



فصل اول

خبرنویسه در نشریات دانشجویی

امروزه دست‌اندرکاران عرصه مطبوعات به خوبی از اهمیت انتشار اخبار در جذب مخاطب آگاهی یافته‌اند و به تدریج خبررسانی به یکی از مهم‌ترین وظایف آن‌ها تبدیل گردیده است. صفحه‌های مطبوعات و خصوصاً روزنامه‌ها، به تدریج و بیش از هر یک از مقولات مطبوعاتی گزارش، مصاحبه، مقاله و... به خبر اختصاص می‌یابد. اکنون ما می‌توانیم در هر زمان با مرور نشریات منتشره در یک دانشگاه از مهم‌ترین وقایع و رخدادهای آن دانشگاه و حتی سایر دانشگاه‌ها به سادگی آگاه شویم.

انتشار هزاران نشریه دانشجویی که مدل کوچک نشریه‌های سراسری در دانشگاه‌ها به‌شمار می‌روند، این امید را به وجود می‌آورد که اخبار جامعه دانشگاهی نیز به صورتی کامل و مناسب تحت پوشش قرار گیرند، به گونه‌ای که دانشگاهیان و افراد خارج از جامعه دانشگاهی بتوانند با مرور اخبار منتشر شده در این نشریه‌ها، به صورت کامل از وقایع و رخدادهای جامعه دانشگاهی آگاه شوند و به دیدی کلی در این مورد دست پیدا کنند. اما بررسی دقیق نشان می‌دهد که در حال حاضر این توقع اندکی دور از واقعیت است. اگرچه در زمینه

انتشار اخبار در این نشریات پیشرفت‌هایی دیده می‌شود، اما به جز در تعداد انگشت‌شماری از نشریه‌های منتشر شده، مطالب خبری از گیرایی و جذابیت لازم برخوردار نیستند. در اکثر این نشریه‌ها یا اصولاً بخش خبر وجود ندارد و یا حداکثر صفحه‌ها و ستون‌های محدودی از نشریه به مطالب خبری اختصاص یافته است که متأسفانه در این ستون‌ها و صفحه‌ها نیز به جای پرداختن به اخبار دانشگاهی، اخبار عجیب و غریبی منتشر شده‌اند که با تعریف خاص خبر در نشریات دانشجویی منطبق نیستند. عدم آشنایی دانشجویان با مفهوم خبر در نشریات دانشجویی سبب گردیده تا این نشریات نتوانند آنچه‌ان که از آن‌ها توقع می‌رود به انعکاس اخبار پردازند و اخبار جامعه دانشگاهی را منعکس نمایند.^۱

۱- فرحبخش، حامد، غریبی، رشید، روزنامه‌نگاری دانشجویی، نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری، چاپ دوم، ۱۳۸۲.

بخش اول

مفاهیم اساسی در خبرنگاری

خبری که از طریق وسایل ارتباط جمعی به اطلاع مردم می‌رسد، باید درست (Accurate)، روشن (clear) و جامع (complete) باشد. این مفاهیم باید از مرحله گردآوری اطلاعات حول یک رویداد تا مرحله ارائه آن در نظر گرفته شود.^۱

درستی یا صحت خبر

یکی از مسئولیت‌های مهم رسانه‌های خبری، بالأخص نشریه‌های دانشجویی، ارائه اطلاعات درست به مخاطبان است.

انتشار مطالب نادرست یا اشتباه، سبب سلب اعتماد دانشجویان و جامعه دانشگاهی از نشریه‌های دانشجویی می‌شود و آنان را به سوی سایر منابع خبری هدایت می‌کند. بنابراین باید درباره یک رویداد کاملاً تحقیق کرد و اطلاعات به دست آمده را با منابع دیگر تطبیق داد.

مثال:

شبکه خبر دانشجویی: به گفته وزیر علوم، تحقیقات و فناوری، طرح خارج کردن این وزارتخانه از تهران به شهرستان در حال بررسی است.

روشنی و وضوح خبر

نوشته خبری باید با صراحت و روشنی تنظیم شود. خبرنگاری که از یک رویداد در دانشگاه خبر تهیه می‌کند، اگر نتواند اطلاعات خود را به زبان ساده، رسا و روشن

۱- قندی، حسین، بدیعی، نعیم، روزنامه‌نگاری نوین، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، چاپ پنجم، ۱۳۸۵.

و بدون ابهام بنویسد، نمی تواند در کار خود موفق باشد. اصطلاحات حقوقی، فنی، پزشکی و... باید طوری نوشته شود که فهم مطلب برای همگان آسان باشد.
مثال:

از دانشجویان برگزیده جشنواره فرهنگی ورزشی ضیافت اندیشه تقدیر به عمل آمد.
این جشنواره با حضور دانشجویان دانشگاه های تهران، امیرکبیر، اصفهان، شیراز و گیلان از تاریخ ۲۵ تیرماه ۱۳۸۹ لغایت ۱۵ شهریور ۱۳۸۹ در دانشکده تربیت بدنی دانشگاه گیلان برگزار گردید.

جامع و کامل بودن خبر

خبر باید جامع و کامل باشد و به پرسش هایی که برای مخاطبان خبر به وجود می آید، پاسخ گوید. به این منظور باید کوشش کرد به پرسش های مربوط به «عناصر خبر» به طور کامل پاسخ داده شود.
مثال:

پنجمین جشنواره نشریه های بسیج دانشجویی کشور به زودی برگزار می گردد.
معاون فرهنگی سازمان بسیج دانشجویی در گفت و گو با خبرنگار شبکه خبر دانشجوی گفت: با توجه به رشد نسبی نشریات بسیج دانشجویی در صدد هستیم تا در اسفند امسال پنجمین جشنواره نشریه های بسیج دانشجویی دانشگاه های کشور را در دانشگاه تهران برگزار نمایم. دانشجویان می توانند جهت شرکت و ثبت نام در جشنواره از اول مهرماه به سایت سازمان بسیج دانشجویی مراجعه نمایند.

بخش دوم تعریف خبر

تعریف‌های گوناگونی دربارهٔ خبر (News) ارائه شده و کماکان نیز ارایه می‌شود. خبر چیست؟ پرسشی کوتاه که پاسخ جویی برای آن بخش وسیعی از ادبیات روزنامه‌نگاری را شکل داده است. برای اجتناب از حاشیه‌روی، ابتدا به بررسی تعریف‌های موجود در مورد خبر می‌پردازیم. تعریف‌ها و گزاره‌هایی که حاصل تکاپو و تلاش فراوان روزنامه‌نگاران و پژوهش‌گران در جهت معنابخشی به قلمرو مفهومی خبر است:^۱

خبر، گزارش واقعیت‌هاست، اما هر واقعیتی را نمی‌توان خبر نامید.
در این تعریف به این دلیل نمی‌توان هر واقعیتی را خبر نامید که فلان واقعیت مثلاً بر همگان روشن است؛ نو نیست و چون کهنه است قابل طرح نیست و وقتی واقعیت تازه نیست، نمی‌تواند جنبهٔ خبری داشته باشد.

خبر، پیامی است که احتمال صدق و کذب در آن وجود دارد.
خیلی از خبرها به چاپ می‌رسند، اما روز بعد یا مدتی بعد تکذیب می‌شوند. بنا بر این، تعریف فوق نیز فقط بخشی از مفهوم خبر را در بر می‌گیرد؛ اما در عین حال باید افزود که بر خلاف تعریف پیشین - که خبر را گزارش می‌خواند - در این تعریف خبر پیام نامیده می‌شود.

خبر، الزاماً گزارش رویداد جاری (تازه) نیست.
زیرا ممکن است که جنبه‌های تازه‌ای از یک رویداد کهنه و قدیمی، و به

۱- شکرخواه، یونس، خبر، دفتر مطالعات و توسعهٔ رسانه‌ها، چاپ نهم، ۱۳۸۵.

عبارت دیگر زوایای جدیدی از آنچه را که قبلاً رخ داده است، آشکار کند و بنا بر این به یک موضوع قدیمی یک وجه تازه خبری بدهد.

رویدادی است که قرار است اتفاق بیفتد.

خبرهایی نظیر اینکه «فردا برف خواهد بارید»، «کنکور سراسری دانشگاه‌ها هفته آینده برگزار می‌شود» و یا «سمینار مطبوعات بهار آینده در دانشگاه فردوسی مشهد تشکیل می‌شود» از جمله خبرهایی هستند که مشمول تعریف فوق قرار می‌گیرند. طبعاً می‌توان راجع به این تعاریف‌ها و تعاریفی که پس از این ارائه خواهند شد، این نکته را اضافه کرد که واقعه‌ای که الزاماً برای یک نفر خبر تلقی می‌شود، ممکن است که برای دیگران کاملاً بی‌اهمیت باشد و اصلاً خبر تلقی نشود. اگر یک نفر سگی را گاز بگیرد، خبر است، ولی به عکس اگر سگی، فردی را گاز بگیرد، خبر نیست. این تعریف از جمله تعاریف کلاسیک که در تبیین مفهوم خبر به کار گرفته می‌شوند، به حساب می‌آید.

اطلاعات مربوط به آنچه رخ داده است، خبر نامیده می‌شود.

«اخبار اقتصادی در صفحه‌های وسط مجله درج شده‌اند»

«بازارهای مالی با شنیدن اخبار کاهش قیمت ارز دچار شوک شدند»

این دو اطلاع، هر دو حکم همان اطلاعاتی را دارند که در تعریف، خبر، نام گرفته است. بر اساس این تعریف، خبر اطلاع است.

خبر مجموعه‌ای از لغات و عبارات است که وقوع یا انجام کاری را اطلاع دهد.

این تعریف اگرچه بر کارکرد اطلاع‌رسانی خبر متمرکز است، اما آن را مجموعه‌ای از لغات و عبارات می‌داند.

خبر گزارشی یک رویداد است. آنچه یک گزارش‌گر می‌نویسد، خبر نامیده می‌شود.

از این تعریف این نکته استنباط می‌شود که خبر (News) با اتفاق یا رویداد (Event) فرق دارد. ممکن است که آنچه گزارش می‌شود عیناً مانند واقعه‌ای که رخ داده نباشد و فقط جنبه‌هایی از آن رویداد را منعکس کند. در این تعریف

کوشش می‌شود تا این نکته روشن گردد که میان حقیقت رویداد و واقعیت خبر تفاوت وجود دارد و در حقیقت نگرش شخصی خبرنگار و سازمان خبری و سایر عوامل مؤثر بر تغییر رویداد مخابره شده، تاثیرگذار هستند.

خبر، شامل هر اندیشه و عمل واقعی است که برای عده کثیری از خوانندگان جالب است.

این تعریف «چیستی» خبر را اندیشه و عمل واقعی قلمداد می‌کند. حال آنکه به وسیله مفاهیمی که تا کنون ارائه شده‌اند به چیست‌هایی نظیر: گزارش واقعیت، پیام، رویداد، اطلاعات رویداد، مجموعه لغت‌ها و عبارات و گزارش یک رویداد رسیده بودیم.

مثال:

ده تشکل بزرگ دانشگاهی در نامه‌ای به رییس قوه قضاییه، خواستار برخورد و معرفی مفسد اقتصادی شدند.

افزون بر آنچه گفته شد، تعریف‌های ناگفته دیگری در مورد خبر باقی مانده است:

خبر، هر موضوع جاری روز است که به علت جالب بودن و طرف توجه قرار گرفتن آن از جانب خوانندگان، در نشریات منتشر می‌شود.

مثال:

مدت سربازی از سال ۱۳۹۰ به ۲۴ ماه افزایش پیدا خواهد کرد در این تعریف به خبر عمدتاً از وجه موضوع جاری قابل درج در رسانه‌های نوشتاری نگرسته می‌شود

خبر، نقل واقعی و عینی حوادث جاری مهم است که در روزنامه‌ها و نشریات دانشجویی چاپ می‌شود و مورد توجه خوانندگان قرار می‌گیرد.

مثال:

عده‌ای از دانشجویان بسیجی دانشگاه گیلان مقابل دفتر مرکزی این دانشگاه تجمع کردند. این دانشجویان نسبت به وضع بدحجابی در دانشگاه اعتراض داشتند و خواستار برخورد شدید مسئولان دانشگاه با دانشجویان بدحجاب بودند.

اگر از عبارت نقل واقعی و عینی و صفت مهم صرف نظر کنیم، این تعریف تا حدود زیادی به تعریف پیش شباهت دارد.

خبر، گزارش مناسب خلاصه و دقیق یک رویداد است، نه خود رویداد. تفاوت این تعریف با تعریف‌های پیشین، مناسب، خلاصه و دقیق توصیف کردن گزارش است در غیر این صورت، بر همان ممیز پیشین که خبر خود رویداد نیست، تأکید می‌ورزد.

خبر، نخستین گزارشی از یک حادثه بامعناست که مورد توجه عامه قرار می‌گیرد که در نشریات دانشجویی باید مورد توجه اکثر دانشجویان قرار بگیرد.
مثال:

مسئول نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها از کم شدن تعداد سهمیه حج دانشجویی در سال تحصیلی جاری خبر داد.

«چیستی» این تعریف حادثه بامعناست، ضمن آنکه این حادثه بامعنا هنگامی خبر است که نخستین گزارش از آن به مردم داده شود. اشکال این تعریف در این است که به پیگیری خبر و پیامدهای خبر بی‌توجه است. افزون بر این نمی‌شود به درستی مفهوم بامعنا را تشریح کرد و معیارهای ارزیابی آن را شناخت.

خبر، انتشار منظم جریان وقایع و آگاهی‌ها و دانش‌های انسانی و نقل عقاید و افکار عمومی است.

در این تعریف، جنس خبر را وقایع، آگاهی‌ها و دانش‌های انسانی، عقاید و افکار عمومی تشکیل می‌دهند و شرط آن نیز انتشار منظم است.

خبر، نقل ساده و خالص وقایع جاری است.

مثال:

رییس‌جمهور، در جمع دانشجویان بسیجی خبر از کاهش شهریه دانشگاه‌های غیر دولتی داد.

خبر، اعلام و بیان وقایع جالب زندگی اجتماعی و نقل عقاید و افکار عمومی است.

مضامین این دو گزاره کم و بیش در تعریف‌های پیشین بیان شده‌اند و تکرار، ضرورتی ندارد.

اکنون بد نیست به چند تعریف جالب دیگر از خبر اشاره کنیم. یکی از این تعریف‌ها را هارولد اوانس (Evans Harold) سردبیر پیشین ساندی تایمز و تایمز لندن ارائه کرده و به نام خود وی در فرهنگ‌های پژوهش‌های رسانه‌ای به چاپ رسیده است و آن این است که:

خبر، مردم است.

یکی دیگر از تعریف‌های معروف مربوط به خبر، متعلق به یکی از بارون‌های مطبوعاتی انگلیس یعنی لرد نورث کلیف (Cliffe North Lord، ۱۸۶۹ تا ۱۹۲۲) است. کلیف که صاحب چندین رسانه در انگلیس بود و از غول‌های رسانه‌ای عصر خود به حساب می‌آمد، در جریان کار حرفه‌ای به چنین تعریفی از خبر رسید:

خبر، چیزی است که یکی می‌خواهد آن را در جایی سرکوب کند و آنچه می‌ماند، آگهی است.

از نظر کلیف، خبر باید تأثیرگذار باشد و نه خنثی و به خاطر پول درج نشده باشد. و اما تعریف دیگری که تقریباً از سوی اکثر روزنامه‌نگاران پذیرفتنی است، متعلق به ویلیام گیبر (Gieber .W) است. او که از زاویه جامعه‌شناسی تولید خبر به تعریف خبر می‌پردازد، در سال ۱۹۶۴ این تعریف را ارائه داده است:

خبر، چیزی است که روزنامه‌نگاران آن را می‌سازند.
چنانکه ملاحظه می‌شود، خبر در تعریف گیبر «ساختنی» است.

خبر، نتیجه شیوه‌هایی است که روزنامه‌نگاران آن‌ها را به کار می‌گیرند.
این تعریف نیز که از آن مارک فیشمن (Fishman Mark) است، از نگاه جامعه‌شناسانه به تولید خبر حاصل آمده است.

خبر، ماده اولیه روزنامه‌نگاری است.
این هم تعریف دیگری از خبر است که غالباً در متون آموزشی دوره‌های مقدماتی روزنامه‌نگاری به چشم می‌خورد.

خبر، محصول جهان سیاسی و اجتماعی است که آن را گزارش می‌کند. این تعریف متعلق به گروه رسانه‌های گلاسگو است و مبتنی بر این است که خبر یک روش و رویه است. خبر باید فوراً پس از حادثه به جریان افتد. برای عموم جالب باشد، حاوی اطلاعات تازه باشد، خنثی نباشد و ادراک‌های فرهنگی جوامع خاص خود را منعکس نماید.

به این ترتیب همانگونه که ملاحظه می‌شود، دستیابی به یک تعریف مشترک و جامع و به عبارت دیگر ارائه یک تئوری جامع و مانع برای خبر، بسیار دشوار می‌نماید. اما اگر خبر را گزارشی بی‌طرف، دقیق و در عین حال صحیح و عینی از یک رویداد مفروض بدانیم، وجود برخی از شاخص‌ها و معیارها به انتخاب آن «رویداد» - از میان هزاران رویداد دیگر - به عنوان «خبر» کمک می‌کند، این عناصر موجود در رویداد را که به گزینش رویداد و تبدیل شدن آن به خبر می‌انجامند، ارزش‌های خبری (News Values) می‌نامیم. اما پیش از ورود به این بحث، این توصیه جدی را که نباید هرگز به دست فراموشی سپرده شود و باید معیار پذیرش خبر دانسته شود، یادآوری می‌کنم که:

خبر یک حق اجتماعی است، نه یک کالای تجاری

هر یک از این تعریف‌ها از زاویه خاصی به تعریف خبر پرداخته‌اند و همین تفاوت‌ها نشان می‌دهد که تعریف و تعیین قلمرو مفهومی برای خبر، کار چندان ساده‌ای نیست.

به هر تعریفی که در ارتباط با خبر تن دهیم و به عنوان مثال این تعریف‌ها را بپذیریم که ۱. خبر اطلاعات مربوط به یک رویداد یا تحول است که در جایی چاپ یا پخش شود و یا ۲. خبر هر نوع اطلاع جدید و غیر عادی نامیده می‌شود (Dictionary Wagnalls & Funk).

اما باز نمی‌توانیم با خیال راحت کار را تمام شده تلقی کنیم. اکثراً این احتمال وجود دارد که کسانی که خبرهای ما را می‌خوانند، پس از خواندن خبر بگویند «به من چه؟!» و یا بگویند: «خودم می‌دانستم».

مورد اول (به من چه؟!؟) نشان می‌دهد ما نتوانسته‌ایم ربط خبر به مخاطب را تشخیص بدهیم، و مورد دوم (خودم می‌دانستم) حاکی از آن است که خبر کهنه‌ای را به مخاطب تحویل داده‌ایم. من می‌خواهم این نتیجه را بگیرم که فراگیری (Impact) و سرعت (Immediacy) جا نمایه، خمیرمایه و کانون اصلی را در هر تعریف از خبر شکل می‌دهند. پس بنا بر این، صرف این که خبرها مربوط به آدم‌ها، مکان‌ها، اشیاء و رویدادهای واقعی باشند، کافی نیست. فراگیر بودن خبرها و حساس بودن اطلاعات آن‌ها نسبت به زمان اهمیت فراوانی دارد و روزنامه‌نگاران باید این عادت را در خود به وجود بیاورند که به جای مخاطبان فکر کنند و ببینند مخاطبان به چه چیزهایی احتیاج دارند (روابط خبر به مخاطب) و کدام چیزها را به سرعت می‌خواهند (حساس بودن نسبت به عنصر زمان).

این دو نکته، سنگ پایه تشخیص رویدادهایی است که از ارزش خبری برخوردارند. سنگ پایه‌ای که می‌تواند مانع طرح دو نکته پیش گفته باشد: به من چه؟!؟ و خودم می‌دانستم.

خبر در نشریات دانشجویی عبارت است از:

❖ خبر در نشریات دانشجویی به معنای «اعلام و بیان اخبار مربوط به وقایع، رخدادها و حوادث جدیدی است که در حیطه خبری دانشگاه و مجامع علمی رخ داده است.

❖ نقل عقاید شخصی و افکار عمومی جامعه دانشگاهی

❖ در نظر گرفتن خط قرمزها و محدودیت‌های جامعه دانشگاهی^۱

❖ خبر در نشریات دانشجویی عبارت است از بیان رویدادهای جامعه

دانشگاهی و نقل عقاید و نظرات دانشگاهیان و کسانی که نظراتشان

برای جامعه دانشگاهی مهم باشد که متناسب با اقتضای زمان و

محدودیت‌های این حوزه تنظیم می‌گردد.^۲

۱- فرحبخش، حامد، غریبی، رشید، روزنامه‌نگاری دانشجویی، نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری، چاپ دوم، ۱۳۸۲

۲- قلندری، امیر هوشنگ، روزنامه‌نگاری در نشریات دانشجویی، چاپ اول، فرا اندیش سبز، پاییز ۱۳۸۵