

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



# خبر و خبرنگاری

دكتور عبدالقهار سرورى



## شناسنامه:

نام کتاب:	خبر و خبرنگاری
نویسنده:	دکتر عبدالقهار سروری
ناشر:	انتشارات خراسان
ویراستار:	مشعل ارتزاد
آرایش پشتی و برگ‌ها:	رفیع جسور
قطع و صفحات:	رقعی/ ۸۴ صفحه
سال چاپ:	بهار ۱۳۹۶ خورشیدی
تیراژ:	۱۰۰۰ نسخه
قیمت:	۱۰۰ افغانی

## پیشگفتار

خبر یکی از نیازهای مهم و همیشگی زندگی انسانی بوده و عنصر اصلی و اساسی شکل دهنده‌ی عرصه‌ی خبرنگاری محسوب می‌شود. خبر و اطلاعات تازه همواره مورد توجه انسان‌ها قرار داشته و در زمان‌ها و مکان‌های متفاوت و با استفاده از شیوه‌های متفاوت انسان‌ها و جوامع انسانی در پی دست یافتن به خبر و معلومات تازه بوده اند تا ضمن آگاه شدن از رویدادها و وقایع محیط و ما حول خود، به آگاهی کامل زندگی فردی و اجتماعی شان را شکل دهند. انسان‌ها همیشه در تلاش بوده اند تا پیرامون رویدادها و وقایع که به نحوی به زندگی شان ربط داشته اند، معلومات به دست آورده و خبرهای مربوط به عرصه‌های مختلف زندگی انسانی و متعلق به مکان‌های مختلف را به دست آورده و بدانند که در جهان و در میان جوامع انسانی چه می‌گذرد.

دست یافتن به خبرها و معلومات تازه انسان‌ها را در جهت آگاهانه زیستن، برقراری تماس‌ها و روابط مداوم و هدفمندانه با یکدیگر،

شکل‌دهی مفاهیم و ارزش‌های انسانی و گسترش علم و فناوری در میان‌شان کمک جدی نموده و انسان‌ها همواره از خبر و معلومات تازه برای بهتر زیستن و آگاهانه زیستن استفاده نموده‌اند. انسان‌ها از طریق نشر به موقع و به‌مورد خبر، از حال و احوال یک‌دیگر با خبر شده و تهیه، تنظیم و نشر خبر به‌گونه‌ی مسلکی و هدفمندانه باعث روشن‌سازی اذهان عامه، ایجاد و گسترش مفاهیم ارزش‌های مشترک در میان انسان‌ها و گسترش و همگانی شدن پیشرفت‌ها و دست‌آوردهای علمی و اکادمیک در میان جوامع انسانی شده است و می‌شود.

همان‌گونه‌ی که تهیه، تنظیم و نشر خبر به‌گونه‌ی دقیق، مسوولانه و مسلکی برای انسان‌ها و جوامع انسانی مفید بوده و آن‌ها را در جهت بهتر زیستن و هدفمندانه زیستن کمک خواهد کرد، نشر خبرهای غیر دقیق، دست‌کاری شده و بی‌مورد می‌توانند پیامدهای بسیار بد و زیان‌بار را در قبال داشته باشند و به زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها مضر واقع شوند. از این رو، لازم است تا خبرنگاران با فراگیری اساسات و مقررات کار خبرنگاری، به‌گونه‌ی مسلکی و مسوولانه فعالیت نموده و نهادهای آموزشی، رسانه‌ها و امور به‌دستان عرصه‌ی خبرنگاری برای تخصصی شدن این بخش مهم کاری تلاش نمایند.

البته، معرفی نمودن خبر و عناصر مهم و سازنده‌ی آن و هم‌چنان تشریح نحوه‌ی کار در عرصه‌ی خبرنگاری و بیان معیارها و الزامات کاری در راستای کار مسلکی خبرنگاری از جمله نیازهای جدی

## خبر و خبرنگاری / ۷

محسوب می‌شوند که باید به آن‌ها پرداخته شود. برای همین، این اثر به تعریف و تشریح خبر و خبرنگاری پرداخته و ضمن معرفی نمودن عناصر مهم خبرساز و اجزای ساختاری و محتوایی خبر، مهارت‌ها و الزامات لازم برای کار در عرصه‌ی خبرنگاری را نیز بیان کرده است. خواندن این اثر می‌تواند خبرنگاران را در جهت تهیه، تنظیم و نشر خبر به‌گونه‌ی مسلکی، مسوولانه و منظم کمک نموده و معلومات لازم را پیرامون خبر و خبرنگاری در اختیارشان قرار دهد. این اثر ضمن این‌که به‌هیچ‌یک کتاب درسی برای نهادهای که ژورنالیسم و خبرنگاری را تدریس می‌کنند، پیشنهاد می‌شود، برای خبرنگاران، کارکنان رسانه‌ها و تمام کسانی‌که به نحوی به خبر و عرصه‌ی خبرنگاری علاقمندی دارند، جدید، جالب و مفید خواهد بود.





## فهرست عناوین

۱۱	مقدمه
۱۷	خبر چیست؟
۲۲	عناصر مهم شکل دهنده‌ی ساختار خبر
۲۸	اجزای محتوایی شکل دهنده‌ی خبر
۳۱	گزارش خبری
۳۵	اعتبار سنجی خبر و آزمایش اعتبار و اطمینان اجزای خبری
۳۹	الزامات و معیارهای تهیه و نشر خبر در عرصه‌ی روزنامه نگاری حرفه‌یی
۴۶	مهارت‌های لازم برای خبرنگاران مسلکی
۵۲	فکتورهای محرک و مثمر در عرصه‌ی فعالیت‌های خبر نگاری
۵۷	اخلاق حرفه‌یی خبرنگاری
۶۶	شیوه‌ها و مراجع تهیه و نشر خبر
۷۱	انواع خبر از لحاظ شکل و اندازه
۷۳	نقش تعصب و جانبداری در تهیه و ارایه‌ی خبر
۸۱	منابع



## مقدمه

خبیر، به مثابه‌ی عنصر اساسی خبرنگاری در مسلک ژورنالیسم و فراهم کننده‌ی زمینه‌های برقراری ارتباطات در میان مردم، در زندگی انسان‌ها و در راستای رشد و ترقی جوامع انسانی از اهمیت خاصی برخوردار است. خبیر یکی از نیازهای مهم زندگی انسانی، به خصوص زندگی مدرن انسانی، محسوب می‌شود. خبیر عبارت از گزارش و وقوع یک رویداد و یا هم پیرامون وقوع یک رویداد است که شامل اجزای مهم خبر بوده و برای گیرندگان جدید و جالب باشد. یعنی، خبیر عبارت از اطلاعات و گزارشی است که یا پیرامون حوادث و وقایع که اتفاق افتاده اند تهیه و ارائه می‌شود و یا هم پیرامون رویدادها و مسایل که بر مبنای برنامه‌ها و پیشبینی‌ها، قرار است اتفاق بی‌افتند، تهیه گردیده و به مخاطبان ارائه می‌شوند. در هر حال، خبیر باید شامل اجزا و عناصر مهم خبر بوده و برای عده‌ی از مردم جدید و جالب باشد. بدون شک، خبیر زمانی از ارزشمندی و حد تأثیرگذاری بالا برخوردار می‌شود، که به گونه‌ی واقعی، عینی و بی طرفانه تهیه گردیده و به گونه‌ی معیاری و به موقع ارائه شود و عاری از جانب داری‌ها و علایق شخصی باشد.

در مسلک ژورنالیسم و عرصه‌ی خبرنگاری، خبر عنصر و محتوای اصلی برنامه‌های کاری روزنامه نگاران و رسانه‌ها را شکل داده و در ساختار نشراتی رسانه‌ها، خبر در صدر برنامه‌های نشراتی و آجنداهای کاری آن‌ها قرار دارد. در رسانه‌های برقی و چاپی و در رسانه‌های سنتی و آنلاین، یعنی در همه رسانه‌ها و در تمام عرصه‌های کاری روزنامه‌نگاری، خبر از جایگاه و حد ارزشمندی خاصی برخوردار است. همان‌گونه‌ی که خبر در محتوا و برنامه‌های نشراتی رسانه‌ها از جایگاه خاصی برخوردار است، می‌تواند بالای اذهان عامه و نحوه‌ی شکل‌گیری ذهنیت‌ها و باورهای همگانی در جوامع انسانی نیز نقش مهم و سازنده‌ی را دارا باشد. از این رو، نحوه‌ی تهیه و ارایه‌ی خبر و تهیه و گزارش دهی خبر به‌گونه‌ی مسلکی و بی‌طرفانه، می‌تواند در جهت روشن‌سازی اذهان عامه و شکل‌دهی ذهنیت‌های واقع‌بی‌ناهنه و مفید در جوامع انسانی نقش بازی کند.

در پروسه‌ی تهیه، تنظیم و ارایه‌ی خبر، نظارت ما حول و اوضاع، دنبال نمودن وقایع و حوادث مرتبط به زندگی مردم، ارزش‌دهی به وقت، هوشیاری و حوصله‌مندی، منتقد بودن، ارزش‌دهی به زندگی مردم، آگاه بودن از نورم‌ها و مقررات کاری در عرصه‌ی خبرنگاری، مسوولانه نوشتن، مفید نوشتن، کوتاه نوشتن، و به‌مورد و به‌موقع نوشتن از جمله مسایل و فکتورهای اندک که ضمن ارزش‌دهی به خبر و خبرنگاری، جایگاه خبرنگار را در جوامع انسانی تثبیت نموده و کار وی را مفید و ارزشمند می‌سازند. خبرنگاران در جریان تهیه، تنظیم و ارایه‌ی خبر همیشه باید به محتوای اصلی و عناصر شکل‌دهنده‌ی

## خبر و خبرنگاری / ۱۳

خبر توجهی جدی نموده و با تلاش مسلکی، صادقانه و پیگیر تمام معلومات و اطلاعات مرتبط به خبر را جمع آوری نموده و بدون دخیل ساختن مسایل سلیقه‌یی و جانبدارانه و با استفاده از زبان ساده و معیاری و بدون تأخیر به مخاطبان و مردم برساند. البته، ضمن این‌که خبر به‌خاطر جدید بودنش برای مردم جالب می‌باشد، ممکن است با بخش‌های مهم زندگی آن‌ها نیز رابطه‌ی مستقیم و یا هم‌غیر مستقیم داشته باشد. از این رو، محتوا و عناصر مهم شامل در خبر و همچنان زمان و نحوه‌ی ارایه‌ی خبر می‌تواند بالای حد تأثیرگذاری و حد پذیرش آن در میان مردم نقش مهم داشته باشند.

از سویی هم، برای تهیه، تنظیم و ارایه‌ی خبر، زبان خبرنگاری و طرز نوشتن خبر نیز بسیار مهم است. یعنی، نحوه‌ی نوشتن خبر، حد وضاحت محتوای اصلی خبر و نحوه‌ی استفاده از زبان خبرنگاری می‌تواند بالای حد ارزشمندی خبر و حد ارزش‌دهی مخاطبان به خبر نقش داشته باشند. پس، لازم است تا خبرنگاران همواره تلاش نمایند تا خبر را در یک چارچوب معیاری، مشخص و قابل فهم تهیه نموده و در جریان نوشتن خبر از زبان ساده و عام فهم استفاد نمایند. هم‌چنان، باید در جریان نوشتن خبر از استفاده نمودن واژه‌ها و جملات بی‌مورد و بی‌ربط جلوگیری به عمل آمده و عناصر و اجزای مهم خبر به‌گونه‌ی واضح، مشخص و کامل نوشته شوند. خبرنگار نباید عناصر اصلی خبر را کم‌رنگ جلوه داده و با پرداختن بیش از حد به ساختار ظاهری و زبانی خبر، محتوای اصلی و سازنده‌ی خبر را تحت شعاع جملات و واژه‌ها قرار دهد. البته،

در خبرهای مشرح و تفصیلی می‌توان از واژه‌ها و جملات بیشتر به‌خاطر توضیح ابعاد مختلف خبر استفاده کرد؛ ولی، در هر حال باید از زبان و مهارت‌های زبانی در حد لازم و معقول استفاده کرد تا محتوای خبر تحت شعاع ساختار ظاهری و زبانی آن قرار نگیرد.

هم‌چنان، باید تلاش صورت گیرد تا خبر به موقع و در فرصت مناسب برای مردم ارایه شود و از تأخیر در نشر خبر جلوگیری شود، مگر این‌که تأخیر به‌خاطر تقویه و تصحیح اجزا و ابعاد ارزنده خبر یک نیاز پنداشته شود. با در نظر داشت حد ارزشمندی خبر، در رسانه‌های برقی خبر باید در یک وقت مناسب نشر شود که مخاطبان متوجه آن شوند، هم‌چنان در رسانه‌های چاپی نیز خبر باید در یک موقعیت برجسته نشر شود تا توجهی مخاطبان را به خود جلب کند. در کل، سه فکتور اساسی، یعنی محتوای خبر (عناصر و اجزای مهم خبر و اطلاعات تازه و مفید شامل در خبر)، ساختار نوشتاری خبر (زبان خبرنگاری و نحوه‌ی نوشتن خبر) و وقت (وقت نشر خبر) در جهت تهیه، تنظیم و ارایه‌ی خبر نقش مهم و سازنده دارند. خبرنگاران همواره باید به‌خاطر تهیه و ارایه‌ی خبر به‌گونه‌ی دقیق، معیاری و مسلکی برای دست یافتن به اجزا و عناصر اصلی خبر به‌گونه‌ی واقعی تلاش نموده، خبر را به‌گونه‌ی درست، معیاری و عام فهم تهیه نموده و بدون تأخیر و در یک فرصت مناسب ارایه نمایند.

با آن‌که خبر گزارش و انعکاس واقعیت‌ها می‌باشد، اما حتمی نیست هر واقعه و رویداد خبر و یا هم خبر ساز باشد هم‌چنان،

## خبر و خبرنگاری / ۱۵

خبر شامل اطلاعات و معلومات از رویدادهای جدید می‌باشد و در اکثر موارد برای مردم جالب نیز می‌باشد. در هر حال امکان دقیق بودن و غیر دقیق بودن خبر وجود دارد، یعنی، گیرندگان همواره باید پیرامون خبرهای که به دست می‌آورند دقت بیشتر نمایند و با جستجوی حقایق، خبر دقیق را از خبر غیر دقیق تفکیک کنند. چون، محتوای خبر می‌تواند بالای اذهان و زندگی آن‌ها تأثیر داشته باشد. از سویی هم، برای دقیق ساختن خبر، خبرنگاران باید همواره دنبال منابع دست اول و معتبر باشند و اطلاعات را از مراجع صاحب صلاحیت و معتبر بدست آورند. به همین ترتیب، خبرنگاران باید اخبار و اطلاعات را در اختیار مخاطبان خود قرار دهند که به نحوی به زندگی آن‌ها رابطه داشته باشند؛ هم‌چنان، استفاده از رویدادهای مرتبط به زندگی واقعی انسان‌ها در خبر و کارهای رسانه‌ی، به اهمیت آن می‌افزاید. خبر باید عاری از هر نوع جانبداری و پیش‌داوری بوده و مباحث و مفاهیم سیاسی و ایدئولوژیک در محتوا و ساختار خبر تحمیل نشود. البته، جریان‌ارایه‌ی خبر باید از مهمترین‌ها آغاز گردیده و با خبرها و عناصر و اجزای خبری که اهمیت کمتر دارند، خاتمه یابد (آی‌آی پی دیجیتال، ۲۰۰۸؛ اکتون، ۲۰۱۰؛ گُهن و مُولر، ۲۰۱۴؛ لی، ۱۹۹۹).

برای ازدیاد اعتبار و حد ارزشمندی خبر، یک خبر باید دارای ساختار منظم نوشتاری، محتوای کامل و هویت مشخص باشد. یعنی، خبر باید به‌گونه‌ی نوشته شود که از نوشته‌های دیگر تفاوت داشته باشد و به تمام پرسش‌های لازم که پاسخ‌های آنها عناصر مهم

شکل دهنده‌ی یک خبر را در بر می‌گیرند، پاسخ دهد. هم‌چنان، خبر باید دارای عنوان، اسم خبرنگار، محل و تاریخ تهیه‌ی خبر و منابع مشخص و معتبر باشد (سیمنیت و رید، ۲۰۰۹). یعنی، هر خبرنگار وقتی در پی تهیه‌ی خبر می‌شود و خبری را می‌نویسد، باید به عناصر و اجزای مهم خبر توجه جدی نموده و تلاش نماید تا به پرسش‌های احتمالی که در ذهن خوانندگان به میان می‌آیند، پاسخ ارایه نموده و خبر خود را با ارایه‌ی منابع معتبر، ذکر تاریخ مشخص، ذکر مرجع، رسانه و یا هم‌آژانس خبر رسانی که به آن کار می‌کند و نوشتن اسم خود، به خبر هویت و اعتبار ببخشد. چون، خبر بدون داشتن مرجع معتبر تهیه‌کننده، منابع معتبر و تاریخ مشخص قابل اعتبار نمی‌باشد و در حد یک معلومات معمولی باقی می‌ماند.

برای تهیه، تنظیم و ارایه‌ی خبر به‌گونه‌ی مسلکی و معیاری و به‌خاطر انجام کارهای خبرنگاری به‌گونه‌ی ارزنده و موثر، خبرنگاران و کارکنان عرصه‌ی خبرنگاری باید خبر و اجزا و عناصر مهم آنرا بشناسند و یک سلسله مهارت‌های لازم را برای تهیه، تنظیم و ارایه‌ی خبر فراگیرند. شناختن اجزای مهم و سازنده‌ی خبر و فراگیری مهارت‌های لازم برای تهیه‌ی خبر، خبرنگاران را در جهت انجام کارهای مسلکی شان کمک خواهند کرد. هم‌چنان، خبرنگاران مسلکی باید خبر را که عنصر اصلی در عرصه‌ی کاری شان پنداشته می‌شود، به‌صورت همه‌جانبه بشناسند و نحوه‌ی تهیه، تنظیم و ارایه‌ی آنرا فراگیرند.



## خبر چیست؟

خبر عبارت از عنصر اصلی شکل دهنده‌ی مسلک خبرنگاری و ستون فقرات کارهای مسلکی در عرصه‌ی روزنامه‌نگاری محسوب می‌شود. از نظر نویسنده‌ی این اثر، خبر عبارت از گزارشی است که به خاطر یک رویداد و یا هم پیرامون وقوع یک رویداد تهیه گردیده و شامل اجزای مهم خبر و منابع معتبر بوده و برای مخاطبان جدید و جالب باشد. از این که انسان‌ها به کسب اطلاعات تازه و تبادل معلومات و مفاهیم ارزنده با هم ارزش جدی قایل اند و دست یافتن به اطلاعات و معلومات تازه بخشی از زندگی روزمره شان را شکل می‌دهد، خبر به مثابه‌ی مشخص‌ترین اطلاعات مرتبط به زندگی انسان‌ها، در زندگی روزمره‌ی آن‌ها از جایگاه خاصی برخوردار است.

منابع، صاحب نظران و دانشمندان متعدد هر کدام به خبر تعریف‌های متفاوتی را ارائه نموده اند، که بعضی از تعریف‌های ارائه شده این‌جا نقل می‌شوند. «خبر رویدادی است جدید؛ {یا} اتفاقی که در حال جریان است (آی آی پی دیجیتال، ۲۰۰۸).

خبر، معلومات در باره‌ی وقایع جاری است، که خبرنگاران خبر را با استفاده از وسایل مختلف تهیه می‌کنند؛ هم‌چنان، قسمی که از نامش پیداست، خبر عبارت از آرایه‌ی معلومات تازه می‌باشد (ویکی پدیا، ۲۰۱۷). گفته‌ی مشهور چارلز اندرسون (۱۸۱۹-۱۸۹۷) ژورنالیست امریکایی در قبال خبر که، وقتی یک سگ یک انسان را دندان بگیرد آن خبر نیست، اما وقتی که یک انسان سگ را دندان بگیرد، خبر است. این تعریف ساده و مشخص نشان می‌دهد که وقایع و رویدادهای عادی و معمولی خبر نیستند، بلکه خبر عبارت از گزارش‌دهی رویدادهای تازه و غیرعادی می‌باشد. کورت لودر (۱۹۴۵)، ژورنالیست دیگر امریکایی معتقد است که هر آنچه جالب است و به وقایع جهان وقایع متعلق به زندگی انسان مرتبط است، خبر می‌باشد. هم‌چنان، لیستر مارکل (۱۸۹۴-۱۹۷۷) به این باور است که، چیزی را که می‌بینید خبر است، چیزی را که می‌فهمید بگرداند است و چیزی را که حس می‌کنید مفکوره می‌باشد (نیوز مَن‌وَل، ۲۰۱۷).

در هر حال، خبر یک عنصر مهم در زندگی مدرن انسانی می‌باشد و با گذشت زمان و با رشد سریع عرصه‌ی روزنامه‌نگاری، نحوه‌ی تهیه و آرایه‌ی خبر متحول گردیده و عرصه‌ی خبرنگاری با پیشرفت‌های جدی همراه بوده است. به‌خاطر ارزش‌دهی انسان‌ها به خبر و معلومات تازه و مفید، عرصه‌ی ژورنالیزم و خبرنگاری نیز به‌گونه‌ی جدی رشد نموده و به یکی از عرصه‌های مهم و تخصصی مرتبط به زندگی انسان‌ها مبدل شده است.

## خبر و خبرنگاری / ۱۹

زیلیزر (۲۰۰۴) معتقد است که، هم‌زمان با ارزش‌دهی انسان‌ها به اطلاعات و اهمیت‌دهی آن‌ها برای شریک‌سازی معلومات با یک‌دیگر، خبرنگاری نیز به نحوی وجود داشته و بخشی از زندگی کاری انسان‌ها بوده است. پس، خبر که محتوای اصلی خبرنگاری می‌باشد، همواره مورد توجهی انسان‌ها بوده و در شکل‌دهی مفاهیم و ساختارهای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی در جوامع انسانی نقش مهم داشته است.

اما، به‌گونه‌ی حرفه‌یی، مسوولانه و گسترده، خبرنگاری و تهیه، تنظیم و نشر خبر در آغاز قرن بیستم میلادی به‌حیث یک مسلک و یک عرصه‌ی کاری و مسلکی شامل زندگی انسان‌ها شد (بژورک، ۱۹۹۶). با دست یافتن انسان‌ها به پیشرفت‌های چشمگیر در عرصه‌های صنعت چاپ، رسانه‌های برقی و مسلک روزنامه‌نگاری در قرن بیستم، شیوه‌های تهیه، تنظیم و ارایه‌ی خبر نیز شاهد تحولات ارزنده و پیشرفت‌های چشمگیری بوده است؛ به‌ویژه در اواخر قرن بیستم و اوایل قرن بیست و یکم و با همگانی شدن انترنیت و به‌میان آمدن رسانه‌های آنلایین و اجتماعی، زمینه‌های تهیه‌ی خبر و خبررسانی شاهد رشد سریع بوده و بسیاری از محدودیت‌های مکانی و زمانی برداشته شدند. هالین (۱۹۹۲) به این باور است که، شکل حرفه‌یی خبرنگاری در قرن بیستم در جوامع غربی شکل گرفت به‌دیگر نقاط جهان گسترش یافت. البته باید دانست که، قبل از شکل یافتن عرصه‌ی خبرنگاری به‌حیث یک مسلک و عرصه‌ی کاری، با به‌میان آمدن روزنامه‌های

چاپی در اوایل قرن هفدهم میلادی و رایج شدن رسانه‌های چاپی در جهان، نوشتن و نشر خبر نیز شامل برنامه‌های کاری اموربه‌دستان نشریه‌های چاپی و یک بخش مهم محتوای نشراتی مطبوعات بوده است. بدون شک، گسترش خبر و معلومات و علاقمندی مردم به کسب خبرهای تازه و شریک ساختن معلومات با یک‌دیگر در قسمت رشد و گسترش صنعت چاپ و طباعت نیز نقش مهم داشته اند (آیزنشتاین، ۱۹۷۹؛ اندرسون، ۱۹۸۳). گولدفرب (۲۰۰۶) معتقد است که، خبر و اطلاعات همواره از جمله نیازمندی‌های جدی جوامع انسانی محسوب گردیده و فعالیت در عرصه‌ی خبرنگاری نیز از کارهای مهم انسانی محسوب می‌شود.

البته، تدریس و آموزش خبر و خبرنگاری به‌مثابه‌ی مضامین و مفاهیم ارزشمند مرتبط به‌زندگی مدرن انسانی، برای نخستین بار به‌گونه‌ی منظم و اکادمیک در سال ۱۸۶۰ میلادی با راه‌اندازی برنامه آموزشی روزنامه‌نگاری در دانشگاه واشنگتن-لی در ایالت ویرجینیای امریکا و در سال ۱۸۹۹ با راه‌اندازی یک مرکز آموزش دهی خبرنگاری در شهر پاریس در فرانسه آغاز گردید و به تدریج در سراسر جهان گسترش یافت؛ اما، نخستین مرکز اساسی و معیاری برای آموزش خبرنگاری در سال ۱۹۰۸ در دانشگاه میزوری در امریکا ایجاد شد (مارگریت، ۲۰۰۰؛ انفلیس، ۲۰۰۲؛ ویرنر، ۲۰۰۰). برای همین، می‌توانیم قرن بیستم را قرن معیاری شدن خبر و تخصصی شدن عرصه‌ی خبرنگاری قلمداد کنیم. همچنان، خبرنگاری عبارت از تهیه، تنظیم و ارایه‌ی خبر به‌گونه‌ی منظم و

## خبر و خبرنگاری / ۲۱

مسئله‌ی و با استفاده از رسانه‌های همگانی و اجتماعی می‌باشد. به همین ترتیب، خبرنگار به کسی گفته می‌شود که ضمن فراگرفتن اساسات مسئله‌ی و مقررات کاری عرصه‌ی خبرنگاری، به‌گونه‌ی عملی، مسوولانه و مداوم در تهیه، تنظیم و نشر خبر نقش داشته باشد.

ساختار و نحوه‌ی تهیه و ارایه‌ی خبر در رسانه‌های متفاوت و مراکز آموزشی متفاوت، متفاوت بوده و ممکن است هر رسانه و هر نهاد آموزشی نورم‌ها و معیارهای مشخص خود را داشته باشد. اما، تمام رسانه‌ها و نهادها که برای انجام و آموزش کارهای مسئله‌ی خبرنگاری فعالیت دارند، به شناختن و رعایت عناصر اصلی خبر مکلف اند. یعنی، فاکت‌ها و عناصر مهم شکل دهنده‌ی خبر، منابع معتبر و مرجع معتبر تهیه کننده‌ی خبر در همه شیوه و سلیقه‌های تهیه و ارایه‌ی خبر در نظر گرفته می‌شوند. فَنگ (۱۹۹۱) نیز بر موجودیت تفاوت‌ها در نحوه‌ی تهیه و ارایه‌ی خبر در میان رسانه‌های متفاوت، به‌خصوص رسانه‌های دیداری و شنیداری، تأکید دارد. دانستن اجزای ساختاری و محتوایی خبر، خبرنگاران را در جهت تهیه و ارایه‌ی موفقانه خبر و انجام کارهای خبرنگاری به‌گونه‌ی مسئله‌ی و متمرکز، کمک خواهد کرد.

## عناصر مهم شکل دهنده‌ی ساختار خبر

عناصر و اجزای مهم ساختاری خبر از جمله اجزای اصلی و شکل دهنده‌ی خبر بوده که خبر را از نوشته‌های دیگر تفکیک نموده و به خبر ارزش و هویت می‌بخشند. عناصر مهم ساختاری شکل دهنده‌ی خبر عبارت‌اند از عنوان (Headline)، خط فرعی (By-line)، خط مکان (Palaceline)، افتتاحیه (Lead)، بدنه‌ی خبر (Body)، نقل قول (Quotation) و اختتامیه (Ending) (سیمینیت و رید، ۲۰۰۹). عناصر یاد شده به‌گونه‌ی منطقی و منظم کنار هم قرار گرفته و یک خبر کامل و معیاری را از لحاظ ساختار شکل می‌دهند. استفاده از عناصر یاد شده به‌گونه‌ی معیاری، ضمن ارزش بخشیدن به خبر، پختگی و مسلکی بودن خبرنگار را نیز به نمایش می‌گذارد، که در ذیل به شرح آنها می‌پردازیم:

**عنوان:** عنوان عبارت از مهمترین بخش خبر می‌باشد که به‌گونه‌ی خلاصه، ماهرانه و با مفهوم نوشته می‌شود که ضمن جلب نمودن توجهی بیننده‌ها، محتوای اصلی خبر را نیز به‌گونه‌ی خلاصه بیان نماید. هنگام نوشتن عنوان، خبرنگار یا ویراستار باید متوجه واژه‌های که در آن استفاده می‌شوند و هم‌چنان آن بخش‌های از معلومات و محتوای خبر که در عنوان جابه‌جا می‌شوند، باشند و با مفهوم‌ترین و معیاری‌ترین واژه‌ها را با مهم‌ترین بخش خبر شامل عنوان بسازند. یک عنوان خوب می‌تواند توجه‌ی خواننده را به خود جلب نماید

## خبر و خبرنگاری / ۲۳

تا تمام خبر و حتا نشریه را بخواند و یا هم با یک نگاه به عنوان، از موضوع که خبر پیرامون آن تهیه شده است، آگاهی حاصل نماید.

**خط فرعی:** خط فرعی که در پایین عنوان و قبل از خط مکان و افتتاحیه‌ی خبر نوشته می‌شود، حاوی نام نویسنده و تاریخ تهیه‌ی خبر می‌باشد که هویت خبر را شکل می‌دهد. ذکر نام نویسنده، نام مرجع و تاریخ به خبر اعتبار و هویت بخشیده و خبر را از نوشته‌های عادی و یادداشت‌های اشخاص غیر مسلکی جدا می‌سازد.

**خط مکان:** خط مکان هم می‌تواند فقط حاوی اسم مکان که خبر از آن جا تهیه و نشر می‌شود و هم حاوی اسم رسانه و مکان؛ خط مکان قبل از آغاز اولین سطر افتتاحیه ذکر گردیده و با علامه‌ی دش (-) از نخستین حرف سطر نخست افتتاحیه جدا شده و در همان یک سطر به تعقیب آن افتتاحیه نوشته می‌شود. البته، در بعضی از خبرها، به خصوص در سبک شرقی خبر نویسی معمولاً خط فرعی و خط مکان را یک جا می‌نویسند. هم‌چنان، خط فرعی برای خبرهای تهیه شده به واسطه‌ی خبرنگاران لازم است تا هویت خبر مشخص شود، وقتی خبر در رسانه‌های چاپی به نشر می‌رسند، حتمی نیست که هم خط فرعی و جود داشته باشد و هم خط مکان، بلکه می‌توان فقط خط مکان را با ذکر مرجع نشر کننده و مکان نشر که از سطر اول افتتاحیه با خط دش (-) فاصله داشته باشند، شامل خبر ساخت و بس. چون، مرجع نشر کننده در صورت معتبر بودن و دارای هویت ثابت و مشخص بودن، می‌تواند هویت خبرنگار را نیز تضمین کند.

**افتتاحیه:** افتتاحیه نخستین و مهم‌ترین جمله و حتی پاراگراف (در خبرهای طویل) در ساختار یک خبر می‌باشد که حاوی مهم‌ترین بخش معلومات شامل در خبر بوده و تلاش می‌شود تا به تمام پرسش‌های اساسی شکل دهنده‌ی خبر پاسخ دهد. افتتاحیه باید به‌گونه‌ی دقیق، خلاصه، با مفهوم و واضح نوشته شده و حاوی مهم‌ترین بخش‌های خبر باشد. افتتاحیه باید به‌گونه‌ی تهیه شود که خواننده یا شنونده اگر تنها افتتاحیه را بخواند و یا بشنود، از تمام اجزای مهم خبر آگاهی حاصل نماید.

**بدنه (متن):** بدنه یا متن خبر حاوی تکرار مجدد تمام عناصر و اجزای خبر به‌گونه‌ی مشرح و با بیان فاکت‌ها و منابع خبر می‌باشد. خبرنگار در بدنه‌ی خبر با استفاده از مهارت‌های خبرنگاری و مسلکی خود و بدون دخالت نظر شخصی اش، به شرح خبر می‌پردازد و با استفاده از فاکت‌ها و عناصر متعلق به خبر، خبر را واضح و قابل فهم می‌سازد. ممکن است بدنه‌ی یک خبر دارای یک تا چند پاراگراف باشد، از این رو باید پاراگراف‌های خبر با هم مرتبط باشند.

**نقل قول‌ها:** نقل قول یکی از مهم‌ترین بخش‌های خبر می‌باشد که باعث تقویه‌ی خبر گردیده و به خبر اعتبار می‌بخشد. البته، نقل قول‌ها باید به‌گونه‌ی معیاری استفاده شود و متعلق به افراد صاحب صلاحیت و یا هم شاهد‌های عینی باشند. در صورتی که خبرنگار نقل قول‌ها را با جملات خود می‌نویسد، نباید داخل قوس بگیرد و فقط باید منبع را ذکر کند؛ اما در صورت نقل قول مستقیم



## خبر و خبرنگاری / ۲۵

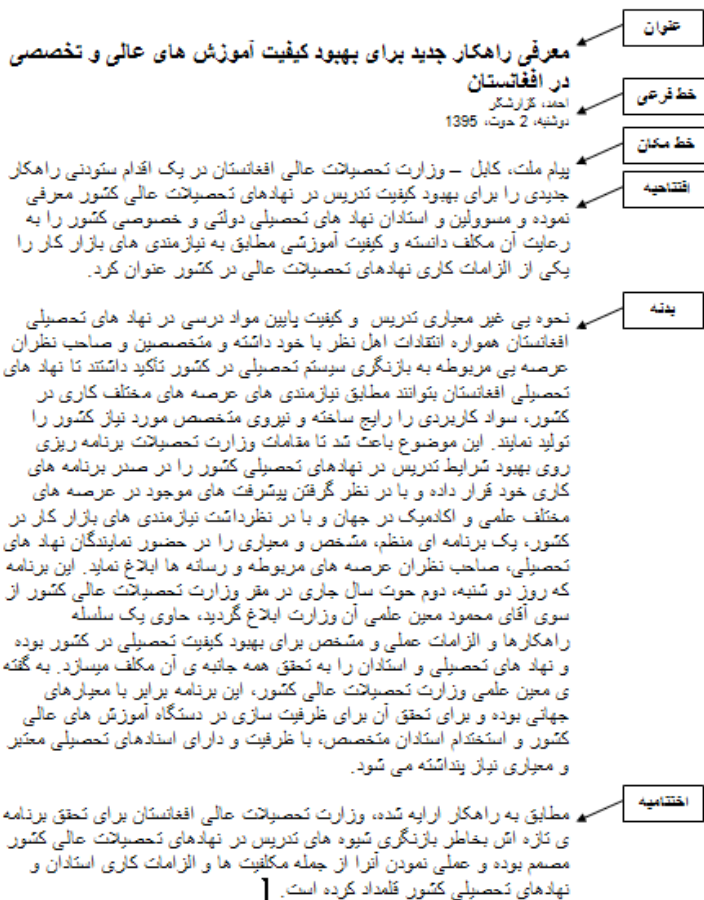
هم باید منبع را ذکر کند و هم سخنان وی را داخل قوس بگیرد.

**اختتامیه:** اختتامیه که آخرین جمله‌ی یک خبر می‌باشد، به نحوی نوشته می‌شود که خواننده یا شنونده متوجه شود که خبر تکمیل شده است، منتظر خواندن و یا هم شنیدن معلومات بیشتر متعلق به آن خبر نباشد. در افتتاحیه‌ها معمولاً عمده‌ترین بخش‌های خبر دوباره تذکر داده می‌شوند و نویسنده‌ی خبر مشخص می‌سازد که خبر تکمیل شده است. خبرنگار باید به‌گونه‌ی جدی متوجه باشد که در اختتامیه کدام معلومات جدید را که در افتتاحیه و متن بیان نشده است، ذکر نکند؛ چون دیگر فرصت برای بیان و تشریح آن در اختیار ندارد و نمی‌تواند خبر را به‌گونه‌ی موفقانه به پایان برساند.

باید متوجه بود که عناصر یاد شده به ترتیب که بیان شده اند، برای شیوه‌ی خبرنگاری هر م معکوس بیشتر مناسب اند و بهترین شیوه‌ی خبرنگاری نیز هر م معکوس است. یعنی، خبر با مهم‌ترین بخش‌های آن آغاز گردیده و مهم‌ترین و با اهمیت‌ترین اجزای خبر در عنوان، افتتاحیه و به ترتیب بر مبنای حد ارزشمندی در بدنه‌ی خبر ذکر شود. به اساس نتایج یک سلسله تحقیقات، ۶۹ درصد خبرها در ایالات متحده امریکا با استفاده از شیوه‌ی هر م معکوس تهیه می‌شوند (Readership.org). در نوشتن خبر، خبرنگار باید به شش پرسش اصلی خبر که به سه چ و سه ک (چه، چه وقت، چرا، که، کی و کجا) و یا هم به انگلیسی به پنج دبلیو (W) و یک H (یعنی، What, When, Why, Where, and How) مشهور

اند، پاسخ ارایه نموده و متعاقباً با دخیل ساختن نقل قول‌ها و معلومات اضافی، خبر را تقویه نماید.

هم‌چنان، از این‌که زبان بستر اصلی برای فعالیت خبرنگاری محسوب می‌شود، پس خبرنگاران باید مهارت‌ها و قواعد زبان مورد استفاده خود را فراگیرند تا بتوانند خوب بنویسند و معلومات دست‌داشته‌ی خویش را به‌صورت درست به مخاطبان ارایه دهند. البته، برای نوشتن خبر به رسانه‌های متفاوت از لحن و ساختار نوشتاری متفاوت استفاده می‌شود. به‌گونه‌ی مثال، در نوشتن خبر برای رسانه‌های صوتی و تصویری بیشتر بالای اجزای خبر و حد فشرده بودن آن تمرکز می‌شود، چون خبر به‌واسطه‌ی مجریان و نطق‌ها خوانده می‌شود. اما هنگام نوشتن خبر به رسانه‌های چاپی به ساختار زبانی خبر نیز توجهی جدی صورت می‌گیرد، چون خبر چاپ می‌شود و در اختیار مخاطبان قرار می‌گیرد. خبرنگارانی که برای رسانه‌های چاپی خبر می‌نویسند، باید قواعد زبان را مراعات نموده و تلاش نمایند تا خبر را از لحاظ ساختار زبانی آن درست و معیاری بنویسند؛ البته، در رسانه‌های چاپی ویراستاران بخش زبان نیز باید خبرها را از لحاظ ساختار زبانی ارزیابی نمایند. شکل ۱ در ذیل که حاوی یک خبر متوسط می‌باشد، اجزای ساختاری خبر را مشخص می‌سازد. البته، موضوع، کرکترها، مکان، نقل قول‌ها و تمام عناصر خبرساز شامل در این خبر فرضی اند، نه حقیقی.



شکل ۱: اجزای ساختاری یک خبر متوسط

## اجزای محتوایی شکل دهنده‌ی خبر

اجزای محتوایی و مفهومی شکل دهنده‌ی خبر شامل زبان خبرنگاری، محتوای خبر، فاکت‌ها، منابع خبر و نقش خبرنگار در خبر می‌باشد. اجزای محتوایی خبر بالای اذهان عامه تأثیرات جدی داشته و در شکل‌گیری افکار عامه در میان مردم نقش مهم دارند. البته، ساختار ظاهری خبر در حقیقت یک ظرف مشخص و منظم است به‌خاطر منتقل‌سازی محتوای خبر که همانا به‌واسطه‌ی اجزای محتوایی خبر شکل می‌گیرد. بنا بر این، خبرنگاران و رسانه‌ها باید به‌گونه‌ی جدی و دقیق متوجه‌ی محتوای خبر و اجزای محتوایی خبر باشند و خبر با محتوا، بی‌طرفانه و سازنده را به مردم ارائه دهند. شرح اجزای محتوایی خبر عبارت‌اند از:

**زبان خبر:** زبان خبرنگاری، به‌خصوص زبان که برای نوشتن خبر استفاده می‌شود، یک زبان ساده، معیاری و مشخص می‌باشد که نحوه‌ی استفاده از زبان خبر بالای حد معیاری بودن و حد تأثیرگذاری خبر نقش مهم دارد. زبان خبر باید واضح، کوتاه و مشخص باشد و از استفاده‌ی واژه‌ها و جملات اضافی، حدس و گمان، احتمالات و واژه‌های نامشخص و غیر قابل فهم جلوگیری شود. خبرنگار هنگام نوشتن خبر باید متوجه باشد که در خبر محتوا و معلومات تازه‌ی که در آن نهفته است مهم است و باید در حد ممکن تلاش کند تا معلومات و اطلاعات تازه را که در خبر نهفته است، به‌گونه‌ی واضح و مشخص به مخاطبان خود ارائه

## خبر و خبرنگاری / ۲۹

دهد؛ یعنی، از لحاظ محتوایی، زبان خبر باید یک زبان واضح، مشخص، فشرده، مسوولانه و ساده باشد.

**محتوای خبر:** همان گونه‌ای که خبر عنصر اصلی عرصه‌ی خبرنگاری می‌باشد، محتوای خبر نیز عنصر اصلی شکل دهنده‌ی خبر می‌باشد. یعنی، تمام ساختار و جملات و قواعد در خبر به‌خاطر منتقل نمودن محتوای خبر مورد استفاده قرار می‌گیرند و در نبود محتوای خبر نمی‌توانند یک خبر را به‌گونه‌ی واقعی شکل دهند. محتوای خبر عبارت از همان معلومات و اطلاعات تازه است که در واژه‌ها و جملات و بخش‌های مختلف خبر (عنوان، افتتاحیه و متن) نهفته اند و خبر را برای مخاطبان جدید و جالب می‌سازند. خبرنگاران باید به‌گونه‌ی مسلکی و صادقانه تلاش نمایند تا محتوای واقعی و دقیق را بدون کم و کاست و به‌گونه‌ی واضح و قابل فهم برای مخاطبان خود انتقال دهند.

**فاکت‌ها:** فاکت‌ها یا اجزای مهم شکل دهنده‌ی خبر از جمله عناصر مهمی اند که به پرسش‌های اساسی در خبر پاسخ‌ارایه نموده و با قرار گرفتن کنار هم یک خبر معیاری را شکل می‌دهند. خبرنگاران باید در پی جمع‌آوری و آرایه‌ی فاکت‌های لازم و مورد نیاز در خبر باشند و هنگام نوشتن خبر خود را در جایگاه مخاطب قرار داده و با جمع‌آوری و آرایه‌ی فاکت‌های مفید، دقیق و دست‌اول به پرسش‌های احتمالی مخاطبان خود پیش از پیش پاسخ دهند.

**منابع خبر:** منابع خبر که به خبر اعتبار و ارزش بخشیده و خبرهای واقعی و دقیق را از خبرهای جعلی و خودساخته جدا می‌سازند، هم از

لحاظ شکلی و هم از لحاظ محتوایی از جمله اجزای مهم خبر محسوب می‌شوند. خبرنگاران باید به خاطر ارایه‌ی خبرهای معیاری و قابل‌پذیرش برای مردم، از منابع معتبر و با ارزش استفاده نموده و از منابع به‌خاطر ازدیاد معلومات دقیق و تقویه‌ی جنبه‌های مسلکی خبر استفاده کند.

**نقش خبرنگار:** همانگونه‌ی که در هیچ نوشته‌یی نمی‌توان نقش نویسنده را نا دیده گرفت، در خبر نیز نمی‌توان نقش خبرنگار و نویسنده‌ی خبر را نا دیده گرفت. بدون شک، مانند هر نوشته‌ی دیگر، چاشنی اصلی خبر ذهنیت و سلیقه‌ی کاری خبرنگار است که به‌گونه‌ی نامریی ولی درک‌شدنی در خبر استفاده می‌شود. اگر خبرنگار بخواهد به‌گونه‌ی مسلکی و صادقانه کار کند و یک خبر دقیق و معیاری را ارایه دهد، باید از دخیل ساختن مفاهیم و مسایل سلیقه‌یی، تبعیض آمیز و جانب‌دارانه خودداری نموده و از ظرفیت‌ها و ظرافت‌های کاری خود به‌خاطر صیقل‌دهی ساختار خبر و تهیه‌ی یک خبر معیاری، دقیق و عام‌پذیر استفاده نماید. خبرنگاران باید تلاش نمایند تا با استفاده از مهارت‌های مسلکی و شخصی خویش، در شکل‌دهی افکار مثبت و سازنده در میان مردم نقش بازی نموده و با تهیه ارایه‌ی خبرهای دقیق، سازنده و معیاری در جهت تقویه‌ی جایگاه خبر و خبرنگاری در جوامع انسانی نقش بازی کنند. در هر حال، مهارت‌های مسلکی و شخصی خبرنگاران به‌خاطر انجام کارهای بهتر در عرصه‌ی خبرنگاری آن‌ها را کمک خواهند کرد و خبرنگاران همواره باید در پی کسب مهارت‌های لازم برای انجام کارهای بهتر و مسلکی باشند.

## گزارش خبری

گزارش خبری یکی از مهم‌ترین ژانرهای خبری می‌باشد که روزنامه‌نگاران حرفه‌ی به‌خاطر ارزیابی ابعاد مختلف وقایع و رویدادها و هم‌چنان به‌خاطر ارایه‌ی پرسش به پاسخ‌های احتمالی موجود در اذهان عامه، آن را تهیه، تنظیم و نشر می‌نمایند. خبرنگاران و گزارش‌گران به‌خاطر تهیه، تنظیم و نشر گزارش‌های خبری به‌گونه‌ی مسلکی، مفید و مسوولانه، باید پیرامون وقایع، رویدادها و حوادث که قرار است پیرامون آن‌ها گزارش تهیه کنند، معلومات کافی در اختیار داشته و ضمن ارزیابی همه‌جانبه‌ی مکان، ابعاد مختلف و عوامل وقوع رویدادها، دیدگاه‌های شاهدان عینی و مسوولین‌زی‌ربط را نیز با خود داشته باشند. هدف اصلی از تهیه‌ی گزارش خبری، ریشه‌یابی مسایل خبر ساز، جستجو نمودن عوامل وقوع رویدادها و هم‌چنان پاسخ‌دهی به پرسش‌های اساسی موجود در بین مردم می‌باشد. البته، گزارش‌های خبری باید پیرامون مسایل مهم و مرتبط به زندگی مردم تهیه شوند، نه مسایل عادی و غیر ضروری.

هنگام تهیه‌ی گزارش‌های خبری، خبرنگاران و گزارش‌گران باید به‌گونه‌ی دقیق خبرها یا مسایلی را که قرار است پیرامون آن‌ها گزارش تهیه شود، با دقت مورد ارزیابی قرار داده و گزارش‌های منتشر شده در رسانه‌های چاپی و برقی را زیر نظر داشته باشند که

کار تکرار را تهیه و نشر نمایند؛ البته، تهیه و نشر گزارش پیرامون یک موضوع توسط یک خبرنگار و یک رسانه نمی‌تواند مانع تهیه و نشر گزارش پیرامون همان موضوع از سوی خبرنگاران و رسانه‌های دیگر شود، ولی باید هر خبرنگار و هر رسانه مسایل و رویدادها را از زوایای مختلف مورد ارزیابی قرار داده و بر مبنای معلومات و فاکت‌های دست‌داشته‌ی خود گزارش تهیه کنند تا کارهایشان با هم یک‌سان نباشند.

در تهیه و نشر گزارش خبری، خبرنگاران باید تلاش نمایند تا با استفاده از شیوه‌ی هرم معکوس، مهم‌ترین معلومات و فاکت‌ها را در آغاز گزارش شامل بسازند و به مهم‌ترین پرسش‌های احتمالی موجود در نزد مخاطبان در قسمت اول گزارش پاسخ دهند و در بخش‌های بعدی گزارش با ارایه‌ی دلایل و بیان عوامل وقوع رویدادها بپردازند. همچنان، خبرنگاران و گزارش‌گران باید از تقسیم نمودن معلومات مهم به بخش‌های مختلف و یا هم‌گزارش‌های مختلف خودداری نموده و تمام معلومات و فاکت‌های را که در اختیار دارند، به‌گونه‌ی کامل، واضح و بی‌طرفانه به مخاطبان خود ارایه نمایند. گزارش‌گران باید تا حد ممکن از دخیل ساختن نظریات و باورهای خود در گزارش‌های خبری جلوگیری نمایند، ولی در صورت ضرورت می‌توانند بخاطر روشن شدن موضوع، نظریات مسلکی خود را نیز در گزارش دخیل بسازند.

خبرنگاران و گزارش‌گران بعد از ارایه‌ی معلومات و مسایل مهم در پاراگراف اول برای رسانه‌های چاپی و در دقایق نخست برای



## خبر و خبرنگاری / ۳۳

رسانه‌های برقی، در بخش‌های بعدی گزارش باید به ریشه‌یابی مسایل پرداخته و چگونگی و تأثیرات احتمالی رویدادها را مورد ارزیابی قرار دهند. خبرنگاران و گزارش‌گران همواره باید تلاش نمایند تا میان جملات و پاراگراف‌های شامل در گزارش و همچنان میان معلومات و فاکت‌های خبری، تحلیل‌های مسلکی خود و دیدگاه‌های مسوولین و شاهدان عینی روابط منطقی را حفظ نموده و هر کدام را در جای مناسب خودش بیان نمایند. گزارش باید با فاکت‌ها و معلومات متعلق به رویداد یا موضوع آغاز گردیده، با ارزیابی‌های مسلکی گزارش‌گر تداوم یافته و با نظریات شاهدان عینی و مسوولین تقویه شود. هم‌چنان، خبرنگاران و گزارش‌گران همواره باید از جایگاه شخص سوم بنویسند و حرف بزنند و نظریات خود را به‌گونه‌ی مستقیم و با ذکر شخص اول یا متکلم (خود گزارش‌گر) گزارش را تهیه نکنند.

هم‌چنان، خبرنگاران و گزارش‌گران باید محدوده و مساحت مکانی و مفهومی گزارش خود را به‌گونه‌ی محدود و قابل کنترل در نظر بگیرند تا چارچوب مکانی و مفهومی گزارش برایشان مشخص و قابل کنترل باشد. خبرنگاران و گزارش‌گران باید متوجه باشند که گزارش را روی مسایل منطقه‌یی تهیه می‌کنند، یا روی مسایل ملی و یا هم مسایل جهانی. در یک گزارش منطقه‌یی باید تلاش صورت گیرد که روی فکتورها و مسایل منطقه‌یی و عوامل که با رویداد به‌گونه‌ی مستقیم و یا هم غیر مستقیم رابطه داشته اند و دارند، بحث شود. استفاده از فکتورها و مسایل متعلق به بسترهای

بزرگ جغرافیایی و مفهومی فقط به خاطر تقویمه‌ی محتوای گزارش می‌توانند استفاده شوند، ولی بهتر است تا گزارش‌های خبری در یک محدوده‌ی مشخص و معین تهیه شوند تا برای خبرنگار و گزارش‌گر قابل کنترل بوده و برای مخاطبان قابل درک باشد. البته، در گزارشات که روی مسایل ملی و بین‌المللی تهیه می‌شوند، از فکتورها، اطلاعات و مسایل بیشتر و وسیع‌تر استفاده می‌شود تا گزارش ساختار وسیع و عام شمول را به خود بگیرد. هم‌چنان، گزارش‌های خبری باید عاری از جانب‌داری و پیش‌داوری‌های شخصی بوده و به‌گونه‌ی مسلکی، مسوولانه و معیاری تهیه شوند (زیگ‌زگ ایجوکیشن، ۲۰۰۴؛ ازور، ۲۰۰۴؛ ریچارد، ۱۹۹۷؛ سپینک، ۱۹۹۵).

## اعتبار سنجی خبر و آزمایش اعتبار و اطمینان اجزای خبری

اعتبار سنجی خبر (News Validation) و آزمایش اعتبار و اعتماد سنجی (Validity and Reliability Test) اجزا و عناصر خبری از جمله کارهای مهم و مکلفیت‌های جدی برای خبرنگاران مسلکی و کارکنان رسانه‌ها محسوب می‌شوند. خبرنگاران و کارکنان رسانه‌های همگانی هم به‌حیث تهیه و نشر کننده‌ی خبرها و هم به‌حیث شنونده‌ی خبرها و گزارش‌های خبری باید همواره با دقت و جدیت خبر و اجزا و عناصر خبر را مورد ارزیابی قرار دهند و ببینند که خبر و اجزای خبری دقیق و قابل اعتماد اند یا جعلی و بی اعتبار. چون، خبرنگاران و رسانه‌های که به‌گونه‌ی مسلکی و معیاری کار می‌کنند، مکلف اند تا خبرهای واقعی و با اعتبار را به مخاطبان خود ارائه نمایند و باید تمام خبرنگاران و رسانه‌ها تلاش کنند تا به‌گونه‌ی معیاری و مسلکی کار کنند. کار معیاری و مسلکی در عرصه‌ی خبرنگاری هم باعث بلند رفتن حد تأثیرگذاری کار خبرنگاری می‌شود و هم باعث جایگاه‌یابی خبرنگاران و رسانه‌ها در میان مردم. البته، اعتبار سنجی یکی از کارهای مهم محسوب می‌شود که به ساختار و محتوای نوشته‌های مسوولانه و معیاری ارزش بخشیده و باعث می‌شود تا محتوا و اجزای نوشته‌ها و مطالب به پرسش‌های موجود به‌گونه‌ی دقیق پاسخ ارائه نمایند (سلیوان، ۲۰۱۱؛ کیمبرلین و وینترستین، ۲۰۰۸).

وقتی خبرنگاران و رسانه‌ها یک خبر را به‌دست می‌آورند، باید با دقت آنرا ارزیابی نموده و در قبال واقعی بودن و حد اعتبار خبر خود را مطمئن بسازند. باید در قبال منابعی که خبر و عناصر خبر ساز را از آن‌ها به‌دست می‌آورند، پرس و پال کنند تا از قابل اعتماد بودن و معتبر بودن منابع مطمئن شوند. هر گاه از طریق تلفن، یا پیام‌های کتبی و یا هم پیامک‌های که از طریق رسانه‌های اجتماعی برایشان می‌رسند، خبر و یا هم مسایل و معلومات خبرساز را به‌دست می‌آورند، باید قبل از تهیه نمودن خبر منبع را مورد ارزیابی قرار داده و مطمئن شوند که خبر دقیق و قابل اعتبار است. هم‌چنان، خبرنگاران و رسانه‌ها نباید پیام‌ها و معلومات منابع و افراد را در قبال رویداد و مسایل خبرساز نادیده بگیرند و باید هر یادداشت و اطلاعات را جدی گرفته و به‌گونه‌ی مسلکی و معیاری مورد ارزیابی قرار دهند؛ چون، خبرنگاران و رسانه‌ها گاهی خبرهای خیلی مهم را از طریق مردم عادی و یا هم مخاطبان خود به‌دست می‌آورند، اما باید همیشه با دقت هر خبر و معلومات را مورد ارزیابی قرار دهند.

وقتی خبرنگاران و رسانه‌ها معلومات و اطلاعات خبرساز و جدید را از طریق کلیپ‌های صوتی و تصویری و یا هم تصاویر به‌دست می‌آورند، باید قبل از تهیه‌ی خبر و نشر آن پیرامون معلومات به‌دست آمده، کلیپ‌های صوتی و تصویری و تصاویر را به‌گونه‌ی جدی و تخنیکی بررسی نموده و از صحت بودن و دقیق بودن آن خود را مطمئن بسازند. چون، در عصر حاضر با استفاده از تکنالوژی و نرم افزارهای متعدد، امکان دست کاری صدا و تصویر

وجود دارد و ممکن است بر مبنای اغراض شخصی و یا هم به خاطر اهداف گمراه کننده، کسی یا کسانی در پی تولید و تکثیر معلومات نادرست و غیر واقعی باشند و بستر رسانه‌ها را برای انجام کارهای غیر قانونی و غیر اخلاقی خود مورد استفاده قرار دهند؛ از این رو، خبرنگاران و رسانه‌ها باید با استفاده از شیوه‌ها، وسایل و نرم افزارهای معیاری و تخصصی، همواره در پی تفکیک معلومات و اطلاعات واقعی و دقیق از اطلاعات دست کاری شده و غیر واقعی باشند. البته، باز هم تأکید می‌شود که باید خبرنگاران و رسانه‌ها به معلومات و اطلاعات که به دست می‌آورند، توجه نموده و بدون ارزیابی و بررسی آن‌ها را کنار نگذارند، هم‌چنان باید هرگز بدون ارزیابی و بررسی دقیق و مسلکی معلومات و اطلاعات در اختیار مردم قرار ندهند.

از سویی هم، خبرنگاران، کارکنان رسانه‌ها و مردم همواره باید توجه داشته باشند تا خبرهای واقعی و دقیق را از خبرهای غیر واقعی و دست کاری شده تفکیک نموده و فقط به خبرهای واقعی ارزش قایل شوند. خبرنگاران و مخاطبان خبر می‌توانند با توجه نمودن به لحن و نحوه‌ی نوشتن و ارایه‌ی خبر، ارزیابی منابع خبر و بررسی فاکت‌ها و عناصر مهم خبر ساز موجود در خبر، خبر واقعی و دقیق را از خبرهای نادرست و غیر واقعی تفکیک کنند. هم‌چنان، نحوه‌ی نوشتن خبر، حد دخالت نظریات و پیش داوری‌های نویسنده‌ی خبر و موجودیت جانبداری‌ها و حدس و گمان‌های موجود در خبر غیر دقیق بودن و غیر واقعی بودن آنرا

مشخص می‌سازند. خبرنگاران و گیرندگان خبر همواره باید با در نظر داشت مسایل یاد شده، خبر واقعی و دقیق را از خبر غیر واقعی و دروغین تفکیک نموده و در پی پخش و پذیرش خبرهای واقعی و دقیق باشند. از این که خبر و اطلاعات به مثابه‌ی فکتورهای مهم و دخیل در زندگی مدرن انسانی، بالای زندگی انسان‌ها، شکل‌گیری مفاهیم انسانی و برقراری ارتباطات و روابط ارزشمند در میان انسان‌ها نقش مهم دارند، خبرهای نادرست و غیر واقعی می‌توانند در گمراه‌سازی انسان‌ها و برهم زدن روابط انسانی در میان آن‌ها نقش داشته باشند.

## الزامات و معیارهای تهیه و نشر خبر در عرصه‌ی روزنامه نگاری حرفه‌یی

مانند هر بخش کاری و هر مسلک دیگر، خبرنگاری و تهیه و نشر خبر به‌گونه‌ی حرفه‌یی نیز یک سلسله الزامات و معیارهای خود را می‌طلبد که خبرنگاران و کارکنان عرصه‌ی خبرنگاری باید به آن‌ها توجه جدی داشته باشند. عمده‌ترین الزامات و معیارهای تهیه و نشر خبر به‌گونه‌ی مسلکی عبارت از آگاه بودن پیرامون عرصه‌ی کاری خبرنگاری، بلد بودن با قواعد و مقررات خبرنگاری، دانستن لویح و قواعد کاری در عرصه‌ی خبرنگاری، صادق بودن، متعهد بودن، دقیق بودن، مشخص بودن، تازه بودن خبر، مستند سازی، بی‌طرفی، با هویت بودن، همکار بودن و مسوولیت‌پذیر بودن که هر کدام در ذیل تشریح می‌شوند:

**آگاه بودن:** آگاه بودن و یا داشتن معلومات کافی و به‌گونه‌ی آگاهانه شامل کار شدن در تمام عرصه‌های کاری یک نیاز جدی پنداشته می‌شود؛ چون، کسانی که با داشتن آگاهی از ابعاد مختلف یک عرصه‌ی کاری وارد آن می‌شوند، بخوبی می‌توانند کارهای خود را انجام دهند و با چالش‌های احتمالی مقابله نمایند. برای همین، خبرنگاران باید با یک آگاهی کامل مسلک خبرنگاری را انتخاب نموده و با در نظر داشت اهمیت کار خود در عرصه‌ی خبررسانی، شامل کار شود. بدون شک، کار کردن در بخش خبرنگاری به‌گونه‌ی

حرفه‌ی به حد آگاهی بالا و منسجم از مزایا، مسوولیت‌ها و چالش‌های کار خبرنگاری نیاز دارد که خبرنگاران همواره باید در پی کسب آن باشد.

**بلد بودن با قواعد و مقررات خبرنگاری:** بلد بودن با قواعد و مقررات مسلکی و کاری در عرصه‌ی خبرنگاری یکی از الزامات مهم کاری برای خبرنگاران محسوب شده و از جمله فکتورهای مهمی می‌باشد که خبرنگار مسلکی را از خبرنگار آماتور و غیر مسلکی جدا می‌سازد. تمام کارکنان عرصه‌ی خبرنگاری، به‌خصوص خبرنگاران مسلکی، باید با قواعد و مقررات کار مسلکی در عرصه‌ی خبرنگاری آشنایی کامل داشته و در روشنایی مقررات مسلکی عرصه‌ی خبرنگاری خبرهای خود را تهیه و نشر نمایند. قواعد و مقررات خبرنگاری شامل دانستن شیوه‌های تهیه و نشر خبر، متعهد بودن به ارزش‌های خبرنگاری و پاسخ‌گو بودن در قبال کارهای خود می‌باشند.

**دانستن لوایح و مقررات کاری:** دانستن لوایح و مقررات کاری خبرنگاری یکی از الزامات و نیازهای جدی برای خبرنگاران محسوب می‌شود تا بتوانند به‌گونه‌ی موفقانه و مسلکی کارهای خود را انجام دهند. بلد بودن با قواعد، لوایح و مقررات موجود در سطح اداری مربوطه و در سطح کشور، باعث می‌شود تا خبرنگاران به‌گونه‌ی آگاهانه و مسوولانه کار نموده و کیفیت و حد ارزشمندی کار خود را افزایش بخشیده و چالش‌های احتمالی را کاهش دهد. خبرنگاران حرفه‌ی باید تمام لوایح و قواعد مربوط به کار و مسلک



## خبر و خبرنگاری / ۴۱

خود را به‌گونه‌ی مکرر مطالعه نموده و از قواعد و مقررات کاری در مسلک و عرصه‌ی کار خود آگاهی داشته باشند.

**صادق بودن:** صادق بودن یکی از عمده‌ترین مزایا و فکتورهای است که به کار خبرنگار ارزش بخشیده و باعث جایگاه‌یابی وی و رسانه‌ی مربوطه اش در میان مردم می‌شود. خبرنگاران باید کارهای خود را به‌گونه‌ی صادقانه انجام داده و هرگز در پی پنهان کاری حقایق و یا هم‌علاوه کردن معلومات نادرست در خبر نباشند. هم‌چنان، خبرنگاران باید یک خبر را فقط به یک مرجع تهیه نمایند و از تهیه‌ی خبر با لحن‌های متفاوت و نام‌های متفاوت به مراجع و رسانه‌های متفاوت جلوگیری نمایند.

**دقیق بودن:** دقیق بودن عمده‌ترین فکتور می‌باشد که یک خبر واقعی را از یک خبر غیر واقعی و نادرست جدا می‌سازد. خبرنگاران باید همواره تلاش نمایند تا خبرهای دقیق را به مخاطبان خود ارائه نموده و از تهیه و نشر خبرهای غیر دقیق و مبتنی بر شایعات و زمز مه‌های غیر دقیق خودداری کنند. خبرنگاران باید همواره تلاش نمایند تا خبرهای دقیق را از خبرهای غیر دقیق تفکیک نموده و فقط خبرهای دقیق را در اختیار مردم قرار دهند.

**مشخص بودن:** خبر باید بر مبنای معلومات و فاکت‌های مشخص و با استفاده از زبان مشخص تهیه و ارائه شود. عناصر مهم خبر، از جمله تاریخ، ارقام، مکان و غیره باید مشخص باشند و هم‌چنان از استفاده نمودن احتمالات و واژه‌ها و اصطلاحات نامشخص و

غیردقیق جلوگیری شود. نباید در خبر از اصطلاحات مانند چندین، یک تعداد، به گمان اغلب، ممکن و واژه‌ها و اصطلاحات مشابه که غیر دقیق اند، استفاده شود. در خبر باید از معلومات دقیق و مشخص و از واژه‌ها و اصطلاحات مشخص استفاده شود و خبر بر مبنای معلومات و فاکت‌های دقیق و مشخص تهیه شود، نه به اساس حدس و گمان‌ها و تخمین‌های غیر دقیق.

**تازه بودن:** خبرنگاران باید همواره در پی تهیه و نشر خبرهای تازه برای مردم باشند، مگر این که با ریشه‌یابی و تحلیل خبرهای گذشته، در پی روشن سازی ابعاد مختلف رویداد و همکاری با مردم برای دانستن دلایل و چگونگی وقوع حوادث و رویداد های خبرساز باشند. همچنان، گاهی ممکن است یک خبرنگار یک خبر را بشنود و فکر کند که خبر تازه است، در حالیکه ممکن است از آن خبر مدتی سپری شده باشد و خبرنگاران و رسانه‌های متفاوت آنرا در اختیار مردم قرار داده باشند؛ از این رو، خبرنگاران باید قبل از نشر هر خبر تلاش نمایند تا از تازه و به‌مورد و به‌موقع بودن خبر خود را مطمئن بسازند.

**مستند سازی:** مستندسازی خبر و تقویه‌ی عناصر، فاکت‌ها و معلومات شکل دهنده و تقویه‌کننده‌ی خبر از جمله کارهای مهم در بخش خبرنگاری حرفه‌ی محسوب می‌شود که خبرنگاران باید به آن توجه جدی داشته باشند. خبرنگاران باید با جمع‌آوری معلومات لازم و دخیل ساختن نظریات منابع معتبر، خبرهای خود را مستند سازی کنند تا بتوانند توجه‌ی مخاطبان را به خود جلب

## خبر و خبرنگاری / ۴۳

نموده و به حد ارزشمندی و تأثیرگذاری خبرهای خود بافزایند. باید متوجه بود که، گاهی ممکن است خبرنگار با یک خبر دقیق و واقعی مواجه شود و خودش بداند که خبر کاملاً دقیق و واقعی است، اما ممکن مخاطبان بدون مستندسازی و ارایه‌ی دلایل و معلومات لازم، آنرا نپذیرند؛ پس، لازم است تا خبرنگاران همواره موضوع مستندسازی خبر را یکی از کارها و مسایل مهم مسلکی در عرصه‌ی کار خبرنگاری خود قلمداد کنند.

**بی‌طرفی:** بی‌طرفی و خودداری کردن از هر نوع جانبداری و تبعیض یکی از الزامات جدی کار خبرنگاری محسوب می‌شود. خبرنگاران و رسانه‌ها باید به‌گونه‌ی بی‌طرفانه کار و فعالیت نموده و از هرگونه جانبداری و تبعیض مستقیم و غیر مستقیم، ساختاری یا مفهومی خودداری نمایند. بی‌طرفی در کار خبرنگاری باعث بیشتر شدن اعتبار خبر و اعتبار کار خبرنگار شده و هرگونه جانبداری و تبعیض باعث کاهش ارزش و حد تأثیرگذاری خبر می‌شود.

**با هویت بودن:** هویت خبرنگار و هویت خبر هر دو برای مخاطبان مهم اند و باید خبرنگاران با داشتن هویت مشخص خبرها را تهیه نموده و هر خبر را با هویت کامل آن در اختیار گیرندگان و مخاطبان قرار دهند تا از اعتبار و ارزش خبری برخوردار شود. هویت خبرنگار شامل اسم، نحوه‌ی کار، رسانه‌ی مربوطه و محل کار وی می‌شود و هویت خبر هم شامل تاریخ، مکان، اسم تهیه کننده و اسم مرجع مربوطه می‌شود که اجزای تکمیل کننده‌ی هویت خبر و خبرنگار مخاطبان را در جهت تفکیک کردن خبرهای

واقعی از خبرهای غیر واقعی کمک جدی می‌نماید.

**همکار بودن:** خبرنگاران حرفه‌ی همواره باید در نقش همکار مخاطبان خود قرار گرفته و خبر را به‌گونه‌ی تهیه نمایند که مردم بتوانند به‌خوبی و به‌سادگی آنرا بفهمند و در زندگی برایشان مفید واقع شود. خبرنگار نباید در پی گمراه کردن مردم و پنهان کاری حقایق و اطلاعات از مردم با تحریف خبر، با استفاده کردن از زبان غیر معیاری و غیر قابل فهم برای مردم و یا هم با تأخیر در زمان نشر خبر باشند. خبرنگاران حرفه‌ی به‌مثابه‌ی آگاهی دهندگان و روشن کنندگان اذهان عامه در جوامع انسانی، باید همواره همکار مردم و مخاطبان خود باشند، نه افزایش دهندگان مشکلات و گمراهی‌های آن‌ها.

**مسئولیت‌پذیری:** مسئولیت‌پذیری یکی از الزامات جدی و اساسی کار مسلکی در بخش کار خبرنگاری محسوب می‌شود. خبرنگاران و رسانه‌ها باید همواره به‌گونه‌ی مسوولانه کار نموده و آمادگی پذیرفتن مسئولیت‌های کار خود را در هر حالت بوده و آماده‌ی پاسخ‌گویی برای هر پرسش ممکن در عرصه‌ی کار خبرنگاری خویش باشند. پایبند به الزامات مسئولیت‌پذیری باعث می‌شود تا خبرنگاران و رسانه‌ها به‌گونه‌ی دقیق و معیاری کار نموده و از تهیه و نشر خبرهای غیر دقیق و غیر معیاری جلوگیری نمایند.

الزامات و فکتورهای یاد شده از جمله نیازهای جدی برای انجام کار خبرنگاری محسوب می‌شوند و خبرنگاران باید به‌گونه‌ی جدی،

## خبر و خبرنگاری / ۴۵

همه‌جانبه و همیشگی آن‌ها را در نظر داشته باشند. در نظر گرفتن الزامات و معیارهای یاد شده باعث بهبود کار خبرنگاری و افزایش حد ارزشمندی و حد تأثیرگذاری خبر می‌شود. روزنامه‌نگاران با رعایت نمودن الزامات و معیارهای یاد شده می‌توانند به‌گونه‌ی مسلکی و موفقانه در جهت تهیه، تنظیم و نشر خبر فعالیت نمایند.

## مهارت‌های لازم برای خبرنگاران مسلکی

مانند انجام کارهای مسلکی در هر بخش دیگر، خبرنگاری نیز به یک سلسله مهارت‌ها و ظرفیت‌های لازم برای انجام بهتر کارهای بهتر و مسلکی نیاز دارد. مهارت‌های کاری خبرنگاران را کمک می‌کنند تا به‌گونه‌ی معیاری و مفید کار نموده و در روشن‌سازی اذهان عامه نقش مهم داشته باشند. سروری (1395) الف) مهارت‌های روزنامه‌نگاری حرفه‌ی را به دو بخش، یعنی مهارت‌های مسلکی و مهارت فردی تقسیم نموده است، که در ذیل بیان می‌شوند.

### مهارت‌های مسلکی

شناخت مسلک و عرصه‌ی کار: نخستین معلومات مورد نیاز برای موفقیت در پروسه‌ی کار، شناختن عرصه‌ی کار و شناختن جایگاه خویش در بستر کاری است که به آن تعلق داریم. شامل شدن در یک عرصه‌ی کاری بدون داشتن معلومات دقیق پیرامون مزایا و چالش‌های احتمالی آن، باعث می‌شود تا انسان‌ها خود را در کار روزمره‌ی خویش راحت احساس نکرده و در زنده‌گی کاری خود زیاد موفق نباشند. مسلک روزنامه‌نگاری یکی از مسلک‌های مهم، پر ارزش و در عین حال پر چالش است. از این رو، کسانی که می‌خواهند شامل این عرصه‌ی کاری شوند، باید با آگاهی کامل به آن پیوسته و با دقت تمام در پی تعیین موقعیت مناسب برای خود باشند. شناخت

مسلك راه را برای پیشرفت و مفید بودن بیشتر هموار می‌سازد.

**کسب مهارت‌های مسلکی:** بعد از شناختن مسلک، کسب یک سلسله مهارت و معلومات مسلکی از جمله نیازهای جدی برای فعالیت‌های رسانه‌یی به‌گونه‌ی حرفه‌یی پنداشته می‌شوند. دانستن اساسات روزنامه‌نگاری، بلدیت با شیوه‌های خبرنگاری و تهیه‌ی گزارش‌های خبری، چگونگی تهیه‌ی تصاویر قابل استفاده در رسانه‌ها و کمک کننده برای درک خبر، تهیه‌ی برنامه‌های صوتی و تصویری و غیره از جمله نیازمندی‌های ابتدای برای شامل شدن در عرصه‌ی فعالیت‌های حرفه‌یی روزنامه‌نگاری اند که باید روزنامه‌نگاران برای فراگیری آن وقت بگذارند. آن‌ها می‌توانند با شمولیت در نهادهای تحصیلی و یا هم کورس‌های آموزشی کوتاه مدت، هم‌چو مهارت‌ها را فرا گرفته و به کارهای عملی و تجارب روزمره‌ی خویش، در پی تقویه‌ی مهارت‌های کسب شده باشند.

**فراگیری زبان:** زبان وسیله‌ی اصلی برای برقراری ارتباطات میان انسان‌ها و وسیله‌ی اصلی انتقال دهی پیام‌ها در عرصه‌ی فعالیت‌های روزنامه‌نگاری می‌باشد. از این رو، روزنامه‌نگاران و کارکنان مسلکی رسانه‌ها باید در پی فراگیری زبان و فکتورهای مهم زبانی بوده و به‌گونه‌ی معیاری توان خواندن، نوشتن و درک مفاهیم شامل در سخنان و پیام‌های دیگران را داشته باشند و به زبان ارزش قایل شوند.

**آگاهی از لوایح و مقررات کاری:** آگاهی از لوایح، مقررات و قوانین که برای تنظیم فعالیت‌های روزنامه‌نگاری تهیه و نافذ شده

اند، یکی از نیازمندی‌های جدی است که باید خبرنگاران و کارکنان رسانه‌ها از آن‌ها آگاهی داشته باشند. آگاه بودن از قوانین و لوایح موجود در سطح رسانه و یا هم در سطح مملکت، باعث می‌شود تا روزنامه‌نگاران به‌صورت درست و معیاری کار نموده و از لغزش‌ها و چالش‌های احتمالی دور باشند. در هر عرصه‌ی کاری، آگاهی از لوایح و قوانین مرتبط به نحوه‌ی فعالیت، یکی از نیازمندی‌های جدی برای اهل حرفه و مسلک خبرنگاری محسوب می‌شود.

**ارزش‌دهی به وقت:** وقت یک عنصر اساسی در زنده‌گی انسان محسوب می‌شود که نمی‌توان بر آن کنترل داشت مگر آن که با آن هم‌نوا و هم‌قدم شد. زمان توقف نمی‌کند، اما اگر انسان‌ها به زمان توجه نکنند از تحولات زمانی خارج می‌شوند. در مسلک روزنامه‌نگاری که سرعت و تازه‌گی خیلی اهمیت دارند، وقت عنصر اساسی پنداشته می‌شود. روزنامه‌نگاران و فعالان عرصه‌ی روزنامه‌نگاری باید به فکتور زمانی ارزش قایل شده و پیرامون تهیه و نشر برنامه‌های خویش وقت را در نظر داشته و کارهای خویش را بر مبنای یک زمان‌بندی منظم و معقول انجام دهند.

### مهارت‌های فردی

**تحلیل اوضاع و درک محیط:** روزنامه‌نگار حرفه‌یی قبل از هر کار باید محیط کاری خود و اوضاع حاکم در ما حول خویش را تحلیل و ارزیابی نموده و با یک ذهن روشن شامل فعالیت‌های روزنامه‌نگاری شود. به همین ترتیب، شناخت و درک محیط



## خبر و خبرنگاری / ۴۹

نیز یکی از مهارت‌های مهمی است که روزنامه‌نگاران را کمک می‌کند تا با در نظرداشتن نورم‌ها و ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی محیطی فعالیت‌های خود را تنظیم نموده و از بروز حساسیت‌های احتمالی جلوگیری کنند. درک محیط بستگی به مهارت‌های فردی روزنامه‌نگار دارد که باید با هوشیاری تمام محیط را ارزیابی نموده و نحوه‌ی کار خود را بر مبنای محیط کاری خویش تنظیم نماید. چون، محیط‌های متفاوت ویژگی‌های خاص خود را داشته و همین ویژگی‌های محیطی می‌توانند به نحوه‌ی فعالیت و حد موفقیت رسانه و روزنامه‌نگار تأثیر جدی داشته باشند.

**داشتن ذهن ایجادگر و ظرفیت برنامه‌ریزی:** یک روزنامه‌نگار حرفه‌یی و یک کارکن مسلکی رسانه‌های همگانی باید دارای ذهن ایجادگر بوده و توانایی برنامه‌ریزی و طراحی برنامه‌های مفید را داشته باشد. ذهن ایجادگر که یکی از ویژگی مهم کاری برای انسان‌های موفق پنداشته می‌شود، نتیجه‌ی تحلیل و ارزیابی محیط و ما حول به‌گونه مداوم، دنبال کردن حوادث و فکر کردن پیرامون وقایع روز و هم‌چنین تفکر منسجم و هدفمند می‌باشد. انسان‌ها می‌توانند بر مبنای مطالعه و تفکر هدفمند و حسابی، صاحب ذهن ایجادگر شوند. باید دانست که، انکشافات روز افزون در عرصه‌ی روزنامه‌نگاری و دیگر عرصه‌های کاری، همه نتایج تلاش‌های انسان‌های می‌باشند که از ذهن ایجادگر و ظرفیت برنامه‌ریزی برخوردار بودند و می‌باشند.

**پویایی و بودن با مخاطب:** پویایی یا متحرک بودن در هر عرصه‌ی زندگی یک فکتور مهم محسوب می‌شود. در مسلک

ژورنالیزم که همواره با تازه‌ها سر و کار دارد، پویایی یک مهارت و ویژگی مهم برای موفق بودن در کار روزنامه‌نگاری محسوب می‌شود. هم‌چنین، بودن با مخاطب و در نظر گرفتن دیدگاه‌ها و نیازمندی‌های مخاطبان و تهیه نمودن برنامه‌های لازم بر مبنای نیازمندی‌های مخاطبان، باعث موفقیت در کار و مؤثریت فعالیت روزنامه‌نگاری در میان مردم می‌شود.

**جدی گرفتن حوادث و وقایع مرتبط به زندگی انسان‌ها:** یک روزنامه‌نگار حرفه‌ی باید به‌گونه‌ی جدی و متفاوت از مردم عام به وقایع و حوادث روز توجه داشته و بر زمینه‌های وقوع و پیامدهای احتمالی هر حادثه فکر کند. گاهی، سازنده‌ترین معلومات و اندیشه‌ها از مباحث و مسایل خیلی ساده به‌میان می‌آیند. باید هر موضوع را یادداشت نمایند و در قبال آن فکر کنند.

**صداقت و امان‌تداری:** صداقت و امانتداری در تمام عرصه‌های زندگی، به‌خصوص عرصه‌ی روزنامه‌نگاری و اطلاع‌رسانی که با زندگی، ذهنیت و سرنوشت مردم رابطه دارد، از اهمیت خاصی برخوردار است. یک روزنامه‌نگار حرفه‌ی باید همواره صادق بوده و در عرصه‌ی خبر رسانی اصل امانت‌داری را در نظر بگیرد. خبرنگاران نباید علایق شخصی و یا هم‌فرمایشات بیرونی را به‌خاطر تغییر دادن محتوای خبر و یا هم‌شکل دهی محتویات برنامه‌های نشراتی خویش در نظر بگیرد. باید به‌گونه‌ی صادقانه کارهای حرفه‌ی خویش را پیش ببرند تا هم خود صاحب جایگاه ارزنده و آبرو باشند و هم برای جوامع انسانی مفید واقع شوند.

## خبر و خبرنگاری / ۵۱

داشتن ارتباطات فعال با دیگران و تشریک مساعی: فعالیت‌های رسانه‌یی و کار در عرصه‌ی روزنامه‌نگاری از جمله فعالیت‌ها و کارهای گروهی اند که به همکاری اعضای تیم نیاز دارند. از این رو، روزنامه‌نگاران و کارکنان رسانه‌های همگانی باید با همکاران خویش رابطه‌ی نیک و نزدیک داشته و همواره با هم همکار باشند. تشریک مساعی و شریک ساختن تجارب باعث بلند رفتن ظرفیت کاری روزنامه‌نگاران و رسانه‌های می‌شود. روزنامه‌نگاران حرفه‌یی باید در پی کسب مهارت‌های لازم برای برقراری ارتباطات سالم و تشریک مساعی با دیگران بوده و تجارب خود را با یک‌دیگر شریک سازند.

**ارزیابی و تداوم برنامه‌ها:** توانایی ارزیابی نتایج برنامه‌های منتشر شده و بررسی تأثیرات احتمالی آن بر اذهان عامه و هم‌چنین توانایی برنامه‌ریزی و قناعت دادن رسانه‌ها به خاطر تداوم برنامه‌های مورد نظر، یکی از مهارت‌های مهم برای روزنامه‌نگاران حرفه‌یی محسوب می‌شود. تداوم برنامه‌های تأثیرگذار، ضمن مفید بودن به مردم، در جهت جایگاه‌یابی روزنامه‌نگار و حد موفقیت وی نیز نقش جدی دارد (سروری، ۱۳۹۵ الف).

## فکتورهای محرک و متمرکز در عرصه‌ی فعالیت‌های خبرنگاری

فکتورهای که در زیر بیان می‌شوند، می‌توانند در جهت کارهای بهتر و مفید خبرنگاران را کمک نموده و آن‌ها را در زمره‌ی کارکنان فعال و مفید عرصه‌ی خبرنگاری قرار دهند. فکتورهای مهم که می‌توانند در عرصه‌ی کار خبرنگاری مفید واقع شوند، عبارت‌اند از:

**علاقمندی شخصی:** اولین فکتور مهم که باعث می‌شود تا انسان در عرصه‌ی کاری همیشه فعال بوده و برای مفید بودن تلاش کند، علاقمندی شخصی است. چون، در نبود علاقمندی شخصی نسبت به یک کار، مشکل است که انسان به‌گونه‌ی مداوم در آن فعال باشد. انسان‌ها باید مسلک و پیشه‌ی را انتخاب کنند که مورد علاقمندی شخصی‌شان باشد؛ البته، در مسلک روزنامه‌نگاری، علاقمندی شخصی یک محرک مهم محسوب می‌شود.

**ظرفیت و تعهد فردی و مسلکی:** داشتن ظرفیت کاری و داشتن تعهد برای انجام کار از جمله فکتورهای‌اند که همواره انسان‌ها را تشویق می‌کنند تا بیشتر فعال بوده و برای تحقق برنامه‌ها و آرزوهایشان تلاش کنند. برخوردار بودن از ظرفیت فردی و مسلکی و متعهد بودن برای خدمت در عرصه‌ی اطلاع‌رسانی باعث تشویق روزنامه‌نگاران حرفه‌ی برای حضور گرم و همیشه‌گی در کارهای خبررسانی و همچنین تلاش‌های پی‌گیر و متمرکزشان برای روشن‌سازی افکار عامه می‌شوند.

## خبر و خبرنگاری / ۵۳

مسئولیت پذیری: در تمام عرصه‌های کاری، واگذار شدن انجام یک بخش از کارها برای کسی یا کسانی یک مسئولیت مهم پنداشته می‌شود. انسان‌های که به مسئولیت‌های کاری خود ارزش قایل اند و به آینده‌ی کاری خود توجه دارند، همواره تلاش می‌کنند تا فعال و مفید باشند. برای همین، داشتن ذهنیت مسئولیت‌پذیری انسان‌ها را تشویق می‌کند تا به کارهای خود برسند و همواره فعال باشند.

سوژه‌یابی و سهیم‌بودن در پروسه‌ی اطلاع‌رسانی: یافتن سوژه (موضوع) تازه یکی از چالش‌های مهم کاری برای روزنامه‌نگاران محسوب می‌شود تا بر مبنای آن گزارش و برنامه‌های خود را تهیه نمایند. ژورنالیست‌های که از توانایی سوژه‌یابی برخوردار اند، هم در رسانه‌ی محل کار و هم در میان هم‌مسلمانان خود صاحب جایگاهی برجسته‌اند. توجه داشتن به یک سلسله‌ی موضوعات که در زیر‌ذکر می‌شوند، روزنامه‌نگار را کمک می‌کند تا از توانایی سوژه‌یابی و شریک شدن در عرصه‌ی اطلاع‌رسانی برخوردار شود.

### مهارت‌های لازم برای سوژه‌یابی

فکر کردن به‌گونه‌ی جدی و مداوم: فکر کردن به‌گونه‌ی هدفمندانه و مداوم پیرامون ما حول، زندگی انسان‌ها و مسایل مرتبط به زندگی انسان‌ها باعث می‌شود تا انسان‌ها صاحب ذهنیت ایجاد گر شده و متوجه‌ی فاکت‌ها و فکتورهای شوند که دیگران به آن‌ها توجهی نداشته‌اند؛ البته، پیدا کردن همین فاکت‌ها و فکتورهای تازه، راه را برای انتخاب نمودن سوژه‌ی کاری باز می‌کنند.

مشاهده، مرور و ارزیابی برنامه‌ها و مطالب نشر شده در رسانه‌ها: توجه داشتن به مطالب و محتویات نشراتی رسانه‌های چاپی و صوتی و تصویری به‌گونه‌ی هدفمندانه و مداوم روزنامه‌نگار را کمک می‌کند تا پیرامون اوضاع روز آگاهی کامل داشته و در روشنایی اوضاع جاری در ما حول خود، مسایل و موضوعات قابل بحث را پیدا نماید.

**همگام بودن با ذهنیت عامه:** روزنامه‌نگاران به‌مثابه‌ی روشنگران اذهان عامه، باید همواره با توده‌های مردمی تماس داشته و با اذهان عامه رابطه داشته باشند. همگام بودن با اذهان عامه، روزنامه‌نگار را کمک می‌کند تا خواست‌ها و ذهنیت‌های واقعی و جدی مردم را درک نموده و با ارزیابی دقیق و اولویت‌بندی، پیرامون آن‌ها کار کند و گزارش و برنامه تهیه نماید.

**رفتن به محلات متفاوت:** رفتن به محلات متفاوت و برقراری تماس مستقیم با مردمان صاحب ذهنیت‌ها و باورهای متفاوت باعث انکشاف ذهنی روزنامه‌نگار گردیده و گزینه‌های متعددی را برای کار کردن در اختیارش قرار می‌دهد. هم‌چنان، روزنامه‌نگاران باید همواره به محلات متفاوت سر زده و با مردمان متفاوت برای درک تفاوت‌ها و پیدا نمودن مباحث متفاوت تماس برقرار کنند.

**داشتن تماس‌ها با همکاران و نهادهای همکار:** یک روزنامه‌نگار حرفه‌یی همیشه باید با همکاران خود و نهادهای و افراد همکار متعلق به اداره‌های مختلف، مانند سخنگویان و

## خبر و خبرنگاری / ۵۵

دفاتر آگاهی عامه در تماس بوده و در پی تازه‌های خبری باشند. تماس‌های مداوم با همکاران و نهادهای همکار و همچنین داشتن روحیه‌ی همکاری با آن‌ها، باعث می‌شود تا روزنامه‌نگاران به مطالب و مسایل تازه دسترسی پیدا نموده و برای تهیه‌ی برنامه‌های کاری خویش موضوع و فاکت‌های کافی را در اختیار داشته باشند (سروری، 1395 الف؛ سروری، 1395 ب).

مهارت‌ها و فکتورهای که در چند بخش ذکر شدند، از جمله نیاز مندی‌های اندک که باید روزنامه‌نگاران حرفه‌پی به آن‌ها توجه داشته و در پی کسب و یا هم برجسته‌سازی آن‌ها باشند. مهارت‌ها و فکتورهای یاد شده روزنامه‌نگاران را کمک می‌کنند تا همواره فعال بوده و به‌گونه‌ی موفقانه و مثمر در عرصه‌ی کاری روزنامه‌نگاری حضور داشته باشند.

در پهلوی این همه، مهارت‌های نرم افزاری (Soft skills) نیز روزنامه‌نگاران حرفه‌پی را کمک می‌کنند تا در هر شرایط بتوانند به مطالب و موضوعات تازه و مفید دسترسی داشته و در جهت اطلاع‌رسانی به دیگران، نقش فعال داشته باشند. مهارت‌های نرم افزاری عبارت از مجموعه‌ی از ظرفیت‌ها و مهارت‌های فردی و درون فردی، ویژگی‌های شخصیتی، حد هوشیاری و مهارت‌های تحلیل اوضاع و درک مفاهیم می‌باشند که در زندگی پرچالش امروزی از نیازهای جدی محسوب می‌شوند. مهارت‌های نرم افزاری ژورنالستان را کمک می‌کنند تا به‌گونه‌ی ماهرانه از هر مانع ممکن عبور نموده و معلومات، مفاهیم و پیام‌های متنوع، ارزشمند

و سازنده را جمع آوری نموده و به مردم برسانند.

یک روزنامه‌نگار حرفه‌ی همواره باید در پی تقویه‌ی یک سلسله مهارت‌های خاص و منحصر به فرد باشد که در شرایط غیر عادی بتواند وی را کمک نمایند و زمینه‌های موفقیت و انجام کارهای ارزنده را برایش مهیا سازند. این مهارت‌ها که مهارت‌های نرم افزاری گفته می‌شوند، با تفکر، هوشیاری، حساس بودن نسبت به ما حول و جدی گرفتن زندگی خود و دیگران دست یافتنی اند. البته، مهارت‌های نرم افزاری یک فرد ممکن است با فرد دیگر تفاوت داشته باشند، چون شکل‌گیری مهارت‌های نرم افزاری به طرز نگرش، نحوه‌ی فکر کردن، تجارب شخصی از کار و زندگی و ویژه‌گی‌های شخصیتی افراد متعلق اند.

در پهلوی داشتن مهارت‌های مسلکی و مهارت‌های فردی به‌مثابه‌ی نیازهای جدی و فکتورهای تأثیر گذار بر پروسه‌ی کار روزنامه‌نگاری، اخلاق روزنامه‌نگاری و رعایت نورم‌های اخلاقی نیز از جمله نیازمندی‌های عرصه‌ی کاری روزنامه‌نگاری حرفه‌ی محسوب می‌شوند. یک روزنامه‌نگار حرفه‌ی که با افکار عامه، وقایع روز و زندگی مردم رابطه‌ی مستقیم دارد، باید مفاهیم و ارزش‌های اخلاقی متعلق به جوامع مختلف و عرصه‌ی کاری خود را بداند و رعایت کند. رعایت نورم‌های اخلاقی باعث می‌شود تا روزنامه‌نگار حرفه‌ی از جایگاه و اعتبار خوب برخوردار شده و در پروسه‌ی اطلاع‌رسانی و در جهت روشن‌سازی افکار عامه، موفقانه عمل نماید (سروری، 1395 الف).



## اخلاق حرفه‌یی خبرنگاری

بحث اخلاق و رعایت نورم‌های اخلاقی متعلق به عرصه‌ی کاری و مرتبط به باورها و ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی ساحه‌ی کار، یکی از مباحث مهم در تمام عرصه‌های کاری محسوب می‌شود که با زندگی مردم رابطه دارند. خبرنگاری بیشتر از هر عرصه‌ی دیگر با زندگی مردم رابطه داشته و تأثیرات جدی خود را بالای اذهان و طرز دید و طرز زندگی مردم می‌گذارد. از این رو رعایت اخلاق حرفه‌یی و رعایت نورم‌های پذیرفته شده‌ی اخلاقی در میان مردم، از جمله نیازمندی‌های اساسی برای انجام موفقانه‌ی کار اطلاع‌رسانی و آگاهی دهی محسوب می‌شود.

روزنامه‌نگاران حرفه‌یی باید به عرصه‌ی کاری و جایگاه کاری خود ارزش جدی قایل شده و برای مفید و مثمر بودن تلاش نمایند. باید به صلابت کاری عرصه‌ی روزنامه‌نگاری، ارزشمندی فعالیت‌های روزمره‌ی خویش و عزت نفس خود توجه داشته و از هر نوع معامله‌گری پیرامون این مسایل خود داری نمایند. روزنامه‌نگاران باید به ارزش‌های دینی، فرهنگی و اجتماعی دیگران احترام قایل شده و از حرکات حساسیت برانگیز اجتناب ورزند، مگر این که برنامه‌های را برای اصلاح جامعه و تربیه‌ی مردم در نظر داشته باشند.

هم‌چنان، باید دانست که ارزش‌های اخلاقی، اجتماعی و فرهنگی از یک محیط و یک جامعه نسبت به محیط و جامعه‌ی دیگر فرق

می‌کنند و باید در پی درک تفاوت‌ها و رعایت نورم‌های اخلاقی بر مبنای محیط کار و محدوده‌ی فعالیت خویش بود. باید به تفاوت‌ها ارزش قایل شد و دانست که ارزش‌ها، نورم‌ها و باورهای متفاوت هیچ‌کدام بهتر از یک‌دیگر و یا هم‌بد نیستند و همه متعلق به جوامع متفاوت انسانی‌اند و دارای ویژگی و ارزشمندی‌های خاص خود. نباید علایق شخصی روزنامه‌نگار باعث شود تا بر مفاهیم متفاوت اخلاقی و اجتماعی با دید تعصب آمیز نگاه کند، در این صورت از حد ارزشمندی کاری شان کاسته می‌شود. بلکه، باید با درک تفاوت‌ها و ارزش قایل شدن به تفاوت‌های انسانی، در مباحث و مطالب خود به قضاوت پردازند و بی‌طرفی خود را حفظ کند.

روزنامه‌نگاران باید به حریم خصوصی دیگران احترام جدی قایل شده و از تعرض به زندگی و ارزش‌های متعلق زندگی دیگران خودداری کنند. هم‌چنان، باید استقلال کاری خویش را حفظ نموده و از دخیل ساختن نظریات و علایق شخصی، فرمایشات مبتنی بر تطمیع و تزویر و معلومات نا درست در مطالب خبری و پروسه‌ی اطلاع رسانی جداً جلوگیری کنند. باید تلاش نمایند تا معلومات و اطلاعات را به‌گونه‌ی کامل، واضح و پاک به مخاطبان خویش انتقال دهند. روزنامه‌نگاران باید به تعهد مسلکی و کاری خویش ارزش قایل شده و برای تهیه‌ی مطالب مفید و برای سهم شدن در عرصه‌ی اطلاع رسانی، وقت بگذارند و تلاش کنند. روزنامه‌نگاران باید نتایج کارهای خویش به نام خود منتشر نمایند و از سهم هر شخص و هر نهاد پیرامون تهیه‌ی برنامه‌ها و گزارشات

## خبر و خبرنگاری / ۵۹

خویش یاد آوری نموده و قدردانی کنند. هم‌چنان، باید از سرقت ادبی و نشر مطالب دیگران به نام خود و یا هم بدون نام به‌گونه‌ی جدی خودداری نمایند.

روزنامه‌نگاران وقتی متعلق به یک رسانه و عرصه‌ی کاری مشخص اند، باید برنامه‌های خویش را از همان طریق نشر نمایند و مطالب و برنامه‌های را که در مقابل دستمزد مشخص به یک رسانه تهیه می‌نمایند، نباید از طریق رسانه‌ی دیگر منتشر کنند مگر به موافقه‌ی رسانه‌ی تمویل کننده. هم‌چنان، روزنامه‌نگاران حرفه‌ی کارهای را که به رسانه‌های همگانی در مقابل حق الزحمه انجام می‌دهند، قبل از منتشر شدن از طریق رسانه‌ی مربوطه، نباید به‌صورت کامل و یا هم بخشی از آنرا از طریق رسانه‌های اجتماعی و صفحات شخصی متعلق به خود منتشر کنند، مگر این‌که بر مبنای موافقه‌ی رسانه‌ی مربوطه و بخاطر جلب توجه‌ی مخاطبان، این کار انجام شود.

روزنامه‌نگاران حرفه‌ی باید کارهای خود را به‌گونه‌ی مسوولانه انجام داده و در قبال مطالب و برنامه‌های خویش پاسخگو باشند. هم‌چنان، باید مطالب و مباحث خویش را به‌گونه‌ی مستند و با داشتن منابع معتبر و قابل دسترسی تهیه نمایند. در نهایت، روزنامه‌نگاران حرفه‌ی باید بخاطر اطلاع‌رسانی، روشن‌سازی اذهان عامه و بهبود زندگی فردی و اجتماعی مردم فعالیت داشته باشند، نه بخاطر پخش معلومات نادرست، مغشوش‌سازی اذهان عامه و بر هم زدن زندگی فردی و اجتماعی مخاطبان خویش. باید مثبت

فکر کنند، کارهای مفید انجام دهند و مثبت و مفید واقع شوند (سروری، 1395 الف).

همچنان، انجمن روزنامه نگاران حرفه‌یی (Society of Professional Journalists) که یک نهاد بین‌المللی است و در جهت رشد فعالیت روزنامه نگاری و حمایت از روزنامه نگاران فعالیت دارد، اخلاق کلی روزنامه‌نگاری حرفه‌یی را زیر کد اخلاق (Code of Ethics-SPJ, 2014) در چهار بخش عمده ارایه داشته است. ماده‌های چهارگانه‌ی این کد اخلاقی حرفه‌یی که در سال ۲۰۱۴ تهیه گردیده و ارایه شده است، عبارت‌اند از:

### جستجو و گزارش حقایق

این کد اخلاقی از ژورنالیستان مسلکی می‌خواهد تا همواره به دنبال حقایق باشند و همین‌که به حقیقتی دست یافتند، بدون کم و کاست آنرا انعکاس دهند. اجزای مهم بند اول کد اخلاقی برای روزنامه نگاری حرفه‌یی عبارت‌اند از:

- گرفتن مسوولیت برای دقیق بودن کار، بررسی اطلاعات و محتوای کاری قبل از نشر آن و استفاده از منابع اصلی در هر زمان و تحت هر شرایط.

- ترجیح دادن دقت بر سرعت و شکل کاری، جلوگیری از ارایه‌ی اطلاعات به‌گونه‌ی نادرست و توجه داشتن به ارایه‌ی اطلاعات به‌گونه‌ی ساده.

## خبر و خبرنگاری / ۶۱

- جمع آوری، جدید سازی و تصحیح اطلاعات بر مبنای زمنیه‌ها و جریان وقوع یک موضوع خبری.

- محتاط بودن در جهت وعده سپردن برای انجام یک کار و جدی گرفتن وعده‌ی سپرده شده به واسطه‌ی خود و دیگران.

- تلاش نمودن برای دریافت منابع معتبر، ارزیابی منابع به صورت دقیق و شریک ساختن منابع با مخاطبان.

- ارایه‌ی شجاعانه‌ی اطلاعات، خودداری از کلیشه سازی، خودداری از انحراف مسیر اطلاع رسانی و تلاش کردن برای برجسته ساختن بخش‌های متفاوت شامل اطلاعات و برنامه‌های نشراتی.

### کاهش آسیب‌های احتمالی

این بند شامل در کد اخلاقی روزنامه نگاری حرفه‌ی تأکید بر کاهش آسیب احتمالی به روزنامه نگار، منابع مرتبط به خبر و برنامه‌های قابل نشر و هم‌چنان به مخاطبان دارد. گاهی ممکن است نشر اخبار و اطلاعات تازه و جدی یک سلسله آسیب‌های را برای مراجع شریک کننده و یا هم روزنامه نگاران و رسانه‌های که نشر می‌کنند، در پی داشته باشند. برای همین، باید تلاش صورت گیرد تا آسیب‌های احتمالی به حد اقل آن برسند. برای انجام این کار، چند نکته تذکر رفته اند که در ذیل نگاشته می‌شوند:

- در نظر گرفتن نیازمندی‌های مخاطبان برای اطلاعات و حفظ تعادل در اطلاع رسانی با در نظر داشت آسیب‌های احتمالی؛ باید متوجه

- بود که تهیه و نشر اخبار نباید وسیله‌ی غرور بی مورد تلقی شود.
- ابراز همدردی با کسانی که ممکن با منتشر شدن خبر و برنامه‌ی تهیه شده به نحوی متأثر شوند؛ هم‌چنان، در نظر گرفتن حساسیت‌های ممکن هنگام برخورد با نوجوانان و افراد بی تجربه، هنگام تهیه و نشر خبر در قبال قربانیان خشونت‌های جنسی و هم‌چنین هنگام پرداختن به تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی.
  - تلاش برای دست یافتن به اطلاعات و معلومات از راه‌های قانونی و معقول و بررسی مطالب و معلومات و اجتناب از کنجکاوی بی‌مورد.
  - در نظر گرفتن حق افراد مظنون و تفاوت قایل شدن میان مظنونین و مجرمین در هنگام تهیه و نشر خبر.
  - در نظر گرفتن عواقب و نتایج بلند مدت اطلاعات و گزارشات قابل نشر، که در یک مدت طولانی چه نتایجی را بر زندگی مردم به جا می‌گذارند.

### استقلالیت کاری

استقلالیت و مستقل عمل کردن در حرفه‌ی روزنامه نگاری از اهمیت خاصی برخوردار است. روزنامه نگاران حرفه‌ی همواره باید تلاش نمایند تا به‌گونه‌ی مستقل فعالیت نموده و اطلاعات و گزارشات را به‌گونه‌ی مستقلانه و عادلانه به دسترس مخاطبان خویش قرار دهند. برای استقلال عمل روزنامه نگاران، چند موضوع در نظر گرفته شده اند که در زیر تذکر داده می‌شوند:

## خبر و خبرنگاری / ۶۳

- اجتناب ورزیدن از فراهم کردن زمینه‌های تقابل منافع واقعی و یا هم قابل درک و مبادرت ورزیدن به افشاسازی مناقشه‌های اجتناب ناپذیر.

- رد و نپذیرفتن هدیه، تحفه، مهمانی‌ها، رد نمودن پیشنهادهای برای سفرهای رایگان و تشویق‌ها تحت یک سلسله شرایط خاص و اجتناب ورزیدن از آمیزش کارهای حرفه‌یی با مباحث و مسایل جانبدارانه‌ی سیاسی.

- جلوگیری از پرداخت پول برای دستیابی به اطلاعات و ارزیابی دقیق منابع معلومات که از مجراهای مختلف داخلی و خارجی به دست می‌آیند.

- اجتناب ورزیدن از رفتار خاص با افراد و حلقات دارای برنامه‌های تبلیغاتی، اهدا کنندگان هدایا و مقاومت کردن در برابر فشارهای ممکن برای نفوذ داشتن در نحوه‌ی اطلاع رسانی.

- تفکیک اخبار و گزارش‌های خبری از مسایل تبلیغاتی و غیر دقیق.

### پاسخگو بودن

پاسخگو بودن در قبال خبرها و مطالب تهیه شده و نشر شده از سوی روزنامه‌نگاران یکی از مکلفیت‌های مهم در عرصه‌ی کار روزنامه نگاری حرفه‌ی می‌باشد. مکلفیت پاسخگویی باعث می‌شود تا روزنامه‌نگاران با احتیاط رفتار نموده و مسوولانه کار نمایند. همچنین، شفاف بودن در کار باعث کسب اعتماد بیشتر در میان مخاطبان می‌شود. اجزا و شرایط مرتبط به این بند کود اخلاقی روزنامه نگاری عملی در زیر بیان می‌شوند:

- توضیح دهی گزینه‌های اخلاقی و فرایند کاری بر مبنای نورم‌های اخلاقی پذیرفته شده به مخاطبان و راه اندازی گفتگوهای مدنی با مردم در قبال فعالیت‌های روزنامه نگاری و نحوه‌ی پوشش و محتوای خبری.

- ارایه پاسخ‌های سریع، به موقع و به مورد به پرسش‌های احتمالی پیرامون دقت، وضاحت و عدالت در نحوه‌ی فعالیت‌های روزنامه نگاری.

- اذعان و پذیرفتن اشتباهات احتمالی و اصلاح سریع و به موقع آن‌ها و توضیح اشتباهات و نحوه و دلایل وقوع آن‌ها.

- افشای حرکات و فعالیت روزنامه نگاری غیر اخلاقی در عرصه‌ی کاری و محیط کاری خود.

- پیروی از نورم‌ها و لوایح که در بستر فعالیت‌های حرفه‌ی روزنامه نگاری که از دیگران توقع دارید تا رعایت کنند.

فکتورها و نورم‌های اخلاقی و مسلکی یاد شده روزنامه نگاران حرفه‌ی را کمک می‌کند تا به‌گونه‌ی درست از مکلفیت‌های کاری خود آگاهی داشته و در کارهای مسلکی خویش بیشتر موفق و مؤثر باشند. البته، کسانی که در بستر رسانه‌های اجتماعی فعالیت دارند و شامل کتگوری روزنامه نگاری شهروندی می‌شوند و به کارهای خویش و جایگاه کاری خویش ارزش جدی قایل اند، باید اکثر موارد فوق را در نظر داشته و تلاش کنند تا به‌گونه‌ی حرفه‌ی و مسوولانه عمل نمایند.



## خبر و خبرنگاری / ۶۵

چون، عده‌ی زیادی از فعالین عرصه‌ی روزنامه‌نگاری شهروندی و رسانه‌های اجتماعی نیز به موضوع اطلاع‌رسانی و تأثیرگذاری بر افکار عامه توجهی جدی دارند و پیام‌ها و مطالب روزمره‌شان بالای ذهنیت‌سازی فردی و اجتماعی تأثیرات قابل ملاحظه‌ی می‌توانند داشته باشند. از این رو، باید به‌گونه‌ی دقیق، حرفه‌ی و مسوولانه عمل نمایند. اما نمی‌توان این توقع را از تمام فعالان عرصه‌ی روزنامه‌نگاری شهروندی داشت، در حالی‌که تمام کارکنان روزنامه‌نگاری حرفه‌ی مکلف به دانستن و رعایت مسایل مسلکی و اخلاقی یاد شده‌اند (سروری، 1395 الف؛ سروری، 1395 ب).

## شیوه‌ها و مراجع تهیه و نشر خبر

به صورت کل، خبرنگاران در چارچوب سه بخش کاری خبرنگاری و سه نوع متفاوت نحوه‌ی تهیه، تنظیم و ارایه‌ی خبر کار نموده و بر مبنای قواعد و مقررات آن‌ها خبر می‌نویسند، که عبارت‌اند از رسانه‌های چاپی، رسانه‌های برقی و رسانه‌های آنلاین یا اینترنتی. رسانه‌های متفاوت با در نظر داشت شیوه‌های ارایه‌دهی متفاوت و فرصت‌ها و زمینه‌های متفاوت کاری، در قسمت تهیه و نشر برنامه و خبر ممکن شیوه‌های کاری و مقررات متفاوت خود را داشته باشند. فنگ (1991) نیز معتقد است که رسانه‌های متفاوت، به خصوص رسانه‌های صوتی (رادیوها) و رسانه‌های تصویری (تلویزیون‌ها) که از هم تفاوت‌های کاری دارند، در بخش تهیه و نشر خبر شیوه‌های متفاوت را دنبال می‌کنند. از این‌که، رسانه‌های صوتی و تصویری خبر را خودشان به مخاطبان می‌خوانند و نسبتاً وقت کمتر را در اختیار دارند، ولی رسانه‌های چاپی خبر را به‌گونه‌ی کتبی و چاپ شده به مخاطبان خود انتقال می‌دهند، نحوه‌ی کار ایجاب می‌کند که یک سلسله تفاوت‌ها در شیوه‌ی تهیه، تنظیم و نشر خبرها میان دو نوع رسانه‌ی یاد شده وجود داشته باشند. اما، تمام رسانه‌ها و خبرنگاران موظف در رسانه‌های متفاوت همه به‌گونه‌ی یکسان مکلف‌اند تا قواعد و مقررات مسلکی عرصه‌ی خبرنگاری را در جریان تهیه و ارایه‌ی خبر در نظر گرفته و خبر را به‌گونه‌ی دقیق،

کامل، واضح و بی طرفانه به مخاطبان خود ارایه دهند. کتگوری‌های عمده‌ی رسانه‌یی در قبال تهیه و ارایه‌ی خبر عبارت‌اند از: **رسانه‌های چاپی**: رسانه‌های چاپی به‌خاطر این‌که سابقه‌دارترین رسانه‌ها در عرصه‌ی روزنامه‌نگاری محسوب می‌شوند و قبل از رسانه‌های برقی و انترنیتی به‌میان آمده‌اند، در جایگاه‌یابی خبر در میان جوامع انسانی و رشد عرصه‌ی خبرنگاری نقش مهمی را بازی کرده‌اند و می‌کنند. در بخش خبر، رسانه‌های چاپی از جمله جدی‌ترین و تخصصی‌ترین رسانه‌های‌اند که از روزنامه‌نگاران می‌خواهند تا خبرها و نوشته‌های خود را به‌گونه‌ی معیاری و مسلکی و با استفاده از زبان معیاری روزنامه‌نگاری تهیه نمایند. از این‌که رسانه‌های چاپی خبر را به‌گونه‌ی مستقیم و چاپ شده به مخاطبان خود انتقال می‌دهند، در قسمت تهیه و ارایه‌ی خبر از جدیت بیشتر کار گرفته و از زبان معیاری تر استفاده می‌کنند.

البته، در رسانه‌های چاپی نیز میان روزنامه‌ها که هر روز نشر می‌شوند و وقت کم‌تر در اختیار دارند با هفته‌نامه‌ها و مجله‌ها که وقت نسبتاً بیشتری را برای تهیه‌ی مطالب و ارزیابی ابعاد مختلف خبرها دارند، تا حدی شیوه و طرز ارایه‌ی خبرها متفاوت‌اند. چون، روزنامه‌ها از این‌که به‌گونه‌ی سریع چاپ می‌شوند، به مسایل چون تازگی و معتبر بودن خبر توجه بیشتر دارند و زیاد در پی ریشه‌یابی خبر و تهیه‌ی خبرهای تفصیلی نمی‌شوند، مگر این‌که اراده داشته باشند تا یک خبر را مورد ارزیابی قرار دهند. اما، هفته‌نامه‌ها و مجله‌ها از این‌که وقت بیشتر دارند و در اکثر

موارد چانس ارایه‌ی خبرهای تازه را از دست می‌دهند، از این رو با ارزیابی و ریشه‌یابی وقایع و حوادث و پرداختن به عوامل وقوع رویدادها از دست دادن چانس نشر خبرهای تازه را جبران نموده و معلومات بیشتر و مفیدتر را در اختیار خوانندگان خود قرار می‌دهند.

**رسانه‌های برقی:** رسانه‌های برقی که شامل رادیو و تلویزیون می‌شوند، به‌خاطر تفاوت‌های که در عرصه‌ی کاری و نحوه‌ی ارایه‌ی خود دارند، شیوه‌ی نوشتن خبرهای شان نیز تا حدی متفاوت اند. به‌گفته‌ی فنگ (۱۹۹۱)، چگونگی تهیه و ارایه‌ی خبر در رادیو و تلویزیون و حتا در شبکه‌های متفاوت رادیویی و تلویزیونی از هم فرق دارند. از این که تلویزیون یک رسانه‌ی دیداری است و بخش زیادی از پرسش‌ها با دیدن صحنه‌ها و تصاویر از طریق تلویزیون حل می‌شوند، ممکن است زیاد ابعاد مختلف خبر را مورد ارزیابی قرار ندهد. اما، رادیو از این که از مزایایی دیداری بودن برخوردار نیست، از طریق تشریحات بیشتر و ارایه‌ی فاکت‌ها و معلومات کمک‌کننده و تقویه‌کننده‌ی خبر، به پرسش‌های احتمالی مخاطبان خود پاسخ ارایه می‌کند.

**رسانه‌های انترنیتی:** رسانه‌های انترنیتی ممکن است یا ضمایم آنلین رسانه‌های سنتی (برقی و چاپی) باشند و یا هم رسانه‌های مستقل، مانند شبکه‌های خبری انترنیتی و رسانه‌های اجتماعی. از این که، در اکثر موارد رسانه‌های چاپی و برقی ضمن داشتن نشرات

از طریق امواج و یا هم صفحات چاپی خود، در شبکه‌ی جهانی اینترنت نیز صفحات و محدوده‌های کاری خود را دارند و دست به فعالیت می‌زنند، ممکن است در اکثر موارد خبرهای را که برای رسانه‌های اصلی خود تهیه می‌کنند، در صفحات اینترنتی خود نیز همان خبرها را نشر کنند. یعنی، در بسیاری از موارد روزنامه‌های چاپی همان خبرهای را که چاپ می‌کنند، در صفحات اینترنتی خود نیز همان خبرها را می‌گذارند و رادیوها و تلویزیون‌ها نیز در محدوده‌ها و آدرس‌های اینترنتی خود ممکن همان کلیپ‌های خبری را که یک بار نشر کرده‌اند، بگذارند. ولی، گاهی به خاطر محدودیت فرصت‌ها و متفاوت بودن نحوه‌ی کار، رسانه‌ها خبرهای فشرده‌تر و متفاوت‌تر را از طریق آدرس‌ها و صفحات اینترنتی خود نشر می‌کنند. یعنی، خبرنگاران مکلف می‌شوند تا میان خبرهای که برای رسانه‌های چاپی و برقی می‌نویسند و خبرهای که قرار است در سایت‌های اینترنتی متعلق به آن رسانه‌ها اند نشر شوند، تفاوت‌های را از لحاظ حجم و محتوا در نظر داشته باشند.

از سویی هم، سایت‌ها و صفحات اینترنتی متعلق به رسانه‌های چاپی و برقی یک شراکت کاری میان آن دو در عرصه‌ی تهیه و نشر خبر و برنامه‌های خبری به میان آورده است؛ چون، گاهی رسانه‌های چاپی کلیپ‌های صوتی و تصویری در صفحات خود نشر می‌کنند و در اکثر موارد رسانه‌های برقی خبرهای نوشته شده و کتبی را که مشابه به خبرهای متعلق به رسانه‌های چاپی اند، در صفحات و سایت‌های اینترنتی خود به نشر می‌رسانند.

در پهلوی این همه، در رسانه‌های آنلاین و اینترنتی معمولاً خبرها به‌گونه‌ی کوتاه و فشرده نوشته شده و نشر می‌شوند، به‌خصوص در رسانه‌های اجتماعی در اکثر موارد خبرهای به‌گونه‌ی فشرده و خیلی کوتاه نوشته شده و نشر می‌شوند. در هر حال، خبرنگاران مسلکی باید پیرامون رسانه‌های متفاوت و شیوه‌های متفاوت تهیه، تنظیم و نشر خبر معلومات داشته و برای تهیه نمودن خبر در قالب‌های متفاوت آمادگی داشته باشند.

## انواع خبر از لحاظ شکل و اندازه

از لحاظ شکل و اندازه معمولاً سه نوع خبر وجود دارند، که عبارت اند از خبر کوتاه، خبر روزنامه‌ی (معیاری) و خبر تفصیلی می‌باشند. خبرهای کوتاه در بولتن‌های فشرده‌ی خبری، برنامه‌های کوتاه خبری رسانه‌های برقی، سایت‌ها انترنیتی و رسانه‌های اجتماعی به نشر می‌رسند. خبرهای روزنامه‌ی به‌گونه‌ی معمول و معیاری در تمام رسانه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند و رایج‌ترین نوع خبرنویسی در عرصه‌ی روزنامه‌نگاری محسوب می‌شوند. خبرهای تفصیلی یا طویل به‌گونه‌ی مشرح و تفصیلی تهیه گردیده و در رسانه‌های مختلف، از جمله مجله‌ها و هفته‌نامه‌ها، مورد استفاده قرار می‌گیرند. البته، رسانه‌های متفاوت با در نظر داشت نوعیت برنامه‌های کاری و نشراتی خود، هر کدام از هر سه نوع خبر می‌توانند استفاده کنند. سه نوع خبر ذکر شده در زیر تشریح می‌شوند:

**خبر کوتاه:** خبرهای کوتاه معمولاً در بولتن‌های فشرده‌ی خبری، بخش خلاصه‌ی اخبار و برنامه‌های کوتاه خبری رادیوها و تلویزیون‌ها و هم‌چنان سایت‌های خبری و رسانه‌های اجتماعی نشر می‌شوند. خبرهای کوتاه معمولاً در یک جمله و یا هم در یک پاراگراف کوتاه نوشته می‌شوند. در خبرهای کوتاه فقط به عناصر مهم خبری پرداخته می‌شود و بس. البته، خبرهای کوتاه در رسانه‌های اجتماعی، به‌خصوص تویتر، بیشتر رایج اند.

**خبر روزنامه‌ی:** خبر روزنامه‌ی یا خبر متوسط خبری است که به‌گونه‌ی معمول و معیاری در روزنامه‌ها و رسانه‌های برقی و اینترنتی مورد استفاده قرار می‌گیرند. خبرهای روزنامه‌ی شامل تمام عناصر و اجزای شکلی و محتوایی خبر بوده و در بخش‌های خبری روزنامه‌ها و یا هم در برنامه‌های خبری رادیوها و تلویزیون‌ها به نشر می‌رسند. خبرهای روزنامه‌ی از جمله مروج‌ترین نوع خبر نویسی در عرصه‌ی خبرنگاری محسوب می‌شود.

**خبر تفصیلی:** خبرهای تفصیلی یا طویل به خبرهای گفته می‌شود که با ارزیابی بیشتر و بهتر جنبه‌های متفاوت خبر و با دخیل‌سازی معلومات و اطلاعات بیشتر که به تقویم‌ی خبر و روشن‌سازی جنبه‌های مختلف خبر کمک کنند، تهیه گردیده و در رسانه‌های چاپی به‌خصوص هفته‌نامه‌ها و مجله و برنامه‌های خبری رسانه‌های برقی به نشر می‌رسند. خبر تفصیلی را می‌توان نوعی از گزارش نیز قلمداد کرد؛ چون، خبرهای تفصیلی در میان خبر و گزارش‌های تحقیقی قرار دارند و تا حدی برای حل پرسش‌های بیشتر دست یافتن به حقایق بیشتر از شیوه‌های تحقیقی نیز برای تهیه و ارایه‌ی خبرهای تفصیلی استفاده می‌شود.



## نقش تعصب و جانبداری در تهیه و ارزیابی خبر

جانبداری (Bias) یکی از مسایل و مباحث جدی و مداوم در عرصه‌ی روزنامه‌نگاری حرفه‌ی محسوب می‌شود. تعصب و جانبداری بالای محتوا، حد ارزشمندی، حد تأثیرگذاری و حد مسلکی بودن کار خبرنگار و خبر تأثیر منفی داشته و باعث می‌شود تا خبرنگاران و رسانه‌ها با ارزیابی‌های معلومات و خبرهای دست کاری شده و غیر دقیق، مردم را گمراه نموده و از حد ارزشمندی و اعتبار رسانه‌ها و عرصه‌ی خبرنگاری بکاهند. در پروسه‌ی تهیه، تنظیم و ارزیابی خبر و مطالب رسانه‌ی، جانبداری (Bias) به عملکردی گفته می‌شود که خبرنگار یا تهیه‌کننده‌ی خبر مسایل سلیقه‌ی سیاسی، ایدئولوژیک و غیره را در آن دخیل ساخته و بر مبنای باورمندی‌ها و علاقمندی‌های شخصی، سیاسی و فکری خودش خبر را تغییر دهد و نگذارد که خبر به‌گونه‌ی واقعی، بی‌طرفانه و کامل منتشر شود. هم‌چنان، در نظر گرفتن مسایل سلیقه‌ی در درجه بندی خبرها و مطالب قابل نشر از لحاظ اهمیت در رسانه‌ها که به نحوی بالای جایگاه، اهمیت و محتوای خبرها و مطالب مهم تأثیر داشته باشد را نیز می‌توان جانبداری گفت.

جانبداری و دخیل ساختن مسایل سلیقه‌ی در خبر و کارهای خبرنگاری حرفه‌ی یکی از بدترین کارهای ممکن برای خبرنگاران حرفه‌ی و یکی از جدی‌ترین چالش‌ها سر راه حرفه‌ی شدن

خبرنگاری و رسانیدن اطلاعات و معلومات دقیق و موثق برای مردم محسوب می‌شود. البته، در پهلوی مسایل سلیقه‌یی، سیاسی و ایدئولوژیک که خبرنگاران و کارکنان رسانه‌ها را وادار به جانبداری می‌نمایند، منافع شخصی، معامله‌های پولی و کاری تطمیع و استفاده جویی‌های ناموجه نیز باعث راه یافتن جانبداری‌های بی‌مورد در ساختار و محتوای خبر و دیگر مطالب رسانه‌یی می‌شوند. به گفته ی یوژی (1984)، جانبداری بالای نحوه‌ی فعالیت‌های رسانه‌ها تأثیرات جدی دارد و ممکن است از لحاظ مالی به آن‌ها تا حدی مفید واقع شود، اما بدون شک از لحاظ مسلکی و اخلاقی برای آنها و نتایج کارشان مضر است.

لی (1999) معتقد است که جانبداری در رسانه‌ها وجود دارد و رسانه‌های امریکایی همواره به جانبداری متهم می‌شوند، اما با آنکه در اکثر موارد خبرنگاران خود را آزاد می‌دانند، ولی جانبداری آزادی خواهانه (Liberal Bias) ندارند؛ با آنکه ممکن فکر کنند جانبداری آزادی خواهانه دارند. هم‌چنان، وی مالکیت رسانه‌ها توسط شرکت‌ها و چهره‌های که در پی کسب منافع خود اند و اداره و کنترل رسانه‌ها به واسطه‌ی دولت‌ها و شرکت‌های بزرگ را از جمله عوامل رایج شدن جانبداری در محتوای نشراتی رسانه می‌داند. در هر حال، جانبداری در روند فعالیت‌های خبرنگاری و رسانه‌یی همواره به نحوی وجود داشته است و موجودیت جانبداری باعث تحت شعاع قرار گرفتن ارزش‌های خبری، نورم‌های مسلکی و فاکت‌ها و عناصر مهم خبر ساز می‌شود. روزنامه نگاران و

رسانه‌ها باید همواره در پی از بین بردن جانبداری بوده و در پی ترویج کار شفاف و مسلکی در عرصه‌های کاری خود باشند تا بتوانند با ارایه‌ی معلومات دقیق، بی‌طرفانه و کامل هم کار مسلکی ارزنده را انجام دهند و هم برای مخاطبان خود مفید واقع شوند. چون، در عصر کنونی خبر و اطلاعات از جمله نیازمندی‌های جدی زندگی مدرن محسوب شده و در شکل‌گیری رابطه‌های انسانی و به‌میان آمدن ارزش‌ها و مفاهیم انسانی نقش مهم بازی می‌کنند.

### نقش خبر در جوامع بشری

انسان‌ها همواره به خبر و اطلاعات ارزش‌جویی شده و به‌خاطر ارزش‌دهی انسان‌ها به کسب خبر و معلومات تازه باعث شده است تا خبرنگاری رشد نموده و به‌حیث یک عرصه‌ی مهم کاری در جوامع انسانی شکل گیرد (زیلیزر، ۲۰۰۴؛ بژورک، ۱۹۹۶؛ هالین، ۱۹۹۲). یعنی، تأثیرات جدی معلومات و خبرهای تازه در زندگی روزمره‌ی انسان‌ها، حس کنجکاوی انسان‌ها برای دست‌یافتن به خبرها و معلومات تازه و شریک ساختن معلومات و خبرها به‌خاطر برقراری ارتباطات در میان انسان‌ها باعث شده‌اند تا خبر و خبرنگاری شاهد رشد چشم‌گیر بوده و در زندگی مدرن انسانی صاحب یک جایگاه مهم و ارزشمند شوند. اکنون، خبر و دست‌یافتن به اطلاعات و معلومات تازه از جمله نیازمندی‌های زندگی انسانی بوده و خبرنگاری نیز یکی از بخش‌های مهم کاری در جوامع انسانی محسوب می‌شود. بدون شک، یک سلسله مسایل و مفاهیم باعث شده‌اند و باعث می‌شوند تا خبر و خبرنگاری

در میان جوامع انسانی از جایگاه خاصی برخوردار شوند و همواره بازار گرم و پُر طرفدار داشته باشند. نقش خبر در جوامع انسانی را می‌توان در چند موضوع خلاصه کرد که در زیر بیان می‌شوند:

**خبر و زندگی انسانی:** خبر و معلومات جدید با زندگی روزمره‌ی انسان‌ها رابطه‌ی مستقیم داشته و نشر خبرها و اطلاعات تازه و مرتبط به زندگی انسان‌ها از طریق رسانه‌ها و مراجع متفاوت باعث می‌شود تا انسان‌ها پیرامون ما حول و محیط خود، پیرامون زندگی جوامع انسانی و پیرامون تحولات و پیشرفت‌های ممکن در جهان آگاهی حاصل نمایند. دست یافتن به اخبار و معلومات تازه باعث می‌شود تا انسان‌ها از یک زندگی آگاهانه برخوردار شده و با تحولات و پیشرفت‌های روزمره، زندگی خود را عیار نمایند.

**خبر و مکلفیت‌های انسانی:** خبر و معلومات جدید انسان‌ها را کمک می‌کند تا وضعیت محیطی و موقعیت زندگی خود را درک نموده و با آگاهی کامل در بستر با مفهوم زندگی انسانی قرار گرفته و با ذهن آگاه مکلفیت‌ها و مسوولیت‌های کاری خود را در جوامع انسانی درک کند. چون، تا زمانی که انسان از محیط و ماحول خود و از جهان انسانی آگاهی کامل نداشته باشد، نمی‌تواند به خوبی خود را با زندگی مدرن هم‌نوا بسازد.

**خبر و برقراری تماس در میان انسان‌ها:** خبر و معلومات جدید باعث فراهم سازی زمینه‌های برقراری تماس‌ها و ارتباطات مداوم و هدفمندانه در میان انسان‌ها و جوامع بشری می‌شوند. چون، از

طریق خبرها و معلومات انسان از حالات یکدیگر با خبر شده و حوادث، تحولات و پیشرفت‌ها باعث می‌شود تا انسان‌ها برای همکاری و هم‌دردی با هم، برای فراگیری و آموختن تازه و به‌خاطر دست یافتن به پیشرفت‌ها در عرصه‌های مختلف به محلات و مکان‌های زندگی یکدیگر بروند و با برقراری تماس، زمینه‌های ایجاد رابطه‌های مفید و ماندگار در میان شان ایجاد شوند.

**خبر و گسترش تازه‌های علم و فناوری:** خبر و معلومات تازه باعث گسترش ارزش‌های علمی و مفاهیم و دست‌آوردهای مفید در میان جوامع انسانی می‌شود؛ چون، انسان‌ها از طریق خبرها و معلومات تازه‌ی که از رسانه‌ها و مراجع پخش‌کننده‌ی اخبار به‌دست می‌آورند، در جریان تازه‌ترین تحولات و پیشرفت‌های علمی و تکنیکی قرار گرفته و در پی فراگیری و عملی نمودن آن در زندگی فردی و اجتماعی خود می‌شوند.

**خبر و ارزش‌های انسانی:** خبر و معلومات جدید باعث شکل‌گیری ارزش‌ها و مفاهیم مشترک در میان جوامع انسانی می‌شود. وقتی انسان‌های متعلق به مناطق و جوامع مختلف به‌گونه‌ی مکرر خبرهای تازه پیرامون زندگی و تحولات محیطی یکدیگر را می‌شنوند و از حال و احوال یکدیگر با خبر می‌شوند، این کار باعث ایجاد یک سلسله مفاهیم و ارزش‌های مشترک در میان آنها می‌شود. چون، تجارب زندگی بشر نشان داده است که هر قدر انسان‌های متعلق به جوامع و مناطق مختلف پیرامون زندگی و تحولات محیطی هم آگاهی داشته‌اند، به همان اندازه در پی

برقراری ارتباطات با هم بوده و از طریق آگاهی داشتن از زندگی یکدیگر و برقراری تماس‌های مداوم، زمینه‌های ایجاد رابطه‌های ارزشمند و مداوم در میان آن‌ها مهیا شده است.

**خبر و دست یافتن به تازه‌های خبری:** دست یافتن به خبر و معلومات تازه یکی از خواست‌های فطری انسان‌ها می‌باشد و انسان‌ها همواره علاقمند آن‌اند تا بدانند که در محیط و ماحول شان چه می‌گذرد؛ از این رو، دست یافتن به خبرها و معلومات تازه باعث می‌شود یکی از نیازمندی‌های مهم زندگی مفهومی انسان‌ها فراهم گردد و انسان‌ها با به دست آوردن خبرهای تازه، به‌گونه‌ی آگاهانه زندگی نمایند.

**خبر و مکلفیت خبرنگاری:** مهمتر از همه، تهیه و نشر خبرها و معلومات تازه از مکلفیت‌های کاری و یکی از بخش‌های مهم زندگی مدرن انسانی محسوب گردیده و خبرنگاران و کارکنان عرصه‌ی روزنامه‌نگاری و تهیه و نشر و پخش اخبار و اطلاعات مفید و ارزنده، مکلفیت کاری خود را انجام داده و اذهان عامه را در قبال وقایع و رویدادهای محیطی و جهانی روشن می‌سازند. آگاهی دهی و روشن‌سازی اذهان عامه از طریق تهیه، تنظیم و نشر خبرها و اطلاعات تازه و مفید، یکی از کارهای مهمی محسوب می‌شود که خبرنگاران و کارکنان عرصه‌ی روزنامه‌نگاری برای انسان‌ها و جوامع انسانی انجام می‌دهند. بدون شک، آگاهی دهی و اطلاع‌رسانی به‌گونه‌ی منظم، مسوولانه، معیاری و هدفمندانه بالای اذهان و افکار انسان‌ها و جوامع انسانی نقش مهم و سازنده داشته و یکی

## خبر و خبرنگاری / ۷۹

از فکتورهای مهم و اساسی در قبال شکل گیری جوامع منظم و ارزش مدار انسانی و به میان آمدن ارزش ها و مفاهیم ارزشمند در جوامع انسانی محسوب می شود.

از سویی هم، یکی از فکتورهای مهمی که انسان ها و جوامع انسانی را در دنیای امروزی با هم نزدیک ساخته و انسان های متعلق به مناطق، ممالک و قاره های متفاوت را کمک کرده است تا از حال و احوال هم آگاهی داشته باشند، تهیه و نشر به موقع و به مورد خبرها و اطلاعات تازه و مفید و فعالیت های مسلکی و مسوولانه یی خبرنگاری می باشد. از این رو، خبر و خبرنگاری با زندگی انسانی رابطه ی جدی و همیشگی دارد و خبر در جوامع انسانی از یک نقش مهم و تأثیرگذار برخوردار است. البته، خبر و فعالیت های خبرنگاری هم می تواند نقش مثبت و سازنده داشته باشند و هم نقش منفی و ویرانگر، که این کار بستگی به نحوه ی کار و نیت خبرنگار و مراجع نشر خبر و هم چنان به محتوای خبر بستگی دارد. پس، لازم است تا خبرنگاران، رسانه ها و نهادهای نشر کننده ی اخبار همواره بالای نقش مثبت و سازنده ی خبر تأکید داشته و با انجام کارهای ارزنده و مسوولانه، در پی آگاهی دهی و روشن سازی اذهان عامه به گونه ی درست و سازنده باشند.





## منابع

سروری، عبدالقهار (۱۳۹۵ الف). روزنامه نگاری حرفه یی و روزنامه نگاری شهروندی. نشر پرند: کابل، افغانستان

سروری، عبدالقهار (۱۳۹۵ ب). ارتباطات انسانی. نشر پرند: کابل، افغانستان

Acton, J. (Undated). Let's talk about news writing. ULL Journalism & ILPC Director

Azor, C. (2004). How to Write a Newspaper Article. Retrieved from: [http://www.cuw.edu/WritingCenter/writecenter\\_pdf/news-paper.pdf](http://www.cuw.edu/WritingCenter/writecenter_pdf/news-paper.pdf)

Anderson, B. R. (1983). Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism. London: Verso

Bjork, U. J. (1996). The European debate in 1894 on journalism education. *Journalism and Mass Communication Educator*, 51(1), 68-76

Eisenstein, E. (1979). The printing press as an agent of change: Communications and cultural transformations in early modern Europe. New York: Cambridge University Press

Fang, I. (1991). Writing style differences in Newspaper, Radio, and Television news. University of Minnesota: USA

Goldfarb, A., (2006). The Teaching Role of Universities in the Diffusion of the Internet. *International Journal of Industrial Organization*, 24, pp. 203-225

- Hallin, D. C. (1992). The passing of the "high modernism" of .American journalism. *Journal of Communication*, 42(3), 14-25
- IIPDigital (2008). What is News? Retrieved from: <http://iipdigital.usembassy.gov/st/persian/publication/2008/07/20080722091558eaifas0.8753168.html#axzz4Y-5fXjdf3>
- the in politics and Information :Avvisi Roman .(2002) .M ,Infelise . 1700-1492 ,*Rome Papal in Politics and Court* .century seventeenth .Cambridge: Cambridge University Press
- Winterstein, A.G. (2008). Validity and reliability & Kimberlin , C.L of measurement instruments used in research. *Am J Health-Syst .Pharm*, 65, 2276-2283
- Kuhn, J., & Muller, A. (2014). Context-based science education by newspaper story problems: A study on motivation and learning .effects. *Perspectives in Science*, 2, 5-21
- Lee, T. T. (1999). Do the news media have a liberal bias? An Examination of factors influencing bias perception and objectivity in .reporting (PhD thesis). University of Oregon: USA
- Margarete, R. (2000). *Margarete Rehm. Information und Kommunikation*. *Das 17. Jh* . Ib.hu-berlin.de. O Miller, H. & Strange. J. W. (1938). *The electrical reproduction of images by the photoconductive effect*. *Proceedings of the Physical Society*, 50 (3): 374-384
- Readership.org (2017). News. Retrieved from: <http://readership.org/content/editorial/feature-style.main.htm>
- Richard, K. A. (1997). Newspaper Writing 101 . Retrieved from: <http://www.freep.com/jobpage/academy/writing.htm>

- :Sebrank, P. (1995). How to Write a News Article. Retrieved from <http://memory.loc.gov/learn/lessons/98/brady/article.html>
- Simnett, D, & Reed, D. (2009). Learning about writing a news report. Literacy preparation week: Student Edition
- .Society of Professional Journalists (2014). SPJ code of ethics. SPJ.org
- Weber, J. (2006). Strassburg, 1605: The origins of the Newspaper in Europe". *German History*. 24(3), 387-412
- Sullivan, G. M. (2011). A Primer on the validity of assessment instruments. *Journal of Graduate Medical Education*, 3(2), 119-120
- The News Manual (2017). What is news. Retrieved from: [http://www.jibjab.com/originals/what\\_we\\_call\\_the\\_news](http://www.jibjab.com/originals/what_we_call_the_news)
- Wikipedia (2017). News. Retrieved from: <https://en.wikipedia.org/wiki/News>
- Yuezhi, Z. (1989). Objectivity and commercial news: An examination of the concept of objectivity in North America Journalism (MA thesis). Simon Fraser University: Canada
- Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously: News and the academy*. London: Sage
- ZigZag Education (2004). KS3 English SATS Writing. ZigZag Education, 24-27

