



مسئولیت متن و شکل بدوش نویسنده مضمون میباشد، عقیده نویسنده لزوماً نظر افغان جرمن آنلاين نمی باشد.



۲۰۲۲/۰۷/۳۰



جليل غني

## ژورناليزم دوست يا دشمن مردم (بخش ششم)

فصل دوم

روش کار یک ژورنالیست در جامعه‌ی آزاد و دموکراتیک

روشی که یک رسانه می‌تواند با پیروی از آن اعتباری برای خود کسب کند و خوانندگان، بینندگان و یا هم شنوندگان بتوانند به گفته‌های این رسانه باور داشته باشند، متکی بر این اصول بنا شده است:

- منابع قابل اعتباری که این رسانه معلومات خود را از آن به‌دست می‌آورد؛
- تصدیق و تأیید معلومات به‌دست‌آمده از یک منبع دیگر، برای مؤثق‌ساختن گزارش؛
- متوازن‌ساختن گزارش با جمع‌آوری دیدگاه‌های متفاوت جهت جلوگیری از یک جانبه‌بودن گزارش و یا یک مطلب قابل نشر؛
- ارائه‌ی بی‌طرفانه‌ی مطالب به‌دست آمده؛
- آفاقی‌بودن و اجتناب از ذهن‌گرایی در ارائه‌ی مطالب،
- ارائه‌ی نقل قول‌های مستقیم از مرجعی که گزارش به‌دست می‌آید؛
- جلوگیری از پخش شایعه‌ها؛
- و افشای حقایق با ارائه‌ی اسناد و مدارک.

اما در جهان معاصر همان‌طوری که همه‌ی شؤون و بخش‌های زندگی بشر با تحولات و پیشرفت‌هایی نائل گردیده، و هم‌زمان با این پیشرفت‌ها نیازمندی‌ها، پیچیدگی‌ها و مسؤولیت‌هایی در امر اطلاع‌دهی و نشرات و رسانه‌های همگانی رونما شده، مستلزم تعریف و قرائت جدیدی از ژورنالیزم عصری است.

بیل کواک (Bill Kovach) و (Tom Rosenstiel) اصول و موازینی را پس از تحقیق و مصاحبه‌هایی با ژورنالیستان و شنیدن کنفرانس‌ها و تحلیل‌های ژورنالیستان در کشورهای مختلف، وضع کرده‌اند که مسیر ژورنالیزم معاصر و نحوه‌ی کار ژورنالیستان را تعیین می‌کند. هر یک از این اصول و موازین که ده مورد است، می‌تواند اعتبار یک ژورنالیست و رسانه را، افزایش دهد و موجب اعتماد خوانندگان، بینندگان و یا شنوندگان گردد.

- «اول: نخستین التزام و وظیفه‌ی ژورنالیست حقیقت‌گویی است.
- دوم: نخستین تعهد و وفاداری ژورنالیست به شهروندان است.
- سوم: تصدیق توأم با انتظام و با انضباط، ماهیت اصلی ژورنالیزم است.
- چهارم: خبرنگاران و کارمندان ژورنالیزم باید استقلال‌شان را از مراکزی که تحت پوشش خبری قرار می‌دهند، حفظ کنند.
- پنجم: ژورنالیزم باید به‌عنوان ناظر مستقل قدرت باشد.
- ششم: ژورنالیست باید مجمعی را برای ابراز انتقادات و مصالح عامه ایجاد کند.
- هفتم: ژورنالیست باید سعی کند یک موضوع عمده را دل‌چسپ و مرتبط سازد.
- هشتم: ژورنالیست باید خبرها را همه‌جانبه و متناسب نگهدارد.
- نهم: کارمندان رسانه‌ها مکلف هستند به حکم وجدان عمل کنند.
- دهم: شهروندان نیز در رابطه با خبرها حقوق و مسؤولیت‌هایی دارند. حتی بیش‌تر از آن زمانی که به‌عنوان

تهیه‌کننده و یا ویراستار کار می‌کنند»<sup>1</sup>.

خبرنگاران لازم است خبرها را بدون هراس از جانب‌داری تهیه کنند. باید وفاداری‌شان را به شهروندان و منافع جامعه‌ی بزرگ‌تر، بیش‌تر از هر منفعت دیگری، حفظ کنند. این تعهد به شهروندان نخستین اساس اعتبار یک سازمان خبررسانی است. آن‌ها میثاقی را پی‌روی می‌کنند که به مخاطبان می‌گوید که این مطلب برای

<sup>1</sup>-Bill Kovach and Tom Rosenstiel, The Elements of Journalism(p-9), 2004

عموم در نظر گرفته شده، نه برای دوستان و یا اعلان دهندگان. تعهد به شهروندان جامعه همچنان به این معنی است که ژورنالیسم باید تصویری باشد که سیمای تمام گروه‌های یک جامعه را تبارز دهد. نادیده گرفتن بعضی از شهروندان بر محروم کردن آن‌ها از حقوق مدنی‌شان، تأثیر می‌گذارد. مفکوره‌ی تأکید بر صنعت خبررسانی معاصر، به این عقیده استوار است که اعتبار خواننده و شنونده و یا بینندگان طیف وسیعی، وفاداری را به وجود می‌آورد و موفقیت اقتصادی به تعقیب آن به دست می‌آید. در این ارتباط تجارت‌پیشگان در یک سازمان خبررسانی نیز باید راضی نگه‌داشتن مخاطبان، نه بهره‌کشی از آن‌ها، و تعهد در برابر آن‌ها را، بالاتر از هر ملاحظه‌ی دیگری قرار دهند.

ژورنالیست‌ها بر انضباط مسلکی برای تصدیق اطلاعات اتکا دارند. زمانی که برای نخستین بار مفهوم آفاقی بودن (Objectivity) مطرح گردید، اشاره‌ی ضمنی به این موضوع نداشت که ژورنالیست‌ها عاری از جانب‌داری باشند؛ بلکه روش مداوم ارزیابی اطلاعات، یعنی برخورد شفاف و دقیق را با شواهد و مدارک، تقاضا می‌کرد تا اشخاص و فرهنگ‌هایی که از آن‌ها جانب‌داری می‌شود، مؤثربودن کار ژورنالیست را صدمه نزنند. این روش آفاقی بود، ولی نه ژورنالیستیک. جست‌وجوی چندین شواهد و مدارک، افشای منابع متعدد را تا حد امکان، و یا طرح سؤال از جوانب مختلف را برای تبصره در یک مورد مشخص، نشان می‌دهد که همه معیارهای یک اثر ژورنالیستیک است. ضوابط تصدیق، عملی است که ژورنالیسم را از سایر انواع مکالمه و مفاهیم مثل تبلیغات و پروپاگاند، افسانه و داستان و یا برنامه‌های تفریحی، جدا می‌سازد. ولی ضرورت روش مسلکی همواره کاملاً درک و یا تعریف نشده است. در حالی که ژورنالیسم تکنیک‌ها و روش‌های متعدد و متفاوتی را برای تشخیص حقایق طرح کرده، ولی به‌گونه‌ی مثال: برای توسعه‌ی سیستمی که به منظور آزمایش اعتبار تعبیر ژورنالیستیک باشد، کار کمتری صورت گرفته است.

استقلال، یکی از ایجابات عمده‌ی ژورنالیسم و بنیاد اعتبار آن است. استقلال روحی و فکری، بهتر از بی‌طرفی، اصلی است که ژورنالیست‌ها باید بر آن تمرکز کنند. در حالی که سرمقاله نویسان و تحلیل‌گران بی‌طرف نیستند، منبع اعتبار آن‌ها باز هم درست بودن و مؤثربودن آن‌ها، انصاف عالمانه‌ی آن‌ها، و توانایی آن‌ها برای اطلاع‌رسانی است، نه هواخواهی آن‌ها از یک گروه معین و یا نتیجه‌ی مشخص. با آن‌هم، نگارندگان و کارگزاران یک نشریه و یا رسانه برای حفظ استقلال خود، باید از هرگونه تمایل و گرایش و یا سقوط به سمت نخوت و خودبینی، ممتاز نمایی، تجرد و یا پوچ‌گرایی، دوری جویند.

ژورنالیسم دارای ظرفیت غیرمعمول خدمت به‌حیث ناظر بر آنانی است که در قدرت هستند و یا در موقف‌هایی هستند که بر اکثر شهروندان تأثیرگذار است. بنیادگذاران ژورنالیسم درک کردند که ژورنالیسم یک دژ مستحکم در برابر استبداد در صورتی است که آزادی رسانه‌های همگانی، با تأیید محاکم، تأمین گردد و مورد تهدید قرار نگیرد و مردم به آن اتکا داشته باشند. ژورنالیست‌ها مکلفیت دارند که این آزادی نظارت را، بی‌مفهوم نساخته، با سبک‌سری و سبک‌رفتاری و یا بهره‌برداری از آن به‌منظور تجارت، به آن صدمه نزده و آن را در جایگاه شایسته بنشانند.

رسانه‌های خبری وسیله‌ی معمول برای مذاکرات عامه است و این مسؤلیت، اساس امتیازات خاص را می‌گذارد. این مذاکرات و گفت‌وگوها زمانی به بهترین وجه برای جامعه خدمت کرده می‌تواند که حقایق را با مردم در میان بگذارد؛ نه تبعیض و تعصب و حدس و گمان را. ژورنالیست همچنان باید سعی کند که نظریات متعدد و متفاوت و منافع عامه را منصفانه ارائه کند و مطالب ارائه شده را در یک محتوایی بامفهوم قرار دهد، نه این‌که تنها اختلافات در گفتگوها را برجسته سازد. درست‌بودن و حقیقت‌گویی مستلزم آن است که ژورنالیست‌ها، بزرگران گفت‌وگوهای جامعه، نقاط مشترکی را که می‌تواند یک مشکل را حل کند، نادیده نگیرند.

ژورنالیسم، گفتن یک موضوع به‌روزی یک مقصد است. فعالیت ژورنالیست‌ها باید بیشتر از داشته‌های خوانندگان و یا شنوندگان، و یا هم‌جمع‌بندی مهم‌ترین‌ها باشد. ژورنالیست‌ها برای بقای خود هم که شده، باید آن‌چه را که مخاطبان می‌خواهند بدانند، و در حالی که پیش‌بینی کرده نمی‌توانند ولی به آن ضرورت دارند، آن را متوازن بسازند. مختصر این‌که: باید ژورنالیست سعی کند مطالب مهم را دل‌چسب و مرتبط بسازد. مؤثریت یک نگارش ژورنالیستیک با این دو اصل سنجش می‌شود:

نخست، تا چه اندازه یک کار ژورنالیستیک خوانندگان را دخیل می‌سازد؟  
و دو دیگر تا چه حد آن‌ها را تنویر می‌کند؟

این بدان معنی است که ژورنالیست‌ها باید به‌طور مداوم بپرسند که کدام معلومات بیش‌ترین ارزش را نزد شهروندان و به چه شکل دارد؟

در حالی که ژورنالیسم باید به‌موضوعاتی فراتر از حکومت و حفاظت عامه بپردازد، ژورنالیسم آلوده بادروغ و اطلاعات ناچیز و بی‌اهمیت، یک جامعه‌ی بی‌اهمیت را ایجاد می‌کند.

حفظ متناسب خیرها و حفظ نکات مهم در آن، یکی دیگر از تهداب‌های حقیقت‌گویی است. ژورنالیسم نوعی نقشه‌کشی است، نقشه‌ی که ذهن و فکر شهروندان را سمت و سو می‌دهد تا بر اساس آن در جامعه گشت و گذار کنند.

وقایع را با ساز و برگ دادن بی‌مورد به‌منظور مؤثر ساختن آن، نادیده‌گرفتن دیگران، ارائه‌ی تقلیدی مطالب، منفی‌بافی و عدم رعایت تناسب، همه‌ی این چیزها این نقشه را بی‌اعتبار می‌سازد. این نقشه همچنان باید شامل خبرهایی از تمام گروه‌های تشکیل‌دهنده‌ی جامعه باشد، نه تنها از آنانی که از نگاه نفوس‌شماری جالب به‌نظر می‌خورند. این مأمول به بهترین وجه توسط چنان یک سازمان خبری برآورده شده می‌تواند که کارمندان آن سوابق و گذشته‌های متنوع مجهز با دانش ژورنالیستیک داشته باشند.

هر ژورنالیست باید مفهوم و درک مشخصی از اخلاق و مسؤولیت، یا یک ترکیب اخلاقی، داشته باشد. هر یک از ژورنالیست‌ها، اگر با پیروی از منصفانه بودن و مؤثق بودن، که کارکرد آن‌ها ایجاب می‌کند، وظیفه‌ی خود را با مسؤولیت انجام دهند، و اگر اختلاف نظری داشته باشند، باید با همکاران، چه در اتاق کار و چه در اتاق کنفرانس، در میان بگذارند. سازمان‌های خبری، در صورتی‌که این استقلال را با تشویق افراد برای ابراز دیدگاه‌شان پرورش دهند، موفق هستند. این امر تباعد نظر روشن‌گرانه‌ی لازم را برای درک موضوع و تهیه‌ی مطالب درست و مؤثق در یک جامعه‌ی متنوع بر می‌انگیزد. همین تنوع فکری و نظر است که مهم است نه اعداد.

اما وجایب و مکلفیت‌های ژورنالیست در همین نکات عمده پایان نمی‌پذیرد. کار هر ژورنالیست با انبوهی از سؤالات و اگر و مگرها، همراه است و برای دریافت حقیقت و درست بودن و بی‌طرف بودن یک گزارش، دروازه‌های زیادی است که باید آن را بکوبد و منابع و مأخذهای زیادی است که به آن رجوع کند. مقایسه‌های زیادی را بین گفتار و خواندن منابع مختلف باید انجام دهد؛ تا بتواند گزارش و یا خبری مؤثق، دقیق، عینی، غیرجانبدارانه، آفاقی و با اعتبار و مطابق به همه‌ی اصول و موازین ژورنالیسم تهیه کند.

یک ژورنالیست، با تجربه و دانشی که از این مسلک دارد، در مواجهه با هرگفتار و روی‌داد، نخست از همه با دید تردید بر اطلاعات مربوط به گزارشی که در دست تهیه دارد، نگاه می‌کند. با انتقادی آمیخته با نوعی بی‌اعتمادی و شکاکیت برای دریافت حقیقت، موضوع مورد بحث را می‌نگرد و این شک و تردید را با طرح یک سلسله سؤالات و دریافت پاسخ آن رفع می‌کند. چنین سوال‌ها را شاید غیر ژورنالیست‌ها هم در بحث‌ها و گفت‌وگوهای شان با کلمات متفاوتی طرح کنند؛ اما شیوه‌ی کار ژورنالیست با مصاحبه‌شونده و یا یک سخنران، یا کسی که کنفرانس خبری برگزار می‌کند، خصوصیت‌های دیگری برای رسیدن به گنه مطالب و یا توضیح سخنان و هدف گوینده دارد، که با طرح این پرسش‌ها، و یافتن جواب قناعت بخش برای آن، می‌تواند به آنچه که شکاکیت او را رفع کند و به گزارش او اعتبار بیشتر بخشد، سوال‌های بیش‌تری در ذهن خود طرح کند، مثلاً با طرح این سوال‌ها:

- «با چه مضمونی مواجه هستیم؟
- آیا اطلاعات کامل است، و اگر نیست چه چیزی فراموش شده است؟
- منبع چیست و مأخذ کدام است و چرا باید به آن‌ها اعتماد کنم؟
- چه شواهدی ارائه شده و چگونه این شواهد آزمایش و تصدیق گردیده است؟
- چه توضیح بدیل و یا تفاهمی موجود بوده می‌تواند؟
- آیا آنچه که ضرورت داشتم آورده‌ام؟»<sup>2</sup>

اصل دیگری که در کار ژورنالیستیک ضرور است آن است که ژورنالیست نباید به آنچه می‌شنود و یا تحقیق می‌کند اعتبار کامل بدهد و به این سوال‌ها و یا هر سوال دیگری که می‌تواند قناعت او را مطابق به فهم و دانش او از اصول کاری‌اش فراهم نماید، جوابی جست و جو کند.

دریافت حقیقت یک موضوع که یک ژورنالیست می‌نگارد، ستون فقرات گزارش اوست که مبنای جزئیات و توضیحات و دلایل و چگونگی وقوع حادثه و روی‌داد را آشکار می‌کند. (Howie Schneider) هاوی شنایدر استاد خبرنگاری در یونیورسیتی ستونبروک (Stone Brook) نیو یارک می‌گوید:

«حقیقت، بیان احتمالات ممکن، متناسب با شواهد دست داشته در یک زمان مشخص است». دموکراسی بر شهروندانی اتکا دارد که حقیقت‌ها و درستی‌ها را که در یک محتوای باارزش گنجانده شده، به‌دست‌رس داشته باشند. ژورنالیسم حقایق را به‌مفهوم مطلق و یا فلسفی آن تعقیب نمی‌کند، ولی ژورنالیسم می‌تواند، و باید که حقیقت را به‌مفهوم عملی آن پی‌گیری کند. این «حقیقت ژورنالیستیک» عملیه‌ی است که با انضباط مسلکی

<sup>2</sup> -Blur. Bill Kovach and Tom Rosenstiel p-32

جمع‌آوری، و با تصدیق حقایق، آغاز می‌یابد. بعد از آن، ژورنالیست‌ها کوشش می‌کنند مفاهیم و معانی این حقایق را به نحو مناسب و مؤثق که در زمان حاضر با اعتبار، و معروض به تحقیق بیشتر در آینده باشد، ارائه کنند. ژورنالیست‌ها باید تا حد ممکن در باره‌ی منابع و روش کار خود شفاف باشند تا خوانندگان و بینندگان و یا شنوندگان، بتوانند خودشان این اطلاعات را ارزیابی کنند. حتی در همین جهان تنوع نظریات و عقاید، درستی و مؤثق بودن، بنیادهایی است که بر مبنای آن هر چیز دیگری در یک محتوا تهیه و تعبیر می‌شود، مورد تبصره قرار می‌گیرد، انتقاد می‌شود و تحلیل و تفسیر و مورد بحث قرار می‌گیرد. حقیقت به مرور زمان از چنین جریانی تبارز می‌کند در حالی که شهروندان حتی اگر با جریان بزرگتر اطلاعات مواجه می‌شوند، باز هم به منابع قابل تشخیص که تصدیق اطلاعات و تنظیم آن در یک محتوا باشد، ضرورت بیشتر، نه کمتر، دارند.

ژورنالیسم چه در گذشته و چه در عصر حاضر تابع جریان‌ها و تحولات سیاسی جامعه است. با تغییر روند سیاسی به‌خصوص در جامعه‌های آزاد که در آن رأی و نظر و حقوق و سایر امتیازهای شهروندی تضمین گردیده است، ژورنالیسم نیز برای بر آورده‌ساختن نیازمندی‌های مخاطبان خود وظیفه می‌یابد تغییراتی در نحوه‌ی پوشش خود وارد، و با در نظر داشت این تغییرات در صحنه‌ی سیاسی، مطالب خبری و نظریات و پیشنهادها و تحلیل‌های روی‌دادهای روز را تهیه کند.

در عصر حاضر سیاست و وسایط نشر، نسبت به هر زمان دیگری با هم تنیده شده‌اند. عملیاتی که در بیشتر موارد بدان، اصطلاح (mediatization) «رسانه‌ی‌سازی سیاست» گفته می‌شود. امری که بیان‌گر تغییر از منطق سیاسی به منطق رسانه‌ی‌سازی است.

در گذشته‌ها، نهادها و نظام‌های سیاسی نقش کلیدی را در نحوه‌ی ارائه‌ی روی‌دادهای سیاسی بازی می‌کردند. این‌که چگونه تحولات و پیشرفت‌های سیاسی به مردم داده شود تا آن‌ها بهتر آن را درک کنند، و هدف‌های سیاسی بهتر بر آورده گردد، امری بایستینه در گستره‌ی سیاست است؛ اما حالا در کشورهای توسعه یافته با تغییر رو به رو گردیده است. روشی که تا اکنون به دلایل گوناگون در جامعه‌های غیردموکراتیک، تک‌حزبی، مطلق‌العنان و استبدادی به‌کار برده می‌شود.

البته در عصر حاضر و در جامعه‌های دموکراتیک این روند کاملاً بر عکس شده و اکنون رسانه‌ها نقش کلیدی را در پوشش‌های خبری و تحلیل‌های سیاسی در یک جامعه بازی می‌کنند و سیاستمداران و نهادهای سیاسی هم بیشتر به نیازمندی‌های رسانه‌ها و وسایط نشراتی می‌نگرند و نیازمندی‌های آن‌ها را رفع می‌کنند چون این رسانه‌ها هستند که نیاز و خواسته‌های مردم را برجسته می‌سازند و همین رسانه‌ها هستند که تصمیم می‌گیرند چگونه وسایط نشراتی به سیاست‌گران و شهروندان کمک کرده می‌توانند که پوشش‌های خبری را بهتر درک کنند و این رسانه‌ها چگونه می‌توانند وظیفه‌ی خود را بهتر و مسؤولانه‌تر با در نظر داشت همه‌ی موازین و اصول کاری خود انجام دهند.

با تحولات جهانی و پیشرفت‌هایی که در همه عرصه‌های گوناگون زندگی از اقتصاد تا تکنالوژی و سیاست و امور اجتماعی و فرهنگی و بیداری عمومی جهانی و پیشرفت در عرصه‌ی رسانه‌های همگانی و مدرنیزه شدن آن‌ها و فراگیری رسانه‌های صوتی و چاپی و تصویری، رونما شده، ضرورت دید جدید «علمی» و «مسلمی» در جمع‌آوری خبرها و اطلاعات، متکی بر آفاقی بودن رسانه‌های همگانی و آزاد، نیز افزایش یافته است. ضرورت تعریف و قرأت و هویت جدید برای رسانه‌ها، چه صوتی و تصویری و چه چاپی، یکی از نیازمندی‌های جامعه‌ی جهان غرب گردیده و خطر اتکای چنین رسانه‌های آزاد و غیروابسته به نهادهای حکومتی و شرکت‌های بزرگ تجاری و تولیدی برای رفع عطش معلومات آزاد و آفاقی مخاطبان، بیش از پیش احساس گردید و گردانندگان رسانه‌ها را بر آن داشت تا موازین و تعریف‌های جدیدی مطابق به نیاز مردم برای ژورنالیستان و عموم کارمندان وسایط پیشرفته در جامعه‌های آزاد پی‌ریزی کنند. آن‌ها این پنج اصل علمی بین‌المللی گزارش‌دهی را طرح و پیشنهاد می‌کنند:

- 1- «هیچ‌گاه هیچ روی‌دادی را که رخ نداده، بیان نکنید،
  - 2- هرگز مخاطبان را فریب ندهید،
  - 3- تا آن‌جا که ممکن است در مورد روش و انگیزه‌ی گزارش تان شفاف سازی کنید،
  - 4- بر محتوای اصلی گزارش تان اتکا داشته باشید،
  - 5- فروتنی را رعایت کنید»<sup>3</sup>.
- معیارهایی که در تهیه‌ی یک گزارش و یا خبر باید رعایت شود، متمم و مکمل این پنج اصل است:

<sup>3</sup> -Bill Kovach & Tom Rosentiel, The Elements of Journalism P-111-112, 2004

برخورد علمی و مسلکی در جمع‌آوری داده‌های خبر و گزارش، با تمرکز بر آفاقی بودن در مقابله با ذهن‌گرایی و جانب‌داری از کدام جریان سیاسی و سایر روی‌دادها است که مستلزم همنوایی در آفاقی بودن و معیارهای ژورنالیستیک می‌باشد، صرف نظر از این‌که ژورنالیست چه تمایل سیاسی دارد و یا سازمان خبری او چه جهتی دارد.

بی‌طرفی و تفکر آفاقی و غیرجانب‌دارانه‌ی ژورنالیست، در گزارش‌ها و تحلیل‌ها و روش تحقیقی او در تهیه‌ی خبرها، باید به‌عنوان یک اصل در کار هر ژورنالیست مورد توجه باشد. اما برای اکثر اتاق‌های خبر (news rooms) و ژورنالیست‌ها، آفاقی بودن و جلوگیری از درج تعلقات و یا تمایلات سیاسی و سایر تمایلات فکری آن‌ها، ناممکن ثابت شده و خبرنگاران نمی‌توانند نظریات شخصی و تعلقات شان را کنار بگذارند؛ بلکه در بعضی موارد خطرناک‌تر از آن فکر می‌کنند، که در رسانه‌های همگانی امروزی این یک ماهیت بنیادی است و برای فعال ساختن جامعه، اساسی تلقی می‌گردد.

طرح سؤال‌های سخت و با قاطعیت از رهبران جهان و یا هر شخصیت خبرساز، یکی از ویژگی‌ها و وظایف یک ژورنالیست موفق و ژورنالیست امروزی، به‌خصوص در جامعه‌های باز و آزاد و جوامعی که آزادی بیان در قوانین آن جامعه تضمین شده، می‌باشد. طرح چنان سؤال‌هایی نه تنها بخشی از یک روش پذیرفته شده است، بلکه جزء اساسی و بنیادی چگونگی پوشش‌های خبری است.

یکی از این مثال‌ها سؤال‌هایی بود که جیم اکاستا خبرنگار (CNN) در قصر سفید از دونالد ترامپ رئیس‌جمهور ایالات متحده در کنفرانس رسانه‌یی او در رابطه با هراس وی از اتهام احتمالی در رابطه با تحقیقات یک کمیسیون خاص و مستقل مبنی بر ادعای دخالت روسیه در انتخابات ریاست جمهوری سال 2016 طرح کرد که منجر به پیروزی دونالد ترامپ گردید. در نتیجه‌ی اصرار جیم اکاستا بر این سؤال‌ها و امتناع ترامپ از پاسخ و طفره رفتن او، یکی از کارمندان قصر سفید میکروفون را از جیم اکاستا بدون توافق او و پیش از ختم سخنانش و تأکید و تکرار سؤال، گرفت. قصر سفید متعاقب آن کارت ورود این خبرنگار را بدون اجازه‌ی قبلی به قصر سفید، صادره کرد که بدین ترتیب هر بار که او به قصر سفید بدون این کارت، با وجود کارت خبرنگاری‌اش می‌رفت، باید انتظار می‌کشید تا اجازه‌ی مأموران امنیتی و دفتر رسانه‌های همگانی قصر سفید گرفته می‌شد که باعث سکتگی در کار او و تأخیر و گاه غیابت او در کنفرانس‌های خبری قصر سفید می‌گردید که بدین ترتیب ممانعتی در کار وی و سکتگی در دسترسی او به اطلاعات، ایجاد و مخالف موازین و اصول آزادی رسانه‌های همگانی دانسته می‌شد. (CNN) علیه قصر سفید در محکمه اقامه‌ی دعوا کرد و محکمه به نفع این تلویزیون و جیم اکاستا، که حق آزادی او به‌عنوان خبرنگار سلب شده بود، رأی داد و کارت ورود بدون ممانعت در قصر سفید به وی مسترد گردید. این امر در رسانه‌های همگانی یک پیروزی بزرگ دانسته شد و از آن استقبال گردید.

وقتی به پیشینه‌ی ژورنالیسم از همان آغاز نشرات ابتدایی تا امروز که عصر انقلاب تکنولوژی، ارتباطات و تبلیغات است، نگاه کنیم، به انواع خدمات کلیدی ژورنالیستیک در نزدیک ساختن سیاست‌گران به مردم به‌ویژه در جامعه‌های آزاد و دموکراتیک بر می‌خوریم. تأثیر آگاهی‌دهی به مردم و هم‌چنان ارتقای سطح دانش آن‌ها را با چنین خدمات و روشن‌گری‌های ژورنالیسم می‌بینیم که تا چه حد مؤثر بوده است. دیده می‌شود که ژورنالیسم در تصمیم‌گیری در مسایل عمده‌ی حیاتی و منافع ملی و روشن‌گری در راه ترقی و پیش‌رفت، تأثیر مستقیم و برآزنده‌ی دارد، و نقش دیگر ژورنالیسم را در رساندن حقایق و افشای نارسایی‌ها و کاستی‌های سیاست‌گران و قدرت‌مندان در دستگاه حاکم، شاهد هستیم و درک می‌کنیم که عنصر عمده در این همه خدمت‌گزاری و نقش کلیدی این مسلک در جامعه، بدون آزادی‌های قانون‌مند و رسالت‌های متعهدانه به این مسلک مقدس، میسر بوده نمی‌تواند. اصولی که امروز در گزارش‌دهی و روشن‌گری حاکم است، همه از جان‌بازی‌ها و مبارزات پی‌گیرانه‌ی سیاست‌گران و ژورنالیست‌هایی است که مسیر پر از موانع و ناهموار و فراز و نشیب را به روی این مسلک هموار ساختند و بر مبنای همین فداکاری‌ها و مبارزات است که رهبران جامعه‌های آزاد و پیش‌رفته، پیش‌گامان آزادی رسانه‌های همگانی، نقش این حوزه‌ی مثمر و متعهد را به‌عنوان رکن اساسی دموکراسی و مردم‌سالاری تشخیص دادند و زیربنای رسانه‌های همگانی آزاد را در چنین جامعه‌هایی گذاشتند.

**بحث‌های رسانه‌یی و تأثیر آن بر جامعه**

در بخش هفتم