



راهنمای حضور و فعالیت املی رسانه

در شبکه های اجتماعی

جزوه درسی روزنامه نگاری الکترونیک

مدرس: حمیدرضا اکرمی

زمستان ۱۳۹۰

روزنامه نگاران لازم است برای برقراری ارتباط با مخاطبان در کشورهایی که دسترسی به اطلاعات و اخبار در آنها محدود است، از شبکه های اجتماعی استفاده کنند. اما برای آن که در عین حال مجموعه اصول و دستورالعمل های حرفه ای رسانه نیز رعایت شود، قواعدی هست که باید در استفاده از شبکه های اجتماعی در نظر بگیریم.

وقتی یک ویدیوی ضبط شده با تلفن همراه از کشوری به دست ما می رسد، باید پیش از پخش آن، اصلتش را بررسی کنیم.

خبرنگاران آزادند که نقطه نظرات سیاسی خود را داشته باشند و از همه حقوق دموکراتیک خود استفاده کنند؛ آنچه اجازه اش را ندارند، این است که دیدگاه های سیاسی شان را با خود به محل کار ببرند. در محل کار، اصول حرفه ای خبرنگاری برقرار است و این اصول، در مورد اکثر رسانه ها بیانگر آن است که بی طرفی سیاسی رسانه باید حفظ شود.

به عنوان نمونه، لیلین لندور، رئیس بخش زبانهای خارجی اخبار جهانی بی بی سی می گوید: «با بروز ناآرامی ها در مصر، تونس و لیبی، شبکه های اجتماعی اهمیت زیادی در دستیابی ما به اخبار، کنار هم قرار دادن و درک این تحولات پیدا کرده اند» وی درباره نکاتی که خبرنگاران باید در استفاده از وبسایت هایی مثل فیس بوک و توییتر در نظر بگیرند، چنین می گوید:

قوانین برای خبرنگاران درباره استفاده از فیس بوک خیلی ساده است؛ این که معقول باشند و به یاد داشته باشند که خبرنگار هستند؛ با تمام مسؤلیت هایی که این شغل در فضای شبکه های اجتماعی پرطرفدار با خود دارد. تا جایی که به علایق شخصی تان مربوط می شود، مثل این که شنا دوست دارید یا نه یا به چه کتابهایی علاقه دارید، اظهار نظر مشکلی ندارد، اما وقتی به عنوان یک خبرنگار برای یک رسانه بی طرف کار می کنید، در مورد مسائل سیاسی مطلقاً نباید اظهار نظر کنید. پس نکته مهم، جدا کردن مسائل شخصی و آنچه می توانید آزادانه درباره اش صحبت کنید، از چیزهایی است که مربوط به حیطه حرفه ای شما می شود و مسؤلیت شما به عنوان خبرنگار، محدودیت هایی در آن زمینه برایتان دارد.

• بی طرف باشید

خبرنگار حرفه ای نمی تواند طرفدار یا دوست یک شخصیت یا فعال سیاسی باشد؛ چه در کشور خودش، چه در هر کشور دیگری. دلیلش هم ساده است؛ شما به عنوان خبرنگار مسؤلیت دارید که در مورد خبری که روی آن کار می کنید، بی طرف باشید.

شما به عنوان خبرنگار ابراز عقیده نمی کنید و درباره عقایدتان نمی نویسید؛ شما به عنوان خبرنگار از لحاظ حرفه ای باید مانند یک برگ کاغذ سفید باشید.

شکی نیست که خبرنگاران درباره مسائل مختلف عقاید مختلفی دارند، اما نکته این است که آنچه خبرنگار را به یک حرفه ای تبدیل می کند، این است که بین مسائلی که می تواند در زندگی شخصی درباره اش حرف بزند و مطالبی که منتشر می کند، تفاوت قائل شود و مقصود از منتشر کردن، نوشتن در فیس بوک و توییتر هم هست. شبکه های اجتماعی همان قدر بخشی از زندگی حرفه ای خبرنگاران هستند که رسانه های نوشتاری یا وبسایت ها.

• وبلاگ و ابراز عقاید شخصی

وقتی به عنوان خبرنگار حرفه‌ای برای یک رسانه بی طرف فعالیت می‌کنید، اجازه ندارید که عقایدتان را در وبلاگ بنویسید، حتی اگر نام مستعار داشته باشید؛ چراکه شما در هر حال خبرنگار یک رسانه هستید و وظیفه دارید که نگذارید بی طرفی رسانه زیر سؤال برود. هر رسانه علاقه دارد و تلاش می‌کند تا اعتماد مخاطبان خود را، از هر کشوری که باشند، جلب کند و شما یا هر کس دیگری که می‌خواهد در شبکه‌های اجتماعی حضور داشته باشد، حق ندارد این اعتماد را به خطر بیندازد.

بنابر این شما نمی‌توانید درباره مسایل سیاسی وبلاگ بنویسید؛ حتی اگر نامتان را عوض کنید یا با نام مستعار این کار را انجام دهید؛ چون در هر حال ممکن است ارتباط این نام مستعار با شما به طریقی فاش شود. پس چه نام مستعار داشته باشید و چه نه، باز هم خبرنگار رسانه خود هستید.

• درباره توییت

توییت کمی قضیه‌اش فرق دارد. شما می‌توانید در توییت "فالوئر" یا پیرو باشید، چون هدف توییت جمع‌آوری اطلاعات از افراد مختلف است.

کاری که در توییت نباید انجام دهید، اظهار نظر شخصی است؛ حتی اگر در توییت هم نام مستعار یا شخصیت مجازی داشته باشید. بنابر این می‌توانید هر چند نفر را از هر طیف سیاسی که باشند دنبال کنید.

بسیاری از خبرنگاران هزاران نفر را دنبال می‌کنند که از طیف‌های بسیار مختلفی هستند. این کار، از لحاظ خبری بسیار پر ثمر است؛ چراکه از این طریق خبرها را دریافت می‌کنیم.

بنا بر این شما می‌توانید هر کسی را که دوست دارید دنبال کنید، اما همان قانونی که در مورد فیس بوک گفته شد، در اینجا هم صدق می‌کند و آن، ممنوعیت اظهار نظر در محیط‌های عمومی است.

• دیدگاه سیاسی ابراز نکنید

آیا شما آزادی که دیدگاه‌های سیاسی‌تان را در رسانه نشان دهید؟ البته کسی از خبرنگاران توقع ندارد که بگویند به چه کسی رای می‌دهند؛ همان طور که نباید از مردم عادی در این زمینه پرسش کرد. ما توقع نداریم خبرنگاران به ما بگویند که به چه حزبی وفادارند یا از مسیر حرفه‌ای رسانه آن را اظهار کنند.

وقتی درباره این مسائل صحبت می‌کنید یا می‌نویسید، چه در وبسایت، چه در برنامه رادیویی و غیره، باید به یاد داشته باشید که شما خبرنگار رسانه خود هستید، نه خبرنگار طیف خاصی از جامعه.

• اهمیت شبکه های اجتماعی

امروزه ما خبرنگاران در رسانه های مختلف، به شبکه های اجتماعی زیاد مراجعه می کنیم. اخیراً با اتفاقاتی که در دنیای عرب رخ داده، با ناآرامی های اخیر مصر تونس و لیبی، شبکه های اجتماعی در به دست آوردن اخبار و کنار هم قرار دادن و معنا بخشیدن به آنها از اهمیت فوق العاده ای برخوردار شده اند.

البته معمولاً رسانه ها هر چیزی که به دستشان برسد را منتشر نمی کنند؛ بلکه آنها را از سیستم سختگیرانه تأیید اخبار خود عبور می دهند و در صورت تأیید نهایی، آنها را منتشر می کنند. پس شبکه های اجتماعی اهمیت زیادی دارند؛ هم از لحاظ حرفه ای و هم از این لحاظ که رسانه ها را یاری می دهند تا به اخباری دست پیدا کنند که از هیچ راه دیگری نمی توانند به خارج از این کشورها برسند.

• چت روم

آیا خبرنگاران می توانند وارد چت روم ها شوند؟ البته که می توانند. آیا می توانند وارد چت روم هایی شوند که درباره آشپزی یا حمایت از بیماران سرطانی یا درباره مسائل خانوادگی هستند؟ البته که می توانند.

آیا شما به عنوان یک خبرنگار حرفه ای می توانید وارد چت روم هایی شوید که در آنها لازم است عقاید سیاسی تان مطرح شود یا وفاداری خود را به حزب یا گرایش سیاسی خاصی نشان دهید؟ نه، نمی توانید و این همان تفاوت قائل شدن بین مسائل خصوصی و عمومی است که قبلاً بر آن تأکید شد.

این مسأله مهم است، چون زندگی خصوصی شما به رسانه تان ربطی ندارد. شما کاملاً آزاد هستید که از چت روم ها استفاده کنید؛ به شرطی که به مسائل خصوصی زندگیتان مربوط شوند. اما وقتی نوبت به حرفه تان، اخبار و بی طرفی رسانه ای که در آن کار می کنید می رسد، آن وقت است که خط قرمزها نمایان می شوند.

• نکات مهم درباره فیسبوک و توییتر

رسانه به کسی نمی گوید و نباید بگوید که چطور فکر کند. آنچه رسانه از افراد شاغل در آن می خواهد و توصیه می کند، این است که به عنوان خبرنگار آن رسانه، در دنیای بیرون چطور رفتار کنند.

رسانه شما به شما نمی گوید که از کدام حزب طرفداری کنید، یا چه بنوشید، یا چطور لباس بپوشید. رسانه به شما می گوید که اگر می خواهید یک خبرنگار حرفه ای در خدمت یک رسانه بی طرف باشید، باید مواردی را رعایت کنید. خط کاملاً مشخصی بین زندگی حرفه ای و زندگی شخصی خبرنگاران وجود دارد که باید به آن توجه کنند.

• عدم اظهار نظر درباره رسانه

شما نباید درباره چگونگی پوشش خبری رسانه خود اظهار نظر کنید؛ چه در صفحه فیس بوکتان و چه در توییتر؛ اما کاملاً مختارید که از نوع پوشش خبری رسانه در داخل سازمان و در جلسات، از طریق فرستادن نامه به سردبیرتان انتقاد کنید یا اگر فکر می کنید رسانه شما خبری را درست پوشش نداده، هرچه لازم است نقدش کنید. تنوع عقاید در درون یک رسانه، به غنای سازمانی و موفقیت هرچه بیشتر آن می انجامد.