

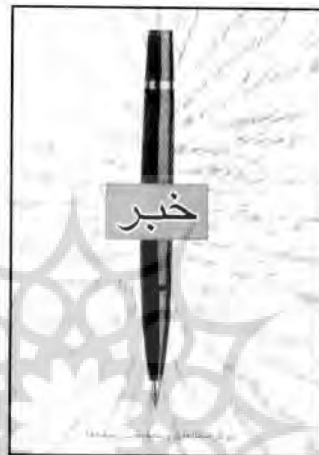
# چگونه خبر بنویسیم

○ سید محمد مهدیزاده

دانشجوی دکترای علوم ارتباطات

معنی‌دار بودن خود را در دو صورت نشان می‌دهد:  
الف. مجاورت فرهنگی ب. مربوط بودن

۵. همخوانی و هماهنگی  
قابلیت پیش‌بینی کردن یک رویداد و یا تمایل داشتن رسانه‌ها به یک رویداد.
۶. غیرمنتظره بودن  
منظور گالتونگ و روگ از غیرمنتظره بودن یک رویداد، غیرقابل پیش‌بینی بودن و ندرت رویداد است.
۷. استمرار  
استمرار یا تداوم ناظر بر خبر جاری است.
۸. ترکیب  
ترکیب آمیزه‌ای از انواع رویدادهاست.
۹. ارجاع یا تمثیل به ملل برگزیده  
رسانه‌های غربی در اکثر موارد خبری، نمونه‌های خود را از میان ملل برگزیده انتخاب می‌کند و عامدانه در این موارد از پرداختن به کشورهای رو به توسعه می‌پرهیزند.
۱۰. ارجاع به اشخاص برگزیده  
از آنجا که این باور وجود دارد که عملکرد اشخاص برگزیده و معروف، دامنه‌دارتر از عملکرد افراد عادی است و عملکرد افراد معروف از بخت الگو گرفتن به وسیله دیگران برخوردار است، پوشش خبری عملکرد افراد برگزیده در رسانه‌های غربی بیشتر از افراد عادی است.



کتاب «خبر» حاوی تکنیک‌های تهیه و تنظیم خبر و نیز دیدگاه‌های انتقادی و روشنگرانه در عرصه فعالیت خبری و روزنامه‌نگاری می‌باشد. مؤلف که خود از مدرسان این رشته و دارای سابقه فعالیت حرفه‌ای در یکی از روزنامه‌های قدیمی کشور است با بهره‌گیری از تجارب آموزشی و حرفه‌ای و استفاده از منون خارجی با توجه به تسلط به زبان انگلیسی، کتابی ارزنده و درخور مطالعه فراهم آورده است. این کتاب دارای چهارده فصل و یک پیوست می‌باشد.

در فصل اول، نویسنده پس از ارائه ۲۳ تعریف از خبر از دیدگاه‌های گوناگون، با اشاره به نظرات «گروه رسانه‌ای گلاسگو» آورده است: خبر یک روش و رویه است، از این دیدگاه، خبر جهان را منعکس نمی‌کند بلکه به جهان شکل می‌دهد. خبر به طرز اجتماعی ساخته می‌شود و نه تنها به انعکاس بی‌طرفانه واقعیت اجتماعی و حقایق تجربی نمی‌پردازد، بلکه در ساخت اجتماعی واقعیت مداخله می‌کند.

در فصل دوم تحت عنوان «ارزشهای خبری» آمده است: ارزشهای خبری در دل رویدادها قرار دارند و نه در شم روزنامه‌نگار؛ ولی این شم و درک به کشف ارزشها کمک می‌کند.

نویسنده، هفت ارزش خبری را که در روزنامه‌نگاری معاصر تقریباً حالت معیار مطلوب (استاندارد) به خود گرفته‌اند چنین برمی‌شمارد:

۱. دربرگیری
۲. شهرت
۳. برخورد، اختلاف و درگیری
۴. استثناء و شگفتی
۵. بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار
۶. مجاورت
۷. تازگی

شکرخواه با اشاره به ارزشهای دوازده‌گانه خبری از دیدگاه «یوهان گالتونگ» و «مری روگ» می‌نویسد: این دو پژوهشگر با اعلام یک مرحله‌ای بودن فرآیند تبدیل «رویداد» به «خبر»، دوازده عامل مؤثر بر گزینش خبر را مشخص کردند. به عقیده آنها هشت ارزش نخست از آن دوازده ارزش، در همه جای جهان به طرز مشترک مورد استفاده روزنامه‌نگاران قرار می‌گیرند و ربطی به مشخصه‌های فرهنگی ملل گوناگون ندارند. اما چهار عامل دیگر از نظر فرهنگی بر انتخاب اخبار مؤثرند و دست‌کم می‌توان گفت که این چهار عامل در گوشه شمال غربی دنیا از جنبه فرهنگی، به طرز یکسان و مشابه در امر گزینش اخبار به کار گرفته می‌شوند.

○ خبر  
○ یونس شکرخواه  
○ مرکز مطالعات و تحقیقات  
○ رسانه‌ها، ۱۳۷۹

از محاسن روزنامه‌نگاری توسعه این است که در آن به علت مطرح شدن فرایندها، شخصیت‌گرایی کم‌رنگ می‌شود و همچنین به تفسیر و تحلیل، بهای بیشتری داده می‌شود

۱۱. شخصیت‌سازی  
رویدادها را عملکرد افراد و مردم می‌دانند. هویت بخشیدن به افراد به مراتب آسانتر از هویت‌دهی به ساختارها، نیروها و نهادهاست.
۱۲. منفی‌گرایی  
مراد از منفی‌گرایی این است: خبر بد و خبر خوب است؛ و همین برداشت است که جوهره اصلی نگاه خبرگزاریهای غربی به جهان سوم را شکل می‌دهد.

از دیدگاه رسانه‌های غربی، باید در جهان سوم صرفاً به دنبال عوامل و رویدادهای منفی نظیر خشونت، بحران و فاجعه و خبرهای مربوط به کودتاها، اعدامها، نظامیگری، تروریسم، فساد و ناهنجاری بود تا بتوانند به عنوان گرایش خبری در آن رسانه‌ها قابل ارائه باشند. در حالی که اخبار مثبت جهان سوم که حاکی از رشد و پیشرفت هستند، جایی در محافل خبری غرب نمی‌یابند.

مؤلف در فصل سوم کتاب، تحت عنوان «عناصر یا ارکان خبر» با بیان اینکه اگر ارزشهای خبری به اخبار

۱. توانر  
این ارزش خبری در حقیقت یک ظرف زمانی است که رویداد، آن را پر می‌کند.
۲. آستانه  
آستانه که می‌توان آن را نقطه شروع هم نامید، درحقیقت اندازه، قد و قواره رویداد است.
۳. فقدان ابهام  
فقدان ابهام درواقع به وضوح رویداد مربوط می‌شود.
۴. معنی‌دار بودن

از دیدگاه رسانه‌های غربی، باید در جهان سوم صرفاً به دنبال عوامل و رویدادهای منفی نظیر خشونت، بحران و فاجعه و خبرهای مربوط به کودتاها، اعدامها، نظامیگری، تروریسم، فساد و ناهنجاری بود تا بتوانند به عنوان گرایش خبری در آن رسانه‌ها قابل ارائه باشند. در حالی که اخبار مثبت جهان سوم که حاکی از رشد و پیشرفت هستند، جایی در محافل خبری غرب نمی‌یابند

شکل می‌دهند، «عناصر خبری» اخبار را به نمایش می‌گذارند: عناصر ششگانه خبری را چنین برمی‌شمارد: ۱. چه کسی (که)؟ ۲. چه چیزی (چه)؟ ۳. کجا؟ ۴. چه وقتی (کی)؟ ۵. چرا؟ ۶. چطور (چگونه)؟

نویسنده متذکر می‌شود که بین عناصر خبری و ارزشها رابطه مستقیم وجود دارد: چه کسی شهرت، چه چیزی دربرگیری و شگفتی و فراوانی، کجا مجاورت، چه وقت تازگی

در فصل چهارم پس از برشمردن چهار سبک خبرنگاری تحت عناوین ۱. سبک هرم وارونه، ۲. سبک تاریخی، ۳. سبک تاریخی همراه یا لید، ۴. سبک پایان شگفت‌انگیز، آمده است: اگر کسب خبر کاری دشوار و توانفرساست، تنظیم خبر و ریختن آن در داخل یک سبک، کاری بس دشوارتر است.

مؤلف در ادامه، به تشریح چهار سبک تنظیم خبر می‌پردازد:

#### ○ سبک هرم وارونه

در سبک هرم وارونه، قاعده هرم حاوی جذابترین، و در بسیاری از مواقع، حاوی مهمترین بخش خبر است و نوک آن - بخش انتهایی - حاوی بی‌اهمیتترین بخشهای رویداد است. در واقع در سبک هرم وارونه، مطالب با توجه به میزان اهمیت آنها از بالا به پایین تنظیم می‌شوند.

#### ○ سبک تاریخی

در سبک تاریخی برخلاف سبک هرم وارونه، مطالب به همان صورتی که به لحاظ زمانی تحقق یافته‌اند در قالب خبر ارائه می‌شوند

#### ○ سبک تاریخی به همراه لید

این سبک، تلفیقی از دو سبک هرم وارونه و سبک تاریخی و خاص پوشش دادن به خبرهای شهری و حادثه‌ای.

#### ○ سبک پایان شگفت‌انگیز

در این سبک، قفل ماجرا در پایان خبر باز می‌شود و خواننده را شگفت‌زده می‌کند.

شکرخواه در فصل پنجم کتاب تحت عنوان «منبع و لید» آورده است: دانش منبع خبر و داشتن شناخت نسبت به آن، برای روزنامه‌نگار، هم در هنگام تهیه خبر و هم در زمان تولید خبر، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. خاستگاه «پیام» را از هرجا که سرچشمه گرفته باشد، خواه از سوی یک فرد و خواه از جانب گروهها و نهادها، «منبع خبر» می‌نامیم.

وی می‌افزاید در بحث مربوط به منابع خبری، سه نکته قابل توجه وجود دارد:

۱. حوزه خبری ۲. اعتبار منبع ۳. الگوی مالکیت منابع خبری

در توضیح «لید» خبر آمده است: یورش به خواننده و غافلگیر کردن از اصلی‌ترین وظایف اولین عبارات خبر (لید) است که در ضمن آن کوشش می‌شود تا - بخصوص در سبک هرم وارونه - اصل مطلب بازگو شود. بنابراین لید خوب، لیدی است که جذابترین بخش خبر را در خود نهفته داشته باشد تا به وسیله آن خواننده به سوی متن خبر هدایت شود.

مؤلف علاوه بر برشمردن انواع لید براساس عناصر ششگانه خبر، دیگر لیدهای رایج در کار خبرنگاری را چنین ذکر می‌کند: ۱. لید استنباطی ۲. لید تک‌موضوعی ۳. لید عمقی ۴. لید تلفیقی

در فصل ششم تحت عنوان «تیتیر یا سرعنوان»، نقشها و کارکردهای تیتیر چنین بیان شد:

- ترغیب خوانندگان به خواندن خبر؛

- تعیین وزن و اهمیت خبر با توجه به درستی و ریزی قلم تیتیر و یا بالا و پایین قرار دادن آن در صفحه؛

- تفکیک مطالب از یکدیگر؛

- کمک به زیبا شدن صفحات.

نویسنده علاوه بر بیان هشت قاعده مرسوم در تیتیرنویسی: با بهره‌گیری از مفاهیم «محور هم‌نشینی» و «محور جانشینی» در نگارش تیتیر، به ذکر چند نمونه آموزنده می‌پردازد و سپس با نگاهی انتقادی به انگارسازی (Image - making) رسانه‌ها می‌آورد:

استفاده از فن بیان (Rhetoric) نیز یکی از فنون تدوین تیتیر است. این شکل از کار که در واقع استفاده از زبان برای اقناع دیدگان است، چهره عریان انگارسازی برای خواننده به حساب می‌آید. در این شیوه، واقعیت به بیان تبدیل می‌شود. واژه‌هایی همچون میانه‌رو، تندرو، نظم، آشوب و... که در واقع کلیشه‌های تبدیل مسائل پیچیده به جوه ساده‌اند، محصولات رسانه‌ای شدن رویدادها هستند که نتیجه‌ای جز دست دوم شدن دانش و اطلاعات ما از جهان واقعی در جهان رسانه‌ها ندارد.

در پایان این فصل، «روتیتیر»، «زیرتیتیر»، «میان‌تیتیر» و «سوتیتیر» به عنوان عناصر تکمیل‌کننده تیتیر تشریح شدند.

شکرخواه فصل هفتم کتاب را به موضوع «ویرایش» اختصاص می‌دهد و در توضیح آن می‌نویسد: ویرایش شامل همه کنشهایی می‌شود که طی آنها نویسنده و روزنامه‌نگار مرحله نوشتن را مورد بازنگری قرار می‌دهند و تغییرات لازم را در مکتوب ایجاد می‌کنند.

وی ضمن تشریح اشکال ویرایش: ویرایش رسم‌الخطی، ویرایش در جهت ایجاد ایجاز و ویرایش تخصصی می‌نویسد. متأسفانه هنوز ویرایش و آداب آن در محافل حرفه‌ای ما همچنان سلیقه‌ای است و از جایگاه و منزلت خاص فن برخوردار نشده است.

در فصل هشتم تحت عنوان «خبر غیرقابل چاپ» آمده است: هرگاه که بحث خبر غیرقابل چاپ به میان می‌آید، بی‌اختیار کلمه سانسور را در ذهن نداعی می‌کند، خواه نوع پیشگراانه و خواه نوعی تنبیهی آن را. نویسنده، خبرهای غیرقابل چاپ را خبرهایی می‌داند که به جزئیات عملکردهای غیراخلاقی انسانها می‌پردازند.

نویسنده بر این باور است که گنجاندن واحد اخلاقی حرفه‌ای در آموزش روزنامه‌نگاری، یک ضرورت غیرقابل انکار است زیرا که هر خبر غیرقابل چاپی که به چاپ می‌رسد، بی‌تردید دست‌کم به بخشی از جامعه و بویژه به جوانان لطمه می‌زند.

«فرآیند خبر» عنوان فصل نهم کتاب است. از این فصل، نویسنده بسیاری از نگرشها و باورهای کلاسیک و خوش‌بینانه در عرصه فعالیت روزنامه‌نگاری و خبرنگاری را به چالش می‌کشد و با بهره‌گیری از دیدگاه‌های انتقادی انتقادنگران غربی، در بسط نظرات خود مفاهیم زیر را به خدمت می‌گیرد:

#### ○ گفتمان رسانه‌ای

در گفتمان، پیامهای وسایل ارتباط جمعی در قالب کلیت‌های ساختمان‌دهنده می‌شوند. خبر یک «ساخت» است و باید آنرا برحسب شرایط نشانه‌ای و اجتماعی آن تحلیل کرد.

#### ○ گزینش و استحاله

فرآیند گزینش رویداد و تبدیل آن به خبر، فرآیندی دو‌عنصری به شمار می‌آید: گزینش و استحاله. پس می‌توان گفت که در فرآیند تبدیل یک «رویداد» به یک «خبر» بروز «جانبداری» می‌تواند امری اجتناب‌ناپذیر و مشهود باشد. به دیگر سخن، جهان رسانه‌ای می‌تواند جهان واقعی نباشد، بلکه جهانی باشد که با قضاوت همراه شده است.

#### ○ دلالت و القا

دلالت به توصیف و تبیین مؤلفه‌های یک متن می‌پردازد و القاء، مرحله دوم تحلیل است. تمیز دادن این مقوله در فرآیند خبر، هم برای مخاطبان و هم برای مدرسان زبان مطبوعاتی، حائز اهمیت است. به همین ترتیب است تفکیک دال از مدلول.

#### ○ اطلاعات «رسانه‌ای» شده

اخبار همانطور که گفته شد دست دوم هستند و با واسطه به دست ما رسیده‌اند، یعنی «رسانه‌ای» شده‌اند، آمیخته با داور و محکوم به ارائه در ظرفها و سبکهای از پیش ساخته شده؛ به عبارت بهتر خبرها راویان بی‌گناه و بی‌غرض نیستند، حتی برحسب ارزشهای خبری هم گزینش نشده‌اند و حتی تصادفی هم انتخاب نشده‌اند.

نویسنده بر این باور است که گنجانیدن واحد اخلاق حرفه‌ای در آموزش روزنامه‌نگاری، یک ضرورت غیرقابل انکار است زیرا که هر خبر غیرقابل چاپی که به چاپ می‌رسد، بی‌تردید دست کم به بخشی از جامعه و بویژه به جوانان لطمه می‌زند

نویسنده در فصل دهم تحت عنوان «دروازه‌بانی خبر» می‌آورد: هر رویدادی که به خبر تبدیل می‌شود از دروازه‌های متعدد می‌گذرد، برخی از این دروازه‌ها باز، برخی نیمه‌باز و تعدادی نیز کاملاً بسته هستند. شکرخواه بر این باور است که عبور یا عدم عبور یک مقوله خبری از دروازه‌ها نتیجه عوامل گوناگون است. پیشینه دروازه‌بان از نظر طبقه و لایه اجتماعی، روزآمدی، سطح تحصیلات و طرز تلقی آنان از جهان، ارزشها، هنجارها و برداشت سازمان که دروازه‌بانان برای آن کار می‌کنند. مؤلف با طرح دیدگاههای «کورت لوین»، «وایت»، «مک نلی»، «گالتونگ و روگ»، «وستلی و مک‌لین»، «باس»، «هالوران»، «الیوت»، «مردوک»، «چینیال»، «مک کومب»، «شاو» و «هیرش» در این زمینه، با اشاره به طبقه‌بندی «باس» می‌نویسد: دو گروه دروازه‌بانان وجود دارد:

#### ۱. گردآورندگان خبر ۲. پردازشگران خبر

در فصل یازدهم تحت عنوان «مدلهای حرکت یا جریان خبر» نویسنده به سه جریان یا حرکت خبر اشاره می‌کند:

#### ۱. مدل مرکز - پیرامون

در این مدل که در نظریه «ساختاری امپریالیسم» بوسیله یوهان گالتونگ مطرح شده است جهان به دو بخش مرکز و پیرامون تقسیم می‌شود. در مرکز جوامع حاکم و در پیرامون جوامع وابسته به مرکز قرار می‌گیرند مدل گالتونگ چهار ویژگی را در مورد جریان اخبار بین‌المللی مطرح می‌سازد:

الف: رویدادهای خبری مربوط به مرکز در مقایسه با رویدادهای مربوط به پیرامون، از ثقل بیشتری در مطبوعات جهان برخوردارند.

ب: حجم تبادل خبر میان مرکز و پیرامون با حجم تبادل خبر میان خود ملل مرکز تفاوت چشمگیر دارد.

ج: خبرهای ملل مرکز سهم عمده‌ای از رویدادهای خارجی را در رسانه‌های پیرامون به خود اختصاص می‌دهند در حالی که خبرهای پیرامون در رسانه‌های مرکز سهم کمتری دارند.

د: جریان خبر در میان ملل پیرامون ناچیز است و یا اصلاً وجود ندارد.

#### ۲. مدل شمال - جنوب

در این مدل نیز جریان خبر یک جریان عمودی است و سیر و گردش اخبار از شمال (کشورهای صنعتی) به جنوب (کشورهای رو به توسعه) جاری است. در مدل شمال - جنوب هم مثل مدل مرکز - پیرامون، جریان خبر بین شمال قوی است و جریان خبر بین جنوب ضعیف است.

بنابراین با توجه به این مدل و روند نامتعادل و نامعقول آن، جنوبیها باید به ایجاد جریانهای خبری افقی از طریق تشکیل خبرگزاریهای مشترک منطقه‌ای بپردازند.

#### ۳. مدل مثلی

در این مدل، درحقیقت شمال به دو بخش شرق و غرب تقسیم می‌شود و در عین حال جنوب در یک چارچوب قرار می‌گیرد.

مدل مثلی که حاصل پژوهشهای دو پژوهشگر با نامهای «گرنبر» و «مروانی» است مبتنی بر این است که شرق و غرب عمدتاً به خبرهای مناطق ژئوپولیتیک موردعلاقه خود توجه می‌کنند، در حالی که سهم عمده خبرهای خارجی در رسانه‌های جنوب متعلق به خبرهای شرق و غرب است.

جامعه‌شناسی تولید خبر، عنوان فصل دوازدهم است. نویسنده در این فصل با اشاره به تفاوت دیدگاه روزنامه‌نگاران و دانشمندان انتقادنگر علوم اجتماعی در مورد ماهیت خبر و حرفه روزنامه‌نگاری می‌نویسد: روزنامه‌نگاران می‌گویند که یک روزنامه‌نگار مسؤول، جهانی را که می‌بیند گزارش می‌کند و آنچه می‌نویسد واقعیت است در حالی که دانشمندان علوم اجتماعی می‌گویند رویدادها به خودی خود به خبر تبدیل نمی‌شوند و این روزنامه‌نگاران هستند که خبرها را می‌سازند.

از نگاه جامعه‌شناسان، سه نگرش کلیدی در ساخت‌دهی خبرها، و نه انتخاب آنها، نقش دارند و باید در جامعه‌شناسی تولید خبر به آنها توجه داشت: ۱. نگرش اقتصاد سیاسی ۲. نگرش سازمان اجتماعی کار خبری ۳. نگرش فرهنگ‌شناسانه (انسان‌شناسانه).

شکرخواه عوامل نفوذکنار بر سازمانهای رسانه‌ای را چنین برمی‌شمارد: جهان واقعی و محیط ایدئولوژیک، مخاطب، مالکیت و کنترل، سازمانهای رقیب، نظام دولتی و حقوقی، تکنولوژی رسانه‌ای و تخصص سازمانی، کاری و حرفه‌ای. مؤلف در فصل سیزدهم تحت عنوان «خبرهای رویدادمدار و فرایندمدار» در توضیح این دو مفهوم می‌آورد: خبرهای رویدادمدار، خبرهای مربوط به رویدادهای مشخص و معین یا موضوعاتی چون نشستها و آتش‌سوزیها هستند و خبرهای فرایندمدار، خبرهای پیچیده‌ای هستند که از یک گزارش یا مسئله مجرد و منفک فراتر می‌روند تا درکی منظم، قاعده‌مند و جامع را منتقل سازند.

شکرخواه با معرفی روزنامه‌نگاری توسعه به عنوان یکی از مصادیق فرایندمداری و بیان اهمیت این شیوه روزنامه‌نگاری در جهان سوم می‌نویسد: از محاسن روزنامه‌نگاری توسعه این است که در آن به علت مطرح

شدن فرایندها، شخصیت‌گرایی کم‌رنگ می‌شود و همچنین به تفسیر و تحلیل، بهای بیشتری داده می‌شود. فصل چهاردهم کتاب به تشریح دیدگاههای مکتب گلاسگو اختصاص دارد. مؤلف ضمن معرفی مختصر گروه رسانه‌ای دانشگاه گلاسگو انگلیس و آثار منتشر شده توسط آنها می‌نویسد: به عقیده گروه گلاسگو! خبر یک پدیده طبیعی نیست، بلکه محصول مصنوع ایدئولوژی است.

وی می‌افزاید: نگاه گروه گلاسگو به صنایع رسانه‌ای، نگاهی نقادانه و غیرخوش‌بینانه است. اعضای این گروه برخلاف باورهای خوش‌بینانه، معتقدند در فعالیت‌های خبری، مفهوم بی‌طرفی فقط یک ایده‌آل است زیرا خبرها آینه واقعیتها نیستند.

نویسنده، اصلی‌ترین گزاره‌های اندیشه گروه گلاسگو در زمینه خبر را چنین برمی‌شمارد:

۱. خبر به طرز اجتماعی ساخته می‌شود.
۲. رویدادهایی که گزارش می‌شوند، به دلیل اهمیت ذاتی آنها نیست، بلکه معیارهای پیچیده‌گزینش خبر نقش اصلی را ایفا می‌کنند.
۳. خبر پس از انتخاب، در معرض استحاله شدن قرار می‌گیرد.
۴. جانبداری تقریباً در اکثر خبرها وجود دارد زیرا نهادهایی که اخبار را مخابره و ارائه می‌کنند خاستگاههای اجتماعی - اقتصادی و سیاسی دارند.

در پیوست کتاب، اصول دهگانه بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای در روزنامه‌نگاری که به عنوان سنگ بنایی برای تهیه قوانین اخلاقی در سطوح ملی و منطقه‌ای فراهم شده‌اند، به شرح ذیل آورده شد:

- اصل اول: حق مردم در دستیابی به اطلاعات حقیقی اصل دوم: روزنامه‌نگار، وقف واقعیت عینی است اصل سوم: مسؤولیت اجتماعی روزنامه‌نگار اصل چهارم: شرافت حرفه‌ای روزنامه‌نگار اصل پنجم: دسترسی همگانی و مشارکت اصل ششم: احترام به حریم خصوصی و شئون انسانی

اصل هفتم: احترام به منافع عمومی اصل هشتم: احترام به ارزشهای جهانی و تنوع فرهنگها

اصل نهم: امحای جنگ و سایر مصایب فراروی بشر اصل دهم: ارتقای نظم نوین اطلاعاتی و ارتباطی جهانی