



آیت‌الله خامنه‌ای: باید کسب اجازه کرد
آیت‌الله موسوی اردبیلی: ممنوعیت رعایت شود
آیت‌الله یزدانی: باید به منع اشاره کرد
آیت‌الله صافی: کبی آثار دیگران حرام است

پاسخ آیت‌الله خامنه‌ای و مراجع تقلید به پرسش نیوزبان درباره سرقت خبری

۱۶

ویکی‌لیکس، آنجلینا جولی و خطای رسانه‌ها

۱۷



نیوزبان؛ طرحی برای
پاسبانی از کیفیت خبر

۱۴

روزنامه‌نگار یا فعال سیاسی؟

۴

خبر به روایت

۳۱

شهرزاد قصه‌گو

وقتی کرم استاکس‌نت،

۶

ویروس نامیده می‌شود

۱۱

اصول اخلاق روزنامه‌نگاری

خبرنگار یا مامور جذب

۲۵

رپورتاژ آگهی

۳۵



درباره نیوزبان

نیوزبان سایتی است برای نقد خبر بر اساس اصول پذیرفته شده جهانی روزنامه نگاری: بی طرفی، دقت، صحت و انصاف. نیوزبان به دنبال فراهم آوردن فضایی انتقادی پیرامون خبر فارسی است، بدون هرگونه تعصب یا جهت گیری عقیدتی و سیاسی. نیوزبان بر روش تفکر نقادانه و عمیق، تاکید می کند. به این معنی که در برابر تمام پیام های رسانه های پرسشگر باشید. نه تنها پیام هایی که ممکن است با آنها مخالف باشید بلکه تمامی پیام ها. نیوزبان از بحث و گفت و گوی گروهی و تحلیلی پیام های رسانه ای برای درک و فهم چشم اندازها و نقطه نظرهای متفاوت استفاده می کند. نیوزبان پذیرای نقطه نظرهای دیدگاه های گوناگون است و همه آنها را محترم می شمارد. نیوزبان به کاربران خود نمی گوید که چگونه فکر کنند. همچنین نیوزبان قصد این را ندارد که معنای «حقیقی»، «درست» یا «نهفته» پیام های رسانه را روشن کند؛ همچنین قصد این را ندارد که بگوید کدام پیام رسانه ای «خوب» یا «بد» است. نیوزبان به کاربران کمک می کند تا به مفهومی که از پیام های رسانه ای دریافت می کنند، آگاهی یابند و بر آنها تامل کنند. نیوزبان تصدیق می کند که تفسیر کاربران از متون رسانه ای ممکن است با تفسیر دیگران متفاوت باشد و این بدان معنی نیست که آنها لزوماً اشتباه می کنند. نیوزبان تجربیات مختلف رسانه ای افراد را در هر سنی به رسمیت می شناسد و به آن خوشامد می گوید.

نیوزبان
Newsbaan



نیوزبان

فصلنامه داخلی سایت نیوزبان

شناسنامه

سردبیر:

محمد رضا نسب عبداللهی

همکاران این شماره:

بالانگار

امین ثابتی

ولی خلیلی

امیرعلی علامه زاده

فاطمه جمالپور

سعید نظری

امین شول سیرجانی

رضا غبیشاوی

مدیر هنری و طراحی:

مریم بصیری

وبسایت:

www.newsbaan.com

ایمیل:

info@newsbaan.com

فهرست

- ۴ روزنامه نگار یا فعال سیاسی؟
- ۵ پیگیری اشتباه رسانه‌ها در نیوزبان
- ۶ وقتی کرم استاکس نت، ویروس نامیده می‌شود
- ۷ تفاوت رسانه‌های داخلی با رسانه‌های بین‌المللی
- ۷ اشتباهات جرس و مسئولیت روزنامه نگاری
- ۸ نقش رسانه‌ها در اعدام شهلا جاهد
- ۹ قمار برای رقابت با رسانه‌های سریع‌تر
- ۱۱ اصول اخلاق روزنامه نگاری
- ۱۲ اخلاق در روزنامه نگاری آن‌لاین
- ۱۳ این اصول در روزنامه نگاری ما غایب است
- ۱۴ نیوزبان؛ طرحی برای پاسبانی از کیفیت خبر
- ۱۶ فتوا درباره سرقت خبری
- ۱۷ ویکی‌لیکس، آنجلینا جولی و خطای رسانه‌ها
- ۱۸ معرفی کتاب
- ۲۱ جندالله یا جندالشیطان
- ۲۲ بدتر از بی‌مصرف بودن
- ۲۳ اشتباه رسانه‌ها درباره سئو محمدی آشتیانی
- ۲۴ خبری بدون جزئیات
- ۲۵ خبر نگار یا مامور جذب رپورتاژ آگهی
- ۲۸ مطبوعات محلی در شیراز
- ۳۱ خبر به روایت شهرزاد قصه‌گو
- ۳۵ پرونده نقد اخبار رسانه‌ها
- ۴۳ اصول اخلاقی به روایت رویترز
- ۴۴ روزنامه نگاری و ضرورت رعایت ذکر منبع
- ۴۶ خبر خوب چیست؟
- ۴۸ ارزش خبری، ارزش خبر نگاری
- ۵۱ نیوزبان از نگاه دیگران



روزنامه‌نگار یا فعال سیاسی؟

محمد رضا نسب عبداللہی

آیا می‌توان هم خبرنگار و روزنامه‌نگار بود و هم فعالیت سیاسی کرد؟ آیا این دو نقش با هم در تضاد هستند یا نه؟ این‌ها پرسش‌هایی است که در یک سال اخیر، بیش از گذشته در میان روزنامه‌نگاران و خبرنگاران ایرانی چالش برانگیز شده است. برخی می‌گویند که به دلیل شرایط سیاسی ایران، خبرنگاران ناچار هستند که فعالیت سیاسی داشته باشند اما در مقابل گروهی هم هستند که این دو نقش را در تضاد با یکدیگر می‌بینند.

یکی از اصول مهم اخلاق روزنامه‌نگاری که توسط انجمن روزنامه‌نگاران حرفه‌ای در آمریکا (SPJ) منتشر شده، «رعایت استقلال» در روزنامه‌نگاری است. بر اساس این اصل مهم، روزنامه‌نگاران باید از «مداخله در سیاست» و «تضاد منافع» دوری کنند. این انجمن می‌گوید که روزنامه‌نگاران باید از وابستگی به انجمن‌ها، گروه‌ها و قرار گرفتن نام‌شان در کنار افراد و فعالیت‌هایی که اعتبار حرفه‌ای آن‌ها را خدشه‌دار می‌کند، خودداری کنند.

در بسیاری دیگر از رسانه‌های حرفه‌ای دنیا نیز این اصول اخلاقی مورد پذیرش قرار گرفته و هر رسانه‌ای با تدوین مرامنامه‌ای اخلاقی، به آن‌ها پایبند است.

اما در ایران برخی از روزنامه‌نگاران، عنوان‌هایی مانند «فعال سیاسی» نیز به همراه دارند. مگر می‌شود «فعالیت سیاسی» به سود جریان یا حزبی خاص داشت اما دچار «تضاد منافع» نشد؟

عضویت یا وابستگی یک روزنامه‌نگار به جریان خاص سیاسی، او را در هنگام پوشش خبرهای حزب و گروهی که به آن وابسته است، دچار «تضاد منافع» (تضاد بین منافع حزب سیاسی و اصول

حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و وفاداری به شهروندان) می‌کند. چنین روزنامه‌نگاری با وابستگی سیاسی به یک حزب، در هنگام انجام حرفه روزنامه‌نگاری، عمدتاً منافع سیاسی حزب را بر وظایف حرفه‌ای ترجیح می‌دهد.

در رسانه‌های متعلق به دو جریان سیاسی اصولگرا و اصلاح‌طلب در ایران، خبرها و گزارش‌ها عمدتاً یک طرفه نوشته می‌شوند و طرف مقابل یا اصلاً دیده نمی‌شود و یا «سیاه» جلوه می‌شود. دلیل عمده این رفتار جانب‌دارانه، غلبه وابستگی‌های سیاسی بر روزنامه‌نگاری است.

مگر می‌شود مثلاً به احزاب و گروه‌هایی مانند مؤتلفه اسلامی، اعتماد ملی، مردم‌سالاری و ... وابستگی داشت اما ادعا کرد که در هنگام انجام وظیفه حرفه‌ای، استقلال روزنامه‌نگار خدشه‌دار نمی‌شود؟ استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگار به این معنا نیست که روزنامه‌نگار تمایل سیاسی ندارد بلکه به این معنا است که روزنامه‌نگار باید تلاش کند تا از عضویت یا وابستگی به احزاب و سوءاستفاده آن‌ها و مراجع قدرت و گروه‌ها و انجمن‌ها دوری کند.

مداخله در سیاست، وظیفه سیاسیون است نه روزنامه‌نگاران. نقش‌های عرصه سیاست با نقش‌هایی که یک روزنامه‌نگار باید انجام تفاوت دارد. یک سیاست‌مدار به حزبش وفادار است و به قدرت می‌اندیشد و بر پایه لابی و سازش تلاش می‌کند اهداف حزب خود را پیش برد. اما روزنامه‌نگار به قدرت وفادار نیست بلکه باید به مردم و مخاطبان وفادار بماند و ناظر مستقل قدرت باشد.

با این حال در ایران هنوز رعایت اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری جدی گرفته نشده و برخی از روزنامه‌نگاران و خبرنگاران بر خلاف

اصول حرفه‌ای رفتار می‌کنند.

بعضی پابندی به اصول استاندارد روزنامه‌نگاری را «ناممکن و شیک» می‌دانند و جدایی روزنامه‌نگاری از فعالیت سیاسی را در ایران «ادعایی گزاف» می‌خوانند و گروهی دیگر می‌گویند که اکنون هنگام مناسبی برای رعایت اصول اخلاقی و حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در ایران نیست. هر کدام یک از این دو استدلال‌ها، «توجیهی» است برای دور شدن از «اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری».

مگر می‌توان فوتبالیست بود اما کرنر را با دست زد؟ قواعد بازی فوتبال در کشوری مانند بریتانیا با وجود باشگاه‌های حرفه‌ای با قواعد بازی فوتبال در کشوری مانند ایران با وجود باشگاه‌های غیر حرفه‌ای هیچ تفاوتی ندارد. تفاوت تنها در این است که در بریتانیا، فوتبال حرفه‌ای وجود دارد ولی در ایران هنوز فوتبال حرفه‌ای نشده است اما با این وجود بازیکنان فوتبال در ایران و برخی باشگاه‌ها تلاش می‌کنند تا سطح فوتبال خود را برای رسیدن به فوتبال اروپا بهبود ببخشند نه آنکه با فهرست کردن هزار و یک دلیل، از حرفه‌ای شدن فاصله بگیرند و آن را توجیه کنند.

روزنامه‌نگاری نیز حرفه‌ای است که اصول خود را دارد و نمی‌توان نقض آن‌ها را با هر بهانه‌ای توجیه کرد. با این وجود نمی‌توان انکار کرد که آنچه در روزنامه‌نگاری ایرانی جریان دارد، کم‌ترین نزدیکی را با استانداردهای بین‌المللی این حرفه دارد اما این وضع هم نباید سبب شود که برای رسیدن به این استانداردها تلاش نکند.

روزنامه‌نگاری می‌تواند مثلاً در یک گردهمایی سیاسی یا یک تجمع حضور داشته باشد اما نه به عنوان یک طرف ماجرا بلکه به عنوان خبرنگاری که قرار است روایت‌کننده رویداد برای مخاطب باشد. گروهی می‌گویند چون احزاب قدرتمند سیاسی در ایران وجود ندارند، رسانه‌ها باید نقش آن‌ها را بازی کنند. هنگامی که احزاب قدرتمند در ایران وجود ندارند چرا این تلقی رواج داده می‌شود که روزنامه‌نگاران باید جور آن‌ها را بکشند؟ چرا برای پوشاندن یک ضعف و کاستی و مشکل، گروهی دیگر باید تاوان بدهند؟

چرا فقدان احزاب قدرتمند سیاسی باید سبب شود که برخی روزنامه‌نگاران چنان از آمیختگی فعالیت سیاسی و روزنامه‌نگاری

دفاع کنند که گویی روزنامه‌نگاری ایرانی را باید تافته‌ای جداافتاده از استانداردهای حرفه‌ای این شغل در نظر گرفت؟

به بیراهه نباید رفت. این وظیفه روزنامه‌نگاران نیست که جای خالی احزاب را پر کنند. تلاش برای آمیختگی فعالیت سیاسی و روزنامه‌نگاری در ایران، هم به روزنامه‌نگاری در این مملکت آسیب‌های جدی می‌رساند و هم سیکل معیوب فعالیت‌های سیاسی را پیچیده‌تر می‌کند.

در سال ۱۹۸۹، لیندا گرین‌هاوس خبرنگار روزنامه نیویورک تایمز که مسئولیت پوشش خبرهای مربوط به دیوان عالی آمریکا را بر عهده داشت به علت مشارکت در تظاهرات «آزادی انتخاب» که در حمایت از حق سقط جنین برپا شده بود، مورد سرزنش قرار گرفت. این زن خبرنگار، مشارکت خود در این تظاهرات را «فعالیت سیاسی گمنام» توصیف کرد و در دفاع از خود گفت که توجه دیگران را بخود جلب نکرده است. وی گفت من نیز همانند زنان دیگر و نه یک خبرنگار بدون آنکه توجه دیگران را به خود جلب کنم در این تظاهرات شرکت کردم. با این حال مسئولان روزنامه نیویورک

نایمز اعلام کردند راهپیمایی گرین‌هاوس، حرفه خبرنگاری وی را به مخاطره انداخته است و به همین علت وی را توبیخ کردند. (عناصر روزنامه‌نگاری - بیل کووچ و تام روزنستیل - صفحات ۴۳ و ۴۴).

به تازگی نیز رادیوی ملی عمومی آمریکا (NPR) کارکنان و روزنامه‌نگاران خود را از شرکت در تجمع بزرگ لیبرال‌ها در واشنگتن در آستانه انتخابات میان‌دوره‌ای آمریکا که چند هفته پیش برگزار شد، منع کرد. اما در برخی از رسانه‌های فارسی‌زبان که هنوز معیارهای حرفه‌ای جدی گرفته نشده، اشتباه روزنامه‌نگار و یا حضور او در فعالیت‌های سیاسی نادیده گرفته می‌شود.

جدی نگرفتن معیارهای حرفه‌ای در یک رسانه و نقض پی‌درپی این اصول، نتیجه‌ای جز نادیده گرفتن «اخلاق حرفه‌ای» ندارد. هنگامی می‌توان گفت که یک رسانه به «اخلاق حرفه‌ای» پابند است که «اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری» را رعایت کند و در موقعیت‌های دشوار تصمیم‌گیری نیز وظایف حرفه‌ای را بر «منافع شخصی و سیاسی» ترجیح دهد.

پیگیری اشتباه رسانه‌ها در نیوزبان

نیوزبان سائیتی است برای نقد خبر. در این سایت خبرها بر اساس سه اصل مهم «بی‌طرفی، انصاف و دقت» و همچنین اصول اخلاق روزنامه‌نگاری مورد نقد قرار می‌گیرند. نیوزبان یک پروژه تعاملی برای بهبود کیفیت روزنامه‌نگاری است. هدف نیوزبان، نقد و بررسی تولیدات خبری رسانه‌های مختلف و ارتقای آن با کمک دست‌اندرکاران حرفه روزنامه‌نگاری و دانشجویان این رشته است. همکاری با این سایت آزاد است و علاقمندان می‌توانند با یک ثبت نام ساده، در آن همکاری کنند. منتقدان خبر در نیوزبان می‌گویند که آیا در خبر مورد نقد، اصول خبرنگاری رعایت شده یا نه؟ آیا روایت خبر دقیق است یا نه؟ آیا خبرنگار، خبر را روایت کرده یا خود به بخشی از ماجرا تبدیل شده است؟ آیا خبر تعادل دارد و نظرات طرف‌های درگیر در ماجرا پوشش داده شده است یا نه؟ آیا خبر توانسته با منبع‌نگاری، برای مخاطب اعتمادسازی کند یا نه؟ این‌ها پرسش‌های عمده‌ای هستند که اعضای نیوزبان در نقش منتقد خبر به آن توجه می‌کنند و بر این اساس خبر را نقد می‌کنند و به آن امتیاز می‌دهند. خبر، مادر روزنامه‌نگاری است اما با این حال روزانه خبرهای زیادی در رسانه‌های ایران منتشر می‌شوند که نه ارزش خبری دارد، نه انصاف و بی‌طرفی در آن رعایت شده و نه از ساختار مناسب برخوردار است. در موارد عمده‌ای هم با خبرهایی مواجه می‌شویم که خبرنگاران یا رسانه‌ها به جای روایت ماجرا، خود به بخشی از ماجرا تبدیل می‌شوند. در رسانه‌های فارسی‌زبان نمونه‌های زیادی از اشتباه و نقض اصول روزنامه‌نگاری می‌توان سراغ گرفت. خبر جای برای قضاوت خبرنگار و یا تبدیل شدن او به بخشی از ماجرا نیست. مخاطبان آن قدر درک دارند که خود درباره «باشکوه بودن یا نبودن یک رویداد و یا وحشیانه بودن یک ماجرا» قضاوت کنند. کار خبرنگار هنگام پوشش دادن خبرها، قضاوت نیست. اما با این حال روزانه صدها خبر می‌توان در رسانه‌های فارسی‌زبان یافت که خبرنگار به جای روایت ماجرا، خود را به بخشی از ماجرا تبدیل کرده است. منصفانه نیست که در خبر از تصمیم دولت برای مجوز ندادن به تظاهرات مخالفان سخن گفته شود اما سوی دیگر ماجرا که مخالفان هستند، نادیده گرفته شوند و نظراتشان پوشش داده نشود. نمونه‌های زیادی وجود دارد که در خبرها، موضع یک سوی ماجرا پوشش داده می‌شود و به مخاطب گفته نمی‌شود که نظر سوی دیگر چه بوده است. خبر باید به پرسش‌های مخاطب پاسخ دهد نه آنکه خود پر از ابهام و تردید باشد. خبری دقیق است که به پرسش‌های احتمالی مخاطب پاسخ دهد و او را گیج نکند. بارها خبرهایی در رسانه‌ها منتشر شده که به جای پاسخ‌گویی به پرسش‌های مخاطب و عناصر خبر، بیش‌تر سوال و ابهام در ذهن او ایجاد کرده است. بارها پیش آمده که رسانه‌ها، محتوای یکدیگر را «کپی - پیست» کرده‌اند و یا در عکس‌ها دست بردهند. در برخی از رسانه‌های فارسی‌زبان، کم نیست خبرهایی که سرشار هستند از «فترا و دروغ» و کم نیستند رسانه‌هایی که به جای خبرسانی، به «پرونده سازی علیه مخالفان و افترازنی و دروغ پرانی» مشغول هستند. از این اشتباهات که نقض آشکار اخلاق روزنامه‌نگاری است، روزانه می‌توان در برخی رسانه‌ها مشاهده کرد. نیوزبان، تنها برای نقد خبر نیست بلکه در این سایت می‌توان اشتباه رسانه‌ها را نیز نقد کرد. اکنون برای دیده‌بانی رسانه‌ها و پیگیری اشتباه‌های فارسی‌زبان، به کمک روزنامه‌نگاران و خبرنگاران و همچنین مخاطبان نیاز داریم. شما می‌توانید اشتباه‌های رسانه‌ها را نقد کنید و آن را به ایمیل «bug@newsbaan.com» بفرستید تا در نیوزبان منتشر شود. ما نیز سردبیران رسانه‌ها را در جریان اشتباهی که مرتکب شده‌اند، قرار می‌دهیم تا آن‌ها را اصلاح کنند و از تکرار آن خودداری کنند. رسانه‌ها در برابر مخاطبان خود مسئول هستند. مخاطبان می‌توانند عذرخواهی رسانه را بابت اشتباه بپذیرند اما همه می‌دانیم که اشتباه پی‌درپی، سبب کاهش اعتماد مخاطب به رسانه می‌شود.

به خاطر یک مشت اطلاعات

پرونده استاکس نت (Stuxnet) تروریسم صنعتی! ویروس ۲۱ میلیارد تومانی

هاشم حکمه

H.Hakameh@gmail.com

چندی پیش خبری در رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های خارجی منتشر شد مبنی بر اینکه یک ویروس رایانه‌ای کشف شده است که برخی کشورهای جهان را درگیر خود کرده است. براساس این گزارش‌ها که شاخص‌ترین آنها از بی‌بی‌سی فارسی پخش شد هدف اصلی ویروس «اکستاکس نت» - که از نوع خزنده بود - رایانه‌های صنعتی این کشورها بوده است و البته ایران، اندونزی و هند به ترتیب در جایگاه‌های نخست رده‌بندی

عدم شناسایی آن را نیز پیش‌بینی کرده‌اند، به نوعی که ویر از انتشار و انجام ماموریت ردپای خود را نیز پاک کرده است. از سوی دیگر دلیل اصلی طراحی و حمله استاکس نت نه نشده اما سیمانتک - یکی از بزرگ‌ترین تولیدکننده‌های ضا در جهان - در گزارش خود آورده است که انگیزه‌های جاسا صنعتی، تروریسم صنعتی یا حتی انگیزه‌های منفی برخورد یا کشف اطلاعات محرمانه توسط رقبای اقتصادی یا سیاسی می‌تواند از دلایل حمله این ویروس باشد.

امیر ثابتی

کرم چیست؟

به طور کلی کرم‌های رایانه‌ای از طریق شبکه (شبکه‌های محلی و یا شبکه‌های جهانی اینترنت)، سیستم‌های مختلف را آلوده می‌کنند. این بدان معناست که کرم‌های رایانه‌ای برای آلوده کردن یک رایانه از حفره امنیتی موجود در رایانه قربانی استفاده می‌کنند و در اغلب موارد این کار به صورت خودکار و بدون دخالت کاربر انجام می‌شود.

تفاوت کرم و ویروس

همانگونه که در ابتدا گفته شد، بسیاری از کاربران اینترنت و از جمله نویسندگان مجله همشهری ماه کرم‌های رایانه‌ای را هم ویروس می‌دانند که این باور کاملاً اشتباه است، به طوری که کرم‌های رایانه‌ای از نظر ماهیت، کارکرد و تعریف با ویروس‌های رایانه‌ای متفاوت هستند.

ویروس‌ها برای تکثیر و انتشار خود به برنامه‌های دیگر متصل می‌شوند، به همین دلیل برای اینکه یک ویروس منتشر شود، کاربر باید با رایانه آلوده به ویروس کار کند و در صورت عدم استفاده از آن، ویروس منتشر و تکثیر نمی‌شود. حال آنکه کرم‌ها بدون نیاز به برنامه‌های دیگر، خودشان را صورت مرتب در رایانه قربانی یا دیگر رایانه مرتبط، تکثیر و گسترش می‌دهند.

براساس همین تفاوت‌ها باید گفت که بهترین راه مبارزه با کرم‌های رایانه‌ای استفاده از فایروال (Firewall) است در صورتی که برای مبارزه با ویروس‌های رایانه‌ای باید از آنتی ویروس‌های معتبر (Anti Virus) استفاده کرد. این بدان معناست که استفاده از آنتی ویروس به تنهایی هیچ تضمینی برای عدم آلوده شدن رایانه‌ی کاربر به کرم‌های رایانه‌ای را نمی‌دهد و در کنار هر آنتی ویروس باید از یک فایروال استفاده کرد.

سخن آخر...

در نهایت باید به اشتباه دیگری در گزارش مجله همشهری ماه نیز اشاره کرد که نویسندگان این مقاله، ماهیت و کارکرد کرم استاکس نت را به صورت کامل تغییر داده است، زیرا کرم استاکس نت اطلاعات مورد نظر خود را دزدیده و به مقصد نامعلومی می‌فرستند، نه آنکه اطلاعات دزدیده شده را به صورت عمومی بر روی اینترنت منتشر کند.

مهمترین وظیفه هر رسانه اطلاع‌رسانی درست و دقیق است و در این مورد هیچ استثنایی وجود ندارد؛ اهمیت این موضوع آنچنان بالا است که تخطی از این دو مورد باعث ریزش مخاطب و از بین رفتن اعتبار یک رسانه می‌شود.

مجله‌ی همشهری ماه در شماره مهر ماه خود، گزارشی درباره کرم استاکس نت منتشر کرده است و در سرتاسر این گزارش، این «کرم» را «ویروس» خطاب کرده است. اشتباهی فاحش که نشان از عدم آگاهی نویسنده این مقاله از دنیای فناوری اطلاعات و اصطلاحات رایج در آن خبر می‌دهد.

با نگاهی کلی به این گزارش که با عنوان «به خاطر یک مشت اطلاعات؛ پرونده استاکس نت (Stuxnet) تروریسم صنعتی! ویروس ۲۱ میلیارد تومانی» منتشر شده است، اگر از غلط‌های املائی متعددی مانند تلفظ اشتباه کرم استاکس نت با نام «اکستاکس نت» و یا نامیدن کشور بلاروس به صورت «بیلوروس» بگذریم، نمی‌توان از خطاب قرار دادن یک کرم رایانه‌ای به عنوان ویروس گذشت.

ویروس چیست؟

بر خلاف تصور عموم، ویروس تنها یکی از دهه‌ها نوع پدافزارهای رایانه‌ای است، به گونه‌ای که علاوه بر ویروس‌ها، کرم، اسپای و (Spyware)، ادورها (Adware) و... نیز وجود دارند که می‌توانند به رایانه‌ها آسیب برسانند.

اما ویروس برنامه‌ای است که به صورت مداوم تکثیر و رایانه قربانی را از یک فایل به فایل دیگر آلوده می‌کند و با انتقال و کپی فایل‌های آلوده از یک رایانه به رایانه دیگر، رایانه دوم، سوم و... آلوده می‌شود و بدین گونه یک ویروس خود را منتشر می‌کند.

علاوه بر این، اغلب ویروس‌ها خود را به فایل‌های اجرایی متصل می‌کنند هر چند در برخی موارد به فایل‌های دیگر مانند فایل‌های آفیس نیز متصل می‌شوند.

اما هدف یک ویروس آن است که رایانه قربانی را کند کرده و در نهایت استفاده از آن را غیر ممکن بکند. به همین دلیل ویروس‌ها را عامل خراب کردن و از بین رفتن اطلاعات می‌دانند که با تمام قوا سعی در نابودی اطلاعات رایانه‌ی قربانی را دارند.

ویروس کرم استاکس نت، ویروس نامیده می‌شود

وابستگی رسانه های داخلی باعث شده تا حوزه فعالیت آنها محدود شود. به عنوان مثال رسانه ای که به یک سازمان دولتی وابسته است اجباراً نمی تواند آن سازمان وابسته را به چالش بکشد. این یکی از معضلات بزرگ رسانه های داخلی است. در بسیاری از کشورهای فعال در حوزه خبری، علت پیشرفت خود را انتشار اخبار به دور از حاشیه ها و اظهارنظر می دانند. رقابت و انتشار اخبار با رعایت اصول خبری باعث می شود تا مخاطب جذب کنند و این امر عامل اصلی بالا رفتن اعتبار آن می شود. در نهایت اعتبار نیز منجر به جذب آگهی خصوصی شده و رسانه را از نظر مالی حمایت می کند.

یک رسانه با وجود تمام ابزارهای لازم، در صورت ادامه روند پیشرفت خود در نهایت می تواند تبدیل به یک موسسه و یا بنگاه خبری شود.

در داخل ایران همه این روند، بر عکس عمل می شود. هر رسانه در ابتدا به دنبال یک حامی مالی می گردد و بعد به فکر نشر خبر است. شاید یک دلیل اصلی آن سود نبردن از تک فروشی و ترس از ورشکستگی است. بعضی رسانه ها به طور مستقیم، با آگهی ها، از طریق سوبسید و یا وابستگی سیاسی حامیانی پیدا می کنند. متأسفانه حامی مالی هم با توجه به اینکه تمام هزینه های مادی این رسانه را تامین می کند، در رسانه ای که خود حمایتش می کند، اجازه نمی دهد هیچ نقدی نسبت به خودش صورت گیرد.

با توجه به شکل گیری حزب ها و گروه های حامی دولت، امروزه بیشتر شاهد این دسته از رسانه ها هستیم. دیگر جراید نیز نسبت به محدودیت ها و اجبار در خودسانسوری، تنها هدفشان روشن ماندن شعله شمع رسانه و چرخیدن چرخ روزگار نویسندگان خود است.

از جمله این بنگاه های نشر خبر می توان به روزنامه ایران اشاره کرد که منحصرآ وابسته به دولت است. همشهری دیگر رسانه چاپی است که توسط شهرداری حمایت می شود. خبرگزاری فارس وابسته به دولت بوده و اکثر قریب به اتفاق روزنامه های موجود در گیشه های روزنامه فروشی به نوعی هم ردیف این نوع رسانه ها هستند.

با وجود نفوذ رسانه های وابسته به دولت و محدودیت های مطبوعاتی و سانسور خبری، رقابت کم و در نتیجه مخاطب ناراضی خواهد بود. رسانه های خبری وابسته کمتر به دنبال رعایت اصول خبری به خصوص «انصاف» هستند.

حال این سوال پیش می آید که با وجود این سیستم در کشور بزرگی مانند ایران چطور می توان همه اصول خبری مانند «دقت، انصاف و بی طرفی» را رعایت کرد؟

تفاوت رسانه های داخلی با دیگر رسانه های بین المللی چیست؟

اشتباهات جرس و مسئولیت روزنامه نگاری

(همشهری)

۲- خبر قدیمی را نباید به عنوان خبر تازه به مخاطب منتقل کرد. یکی از اصول اخلاقی روزنامه نگاری می گوید که «از انتشار اخبار قدیمی خودداری کنید. در صورت نیاز، قلمی بودن خبر را به گونه ای مشخص کنید.» (همان منبع)

۳- خبرنگار باید مراقب باشد که برای به دست آوردن یک خبر نباید دیگران را به خطر بیناندازد.

۴- رسانه و خبرنگار، خطاهای خود را بپذیرند و در زودترین هنگام ممکن آن را اصلاح کنند و به مخاطب نیز توضیح دهند. یکی دیگر از اصول اخلاقی روزنامه نگاری تأکید می کند که «از آن هایی که ممکن است به خاطر پوشش خبری متحمل ضرر و زیان شده باشند، دلجویی کنید.» (همان منبع)

۵- رسانه نباید در برابر کسانی که کمک مالی می کنند، تسلیم باشد و در برابر پوشش دادن یا ندادن رویدادی، خواسته های کمک کنندگان را بپذیرد.

یک خبرنگار و روزنامه نگار در حرفه خود مانند همه حرفه ها باید «اصول اخلاقی» را رعایت کند. هنگامی می توان گفت که یک رسانه به «اخلاق حرفه ای» پایبند است که «اصول حرفه ای روزنامه نگاری» را رعایت کند و در موقعیت های دشوار تصمیم گیری نیز وظایف حرفه ای را بر «منافع شخصی و سیاسی» ترجیح دهد.

سردبیران سایت جرس در ابتدا باید از خود شروع کنند و تلاش نمایند تا بیش از گذشته اصول اخلاقی روزنامه نگاری را رعایت کنند و سپس به برخی از خبرنگاران شان که ممکن است اصول حرفه ای را در مسیر خبررسانی فراموش کنند، یادآوری نمایند که نباید منافع شخصی یا سیاسی را بر وظایف حرفه ای ترجیح دهند.

سایت جرس در مدت فعالیت اش، چندین بار دست به اشتباهاتی زده اما در بیشتر موارد با فراموش کردن «مسئولیت های حرفه ای» و بدون هیچ توضیحی از کنار آن ها گذشته است.

«انتشار مصاحبه قدیمی محمدهادی نژادحسینیان، نماینده پیشین ایران در سازمان ملل به عنوان خبر تازه و تیتز یک، انتشار بدون اجازه سخنان مادر ندا آقاسلطان در یک گزارش و انتشار مصاحبه پروین تاجیک و حذف بدون توضیح آن» از جمله نمونه هایی است که اخیراً در سایت جرس رخ داده اما سردبیران این سایت به جای «مسئولیت پذیری» و توضیح، تلاش کرده اند که از کنار آن ها با بی تفاوتی بگذرند.

شاید بیهود باشد که انتظار داشته باشیم رسانه های غیر حرفه ای فارسی زبان، همان واکنشی را که مثلاً سی ان ان در برابر اشتباه یکی از سردبیرانش نشان داد و وی را اخراج کرد، داشته باشند اما با این وجود نباید فراموش کرد که «بی تفاوتی» هم سبب تکرار اشتباه و به خطر افتادن اعتبار رسانه می شود و هم ممکن است فردی را که طرف صحبت با خبرنگار قرار گرفته اما خبرنگار بدون اجازه سخنانش را ضبط و منتشر کرده، دچار مشکل کند و او را قربانی خبررسانی رسانه گرداند.

۱- به دست آوردن خبر از هر راهی و با هر شیوه ای بر خلاف اصول اخلاقی روزنامه نگاری است که به ما می گوید که «توجه داشته باشید در به دست آوردن اطلاعات و تهیه گزارش، به حریم دیگران صدمه ای وارد نشود. به یاد داشته باشید دنبال کردن یک خبر یا گزارش مجوز انجام هر عمل گستاخانه ای نیست.» (اصول اخلاقی روزنامه نگاری «جامعه روزنامه نگاران حرفه ای آمریکا»- مرکز آموزش و پژوهش

نقش رسانه‌ها در اعدام شهلا جاهد

اصول روزنامه‌نگاری را برای خاک خوردن در قفسه‌های کتابخانه نوشته‌اند. اخلاق روزنامه‌نگاری که همان پایبندی به اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری است برای قاب گرفتن در روزنامه نیست. این اصول باید نقشه راه روزنامه‌نگاران باشد.

۱- ماجرای شهلا جاهد، نمونه‌ای از یک اشتباه رسانه‌ای و نقض اصول روزنامه‌نگاری است. رسانه‌ها در ۹ سال گذشته آن قدر از شهلا جاهد نوشتند که اصلاً مخاطب فراموش کرد این ماجرا، طرف دیگری هم دارد. اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری می‌گوید که باید به واقعیت‌ها، نگاهی کامل، جامع و همه‌جانبه داشت. بی‌طرفی در روزنامه‌نگاری یعنی اینکه همه نظرها و دیدگاه‌هایی که درباره یک موضوع وجود دارد، پوشش داده شود.

مخالفت با حکم اعدام یا هر دلیل دیگری سبب شد که برخی رسانه‌ها، خیر و گزارش‌هایی را که درباره شهلا جاهد کار می‌کردند، یک‌طرفه بود. در روزنامه‌نگاری نمی‌توان تنها به پوشش یک سوی ماجرا پرداخت و از طرف دیگر غافل شد. نتیجه این جانبدارانه برخورد کردن‌ها، این می‌شود که خانواده مقتول بر اجرای حکم اعدام پافشاری کنند و درخواست‌ها برای جلب رضایت بی‌نتیجه بماند.

رسانه‌هایی که در این ۹ سال تنها یک طرف ماجرا را دیدند و فقط دیدگاه‌های شهلا و یا فعالان حقوق بشر را پوشش دادند، باید بپذیرند که هم بر خلاف اصول روزنامه‌نگاری عمل کردند و هم کار را برای «نجات جان یک انسان از اعدام»، سخت‌تر کردند.

گزارش‌ها نشان می‌دهد که دیروز هیات صلح و سازش تلاش زیادی کرده‌اند تا خانواده خانم لاله سحرخیزان (مقتول) را راضی کنند تا از تقاضای قصاص شهلا بگذرند اما یکی از دلایلی که آن‌ها را مصر به اجرای این حکم کرده «مصاحبه‌های شهلا و وکیل وی» اعلام شده است. رسانه‌ها کافی بود در این ۹ سال، سخنان خانواده مقتول را نیز می‌شنیدند و آن‌ها را منعکس می‌کردند. این اقدام، دست کم آن‌ها را آرام‌تر می‌کرد. در این ۹ سال خانواده مقتول با خبرها، مصاحبه‌ها و گزارش‌های یک‌طرفه روبرو بودند، این اقدام غیرحرفه‌ای رسانه‌ها، بی‌تردید برای خانواده مقتول آزاردهنده بوده و بر دردهای آن‌ها بیش از گذشته افزوده است.

یک رسانه باید از هر اقدامی که سبب می‌شود جان انسانی به خطر افتد، دوری کند. یک‌سویه نگری رسانه‌ها در این چند سال سبب شد که شهلا هر روز بیش از روز پیش به مرگ نزدیک‌تر شود.

۲- برخی دیگر از رسانه‌های ایران مانند روزنامه‌های آرمان و تهران امروز با زیر پا گذاشتن اخلاق روزنامه‌نگاری، سه‌شنبه شب ۹ آذر ۸۹ یعنی ساعت‌ها پیش‌تر از هنگام اجرای حکم اعدام شهلا (خانم جاهد ساعت پنج صبح چهارشنبه ۱۰ آذر ۸۹ اعدام شد)، «پایان ماجرای شهلا» را تیتیر صفحه نخست خود کردند. این دیگر چه روزنامه‌نگاری‌ای است که ساعت‌ها قبل از مرگ فردی، درباره زنده نماندن او داوری می‌شود. یک رسانه چگونه می‌تواند قبل از مرگ انسانی، «پایان» او را تیتیر کند؟ مساله این است که اخلاق روزنامه‌نگاری در برخی از رسانه‌ها فراموش شده است.



اعدام

اعدام شهلا جاهد



اگر شهلا جاهد اعدام نمی‌شد، روزنامه‌ها با تیرهای از پیش آماده چه می‌کردند

قمار برای رقابت با رسانه‌های سریع‌تر

آینده را هم دربر می‌گیرد، استفاده کرده بودند، مانند «شهلا امروز اعدام می‌شود» یا «امروز شهلا پای چوبه دار می‌رود». تیتیر برخی از مطبوعات هم اصلاً فعل نداشت، مثل «پایان داستان شهلا جاهد». در این میان می‌توان تیتیر روزنامه‌هایی را محافظه‌کارانه دانست که از «احتمال» اعدام شهلا صحبت می‌کردند همچون «آیا معروف‌ترین پرونده قتل در دهه ۸۰ مختومه می‌شود؟» وقتی محتوای گزارش‌های این تیتیرها را می‌خوانیم، می‌بینیم که آنها به قطعیتی که در تیتیر برای اعدام در نظر گرفته شده، قائل نیستند اما این کار را نمی‌تواند عذری برای نوشتن تیتیر اشتباه دانست چون نوشتن تیتیری که محتوای گزارش را نمایندگی نکند نیز امری غیرحرفه‌ای است.

ممکن است بگوییم شهلا حکم اعدام را از ظهر روز گذشته گرفته بود و به انفرادی پیش از اعدام هم رفته بود و خواهان قصاص هم به هیچ وجه رضایت نداده بودند. کار از این حرف‌ها گذشته بود و حتی خانواده مقتول تلاش سینماگران خوشنام را هم برای رضایت گرفتن ناکام گذاشته بودند. بنابراین شهلا به احتمال خیلی زیاد اعدام می‌شد. اما آیا اینها دلیلی برای چاپ تیتیر یک واقعه پیش از وقوع است؟

هنگام اجرای حکم اعدام، ممکن بود ناگهان احساسات بر شاهدان اعدام غلبه می‌کرد و قاتل را می‌بخشیدند. شهلا از سوی مطبوعات حمایت می‌شد و خواهان قصاص تحت فشار افکار عمومی بودند تا رضایت بدهند و این فشار در لحظات اعدام به بیشترین حد می‌رسید و ممکن بود روی خواهان تاثیر بگذارد. خبر رضایت خانواده‌ای که با شنیدن صدای نی قاتل، او را پای چوبه دار بخشیده بودند، نمونه‌ای از حوادث غیرمترقبه صحنه‌های اعدام است. بنابراین اگر شهلا تا آخر روز چهارشنبه اعدام نمی‌شد، تیتیر «شهلا امروز اعدام می‌شود» غلط از آب درمی‌آمد.

ممکن است برخی روزنامه‌نگاران بگویند اگر شهلا اعدام نمی‌شد، به معنی رضایت خانواده مقتول بود و به هر حال تیتیر «پایان هشت سال کابوس اعدام» درست بود. اما اگر شهلا در

پیش‌بینی چقدر باید در روزنامه‌نگاری خبری وجود داشته باشد؟ ماجرای اعدام شهلا جاهد و شیوه انعکاس این خبر در روزنامه‌ها، این سوال را پیش می‌آورد که اگر به هر دلیلی شهلا اعدام نمی‌شد، برخی روزنامه‌ها که خبر اعدامش را با عکس و تیتیرهایی قطعی در صفحه اول خود منعکس کرده بودند، چه باید می‌کردند.

روزنامه‌های روز چهارشنبه ۱۷ آذر ۸۹، چنین تیتیرهایی بر صفحه اول خود داشتند: «پایان هشت سال کابوس اعدام»، «پایان داستان شهلا جاهد»، «پرونده شهلا امروز بسته می‌شود»، «شهلا امروز اعدام می‌شود»، «عشقی که سرانجام به چوبه دار رسید»، «۷۲ ساعت آخر بازی مرگ»، «امروز شهلا پای چوبه دار می‌رود»، «حکم قصاص جنجالی‌ترین پرونده جنایی دهه ۸۰ سحرگاہ امروز اجرا شد/ اعدام شهلا در اوین»، «آیا معروف‌ترین پرونده قتل در دهه ۸۰ مختومه می‌شود؟ / سرنوشت شهلا!»

شهلا بامداد روزی اعدام شد که روزنامه‌ها خبر اعدامش را تیتیر کرده بودند و با لحاظ مسائل فنی، از جمله نوشتن گزارش، حروفچینی، نمونه‌خوانی، صفحه‌آرایی، عملیات چاپ و توزیع، غیرممکن بود که روزنامه‌ها فرصت می‌داشتند پس از اعدام، خبر را به چاپخانه بفرستند. وقتی شهلا پای چوبه دار می‌رفت، روزنامه‌های چاپ‌شده با تیتیر اعدام او بر و انت‌های توزیع در راه ده‌های مطبوعاتی بودند.

بنابراین وقتی مدیران روزنامه‌ها تیتیر گزارش درباره شهلا را می‌نوشتند، هنوز شهلا در سلول انفرادی بود و اعدام اجرا نشده بود. روزنامه‌ها باید تیتیری درباره شهلا ابداع می‌کردند که وقتی فردا مخاطب با آن مواجه می‌شود، هنوز دارای جذابیت باشد و از سوی دیگر، طوری باشد که اگر شهلا اعدام نشد، که با توجه به شرایط او احتمالش هر چند ضعیف اما ممکن بود تیتیرشان غلط نباشد.

تعداد کمی از روزنامه‌ها در تیتیر خبر اعدام از فعل ماضی استفاده کرده بودند اما اغلب آنها از زمان مضارع اخباری که زمان

لحظات اعدام ناگفته‌های از ماجرای قتل سال ۸۱ را عنوان می‌کرد به طوری که نیاز به تحقیقات بیشتری پیش می‌آمد، آیا کابوس اعدام پایان یافته بود. بدون هیچ شبیه‌سازی بین پرونده شهلا و پرونده مجید سالک محمودی، قاتل سریالی دهه ۶۰، باید گفت نمونه سالک محمودی نشان می‌دهد که هر که از چوبه دار زنده پایین بیاید پرونده‌اش مختومه نمی‌شود. سالک محمودی چند بار هنگام اعدام، به قتل‌های دیگری اعتراف کرد که ناچار پرونده‌اش را مجدداً به جریان انداخت. او از این شگرد استفاده می‌کرد تا اعدام را به تاخیر بیندازد. بنابراین اگر شهلا ناگفته‌های را از روز قتل بازگو می‌کرد، اعدام نمی‌شد اما پرونده‌اش بسته هم نشده بود و تیتیر «پایان هشت سال کابوس اعدام» اشتباه بود.

شهلا جاهد در هشت سال گذشته، به هر دلیلی به شخصیت رسانه‌ای جذابی تبدیل شده بود و خبر اعدامش هر روزنامه‌نگاری را تحریک می‌کرد تا از آن برای جذب مخاطب بیشتر استفاده کند. اما اگر تیتیر خبر طوری باشد که در شرایط پیش‌بینی نشده اشتباه از آب دربیاید، به همان اندازه که ممکن است مخاطب بیشتری جذب کند، صدمه‌ای شدیدتر بر اعتبار رسانه خواهد زد. اعتبار یک رسانه با مدت‌ها کار حرفه‌ای و به تدریج به دست می‌آید اما یکباره ممکن است از دست برود البته نیازی نیست در این باره اغراق کنیم و بگوییم اشتباه یک روزنامه باعث نابودی کامل اعتبار آن خواهد شد اما صدمه‌ای بزرگ محسوب می‌شود. یکی از بزرگان مطبوعات ایران تعریف می‌کرد که هنگام جنگ خلیج فارس نویسنده روزنامه‌های باسابقه، درست در روزی که امریکا قرار بود به عراق حمله کند در صفحه اول در تیتیری نوشته بود که به دلایل زیادی امریکا حمله نخواهد کرد، اما صبح همان روز که روزنامه روی دکه بود، امریکایی‌ها جنگ را شروع کرده بودند. این پیش‌بینی ناموفق از آب درآمده بود و ریشخند مخاطبان را به همراه داشت.

در نمونه‌های دیگر، چند سال پیش، خبرنگاری یکی از روزنامه‌ها بنا به اطلاعاتی که از داوران جشنواره فیلم فجر به دست آورده بود، گزارش اختتامیه جشنواره را نوشت و با تخیل روزنامه‌نگارانه گزارش کرد که کدام جایزه را چه کسی به که داده است. او در آن گزارش تخیلی، حتی فضای سالن را هم توصیف کرد که پر از جمعیت بوده و چه مهمان‌هایی حضور داشته‌اند. روزنامه که تیتیر اولش آن گزارش بود، به چاپخانه رفت تا پیش از اینکه اختتامیه جشنواره فجر تمام شود، گزارش آن برای شماره فردا چاپ شود. فردا که روزنامه منتشر شد، روزنامه‌نگاری که آن خبر را نوشته بود خوشحال بود که در رقابت با سایر روزنامه‌ها پیروز شده و به اصطلاح مطبوعاتی، به بقیه روزنامه‌ها «خبر زده» و خبر جشنواره را «سوزانده» است، اما در این میان دو غلط کوچک هم در گزارشش پیش آمده است که به نظر او در قیاس با پیروزی بزرگی که به دست آورده، قابل اغماض است. اما به هر حال، او مواردی را اشتباه گزارش کرده بود و دقت را که یکی از مولفه‌های مهم گزارش‌نویسی است، خودخواسته زیر پا گذاشته بود. اگر اختتامیه به صورت غیرعادی برگزار می‌شد، مثلاً یکی از برندگان در سالن سکنه می‌کرد و از دنیا می‌رفت، این اشتباه بسیار بزرگ‌تر هم می‌شد چون دیگر فهرست برندگان جشنواره مهم نبود بلکه آن اتفاق پیش‌بینی نشده مهم بود و اگر مدیران روزنامه برای اعتبار خود ارزش قائل بودند باید آن شماره را خمیر می‌کردند.

ماجرا به همین سادگی هم نیست. اگر قرار باشد تیتیرهای پیش‌بین در مطبوعات از بین برود، پس تکلیف تیتیرهایی مثل «رئیس‌جمهور امروز به مازندران می‌رود»، «ایران در ونزوئلا سد می‌سازد» یا «ترکیب تیم پرسپولیس در بازی فردا» چه خواهد شد. روزنامه‌ها می‌توانند مسوولیت اشتباه بودن احتمالی این خبرها را در آینده، با نقل خبر از دفتر رئیس‌جمهور، روابط عمومی وزارت نیرو یا مربی تیم پرسپولیس، از خود سلب کنند و از اعتبار آنان خرج کنند. اما خبر اعدام شهلا، نقل از کسی نبود. گزارش‌نویسان ماجرای اعدام را به نقل از خود اعلام کرده بودند تا اطمینان بیشتری جذب کند و در نهایت دراماتیک‌تر جلوه کند. بنابراین مسوولیت صحت آن خبر را خبرنگاران روزنامه‌ها بر عهده گرفته بودند، پس باید در تیتیرنویسی دقت می‌کردند.

روزنامه‌نگاری در ابتدای قرن بیستم کار راحت‌تری بود. روزنامه‌ها رقیبی نداشتند و با خیال راحت وقایع را گزارش می‌کردند. اما از روزی که رادیو و بعدتر تلویزیون به میدان آمد، روزنامه‌ها ناچار برای اینکه مخاطبان خود را از دست ندهند سعی کردند خبرهای هرچه تازه‌تری چاپ کنند. حالا که سایت‌های خبری هم پا به عرصه رقابت گذاشته‌اند، کار سخت‌تر نیز شده است. روزنامه‌های چهارشنبه هفته گذشته نمی‌خواستند صبر کنند تا شهلا اعدام شود و رادیوها و تلویزیون‌ها و سایت‌های خبری داستان اعدام را تعریف کنند و فردا که هر مخاطبی به ماجرا پی برده است، بگویند شهلا اعدام «شد». اما آیا روزنامه‌ها که ۲۴ ساعت بعد از ماجرا منتشر می‌شوند، توان رقابت خبری با رسانه‌های آنلاین را دارند؟ آیا برای اینکه در این بازی عقب نمانند، باید بر سر اعتبار خود قمار کنند؟ نشریات مکتوب می‌توانند با تحلیل وقایع، توصیف فضا، چاپ یادداشت و گزارش‌های مفصل که خواندن آن در رادیو و تلویزیون ساعت‌ها طول می‌کشد، از امکانات اختصاصی خود استفاده کنند. آنها هنوز خوراکی برای مخاطبان خود که نخیه‌تر و تحصیلکرده‌تر و البته کم‌شمارتر اما تاثیرگذارتر هستند، دارند و می‌توانند هنگام وقوع یک خبر مهم خونسردتر عمل کنند و از امکانات خود واقع‌گرایانه‌تر استفاده کنند.



اصول اخلاق روزنامه‌نگاری جامعه‌روژنامه‌نگاران حرفه‌ای

ترجمه: محمد امین خرمی

دولت در این زمینه باید شفاف باشد. روزنامه‌نگار موظف است در این زمینه وظیفه نظارت داشته باشد.

ضرر و زیان را به حداقل برسانید
روزنامه‌نگاران اخلاقی با منابع، سوژه‌ها و همکاران خود، مانند انسان‌هایی برخورد می‌کنند که لایق احترام هستند.

• از آن‌هایی که ممکن است به خاطر پوشش خبری متحمل ضرر و زیان شده باشند، دلجویی کنید. زمانی که با کودکان و یا منابع و سوژه‌های بی‌تجربه روبرو هستید، بیشتر دقت کنید.

• زمانی که به دنبال مصاحبه گرفتن یا تهیه عکس از کسانی هستید که دچار اتفاقی غم‌انگیز شده‌اند، دقت کنید از نظر روحی به آن‌ها صدمه‌ای وارد نشود.

• توجه داشته باشید در بدست آوردن اطلاعات و تهیه گزارش، به حریم دیگران صدمه‌ای وارد نشود. به یاد داشته باشید دنبال کردن یک خبر یا گزارش مجوز انجام هر عمل گستاخانه‌ای نیست.

• بین افراد عادی، چهره‌های عمومی و آن‌ها که در قدرت هستند، تفاوت قائل شوید. مردم عادی حق دارند اطلاعات خصوصی خود را حفظ کنند. تنها یک اضطرار در رابطه با حقوق عمومی می‌تواند ورود به زندگی خصوصی افراد را توجیه کند.

• برای تهیه گزارش در مورد کودکان و نوجوانانی که قربانی تجاوز جنسی شده‌اند، جوانب مختلف موضوع را به خوبی بسنجید.

• قبل از صدور حکم دادگاه، هیچ‌گاه متهم را مجرم نخوانید.
• همان‌طور که به فکر حقوق عموم هستید و آن‌را پیگیری می‌کنید، به فکر حقوق متهم نیز باشید تا در جریان محاکمه از حقوق خود برخوردار باشید.

مستقل باشید
روزنامه‌نگاران باید خود را از هرگونه وابستگی دور کنند و تنها به حقوق عمومی توجه داشته باشند.

• از تضاد منافع دوری کنید.
• از وابستگی به انجمن‌ها، گروه‌ها و هر نوع فعالیتی که ممکن است به فعالیت حرفه‌ای شما ضربه وارد کند، اجتناب کنید.

• از قبول هدیه، سفر مجانی و پیشنهادات ویژه‌ای که ممکن است به شما بشود، امتناع کنید. از شرکت در فعالیت‌هایی که ممکن است با وظیفه شما به عنوان روزنامه‌نگار تداخل داشته باشند، دوری کنید.

• نسبت به عملکرد آن‌هایی که قدرت را در دست دارند، هوشیار و شجاع باشید.

• آن‌هایی که در رسانه شما آگهی می‌دهند یا برخی گروه‌های فشار ممکن است برای پوشش یا عدم پوشش خبری در رابطه با موضوعی، خواسته‌های غیر معمول داشته باشند. در برابر این خواسته‌ها مقاومت کنید.

• نسبت به منابعی که در برابر پول حاضر به در اختیار گذاشتن اطلاعات هستند هوشیار باشید. از معامله بر سر خبر اجتناب کنید.

پاسخگو باشید
روزنامه‌نگاران در برابر مخاطبین خود مسئول هستند.

• در مورد پوشش خبری به مخاطبین خود توضیح دهید و با آن‌ها تعامل داشته باشید.

• مردم را تشویق کنید تا خواسته‌های خود از رسانه‌های خبری را مطرح کنند.

• خطاهای خود را بپذیرید و فوراً آن‌ها را اصلاح کنید.

• خطاهای غیر اخلاقی روزنامه‌نگاران و رسانه‌های خبری را منتشر کنید. در عین حال، نکات مثبت آن‌ها را نیز در نظر بگیرید و از آن‌ها استفاده کنید.

منبع: Society of Professional Journalists

اصول اخلاقی زیر در سال ۱۹۹۶، از سوی جامعه روزنامه‌نگاران حرفه‌ای منتشر شده است.

اعضای «جامعه روزنامه‌نگاران حرفه‌ای» بر این اعتقادند که روشنگری در راستای حقوق مردم، طلایه‌دار عدالت و اساس دموکراسی است. وظیفه روزنامه‌نگار، جستجوی واقعیات و انعکاس عادلانه و کامل مسائل و رخدادها است. روزنامه‌نگاران وظیفه شناس، از هر رسانه‌ای که باشند، تلاش می‌کنند با صداقت در خدمت عموم باشند. امانت داری حرفه‌ای سنگ بنا اعتماد به یک روزنامه‌نگار است.

حقیقت را جستجو و منعکس کنید
روزنامه‌نگاران باید در جمع آوری، انعکاس و تفسیر اطلاعات و وقایع راستگو، عادل و شجاع باشند.

شما به عنوان روزنامه‌نگار باید:
• صحت اطلاعات را از تمام منابع کنترل کنید و احتیاط به خرج دهید تا از بروز خطاهای سهوی جلوگیری نمایید. تحریف عمدی هیچ‌گاه قابل قبول نیست.

• سعی کنید افرادی که از آن‌ها در خبرها اسم آورده شده را پیدا کرده و برای آن‌ها نیز فرصت اظهار نظر و پاسخ فراهم کنید.

• تا جایی که امکان دارد از منابع متعدد استفاده کنید. مردم بیشتر به دنبال اطلاعاتی هستند که دارای منبع مشخص باشند.

• قبل از این که به منابع خود قول بدهید که نامشان را محفوظ نگه می‌دارید، از هدف آن‌ها در ارائه خبر مطمئن شوید. به وضوح مشخص کنید که این منابع در برابر اطلاعاتی که در اختیارشان قرار می‌دهند، چه انتظاری دارند.

• مطمئن شوید که تیرها، رپرتاژ آگهی‌ها، عکس‌ها، ویدئوها، پادکست‌ها و نقل قول‌ها گمراه‌کننده نیستند و منظور را به خوبی می‌رسانند. این‌ها نباید به گونه‌ای استفاده شوند که واقعیتهای کوچک جلوه دهند و یا در مسئله‌ای اغراق داشته باشند.

• هیچ‌گاه نباید محتوای خبر، عکس و یا ویدئو را تحریف کنید. ویرایش عکس‌ها به دلایل فنی برای استفاده در رسانه مورد نظر، اشکالی ایجاد نمی‌کند. فیلم‌ها و عکس‌هایی که مونتاژ شده‌اند را باید با گونه‌ای مشخص کرد.

• از انتشار اخبار قدیمی امتناع کنید. در صورت نیاز، قدیمی بودن خبر را به گونه‌ای مشخص کنید.

• از جمع آوری اطلاعات به صورت محرمانه و پنهانی خودداری کنید، مگر این که از راه‌های معمول نتوانید به اطلاعات مورد نیاز دست پیدا کنید و ضرورت داشته باشد که افکار عمومی را از آن‌ها مطلع کنید. در صورتی که از این روش‌ها استفاده می‌کنید، در جایی از گزارش باید به آن اشاره نمایید.

• هیچ‌گاه دست به سرقت ادبی نزنید.

• ارزش‌های فرهنگی جامعه خود را به خوبی بشناسید و از تحمیل آن‌ها به دیگران خودداری کنید.

• از پرداختن به کلیشه‌ها در رابطه با نژاد، جنسیت، سن، دین، قومیت، جغرافیا، ناتوانی، شکل ظاهری و جایگاه اجتماعی افراد خودداری کنید.

• از تبادل آزاد دیدگاه‌ها، حتی دیدگاه‌های مخالف حمایت کنید.

• صدای آن‌هایی را منعکس کنید که صدایشان شنیده نمی‌شود. منابع رسمی و غیر رسمی اطلاعات، هر دو به یک اندازه دارای ارزش هستند.

• تحلیل و یادداشت را باید از خبرها جدا کرد و آن‌ها را به گونه‌ای مشخص و مجزا از متن خبر منتشر کنید.

• بین خبر و تبلیغات تفاوت قائل شوید و از مطالبی که در فضای خاکستری بین این دو قرار می‌گیرند، استفاده نکنید.

• به امور عمومی باید به صورت آشکار پرداخته شود و عملکرد

اخلاق در روزنامه‌نگاری آنلاین

روبرت نیلز - ترجمه محمد امین خرمی

اصول اخلاقی روزنامه‌نگاری آنلاین با اصول کلی اخلاق در روزنامه‌نگاری تفاوتی ندارد. آنچه در این جا آورده می‌شود، اصولی است اساسی که افراد فعال در عرصه روزنامه‌نگاری آنلاین، باید به آن‌ها پایبند باشند.

سرقت ادبی ممنوع

بدون شک تاکنون در یافته‌اید که نوشتن کار سختی است. مطمئناً هیچ گاه دوست ندارید فرد دیگری نتایج زحمات شما را به راحتی صاحب شود و آن را به عنوان کار خود ارائه دهد. بنابراین به نوشته دیگران دستبرد نزنید.

دستبرد زدن به مطلب دیگران، همان سرقت ادبی است. سرقت ادبی تنها شامل کپی کردن نوشته‌های دیگران نیست، بلکه کپی کردن از عکس‌ها، گرافیک و ویدئوهای دیگران و قرار دادن آن‌ها در وب سایت خود، هم نوعی سرقت ادبی است. اگر می‌خواهید از مطلبی استفاده کنید، به جای کپی کردن مطلب، لینک آن را در وب سایت خود قرار دهید. در صورتی که این نگرانی را دارید که ممکن است صفحه مورد نظر از سایت منبع حذف شود، حتماً نام منبع منتشر کننده و تاریخ انتشار آن را به این صورت ذکر کنید: «وال استریت ژورنال در مطلبی به تاریخ ۲۰ سپتامبر، گزارش داد...»

شفاف سازی

به مخاطبین خود بگویید که چگونه اطلاعات را به دست آورده‌اید و چه عواملی در انتشار مطلب نقش داشته‌اند. در صورتی که با افراد یا گروهی که در رابطه با آن‌ها می‌نویسید، ارتباطی شخصی یا حرفه‌ای دارید، آن را توضیح دهید. مخاطبین شما لیاقت آن را دارند که بدانند چه عواملی در تهیه گزارش یا نوشتن مطلب شما تأثیرگذار بوده است.

این که برای چه کسی کار می‌کنید و یا منابع مالی سایت از کجا تأمین می‌شود را پنهان نکنید. در صورتی که در سایت از تبلیغات استفاده می‌کنید، آن‌ها را به گونه‌ای مشخص و مجزا ارائه کنید.

تطمیع ممنوع

یکی از راه‌ها برای جلوگیری از بروز تضاد منافع، امتناع از دریافت پول از منابعی است که آن‌ها را پوشش خبری می‌دهید. روزنامه‌نگاری که بدین منظور، هدیه قبول می‌کند در معرض این اتهام قرار می‌گیرد که در جهت تبلیغات برای آن منابع کار را انجام داده است. با امتناع از دریافت این گونه پیشنهادها، به راحتی خود را از شر این بحث و جدل‌ها رها کنید.

بسیاری از سازمان‌های خبری، در صورتی که از آنها دعوت شود، به خبرنگاران خود این اجازه را می‌دهند که به صورت رایگان در برخی گردهمایی‌ها شرکت کنند تا بتوانند گزارش آن را تهیه کنند. در عین حال، این سازمان‌ها مانع حضور خبرنگاران خود در سفرهای تفریحی جانبی این گردهمایی‌ها می‌شوند.

ممکن است برخی از شرکت‌ها کالاهای خود را برای بررسی تخصصی به دفاتر روزنامه‌ها بفرستند. کالاهایی که ارزش زیادی دارند را باید به شرکت فرستنده بازگرداند، اما اقلام کوچک تری مانند کتاب را می‌توان به طور مثال به یک کتابخانه محلی یا یک مدرسه هدیه داد.

از سوی دیگر، روزنامه‌نگاران نیز به نوبه خود نباید از مراکزی که فعالیت‌های آن‌ها را پوشش خبری می‌دهند، درخواست پول کنند. در صورتی که سایت شما از تبلیغات استفاده می‌کند منابع خبری را مجبور نکنید که در قبال کار شما، به سایت تبلیغات بدهند. فرد دیگری به صورت مستقل باید وظیفه جذب آنگهی را بر عهده بگیرد.

اطمینان از صحت خبر

تنها به خاطر این که فرد دیگری خبری را نقل کرده، نمی‌توان آن را منتشر کرد. به مخاطبین خود اطلاعاتی را بدهید که صحت آن‌ها را از منابع مختلف کنترل کرده‌اید. نوشته خود را بار دیگر قبل از انتشار مرور کنید.

برای تقویت نوشته خود، در کنار استفاده از اظهارنظرهای دیگران از آمار و ارقام نیز استفاده کنید. مطمئن شوید اطلاعاتی که بر اساس آن مطلب خود را تنظیم می‌کنید، صحت داشته باشد.

اگر مطلب شما در مورد فرد دیگری است، با او تماس بگیرید و نظر خود او را نیز بخواهید. در صورتی که سوژه شما وبلاگ یا وب سایتی دارد، لینک آن را در مطلب خود قرار دهید. این لینک به فرد کمک می‌کند از مطلبی که در مورد او نوشته‌اید مطلع شود. همچنین مخاطب شما می‌تواند با رجوع به وبلاگ یا وب سایت فرد مورد نظر، اطلاعات بیشتری در مورد او کسب کند.

همیشه به یاد داشته باشید که فریب مخاطب، برای شما احترام و اعتبار به همراه نمی‌آورد.

صادق باشید

با مخاطبین خود صادق باشید و در کار خود با آن‌ها به صورت شفاف برخورد کنید. اگر مخاطبین شما حتی برای لحظه‌ای نسبت به صداقت شما شک کنند، اعتبار شما نزد آن‌ها از دست رفته است. اجازه ندهید این اتفاق رخ بدهد؛ به همین دلیل پیش از این که در ذهن مخاطبین سؤالی ایجاد شود، آن را پاسخ دهید.

و مهم‌ترین نکته این که هیچ‌گاه از قدرت رسانه‌ای خود برای اهداف شخصی و آزار دیگران استفاده نکنید.

منبع: The Online Journalism Review

این اصول در روزنامه نگاری ما غایب است

دارند همکاری و مشارکت داشته باشند چرا که قطعاً این روند همکاری منجر به تحت تاثیر قرار گرفتن دیدگاههای آنها میشود. (لس آنجلس تایمز)

۱۷- روزنامه نگاران نباید بطور مستقیم یا غیر مستقیم با مراکز و موسساتی که در جهت تضاد با منافع نشریه گام برمی دارند همکاری کنند. روزنامه نگاران حق ارائه مشاوره و نظر در خصوص موفقیت سایر رسانه های خبری را ندارند. آنها حتی نباید به دفاتر کاندیداهای انتخاباتی، دفاتر برنامه ریزی تیم های ورزشی و نیز انتشار گزارشهای سالانه برخی مراکز مشاوره و یا نوشته ای بر خلاف نظر سردبیر مجموعه بدهند. (نیویورک تایمز)

۱۸- روزنامه نگاران نباید بطور مخفیانه در بولتن های محرمانه، کتابهای در دست انتشار و یا گزارشهای سالانه مراکز دولتی، انستیتوها و یا صاحبان آگهی تحت پوشش، گزارش و یا دست نوشته ای بدون کسب اجازه از مدیران خبری خود داشته باشند. (NPR)

۱۹- حضور روزنامه نگاران در میز گرد ها و مصاحبه های رادیو، تلویزیونی یا بد کسب اجازه از سردبیران و مدیران خبر نشریه خود صورت گیرد. چرا که بیان دیدگاههای شخصی آنها از سوی مخاطبان به منزله دیدگاههای نشریه شان قلمداد می شود. همچنین گفتگو در مورد استراتژیهای داخلی نشریه و یا نحوه عملکرد آن در مصاحبه های رادیو تلویزیونی باید منوط به کسب اجازه از سردبیران و مدیران خبر باشد. (NPR)

۲۰- اعضای تحریری نباید دعوت از سخنرانی ها، بخصوص سخنرانی در مجامع و مراکز که مغایر با سیاست های نشریه است بپذیرند. در موارد استثنا کسب مجوز از سردبیران و مدیران خبر الزامی است. (نیویورک تایمز)

۲۱- روزنامه نگاران در صورت حضور در شبکه های تلویزیونی و دیگر رسانه های خبری چون اینترنت نباید به بیان دیدگاههای خود منجر به آشکار سازی اهداف، خط مشی و استراتژیهای داخلی نشریه میشوند بپردازند. آنها نباید در شوهای تلویزیونی که اهدافی مغایر با سیاستهای نشریه دارد شرکت کنند. (NPR)

۲۲- داشتن وبلاگ امتیازی است که روزنامه نگاران نشریه برای بیان و دیدگاه های خویش از آن بهره مند خواهند بود. مهم نیست که وبلاگ نویسان تا چه میزان تلاش می کنند که مطالبشان متمایز از مطالب موجود در نشریه باشد بلکه نکته اینجاست که به هر حال مخاطبان، آنان را به عنوان همکار این نشریه شناخته و تخلفاتشان را به پای نشریه می نویسند. بنابراین هریک از اعضا که مایل به داشتن وبلاگ است باید مدیران خبری و سردبیران خود را در جریان قرار داده و در واقع با کسب اجازه از آنها اقدام به راه اندازی وبلاگ کند. تقاضاهای آنها در صورتی مورد قبول خواهد بود که فعالیت وبلاگ مغایر با کار نشریه نباشد. در صورت پذیرش سردبیران، اعضای وبلاگ نویس باید در نوشته های خود مطابق استانداردهای نشریه عمل کنند. نباید مطالبی که مورد قبول سردبیران نشریه نیست و مغایر با مصالح نشریه است منتشر کنند. (لس آنجلس تایمز)

۲۳- داشتن وب سایت شخصی آزاد است اما از آنجائی که فعالیت اصلی اعضای تحریریه، کار در این نشریه است و اعضا تحت عنوان نویسندگان این نشریه شناخته می شوند، هر گونه فعالیت آزاد در بخش های آنلاین و داشتن وب سایت باید همسو با فعالیت های نشریه بوده و هیچ مغایرتی با اهداف و سیاستهای نشریه نداشته باشد. (نیویورک تایمز)

۲۴- روزنامه نگاران نباید هیچ بیانیهای را اعضا کنند. نظرات و انتقادات فقط از طریق یادداشت با نظر سردبیران منتقل می شود. (لوموند)

۲۵- هیچیک از اعضا نباید مبادرت به فروش و یا در اختیار گذاردن اطلاعات و اخبار بدست آورده بدون اطلاع افراد پیش از انتشار به افراد خارج سازمان خبری کنند. (نیویورک تایمز)

۲۶- وظیفه اصلی و اولیه یک روزنامه نگار جمع آوری اطلاعات، تحریر و تصحیح آن برای درج در نشریه ای است که در آن فعالیت می کند. بر این اساس روزنامه نگاران باید در حفظ و نگهداری مطالب تا قبل از انتشار کوشش کنند نباید به واسطه ارتباطات عاطفی و اجتماعی مطالب را پیش از انتشار آشکار سازند. (NPR)

۲۷- هیچیک از اعضای تحریری نباید از نام و عنوان نشریه استفاده شخصی کنند. اعضا نباید از کارت شناسایی مربوط به روزنامه برای کارهای غیر مرتبط با کار سواستفاده کنند. این موضوع بخصوص در مواقعی که قصد ورود به سازمانی دولتی، اقتصادی و یا خصوصی برای انجام امور شخصی دارند باید مورد توجه قرار گیرد. (نیویورک تایمز)

۲۸- روزنامه نگاران باید مراقب دعوت به صرف نهار و شام از طرف منابع مختلف باشند. روزنامه نگاران حق ندارند سفرهایی را که هزینه آن به عهده سازمان و نهاد خاصی است قبول کنند مگر با اجازه روزنامه و در صورت مهم بودن اطلاعاتی که قرار است در سفر جمع آوری شود. (لوموند)

۲۹- روزنامه نگاران حق دریافت بلیت های رایگان برای تئاتر، فیلم و مسابقات ورزشی را بدون اطلاع مدیران خبری خود ندارند. (نیویورک تایمز)

۳۰- هر گونه نتاژ، تغییر و روتوش عکس توسط وسایل الکترونیکی و نیز تغییر لوگوی مطالب که منجر به گمراهی و سردرگمی خوانندگان می شود ممنوع است. در صورت الزام به ایجاد تغییر در عکس ها و تصاویر، مراتب باید همراه با توضیح در نزدیکترین بخش عکس صورت گیرد. توجه به این موضوع به بخش آرشو عکس نیز کمک خواهد کرد (مرامنامه اخلاقی مطبوعات سوئد)

خبر آنلاین، حسین انتظامی: روزنامه نگاری در کشور ما مثل بسیاری دیگر از مفاهیم وارداتی متأسفانه سیر آفت هایی است که عمدتاً ریشه در دو علت دارد: اول، کمی برداری ناقص و دوم، ناتوانی در بومی سازی آن. واقعیت آن است که مغرب زمین در اموری چون دمکراسی، تحزب و رسانه با مفاهیم رایج آن پیشگام بوده است (لااقل در اینجا فرصت مناقشه در این نکته نیست که آیا مصادیق یاد شده در پیشینه تمدنی ایران - اسلامی ما نسبت به غرب تقدم داشته است یا نه، زیرا در مقام حاضر درباره مفاهیم موجود این مصادیق بحث و آن را مراد می کنیم).

آنها در طی سالیان متمادی همپای تولد و رشد این مفاهیم، لوازم آن را نیز فراهم کرده اند و رشد داده اند ولی ما در کمی برداری شتابزده خود و به جهت آن که از نیمه راه وارد چنین مقولاتی شده ایم بسیاری از لوازم آن را ندیده ایم یا فهم ناقص داشته ایم که یادآور مثال عبرت آموز مثنوی (فیل در تاریکی) است. پاره ای مقدمات و شاخص ها را دریافته ایم و از درک پاره ای دیگر عاجز بوده ایم. مثلاً خواننده ایم یا شنیده ایم که رسانه های آن جغرافیا آزادند و تلاش داشته ایم این وجه را اقتباس کنیم و بگوئیم هیچ چیز نباید جلودار فعالیت ما باشد اما پایبندی آنان به امنیت ملی را ترجمه نکرده ایم. به آزادی عمل روزنامه نگاران آنها رشک برده ایم اما دقت نکرده ایم یا تغافل کرده ایم که آنها چه محدودیت هایی برای خود وضع کرده اند و نسبت به اصول خود تا چه میزان پایبندند.

زمانی که در موسسه همشهری مسئولیت داشتم، مرکز پژوهش این موسسه کار تطبیقی خوبی روی نظامنامه های اخلاقی - حرفه ای رسانه های مختلف انجام داده بود که ذیلاً چند بند آن را مرور می کنیم تا ببینیم تفاوت ما با آنها چیست؛ هر چند صادقانه باید اقرار کرد اگر مثلاً آنان داشتن شغل موازی را ممنوع می دانند معیشت شان نیز تا همین آستانه اگر سخت گیری هایی دارند، امنیت حرفه ای آنان محترم است و جایگاه والایی در نظام اجتماعی دارند و... بنابراین اصول حرفه ای زیر یک طرف ماجراست:

۱- هر اتهام و انتقادی باید قبل از انتشار با نهاد مربوط در میان گذاشته و پاسخ آن در همان ستون منتشر شود. (لوموند)

۲- هر هدیهای که ارزش آن بیش از ۷۰ یورو باشد باید بازگردانده شود. (لوموند)

۳- فقط مصاحبه های بلند برای اصلاح به مصاحبه شونده باز گردانده می شود اما اگر شخصی، سعی در حذف مطالب انتقادی داشته باشد، روزنامه حق دارد مطلب را منتشر نکند. (لوموند)

۴- روزنامه نگاران حق ندارند کاندیدای انتخابات پارلمانی و محلی شوند. (لوموند)

۵- لوموند هیچ نامه سرگشوده ای را منتشر نمی کند. (لوموند)

۶- سرویس BVP لوموند درستی تبلیغات بازرگانی را بررسی می کند که آگهی ها داده های اغراق آمیز و نادرست نداشته باشند. (لوموند)

۷- در صورت اضافه شدن یا حذف بخشی از مطلب، این حق روزنامه نگار است که بخواهد نامش در گزارش تهیه شده ذکر نشود. (لوموند)

۸- روزنامه نگاری که برای پوشش دادن یک اتفاق مانند تحصن یا تظاهرات فرستاده شده نباید تا پایان ماجرا، صحنه را ترک کند. (لوموند)

۹- روزنامه نگاری که در برابر یک اتفاق موضع منفی یا مثبت دارد نباید برای پوشش آن خبر فرستاده شود. (لوموند)

۱۰- هیچ نامه ای به تحریریه نباید بدون پاسخ بماند حتی نامه های تند و توهین آمیز که پاسخ آنها باید به آرامی و منطقی ذکر شود. (لوموند)

۱۱- روزنامه نگاران نباید بدون اطلاع افراد اقدام به ضبط مکالمات تلفنی آنان کنند. (مرامنامه اخلاقی مطبوعات انگلستان)

۱۲- روزنامه نگاران باید سردبیران و مدیران خبری نشریه خود را در جریان فعالیت های آزاد و ژورنالیستی خارج از مجموعه قرار دهند. سردبیران و مدیران خبری میتوانند بنا بر صلاحیت نشریه، تقاضای آنان مبنی بر فعالیتهای خارجی را مردود اعلام کنند. (National public radio)

۱۳- اولین و مهمترین دغدغه روزنامه نگاران یک نشریه، فعالیت در جهت اهداف و خواست همان نشریه است. فعالیت آزاد روزنامه نگاران حتی در صورت عدم تضاد با خاستگاه و دیدگاههای نشریه منوط به کسب اجازه از مدیران خبری است چرا که اعتبار نشریه و یا اولویت مندی آن بر کار اصلی روزنامه نگار باید برای وی روشن باشد. البته کلیه اعضا محدودیتی در انجام فعالیت های آزاد و حضور در رسانه های تصویری ندارند ولیکن این فعالیتها باید با اطلاع مسئولین نشریه صورت بگیرد. (لس آنجلس تایمز)

۱۴- سردبیران حتی می توانند مانع از هر گونه فعالیت خارجی روزنامه نگاران شوند که مغایر با خط مشی نشریه و در تضاد با سیاست های آن است. سردبیران در صورت تأیید اولیه فعالیت های خارج از نشریه افراد، چنانچه به مرور زمان متوجه نکات مغایر با سیاستهای نشریه شوند حق تغییر نظرشان محفوظ است. (شیکاگو تریبیون)

۱۵- هر گونه فعالیت روزنامه نگاران در نشریاتی غیر از نشریات زیرمجموعه نیویورک تایمز ممنوع میباشد البته نشریات مذهبی مربوط به کلیساها و یا نشریات داخلی دانشگاهها و برخی کلوپها با کسب مجوز سردبیران از این قاعده مستثنی است. (نیویورک تایمز)

۱۶- روزنامه نگاران نباید با سازمانها یا ارگانهایی که تحت پوشش خبری خود

نیوزبان؛ طرحی برای پاسبانی از کیفیت خبر

گفت‌وگوی شبکه بین‌المللی روزنامه‌نگاران با محمدرضا نسب‌الللهی

شبکه بین‌المللی روزنامه‌نگاران: محمدرضا نسب‌الللهی یکی از روزنامه‌نگاران و وبلاگ‌نویسان جوان ایرانی است که در تلاش برای خبررسانی به هموطنانش از اهمیت کیفیت خبر و رعایت اصول شناخته شده در تهیه آن غافل نیست. او در یک سال گذشته طرحی را راه‌اندازی کرده که هدفش نقد و بررسی تولیدات خبری رسانه‌های مختلف و ارتقای آن با کمک دست‌اندرکاران حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و دانشجویان این رشته است. سایت نیوزبان که یک پروژه تعاملی است، حاصل تلاش آقای نسب‌الللهی برای بهبود کیفیت روزنامه‌نگاری است. همکاری با این سایت آزاد است و علاقمندان می‌توانند با یک ثبت نام ساده، در آن همکاری کنند. نسب‌الللهی خبرنگار و عضو شورای سردبیری روزنامه‌های محلی در استان‌های کرمان و فارس بوده و مطالب او در نشریاتی مانند هم‌میهن، اعتمادملی، شهروندامروز، شرق، فرهنگ آشتی، کارگزاران، اعتماد، ایراندخت، چلچراغ، گوناگون، جامعه مدنی، نوروز، مردم‌سالاری، رفاه ملت و خبرگزاری آفتاب نیوز به چاپ رسیده است.

شبکه بین‌المللی روزنامه‌نگاران، آی‌جی‌نت با محمدرضا نسب‌الللهی گفتگویی انجام داده که در زیر می‌خوانید:
سایت نیوزبان از چه زمانی شروع به کار کرد و ماموریت آن چیست؟
 سایت نیوزبان تقریباً یک سال است که به‌طور آزمایشی کارش را شروع کرده و الان دو هفته است که دوره جدید فعالیتش آغاز شده. این سایت به جایی وابسته نیست و به صورت مستقل اداره می‌شود.





ما در نیوزبان از نظرات رسانه‌ها در مورد نقد خبرهایشان استقبال می‌کنیم و آن‌ها را در صورت دریافت منتشر می‌کنیم.

چه نقاط ضعفی را از نظر استانداردهای خبری در رسانه‌ها می‌بینید؟

درايران در عرصه خبر با دو مشکل عمده درون سازمانی و برون سازمانی روبرو هستیم.

در بخش برون سازمانی، متأسفانه هنوز شناخت واقعی و فهم درستی از خبر و خبرنگار وجود ندارد. دولت، خبرنگار را فردی می‌داند که به دنبال جنجال سازی است.

در بخش درون سازمانی و رسانه‌ها هم مدیران رسانه عمدتاً از خبرنگار می‌خواهند که خبر را در جهت منافع رسانه بنویسند. به گونه‌ای که مخاطب با خواندن خبر دقیقاً متوجه می‌شود که قضاوت رسانه در مورد ماجرای خبر چیست.

علاوه بر این، رسانه‌ها در ایران که هم از بنیان‌های ضعیف اقتصادی رنج می‌برند و هم باید انواع سانسورها را رعایت کنند در موارد عمده‌ای ناچارند برای جلوگیری از قطع منابع مالی و یا توقف انتشار، یا خبر را منتشر نکنند و یا خبری منتشر کنند که به جای پاسخ‌گویی به عناصر خبر و پرسش‌های مخاطب، به دلیل خودسانسوری سبب گنج شدن مخاطب می‌شود.

بسیاری از رسانه‌های مطرح در دنیا دارای یک ناظر هستند که کارش کنترل مطالب از نظر محتوا و استانداردهای خبری است و این فرد نقش و کیل مدافع مخاطبان رو بازی می‌کنند. آیا چنین نقشی در رسانه‌های ایران تعریف شده است؟

در ایران به همان دلایلی که گفتم در بسیاری از موارد سردبیران و دبیران که کار کنترل محتوا را بر عهده دارند، نمی‌توانند و کیل خوبی برای مخاطبان باشند.

قاعدتاً این سردبیران هستند که باید کنترل نهایی را انجام دهند اما در ایران، این تنها سردبیران و دبیران نیستند که محتوا را کنترل می‌کنند بلکه در مواردی هم سرمایه‌گذاران رسانه در محتوا دخالت می‌کنند و عملاً سردبیر را دور می‌زنند.

رعایت انصاف و بی‌طرفی از اصول روزنامه‌نگاری است. آیا شما به صورت بی‌طرفانه مطالب را نقد می‌کنید یا این که به رسانه‌های طیف خاصی بیشتر توجه می‌کنید؟

ما اخبار رسانه‌ها را بدون توجه به جهت‌گیری سیاسی یا عقیدتی‌شان، بی‌طرفانه نقد می‌کنیم. در نیوزبان بخشی با عنوان منابع وجود دارد که اعضا تنها می‌توانند خبرهایی را وارد سایت کنند که جزو این منابع باشد. ما تلاش کرده‌ایم که همه رسانه‌های فارسی‌زبان را در قسمت منابع جای دهیم. با این حال هنوز جای خیلی از رسانه‌ها خالی است که این‌ها هم به مرور به قسمت منابع اضافه می‌شوند. حتی اعضا نیز می‌توانند منبع پیشنهاد کنند. آشکار است منابعی در سایت قرار می‌گیرند که کار خبررسانی انجام دهند.

نیوزبان سایتی است برای نقد خبر. نحوه کار چنین است که کسانی که می‌خواهند خبرها را نقد کنند عضو سایت می‌شوند. در این سایت خبرها بر اساس سه اصل مهم «بی‌طرفی، انصاف و دقت» مورد نقد قرار می‌گیرند.

در این سایت اعضا می‌گویند که آیا خبر مورد نقد، اصول خبرنگاری را از تیترو لید گرفته تا ساختار و نحوه نگارش و پیشینه رعایت کرده یا نه؟ آیا روایت خبر دقیق است یا نه؟ آیا خبرنگار، خبر را روایت کرده یا خود به بخشی از ماجرا تبدیل شده است؟ آیا خبر تعادل دارد و نظرات طرف‌های درگیر در ماجرا پوشش داده شده است یا نه؟ آیا خبر توانسته با منبع‌نگاری، برای مخاطب اعتمادسازی کند یا نه؟ این‌ها پرسش‌های عمده‌ای هستند که اعضای نیوزبان در نقش منتقد خبر به آن توجه می‌کنند و بر این اساس خبر را نقد می‌کنند و به آن امتیاز می‌دهند.

چه شد که به فکر راه اندازی این طرح افتادید؟

واقعیت این است که دانش خبرنگاری هنوز در عرصه عمل به خوبی به رسانه‌های داخلی ایران راه پیدا نکرده است. چه در رادیو و تلویزیون دولتی ایران و چه در مطبوعات و خبرگزاری‌های بخش دولتی و خصوصی هنوز نوع خبرنگاری با اشکالات زیادی روبرو است. خبرمادر روزنامه‌نگاری است اما با این حال روزانه خبرهای زیادی در رسانه‌های ایران منتشر می‌شوند که نه ارزش خبری دارد، نه انصاف و بی‌طرفی در آن رعایت شده و نه از ساختار مناسب برخوردار است. در موارد عمده‌ای هم با خبرهایی مواجه می‌شویم که خبرنگاران یا رسانه‌ها به جای روایت ماجرا، خود به بخشی از ماجرا تبدیل می‌شوند.

این ضعف‌ها مهم‌ترین دلایلی بود که برای راه‌اندازی نیوزبان و نقد خبر داشتیم.

چند نفر با شما در این طرح همکاری می‌کنند؟ آیا همه افراد رسانه‌ای و روزنامه‌نگاران آزاد هستند که انتقادهای خودشان رو منتشر کنند؟

همکاران من در این سایت همان اعضای سایت هستند که روزانه بر تعداد آن‌ها افزوده می‌شود. منتقدان خبر در نیوزبان هم شامل افراد رسانه‌ای و روزنامه‌نگاران می‌شوند و هم شامل دانشجویان خبرنگاری. یعنی هم افراد باتجربه هستند و هم افراد تازه‌آموز دیده. آشکار است که اعضای تازه‌آموز دیده، نقد افراد با تجربه تر را می‌خوانند و این به آنها در آموختن نیز کمک می‌کند.

کسانی که عضو نیوزبان می‌شوند همانگونه که گفتم می‌توانند خبرها را نقد کنند و به آن‌ها امتیاز بدهند. البته منتقدان خبر در این سایت به ازای هر نقدی که انجام می‌دهند خود نیز امتیاز می‌گیرند. بخشی از این امتیاز به صورت خودکار به اعضا تعلق می‌گیرد و بخش دیگری هم توسط مدیر سایت و بر اساس کیفیت نقدها به او تعلق می‌گیرد. هر عضوی که دست کم ۱۵۰ امتیاز کسب کند، خود نیز می‌تواند خبری را از رسانه‌ها انتخاب کند و آن را به سایت اضافه نماید.



سرقت خبری حرام است

آیت‌الله علی خامنه‌ای، رهبر ایران، آیت‌الله عبدالکریم موسوی اردبیلی، آیت‌الله اسدالله بیات زنجانی و آیت‌الله یوسف صانعی از مراجع تقلید شیعه در پاسخ‌هایی جداگانه به سایت نیوزبان، «سرقت خبری و انتشار تولیدات رسانه‌ها بدون ذکر منبع» را جایز ندانسته و حرام اعلام کرده‌اند.

آیت‌الله خامنه‌ای، کپی‌برداری بدون اجازه را جایز ندانسته و اعلام کرده است: «به طور کلی در کپی و استفاده و خرید و فروش هر اثری بنابر احتیاط واجب، رعایت حقوق صاحبان آن اثر، از طریق کسب اجازه لازم است و از استفاده و کپی‌برداری بنابر احتیاط خودداری کنید، مگر اینکه بدانید که از فرد یا شرکتی است که کپی برداشتن را اجازه داده‌اند.»



همچنین آیت‌الله عبدالکریم موسوی اردبیلی در پاسخ به پرسش نیوزبان نوشته است: «چنانچه تهیه و تولید‌کننده خبر و مصاحبه از کپی آن یا نقل خبر، بدون ذکر منبع اصلی منع کرده باشد؛ لازم است این ممنوعیت رعایت شود.»



آیت‌الله اسدالله بیات زنجانی نیز گفته است: «همان طوری که در نوشته‌ها، مولف صاحب حق بوده و یا در اختراعات، مخترع صاحب حق است، خبرها و گزارش‌ها نیز مشمول همین موارد بوده و اختصاص به جمع آورنده آنها دارد. افرادی که از این نوع موارد استفاده می‌کنند، باید به منبع خبر اشاره کرده و در صورتی که موجب ضرر و زیان ولو اینکه موجب از دست دادن فرصت و امتیاز باشد، باید رضایت منبع بوجود آورنده آن را به هر وسیله ممکن بدست آورد.»



همچنین آیت‌الله یوسف صانعی، کپی آثار دیگران را «حرام» دانسته و اعلام کرده است: «اقدام به تکثیر آثار دیگران که مورد منع آنهاست، حرام و غیرجایز است و چگونه امر ارزشداری که عرفاً مربوط به دیگران است و مال آنها حساب می‌شود، تصرف در آنها بدون جلب رضایت صاحبان آنها مباح باشد؟ و فرقی بین عین خارجی و یا منفعت و یا اثر نیست؛ چون همه و همه آنها از نظر عرف و عقلا، مال مرتبط به دیگران و امر با ارزش و مضاف به آنهاست. پس جواز تصرف، منوط به طیب نفس و رضایت صاحبان آنهاست.»



۱۴ آذر ۸۹ نیز آیت‌الله ناصر مکارم شیرازی در پاسخ به استفتای «مرکز خبر حوزه»، درباره سرقت خبری گفته بود: «اخبار اختصاصی که با زحمت تهیه می‌شود، حق آن برای تهیه‌کننده محفوظ است و بدون رضایت آنها نمی‌توان از آن استفاده کرد و آنها که استفاده کرده‌اند باید حق صاحبان آن را بدهند و یا حلیت بطلبند.»



ویکی لیکس، آنجلینا جولی و خطای رسانه‌ها

محمد رضا نسب عبدالمهدی



سایت ویکی لیکس در چند ماه گذشته با انتشار اسناد محرمانه دولت آمریکا خبرساز شده و رسانه‌ها نیز بر پایه این اسناد، خبرهای تازه‌ای از مناسبات رهبران جهان منتشر می‌کنند.

در یکی از تازه‌ترین خبرها که در چند روز گذشته به طور گسترده‌ای در برخی از رسانه‌های فارسی زبان منتشر شد، «عضویت آنجلینا جولی، بازیگر سرشناس در سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا (سیا)» بود. رسانه‌هایی که این خبر را منتشر کرده‌اند، اعلام کرده‌اند که این اطلاعات تازه درباره «جولی» بر اساس اسنادی است که از سوی سایت ویکی لیکس منتشر شده است.

«بخش خبری بیست و سی، شبکه خبر وابسته به صدا و سیما» جمهوری اسلامی ایران، روزنامه جمهوری اسلامی، سایت ستاد حقوق بشر وابسته به قوه قضائیه ایران، خبر آنلاین، تابناک، جهان‌نیوز، رجانیوز، اکونیوز، خبرگزاری زنان و سایت ایران دیپلماتیک «از جمله رسانه‌ها و سایت‌هایی هستند که این خبر را منتشر کرده‌اند.»

ما چرا چیست؟

پنج‌شنبه دوم دسامبر ۲۰۱۰ (۱۱ آذر ۸۹) سایت سرگرمی و طنزپرداز spoof، خبری با عنوان «ویکی لیکس: آنجلینا جولی برای سیا کار می‌کرد»، منتشر کرد. در این خبر آمده است: «ال اسمیت یکی از عوامل سازمان سیا با اعلام اینکه آنجلینا جولی یکی از اعضای مهم ما بود، افزود: جولی به مکان‌هایی رفت و آمد داشت که ما نمی‌توانستیم در آنجا باشیم به علاوه او با افراد زیادی دوستی‌های صمیمانه داشت که می‌توانست اطلاعاتی مهمی را از آنها دریافت کند. آنجلینا جولی به دلیل شهرت جهانی‌اش و همین‌طور اقدامات خیرخواهانه اخیرش، شخصی مناسب برای سازمان سیا بود؛ زیرا می‌توانست از موقعیت خود استفاده کرده و اطلاعات مفیدی را به دست آورد... اما اکنون آنجلینا جولی عضو سازمان سیا نیست زیرا به دلیل به خطر افتادن موقعیت جولی، دولت آمریکا او را از عضویت در این سازمان خارج کرد.»

سایت سرگرمی spoof در انتهای این خبر نوشته است: «داستان بالا طنز و تقلید مسخره‌آمیز است. این کاملاً ساختگی است.»

بی‌دقتی در خبررسانی

رسانه‌های فارسی زبان بدون توجه به منبع این خبر که سایتی طنزپرداز بوده و علاوه بر این در انتهای خبر نیز بر ساختگی بودنش تأکید شده، آن را جدی گرفته و منتشر کرده‌اند. بسیاری از این رسانه‌ها حتی زحمت یک جست‌وجوی ساده را به خود نداده‌اند تا از «صحت نداشتن این اطلاعات» مطمئن شوند و بر همان عادت همیشگی که در بعضی از رسانه‌های فارسی زبان وجود دارد، اقدام به «کپی-پیست» از یکدیگر کرده‌اند.

یکی از اشکالات بزرگ برخی از رسانه‌های فارسی زبان، دقت نکردن در «صحت اطلاعات و اعتبار منبع» است و هر آنچه را که می‌شنوند، بدون توجه به اینکه واقعی است یا نه، منتشر می‌کنند.

سایت‌های خبری زیادی هم‌اکنون در ایران وجود دارند که بسیاری از آن‌ها، روزانه‌ها ده‌ها خبر منتشر می‌کنند که عمدتاً کپی یکدیگر است و علاوه بر این، بعضی از این خبرها بر خلاف اصول روزنامه‌نگاری، دارای هیچ منبعی نیست و رسانه‌ها نیز خود را موظف نمی‌دانند که صحت اطلاعاتی را که منتشر می‌کنند، مورد بررسی قرار دهند.

این آشفتگی خبررسانی و پایبند نبودن به اصول روزنامه‌نگاری در این گونه رسانه‌ها، سبب شد که به پوشش خبر ساختگی «عضویت آنجلینا جولی» به سازمان سیا» پردازند. تکرار این رویه در خبررسانی، رسانه‌ها را با بحران مخاطب روبرو می‌کند.

فتوژورنالیسم

نویسنده: کنت کوپر

مترجم: اسماعیل عباسی

ناشر: دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها

تهران/۱۳۸۷/چاپ اول/۴۱۸صفحه/قیمت ۱۵۰۰۰ تومان

«هر روز که زمین می گردد و خورشید می دمد، گروهی از آدمیان از خواب بر می خیزند تا جهان را به جای دو چشم با سه چشم بنگرند. آنان عکاسان مطبوعات جهان هستند، کسانی که زندگی نامه تصویری جهان را می نگارند.»

جان موریس؛ سالنامه ورلد پرس فتو

فتوژورنالیسم، ژورنالیسمی است که از طریق تصویر بیان می شود، هنری است برای قصه گویی عکاسانه تا زندگی را مستند کند. فتوژورنالیست با دوربینش گزارش می دهد و به جای قلم از دوربین خود استفاده می کند. برخلاف نظر خیلی ها عکاسان خبری مکمل روزنامه نگاران نیستند، بلکه خود خبر را می یابند و گزارش و تفسیر می کنند.

با گذشت هشت دهه از آغاز آموزش روزنامه نگاری در ایران و پنج دهه از آموزش دانشگاهی این رشته و سه دهه از راه اندازی رشته عکاسی و تدریس درسی با عنوان عکاسی خبری و فزونی گرفتن شمار مطبوعات، خبرگزاری ها و عکاسان رسانه ای، در زمینه فتوژورنالیسم منبع کامل، کاربردی و به روز وجود نداشت تا اینکه دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها کتاب فتوژورنالیسم: رویکرد حرفه ای ها. Photojournalism: The Professionals Approach را با ترجمه و تدوین خوب اسماعیل عباسی چاپ کرد.

جلد نخست این کتاب که در این جا قصد معرفی آن را داریم شامل ۱۳ فصل و یک پیشگفتار است. در کتاب ۲۳ داستان تصویری و صدها عکس برای انتقال مفاهیم آمده است.

آیا کسی هست که بتواند آینده فتوژورنالیسم را پیش بینی کند؟ این سوالی است که مخاطب با شروع کتاب و در ابتدای پیشگفتار با آن مواجه می شود و مترجم ادامه می دهد ۶۰ سال پس از اینکه «رابرت کاپا» عکاس سرشناس جنگ و عضو هیئت موسس آژانس افسانه ای عکس مگنوم اظهار داشت که کار فتوژورنالیسم تمام شده است درهای جدیدی به واسطه ی اینترنت ، روزنامه نگاری چند رسانه ای، روزنامه نگاری شهروندی و.. به روی فتوژورنالیسم گشوده شده است ، در کنار تمام این ها مترجم می افزاید: «رسانه تغییر می کند، اما نیاز به یافتن خبر و انتقال آن دگرگون نمی شود. نیاز به دید و چشم تیزبین عکاس همچنان برجا خواهد ماند.»

فصل نخست کتاب با عنوان «هاموریت؛ در جست و جوی خبر دست اول» به چگونگی پیدا کردن سوژه ها، منابع مختلف به دست آوردن عکس ، نحوه انتخاب زاویه دید در سوژه های مختلف و شیوه های متفاوت عکاسی عکاسان بزرگ از جمله عکاسان مگنوم و.. می پردازد. در فصل دوم با عنوان «خبرهای ناگهانی؛ جنایت، تیتیر روزنامه ها» نویسنده چگونگی تهیه عکس از حوادث را توضیح می دهد و توصیه های عملی را به عکاسان ارائه می دهد.

فصل سوم «خبرهای عمومی، سیاست، سیاستمداران و رویدادهای رسانه ای» به بیان تجربه عکاسان حرفه ای در تهیه عکس از سیاستمداران می پردازد. عنوان فصل چهارم «عکس کیرا؛ افراط از

معرفی کتاب

فاطمه جمالیور

زمان است. نویسنده با تعریف عکس گیرا و بیان تفاوت هایش با عکس خبری می پردازد و... در انتهای فصل هم ۲۲ پیشنهاد برای تهیه عکس گیرا ارائه می دهد.

«پرتره؛ پرتره برای روزنامه» عنوان فصل بعدی فتوژورنالیسم است. در این فصل نویسنده سعی دارد به عکاسان بیاموزد چگونه چهره ای صدیق و باورپذیر از اشخاص ارائه دهند.

عنوان فصل ششم «ورزش؛ ورزش به مثابه خبر» است. در فصل ششم نویسنده فنون مختلف عکاسی از ورزشکاران مانند شیوه منجمد کردن حرکت، چرخش دوربین و... را می آموزد و به بیان نکته های فنی عکاسی می پردازد. «ویرایش عکس؛ نقش دبیر عکس» عنوان فصل هفتم این کتاب است. کوبر در این فصل با توجه به اهمیت ویرایش و انتخاب، توصیه های درباره انتخاب عکاس، انواع عکس و رتبه بندی آن، به دبیران عکس ارائه می دهد.

فصل هشتم کتاب با عنوان «طرح مشکلات؛ ریشه یابی خبر» این گونه آغاز می شود «فتوژورنالیسم موجب تغییر می شود. عکاسان متعهد از آغاز قرن بیستم در سراسر جهان با طرح مشکلات، از گرسنگی و فقر گرفته تا سرکوب و شکنجه، موجب آگاهی مردم شده اند.»

کوبر در این فصل با بیان مطالعات موردی و گزارش های تصویری متنوع، عنوان می کند عکاس باید مشکلات را بیابد، درباره آن ها تحقیق کند، آمارها را به تصویر بکشد و...

عنوان فصل بعدی «داستان تصویری؛ روایت با عکس» است. چگونگی روایت یک داستان تصویری را بازگو می کند.

«تصویر سازی؛ تصویرسازی انتزاعی» عنوان فصل ۱۰ است. در این فصل مخاطب با مفاهیمی چون عکس مفهومی، استعاره های تصویری، اندیشه خلاق، نکات ضروری برای یک تصویر سازی خوب و... آشنا می شود. اما فصل یازدهم کتاب «اصول اخلاقی؛ عملکرد درست» نام دارد. ورود به دنیای فتوژورنالیسم همراه با پذیرفتن یک رشته مسئولیت ها است. برخی از آن ها امری عادی و وظیفه روزمره تلقی می شوند مانند رفتن سر صحنه اما گاهی ملاحظات گسترده اخلاقی وجود دارد. رویارویی با این نکات بیش از خود عکاسی چالش برانگیز است. گاهی این مسائل اخلاقی وظایف حرفه ای عکاس را در برابر وجدان وی قرار می دهد. معیاری درونی که با هدایت افراد نهایتاً نظم اجتماعی را حفظ می کند.

در این فصل رشته مباحث، مثال ها و تصاویر مرتبط با اصول اخلاقی مانند سودمندی، مطلق گرایی، دخالت یا عدم دخالت در صحنه، مسئولیت، استاندارد های اخلاقی، عکاس حرفه ای یا شهروند خوب، تنگناهای اخلاقی دبیران عکس، ارزیابی تاثیر عکس، خودسانسوری، سلب اعتماد و... بیان می شوند.

عنوان فصل دوازدهم «قانون؛ فتوژورنالیست ها در کجاها می توانند عکاسی کنند» است. در این فصل محدودیت ها، شرایط و قوانین عکاسی از مکان های مختلف، افراد مختلف، کودکان و دیگر شرایط قانونی خاص در عکاسی بیان می شود.

«تاریخچه؛ روزگار خوش» عنوان فصل پایانی کتاب است که در آن داستان و تاریخچه عکاسی شرح داده می شود.

از ویژگی های بارز کتاب می توان به کاربردی بودن، ذکر تجربه های ارزشمند عکاسان بزرگ برای انتقال هر موضوع جهت استفاده عکاسان تازه کار، مرجع بودن، بخش بندی مناسب و عکس های خوب و ارائه مطالب نو اشاره کرد.

کتاب از نظر ویرایش و رعایت رسم الخط فارسی و کیفیت چاپ در سطح مطلوبی قرار دارد. مطالعه این کتاب نه تنها برای عکاسان خبری بلکه برای دبیران تحریریه، ویراستارها و حتی روزنامه نگاران مفید خواهد بود.

روزنامه نویسی

نویسندگان: وینفورد هیکس، سالی آدامز، هریت گیلبرت

مترجم: علیرضا باستانی

ناشر: دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها

تهران ۱۳۸۸ / چاپ دوم / ۲۵۶ صفحه / ۲۶۰۰ تومان

کتاب «روزنامه نویسی» مانند کارگاهی عملی برای روزنامه نگاران حرفه ای، دانشجویان روزنامه نگاری و کارآموزانی است که در امور تبلیغات و روابط عمومی مشغول هستند. کتاب های آموزش روزنامه نگاری در ایران مانند مثلث طلایی نوشتن احمد توکلی، روزنامه نگاری نوین حسین قندی، روزنامه نگاری دکتر معتمدنژاد همواره به عنوان مرجع آموزش خبرنگار نویسی مورد استفاده روزنامه نگاران قرار می گرفتند، اما کمیودمنابع روزآمد ترجمه شده در امر آموزش برای آشنایی با سبک های نوشتن روزنامه ها و مجلات صاحب سبک دنیا همواره احساس می شد. کتاب روزنامه نویسی تا حدی این خلأ را پر کرده است. در ابتدای مقدمه آمده «نگارش روان و دقیق اساسی ترین بخش کار روزنامه نگاری است که بدون بهره مندی از آن اخبار مهم، گزارش ها و داستان های جذاب، تحلیل ها و دیدگاه ها، شایعات و عقاید برای خوانندگان هرگز قابل فهم نخواهند بود.»

همه ی روزنامه نگاران به داشتن نثر خوب اهمیت می دهند، اما آن چه در دانشگاه ها و مراکز آکادمیک به دانشجویان می آموزند داشتن نثر خوب نیست و چندان به کار دانشجویان نمی آید. این کتاب راه های پیشرفت قدم به قدم در نوشتن را ارائه می هد، اسلوب های مختلف نگارش کارشناسان و روش های موثر و نافذ و تجربه های آن ها را بیان می کند. نویسندگان دیدگاه حاکم بر این کتاب را ارائه مهارت کلیدی روزنامه نگاری دانسته و از این لحاظ کتاب را بی نظیر می خوانند. در مقدمه راه های عملی نوشتن ایده آل را بیان کرده و شیوه های متفاوت روزنامه نگاری برای روزنامه ها و هفته نامه های مختلف را بیان می کنند.

عنوان فصل دوم کتاب «خبر نویسی» است. این فصل با ارائه تعاریف مختلف خبر شروع می شود. سپس دو الگوی سنتی خبرنگار نویسی سوالات شش گانه و هرم وارونه، شیوه های مختلف ورود به خبر، بکار بستن شیوه روایی در نگارش خبر، نحوه حفظ استحکام و ثبات خبر، روزنامه ای کردن مطلب و چگونگی ورود و پایان دادن به خبر را با ذکر مثال های متعدد شرح می دهد.

«مقاله نویسی» عنوان فصل دوم است. «سالی آدامز» معتقد است: لذت مقاله نویسی در تنوع نگارش آن است. در ابتدای فصل آدامز راهکارهایی را به عنوان نکات اساسی مقاله نویسی بیان می کند. سپس به ویژگی های یک عنوان خوب برای مقاله می پردازد، انواع مقاله را به ۴ مقوله شرح حال، محصولات، مقاله خبری و عقیدتی تقسیم می کند و راهنمایی های کاربردی برای نگارش یک مقاله خوب و منسجم را ارائه می دهد.

در فصل بعدی با عنوان «نقد نویسی» هریت گیلبرت، ساختار یک نقد خوب، نکات لازم برای منتقد شدن و نقد نویسی، چگونگی یادداشت برداری و تحقیق و نگارش ورودی و پایان بندی را همراه با ارائه نقدهای خواندنی شرح می دهد.

فصل پایانی کتاب «سبک» با عبارت «دلبندها را نابود کنید» شروع می شود و در آغاز اهمیت ساده و موجز نویسی را به مخاطبان گوشزد می کند. «سنت سختگیرانه انگلیسی - آمریکایی دستورالعمل هایی تجویز می کند که همیشه نوشته خوب نوشته ای است که انعکاس دهنده کلام باشد نه سرشار از فنون ادبی.»

سپس چگونگی داشتن یک سبک شخصی را آموزش داده، عیوب استفاده از دستگاه ضبط صوت و باز تولید گفتار های نوار را به عنوان شیوه ای که خلاقیت را می کشد بازگو می کند و با بیان تمرین های با عنوان «بهتر از آن چه می گوئید بنویسید» و «با گوش هایتان بنویسید» به روزنامه نگاران می آموزد مطالبی زنده، واضح، محاوره ای و روشن بیافرینند تا مخاطب را جذب کرده و به دنبال خود بکشاند.

در پایان باید گفت با خواندن این کتاب یاد می گیریم چگونه نگارشمان را بهتر کنیم، خبر را کوتاه و خواندنی و نقد و مقاله مان را منسجم بنویسیم.



جندالله یا جندالشیطان؟



جندالله نام گروهی است که تقریباً همه ایرانیان نام آن را شنیده‌اند و می‌دانند که چیست و کیست و چه می‌کند. جندالشیطان اما داستان متفاوتی دارد.

مدتی است که خبرگزاری‌ها اصلی ایران یعنی خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (ایرنا)، خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)، خبرگزاری کار ایران (ایلنا)، خبرگزاری مهر و خبرگزاری فارس در خبرهایی که درباره گروه جندالله منتشر می‌کنند در بسیاری از موارد از اصطلاح «جندالشیطان» به جای «جندالله» استفاده می‌کنند.

جز هواداران خشونت و ترور، هیچ انسان دیگری عمل گروه جندالله را تأیید نمی‌کند. این گروه می‌گوید که برای دفاع از حقوق اقلیت بلوچ مبارزه می‌کند اما مبارزه سیاسی با مبارزه مسلحانه و دست زدن به عملیات‌های انتحاری و کشتن کودکان و زنان، هیچ شباهتی ندارد.

جندالله به جای فعالیت کردن در فاز سیاسی، از همان آغاز پایه و اساس فعالیت خود را بر «عملیات انتحاری، گروگان‌گیری و بمب‌گذاری» بنیان‌گذاری کرد. وبلاگ رسمی این گروه نیز سرشار است از نفرت‌پراکنی و مرگ.

با وجود همه این واقعیات‌ها اما خبرگزاری‌ها و رسانه‌ها نمی‌توانند دست به تغییر نام این گروه بزنند و از آن‌ها به عنوان جندالشیطان یاد کنند.

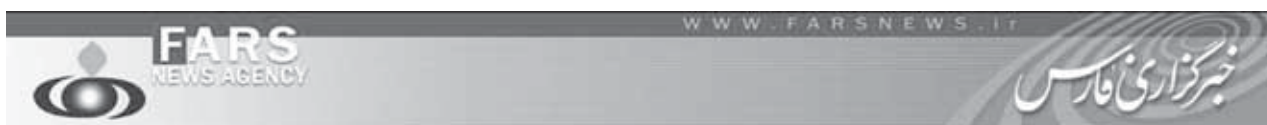
چون جندالشیطان واقعیت بیرونی ندارد و نوعی داوری درباره عملکرد جندالله است. مقام‌های سیاسی و با اشخاص دیگر می‌توانند داوری خود را از این گروه اعلام کنند و خبرگزاری‌ها نیز می‌توانند تلفی و داوری آن‌ها را از این گروه، منتشر کنند.

به عنوان نمونه اگر یک خبرگزاری، نقل قولی از نماینده مجلس یا یک مقام سیاسی دیگر منتشر کرد که او از جندالله به نام جندالشیطان یاد کرده بود، انتشار آن دقیقاً در راستای اصول خبرنگاری و وفاداری به منبع است اما خبرنگار یا خبرگزاری، خود نمی‌توانند چنین قضاوتی در خبرهای‌شان داشته باشند.

اما مساله اینجاست که خبرگزاری‌های ایران در خبرهایی که درباره جندالله منتشر می‌کنند، پا را از دایره اصول خبرنگاری فراتر می‌گذارند و به جای آنکه، تنها روایت‌گر ماجرای خبر باشند؛ با به کار بردن اصطلاح «جندالشیطان» خود را به بخشی از ماجرای خبر تبدیل می‌کنند و در یک سوی ماجرا قرار می‌گیرند.

یک خبرگزاری باید گزارش دهنده رویدادها باشد نه آنکه در خبرهایی که منتشر می‌کند، با به کار بردن چنین کلماتی، بر خلاف اصول خبرنگاری عمل کند و دست به قضاوت بزند.

این موضوع که جندالله، سربازان خدا نیستند و سربازان شیطان (جندالشیطان) هستند، قضاوتی است که تشخیص آن نه بر عهده خبرنگار و خبرگزاری بلکه بر عهده مخاطب است.



لولو، این چه کاری بود کردی؟ / تصویر

جامعه > شهری - نوشته‌های بز شیشه پشت اتومبیل یک شهروند

عکس فتوشاپی که در خبر آنلاین منتشر شده است.



عکس اصلی

اشتباه خبر آنلاین در انتشار عکس فتوشاپی

محمود احمدی‌نژاد، رئیس‌جمهور ایران چند ماه پیش در همایش ایرانیان مقیم خارج از کشور در مورد تأثیر فشار کشورهای غربی بر رفتار دولت گفته که «آن ممه را لولو برد.» این ادبیات محمود احمدی‌نژاد، بازتاب‌هایی در شبکه‌های اجتماعی داشت. در یکی از واکنش‌ها، عکسی در شبکه‌های اجتماعی منتشر شد که روی شیشه عقب یک پراید نوشته بود: «لولو این چه کاری بود کردی.» با دقت در عکس مشخص می‌شود که کلمه «لولو» با فتوشاپ به جمله اضافه شده و پیش‌تر کلمه‌ای دیگر جای آن بوده است.

انتشار گسترده این عکس در شبکه‌های اجتماعی، سایت خبر آنلاین را به اشتباه انداخت و سبب شد که این سایت در تاریخ یکشنبه ۱۷ مرداد ۸۹، عکس فتوشاپی را منتشر کند. حال اینکه در عکس اصلی نوشته شده است: «بیزید این چه کاری بود کردی.» در خبررسانی مهم‌ترین اصل «صحت خبر» است. خبر آنلاین پیش از انتشار این عکس باید «دقت بیشتری می‌کرد تا دست به انتشار یک عکس فتوشاپی نزند.

هفته گذشته نیز خبر آنلاین مصاحبه‌ای را از هفته‌نامه پاسارگاد بدون اشاره به منبع کار کرد که البته پس از نقد آن در نیوزبان، سایت خبر آنلاین نام منبع را به انتهای مصاحبه افزود. اما رسانه‌ها باید متوجه باشند که نباید به طور مکرر دچار خطای اخلاقی و اشتباه در خبررسانی شوند. اصل مهم‌تر هم این است که در هنگام اشتباه، آن را صادقانه به مخاطبان‌شان بگویند و عذرخواهی کنند.

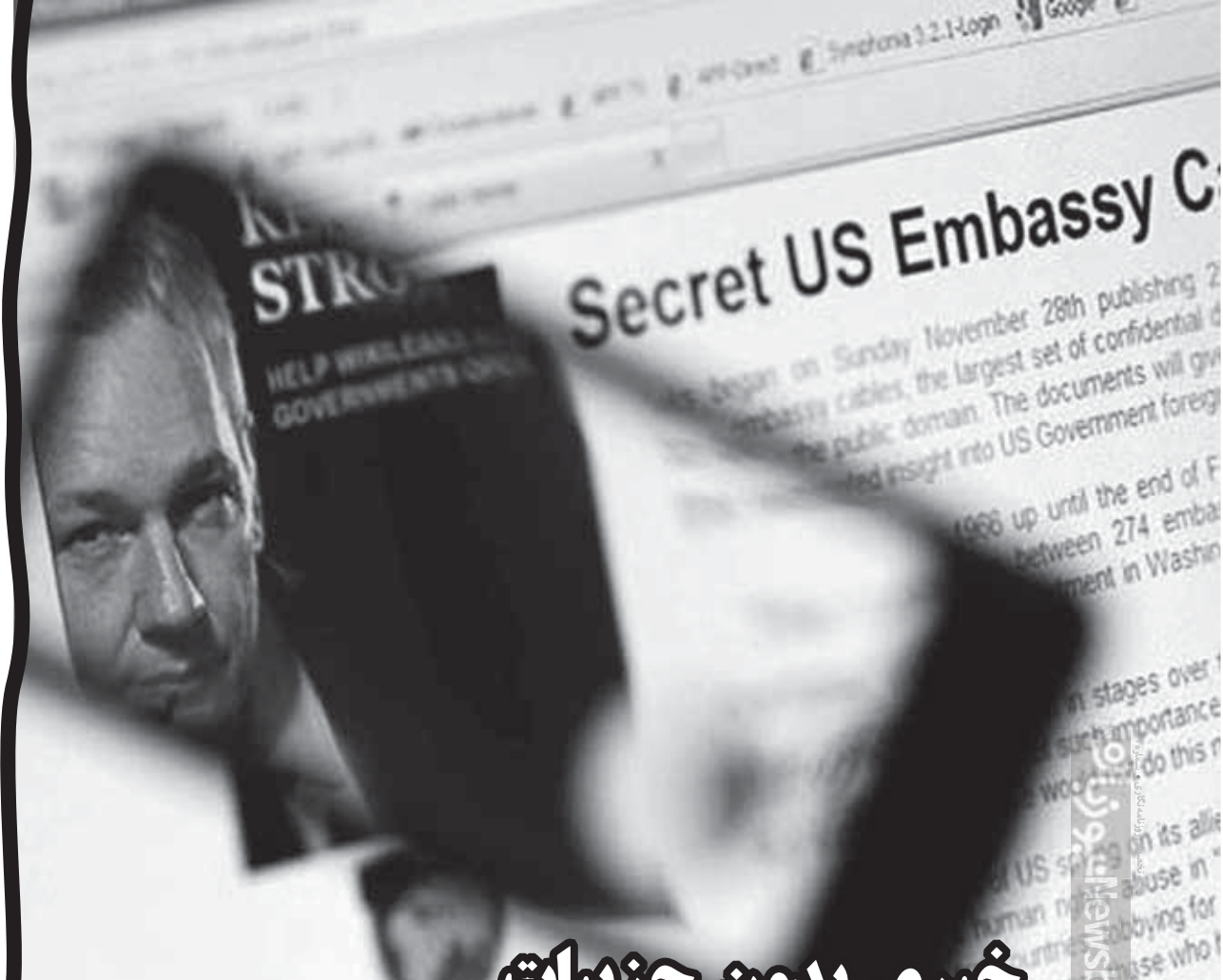
اشتباه رسانه‌ها در باره سکینه محمدی آشتیانی

شامگاه پنج‌شنبه ۱۸ آذر ۸۹ در برخی از رسانه‌های معتبر دنیا مانند خبرگزاری فرانسه، رویترز، فرانس ۲۴، گاردین و تلگراف خبر «آزادی» سکینه محمدی آشتیانی، زنی که پیش‌تر در ایران به سنگسار محکوم شده بود، منتشر شد. پیامدهای این خبر همان‌گونه که انتظار می‌رفت بسیار گسترده بود. خبر «آزادی» سکینه محمدی آشتیانی به سرعت به سایت‌های خبری فارسی‌زبان مانند خبر آنلاین، جرس و ندای سبز آزادی و شبکه‌های اجتماعی نیز سرایت کرد و بسیاری آن را «پیروزی مقاومت علیه سنگسار و اعدام» خواندند. اما ساعاتی بعد مشخص شد که سکینه محمدی آشتیانی آزاد نشده بلکه برای تهیه فیلمی، از زندان به منزلش برده شده و سپس به زندان بازگردانده شده است. چرا رسانه‌های بین‌المللی و برخی رسانه‌های فارسی‌زبان چنین اشتباهی را مرتکب شدند؟ «شوق اول شدن در خبررسانی و چک نکردن اطلاعات با منابع دیگر» دو دلیل عمده‌ای است که سبب شد رسانه‌ها، خبری غیر واقعی منتشر کنند.

مینا احدی، سخنگوی کمیته ضد سنگسار در گفت‌وگو با خبرگزاری فرانسه اعلام کرده بود که منابعی در ایران تایید کرده‌اند که سکینه محمدی آزاد شده است. مینا احدی با اینکه منبع این خبر بوده اما چک کردن صحت اطلاعات و مقایسه آن با منابع دیگر بر عهده سردبیران خبرگزاری فرانسه بوده و نه او. به احتمال فراوان شوق اول شدن در خبررسانی، سردبیران خبرگزاری فرانسه و دیگر رسانه‌ها را به اشتباه انداخت و سبب شد که «دقت و صحت» فدای «سرعت» در خبررسانی شود.

در برابر اطلاعاتی که به صورت عمومی منتشر نشده و در دسترس همگان نیست و منبعی خاص از آن مطلع است و به رسانه اطلاع می‌دهد، باید بر خورده پرسشی داشت و آن را با منابع دیگر مقایسه کرد. اینجاست که مشخص می‌شود کار روزنامه‌نگاران انتقال واقعیت‌ها است و نه بازگو کردن هر آنچه را که می‌شنوند. رسانه بهتر است دوم شود اما خبر را «دقیق» منتشر کند تا آنکه اول شود اما «اشتباه» کند.





خبری بدون جزئیات

۵- در متن بهتر بود به جای انگلیس از بریتانیا استفاده میشد چون اولی زیرمجموعه دومی است و در متن اصلی نیز بریتانیا آمده است. البته این غلط رایج یا مصطلح بسیار مورد استفاده است ولی به نظرم در رسانه ای مثل ایلنا که غیردولتی هم هست بهتر است که از واژه دقیق و صحیح تر استفاده شود.

۶- در اولین جمله متن، پس از نام موسس ویکی لیکس که در گیومه قرار گرفته نیازی به استفاده از ویرگول یا کاما (،) نیست چون گیومه در اینجا کارکرد ایجاد وقفه و سکنه را هم دارد.

۷- ویرگول دوم در جمله اول متن خبر نیز اضافی و زائد است.

۸- در جمله دوم متن کلمه «امروز» دو بار تکرار شده و با توجه به ذکر کلمه سه شنبه در لید، نیازی به تکرار آن نبود.

۹- ساعت نشان دهنده صبح است و نیازی به استفاده از کلمه صبح نیست.

۱۰- کسی که در سوئد حکم بازداشت را صادر کرده نه مدعی العموم بلکه دادستان است چرا که این حکم مربوط به شاکی خصوصی و نه عمومی است.

۱۱- بهتر بود به این خبر اضافه می شد که موسس ویکی لیکس شهروند استرالیاست. همچنین می شد در یک خط درباره سایت ویکی لیکس و انتقادات مقامات آمریکایی از فاش کردن اسناد وزارت خارجه این کشور توسط ویکی لیکس توضیح داد تا بر غنای خبر افزود. هر چقدر خبر درباره فرد یا اتفاق مشهوری است ولی باز هم دلیلی نمی شود در خبر مشروح، توضیحی کوتاه یا پیشینه ای مختصر در خبر درج نکرد. البته اگر خبر فوری باشد بله نمی توان انتشار خبر مهم را برای پیشینه معطل کرد اما این خبر فوری چند خطی نیست.

۱۲- در پاراگراف یکی مانده به آخر دوباره ویرگول اضافی استفاده شده است. همچنین معلوم نیست ماه آگوست کدام سال منظور است؟ البته برخی می گویند اگر سال ذکر نشود منظور همین امسال است ولی شخصاً این استدلال را قبول ندارم. در متن اصلی آگوست ۲۰۱۰ آمده است.

رضا غبیشاوی

ایلنا: پلیس انگلیس اعلام کرد که به دنبال ارسال حکم بازداشت «جولیان آسانگ»، موسس وبسایت ویکی لیکس به لندن، وی بازداشت شد.

به گزارش ایلنا به نقل از آسوشیتدپرس، «جولیان آسانگ» امروز ساعت ۹ و ۳۰ دقیقه صبح امروز سه شنبه به وقت لندن بازداشت شد.

بنا بر این گزارش قرار است اواخر امروز در دادگاهی در انگلیس برای تفهیم اتهام حاضر شود.

حکم بازداشت آسانگ عصر دوشنبه از سوئد به انگلیس ارسال شده بود.

مدعی العموم در سوئد آسانگ را به اتهام تجاوز احضار کرده است اما وی این اتهام را رد کرده است.

آسانگ ۳۹ ساله، در ماه آگوست برای شرکت در یک کنفرانس بین المللی به سوئد سفر کرد و در پی این سفر بود که اتهام تجاوز جنسی و حمله به زنی دیگر در این کشور علیه او مطرح شد.

وکیل آسانگ پیشتر گفته بود اتهام تجاوز و پرونده ای که در سوئد علیه او باز شده حرکتی سیاسی است.

نقد

۱- این خبر فوق العاده مهم است و حتی اگر در یک خط «موسس ویکی لیکس بازداشت شد» هم منتشر می شد ارزش داشت اما حالا که با جزئیات بسیاری منتشر شده می توان انتظار داشت جزئیات مهم دیگری نیز ذکر شوند که جای آنها در این خبر خالی است.

۲- نیازی نیست تا نام موسس ویکی لیکس دو مرتبه در گیومه قرار بگیرد. همچنین یک بار ذکر نام و نام خانوادگی موسس ویکی لیکس کافی است و در دفعات آتی ذکر نام خانوادگی یا آن بخش از نام که مشهورتر یا به زبان مخاطب ساده تر تلفظ شود کافی است.

۳- به نظرم این تیتربتر بهتر بود: بازداشت موسس ویکی لیکس یا مدیر ویکی لیکس بالاخره بازداشت شد.

۴- در لید می شد جمله بهتری نوشت. البته لید این خبر در متن منتشر شده در نیوزبان نیامده است. بهتر بود سمت فرد به جای اسم فرد بازداشت شده در لید می آمد و اسم محل بازداشت نیز در جمله اول لید قید می شد.

آیت اله محمد بهرامی خوشکار نماینده خبرگان رهبری: کرمان ظرفیت دو استان شدن را دارد



آیت‌الله محمد بهرامی در جریان دیدار با مسئولان استانداری کرمان و اعضای هیئت مدیره دانشگاه کرمان، در جریان بازدید از مراکز آموزشی و پژوهشی استان کرمان، در جریان بازدید از مراکز آموزشی و پژوهشی استان کرمان، در جریان بازدید از مراکز آموزشی و پژوهشی استان کرمان...

ایطیحی عضو شورای مرکزی مجمع روحانیون مبارز: ملت ایران از تیز هوشی مقام معظم رهبری تشکر کنند

آخرین اختصاره سازمان بازرگانی شهرداری کرمان به استناد فواید مشورت پیمانکاران (محبوبه مجلس شورای اسلامی) جهت شناسایی کارگاه های بازرگانی سطح شهر به مالکین کارگاه های خریده و فروش مواد بازرگانی و واردگان خودروها، موتورسیکلت های سه چرخ و کارتن های دستی حاصل می شود. بازرگانی سطح شهر اعطای حق تصرف مدت یک هفته از سوی این اختصاره به این سازمان نسبت به تعیین تکلیف و هماهنگی های لازم مراجعه - تا اقدامات قانونی بعدی آید - در غیر اینصورت سازمان با هماهنگی مراجع قانونی نسبت به پلمب کارگاه ها و متوقف نمودن خودروها اقدام و با تشکیل پرونده متناهی را به مراجع قضایی معرفی خواهد نمود.

از مالکین یاد شده خواسته می شود جهت ادامه کار ساماندهی و تعیین تکلیف به آدرس سازمان واقع در بلوار ۲۲ بهمن طبقه سوم شهرداری منطقه چهار مراجعه نمایند. بدیهی است عدم حضور و ادامه فعالیت به منزله تلافی محسوب می شود و عواقب آن بر عهده مالکین خواهد بود. ضمناً برابر قانون، فعالیت اتباع بیگانه در این رابطه ممنوع می باشد.

سازمان بازرگانی و مدیریت پیمانکاران شهرداری کرمان

- نماینگاه عصر انتظار در کرمان افتتاح شد ۲ صفحه
- گذری بر هجرت ۳ دانشجویی ۱ صفحه
- شکوهیه دادستانی درباره عوامل ناآرامیهای اخیر ۲ صفحه
- شهردار جیرفت: اقتدار کشور مدیون خون شهدا و رشادتهای جلالان است ۲ صفحه

آگهی تجدید مناقسه عمومی شماره ۸۸/۲/۱۰

ردیف	نام پروژه و محل اجرا	حجم مناقصه (مترمکعب)	بروز رسانی براساس فهرست بها	مبلغ تخمیناتی	تاریخ منع خطرات
۱	احداث بندهای سنگی ملایس حوزه پناه نوری شهرستان قلعه گنج	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰	۱۳۹۰/۰۱/۰۱
۲	احداث بندهای سنگی ملایس حوزه گلانگرچک چک کهنوج	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰	۱۳۹۰/۰۱/۰۱
۳	احداث بندهای سنگی ملایس حوزه چاه ناصر سوزان	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰	۱۳۹۰/۰۱/۰۱
۴	احداث بندهای گلبوی حوزه کاغیور ریز جیرفت	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰	۱۳۹۰/۰۱/۰۱
۵	احداث بندهای گلبوی روداب جلالپور حوزه مدلسا پناه	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰	۱۳۹۰/۰۱/۰۱
۶	تکمیل بندهای سنگ و سیمانی کهنک حیران	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰	۱۳۹۰/۰۱/۰۱
۷	احداث بندهای سنگ و سیمانی حسین جلالپور	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰	۱۳۹۰/۰۱/۰۱
۸	اجرای عملیات خشک پهنارپ راپ اسباب بند خاکی ملایس جیرفت	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰	۱۳۹۰/۰۱/۰۱
۹	احداث بندهای سنگ و سیمانی قلعه گنج حیران	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰	۱۳۹۰/۰۱/۰۱
۱۰	احداث بند سنگ و سیمانی توب جیرفت	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰	۱۳۹۰/۰۱/۰۱
۱۱	احداث کاره سازی گلبوی توب جیرفت	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰	۱۳۹۰/۰۱/۰۱

خبرنگار یا مامور جذب رپرتاژ آگهی

امین شول سیرجانی: «چون بعضی از مشترکین عظام ایراد نمودند که چرا اخبار شهری را درج نمی کنید این است که اعلان می شود فعلاً با هرج و مرج و استبداد فوق العاده آزادگان و بی حیایی خدمه ایشان که گذشته از استبداد، رایحه عدم تدین و اسلامیت از آن ها به مشام عقلا می رسد و از ریختن خون ناحق و هتک ناموس به پشت گرمی آزادگان و ضعف نایب الایاله و گوشه گیری و کلای انجمن ایالتی درج اخبار شهری امکان ناپذیر می باشد. ولی بشارت می دهیم که تمام اخبار شهری را تحریر کرده آمده است انشاءالله بعد از ورود ایالت و اجرای قانون یعنی همان قدر که بدانیم فقط استطاعت ما در یک اداره است، درج و مصلح را از فاسد ارایه خواهیم داد.» مردم انتقاد کرده اند که چرا از درج خبرها و اتفاقات امتناع می کند و شیخ محمدمطلبه هم توضیح داده که چرا نمی تواند به وظیفه اش که اطلاع رسانی ست عمل کند و همه اخبار را منتشر کند. اسماعیل رزم آسا در کتاب تاریخ مطبوعات کرمان «اعتبار» را قدیمی ترین روزنامه کرمان معرفی کرده که شیخ محمد طلبه آن را در سال ۱۳۲۷ هجری قمری برابر با ۱۲۸۸ هجری خورشیدی و در ایام مشروطه منتشر می کرده است. حالا با گذشت صد سال از انتشار اولین نشریه استان کرمان، هنوز هم بسیاری از مخاطبان جدی مطبوعات در کرمان در پی یافتن رسانه ای هستند که با بتوانند با خیال راحت آن را جزو سبد خانوارشان قرار دهند و از «اخبار دقیق» مطلع شوند. شاید برای مخاطبی که برای نخستین بار از وجود چنین قدمتی در روزنامه نگاری کرمان با خبر می شود این انتظار به وجود آید که اکنون دیگر کرمان به عنوان یکی از پایگاه های قدرتمند روزنامه نگاری کشور شناخته شود. اما به زعم بسیاری از روزنامه نگاران کرمانی، وضع چنین نیست. برای نمونه، با وجود صدور مجوز انتشار نزدیک به ۱۰۰ نشریه در کرمان، پهنارترین استان کشور هنوز از وجود یک روزنامه پرتیراژ و حرفه ای محروم است. اما شاید پاسخ به این پرسش که چرا با وجود چنین قدمتی، از چند روزنامه حرفه ای پر مخاطب در این استان خبری نیست؛ چندان هم ساده نباشد.



حرفه ای های محکوم به شکست

محمدرضا نژادحیدری سردبیر هفته نامه مهر کرمان معتقد است وجود مطبوعات حرفه ای مستلزم وجود تفکر حرفه ای حاکم بر رسانه هاست. به گفته وی در حال حاضر از میان انبوه مجوزهای صادر شده برای نشریات، حداکثر ۲۰ نشریه در فواصل زمانی منظم و در تعداد صفحات مشخص منتشر می شوند. باقی منتشر نمی شوند و یا اینکه نظم در انتشار برایشان اهمیتی ندارد و هر گاه که به اندازه کافی آگهی تامین شد؛ همان وقت اقدام به انتشار می کنند. با این وجود همواره تعداد معدودی هفته نامه حرفه ای بوده اند که چراغ مطبوعات را روشن نگه داشته اند. اما در بیشتر اوقات این فعالیت ها مقطعی بوده و محکوم به شکست. نژادحیدری در این باره می گوید: «ما نشریه ای حرفه ای که بتواند در برابر طوفان ها دوام بیاورد نداشته ایم. نشریاتی مانند عصر ظهور، فردوس کویر، همراه، فتح نوین و در نهایت بام کویر هر کدام بارقه ای از امید را روشن کردند اما از آنجا که به اقتصاد رسانه توجه نداشته اند، یا انتشارشان متوقف شد و یا شدیداً افت کردند.» عبدالرضا محمودآبادی سردبیر هفته نامه پاسارگاد - نشریه ای که در سیرجان منتشر می شود- همچون نژاد حیدری ضعف مالی را یکی از دلایل شکست فعالیت نشریات حرفه ای می داند. محمودآبادی اما یک نکته دیگر را هم اضافه می کند: «کثر نشریات در طول سالیان دراز هنوز نتوانسته اند اعتماد شهروندان کرمانی را جذب کنند و آنهایی هم که در مسیر دست یابی به این هدف قرا می گیرند؛ خیلی زود از چرخه انتشار خارج می شوند.»

یکی از روزنامه نگاران استان کرمان که سابقه همکاری با چند نشریه حرفه ای کشور را دارد پا را از این فراتر می گذارد و می گوید اصلاً عبارت «روزنامه نگاری استان کرمان» معنای آن چنانی ندارد. وی که علاقه ای به درج نامش ندارد، می گوید: «رعایت اخلاق حرفه ای و قواعد روزنامه نگاری، وقتی موضوعیت پیدا می کنند که فضای روزنامه نگاری یا اگر درست تر بگویم سیستم روزنامه نگاری وجود داشته باشد.» به عقیده وی روزنامه نگاری مجموعه ای به هم پیوسته از سخت افزار، نرم افزار، مغزافزار، بازرگانی، بازاریابی و همچنین توزیع است که بدون وجود این چرخه روزنامه نگاری حرفه ای شکل نمی گیرد. از همین رو وی صراحتاً می گوید: «تنها جایی در استان کرمان که می توان به صورت نسبی به تعریف سیستم روزنامه نگاری رسید، شهر سیرجان است، زیرا وجود حداقل پنج نشریه ی قابل قبول و سرپا نشانه ای این مدعاست.»

خبرنگار یا مامور جذب رپرتاژ آگهی

هرچند وجود یک تیم حرفه ای در یک نشریه نشانه ای است از وجود اراده ای برای تولید محتوای با کیفیت. اما با این حال بیشتر مدیران مطبوعات کرمان برای جذب نیروی حرفه ای علاقه نشان نمی دهند و بیشتر تلاش شان را صرف جذب آگهی های دولتی می کنند. همین نگاه موجب شده هفته نامه های کرمان عموماً با یک سردبیر - در واقع همه کاره نشریه - یک تایپیست (منشی) و یک یا دو نفر خبرنگار فعالیت کنند. در اکثر موارد خبرنگار در واقع کسی است که مامور است تا با حضور در کنفرانس های خبری مسوولان دستگاه های دولتی، بعد از جلسه با آنها چانه زنی کند تا خبر به رپرتاژ تبدیل شود. در واقع عدم تفکیک حوزه بازرگانی و تحریریه که در نهایت موجب عدم تفکیک آگهی از خبر شده است یکی از آفت های شایع روزنامه نگاری در کرمان است. از سوی دیگر نشریاتی هم وجود دارند که با وجود علاقه به فعالیت جدی رسانه ای از بینش کافی برای اداره یک رسانه برخوردار نیستند. محبوبه فیروزآبادی خبرنگار اقتصادی هفته نامه استقامت بی اطلاعی بسیاری از مدیران نشریات نسبت به علم مدیریت رسانه از عوامل درجا زدن مطبوعات در کرمان می داند. مساله ای که از سوی عبدالرضا محمودآبادی هم مورد تایید قرار می گیرد: «بیشتر مدیران مسوول نشریات به حوزه روزنامه نگاری آشنا نیستند و اکثر آنها از سپردن اختیار به تیم های حرفه ای آشنا به روزنامه نگاری سر باز می زنند.» یکی از وجوه حرفه ای بودن، تهیه و تولید مطالب و عکس های اختصاصی است. موضوعی که هزینه های مالی با خود به همراه دارد که به عقیده فیروزآبادی مدیران نشریات آن را نادیده می گیرند زیرا نمی خواهند یا نمی توانند برای خود هزینه های جدید بپردازند. همین موضوع موجب شده تا این دسته از نشریات عملاً به نسخه خبرگزاریهای دولتی تبدیل شوند. اوضاع وقتی وخیم تر می شود که به عقیده محمودآبادی در بسیاری موارد نشریات از ذکر منبع خبر هم صرف نظر می شود. وی می گوید: حتی گاهی گزارش یک نشریه را بر می دارند و با اندکی دست کاری به عنوان یک مطلب تولیدی منتشر می کنند.

رانت دولتی و مخاطبی که اهمیت ندارد

در حال حاضر برخی نشریات کرمانی از وجود دارند که از نظر مالی جزو رسانه های متمول محسوب میشوند اما از نظر رعایت استانداردهای روزنامه نگاری در رده های پایین قرار می گیرند. مدیران این نشریات حتی حاضر نمی شوند از ساده ترین امکانات موجود سخت افزاری بهره ببرند. به طور مثال در کرمان روزنامه هایی وجود دارند که با وجود تمکن مالی عملاً بخشی به نام تحریریه ندارند و یا اینکه از نظر فرمی از وجود گرافیکست های آشنا به اصول صفحه بندی بی بهره اند. وضعیت مناسب اقتصادی این قبیل نشریات اما بیشتر به رانت هایی مربوط است که از آن بهره می برند. محبوبه فیروزآبادی میگوید: نشریاتی که با رانت دستگاه های دولتی و نهادهای خاص منتشر میشوند خود را به رعایت استانداردها و جذب مخاطب ملزم نمی بینند. وی تصریح می کند: «صفحات این نشریات پر است از شبه خبرهایی که به سفارش مسوولان روابط عمومی دستگاه های دولتی منتشر میشوند و فاقد کمترین ارزش خبری هستند.» از نظر وی همین اتفاق موجب شده تا نشریات نقش تحلیلی خود را فراموش کنند و کمتر به نقد عمیق وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی استان بپردازند.

باز هم دوران گذار!

در چنین شرایطی فعالان مطبوعات کرمان به آینده خوشبین هستند. چه اینکه محمدرضا نژادحیدری سردبیر هفته نامه مهر کرمان معتقد است مطبوعات کرمان در دوران گذار قرار دارند و نباید فضای کرمان را بحرانی تر از فضای کل مطبوعات کشور فرض کرد. محبوبه فیروزآبادی هم در مقایسه با فضای کلی مطبوعات کشور کرمان را جزو استان هایی می داند که از فضای مناسبی برخوردار است و مطبوعات جدی آن قابل اعتنا هستند. با این همه اما نبود ثبات شغلی در حرفه روزنامه نگاری، نبود یک نهاد صنفی آموزشی مستقل در حوزه مطبوعات و بیگانه بودن بسیاری از مدیران مسوول با برنامه ریزی بلند مدت و تدوین نقشه راه، دورنمای روشنی را از آینده ترسیم نمی کند.

تفاوت فاحش روزنامه نگاری و انتشار روزنامه محلی با روزنامه نگاری در ایران، تنها در بومی سازی در این فرهنگ و حرفه است. آنچه از روزنامه نگاری در ایران مشاهده می شود، به نوعی تولیدی برای ذائقه ملی است اما در شیراز روزنامه نگاری محلی و با مخاطب بومی است و از این زاویه باید به نقد آن نشست.

به یاد دارم شبی را که در مهمانسرای دولت در شیراز با هادی خانیکی مشاور رئیس جمهور اصلاحات در امور مطبوعات، در باب مطبوعات فارس گفت و گو می کردم و او هم معتقد بود در ایران روزنامه نگاری محلی به معنای واقعی کلمه را باید در شیراز جستجو کرد و اگر نقدی صورت می گیرد باید در چارچوب یک روزنامه محلی باشد با مخاطبانی محلی و امکاناتی محلی. بنابراین با تأکید بر شاخص های روزنامه محلی، می توان مطبوعات یاد شده شیراز را در دو محور شکل و محتوا به نقد نشست.

روزنامه محلی چیست؟

روزنامه محلی فرمی از رسانه های کاغذی است که در حوزه جغرافیایی محدودی نسبت به جغرافیایی ملی هر کشوری با اولویت اخبار و اطلاعات محلی منتشر می شود و می توان اذعان کرد که به فراخور مخاطب خود در تأمین محتوای محلی کوشد.

مشارکت عمومی مردم منطقه در تولید محتوا یکی از شاخص های مهم روزنامه محلی است که در روزنامه های ملی کمتر می توان آن را مشاهده کرد و بیشتر نخبگان در تولید محتوای روزنامه ملی دخالت دارند.

بررسی محتوایی روزنامه های شیراز

شاید تا چند سال قبل که اینترنت فراگیر نشده بود، می شد ادعا کرد که در روزنامه های شیراز، مشارکت عمومی در تولید محتوا به شایستگی انجام می شود و هر کسی بسته به تخصص و نوع رشته خود این امکان را داشت تا دست نوشته های خود را به روزنامه های شیراز ارسال کند و منتشر باشد تا نام و مقاله اش منتشر شود.

امروزه با گسترش اینترنت در ایران و دستیابی آسان و ارزان به آن، روزنامه های شیراز صفحات خود را این فضای مجازی متصل کرده و هر روز شاهد بهره گیری بیشتر آنها از محتوای اینترنتی در موضوعات مختلف هستیم و از این جهت روزنامه های شیراز با ضعف عمومی تولید محتوا روبرو شده اند.

اگرچه روزنامه خبر جنوب همچنان در تولید محتوا از دیگران پیش است و مرتباً در حوزه اخبار و صفحات اختصاصی از تولید خود بهره می گیرد اما نمی توان به طور کلی هم مدعی شد که خبر جنوب همچون گذشته تولید محتوا می کند و به همان میزان گذشته تولیدات مخاطبان خود را به چاپ می رساند.

دیگر روزنامه های محلی شیراز در مقایسه با خبر جنوب وضع به مراتب بدتری دارند و به ندرت می توان به جز چند خبر کوتاه در آنها محتوای تولیدی یافت. روزنامه عصر مردم که در دهه ۷۰ به مدد بهره گیری از نویسندگان و نخبگان شهر به یکی از تولید کنندگان محتوا تبدیل شده بود، امروزه با دست یازیدن به اینترنت، کمتر به تولید محتوا می پردازد و در برخی روزها حتی تا یک هفته هم نمی توان محتوایی تولید در آن یافت.

بهره گیری از محتوای اینترنتی روزنامه های شیراز را به دره خطرناکی رهنمون کرده است و ذهن آنها را در دریای رنگارنگ اینترنت از تمرکز بر رسالتشان دور می سازد و در مسیر فرهنگ سازی به در و دیوار می کوبند. گرفتار شدن در دریای موج اینترنت، مخاطب را سردرگم می کند و با تنوع بخشی افراطی به محتوای روزنامه های شیراز، مانع از دستیابی آنها به توفیق هدایت ذهن مخاطب می شود.

آنچنان که گفته شد مشارکت عمومی در تولید محتوا یکی از شاخص های مهم روزنامه محلی است اما با وجود اینترنت روزنامه های شیراز دیگر اقبال چندانی نسبت تولیدات مخاطب خود نشان نداده و ترجیح می دهند به جای چاپ و انتشار تولیدات مخاطبانشان به آنچه در اینترنت یافت می شود، بسنده کنند.

عدم شناخت درست و دقیق از مخاطب نیز از دیگر مشکلات روزنامه های شیراز است. به نظر می رسد این روزنامه ها چندان شناخت مناسبی نسبت به مخاطب خود ندارند و در رفتار یک سو به و یک طرفه و بدون توجه به انتظارات مخاطب خود گام بر می دارند.

شناخت مخاطب که اصل ضروری در مدیریت رسانه است، امروز به بحران جدی روزنامه های شیراز تبدیل شده و اگر از مدیر رسانه ای در شیراز پرسشی مخاطب چه انتظاری از شما دارد؟ حتماً پاسخی نخواهد داشت. عدم شناخت مخاطب سردرگمی و بی برنامه گی خاصی را در روزنامه های شیراز به دنبال داشته که در هم در شکل و هم در محتوای آنها اثر گذاشته است.

تغییر پی در پی در محتوا و شکل صفحات روزنامه های شیراز حاصل عدم شناخت مخاطب و اینترنت گرای مفرط در روزنامه های شیراز است.

ضعف مدیریت از دیگر چالش هایی است که روزنامه های شیراز را تهدید می کند. طبیعی است که

در پس هر رسانه‌ای سیاست‌های کلان اقتصادی، سایی و فرهنگی و... نهفته باشد و رسیدن به سیاست‌ها، تدوین برنامه‌های مشخص را شامل می‌شود اما در روزنامه‌های شیراز نه سیاستی دیده می‌شود و نه برنامه‌ای.

مدیران روزنامه‌های شیراز عمدتاً بر اسب تجربه در نظامی سنتی سوار هستند که دیگر یاری تاخت در عصر ارتباطات را ندارد. وقتی رسانه شناخت دقیقی از مخاطب خود ندارد و برای تأمین منابع مالی خود، تیرهای مهم صفحات اول هر روز خود را به تصاویر رنگی مدیران دسته چندم استان اختصاص دهد، و اخباری ناموزون در صفحات خود منتشر کند، حتماً می‌توان اطمینان داد ضعف مدیریت مهمترین چالش رسانه‌های شیراز است.

در دنیایی که معادلات اقتصادی و سیاسی در پس نقاب مطبوعات رقم می‌خورد، متأسفانه روزنامه‌های شیراز در پس ضعف مدیریت خود و با هر سلیقه سیاسی، چاره‌ای جز تبلیغ بی چون و چرای مدیران دولتی ندارند؛ حال این مدیر اصلاح طلب باشد یا اصولگرا. لازم نیست ثابت کنیم که روزنامه‌های شیراز در معادلات قدرت در این استان هیچ نقشی ندارند و تأثیر آنها در معادلات اقتصادی تنها به اخذ خارج از نوبت چند میلیارد تومان تسهیلات خرید دستگاه چاپ و یا خودرو محدود می‌شود و یا به مجوز مدرسه و هتلی بسنده می‌کنند.

بررسی شکلی مطبوعات شیراز

در بررسی شکلی روزنامه‌های شیراز باید چالش مدیریتی را دنبال کرد. مدیران روزنامه‌های شیراز بدون اینکه در دوران مدیریتشان تلاش کنند با سیستم‌های مدرن مدیریت رسانه آشنا شود و عمدتاً از باب همه چیز فهمی که در ایرانیان همواره وجود دارد، به درک‌های بی در پی از نظرات مخاطب خود می‌رسند و از این جهت همواره شاهد تغییرات مختلف در شکل روزنامه‌های شیراز هستیم؛ اگر بپذیریم که تغییرات بی در پی در محتوا ناشی فقط ناشی از اینترنت زدگی مفرط است.

روزنامه‌های شیراز در سالیان اخیر لااقل از دهه ۷۰ تاکنون چندان به استفاده از نیروی متخصص در حوزه طراحی و چاپ نپرداخته و بیشتر با جذب نیروهایی که به شکل تجربی با نرم‌افزارهای گرافیکی کار می‌کنند، صفحات روزنامه‌های شیراز را شکل می‌دهند. این موضوع در تولید خبر و محتوا به شکل فاحش‌تری وجود دارد که در مقال دیگری به بررسی تولیدات محتوایی روزنامه‌های شیراز خواهیم پرداخت.

اگر روزنامه‌هایی مثل کیهان و اطلاعات پس از چندین دهه از عمر خود همچنان با همان شکل و سیاق گذشته به کار خود می‌دهند، حتماً مدیریت علمی رسانه در اتخاذ سیاست‌های ثابت یاریگر آنها بوده حتی اگر سیاسیون بر مسند مدیریت روزنامه تکیه زده باشند. اما در روزنامه‌های شیراز مدیریت علمی لقمه گلوگیری است.

مدیریت علمی رسانه متفاوت از آن است که هر روز صبح خودروی خود را در پارکینگ اختصاصی روزنامه پارک کنیم و سر مقاله‌هایی چاپ کنیم که حتی خودمان هم از فهم مفهوم آنها قاصر باشیم و گاهی هم در نشست با استاندار و فرماندار شرکت کرده و حرفی بزنیم که مایه خنده دیگران باشد.

تعیین اهداف و سیاست‌ها، تصویب برنامه‌ها و روش‌ها و نیز تأمین منابع و نظارت بر کار کردها از اصول مدیریت علمی است که با محتوایی روزنامه‌نگاری به مدیریت رسانه معنا پیدا می‌کند اما در شیراز از سیاست و برنامه و نظارت که خبری نیست، تأمین منابع هم به مدد آگهی‌های دولتی به راحتی انجام می‌شود تا آنجا که ۷ پشت مدیرمسئول بخورند و دل درد بگیرند و فرهنگ عمومی دم نزنند.

متأسفانه تغییرات بی در پی در شکل روزنامه‌های شیراز جایی برای نقد نگذاشته جز اینکه بگوئیم تغییر پذیری شکل مانع از نقد واقعی می‌شود. اما گستردگی آگهی‌های دولتی و آگهی‌های ثبتی و حضاری و حصر وراثت که البته اینها هم جزئی از خصوصیات روزنامه‌های محلی در دنیا هستند، در روزنامه‌های شیراز به نوعی افراط کشیده شده که حتی اگر ۱۰۰ روزنامه دیگر هم مجوز بگیرند، باز هم نمی‌توان از آنها راحت شد.

تعبیر بی در پی کارکنان روزنامه‌ها در شیراز که عمدتاً ناشی از کم بودن حقوق و مزایاست، بر شکل آنها نیز تأثیر گذاشته است و نمی‌توان انتظار داشت که فرمی مشخص را همواره از آنها دید.

نکته‌ای که باید یادآور شوم اینکه روزنامه خبر جنوب کمتر دچار تغییر شکل شده و البته به سبب گذشته خود فعالیت می‌کند. این نظم در فرم روزنامه خبر جنوب بیش از هر چیز مدیون سلیقه تغییر ناپذیر واحدی پورا است که البته کمتر زیر دست یا حتی دوستی و یادسته‌ای از مخاطبان بر سلیقه‌اش اثر نمی‌گذارد.

و اما بعد

برای شیراز وجود چهار روزنامه در شرایطی که چندان برای کار روزنامه نگاری مطلوب ارزیابی نمی‌شود، غنیمت است اما روزنامه‌های شیراز باید به درک جدیدی از انتظارات مخاطب خود برسند و با تغییر رفتاری مدیریتی راه را برای تأثیرگذاری در معادلات مختلف استان باز کنند.

اگر روزنامه‌های شیراز در چندسال آینده نتوانند در فضای رقابتی عصر ارتباطات به نیاز مخاطبان محلی خود پاسخ دهند، حتماً باید چند دوره کتاب تاریخ مطبوعات نوشته استاد سیروس رومی در کتابخانه‌های خانه‌مان نگه داریم تا فرزندانمان باور کنند که روزی هم شیراز روزنامه داشت.

خبر به روایت شهرزاد قصه گو

- قصه و قصه گویی کسبی است که همیشه رونق داشته و این روزها که بیشتر از هر زمان دیگری دوست داریم درباره دور و برمان بدانیم قصه گویی همچنان پررونق است. چه خوب اگر این قصه ها واقعی هم باشد. دنیای واقعی پر از قصه های ناگفته است. می گویند نه، به دور و بر خود نگاه کنید:
 - قصه تنها زن مسلمانی که در بیت المقدس راننده تاکسی است.
 - قصه نوجوان سودانی که برای آینده بهتر به مصر مهاجرت کرده اما اسیر باندهای خیابانی می شود و سرانجام به دست آنها به قتل می رسد.
 - قصه گرم شدن هوای زمین که یکی از دلایل بروز قحطی در دارفور بوده و حالا سازمان ملل می گوید این قحطی باعث کشمکش بین عرب ها و بومیان سودانی شده. تاکنون بیش از ۲۵۰ هزار نفر در این درگیری ها کشته شده اند.
 - قصه یک گالری دار عراقی که علی رغم همه کشت و کشتارها گالری خود را در بغداد باز نگه داشته و نقاشی هایی با مضمون صلح و امید به دیوار آویخته است.
 - قصه کوبیدن پرچم روسیه در عمق ۴۵۰۰ متری آب های قطب شمال به طمع نفت و گاز
 - قصه که شاید استخراجش چند دهه دیگر سودآور شود و در عین حال خیر از اقتدار شیری نیمه خفته می دهد. می گویند قهرمان این داستان کیست؟ همان زبردریایی که می تواند تا عمق ۴۵۰۰ متری پایین برود و بازوی مکانیکی آن پرچم فلزی روسیه را بر بستر اقیانوس منجمد شمالی فرو بکند.
 - قصه رییس جمهور ایران که دور کره زمین با دشمنان ایالات متحده دست دوستی می دهد و مناسبات کشورش را با جاهایی گسترش می دهد که هزارها کیلومتر از ایران دور هستند و دین، کیش و آیین دیگری دارند.
 - قصه یک عکاس حیات وحش که سرانجام تمساحی تکه پاره اش می کند.
 - قصه مبارزه با کسانی که می گویند ارذل و اوباش هستند و شکل مبارزه با آنها اعتراض خیلی ها را برانگیخته.
 - قصه مردم سومالی که به دنبال تغییر و بیرون آمدن از فقر و کنار زدن فساد حکومتی به پای صندوق های رای می روند.
 - هر قصه ای آدم ها و جا و مکان خود را دارد و اتفاقاتی که داستان را پیش می برد.
 - این بار که رمان جدیدی را دست گرفتید، ببینید نویسنده شخصیت ها را چه طور توصیف کرده. ببینید برای بیان فضای داستان از چه جملاتی استفاده شده.
 - با کمی تمرین، می توانید با گنجاندن جزئیاتی درباره حال و هوای شخصیت ها و فضای داستان خبری به یادماندی و تاثیرگذار بنویسید.
- چه طور یک داستان واقعی بیابیم؟**
- ارزش های خبری کلاسیک میزان خوبی است برای یافتن داستان های واقعی ای که ارزش تعریف کردن داشته باشند.
- قصه ای ارزش تعریف کردن دارد که،**
- تازه باشد،
 - مهم باشد،



پرسی شرکت می کنند کافی نیست. «باید خب که چی» خبر و این که چرا موضوع اهمیت دارد روشن شود. باید وقتی جمله تان را بیان می کنید، آدمها بگویند چه جالب و بخوانند درباره اش بیشتر بدانند.

قرار نیست این جمله را الزما عینا در خیرتان بیاورید. اما این جمله ای است که باید خبرتان را به دبیر سرویس و سردبیر بفروشد. جمله ای که باید آنها را مجاب کند که اجازه دهند روی موضوع کار کنید.

این جمله همچنین در نهایت کمک خواهد کرد تا بتوانید روی خبر یا گزارشی که قصد دارید تهیه کنید بهتر متمرکز شوید. بد نیست نگاهی بیندازیم به مثال یک:

تظاهر کنندگان در بانکوک می گویند تا زمانی که دولت با برگزاری انتخابات زودهنگام موافقت نکند در خیابانها می مانند.

خب، بگذارید نگاه دقیق تری به این جمله بیندازیم:

تظاهر کنندگان چه کسانی هستند؟

• هشتاد هزار نفر که بیشترشان تی شرت های قرمز پوشیده اند و از هواداران تاکسین شیناواترا، نخست وزیر پیشین تا بلند هستند که سه سال پیش در جریان یک کودتا از کار برکنار شد. بسیاری از آنها آهنگهایی به طرفداری از مردم سالاری می خوانند.

دولت تا بلند چه جوری دولتی است؟

• دولت تا بلند یک دولت نظامی است که پس از کودتا سر کار آمد و فعلا بهانه می آورد و تمایلی به برگزاری انتخابات و تحویل قدرت به مردم ندارد.

ابعاد تظاهرات تا چه اندازه است؟

• تظاهر کنندگان گفته اند قصد دارند خیابانهای اصلی شهر را ببندند و حتی تا یک هفته تظاهرات را ادامه دهند. آنها گفته اند تلاش خواهند کرد تا از بروز خشونت جلوگیری شود.

موضوع تظاهرات در بانکوک را می شود همین طور بیشتر و بیشتر بسط داد. مثلا نقل قولهایی از مقامات دولتی آورد. یا نقل قولهایی از رهبران تظاهر کنندگان یا نقل قولهایی از خود تظاهر کنندگان.

می شود از نمادها و پلاکاردها گفت.

می شود از تاثیر این راهپیمایی بر اوضاع و احوال اقتصادی تا بلند گفت که دومین اقتصاد آسیای جنوب شرقی است و پس از رکود جهانی اقتصاد تازه رو به بهبود گام برمی دارد.

می شود از دلایلی گفت که دولت می آورد تا به برگزاری انتخابات زودهنگام تن ندهد.

می شود از دلایلی گفت که هواداران تاکسین شیناواترا را واداشته به خیابانها بیایند و درخواست برگزاری انتخابات زودهنگام بکنند.

و ...

سعی کنید طرح گزارش را در همان یک جمله نگه دارید و اگر دبیرتان خواست بیشتر بداند موضوع را بیشتر باز کنید.

نکته مهم:

جمله مادر باید درباره «یک» موضوع باشد.

مثلا نمی شود گفت تظاهرات کنندگان در بانکوک می گویند تا زمانی که انتخابات زودهنگام برگزار نشود در خیابانها می مانند و بسیاری از آنها خواسته اند تا دولت صنعت گردشگری کشور را به طور کامل به بخش خصوصی بسپارد.

روی یک موضوع متمرکز شوید و آن یک موضوع را بسط دهید. دقت کنید شاخ و برگی که به گزارش یا خبرتان می دهید مربوط به همان موضوعی باشد که انتخاب کرده اید. اگر گزارشتان حشو و زوائد داشته باشد، مخاطب گیج می شود و مطلب را نیمه کاره رها می کند.

و حالا مثال دوم:

مردم سوییس قصد دارند در یک همه پرسی شرکت کنند تا درباره حق وکیل داشتن حیوانات تصمیم بگیرند.

مردم سوییس چه کسانی هستند؟

• طرفداران حق داشتن وکیل برای حیوانات

• مخالفان حق داشتن وکیل برای حیوانات

• رهبران جنبش حمایت از حیوانات

• گاو دارها، زنبوردارها، دارندگان گاو حیوانات خانگی

• صاحبان موسساتی که حیوانات خانگی بی سرپرست به آنها سپرده می شود

• وکلای دادگستری

• وکلایی که در امور دفاع از حقوق حیوانات کار کرده اند.

و بعد، چند سؤال:

• چرا این موضوع به رفراندوم گذاشته شده؟

• نظر سنجی ها چه می گویند؟

• آیا گزارشهایی راجع به آزار حیوانات در سوییس در دست هست؟

• آیا تاکنون در سوییس یک پرونده قضایی مربوط به آزار حیوانات در دادگاه پیگیری شده؟

اگر جمله مادر را کوتاه و سرراست نگه دارید، به راحتی می توانید اجزای

آنرا بسط دهید و ابعاد خبر را روشن کنید و پوشش دهید. اغلب خبرها حداقل دو طرف دارد. مثل مخالفان و موافقان وکیل داشتن حیوانات در سوییس یا کسانی که در تا بلند راهپیمایی می کنند و حکومت که مایل نیست انتخابات زودهنگام برگزار شود.

سعی کنید گره داستان را در همان جمله مادر بگنجانید:

طرفداران نخست وزیر پیشین می خواهند انتخابات زودهنگام برگزار شود، اما دولت می گوید فعلا زمان مناسب فرا نرسیده.

شخصیت پردازی (Personalities)

داستانها اغلب یک شخصیت کلیدی دارند که حتما هم نباید آدم باشد و می تواند مثلا یک موشک یا داروی جدید باشد.

یک زیردریایی که پرچم روسیه را در قعر اقیانوس منجمد شمالی به اهتزاز در می آورد.

داروی جدیدی که کمک می کند تا آتهایی که ایدز دارند بیشتر زنده بمانند

ون جیابائو، نخست وزیر چین، که می گوید آمریکا مقصر اصلی در تنش با چین است.

هزارها تظاهر کننده سرخپوش تا بلندی که در قلب بانکوک خواستار برگزاری انتخابات زودهنگام شدند.

خودروی بمب گذاری شده ای که جان ۲۵ نفر را در کراچی گرفت.

فضاسازی (Setting)

در داستاننویسی فضا یعنی زمان و مکان. صحنه تاتری را در نظر بگیرید که نمایشی در آن اجرا می شود.

وقتی می خواهید قصه زن مسلمان راننده تاکسی در بیت المقدس تعریف کنید بد نیست به زمانی اشاره کنید که او دارد با تاکسی خود از کنار مسجد قدس می گذرد. یا در کافه پاتوق راننده تاکسیها رفته قهوه بخورد و دور و برش همه مرد و یهودی هستند و ...

در داستان زیردریایی روس، اقیانوس منجمد شمالی، عمق ۴۵۰۰ متری بستر اقیانوس فضایی است که داستان دارد در آن اتفاق می افتد.

گره و گره گشایی (Conflict and Resolution)

در قصه راننده تاکسی آیا زن مسلمان می تواند به کار خود در بیت المقدس ادامه بدهد؟ آیا زنان دیگری هم به دنبال او خواهند آمد و بر تعداد راننده تاکسی های زن مسلمان بیت المقدس افزوده خواهد شد؟ آیا مسلمانان بیشتری به جمع مسلمانان بیت المقدس خواهند پیوست و شهر را مسلمانان نشین تر خواهند کرد؟ ...

نقطه اوج داستان (Climax)

زمانی که عکاس حیات وحش سرانجام به دست تمساحی تکه پاره می شود، یا

راننده زن مسلمان می گوید با تمام ناراحتیها حاضر نیست کار خود را رها کند، و خلاصه داستان به اوج می رسد و تکلیف آن یک جورهایی مشخص می شود.

خب، که چی؟

نکته کلیدی در نوشتن یک قصه واقعی این است که از خود بپرسید:

• ماجرا از چه قرار است؟

• قصه ای که دارم تعریف می کنم چرا اهمیت دارد؟

پس بهتر است از همان اول یک «طرح» داشته باشید. یعنی در یک یا دو جمله در ذهن تان قصه را تعریف کنید.

روسیه می خواهد به منابع نفت شمال دسترسی پیدا کند برای همین قبل از دیگران یک زیردریایی خود را به عمق چهار هزار متری اقیانوس منجمد شمالی فرستاده است. تحلیل گران می گویند با این اقدام نمادین روسیه نمی تواند به این منابع دست یابد.

جمع بندی

اگر بخواهیم روزنامه نگاری را در یک جمله خلاصه کنیم شاید بتوانیم بگوییم: «روزنامه نگاری یعنی پیدا کردن داستانهای واقعی.»

وقتی داستانها را صید کردید می توانید آنها را ثبت کنید. چه در قالب خبر، گزارش، مصاحبه، ...

چه در قالب عکس (مثل عکس کیوبن کارتر از کودک بیافرایی که هنوز زنده است اما کرکسی در انتظار نشسته تا وقتی او مرد به سرارش بیاید).

این عکس یک داستان کامل است؛ چون:

• هم طرح دارد: کودکی از گرسنگی در حال مرگ است. کس و کاری ندارد و فقر او را آنجا کشانده که ممکن است غذای کرکسها بشود.

• هم کاراکتر دارد: خود کودک، که نماینده مردم فقیر آفریقا است و کرکس که سمبل است برای آنچه نصیب فقیرها و رانده شده های می شود.

• هم فضا: بیابان بی آب و علف

• هم تعقیب: کودک هنوز زنده است و کرکس در انتظار نشسته تا شاید پس از مرگ جسد او را تکه تکه کند.

• نقطه اوج: عکس در واقع یک جورهایی نقطه اوج فقری است که کنشوری آفریقایی را اسیر کرده تا آنجا که کودکی را می بینیم در حال مرگ و ...

چه در قالب فیلم (شبکه تلویزیونی الجزیره در یک گزارش خبری از موشک‌باران نوار غزه صحنه‌ای را نشان می‌دهد که مردی که انگار از زیر آوار بیرون آورده شده جلوی دوربین می‌گوید: «چه طور می‌توانم با اسرائیلی‌ها صلح کنم وقتی ۱۷ یا ۱۸ نفر از خانواده من را کشته‌اند، زن، بچه یک سال و نیمه، پیرمرد، ... اگر صد سال دیگر هم بگذرد من با آنها صلح نمی‌کنم. هر کدامشان را پیدا کنم می‌کشم...»)

چه در قالب اینفوگرافیک (عکس و مشخصات زیردریایی‌ای که بر بستر اقیانوس منجمد شمالی پرچم روسیه را به اهتزاز درآورد و دو سوم یک صفحه روزنامه گاردین را به خود اختصاص داد.)

باردراماتیک

اتفاق دراماتیک یعنی اتفاقی که خارج از روند روزه مره رخ داده باشد.

داستان تنها زن مسلمان راننده تاکسی در بیت‌المقدس شنیدنی است. چون راننده تاکسی‌ها در بیت‌المقدس اغلب مرد هستند و خیلی‌هایشان هم یهودی هستند

داستان زندگی بچه مدرسه‌ای که هر روز به مدرسه می‌رود و به خانه برمی‌گردد شنیدنی نیست. اما به محض این که روزی بچه مدرسه‌ای در راه مدرسه دزدیده می‌شود، از لحظه دزدیده شدنش تا لحظه‌ای که او دوباره پیدا می‌شود و به زندگی عادی باز می‌گردد همه چیز داستان است:

• او چه طور دزدیده شد

• دزدها چه می‌خواستند

• آیا با او بدرفتاری شد

• خانواده‌اش چه کار کردند

• چه طور پیدا شد

• آیا او دوباره زندگی عادی را پی گرفت

تا زمانی که داستان زندگی پسر بچه به زندگی روزمره برگشته، داستانی داریم برای نوشتن که جذاب و خواندنی خواهد بود.

یک نمونه

طرح داستان پسر بچه‌ای که در راه مدرسه دزدیده می‌شود را می‌توان در چنین جمله‌ای خلاصه‌وار بیان کرد:

پسر بچه‌ای در راه مدرسه دزدیده می‌شود. دزدها با خانواده او تماس می‌گیرند و می‌گویند اگر خانواده مثلاً صد میلیون تومان به آنها نپردازد آنها بچه مدرسه‌ای را خواهند کشت. پدر خانواده در نهایت به پلیس اطلاع می‌دهد. اما در جریان عملیات نجات پسر بچه کشته می‌شود.

در داستان پسر بچه مدرسه‌ای لااقل چهار تا شخصیت داریم:

۱. پسر بچه

۲. دزدها

۳. پدر و مادر و خواهر و برادر

۴. پلیس‌ها

شخصیت هر کدام از این آدم‌ها در مواجهه با اتفاقات به تصویر کشیده می‌شود. مثلاً پدر بچه وقتی دزدیده می‌شود گریه نمی‌کند. یا افسر پلیس ابتدا با کمال خونسردی اعتقاد دارد دزدها را سرکوب کرد حتی به این قیمت که پسر بچه کشته شود، ...

در شخصیت‌پردازی نباید بنویسیم که مثلاً مادر پسر بچه نگران بود. باید صحنه‌ای را به تصویر بکشیم تا نگرانی او را منتقل کند: مثلاً مادر پسر بچه نمی‌تواند بخوابد و ترجیح می‌دهد با یکی از فامیل‌ها تا صبح در خیابان‌ها گشت بزند.

محلی که پسر بچه در آن زندگی می‌کند که مثلاً جمله‌ای است که همه چیز در صلح و آرامش جریان دارد می‌تواند بخشی از فضای داستان را تشکیل بدهد. خانه پسر بچه بعد از این که ربوده می‌شود که حالا شلوغ و بلوغ است، آشپزخانه به هم ریخته، ... محلی که پسر بچه در آن حبس است. می‌تواند همان کلیشه قدیمی یعنی یک جای سرد و مرطوب و غبار گرفته و بدون نور باشد یا شاید زیرزمین خانه‌ای مثل همه خانه‌هایی که ما در آن زندگی می‌کنیم، ...

تعلیق

پلیس قصد دارد به مخفی‌گاه دزدان حمله کند و ... داستان را دنبال می‌کنیم تا ببینیم بالاخره حمله کی اتفاق می‌افتد و آیا بچه آزاد می‌شود یا نه.

لحظه‌ای که پلیس به مخفی‌گاه حمله می‌کند یک لحظه «بحرانی» است. داستان به لحظه‌های «بحرانی» نیاز دارد تا جذاب بشود.

اوج داستان زمانی است که نتیجه داستان معلوم می‌شود - یعنی زمانی که حمله انجام می‌شود و پسر بچه کشته می‌شود.

پایان داستان می‌تواند یک سال بعد باشد که پدر پسر بچه با کمک شهرداری محل یک سرویس مینی بوس برای بردن بچه‌ها به مدرسه راه انداخته است. در روایت داستان‌های واقعی راوی اغلب سوم شخص است. هر چه حضور «هن» کم‌رنگ‌تر باشد و راوی به ذکر جزئیات عین پیردازد و داز داستان بیرون باشد بهتر است.

خبرنویسی داستانی

جری اشوارتز در بخشی از کتاب راهنمای گزارش‌نویسی آسوشیتدپرس

می‌نویسد:

«روزنامه‌نگارها همیشه می‌گویند دارند داستان می‌نویسند. اما بروس دو سیلوا عقیده دیگری دارد.»

دوسیلوا رییس بخش گزارش‌های خبری آسوشیتدپرس می‌گوید، «ما به همه چیز داستان می‌گوییم، اما بیشتر وقت‌ها کاری که در اصل انجام می‌دهیم نوشتن مقاله است، مقاله‌هایی که به چشم یک بچه شش هفت ساله داستان به نظر نمی‌رسند.»

داستان‌هایی که دوسیلوا در نظر دارد مثل افسانه‌ها یا رمان‌ها هستند یا داستان‌هایی که مردم دور آتش برای همدیگر تعریف می‌کنند. تنها فرق این داستان‌ها با داستان‌های دیگر این است که این‌ها واقعی هستند.

آنها شخصیت اصلی دارند. «شخصیت داستان باید کسی باشد که خواننده را به لحاظ احساسی درگیر کند و سرنوشت این شخصیت به نحوی برای خواننده اهمیت داشته باشد، این که بتوانید عاشق این شخصیت شوید یا از او متنجر شوید.» به هر حال، چنان‌که دوسیلوا می‌گوید، «باید از احساس‌تان قدری خرج کنید.»

این به آن معناست که [در یک داستان خبری] باید قدری شخصیت‌پردازی صورت بگیرد. فقط نمی‌توانید نام، شغل و سن طرف را درج کنید؛ چرا که تنها با این خصوصیات نمی‌توان کسی را شناخت. این شخصیت باید جوری پرداخت شود که در صفحه کاغذ تبدیل به یک شخص واقعی بشود.»

شخصیت اصلی باید مشکلی داشته باشد. یک مشکل واقعی که به نظر خواننده جدی بیاید. و شخصیت باید سعی کند این مشکل را حل کند: «یعنی این مشکل به این راحتی‌ها حل شدنی نیست. اگر شخصیت شما یک مشکل داشته باشد و آن‌را حل کند شما یک پاراگراف خواهید داشت و نه یک داستان.» [مثلاً جایی زلزله آمده و خانه مردم تخریب شده و مشکل فاطمه حبیبی که لباس خاک گرفته‌ای پوشیده و بچه اش را بغل کرده این است که خانه اش خراب شده و نمی‌داند در آینده چه اتفاقی خواهد افتاد، چه کسی خرجش را خواهد داد و بچه اش کی دوباره به مدرسه خواهد رفت و ... قصه فاطمه همان خبری خواهد بود که می‌تواند مثل یک داستان شخصیت‌پردازی، فضاسازی و گره داشته باشد]

در نهایت شما باید یک راه حل داشته باشید.

دوسیلوا می‌گوید، «شخصیت شما باید مغلوب مشکل شود یا آن که بر آن غلبه کند. البته دنیای واقعی به این روشنی نیست، اما به هر حال باید یک تغییری رخ دهد. نمی‌شود شخصیتی داشته باشید که تا آخر صفحه سعی کند هیچ اتفاقی نیفتد. باید چیزی باشد که در نهایت تغییری را در برداشته باشد، که حس پایان را القا کند.» [در مورد قصه فاطمه در پاراگراف‌های پایانی داستان می‌توان نوشت سبیل کمک‌ها سرازیر شده (با ذکر جزئیات) اگر چه هنوز مشخص نیست فاطمه چه موقع بتواند زندگی خود را از سر بگیرد.] بدون این چهار چیز؛ یعنی شخصیت، مشکل، تلاش و راه حل توصیف راه به جایی نخواهد برد.

«اگر از منظر قصه‌نویسی و نه گزارش‌نویسی به موضوع نگاه کنید، می‌بینید که داستان‌های خبری دور و برتان ریخته است. بیشتر چیزهایی که ما در روزنامه‌ها چاپ می‌کنیم، راه حل‌ها و پایان داستان‌ها است. اما ما تمام داستان را تعریف نمی‌کنیم. فقط از پایان می‌گوییم. انتخابات، حکم دادگاه، تصمیم یک قاضی، ورشکستگی - تمام این چیزها که ما به عنوان خبر گزارش می‌دهیم راه حل‌های داستان‌هایی هستند که در واقع بسیار طولانی‌تر و جذاب‌تر هستند. داستان‌هایی که انسان‌هایی را در خود جا داده که با زندگی دست و پنجه نرم می‌کنند. اگر دنبال داستان هستید، یکی از جاهایی که پیدایش می‌کنید، همین راه حل‌ها است.»

اما چرا چنین داستان‌هایی بنویسیم؟

دوسیلوا می‌گوید، «زیرا کلی مدارک علمی وجود دارد که نشان می‌دهد اگر اطلاعات را در این قالب‌ها - یعنی به شکل داستان • به مردم بدهید، بهتر درک می‌شود، تا ته خوانده می‌شود و بهتر از هر راه دیگری که بخوایم اطلاعاتی را منتقل کنیم، به خاطر سپرده می‌شود... این سبک نوشتن، سرگرم کننده و جالب است، می‌تواند موضوعاتی را در خود بگنجاند که خبر است، اما ممکن است در حالت عادی روشن نباشند و این کار باعث شود جذاب به نظر برسند. یک علت دیگر این است که شما به جای این که یک مشت اطلاعات لخت و خشک بدهید، با زندگی روزمره مردم و تلاش‌هایشان سرو کار دارید، به همین دلیل همه چیز جذاب به نظر خواهد رسید.»

مثال و تحلیل:

هزارها نفر در بانکوک خواستار برگزاری انتخابات زودهنگام رویتز: ده‌ها هزار نفر از مردم بانکوک به خیابان‌ها آمدند و به حکومت نظامی کشور هشدار دادند در صورتی که ظرف ۲۴ ساعت انتخابات برگزار نکند با راهپیمایی‌های سراسری پایتخت را فلیج خواهند کرد.

حدود هشتاد هزار نفر از هواداران سرخوش نخست‌وزیر پیشین تا بلند، تاکسین شیناواترا، مثل سیل به خیابان‌های تاریخی در قلب بانکوک هجوم آوردند. تظاهرات کنندگان آهنگ‌هایی در طرفداری از نظام مردم‌سالاری می‌خواندند، پلاکاردهایشان را در هوا تکان می‌دادند و نفوذ آقای تاکسین را، حتی سه سال پس از آن که او در پی یک کودتا سقوط کرد، به رخ کشیدند.

پلیس پیش بینی می کند تعداد تظاهرکننده‌ها تا غروب به بیش از ۱۵۰ هزار نفر برسد و به نظر می رسد تظاهرکننده‌ها در نظر دارند تظاهرات را روزها ادامه دهند.

کسانی که رهبری تظاهرات را در دست دارند می‌گویند، حتی اگر تظاهرات یک هفته طول بکشد، راهپیمایی آرام خود را ادامه خواهند داد. آنها قصد دارند به آبیسیت و جاجیوا، نخست‌وزیر تایلند، فشار بیاورند که مجلس را منحل کند و انتخابات راه بیندازد. به نظر می‌رسد در چنین انتخاباتی طرفدارهای آقای تاسکین شانس خوبی برای پیروزی داشته باشند. به نظر نمی‌رسد که آقای آبیسیت زیر بار برود.

ویرا موسیکاپونگ، رهبر اتحادیه دمکراسی علیه دیکتاتوری که تظاهرات را سازماندهی کرده، می‌گوید، «خواست ما از دولت این است که قدرت را دوباره به مردم تحویل دهد.»

آقای ویرا می‌گوید، گروهش تا دوشنبه ظهر به دولت مهلت داده تا مجلس را منحل کند.

ناتاووت سیکوآ، یکی از تظاهرکننده‌ها می‌گوید، اگر چنین نشود، آنها در سراسر بانکوک راهپیمایی خواهند کرد و رفت و آمد را در خیابان‌های اصلی شهر فلج می‌کنند.

- (حدود هشتاد هزار نفر از هواداران سرخپوش)
- «مثل سیل»
- «آهنگ‌هایی در طرفداری از نظام مردم سالاری»
- «پلاکاردهایشان را در هوا تکان می‌دادند»

این عبارت‌ها شما را با حال و هوا و شکل قیافه راهپیمایان آشنا می‌کنند. نقل قولی که در پی آمده کمک می‌کند بیشتر درباره راهپیمایان و خواسته شان بدانیم:

«ویرا موسیکاپونگ، رهبر اتحادیه دمکراسی علیه دیکتاتوری که تظاهرات را سازماندهی کرده، می‌گوید، «خواست ما از دولت این است که قدرت را دوباره به مردم تحویل دهد.»

و این جمله که نقل قولی غیرمستقیم از یکی از تظاهرکننده‌ها است، ما را با شخصیت مصمم تظاهرکننده‌ها آشنا می‌کند:

ناتاووت سیکوآ، یکی از تظاهرکننده‌ها می‌گوید، اگر چنین نشود، آنها در سراسر بانکوک راهپیمایی خواهند کرد و رفت و آمد را در خیابان‌های اصلی شهر فلج می‌کنند.

عبارت «خیابان‌های تاریخ در قلب بانکوک» به خوبی جا و مکان و فضای داستان را برای ما شرح می‌دهد. خبرنگار خیلی راحت می‌توانست تنها بنویسد «در بانکوک».

و همه این‌ها در خدمت جمله آخر پاراگراف:

... نفوذ آقای تاسکین راه، حتی سه سال پس از آن که او در پی یک کودتا سقوط کرد، به رخ کشیدند.

خبرنگار رویتز به خوبی توانسته با توصیف صحنه تظاهرات نفوذ و محبوبیت آقای تاسکین را شرح دهد.

مثالی دیگر:

دو بریتانیایی در بین کشته‌شدگان سقوط هواپیما در لیبی ایونینگ استاندارد، وزارت خارجه امروز تایید کرد که دو بریتانیایی در بین ۱۰۳ نفری هستند که در جریان سقوط هواپیما لیبیایی کشته شده‌اند. پری او مارا، نویسنده ایرلندی، یکی از این دو بریتانیایی است. (تحلیل این خبر را در پایین صفحه بخوانید.)

پریسیلا سواتری کولیک، ۵۲ ساله، اهل وانارلید، در ولز، دیگر بریتانیایی کشته شده در این حادثه است. مقام‌های وزارت خارجه گفته‌اند احتمالاً یک بریتانیایی دیگر هم در بین کشته‌شده‌ها است.

پرواز هواپیمایی آفریقاییه وقتی از یوهانسبورگ به سمت لیبی در پرواز بود، در موقع فرود، در فرودگاه تریپولی دچار سانحه شد. این هواپیمایی گفته هنوز ۱۹ نفر از کشته‌شده‌ها باید شناسایی شوند. در این سانحه حداقل ۵۸ هندی، ۱۳ لیبیایی که ۱۱ نفر آن خدمه هواپیما بودند، به همراه شش تبعه آفریقای جنوبی کشته شدند. بیشتر مسافرها به تریپولی می‌رفتند تا آنجا هواپیمایشان را عوض کنند و راهی مقصد نهایی شوند. قرار بود هفت نفر در نهایت از طریق فرودگاه گاتویک وارد لندن شوند.

فعالیت‌های تبلیغاتی برای انتخابات پارلمان هلند به نشانه احترام فعلاً متوقف شده است.

تنها کسی که در جریان این حادثه زنده ماند، یک پسر نه ساله هلندی به

نام روبین وان آسو است. او برای تماشای حیوانات با پدر، مادر و برادر بزرگ‌ترش به آفریقا سفر کرده بود و از تعطیلات برمی‌گشت.

زنی به نام ان وان دو ساند، که خود را مادر بزرگ پسر هلندی معرفی کرده، به روزنامه‌ای هلندی گفته‌اند او با بردارش، ۱۱ ساله، و پدر و مادرش، تروودی و پاتریک وان آسو همسفر بوده.

دکتر حمیده الساحلی، در بیمارستانی در لیبی در حال مداوای پسر هلندی است. او گفته روبین راحت نفس می‌کشد، اما پایش مجروح شده و خون زیادی از دست داده است.

خانم امارا، ۴۲ ساله، در آفریقای جنوبی به دنیا آمده بود و دنبال ناشر برای رمان جدیدش به نام ناچل واتسین، یک سوپر قهرمان، راهی لندن شده بود. کترین کاکس، مدیر انتشارات ۳۰ درجه جنوبی، که اولین کتاب خانم امارا را چاپ کرده، می‌گوید: «پری موهای قرمز فوق العاده‌ای داشت و شخصیتش با آن موها کاملاً هماهنگ بود. او دوست داشت بیشتر به نیمه پر لیوان نگاه کند.»

خانم امارا به همراه همسرش کریستوفر لیچ، یک سر آشپز، در استان «شمال غربی» آفریقای جنوبی زندگی می‌کرد. او در دهه نود به لندن نقل مکان کرد تا شاید کسب و کاری در صنعت سینما بیابد اما کمی بعد، پس از آن که چند ماهی را در قیابیل ماسای در تانزانیا گذراند دوباره به آفریقای جنوبی بازگشت.

یکی از اهالی آفریقای جنوبی که در جریان سقوط هواپیما کشته شد، رابرت ویر ۴۱ ساله بود که راهی لندن شده بود تا به ارتش بریتانیا بپیوندد. تحلیل:

این خبر یک روز پس از سقوط هواپیما لیبیایی منتشر شده. به کاری که نویسنده خبر کرده اصطلاحاً localization می‌گویند. یعنی خودمانی یا محلی کردن خبر • یا یافتن زاویه‌ای برای خبر تا موضوع برای مخاطب ملموس تر شود.

این خبر با تیترو بزرگ در صفحه چهار روزنامه کار شده بود:

«دو بریتانیایی» در بین کشته‌شدگان سقوط هواپیما در لیبی هستند

برای خواننده بریتانیایی، کشته شدن دو بریتانیایی حتی از کشته شدن ۵۸ هلندی هم مهم تر است. همان طور که هر بار در جریان بمب گذاری‌های اماکن مقدس در عراق چند زائر ایرانی هم کشته می‌شوند، خبر برای ما ایرانی‌ها ابعاد تازه‌ای پیدا می‌کند.

این خبر مثال خوبی است برای این که ببینیم چه طور می‌توانیم اخباری را که آن طرف آب رخ می‌دهد، خودمانی کنیم تا برای مخاطبانمان جذاب تر باشند.

کار جالب دیگری که نویسنده این خبر کرده شخصیت پردازی قهرمان‌های داستان بوده.

پسر هلندی تنها بازمانده این سقوط است که طی آن ۱۰۳ نفر کشته شدند. طبیعی است که مردم بخواهند بیشتر درباره او بدانند:

«او برای تماشای حیوانات با پدر، مادر و برادر بزرگ‌ترش به آفریقا سفر کرده بود و از تعطیلات برمی‌گشت.

... او گفته روبین راحت نفس می‌کشد، اما پایش مجروح شده و خون زیادی از دست داده است.»

و در مورد پری او مارا، نویسنده ایرلندی:

«مدیر انتشارات ۳۰ درجه جنوبی، که اولین کتاب خانم امارا را چاپ کرده، می‌گوید: «پری موهای قرمز فوق العاده‌ای داشت و شخصیتش با آن موها کاملاً هماهنگ بود. او دوست داشت بیشتر به نیمه پر لیوان نگاه کند.»

«او در دهه نود به لندن نقل مکان کرد تا شاید کسب و کاری در صنعت سینما بیابد اما کمی بعد، پس از آن که چند ماهی را در قیابیل ماسای در تانزانیا گذراند دوباره به آفریقای جنوبی بازگشت.»

اگر بتوانیم شخصیت قهرمان‌های داستانی را که روایت می‌کنیم، عیان کنیم، آن‌ها را در ذهن مخاطب جاودانه کرده ایم. جزئیات مربوط به شخصیت‌شان ما را به آنها نزدیک می‌کند. نتیجه‌اش این که ابعاد انسانی واقعه برامان روشن‌تر می‌شود. با خواندن چنین خبرهایی می‌توانیم چه در شادی و چه در غم‌شان شریک باشیم:

«...او با بردارش، ۱۱ ساله، و پدر و مادرش، تروودی و پاتریک وان آسو همسفر بود.»

کسانی که دیگر هیچ کدام‌شان کنار او نیستند.

در پرونده این شماره، اخبار رسانه‌ها توسط اعضای سایت نیوزبان نقد شده است



آمار غیر واقعی در خبرگزاری فارس

خبرگزاری فارس روز یکشنبه ۱۱ مهر ۸۹ با انتشار خبری (فارس این خبر را سه شنبه ۱۳ مهر حذف کرد اما عکس آن در انتهای این مطلب وجود دارد) مدعی شد که بازتاب بخشی از اظهارات محمود احمدی‌نژاد، رئیس‌جمهور ایران در خبرگزاری «فرانس ۲۴» باعث شده تا حدود دو میلیارد و ۲۰۰ میلیون کاربر اینترنت دربارۀ سخنان احمدی‌نژاد در «فرانس ۲۴» کامنت بگذارند. خبرگزاری فارس در حالی از این رقم سخن گفته که آمار کاربران اینترنت در جهان حدود یک میلیارد و ۹۰۰ میلیون نفر است. تعداد کسانی که کامنت گذاشته‌اند از تعداد کل کاربران اینترنت در جهان بیشتر است. از سویی دیگر سردبیران خبرگزاری فارس برای انتشار این خبر باید به خبرگزاری فرانس ۲۴ مراجعه می‌کردند تا آمار واقعی کامنت‌ها را ببینند و خبری با آمار غیر واقعی منتشر نکنند. پس از سخنان جنجالی محمود احمدی‌نژاد در سازمان ملل دربارۀ دست داشتن دولت آمریکا در حادثه ۱۱ سپتامبر، خبرگزاری فرانس ۲۴ اقدام به چاپ مقاله‌ای در این زمینه در صفحات انگلیسی و فرانسوی خود کرد. مقاله‌ای که به زبان فرانسوی در فرانس ۲۴ نوشته شده ۲۵ کامنت دارد و مقاله‌ای هم که به زبان انگلیسی نوشته شده، شش کامنت دارد. یعنی خبرگزاری فارس رقم «دو میلیارد و یکصد و نود و نه میلیون و نهصد و نود و نه هزار و نهصد و شصت و هفت» غیر واقعی را به ۳۱ کامنت واقعی افزوده است. این اقدام خبرگزاری فارس، باعث شد که خبرگزاری فرانس ۲۴ شگفت زده شود. فرانس ۲۴ نوشت که ما نمی‌دانیم که خبرگزاری فارس چگونه ۲۵ کامنت در مقاله فرانسوی زبان و شش کامنت در مقاله انگلیسی زبان را به دو میلیارد کامنت تبدیل کرده است.

«اتهام‌زنی» به جای «خبر» در روزنامه کیهان

بارها پیش آمده است که روزنامه کیهان در خبرنویسی همه اصول روزنامه‌نگاری را نقض کرده است. در خبرهای سیاسی این روزنامه که عمدتاً به عنوان «خبر ویژه» شناخته می‌شوند، سردبیران این روزنامه، هم بی‌طرفی را زیر پا می‌گذارند و هم به جای مخاطب قضاوت می‌کنند و هم «اتهام‌زنی» می‌کنند. نویسندگان کیهان می‌توانند قضاوت و تحلیل خود از خبرها را در ستون‌های یادداشت منتشر کنند ولی این پذیرفته نیست که خبر را با «قضاوت، بی‌انصافی، اتهام‌زنی و یک‌جانبه‌گرایی» به مخاطب منتقل کنند. یکی از خبرهایی را که در آن اصول خبرنویسی نادیده انگاشته شده به عنوان نمونه در اینجا نقل می‌کنم. کیهان روز یکشنبه ۳۱ مرداد ۸۹ در صفحه دو خبری با عنوان «اعتراض مردم شیراز به روحانی‌نمای آلت دست منافقین» منتشر کرد.

در این خبر چند اشکال وجود دارد:

۱- مردم شیراز: وقتی از مردم حرف زده می‌شود باید با عدد و رقم و دقیق سخن گفت. آیا همه مردم شیراز یا اغلب آن‌ها به آقای دستغیب اعتراض کرده‌اند؟ جمعیت شیراز بالغ بر یک میلیون و پانصد هزار نفر است. وقتی که گفته می‌شود «مردم شیراز»، باید جمع بسیار گسترده‌ای اعتراض کرده باشند. آمار معترضان چه قدر بوده است؟

در این خبر آمار معترضان اعلام نشده است.

۲- روحانی‌نمای آلت دست منافقین: این عبارت قضاوت خبرنگار از یک شخص و همچنین یک سازمان سیاسی است که نمی‌توان آن را در خبر گنجاند. خبر جایی برای قضاوت درباره ماجرای خبر نیست. در خبر باید ماجرای رخ داده را رعایت اصول «بی‌طرفی، انصاف و دقت» منتشر شود.

۳- اظهارات اهانت‌آمیز و توهم‌آلود: این عبارت هم قضاوت خبرنگار است. کافی بود متن گفته‌های آیت‌الله دستغیب در خبر می‌آمد. مخاطب آن قدر شعور دارد که بتواند تشخیص دهد سخنان این مرجع تقلید «اهانت و توهم است یا واقعیت».

۴- فتنه‌گران: اصطلاح فتنه‌گران از سوی حامیان دولت خطاب به مخالفان به کار می‌رود. خبرنگار نمی‌تواند در خبری که می‌نویسد مخالفان را فتنه‌گر بنامد.

خبرنگار در این خبر به جای آن که ماجرای سخنان آقای دستغیب و واکنش مخالفان او را گزارش دهد، با به کار بردن کلمات «باردار» که معنای خاصی دارند و همچنین قضاوت کردن درباره ماجرا، خود را به بخشی از ماجرای خبر تبدیل کرده است.

اصرار کیهان بر این نوع خبرنویسی، اعتبار این روزنامه را از بین برده است به گونه‌ای که برخی، کیهان را «بولتن‌نامه و پرونده‌ساز» می‌دانند تا یک روزنامه.

خبر میهمان مفهوم

خبر

تابناک: اطلاعات خبرنگار ما از انتخاب یک فرد متخلف به ریاست یکی از گمرکات مهم کشور، حکایت دارد.

به گزارش خبرنگار «تابناک»، تصمیم رئیس گمرک ایران برای انتصاب فردی که دارای پرونده تخلفات سنگین است، به ریاست یکی از گمرکات مهم جنوب کشور، موجب تعجب همگان شده است.

این فرد که گویا انتصاب وی قطعی شده و در چند روز آینده با تودیع رئیس پیشین، معارفه وی برگزار خواهد شد، در همان گمرک که قرار است بر صندلی آن تکیه بزند، دارای پرونده تخلف سنگین بوده و هم‌اکنون با گذشت چندین سال، هنوز پرونده وی مفتوح است.

در این باره باید گفت، تعداد بسیاری از ماشین‌آلات راه‌سازی مستعمل که ورود آن به کشور ممنوع بوده، زمانی از آن گمرک خارج و در داخل کشور به فروش رسیده که وی مسئول ارزیابی و احراز هویت همان گمرک مهم جنوب کشور بوده است.

گفتنی است، در زمینه ورود غیر قانونی این ماشین‌آلات به کشور، پرونده‌های قاچاق گوناگونی در مراجع قضایی تشکیل شده که در پایان منجر به محکومیت متخلفین و صاحبان کالا شده است.

نقد

«تابناک» بی‌شک پدر متد مجهول‌نگاری خبر در رسانه‌های نوشتاری ایران است اکثر خبرهای ویژه تابناک بدین سبک نگارش می‌یابد و عناصر خبری وجود ندارد:

۱- اطلاعات خبرنگار ما از انتخاب «یک» فرد متخلف به ریاست «یکی از» گمرکات مهم کشور، حکایت دارد.

۲- در زمینه ورود غیر قانونی این ماشین‌آلات به کشور، «پرونده‌های قاچاق گوناگونی» در «مراجع قضایی» تشکیل شده که در پایان منجر به محکومیت متخلفین و صاحبان کالا شده است.

۳- «این فرد» که «گویا» انتصاب وی قطعی شده و در چند روز آینده با تودیع «رئیس پیشین» معارفه وی برگزار خواهد شد، در «همان» گمرک که قرار است بر صندلی آن تکیه بزند، دارای پرونده تخلف سنگین بوده و هم‌اکنون با گذشت چندین سال، هنوز پرونده وی مفتوح است.

۴- خبر کاملاً مبهم، گنگ و غیر قابل فهم است.

۵- اینگونه شبه‌اخبار که در مطبوعات و به ویژه سایت‌های خبری چند سالی است که باب شده، بیشتر تخیل مخاطب را درگیر می‌کند. حتی یک مخاطب حرفه‌ای خبر هم نمی‌تواند از اینگونه اخبار سر در بیاورد، به نظر می‌رسد مخاطب اینگونه اخبار بیشتر مدیران و دست‌اندرکاران مورد اشاره باشند و هدف آن چیزی غیر از رسالت خبری و خبررسانی باشد.

اطلاعات مبهم در خبر

خبر

خبر آنلاین: مدیر مسئول روزنامه اعتماد در گفت و گو با خبر آنلاین گفت: روزنامه اعتماد منتشر خواهد شد.
الیاس حضرتی مدیر مسئول روزنامه اعتماد با بیان اینکه روزنامه اعتماد انشاء الله منتشر خواهد شد گفت: جزییات بیشتری در این ارتباط نمی توانم بدهم و تاریخ انتشار آن هم مشخص نشده است

نقد

۱- پیشینه به مخاطب کمک می کند تا جزییات بیشتری از ماجرا بداند. نادیده گرفتن پیشینه و سابقه در خبر، علاوه بر ناقص ماندن خبر، مخاطب را با اطلاعات مبهم روبرو می کند.
در خبر ۵۰ کلمه‌ای که سایت خبر آنلاین درباره انتشار دوباره روزنامه اعتماد نوشته، هیچ سابقه‌ای وجود ندارد. خبری که سایت «خبر آنلاین» منتشر کرده، بیشتر شبیه «سرخط» خبر است تا یک خبر کامل.
خبر هر چند هم کوتاه باشد اما باید به پرسش‌هایی که در ذهن مخاطب شکل می گیرد، پاسخ دهد. مخاطب با دیدن این تیتر و لید، احتمالاً می خواهد زمان دقیق انتشار دوباره روزنامه و سابقه‌ای از توقیف آن را بداند.
خبرنگار پس از دریافت اطلاعات «تازه» از مدیر مسئول روزنامه اعتماد، نتوانسته و شاید هم نخواسته که بلوک‌های خبری را که شامل «اطلاعات تازه، نقل قول‌ها و پیشینه» است، شکل دهد.
پیشینه خبر می تواند شامل «جراحی توقیف روزنامه اعتماد، زمان توقیف، مدت زمانی که این روزنامه منتشر شده، مرجعی که روزنامه را توقیف کرده و وضعیت مطبوعات در یک سال اخیر» باشد.
پاسخ دادن به هر یک از پرسش‌های بالا، هم به مخاطب کمک می کند تا با اطلاعات کاملی روبرو باشد و هم خبر را دارای ساختار منسجم می کند.
۲- در این خبر، تیتر و لید یکدیگر را تکرار کرده‌اند. لید خبر نسبت به تیتر باید اطلاعات بیشتری به مخاطب بدهد نه آنکه دقیقاً تیتر را تکرار کند. به عنوان نمونه در لید این خبر، می توان با آوردن پیشینه (مثلاً مدت توقیف بودن روزنامه اعتماد) آن را هم جذاب‌تر کرد و هم از تکرار جلوگیری کرد.
لید می تواند اینگونه باشد: «الیاس حضرتی، مدیر مسئول روزنامه اعتماد، از انتشار دوباره این روزنامه که اسفند سال ۱۳۸۸ توقیف شده بود، خبر داد»
این لید هم درباره تیتر توضیح می دهد و هم دارای اطلاعات بیشتری است.

تکرار اطلاعات در خبر

خبر

فارس: دو مامور خاطی در حادثه سعادت آباد به دلیل سهل انگاری توسط مرجع قضایی دستگیر شده‌اند.
به گزارش فارس، ۲ مامور خاطی در حادثه سعادت آباد به دلیل سهل انگاری توسط مرجع قضایی دستگیر شده‌اند. این دو مامور برای تکمیل پرونده و تحقیقات بیشتر به دلیل سهل انگاری در مرگ جوانی که بر اثر چاقو کشی در میدان کاج سعادت آباد کشته شد، بازداشت شده‌اند. این دو مامور به دلیل سهل انگاری و تعلل در جلوگیری از مرگ متهم شناخته شده‌اند.

نقد

۱- در این متن که شامل چهار پاراگراف است در هر پاراگراف، عبارت دو مامور تکرار شده است.
۲- شیوه درست‌نویسی رعایت نشده است. یک بار نوشته شده دو مامور و بار دیگر نوشته شده ۲ مامور.
۳- نامی هر چند به اختصار از این دو مامور یا درجه نظامی‌شان برده نشده است.
۴- کلمات تکراری در این خبر زیاد است. به عنوان مثال عبارت «به دلیل سهل انگاری» در هر چهار پاراگراف تکرار شده است.
۵- سهل انگاری جرمی است که مرجع قضایی اعلام کرده یا برداشت خبرنگار بوده است؟
۶- خبرنگار منبعش را معرفی نکرده. این خبر را روابط عمومی مرجعی اعلام کرده است؟ شخصی مطلع به فارس گفته و...
۷- این حادثه چه زمانی اتفاق افتاده؟ چرا اتفاق افتاده؟ کی این دو نفر دستگیر شدند؟ اینها عناصر خبری است که پاسخ داده نشده است.
۸- چهار پاراگراف این خبر را می توان تنها در یک پاراگراف نوشت. به عبارت دیگر، این چهار پاراگراف تنها با جابه‌جایی چند کلمه، یکدیگر را تکرار کرده‌اند. هر پاراگراف خبر باید شامل اطلاعات تازه‌ای باشد، به گونه‌ای که با پرسش دادن به عناصر خبری، به خبر روایت منسجم بدهد. استفاده از اطلاعات تکراری در چهار پاراگراف خبر، هم مخاطب را خسته می کند و هم پرسش‌های او را بدون پاسخ می گذارد.
۹- نداشتن پیشینه در خبر، آن را به خبری ضعیف تبدیل کرده است.



خبرگزاری مهر و قضاوت در خبر

خبر

مهر: حمله تروریستی در داغستان ۱۴ کشته و زخمی برجا گذاشت یک مقام وزارت کشور روسیه از کشته شدن دو نفر و زخمی شدن ۱۲ فرد دیگر در نتیجه یک اقدام تروریستی توسط یک عامل انتحاری در داغستان خبر داد.

به گزارش خبرگزاری مهر، یک مقام وزارت کشور روسیه به ایترتاس گفت که روز شنبه در نتیجه یک اقدام تروریستی توسط یک عامل انتحاری در داغستان دستکم دو نفر کشته و ۱۲ فرد دیگر زخمی شدند. در این اقدام تروریستی که ساعت ۱۸:۵۰ دقیقه به وقت مسکو خارج از ساختمان دانشکده فنی در داغستان روی داد، علاوه بر پلیس عامل انتحاری نیز کشته شد.

بر اساس این گزارش در نتیجه این اقدام تروریستی دو افسر پلیس زخمی شدند. همچنین دو شهروند و چندین نفر از اعضای ارتش روسیه از جراحات وارده بر بدن خود رنج می‌برند که حال دو نفر از آنها وخیم گزارش شده است و به بیمارستان منتقل شده‌اند.

یادآوری می‌شود جمهوری چچن، داغستان و اینگوشتیا طی هفته گذشته شاهد افزایش خشونت‌ها بودند، به طوری که رسانه‌های خبری از آغاز حملات جدید طی هر روز خبر داده‌اند. در همین حال اخیرا در نتیجه دو بمب گذاری انتحاری در یک پایگاه نظامی در داغستان دستکم سه نفر کشته و بیش از ۳۰ فرد دیگر زخمی شدند.

نقد

۱- تیتیر خبر از اقدام «تروریستی» خبر می‌دهد. نوع نوشتن این تیتیر به مخاطب می‌گوید که نویسنده خبر، با پیشداوری، حمله در داغستان را «اقدام تروریستی» خوانده است. نویسنده خبر باید عبارت «اقدام تروریستی» را داخل گیومه می‌گذاشت تا مشخص شود که تلفظی «تروریستی» بودن حمله، نظر و قضاوت نویسنده خبر نیست. در متن خبر هم این اشتباه رخ داده یعنی هر کجا که سخن از «اقدام تروریستی» است، داخل گیومه قرار ندارد. قرار ندادن این عبارت در داخل گیومه، به مخاطب می‌گوید که قضاوت نویسنده خبر نیز «تروریستی» بودن آن است. اما نباید فراموش کرد که خبر جایی برای قضاوت خبرنگار و یا نویسنده خبر نیست.

۲- در تیتیر از کشته و زخمی شدن ۱۴ نفر سخن گفته شده است. بهتر است در اعلام اینگونه آمار، دقیق‌تر عمل شود. یعنی بهتر بود نوشته می‌شد دو نفر کشته شده‌اند و یا دو نفر کشته و ۱۲ نفر زخمی شده‌اند.

۳- پاسخ دادن به عناصر شش‌گانه خبر، بلوک‌های خبری را تشکیل می‌دهد. در این خبر به عناصر که (یک عامل انتحاری)، چه (اقدام تروریستی)، کجا (دانشکده فنی در داغستان) و کی (ساعت ۱۸:۵۰ شنبه) پاسخ داده شده اما به چگونگی (عنصر چگونگی) انجام این «اقدام تروریستی» و چرایی (عنصر چرا) اشاره‌ای در خبر نشده است. در این خبر مخاطب متوجه نمی‌شود که این «عامل انتحاری» چه کسی بوده و چرا دست به «اقدام تروریستی» زده. آیا گروهی مسئولیت این «اقدام تروریستی» را پذیرفته؟ پاسخ این پرسش مهم در خبر نیست.

۴- بلوک‌های خبری در این خبر به ترتیب اهمیت تنظیم نشده‌اند. مثلا پاراگراف دوم این خبر، اضافه‌گویی و تکرار لید است که حذف آن، هیچ آسیبی به خبر نمی‌زند.

۵- منبع‌نگاری در خبر، سبب اعتبار خبر می‌شود. در این خبر، نام منبع اعلام نشده و تنها گفته شده «یک مقام وزارت کشور روسیه». نویسنده خبر باید نام منبع را هم می‌نوشت و یا اگر در منبع اصلی (ایترتاس) نام منبع ذکر نشده، نویسنده خبر باید توضیح می‌داد که نام منبع اعلام نشده است. مخاطب که نباید حدس و گمان بزند که چرا نام منبع در خبر نیست. این وظیفه، خبرنگار یا نویسنده خبر است که دلیل آن را به مخاطب توضیح دهد.

۶- پیشینه و زمینه‌پردازی، موضوع اصلی خبر را برای مخاطب روشن می‌کند. در این خبر سابقه کاملی از ماجرا وجود ندارد.

خبر

ایرنا: نیکلا سارکوزی رئیس‌جمهوری فرانسه شنبه شب با قبول استعفای دولت به فعالیت «فرانسوا فیون» نخست‌وزیر این کشور پایان داد.

به گزارش خبرگزاری فرانسه، دفتر ریاست‌جمهوری فرانسه با انتشار بیانی‌های اعلام کرد: بر اساس ماده هشتم قانون اساسی، فرانسوا فیون نخست‌وزیر فرانسه استعفای خود را تقدیم رئیس‌جمهوری این کشور کرد و سارکوزی نیز به عنوان رئیس‌جمهوری فرانسه با قبول این استعفا به فعالیت نخست‌وزیر پایان داد.

بنا بر این گزارش، این استعفا اولین گام برای اصلاح کابینه است که از پنج ماه پیش انتظار آن می‌رفت.

این گزارش می‌افزاید سارکوزی قصد دارد روند استقرار دولت جدید را تسریع بخشد و این در حالی است که آلن ژوپه نخست‌وزیر پیشین فرانسه به طور ضمنی اعلام کرد که احتمالاً پست نخست‌وزیری را بر عهده خواهد گرفت.

با این وجود به گفته منابع دولتی، آلن ژوپه احتمالاً در دولت آینده فرانسه به عنوان وزیر دفاع منصوب خواهد شد.

سارکوزی رئیس‌جمهوری فرانسه روز یکشنبه نخست‌وزیر جدید این کشور را منصوب می‌کند.

نقد

۱- خبر اطلاعات کافی ندارد. با پیش‌زمینه و دلایل استعفا، پربارتر از این می‌شد.

۲- زمینه‌پردازی اصلاً مناسب نیست. دلیل این استعفا مشخص نشده. این جمله گنگ است و مشخص نیست منظورش چیست: «این استعفا اولین گام برای اصلاح کابینه است که از پنج ماه پیش انتظار آن می‌رفت.» کدام تغییرات؟ پنج ماه پیش چه اتفاقی افتاده است؟

۳- در متن خبر خبرگزاری فرانسه آمده است که آلن ژوپه قبول کرده وزیر دفاع دولت جدید شود نه نخست‌وزیر.

۴- دولت آینده فرانسه کدام دولت است؟ این مشکلات نشان می‌دهد که ایرنا دقت کافی را به خرج نداده یا شاید هم عدم رعایت بی‌طرفی را نشان می‌دهد، چون این جمله مهم خبرگزاری فرانسه که «احتمالاً آقای فیون پس از انتخاب تیم وزرا به پستش بازمی‌گردد»، در خبر ایرنا درج نشده و به جای آن جایگزینی او با ژوپه آمده که بعید است اشتباهی سهوی باشد. به خصوص که هیچ نامی هم از آقای برلو، وزیر سوسیالیست کابینه قبلی که یکی از گزینه‌های احتمالی جایگزینی فیون بوده، برده نشده است.

۵- در مجموع خبری کوتاه و حتی ناقص، نادقیق و نادرست است و به منبع هم وفادار نبوده است.

نقد ناقص خبر

اعلام دیر هنگام منبع

خبر

ایلنا: وضعیت بارش‌ها در بیست استان کشور به شدت نگران‌کننده است. به گزارش ایلنا، مدیر کل دفتر مهندسی و معیارهای فنی آب و آبیاری وزارت نیرو ضمن اعلام مطلب فوق افزود: تاکنون ۱۷ میلی‌متر بارش در کشور صورت گرفته و این وضعیت نمایانگر شرایط بحرانی بارش‌ها در نزدیک به ۲۰ استان کشور است.

حاج رسولی‌ها، استان‌های فارس، یزد، خراسان جنوبی، اصفهان، کرمان، بوشهر، هرمزگان و سیستان و بلوچستان را از جمله استان‌های بحرانی به لحاظ محدودیت بارش‌ها نام برد.

وی سپس حجم بارندگی‌ها تا پایان سال آبی جاری را ۲۰۰ میلی‌متر پیش‌بینی کرد و گفت: با توجه به شرایط فعلی وضعیت سدهای تامین‌کننده آب کشاورزی بحرانی است. به عنوان مثال در حال حاضر سد زاینده رود از وضعیت آبی مناسبی برخوردار نبوده و در بحران به سر می‌برد.

حاج رسولی‌ها از افت شدید در منابع آب زیرزمینی در کشور خبر داد و گفت: با توجه به بارندگی‌های اخیر پیش‌بینی می‌شود سطح آب زیرزمینی به شدت افت داشته باشد.

وی نوسان‌های سطوح آب زیرزمینی و افت آن را بیشتر در ماه‌های آبان و آذر عنوان کرد و گفت: آثار این کاهش با یک سال تأخیر در سال آینده پدیدار خواهد شد.

نقد

۱- مشخص نیست که لید این خبر نقل قول است یا اینکه نظر نویسنده خبر است. اگر نقل قول است، باید نام گوینده آن در ابتدا می‌آمد و اگر هم نظر نویسنده خبر است، عبارت «به شدت نگران‌کننده» دارای بار معنایی خاصی است که نقض‌کننده بی‌طرفی خبرنگار است.

۲- کل این خبر می‌گوید که وضعیت بارندگی در سال جاری نگران‌کننده است. اما در این خبر هیچ اطلاعاتی از پیشینه بارندگی در سال‌های گذشته وجود ندارد تا مخاطب بتواند درباره وضعیت بارندگی بین امسال و سال‌های گذشته مقایسه‌ای انجام دهد و داوری کند که آیا وضعیت بارندگی امسال واقعا نگران‌کننده است یا نه؟

۳- تا پنج سطر ابتدای خبر، مخاطب متوجه نمی‌شود که منبع این اطلاعات چه شخص یا نهادی است. اعلام نام منبع در پاراگراف سوم، خیلی دیر هنگام است.

۴- از فردی به نام «حاج رسولی‌ها» به عنوان منبع این خبر نام برده شده اما مخاطب نمی‌داند که وی مرد است یا زن.

آمار برای مقایسه

گفت: بر همین اساس از مجموع جمعیت ۷۵ میلیونی کشور حدود ۱۵ میلیون بیمار سرطانی خواهیم داشت.

وی از آمار ۳۰ درصدی مرگ و میر ناشی از سرطانها در کشور به علت مصرف سیگار خبر داد و گفت: ۳۰ درصد مرگهای ناشی از سرطان و ۹۰ درصد از دلایل ابتلا به سرطان ریه و سایر سرطانها ناشی از استعمال مواد دخانی است.

نقد

آمار نسبتا خوبی در خبر وجود دارد اما برای کامل شدن خبر و برای اینکه مخاطب با خواندن خبر به همه اطلاعات مورد نیاز دست پیدا کند، باید در پیشینه خبر به آمار بیماران سرطانی در ایران و جهان، اولین و دومین علت مرگ در ایران و میزان مرگ و میر ناشی از سرطان در زمان کنونی اشاره می‌شد. اما این اطلاعات در خبر وجود ندارد و مخاطب با دو راه مواجه است یا اینکه به همین اطلاعات ناقص بسنده می‌کند و یا ناچار می‌شود به رسانه‌های دیگر مراجعه کند تا اطلاعاتش را تکمیل کند. در هر دو حال، خبرگزاری مهر در راضی کردن مخاطب ناموفق بوده است. تیتیر خبر با قاطعیت می‌گوید که آمار مرگ ناشی از سرطان در ایران افزایش یافته اما در متن خبر چنین چیزی وجود ندارد. تنها چیزی که منبع خبر در این بار گفته، هشدار است که درباره افزایش احتمالی مرگ و میر ناشی از سرطان در سال‌های آینده داده است. اما مهم‌تر به گونه‌ای تیتیر زده که گویی هم اکنون آمار مرگ و میر ناشی از سرطان افزایش یافته است.

مهر: رئیس انجمن سرطان ایران نسبت به افزایش موارد مرگ و میر در کشور به دلیل ابتلا به سرطان‌ها در سال‌های آینده هشدار داد.

دکتر عبدالله فضلی زاده در گفتگو با خبرنگار مهر گفت: هم اکنون سرطانها سومین علت مرگ و میر در کشور محسوب می‌شود اما با روند کنونی در سالهای آینده یکی از دلایل اصلی مرگ و میر در کشورمان ابتلا به سرطان است.

وی افزود: هرم جمعیتی کشور در چند دهه آینده به سمت افزایش جمعیت کهنسال پیش می‌رود و با توجه به اینکه ۶۰ درصد سرطانها، افراد بالای ۶۰ سال را مبتلا می‌کند ضرورت آگاه‌سازی خانواده‌ها بیش از پیش احساس می‌شود.

فضلی زاده با اظهار نگرانی از رشد فزاینده بیماران سرطانی در کشور گفت: سرطان به عنوان یکی از معضلات جامعه بشری با تهدید انسانها در تمام گروههای سنی، سبب خسارات جانی و مالی فراوانی می‌شود که کشور ما نیز از این قاعده مستثنی نیست.

وی از سرطان سینه به عنوان اولین و شایعترین سرطان زنان بعد از سرطان پستان در کشور نام برد و افزود: سن ابتلا به این بیماری در میان زنان ایرانی ۵ تا ۱۰ سال کمتر از دیگر کشورهاست.

رئیس انجمن سرطان ایران با اشاره به آمار سازمان جهانی بهداشت که نشان می‌دهد ۱۸ تا ۲۲ درصد مردم در طول عمرشان مبتلا به سرطان می‌شوند،

خبرکلیشه‌ای

خبر

مهر: نخست‌وزیر لبنان شنبه آینده ششم آذرماه برای سفری دوجانبه به تهران سفر می‌کند. به گزارش مهر، این سفر به دعوت محمد رضا رحیمی معاون اول رئیس‌جمهوری اسلامی ایران انجام می‌شود.

انتظار می‌رود در این سفر علاوه بر گفت‌وگو و رایزنی درباره مسائل دوجانبه و موضوعات امنیتی منطقه، توافقات انجام شده در سفر اخیر رئیس‌جمهوری اسلامی ایران به لبنان پیگیری شود.

نقد

۱- این خبر ۷۵ کلمه‌ای، اطلاعات کاملی را به مخاطب نمی‌دهد. این خبر به جای پاسخ دادن به سوال‌های مخاطب، برعکس بر سوال‌های او می‌افزاید. در متن خبر هم نامی از سعد حریری نخست‌وزیر لبنان نیست.

۲- در لید نیازی نبود تاریخ ذکر شود و گفتن شنبه آینده کفایت می‌کند.

۳- عبارت «برای سفری دوجانبه» در لید بی‌معنی است.

۴- این خبر پیشینه ندارد. خبر نویس می‌توانست ضمن آوردن پیشینه و ارائه توضیحات مناسب اهمیت این خبر را به مخاطب بازگو کند.

۵- این سفر یک اتفاق ساده یا دیداری کلیشه‌ای نیست و رویدادی متفاوت است. مثلاً این اولین سفر یک نخست‌وزیر لبنان به تهران پس از ترور رفیق حریری نخست‌وزیر پیشین این کشور است.

۶- در تنظیم خبر سعی شده خبری خشک و کاملاً کلیشه‌ای ارائه شود.

۷- منبع اصلی این خبر سفارت لبنان در تهران است که سایر خبرگزاری‌های ایران نیز آن را با همین منبع منتشر کردند اما مهر سعی کرده با حذف منبع، آن را خبری اختصاصی قلمداد کند.

نامه زندانی حوادث انتخابات به رفسنجانی

خبر

و فعالان جریان براندازی» استفاده شده که نقض‌کننده بی‌طرفی نویسنده خبر و سایت رجانیز است. روزنامه نگاران نیز مانند دیگر افراد دارای تمایلات سیاسی هستند اما در هنگام انجام وظیفه حرفه‌ای شان نباید این تمایلات را در خبر دخالت دهند. از این اصطلاحات می‌توان در خبر استفاده کرد چون به هر حال بخشی از جامعه و حکومت ایران چنین تلقی‌ای از مخالفان دارد اما باید این اصطلاحات را در گیومه گذاشت و مشخص کرد که چه کسانی چنین داوری‌ای را دارند نه آنکه به گونه‌ای نوشته شود که گویی قضاوت نویسنده خبر است.

مهدی خانعلی زاده: مستند و مستدل نوشته شده و هیچ قضاوتی در آن نیست. استفاده از القاب مجرم و فعال عرصه براندازی نرم هم مواردی هستند در نظام رسمی ایران مورد تایید مراجع قضایی قرار گرفته‌اند.

حسن میثمی: شاید اگر زمینه‌های رسانه‌ای شده پرونده تعدادی از این ۱۶ نفر در خبر می‌آمد، خوب‌تر بود. مثلاً می‌آمد مصطفی تاج‌زاده دقیقاً به چه جرمی در زندان است و امثال آن.

احساس می‌کنم زمینه‌پردازی مناسبی ندارد.

سیداکبر موسوی اعظم: این صرف خبر نیست و در آن موضع‌گیری نسبت به نامه نویسان شده است. مثلاً مجرم و فعالان جریان براندازی.

بند دوم نیز ادعاهای آنان را به سخره گرفته است.

پس صرفاً یک خبر نیست بل که همراه با موضع‌گیری است.

رجانیز: سایت روزنامه ایران از ارسال نامه‌ای توسط ۱۶ تن از زندانیان پس از انتخابات به رئیس‌مجمع تشخیص مصلحت نظام خبر داد.

سایت روزنامه ایران افزوده است: این ۱۶ زندانی فتنه ۸۸ خود را «مصلحان جمهوری اسلامی» و دارای «سوابق پرافتخار در پیشگاه باریتعالی» معرفی کرده و گفته‌اند که «بارها مورد تایید ملت شریف ایران قرار گرفته‌اند»!

اسامی کسانی چون محسن امین زاده، مصطفی تاج‌زاده، محمد داوری، داوود سلیمانی، عیسی سحرخیز، عبدالله مومنی محسن میر دامادی، محمد نوری زاد و سید ضیاء نبوی در میان امضا کنندگان این نامه دیده می‌شود. افرادی که از فعالان جریان براندازی نامیده شده‌اند.

این مجرمان، رونوشتی از این نامه را به آیت‌الله لاریجانی، رئیس‌قوه قضائیه و علی لاریجانی رئیس‌مجلس شورای اسلامی هم ارسال کرده‌اند. آنان در پایان نامه خود به آقای هاشمی رفسنجانی، از

وی خواسته‌اند که «جرم سیاسی» را در مجمع تشخیص مصلحت نظام پیگیری و به سرانجام برساند چرا که در این صورت آنان از اتهاماتشان تبرئه خواهند شد.

نقد

نسب عبداللهی: در این خبر از اصلاحات «زندانی فتنه

گوداس: در خبر آمده است این ۱۶ تن از فعالان جریان براندازی «نامیده شده اند» این بدان معناست که خبرنگار ارگان رسمی دولت حداکثر تلاش خود را برای انصاف در خبرنگاری رعایت کرده.

مثلا می توانست بنویسد: «اینها برانداز هستند»

فاطمه جمالپور: ذکر عناوینی چون مجرمان و فعالان جریان براندازی به صورت مستقیم توسط نویسنده خبر به شدت به بی طرفی خبر آسیب رسانده است.

در خبر از علامت های تعجب و سوال استفاده نمی شود زیرا به بی طرفی نویسنده آسیب می زند، این اصل ساده که در تمام کتب روزنامه نگاری هم آمده توسط نویسنده خبر نقض شده است. نویسنده می توانست با ذکر پیشینه و آن چه درباره جرم سیاسی در رسانه ها و در جریان است خیرش را غنی تر کند.

سوگل: خبر هیچ زمینه پردازی ندارد. به محتوای نامه اشاره ای نشده به جز یک جمله. عبارت «مجرمان» و همچنین پاراکراف دوم عدم بی طرفی نویسنده را نشان میدهند. عبارت «افرادی که از فعالان جریان براندازی نامیده شده اند» بی معنی است (چه کسی آنها را جریان برانداز مینامد؟ یا نظری مخالف این نظر نیز وجود دارد؟)

رجانیوز اگر میخواهد بی طرف بماند یا از ذکر عبارتهای جانبدارانه و توهین آمیز خودداری کند یا نظرات مخالف آن را نیز ذکر کند.

نسب عبداللهی: آقای مهدی خانعلی زاده در نقدشان نوشته اند: «هستند و مستدل نوشته شده و هیچ قضاوتی در آن نیست. استفاده از القاب مجرم و فعال عرصه براندازی نرم هم مواردی هستند در نظام رسمی ایران مورد تایید مراجع قضایی قرار گرفته اند.»

اتفاقا این خبر با به کار بردن عبارات «زندانی فتنه و فعالان جریان براندازی»، دارای قضاوت است. درست است که حکومت به این افراد «فتنه گر و برانداز» می گوید اما خبرنگار باید تنها منتقل کننده نقل قولها باشد نه آنکه خودش نیز یک طرف ماجرا قرار گیرد. می شد همین عبارات را در خبر آورد اما مشخص کرد که مقامات رسمی ایران به این زندانیان، فتنه گر یا برانداز می گویند.

حسن میثمی: جناب عبداللهی!

حرف شما درست است. اما هر رسانه ای یک سری اصول پذیرفته شده دارد که به نظر می رسد مخالف اصول حرفه ای نباشد. مثلا بیرخی سایت های خبری، دکتر شهریاری (دانشمند هسته ای اخیرا ترور شده) را «کشته شده» می نامد، اما کسانی را که در ناآرامی های پس از انتخابات کشته شده اند را «شهید» خطاب می کند.

این الفاظ مسلما به خبر جهت می دهد و مسلما خبر نمی تواند بدون جهت باشد و از فضای حاکم بر آن رسانه جهت نگیرد. درست است؟

نسب عبداللهی: جناب آقای میثمی، این مساله را نمی شود انکار کرد که هر رسانه ای از یک زاویه خاصی به خبر نگاه می کند اما در هر حال خبرنگار باید از به کار بردن کلمات باردار در خبر خودداری کند. تاکید می کنم که در خبر. اما در مثلا ستون های یادداشت این محدودیت وجود ندارد. خبرنگار هنگام پوشش خبر باید سعی کند که تنها روایت کننده ماجرا باشد اما اگر دیدگاهی هم دارد نباید آن را در خبر دخالت دهد و باید آن را در قالب یادداشت و تحلیل منتشر کند.

حسن میثمی: همه ما این قانون را می دانیم که «خبر» محل ارائه تحلیل خبرنگار نیست. جایگاه تحلیل در یادداشت و تحلیل و به نسبت گزارش است.

اما اگر واقع بین باشیم، آیا این موضوع در رسانه های آنلاین فعلی و با سرعت موجود واقعا عملی است؟ یعنی مثلا رسانه ایکس می پذیرد که یک خبر ساده درباره یک موضوعی بدون هیچ موضع گیری ارسال کند و مخاطب را به حال خود رها کند؟

چه تضمینی وجود دارد که کاربر، آن تحلیل مرتبط با آن خبر را هم بخواند؟

من حرف شما را در حوزه نظر می پذیرم. اما عملا این اتفاق - حداقل در حال حاضر- در هیچ رسانه ای نمی افتد. اگر نمونه ای دارید، حتما خوشحال می شوم ببینم.

نسب عبداللهی: جناب میثمی، در رسانه های داخل ایران کمتر رسانه ای را می توان یافت که به اصول حرفه ای روزنامه نگاری پایبند باشد. نیوزبان هم دقیقا اشتباهات و نقض اصول روزنامه نگاری در رسانه ها را نقد می کند، به این امید که اندک اندک شاهد حرفه ای گری در رسانه ها باشیم. راه دشواری است اما نباید ناامید بود.

میثمی: حرف شما درست است. اما این قانون در رسانه های غیر ایرانی فارسی زبان هم رعایت می شود؟

ضمنا من در پرتنتز عرض کنم که بنده تلاش «نیوزبان» را در این زمینه واقعا قدر می دانم.

نسب عبداللهی: در برخی از رسانه های فارسی زبان خارج از کشور، پایبندی به اصول حرفه ای روزنامه نگاری دیده می شود.

اصول اخلاقی به روایت رویترز

اعتراف به اشتباه

در مورد اشتباهات خود شفاف عمل کنید. رویترز برای جبران اشتباه خود خبری را که اطلاعات غلط در آن بوده همچنان روی خط نگه می‌دارد و خبر دیگری را با عنوان Correction منتشر و اعلام می‌کند که در خبر قبلی چه اشتباهی رخ داده بوده. به این صورت، کسانی که خبرها را دنبال می‌کنند می‌توانند متوجه بشوند در یکی از خبرهای پیشین اشتباهی رخ داده بوده.

لازمه دقت صداقت و شفافیت در منبع‌نگاری است

در کتاب راهنمای روزنامه‌نگار رویترز آمده، «اعتبار ما به دقت و رهایی از غرض‌ورزی، بر پایه اعتباری استوار است که به خاطر ذکر دقیق منابع خبری‌مان کسب کرده‌ایم.»

خبرنگار همیشه معتبرترین منبع است. منبعی که نامش بیاید به منبعی که نامش فاش نشود ترجیح داده می‌شود. وقتی نام منبعی را ذکر می‌کنید بر اعتبار خبری که نوشته‌اید افزوده می‌شود. علاوه بر آن، خواننده می‌تواند با توجه به سمت منبع قضاوت کند که اطلاعاتی که به او داده‌اید تا چه اندازه معتبر و موثق است؛ یک راننده تاکسی گفت، سخنگوی دولت گفت، ...

در صورتی که منبع ضد و نقیض حرف می‌زند، نباید حرف‌هایش را دو دسته کنید و یک بخش را به نقل از او بیاورید و بخش دیگر را به نقل از فردی ناشناس. هیچ‌گاه نباید وقتی با یک منبع صحبت می‌کنید بنویسید منابع مختلف گفتند. وقتی منابع مختلف یک حرف را بزنند می‌شود استنباط کرد که آن حرف درست است. ولی اگر فقط یک نفر آن حرف را زده باشد، باید دید دیگران چه می‌گویند.

منابع ناشناس ضعیف‌ترین منابع هستند. تمام روزنامه‌نگاران باید با اصول منبع‌نگاری آشنا باشند. بخشی از این اصول را در زیر می‌خوانید. بخش گسترده‌تری از این اصول را در اینجا بخوانید.

- رویترز تنها زمانی از منابع ناشناس استفاده می‌کند که اطلاعات این منابع در جهت حفظ منافع عمومی باشد و این اطلاعات به صورت **On the Record** در دسترس نباشد. در این مواقع، ما به تنهایی مسئول دقیق بودن این اطلاعات هستیم.

- پیش از گفت و گو با منابع خود در مورد این موارد با او به توافق برسید:

اجازه انتشار اطلاعات با ذکر منبع **On the Record**

اجازه انتشار اطلاعات بدون ذکر منبع **Off the Record**

اطلاعات غیر قابل انتشار یا **(Background)** اگر بیشتر می‌خواهید در این مورد بدانید اینجا کلیک کنید.

- اطلاعاتی را که به دست می‌آورد با چند منبع دیگر

چک کنید. **(Cross-checking)** دو یا سه منبع از یک منبع بهتر است. در صحت اطلاعاتی که به دست آورده‌اید سابقه منبع، سمت و انگیزه او را بسبک سنگین کنید. از تجربه‌های گذشته‌تان استفاده کنید و ببینید حس خودتان نسبت به قضیه چیست. اگر به نظر تان اشتباه بود، باز باید چک کنید.

- در یک معامله، اختلاف، مذاکره یا مواجهه و بحران با منابع تمام طرف‌های درگیر صحبت کنید.

- در دریافت اطلاعات و ذکر منبع رو راست باشید. در مورد منابع، چه نامشان بیاید و چه نیاید، تا جایی که می‌توانید اطلاعات بدهید تا به اعتبار اطلاعات اضافه کنید. شفاف بنویسید که چه چیزی را نمی‌دانید.

با استفاده از شیوه «ساختار شاخه‌ای ذکر منبع **(Hierarchy of Sources)**» می‌توانید بی‌آنکه نام منبعی را فاش کنید محدوده‌ای را که منبع در آن قرار دارد ذکر کنید و به این ترتیب به خواننده نشان بدهید خبری که نوشته‌اید تا چه اندازه اعتبار دارد. مثلاً به جای این که بنویسید «حسن حسینی استاد حقوق دانشگاه تهران گفت» می‌توانید بنویسید «یک استاد دانشگاه علم و صنعت گفت.»

برای این که بیشتر درباره ساختار شاخه‌ای ذکر منبع بدانید اینجا کلیک کنید.

- رویترز فقط زمانی اطلاعاتی را با داشتن تنها یک منبع منتشر می‌کند که این اطلاعات کاملاً موثق و یک منبع مورد اعتماد باشد؛ منبعی که به طور مستقیم از جریان خبر داشته باشد. خبرهای تک منبعی برای منتشر شدن فرآیند ویژه‌ای را باید طی کنند. دیگر این که اگر درباره یک درگیری می‌نویسید به هر حال باید بیشتر از یک منبع داشته باشید.

- حفظ هویت منبع بر عهده رویترز است، نه بر عهده خبرنگار. باید نام منبع را در اختیار دبیر خود بگذارید. اما هویت منبع را هم باید دبیر و هم خبرنگار در مقابل **نهادهای خارج از رویترز حفظ کنند.**

- وقتی اطلاعات اولیه را جمع‌آوری می‌کنید هم به دنبال اثبات و هم به دنبال رد خبرتان باشید.

- دقیق بودن همیشه اول می‌آید. بهتر این است که از دیر بشود تا اشتباه. قبل از این که کلمه آخر را بنویسید از خود بپرسید اگر کسی خواست این نوشته‌ها را رد کند چه جوابی خواهم داشت.

- رویترز پشت کسی که اصول منبع‌نویسی را رعایت کرده باشد می‌ایستد.

نقل قول‌ها و دقت

نقل قول‌ها مقدس هستند. هیچ‌گاه نباید آن‌ها را تغییر بدهید مگر این که بخواهید یک کلمه یا عبارت تکراری را حذف کنید و این هم تنها در صورتی که آن کلمه یا عبارت حذف شده در معنای نقل قول تغییری ایجاد نکند. اگر نقل قولی را به لحاظ دستور زبان ویرایش می‌کنید باید حواستان جمع باشد که محتوا و معنای آن تغییر نکند.

منبع: www.superjournalist.com

روزنامه‌نگاری و ضرورت رعایت ذکر منبع

ابرای خیلی از روزنامه خوان ها و یا کسانی که با موضوع خبر و خبرنگاری سرو کار دارند مواردی پیش آمده است که پرسیده اند منبع این مطلب چیست؟ یا اینکه «آیا این همان مطلبی که نیست که در فلان روزنامه یا مجله خوانده بودم»؟

تقریباً می توان گفت همه مدارس روزنامه نگاری معتبر واحدهایی را به مسائل اخلاقی و حقوقی روزنامه نگاری اختصاص می دهند. بسیاری از افراد فعال در این حوزه چه کسانی که روزنامه نگاری را به صورت تجربی آغاز کرده و به آن ادامه می دهند چه به صورت مدرسه ای در عمل با مسائل حقوقی و اخلاق حرفه ای برخورد کرده اند. هر دو گروه همواره نیازمند آن هستند که با مطالعه قوانین و تغییرات این حوزه خود را از خطراتی که می تواند بی توجهی به این اصول می تواند برای آینده حرفه ای شان به وجود بیاورد مصون بدارند. چرا که از نظر حقوقی دانستن و یا نداشتن مسوولیت حقوقی و اخلاقی را از خبرنگار سلب نمی کند.

در برخی از رسانه های فارسی - چه آنها که تولید کننده محتوا هستند و چه آنها که نیستند- دیده می شود که برخی مواقع مطالبی مورد استفاده قرار می گیرد که منبع آن مشخص نیست و معلوم نیست که گزارشگری آن بخش توسط رسانه مربوطه انجام شده یا اگر نه منبع اصلی کدام است. این موضوع از دو نظر می تواند مورد بررسی قرار گیرد. اول جنبه اخلاقی آن و دیگر جنبه حقوقی. از نظر اخلاقی چنین رویکردی به استفاده از محتوا بدون ذکر منبع - حتی اگر یک سطر باشد- عملی غیر اخلاقی است. از نظر حقوقی نیز چنین استفاده ای از محتوا می تواند برای حیات یک رسانه گران تمام بشود.

در رسانه های معتبر اگر خبرنگاری از مطلبی استفاده کند که خودش آن را تولید نکرده باشد و آن را به عنوان بخشی از گزارشگری خود جا بزند، کمترین هزینه اش این است که کار خود را از دست بدهد. روزنامه نگاری که چنین شهرتی دارد به سختی بتواند در رسانه های مشابه کار خود را ادامه بدهد.

در بسیاری از موارد آنها که به عنوان روزنامه نگار قرارداد روزنامه نگار آزاد (Freelance Journalist) امضا کرده اند و آنها که خبرنگار ثابت (Staff Reporter) هستند موادی را در قرارداد خود مشاهده کرده اند که جازدن محتوای تولید شده توسط دیگران در مطلب خود، به عنوان یکی از موارد ابطال قرارداد مطرح شده است. به علاوه این رسانه است که حقوق معنوی و مادی اثر را دارد نه خبرنگار. یعنی اگر یک خبرنگار که مطلبی را به رسانه ای عرضه می کند نمی تواند آن را به اشکال دیگری در مطالب دیگری که برای رسانه های دیگر می نویسد مورد استفاده قرار گیرد. حتی در برخی رسانه ها که خوانندگان باید حتی برای مطالب آنلاین هزینه آن را بپردازند چه مشتری کان چه کسانی که به صورت موردی مطلبی را می خوانند، خبرنگار نمی تواند مطلب چاپ شده توسط خودش را در وب سایت شخصی اش بگذارد که افراد می توانند بدون پرداخت هزینه ای آن را بخوانند و استفاده کنند. جزییات چنین مواردی در رسانه های مختلف شدت وحدت متفاوتی دارد اما خیلی سودمند است که هنگام عقد قرارداد بخش «حق چاپ» (Copyright) محتوا مورد توجه جدی قرار گیرد و اینکه در نهایت این تولید کنندگان محتوا هستند که قوائدو نحوه استفاده از مطالبشان را مشخص می کنند نه مصرف کنندگان.

حتی انتشار مطالب با ذکر منبع نیز تابع قواعد خاصی است. برای انتشار کامل برخی مطالب روزنامه ها مجبور هستند که هزینه آن را بپردازند. رابطه روزنامه ها و مجلات و رسانه های آنلاین با خبرگزاری هایی مانند آسوشیتد پرس، رویتر، فرانس پرس و موارد مشابه برای استفاده از محتوا (عکس، خبر و ویدیو) از این دست است. در واقع رسانه ها، مشترک استفاده از محتوای تولید شده این خبرگزاری ها می شوند. در قرارداد ما بین این رسانه ها و خبرگزاری ها جزییات نحوه استفاده از مطالب آنها به دقت و ظرافت به موافقت دوطرف می رسد.

با این وجود ما می توانیم در گزارش های خود با در نظر گرفتن شرایطی به نقل قول از منابع مختلف بپردازیم بدون

اینکه از تولید کننده محتوا اجازه بگیریم. مواردی که به اصطلاح آن را «استفاده منصفانه» (Fair Use) می نامند. برای مثال برای نقد، یادداشت یا مقاله، گزارش خبری، آموزش، تحقیق و یا فعالیت های دانشگاهی. اما تصور کنید شما در روزنامه ای که کار می کنید یک نقد کتاب می نویسید و به همین خاطر بخش هایی از کتاب را نقل قول می کنید. ناشر کتاب از شما به دادگاه شکایت می کند که بدون اجازه به نقل مطالب پرداخته اید. در کشورهایی که قوانین سرسخت «حق چاپ» یا «کپی رایت» دارند - و طبیعتاً قضاوت و دادگاه مربوط به چنین اموری هم با جزییات قوانین آن آشنا هستند - چهار محور عمده وجود دارد برای اینکه مشخص کنند حق با شماست یا تولید کننده محتوا:

۱- هدف استفاده از مطلب و اینکه آیا استفاده از مطلب برای سودآوری است یا نه: استفاده مطالب توسط شرکت های خصوصی سختگیری های زیادتری دارد. در مورد رسانه ها ثابت کردن این موضوع پیچیدگی های بیشتری دارد. تصور کنید مجله ای صفحه اول خود را به این کتاب اختصاص بدهد و یک گزارش ده صفحه ای هم از کتاب - در قالب نقد - بنویسد به گونه ای که خواننده مشتاق، با خواندن چنین مطلبی بدون اینکه کتاب را خوانده باشد به محتوای آن پی ببرد.

۲- طبیعت استفاده از مطلب: اگر مطلبی که می نویسید خیر یا نفع عمومی داشته باشد متفاوت است مثلاً یک موضوع در خصوص یک دارو یا یک وسیله ای که مردم در زندگی روزمره از آن استفاده می کنند یا مثلاً خطرات سیگار. در این گونه موارد دادگاه ها با ملاحظت بیشتری با پرونده برخورد می کنند.

۳- مقدار و اندازه ای که از مطلب مورد استفاده قرار می گیرد: برای همان مثال کتاب اگر شما ۲۰۰ تا ۳۰۰ کلمه را به کاربرید متفاوت است تا زمانی که مثلاً ۱۵۰۰ تا ۲۰۰ کلمه استفاده می کنید.

۴- تاثیر استفاده شما در بازار بالقوه صاحب اثر: اگر با استفاده شما در مثال کتاب، مردم علاقه خود را از دست بدهند یا چنین مطلبی تاثیری روی فروش کتاب بگذارد، آن موقع چنین استفاده نمی تواند طبیعتاً در طبقه بندی «استفاده منصفانه» بگنجد.

بنابراین در استفاده از منابع مختلف چند نکته را در نظر می گیریم که در چارچوب «استفاده منصفانه» باقی بمانیم:

۱- تا حد امکان از مقدار کمتری از منابعی که توسط ما یا رسانه ای که در آن کار نمی کنیم تولید شده، استفاده کنیم

۲- سعی کنیم در مواردی که احساس می کنیم ممکن است با مشکل کپی رایت مواجه شویم، از صاحب اثر اجازه بگیریم

۳- منابع خود را به دقت ذکر می کنیم. ممکن است شما گزارشگری چندانی برای مطلب تان نکرده باشید اما ذکر منابع متعدد به خواننده نشان می دهد که حداقل برای نوشتن مطلبتان تحقیق کرده اید در عین اینکه معیارهای اخلاقی استفاده از مطالب دیگران را هم رعایت کرده اید.

۴- غالب رسانه ها مشاور حقوقی دارند که در این زمینه ها از وی سوال کنید. اگر به موردی برخوردید که برای استفاده از محتوا شک داشتید با وی مشورت کنید.

روزنامه نگاران در ایران با شرایط متفاوتی در مقایسه با روزنامه نگاران کشورهای دیگر که قانون کپی رایت به دقت رعایت می شود، مواجه هستند. با این وجود ذکر منبع و توجه به ملاحظات یاد شده حداقل یک موضوع اخلاقی جدی در رسانه هاست. حتی اگر تبعات حقوقی نداشته باشد و عملاً به دلیل هزینه های سنگین شکایت و بی توجهی دستگاه های مسوول، تولید کننده محتوا نتواند مدعای خود را پیگیری کند هر چه بیشتر این موارد را رعایت کنیم اعتماد بیشتر مخاطبان را به خود جلب می کنیم.

تصور کنیم اگر یک تولید کننده محتوا - چه رسانه و چه غیر آن - این موضوع را در افکار عمومی مطرح کند که بخش هایی از گزارشی که چاپ کرده اید متعلق به وی بوده است. حتی اگر این موضوع به دادگاه هم کشیده نشود، صدمه ای که در افکار عمومی و در میان مخاطبان شما به اعتبارتان وارد می آید قابل جبران نخواهد بود.

خبر خوب چیست؟

ولی خلیلی: خبر، مادر روزنامه‌نگاری است. یعنی اینکه روزنامه‌نگاری و داستان یک مطلب از خبر است که آغاز می‌شود و بعد به مصاحبه و گزارش و یادداشت و نقد ختم می‌شود. خبر چیزی است که این روزها در ایران چندان به آن اهمیتی داده نمی‌شود و در رسانه‌های مکتوب هم بیش‌تر وقت‌ها در بخش‌های کم‌اهمیت صفحه‌ها مثل ستون‌ها جا می‌گیرد. اما در دنیا این خبر است که همیشه حرف اول را می‌زند و برای تهیه آن معمولاً بهترین خبرنگاران با بیش‌ترین زمان و توانایی روی آن کار می‌کنند. اما حالا بعد از پرداختن به اهمیت کلی خبر خوب است کمی هم در مورد کلیت چیزهایی که باید یک خبر داشته باشد، حرف بزنیم. اولین نکته‌ای که باید در یک خبر به آن توجه کنیم این است که خبر چه می‌خواهد بگوید؟ یک خبرنگار خوب باید موضوع اصلی خبر را خوب درک کند و متوجه شود که مثلاً در یک نشست خبری و در بین جملات یک فرد اتفاق مهم خبری کدام است. در این بین بحثی که مطرح می‌شود موضوع ارزش‌های خبری و توجه به آن‌هاست. ارزش‌هایی مانند تازگی، برخورد، مجاورت و در برگیری، ارزش خبری انسانی که به آن در خبرنگاری فارسی توجه بسیار کمی می‌شود و یا ارزش خبری شکفتی. یعنی خبرنگار باید موضوع ارزش‌های خبری خوب ملکه ذهنش شده باشد تا بتواند خیلی سریع مهم‌ترین موضوع را بیرون بکشد و آن را در بخش اول خبر خود جا بدهد و خبر خود را بر مبنای آن بنویسد. در قدم دوم خبرنگار باید با خود کمی فکر کند و برای خود توضیح دهد که چه داستان خبری را قرار است توضیح دهد و این داستان نیز به چه چیزهایی دارد. برای این کار بهتر است خیلی سریع با توجه به ارزش‌های خبری و اتفاق مهمی که افتاده است یک جمله خبری کوتاه بنویسد که در آن اصل خبر را توضیح بدهد و بگوید که در خبرش به دنبال چی است؟ این جمله البته باید خبر متفاوت است اما گاهی هم می‌تواند لید خبر باشد و از آن به عنوان لید خبر استفاده کرد. به این جمله می‌توان گفت جمله مادر.

جمله مادر در اصل جمله‌ای است که بر مبنای آن یک خبر، گزارش و یا یک مطلب رسانه‌ای می‌توان نوشت. مثلاً در یک اتفاق واقعی دو خبرنگار ایرنا در مرز مهران با سوال‌های مختلفی چندسال پیش منتظر ورود جلال‌طلبانی رئیس‌جمهور عراق به ایران بودند. این دو خبرنگار سوال‌های بسیاری را در ذهن خود آماده کرده بودند تا از او در مورد عراق و روابط ایران با این کشور بپرسند اما جلال‌طلبانی تا وارد مرزها شد و این دو خبرنگار را دید در اولین جمله خود گفت: همین الان به من خبر دادند که آمریکایی‌ها صدام را دستگیر کرده‌اند. این دو خبرنگار که اصلاً آماده این اتفاق نبودند یک‌باره با مهم‌ترین خبر دنیا مواجه شدند. جمله مادر این دو خبرنگار می‌تواند اینجا این باشد: صدام حسین دستگیر شد. حالا در قدم بعدی باید دید برای گفتن این خبر به چه چیزهایی نیازمندیم. پنج سوال مهم در مورد نوشتن یک خبر همیشه به وجود می‌آید که باید یک خبر خوب به آن‌ها پاسخ دهد. چه کسی؟ چه چیزی؟ چرا؟ کی؟ و چگونه؟ در مرحله بعد از نوشتن

جمله مادر کار خبرنگار این است که تا جایی که می‌تواند جواب این سوالات را بیرون بکشد تا بتواند از این جواب‌ها برای نوشتن خبر خود استفاده کند. در قدم بعدی باید به این به پردازیم که جواب این سوال‌ها را از کجا می‌توان پیدا کرد و با جواب دادن به این سوال می‌توان بلوک‌های تشکیل دهنده یک خبر را هم متوجه شد. برای رسیدن به پنج سوال بالا می‌توان با افراد مختلف صحبت کرد و از آن‌ها نقل قول و اطلاعات گرفت. می‌توان با کارشناسان و متخصصان هم موضوع را مطرح کرد و اطلاعات و نقل قول گرفت. می‌توان به شاهدان عینی مراجعه کرد و یا با مردم موضوع را در میان گذاشت و نظر آن‌ها را هم جویا شد. به منابع مکتوب و وب مراجعه کرد و باز هم آمار و اطلاعات بیرون آورد و پیشینه و از طرفی هم در صورت امکان خود خبرنگار هم می‌تواند به منطقه برود و جزئیات بیش‌تر و رنگ و تصویر بیش‌تری به دست آورد. اما شاید بپرسید پس پنج سوال بالا چی شد؟ جواب خیلی ساده است، خبرنگار در طول تلاش برای به دست آوردن نکته‌های بالا در اصل به دنبال پاسخ به پنج سوال اصلی است که در دل موضوعات بالا وجود دارند. پس در مورد این قدم می‌توان به صورت خلاصه گفت که یک خبر از ضلع‌ها یا بلوک‌های مهم آمار و اطلاعات، نقل و قول‌های متنوع، رنگ، تصویر و جزئیات و پیشینه تشکیل می‌شود و در دل این نکات به پنج سوال اصلی یعنی چه کسی؟ چرا؟ چگونه؟ کی؟ و چه چیزی؟ پاسخ داده می‌شود. اما بعد از پیدا کردن اطلاعات و بلوک‌های خبر باید به دنبال این بود که چگونه این خبر را نوشت تا بیش‌ترین تاثیر را بر مخاطبان بگذارد. در این میان حتماً می‌دانید که شکل‌ها و ساختارهایی برای نوشتن خبر وجود دارد. مثل بحث هرم وارونه و بحث‌هایی از این شکل. ولی به صورت کلی می‌توان گفت که بهترین روش برای نوشتن خبر روشی است که بیش‌ترین تاثیر را بگذارد. برای مثال تا حالا به این توجه کرده‌اید که مادر شما که شاید اصلاً خبرنگاری بلد نباشد در روزمره به صورت ناخودآگاه از اصول خبرنگاری استفاده بسیاری می‌کند. او در دادن خبرهای مختلف روزمره به پدرتان سعی می‌کند خبر را جوری بیان کند که توجه پدر را برای دقایقی به خود جلب کند. اگر او خبر را بد توضیح دهد، پدر توجه نمی‌کند. نوشتن خبر برای رسانه هم به همین شکل است. تمام روش‌های خبرنگاری چیزهایی هستند که با توجه به خواسته‌های مخاطبان و موقعیت شکل گرفته‌اند و قاعده ثابت ریاضی مثل دو دو تا نیستند. برای مثال باز خوب است به بحث هرم وارونه اشاره کنیم. تا حالا به این فکر کرده‌اید که سبک هرم وارونه از کجا آمده است؟ زمان جنگ‌های بین مکزیکی و آمریکایی بوده است و تازه از سیم‌های تلفن و تلگراف استفاده می‌شده اما مهاجمان در طرف‌های مقابل سعی می‌کردند این سیم‌ها را قطع کنند تا ارتباط قطع شود و اطلاعات جابه‌جا نشود. حالا شما در نظر بگیرید در زمان انتقال یک خبر مهم سیم قطع شود، به خاطر همین قطع سیم‌ها، در زمان دادن اطلاعات به این نتیجه رسیده بودند که خوب است همیشه دادن اطلاعات را با توجه

یعنی اول نکته‌های مهم را بگویند و بعد به ترتیب نکته‌های کم اهمیت‌تر. می‌بینید نسبت به نیاز، این است و حالا سال‌هاست مهم‌ترین سبک نوشتن خبر محسوب می‌شود. آن چیزی که در نوشتن خبر خیلی اهمیت دارد این است که داستان خبر را خیلی خوب توضیح دهیم. درست مثل کسی که می‌خواهد یک داستان بگوید. فقط فرق در اینجا این است که تمام داستان واقعی است. اگر شما بهترین اطلاعات را هم داشته باشید ولی خوب نتوانید داستان یک خبر را تعریف کنید در نوشتن آن خبر شکست خورده‌اید. پس خوب است در مرحله بعدی نقد یک خبر به این موضوع دقت کنیم که آیا داستان خبر خوب گفته شده است؟ داستان خبر ما شروع خوب یا همان لید خوبی دارد؟ بدنه آن چگونه نوشته شده و در نهایت پایدانی خوب برای آن انتخاب شده است؟ بعد از توجه به ساختار حالا در مرحله بعدی باید نگاهی کلی به خبری که خود نوشته‌ایم و یا داریم می‌خوانیم، بیندازیم و به نکات اخلاقی خبر دقت کنیم. یعنی ببینیم خبر ما نکته‌های مهم بی طرفی و جانب‌داری نکردن، دقت و صحیح بودن و تعادل داشتن را رعایت کرده. این نکات اخلاقی بسیار مهم هستند و می‌توان گفت که توجه به آنها از هر نکته‌ای در خبر مهم‌تر است. اگر ببینیم خبر ما دقت کافی را ندارد، خبری درست محسوب نمی‌شود. اگر متوجه شویم که در خبر قضاوت شخصی وجود دارد به این خبر اعتماد کافی نمی‌شود کرد. نکاتی که در بالا به آن‌ها اشاره کردم، مهم‌ترین نکته‌هایی هستند که باید در نقد و نوشتن یک خبر مورد توجه قرار گیرند.

NEWS



ارزش خبری، ارزش خبرنگاری

امیرعلی علامهزاده: نگارش مقاله‌ای و نوشته‌ای در باب خبرنگاری و نگارندگی خبر، همیشه به معنی نگارش حرف تازه‌ای در باب اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و خبرنگاری نیست. چرا که خبر به عنوان خبر و در ذات خبری و تازه بودن خود، چنان از اصول و فقه خبرنگاری، «مورد جدید»، «مشکل تازه» و «نکته دیگری» استخراج می‌کند، که ناظر و ناصح خبرنگاری را به نگارش حرف و حدیث‌های پیشین، در قالب جدید و بحث و بررسی «اشتباه‌های احتمالی» و «رویدادهای پیش‌رو» مجبور می‌کند. این کوتاه‌نشته بیش از آن که در تدبیر «بازخوانی» و «یادآوری» برخی «اصول حرفه‌ای خبرنگاری» باشد، بیشتر تجربه بررسی اشتباه‌های موجود در خبرهای به اشتراک گذاشته شده برای نقد در وب‌سایت «تیویزبان» است. همه این‌ها و البته بیش از این‌ها، نکته‌هایی است در خور توجه که در بسیاری از خبرهای منتشر شده و نقد شده در این سایت بسیار تکرار شده است. بی‌شک از این باب می‌تواند قابل توجه و بررسی باشد و بیش از ادعایی ندارد. همه این موارد دال بر دو نکته «بسیار اساسی» و «غیرقابل انکار» است؛ یکی «آشنا نبودن» کامل با اصول نگارش و نوشتن خبر و یا به حوزه خبرنگاری، و دیگری البته بازمی‌گردد به مسایلی چون نبود سابقه، تجربه، آشنایی یا حتی پای‌بندی به اصول اخلاقی و حرفه‌ای کار روزنامه‌نگاری. مدیریت نوشته هر نوشته‌ای برای نویسنده‌اش، بی‌شک چیز بالارزشی است. باید نسبت به نوشته خود تعصب داشت. اما تعصب یعنی چه؟ یعنی باید از صمیم قلب آن را دوست داشت و برای آن کوشید و به آن احترام گذاشت و احترام گذاشتن به آن، یعنی کوشیدن برای پالایش آن از هر گونه عیب و نقص احتمالی. یعنی پذیرش مسوولیت آن. نه پس از انتشار که پیش از انتشار. که بسیاری از خبرها با ارزش‌های خبری خاص و در شرایط انتشار معین، قبول مسوولیت آن، پس از انتشار، بسیار سنگین و سخت است. بنابراین باید کوشید تا با توان حداکثری، خبری را نوشت و برای انتشار تحویل داد که از هر گونه عیب و خطا و نقصان، بری باشد. بدیهی است که باید برای برآوردن این تعصب، و برطرف کردن هر عیبی، پیش از آن که دیگران ببینندش، باید به «اصول حرفه‌ای خبرنگاری»، «اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری»، «شرایط انتشار»، «حوزه خبری» و «پیشینه خبر» مورد نظر و همچنین حقوق و قانون‌های مرتبط با «خبر» و «خبرنگار» و «خبرنگاری» آشنا بود و به درستی بر آن احاطه داشت. پس باید در قلب تعصب، خبر را مدیریت کنید و این دقیقاً جایی است که باید «بی‌طرفانه»، اصلاً «فضاوت» نکنید و به «تکمیل پرونده» اقدام کنید و همه این‌ها در شرایطی است که حتی یک اشتباه هم جایز نیست. مهم نیست که چه می‌اندیشید، مهم این است که خبرنگاری کار آسانی نیست و هر چه سختی‌های بیشتری را برای نگارش و تهیه و تنظیم آن تحمل کنید، احتمالاً پس از انتشار آن بیشتر آسوده خواهید بود. پرهیز از پیش‌گویی خبرنگار به عنوان نگارنده خبر نمی‌تواند - و البته مخاطب نیز هرگز از او نخواسته است - تا آینده خبر را «پیش‌گویی» کند. بنابراین، احاطه بیش از حد به حوزه خبر - که حتی ممکن است شما را به اندازه یک کارشناس خبره آن حوزه ارتقاء دهد - اصلاً به معنی اجازه شما برای گمانه‌زنی و پیش‌گویی نیست. البته بیشتر تجربه‌های بررسی شده نشان می‌دهد، این مورد بیش از آن که به «آگاهی» و «خبره‌بودن» خبرنگار بازگردد، به شرایط «غیر حرفه‌ای» رسانه و البته نسبت‌های آن با «غرض‌ورزی» و «سیاست‌گذاری‌های خاص» رسانه مورد نظر بازمی‌گردد.

بنابراین فراموش نکنید، تنها پیش‌گویی که یک خبرنگار می‌تواند کند، این است که روزهای سختی را پیش‌روی خود ببیند و بس. «جست‌وجوگر حقیقت»، اما «راوی واقعیت» مهم‌ترین مثالی که برای دانسته‌های ما در جامعه پراشتغال به حاشیه‌امروزی می‌توان زد، آگاهی ما به مسایلی که پیرامون‌مان می‌گذرد. ساده‌ترین مثال شاید بقالی باشد که شیر یارانه‌ای دولتی را به شما نمی‌فروشد، یا به دوستانش می‌فروشد یا اصلاً خودش از آن استفاده می‌کند و بس. شاید در ذهن‌تان آن را مصداق واقعی سرقت، دزدی، احتکار یا مواردی از این دست بدانید. اما به یقین نمی‌توانید آن را در رسانه‌های منتشر کنید. نباید هم کنید. شما حقوق‌دان نیستید. قاضی نیستید. مدعی‌العموم نیستید و رسانه شما نیز دادگستری نیست. بنابراین، شما فقط می‌توانید از حقوق شهروندی و مدنی خود استفاده کنید و به «دادگاه قانونی» و «مرجع قضایی» معتبر شکایت کنید. فراموش نکنید که شما نمی‌توانید برای انتشار آن دلیل قانونی و محکمه‌پسند بیاورید. صرف دانستن شما هیچ مشکلی را حل نمی‌کند. شما حقیقت را می‌دانید اما نمی‌توانید واقعیت را منتشر کنید. شاید فکر کنید که «آزادی بیان» شما محدود می‌شود. مهم نیست. مهم این است که شما فقط راوی واقعیت هستید، با اینکه جست‌وجوگر حقیقت نیز هستید. اما تاریخ ندهد، شما نمی‌توانید از چیز غیر واقعی خبری بنویسید. این‌جا مساله «تحلیل» و «یادداشت» و «هدسار» به مسوولان مرتبط نیست. حرف از «خبر» است که با «واقعیت» و یا «عدم واقعیت» ارتباط دارد و بس. چرایی آن نیز اصلاً دشوار نیست. بیاید موضوع ساده شیر یارانه‌ای را تا مسایل بسیار بزرگ امنیتی، قانونی، ملی و حتی بین‌المللی بسط دهید. آن وقت فکر کنید که هر خبرنگاری درباره هر موضوعی چنین بیندیشد که «حقیقت» نزد اوست، آن‌گاه چه اتفاقی رخ خواهد داد؟ خبرنگار دنبال حقیقت می‌گردد، اما راوی واقعیت است و این همان فصل ممیزی است که او را از اجتناب موضع «حق به جانب» یک «فیلسوف حقیقت‌گرا» بازمی‌دارد. منابع «غیررسمی»، اما «معتبر» مشکل منبع خبر، در خبرنگاری یکی از مسایل بسیار «قابل انعطاف» و در عین حال «غیرقابل انعطاف» است. این به چه معناست؟! در بسیاری از موارد، منبع خبر چیزی یا همانی نیست که همه می‌پندارند. شرایط محیطی و زمانی گاهی بر منبع خبر و یافتن خبر و همچنین نوع کسب خبر توسط خبرنگار تأثیر می‌گذارد و این خبرنگار هست که با وجود همه سختی‌های پیش‌رو می‌کوشد خبر درست خود را از منبع معتبر غیراختصاصی و گاهی اختصاصی خود به دست آورد. اما قانون مدنی و مطبوعات، نظام‌نامه حرفه‌ای رسانه - در صورت وجود - و شرایطی که خبر در آن منتشر می‌شود، در برابر منبع خبر «غیرقابل انعطاف» عمل می‌کنند و همه این‌ها در شرایطی است که خبرنگار با تحمل همه سختی‌ها می‌کوشد خبر خود را به دست آورد و برای انتشار به رسانه برساند. با همه این احوال، همیشه منابع «غیررسمی» اما «معتبری» نیز وجود دارند که خبرنگار نباید آن‌ها را فراموش کند و کنکاش و بررسی این منابع، باعث می‌شود تا او خبرهای متمایز از دیگران منتشر کند.

این در حالی است که نباید فراموش کرد که ارتباط مصاحبه‌شونده باید با «موضوع خبر» باشد نه با علاقه خبرنگار یا خود مصاحبه‌شونده. کلیشه‌سازی زمانی که نظام‌نامه حرفه‌ای به درستی تبیین نمی‌شود یا به درستی اجرا نمی‌شود، یکی از مواردی که بسیار پررنگ می‌شود و تا مرز قانون‌شدن و غیرقابل انکار شدن پیش می‌رود، «کلیشه» است. در بسیاری



از موارد، کلیشه اصلاً مبنای انتخاب و نگارش خبر یا حتی رعایت نکردن اصول حرفه‌ای چون «تعادل» و «بی‌طرفی» می‌تواند باشد، و حتی با «دقت» فراوان تلاش می‌شود تا آن را مثل همیشه لحاظ کرد، کلیشه‌ها هستند. کلیشه‌ها موارد و مسایلی هستند که به واسطه شرایط تاریخی، عرفی، سیاسی و یا ایدئولوژیک برای خبرنگار به عنوان عضوی از جامعه - و یا حتی رسانه و مخاطب - ساخته می‌شود و کسی را یارای مقابله با آن نیست. به شدت باید از وجود کلیشه‌ها که مبنای بسیاری از پیش‌داوری‌ها، پیش‌گویی‌ها و رعایت نکردن بی‌طرفی است، پرهیز کرد. «تعریف» و افتادن به دام «صفت» خبرنگاری بی‌شک آدمیزادی است با گوشت و پوست و استخوان و احساس و عاطفه و اندیشه‌ای چون دیگران. بنابراین بسیار در معرض این خطر قرار دارد که احساس و عاطفه و اندیشه‌ای که همیشه با اوست، در نظرش عیب و ایراد نباشد و نسبت به انتشار آن در خبر اقدام کند. این باعث می‌شود تا او به همین راحتی همه اصول اخلاقی و البته حرفه‌ای نگارش خبر را زیر پا بگذارد. تازه از همه این‌ها که عبور کنیم، شخصیت ویژه و گاهی برجسته عنصر «که» خبر گاهی باعث می‌شود تا خبرنگار نیز اسیر آن شود و به تعریف و تمجید، ابراز احساس و هم‌دردی با آن بپردازد. همچنین غیر از آوردن «صفت» و بیان «تعریف»، فراموش نکنیم عنصر «که» خبر را به ترتیب با «نام» و «نام خانوادگی» به مخاطب معرفی می‌کنیم و پس از آن برای نخستین بار می‌کوشیم تا «سمت» دقیق و درست آن را - در این خبر - به مخاطب یادآوری کنیم. اینکه او را با چه «پیشوند» و «پسوندهای» خطاب می‌کنند، به مخاطب مربوط نیست. بنابراین، نباید فراموش کرد که «ترتیب» باید به صورت منظم رخ دهد. همچنین در بسیاری از موارد این اشتباه به وجود می‌آید که عنصر «که» خبر، بابت یکی از سمت‌های خود به خبر شما وارد شده است، در حالی شما سمت‌های دیگر یا حتی سمتی غیر از سمت مرتبط را به مخاطب معرفی می‌کنید که این امر نشان از اشتباه در خبرنگاری و عدم احاطه و تسلط شما به حوزه خبری مربوط است. فهم درست تفاوت «خبر» و «آگهی» مساله‌ای که برای بسیاری از خبرنگاران وجود دارد، تشخیص آگهی از خبر است. در واقع آگهی و آگهی‌دادن فقط یک نوع کار ساده نیست که متنی را به کسی بدهند تا او در ازای دریافت مبلغ معین، آن را در زمان معین و در رسانه مشخصی منتشر کند. «پیچیدگی پیام» و «پیشرفت رسانه» از آگهی، شکل و شمایل



جدیدی نیز ساخته است. در بسیاری از موارد، این انتشار آگهی صرفاً حوزه خبر اقتصادی را دربر نمی‌گیرد و به مواردی چون خبر فرهنگی، سیاسی و اجتماعی نیز بازمی‌گردد. همین که به نوعی کوشش شود تا بدون انتشار هیچ تازگی و ارزش خبری جدیدی، کسی را برای مطرح شدن به عرصه خبر کشاند، آگهی به عرصه خبر وارد شده است. «شناخت خبر» و «پیشینه خبر» شناخت حوزه خبری و آگاهی از پیشینه آن، از موارد بسیار مهم در خبرنگاری و جزو لاینفکی از کار خبرنگاری است. خبرنگار باید بداند که دقیقاً در چه گروهی فعالیت می‌کند و بتواند از پیشینه و عنصرها و ارزش‌هایی که با خبر او مرتبط است، آگاهی به‌روزی پیدا کند. همه این‌ها باعث می‌شود تا او خبری بنویسد که با وجود کوچک‌ترین ارزش خبری، بسته‌ای کامل از اطلاعات و خبرهای درست و زمان‌بندی‌شده درباره موضوع مورد نظر را به مخاطب ارائه کند. این باعث می‌شود که مخاطب بپندارد او اطلاعات کاملی از موضوع دارد که پیگیری زمان‌بندی‌شده آن، می‌تواند او را در باب موضوع مورد علاقه‌اش به‌روز نگه دارد. اینکه از پیشینه خبری که می‌نویسد - هر چند خبر درستی باشد - بی‌اطلاع باشید، سبب می‌شود تا مخاطب خبر دیگری را که با سبک درست و اطلاعات صحیح - درباره همین موضوع - نوشته شده است، با سابقه و پیشینه بیشتر بخواند و این دریافت آگاهی بیشتر، مخاطب را از شما دور کند و او منبع خبری دیگری را برای ارضای آگاهی خود بیابد. بدیهی است که اشاره درست به پیشینه درست خبر، هم به نوع خبر بستگی دارد و هم به سبکی که برای آن انتخاب می‌کنید. هیچ چیزی لذت‌بخش‌تر از خواندن یک بسته خبری تکمیل شده برای مخاطب نیست. آن‌جا که پس از خواندن آن احساس می‌کند، هر خبری را که می‌شود، می‌داند و دیگران چیز بیشتری به او اضافه نمی‌کنند. «محدودیت» برای «آزادی» بیشتر اینکه هنگام نگارش به سرعت بپندارید که «حق به‌جانب» هستید و «آزادی بیان» و «آزادی عمل» کاملی دارید تا همه را از رخ‌دادهای موجود مطلع کنید، سبب می‌شود تا مواردی در نوشته و نگاشته خود لحاظ نکنید که باعث آزار و آسیب دیگران می‌شود. هنگام نگارش خبر، باید نگران انسان باشید. نگران کسانی که منفی‌نگرند تا آگاه شوند. نگران کسانی که آسیب می‌بینند تا آسیب نبینند، نگران کودکان که توانایی دفاع ندارند، و شاید حتی نگران همه عنصرهایی که در خبر می‌آید؛ نگران موانع قانونی، رخ‌دادهای احتمالی، تبعیض قومی، نژادی، مذهبی، حریم شخصی، آبرومندی افراد، افشای اسرار محرمانه و شمار دیگری از این دست. درست‌نویسی در زبان فارسی قاعده و دستور تقریباً مشخصی دارد. اگر چه خبرنگار ادیب نیست تا همه دستور و ادبیات زبان فارسی را به‌کاملی و تمامی بداند، ولی باید تلاش کرد تا اطلاعات اساسی و مورد نیاز را آگاه باشد و برای به‌کار گرفتن آن، به اندازه کافی مهارت داشته باشد.

همچنین مواردی چون «عددنویسی» در خبرنگاری آداب و قوانندی دارد که هنگام نگارش خبر باید آن را به‌کار بست. مهم‌ترین اصلی که در خبرنگاری هنگام نگارش اعداد به‌کار برده می‌شود، درک آسان فراوانی مقدار و تعداد برای مخاطب است. مخاطب باید بتواند چیزی را که می‌بیند، بخواند و درک کند. این آداب که به‌خاطر سپردن آن اصلاً سخت نیست، باید در شمار دانسته‌های خبرنگار باشد و دلیلی ندارد تا او هر جای خبر که به‌عدد رسید، هر چند رقمی هم که باشد، اقدام به نگارش عینی عدد کند و فکر کند که برای آگاهی مخاطب کار را تمام کرده است و بس. ارزش‌ها و عنصرهای خبری ارزش‌های خبری که «دربرگیری»، «شهرت»، «درگیری»، «استثنا»، «تازگی»، «فراوانی» و «مجاورت» را شامل می‌شود و همچنین عنصرهای خبری که آن ارزش‌ها را در خبر نمایندگی می‌کنند، از مصالح و لوازم غیرقابل تفکیک هر خبرند. باید تلاش کرد با توجه به خبرنگاری درست و شناخت درست حوزه خبری و پیشینه خبر مورد نظر، نسبت به نگارش خبر اقدام کرد. عدم تسلط کافی به این موارد در بسیاری اوقات مشکلی به‌نام «خبرخوردگی» را برای خبرنگار به‌همراه می‌آورد که باعث عقب‌افتادگی و سابقه منفی کاری او می‌شود و در موارد دیگر، باعث نقص و نقصان بسته خبری آماده شده. همچنین شناخت صحیح ارزش‌های خبری امری است که «سیاست‌گذاری خبری» و به‌دنبال آن «سردبیری خبر» را از دیگر هم‌تایان این حرفه متمایز می‌کند. لید اول کار در آخر این مطلب درباره اهمیت لید سخن گفتن کار بیهوده‌ای است. چیزی که خبر با آن شروع می‌شود اینجا انتهای مطلب آمده است تا تاکید شود که بسیاری از لیدهای مورد مطالعه قرار گرفته شده - که در حد توان کوشیده شد برای آن نقد نوشته شود - از نقطه‌های ضعف اصلی خبرها محسوب می‌شود. در بسیاری از موارد، نگارنده خبر فکر می‌کند لید فقط و فقط مهم‌ترین بخش خبر است که آن را ابتدای خبر می‌آورند و در نهایت آن را یک‌بار دیگر داخل خبر و عیناً سر جای خودش، نقل می‌کنند. شناخت خبر و نگارش لید رابطه مستقیمی با هم دارند؛ چنان که انتخاب «سبک خبرنگاری» و «نگارش لید» خبرنگار باید اصول مهم لیدنویسی و انواع آن را بشناسد و بداند که «لید خبر» یعنی «وبترین خبر» و «پذیرایی از مخاطب» برای خواندن خبر؛ چنان که «تیترا» همان «دعوت‌نامه مخاطب» است. بنابراین، لید خبر را باید زمانی نوشت که خبر را می‌شناسیم، سبک آن را انتخاب کرده‌ایم و در ضمن برای نگارش آن، به اصول توجه کافی داریم. از مهم‌ترین مشکلات مورد اشاره در لیدهای مورد بررسی قرار گرفته، آن بود که در لیدها، «لید نقل قولی» آن هم از نوع «نقل قول مستقیم» رایج‌ترین و به‌ظاهر راحت‌ترین لید خبرهاست و این در حالی بود که همان نقل قول مستقیم نیز «داخل گیومه» قرار نمی‌گرفت. اکنون قضاوت نمی‌شود که این مورد برای آسانی کار یا اهمیت کار تکرار می‌شد، اما تاکید می‌شود که لید نقل قول مستقیم زمانی بیشترین کاربرد را دارد که عین نقل قول، «مهم‌ترین» ارزش یا ارزش‌های خبری خبر نوشته شده را با خود حمل کند و عنصرهایی که این ارزش‌ها را نمایندگی می‌کنند، بیشترین جذابیت و آگاهی را برای مخاطب داشته باشند. همچنین این مورد که «نام» و «نام خانوادگی» یا «شخصیت حقیقی» یا «حقوقی» عنصر «که» در لید خبر چه جایگاهی دارد، باید دقت فراوان کرد. اگر این عنصر مهم‌ترین ارزش یا ارزش‌های خبری را نمایندگی می‌کند، آوردن آن در لید خبر، درجه اهمیت بالایی دارد و اگر این طور نیست، اشاره به شخصیت حقیقی یا حقوقی عنصر «که» کفایت می‌کند. برای مثال هم می‌توان ارزش «شهرت» را ذکر کرد که وقتی عنصر «چه کسی» بسیار مشهور است، شما نام او را برای جذب بیشتر مخاطب، در لید خبر می‌نویسید. اما زمانی که جای خالی عنصر «که» در لید خبر اصلاً حس نمی‌شود، برای نگارش آن زحمت نکشید. در پایان این نوشته، شاید بتوان با بررسی موارد ذکر شده، تلاش کرد تا خبرهای بهتری نوشت. اما اینکه «ارزش خبری» یا «ارزش خبرنگاری» را به‌درستی بشناسیم و بدانیم که اینها با حفظ شرایطی با هم نسبت مستقیم پیدا می‌کنند، از مواردی است که تجربه بسیار می‌طلبد. بدیهی است که برای بسیاری هنوز این پرسش باقی است که «ارزش خبر» به «خبرنگاری» است که آن را می‌نویسد یا «ارزش خبرنگاری» به «خبری» است که نوشته می‌شود؟

نیوزبان از نگاه دیگران

نیوزبان سایت‌های خبری را تحت نظر دارد خبرگزاری جهش: ما همواره از سایت‌های گوناگون خبری آخرین اخبار را می‌بینیم و می‌خوانیم و بعضاً می‌شنویم. در این بین از برخی اخبار خوشمان می‌آید و برخی دیگر را دارای مشکلاتی می‌بینیم اما کمتر کسی این مشکلات را برای آن سایت خبری گزارش می‌کند. اما نیوزبان سایتی است برای کسانی که می‌خواهند از سایت‌های خبری و اخبار آن‌ها به صورت حرفه‌ای نقد کنند. در این سایت افراد می‌توانند به صورت رایگان عضو شوند و اقدام به نقد اخبار از رسانه‌های مختلف کنند. در این بین حتی بزرگترین سایت‌های خبری جهان نیز به چالش کشیده می‌شوند.

با نیوزبان رسانه‌های فارسی را متعهدتر کنیم

وبلاگ ندای امروز: بررسی حرفه‌ای رسانه‌های فارسی‌زبان یکی از کارهایی است که باید من و توی وبلاگ‌نویس انجام دهیم تا شاید بتوانیم رسانه‌های فارسی‌زبان را کمی از خواب وب ۱ بیدار کنیم و آنها را به دنیای وب ۲ برسانیم، دنیایی که در آن خبرسازی و جعل خبر جایی ندارد و هر خواننده‌ای با کمی جستجو در دریایی از اطلاعات می‌تواند درستی و نادرستی یک خبر را متوجه شود. یکی از وب‌سایت‌هایی که به صورت تخصصی به بررسی رسانه‌های فارسی‌زبان می‌پردازد، نیوزبان است.

«نیوزبان» آمد، خبرنگارها مواظب باشید

وبلاگ عبید شاکعی: در میان این همه آمار عجیب و غریب و خبرهای درست و نادرست و خبرگزاری‌های ریز و درشت، حالا سایتی پیدا شده است که می‌گوید می‌خواهد از خبرنگهبانی کند. نام این سایت «نیوزبان» است و کارش مچ‌گیری از خبرگزاری‌های رسمی و غیررسمی است، «نیوزبان» تازه شروع به کار کرده است اما در همین آغاز به خوبی نشان داده است که چه بلبشویی در خبررسانی رسمی حاکم است. نیوزبان به تیتراهای غلط، قضاوت‌های شخصی و حزبی و لیدهای مبهم و... گیر می‌دهد و سعی می‌کند همه را به گفتن حقیقت و واقعیت تشویق کند. امیدوارم «نیوزبان» در فضای اینترنت بماند و دچار هیچ چیز نشود که تعطیل بشود. امیدوارم این سایت را همه تحمل کنیم.

نیوزبان؛ سایت نقد خبر فارسی

سایت خبرنگار (ریپورتر): سایتی در اینترنت راه اندازی شده که هدفش نقد خبر فارسی است. این سایت و به خصوص مجله تخصصی‌اش، یک کارگاه کامل سایبرژورنالیسم برای دانشجویان ارتباطات است. نیوزبان ایده‌ای است که با دیدنش آرزو می‌کردم کاش من آن را راه انداخته بودم. شاید چیزی توی مایه‌های منتقد ارتباطات. نیوزبان خود را این گونه معرفی کرده است: سایتی است برای نقد خبر بر اساس اصول پذیرفته شده جهانی روزنامه نگاری: بی طرفی، دقت، صحت و انصاف. نیوزبان به دنبال فراهم آوردن فضایی انتقادی پیرامون خبر فارسی است، بدون هرگونه تعصب یا جهت‌گیری عقیدتی و سیاسی.



در نیوزبان خبر را نقد کنید، همین امروز به نیوزبان پیوندید

نیوزبان

www.newsbaan.com

نیوزبان بنا

ثبت نام ورود به وبسایت منابع بلاگ سخنگاه

صفحه نخست سیاسی اقتصادی اجتماعی فرهنگ و هنر دانش و فن ورزش رسانه بهداشت

نقد منتخب

ورود به وبسایت

ابزارها ارسال مطلب جدید

جندالله یا جندالشیطان؟
جندالله نام گروهی است که تقریباً همه ایرانیان نام آن را شنیده‌اند و می‌دانند که چیست و کیست و چه می‌کند. جندالشیطان اما داستان متفاوتی دارد.
بیشتر بخوانید

فتوای آیت‌الله خامنه‌ای، آیت‌الله صائمی ...
ویکی‌لیکس، آنجلیناچولی و خطای رسانه‌ها

لاست بیشترین آمار دانلود غیر قانونی را در سال ۲۰۱۰ داشت
سریال لاست در سال ۲۰۱۰ بیشترین آمار دانلود غیرقانونی را داشت.
۴.۱ ★★★★★

ایسنا این خبر را به نقل از «دیجتال اسپای» زده که من به شخصه اطلاعاتی درباره اش ندارم. بهتر بود ایسنا چند کلمه ... مشاهده نقد کامل

محمدرضا نسب عبداللهی
۴.۲ ★★★★★

najmeh
۳.۵ ★★★★★

در نیوزبان خبر را نقد کنید.
همین امروز به نیوزبان پیوندید.
www.newsbaan.com

در نیوزبان خبر را نقد کنید، همین امروز به نیوزبان پیوندید