



خبر و اطلاع رسانی

محمد اسلم

چکیده

عصاره و چکیده این نوشتار این است که امروزه اکثر اوقات انسان‌ها را اخبار و اطلاع رسانی شکل داده است، در چنین شرایطی رسانه‌های خبری همواره همراه انسانی است که لحظه به لحظه خبر را پیش روی مخاطب‌شان قرار می‌دهد. بدون شک بهترین اخبار و اطلاع رسانی اخباریست که بر اساس اصول بنیادین و شرایط اساسی استوار باشد.

در کل، مخاطب اخباری را دوست دارد که مبتنی بر دو ویژگی عمده باشد که این دو ویژگی با عقل سلیم رابطه بسیار تنگاتنگ دارد. ویژگی اول: رسانه می‌بایست رویداد یا حادثه با واقع بینی و به دور از پیش داوری ذهنی یا وابستگی سیاسی و سلیقه شخصی در اختیار مخاطب قرار دهد.

ویژگی دوم: سرعت و دقت در رساندن خبر است. اخباری که مبتنی بر این دو ویژگی باشند همواره مورد پسند عامه مردم قرار خواهد گرفت، در زندگی نوین و امروز خبر جزء ذات زندگی انسان‌ها شده، البته نه هر خبری. مردم اخباری را دوست دارد و به «ارج میگذارد که خبر را بدون افراط و تفریط به خورد مردم داده و همراه با واقعیت، عینیت، صداقت و سرعت باشد.

نکته مهم این است که خبر هیچ وقت منحصر به یک جریان، نهاد، کشور و حتی قاره نمی‌شود، بلکه خبر به ذات خودش فرا کشوری و جهان شمولی است. تنها چیزی که خبر را به یک کشور یا قاره محدود می‌سازد ابزار و گویش زبانی است که در مدار همان کشور و جغرافیای خاص قابل پخش و فهم است، در کل اخبار آنچه مشترک بین مخاطبان است قضاوت مردم است که معیار تشخیص اخبار خوب و بد است که معیار در تمام زمان‌ها و در همه نسل‌های بشری تداوم دارد و همواره معیار ثابت و مثبت است.

کلید واژه‌ها: رسانه، خبر، اطلاع رسانی، ارکان خبر و ویژگی‌هایی خبر.

مقدمه

در این نوشته در رابطه موضوع «خبر و اطلاع رسانی» مباحثی مطرح گردیده است. نهایتاً سعی و تلاش بر این شده است که به اصول بنیادین و اساسی خبر و اطلاع رسانه پرداخته شود که هم برای نگارنده کاربرد داشته باشد و هم مطالبی مفید و منظم پیش روی مطالعه کننده گان در تمامی مقاطع زمانی قرار گیرد.

از همه مهم تر این است که در این مقاله سعی شده که آنچه در ابتدا برای روزنامه نگار یا کسانی که در این زمینه کار می کنند و شرایط و ویژگی های که باید یک خبرنگار یا روزنامه نگار داشته باشد، به عنوان اصول کار در اینجا به تفصیل با تمام جزئیات مطرح گردیده است.

در ابتدای نوشتار حاضر، خبر تعریف شده و تعاریف مختلف از منظر اندیشمندان مختلف که در این حوزه صاحب نظر بوده آورده شده و اصول بنیادی و اساسی که باید یک خبر مثبت و قابل قبول برای افکار اجتماعی مورد پسند باشد، در آن خبر باشد، وجود دارد.

هم چنان که مخاطب به غذا، لباس، مسکن و... نیاز دارد، خبر و اطلاع رسانی نیز جزء لاینفک زندگی انسان شده و سر سفره ای هر خانواده قرار گرفته و مخاطبان زیادی را از طیف های مختلف به خود جذب نموده است؛ بنابراین اخباری را مردم به آن علاقه مند هستند که مطابق واقع، صداقت و سرعت داشته باشد رویدادهای که در جهان اتفاق می افتد باید در کمترین زمان ممکن بدست مردم برسد.

امروزه ابزارهای گسترده و حوزه های خبری پیشرفته ای در جهان وجود دارد که هر لحظه رویداد و حوادث را برای مردم مخابره می نماید. در این بین آنچه مهم است صحت، دقت و منطبق با واقع برای مردم خبر را اطلاع رسانه نماید مفید است.

تعریف خبر و اطلاع رسانی

۱- خبر در لغت

اطلاعاتی در باره رخداد‌های زمان‌های اخیر به ویژه آنچه روزنامه‌ها، تلویزیون، رادیو گزارش کنند. (حسن انوری، فرهنگ بزرگ سخن (جلد ۴) ص ۲۶۷۷) به تعبیر دیگر؛ مطلبی را که برای آگاهی مردم گویند (علی اکبر دهخدا، لغت نامه دهخدا (جلد ۲۰)، ص ۲۸۶) و نویسند، سخنی که در آن احتمال صدق و کذب رود. (محمد معین، فرهنگ فارسی (جلد ۱)، ص ۱۳۹۷).

۲- خبر اصطلاح

از واژه خبر، تعاریف گوناگونی ارائه شده است و اگر بگوییم به تعداد افراد متخصص و دست‌اندرکار در حوزه ارتباطات، تعریف برای واژه خبر وجود دراد، اغراق نکرده‌ایم:

روژه کلوس: خبر «نقل واقعی و عینی حوادث»، «نقل ساده و خالص بدون پیرایه‌های ادبی» را خبر تعریف نموده است. (امید مسعودی، مبانی نگارش رسانه- ای، ص ۸۴) پس خبر، در واقع گزارش یک رویداد واقعی است نه یک رویداد جعلی و تخیلی (خاطرات سردبیر ص ۱).

لیل اسپنسر: مؤلف کتاب خبر نویسی، خبر را شامل هر عمل و اندیشه واقعی که برای عده کثیری از خوانندگان جاب باشد، معرفی می کند.

و.ج. بلایر: یکی از روزنامه نگاران آمریکایی، در کتاب روزنامه نویسی، خبر را هر موضوع جاری روز می داند که به علت جالب و مورد توجه خوانندگان بودن، در مطبوعات منتشر می شود. (اکبر نصراللهی، اصول خبر نویسی، شناخت، ص ۳۴).

س. مولی: نویسند کتاب خبریابی، خبر را نقل واقعی و عینی حوادث جاری مهمی که در روزنامه‌ها چاپ می‌شود و مورد توجه خوانندگان قرار می‌گیرد، می‌شناسد. میچل. وی. چارنلی: استاد روزنامه‌نگاری دانشگاه مینه‌سوتایی آمریکا، در کتاب خبرنگاری می‌نویسد: «خبر، گزارش مناسب، خلاصه و دقیق یک رویداد است و نه خود رویداد.»

اریک. سی. هوپوود: آمریکایی نیز تعریف مشابهی دارد و خبر را نخستین گزارش حادثه، با معنایی که مورد توجه عام است، معرفی می‌کند. فرناندو ترو: رئیس و استاد انستیتوی مطبوعات دانشگاه پاریس، در یکی از کتاب‌های خود به نام خبر این تعریف را بیان می‌کند: «خبر عبارت است از انتشار منظم جریان وقایع و آگاهی‌ها و دانش‌های انسانی، نقل عقاید و افکار عمومی است.» (کاظم معتمد نژاد با همکاری ابوالقاسم منطقی، روزنامه نگاری، ص ۱۷).

خبر چیست؟

خبر یعنی اعلام واقع شدن یا واقع نشدن اتفاق، این فعل با قصد از انسان سر می‌زند دارای رکن مادی و معنوی است.

رکن مادی خبر، انجام دادن هرکاری است که رخ دادن یا رخ ندادن پدیده‌ای را برای مخاطبان اعلام کند.

«نسبت» نخستین چیزی است که در خبر باید مورد تأمل قرار گیرد. ارتباط متقابل دو چیز، نسبت بین آن دو به شمار می‌رود که اگر این نسبت در خارج موجود باشد، اعلام و اظهار آن، خبر محسوب می‌گردد. اعلام ارتباط یاد شده همواره به این صورت است که چیزی برای چیز دیگر ثابت یا از او سلب می‌شود.

تفسیر خبر به معنای اعلام و اظهار وقوع، موجب می‌شود که خبر در عین تمایز از مقوله‌های مشابه، دارای کارکردهای متفاوت گردد:



۱. تعلیم و آموزش: یکی از مهم‌ترین کارکردهای خبر، اطلاع‌رسانی می‌باشد که متضمن نوعی آموزش به مخاطبان است و در این آموزش وقوع یا عدم وقوع نسبت بین دو شیء به مخاطب اطلاع داده می‌شود.

۲. ارشاد و راهنمایی مخاطبان: رساندن اطلاعات به مخاطبان، در عین اشتغال بر جنبه آموزشی و ذهنی، داری جنبه کاربردی و عملی نیز هست، موجب می‌شود که ایشان اقدام به اصلاح تصمیمات خویش در زمینه‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و دیگر ابعاد زندگی خود بنمایند؛ بنابراین خبر، محصول ارتباط انبای بشر و فرایند مبادله اخبار، حقایق و... میان افراد و مردم، محصولی به دنبال دارد که اطلاعات نامیده می‌شود؛ که در این رابطه ردفیلد می‌گوید: «ارتباط، پهنه گسترده مبادلات انسانی حقایق و عقاید است.»

لاندرگ ادعا نمود که: «آن شکل از کنش متقابل است که از طریق نمادها صورت می‌گیرد. این نمادها ممکن است نمادهای اشاره‌ای تصویری، تجسمی، لفظی یا هر نماد دیگری باشد که به منزله محرک رفتار می‌کند.»

روتس می‌گوید: «ارتباط، تمام اشکال بیان را که در خدمت تفاهم متقابل هستند در بر می‌گیرد.» (جواد فخار طوسی، پژوهشی فقهی در خبر و خبرگزاری، ص ۲۹). در نتیجه می‌توان خبر را به معنای «دادن آگاهی و اطلاع از بود و نبود چیزی و یا وقوع و عدم وقوع رخدادی» تفسیر می‌کنیم.

از کان خبر

هر اندازه که عناصر خبری کامل‌تر باشند، قیافه خبر از نظر اطلاعاتی که باید به مخاطب بدهد، جذاب‌تر خواهد بود؛ که این ارکان قرار ذیل است:

۱. چه کسی که؟ (Who)؛ اطلاعاتی نظیر نام، نام خانوادگی، سن، شغل، موقعیت و... می‌توانند برای تکمیل اطلاعات یا داده‌های ضروری در مورد خالق و یا خالقان ماجرا نقشی کلیدی و اساسی ایفا کنند.

۲. چه چیزی چه؟ (What)؛ این عنصر عمدتاً بر ماهیت رویدادی که قرار است به خبر تبدیل شود، متمرکز است. این عنصر و عنصر پیشین که معمولاً از مهمترین عناصر خبری هستند.

۳. کجا؟ (Where)؛ هر ویدادی از وجه مکانی برای خود یک محل وقوع دارد.

عنصر کجا از آنجا که محل رویداد را مشخص می سازد از اهمیت بر خوردار است.

۴. چه وقت کی؟ (When)؛ حتماً این نکته را به خاطر بسپارید که اگر رویداد مورد نظر شما تازه است و از ارزش خبری تازگی بر خوردار است، باید زمان رویداد را در پارا گراف اول به خواننده اعلام کنید. به طور کلی، رویدادها را نباید بدون زمان ارائه کرد، خواننده باید از زمان وقوع رویداد (گذشته، حال و آینده) اطلاع داشته باشد.

۱. چرا؟ (Why)؛

۲. چگونه؟ (How)؛

عناصر خبری چرا؟ و چگونه؟ جنبه های تحلیلی و توصیفی رویدادها را تبیین می کنند. این دو عنصر در بسیاری از مواقع بادی گاه های شخصی خبرنگار خواسته و نا خواسته آمیخته می شوند و همه آنچه در باره بیطرفی خبری، عینی گرایی و پرهیز از جانب داری خبری گفته می شود از همین دو عنصر سرچشمه می گیرند.

چرا یک تصادف رخ داده است؟ ممکن است که یک روزنامه نگار سرعت راننده را دلیل تصادف ذکر کند، دیگری بر فقدان علایم راهنمایی و رانندگی تکیه کند، ورزنامه نگار دیگری بر نقص فنی اتومبیل نظیر عیب ترمز و روزنامه نگار چهارم بر حواس پرتی راننده... حال آنکه این تصادف که در جهان واقعی رخ داده باشد (شکر خواه یونس، خبر، دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ص ۲۷).

کارکردهای خبر و اطلاع رسانی

۱- جنبه فعلی و مصدری خبر

اتقافات و حوادث در خارج زمانی تبدیل به خبر می‌شود که توسط کسی یا چیزی ذکر شود. این بیان، گسترده‌تر از آن خواهد بود که مختص گفار لفظی شود؛ بنابراین، بیان نوشتاری، گفتاری و حتی دیداری از مصادیق آن شمرده می‌شود.

توجه این نکته لازم و ضروری است که خبر، نسبت بین دو چیز در عالم خارج است؛ زیرا نسبت مذکور مادام که اعلام و اعلان نگردیده ماهیت خبری پیدا نمی‌کند، بلکه یک واقعت و رخداد تلقی می‌شود.

و هم‌چنین خبر را به به معنای اسم مصدری تفسیر کرد و اطلاع و آگاهی بر قوع یک رخداد را خبر نامید؛ چون که اطلاعات و آگاهی‌هایی که برای مخاطبان پیدا می‌شود نتیجه اخبار است، نه نفس اخبار.

۲- توجه به ارکان خبر

اگر نفس خبر را ذکر و اعلام گزارش بدانیم، این اعلام مضمونی دارد. مضمون خبر (بود یا نبو) حادثه در عالم خارج است؛ بنابراین یک رکن اساسی در این مضمون وجود دارد و آن، «موضوع» می‌باشد که وقوع یا عدم وقوع آن، گزارش می‌شود.

رکن دیگری اسن فعلی است که در رابطه با موضوع ذکر شده است. این فعل، «بودن» یا «واقع شدن» یا ره فعل خاص دیگری است. از این فعل با عنوان محمول، تعبیر می‌کنیم.

۳- دخالت زمان و مکان در تحقق خبر

ماهیت گزارشی و اعلان خبر، اقتضای می‌کند که رابطه محمول و موضوع، در زمانی تحقق یافته باشد که اعلان و ذکر آن امکان پذیر باشد. این امکان در هر سه

زمان محقق است؛ چرا که اگر این رابطه هنوز محقق نشده است، گفتن یا نوشتن یا ارائه این رابطه به مخاطب، ذکر یا اعلام و گرازشی شمرده می شود که پیش بینی نسبت به آینده، ماهیت آن را تشکیل می دهد. از این رو زمان نیز به ماهیت خبر راه می یابد. (شکر خواه یونس، خبر، ص ۲۷).

ویژگی های مهم خبر نگار و اطلاع رسانی

خبرنگاران در مجامع و کنفرانس ها و به طور کلی، در محل وقوع رویدادها، چشم و گوش رسانه و نیز چشم و گوش مردم هستند. آنها از طرفی عهده دار وظیفه کشف حقایق، انعکاس سریع و صحیح واقعیات و هشدار در مورد رویدادهایی هستند که بامناف ملی، اعتقاد، فرهنگ مردم و ارزش های انسانی آسیب می رساند و باید در درک و فهم یک خبر خوب هم باشد استعدادی سرشاری داشته باشد.

۱- ذوق و استعداد

یکی از مهم ترین ویژگی های خبرنگار، داشتن عشق و علاقه و قریحه روزنامه نگاری است. بر این اساس، کسی که باید وارد عرصه جذاب، پرخطر و در عین حال پر مخاطره روزنامه نگاری شود که ضمن داشتن این استعداد ذاتی، از هنر واژه گزینی، شم خبری، حوصله زیاد و نگاه موشکافانه و دقیق نیز برخوردار باشد و با پرهیز از احساسات، سعی کند رویدادها را همان طور که اتفاق افتاده اند، منتشر کند، نه آن طور که خود می خواسته اتفاق بیافتد.

۲- سرعت

سرعت در تصمیم گیری و انتقال سریع خبر، از دیگر ویژگی های اساسی خبر نویسی است. حساسیت کار اطلاع رسانی، نیاز مخاطبان به دانستن سریع و به موضوع خبرها برای اتخاذ تصمیم دست، افزایش رسانه ها و رقابت میان آنها و بسیاری موارد دیگر بر ضرورت سرعت در کار خبررسانی افزوده است، «خبرها همانند سبزیجات فاسد شدنی هستند و اگر تا چند روز مصرف نشوند باید آنها را



دور انداخت»، به میزان زیادی اعتبارش را از دست داده است؛ زیرا امروزه با تعدد رسانه‌های مکتوب و چاپ مکرر آنها در روز و پیدایش و رشد تصور نا پذیر رسانه‌های الکترونیکی ویژه پخش اخبار، مدت سوختن برخی از خبرها مثل ترور یا مرگ شخصیت‌های معروف سیاسی و فرهنگی، اعلام وقوع یا پایان جنگ یا سقوط شدید قیمت ارز، از چند روز به چند ساعت، چند دقیقه و حتی به چند ثانیه کاهش یافته است و تضمینی وجود ندارد که اگر رسانه‌ای در انتشار خبری تعلل کند، رسانه‌ای دیگر همان خبر را منتشر نکند؛ بنابراین، کمترین تعلل و تأخیر در انعکاس سریع رویدادها به کاهش اعتبار رسانه و ادامه این روند در درازمدت، به مراجعه مخاطبان به رسانه‌های رقیب، کاهش میزان آگاهی‌ها و در نتیجه به مرگ رسانه یا کم و بی خاصیت شدن آن منجر می‌شود.

با وجود اهمیت «سرعت» در خبررسانی، باید تأکید کرد که زیاده روی و اصرار در انتشار سریع اخبار، بدون توجه به صحت آنها، ممکن است دارای عوارضی مانند تعقیب قضایی رسانه یا خبرنگار به متعاقب دادن خبرهای کذب و نیز سلب اعتماد مخاطبان باشد؛ بنابراین، بازهم باید تأکید کرد که در خبررسانی «سرعت» اهمیت اساسی اما «دقت و صحت» اهمیتی حیاتی دارد.

۳- توجه به واقعیت‌ها

از دیگر خصوصیات مهمی که حتماً خبرنگار باید آن را در کار خود لحاظ کند، توجه به «عینیت» است. به این معنی که خبرنگار باید سعی کند رویدادها را همانطور که اتفاق افتاده‌اند، منتشر کند، نه آن طور خود می‌خواست اتفاق بیافتد. با وجود اینکه بسیاری از رسانه‌ها، به ویژه رسانه‌های غربی، از واژه «بی طرفی» در انتشار اخبار به شکل حرفه‌ای سوء استفاده کرده‌اند، اما همچنان باید تأکید کرد که در تولید و انتشار اخبار، باید سعی در بی طرفی و پرهیز از افتادن در دام احساسات و حب و بغض شخصی، جناحی و گروهی داشت. کمترین عارضه

رعایت نکردن بی طرفی این است که چنانچه مخاطب متوجه بی طرف نبودن رسانه شود، اعتمادش از آن سلب می‌شود و رسانه در جذب مخاطب با دیدگاه‌های مختلف شکست می‌خورد. (محمد رضا جوادی یگانه، دین و رسانه، ص ۱۳۳).

۴- داشتن اطلاعات وسیع

مطالعه مستمر در زمینه‌های مختلف و پشتوانه علمی غنی، فهم خبرنگار را از خبر آسان تر و قدرت مانور او را در نگارش و تنظیم خبر بیشتر می‌کند. بسیار اتفاق می‌افتد که خبرنگار در همایشی علمی یا مصاحبه با شخصیتی سیاسی، فرهنگی و اقتصادی شرکت می‌کند، اما به علت کافی نبودن اطلاعات او از موضوع، خبرهایی را که مصاحبه شونده بیان می‌کند، خوب نمی‌فهمد و نمی‌تواند از لابه‌لای آنها سؤال طرح کند، یا بارها مشاهده شده است که همکاران در تحریریه‌هایی مختلف خبررادیو و تلویزیون و مطبوعات، به علت این که خود، خود متن خبر را نمی‌فهمند و از موضوع خبر اطلاع کافی ندارند، نمی‌توانند خبر خوب و جذابی تنظیم و قسمت‌های مهم آن آن را برجسته کنند. راه‌حل این مشکل داشتن اطلاعات کافی و احاطه خبرنگار بر موضوع است.

نکته دیگر در این خصوص، این است که داشتن اطلاعات وسیع، در یافتن موضوعات خبری و شکار سوژه‌ها به خبرنگار کمک می‌کند و دقیقاً به دلیل اهمیت آگاهی وسیع و عمیق خبرنگار از موضوعات خبری است که می‌گویند «خبرنگار باید اقیانوس باشد، حتی اگر عمق این اقیانوس یک بند انگشت باشد».

۵- ساده نویسی

یکی دیگر از ویژگی‌های مهم خبرنگار موفق، نگارش ساده خبرهاست. اگر شما خبرنگار مطبوعات تخصصی چون مجلات حقوقی، پزشکی یا دیگر نشریات تخصصی هستید، یا برای بخش‌های خبری علمی، فرهنگی یا اقتصادی رادیو، تلویزیون خبر و گزارش تهیه می‌کنید، می‌توانید از واژه‌ها و عبارات تخصصی



همان رشته استفاده کنید؛ اما اگر مخاطبان رسانه‌ای که شما در آن کار می‌کنید، مردم عادی یا قشرهای مختلف مردم، از افراد کم سواد تا دانشگاهیان باشند، حتماً باید طوری خیر بنویسید که کم‌سوادترین فرد جامعه نیز قادر به درک مطلب شما باشد. به یاد داشته باشید که رسانه، به ویژه رسانه‌ای که دارای مخاطب عام است، عرصه فخر فروشی نیست. به همین دلیل باید از به کارگیری واژه‌های تخصصی، عبارات سنگین و نامفهوم اجتناب کنید.

۶- با مردم و حکومت بودن

ارتباط قوی خبرنگاران با قشرهای مختلف، شخصیت‌های سیاسی و غیر سیاسی و دولت‌مردان از جمله ویژگی‌های مهم و اساسی در موفقیت خبرنگار است. هر قدر این ارتباط بیشتر و گسترده‌تر باشد، دست خبرنگار پرت‌تر است؛ زیرا خبرها ذهنی نیستند و رسانه‌ها تقریباً همه خبرهای منتشر شده در جامعه را از قشرهای مختلف مردم، فعالیت‌ها گفته‌های مسئولان و شخصیت‌های دولتی و غیر دولتی می‌گیرند.

همه متخصصان و صاحب‌نظران علوم ارتباطات در ضرورت ارتباط تنگاتنگ خبرنگار با مردم اتفاق نظر دارند، اما بخری در مورد نزدیکی بش از حد خبرنگار با دولت‌مردان هشدار می‌دهند و این رابطه را برای حفظ استقلال رسانه‌ها مضر می‌دانند. این دغدغه‌ها چنانچه از بیم تبانی رسانه‌ها و دولت‌مردان برای سرکوب مردم و منافع ملی باشد، قابل درک و ستودنی است، اما در مجموع رسانه‌ها و دولت‌مردان چاره‌ای جز همکاری متقابل ندارند. (اکبر نصراللهی، اصول خبر نویسی، شناخت، جمع‌آوری و انتشار اخبار، ص ۹).

خبر و اطلاع رسانی در قرآن

قرآن کریم را یک رسانه ویژه خبری نیز دانسته که دارای سه کارکرد مهم است:

۱. **بخش احکام:** که بخش کوچکی از قرآن را تشکیل داده و به هنجارسازی، آموزش باید‌ها و نبایدهای تکلیفی می‌پردازد و رفتارهای مومنان را شکل می‌دهد.
۲. **بخش «مواعظ»:** که شامل عقاید حقه، مباحث کلام و وصایای الهی برای زندگی سعادت‌مند انسان است. این بخش بی‌شبهت به کارکرد کلاسیک «راهنمایی» و «پرورش احساسات» در وسائل ارتباط جمعی نیست.
۳. **بخش اخبار:** که دارای کارکردی مشابه وظیفه اطلاع‌رسانی در رسانه‌های جمعی است. بخش اعظم قرآن کریم که ابلاغ آیات الهی است در همین بخش قرار دارد. (حسن بشیر، خبر (مجموعه مفاهیم بنیادی علوم انسانی اسلامی)، نشر دانشگاه امام صادق (۱۳۹۲، ص ۶۸).

ارزش‌های ایجابی خبر قرآنی

۱. نیکو گویی: «نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ بِمَا أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ هَذَا الْقُرْآنَ وَإِنْ كُنْتَ مِنْ قَبْلِهِ لَمِنَ الْغَافِلِينَ؛ ما بهترین سرگذشتها را بر تو بازگو کردیم از طریق وحی کردن این قرآن به تو، هرچند پیش از آن از غافلان بودی.» (یوسف، ۳).
۲. اصالت گرایی: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید اگر شخص فاسقی برای شما خبری بیاورد درباره آن تحقیق کنید مبادا به گروهی از روی نادانی آسیب برسانید و از کرده خود پشیمان شوید.» (حجرات، ۶).
۳. صحت و درست گویی: «يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَ يُغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَ مَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَ رَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا؛ تا خدا اعمال شما را اصلاح کند و گناهانتان را بپامرزد و هرکس اطاعت خدا و رسولش کند به رستگاری (و پیروزی) عظیمی نائل شده است.» (احزاب، ۷۰).

نتیجه و جمع بندی

از بررسی و کنکاش‌های انجام شده در این موضوع این نتیجه به وجود می‌آید که: اولاً ماهیت خبر بما هو خبر از رویداد یا حادثه‌ای که در جهان اتفاق می‌افتد برای و اطلاع‌رسانی از آن رویداد برای مخاطب از اهمیت ویژه‌تری برخوردار است. مخاطب انتظار دارد که رویدادی که در جهان رخ می‌دهد باید آن حادثه به صورت کامل و تمام با همه جزئیات بدون کم و کاستی به اختیار آنها قرار گیرد. ثانیاً آن خبر به صورت حسی و مشاهدات عینی که توسط عکاس‌ها به صورت عکس تهیه شده یا در قالب فیلم و یا متن بدون اهداف سیاسی فرهنگی و... برای مردم اطلاع‌رسانی شود.

نکته‌ای که مهم‌تر این است که خبرنگار یا فیلمبردار به آن رویداد مهم خبری می‌پردازد باید از ویژگی‌های لازم برخوردار باشد.

چیزی که امروزه درجه اعتبار و ارزش یک رسانه را بالا می‌برد سرعت، دقت و واقعیت آن رویداد است که مخاطب اگر از یک رسانه یک خبر را بدون سانسور خبری یا شفافیت و کامل بشنود و ممکن است کنشی نسبت به آن قضیه داشته باشد که آن کنش در میزان مجازات عاملان آن حادثه از لحاظ اقتصادی، سیاسی و فرهنگی مؤثر باشد. اگر چنین خبری درست آن رسانه یا خبرنگار پوشش نداده باشد قهراً از درجه اعتبار ساقط شده و بزرگترین ضرر به مخاطبان خود نیز وارد نماید و پیامدهای منفی آن اتفاق به آن رسانه یا خبرگزاری بر می‌گردد.

منابع:

۱. انوری، حسن، فرهنگ بزرگ سخن (جلد ۴)، انتشارات سخن، ۱۳۵۸.
۲. بشیر، حسن، خبر (مجموعه مفاهیم بنیادی علوم انسانی اسلامی)، نشر دانشگاه امام صادق ۱۳۹۲.
۳. جوادی یگانه، محمد رضا، دین و رسانه، طرح آینده، ۱۳۸۶.
۴. خاطرات سردبیر پیشین نیویورک تامیز در روزنامه ایران، چهارشنبه مهرماه ۱۳۷۶، شماره ۷۷۲.
۵. دهخدا، علی اکبر، لغت نامه دهخدا (جلد ۲۰)، انتشارات سازمان لغت نامه.
۶. شکر خواه یونس، خبر، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ دهم، ۱۳۸۷.
۷. فخار طوسی، جوادی، پژوهشی فقهی در خبر و خبرگزاری، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، ۱۳۸۵.
۸. مسعودی، امید، مبانی نگارش رسانه‌ای، انتشارات خجسته، چاپ دوم، ۱۳۸۲.
۹. معتمد نژاد، کاظم، با همکاری ابوالقاسم منطقی، روزنامه نگاری، (با فصلی جدید در بازنگری روزنامه نگاری معاصر)، مرکز نشر سپهر، تهران.
۱۰. معین، محمد، فرهنگ فارسی (جلد ۱)، انتشارات امیر کبیر، چاپ ۲۱، ۱۳۸۳.
۱۱. نصراللهی، اکبر، اصول خبر نویسی، شناخت، جمع آوری و انتشار اخبار، انتشارات سروش، ۱۳۹۰.