به دلیل هژمونی تمرکزگرا، تصلب قدرت، وحدت‌گرا، تأثیر قالب‌های ذهنی و گرایش‌های سیاسی رسانه بر تنظیم خبر یا خبر نرم

افکار عمومی و فناوری‌های نوین رسانه‌ای

اگرچه مطالعات و کوشش‌های نظری به‌منظور تبیین افکار عمومی و رابطه آن با رسانه‌های سنتی حجم قطوری از ادبیات ارتباطی و رسانه‌ای و حتی رشته‌های مرتبط از جمله علوم سیاسی، جامعه‌شناسی و روانشناسی را در بر گرفته است، اما ابهامات و سؤالات فراوانی در نسبت میان فناوری‌های نوین ارتباطی و به ویژه رسانه همراه با افکار عمومی وجود دارد.

مطالعاتی که اخیراً به تبیین این رابطه پرداخته‌اند عمدتاً به دو دسته کلی بدبینانه و خوش‌بینانه تقسیم می‌شوند؛ در رویکرد بدبینانه که گرایش‌های جامعه‌شناختی و نظریات کلاسیک جامعه‌شناسی در آن‌ها پررنگ‌تر است؛ رسانه‌های همراه اساساً با مفاهیم و پدیده‌های اجتماعی در تعارض انگاشته می‌شوند. مهم‌ترین دلیل آن‌ها، کاهش سرمایه اجتماعی به دلیل غلبه فردگرایی در رسانه‌های همراه است. این رسانه‌ها نظم تشریفات و مناسک جامعه را - آن‌گونه که مورد نظر صاحب‌نظرانی چون دورکیم بود - مختل می‌کنند و اساساً با انزوای فرد از جامعه، فرایند جامعه‌پذیری را مختل می‌کنند (Ling, 2008: 23). ریچارد لینگ در کتاب مشهور «فناوری جدید، پیوندهای جدید^۱» با طرح نظریات کلاسیک زیمل، دورکیم و... توصیف مفهوم سرمایه اجتماعی و سپس تبیین آن در برابر تأثیرات رسانه‌های ارتباطی نوین پرداخته است.

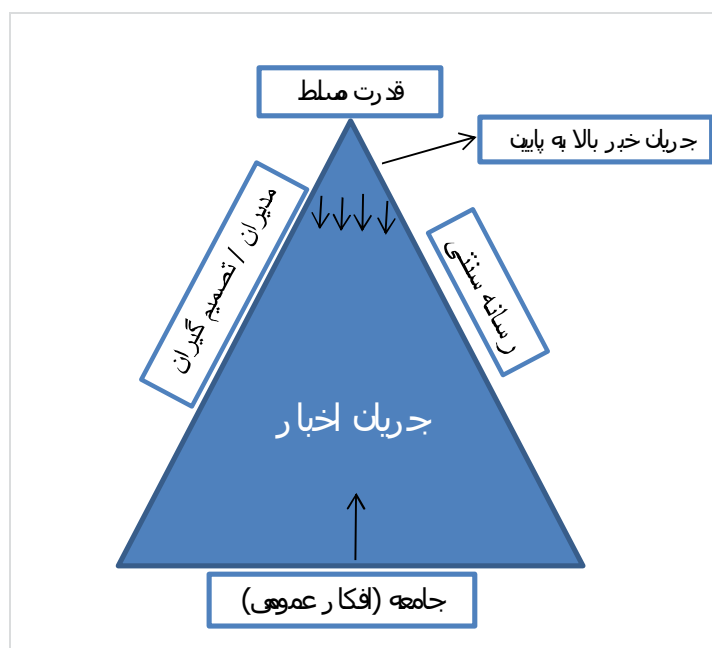
در مقابل، رویکرد خوش‌بینانه با تمرکز بر تأثیرات رسانه‌های همراه بر افزایش مشارکت سیاسی شهروندان و فعالیت‌های مدنی آن‌ها، معتقد است این رسانه‌ها به‌طور

1. New tech, New ties

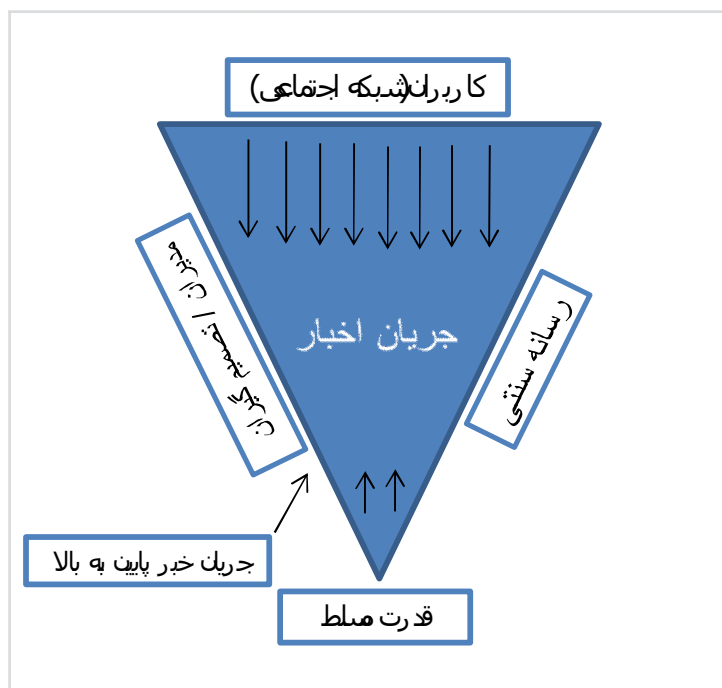
غیرمنتظره‌ای مشارکت شهروندان در جامعه را افزایش داده‌اند. این صاحب‌نظران رسانه‌های همراه را به‌سان نهاد جدید در حیات سیاسی جوامع، مؤثر و ضروری می‌دانند (Wei, 2016: 19).

مانوئل کاستلز، در پژوهش‌هایی که به تحلیل انقلاب‌های عربی پرداخته، نشان داده است که فناوری‌های نوین و رسانه‌های همراه تأثیر قابل‌توجهی در مبارزه با تبعیض، بی‌عدالتی، فساد اداری و در نهایت مطالبات مردم سالارانه داشته‌اند (کاستلز، ۱۳۹۴: ۱۹).

تمایزات نقش افکار عمومی در رسانه‌های سنتی و همراه



هرم رسانه سنتی (رسانه‌های سنتی: مدیران و تصمیم‌گیران بازیگر هستند)



هرم رسانه‌های همراه (شهروندان، بازیگران اصلی هستند)

تلفن همراه از شخصی سازی تا شبکه سازی

تلفن‌های همراه در بسیاری از کشورها منشأ شکل‌گیری گروه‌ها و جماعت‌های مجازی جدیدی هستند. محتوای شخصی، در قالب اپلیکیشن‌هایی که به‌طور مداوم در اختیار کاربر هستند، تولید، منتشر و مصرف می‌شوند. به‌عبارت‌دیگر محوریت محتوا در ابزارهای همراه زمینه و بستر شکل‌گیری گروه‌هایی است که بر اساس علائق مشترک، انسجام پیدا می‌کنند.

تلفن‌های همراه، بر اساس این کارکرد خاص، به ابزار قدرتمند ارتباطات و سازماندهی مشهور شده‌اند و می‌توانند نقش سیاسی - اجتماعی شهروندان را تقویت کرده و مشارکت آن‌ها را در امور مدنی افزایش دهند. این کارکرد البته در جوامع آسیایی، که حکومت‌ها به‌طور سنتی، تمامیت‌گرا و در قالب طبقه یا گروه‌های خاص،

قدرت را در اختیار دارند، اهمیت مضاعفی پیدا می‌کند. آزادی عمل ابزارهای همراه در قالب شبکه‌های اجتماعی موجب تسریع در بهره‌مندی شهروندان از مدنی‌ترین رسانه شده است. نکته مهم دیگر، شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی نوینی است که علائق مشترک به‌عنوان چسب اجتماعی آن‌ها را یا یکدیگر پیوند می‌دهد و در راستای هدفی مشترک قرار می‌دهد.

این امر البته ابعاد سیاسی و مدنی گسترده‌ای پیدا می‌کند. همچنان که ران وی در پژوهش کشورهای آسیای شرقی ارائه می‌کند، ابزارهای همراه به‌واسطه جماعت‌ها و شبکه‌های اجتماعی تغییرات عمیقی را در شرایط سیاسی، اجتماعی و حتی مذهبی جوامع آسیایی رقم می‌زنند. برای مثال او به کشورهایی اشاره می‌کند که رسانه همراه مشوق جدی جوانان به گرایش‌های جهانی و مرززدایی تبدیل شده است (Ran Wei, 2016: 5).

رسانه‌های سنتی به دلیل انتشار وسیع پیام، جماعت‌های بزرگ مخاطب را شکل می‌دهند و باعث همگرایی میان آن‌ها می‌شوند. هرچه رسانه‌ها، بیشتر و متکثرتر شوند این جماعت‌ها کوچک‌تر و محدودتر می‌شوند تا آنجا که با ورود فناوری‌های همراه، گروه‌های مخاطبان حتی با اعضای چند نفری نیز شکل می‌گیرند. به‌عبارت‌دیگر شبکه‌های اجتماعی کوچک‌تر جایگزین مخاطبان انبوه شده‌اند، که مهم‌ترین تفاوت آن‌ها تأثیرگذاری بر اخبار و مشارکت اثرگذار در فرایند تولید، نشر، اصلاح یا تغییر خبر است. شبکه‌های اجتماعی، جماعت جدیدی هستند که افراد بر اساس علائق و تمایلات مشترک و با کمک فناوری‌های همراه و از طریق صفحات مجازی به یکدیگر متصل می‌شوند. در این شبکه‌ها، مرزهای جغرافیایی و محدوده‌های زمانی و نیز محدودیت‌های اجتماعی به‌کلی برداشته می‌شوند.

شبکه‌های اجتماعی بر بستر رسانه‌های همراه؛ عرصه جدیدی است که شهروندان از طریق آن، تعاملات و روابط ساده‌تری برقرار می‌کنند. مشارکت در جریان‌های خبری از نتایج این پدیده است، که در ادغام با ابزارهای همراه به شهروندان کمک می‌کنند تا با

تأثیر روزنامه‌نگاری همراه با افزایش قدرت افکار ... ۲۱۳

سهولت بیشتر به مشارکت در جریان‌های خبری پردازند. همچنین شبکه‌های اجتماعی بستری مناسب برای اعلام نظر و دیدگاه افکار عمومی نسبت به وقایع و رویدادهای خبری هستند.

افکار عمومی در جامعه پاکستان

قاره آسیا، زمینه‌های جذابی برای مطالعه تأثیرات مدنی و سیاسی رسانه‌های ارتباطی نوین و بویژه رسانه‌های همراه دارد. ترکیب حکومت‌ها، ساختار سنتی قدرت، حضور مقتدرانه حاکمیت در شئون زندگی فردی و اجتماعی و درعین‌حال فراگیری سریع رسانه‌های همراه و شکل‌گیری جماعت‌های جدید در قالب شبکه‌های اجتماعی، تمرکززدایی از قدرت و از همه مهتر حذف مرزها و محدودیت‌های ارتباطی علت جذابیت مطالعه این موضوعات است.

کشور پاکستان، اگرچه به کثرت رسانه‌ها مشهور است؛ اما وابستگی‌های سیاسی، اقتصادی و ملاحظات قومی - مذهبی، سایه‌ای سنگین از محدودیت را بر رسانه‌ها افکنده است. به عبارت دیگر، افکار عمومی در آن کشور، متشکل از مخاطبانی ساکت، شنونده و منفعل است که سلطه رسانه‌های سنتی، امکان اندکی را برای ابراز نظر و دیدگاه به آن‌ها می‌داده است.

اگرچه دولت‌ها، در مقاطع مختلف تاریخی، آزادی‌های قانونی را افزایش داده‌اند؛ اما محدودیت‌های اجتماعی، به دلیل ریشه‌های فرهنگی و اعتقادی قابل‌حذف یا تغییر نیستند. با وجود آزادی‌هایی که پرویز مشرف رئیس‌جمهور اسبق به رسانه‌ها اعطا کرد، وابستگی‌های اقتصادی و مالی و ملاحظات قومی - مذهبی، اجازه آزادی عمل را به رسانه‌ها و افکار عمومی نداد.

خطوط قرمز متنوعی که از طرف احزاب، اقوام، مذاهب و حتی شرکت‌های اقتصادی تعیین می‌شود؛ موجب محدودیت اخبار و محتوا می‌شود، که نتیجه آن فاصله

با تمایلات و علایق واقعی مخاطبان و جامعه پاکستان است. نمونه‌های فراوانی از ترور روزنامه‌نگاران، پژوهشگران، تحلیل‌گران و منتقدین وجود دارد که به دلیل انتقاد از شخصیت‌های سیاسی، حزبی و تبعیض‌های قومی و مذهبی، هدف قرار گرفته‌اند. علاوه بر محدودیت‌های یادشده، به‌طور سنتی اطلاعات در انحصار روزنامه‌ها و اشخاصی است که در وابستگی و گرایش‌های سیاسی و قومی به نشر و انعکاس آن می‌پردازند (Sarfraz, 2009: 1-5).

رسانه، در جوامع چند فرهنگی همچون پاکستان، به احزاب و اقوام، وابسته می‌شود و به‌طور ناگزیر تحت تأثیر زبان‌ها، ایالت‌ها، اقوام و مذاهب قرار می‌گیرد. از آنجاکه زبان‌ها تحت تأثیر جغرافیای ایالتی قرار دارند، زنجیره ارتباط ملی گسسته شده است. اکنون زبان‌های اردو و فارسی که تا حدود ۱۹۹۰ زبان اول و دوم این کشور بودند و به‌وسیله آن‌ها میراث علمی و فرهنگی به نسل حاضر منتقل می‌شد، جای خود را به زبان انگلیسی به‌عنوان زبان اداری و رسمی کشور داده‌اند. بسیاری از مکاتبات رسمی به انگلیسی است و زبان فارسی از دهه ۱۹۹۰ به بعد در مدارس تدریس نمی‌شود (Liven, 2011: 161). مطبوعات و رسانه‌ها به زبان‌های رایج ایالت‌ها همچون اردو، پنجابی، پشتو منتشر می‌شوند. نشریات بزرگ با نسخه‌هایی که اختصاص به ایالت‌های خاص دارد، منتشر و توزیع می‌شوند.

فعالیت ۷ اپراتور تلفن همراه از یکسو و ضریب بالای بهره‌مندی از تلفن همراه در پاکستان و از سوی دیگر ترکیب قدرت و انحصار حاکم بر رسانه‌های سنتی دست‌به‌دست هم داده است تا شبکه‌های اجتماعی نقش پررنگی در جریان‌های خبری این کشور ایفا کنند. در چنین شرایطی، تلفن همراه به‌عنوان فراگیرترین وسیله ارتباطی که امکان ابراز آزادانه عقیده و نظر را در قالب فایل‌ها و عکس‌های ارسالی فراهم می‌کند، زمینه مهم پیدایش افکار عمومی در پاکستان است. رسانه‌های همراه با دلیل پاسخ سریع به نیازی انباشت شده، مورد توجه جامعه و به‌ویژه جوانان قرار گرفته‌اند. این رسانه‌ها امکان ارزشمندی‌اند که افراد به‌وسیله آن، اعتراض یا مطالباتشان را اعلام

کنند. اکنون این رسانه به مجرای انتقاد از سلطه قومی و مذهبی تبدیل شده است، چراکه کاربران می‌توانستند با پنهان کردن هویت خود اعتراضاتشان را منتشر کنند. ملاله یوسف زی، دختر نوجوان پاکستانی با اعتراض به تبعیض جنسیتی و فقدان امکانات آموزش زنان در منطقه‌ای که سنت‌های قبیله‌ای، سلطه بلامنازع داشتند، به شهرت رسید. وبلاگ‌های او در پیچه اتصال زنان آن منطقه به جهان و اعتراض به خشونت‌ها شد. هرچند ملاله به وسیله مخالفانش ترور و پس از دورانی طولانی درمان شد؛ اما او به‌عنوان دختری که با امکانات محدود ارتباطی توانست اعتراض خود را جهانی کند، توانست جایزه جهانی نوبل را کسب نماید. (یوسف زی، ۱۳۹۳: ۹ و ۲۶۷)

رسانه‌های همراه در پاکستان اینک با نفی سلطه رسانه‌های سنتی، به رسانه‌ای اصلاح‌گر تبدیل شده‌اند که مردم فقیر آن کشور در مناطق محروم و دورافتاده صرفاً به کمک این ابزار ارتباطی، مشارکت سیاسی و مدنی را تقویت کرده و در برابر تبعیض و فساد و ناروایی‌های دیگر، مبارزه می‌کنند.

در این پژوهش، یک نمونه از موضوعاتی که تقابل رسانه‌های سنتی و نوین در انتشار آن مشهود بود و می‌توانست نتایج وخیمی را رقم بزند مطالعه شده است. نکته مهم این رویداد در چگونگی حضور شهروندان از طریق رسانه‌های همراه در تبیین و هدایت خبری آن بود. درحالی‌که رویکرد رسانه‌های سنتی با تأثیر از برداشت‌های قالبی می‌توانست جنگ مذهبی را ایجاد کند، اطلاعات شهروندان و نشر اخبار مربوط به رویداد، ضمن نفی رویکرد رسانه‌های سنتی، موجب رسوایی جنگ افروزان شد.

روش تحقیق

اثر پژوهی رسانه‌ها اساساً عرصه‌ای منعطف است، چرا که اثر رسانه‌ای سیال و منعطف است. رسانه‌های همراه به دلیل تازگی به‌طور مضاعف، دارای این ویژگی هستند. کشف تأثیرات رسانه‌های همراه در جامعه مخاطبان در گرو روش‌هایی است که قادر به

شناسایی چگونگی تأثیرات باشند. محدودیت‌های تحقیق در جامعه مورد مطالعه، نوع مسئله و اهداف تحقیق مستلزم روشی است که از طریق پیمایش و کنترل رویدادها به شناخت بیشتر نائل شود. از این رو راهبرد استقرایی در دستور تحقیق قرار گرفت. در مرحله انتخاب روش به دلیل ابعاد مسئله، با ترکیب روش‌های مطالعه تاریخی و تحلیل متن، روش تحقیق طراحی شد (مارشال، ۱۳۸۱: ۵۹).

خصلت نوآورانه موضوع و بداعت آن، اقتضای این راهبرد را دارد. طبعاً راهبردهای استقرایی با روش‌های کیفی نسبت نزدیک‌تری دارند. بنابراین پژوهش حاضر بر اساس روش کیفی طراحی و اجرا شد. در روش‌های کیفی، راه‌های متعددی به منظور افزایش سطح روایی و پایایی تحقیق وجود دارد، که از طریق پیش‌آزمون و مطالعه اولیه می‌توان آن را ارتقاء داد. با این حال از آنجا که روش‌های کیفی به تحلیل کلی و کلان پدیده و تفسیر آن توجه دارند شیوه‌های متفاوتی به منظور افزایش روایی تحقیق پیشنهاد می‌شود (منوچهری، ۱۳۸۷: ۱۵۹).

این تحقیق بر دو روش مطالعه تاریخی و تحلیل متن مبتنی شده است. در روش تاریخی، سیر تاریخی رویداد، بر اساس شواهد تاریخی مرور می‌شود. به عبارت دیگر روند تغییرات رویداد بر اساس سیر تصاویر و اخبار تولید و منتشر شده توسط ابزارهای همراه مشاهده و تحلیل می‌شوند. همچنین در تحلیل متن فیلم، عکس و متون خبری تولید شده بررسی می‌شوند. مهم‌ترین نکته در تحلیل متون، شناسایی سوگیری‌ها و جهت‌گیری‌هایی است که در این اسناد پنهان هستند. «متن» حاوی شواهدی است که درک رویداد صرفاً با توجه به آن‌ها امکان‌پذیر می‌شود. «تحلیل متن» بر اساس نظر فرکلاف مطالعه منظم و همزمان متن و زمینه آن است. از این رو تحلیل متن مشتمل بر تحلیل متن، تحلیل فرایند تولید متن و در مراحل بعد فرایند تفسیر آن می‌شود.

بنابراین تحلیل متن روشی مناسب به منظور کندوکاو در فرهنگ و تغییرات اجتماعی است (Fairclough, 1992: 211-213). علاوه بر فرکلاف استوارت هال نیز تحلیل متن را به عنوان روشی مناسب در مطالعه تأثیرات ساختارهای اجتماعی و رسانه

مؤثر می‌داند. از نظر او تحلیل متن عبارت است از خوانش متن بر اساس معانی تاریخی و اجتماعی آن (Hall, 1975: 14-24). انتخاب رویداد داتا دربار بر اساس مطالعه اولیه و نظر روزنامه‌نگارانی بود که از آن‌ها پرسش شد؟ «پنج رویداد مهم که رسانه‌های همراه توانسته‌اند آن‌ها را در دستور کار ملی قرار دهند را معرفی کنید.»، این رویداد از سوی ده روزنامه‌نگار پاکستانی معرفی شد. بازه زمانی گردآوری اطلاعات تاریخ شروع تا پایان حادثه یعنی واکنش مسئولین ملی و به همراه چند نمونه از اخباری که سال‌ها پس از آن منتشر شد؛ می‌باشد.

زمینه اجتماعی رویداد مورد مطالعه

کشف‌المحجوب کتاب اخلاقی مشهوری به زبان فارسی است که سید علی لاهیجی عارف قرن نهم از نوادگان بایزید بسطامی مؤلف آن در لاهور مدفون است. زیارتگاه لاهیجی در لاهور به داتا دربار مشهور است. پیروان مکتب بریلوی (۶۰ درصد از مسلمانان پاکستان) ارادت خاصی به این مزار دارند و از آن به‌عنوان مزار «داتا گنج بخش» و «داتا دربار» یاد می‌کنند.

سال ۲۰۱۰ در ادامه بمب‌گذاری‌ها و حملات انتحاری در برخی شهرهای پاکستان، این مقبره هدف دو انفجار انتحاری قرار گرفت. از آنجا که برای نخستین بار جمعیتی از اهل سنت در پاکستان هدف قرار گرفته بود، رسانه‌های سنتی از جمله روزنامه اذکار، امت و اساس بر اساس برداشت‌های قالبی، تحلیل‌هایی دایر بر نقش شیعیان در این حملات به‌تلافی حملات گذشته به شیعیان را ارائه کردند. این تحلیل‌ها، افکار عمومی را به گمانه‌زنی نسبت به نقش شیعیان در این حادثه سوق داد و در مقابل سبب تحریک اهل سنت شد. در روزهای نخست پس از حادثه گمان می‌رفت اهل سنت به‌تلافی این انفجار دست به حملاتی علیه شیعیان بزنند، و در نتیجه آن درگیری‌های مذهبی در سراسر کشور شعله‌ور شود. برخی رسانه‌های سنتی از جمله

روزنامه‌های: *اذکار، امت و اساس* از جمله رسانه‌های سنتی بودند که با انتشار اخبار و تحلیل‌هایی تلاش می‌کردند شیعیان را به‌عنوان عاملان این انفجار معرفی کنند.

در همین حال برخی رسانه‌ها، از جمله اردو پوینت، نوای وقت، دیلی خبر و بی‌بی‌سی با انتشار فیلم، عکس و محتویاتی دایر بر تأثر و واکنش گروه‌های شیعه که نشان از ناراحتی ایشان بود، ضمن تأثیر بر افکار عمومی، فشار ناشی از محتوای جهت‌دار روزنامه‌هایی که شیعیان را متهم کرده بودند را کاهش دادند. در روزهای بعد نیز این رسانه‌ها به تداوم جریان انتشار فیلم‌های انفجار و تلفات انسانی ناشی از آن که توسط تلفن‌های همراه ضبط شده و در شبکه‌های اجتماعی منتشر شد، پرداختند که موج همدردی و ابراز تنفر از عوامل حادثه را در بین شیعیان به همراه داشت. در نتیجه، همدلی و همکاری جایگزین اختلاف شد. و از درگیری‌هایی که احتمال کشته شدن افراد زیادی در آن می‌رفت، جلوگیری شد.

جدول ۱

تاریخ	خبر	توضیحات و تحلیل
۱ جولای ۲۰۱۰	دو انفجار انتحاری در داتا دربار ۵۰ کشته و ۲۰۰ مجروح به‌جای گذاشت.	در نتیجه دو انفجار انتحاری در مزار سید علی هجویری حداقل ۵۰ نفر جان‌باخته و نزدیک به ۲۰۰ نفر دیگر مجروح شدند.
۱ جولای ۲۰۱۰	محکوم کردن انفجارهای تروریستی توسط نخست‌وزیر و دیگر مقامات عالی	نحوه ورود رسانه‌های سستی و مقامات عالی، گمانه‌زنی‌ها در مورد دخالت شیعیان را تقویت کرد.
۲ جولای ۲۰۱۰	روزنامه اذکار با انتشار اخبار و تصاویر جهت‌دار، شیعیان و جریان‌ات وابسته به آنها را به‌عنوان مسبب انفجار معرفی می‌کند.	نحوه انتخاب تیر و تنظیم اخبار به‌طور تلویحی و غیرمستقیم، شیعیان را در این حادثه مورد اتهام قرار می‌دهد.
۲ جولای ۲۰۱۰	روزنامه اساس اخباری سوگیرانه ای با هدف طرح اتهام به شیعیان نشر کرد.	علاوه بر اخبار، جهت‌گیری سیاسی این روزنامه‌ها و حامیان آن بر خوانش و دریافت خبر از سوی مخاطب تأثیر دارد.
۲ جولای ۲۰۱۰	روزنامه امت با انتشار یادداشت و اخبار، گروه‌های شیعه را به‌عنوان متهمین حادثه انفجار معرفی می‌کند.	
۲ جولای ۲۰۱۰	بازدید سروریزر ایالت پنجاب از بیمارستان مجروحان انفجارهای تروریستی داتا دربار	
۲ جولای ۲۰۱۰	اعلام کمک نقدی به خانواده‌های قربانیان اقدام تروریستی و مجروحان از سوی سروریزر ایالت	
۲ جولای ۲۰۱۰	حزب تحریک طالبان پاکستان و طالبان پنجاب دست داشتن در انفجارهای داتا دربار را رد کردند.	با رد دخالت این حزب در انفجارها، گمان دخالت شیعیان تقویت شد.
۲ جولای ۲۰۱۰	انتشار فیلم‌ها و تصاویری که حاکی از انزجار شیعیان از عوامل حادثه دارد.	این فیلم‌ها، به‌سرعت منتشر شد و تحرکات انتقام‌جویانه را متوقف ساخت.

	این فیلم‌ها از طریق وبسایت‌های خبری دیلی خبریان و اردو پوینت بازنشر شد.	
۲ جولای ۲۰۱۰	اعتراضات سراسری مردم به انفجارهای تروریستی در داتا دربار (این اخبار از طریق سایت‌های بی‌بی‌سی، اردو پوینت و دیلی خبریان پوشش داده شد).	رهبران احزاب و گروه‌های مذهبی پاکستان این اقدام تروریستی را محکوم کرده و بسیاری از مراکز تجاری پاکستان تعطیل شد. مردم تحت رهبری سازمان‌ها و گروه‌های مختلف راهپیمایی‌های اعتراضی برگزار کردند و شهرها را با پارچه و پرچم‌های مشکی، سیاه‌پوش کردند. مراسم یادبود بسیاری نیز در مساجد مختلف پاکستان برای روح قربانیان این اقدام تروریستی برگزار شد. علاوه بر لاهور مردم شهرهای فیصل‌آباد، سیالکوت، گوجرانوالا، مولتان، بکر، میانوالی، شیخپورا، خوشاب، خانیوال، حیدرآباد، کراچی و بسیاری از شهرهای دیگر نیز حضوری فعال در تظاهرات اعتراضی داشتند و خواهان مجازات فوری عاملان حمله به مرقد سید علی هجویری بودند.
۳ جولای ۲۰۱۰	شناسایی اشتباه محمد رفیق (مشهور به عثمان) به‌عنوان یکی از دو عامل انتحاری در داتا دربار	پلیس ایالت پنجاب روز ۳ جولای با بررسی تصاویر بدست آمده از انفجار موفق به شناسایی فردی با نام محمد رفیق شد و نام و تصویر او به‌عنوان یکی از عاملین انتحاری در اختیار رسانه‌ها قرار داده شد. برادر و ۴ تن از دوستان محمد رفیق که در جریان انفجار کشته نشده بود نیز دستگیر شدند اما تحقیقات نشان داد که محمد رفیق خود از قربانیان این اقدام تروریستی بوده است و او نیز هر هفته روزهای پنجشنبه برای زیارت به داتا دربار مراجعه می‌کرده است.
۳ جولای ۲۰۱۰	شبکه‌های اجتماعی در قالب متن، موضع سرسختانه‌ای نسبت به سردرگمی و کوتاهی نهادهای مسئول می‌گیرند. (این مطالب از طریق برخی رسانه‌ها از جمله	همراهی افراد و گروه‌های شیعی در این مطالبات، گام مؤثر دیگری در جهت رفع اتهامات محسوب می‌شد.

تأثیر روزنامه‌نگاری همراه با افزایش قدرت افکار ... ۲۲۱

	بی‌بی‌سی نیز بازنشر شد)	
برخی رهبران مذهبی از جمله شیعی و اهل سنت بریلوی، در قالب بیانیه خواستار تسریع در رسیدگی شدند.	در پی نارضایتی شبکه‌های اجتماعی، رهبران حزبی و سیاسی نیز خواستار سرعت عمل پلیس در رسیدگی به حادثه می‌شوند.	۳ جولای ۲۰۱۰
	برکناری‌ها در پلیس ایالت پنجاب	۵ جولای ۲۰۱۰
	واکنش رئیس دادگاه عالی لاهور	۵ جولای ۲۰۱۰
نمایندگان مجلس ایالتی پنجاب، طالبان فرار کرده از دره سوات را عامل اصلی این اقدام تروریستی قلمداد کردند و خواهان اقدام فوری دولت علیه آنان شدند.	واکنش مجلس ایالتی پنجاب	۵ جولای ۲۰۱۰
در پی انفجارهای انتحاری در داتا دربار، وزارت داخله ایالت پنجاب و وزارت کشور پاکستان تصمیم به انجام اقدامات ضربتی و عملیات علیه ۱۷ گروه ممنوعه این کشور گرفتند. این گروه‌ها از سال ۲۰۰۹ ممنوع‌الفعالیت شده‌اند.	اقدام ضربتی علیه گروه‌های ممنوعه	۵ جولای ۲۰۱۰
رحمان ملک وزیر کشور به خبرنگاران گفت: حمله داتا دربار تلاش برای ایجاد درگیری بین پیروان مکتب‌های بریلوی و دیوبندی است که خوشبختانه علمای بزرگ ما با درایت خود توانستند جلوی این فتنه را بگیرند. عناصر دشمن همان‌طور که در کشور درگیری‌هایی بین شیعه و سنی به وجود آورده بودند اکنون نیز با هدف ایجاد درگیری بین پیروان مکتب‌های بریلوی و دیوبندی دست به آن اقدام شنیع زده‌اند که اتحاد علما این دسیسه را ناکام گذاشت.	واکنش وزیر کشور به انفجارهای داتا دربار	۶ جولای ۲۰۱۰
این اقدام، تأثیر اساسی بر رفع اختلافات نهفته داشت.	بازخواست مقامات ارشد پلیس توسط شهباز شریف	۷ جولای ۲۰۱۰
	تش بین دولت ایالتی پنجاب و شورای اتحاد اهل سنت	۷ جولای ۲۰۱۰

	<p>تهدید رئیس شورای اهل سنت به برگزاری تظاهرات سراسری و مطالبات آنان از دولت</p>	<p>۸ جولای ۲۰۱۰</p>
<p>۱- اعلام فهرستی از بیش از ۱۵۰۰ تن از مسئولان و کارکنان گروه‌های ممنوعه که نام آن‌ها جزء افراد مشمول قانون «تبصره شماره چهار» شده است. این افراد مطابق قانون موسوم به «تبصره شماره چهار» باید از محدوده زندگی خود خارج نشده و هر ۴۸ ساعت یک‌بار خود را در کلاتری محل معرفی کنند.</p> <p>۲- افزایش تدابیر امنیتی در شهر لاهور و ایالت پنجاب و ایجاد پست‌های ایست بازرسی در مسیرهای مختلف</p> <p>۳- تأمین حفاظ فیزیکی و موانع در ورودی‌های داتا دربار و بازرسی‌های متناوب توسط نیروهای مردمی</p> <p>۴- برکناری مأمورین بازرسی سهل‌انگار و موظف شدن مأمورین به بازرسی کامل بدنی زائران</p> <p>۵- تشکیل کمیته ۱۲ نفره برای بررسی و نظارت بر تحقیقات انجام شده توسط نیروهای امنیتی که ۶ نفر از اعضای این کمیته عضو «شورای اتحاد اهل سنت» می‌باشند.</p> <p>«شورای اتحاد اهل سنت» شورایی متشکل از گروه‌های اهل سنت بریلوی پاکستان است که به رهبری صاحب زاده فضل کریم تشکیل شد. این گروه ائتلافی از گروه‌های مختلف بریلوی و مسئولین بارگاه‌ها و خانقاه‌های آنان است که به فعالیت سیاسی برای دستیابی به حقوق خود اعتقاد دارند. پیش از حمله انتحاری در داتا دربار «صاحب زاده فضل کریم» نماینده مجلس ملی از طرف حزب مسلم لیگ (ن) بود و با دولت ایالتی پنجاب در ائتلاف بود. پس از این حمله به تدریج فاصله بین «شورای اتحاد اهل سنت» و حزب مطرح مسلم لیگ (ن) بیشتر شد و در نهایت این ائتلاف از بین رفت و در حال حاضر «شورای اتحاد اهل سنت» از مخالفین اصلی حزب مسلم لیگ (ن) در شهر لاهور است.</p>	<p>۸ جولای ۲۰۱۰</p>	

تأثیر روزنامه‌نگاری همراه با افزایش قدرت افکار ... ۲۲۳

	وزیر کشور پاکستان مدعی شناسایی یکی از عاملین انتحاری حمله به داتا دربار شد.	۱۱ جولای ۲۰۱۰
	اعتراض رهبر شورای اتحاد اهل سنت نسبت به عدم دستگیری عاملان اصلی حمله به داتا دربار	۲۶ جولای ۲۰۱۰
طرفداران گروه‌های مکتب بریلوی از جمله گروه «سنی تحریک» و «جنبش پاسداری از حریم رسالت نبوی» در سومین سالگرد شهدای داتا دربار در لاهور، در مقابل کاخ سروزیر این ایالت تجمع کردند. تجمع کنندگان در مقابل کاخ سروزیر ایالت پنجاب، با سردادن شعارهایی تأکید کردند که دولت ایالتی پنجاب در دستگیری و مجازات عاملان انفجار در داتا دربار جدیتی از خود نشان نداده است و عملکرد ضعیف آنان در این رابطه شایستگی دولت ایالتی پنجاب را زیر سؤال می‌برد.	تجمع اعتراضی سنی تحریک در لاهور در سومین سالگرد انفجارهای داتا دربار	۱ جولای ۲۰۱۳
سران اهل سنت بریلوی پاکستان، در مراسمی در لاهور ضمن مراسم قرآن‌خوانی برای شهدای اقدام تروریستی داتا دربار در سخنانی ضمن انتقاد تند از دولت ایالتی پنجاب و دولت مرکزی در خصوص عدم دستگیری عاملان اصلی این اقدام پس از گذشت ۶ سال گفتند: عدم پیگیری مناسب این اقدام تروریستی از طرف دولت گویای عدم کفایت آنهاست.	انتقاد از عدم دستگیری عاملین اصلی اقدام تروریستی در داتا دربار در ششمین سالگرد واقعه	۲ جولای ۲۰۱۳

توضیح:

جدول بالا بر اساس اطلاعاتی از وبسایت رسانه‌های زیر بازیابی شده است:
 روزنامه اذکار، روزنامه امت، روزنامه اساس، خبرگزاری بی‌بی‌سی، روزنامه نوای
 وقت، سایت خبری اردو پوینت، سایت خبری دیلی خبریان (ارجاعات در انتهای مقاله
 آورده شده است).

مقایسه اخبار منتشرشده در رسانه‌های سنتی با اخبار رسانه‌های همراه

چنانکه آمد؛ رسانه‌های سنتی بر جهت‌گیری و تفسیر خبر تأثیرات آشکار و پنهان می‌گذارند. تأثیرات آشکار، در تنظیم خبر، واژگان مورد استفاده، تیترو عکس در خبر اعمال می‌شود؛ اما تأثیرات پنهان توسط جهت‌گیری غالب بر نشریه؛ بر انتظارات مخاطب از رسانه نقش دارد. هر یک از تأثیرات یادشده در اخبار منتشرشده توسط رسانه‌های سنتی از حادثه داتا دربار، مخاطب را به سوی آن دسته از گروه‌های مذهبی که هیچ نقشی از حادثه نداشته‌اند هدایت می‌کند. در مقابل آن، شواهدی حاکی از بی‌ارتباطی آن گروه‌ها با این حادثه توسط رسانه‌های همراه در شبکه‌های اجتماعی منتشر گردید که گمانه‌زنی‌های گذشته مبنی بر دخالت برخی گروه‌های مذهبی در این انفجار را تغییر داد.

تصاویر ضبط شده توسط رسانه‌های همراه واقع‌گراتر هستند و بیش از رسانه‌های سنتی شواهدی دال بر صادقانه و غیر تصنعی بودن به همراه دارند. انتشار فیلم‌های ضبط شده توسط تلفن‌های همراه به دلیل واقع‌گرایی و غیرتصنعی بودن، تأثیر بیشتری بر کاربران به‌جا گذاشت. این فیلم‌ها ابتدا در شبکه‌های اجتماعی شیعیان که مورد اتهام قرار داشتند منتشر شد، سپس بازخوردهای آن در قالب یادداشت، نظر، ابراز همدردی علما و رهبران مذهبی، عاملی مهم در نفی رویکرد رسانه‌های سنتی و الغاء برداشت قالبی آنان به افکار عمومی بود. چنانکه به‌سرعت جهت‌گیری خبری تغییر کرد و تمام گروه‌ها و مذاهب به‌طور یکدست در مقابل، تروریست‌ها موضعی مشابه در پیش گرفتند. از طرف دیگر اعلام همدردی همه گروه‌ها از طریق رسانه‌های همراه و شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان مشارکت مدنی در این حادثه، نقش مؤثری بود که مخاطبان ایفا می‌کردند.

نکات مهم این حادثه

- ۱- برخی رسانه‌های سنتی از جمله روزنامه‌های امت، افکار و اساس از روزهای ابتدایی سعی در انحراف افکار عمومی به سمت شیعیان داشتند.
- ۲- فیلم‌های حادثه به سرعت در تلفن‌های همراه دست‌به‌دست می‌شود.
- ۳- انتشار فیلم‌ها، همدردی گروه‌های شیعه را در پی داشت.
- ۴- افکار عمومی به تحریکات قومی و اختلافات مذهبی واکنش نشان نمی‌دهد.

تحلیل و نتیجه‌گیری

روزنامه‌نگارهای همراه به‌عنوان جریان پیشرو در فناوری‌های نوین ارتباطی، تأثیرات قابل‌ملاحظه‌ای را بر فرآیند تولید و انتشار خبر گذاشته است. مشارکت کاربران در این فرآیند، مهم‌ترین تأثیری است که فناوری‌های همراه ایجاد کرده‌اند. مشارکت کاربران در تولید خبر فارغ از محدودیت‌هایی که رسانه‌های سنتی داشته‌اند، نقش مخاطبان را تغییر داده است. رسانه‌های سنتی جریان یک‌سویه پیام «بالا به پایین» و «انتشار از رسانه به مخاطبان» و نیز «فیلتر سپس نشر» داشتند. افکار عمومی در چنین شرایطی، قدرت قابل‌توجهی نداشت. در حقیقت رسانه‌های سنتی تعیین‌کننده دامنه تحرک و مانور افکار عمومی بودند.

اگرچه در بُعد نظری افکار عمومی فرزند رسانه‌های آزاد هستند و قدرت نامحدودی دارند، اما در عمل، ساختار و چارچوب‌های رسانه‌های سنتی، حدود معینی را برای ارسال بازخورد افکار عمومی کرده ترسیم کرده بود؛ روزنامه‌نگاری همراه به دلیل ویژگی‌های سه‌گانه‌ای که پیش‌تر اشاره شد، دامنه مشارکت سیاسی و مدنی را گسترش داده است. کاربران، با حضور در گستره‌ای نامحدود، مطالبات خود را مطرح و به دلیل خصلت‌های حاکم بر رسانه‌های نوین و همراه، حمایت‌های محیطی را جذب

می‌کنند. از طرف دیگر نهادهای سنتی اعم از رسانه و نهادهای اجتماعی و حاکمیتی در برابر این رسانه به دلیل امکان جلب حمایت، همکاری می‌کنند.

تفاوت‌های افکار عمومی در رسانه‌های سنتی و رسانه‌های همراه

رسانه‌های سنتی	رسانه همراه
مخاطب	کاربر
جمعیت انبوه و همسان	گروه‌های محدود و پراکنده
برجسته شدن مشترکات ملی	مشترکات محلی/قومی و صنفی
گستره فعالیت ملی یا بین‌المللی	گستره فعالیت شبکه‌های اجتماعی
دارای رهبر	فاقد رهبر، مطالبه‌گرا
اهمیت نهاد رسانه	حذف یا تضعیف نهاد رسانه
آرمان‌گرایی	شعارها
شعارگرایی	مطالبه‌گرایی و مسئله محوری
هسته متمرکز	تحریک غیرمتمرکز
قدرت مسلط سیاسی/اقتصادی	شهروند
مرزگرا	مرز زدا
اسطوره‌گرا	مطالبه‌گرا و کرامت جو
وحدت‌گرا	تنوع‌گرا

لیکن به‌طور جزئی‌تر، می‌توان نتایج زیر را برای این مطالعه ارائه کرد:.

- ۱- شخصی شدن و سپس تشکیل گروه‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی مقدمه شکل‌گیری افکار عمومی نوین است.
- ۲- تجمیع نقش‌های روزنامه‌نگاری آلترناتیو و مکمل در اخبار همراه: اخبار همراه به ترسیم شفاف حادثه و حواشی آن از یکسو رویکرد قالبی رسانه‌های سنتی را که تحت تأثیر وابستگی‌های حزبی و اقتصادی قرار دارد اصلاح می‌کنند و از سوی دیگر به تکمیل اطلاع‌رسانی و اخبار رسمی می‌پردازند.

۳- واکنش‌های جمعی و گروهی بیش از آنکه تحت تأثیر رسانه‌های سنتی باشد تحت تأثیر ابزارهای همراه قرار دارد. به عبارت دیگر قدرت تحریک‌کننده در رسانه‌های همراه بیش از رسانه‌های سنتی است. رهبران حزبی و مذهبی اغلب با فعال شدن شبکه‌های اجتماعی و مطالبه آن‌ها واکنش نشان دادند و سپس مقامات عالی کشور نیز مجبور به واکنش شدند.

۴- رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر ابزارهای همراه، قدرت بالقوه در ایجاد پیوند در جوامع چند فرهنگی دارند. اگرچه گسل‌های اختلاف در جامعه چند فرهنگی پاکستان عمیق است و برخی شرایط سیاسی و تاریخی از جمله مرزها و تقسیمات ایالتی آن را تشدید کرده است، اما شبکه‌های اجتماعی به دلیل خصلت مرز زدا موجب شکل‌گیری پیوندی جدید در بین فعالان سیاسی و مدنی می‌شوند.

۵- مدیریت ناخودآگاه محتوا در ابزارهای همراه بر محتوای مدیریت شده رسانه‌های رسمی چیره می‌شود.

۶- شخصی‌شدگی از آثار ناگزیر ابزارهای همراه است. ابعاد اجتماعی آن در قالب شبکه‌سازی، جایگزین افکار عمومی شده است. افکار عمومی نوین مبتنی بر قدرت گرفتن شهروندان با ابزارهای همراه و شکل‌گیری ارتباطات جدید است.

۷- ابزارهای همراه موجب افزایش تأثیر خبر بر کنش‌های اجتماعی شده‌اند، درحالی‌که رسانه‌های رسمی کمتر قادر به ایجاد کنش‌های عمومی بودند.

واکنش شبکه‌های اجتماعی در قبال اخبار از مهم‌ترین فرصت‌هایی است که ابزار همراه در اختیار شهروندان به‌عنوان مخاطبان خبر قرار داده است. پیش‌ازاین در ایران امکان اظهارنظر مخاطب در ذیل اخبار به عامل قدرت یافتن خبر شناخته شد، اکنون این امکان به کمک ابزارهای همراه، در اعمال‌نظر شهروندان و هدایت‌گری رفتار سیاسی گسترش یافته است.

منابع

- آیور، مک. (۱۳۴۹). *جامعه و حکومت*، مترجم: ابراهیم علی کنی. تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
- اسدی، علی. (۱۳۷۰). *افکار عمومی و ارتباطات*. تهران: انتشارات سروش.
- بشیریه، حسین. (۱۳۹۱). *تاریخ اندیشه‌های سیاسی در قرن بیستم*. چاپ یازدهم. تهران: نشر نی.
- بوتو، بی نظیر. (۱۳۸۶). *بی نظیر بوتو دختر شرق*. ترجمه: علیرضا عیاری. تهران: روزنامه اطلاعات.
- ژودیت، لازار. (۱۳۸۰). *افکار عمومی*. ترجمه: مرتضی کتبی. تهران: نشر نی.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۹۴). *شبکه‌های خشم و امید*. ترجمه: مجتبی قلی پور. تهران: نشر مرکز.
- مارشال، کترین و رأس من، گرچن. (۱۳۸۱). *روش تحقیق کیفی*. ترجمه: علی پارسایان سید محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- منوچهری، عباس و دیگران. (۱۳۸۷). *رهیافت و روش در علوم سیاسی*. تهران: انتشارات سمت.
- یوسف زی، ملاله و لم، کریستینا. (۱۳۹۳). *منم ملاله*. ترجمه: صداقت حیاتی. تهران: نشر نگاه.

- Castells, Manuel (2001). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford: University Press.
- Chan, Michael. (2015). "Examining the Influences of news use patterns, motivations, and age cohort on mobile news use: The case of Hong Kong". *Mobile Media & Communication*. January, Volume: 3 issue: 2, page(s): 179-195
- Deuze, Mark & Dimoudi, Christina. (2002). "Online journalists in the Netherlands: Towards a profile of a new profession". *Journalism*. vol. 3, no. 1, pp. 85-100.
- Economist. (2015, March 6). *Planet of the phones* (pp. 19–22). Retrieved from <http://www.economist.com/news/leaders/21645180-smartphone-ubiquitous-addictive-and-transformative-planet-phones>
- Fairclough, Norman. (1992) "Discourse and text: linguistic and intertextual analysis within discourse analysis" *Discourse & Society*. vol. 3, no. 2, pp. 193-217
- Gordon, Janey. (2007). "The Mobile Phone and the Public Sphere: Mobile Phone Usage in Three Critical Situations." *Convergence* vol 13 no 3: 307–319.

- Hall, Stuart. (1975). *Paper Voices: The Popular Press and Social Change, 1935-1965*, London: CHTTO & WINDUS.
- Ling, Richard. (2016). *New tech, new ties: how mobile communication is reshaping social cohesion*. The MIT press.
- Liven, Anatol. (2011). *Pakistan, A hard country*. London: penguin.
- Ran, Wei. (2016). *Mobile media political participation and civic activism in asia*. Springer.
- Sarfaraz, hina. (2009). *Freedom of expression in dissemination of mobile content:Pakistan*. Lirneasia.
- Seth C Lewis & Oscar Westlund. (2014). "Actors, Actants, Audiences and Activities in cross media news work." *Digital Journalism*. Vol 3, no 1. pp19-37.
- Thorson, Esther., Karaliova, Tatsiana., Shoenberger, Heather., Kim, Eunjin., & Fidler, Roger. (2015). News use of mobilemedia: A contingency view. *Mobile Media & Communication*. Vol: 3, no: 2, page(s): 160-178
- Van Damme, K., Courtois, C., Verbrugge, K., & de Marez, L. (2015). "What's APPening to news?A mixed-method audience-centered study on mobile news consumption." *Mobile Media & Communication, January*, Volume: 3 issue: 2, page(s): 196-213
- Villi, M., & Matikainen, J. (2015). Mobile UDC: Online media content distribution among finnishmobile users. *Mobile Media & Communication*, Volume: 3 issue: 2, page(s): 214-229
- Westlund, Oscar. (2008). From mobile to phone to mobile device: News consumption on the go. *Canadian Journal of Communication*, Vol 33, No 3, 443-463.
- Westlund, Oscar. (2011). *Cross-media news work: Sensemaking of the mobile media (r)evolution*. (JMG Book Series No. 64). Gothenburg, Sweden: University of Gothenburg.
- Westlund, Oscar. (2013). Mobile news: A review and model of journalism in an age of mobile media. *Digital Journalism*, vol 1 no 1. Pp: 6-26.
- Westlund, Oscar. (2014). The production and consumption of mobile news. In G. Goggin & L. Hjorth (Eds.). *The mobile media companion* (pp. 135-145). New York, NY: Routledge.
- Westlund, Oscar., & Bjur, J. (2013). Mobile news life of young. In K. Chumskey & L. Hjorth (Eds.), *Mobile media practices, presence and politics. The challenge of being seamlessly mobile* (pp.180-197). New York, NY: Routledge.

- Westlund, Oscar., & Färdigh, M. A. (2015). Accessing the news in an age of mobile media. *MobileMedia & Communication*, January. Volume: 3 issue: 1, page(s): 53-74