



# علوم ارتباطات

در شماره‌های پیشین چهار عنصر مهم روزنامه‌نگاری: خبر، خبرنگار، روزنامه و خبرگزاری را تعریف کردیم و اینک دنباله‌ی آن.....

«مجله‌ی فردوسی»

**رعایت امانت‌داری، درستی و بی‌طرفی، ابتدایی‌ترین اصلی است که داوطلب خدمت در رسانه‌های گروهی باید از قبل آموخته باشد.**

دارای بازتاب ویژه‌ای هستند. برای ورود به این گفتمان بهترین مثال مطالب نوشته شده یک نشریه است. همیشه بین یک خواننده و نشریه‌ی مورد نظرش نوعی توافق فکری و هماهنگی احساسی وجود دارد. ممکن است خواننده یک نشریه تمام مطالب نوشته شده در نشریه‌ی دلخواهش را مطالعه کند، اما

**خدمت در رسانه‌های گروهی علاوه بر اهمیت اجتماعی، رسالتی اخلاقی است.**

غیرممکن است که تمام مطالب نشریه‌ی موردنظرش از نظر درجه‌بندی و اهمیت یکسان و برابر باشند. برخی از مطالب و عنوان‌ها

و تیتراهای مهم در نگاه اول نظر خواننده را جلب می‌کنند و خواننده را به سوی خود می‌کشند. این‌گونه مطالب از نظر درجه‌بندی در مرتبه‌ی یکم قرار گرفته و مطالب بعدی که توجه خواننده را جلب می‌کنند در مرتبه‌های دوم، سوم، چهارم و..... هستند.

بنابراین، برخی از خبرها مهم‌تر و برخی دیگر کم‌اهمیت‌تر هستند.

خبرهای کم اهمیت را شخصی و خبرهای مهم را عمومی می‌نامند. به عنوان مثال اگر در نشریه‌ای چاپ شود:

«بابک شاخه‌ی یک درخت را

ارتباطی مانند روزنامه، رادیو و تلویزیون که تا چند سال پیش به عنوان «وسایل نوین ارتباطی» نامیده می‌شدند، امروز جای خود را به ابزارهای پیشرفته‌تری داده‌اند که همان وظیفه را صدها مرتبه سریع‌تر انجام می‌دهند.

در هر لحظه‌ای از تاریخ هستی میلیاردها رویداد خوش، ناخوش، زشت، زیبا، مهم و یا بی‌اهمیت اتفاق می‌افتد که هر یک از جمعیت چندین میلیاردی انسان‌های کره زمین، به فراخور حال و وضع خود و به دلیل‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، ادبی، هنری، ورزشی و... از آن سود می‌برند. پس، تمام رویدادهای هستی برای همه‌ی جمعیت جهان از اهمیت مشابه و یکسانی برخوردار نیستند و هر گروه و یا هر جامعه‌ای نسبت به آن رویداد، واکنش ویژه جامعه‌ی خودش را دارد.

با بیان این مقدمه متوجه شدیم که خبرها تأثیر مستقیم و یا غیرمستقیم در بین توده‌های انسانی دارند و در هر سرزمینی

در حال حاضر دگرگونی‌های علمی و تکنولوژیک به اندازه‌ای سریع اتفاق می‌افتد که زمان مشخصی را برای آن نمی‌توان پیش‌بینی کرد. شاید در سال‌های میانی قرن بیستم تعدادی از نویسندگان داستان‌های تخیلی، افسانه‌های شگفت‌انگیزی از اختراعات و کشف‌های عجیب و غریب آینده بشر را به هم

**علاقه‌مندی، استعداد شخصی، هوش بالا، آگاهی علمی، دانش تخصصی و تجربه، نخستین نیازهای حرفه‌ی روزنامه‌نگاری است.**

می‌بافتند و بسیار هم مورد توجه خوانندگان قرار می‌گرفتند. اما، امروز زمان این داستان‌بافی‌ها به سر آمده است. انسان امروزی با کمک تکنولوژی رایانه‌ای صدها و هزاران داستان تخیلی را در مدتی بسیار کوتاه بر روی دیسک‌های کامپیوتری ضبط و در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌دهد. بسیاری

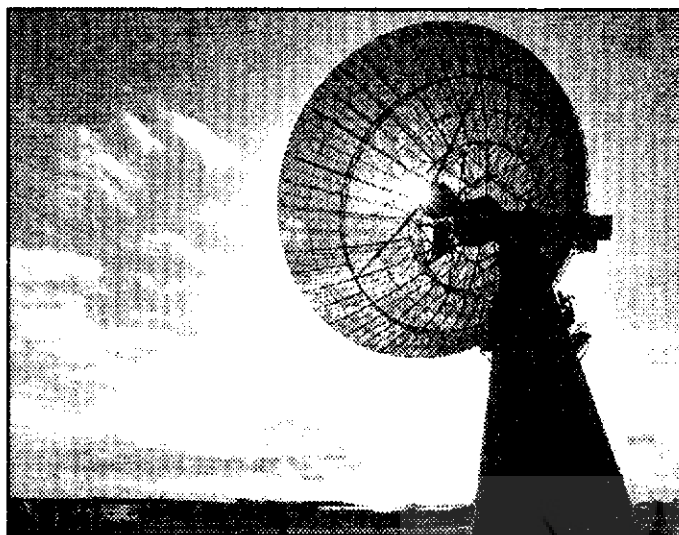
از فیلم‌سازان حرفه‌ای با تولید فیلم‌های تخیلی توانسته‌اند آن داستان‌ها را به حقیقت سینمایی تبدیل کرده و به طور عملی آن چه را که تا چند سال پیش تخیلی فرض می‌شد، به شکل حقیقتی در اختیار عموم قرار بدهند.

بنابراین، انتظار دگرگونی‌های تدریجی و طولانی‌مدت در زندگی امروزی انسان‌ها، انتظاری بیهوده است. آن چه را که تا چند سال پیش در داستان‌های تخیلی می‌دیدیم، امروز در پیش چشمان خودمان جان گرفته است. سهم سیستم‌های ارتباطی در این دگرگونی‌های بسیار سریع و بیش‌تر از سایر موارد مشابه است. وسایل





سازمان‌های رسانه‌ای نقشی را برعهده گیرد. خدمت در رسانه‌های گروهی علاوه بر اهمیت اجتماعی، رسالتی اخلاقی است. رعایت امانت‌داری، درستی و بی‌طرفی ابتدایی‌ترین اصلی است که داوطلب خدمت در رسانه‌های گروهی باید از قبل



آموخته باشد. در عین حال داشتن استعداد و هوش سرشار برای انجام کارهای رسانه‌ای

**مطالب یک رسانه برای خوانندگان مختلف از اهمیت متفاوتی برخوردارند.**

همانند داشتن استعداد و قدرت یادگیری در نواختن وسیله‌های مختلف موسیقی است. تا شخصی استعداد یادگیری موسیقی را نداشته باشد، نمی‌تواند فقط به خاطر علاقه به موسیقی در این حرفه پیشرفت کند. کار در رسانه‌های گروهی و انجام وظیفه در یکی از رشته‌های آن مانند، گزارش‌گری، خبرنگاری، تصویربرداری، مصاحبه، نویسندگی، تنظیم خبر، تصحیح، ویراستاری، گویندگی و غیره احتیاج به استعداد و تخصص بالا دارد. درباره تخصص نویسندگی برای یک روزنامه‌نگار گفته‌اند که، «یک روزنامه‌نگار خوب کسی است که مسلط بر فن روزنامه‌نگاری و نویسنده و گزارش‌گری متخصص باشد.»

«ادامه دارد»

جمع‌آوری خبرها و طبقه‌بندی آنها به درجه‌ی یکم، دوم و... جای خیر در رسانه‌ی گروهی مشخص شده و به ترتیب اهمیت به اطلاع عموم می‌رسد. هیچ یک از خبرهای خصوصی و یا عمومی بدون مطرح شدن در هیأت‌های نظارت و بررسی، بر روی صفحه‌ی رسانه‌ی نوشتاری و یا آنتن رسانه‌ی گفتاری نمی‌رود. هیأت‌های تحریریه و مراکز خبرگیری در نخستین مرحله تمام خبرها را جمع‌آوری کرده و پس از بررسی و تأیید و مشخص شدن منابع آنها، دستور پخش را صادر می‌کنند. خبرهای اولیه و بدون بررسی و تحقیق را «خبرهای خام» می‌گویند.

قرن‌های فراوانی سپری شدند تا انسان به تجهیزات رسانه‌ای دسترسی پیدا کرد. اگر چه پدیده‌های شگفت‌انگیز خبررسانی امروزی بسیار پیشرفته و در عین حال پیچیده می‌باشند، اما آن‌گونه که پیشرفت‌های علمی نشان می‌دهند، دگرگونی‌های وسیعی در حال گسترش هستند که این علم را به سمت جلو هدایت می‌کنند. چندان دور از انتظار نیست که در چند سال آینده، سیستم‌های ارتباطات رسانه‌ای امروز قدیمی شده و تجهیزات جدید و مدرن‌تری جای‌گزین آن‌ها گردند.

استفاده از تجهیزات رسانه‌های گروهی و نوع کاربری تکنیک‌های مختلف اطلاع‌رسانی توسط افراد مختلف نیازمند اصولی است که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: **علاقه‌مندی، استعداد شخصی، هوش بالا، آگاهی‌های علمی، دانش تخصصی و تجربه.** هیچ کس نمی‌تواند خارج از موارد یاد شده در

**تمام خبرهایی که از رسانه‌های گوناگون پخش می‌شوند، برای تمام مخاطبان خود اهمیت یکسانی ندارند.**

شکست»

«بابک با سنگ شیشه‌ی کلاس را شکست»

«بابک با چوب یک نفر را کشت»

«بهرام با یک گالن بنزین خانه‌ای را به آتش کشید»

«بابک استاندار فلان منطقه را ترور کرد»

«بابک نخست وزیر کشور X شد»

«بابک فرمان حمله به کشور همسایه را صادر کرد»

**یک روزنامه‌نگار خوب کسی است که مسلط بر فن روزنامه‌نگاری و کار نویسندگی و گزارش‌گری باشد.**

«بابک رییس سازمان ملل متحد شد»

هر یک از این خبرها دارای اهمیت ویژه‌ای هستند و در هر محدوده، از اعتبار خاص همان محدوده برخوردار می‌باشند.

با این ترتیب به طبقه‌بندی و اهمیت اخبار می‌رسیم. خبرهایی که نیاز یک نفر را برآورده می‌کنند، خبرهایی که برای یک منطقه مهم هستند، خبرهایی که برای یک کشور اهمیت دارند و خبرهایی که اعتبار جهانی دارند. خبرهایی که نیازهای فردی را تأمین می‌کنند، خبرهای شخصی و خبرهایی که نیازهای گروهی را برآورده می‌نمایند،

**خبرهای**

عمومی نامیده می‌شوند.

خبرهای

عمومی نیز با

توجه به اهمیت

کم و بیش خود

درجه‌بندی

می‌شوند. یک

خبر عمومی

**خبرهایی که نیاز فردی را تأمین کنند، خبرهای شخصی و خبرهایی که نیازهای گروهی را برآورده کنند، خبرهای عمومی نامیده می‌شوند.**

ممکن است برای یک شهر، استان، کشور و یا یک منطقه مهم باشد، در حالی که یک خبر ممکن است بُرد جهانی داشته و دارای اهمیت بین‌المللی باشد.

هر نوع خبری، چه از نوع کم‌اهمیت و چه از نوع مهم باید توسط افرادی تهیه شده و طی مراحل چاپ و پخش شود و در اختیار علاقه‌مندان قرار گیرد. نخستین مرحله از پیشرفت کار رسانه‌های گروهی، جست‌وجو و پژوهش خبر از منابع مختلف است. با