



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

مجموعه کتاب‌های یونسکو در زمینه آموزش روزنامه‌نگاری

آموزش روزنامه‌نگاری برای توسعه پایدار

برنامه درسی جدید

آموزش
روزنامه نگاری
برای توسعه پایدار
برنامه درسی جدید

ویراستاری و مقدمه:

فکسون باندا

UNESCO Series on Journalism Education: TEACHING
JOURNALISM FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT
New Syllabi

انتشارات سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو)، ۲۰۱۵
7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France

شماره استاندارد بین المللی کتاب: ۹۷۸-۹۲-۳-۱۰۱۱۸-۵



این برنامه به صورت دسترسی آزاد تحت مجوز Attribution-ShareAlike در آدرس زیر موجود است:

3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>)

با استفاده از محتوای این نشریه، کاربران شرایط کاربری مربوط به مخزن دسترسی باز یونسکو را می‌پذیرند.

(<http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en>)

مطالب معرفی شده و ارائه شده در سراسر این نوشته، در مورد وضعیت حقوقی هر کشور، سرزمین، شهر یا منطقه یا مقامات آن، و یا مربوط به تحدید حدود مرزها، به هیچ وجه به معنای تأیید یونسکو نیست.

نظرات و عقاید بیان شده در این نشریه متعلق به نویسندگان آن است و لزوماً مورد تأیید یونسکو نبوده و تعهدی برای این سازمان ایجاد نمی‌کند.

© عکس‌های به کار رفته در این کتاب همگی از مجموعه‌ی آرشیو سازمان ملل متحد انتخاب شده‌اند.

روی جلد: Kibae Park؛ صفحه ۲۸: Martine Perret؛ صفحه ۴۰: Eskinder Debebe؛

صفحه ۵۲: Mark Garten؛ صفحه ۷۸: Eskinder Debebe؛ صفحه ۹۴: Mariusz Szczygiel/Shutterstock؛

صفحه ۱۰۶: leedsn/Shutterstock؛ صفحه ۱۲۴: UNESCO؛ صفحه ۱۴۶: Rappixel/Shutterstock

طراحی گرافیک یونسکو
طراحی جلد یونسکو
حروف چینی یونسکو

چاپ یونسکو - فرانسه

فهرست

۴	فهرست کلمات اختصاری و مخفف
۵	پیش‌گفتار
۶	الف) مقدمه: چارچوب مفهومی برای نقش رسانه در توسعه پایدار
۲۲	ب) راهنمای کاربر
۲۷	ج) برنامه‌های درسی
۲۹	روزنامه‌نگاری و توسعه پایدار
۴۱	روزنامه‌نگاری بوم‌شناختی
۵۳	گزارش گردشگری پایدار
۷۹	گزارش مهاجرت، با تمرکز بر پناهندگان
۹۵	روزنامه‌نگاری تحقیقی اخلاقی
۱۰۷	رسانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و تغییر چهره روزنامه‌نگاری
۱۲۷	روزنامه‌نگاری مدافع: مشارکت، بازنمایی و جامعه
۱۵۱	گزارشگری مشترک بین‌المللی
۱۶۳	د) ضمیمه
۱۶۴	پیوست ۱: اسناد بنیادی مفید در مورد روند برنامه توسعه پسا ۲۰۱۵
	پیوست ۲: فهرست گزیده از سازمان‌های مدافع مسائل مربوط
۱۶۵	به رسانه‌ها در تدوین اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد
۱۶۶	ه) همکاران
۱۶۶	فهرست نویسندگان برنامه درسی
۱۶۷	فهرست همکاران بازخوان
۱۶۸	فهرست کارکنان یونسکو

فهرست کلمات اختصاری و مخفف

انجمن بین المللی کارشناسان علمی در حوزه گردشگری	AIEST
کنفرانس دولت‌های عضو (در اینجا نهاد عالی تصمیم‌گیری در مورد اجرای کنوانسیون بین المللی تغییر آب و هوا)	COP
کمیته حمایت از روزنامه‌نگاران	CPJ
مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها	CSR
آزادی اطلاعات	FOI
انجمن جهانی برای توسعه رسانه‌ها	GFMD
پروژه جهانی پایش رسانه‌ها	GMMP
برنامه بین المللی (یونسکو) برای توسعه ارتباطات	IPDC
اهداف توسعه هزاره	MDGs
سازمان‌های مردم نهاد(سمن)	NGO
کمک‌های فرا-مرزی برای توسعه	ODA
کارگروه آزاد (برای توسعه پایدار)	OWG
سرویس پخش عمومی (تبلیغات رادیو و تلویزیونی با اهداف غیر بازرگانی و با مقاصد آموزشی و اطلاع رسانی برای منفعت عموم)	PSB
اهداف توسعه پایدار	SDGs
شبکه راهکارهای توسعه پایدار	SDSN
پهینه سازی موتور جستجو	SEO
اعلامیه جهانی حقوق بشر	UDHR
برنامه توسعه ملل متحد	UNDP
برنامه محیط زیست ملل متحد	UNEP
سازمان جهانی گردشگری ملل متحد	UNWTO
محتوای تولید شده توسط کاربر	UGC
انجمن جهانی روزنامه‌ها و ناشران اخبار	IFRA

پیش‌گفتار

هدف از این اثر، گسترش الگوی برنامه تحصیلی یونسکو جهت آموزش روزنامه‌نگاری برای در بر گرفتن موضوعات درسی با مطالب جدید یا به‌خصوص مرتبط با آموزش روزنامه‌نگاری در سطح جهان است. لذا پایه و اساس آن همان الگوی برنامه تحصیلی یونسکو به علاوه کتابچه مکمل یونسکو با عنوان «شرح اجمالی برنامه‌های درسی جدید» به منظور توجه مؤثر به مسائل جدید رو در روی روزنامه‌نگاران حرفه‌ای و مدرسین این حوزه است. این نشریه به‌خصوص در پاسخ به یک چالش کلیدی توسعه در ۱۵ سال آینده بهنگام است. با به سر رسیدن اهداف توسعه هزاره (MDG) و جایگزین شدن آن با آنچه که اهداف توسعه پایدار (SDGs) نام می‌گیرد، خط مشی بلند مدت آموزشی باید توجه جهانی را به ارتباط متقابل و پیوسته بین نظام رسانه‌ای آزاد، مستقل و کثرت‌گرا با فرایند کلی توسعه پایدار جلب نماید.

با این پیشینه، کلیه موضوعات درسی در کتاب حاضر با محوریت توسعه انسانی شکل گرفته و بیانگر نقش اصولی منحصر به فرد یونسکو در ترویج شیوه‌های مناسب و تدوین دستورکار در حوزه آموزش روزنامه‌نگاری در سراسر جهان است. در این راستا، این کتاب به تعمیق درک نظری ما از روزنامه‌نگاری به عنوان یک حرفه پاسخگو، پویا و در حال تحول کمک می‌کند و از این منظر یک گام مهم فراتر از الگوی برنامه‌های درسی منتشر شده در سال ۲۰۰۷ برداشته است.

در تهیه کتاب حاضر طیف گسترده‌ای از کارشناسان برجسته بین‌المللی در حوزه آموزش روزنامه‌نگاری گرد هم آمده‌اند و هدف غایی ادغام مفهوم توسعه پایدار در آموزش روزنامه‌نگاری را دنبال می‌نمایند.

گتاچو انگیدا

معاون مدیرکل یونسکو در حوزه ارتباطات و اطلاعات

۱. مقدمه:

چارچوب مفهومی برای نقش رسانه در توسعه پایدار

فکسون باندا

با بازنگری اهداف توسعه هزاره (MDG) در سال ۲۰۱۵، جهان فرصتی تازه برای تبیین اهداف کلی و جزئی واضحی برای اهداف توسعه پایدار پس از ۲۰۱۵ (SDGs) یافت. اهداف توسعه پایدار بسیاری از رخدادهایی که در چارچوب سیاست‌های بین‌المللی و ملی در ۱۵ سال آینده اتفاق خواهد افتاد را شکل می‌دهد و مرجعی برای دولت‌ها، بنیادها، بانک‌های توسعه، شرکت‌ها، سازمان‌های غیردولتی، دانشگاهیان و غیره خواهد بود. اهداف توسعه پایدار عرصه‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی را در بر گرفته و بر توسعه پایدار در هر سه زمینه تأکید دارند. این اهداف برای همه کشورهای اعم از در حال توسعه و توسعه یافته طراحی شده و زمینه‌هایی که دچار کاستی بوده و نیاز به پیشرفت دارند را مشخص می‌نمایند.

کتاب حاضر به نوبه خود ارزیابی به‌روزی از سهم رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل در امر توسعه را فراهم نموده و در نتیجه، تلاشی نو جهت به رسمیت شناخته شدن ادغام آن در دستور کار جدید توسعه آغاز می‌نماید. پیوند این نوع رسانه‌ها با توسعه پایدار تأثیری قابل توجه بر ماهیت و ارتباط در حال تحول آموزش روزنامه‌نگاری دارد.

در واقع، آموزش روزنامه‌نگاری یکی از حوزه‌های اساسی است که می‌توان از طریق آن بین رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل از یک سو و مقوله توسعه پایدار از سوی دیگر پیوندی معرفت‌شناختی و تربیتی ایجاد نمود. چنین علوم آموزشی بر سه استدلال تکیه دارد که می‌توان آن را به صورت زیر طبقه بندی کرد:

الف) ارتباط تجربی در حال تحول بین رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل، و نظارت بر روند توسعه و تعیین اولویت‌ها در سطح ملی.

ب) روند گذشته و اخیر به رسمیت شناختن اهمیت رسانه‌های آزاد به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از حکومت که پیش‌نیازی برای توسعه پایدار است.

ج) اجماع جهانی گسترده در کارایی اصولی نظام رسانه‌های آزاد، مستقل و کثرت‌گرا در ارتباط با گفت‌وگو متداول توسعه پایدار.

مقدمه حاضر به طور اجمالی به این مباحث تجربی، مدیریتی و هنجاری می‌پردازد و در این راه در پس زمینه این اصل را در نظر می‌گیرد که توسعه پایدار بر مشارکت مردمی و تعامل کنش‌گران دولتی و غیردولتی، و در نتیجه برای تضمین حصول نتایج توسعه برای نسل‌های حاضر و آینده، بنیاد نهاده شده است.

در این راستا ارتباط متقابل بین رسانه‌های آزاد و توسعه پایدار به طور تجربی ارائه شده است.

تعیین شواهد لازم برای تبیین جایگاهی اساسی برای رسانه‌های آزاد و مستقل در توسعه پایدار موضوعی هم مفهومی و هم عملی است. به‌طور مفهومی برای بحث در مورد همبستگی هنجاری بین رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل و توسعه پایدار به یک چارچوب مشخص نیاز است. اما از لحاظ تجربی، این امر مستلزم ارائه ادله مناسب برای تعیین میزان «تناسب» بین چارچوب مفهومی و شرایط خاص توسعه پایدار است.

این بحث گرچه قدیمی است اما قدرت معاصر آن در طرح‌های پژوهشی اخیر که ایجاد بینش‌های نو در مورد نقش رسانه‌ها در جوامع مختلف را دنبال می‌کنند، آشکار است. واضح است که رسانه‌های آزاد، مستقل و کثرت‌گرا نقشی اساسی در تحقق حقوق دموکراتیک و توسعه و ارتباط متقابل آنها ایفا نموده‌اند. این موضوع را می‌توان از منظر سهم هر یک از این ابعاد تجزیه و تحلیل نمود:

◀ گروه آزادی رسانه‌ها به معنای امنیت یک جامعه و نهادهای آن در گفتگوی آزادانه درباره تدوین خط مشی عمومی و امکان مطرح نمودن بدون ترس و وا همه موانع مختلف ضد اجتماعی، نظیر فساد و نقض حقوق بشر، در دستیابی به توسعه است. این گروه نقش دیده‌بانی (یا نظارت) عملکرد رسانه‌ها را ایفا می‌کند. کار پپا نوریس در مورد ارتباط آماری بین مطبوعات آزاد و فرآیند دموکراسی، حکومت‌داری خوب و توسعه انسانی، سهم مبتنی بر شواهد مهمی در این زمینه داشته و مطبوعات آزاد برای تحقق دموکراسی و توسعه را پیوند می‌دهد.^۱ نظریات افرادی چون جوزف استیگلیتز؛ برنده جایزه نوبل؛ که برای معضل کمبود اطلاعات عوارض جانبی سیاسی و اقتصادی قائل هستند، مؤید همین نکته است.

۱ نوریس، ص. ۲۰۰۶. نقش مطبوعات آزاد در ارتقای دموکراسی، حکومت خوب و توسعه انسانی. مقاله ارائه شده در نشست سالانه انجمن علوم سیاسی غرب میانه، ۲۲-۲۰ ماه آوریل ۲۰۰۶، شیکاگو، پالم‌هاوس.

در کتابی که توسط مؤسسه بانک جهانی منتشر شده و به نقش رسانه‌های جمعی در توسعه اقتصادی می‌پردازد، استیگلیتز و دیگر نویسندگان نشان می‌دهند که اطلاع‌رسانی مناسب‌تر و به‌هنگام‌تر منجر به تخصیص بهتر و کارآمدتر منابع می‌گردد و رسانه‌های آزاد و انتقادی نقش برجسته‌ای در این زمینه ایفا می‌نمایند.^۲ همچنین گزارش منتشر شده توسط یونسکو نشان می‌دهد که مابین شاخص‌های آزادی مطبوعات و زمامداری مطلوب ارتباط نزدیکی وجود دارد به گونه‌ای که در کشورهای با مطبوعات آزاد احتمال وجود ثبات سیاسی رهبران و مقامات کارآمدتر و کمتر فاسد، توسعه اقتصادی قوی‌تر و پایدار، و حاکمیت مستحکم‌تر قانون در جامعه بیشتر است.^۳

گروه رسانه‌های مستقل وضعیتی خودسامان است که در آن رسانه‌های حرفه‌ای، خود مسئول ارتقای سطح معیارهای اخلاقی خود در جهت منافع عمومی هستند، که آن را به شکل داوطلبانه و حرفه‌ای دنبال می‌کنند. این گروه با ارائه دقت و انصاف رسانه‌ها، به فرآیند دموکراسی و توسعه کمک می‌کند؛ مانع سوء استفاده از آزادی بیانی می‌شود که ناقض حقوق انسانی یا مروج نفرت باشد؛ و صلح و عدم خشونت که اجزای مهم توسعه پایدار هستند را ترویج می‌کند. تجربه نشان می‌دهد، در جوامعی که سازوکارهای مؤثر استقلال مطبوعات وجود دارد، روزنامه‌نگاران در برابر فشارهای گوناگون، استانداردهای حرفه‌ای خود را حفظ کرده و ارتقا داده‌اند. اگر چنین نباشد، آرمان‌های اساسی اطلاع‌رسانی در راستای منافع عمومی دچار تحریف می‌شود.^۴

گروه کثرت‌گرایی رسانه‌ها به‌ویژه برای توسعه و دموکراسی و روابط متقابل آنها مهم است. از دیدگاه یونسکو، این به این معنی یک چشم‌انداز رسانه‌های متنوع از فرم‌ها و نقش‌های سازمانی و مالکیتی، به‌خصوص بخش‌های عمومی، خصوصی و جامعه مطبوعات و نقش‌های اساسی آنان (البته نه به طور انحصاری) است. رسانه‌های عمومی خدمات مهم شهروندی را برای همه مردم صرف نظر از ثروت، سن، زبان و یا مکان زندگی آنها فراهم می‌کند. رسانه‌های خصوصی با ایجاد اشتغال و پیوند دادن فروشنده و خریدار به واسطه تبلیغات، موجب رشد اقتصادی این بخش می‌شوند. وجود رسانه‌های اجتماعی به‌ویژه در ارائه جایگاهی برای ارتباط مشارکت محور، که در آن توانمندی شهروندان یک عنصر اساسی به‌شمار می‌رود، مهم است.

۲ برای مباحث گسترده‌تر در این زمینه رجوع شود به: حق بیان: نقش رسانه‌های جمعی در توسعه اقتصادی اثر Caralee McLiesh و Clapp-Itnyre. Alisa, Roumeen Islam، چاپ ۲۰۰۲، انتشارات بانک جهانی، واشنگتن دی.سی.

۳ طرح پژوهشی مشترک یونسکو و مرکز صلح و امنیت انسانی، ۲۰۰۶. آزادی مطبوعات و فقر- تحلیل روابط بین آزادی مطبوعات و جنبه‌های مختلف امنیت انسانی، فقر و حکومت. موجود در سایت:

http://gem.sciences-po.fr/content/publications/pdf/novel_pressfreedom_poverty__150606.pdf.

دیده در تاریخ ۱۱ فوریه ۲۰۱۳.

۴ به عنوان مثال رجوع شود به کوین، کریستوفر (Coyne, Christophe). جی و پیت‌تی. لیسون (J & Peter T. Leeson)

۲۰۰۴. همه چیز در مورد درک نقش رسانه‌ها در توسعه اقتصادی است. KYKLOS، جلد ۵۷: ۴۴-۲۱

در دسترس: <http://www.peterleeson.com/Kyklos--Media.pdf>. دیده ۲۴/۰۲/۲۰۱۴.

وجود چنین چشم انداز رسانه‌های کثرت‌گرا، موجب تنوع محتوایی در ارائه نظرات مردم می‌شود و انتخاب آگاهانه در مسائل توسعه را ممکن می‌سازد.^۵

کار تجربی در زمینه تعامل رسانه و توسعه، ارتباط بیشتری را بین این دو، به خصوص در مسائل مربوط به حل و فصل اختلافات، فقر و فساد، آشکار می‌کند.

کوپن و لیسون، درباره حل اختلاف، تحلیلی تجربی انجام داده‌اند که نشان می‌دهد چگونه رسانه‌ها، با ایفای نقش یک ساز و کار تقویت هماهنگی، به توسعه چندین کشور کمک کرده‌اند. این امر با تبدیل شرایط مناقشه به موقعیت‌های هماهنگی بین سیاست‌مداران و مردم میسر شده است و به موازات آن در مسائل توسعه نیز اهمیت دارد.^۶

همچنین با در نظر گرفتن منازعات اجتماعی و آسیب‌پذیری جامعه؛ به عنوان یک شاخص خاص از توسعه؛ پژوهش‌های انجام شده در این زمینه ارتباط رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل را بیشتر آشکار نموده است. در چندین کشور درگیر مناقشات فزاینده، با نهادهای حکومتی شکننده و یا عملاً غیر موجود، رسانه‌ها با ایفای نقش ترویج «گفت‌وگو در جوامع بسیار متفاوت و در نتیجه کاهش سوء ظن و بی‌اعتمادی» به نوبه خود منجر به کاهش درگیری‌ها و ایجاد «محیطی با احتمال کمتر بروز مناقشات» شده‌اند.^۷ چنین محیطی، جسارت و مشارکت مدنی بیشتری را در عرصه سیاسی کثرت‌گرا، همراه با آرامش و ثبات کافی برای ادامه روند توسعه، ترویج می‌نماید. این موضوع را نتایج یک مطالعه اقتصادی آماری تأیید نموده است که کشورهای در معرض مخاطرات سیاسی شدید، با کارآمدتر کردن بخش رسانه، بیشتر به ثبات می‌رسند. درس آموخته این مطالعه این بوده که تقویت بخش رسانه، حداقل در برخی کشورهای سیاسی بی‌ثبات، نویدبخش بوده است.^۸ از سوی دیگر، چنان که مشهور است در کشورهایی که چشم‌انداز رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل وجود نداشته است، عواقب آن شامل پدیدار شدن جنگ سالاران و افراد دیگری بوده که رسانه‌ها را برای ترویج نفرت و خشونت در فضایی آکنده از شایعه و بی‌اعتمادی در کنترل خود داشته‌اند.

۵ برای مثال رجوع شود به تیموتی و برگس، رابین. ۲۰۰۱. سازمان سیاسی، پاسخگویی دولت و نقش رسانه‌ها. نقد و بررسی اقتصادی اروپا ۴۵ (۶-۴).

۶ وین، کریستوفر. پیتز اند جی تی لیسون. همان‌جا: ۴۳.

۷ دین، جیمز. ۲۰۱۳. چگونه به شواهد پایه بهتر در رابطه با رسانه‌ها و مناقشات دست یابیم؟ در دسترس:

<http://www.bbc.co.uk/blogs/bbcmmediaaction/posts/How-do-we-get-to-a-better-evidence-base-on-media-and-conflict>

دیده ۲۰۱۴/۱۱/۳

۸ روی، سانجوتا. توسعه رسانه‌ها و ثبات سیاسی: تحلیلی از کشورهای جنوب صحرا آفریقا. در دسترس:

<http://www.mediamapresource.org/wp-content/uploads/2011/04/> <http://www.mediamapresource.org/wp-content/uploads/Media-Development-and-Political-Stability-FINAL.pdf>.

دیده: ۲۰۱۴/۳/۳

در زمینه مسائل فقر و رسانه‌ها، یک مطالعه همبستگی که اخیراً توسط ون استاورن (Van Staveren) و وینک (Webbink) انجام شده، این فرضیه که «یک جامعه مدنی قوی‌تر تأثیری مثبت در کاهش فقر و فرآیند مردم سالاری خواهد داشت» را تأیید نمود.^۹ این مطالعه بر عامل دگرگون کننده جامعه مدنی تأکید دارد که در برگیرنده هنجارهای اجتماعی، سازمان‌ها، و شیوه‌های تسهیل کننده مشارکت شهروندان در سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌گیری‌های عمومی است.

مطالعه فوق، ارتباط این موضوع را به خصوص با داده‌های آماری مربوطه به عواملی چون دسترسی به رسانه‌ها، شرکت در تظاهرات و دادخواست‌ها، تعداد سازمان‌های بین‌المللی و غیره بررسی می‌کند. یکی از توصیه‌های این تحقیق بر اساس یافته‌های مثبت آن عبارت بود از:

...اثرات فقرزدایی «کمک‌های فرا-مرزی برای توسعه» هنگامی که فعالانه فعالیت‌های مدنی را ترغیب نموده‌اند بیشتر بوده و به خصوص به معنای حمایت از مطبوعات آزاد به منظور توانمندسازی مردم در جمع‌آوری اطلاعات عینی در امور سیاسی و تحولات جهانی با استفاده از روزنامه‌ها، رادیو، تلویزیون و اینترنت است... دسترسی به وب، استفاده از رسانه‌های خبری (مستقل) و شرکت در تظاهرات و دادخواست‌ها موجب بهبود پاسخگویی دولت‌ها در امور سیاسی و مالی، و افزایش فشار عمومی برای توزیع عادلانه هزینه‌ها و نظام مالیاتی مترقی‌تر شده که به نوبه خود باعث کمک به کاهش سطح نسبی و مطلق فقر می‌شود.^{۱۰}

نتیجه‌گیری فوق، اگر در مورد اثرات منفی فساد بر سطوح فقر در تمام جوامع بررسی شود، تمرکز دقیق‌تری خواهد داشت. یک کارمقاله‌ی صندوق بین‌المللی پول، به قلم گوپتا، داوودی و روزا آلونسو-ترمه، نشان می‌دهد که فساد شدید و رو به فزونی موجب تشدید نابرابری درآمدها و فقر می‌شود. علت این امر، کاهش رشد اقتصادی و پیشرفت نظام مالیاتی، افول سطح و اثربخشی هزینه‌های اجتماعی، تشکیل سرمایه انسانی با تداوم توزیع ناعادلانه مالکیت دارایی و دسترسی نابرابر به آموزش و پرورش است. مطالعه صندوق بین‌المللی پول معتقد است که این یافته‌ها در مورد کشورهای با تجارب مختلف رشد و در مراحل مختلف توسعه صدق می‌نماید.^{۱۱}

در این زمینه مطبوعات آزاد (نظیر فعالان جامعه مدنی) می‌توانند به مثابه یک تقابل آشکار در برابر فساد در جامعه عمل کنند.

۹ وزارت امور خارجه هلند. ۲۰۱۲. جامعه مدنی، امداد و توسعه: یک تحلیل بین کشوری. مطالعه انجام شده توسط پروفیسور دکتر ایرنه ون استاورن (Irene van Staveren) و الن وینک (Ellen Webbink)، مؤسسه بین‌المللی مطالعات اجتماعی، دانشگاه اراسموس روتردام انجام شده، برای سیاست و عملیات ارزیابی وزارت امور خارجه.

۱۰ همان: ۴۰

۱۱ گوپتا، سانجیو (Gupta, Sanjeev)، حمید ر. داوودی (Hamid R. Davoodi) و روزا آلونسو-ترمه (Rosa Alonso-Terme). ۲۰۰۲. «آیا فساد بر نابرابری درآمد و فقر تأثیرگذار است؟ اقتصاد حکومت ۲۳-۴۵ (۱): ۳.

دلایل این‌که رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل به کاهش سطح فساد در هر جامعه کمک می‌کنند عبارتند از: (الف) ارائه اطلاعات قابل اثبات در جهت منافع عمومی، (ب) گنجاندن نظرات و مسائل مردم در دستور کار دولت، و (ج) بالا بردن سطح نظارت عمومی بر سیاست‌های توسعه ملی. همه این دلایل نیز بصورت تجربی در پژوهش فوق به اثبات رسیده است.^{۱۲}

شواهد تجربی بیشتر از نقش رسانه‌ها در توسعه پایدار را می‌توان از مطالعات مختلف تفکیک نمود که نشان‌دهنده چگونگی ارتباط رسانه‌ها با دستیابی به شاخص‌های دیگر توسعه: رفاه کودکان، برابری جنسیتی؛ تحصیلات؛ خدمات بهداشتی؛ توسعه زیربنایی، و غیره است.^{۱۳} این امر به‌ویژه در جمع‌آوری، تحلیل و تصحیح داده‌های سنجش‌پذیر در زمینه شاخص‌های توسعه اهمیت دارد. کمیت و کیفیت داده‌های موجود و در دسترس یک جامعه تابعی از اثربخشی یک دورم‌های رسانه‌ای پویا است. در فرآیند تدوین اهداف توسعه پایدار پسا ۲۰۱۵، موضوع داده‌های قابل اتکا در گزارش هیئت عالی افراد برجسته در مورد دستور کار توسعه پسا ۲۰۱۵ به‌طور مؤکد مطرح شده و ایشان خواستار یک «انقلاب داده‌ها برای توسعه پایدار» شده‌اند.^{۱۴}

به طور خلاصه، شواهد حاکی از اهمیت رسانه‌های آزاد، مستقل و کثرت‌گرا برای توسعه، در شرایط خاص، به علت تعدد نقش‌های ایفا شده توسط چنین رسانه‌هایی است.

-
- ۱۲ برای مثال نگاه کنید ارائه دانیل کافمن (Daniel Kaufmann) را با عنوان در زمینه توسعه رسانه: نمای تجربی غیرمترعارف. در دسترس: <http://cima.ned.org/sites/default/files/Kaufmann%20presentation%20for%20CIMA%20site.pdf>
دیده ۳/۳/۲۰۱۴. همچنین خلاصه مری مایرز (Mary Myers) از آنچه دانشگاهیان در مورد رابطه بین رسانه‌ها و حکومت می‌گویند را ببینید. در دسترس:
<http://panos.org.uk/2012/07/26/media-and-governance-what-the-academics-say>
دیده ۲۰۱۴/۳/۳
- ۱۳ پروژه نقشه رسانه، با تأمین اعتبار مالی بنیاد بیل و ملیندا گیتس (the Bill and Melinda Gates Foundation) و اجرا شده توسط انترنیوز (Internews) که مطالعاتی با هدف ایجاد پایه‌های تجربی برای توسعه رسانه‌ها انجام داده است. به عنوان نمونه رجوع شود به نتیجه‌گیری سانجوکتا (Sanjukta) از چنین تحقیقات تجربی و رویکردهای روش‌شناختی نوپدید برای تحلیل روابط بین رسانه‌ها و توسعه. ۲۰۱۱. گزارش بررسی اجمالی: سنجیدن توسعه رسانه‌ها. در دسترس:
<http://www.mediamapresource.org/wp-content/uploads/2011/04/MeasuringMediaDev.MediaMap.pdf>
دیده: ۲۰۱۴/۳/۳
- ۱۴ گزارش هیئت عالی افراد برجسته دبیرکل در مورد دستور کار توسعه پسا ۲۰۱۵. در دسترس:
<http://www.un.org/sg/management/beyond2015.shtml21>
دیده: ۲۰۱۵/۲/۵

پشتیبانی از رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل به طور فزاینده‌ای به عنوان عنصری اساسی برای ماهیت در حال تحول فعلی سیاست و حکومت فراگیر و همه شمول شناخته شده است.

به رسمیت شناختن رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از روند توسعه و به خصوص از نظر حکومت امری تازه نیست و اجماع گسترده‌ای در نقش آنها در توسعه وجود دارد هر چند در مورد ماهیت متنوع این نقش همواره اختلاف نظرهایی وجود داشته و مسلماً در آینده ادامه خواهد داشت.^{۱۰} آنچه در شرایط کنونی بسیار متفاوت است این است که اساساً زمینه گسترده کار رسانه‌ها به خصوص در پی ظهور اینترنت و تلفن‌های همراه که موجب تسهیل دسترسی به رسانه و در معرض رسانه‌ها قرار گرفتن، و به نوبه خود افزایش فعالیت‌های مدنی شده، به شدت تغییر کرده است.^{۱۱}

چنین تغییراتی همه رسانه‌ها شامل برخط و برون خط را در فرآیندهای اجتماعی بزرگ‌تر که متضمن ماهیت توسعه و نقش شهروندان در آن است، درگیر نموده است. در نتیجه این تحولات، منش سیاست، سیاست‌گذاری و سازمان سیاسی متحول می‌شود و فرصتی را برای ایجاد دستور کار یک حکومت مشمول‌گرا و مردم سالار که برای ارائه بهتر خدمات به همه مردم به تغییرات واکنش نشان می‌دهد به وجود آورده است. این اصل در راستای نظریه «جامعه مشترک» است که کاسام اوتیم (Cassam Uteem) رئیس جمهور سابق موریس در سخنان خود در هشتمین کارگروه آزاد توسعه پایدار سازمان ملل متحد مطرح نمود مبنی بر این که دستیابی به اهداف توسعه پایدار به «حکومت‌داری حساس و فراگیر که همه اعضای جامعه را در نظر گرفته و برای آنها ارزش قائل است» نیازمند است. وی خواستار یک توسعه پایدار برای مشارکت و مشورت شد و افزود که «حکومت خوب نیاز به اطلاعات خوب» دارد و توصیه نمود که برای نشان دادن نتایج افتراقی سیاست‌ها، و به منظور اطمینان از شمول این اهداف به کل افراد جامعه، باید آمار و اطلاعات به صورت تفکیک شده جمع‌آوری و تحلیل شوند.

۱۰ برای نمونه رجوع شود به آثاری مانند: راجرز، ای ام، ۱۹۶۲. اشاعه ی نوآوری‌ها. نیویورک: مطبوعات آزاد؛ شرام، و. ۱۹۶۴. رسانه‌های جمعی و توسعه ملی: نقش اطلاعات در کشورهای در حال توسعه. استنفورد: انتشارات دانشگاه استنفورد؛ و مولانا، ه و ویلسون، ۱۹۸۷. ارتباطات و توسعه: ارزیابی جهانی. پاریس: یونسکو. آثار اخیر در این حوزه احتمالاً شامل ساسمن-پنا، تارا. ۲۰۱۲. مؤثرتر نمودن توسعه رسانه‌ها. واشنگتن دی سی: مرکز بین‌المللی کمک به رسانه‌ها؛ تنی، ویزدام جی. ۲۰۰۶. سیاست پاسخگویی رسانه‌ها در آفریقا: بررسی مکانیزم‌ها و نهادها. مجله رسمی بین‌المللی ارتباطات ۶۸ (۳): ۲۲۹-۲۴۸ و گوپتا، سانجیو، حمید رضا داودی و روزا آلونسو-ترمه. ۲۰۰۲. آیا فساد بر نابرابری درآمد و فقر اثر گذار است؟ اقتصاد حکومت ۳ (۱): ۲۳-۴۵.

۱۱ هافمن، دیوید. ۲۰۱۳. قیام شهروندان: روزنامه‌نگاری مستقل و گسترش دموکراسی. نیویورک: مطبوعات ژورنالیسم کانن.

چنین بینشی از یک جامعه توانمند دور از ذهن نیست. ابزارهای ارتباطی تقریباً در همه جا حاضر، و اهمیت استفاده از آنها در کاربردهای رسانه‌ها، در تار و پود جامعه و در فرایند خود توسعه جای گرفته است. در این راستا، نقش مهم‌تری برای رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل در کلیه برنامه‌های رسانه‌ای و با طیف وسیعی از کنش‌گران جدید به وجود آمده که اکنون به عملکرد رسانه‌ها کمک نموده و در نتیجه مکمل نقش مستمر روزنامه‌نگاری مؤسسات رسانه‌ای سنتی هستند. این تحول موجب تقویت بیشتر اهمیت سیاسی و حکومت‌داری که رسانه‌ها برای توسعه دارند، شده است.

این اهمیت از مدت‌ها پیش توجه سیاسی را به اعلام پذیرش اصول بنیادین رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل جلب نموده است. در قانون اساسی بسیاری از کشورها به آزادی بیان به عنوان یک اصل اساسی حکومت دموکراتیک در یک چشم‌انداز توسعه ملی، به درجات مختلف اذعان شده است. این موضوع در مورد میثاق‌های مختلف منطقه‌ای که دولت‌ها به‌طور جمعی به آن ملحق شده‌اند نیز صدق می‌کند. حق آزادی بیان جدا از این‌که به عنوان یک حق اساسی در اعلامیه جهانی حقوق بشر به رسمیت شناخته شده، در کنوانسیون حقوق بشر اروپا، کنوانسیون آمریکایی حقوق بشر و منشور آفریقایی حقوق بشر و قومیت‌ها نیز بیان سیاسی یافته است و به این ترتیب در سطح سیاست جهانی به رسمیت شناخته شده و اجرا می‌شود.

این اصول اعلان شده در زمینه گفتمان توسعه پایدار در گزارش سال ۲۰۱۳ دبیر کل سازمان ملل توسط هیئت عالی ۲۷ نفره افراد برجسته در مورد دستور کار توسعه پسا ۲۰۱۵، یک بیان سیاسی روشن یافته و به‌طور مؤکد خواهان توجه به «حکمرانی خوب و نهادهای مؤثر» شده است. این گزارش حکومت‌داری خوب را با اصول دموکراتیک از جمله بهره‌بردن مردم از آزادی بیان، تشکل‌ها، اعتراضات صلح‌آمیز و دسترسی به رسانه‌ها و اطلاعات مستقل؛ افزایش مشارکت عمومی در فرایندهای سیاسی و مشارکت مدنی در تمام سطوح؛ تضمین حق مردم در دسترسی به اطلاعات و به داده‌های دولت؛ و کاهش رشوه‌خواری و فساد و تضمین پاسخگو بودن مقامات، مرتبط دانسته است.^{۱۷}

به عقیده متخصص توسعه رسانه‌ها، جیمز دین (James Deane)، این گزارش «دستور کاری نو و بلند همت برای ارائه چارچوبی جامع برای مقابله با گستره‌ای از چالش‌های عظیم توسعه فراهم می‌کند و این کار را با قرار دادن مسائل حکومت‌داری و حقوق انسانی-از جمله آزادی رسانه‌ها- در مرکز توجه و نه حاشیه، انجام می‌دهد؛ این امری بی‌سابقه است».^{۱۸}

۱۷ سازمان ملل متحد. ۲۰۱۳. یک مشارکت جهانی جدید: ریشه کنی فقر و متحول نمودن اقتصادها از راه توسعه پایدار: گزارش هیئت عالی افراد برجسته در مورد دستور کار توسعه پسا ۲۰۱۵. نیویورک: انتشارات سازمان ملل متحد. در دسترس: http://www.un.org/sg/management/pdf/HLP_P2015_Report.pdf. دیده: ۲۰۱۴/۵/۲

۱۸ دین، جیمز. ۲۰۱۳. معنای یک هدف توسعه پسا ۲۰۱۵ در مورد رسانه‌های آزاد چیست؟ در دسترس: <http://www.bbc.co.uk/blogs/bbcmmediaaction/posts/What-would-a-post-2015-development-goal-on-free-media-mean> دیده: ۲۰۱۴/۵/۲

این گزارش به خصوص با این توصیه که «دسترسی به رسانه‌ها و اطلاعات مستقل» باید یک هدف مستقل باشد به لحاظ نمودن رسمی مسائل رسانه در گفتمان توسعه پایدار کمک می‌کند. از نظر جیمز دین وجود رسانه‌های مستقل و آزاد دقیقاً به خاطر ارتباط چنین رسانه‌هایی با دسترسی عمومی به نظرات و اطلاعات است.^{۱۹}

گزینه‌های مختلف و نوظهوری مربوط به حکومت‌داری خوب وجود دارد که به چگونگی پیوند یافتن توسعه پایدار با مسائلی که به طور معمول به رسانه‌های آزاد، مستقل و کثرت‌گرا می‌پردازد. دبیر کل سازمان ملل ضمن پذیرفتن گزارش مزبور، نظریه کلی در دسترس همگان بودن را به عنوان عنصری جدایی‌ناپذیر از حکومت‌داری خوب مورد تأکید قرار داد و رویکرد فراگیر و مشاوره‌های گسترده گزارش را ستود.^{۲۰} فضای آزاد، مشارکت و شفافیت، زمانی که به عنوان شرایط حکومت‌داری خوب مطرح می‌گردند نیز، به طور جدایی‌ناپذیری بر رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل بنا شده‌اند. ریاست مشترک کارگروه فضای آزاد در سازمان ملل متحد، سابا کوروسی (Csaba Kurosi)، در جمع‌بندی نتایج تحلیل وضعیت انجام شده توسط گروه، اظهار می‌نماید که تدوین اهداف توسعه پایدار به عهده حکومت است و اجرای آن به شیوه حکومت‌داری بستگی دارد. وی در ادامه ضمن اشاره به شفافیت به عنوان یک عنصر اساسی حکومت، اظهار داشته که حاکمیت قانون باید بر نتایج عادلانه و نه فقط فرآیندهای عادلانه متمرکز نماید.^{۲۱}

هیئت عالی افراد برجسته در ادامه تلاش نموده که حکومت‌داری را به عنوان یکی از اهداف توسعه پایدار ترغیب نماید.^{۲۲} در ارتباط با این هدف کلان چندین هدف فرعی نیز وجود دارند که در بسیاری از موارد حکومت قانون را شامل می‌شود. این شاخصی است که بر اساس قطع‌نامه سازمان ملل متحد در نوامبر ۲۰۱۳، به‌ویژه در مورد امنیت روزنامه‌نگاران و مبارزه با مصونیت از مجازات برای جرایم علیه آنها قابل مشاهده است.^{۲۳}

-
- ۱۹ همان‌جا
- ۲۰ گزارش هیئت عالی افراد برجسته منتصب دبیرکل سازمان ملل متحد در مورد دستور کار توسعه پسا ۲۰۱۵. در دسترس: <http://www.un.org/sg/management/beyond2015.shtml>. دیده ۲۰۱۴/۵/۲
- ۲۱ هشتمین نشست کارگروه همگانی مجمع عمومی سازمان ملل متحد در زمینه اهداف توسعه پایدار. ۳-۷ فوریه ۲۰۱۴ | مقرر سازمان ملل متحد، نیویورک، ایالات متحده آمریکا. در دسترس: <http://www.iisd.ca/sdgs/owg8>. دیده ۲۰۱۴/۱۱/۲.
- ۲۲ برای مثال نگاه کنید به، شورای رهبری شبکه راه حل‌های توسعه پایدار. ۲۰۱۳. دستور کار اقدام برای توسعه پایدار: گزارش برای دبیر کل سازمان ملل. در دسترس: <http://unsdsn.org/wp-content/uploads/2014/02/An-Action-Agenda-for-Sustainable-Development.pdf>.
- دیده ۲۰۱۴/۰۲/۲۵، علاوه بر گزارش پیشرفت کارگروه همگانی مجمع عمومی در اهداف توسعه پایدار. در دسترس: <http://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/3238summaryallowg.pdf>. دیده ۲۰۱۴/۰۲/۲۴.
- ۲۳ قطع‌نامه در مورد امنیت روزنامه‌نگاران و موضوع مصونیت از مجازات برای جرایم علیه آنها، مصوبه شصت و هشتمین اجلاس مجمع عمومی سازمان ملل در ۱۸ دسامبر ۲۰۱۳.

کارگروه فضای آزاد سازمان ملل متحد نیز به نوبه خود حکومت داری را با حقوق بشر و حقوق انسان‌ها در مورد توسعه، پیش‌گیری از منازعات، استقرار صلح پس از درگیری و ارتقاء صلح پایدار مرتبط دانسته است.^{۲۴} کارگروه مزبور همچنین با برجسته‌سازی موضوعاتی نظیر ارتقاء برابری شامل عدالت اجتماعی، برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان، شاخص حساسیت جنسیتی را در کنار حکومت داری مطرح نموده است. یک مقاله مناظره‌ای توسط دویچه وله (Deutsche Welle) فهرست شاخص‌های ممکن از حکومت داری را به مقوله‌هایی نظیر تقویت «استقلال و پاسخگویی متقابل نهادهای اجتماعی»، با اشاره به احزاب سیاسی، پارلمان، قوه قضائیه، جامعه مدنی و مهم‌تر از همه رسانه‌ها، گسترش داده است.^{۲۵}

دغدغه‌های مربوط به حکومت داری در ابعاد مختلف آن از یک سو و موضوع رسانه از سوی دیگر هر چند متمایز، اما مرتبط هستند. در واقع، بحث‌های جاری اشاره به منطق پیوند دادن مسئله حکومت داری به حداقل بخشی از ملاحظات مربوط به رسانه‌ها می‌نماید. رسانه‌های آزاد، مستقل و کثرت‌گرا خود هدف نیستند بلکه راهی برای پرداختن به مسائل توسعه مربوط به حکومت داری می‌باشند. در واقع می‌توان نقش رسانه‌ها را در کمک به ترویج حقوق بشر، ارتقای حق توسعه و تقویت حکومت داری؛ از جمله به واسطه نقش اساسی آنها در طول فرآیندهای انتخاباتی؛ دریافت. ترویج ایمنی روزنامه‌نگاران می‌تواند به پیش‌گیری از درگیری‌ها، استقرار صلح پس از درگیری و غیره کمک کند. مشارکت سیاسی و مسائل مربوط به جنسیت به همراه موضوع نهادهای اجتماعی مستقل همگی به شکل اجتناب‌ناپذیری با رسانه‌ها متصل هستند.

لذا استفاده از مفهوم «حکومت داری» به عنوان یک چارچوب یک هدف توسعه پایدار که به طور مستقیم به ترویج رسانه‌های آزاد، مستقل و کثرت‌گرا مرتبط باشد، قابل تصور است. به‌ویژه در زمانی که تعریف رسانه اساساً گسترده‌تر شده است. به این ترتیب، می‌توان یک هدف توسعه پایدار برای حکومت داری تدوین نمود که زمینه نظارتی، هسته عملیاتی و چرخه ارتباط رسانه و شهروند در زمینه توسعه پایدار که مستلزم ایجاد رسانه‌های آزاد، مستقل و کثرت‌گرا است را در برگیرد. در عین استقبال از گزارش هیئت عالی افراد برجسته در مورد دستور کار توسعه پسا ۲۰۱۵، ماده ۱۹ سه استدلال را در رابطه با محوریت موضوع آزادی اطلاعات در پیش‌برد توسعه ملی ارائه داده است که نکات برجسته آن در زیر آمده است:

۲۴ گزارش پیشرفت کار گروه فضای آزاد مجمع عمومی در مورد اهداف توسعه پایدار. در دسترس:
دیده ۲۰۱۴/۰۲/۲۴ <http://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/3238summaryallowg.pdf>.

۲۵ Lublinski, Jan, Deselaers, Peter & Berner, Petra. ۲۰۱۳. اهداف توسعه هزاره پس از ۲۰۱۵: آزادی بیان و رسانه‌ها: مقاله مناظراتی. در دسترس:

<http://www.dw.de/popups/pdf/29438701/post-2015-mdgs-freedom-of-expression-and-the-media-pdf.pdf>.
دیده ۲۰۱۴/۰۳

- ◀ تأکید واضح بر حق دسترسی به اطلاعات موجب ایجاد تحول، ترویج توسعه مشارکتی، توانمند شدن همه مردم در محقق ساختن حقوق خود و مقابله با چالش‌های توسعه خود، و فراهم کردن وسیله پیشرفت بیشتر در زمینه پاسخگویی، شفافیت، حکومت‌داری خوب، مشارکت و توانمندسازی می‌شود.
- ◀ کیفیت بهتر و در دسترس بودن بیشتر اطلاعات به بهبود تخصیص منابع و تصمیم‌گیری آگاهانه‌تر دولت‌ها، جامعه مدنی و بخش خصوصی منجر می‌شود؛ و
- ◀ واسطه‌های اطلاعاتی مانند سازمان‌های جامعه مدنی، رسانه‌ها، نمایندگان مجلس، و کتابخانه‌ها می‌توانند به دولت‌ها و مردم در برقراری ارتباط، سازماندهی، ساختار و درک داده‌های مهم برای فرآیند توسعه کمک کنند.^{۲۶}

با این وجود برداشت گروه‌های جامعه مدنی این است که با وجود اذعان به اهمیت حکومت‌داری همگانی و فراگیر به عنوان پس‌زمینه اجرای اهداف توسعه پایدار، این موضوع در «سند اولویت‌ها»ی کارگروه مزبور از اهمیت لازم برخوردار نشده است و در عین استقبال از به رسمیت شناختن ضرورت وجود نهادهای توانمند برای حمایت از توسعه انسانی پایدار، از این کارگروه سازمان ملل متحد خواسته‌اند به‌طور واضح‌تر و شفاف‌تری راجع به نیاز به تعیین یک هدف مستقل برای حمایت از حکومت پاسخگو، همگانی و شمول‌گرا، در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی، اظهار نظر نمایند»،^{۲۷} نقطه نظری که موافق با توصیه‌های هیئت عالی افراد برجسته و شبکه راهکارهای توسعه پایدار است.

در زمان نگارش کتاب حاضر (ژوئن ۲۰۱۵)، پیش‌نویس اهداف توسعه پایدار شامل موارد زیر است: «آرمان پیشنهادی شماره ۱۶: ترویج جوامع صلح طلب و فراگیر برای توسعه پایدار، فراهم آوری دسترسی به عدالت برای همه و ایجاد نهادهای کارآمد، پاسخگو و فراگیر در تمامی سطوح». در این راستا، هدف فرعی ۱۶-۱۰ به کلیه کشورهای که برای «تضمین دسترسی عموم به اطلاعات و حفاظت از آزادی‌های اساسی بر اساس قوانین ملی و میثاق‌های بین‌المللی» تلاش می‌نمایند اشاره دارد. گرچه این واژگان مورد نظر تا آن اندازه و به آن شکل که گروه‌های بسیاری برای گنجاندن آن تلاش کردند افزوده نشد، لکن نشان‌دهنده اذعان ارتباط امر توسعه با مقوله دسترسی به اطلاعات و حقوق اساسی شامل آزادی بیان است بوده است.

۲۶ ماده ۱۹. ۲۰۱۳. دسترسی به اطلاعات اساسی برای موفقیت دستور کار توسعه پسا ۲۰۱۵. در دسترس: <http://www.article19.org/resources.php/resource/37393/en/access-to-information-central-to-the-post-2015-development-agenda>. دیده: ۲۰۱۴/۰۲

۲۷ پس از ۲۰۱۵. سال ۲۰۱۴. واکنش پسا ۲۰۱۵ به «سند اولویت‌ها» کارگروه همگانی. در دسترس: <http://www.beyond2015.org/sites/default/files/Beyond%202015%20reaction%20to%20the%20Open%20Working%20Group%20final%203%20March%202014.pdf>. دیده: ۲۰۱۴/۷/۳

همان‌طور که در مطالعه سال ۲۰۱۵ یونسکو با عنوان «روندهای جهانی در آزادی بیان و توسعه رسانه‌ها» توصیف شده است، موضوع رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل، شامل امنیت روزنامه‌نگاران و برابری جنسیتی، همگی مظاهر آزادی بیان هستند.^{۲۸}

رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل یک هنجار جهانی مربوط به اصول توسعه است.

در برهه‌های مختلف زمان، جامعه بین‌المللی به طور ضمنی یا با صراحت به هنجارهای مربوط به توسعه و هنجارهای مربوط به آزادی بیان و آزادی مطبوعات اذعان نموده است. ارتباط این دو قلمرو به یکدیگر فرآیندی آگاهانه و با مشارکت مدنی برای پاسخ به چالش‌های توسعه عمومی است.

در نظام ملل متحد، از ابتدای تأسیس این سازمان در سال ۱۹۴۵ و پس از آن تأسیس یونسکو به عنوان یکی از کارگزاری‌های تخصصی این سازمان در سال ۱۹۴۶، نقش رسانه‌ها در ایجاد صلح و عدالت در جهان به عنوان واقعییتی در سطح جهان پذیرفته شده بود. ماده ۱ (۳) منشور سازمان ملل متحد از ارتقاء و احترام به «حقوق بشر و آزادی‌های اساسی برای همه» در زمینه «حل و فصل مسائل بین‌المللی با ماهیت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، و یا انسان‌دوستانه» حمایت نموده است. چنین آزادی‌های اساسی، به آزادی بیان و تبعات آن شامل دسترسی به اطلاعات و آزادی مطبوعات تعمیم داده می‌شود، که همگی برای قادر ساختن مردم به شرکت فعال در «حل و فصل مسائل بین‌المللی با ماهیت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و یا انسان‌دوستانه» اهمیت دارند.^{۲۹} این ارتباط حقوق بشر و آزادی‌های اساسی با مشارکت شهروندان در اعلامیه جهانی حقوق بشر سال ۱۹۴۸، ماده ۱۹ به صورت زیر منعکس شده است:

هر کس حق آزادی عقیده و بیان دارد و این حق شامل آزادی در داشتن عقاید بدون مداخله و حق جستجو، دریافت و انتشار اطلاعات و افکار از طریق هر رسانه‌ای و بدون در نظر گرفتن مرزی است.^{۳۰}

این موضع اعلامیه جهانی حقوق بشر پیش از آن در قانون اساسی یونسکو در سال ۱۹۴۶ اعلان شده بود که مقرر می‌نماید کشورهای عضو سازمان «در پیش‌برد دانش و درک متقابل مردم، با استفاده از تمام وسایل ارتباط جمعی همکاری نموده و برای رسیدن به این هدف، متعهد شدن به موافقت‌نامه‌های بین‌المللی لازم برای ترویج جریان آزاد اندیشه‌ها از طریق کلام و تصویر را توصیه می‌نماید».^{۳۱}

۲۸ یونسکو. ۲۰۱۴. روندهای جهانی در آزادی بیان و توسعه رسانه‌ها. پاریس: انتشارات یونسکو.

۲۹ منشور سازمان ملل متحد. در دسترس:

دیده: ۲۰۱۴/۵/۲ <http://www.un.org/en/documents/charter/chapter1.shtml>

۳۰ ضمیمه ۱: اعلامیه جهانی حقوق بشر (۱۹۴۸). در دسترس:

دیده: ۲۰۱۴/۵/۲ <http://www.ohchr.org/Documents/Publications/ABCannexesen.pdf>

۳۱ یونسکو. ۲۰۰۴. قانون اساسی سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد: متون اساسی. پاریس: یونسکو: ۷-۲۱.

ساخته و پرداخته شدن این مواضع در طول سالیان نیز شایان توجه است. به خصوص در سال ۱۹۹۱، کشورهای عضو یونسکو اعلامیه ویندهوک (Windhoek Declaration) را به تصویب رساندند که قواعد یک مطبوعات (آفریقایی) آزاد، کثرت‌گرا و مستقل را به عنوان جلوه‌ای از حق آزادی بیان و وسیله ضروری برای جریان آزاد اندیشه‌ها با استفاده از کلام و تصویر به رسمیت شناخته است. در سی و هفتمین اجلاس کنفرانس عمومی یونسکو در سال ۲۰۱۳، عبارت «از طریق هر رسانه ممکن» با تعمیم دادن آن به رسانه‌های برخط و برون خط به رسمیت شناخته شد.^{۳۲}

همه این تحولات به طور مستقیم با پدید آمدن قواعد توسعه پایدار مرتبط است که به مثابه «رویکردی به توسعه است که ایجاد تعادل بین نیازهای مختلف و اغلب رقیب و آگاهی از محدودیت‌های زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی روبروی ما در جامعه» را دنبال می‌کند.^{۳۳} چنین نگرش متعادل و منسجمی از توسعه بدان معنی است که کلیت گزینه‌های توسعه تبدیل به یک دغدغه مهم سیاست‌گذاری‌ها شده و به عنوان مثال دولت‌ها را قادر به اتخاذ یک نگاه بلند مدت برای برآوردن «نیازهای متنوع همه مردم در جوامع فعلی و آینده، ترویج رفاه شخصی، انسجام و شمول اجتماعی و ایجاد فرصت‌های برابر» می‌نماید.^{۳۴} دیدگاه ناپایدار به توسعه از ملاحظات آینده‌نگر مجزا است و نیز به طور بالقوه ممکن است منجر به نابرابری بیشتر شود که خود مخل رشد اقتصادی است، به‌ویژه نوعی از رشد که باعث کاهش فقر و پویایی اجتماعی است.

چنین نابرابری‌هایی، از نظر برنامه توسعه ملل متحد، می‌تواند با تضعیف انسجام اجتماعی باعث افزایش تنش‌های سیاسی و اجتماعی و در برخی شرایط، موجب بی‌ثباتی و درگیری شود.^{۳۵}

بین معیارهای بین‌المللی رسانه و قواعد همتای حول محور توسعه، هنگامی که از آن یک روند بلند مدت، پایدار و انسان محور متصور شود، هماهنگی نزدیکی وجود دارد. به عنوان مثال، یک فرآیند توسعه منابع انسانی از جمله نیازمند مقادیر زیادی اطلاعات دقیق، متنوع، تحلیلی و پیش‌بینی کننده (یا هشدار دهنده اولیه) است که یک نظام رسانه‌های آزاد، مستقل و کثرت‌گرا می‌تواند در کنار منابع دیگر اطلاعات، در ارائه آن به سیاست‌گذاران و در نتیجه به ایجاد یک جامعه آگاه و بصورت مدنی درگیر با مسائل توسعه کمک نماید.

۳۲ قطع‌نامه ۵۲ «مسائل مرتبط با اینترنت: از جمله دسترسی به اطلاعات و دانش، آزادی بیان، حریم خصوصی و ابعاد اخلاقی جامعه اطلاعاتی» که به نوبه خود موجب تقویت قطع‌نامه ۱۱۳ درباره «ترویج، حفظ و برخورداری از حقوق بشر در اینترنت» مصوب شورای حقوق بشر در سال ۲۰۱۲ شد.

۳۳ کمیسیون توسعه پایدار. ۲۰۱۱. توسعه پایدار چیست؟ در دسترس:

دیده: ۲۰۱۴/۱۱/۲. <http://www.sd-commission.org.uk/pages/what-is-sustainable-development.html>

۳۴ همان‌جا.

۳۵ برنامه توسعه سازمان ملل متحد. ۲۰۱۳. تفرق بشریت: مقابله با نابرابری در کشورهای در حال توسعه. نیویورک: برنامه توسعه سازمان ملل متحد، دفتر سیاست‌های توسعه.

در زیر به تعدادی از نکاتی که در برخی بیانیه‌های کنفرانس‌های مرتبط به یونسکو مورد تأکید قرار گرفته‌اند اشاره شده است:

- ◀ اعلامیه پاریس در روز جهانی آزادی مطبوعات ۲۰۱۴: «آزادی بیان و به تبع آن آزادی مطبوعات و حق دسترسی به اطلاعات، حقوق اساسی و همچنین توانمند ساز بسیاری از اهداف مربوط به دستور کار توسعه پسا ۲۰۱۵ هستند.»
 - ◀ اعلامیه ریگا در روز جهانی آزادی مطبوعات ۲۰۱۵: «روزنامه‌نگاری منجر به حاکمیت قانون، مراقبت در برابر فساد، ترویج بحث سیاست، تعمیق شفافیت در جامعه، و توانایی شهروندان برای تصمیم‌گیری آگاهانه شده، و در نتیجه آنها را قادر می‌سازد به طور فعال در امور عمومی شرکت نمایند... امنیت روزنامه‌نگاران و موضوع مصونیت از مجازات برای جرایم علیه آنها به طور مستقیم با اجرای هدف پیشنهادی شماره ۱۶ توسعه پایدار، به‌ویژه هدف‌های فرعی مربوط به آزادی‌های اساسی، دسترسی به اطلاعات و حاکمیت قانون مرتبط است.»
 - ◀ نقشه راه بالی: نقش رسانه‌ها در تحقق آینده‌ای که برای همه می‌خواهیم (۲۰۱۴): «به رسمیت شناختن این که صلح و توسعه پایدار به طور فزاینده‌ای در گرو مشارکت مردم آگاه است و این نیاز به یک جریان آزاد اطلاعات و دانش دارد که به نوبه خود وابسته به آزادی بیان با استفاده از تمام ابزارهای رسانه‌ای است...»
- «تصریح بر نقش بالقوه رسانه‌ها در تضمین فرآیند شکل‌گیری توسعه در یک کشور، به اشتراک‌گذاری نظریات و نوآوری‌ها، و پاسخگو دانستن اصحاب قدرت، اما تأکید بر این‌که تنها با وجود رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل و تضمین امنیت روزنامه‌نگاران این امر میسر است...»
- «با آگاهی از اهمیت جامعه مدنی و عموم مردم به عنوان ذی‌نفعان اصلی در هر دو مقوله رسانه و توسعه پایدار، و نیاز به تضمین مشارکت آنها در فرایندهای مربوط به این دو...»
- «اعتقاد به این‌که فعالان رسانه‌ای توانا و سهیم در این فرآیند می‌توانند اجتماعی قوی برای بحث‌های عمومی ایجاد کرده و مشارکت مردم به حاشیه رانده شده، فقیر و محروم از دسترسی عادلانه به ارتباطات را ارتقا دهند... [همچنین]
- «اذعان به این‌که توانایی فعالان رسانه‌ای در عملی نمودن استعداد‌های نهان خود در توسعه نیز به دسترسی عموم به اطلاعات و فن‌آوری ارتباطات، اطلاعات و دانش بستگی دارد.»

جامعه مدنی ارتباط قوی موجود بین این عرصه از هنجارهای بین‌المللی را بیشتر تقویت کرده است. در فوریه سال ۲۰۱۴ حدود ۲۰۰ گروه جامعه مدنی دست به دست هم داده و از کارگروه فضای آزاد سازمان ملل متحد خواستند که پاسخگو بودن دولت‌ها و استقلال رسانه‌ها را محور یک چارچوب جدید برای توسعه جهانی قرار دهد. این سازمان‌های مدافع‌گر در یک بیانیه مشترک که براساس ماده ۱۹ و با انجمن جهانی توسعه رسانه هماهنگ شده بود استدلال نمودند که دسترسی به اطلاعات و رسانه‌های آزاد، عنصری حیاتی برای یک برنامه توسعه آینده است چرا که به مردم کمک می‌کند تا دولت‌های خود را در تلاش برای دستیابی به رشد اقتصادی، برابری اجتماعی و پایداری زیست‌محیطی پاسخگو بدانند.^{۳۶} این گسترش شدید فعالیت‌های مدنی در سطح جهان در مورد هنجارهای بین‌المللی نشان‌دهنده حرکتی راهبردی جهت به رسمیت شناختن رسانه‌های آزاد، مستقل و کثرت‌گرا به عنوان یک گزاره مهم از معادله توسعه است.

۳۶ ۲۰۰ نفر از فعالان خواهان یک طرح توسعه توسط سازمان ملل متحد برای پاسخگو دانستن بیشتر دولت‌ها شدند. خبرنامه انجمن جهانی برای توسعه رسانه‌ها. ۴ فوریه ۲۰۱۴.

پیامدهای آموزشی

در این فصل استدلال شده است که گفتمان توسعه پایدار به مثابه یک فرایند پیوسته توسعه انسانی، به طور فزاینده‌ای ارزش رسانه‌های آزاد، مستقل و کثرت‌گرا را به رسمیت می‌شناسد. در واقع برای افزودن آنها به هر بسته جهانی برای توسعه پایدار، مبانی تجربی، حکومت‌داری و اصولی مستقیم یا غیر مستقیم وجود دارد. برای سنجش اثربخشی رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل در کسب و حفظ دست‌آوردهای توسعه و جایگاه آنها به عنوان پیش نیاز ایجاد یک حکومت مطلوب می‌توان آن را به طور تجربی آزمود. چنین رسانه‌هایی و سهم آنها در کمک به جریان آزاد اطلاعات، بیشتر با مأموریت اصولی سازمان ملل متحد برای ترویج صلح در جهان تناسب دارد. با توجه به این امر، پنج توصیه روزنامه‌نگاری-آموزشی زیر را می‌توان ارائه نمود:

- ◀ مدرسان روزنامه‌نگاری می‌توانند توسعه پایدار را به عنوان یک نظام به هم پیوسته از گزینه‌های توسعه‌ای، با پشتیبانی برنامه‌های کلان دولت، در نظر بگیرند که تأثیر عمده‌ای بر مدار اجتماعی که در آن چشم‌انداز رسانه تکامل می‌یابد اعمال می‌کند؛
- ◀ با در نظر گرفتن موارد فوق، مدرسان روزنامه‌نگاری می‌توانند مفهوم نظام رسانه‌ای آزاد، مستقل و کثرت‌گرا که بخشی جدایی‌ناپذیر از حکومت‌داری برای توسعه پایدار است را به طور کلی در برنامه‌های درسی خود و طرح‌های آموزشی بگنجانند؛ همان‌طور که گزارش هیئت عالی افراد برجسته به دبیر کل سازمان ملل متحد توصیه نموده است؛
- ◀ به علاوه، مدرسان روزنامه‌نگاری می‌توانند اطمینان خاطر داشته باشند که تمرکز تدریس ایشان با واسطه توسعه پایدار؛ در حقیقت؛ با روند جامعه بزرگ‌تر توسعه و توسعه رسانه‌ها که فراتر از کلاس‌های درس است هم‌خوانی دارد و در نتیجه عمل خود را توجیه پذیر بدانند.
- ◀ آموزش روزنامه‌نگاری می‌تواند حرفه روزنامه‌نگاری را به تأثیرات رسانه‌های آزاد، کثرت‌گرا و مستقل در مسائل مربوط به توسعه پایدار پیوند بزند؛
- ◀ علم تدریس روزنامه‌نگاری می‌تواند روند مهم جهانی تطبیق و تفهیم (موضوعات توسعه) را برای افزودن به دانش، نگرش و مهارت دانشجویان فراهم نماید.

در این قالب گسترده‌تر، آموزش روزنامه‌نگاری همچنین می‌تواند «سواد» مربوط به بسیاری از ابعاد توسعه پایدار را ارتقا دهد. کتاب حاضر رئوس مطالب درسی مربوط به تعدادی از این ابعاد را به عنوان منبعی برای آموزش روزنامه‌نگاری و برای روزنامه‌نگاران حرفه‌ای که قصد ارتقاء دانش خود در این زمینه را دارند ارائه می‌دهد.

۲. راهنمای کاربر

چگونه می‌توان این برنامه‌های درسی را مورد استفاده قرار داد؟ از بسیاری جهات، استفاده از این برنامه‌های درسی ابتکاری و ذهنی است و کاربران تجارب خود را به این فرآیند می‌آورند. مانند مدل برنامه‌های درسی یونسکو و نسخه مختصر برنامه‌های درسی جدید، این برنامه‌های درسی تخصصی نسخه‌ای واحد برای همه مسائل نیستند و می‌توان، و باید، آنها را متناسب با شرایط و محتوای خاص ملی و یا نهادی آموزش و یادگیری تطبیق داد. در تهیه این برنامه‌های درسی هرچند تلاش شده دیدگاهی بین‌المللی به آن داده شود اما هنوز از این لحاظ دچار محدودیت‌هایی است. با در نظر گرفتن این موضوع، چند روش ممکن برای استفاده از برنامه‌های درسی در زیر ارائه شده است:

◀ به عنوان یک منبع کمک آموزشی برای تکمیل یک دوره موجود: برخی مؤسسات از پیش دوره‌ها و یا واحدهایی برای موضوعات مطروحه در این برنامه درسی دارند، که در آن صورت می‌توان از این برنامه به عنوان یک منبع اضافی استفاده نمود. بسیاری از مطالب پیشنهادی برای مطالعه را می‌توان به آسانی برای دوره‌های موجود توصیه نمود.

◀ به عنوان یک واحد مستقل جدید که در هر برنامه آموزشی قابل معرفی است: در مواردی که این موضوعات در برنامه درسی وجود ندارند، هر یک از رئوس این مطالب را می‌توان به عنوان یک نوآوری جهت معرفی و یا ادغام موضوعات جدید به برنامه‌های موجود استفاده کرد که به نوبه خود به غنای دانش و مهارت‌های کلی دانش‌آموزان می‌افزاید؛

◀ به عنوان یک کتابچه راهنمای آموزشی: هر مدرس روزنامه‌نگاری که مایل به انطباق این برنامه‌های درسی برای مقاصد خود باشد، می‌تواند با اتکا بر فهرست خواندنی‌های پیشنهادی ارائه شده به این کار مبادرت نماید.

◀ به عنوان منبع مطالعه برای روزنامه‌نگاران حرفه‌ای: این مطالب خواندنی به‌خصوص آنهایی که به آسانی و به صورت بر خط قابل دسترسی هستند، ممکن است برای پرورش فکری و بهبود عملکرد حرفه‌ای روزنامه‌نگاران حرفه‌ای جالب و مفید باشد.

مهم‌تر این‌که این برنامه‌های درسی خود جزئیاتی درباره روش‌های اجرای برنامه و گزینه‌های متنوع‌تر برای کاربران پیشنهاد می‌کنند. در صورتی که مایل به آغاز گفتگو با آنها هستید، فهرست همکاران در انتهای کتاب؛ شامل نشانی رایانامه آنها برای تماس آسان؛ آمده است.

اجرای این برنامه‌های درسی در کلاس درس نشان‌دهنده یک خط مشی آموزشی مهم^{۳۷} دیگر است و آن چگونگی تجهیز و آمادگی مؤثر دانشجویان برای انتشار گزارش‌هایی که شالوده پیچیده‌ای دارند، با توجه محتوای دانش تخصصی موجود در این برنامه‌های درسی. در واقع، لازمه اجرای این برنامه‌های درسی عبارت از اصول خاص مدیریت یک داستان خبری است که ارزش‌های مهم گردآوری اخبار در عین وفادار ماندن به پیچیدگی آن که معرف حوزه‌های دانش تخصصی مانند محیط زیست است را منعکس می‌کند. در این راستا، برای آماده‌سازی بهتر دانشجویان که از عهده دبیران خبر خود در وضعیت اتاق خبر برآیند، هفت اصل مهم را می‌توان تطبیق داده و استفاده نمود. اغلب لازم است دبیران خبر را از اهمیت یک داستان با محوریت توسعه متقاعد کرد، و برای این کار راه‌های مختلفی ممکن است وجود داشته باشد:

◀ مسائل مربوط به توسعه دارای ابعاد پولی جدی هستند: معمولاً خبرها و مقالات خبری مربوط

به توسعه پایدار حاوی بحث هزینه‌های صدها میلیارد دلاری است. پرسش‌هایی نظیر این‌که اعتبار مالی عظیمی که برای انطباق با تغییرات آب و هوا و کاهش آن لازم است از کجا باید تأمین شود؟ چه کسی آن را کنترل می‌کند؟ چه کسی آن را خرج می‌کند؟ چه کسی از اجرای صحیح آن مطابق با اهداف اولیه اطمینان حاصل می‌کند؟ چه کسی بودجه سازمان‌های غیر دولتی و سیاست‌مداران را تأمین می‌کند؟ چه بنگاه‌هایی از اقدامات مربوط به تغییر آب و هوا منتفع می‌شوند؟ چه بنگاه‌هایی متضرر می‌شوند؟ یک حوزه مورد توجه رسانه‌ها این است که آیا کشورهای ثروتمند به وعده‌های خود در مورد تأمین اعتبار اقدامات مربوط به آب و هوا در کشورهای در حال توسعه عمل می‌کنند، و این‌که آیا این منابع مالی واقعاً جدید و اضافه شده هستند یا این‌که از همان بودجه‌های کمکی موجود استفاده می‌شود. در مورد این‌که چه مقدار سرمایه‌گذاری آب و هوا باید از بودجه عمومی و چه مقدار از بخش خصوصی تأمین شود نیز بحث و اختلاف نظر زیادی وجود دارد. تمام عناصر یک خبر خواندنی را با دنبال کردن این موضوعات پولی می‌توانید پیدا کنید.

◀ موضوعات جهانی را بومی کنید: همیشه می‌توان زوایایی از مسائل جهانی را شناسایی نمود که مورد

علاقه مخاطبان محلی باشد. همه جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی توسعه پایدار ارائه شده در این برنامه‌های درسی اغلب در برگیرنده دانشمندی است که تحقیقات جدیدی منتشر نموده‌اند، سیاست‌گذاری که تصمیمی جدید را اعلان کرده‌اند، فعالانی که خواسته‌های جدیدی مطرح نموده‌اند، و غیره. این اتفاقات حتی اگر در دوردست‌ها اتفاق بیفتد، روزنامه‌نگاران هوشمند می‌توانند راهی برای ارتباط دادن آن به شرایط محلی و مخاطبان خود بیابند. سازمان‌های غیردولتی، دانشگاه‌ها و مجلات علمی در سراسر جهان عموماً درباره برخی از مسائل مطرحه در این برنامه‌های درسی مانند تأثیر فن آوری‌های جدید بر سیاست‌گذاری‌های محلی و غیره، بیانیه‌های خبری منتشر می‌کنند. لذا به

۳۷ این توصیه‌ها برای گزارش نویسی اقتباس شده از شاناهان، م. شوبرت، و. شرر، سی و کورکوران تی. تغییر آب و هوا در آفریقا: کتاب راهنما برای روزنامه‌نگاران ویرایش توسط فکسون باندا. پاریس: یونسکو. در دسترس: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002254/225451e.pdf>.

دانشجویان توصیه می‌شود از طریق تماس با مسئولین اطلاع رسانی سازمان‌های مختلف و پیوستن به فهرست ایمیل آنها مرتباً در جریان تحولات جهانی باشند تا بتوانند موضوعات خبری خوب و به روز تهیه نمایند.

◀ **به زوایای جدید نگاه کنید:** در مورد هر سیاست جدید، اختراع نو و هر نوآوری‌ای که حاکی از پیشرفت در زمینه توسعه پایدار باشد، سعی کنید اثرات متقابل آن را بر جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی شناسایی کنید. در این صورت دانشجو می‌تواند زوایایی جدید برای گزارش خود پیدا کند که بهداشت، آموزش، کسب و کار، فن‌آوری، مواد غذایی، فرهنگ، ورزش، گردشگری، دین و سیاست - و در واقع تقریباً همه چیز را شامل می‌شود.

◀ **موضوع را تخصصی دنبال کنید:** یکی از بهترین راه‌ها برای «فروش» یک داستان به یک دبیر خبر این است که در مورد موضوع خبر کارشناس باشید و اهمیت آن را در جامعه به خوبی بدانید. دانشجویان با مطالعه نمونه‌های خوب کار روزنامه‌نگاران دیگر که گزارش‌های خوبی درباره یک موضوع خاص علمی نوشته‌اند می‌توانند دانش خود را در آن حوزه خاص به روز نگه دارند. برای نمونه گزارش‌های خوب بین‌المللی می‌توان به اینترپرس سرویس، رویترز الرت نت، گاردین، نیویورک تایمز و بی بی سی رجوع نمود. اما در سراسر جهان بسیاری خبرنگاران خوب داخلی هم هستند که گزارش‌های کارشناسی برای رسانه‌های ملی تهیه می‌کنند. از شبکه‌های اجتماعی مانند فیس بوک یا توییتر برای دانستن نظرات مردم درباره جنبه‌های خاص توسعه پایدار استفاده کنید.

◀ **به فهرست‌های رایانامه خبری بپیوندید:** برای این‌که در جریان آخرین تحولات در زمینه‌های خاص علمی قرار بگیرید، پیوستن به فهرست‌های رایانامه خبری بسیار مفید است. مثلاً در مورد موضوعات مربوط به تغییر آب و هوا، در شبکه:

Climate-L (<http://www.iisd.ca/email/subscribe.htm>)

هزاران متخصص آب و هوا آخرین گزارش‌ها و اطلاعات خود در مورد رویدادهای مربوطه را به اشتراک می‌گذارند. برای کسب اطلاعات در مذاکرات سازمان ملل متحد در مورد تغییر آب و هوا، روزنامه‌نگاران می‌توانند در بولتن مذاکرات کره زمین (http://www.iisd.ca/process/climate_atm.htm) مشترک شوند. یک روش مؤثر دیگر برای تبدیل شدن به یک کارشناس مجاب‌کننده در زمینه مسائل توسعه پایدار استفاده از فناوری‌های هشدار خبری (news alerts) و خبرخوان (news feeds) است.

◀ **مجلات علمی بخوانید:** دانشجویان را می‌توان تشویق نمود تا با اشتراک در مجلات مهم که در زمینه‌های خاص توسعه پایدار منتشر می‌شوند، تحقیقات جدید مربوطه را پیگیری کنند. برای نمونه در مسائل مربوط به تغییر آب و هوا، فهرست‌های پستی زیر مفید هستند: خدمات بیانیه‌های مطبوعاتی EurekAlert و AlphaGalileo. البته مقالات مجله عموماً برای مشترکینی که حق اشتراک پرداخت می‌کنند قابل دسترسی است. اما روزنامه‌نگاران می‌توانند با جستجو در گوگل اسکالر

(<http://scholar.google.com>) نسخه PDF آن را دریافت کنند و یا برای یک مقاله خاص به تارنمای مجله مربوطه مراجعه کنند. در این وبگاه‌ها اغلب نشانی رایانامه نویسنده، که معمولاً مایل به ارسال نسخه‌ای از مقاله خود به روزنامه‌نگاران و پاسخ دادن به سوالات آنها است، نشان داده شده است. راه دیگر تهیه یک دفترچه تلفن تماس با کارشناسان است که برای این منظور می‌توان مقالات علمی که اخیراً در باب یک موضوع خاص منتشر شده‌اند را در اینترنت جستجو نمود (گوگل اسکولار یک ابزار خوب است چرا که با نشان دادن دفعاتی که یک مقاله در مطالعات بعدی ذکر شده یا مورد استفاده قرار گرفته، اهمیت آن پژوهش را نمایان می‌سازد).

◀ **ارتباط خود را حفظ کنید:** یک روزنامه‌نگار هرگز نمی‌تواند منابع زیادی در دسترس داشته باشد. با توجه به این که هر گزارش در مورد توسعه پایدار با جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی زندگی تلاقی پیدا می‌کند، روزنامه‌نگاران می‌توانند فهرست تماس مفصلی از طیف گسترده‌ای از منابع موجود در بخش‌های مختلف چه در داخل و چه در خارج از کشور برای خود تهیه کنند. این فهرست می‌تواند شامل: سیاست‌گذاران، سازمان‌های دولتی، کارگزاری‌های سازمان ملل متحد، سازمان‌های جامعه مدنی و مراکز تحقیقاتی و غیره باشد. برخی از بهترین منابع، نه سازمان‌ها بلکه مردم عادی هستند- مانند کشاورزان، ماهیگیران، گله‌داران و صاحبان کسب و کارهای کوچک.

در مجموع، می‌توان با استفاده از اصول فوق در کلاس درس به دانشجویان نشان داد چگونه می‌توانند به طور مؤثر دبیران خبر را به استفاده از گزارش خبری خود ترغیب نمایند.

۳. برنامه‌های درسی

در زیر نمونه‌هایی از الگوهای برنامه درسی ارائه شده که البته باید با شرایط محلی و ملی انطباق داده شوند. هر برنامه شامل نظریات، روش‌ها و مواد درسی است که می‌تواند الهام بخش مدرسین و برنامه ریزان دیگر باشد. سرفصل ارائه شده مربوط به موضوع‌های زیر است که همگی پیوندی روشن و قابل شرح به توسعه پایدار دارند:

- ◀ روزنامه‌نگاری و توسعه پایدار
- ◀ روزنامه‌نگاری بوم‌شناختی (اکوژورنالیزم)
- ◀ گزارش‌گردشگری پایدار
- ◀ گزارش‌مهاجرت، با تمرکز بر پناهندگان
- ◀ روزنامه‌نگاری تحقیقی اخلاقی
- ◀ رسانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و چهره در حال تغییر روزنامه‌نگاری
- ◀ روزنامه‌نگاری مدافعه‌گر: مشارکت، بازتابی و جامعه
- ◀ گزارشگری مشترک بین‌المللی



روزنامه‌نگاری و توسعه پایدار

رادیکا میتال (Radhika Mittal)

در تصحیح عدم توازن زیست‌محیطی و مقابله مناسب با بحران تغییر آب و هوا، برای تضمین دسترسی به غذا، آب، انرژی، آموزش، بهداشت، و نیازهای دیگر که مورد سوء سازگاری هستند به تحول نگرش عمیق‌تری نیاز داریم. در گزارش‌هایی که دغدغه‌های داخلی توسعه را منعکس می‌کنند اغلب جنبه‌های زیست‌محیطی مغفول می‌مانند و در نتیجه درک عمومی از آن موضوع دچار گمراهی می‌شود. این دوره با هدف پر کردن این شکاف دانش، روزنامه‌نگاران را با مجموعه‌ای از پژوهش‌های اجتماعی-علمی آشنا می‌کند که می‌توانند از آن به عنوان ابزارهای اساسی استفاده نموده و آنها را در تهیه گزارش‌های پایدارتر و سالم برای پرداختن به موضوعات بین‌بخشی در گفتمان عمومی شامل توسعه پایدار، حکومت‌داری و توسعه اقتصادی، پشتیبانی می‌کند.

سطح دوره: این دوره را می‌توان به عنوان یک واحد اصلی در سال آخر برنامه مدرک کارشناسی رشته روزنامه‌نگاری و یا به عنوان یک پودمان در دوره کارشناسی ارشد روزنامه‌نگاری ارائه نمود.

شرح دوره: این دوره به شناسایی عوامل و درون‌مایه‌های لازم برای تهیه گزارش‌های خبری در زمینه چالش‌های توسعه پایدار و محیط زیست کمک می‌کند. اهداف توسعه پایدار (SDGs) که جایگزین اهداف توسعه هزاره (MDGs) می‌شوند به همان رشته موضوعات می‌پردازند. تغییر آب و هوا و پایداری زیست محیطی با بسیاری مسائل که مستلزم اقدامات اصلاحی برای دستیابی به توسعه پایدار هستند تلاقی دارند، بر آنها تأثیر می‌گذارند و از آنها تأثیر می‌پذیرند. لذا مواد درسی حاضر مقوله توسعه و برابری در دسترسی به منابع و رشد را از منشور نگرانی‌های زیست محیطی جهانی مانند غذا، آب، انرژی، و تنوع زیستی بررسی می‌کند. شرکت کنندگان نیز تشویق خواهند شد به کاوش عمیق این درون‌مایه‌ها پرداخته و ارتباط آن را با وضعیت فعلی حاکمیت شرکتی و عمومی، با هدف خلق گزارش‌های پرمعنی تر و مرتبط تر با شرایط شناسایی نمایند.

نتایج یادگیری: این دوره با هدف تجهیز دانشجویان به موارد زیر تنظیم شده است:

- ◀ دانش مفهومی و نظری در خصوص چالش‌های اساسی توسعه پایدار و راه‌های ممکن برای مقابله با آن
- ◀ تحلیلی عملی برای درک کاستی‌های موجود برای گزارش در مسائل زیست محیطی و توسعه
- ◀ ارتقای مهارت‌های ارزیابی تحلیلی و انتقادی، تحقیقات کاربردی و بهره بردن از یک زمینه کار گسترده‌تر اجتماعی-علمی

رویکرد یا روش‌های تدریس: سخنرانی، ارائه، بحث درباره خواننده‌ها، مطالعات موردی، تکالیف عملی.

زمان مورد نیاز: چهار ساعت در هفته، ده تا دوازده هفته (برخی موضوعات نیاز به مباحث عمیق‌تر دارند و می‌توان آنها را به دو بخش تقسیم کرد).

معیار نمره و ارزشیابی:

تکالیف هفتگی: ۵۰٪

ارائه گروهی: ۲۰٪

مقاله: ۲۰٪

شرکت در کلاس: ۱۰٪

رئوس مطالب دوره:

تعاریف و خواندنی‌های زیر بر جنبه‌های جهانی و ارائه نظری موضوعات تأکید دارند. برای تعیین تمرین‌های هفتگی نگارش عملی و توسعه دانش منحصر به بافتار فرهنگی معین، به استادان توصیه می‌شود، از میان مطالب زیر تعدادی را انتخاب کرده و در صورت لزوم مطالب خواندنی دیگری که به مطالعات موردی کشور یا منطقه خاص خود پرداخته‌اند را نیز به نحو مقتضی برای استفاده دانشجویان معرفی و استفاده نمایند.

هفته ۱: توسعه پایدار

- ◀ بسط مفهوم پایداری در رابطه با محیط زیست، اقتصاد و جامعه
- ◀ درک اهداف توسعه پایدار، رویکردهای متنوع، چالش‌های زیست محیطی
- ◀ نقدها و تحولات آتی

خواندنی‌های پیشنهادی:

- اچ ای دالی. ۱۹۹۰. درباره برخی اصول عملیاتی توسعه پایدار. *اقتصاد محیط زیست*، ۲(۱)، صص ۶-۱.
- جی الیوت. ۲۰۱۲. *مقدمه‌ای بر توسعه پایدار*. ایننگدن، بریتانیا، روتلج. گیدینگز، ب.، هاپ وود، ب.، و اوبراین، جی. ۲۰۰۲. *محیط زیست، اقتصاد و جامعه: پیوند به هم و ادغام در توسعه پایدار*. توسعه پایدار، ۱۰(۴)، صص ۱۹۶-۱۸۷
- هاپ وود، ب.، ملور، ام، و اوبراین، جی. ۲۰۰۵. توسعه پایدار: شناسایی روش‌های مختلف. *توسعه پایدار*، ۱۳(۱)، صص ۵۲-۳۸.
- ردکلیفت، ام. ۲۰۰۵. توسعه پایدار (۱۹۸۷-۲۰۰۵): پدیدار شدن یک ترکیب متناقض. *توسعه پایدار*، ۱۳(۴)، صص ۲۲۷-۲۱۲
- یونسکو. ۲۰۱۵. رسانه‌ها پشتیبان توسعه پایدار و فرهنگ صلح: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/San-Jose/pdf/Book_UNESCO_Media_and_Development_May_2015_01.pdf.
- یانگ، او. آر، آندردال، ای. کین، ان. آندرسن، اس. برنشتاین، اس. بی پر مان، اف. و استیونس، سی. ۲۰۱۴. چالش‌های نظام زمین و رویکردی چند لایه برای اهداف توسعه پایدار. *دانشگاه سازمان ملل متحد، مؤسسه مطالعات پیشرفته توسعه پایدار*. گزارش اجمالی خط مشی‌ها.

بخش اول: رسانه‌ها، تنظیم دستور کار، گفت‌وگوهای عمومی

- ◀ چرا پوشش رسانه‌ای مهم است: تدوین دستور کار، تعیین چارچوب‌ها، جهت دهی سیاست عمومی
- ◀ وضعیت پوشش رسانه‌ای: تحلیل گفت‌وگوهای جهانی تغییر آب و هوا

بخش دوم: برداشت عمومی

- ◀ افکار عمومی، شناسایی دانسته‌های مردم
- ◀ نگرش‌ها، رفتارها و عوامل مؤثر بر چشم‌اندازی پایدار

خواندنی‌های پیشنهادی:

- آلن، اس. آدام، بی. و کارتر، سی. (ویراستاران). ۲۰۰۰. خطرات زیست محیطی و رسانه‌ها. لندن و نیویورک، روتلج.
- بوی کاف، ام‌تی. ۲۰۱۱. چه کسی از آب و هوا صحبت می‌کند؟ تفسیر گزارش رسانه‌ها در مورد تغییرات آب و هوا. کمبریج، انتشارات دانشگاه کمبریج.
- بوی کاف، ام‌تی، و رابرتز، جی‌تی. ۲۰۰۷. پوشش رسانه‌ای تغییر آب و هوا: روند کنونی، نقاط قوت، نقاط ضعف. گزارش توسعه انسانی، ۲۰۰۸، ۳.
- انگل-فریدمن، ام. لی، ای. فورمن، جی. ماکولایتس، ام اند چو، کی دابلیو ۲۰۱۰. عوامل مؤثر بر نگرش‌ها و رفتارها راجع به پایداری محیط زیست. مجله بین‌المللی پایداری زیست محیطی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی، ۶ (۶)، صص ۵۸-۴۱.
- هولت، دی، بارک مه آر اند آر. ۲۰۱۲. پوشش رسانه‌ای مسائل توسعه مسائل پایدار: توجه دوره‌ای و یا موازنه مؤکد؟ توسعه پایدار، ۲۰ (۱)، صص ۱۷-۱.
- لیکاف، جی. ۲۰۱۰. چرا نحوه گزارش‌دهی ما از محیط زیست مهم است؟ ارتباطات زیست محیطی، ۴ (۱)، صص ۷۰-۸۱.
- لایزرو-ویتس، ای. ۲۰۰۶. اولویت‌های ادراک و خط‌مشی‌های خطرات تغییر آب و هوا: نقش تأثیر گذاری، تصویرسازی، و ارزش‌ها. تغییر آب و هوا، ۷۷ (۲-۱)، صص ۴۵-۷۲.
- لایزرو-ویتس، ای. ای کیتس. آر دابلیو اند پاریس، تی ام. ۲۰۰۰. ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای توسعه پایدار: مروری بر روندهای چند ملیتی و جهانی. بررسی سالانه محیط زیست و منابع، ۳۱، صص ۴۴۴-۴۱۳.
- لایزرو-ویتس، ای. تاکر، جی. ۲۰۱۳. تغییر آب و هوا در ذهن مردم هند. دانشگاه ییل و دانشگاه جورج میسون. نیویورک، سی تی، پروژه ییل در زمینه تغییر آب و هوا.
- لوئیس، جی.، و بویس، تی. ۲۰۰۹. تغییر آب و هوا و رسانه‌ها: مقیاس چالش. تغییر آب و هوا و رسانه. نیویورک، نیویورک، پیتر لانگ.

مارکوارت-بیات، اس تی، شووم، آر ال. دیتز تی. دانلوپ آر ای. کاپلوویتز اس آ. مک رایت آ ام و ظهران اس. ۲۰۱۱. درک افکار عمومی راجع به تغییر آب و هوا: درخواست یک پژوهش. محیط زیست: علم و سیاست برای توسعه پایدار، ۵۳ (۴)، صص ۳۸-۴۲.

نیس بت، ام بی. ۲۰۱۰. انتقال پیام تغییر آب و هوا: چرا چارچوب‌ها برای مشارکت عمومی مهم هستند. محیط زیست: علم و سیاست برای توسعه پایدار، ۵۱ (۲)، صص ۱۲-۲۳.

هفته ۴: امنیت غذایی، شیوه‌های مصرف

- ◀ تأمین تقاضای جهانی برای مواد غذایی: دوگانگی در دسترس بودن منابع در مقابل مصرف
- ◀ بحث و مذاکره در مورد شیوه‌های تولید و مصرف برای معاش عادلانه
- ◀ نقش مواد غذایی در تغییرات رژیم غذایی

خواندنی‌های پیشنهادی:

- باجلی، سی. پرفکتو، ۲۰۰۷. آیا کشاورزی ارگانیک می‌تواند جهان را سیر کند؟ سیستم‌های کشاورزی و غذایی تجدید پذیر، ۲۲، صص ۸۰-۸۶.
- کلی، جی. ۲۰۱۱. رد پای مواد غذایی را منجمد کنیم. مجله نیچر، ۴۷۵ (۷۳۵۶)، صص ۲۸۷-۲۸۹.
- دی بوئر، جی. شاسلر، اچ. و بوئرسما، ج. ج. ۲۰۱۳. تغییر آب و هوا و مصرف گوشت: یک ترکیب ناخوشایند؟ مجله روانشناسی زیست محیطی، ۳۳، صص ۱-۸.
- دی ژیوس، م. ۲۰۰۹. رفاه طلبی پایدار: لذت زندگی با محدودیت‌های زیست محیطی. این ساپر، ک. رابل، ام. و لین، تی. (ویراستاران)، لذت‌ها و سیاست‌های نحوه متفاوت مصرف کردن. لندن، پالگریو مک میلان، صص ۱۱۳-۱۲۹.
- دلگادو، سی. ۲۰۰۳. افزایش مصرف گوشت و شیر در کشورهای در حال توسعه یک انقلاب غذایی جدید ایجاد کرده است. مجله تغذیه، ۱۳۳، صص ۳۹۰۷-۳۹۱۰ س.
- دی فالکو، اس. ورونسی، ام. و یوسف، ام. ۲۰۱۱. آیا انطباق با تغییر آب و هوا امنیت مواد غذایی را تأمین می‌کند؟ یک چشم‌انداز خرد از کشور اتیوپی. مجله آمریکایی اقتصاد کشاورزی، ۹۳ (۳)، صص ۸۲۹-۸۴۶.
- فیشر، جی. شاه، ام. تویی یلو، اف ان. و ون ولویزن، اچ. ۲۰۰۵. اثرات اجتماعی-اقتصادی و تغییرات آب و هوایی در کشاورزی: ارزیابی جامع، ۱۹۹۰-۲۰۸۰. مبادلات فلسفی انجمن سلطنتی، ب: علوم زیستی، ۳۶۰ (۱۴۶۳)، صص ۲۰۸۳-۲۰۶۷.
- گرین، ال. کاستلو، ال. و دثر، ۲۰۱۰. گیاهخواری، امید به سلامت، و انتقال پیام توسعه پایداری. مجله استرالیایی ارتباطات، ۳۷ (۳)، صص ۵۱.
- هانرا، منیر آ، و قریشی، م. ایجاز. ۲۰۱۰. بحران جهانی آب و امنیت غذایی آینده در عصر تغییر آب و هوا، سیاست‌های غذایی، صص ۱-۱۳.

پری، ام و همکاران. ۲۰۰۹. خلاصه اجرایی، تغییر آب و هوا و گرسنگی: مقابله با چالش. بخش ارتباطات و سیاست عمومی، برنامه جهانی غذا، صص ۸-۱۶.

سنو، کی و رودریگز، ان. ۲۰۱۲. به دست آوردن زمین کشاورزی، امنیت غذایی و تغییرات آب و هوایی: یک دور باطل در جهان جنوب. ابعاد انسانی و اجتماعی تغییر آب و هوا. دسترسی آزاد: اینتک، صص ۱۶۵-۸۰.

تاگرسون، جی. و شریدر، یو. ۲۰۱۲. از دانش به عمل- مسیرهای جدید به سوی مصرف پایدار. مجله سیاست‌های مصرف کننده، ۳۵ (۱)، صص ۱-۵.

ورمولن، اس. کمپیل، بی ام. و اینگرام، جی. ۲۰۱۲. تغییر آب و هوا و سیستم‌های مواد غذایی. بررسی سالانه محیط زیست و منابع، ۳۷ (۱)، صص ۱۹۵-۲۲۲.

واکرناگل، ام. و ریس، و. ای. ۱۹۹۶. اثرات زیست محیطی ما: کاهش تأثیرات انسان بر روی زمین. چاپ بی سی. گابریولا انتشارات انجمن جدید.

زی یر فولگل، جی. و اریکسون، پی جی. ۲۰۱۰. سازگاری با تغییر آب و هوا برای حفظ امنیت غذایی. نقد و بررسی‌های میان رشته‌ای ویلی: تغییر آب و هوا، ۱ (۴)، صص ۵۲۵-۵۴۰.

هفته ۵: آب و انرژی

- ◀ اخلاق، اقتصاد و سیاست آب و انرژی
- ◀ مسیرهای دستیابی به انرژی‌های تجدید پذیر و پایدار
- ◀ آینده آب و انرژی

خواندنی‌های پیشنهادی:

- چو، س. و ماجومدار، ا. ۲۰۱۲. فرصت‌ها و چالش‌های پیش رو برای یک آینده انرژی پایدار. مجله نیچر، ۴۸۸ (۷۴۱۱)، صص ۲۹۴-۳۰۳.
- هال، جی. و وره دنبرگ، اچ. ۲۰۱۲. چالش‌های نوآوری برای توسعه پایدار. نشریه توسعه ام آی تی اسلوان، ۴۵ (۱).
- کای گوسوز، ک. ۲۰۱۲. انرژی برای توسعه پایدار: مورد کشورهای در حال توسعه. مقالات انرژی‌های تجدیدپذیر و پایدار، ۱۶ (۲)، صص ۱۱۱۶-۱۱۲۶.
- سلطانه، ف. و لوفتوس، آ. (ویراستاران). ۲۰۱۳. حق آب: سیاست، حکومت و مبارزات اجتماعی. آبینگدون، برتانای کبیر، روتلج. گزارش توسعه جهانی آب سازمان ملل متحد. ۲۰۰۳. آبی برای مردم، آب برای زندگی.
- آری، جان. ۲۰۰۸. تغییر آب و هوا، سفر و آینده بغرنج، مجله جامعه شناسی بریتانیا، ۵۹ (۲)، صص ۲۶۱-۲۷۹.
- واندرهایدن، س. (ویراستار). ۲۰۱۳. سیاست انرژی: چالش‌های آینده‌ای پایدار. روتلج.

وی، جی. وی، وای. غربی، ای. اسکینر، D. و لایل، ۲۰۱۴. تکامل اخبار پوشش خبری روزنامه‌ها از مسائل مربوط به آب در استرالیا در فاصله سال‌های ۱۸۴۳-۲۰۱۱. آمیبو، صص ۱-۱۳.

هفته ۶: نابودی گونه‌ها و تنوع زیستی

- ◀ نابودی منابع طبیعی و منافع اکوسیستم
- ◀ ساز و کارهای تطبیقی و تغییرات تکاملی در انسان و سایر گونه‌ها با توجه به تغییرات آب و هوا

خواندنی‌های پیشنهادی:

- کاردینال، بی جی. دافی، جی ای. گونزالس، ای. هوپر، دی یو. پرینگز، سی. وینایل، پی. و نعیم، س. ۲۰۱۲. نابودی تنوع زیستی و تأثیر آن بر بشریت. مجله نیچر، ۴۸۶ (۷۴۰۱)، صص ۵۹-۶۷.
- دی فرایز، آر اس. الیس، ای سی. چاپین، اف اس. ماتسون، پی ای. ترنر، بی ال. آگراوال، آ. و سیویتسکی، جی. ۲۰۱۲. فرصت‌های سیاره‌ای: قراردادی اجتماعی برای علم تغییر جهانی جهت کمک به آینده‌ای پایدار. نشریه بیو ساینس (علوم زیستی)، ۶۲ (۶)، صص ۶۰۳-۶۰۶.
- هاینس، آ. کوواتس، آر اس. کمپبل لندروم، دی. و کوروالان، سی. ۲۰۰۶. ۲۰۰۶. تغییر آب و هوا و سلامت انسان: اثرات، آسیب پذیری و سلامت عمومی. نشریه پابلیک هلث (بهداشت عمومی)، ۱۲۰ (۷)، صص ۵۸۵-۵۹۶.
- هافمن، ای ای. و سگرو، سی ام. ۲۰۱۱. تغییر آب و هوا و انطباق تکاملی. مجله نیچر، ۴۷۰ (۷۳۳۵)، صص ۴۷۹-۴۸۵.
- مک میشل، ای جی. وودراف، آر ای. و هیلز، اس. ۲۰۰۶. تغییر آب و هوا و سلامت انسان: خطرات کنونی و آینده. مجله لانست، ۳۶۷ (۹۵۱۳)، صص ۸۵۹-۸۶۹.
- مک شین، تی او. هرش، پی دی. ترانگ، تی سی. سونگورا، آ. ن. کینزیگ، آ. مونته فری، بی. و اوکانر، اس. ۲۰۱۱. گزینه‌های دشوار: ایجاد توازن بین حفاظت از تنوع زیستی و رفاه انسان. نشریه حفاظت بیولوژیکی، ۱۴۴ (۳)، صص ۹۶۶-۹۷۲.
- وود، ای. استدمن-ادواردز، پی. و مانگ، جی. ۲۰۱۳. علل ریشه‌ای نابودی تنوع زیستی. نیویورک، روتلج.

هفته ۷: چالش‌های رشد اقتصادی، عدالت و کسب و کار

- ◀ تأثیر شیوه‌های کسب و کار در منافع زیست بوم، کمک‌های مالی بنگاه‌های اقتصادی به پایداری و سیاست‌گذاری‌ها راجع به مسائل زیست محیطی
- ◀ سناریوهای آینده زمینه سازی رشد عادلانه، توزیع ثروت و مهاجرت مردم

خواندنی های پیشنهادی:

- بارک میه یر، آر. هولت، دی. پریوس، ال. و تسانگ، اس. ۲۰۱۱. چه بر سر «پایداری» توسعه پایدار آمد؟ دستورالعمل های کسب و کار دو دهه پس از براندتلند. نشریه توسعه پایدار ۲۲ (۱). صص ۱۵-۳۲.
- بی یرمن، اف. و بواس، آی. ۲۰۰۸. محافظت از پناهندگان آب و هوا: موردی برای یک پروتکل جهانی، نشریه محیط زیست، ۵۰ (۶)، صص ۸-۱۶.
- هودت، جی. ترامه تر، ام. و وبر، جی. ۲۰۱۲. درک تحولات استراتژی کسب و کار در مورد تنوع زیستی و منافع زیست بوم. اقتصاد محیط زیست، ۷۳، صص ۳۷-۴۶.
- مندلسون، آر. دینار، آ. و ویلیامز، ال. ۲۰۰۶. تأثیر توزیعی تغییرات آب و هوایی در کشورهای فقیر و غنی. محیط زیست و اقتصاد توسعه، ۱۱ (۰۲)، صص ۱۵۹-۱۷۸.
- مون، جی. ۲۰۰۷. سهم مسئولیت اجتماعی شرکت ها در توسعه پایدار. توسعه پایدار، ۱۵ (۵)، صص ۲۹۶-۳۰۶.
- اونیل، بی سی. کریگلر، ای. ریاحی، ک. ابی، کی ال. هالگات، اس. کارتر، تی آر. و وان وورن، دی پی. ۲۰۱۴. یک چارچوب سناریو جدید برای تحقیقات تغییر آب و هوا: مفهوم مسیر اقتصادی و اجتماعی مشترک. تغییر آب و هوا، ۱۲۲ (۳)، صص ۳۸۷-۴۰۰.
- شون هر، تی. ۲۰۱۲. نقش مدیریت زیست محیطی در توسعه پایدار کسب و کار: یک تحقیق و بررسی چند کشوری. مجله بین المللی اقتصاد تولید، ۱۴۰ (۱)، صص ۱۱۶-۱۲۸.
- شیوا، وی. ۲۰۱۱. عدالت: کوتاه ترین راه برای پایداری جهانی. در تحقیقات اروپایی درباره توسعه پایدار. اسپرینگر برلین هایدلبرگ، صص ۲۳-۳۷.
- ولفورد، ار. (ویراستار). ۲۰۱۳. گرو گرفتن محیط زیست گرایی: اقدامات بنگاه های اقتصادی در زمینه مسائل توسعه پایدار. لندن، روتلج.
- ویلر، اس ام. ۲۰۱۳. برنامه ریزی برای پایداری: ایجاد جوامع قابل زیستن، عادلانه و زیست محیطی. ایننگدن، بریتانیا، روتلج.

هفته ۸: حکومت، اخلاق و شمول

- ◀ بحث و گفتگو درباره علم سیاست، فشارهای مربوط به خط مشی ها و موانع رشد پایدار
- ◀ مدیریت عوامل جنسیتی و فقر به عنوان موانع رشد
- ◀ اخلاق زیست محیطی، الزامات اخلاقی

خواندنی های پیشنهادی:

- آلبرتزیو، اس و همکاران. ۲۰۱۴، آیا سیاست های زیست محیطی برای رشد بهره‌وری اهمیت دارند؟؛ بینش‌هایی از اقدامات بین‌کشوری سیاست‌های زیست محیطی، مقالات اداره اقتصاد سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه، شماره ۱۱۷۶، انتشارات سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه.
- اتفیلد، آر. ۲۰۱۴. اخلاق زیست محیطی: بررسی اجمالی برای قرن بیست و یکم. کمبریج، جان ویلی و پسر.
- داس گوپتا، ام. بوگارتس، جی. و کلیلند، جی. ۲۰۱۱. جمعیت، فقر و توسعه پایدار: مروری بر شواهد. بانک جهانی.
- دوباش، ان. (ویراستار). ۲۰۱۲. راهنمای تغییر آب و هوا و هند: توسعه، سیاست و حکومت. ایننگدن، بریتانیا، روتلج.
- کنسیکی، ال جی. ۲۰۰۴. هیچ درمانی برای عامل بیماری ما نیست: گسست ناشی از رسانه‌ها در بین مشکلات اجتماعی، و راه‌های ممکن. فصل‌نامه روزنامه‌نگاری و ارتباطات جمعی، ۸۱ (۱)، صص ۵۳-۷۳.
- مدوکرافت، جی. و استیور، آر. ۲۰۱۳. شیوه‌های ارزیابی در چرخه خط مشی و سیاست: کمک به حکومت‌داری واکنشی برای توسعه پایدار؟ مجله خط مشی زیست محیطی و برنامه‌ریزی، (پیش از چاپ)، صص ۱-۲۳.
- رزرکسیون، بی پی. ۲۰۱۳. پیوند مداوم زنان و محیط زیست در دستورالعمل‌های مربوط به تغییر آب و هوا و توسعه پایدار. در انجمن بین‌المللی مطالعات زنان (۴۰). پرگامون، صص ۳۳-۴۳.
- ریگائوگ، ام. ۲۰۱۱. موانع توسعه پایدار: بی‌ثباتی دانش تغییر آب و هوا. توسعه پایدار، ۱۹ (۳)، صص ۱۵۷-۱۶۶.
- شت، جی ان. ستیا، ان کی. و سرینیواس، اس. ۲۰۱۱. مصرف‌اندیش‌مندان: رویکردی مشتری محور به پایداری. مجله آکادمی علوم بازاریابی، ۳۹ (۱)، صص ۲۱-۳۹.

هفته ۹ و ۱۰

بخش اول: شناسایی پیام‌ها و روش‌های مؤثر

- ◀ مداخلات و تحرکات رسانه‌های جمعی در راستای ترویج مصرف‌گرایی
- ◀ امکاناتی برای گفتمان‌های جایگزین، چارچوبی برای هم‌نوایی اجتماعی
- ◀ در جستجوی ارزش‌های نو و بهتر برای بوم سپهر مختل شده

بخش دوم: رهنمودهایی برای گزارش توسعه پایدار

- ◀ بازانديشي شيوه‌های روزنامه‌نگاری، درک چگونگی شکل‌گیری خطرهای
- ◀ دیدگاه‌های کنش‌گران و مطالعات موردی مناطق خاص (بر اساس فعالیت کلاسی، سمینارهای مهمان و مشارکت شرکت‌کنندگان)

خواندنی‌های پیشنهادی:

- اندرسون، اس. ۲۰۰۳. فعال‌گرایی زیست‌محیطی و رسانه‌های خبری، اخبار، روابط عمومی و قدرت، در کانل، اس. (ویراستار). انتشارات سیج، لندن، صص ۱۱۷-۱۳۲.
- بویکاف، ام‌تی. و گودمن، ام‌کی. ۲۰۰۹. رستگاری آشکار؟ تأملاتی در وعده‌ها و خطرات زبازشدن تغییر آب و هوا. ژئوفورم، ۴۰ (۳)، صص ۳۹۵-۴۰۶.
- دویل، جی. ۲۰۱۱. واسطه‌تغییرات آب و هوا. انتشار اش‌گیت.
- جس، ایچ. ۲۰۱۲. تغییر آب و هوا و احتمال روند کند روزنامه‌نگاری. ایکوید نووی: مطالعات روزنامه‌نگاری در آفریقا، ۳۳ (۱)، صص ۵۴-۶۵.
- گان، ای. و جکسون، اف. ۲۰۰۵. رسانه‌های جمعی آمریکا و توسعه پایدار. مجله بین‌المللی پایداری زیست‌محیطی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی، ۱ (۴)، صص ۵۱-۵۵.
- هیل، اس. ۲۰۱۰. الگوهای از فعال‌گرایی در اینترنت و پیامدهای آن برای دموکراسی و تغییر آب و هوا. پایه برای دموکراسی و توسعه پایدار، پیش‌نویس مقاله بحث.
- لایزرویتس، ا. ا. و فرناندز، ال او. ۲۰۰۸. به سوی یک آگاهی جدید: ارزش‌هایی برای حفظ جوامع انسانی و طبیعی. محیط زیست: علم و سیاست برای توسعه پایدار، ۵۰ (۵)، صص ۶۲-۶۹.
- مایرز، تی‌ای. نیس‌بت، ام‌سی. مای‌باخ، ای‌دالیو. و لایزرویتس، ا. ا. ۲۰۱۲. یک چارچوب بهداشت عمومی، احساسات امیدوارکننده‌ای در مورد تغییرات آب و هوا برمی‌انگیزد. تغییر آب و هوا، ۱۱۳ (۳-۴)، صص ۱۱۰۵-۱۱۱۲.
- اونیل، اس. و نیکلسون-کول، اس. ۲۰۰۹. «با ترسیدن کاری پیش نمی‌رود» ترویج فعالیت مثبت نسبت به مسائل تغییر آب و هوا از طریق نمایش‌گرهای بصری و نمادین. علوم ارتباطات، ۳۰ (۳)، صص ۳۵۵-۳۷۹.
- شیوا، وی. ۲۰۱۳. آشتی با زمین. پلوتو پرس.
- اسمیت، جو. ۲۰۰۵. اخبار خطرناک: تصمیمات رسانه‌ای درباره خطرات تغییر آب و هوا، تحلیل خطرپذیری، (۲۵) ۶، صص ۱۴۷۱-۱۴۸۲.

مجموعه‌ای از منابع برخط دیگر:

- ◀ شبکه راه حل‌های توسعه پایدار: <https://www.sdsnedu.org/>
خانه
- ◀ اقتصاد جدید آب و هوا: <http://newclimateeconomy.report/>
- ◀ مرکز تحقیقات تصمیم‌گیری‌های زیست محیطی: <http://cred.columbia.edu/>

[توجه: در تهیه محتوای این دوره از تجربیات یادگیری و تدریس من در دانشگاه مک کواری، استرالیا الهام گرفته شده است].



ارزیابی روزنامه‌نگاری بوم‌شناختی (اکوژورنالیزم)

سوگات ماهیندا سنارات (Sugath Mahinda Senarath)

این دوره با هدف پرداختن به مسائل عمده مربوط به یک شاخه فرعی روزنامه‌نگاری به نام «روزنامه‌نگاری بوم‌شناختی» طراحی شده است. دانشمندان سراسر جهان به تدریج پذیرفته‌اند که یک بحران تجدد، هم از نظر فرآیندها و هم اندیشه‌های واقعی در این زمینه وجود دارد. موضوع رفاه زیست‌محیطی یکی از حوزه‌های این بحث‌ها و مناظرات است و مسائل زیست‌محیطی خود تبدیل به یک حوزه مهم کاوش و بررسی در رسانه‌های معاصر شده است.

سطح دوره

این دوره برای ارائه در سطح سال دوم یا بالاتر در یک دوره مدرک کارشناسی / کارشناسی ارشد طراحی شده است.

شرح دوره

هدف از این واحد درسی توصیف و تحلیل محتوای اساسی روزنامه‌نگاری بوم‌شناختی معاصر و همچنین انتقال مهارت‌های عملی روزنامه‌نگاری تحقیقی با تمرکز بر مسائل زیست‌محیطی در هر دو سطح محلی و جهانی است. هدف آموزشی نهایی آن تجهیز دانشجویان به هر دو جنبه نظری و عملی روزنامه‌نگاری بوم‌شناختی است.

نحوه تدریس

ترکیبی از سخنرانی، مطالعات موردی، سخنرانی‌های گروهی و کارگاه‌های آموزشی و ملاقات با روزنامه‌نگاران حرفه‌ای.

تعداد ساعت در هفته: سه ساعت کار کلاسی همراه با کارگاه‌ها و جلسات پژوهشی دو ساعته.

معیارهای نمره و ارزشیابی

شرکت در سمینارها و کارگاه‌ها: ۲۰٪.

تکالیف کلاسی: ۳۰٪.

امتحان نهایی: ۵۰٪.

منابع مورد نیاز: وسایل کمک آموزشی صوتی و تصویری، کامپیوتر با دسترسی به اینترنت و کتاب درسی.

رویکرد یا روش تدریس

این دوره برای ارائه درکی جامع و تجربه‌های عملی در زمینه روزنامه‌نگاری بوم‌شناختی به دانشجویان طراحی شده است. دوره شامل پانزده هفته است که هر هفته شامل سه ساعت سخنرانی به همراه یک کارگاه آموزشی یک ساعته در میان هر سخنرانی است. در طول دوره، دانشجویان دانش لازم در زمینه روزنامه‌نگاری بوم‌شناختی در محیط کلاس درس و در محل کار را به طور تجربی و عملی خواهند آموخت. تکالیف درسی به شکل عملی خواهد بود، به این صورت که دانشجویان ابتدا از مکان‌های با اهمیت زیست محیطی و یا دچار بحران که از پیش شناسایی و راجع به آن بحث و گفتگو شده است بازدید نموده و سپس راهکارهای گزارش‌دهی خود را برای چنین موقعیت‌هایی بررسی و به عنوان کار کلاسی ارائه می‌دهند.

نتایج یادگیری: در پایان این دوره، از دانش آموزان انتظار می‌رود:

- ◀ دانش نظری و تجربه عملی بررسی، تحقیق و تهیه گزارش در مورد مسائل عمومی زیست محیطی را به دست بیاورند.
- ◀ از روش‌ها و تکنیک‌های لازم برای بررسی و تحلیل مسائل زیست محیطی در شرایط محلی، منطقه‌ای، ملی و جهانی آگاه شوند.
- ◀ درک بهتری از تهیه گزارش درباره مسائل زیست محیطی پیدا کرده و مهارت‌های خلاق و زیبایی‌شناختی خود را در منظر روزنامه‌نگاری بوم‌شناختی به‌طور عملی به کار ببرند.
- ◀ حساسیت بیشتری نسبت به نحوه دست‌کاری، مداخله و تحریف مسائل زیست محیطی و بحرانی در سطوح مختلف توسط احزاب مختلف پیدا کنند.
- ◀ تجربه عملی در ساخت پیام‌های روزنامه‌نگاری زیست محیطی به دست آورند.

هفته ۱: مقدمه ای بر روزنامه نگاری بوم شناختی (اکو ژورنالیسم)

موضوعات: شامل مجموعه ای سخنرانی با هدف تبیین چارچوب نظری و مفهومی روزنامه نگاری بوم شناختی همراه با قالب های آن و تأثیر رسانه ها بر مخاطبان.

همایش ها و سمینارها: با هدف طرح پرسش های زیر:

- ◀ اهمیت روزنامه نگاری بوم شناختی چیست؟
- ◀ چگونه یک روزنامه نگار محیط زیست را می شناسید؟
- ◀ چگونه رسانه ها بر مخاطبان اثر می گذارند؟

هفته ۲: پیشینه تاریخی روزنامه نگاری بوم شناختی

موضوعات: این سخنرانی ها به بررسی توسعه مفهومی روزنامه نگاری بوم شناختی می پردازند. مدرس درباره مسیر تاریخی دانش زیست محیطی تولید شده توسط کارشناسان آموزش، از کشورهای شرقی و دیگر نقاط، به بحث و بررسی می پردازد. سخنرانی ها بر نقش روزنامه نگاران بوم شناختی در جوامع معاصر تأکید می کنند.

بحث و فعالیت گروهی:

- ◀ یافتن اطلاعات درباره تاریخ گزارش زیست محیطی.
- ◀ راه و روش مورد استفاده برای گزارش زیست محیطی.
- ◀ درک نسل های قبلی نسبت به مسائل زیست محیطی و زیست بومی چگونه بود.

تکلیف درسی: دوره معینی از مشکلات زیست محیطی را در نظر بگیرید و راه حل های پیشنهادی خود را برای آن مسائل ارائه دهید.

هفته ۳: تنوع طبیعت

موضوعات: سخنان درباره تنوع محیط زیست و تنوع انسان‌ها بحث خواهد کرد. در این زمینه دانشجویان با دو مفهوم متفاوت آشنا می‌شوند که مردم اغلب آنها را با یکدیگر اشتباه می‌گیرند و این موضوع عواقب خطرناکی در پی دارد: تفاوت‌های طبیعی (در طبیعت-تنوع زیستی و در میان انسان‌ها-تنوع فرهنگی) و تقسیم‌بندی‌های اجتماعی (کلاس، طبقه اجتماعی، جنسیت و غیره).

در پایان دوره، دانشجویان تنوع غنی موجود در طبیعت و جهان انسان را شناخته و تقدیر می‌نمایند و نسبت به تقسیمات اجتماعی دیدگاهی انتقادی خواهند یافت، که این به نوبه خود به درک عمیق آنها از هراس‌های اجتماعی ایجاد شده توسط کلیشه‌های رسانه‌ای کمک خواهد کرد.

بحث و فعالیت گروهی:

- ◀ تنوع‌های موجود بر روی کره زمین چیستند؟
- ◀ چگونه ما این تنوع‌ها را درک می‌کنیم؟
- ◀ آیا می‌توانید جهانی بدون تفاوت را تصور کنید؟ چرا مردم تفاوت‌های طبیعی را با اختلافات ساخته اجتماع اشتباه می‌گیرند؟
- ◀ مزایای درک این مسائل برای یک روزنامه‌نگار محیط زیست چیست؟

تکلیف درسی: دانشجویان درباره تنوع در طبیعت و جامعه خود و یا این که چگونه مردم با تبدیل کردن «تفاوت‌ها» به «تقسیم‌بندی‌ها» موجب ایجاد درگیری و خشونت می‌شوند، مقاله و گزارش خبری می‌نویسند.

هفته ۴: طبیعت و جامعه

موضوعات: سخنان رابطه ارگانیک بین طبیعت و بشریت را مورد بحث و بررسی قرار خواهد داد. به این منظور، وی شاخه‌ای جدید در علوم زندگی را به‌طور مقدماتی معرفی خواهد کرد که «نظریه سیستم‌ها» نامیده شده است. نظریه سیستم‌ها (که ارمغان دهنده تحولی اساسی در تفکر علمی است) در مقابل جهان بینی مدرن ماده‌گرایی نسبت به طبیعت و جامعه قرار دارد. این نظریه نشان می‌دهد که محیط‌زیست (اکوسیستم یا خود سیاره زمین) فقط مجموعه‌ای از قطعات مجزا نیست، بلکه نظامی پویا و به شکل پیچیده‌ای متوازن است، و این که چگونه انسان‌ها تقریباً در هر جنبه‌ای از زندگی خود در رابطه با محیط زیست و هم‌نوعان خویش، به هم وابسته هستند. در نهایت، مدرس ضمن اشاره به شواهد قوی موجود در رابطه با تخریب محیط زیست و تهدیدات رودر روی حیات؛ چه در سطح محلی و چه سیاره زمین؛ به علل ریشه‌ای این معضل می‌پردازد که نظریه نوین پیشرفت و ظهور تمدن رشد صنعتی اغلب ارتباطی سیستمیک با حرص و طمع و مصرف‌گرایی دارد.

بحث و فعالیت گروهی:

- ◀ دانشجویان رابطه خود را با طبیعت بررسی می کنند.
 - ◀ دیدگاه و نظر خود را با پرداختن به رابطه بین انسان و طبیعت ارائه می دهند.
 - ◀ مشکلات و مسائلی که ممکن است با مختل شدن این رابطه به وجود آید را به بحث می گذارند.
- تکلیف درسی: دانشجویان با انتخاب یک موضوع زیست محیطی مناسب درباره آنچه که با مورد تهدید قرار گرفتن پیوند تربیت و طبیعت اتفاق خواهد افتاد، مقاله یا گزارش خبری می نویسند.

هفته ۵: اصول و روش های روزنامه نگاری بوم شناختی

موضوعات: یکی از چالش های عمده قرن بیست و یکم در ایجاد جهانی با حیات پایدار، از بین بردن طرز تفکر غالب مصرف گرایی و سوق دادن آن به سمت طرز تفکر زیست بومی است. به عبارت دیگر، دیدگاه بشر مسلماً نیازمند یک دوران زیست بومی دگرگون شونده است. در این راستا، یک روزنامه نگار بوم شناختی نه تنها باید به این طرز تفکر و دانش بلکه به طیف گسترده ای از مهارت های حرفه ای و خلاق مجهز شود.

بحث و فعالیت گروهی:

- ◀ دانشجویان در بحث های گروهی شرکت کرده و یافته های خود درباره مهارت های روزنامه نگاری بوم شناختی را در کلاس درس ارائه می دهند.
- ◀ دانشجویان در کارگاهی که توسط کارشناسان رسانه ای و محققان روزنامه نگاری بوم شناختی برگزار می شود شرکت می کنند.

تکلیف درسی: دانشجویان درباره مهارت هایی که برای پرورش ظرفیت های خود به عنوان یک روزنامه نگار بوم شناختی شناسایی کرده اند، مقاله بنویسند.

هفته ۶: نقش روزنامه نگاری بوم شناختی در رابطه با دیگر اشکال روزنامه نگاری

موضوعات: سخنران وظایف اجتماعی مرتبط با اشکال مختلف روزنامه نگاری در فضای رسانه ای معاصر (نظیر روزنامه نگاری تحقیقی، روزنامه نگاری جدید، روزنامه نگاری زرد و غیره) را مورد بحث و مناظره قرار داده و به دانشجویان اجازه می دهد نقش روزنامه نگاری بوم شناختی را شناسایی نمایند.

بحث و فعالیت گروهی:

- ◀ دانشجویان ضمن شناسایی اشکال گوناگون روزنامه نگاری، این فرصت را می یابند تا به بررسی تفاوت ها و شباهت های آنها از لحاظ محتوا، روش و وظایف اجتماعی در رابطه روزنامه نگاری بوم شناختی بپردازند.

◀ دانشجویان در مورد پیام‌های رسانه‌ای کار عملی انجام داده و آن را در کلاس برای دریافت بازخورد دانشجویان دیگر ارائه می‌دهند. ممکن است این پیام‌های رسانه‌ای را بر اساس تحقیقات میدانی به عنوان بخشی از کار تیمی ارائه دهند.

تکلیف درسی: دانشجویان تکلیفی راجع به درک خود از روزنامه نگاری بوم شناختی در مقایسه با سایر شیوه‌های روزنامه نگاری انجام می‌دهند.

هفته ۷: روزنامه نگاری بوم شناختی در سطوح مختلف

موضوعات: در طول این هفته، مدرس درباره نحوه عملکرد روزنامه نگاری بوم شناختی در سطوح محلی، منطقه‌ای، ملی و جهانی توضیح می‌دهد. در این زمینه درک این موضوع مهم است که ماهیت و محتوای مسائل زیست محیطی در سطوح خرد و کلان شرایط واقعی اجتماعی و زیست محیطی متفاوت است. در این شرایط لازم است حوزه ارتباطی خاص هر موضوع بوم شناختی و در نتیجه گروه‌های هدف مربوطه را در نظر داشته باشد. در این مرحله دانشجویان باید انواع (و ترکیب) رسانه‌های مناسب برای سطوح مختلف و تکالیف مقرر را شناسایی نمایند: رسانه‌های سنتی، رسانه‌های مدرن یا جدید.

بحث و فعالیت گروهی:

◀ دانشجویان ضمن شناسایی مسائل زیست محیطی اطراف نزدیک خود، بحث و بررسی راجع به آن را به سطوح بالاتر منطقه‌ای، ملی و جهانی بسط می‌دهند. به این منظور این پرسش را مطرح می‌کنند که چگونه در نقش یک روزنامه نگار بوم شناس به این مسائل زیست محیطی می‌پردازند.

تکلیف درسی: از دانشجویان بخواهید ضمن شناسایی مسائل زیست محیطی در سطوح محلی، منطقه‌ای، ملی و جهانی، ارتباط متقابل این مسائل را در قالب یک سیستم ارگانیک بررسی و تحلیل نمایند.

هفته ۸: آینده بشریت و روزنامه نگاری بوم شناختی

موضوعات: در طول این هفته، مدرس مسائل مختلف زیست محیطی را از دیدگاه سیاره زمین بررسی می‌کند. از جمله تهدیدهای تروریسم جهانی، ذوب شدن یخ‌های قطبی، تخریب لایه اوزون، الگوهای آب و هوایی شدید، گرم شدن کره زمین، ضایعات سمی و موارد گوناگون دیگر از تخریب محیط زیست. پیام مهم این است که چگونه می‌توان به شکل جمعی و هوشمند از لغزش دوباره بشر به الگوهای قدیمی، کنش اجتماعی و حس آگاهی‌ای که نظام موجود جهانی شدن را ایجاد کرده است جلوگیری شود.

بحث و فعالیت گروهی:

◀ دانشجویان به گروه‌های کوچک تقسیم شده و یک مشکل یا بحران زیست محیطی در مقیاس سیاره زمین را انتخاب می‌کنند و پس از کاوش درباره داده‌های موجود راجع به ماهیت، علل و تأثیرات آن بر انسان و سایر گونه‌ها، گزارش‌های خود را در کلاس ارائه می‌دهند.

◀ دانشجویان ضمن بررسی و گفتگو راجع به برنامه‌های متحول‌کننده‌ای که دانشمندان و متفکران برای غلبه بر خطرات و بحران‌های شناخته‌شده در دست بررسی دارند، مباحثات خود را بر نقش روزنامه‌نگاران بوم‌شناختی در این فرآیندهای دگرگون‌شونده متمرکز می‌کنند.

تکلیف درسی: هر گروه پژوهشی را درباره یکی از مسائل زیست محیطی جهانی با تمرکز بر گفت‌وگو روز افزون 'بقای سیاره‌ای' و 'چشم‌انداز دوران زیست بومی' انجام دهد.

هفته ۹: روزنامه نگاری بوم شناختی و انسان‌گرایی

موضوعات: مدرس درباره رابطه مختل شده انسان با طبیعت و توازن از بین رفته در نظام کنونی توسعه اقتصادی و اجتماعی سخن می‌گوید. در این بحث ضمن توجه به گفت‌وگو جایگزین جدید توسعه انسانی، بر اهمیت رشد و توسعه درونی و معنوی انسان تأکید می‌شود.

بحث و فعالیت گروهی:

◀ دانشجویان تاریخ رابطه بین طبیعت و انسان را بررسی نموده و به تحولاتی که تغییر این رابطه و آگاهی را به ارمغان آورده اشاره می‌نمایند.

◀ در این مباحث، نیاز به گفت‌وگویی جدید راجع به انسان‌گرایی مطرح می‌گردد که در برگیرنده «آگاهی نسبت به سیاره زمین» و چگونگی ترویج آن از طریق روزنامه‌نگاری بوم‌شناختی است.

تکلیف درسی: دانشجویان راجع به ترویج آگاهی نسبت به سیاره زمین از طریق روزنامه‌نگاری بوم‌شناختی بحث کرده و درباره چشم‌اندازی جامع از توسعه انسانی مقاله می‌نویسند.

هفته ۱۰: اخلاق روزنامه نگاری بوم شناختی

موضوعات: مدرس الزامات اخلاقی مربوط به چالش‌های بقای کره زمین و حفظ تمام اشکال نظام‌های حیاتی در این سیاره را مورد بحث قرار می‌دهد.

بحث و فعالیت گروهی: دانشجویان در مورد الزامات اخلاقی چالش‌های زیست محیطی موجود و برنامه‌های قابل تغییر و همچنین چشم‌اندازی جدید برای دستورالعمل اخلاقی ممکن برای روزنامه‌نگاران بوم‌شناختی حرفه‌ای به گفتگو می‌نشینند.

تکلیف درسی: دانشجویان دستورالعمل اخلاقی پیشنهادی خود را برای روزنامه نگاران بوم شناختی حرفه‌ای ارائه می‌دهند.

هفته ۱۱: جنبه‌های حقوقی روزنامه نگاری بوم شناختی

موضوعات: در طول هفته، مدرس گفتگویی انتقادی درباره قوانین اساسی غالب و ساز و کارهای قانونی موجود در حقوق بین‌الملل که با هدف حفاظت از محیط زیست تدوین شده است را هدایت می‌کند.

بحث و فعالیت گروهی:

- ◀ دانشجویان به دو گروه تقسیم شده و پس از انتخاب یک ماده قانون اساسی یا حقوقی در رابطه با حفاظت از زیست بوم و محیط زیست، به ارزیابی انتقادی از موضوع پرداخته و آن را برای ارائه کلاسی آماده می‌کنند.
- ◀ یک کارگاه بحث و مناظره با هدایت گروهی از کارشناسان محیط زیست و حقوق زیست محیطی برای دانشجویان برگزار شود.

تکلیف درسی:

دانشجویان در باب جنبه‌های حقوقی یک مسئله خاص محلی مربوط به محیط زیست مقاله انتقادی می‌نویسند.

هفته ۱۲: پژوهش در روزنامه نگاری بوم شناختی

موضوعات: دانشجویان با اصول پژوهش ارتباطات شامل انجام نظر سنجی، تحلیل محتوا، مطالعات موردی و غیره و ارائه گزارش به عموم مردم آشنا می‌شوند.

بحث و فعالیت گروهی:

- ◀ دانشجویان مسائل زیست محیطی را از دیدگاه‌های مربوط به نظریه نظام‌های عمومی بررسی می‌کنند.
- ◀ دانشجویان منتخبی از مقالات مجلات علمی را مطالعه نموده و به منظور انتقال یافته‌های آن مقالات به عموم مردم، پیام‌های رسانه‌ای طراحی می‌کنند.

تکلیف درسی:

- ◀ دانشجویان به گروه‌هایی تقسیم شده و هر یک مسئله‌ای پژوهشی و موضوعی زیست محیطی را شناسایی کرده و یافته‌های خود را در کلاس درس ارائه می‌دهند.
- ◀ یک سبک رسانه‌ای در یک موضوع زیست محیطی را انتخاب و محتوای آن را تحلیل می‌کنند.

هفته ۱۳: مدیریت در روزنامه نگاری بوم شناختی

موضوعات: سخنرانی مدرس شامل بحث در مورد مسائل مربوط به مدیریت رسانه در ابعاد عمومی، ساختاری و فرهنگی بحران کنونی رسانه‌های جهان (با ذکر نمونه‌هایی خاص از شرایط ملی) و همچنین مسائل مربوط به مدیریت شامل روش‌های تأمین اعتبارات مالی و اصول سازمانی مربوط به نظام‌های پخش رادیو و تلویزیونی عمومی که روزنامه نگاری بوم شناختی را ترویج می‌کنند.

بحث و فعالیت گروهی:

- ◀ دانشجویان به صورت گروهی یک برنامه تبلیغاتی روابط عمومی برای ترویج حفاظت از محیط زیست تهیه و تنظیم می‌کنند.
 - ◀ فهرستی از اصول و مهارت‌های مدیریتی برای یک رسانه مردم محور انتخاب شده را در کلاس ارائه می‌دهند.
 - ◀ چند آگهی تبلیغاتی اجتماعی برای چند موضوع زیست محیطی شناسایی شده را تهیه می‌کنند.
- تکلیف درسی: دانشجویان یک مطالعه موردی از نمونه‌ای موفق از یک رادیوی محلی و یا مؤسسه رادیو و تلویزیونی عمومی (که به ترویج روزنامه نگاری بوم شناختی پرداخته است) در کشور یا منطقه خود انجام داده و یک مقاله درباره آن می‌نویسند.

هفته ۱۴: زیبایی شناسی روزنامه نگاری بوم شناختی

موضوعات: مدرس اصول اساسی زیبایی شناسی مربوط به چشم انداز نوین دوران زیست بومی را مطرح کرده و به جنبه‌های ابتدایی فنی و خلاق در ساخت یک مستند، میان پرده، فیلم کوتاه، آگهی تبلیغاتی اجتماعی و سبک رسانه‌ای می‌پردازد.

بحث و فعالیت گروهی:

- ◀ دانشجویان برخی دانسته‌های عملی درباره پیام‌های رسانه‌ای را در کلاس درس و در کارگاه‌های آموزشی فرا می‌گیرند.
- ◀ به عنوان بخشی از برنامه کارآموزی، از نهادهای رسانه‌ای بازدید می‌کنند.

تکلیف درسی: پس از بازدید از نهادهای رسانه‌ای درباره تجربیات کسب شده از آنها مقاله می‌نویسند.

فهرست منابع مرجع و خواندنی مورد نیاز یا توصیه شده

- مودی، بی. ۲۰۰۳. ارتباطات بین الملل و توسعه: دیدگاه قرن بیست و یکم. انتشارات تاوزند اوکس. کالیفرنیا: سیج.
- کمیسون جهانی محیط زیست و توسعه. ۱۹۸۷. آینده مشترک ما. آکسفورد، انتشارات دانشگاه آکسفورد.
- هم لینک، سی جی. ۲۰۰۴. حقوق بشر برای فعالان حوزه ارتباطات. میشیگان، انتشارات همپتون.
- براون، ال آر و همکاران (ویراستاران) ۱۹۹۶. وضعیت جهان؛ گزارش مؤسسه دیده بان جهانی در پیشرفت به سوی یک جامعه پایدار. نیویورک، مؤسسه دیده بان جهانی.
- میسسی، جی و براون ام. ۱۹۹۸. بازگشت به زندگی: روش‌های باز پیوند زندگی ما به جهان مان. کلمبیای بریتانیا، کانادا، انتشارات نیو سوسایتی (جامعه جدید).
- اوسالیوان، ئی. ۱۹۹۹. یادگیری متحول کننده: دیدگاه‌های آموزشی برای قرن بیست و یکم. تورنتو، انتشارات دانشگاه تورنتو.
- فاکس، و. ۱۹۹۰. به سوی بوم شناسی فرافردی. بوستون، شامبالا.
- گیدنز، آ. ۱۹۹۰. پیامدهای مدرنیته. استنفورد، انتشارات دانشگاه استنفورد.
- هندرسون، اچ. ۱۹۹۶. ایجاد آینده‌ای جایگزین: پایان اقتصاد (مجموعه کتاب‌های کوماریان برای جهانی کارآمد). وست هارتفورد سی تی، انتشارات کوماریان.
- هرمان، ای و چامسکی، ن. ۱۹۸۸. ساخت رضایتمندی. نیویورک، انتشارات پانتئون.
- شیوا، وی. ۱۹۹۵. تک فرهنگ‌های ذهن: دیدگاه‌های تنوع زیستی و فناوری زیست شناسی (بیوتکنولوژی). لندن، انتشارات زد بوکس.



گزارشگری گردشگری پایدار

فیلیپ ویالون (Philippe Viallon)

در مورد گردشگری پایدار نظرات متضادی وجود دارد. گروهی آن را مفهومی امروزی و گروهی واقعیتی به قدمت چند دهه می‌دانند. دسته‌ای آن را شعار کسب و کار و تجربه زندگی واقعی می‌دانند و در مورد اینکه این مفهوم در حقیقت در برگیرنده چه موضوعاتی است نظرات مختلفی بین کشورهای شمال و جنوب وجود دارد. در هر صورت گردشگری پایدار نیاز به رویکردی دارد که هم اندیشه دانشگاهی و هم مطالعه میدانی را در بر گیرد. هدف از گردشگری پایدار باید آگاه نمودن روزنامه‌نگاران، و از طریق آنها مخاطبان، از ضرورت یک نوع توسعه پایدار است که با نیازهای جوامع محلی نیز همسویی داشته و صرفاً منعکس کننده دیدگاه‌های کشورهای توسعه یافته نباشد.

سطح دوره

این دوره برای دانشجویان سال اول کارشناسی ارشد که دارنده مدرک کارشناسی هستند، طراحی شده است. هدف این دوره آغاز مباحث زیربنایی در مورد یک فعالیت مهم انسان، یعنی گردشگری، و به طور خاص یکی از شاخه‌های رو به رشد آن یعنی گردشگری پایدار است. این دوره به روزنامه‌نگاران آینده کمک خواهد کرد تا درک بهتری از چالش‌های اقتصادی، فرهنگی و انسانی گردشگری پایدار داشته و در این‌که شهروندان آینده جهان آموزش و آگاهی بهتری نسبت به محیط زیست خود داشته باشند، نقش شایسته‌تری ایفا نمایند.

شرح دوره

این دوره عموماً برای روزنامه‌نگاران و با هدف آشنایی آنان با مفهوم گردشگری پایدار طراحی شده است. در مورد گردشگری پایدار نظرات متضادی وجود دارد. گروهی آن را مفهومی امروزی و گروهی واقعیتی به قدمت چند دهه می‌دانند. دسته‌ای آن را شعار کسب و کار و تجربه زندگی واقعی می‌دانند و در مورد اینکه این مفهوم در حقیقت در برگیرنده چه موضوعاتی است نظرات مختلفی بین کشورهای شمال و جنوب وجود دارد. لذا پیچیدگی این پدیده آن را نیازمند رویکردی عمده که هم اندیشه دانشگاهی و هم مطالعه میدانی را در برگیرد. هدف از گردشگری پایدار باید آگاه نمودن روزنامه‌نگاران، و از طریق آنها مخاطبان، از ضرورت یک نوع توسعه پایدار است که با نیازهای جوامع محلی نیز همسویی داشته و صرفاً منعکس کننده دیدگاه‌های کشورهای توسعه یافته نباشد.

روش ارائه و رویکرد آموزشی

صحبت درباره گردشگری پایدار در عین آسانی دشوار است: آسان، چرا که از آغاز قرن حاضر این عبارت بیشتر و بیشتر استفاده شده است؛ نه تنها در حرفه گردشگری و نهادهای دولتی و نیمه‌دولتی اداره کننده گردشگری، بلکه توسط خود گردشگران. اما دشوار است؛ چرا که مفهومی ذاتاً مبهم است («پایدار» به هر دو جنبه اقتصادی و زیست محیطی گردشگری و ابعاد جامعه شناختی آن اشاره دارد). علاوه بر این، اصطلاحات متعددی در ترکیب با آن و یا به جای آن به کار می‌رود بدون آنکه روشن باشد چه موضوعاتی را پوشش می‌دهند و چه تفاوت‌هایی با یکدیگر دارند، اصطلاحاتی مانند: همبستگی، بوم‌شناختی، سبز، تجارت عادلانه، سازگار با محیط زیست، اجتماعی، طبیعی، مسئول، اخلاقی، و غیره. از آن گذشته، ترجمه این اصطلاح در زبان‌های دیگر نیز معادل‌های نامفهوم‌تری را منتج شده است: واژه 'sustainable' به معنی پایدار در زبان انگلیسی و 'sostenible' در اسپانیایی در مقایسه با واژه 'durable' در زبان فرانسه به شیوه‌های متفاوتی اشاره دارند. علت این تفاوت‌ها را باید در سنت‌های مختلف و درجات متفاوت اهمیت محیط زیست در فرهنگ کشورهای نامبرده جستجو نمود.

قبل از اقدام به روشن کردن وضعیت، باید بفهمیم چرا این مفهوم این گونه چند معنا شده است. اولین نکته مورد تأکید رشد قابل توجه گردشگری در سراسر جهان است. گردشگری که در قرن هجدهم توسط دسته‌ای از لردهای انگلیسی ابداع شد که مایل به جدا کردن خود از طبقه متوسطی بودند که به قدرت سیاسی رسیده بود،^{۳۸} با تقلید پی در پی طبقات اجتماعی از یکدیگر در سراسر اروپا گسترش یافت. پس از ابداع خود رویه، نوبت به ابداع «مکان»های مناسب آن بود: به عنوان مثال، سواحل ریوی پرا در فرانسه در ابتدا به خاطر آب و هوای معتدل آن در فصل زمستان محبوب بود اما با متداول شدن پدیده آفتاب گرفتن در قرن بیستم تبدیل به مکانی مطلوب برای گردشگری در تابستان شد. دو جنگ جهانی موجب کاهش رشد گردشگری شد اما نتوانست آن را به کلی متوقف کند: با بهبود استانداردهای زندگی، جمعیت بیشتری در اشکال و بخش‌های مختلف گردشگری مشغول به کار شدند به طوری که در فاصله سی سال پس از جنگ جهانی دوم، دنیا شاهد سرعت گرفتن و گسترش گردشگری در بسیاری کشورها بود.^{۳۹} آمار سازمان جهانی گردشگری نشان دهنده افزایش تقریباً ثابت تعداد گردشگران بین‌المللی تا مرز یک میلیارد نفر در سال ۲۰۱۲ است. اگر آمار گردشگران داخلی نیز به این رقم اضافه شود آشکار است که گردشگری دیگر در انحصار طبقه خاص جامعه نیست و تبدیل به پدیده‌ای قابل دسترس برای عموم شده است: جامعه شناسان نشان داده‌اند که در هر جامعه‌ای که نیازهای اولیه انسان‌ها برآورده شود، خودرو و گردشگری اولین تقاضاهای غیر ضروری مردم را تشکیل می‌دهند.^{۴۰} به باور کارشناسان این رشد متوقف نشده^{۴۱} و ظهور یک طبقه متوسط جدید به ویژه در چین و هند، موجب گسترش جریان گردشگری در جهان خواهد شد.

بدیهی است چنین جنبش بزرگی اثرات اقتصادی بسیار مهمی بدنبال خواهد داشت: در اکثریت قریب به اتفاق کشورها، گردشگری در میان پنج فعالیت عمده مؤثر در تولید ناخالص داخلی در کشورهای شمال و جنوب بوده و ۹٪ تولید ناخالص داخلی جهانی را تشکیل خواهد داد.^{۴۲} بر اساس آمارهای سازمان جهانی گردشگری، حدود ۲۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان به‌طور مستقیم از صنعت گردشگری امرار معاش می‌کنند.^{۴۳} بنابراین بهره اقتصادی بسیار بالایی در این صنعت وجود دارد به‌خصوص که برای بسیاری کشورها، گردشگری روشی حیاتی برای جذب درآمد ارز خارجی است. «کشورهای زیادی گردشگری را به عنوان مسیری ممکن برای مدرنیته و پیشرفت اقتصادی انتخاب کرده‌اند».^{۴۴} البته این جنبه اقتصادی دارای ابعاد اجتماعی و سیاسی نیز هست: بهترین سیاست برای جذب گردشگران چیست؟

۳۸ بوبر و ویالون (۱۹۹۴).

۳۹ بوبر و ویالون (۱۹۹۴).

۴۰ بوبر (۱۹۷۲) و (۱۹۹۹)، مک کانل (۱۹۷۶)، کوهن (۱۹۷۲).

۴۱ سازمان جهانی گردشگری (۲۰۱۴)، دوهمال و کادری (۲۰۱۱)، گیمیر (۲۰۰۱).

۴۲ سازمان جهانی گردشگری (۲۰۱۴).

۴۳ همان‌جا

۴۴ کافه، پبارت و وی پولی بر (۲۰۰۷)، ص. ۹۰.

چگونه باید روابط بین میزبان و گردشگران را مدیریت کرد؟ سود گردشگری چگونه باید در میان جمعیت توزیع شود؟ چگونه می‌توان از تبدیل شدن گردشگری به شکل جدیدی از استعمار جلوگیری نمود؟ و به طور کلی، چگونه این جمعیت گردشگر را باید اداره نمود؟

نکته مهم دوم برای درک گردشگری پایدار آگاهی زیست محیطی است. جامعه انسانی طی قرن‌های متمادی قادر بود بدون نگرانی در مورد پیامدهای زیست محیطی فعالیت‌های خود به امر توسعه بپردازد. رشد صنعت در قرون نوزدهم و بیستم موجب پیشرفت‌های قابل توجه انسان در زمینه‌های متعدد زندگی شد اما متأسفانه توانایی بشر در آسیب رساندن به محیط زیست خود را نیز افزایش داد. مشکلاتی که پیش از این محدود به زمان و مکان خاصی بودند، اکنون ابعادی جهانی و بلند مدت یافته‌اند: تمام استدلال‌ها در مورد گرمایش زمین^{۴۵} نشان دهنده ارتباط تنگاتنگ این دو عامل (جهانی شدن و مدت زمان) است. افراد و نهادهای ذیربط (صنعت گردشگری، دولت‌ها و عموم مردم) دیگر نمی‌توانند بر زوایای زیست محیطی این امر چشم ببوشند. بیش از پنجاه سال طول کشید تا مفهوم «مسئولیت اجتماعی شرکت‌های بزرگ» جا بیفتد^{۴۶} اما هم‌اکنون این مسئولیت بدون در نظر گرفتن ملاحظات زیست محیطی قابل تصور نیست و اینک در زندگی عمومی و خصوصی انسان‌ها، این ملاحظات در همه جا حاضر هستند.

لذا گردشگری پایدار پیش از هر چیز یک پیوستگی از دو روند عمده شاخص اواخر قرن بیستم و اوایل قرن بیست و یکم است: رشد گردشگری به عنوان یک فعالیت مهم اجتماعی، هم از لحاظ اقتصادی و هم از منظر انسانی و روان‌شناختی، و آگاهی از عواقب فعالیت انسانی بر محیط زیست. گسترش مفهوم گردشگری پایدار پس از گزارش کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه، با عنوان آینده مشترک ما (۱۹۸۷) که در دنیای انگلیسی زبان به گزارش براندتلند^{۴۷} نیز مشهور است، و از «کنفرانس ریو» (۱۹۹۲) در جهان فرانسه زبان، آغاز شد. در این گزارش که راجع به همه کره زمین است، توجه زیادی به کاهش تأثیر فعالیت‌های انسانی بر طبیعت معطوف شده است. از این رو قابل درک است که گردشگری باید تحت تأثیر این روند قرار گرفته باشد: زمین مورد نیاز برای تأسیس تجهیزات گردشگری، انتشار کربن ناشی از حمل و نقل گردشگران، و مدیریت زباله گردشگری فقط چند نمونه از مشکلاتی است که باید با آن مقابله شود؛ مشکلاتی که با افزایش تعداد گردشگران بزرگ‌تر می‌شود. در زمینه تحقیق، باکلی (Buckley) بیش از ۵۰۰۰ نثریه (!) در زمینه گردشگری پایدار^{۴۸} را بررسی نموده است و یک مجله به طور کامل به این موضوع اختصاص داده شده است (مجله گردشگری پایدار).^{۴۹}

۴۵ برای کسب اطلاعات بیشتر رجوع شود به: <http://www.ipcc.ch>.

۴۶ اچ. بونون مفهوم «مسئولیت‌های اجتماعی کسب و کارها» را در سال ۱۹۵۳ معرفی نمود.

۴۷ از کمیسیون جهانی سازمان ملل متحد در زمینه محیط زیست و توسعه.

۴۸ باکلی (۲۰۱۲)، ص. ۵۲۹.

۴۹ برام ول (۱۹۹۳) و (۲۰۱۲).

هر چند در سابقه تاریخی فوق سعی شد مبدأ گردشگری پایدار توضیح داد شود، لکن تبیین تمامی آنچه که گردشگری پایدار دربرگیرنده آن است بسیار دشوارتر است. واقعیت این است که نام‌ها و صفات‌های بسیاری که برای روشن شدن مفهوم واژه «گردشگری» به آن متصل می‌شوند تنها به ابهام بیشتر معنای آن می‌افزایند. برای ساده‌تر شدن مسائل، دو نظریه اساسی برگرفته از این مباحث آشفته را در نظر بگیرید: از یک سو طبیعت و از سوی دیگر ارتباط بین بازدیدکنندگان و میزبان. مفهوم اول ناظر بر عباراتی چون گردشگری سبز، «گردشگری زیست محیطی»، گردشگری «طبیعت یا طبیعی» و «اکوتوریسم» اساساً منعکس‌کننده روندی زیست محیطی نسبت به تغییر رابطه بین مردم و طبیعت است. مردم زیست محیط اندیش به منظور به حداقل رساندن تأثیرات مخرب زیست محیطی، باید نه تنها رژیم غذایی، محیط و شیوه زندگی خود، بلکه عادات گردشگری خود را نیز تغییر دهند. نظریه دوم بر عنصری متفاوت تأکید می‌نماید: همبستگی، تجارت عادلانه، و یا گردشگری اخلاقی، اجتماعی یا مسئول، متمرکز بر ابعاد انسانی تلقی می‌شود. در این نظریه، گردشگری پیش از هر چیز تبادلی است بین افراد که در چارچوب قوانینی مشخص سعی در بهره‌مند شدن دوجانبه گردشگر و میزبان از رابطه را دارد. البته این دو ایده تا حدی با یکدیگر هم‌پوشانی دارند که نتیجه آن ابهام بیشتر این مفهوم است. چگونه می‌توان از یک سو طبیعت را بدون انسان‌های ساکن در آن، و از سوی دیگر روابط بین انسان‌ها را بدون محیط زیست، که نیروی محرکه گردشگری است، تصور نمود؟ تفاوت این دو جزء معادله در این مسئله مهم است که مفهوم گردشگری پایدار چگونه باید تفسیر شود. نقطه اشتراک هر دو نظریه عموماً ناگفته و مغفول می‌ماند. دلیل به کار بردن صفت‌های مختلف برای توصیف واژه گردشگری این است که این واژه به طور فزاینده‌ای با یک بار معنایی منفی قابل توجهی همراه است که مربوط به شکل خاصی از گردشگری می‌شود، و آن همان گردشگری انبوه است که با تخریب محیط زیست و جوامع محلی، مؤید عملکرد بیزارکننده گردشگر است.^{۵۰} در واقع هدف از تعیین انواع گردشگری هم بهبود تصویر آن است و هم نشان دادن این واقعیت با استفاده از شیوه‌های جایگزین که گردشگری ذاتاً بد نیست. در مجموع گردشگری پایدار موضوعی بحث‌برانگیز است، به خصوص که بسیاری از نویسندگان گردشگری ظاهراً این اصل اساسی را پذیرفته‌اند که توسعه پایدار ذاتاً برای گردشگری خوب و مناسب است و تأیید آن بسیاری از مسائل منفی ناشی از توسعه گردشگری را حل خواهد کرد.^{۵۱}

گردشگری پایدار در برگیرنده برخی حقایق ساختگی نیز هست که محققان مایل به زیر سؤال بردن آن هستند،^{۵۲} نظیر پیوند مستقیم بین میراث و گردشگری پایدار.^{۵۳} برای فهم این موضوع، لازم است پیش از توجه به وضعیت عمومی آن و پیشنهاد یک رویکرد اساسی‌تر، نخست چند تعریف رسمی و غیررسمی گردشگری پایدار را بررسی نماییم. نتیجه این بررسی، فمایی کلی و پیشنهاداتی برای حل این اختلاف نظرها در بر خواهد داشت.

۵۰ کوهن (۱۹۷۸)، کازس (۲۰۰۶)، پارت، کلاین و جولین (۲۰۰۹).

۵۱ باتلر (۱۹۹۹)، ص. ۸.

۵۲ لیو (۲۰۰۳).

۵۳ گارات، گراواری و وشامر (۲۰۰۵)؛ برامول و لین (۲۰۰۰).

دو آژانس سازمان ملل متحد در زمینه گردشگری پایدار با هم همکاری می‌کنند: برنامه محیط زیست ملل متحد و سازمان گردشگری جهانی ملل متحد.

این دو سازمان در کنار به کارگیری تخصص خود در زمینه‌های محیط زیست و گردشگری، از توان متخصصان متعددی؛ از جمله کارشناسان انجمن بین‌المللی کارشناسان علمی گردشگری؛ بهره می‌برند. انتخاب یک مقیاس بین دولتی اقدامی عاقلانه بوده است، چرا که گردشگری بین‌المللی به علت ماهیت آن، طیف وسیعی از کشورها را در بر می‌گیرد، و اصولاً کشورهایی که گردشگری را به‌طور کل مردود بشمارند بسیار معدودند. به علاوه مسائل زیست محیطی حد و مرزی نمی‌شناسند. اما این امر به آن معنا نیست که دولت‌های ملی و جامعه مدنی نباید به این مشکل بپردازند. در ادامه این موضوع را بیشتر بررسی خواهیم نمود.

از نظر برنامه محیط زیست ملل متحد و سازمان جهانی گردشگری، گردشگری پایدار آن است که اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی کنونی و آتی خود را به خوبی در نظر گیرد، و به نیازهای گردشگران، صنعت گردشگری، محیط زیست و جوامع محلی نیز پاسخ دهد.^{۵۴}

ممکن است این پرسش مطرح شود که چه کسی باید سخنگوی محیط زیست باشد، و این بدون شک نشانگر ضعف این تعریف است: تمام افراد و گروه‌های ذینفع، یعنی سه گروه دیگر، باید دیدگاه‌های فردی خود را درباره محیط زیست داشته باشند. این تعریف با اطلاعات زیر تکمیل می‌شود:

دستورالعمل‌های توسعه و شیوه‌های مدیریت گردشگری پایدار در تمامی اشکال گردشگری و کلیه انواع مقاصد از جمله گردشگری جمعی و بخش‌های مختلف گردشگری علایق ویژه قابل استفاده است. اصول پایداری به جنبه‌های زیست محیطی، اقتصادی، و اجتماعی-فرهنگی توسعه صنعت گردشگری اشاره دارد و برای تضمین پایداری طولانی مدت آن باید تعادل مناسبی بین این سه جنبه ایجاد شود.

۵۴ سازمان محیط زیست ملل متحد و سازمان جهانی گردشگری (۲۰۰۵)، ص. ۱۲.

بنابراین، برخی بایدهای گردشگری پایدار عبارتند از:

- ◀ استفاده بهینه از منابع زیست محیطی به عنوان عنصری اساسی در تشکیل توسعه صنعت گردشگری، و حفظ فرآیندهای ضروری زیست محیطی و کمک به حفظ منابع طبیعی و تنوع زیستی.
- ◀ احترام به صحت فرهنگی و اجتماعی جوامع میزبان، حفظ میراث فرهنگی و ارزش‌های سنتی بنا نهاده شده و زنده، و کمک به درک و بردباری میان فرهنگی.
- ◀ تضمین ثبات و دوام عملیات اقتصادی با توزیع عادلانه مزایای اجتماعی و اقتصادی به تمام ذینفعان از جمله فرصت‌های امن اشتغال و کسب درآمد و خدمات اجتماعی برای ارائه به جوامع محلی و کمک به کاهش فقر.^{۵۵}

این نکات با تأکید بر ابعاد جهانی گردشگری پایدار، نقش گردشگری در فعالیت‌های انسانی را منعکس می‌نمایند. این رویکرد؛ برای نمونه در ثبت مکان‌ها و مراسم فرهنگی در فهرست میراث جهانی یونسکو؛ برای گردشگری بسیار مهم است. اما برخی محققان نشان داده‌اند که این جنبه جهان‌شمول به یک الگوی واحد منجر می‌شود که تنوع را در گردشگری کاهش می‌دهد و این با اهداف گردشگری در تناقض است.^{۵۶} اطلاعات تکمیلی ارائه شده در کتابچه راهنمای برنامه محیط زیست ملل متحد و سازمان جهانی گردشگری نیز از هر گونه انتقاد از ترتیب موارد در تعریف پیشگیری می‌نماید: آغاز نمودن با اقتصاد احتمالاً برای ترویج آگاهی نسبت به نیاز به توسعه گردشگری پایدار بهترین راه نیست و با قرار دادن اقتصاد در انتهای فهرست این بخش پس از مشکلات زیست محیطی و اجتماعی، تعادل تا حدی حفظ شده است.

متن همچنین تأکید می‌کند که:

توسعه گردشگری پایدار نیاز به مشارکت آگاهانه همه ذینفعان و همچنین رهبری قوی سیاسی برای اطمینان از مشارکت گسترده و ایجاد وفاق و اجماع دارد. نیل به گردشگری پایدار مستلزم یک فرایند مداوم و نظارت مستمر بر اثرات آن و معرفی اقدامات پیش‌گیرانه و یا اصلاحی در صورت لزوم است.

گردشگری پایدار باید رضایت گردشگران را نیز در سطح بالایی حفظ کرده و با بالا بردن سطح آگاهی آنها در مورد مسائل مربوط به پایداری و ترویج شیوه‌های گردشگری پایدار در میان آنها برای ایشان تجربه معناداری خلق کند.^{۵۷}

۵۵ همان‌جا، ص. ۱۱.

۵۶ سوفیلد (۲۰۰۳)، لافان (۲۰۰۴).

۵۷ برنامه محیط زیست ملل متحد و سازمان جهانی گردشگری (۲۰۰۵)، ص. ۱۱.

جنبه‌های دیگری که در تعریف بالا به آن پرداخته شده است شامل عناصری است که ممکن است متناقض به نظر برسند: رهبری سیاسی قوی و اجماع. واقعیت این است که منافع ذینفعان مختلف در گردشگری ممکن است آنقدر متفاوت باشد که برای حل و فصل آن یک تصمیم سیاسی لازم شود. جنبه مهم دیگر اهمیتی است که برای رضایت گردشگران معطوف می‌شود. گردشگران قدرت واقعی مصرف کننده را در دست دارند و تنها در صورت رضایت آنها و دوستان شان، چه در دنیای واقعی و چه مجازی (سایت‌های مشاوره گردشگری، فیس بوک، و غیره)، می‌توان حیات دراز مدت گردشگری پایدار را تضمین نمود.

این عناصر در نتیجه بحث‌های طولانی در سطح بین‌المللی حاصل شده‌اند، اما در سطح ملی چطور؟ آیا این جهان‌شمولی در تعاریف ملی نیز منعکس شده‌اند؟ مورد کشور فرانسه را در نظر بگیرید، که با ۸۳ میلیون گردشگر در سال ۲۰۱۲ در رأس فهرست مقاصد گردشگری بین‌المللی قرار گرفت.^{۵۸} این کشور اتفاقاً مبدأ جمعیت بزرگی از گردشگران به خارج هم بود و با ۲۱ میلیون نفر رتبه ششم جهان را در سال ۲۰۱۲ کسب نمود^{۵۹} که نشان می‌داد این کشور با نظرات هر دو گروه بازدید کننده و میزبان آشنا است. فرانسه گردشگری پایدار را به شرح زیر تعریف می‌کند:

گردشگری پایدار باید بر اساس موازین پایداری بنا شده باشد، یعنی در دراز مدت محیط زیست آن را تحمل کند، از لحاظ اقتصادی با دوام و از نظر اجتماعی و اخلاقی برای جوامع محلی عادلانه باشد. در نتیجه، برخی بایدهای گردشگری پایدار عبارتند از:

- ◀ استفاده بهینه از منابع زیست محیطی بعنوان عنصری اساسی در تشکیل توسعه صنعت گردشگری، و حفظ فرآیندهای ضروری زیست محیطی و کمک به حفظ منابع طبیعی و تنوع زیستی.
- ◀ احترام به صحت فرهنگی و اجتماعی جوامع میزبان، حفظ میراث فرهنگی و ارزش‌های سنتی بنا نهاده شده و زنده، و کمک به درک و بردباری میان فرهنگی.
- ◀ تضمین ثبات و دوام عملیات اقتصادی با توزیع عادلانه مزایای اجتماعی و اقتصادی به تمام ذینفعان از جمله فرصت‌های امن اشتغال و کسب درآمد و خدمات اجتماعی برای ارائه به جوامع محلی و کمک به کاهش فقر.^{۶۰}

به نظر می‌رسد که دو متن بسیار شبیه هستند و البته مفاهیمی جدید مانند اخلاق، تنوع زیستی، جنبه فرهنگی و فقر وجود دارد که در راهنمای مشترک برنامه محیط زیست ملل متحد و سازمان جهانی گردشگری نیز ذکر شده است. در نتیجه متن فرانسوی مفاهیم مرتبط با اکوتوریسم را توضیح می‌دهد: مفاهیم مربوط

۵۸ وزارت صنایع دستی، تجارت و گردشگری؛ اداره کل آمار و اطلاعات بازرگانی؛ حقایق مهم گردشگری، ۲۰۱۳.

۵۹ همان‌جا.

۶۰ وزارت محیط زیست، توسعه پایدار و انرژی فرانسه.

(تنها زبان فرانسه) <http://www.developpement-durable.gouv.fr/Le-tourismedurable-definitions.html>

دیده: ۱۰ ژوئیه ۲۰۱۴.

به محیط زیست طبیعی، تجارت عادلانه گردشگری که باید از درآمد گردشگری سهمی برای جوامع محلی قائل شود، گردشگری همبستگی که گامی فراتر رفته و گردشگران را در پروژه‌های توسعه غیر توریستی مشارکت می‌دهد؛ گردشگری اجتماعی که برای این طراحی شده که برای همه فرصت تبدیل شدن به یک گردشگر را فراهم کند. البته در ۲۲۲ صفحه راهنما به همه این نکات پرداخته شده است. نظری اجمالی به تارگهای رسمی کشورهای مختلف (استرالیا، مکزیک، رومانی، سنگال، تایلند) نشان می‌دهد که این تعاریف به طور بسیار یکسان و یا حتی عیناً از راهنمای برنامه محیط زیست ملل متحد/سازمان جهانی گردشگری ذکر شده است.

وجه تمایز کاربرد عملی این تعاریف تنوع اشکال آنها و دامنه نظام‌های موجود برای ارزیابی پایداری گردشگری یا سازمان‌های مربوطه است. یکی از جالب‌ترین متون در این زمینه سندی قدیمی‌تر است که پیش‌نویس آن را سازمان جهانی گردشگری در سال ۱۹۹۹ تهیه و سازمان ملل متحد دو سال بعد به تصویب رسانید: دستورالعمل جهانی اخلاق گردشگری (۱۹۹۹). نکته جالب در این سند نزدیکی مفاهیم پایداری و اخلاق است. این سند مشتمل بر ده اصل است که جنبه‌های اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی-فرهنگی گردشگری را شامل می‌شود. اصل اول مربوط به درک و احترام متقابل بین بازدیدکنندگان و میزبان است، حال آن که اصل دوم نگران رضایت فردی و جمعی است. اصل سوم گردشگری را به مثابه یک عامل توسعه پایدار بررسی می‌کند. در این رابطه، باتلر (۱۹۹۹) اشاره می‌کند که گردشگری پایدار را نباید با توسعه پایدار اشتباه گرفت. اصل چهارم به رابطه گردشگری با میراث فرهنگی بشر می‌پردازد، اصل پنجم اشاره به این واقعیت دارد که گردشگری باید برای کشورها و جوامع میزبان سودآور باشد، حال آن که اصل ششم تأکید می‌نماید که همه ذینفعان باید به توسعه گردشگری کمک کنند. اصول هفتم و هشتم اظهار می‌دارد که گردشگری یک حق جهانی است و گردشگران باید آزادی حرکت داشته باشد. اصل نهم مربوط به حقوق کارگران و کارآفرینان در صنعت گردشگری است، و بالاخره اصل دهم به اجرای این اصول می‌پردازد. این دستورالعمل اخلاقی الزام‌آور نیست، اما ذینفعان می‌توانند مسائل مربوط به آن را به کمیته جهانی اخلاق گردشگری ارجاع دهند.

با این حال، سندی که رسماً راه را برای گردشگری پایدار گشود در سال ۲۰۰۴ پدید آمد: راهنمای سیاست‌گذاران برای پایداری بیشتر گردشگری.^{۱۱} این راهنما در ۲۲۲ صفحه ضمن کاوش مفصل در بسیاری از جنبه‌های گردشگری پایدار از جمله زوایای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و زیست محیطی آن؛ به شرح شاخص‌ها و چگونگی معرفی کردن آنها، به همراه ابزارهای فرماندهی و کنترل و دیگر ابزارهای اقتصادی، داوطلبانه و حمایت می‌پردازد. در ادامه، ده مطالعه موردی نشان‌دهنده نمونه‌های مختلف از گردشگری پایدار از سراسر جهان ارائه شده است. همان‌طور که قابل تصور بود این راهنما با موجی از انتقادات روبرو شد که آن را متهم به مانع تراشی در مقابل رشد گردشگری از طریق وضع قوانین بی‌معنی و همچنین دادن چک سفید به صنعت گردشگری نمودند!

اما تلاش‌ها برای ارائه تعریفی عملی از گردشگری پایدار تنها محدود به سطح بین‌المللی نبوده است: انجمن‌هایی نظیر «ائتلاف برای گردشگری پایدار»^{۶۲} و «اقدام برای گردشگری مسئول» تنها دو نمونه از گروه‌های متعددی بودند که در این زمینه منشورهایی صادر کرده‌اند^{۶۳}، و گروه‌های جهانی مانند Accor^{۶۴} و TUI^{۶۵} با ارائه کتاب‌های راهنمای خاص خود^{۶۶} و یا با تأکید بر جنبه‌های پایدار سفر در راهنماهای موجود^{۶۷}، رویکردی مشابه ناشران راهنمای گردشگری اتخاذ نموده‌اند. در این بین گواهی‌هایی نیز معرفی شده‌اند، از جمله «استاندارد طبقه بندی اکوتوریسم اروپا» و «تجارت منصفانه گردشگری». در میان این همه ابتکار عمل، تفاوت قائل شدن بین تعهدات واقعی و کمابیش اصولی از یک سو، و سود طلبی اقتصادی از سوی دیگر با سوار شدن بر موجی که به احتمال زیاد به بهبود تصویر عمومی یک سازمان کمک می‌کند (اعم از این که آن سازمان یک انجمن یا یک گروه بزرگ بین‌المللی باشد) دشوار می‌نماید. افراد بدبین این پدیده را «سبزشویی» می‌نامند، خوش‌بین‌ها آن را یک جهت‌گیری مجدد سیاست گردشگری می‌دانند، و عمل‌گراها از آن به عنوان پیشرفتی در نظریه گردشگری پایدار، هر چند با اثرگذاری بسیار محدود در شرایط کنونی یاد می‌کنند.^{۶۸}

تحقیقات موجب توسعه روش‌های متعددی برای تجزیه و تحلیل تأثیرات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و روانی گردشگری زیست محیطی بر جوامع محلی شده است. باکلی (Buckley) پنج درون مایه را برای یک چارچوب ارزیابی پیشنهاد می‌کند: «جمعیت، صلح، رفاه، آلودگی، و حفاظت». کامو و همکاران بر این باورند که پایداری یک محصول یا عمل گردشگری را تنها از طریق یک رویکرد سیستمیک می‌توان ارزیابی نمود.^{۶۹}

شایان ذکر است که گزارش‌های سازمان‌های رسمی و انجمن‌های داوطلب هر دو بسیار دلگرم کننده بوده است. محققان به نتایج متناقض‌تری اعم از بسیار مثبت و بسیار منفی برخوردند. نتایج مثبت شامل نظراتی مانند: «لذا هیچ عبارتی غیر از پایدار نمی‌تواند برای توصیف شکلی از گردشگری کوهستانی به کار رود که مردم مناطق اورست، آناپورنا و لانگ تانگ بیش از ۵۰ سال به کنترل اثرات زیست محیطی آن معطوف داشته‌اند، چنان توجه شایانی که موجب غبطه کشورهای همسایه خود بوده‌اند»^{۷۰} است.

-
- ۶۲ <http://www.sustainabletourismalliance.co.za>، با شعار «آیا تعطیلات شما سبز است و یا فقط سبزشویی؟»
- ۶۳ لامیک (۲۰۰۹).
- ۶۴ گیلون (۲۰۰۴).
- ۶۵ سیگالا (۲۰۰۸).
- ۶۶ راهنمای گردشگران برای گردشگری پایدار، تدوین در سال ۲۰۰۸ با همکاری آژانس مدیریت محیط زیست و انرژی فرانسه.
- ۶۷ <http://www.lonelyplanet.com/about/responsible-trav>
- ۶۸ گردشگری مسئول به طور تخمینی بین ۳ تا ۴ درصد از کل گردشگری در فرانسه را تشکیل می‌دهد. منبع:
- <http://www.mescoursespourlapanete.com/medias/pdf/Chiffres2013web44HD.pdf>
- ۶۹ کامو و همکاران (۲۰۱۲).
- ۷۰ ساکارو (۲۰۰۹).

اما در نتایج منفی به نظرانی از این دست برمی‌خوریم: «لکن گردشگری پایدار بحثی غیر منسجم، بی‌ربط و اغلب ناقص در نتیجه فرضیات نادرست است.»^{۷۱} محققان دیگری نیز نظام‌های مختلف مدیریت انتقال به گردشگری پایدار را کاوش نموده‌اند.^{۷۲}

اما گردشگری پایدار همچنین یک مسئله بازاریابی است: آیا تقاضایی برای آن وجود دارد؟ آیا می‌توان آن را ایجاد کرد و در این صورت برای کدام دسته از مصرف‌کنندگان؟ آیا عرضه آن کافی است؟ آیا جوابگوی تقاضا است؟ عرضه و تقاضا یکدیگر را در یک چرخه منزه تقویت می‌کنند. محققان معتقدند که گردشگران اصولاً از ایده گردشگری پایدار استقبال می‌کنند اما کاربرد عملی آن دشوارتر است. واقعیت این است که همه گردشگران حاضر به پذیرش نظریاتی مانند: «صرف‌نظر کردن از امکانات رفاهی، آمادگی سفر کردن با یک راهنمای گردشگری مسئول، حفظ حداکثری منابع جوامع محلی، موافقت به اجتناب از سفرهای دور، و بالاخره حفاظت از سرمایه‌های طبیعی و فرهنگی از مکان‌های مورد بازدید»^{۷۳} برای ارزیابی تعداد گردشگرانی که احتمالاً در آینده گردشگری پایدار انجام خواهند داد چارچوب‌هایی تهیه شده است. برای این هدف رقمی معادل ۵۰٪ محاسبه شده است^{۷۴} و تلاش می‌شود انگیزه‌های گردشگران آینده‌نگر درک شود.

۷۱ لیو (۲۰۰۳)، ص. ۴۵۹.

۷۲ کاسلینگ و همکاران (۲۰۱۲).

۷۳ فرانسوا-لکامپت و پریم-آلاز (۲۰۰۹)، ص. ۳۲۳.

۷۴ فرانسوا-لکامپت و پریم-آلاز (۲۰۰۹)، ص. ۳۱۹.

اهداف دوره

با توجه به موارد فوق، این دوره باید قادر به تجهیز دانشجویان روزنامه‌نگاری به دانش و مهارت‌های لازم برای نقد هوشمندانه گردشگری به طور عام و گردشگری پایدار به طور خاص باشد. لذا اهداف مشخص فراگیری عبارتند از:

◀ **درک ابهام مفهومی گردشگری:** در نبود یک چارچوب مشترک، به نظر می‌رسد که به تعداد آزمایش‌های میدانی مربوط به گردشگری همبستگی برای آن مفاهیم متعدد وجود دارد.^{۷۵} این مشخصه که در ابتدای این مقاله به آن اشاره شد، اثرات ناخوشایندی بر گردشگری پایدار داشته است. از آنجا که تعاریف رسمی ذکر شده در بالا الزام آور نیستند و صدور گواهی هنوز گسترده نیست، هر سازمانی می‌تواند مدعی «پایدار» بودن محصولات خود شود. در اینجا سه مشکل وجود دارد: نخست ابعاد بین‌المللی آن است. واقعیت این است که استانداردها (آنجا که موجود هستند) و قابلیت‌های فنی کشورها با یکدیگر بسیار متفاوتند. مثلاً شهرها در کشورهای نیمکره شمالی با داشتن کارخانه‌های عظیم تصفیه آب، ممکن است مشکلی در پذیرش هزاران گردشگر نداشته باشند، اما وضعیت برای روستاهای کشورهای جنوب که از چنین امکاناتی برخوردار نیستند و همیشه ناچار به صرفه جویی آب بوده‌اند بسیار متفاوت است. دوم آنکه باید موارد همسان را با هم مقایسه نمود: برای مجریان بسته‌های گردشگری شاید محاسبه اثرات زیست محیطی تمام خدمات ارائه شده نسبتاً آسان باشد، اما این نوع از گردشگری، هرچند که روش متداول بسیاری از سفرهای گردشگری بین‌المللی در سال‌های دهه ۱۹۷۰ بود، به تدریج سهم کمتری یافته و جای خود را به تورهای شخصی‌تر داده است.^{۷۶} هر چند در تورهای شخصی تنها خود گردشگران در موقعیتی قرار دارند که اثرات همه خدمات دریافتی از آژانس‌های گردشگری مختلف را درک کنند. سومین مشکل تعیین واحد محاسبه آلودگی است. دی اکسید کربن یک عامل مهم است، اما عوامل دیگر چطور؟ چگونه می‌توان زیاده‌های تولید شده و اثرات میان مدت و طولانی مدت آن را اندازه‌گیری نمود؟ مهم‌تر از همه، چگونه می‌توان درباره «تعیین چگونگی پایداری در محیط زیست انسان» تصمیم گرفت؟^{۷۷} ظاهراً بزرگ‌ترین آلوده‌کنندگان یعنی شرکت‌های هواپیمایی^{۷۸} و مجریان تورهای گردشگری بیشتر مایل به ارائه گزینه فروش «بسته‌های اعتباری کربن» به مشتریان خود هستند که راه مناسبی برای بهبود تصویر عمومی خود و جلب حمایت مالی به روشی کم هزینه است، چرا که مشتری در واقع حامی مالی است.^{۷۹} به نظر می‌رسد گردشگری پایدار چهره‌ای قابل قبول برای یک شیوه مخرب گردشگری باشد.

۷۵ بلیا و ریچزباتیستی (۲۰۰۴)، صص ۹-۱۰.

۷۶ ویولی یر (۲۰۰۳).

۷۷ باتلر (۱۹۹۹)، ص. ۱۴.

۷۸ فرانسوا لکامپت و پریم آلاز (۲۰۰۹): «۸۹ درصد از گازه‌های گلخانه‌ای گردشگری مربوط به سفرهای بین‌خانه و مقصد

است»، ص. ۳۰۹.

۷۹ ساکارو (۲۰۰۷)، ص. ۹.

ارزیابی جنبه‌های متناقض گردشگری پایدار: از نظر باتلر، «دستیابی به شکلی از توسعه گردشگری که اثراتی بر محلی که در آن رخ می‌دهد برجای نگذارد تقریباً محال است»^{۸۰} او سپس می‌افزاید: «این که همه نمونه‌های گردشگری انبوه ما غیرپایدار باشند هنوز به اثبات نرسیده است»^{۸۱} بنابراین با استدلال‌های زیر روبرو هستیم: گردشگری انبوه بنا به ماهیت خود پایدار نیست، چرا که اثراتی سوء بر محیط زیست بر جای می‌گذارد؛ تنها نوع گردشگری است که می‌تواند پایدار باشد گردشگری علائق ویژه است که به خاطر پوشش دادن تنها تعداد خیلی از گردشگران، قادر به ایجاد تغییری در نتایج کلی صنعت گردشگری نیست، و در نتیجه مفهوم گردشگری پایدار ذاتاً بی‌معنی است. این استدلال ناظر بر پدیده‌ای است که با معرفی استانداردهای انتشار (گازهای گلخانه‌ای) خودرو در اروپا در سال ۱۹۹۲ رخ داد و در آن زمان نیز گفته شد که این اقدامات بی‌معنی خواهد بود. اما اکنون با معرفی جدیدترین استاندارد (یورو ۶) پس از با گذشت بیش از ۲۰ سال از آن زمان، ناوگان خودرو اروپا بسیار کمتر آلوده کننده است، و حتی سازندگان اتومبیل‌های بزرگ که ماهیت آلوده کننده‌ای دارند نیز اکنون بر مصرف و آلایندگی کمتر خودروهای خود تأکید دارند. هم اکنون یک اثرگذاری غیرمستقیم و تحولی تدریجی در نگرش‌ها وجود دارد که باید در نهایت توسط سیاست‌گزاران از طریق مشوق‌ها و یا اقدامات الزام‌آور معرفی شود و سپس به تدریج در اذهان مردم نهادینه شود.

تحلیل وعده محقق نشده تساوی حقوق اقتصادی: واضح است که هرگونه کسب و کار اعم از صنعت گردشگری یا حوزه‌های دیگر، باید به لحاظ اقتصادی دوام‌پذیر باشد وگرنه ادامه حیات آن در ابهام خواهد بود، چرا که برای حفظ یک پروژه در درازمدت، داشتن نیت خوب کافی نیست. این هدف به وضوح در راهنمای برنامه محیط زیست ملل متحد و سازمان جهانی گردشگری قید شده است: «تضمین ادامه حیات و قابلیت رقابت مقاصد گردشگری و شرکت‌های فعال در این صنعت، به طوری که رونق و سوددهی آنها در درازمدت تأمین گردد».^{۸۲} انتقاد وارده مربوط به توزیع منفعت است. «به جز چند بنگاه غیر معمول، صنعت گردشگری به شدت بر جنبه‌های اقتصادی و سودآوری تمرکز دارد، و توجه به جنبه‌های اجتماعی و زیست محیطی تنها محدود به الزامات قانونی و با انگیزه‌های مانور سیاسی، بازاریابی و روابط عمومی است». باکلی این طور نتیجه‌گیری می‌کند که «این صنعت هنوز با پایداری فاصله دارد».^{۸۳} شرکت‌های چند ملیتی متهم هستند که آنچه را که ظاهراً با یک دست اهدا می‌کنند با دست دیگر پس می‌گیرند و تلاش آنها برای حداکثر سودآوری منجر به تضعیف مداوم کارآفرینان گردشگری در کشورهای در حال توسعه است که اغلب به طور ناگهانی توسط مجریان جهانی تورهایی گردشگری مقصدهای خاص کاهش یافته است. این در حالی رخ می‌دهد که هم‌زمان حامیان مالی

۸۰ باتلر (۱۹۹۹)، ص. ۱۲.

۸۱ همان‌جا، ص. ۱۳.

۸۲ برنامه محیط زیست ملل متحد و سازمان جهانی گردشگری (۲۰۰۵)، ص. ۱۸.

۸۳ باکلی (۲۰۱۲)، ص. ۵۳۵ و ص ۵۲۸.

بخش دولتی و شرکت‌های ملی بازاریابی و فروش نیز آنها را رها کرده‌اند.^{۸۶} هر چند برخی محققان بر این باورند که آن دسته از آژانس‌ها و گروه‌های غیردولتی اجرا کننده گردشگری عادلانه (که در آن جوامع محلی میزبان نیز از درآمد گردشگری سود می‌برند) نقشی ضروری به عنوان واسطه بین گردشگران و جامعه ایفا می‌کنند،^{۸۷} و یا گردشگری بومی شکل مناسبی برای گردشگری پایدار است،^{۸۸} صاحب‌نظران دیگری نیز وجود دارند که بر شفافیت نحوه تعامل بنگاه‌های گردشگری همبستگی با شرکت‌های محلی ابراز تردید می‌نمایند.^{۸۷} از منظر اجتماعی-اقتصادی، باید به اهمیت واسطه‌های محلی، که یکی از ویژگی‌های تجارت در بسیاری از کشورهای در حال توسعه هستند توجه نمود. شرکت‌های چند ملیتی اغلب آنها را حذف می‌کنند. به علاوه، این واسطه‌ها با چانه زنی برای پایین‌ترین قیمت ممکن و حداکثر استفاده از رقابت‌های جهانی، تخفیف‌هایی دریافت می‌کنند که مشتری‌ها لزوماً همیشه از آن بهره‌ای نمی‌برند. باز هم از زاویه اقتصادی، گردشگری، چه از نوع پایدار یا غیر، همواره بخاطر عدم توزیع عادلانه درآمد خود در کشورهای میزبان مورد انتقاد قرار گرفته است، چرا که گفته می‌شود مقامات سیاسی و اداری محلی از سود بسیار بیشتری نسبت به مردم محلی که سهامداران واقعی این صنعت هستند، برخوردار می‌شوند. علاوه بر این، از آنجا که شرکت‌های چند ملیتی متعلق به کشورهای مولد گردشگری هستند، سود این صنعت به همان کشورها باز می‌گردد.^{۸۸} این همه منجر به این تناقض شده است که تولید محصولات گردشگری پایدار از سایر محصولات گردشگری گران‌تر نیستند. از آنجا که برخی از گردشگران آماده پرداخت بیشتر برای خدمات پایدار هستند، حاشیه سود تولید محصولات پایدار نسبت به محصولات استاندارد در واقع بالاتر است. این صنعت در پاسخ به انتقادات فوق استدلال می‌کند که از آنجا که افزایش تیراژ محصولات با جبران حاشیه‌های اضافی منجر به کاهش هزینه تولید می‌شود، در نتیجه یک وضعیت برد-برد در این بازار ایجاد می‌نماید و این تنها راه برای تغییر عادات بازار است. برای مثال هتل‌هایی که در چند سال اخیر مهمانان خود را تشویق می‌کنند که هر روز تغییر حوله اتاقشان را درخواست نکنند نیز از این رویکرد پیروی می‌کنند.

◀ **ارزیابی تأثیر جهانی شدن بر گردشگری پایدار:** برخی از محققان بر این اعتقادند که جوامع محلی به‌طور مداوم تحت فشار قرار دارند: در سطح جهانی و ملی توسط روند جهانی شدن و در سطح محلی و منطقه‌ای در نتیجه اقدامات کارگزاران گردشگری و دولت‌های مرکزی،^{۸۹} و این که به‌طور کلی مقامات محلی و منطقه‌ای نیز توسط صنعت گردشگری انبوه تضعیف شده‌اند. از دید این محققان،

۸۴ کازنس (۲۰۰۶)، ص ۱۶.

۸۵ ساکارو (۲۰۰۷)، ص ۱۳.

۸۶ بلانگی و لوران (۲۰۰۷).

۸۷ ساکارو (۲۰۰۷)، ص ۱۰.

۸۸ کازنس، همان‌جا.

۸۹ سیچارد (۱۹۹۹)، ص ۳۴.

جهانی شدن به مثابه یک راه باز کن است که توسط دولت‌هایی که گردشگری را راهی برای ورود به دنیای مدرن می‌بینند ادامه می‌یابد. سازمان جهانی گردشگری نیز یک مدافع گردشگری مطلق شناخته می‌شود.^{۹۰} اما محققان دیگر تصویری مرکب از جهانی شدن ارائه می‌دهند. آنها در عین اذعان این که جهانی شدن به عنوان پدیده‌ای که موجب گسترش و تعمیق ارتباط بین مکان‌های گردشگری در سراسر جهان است، عموماً ظرفیت آن برای یکسان سازی جهان مورد انتقاد قرار می‌گیرد (و اغلب گردشگری به عنوان یکی از قدرتمندترین نیروهای تقویت کننده این روند دانسته می‌شود)؛^{۹۱} ولی در نهایت نتیجه‌گیری می‌کنند که صنعت گردشگری به جای ادغام همه فرهنگ‌ها در اجزایی خاص، موجب پر رنگ شدن تفاوت‌های ظریف در درون این فرهنگ‌ها شده است، چرا که گردشگران به دلایل مختلف و بسته به شرایط خود از اشکال و مقاصد متنوعی برای گذراندن تعطیلات بهره می‌برند.^{۹۲}

نتایج یادگیری چهارگانه و به هم پیوسته فوق، دانشجویان روزنامه‌نگاری را در انتخاب و پروردن ایده‌هایی برای تهیه خبر قادر به درک این واقعیت خواهد ساخت که چالش‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی رو در روی گردشگری فراوان هستند. این چالش‌ها طیف گسترده‌ای از موضوعی را توضیح می‌دهند که اغلب به ایده‌هایی فراتر از گردشگری مرتبط هستند. به گفته شئو (Scheou)، گردشگری پایدار را می‌توان انتخابی بین وضعیتی بد یا کمتر بد در نظر گرفت.^{۹۳} در حالت اول، اگر چه مجریان عمده تورهای گردشگری همگی دارای دستورالعمل و منشورهای مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی هستند اما تغییر قابل ملاحظه‌ای در روش‌های کار آنها مشاهده نشده است و به نظر می‌رسد این اقدامات را تنها برای قابل قبول تر شدن اعمال‌شان از لحاظ اجتماعی و با اهداف بهبود تصویر عمومی، بازاریابی و روابط عمومی اتخاذ نموده‌اند. تبلیغات این شرکت‌ها اغلب از ایجاد تغییرات در آینده خبر می‌دهند، آینده‌ای چنان دور که تا رسیدن آن همه وعده‌ها به دست فراموشی سپرده شده‌اند.^{۹۴} نکته اصلی این است که گردشگری باید برای حفظ رضایت سهام‌داران صنعت گردشگری به رشد خود ادامه دهد. در حالت دوم، تغییرات فرهنگی در یک فرآیند درازمدت، و نه در نتیجه تصمیم‌گیری‌های دولتی اتفاق می‌افتد. تغییر نگرش، چه در عرضه و چه در تقاضا، یک فرآیند زمان بر است و وجود یک سیاست تدریجی بهتر از نبود هیچ سیاستی و یا انکار بی‌معنای واقعیت‌ها (مانند درخواست توقف کامل گردشگری) است. ارائه گزینه خرید خدمات گردشگری دوستدار محیط زیست به مشتریان و یا تشویق آنها به صرفه‌جویی در مصرف آب در کشورهای با آب و هوای خشک و کم بارش می‌تواند در تغییر رفتار آنها در کشورهای خودشان نیز مفید واقع شود.

۹۰ کافین (۲۰۰۸).

۹۱ کافه و همکاران (۲۰۰۷)، ص. ۸۳.

۹۲ همان‌جا ص. ۸۴.

۹۳ شئو (۲۰۰۹)، ص. ۲۹۶.

۹۴ نمونه آن وعده‌های شرکت‌های سازندگان هواپیما به کاهش انتشار دی اکسید کربن است، از جمله وعده مدیر عامل شرکت ایرباس، لوئیس گالوا در سال ۲۰۰۷ به کاهش ۵۰ درصدی این گازها

<http://www.airbus.com/presscentre/pressreleases/press-release-detail/detail/airbus-commits-toambitious>

دیده ۰۷/۱۰/۲۰۱۴

به نظر می‌رسد حل این معضل با ارائه گزینه‌های دوگانه اطلاعات و آموزش، که اجزای اساسی رسانه‌های جمعی هستند، امکان‌پذیر باشد.

دلیل این است که مسائل مرتبط با محیط زیست به طور عام و گردشگری پایدار به طور خاص، موضوعات پیچیده‌ای هستند، و برای ارزیابی تأثیرات چنین سفرها و اقامت‌هایی نیاز به رویکردی اصولی و منظم دارد. باید به عموم مردم، چه در نقش میزبان و چه مشتریان گردشگری، اطلاعات مورد نیاز داده شود تا بتوانند انتخابی آگاهانه داشته باشند. بر اساس تحقیق لامیک (Lamic)، «بیش از ۸۰ درصد مسافران مورد پژوهش خواهان اطلاعات دقیق و عینی بوده‌اند که یافتن آن در شرایط کنونی تقریباً غیر ممکن است».^{۹۵} همان طور که گواهی سلامت و یا فهرست اجزای درج شده بر روی محصولات غذایی به خریداران امکان انتخاب مطمئن محصول دلخواه‌شان را می‌دهد، محصولات گردشگری نیز باید اطلاعات مورد نیاز برای راهنمایی درست خریدار را فراهم کند. به نقل از آتالان، یک آژانس مسافرتی کوچک فرانسوی متخصص در تعطیلات ماجراجویی: «گردشگر بد وجود ندارد، اما گردشگر ناآگاه چرا».^{۹۶} همان طور که در بسیاری از کشورها میزان کالری موجود در یک محصول بر روی بسته‌بندی نشان داده شده است، اطلاعات گردشگری نیز باید شامل «رد پای کربن» (میزان انتشار دی اکسید کربن) در نتیجه آن سفر باشد. در این صورت بی‌معنا بودن ادعای برخی محصولات عرضه شده در بازار با عنوان «پایدار» مشخص خواهد شد.^{۹۷}

این رویکرد باید با آموزش نهادینه شود: دانستن رفتار گردشگری و دانستن میزبانی از یک گردشگر مهارت‌های طبیعی نیستند. هر کس ممکن است در شرایط متفاوت هر یک از دو نقش بازدید کننده و میزبان را ایفا نماید. گردشگری بیشتر اوقات محدود به رابطه کشورهای شمال و جنوب تلقی می‌شود، حال آن که در واقعیت رابطه شمال-شمال و حتی به طور فزاینده‌ای جنوب-جنوب نیز هست. مدرسه‌ها باید بازتاب‌های درست و رفتار مناسب را آموزش دهند. این فرآیند دو نفع در پی خواهد داشت: از سویی موجب بهبود اجرای گردشگری پایدار می‌شود و از سوی دیگر، اثرات مثبتی که بر عموم مردم بر جای می‌گذارند در حوزه‌های دیگر زندگی ایشان مفید واقع می‌شود، چرا که ارتباطات موجود در گردشگری در واقع ارتباطات افراد با یک دیگر است.^{۹۸} که همواره در همه جوامع رخ می‌دهد. به این ارتباطات روزمره قبلاً اشاره شد: «انسان‌هایی که گردشگری پایدار را درک می‌کنند در زندگی اجتماعی نیز مصرف‌کنندگان مسئولی هستند».^{۹۹} ساکارو (Sacareau) به درستی معتقد است که «گردشگری پایدار» [با این که رشدی نداشته اما بر گردشگری انبوه اثرگذار بوده و این ارزش بزرگ را داشته که موجب بالا رفتن سطح آگاهی‌ها و ارائه نمونه‌ای مناسب از

۹۵ لامیک (۲۰۰۹)، ص. ۱۳۰.

۹۶ آتالان، منشور اخلاقی مسافری.

۹۷ برای یک اروپایی انجام اکوتوریسم در کاستاریکا مضحک خواهد بود چرا که رد پای کربن (میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای) ناشی از پرواز بیش از حد سنگین خواهد بود.

۹۸ کافه و همکاران (۲۰۰۷).

۹۹ فرانسوا لکامپت و تمیز-آلاز (۲۰۰۹).

ارتقای دست‌مزدها و شرایط کار همه گروه‌های جوامع محلی متأثر از صنعت گردشگری شده است.^{۱۰۰} تنها با گفتن این‌که گردشگری باید پایدار باشد این اتفاق نخواهد افتاد. از سوی دیگر، رشد گردشگری پایدار نه تنها به توسعه بازارهای موازی محدود کننده تأثیرات گردشگری انبوه کمک می‌کند بلکه وجود آن مجریان توره‌های گردشگری بزرگ را وادار می‌کند که حداقل تا حدی این نیاز اجتماعی جدید را در نظر داشته باشند، چرا که در جهان‌گردی و ارتقاء گردشگری، داشتن تصویر عمومی مناسب عنصری حیاتی است.^{۱۰۱}

رویکرد یا روش آموزشی

رویکرد این آموزش ترکیبی است از تدریس مطالب نظری مدرس، خواندن و بحث و گفتگوی مقالات پژوهشی و مقالات خبری ملی و بین‌المللی، ارائه گزارش توسط دانشجویان (به صورت انفرادی و یا جمعی) در مورد موضوعات منتخب خودشان مرتبط با موضوع هر جلسه، مطالعات موردی، و تجربه میدانی.

معیار نمره و ارزشیابی

شرکت در کلاس و فعالیت کلاسی: ۳۰٪

مشارکت در ارائه گروهی: ۳۰٪

کار شخصی دانشجو (کار روزنامه‌نگاری و ارزیابی مکتوب): ۴۰٪.

تعداد ساعت در هفته

چهار ساعت آموزش در هفته طی یک دوره ۱۰ هفته‌ای (۴۰ ساعت) و یک بازدید میدانی با تحلیل‌های بعدی (۸ ساعت)، در مجموع بالغ بر ۴۸ ساعت. هر جلسه (غیر از گردش‌های علمی) شامل برنامه زیر خواهد بود:

- ◀ یک ساعت و نیم: تدریس مطالب نظری، مفهومی و روش شناختی توسط مدرس
- ◀ ۳۰ دقیقه: بحث درباره متن درسی که دانشجویان از پیش مطالعه کرده‌اند
- ◀ ۳۰ دقیقه: ارائه و بحث در مورد سرفصل جلسه، موضوعات به انتخاب دانشجویان باشد
- ◀ یک ساعت: مطالعات موردی روزنامه‌نگاری (مقالات خبری، گزارشات رادیویی و تلویزیونی، صفحات وب چند رسانه‌ای، و غیره).

۱۰۰ ساکارو، (۲۰۰۷)، ص ۱۴.

۱۰۱ ویالون (۲۰۱۳)، کولومب (۲۰۱۱).

تجهیزات

برای اجرای این دوره آموزشی به امکانات گسترده فنی نیازی نیست و می‌توان از تجهیزات در دسترس مانند ویدئو پروژکتور، دستگاه فتوکپی، و غیره استفاده نمود. می‌توان یک تارما شامل انجمن گفتگو راه‌اندازی کرد و امکان بحث بین شرکت‌کنندگان سابق و فعلی و سایر اشخاص ذینفع را فراهم نمود.

هفته ۱

موضوعات: مفاهیم و تعاریف گردشگری پایدار به عنوان بخشی از توسعه پایدار (محیط زیست، تغییر، تنظیم، آسیب پذیری)

هدف: نمایش تنوع و ابهامات مفاهیم و تعاریف گردشگری پایدار در سطوح ملی و بین‌المللی
 کتاب درسی: بخش‌های گزیده‌ای از کتاب برنارد شئو (۲۰۰۹)، گردشگری پایدار و گردشگری عادلانه، بروکسل: دو بوئک

مطالعه موردی: مقایسه استدلال‌های مجریان مختلف تورهای جهانگردی درباره گردشگری پایدار

هفته ۲

موضوعات: تاریخچه گردشگری متعارف، گردشگری پایدار و گردشگری فرهنگی (تصاویر، انجمن‌های نمادین، دستورالعمل‌های فرهنگی، و غیره)

هدف: نمایش این‌که تقلید نیروی محرکه گردشگری اعم از پایدار یا غیرپایدار است.
 کتاب درسی: بخش‌هایی از کتاب مارک بویور و فیلیپ ویالون (۱۹۹۴)، تکنیک‌های ارتباطات، پاریس: انتشارات دانشگاه فرانسه، سری کتاب‌های چه می‌دانم؟ شماره ۲۸۸۵
 مطالعه موردی: مقایسه انتقادات وارد بر گردشگران و گردشگری از ابتدا با انتقاد از گردشگری پایدار

هفته ۳

موضوعات: اقتصاد گردشگری متعارف و پایدار، کسب درآمد مالی از خدمات دوستدار محیط زیست
 هدف: نشان دادن نقش گردشگری پایدار در صنعت گردشگری

کتاب درسی: ایزابل ساکارو، ۲۰۰۷. «در سرزمین احساسات خوب: برخی بازتاب‌های انتقادی در مورد گردشگری همبستگی»، تئوروس، جلد ۲۶، شماره ۳، ص. ۱۴-۶

مطالعه موردی: مقایسه استراتژی‌های اقتصادی هتل‌های زنجیره‌ای و آژانس‌های مسافرتی کوچک

هفته ۴

موضوعات: جامعه‌شناسی گردشگری معمولی و پایدار
 هدف: توضیح نمونه‌های مجریان گردشگری پایدار
 کتاب درسی: امیل جووان و سارا دال نیکار. ۲۰۱۴. «خلاء نگرش و رفتاری در گردشگری پایدار، تحقیقات سالانه گردشگری، جلد ۴۸، سپتامبر ۲۰۱۴، صص ۷۶-۹۵
 مطالعه موردی: بررسی مصاحبه‌های انجام شده درباره انگیزه‌های «پایدار» گردشگران

هفته ۵

موضوعات: اخلاق گردشگری معمولی و پایدار
 هدف: تأکید بر تنوع و وسعت دیدگاه‌ها
 کتاب درسی: گزیده‌ای از کتاب دستورالعمل جهانی اخلاق گردشگری. سازمان جهانی گردشگری. ۱۹۹۹.
 مطالعه موردی: مقایسه سه منشور گردشگری پایدار

هفته ۶

موضوعات: استراتژی گردشگری متعارف و پایدار
 هدف: تحلیل نقش گردشگری پایدار در گردشگری به طور کلی
 کتاب درسی: ماریانا سی گالا. ۲۰۰۸. « رویکرد مدیریت زنجیره تأمین برای بررسی نقش مجریان تورهای جهانگردی در گردشگری پایدار: مورد آژانس مسافرتی TUI»، مجله تولید پاک‌تر، جلد ۱۶، شماره ۱۵، صص ۱۵۸۹-۱۵۹۹
 مطالعه موردی: آژانس مسافرتی آتالانت

هفته ۷

موضوعات: روابط عمومی در گردشگری پایدار معمولی و پایدار

هدف: توضیح عملکرد روابط عمومی گردشگری

کتاب درسی: فیلیپ ویالون. ۲۰۱۳. «ارتباط گردشگری: یک اختراع سه گانه»، جهان گردشگری، شماره ۷، ص

۱۰-۱

مطالعه موردی: نقش روابط عمومی گردشگری پایدار در روابط عمومی گردشگری به طور کلی

هفته ۸

موضوعات: گردشگری پایدار در کسب و کار

هدف: نشان دادن تنوع و گستردگی استراتژی‌های کسب و کار

کتاب درسی: گزیده‌ای از کتاب برنامه محیط زیست ملل متحد و سازمان جهانی گردشگری. ۲۰۰۵. با عنوان:

چگونه گردشگری را پایدارتر سازیم: راهنمای سیاست‌گزاران، پاریس

مطالعه موردی: مقایسه تارماها

هفته ۹

موضوعات: گردشگری پایدار در رسانه‌های اجتماعی

هدف: نشان دادن فرصت‌های ممکن برای مشارکت دادن اقلیت‌ها

کتاب درسی: دفتر گردشگری دو وین دو نانت. ۲۰۱۳. «استفاده از فیس بوک برای گردشگری»،

slideshare-atelier-3-reseaux-sociaux-facebook-le-vignoble-denantes-tourisme-140409025725-

phpapp01.pdf

مطالعه موردی: مقایسه وبلاگ‌های گردشگری پایدار

موضوعات: بررسی اجمالی: آینده گردشگری پایدار

هدف: افزایش آگاهی درباره روند سریع تغییرات و اهمیت ایجاد اشکال جدیدی از گردشگری پایدار
کتاب درسی: بیل برام ول و برنارد لین. ۲۰۱۲. «به سوی نوآوری در پژوهش‌های گردشگری پایدار؟» مجله گردشگری پایدار، جلد ۲۰، شماره ۱، صص ۷-۱
مطالعه موردی: بحث درباره فن آوری‌های جدید و گردشگری پایدار
بازدید میدانی: بازدید یک روزه بسته به گزینه‌های محلی: بحث و گفتگو با گردشگران و کسب و کارهای مختلف، در نظر گرفتن رفتار آنها، تجزیه و تحلیل پروژه‌ها و بسته‌ها.

منابع توصیه شده:

آتانانت. منشور اخلاقی مسافر.

دیده ۲۰۱۴/۷/۲۰. https://indabanetwork.files.wordpress.com/2012/01/travelers_ethical_charter.pdf

بلیا، آر. و ریچز باتیستی، ۲۰۰۴. ۲۰۰۴. «گردشگری همبستگی: مقایسه تحلیلی شبکه نوآوری فرانسه و ایتالیا». سمپوزیوم «مسائل مربوط به مدیریت مسئول»، دانشگاه کاتولیک لیون، ۱۸-۱۹ ژوئن ۲۰۰۴.

بلانگی، س. و لوران، آ. ۲۰۰۷. «گردشگری بومی: محلی ممتاز برای بیان اشکال نوآورانه همبستگی». تئوروس، جلد ۲۶، شماره ۳، صص ۳۸-۴۵.

بویر، م. و ویالون پی. ۱۹۹۴. ارتباطات گردشگری. پاریس: انتشارات دانشگاه فرانسه.

برام ول، بی. و لین، بی. ۲۰۱۲. «بسی نوآوری در تحقیقات گردشگری پایدار؟» مجله گردشگری پایدار، جلد ۲۰، شماره ۱، صص ۷-۱.

باکلی، آر. ۲۰۱۲. «گردشگری پایدار: پژوهش و واقعیت». سالانه تحقیقات گردشگری، جلد ۳۹، شماره ۲، صص ۵۲۸-۵۴۶.

باتلر، آر. ۱۹۹۹. «گردشگری پایدار: یک بررسی مدرن». جغرافیای گردشگری، جلد ۱، شماره ۱، صص ۷-۲۵.

کامو، س. هیکه رووا، ل. و ساهوت، ج. م. ۲۰۱۲. «تحلیل نظام‌مند و الگوی گردشگری پایدار». مجله بین‌المللی کسب و کار، جلد ۱۷، شماره ۴، صفحات ۳۶۶-۳۷۸.

کانفین، پ. ۲۰۰۸. «مجریان تورهای جهانگردی هم از لحاظ اجتماعی و هم زیست محیطی هنوز عقب هستند». بسته‌های اقتصادی جایگزین، شماره ۰۳۳، صص ۵۷-۶۶.

کازس، جی. ۲۰۰۶. «گردشگری عادلانه: مفهومی در تردید»، نشریه اسپاسه، شماره ۲۳۵، صص ۱۳-۱۶.

کافه، و. پارت، ه. و ویولی، پ. ۲۰۰۷. «جهانی شدن و دنیای گردشگری»، نشریه اطلاعات جغرافیایی. جلد ۷۱، شماره ۲، صص ۸۳-۹۶.

- کولومب، ژ. ۲۰۱۱. « خلاصه‌ای از سیاست گردشگری پایدار در فرانسه ». کاهیه اسپاسه، شماره ۱۱۰.
- دوهامل، پ. و کادری، ب. (ویراستاران) ۲۰۱۱. « گردشگری و جهانی شدن ». دنیای گردشگری، شماره ویژه.
- فیل، د. و مالیو دی. ۱۹۹۹. « سنجش ماهیت اخلاقی مجریان توره‌های گردشگری ». تحقیقات سالانه گردشگری، جلد ۲۶، شماره ۴، صفحات ۹۲۸-۹۴۳.
- فرانسوا- لکامپت، آ. و تمیز- آلاز، آی. ۲۰۰۹. « فرانسه و گردشگری پایدار: یک طرح پیشنهادی نوع شناسی ». مدیریت و آینده، شماره ۲۹، صص ۳۰۸-۳۲۶.
- گاسلینگ، س.، هال، سی ام. اکستروم، ف. انگه ست، ا. و آل، سی. ۲۰۱۲. « مدیریت انتقال: ابزاری برای اجرای سناریوهای گردشگری پایدار؟ ». مجله گردشگری پایدار، جلد ۲۰، شماره ۶، صص ۸۹۹-۹۱۶.
- گیولون، ب. ۲۰۰۴. « درباره ادغام بوم شناسی در استراتژی بازاریابی یک شرکت متخصص در گردشگری: مورد شرکت آکور ». مجله فرانسوی بازاریابی، شماره ۲۰۰، صص ۹۱-۱۰۰.
- خووان، ای. و الدنیکار، س. ۲۰۱۴. « شکاف نگرش و رفتار در گردشگری پایدار ». تحقیقات سالانه گردشگری، جلد ۴۸، سپتامبر ۲۰۱۴، صفحات ۷۶-۹۵.
- لامی، جی پی. ۲۰۰۹. گردشگری پایدار: آرمانگرایی یا واقعیت؟ چگونه گردشگران و آژانس‌های مسافرتی دوستدار محیط زیست را بشناسیم؟ پاریس: لارماتان.
- لانفان، م. ف. ۲۰۰۴. دعوت به اخلاقیات و مرجع جهانی در دکتین رسمی گردشگری بین‌المللی. نقد و بررسی جهان سوم، جلد ۴۵، شماره ۱۷۸، صص ۳۶۵-۳۸۶. مقاله بارگذاری شده از: WWW.cairn.info 24.37.193.181/ ۲۰۱۴/۵/۵ دیده
- لیو، ز. ۲۰۰۳. « نقد توسعه گردشگری پایدار ». مجله گردشگری پایدار، جلد ۱۱، شماره ۶، صص ۴۵۹-۴۷۵.
- میلر، جی. راتوس، ک. اسکارس، سی. هولمز، ک. و تراب، جی. سال ۲۰۱۰. « درک عمومی از گردشگری پایدار ». سالانه تحقیقات گردشگری، جلد ۳۷، شماره ۳، صص ۶۲۷-۶۴۵.
- دفتر گردشگری وین نانت ۲۰۱۴. « استفاده از فیس بوک در گردشگری ». slideshare-atelier-3-reseaux-sociaux-facebook-le-vignoble-de-nantes-tourisme-140409025725-phpapp01.pdf ۱۰/۱۲/۲۰۱۴ دیده
- ساکارو، ای. ۲۰۰۷. « در سرزمین احساسات خوب: برخی بازتاب‌های انتقادی در مورد گردشگری همبستگی ». تئوروس، جلد ۲۶، شماره ۳، صص ۶-۱۴.
- ساکارو، ۲۰۰۹. « تغییرات در سیاست‌های زیست محیطی و گردشگری کوه در نپال ». مجله پژوهش آلپ - بررسی جغرافیای آلپ، جلد ۹۷، شماره ۳.
- <http://rga.revues.org/> 1031, ۲۰۱۴/V/۱۵ دیده
- شئو، ب. ۲۰۰۹. گردشگری پایدار و گردشگری عادلانه. بروکسل: دبوئک.
- اسکات، دی. ۲۰۱۱. « چرا گردشگری پایدار باید تغییرات آب و هوا را در نظر بگیرد ». مجله گردشگری پایدار، جلد ۱۹،

شماره ۱، ص ۱۷-۳۴.

- سیگالا، م. ۲۰۰۸. «رویکرد مدیریت زنجیره تأمین برای بررسی نقش مجریان تورهای جهانگردی در گردشگری پایدار: مورد آژانس مسافرتی TUI». مجله تولید پاک‌تر، جلد ۱۶، شماره ۱۵، صص ۱۵۸۹-۱۵۹۹.
- سیمارد، م. ۱۹۹۹. «جامعه، هویت و توسعه: چارچوبی جدید برای تحلیل». لافونت، د. و تیوی، بی. ن. (ویراستاران)، «مناطق شکننده رو در رو با جهانی شدن: استراتژی‌های جوامع محلی، نوآوری‌های فناوری و فرهنگی و بازیابی». کبک: گریک (دانشگاه کبک در ریموسکی) صص ۲۳-۳۸.
- سوفیلد، تی. ۲۰۰۳. توانمند سازی برای توسعه گردشگری پایدار. آکسفورد: الزویر.
- برنامه محیط زیست ملل متحد و سازمان جهانی گردشگری ۲۰۰۵. گردشگری را پایدارتر سازیم: راهنمای سیاست‌گذاران. برنامه محیط زیست ملل متحد و سازمان جهانی گردشگری: پاریس.
- سازمان جهانی گردشگری. ۱۹۹۹. دستورالعمل جهانی اخلاق برای گردشگری. دیده ۲۰۱۴/۷/۲۱، <http://ethics.unwto.org/en/content/full-text-global-codeethics-tourism>
- سازمان جهانی گردشگری. ۲۰۱۴. فرازهای گردشگری، نسخه ۲۰۱۴. دسترسی: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourismhighlights-edition>، ۲۰۱۴/۱۲/۷.
- اوربیان، دی جی. ۲۰۰۰. «گردشگری آگاه». اسپاسه روو، شماره ۱۷۱، صص ۲۲-۲۳.
- ویالون، پ. و هنه ک لانگه، س. ۲۰۱۱. «رویکرد بین فرهنگی به عنوان معیاری برای تارنماهای عالی برای شهرهای توریستی». تئوروس، جلد ۳۰، شماره ۱، صص ۶۴-۷۲.
- ویالون، پ. ۲۰۱۳. «ارتباطات گردشگری: یک اختراع سه‌گانه» دنیای گردشگری، شماره ۷، ص ۱-۱۰.
- ویولی، پ. ۲۰۰۳. «گردشگری و جهانی شدن: چالش‌ها و مسائل. جغرافیای اقتصادی». شماره ۲۵، صص ۴۵-۶۲.
- ویور، دی. ۲۰۱۱. «آیا گردشگری پایدار با تغییرات آب و هوا به حیات خود ادامه خواهد داد؟» مجله گردشگری پایدار، جلد ۱۹، شماره ۱، صفحات ۵-۱۵.



گزارش مهاجرت، با تمرکز بر پناهندگان

ژولی پُستی (Julie Posetti)

این درس در ابتدا برای تهیه یک پروژه روزنامه‌نگاری عمومی درباره گزارش‌دهی پناهندگان طراحی شده بود (روزن، گیل‌مور و همکاران) که نویسنده این کتاب و بنگاه سخن پراکنی استرالیا (شبکه ABC) آن را تهیه نمودند. این پروژه ضمن ایجاد ارتباط بین رسانه‌ای و سازمان‌های حمایت از پناهندگان، تولیدات مشترک خبری حرفه‌ای و با کیفیت در قالب‌های صوتی/تصویری/چند رسانه‌ای را به گونه‌ای طراحی می‌نماید که قابلیت انتشار توسط رسانه‌های همکار و شبکه‌های دانشجویی را دارد. این پروژه تا حدی به گروه‌های شبکه‌های اجتماعی اتکا دارد که دانشجویان با هدف کاوش نظریه روزنامه‌نگاری آزاد تشکیل داده‌اند - گروه‌هایی که در روند تهیه گزارش‌های خبری، به شرکت‌کنندگان مخاطب فعال تبدیل می‌شوند.

این مشارکت عمومی به منظور ارتقا و گسترش نتایج یادگیری طراحی شده است که عبارتند از: ظرفیت روزنامه‌نگاری توضیحی و آموزش جامعه؛ تقویت مهارت‌های مناسب مصاحبه برای افراد سوژه گزارش‌های خبری که دچار آسیب‌های روانی شده‌اند؛ و احترام به تحمل و مدارا، انسجام اجتماعی و چارچوب‌های حقوق بین‌المللی حامی حقوق بشر.

سطح دوره

دوره پایانی (پروژه نهایی) برای گروه هدف دانشجویان سال سوم یا چهارم در یک برنامه ۳-۴ ساله مقطع کارشناسی رشته مطالعات روزنامه‌نگاری یا رسانه.

شرح دوره

این یک برنامه درسی مدل برای پروژه دانشجویی روزنامه‌نگاری عمومی با همکاری صنعت و جامعه مدنی است که برای آموزش و اطلاع دانشجویان روزنامه‌نگاری (و مخاطبان ایشان) با محوریت سیاست‌های مربوط به پناهندگی و پناهندگان طراحی شده و گزارش‌دهی آگاهانه راجع به این موضوعات را پشتیبانی می‌کند. این برنامه برای ارائه سنتی گزارش‌های رو در رو طراحی شده است.

این دوره بر اساس الگوی یک پروژه آزمایشی طراحی شده که یک مؤلف برنامه‌های درسی در دانشگاه کانبرا (استرالیا) در سال ۲۰۱۱ آن را تهیه کرده است. آن پروژه آزمایشی نتیجه یک همکاری مشترک با یک آژانس سرشناس پناهندگان با رویکرد جامعه محور بنام حمایت از پناهندگان کانبرا (<http://www.crs.org.au>) و بنگاه سخن پراکنی استرالیا (ABC) در کانبرا

<http://www.abc.net.au/local/stories/2011/10/19/3343665.htm>

بوده است. این مشارکت که شرکای آن در یک یادداشت تفاهم به طور رسمی آن را امضا کردند، شامل یک مشارکت ثانویه با دانشگاه ملی موسیقی استرالیا بود که تولید موسیقی نسخه اصلی برای امتیاز دهی به برخی از گزارش‌های خبری دانشجویان روزنامه‌نگاری را تسهیل می‌نمود. سپس همکاری دیگری با تسهیل‌گران محتوای تولیدی کاربران با عنوانی به معنای «اظهار نظر ما»

(<http://oursay.org/reporting-refugees>)

شکل گرفت که به ارائه سوژه‌ها برای گزارش‌های خبری و مشکلات مهم پناهندگان و پناهندگی، و مسائل و سیاست‌های اثرگذار بر آنها با کاوش نظرات جامعه می‌پرداخت. این نظرات طی یک برنامه زنده دو ساعته رادیویی اختصاصی از شبکه ای بی سی مورد بحث و بررسی کارشناسی قرار گرفت.

اهداف دوره

- ◀ افزایش سطح سواد و دانش دانشجویان روزنامه‌نگاری در زمینه مسائل پناهندگان و مشکلات مربوط به پناهندگی در جوامع خود، با همکاری رسمی با یک سازمان جامعه مدنی تسهیل‌کننده تعامل با پناهندگان و پناهجویانی که در کنار جوامع محلی زندگی می‌کنند.
- ◀ ایجاد زیر ساخت‌های لازم برای بهبود استانداردهای گزارش‌دهی درباره پناهندگان و پناهندگی و سیاست‌های مربوط به آنها از طریق تعامل هدایت شده با سوژه‌های گزارش موجود در این گروه‌ها.
- ◀ حمایت از تولیدات دانشجویی گزارش‌های صوتی، ویدیویی و چند رسانه‌ای با کیفیت قابل پخش که

- زندگی پناهندگان و پناهجویان را در شرایط خاص خود روایت کند.
- ◀ اطلاع رسانی و آموزش به شنوندگان و بینندگان این گزارش‌های خبری از طریق رسانه‌های دانشگاهی (به عنوان مثال رادیوهای اجتماعی)، وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی دانشجویان و اعضای هیئت علمی، و برنامه‌ها و تارماهای شریک‌های صنعت رسانه.
 - ◀ ارتقای استاندارد مناظره‌های عمومی راجع به مسائل از طریق بحث‌های آگاهانه با مشارکت جوامع محلی.
 - ◀ تعامل با دانشجویان در تولید حرفه‌ای محتوا با همکاری متخصصان این صنعت از طریق یادگیری تجربی نظام‌مند.
 - ◀ حمایت از ظرفیت‌سازی در واحدهای تولید دانشجویی در زمینه کار گروهی و تهیه گزارش‌های خبری به صورت تیمی.
 - ◀ افزایش سواد و دانش در زمینه رسانه‌های اجتماعی و حمایت از تعامل مخاطبان در شرایط گزارش‌دهی در مورد مسائل حساس.
 - ◀ بررسی نظریه‌ها و شیوه‌های روزنامه‌نگاری از جمله روزنامه‌نگاری حمایت‌طلبی مدافع، روزنامه‌نگاری صلح، روزنامه‌نگاری همگانی، و روزنامه‌نگاری عمومی.
 - ◀ کمک به پناهندگان و پناهجویان و حامیان آنها در ارتقای مهارت‌های رسانه‌ای ایشان با هدف ارائه و معرفی بهتر توانایی‌های خود.

بالاخره این که دوره حاضر برای پرداختن به نقدی پژوهش محور در مورد گزارش دادن درباره مسائل پناهندگان و پناهجویان در شرایط مختلف جهانی با مداخله در آموزش روزنامه‌نگاری طراحی شده است و با استفاده از الگوهای تهیه شده و ارائه گزارش درباره مسائل انسان‌دوستانه، تلاش می‌کند تا دانشجویان روزنامه‌نگاری را به توان تولید روزنامه‌نگاری آگاهانه‌تر تجهیز کند که به دنبال توضیح، به جای تهییج، بحث‌های عمومی این مسائل باشد. همچنین، دانشجویان را به مهارت‌هایی مجهز می‌کند که بتوانند با افرادی که سوژه مصاحبه و تهیه گزارش هستند و دچار آسیب‌های روانی شده‌اند با توجه به حساسیت‌های شان و رعایت اصول اخلاقی رفتار کنند و خبرنگاران را تشویق می‌کند تا اثرات اجتماعی و انسانی گزارش‌دهی خود را با شیوه‌های اندیشمندان در نظر بگیرند. با این وجود، دوره حاضر محملی است برای تقویت مهارت‌های سنتی روزنامه‌نگاری در کنار مهارت‌های نوین لازم برای روزنامه‌نگاری اجتماعی، به خصوص در فرایند جمع‌آوری، سازماندهی و ارائه اطلاعات و همچنین تعامل مخاطبان؛ و در این راه به یادگیری تجربی از طریق همکاری رسانه‌ها در درون صنعت رسانه می‌نگرد.

شیوه آموزش

این دوره برای تهیه و ارائه سنتی خبر در دانشگاه با تأکید بر تدریس مطالب توسط استاد و آموزش رو در رو طراحی شده است. با این حال، واحدهای آنلاین تولید دانشجویی نیز که در شبکه اجتماعی فیس بوک (یا نرم افزار مودل Moodle) عضویت دارند و با کمک استاد پشتیبانی می‌شوند، آن را تسهیل‌گری می‌کنند. از نرم افزار مودل نیز برای قرار دادن مطالب درسی، به اشتراک گذاشتن گزارش‌های نمونه، ارتباط رسمی با دانشجویان و دریافت تکالیف دانشجویان استفاده می‌شود.

سخنرانی‌های کلاسی (در صورت امکان ضبط و در یادگست منتشر شوند) به عنوان فرصتی برای یادگیری جمعی مطالب نظری، سخنران مهمان و تمرین نقد گروهی رسانه‌ها طراحی شده‌اند. هدف از آموزش در گروه‌های کوچک، اجرای پروژه‌های واحد تولید خبر با پشتیبانی دبیر خبر است که در آن همزمان با پیشرفت دوره، فرصت‌های خودآموزی نیز افزایش می‌یابند. در شرایط آرمانی این کلاس‌ها باید در مقیاس کوچک و برای گروه‌های حداکثر ۱۲-۱۴ دانشجو برگزار شود و طی آن دانشجویان محتوای تولیدی تیم‌های گزارش همکلاس‌های خویش را بررسی کنند. در این میان استاد نقش مدیر تولید یا سردبیر را ایفا نموده و بازخورد راهنمایی همزمان و فوری ارائه می‌دهد. این دوره برای مدت ۱۲ هفته به شکل ترکیبی از یک ساعت تدریس نظری استاد (سخنرانی) و سه ساعت آموزش گروهی و کارگاهی طراحی شده است.

تدارکات

- ◀ شناسایی و ایجاد مشارکت با شرکای صنعت رسانه و سازمان‌های جامعه مدنی متخصص در حمایت و ارائه خدمات به پناهندگان.
- ◀ انعقاد یادداشت‌های تفاهم با شرکای اصلی با هدف افزایش شفافیت و پاسخگویی در مورد مسئولیت‌ها و انتظارات کلیه شرکا درباره: اخلاقیات (باز تهیه یک دستورالعمل اخلاق روزنامه‌نگاری در یادداشت تفاهم).
- ◀ بر اساس یادداشت تفاهم، شریک جامعه مدنی توافق می‌کند در هر آموزش گروهی یک پژوهش موردی از زندگی یک پناهنده یا پناهجو ارائه نماید.
- ◀ خبرنگاران دانشجو در گروه‌های دو یا سه نفره در واحدهای بزرگ‌تر (۶ دانشجو) به تهیه خبر مشغول شوند. هر واحد تولید خبر یک خبرنگار ارشد تعیین می‌کند و با یک داوطلب از یک سازمان جامعه مدنی مشخص توافق می‌کند که این داوطلب کار ارتباط با پناهندگان یا پناهجویانی که سوژه خبری هستند را تسهیل و نظارت نماید. استاد، مربی و خبرنگار ارشد نیز نقش کانال ارتباطی را ایفا می‌کنند.
- ◀ شریک آژانس حمایت از پناهندگان در تهیه گزارش‌های خبری مربوطه دیگر نظیر برنامه‌های ایجاد اشتغال، طرح‌های کمک هزینه تحصیلی پناهندگان، و برنامه‌های مشاوره جامعه محلی، با ارائه

- راهنمایی و تسهیل ارتباطات یاری می‌کنند.
- ◀ آژانس حمایت از پناهندگان در یک میزگرد در مورد موضوعات و تدارکات پروژه با حضور شریکی از صنعت رسانه، استاد مربوطه و کارشناسان دیگر، طی یکی از کلاس‌ها که در اوایل دوره برنامه‌ریزی شده باشد، مشارکت می‌کند.
 - ◀ ایجاد سلسله مراتب تحریریه، انتظارات خروجی (مثلا برنامه‌های رادیویی، میکروسایت)، و ورودی کلاس درس (به عنوان مثال بازدیدهای ماهانه از کارگاه‌های آموزشی و ارائه انتقادات و پیشنهادات سازنده در مورد گزارش‌های خبری در دست تهیه) به همراه شریک صنعت رسانه.
 - ◀ تصمیم‌گیری راجع به محدود کردن برخی گزارش‌های خبری به قالب صوتی با توجه به حساسیت‌های مربوط به هویت افراد، قبل از شروع گزارش گرفته شود.
 - ◀ تیم‌های گزارشگر دانشجویی که موظف به تهیه گزارش درباره پناهندگان و پناهجویان شده‌اند ممکن است لازم باشد فرم‌های رضایت مصاحبه شونده را تهیه کنند و جلسات اولیه‌ای با مصاحبه شوندگان با حضور نماینده آژانس حمایت از پناهندگان با هدف ایجاد تفاهم با مصاحبه شونده و اطمینان دادن به وی از اینکه تعهدات اخلاقی رعایت خواهد شد، ترتیب دهند.
 - ◀ کتابچه راهنمای درسی مفصلی برای کمک به دانشجویان در جستجوی مراحل پیچیده تولید خبر و راهنمایی آنها در گزارشگری موضوعات حساس تدوین شود.

رئوس هفتگی مطالب: محتوا و فعالیت‌ها

نتایج مورد انتظار	موضوع‌ها و فعالیت‌ها	هفته / تاریخ
	مقدمه‌ای بر پروژه نمای کلی اهداف، وظایف و تدارکات	هفته ۱ سخنرانی کلاس درس دانشگاه
راه‌اندازی گروه‌های تولید خبر در فیس‌بوک؛ انتخاب هش‌تگ (#) و آغاز نمودن تدوین خط مشی روزنامه‌نگاری اجتماعی	موضوع سخنرانی: مقدمه‌ای بر شرکای پروژه و نظریه روزنامه‌نگاری عمومی. شرکای رسانه‌های و جامعه دعوت شده به سخنرانی در بحث میزگرد در مورد پروژه شرکت نموده و تفاهم‌نامه همکاری را امضا می‌کنند. کارگاه: کارگاه مقدماتی تولید خبر <ul style="list-style-type: none"> ◀ ایجاد واحدهای تولید و تیم‌های گزارشگر ◀ ایجاد گروه‌های فیس‌بوک برای مدیریت پروژه ◀ بحث کلاسی در مورد پروژه؛ تشکیل واحدهای تولید و گروه‌های دو یا سه نفره گزارشگر ◀ تعیین سوژه‌های خبری کارگاه در واحدهای تولید خبر و ارائه به کل کلاس برای دریافت بازخورد 	هفته ۲ سخنرانی و کارگاه‌های آموزشی
ارائه نسخه نهایی خبر در کلاس؛ مشارکت فعال در گروه‌های تولید و در رسانه‌های اجتماعی	موضوع سخنرانی: روزنامه‌نگاری عمومی چیست و عملکرد آن در عصر رسانه‌های اجتماعی چگونه است؟ کارگاه: کارگاه تولید خبر نهایی کردن خبرهای تهیه شده در گروه‌های دو سه نفره، بحث و گفتگو درون واحد تولید؛ ارائه به کلاس و استاد برای تکمیل آن با همکاری جمع	هفته ۳ سخنرانی در کلاس درس

	<p>سخنران مهمان: فردی با تجربه میدانی راجع به مسائل پناهندگان و پناهجویان (مثلا گفتگو با یک خبرنگار خارجی یا یک استاد با استفاده از اسکایپ).</p> <p>کارگاه: بازدید اولیه از کلاس درس توسط تهیه کننده‌ای از میان شرکای صنعت رسانه</p> <p>بحث و گفتگو در زمینه اخلاقیات، استانداردهای تولید، شیوه‌های و بررسی خبرهای در دست تولید دریافت بازخورد از استاد و شریک صنعت رسانه</p>	هفته ۴
<p>اولین ملاقات با پناهجویان یا پناهندگان که شریک آژانس حمایت از پناهندگان آن را تسهیل نموده است؛ انجام مصاحبه با منابع دیگر</p>	<p>موضوع سخنرانی: تکنیک‌هایی روزنامه‌نگاری اجتماعی برای جمع‌سپاری و توسعه مخاطب</p> <p>کارگاه: به‌صورت خودآموزی. واحدهای تولید خبر با یکدیگر ملاقات می‌کنند و دانشجویان ضمن ادامه تهیه و ویرایش گزارش‌های میدانی، با استفاده از بازخورد حرفه‌ای دریافت شده در هفته ۴، روش‌های آگاهانه‌تری را برمی‌گزینند.</p>	هفته ۵ همکاری گروهی بدون نظارت
<p>عمده مصاحبه‌ها باید پیشرفت داشته باشند</p>	<p>استراحت میان دوره (ادامه همکاری در کارهای میدانی؛ جلسات آنلاین تولید با همکاران)</p>	هفته ۶
	<p>موضوع سخنرانی: گزارش مسائل حساس</p> <p>کارگاه: مرور پیشرفت تیم‌های گزارشگر توسط مدرس. مطرح نمودن مشکلات و موانع موجود در گروه برای بررسی راه حل‌ها</p>	هفته ۷ کارگاه‌های آموزشی در دانشگاه
<p>گزارش میدانی باید تکمیل شود</p>	<p>کارگاه: کارگاه ویراستاری خبر با حضور نماینده صنعت رسانه در مراحل خودآموزی: واحدهای تولید خبر با یکدیگر ملاقات می‌کنند و دانشجویان ضمن ادامه تهیه و ویرایش گزارش‌های میدانی، با استفاده از بازخورد حرفه‌ای دریافت شده، روش‌های آگاهانه‌تری را برمی‌گزینند.</p>	هفته ۸ بدون سخنرانی

موعده ارائه تکلیف درسی ۱	کارگاه: بخش دوم کارگاه ویراستاری	هفته ۹ همکاری آنلاین
	کارگاه: ارائه خبر به صورت زنده در کلاس‌های گروهی و انتخاب برای برنامه‌های رادیویی زنده	هفته ۱۰ بدون سخنرانی، تنها کارگاه‌های آموزشی در دانشگاه
انتخاب مجریان برنامه	کارگاه: آغاز مرحله پیش تولید برنامه؛ آغاز بارگذاری مطالب در تارفا	هفته ۱۱ بدون سخنرانی، تنها کارگاه‌های آموزشی در دانشگاه
پایان هفته ۱۲: ضبط نهایی پخش موعده تکلیف ۲ (هفته ۱۳) موعده تکلیف ۳ (هفته ۱۳)	کارگاه: آماده سازی نهایی برای پخش - با حضور نماینده شریک صنعت در کلاس برای کمک؛ تمرینات	هفته ۱۲ بدون سخنرانی

تکلیف درسی ۱:

گزارش خبری بلند در قالب‌های صوتی / تصویری / چند رسانه‌ای (۶۰٪ پروژه بزرگ)

بررسی اجمالی: گزارش خبری در قالب‌های صوتی / تصویری / چند رسانه‌ای تولید شده در گروه‌های دو یا سه نفره در واحدهای بزرگ‌تر (شش نفره) آموزشی تولید خبر. مضمون گزارش‌های راجع به مسائل و سیاست‌های مربوط به و یا اثرگذار بر پناهجویان و پناهندگان در جامعه است.

به عنوان بخشی از این ارزیابی، دانشجویان نقدی را در قالب مطلب ارسالی در وبلاگ می‌نویسند که شامل ارزیابی تجربیات خود در این پروژه است. دانشجو باید با استفاده از مقالات پژوهشی به غنای مطلب نگاشته شده خود بیفزاید.

جزئیات ارزیابی: به هر واحد تولید خبر یک موضوع فرعی اختصاص داده خواهد شد (به عنوان مثال پناهندگان و کار، آموزش، بهداشت و درمان، ورزش، هنر، یا سیاست) و مأمور رابط سازمان حامی پناهندگان که برای هر گروه آموزشی منصوب شده، به همراه استاد، آنها را در یافتن منابع یاری می‌کند. در میان این گزارش‌های خبری، یکی از گزارشگرهای دو نفره در هر یک از گروه‌های مأمور تهیه داستان زندگی یک فرد یا خانواده پناهنده یا پناهجوی گزیده شده می‌گردد.

هر گروه گزارشگر دو یا سه نفره دانشجویی باید یکی از قالب‌های صوتی، تصویری یا چندرسانه‌ای را برای گزارش خود انتخاب نموده و یک گزارش بلند (۶-۸ دقیقه‌ای) را بین خود ارائه کنند. در مواردی که زندگی پناهجویان یا پناهندگان گزارش می‌شود، به دلیل لزوم حفظ امنیت و هویت افراد، ایجاب می‌کند از گزارش صوتی به جای ویدیو استفاده شود.

تقسیم وظایف در میان اعضای گروه‌های دو یا سه نفره گزارشگر با عناوین تولید کننده، گزارشگر و خطوط تولید فنی ممکن است مؤثر باشد اما اجباری نیست. دانشجویان می‌توانند از استاد مربوطه در مورد بهترین روش تقسیم وظایف راهنمایی بجویند.

در نسخه نهایی گزارش خبری باید شیوه‌های خلاق خبرنگاری به کار گرفته شود، محتوای نظری روزنامه‌نگاری عمومی لحاظ شود، و استانداردهای اخلاقی و رویه‌های حرفه‌ای مربوطه به گزارشگری اقلیت‌ها و گروه‌های در معرض خطر رعایت شود (این موضوعات در کلاس و توسط خواندنی‌های پیشنهادی بررسی می‌شوند).

گزارش باید نمونه‌ای از استماع یا مشاهده پایدار باشد. می‌توان از جلوه‌های صوتی، تکنیک‌های روایت و ویرایش خلاق در آن استفاده نمود. همچنین می‌توان این گزینه را در نظر گرفت که به یک پناهنده اجازه دهیم

داستانی بسیار قدرتمند روایت کند و سپس با حداقل ویرایش آن را به طور طبیعی به قالب پرسش و پاسخ منجر نماییم. در این جا، نظریات پیشرفته تحریریه دانشجویان سال آخر که مشغول واحدهای پایانی دوره هستند، به کار می‌آید.

تکنیک‌ها و سبک و سیاق تهیه خبر بلند رادیو تلویزیونی در سخنرانی‌های کلاسی و آموزش‌های گروهی مطرح خواهد شد.

اگر از الگوی میان رشته‌ای همکاری با یک مدرسه موسیقی استفاده شود، باید هر واحد برنامه با یک دانشجوی آهنگساز یا نوازنده تطبیق داده شود و می‌توان زمانی را برای یک جلسه در کلاس درس برای هر تیم با یک موسیقی‌دان تسهیل نمود. دانشجویان می‌توانند تعامل‌های دیگر این چنینی را در صورت تمایل ترتیب داده و از گروه‌های فیس بوک مبتنی بر واحدهای تولید استفاده کنند.

می‌توان گزیده‌ای از بهترین گزارش‌های ویدئویی را در شبکه‌های اشتراک‌گذاری نظیر یوتیوب (YouTube) و یا ساوندکلاود (SoundCloud) یا سایت‌های شرکای رسانه‌ای منتشر نمود. گزارش‌های صوتی را می‌توان در شبکه رادیویی دانشگاه پخش نمود و آنها را برای ورود در تولیدات همکار صنعت رسانه (بر اساس شایستگی تحریریه) در رقابت قرار داد (به عنوان مثال منتخبی از دانشجویان یک برنامه رادیویی دو ساعته را با نظارت فنی استاد مربوطه و شریک صنعت برای شبکه ای بی سی تهیه و ارائه دهند). گزارش‌های صوتی را در سایت اشتراک‌گذاری فایل‌های صوتی «سند کلا» بارگذاری کنید (<http://soundcloud.com>). این کار برای گزارش‌هایی که برای پخش یا انتشار حرفه‌ای، بررسی و انتخاب می‌شوند ضروری خواهد بود.

هر گزارش باید حداقل سه مصاحبه شونده داشته باشد. البته می‌توانید شرح زندگی پناهندگان را (با مشورت با استاد خود) از این قاعده مستثنی نمایید.

در زمان ارسال خبر باید مقدمه‌ای نیز برای گوینده خبر شامل ۳-۶ بند (یک جمله‌ای) ضبط شود. این متن مقدمه باید ضمن فراهم کردن صحنه مناسب برای مجموعه گزارش‌های صوتی/تصویری/چند رسانه‌ای، نکات مهم خبری را معرفی و در صورت وجود مسائل و سیاست‌های پیچیده در مجموعه خبری، زمینه کافی برای توضیح آن را فراهم نماید. این مقدمه باید به شکل یک متن سنتی مقدمه خبر رادیو یا تلویزیون اجرا شود.

متن گزارش‌های موجود در بسته صوتی/تصویری نیز باید به منظور ارزیابی به طور جداگانه در نرم افزار «مودل» ثبت شود.

به علاوه، هر دانشجو موظف است یک پرسش‌نامه ارزیابی کار دانشجوی همکلاسی خود را به صورت ناشناس تکمیل کند که نتایج آن ۱۰ درصد نمره ارزیابی نهایی کار آن دانشجو را تشکیل خواهد داد.

ارزیابی تکالیف صوتی/ تصویری این بخش با توجه به معیارهای زیر انجام می‌شود:

- ◀ مقدمه قوی و متمرکز بر امور جاری
- ◀ توانایی تولید خبرهای آگاه‌کننده و مبتنی بر تحقیق و پژوهش درباره امور جاری
- ◀ قابلیت تولید خبر با توجه به فرمت مورد نیاز برای ارسال؛ به عنوان مثال سبک‌های مناسب برای تلویزیون یا رادیو
- ◀ مهارت‌های مصاحبه
- ◀ مهارت‌های ارائه خبر
- ◀ مهارت‌های فنی- استفاده، ضبط و ویرایش فایل‌های صوتی و تصویری
- ◀ توانایی نگاشتن در تصاویر در گزارش‌های تلویزیونی و ویدیویی
- ◀ توان استفاده خلاقانه از صدا
- ◀ مهارت‌های تحریریه / تولید خبر؛ به عنوان مثال، رویکردهای خلاق داستان‌سرایی
- ◀ کار گروهی (در صورت لزوم)
- ◀ پایبندی به معیارهای مناسب اخلاقی و حرفه‌ای

تکلیف درسی ۲:

تمرین متفکرانه وبلاگ دانشگاهی: ۳۰٪

در این تکلیف شما یک پست وبلاگ علمی با ۱۲۵۰ کلمه را منتشر می‌کنید (یک فرم کتبی منتشر شده، تعاملی و قابل دسترس از یک مقاله سنتی) که در آن تجربه خود از پروژه روزنامه‌نگاری عمومی گزارشگری پناهندگان را بطور انتقادی ارزیابی می‌نمایید. در این نگارش باید سهم و تجربه‌های فردی خود را به همراه کل فرآیند مورد تحلیل منتقدانه قرار دهید. در انجام این تکلیف بر موانع، پیروزی‌ها، شکست‌ها و نتایج یادگیری تمرکز نمایید و بنای آن را بر تحقیقات آکادمیک در زمینه گزارشگری گروه‌های اقلیت، چند فرهنگی و روزنامه‌نگاری عمومی قرار دهید. باید حداقل پنج مطلب دانشگاهی مرتبط برای مطالعه را شناسایی و در پست وبلاگ خود به حداقل پنج منبع علمی با استفاده از مرجع‌ها و استناد نمایید. اگر این منابع بصورت آنلاین منتشر شده‌اند باید لینک به این منابع را در پست خود قرار دهید.

علاوه بر این، باید تعامل خود را با پناهندگان یا پناهجویان و افراد یا سازمان‌های حامی آنها که در گزارش خود منعکس کرده‌اید بازتاب دهید.

برای کمک به روند ارزیابی انتقادی، این سؤالات را از خود بپرسید و طی پیشرفت پروژه پاسخ‌های خود را یادداشت کنید: (۱) پیش از شروع این پروژه چه تماس‌هایی با پناهجویان و پناهندگان داشته‌اید؟

۲) نگرش شما نسبت به پناهندگان/پناهجویان و سیاست‌های مربوط به مدیریت آنها پیش از شروع کار بر روی این پروژه چه بود؟ ۳) آموخته‌های شما در مورد پناهندگان/پناهجویان در طول مدت پروژه چه بوده است؟ ۴) آیا این پروژه تأثیری بر دیدگاه‌های شما در مورد پناهجویان/پناهندگان و سیاست‌های مربوط به آنها داشته و اگر پاسخ مثبت است تأثیر آن چه بوده است؟ ۵) این پروژه در مورد گزارشگری مسائل پناهندگان/پناهجویان چه درس‌هایی به شما آموخته است؟ ۶) اگر لازم باشد بار دیگر درباره این موضوع گزارش تهیه کنید. چگونه آموخته‌های این پروژه را عملی خواهید کرد؟

در ضمن می‌توانید از پایگاه‌های وبلاگ نویسی وردپرس (Wordpress) یا Tumblr و یا blogger.com در این تمرین استفاده کنید و این پست را در وبلاگ‌های موجود منتشر کنید.

نکته مهم: قوانین نشر و استانداردهای حرفه‌ای عمومی (به عنوان مثال دستورالعمل‌های اخلاقی) در وبلاگ نویسی و استفاده از تمام رسانه‌های اجتماعی اعمال می‌شود. این به این معنی است که در پست‌های خود باید به قوانین مربوط به افترا، تحقیر و غیره احترام گذاشته، آن را رعایت کنید. شما (از نظر قانونی و حرفه‌ای) مسئول محتوایی هستید که به طور مستقل در ارتباط با این واحد درسی منتشر می‌کنید و پایبندی شما به این اصول در ارزیابی کار شما در موارد مقتضی در نظر گرفته خواهد شد.

مطالب وبلاگی بر اساس معیارهای زیر ارزیابی خواهند شد:

- ◀ مهارت‌های ارتباطی نگارشی
- ◀ توان شناسایی، تحلیل و ارزیابی انتقادی موانع و موفقیت‌های تحریر، تولید خبر و مهارت‌های مرتبط با آن به همراه نتایج یادگیری مربوطه
- ◀ مشارکت مخاطبان (تعامل با نظر دهندگان و تولید کنندگان محتوای رسانه‌های اجتماعی)
- ◀ ضعف در نگارش، نقطه گذاری، دستور زبان، املاء و اشتباه تایپی منجر به کسر نمره خواهد شد.
- ◀ اصالت و ابتکار و فراست خبرنگاری متناسب با رسانه
- ◀ پژوهش‌گری و ارجاع علمی (سبک هاروارد)
- ◀ تبعیت از استانداردهای چاپ و نشر حرفه‌ای و حقوقی

تکلیف درسی ۳:

تولید برنامه با مشارکت مخاطبان: ۱۰٪

مشارکت شما در تولید برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در تیم تولیدتان ذیل این واحد درسی، و همچنین در گروه‌های فیس بوک ایجاد شده برای میزبانی واحدهای تولید خبر (این گروه‌ها را گزارشگران ارشد دانشجوی ایجاد می‌کنند)، توسط استاد مربوطه مورد نظارت و ارزیابی قرار خواهد گرفت.

علاوه بر این، باید خوراک خبری لازم برای حساب کاربری خود در شبکه توییتر (Twitter) به عنوان ابزاری برای ایجاد و حفظ ارتباط با مخاطبان به طور مرتب تهیه کنید. استادان مربوطه بر مطالب توییتری شما نظارت خواهند کرد و شما باید پیوند مربوط به پنج توییتر ارسال شده در طول ترم تحصیلی را (جدا از مبادلات شما با اعضای تیم تولید) برای نشان دادن خود در جذب مخاطب ارائه دهید. این مطالب توییتری به همراه دیگر مطالب منتشر شده در کانال‌های دیگر رسانه اجتماعی، باید برای این مقاصد استفاده شوند: الف) کمک به تحقیق و تهیه موضوعات خبر؛ ب) کمک به شناسایی اسطوره‌ها و پرسش‌های مهم در جامعه در مورد مسائل پناهندگان و پناهجویان؛ و ج) ایجاد یک گروه علاقمند به موضوع گزارشی که تهیه می‌کنید.

معیارهای ارزیابی: کار گروهی؛ مشارکت در ایده پردازی؛ رهبری و پشتیبانی؛ مهارت‌های ارتباطی؛ پاسخگویی؛ عملکرد رضایت‌بخش در ایفای نقش‌های محول شده در تولیدات رادیویی و تلویزیونی؛ توانایی تعامل با مخاطبان و برانگیختن بحث و گفتگو راجع به موضوع مورد نظر با استفاده از رسانه‌های اجتماعی.

شبکه ای بی بی سی. ۲۰۱۱. گزارش پناهندگان در پایتخت، نگاه خبرسانی استرالیا
<http://www.abc.net.au/local/stories/2011/10/19/3343665.htm> 2013 دیده 30 مه

بوئرسما، م. و گراهام، تی. ۲۰۱۳. توییت به مثابه یک منبع خبر، حرفه روزنامه‌نگاری، ۷ (۴)، صص ۴۴۶-۶۴.

برادشاو، پ. ۲۰۰۹. ابزار گاردین برای آمار هزینه‌های نمایندگان مجلس: وقت بازی، وبلاگ روزنامه‌نگاری آنلاین،
 ۱۹ ژوئن ۲۰۰۹.

<http://onlinejournalismblog.com/2009/06/19/theguardian-build-a-platform-to-crowdsource-mps-ex-penses-data>. Accessed 4 June 2013، ۴ ژوئن ۲۰۱۳ دیده.

گیلمور، د. ۲۰۰۴. ما رسانه‌ها: روزنامه‌نگاری مردمی توسط مردم، برای مردم. سیاست‌پول، کالیفرنیا، ایالات متحده
 امریکا، شرکت اوریلی مدیا.

هاموند، پی. ۲۰۰۲. مبارزه اخلاقی: روزنامه‌نگاران حمایت طلب و انسان دوستی نوین

چندلر، د. (ویراستار)، بازاندیشی حقوق بشر: رهیافت‌های انتقادی به سیاست بین‌الملل، صص ۱۷۶-۱۹۰.

هرمیداه، ا. ۲۰۱۲. توییت‌ها و حقایق: خبرنگاری بعنوان روشی برای بررسی مشترک صحت اخبار، حرفه روزنامه‌نگاری،
 ۶ (۵-۶)، صص ۶۵۹-۶۸.

هرمیداه، ا. لوئیس، اس سی و ظامیت، آر. ۲۰۱۴، منابع یابی بهار عربی: مطالعه موردی منابع اندی کاروین در توییت طی
 رخداد انقلاب‌های تونس و مصر، مجله ارتباطات به واسطه رایانه، ۱۹ (۳)، صص ۴۷۹-۹۹.

هرینگتون، تی. و هرینگتون، جی. ۲۰۰۶. محیط‌های یادگیری معتبر در آموزش عالی. انتشارات علم اطلاعات، ۲۰۰۶.

لیو، جی. ۱۹۹۱. قرار دادن یادگیری در جوامع عمل در رزنیگ، ل. لوین، ج. و تیزلی، س. (ویراستاران) دیدگاه‌های
 ادراک اجتماعی مشترک ۶۳، صص ۸۲.

مک کی، تی. و وارویک بلا، ر. ۲۰۱۱. «هر یک از این پناهجویان قایق سوار ممکن است تروریستی باشد!» بازنمایی‌های
 رسانه‌ای و درک عمومی از ورود پناهجویان قایق سوار، به استرالیا. روزنامه‌نگاری، ژوئیه سال ۲۰۱۱،
 جلد ۱۲ شماره ۵۶۰۷-۶۲

اوگان، سی ال. ۱۹۸۰. توسعه روزنامه‌نگاری و ارتباطات: وضعیت مفهوم. مقاله ارائه شده در نشست سالانه انجمن
 آموزش روزنامه‌نگاری (۶۳، بوستون، ۱۳-۰۹ اوت، ۱۹۸۰)

فیلیپس، جی. ۲۰۰۹. اقلیت‌های قومی در اخبار تلویزیونی استرالیا: تصویر لحظه‌ای دوم. نقد و بررسی روزنامه‌نگاری
 استرالیا، جلد ۳۱، شماره ۱، صص ۱۹-۳۲.

فیلیپس، جی. ۲۰۱۱. گزارش تنوع قومی: نمایش اقلیت‌های قومی در برنامه‌های امور حال حاضر تلویزیون استرالیا.
 رسانه‌های بین‌المللی استرالیا، ۱۳۹، صص ۲۳-۳۱.

فیلیپس، جی. و تاپسال، س.م. ۲۰۰۷. تنوع قومی در اخبار تلویزیون: مطالعه موردی استرالیا، نقد و بررسی روزنامه‌نگاری

استرالیا، جلد. ۲۹، شماره ۲، ص ۱۵-۳۳.

پوزتی، ج. ۲۰۰۷. رونمایی پوشش خبری زنان مسلمان: گزارشگری در عصر ترور. مجله بین‌المللی تنوع قومی در سازمان‌ها، جوامع و ملت‌ها، جلد ۷، شماره ۵، ص. ۸۰-۶۹.

پوزتی، ج. ۲۰۰۸. تغییر باورهای سریع و دشوار درباره مسلمانان.

Jscribe: <http://www.j-scribe.com/2008/09/breaking-fast-and-challengingmedia.html>

(Accessed May 30th, 2013), 30 مه 2013 دیده

پوزتی، ج. ۲۰۰۹. رونمایی پوشش رادیویی زنان مسلمان. مجله رادیو: مطالعات بین‌الملل در رسانه تصویری و صوتی، دوره ۶، شماره ۲/۲، صص ۱۶۱-۱۷۷.

پوزتی، ج. ۲۰۱۰. «شیلایهای جهادی یا رسانه‌های شهدا: زنان مسلمان و رسانه‌ها» در رانه، ه. اوارت، ج. و عبدالله، م. (ویراستاران)، اسلام و رسانه‌های خبری استرالیا، انتشارات دانشگاه ملیورن، صص ۶۹-۱۰۳.

پوزتی، ج. ۲۰۱۲. چگونه هم‌داستان شدن رسانه‌های اجتماعی موجب برانگیخته شدن گزارش‌های مربوط به پناهندگان استرالیا شد.

URL: <http://www.pbs.org/mediashift/2012/01/how-social-media-collaborationfueled-reports-on-australias-refugees> (دیده ۳۰ مه ۲۰۱۳)

پوزتی، ج. ۲۰۱۳. «اثرات اقبال عمومی به شبکه توئیتر بر روزنامه‌نگاری تحقیقی» در تر، س ج. ریچاردسون، ن. (ویراستاران)، تحقیقات روزنامه‌نگاری و بررسی در دنیای دیجیتال، انتشارات دانشگاه آکسفورد، صص ۸۸-۱۰۰.

روزن، جی. «عملی کردن نظریات: روزنامه‌نگاری عمومی در فرم ساخته شده» در گلاسر، تی. ایده روزنامه‌نگاری عمومی. سال ۱۹۹۹، گیلفورد پرس، صص ۲۱-۴۸.

سواج، جی. و چالیس، م. ۲۰۰۲. یک برنامه آموزشی هنرهای دیجیتال؟ راه‌های عملی به آینده. تحقیقات آموزش موسیقی، دوره ۴، شماره ۱، صص ۷-۲۳.

اس بی اس. ۲۰۱۱. آی کیو: انجمن هوش فرهنگی، قسمت ۱. تلویزیون اس بی اس، استرالیا.

<http://www.sbs.com.au/ondemand/video/2176425721/cultural-intelligenceforum-pt-1>

(دیده ۲۰۱۳ مه ۳۰).

شاون، ی. لینچ، ج. و هایت آر ای. ۲۰۱۲. گسترش روزنامه‌نگاری صلح: رویکردهای مقایسه‌ای و انتقادی. انتشارات دانشگاه سیدنی.

وال، ام. ۲۰۰۳. «جنبش‌های اجتماعی و اینترنت: روزنامه‌نگاری فعال دیجیتال می‌شود» (مؤلف) کاواموتو، ک. افق نگرش‌ها: دیدگاه‌ها درباره روزنامه‌نگاری دیجیتال. رومان و لیتل فیلد، صص ۱۱۳-۱۲۲.

وایت، ۲۰۱۴. مطالعه موردی از ایتالیا در مورد نحوه گزارشگری مهاجرین، منتشر شده بصورت آنلاین در شبکه اخلاق روزنامه‌نگاری، ۹ ژوئن ۲۰۱۴.

<http://ethicaljournalismnetwork.org/en/contents/humanity-in-the-news-an-italian-case-study-on-how-to-tell-the-migrant-story>

how-to-tell-the-migrant-story



روزنامه‌نگاری تحقیقی اخلاقی

استلا مارگاریتا تورس آلمانزا (Estela Margarita Torres Almanza) و مانوئل آلخاندرو گرو (Manuel Alejandro Guerrero)

این دوره می‌کوشد عناصر اساسی انجام روزنامه‌نگاری تحقیقی را معرفی کند. دوره با مقدمه‌ای بر نقش روزنامه‌نگاری تحقیقی در جامعه امروز آغاز شده و سپس به آموزش تکنیک‌هایی می‌پردازد که دانشجویان را قادر به اجرای یک پروژه مستقل روزنامه‌نگاری تحقیقی خواهد ساخت.

سطح دوره

دانشجویان سال سوم یک دوره سه یا چهار ساله کارشناسی.

اهداف دوره

این دوره عناصر اساسی روزنامه‌نگاری تحقیقی را معرفی می‌کند. دوره با مقدمه‌ای بر نقش روزنامه‌نگاری تحقیقی در جامعه امروز آغاز شده است و سپس به آموزش تکنیک‌هایی می‌پردازد که دانشجویان را قادر به اجرای یک پروژه مستقل روزنامه‌نگاری تحقیقی خواهد ساخت.

دانشجویان طی این دوره نمونه‌هایی از روزنامه‌نگاری تحقیقی از سراسر جهان را مورد تحلیل قرار داده و مراحل برنامه‌ریزی پروژه، تهیه گزارش، بررسی و مدیریت منابع، انتشار خبر و اثرگذاری اجتماعی را مورد بحث و بررسی قرار می‌دهند.

شرح دوره

روزنامه‌نگاری تحقیقی طی ۱۵۰ سال گذشته از موارد بسیاری از فساد، سوء مدیریت بیت‌المال، نقض حقوق بشر، بلایای زیست محیطی و موارد متعدد دیگری از مشکلات اجتماعی مهم سرپوش برداشته و آن را مطرح نموده است. روزنامه‌نگاری تحقیقی همچون ابزاری قدرتمند باعث استیضاح مقامات دولتی و حتی استعفاي جمعی تمامی اعضای دولت‌هایی که از قدرت سوء استفاده کرده‌اند، و همچنین زیر سؤال بردن روش‌های مشکوک افراد و شرکت‌هایی که به ضرر منافع عمومی عمل می‌کنند، شده است. هدف روزنامه‌نگاری تحقیقی این است که با استفاده از اطلاعات معتبر و دقیق، اقدامات افراد، سازمان‌ها، شرکت‌ها و دولت‌ها در بخش‌های عمومی یا خصوصی که به تحصیل منافع نامشروع به قیمت ضربه زدن به منافع شهروندان و عموم مردم می‌پردازند را آشکار نماید.

واقعیت این است که پرسش‌های بسیاری در مورد آینده روزنامه‌نگاری مطرح است. روزنامه‌نگاران جوان و با تجربه تکنیک‌های سنتی و جدید را می‌آموزند، تولید می‌کنند و به کار می‌برند؛ تکنیک‌هایی که منجر به خلق گزارش‌هایی شده که هر چند برای تهیه آن زمان زیادی صرف شده است اما پس از انتشار موجب فشار آوردن بر مسئولین برای پاسخگویی آنها شده است. فراگیری این تکنیک‌ها و منابع، موضوع اصلی درس روزنامه‌نگاری تحقیقی، اخلاق و شهروندی است.

این درس پیش از هر چیز تلاشی برای معرفی بحثی مفهومی بین دانشجویان برای درک بهتر ارتباط بین روزنامه‌نگاری تحقیقی و تمرینی کامل‌تر از شهروندی فعال در جهان امروز است. همچنین معیارهای اجتناب‌ناپذیری که کل فرایند روزنامه‌نگاری را در هر زمان و تحت هر شرایطی می‌تواند هدایت کند، یعنی

اخلاق حرفه‌ای، معرفی خواهد شد. اخلاق در اینجا به عنوان بازتابی عرضی در امتداد کل فرایند تهیه دقیق گزارش تحقیقی در نظر گرفته شده است. لذا هدف این درس نشان دادن این اصل به دانشجویان است که روزنامه‌نگاری تحقیقی مبتنی بر اصول اخلاق حرفه‌ای، با توانمند کردن شهروندان از طریق اطلاعات مفید و مرتبط، نقشی مهم در حفظ دموکراسی‌های سالم ایفا می‌کند.

این سه هدف طی یک دوره پانزده هفته‌ای دنبال خواهد شد که شامل یک بررسی مفهومی همراه با مهارت‌ها و تکنیک‌های عملی است. لذا بحث‌های نظری قویاً با روش‌های انجام کار عملی در قالب یک پروژه روزنامه‌نگاری تحقیقی پیوند داده شده‌اند. لازمه توجه به این پیوند، پرداختن به برخی موضوعات ضروری بوده است از جمله جایگاه روزنامه‌نگاری در جامعه‌ای که بسوی دموکراسی حرکتی می‌کند؛ نقش روزنامه‌نگاری در شهروندی و پاسخگویی؛ حرفه روزنامه‌نگاری و فشارهای ناشی از: قوانین تحریریه، سازمان‌های رسانه‌ای، چارچوب‌های قانونی و کارآیی آنها در حفاظت از روزنامه‌نگاران، ایدئولوژی، و عوامل دیگر. در پایان این دوره تهیه یک گزارش تحقیقی نهایی از دانشجویان انتظار می‌رود.

دسترسی به منابع برای روزنامه‌نگاران تحقیقی به طور مداوم رو به فزونی است. منابع پیشنهاد شده در این دوره تنها شمایی از افق گسترده‌تری است که به دنبال تحریک کنجکاوی فکری دانشجویان و مدرسین و ترغیب آنها به تحقیق و گردآوری مجموعه منابع خود ایشان است. هدف دیگر این دوره کمک به گسترش جامعه روزنامه‌نگاری تحقیقی بین‌المللی است که تلاش خود را وقف ارتقای حقوق شهروندی، دفاع از آزادی و نظارت بر صاحبان قدرت در جهت منافع عمومی کرده است.

نحوه تدریس

بهتر است این دوره در یک کلاس تدریس شود چرا که ترکیبی از تدریس استاد با بحث‌های سمیناری و کارگاه‌های آموزشی است که با کمک به دانشجویان در پیشرفت بیشتر در کارهای پژوهشی موجب تقویت مواد درسی می‌شود. در طی دوره استاد نظارت نزدیکی بر روند توسعه پژوهش روزنامه‌نگاری دارد.

رویکرد یا روش تدریس

این دوره که در ابتدا با عنوان «روزنامه‌نگاری تحقیقی، اخلاق و شهروندی» نامیده می‌شد برای دانشجویان سال آخر روزنامه‌نگاری و ارتباطات برنامه‌ریزی شده است و انتظار می‌رود این دانشجویان دانش پایه لازم درباره روش‌ها و نظریه‌های روزنامه‌نگاری را دارا باشند، که البته این دانش پایه در طول دوره تقویت خواهد شد. هدف دیگر مستند سازی پیشرفت دانشجویان در بکارگیری عملی تکنیک‌ها و تقویت مهارت‌های جدید است. در نتیجه، بسیاری از تکالیف‌های پیشنهادی ممکن است به مثابه پیش نویسی از گزارش نهایی روزنامه‌نگاری تحقیقی باشد.

بحث مفهومی درباره گزارش‌های تحقیقی در این دوره بر ارتباط اخلاق در روند گردآوری اطلاعات، نگارش و ارائه گزارش تاکید دارد. گرچه دو هفته از زمان این دوره به بررسی استانداردهای اخلاقی و عمل به آن اختصاص داده شده است، اما در واقع رویکردی متقاطع از اخلاق را در طول کل فرایند تحقیقاتی بر می‌گزینند.

گرچه این تکالیف را می‌توان در داخل یا خارج کلاس درس تهیه کرد اما در هر صورت نیاز به نظارت نزدیک مدرس دارد و قویاً توصیه می‌شود گفتگویی مستمر بین دانشجو و مدرس درباره آن جریان داشته باشد. این بخش گروهی از تکالیف را شامل می‌شود که به طور مستقیم به گزارش تحقیقی نهایی مربوط نیستند و می‌توان آنها را داخل یا خارج از کلاس درس انجام داد.

خوب است که مدرس یا مربی این دوره تسلط مناسبی به تکنیک‌ها و ابزارهای مختلف مورد استفاده در روزنامه‌نگاری تحقیقی و روزنامه‌نگاری مبتنی بر پایگاه داده‌ها داشته باشد. بسیار مهم است که مدرس، یک فضای همکاری، تبادل و گفتگو را با دانشجویان ترویج کند که تداعی کننده محیط واقعی روزمره اتاق خبر باشد و بر اهمیت کار گروهی در پروژه‌های تحقیقاتی روزنامه‌نگاری تأکید نماید.

در نهایت، قویاً توصیه می‌شود حداقل یک سخنران مهمان به کلاس دعوت شود که پروژه روزنامه‌نگاری تحقیقی خود را با دانشجویان به اشتراک بگذارد.

معیار نمره و ارزشیابی

۳۰ درصد نمره متعلق به مشارکت در کار کلاسی و تکالیف خارج از پروژه تحقیقاتی نهایی است. ۷۰ درصد نمره مربوط به پروژه نهایی روزنامه‌نگاری تحقیقی است. گزارش باید درباره یک موضوع مرتبط باشد، بر کاربرد روش‌های پژوهشی بنا نهاده شده و مهارت‌های لازم برای تهیه یک اثر با کیفیت بالا در آن به کار برده شده باشد. توجه به فرایند توسعه پروژه، از تدوین یک فرضیه تا اجرای روش تحقیق و تجسس، برای دانشجویان در نگارش گزارش نهایی مفید خواهد بود.

توجه: مدرس/مربی در مورد نحوه اجرای پروژه بصورت فردی یا گروهی تصمیم خواهد گرفت.

تعداد ساعت‌های درس در هفته

این دوره مجموعاً ۴۵ ساعت شامل هفته‌ای یک جلسه ۳ ساعته به مدت ۱۵ هفته است. مربیان باید حداقل دو ساعت در هفته را به خواندن‌ها و تکالیف و نیز زمان لازم برای توسعه پروژه تحقیقاتی اختصاص دهند.

تجهیزات

دسترسی به فضای آموزشی مجهز به امکانات رایانه‌ای کافی قویاً توصیه می‌شود. برای ایجاد، مدیریت و ویرایش متن، صدا، ویدئو، گرافیک و داده‌های آماری، به نرم افزارهای استاندارد و نیز دسترسی به اینترنت، پست الکترونیکی و منابع اینترنتی نیاز است.

خواندنی‌های لازم

هانتر، ام ال. ۲۰۱۴. تحقیق مبتنی بر گزارش خبری. کتابچه راهنمای کاربر برای روزنامه‌نگاران تحقیقی.

چاپ اول. پاریس، انتشارات یونسکو. موجود در: <http://www.storybasedinquiry.com/>

خواندنی‌های پیشنهادی

- بری، اس. ۲۰۰۸. روزنامه‌نگاری دیده‌بان. چاپ اول. ایالات متحده آمریکا، انتشارات دانشگاه آکسفورد.
- د بورگ، ه. ۲۰۰۸. روزنامه‌نگاری تحقیقی. چاپ دوم. ایالات متحده آمریکا، روتلج.
- گری، ج. چیمبرز، ل. و بونگرو، ل. ۲۰۱۲. کتابچه راهنمای روزنامه‌نگاری آماری. چگونه روزنامه‌نگاران می‌توانند با استفاده از داده‌ها اخبار را بهبود دهند. چاپ اول. رسانه اوراییلی. <http://datajournalismhandbook.org/>
- هوستون، بی. واینبرگ، س. و آی آر آی. ۲۰۰۸. کتابچه خبرنگار تحقیقی: راهنمای اسناد، پایگاه‌های داده، و تکنیک‌ها. چاپ پنجم. ایالات متحده آمریکا، خبرنگاران و سردبیران تحقیقی.
- هورتا، سی‌ای. سالمانکا، نی. سیرا، ج. ل. ۲۰۱۴. روزنامه‌نگار تحقیقی آمریکای لاتین در عصر دیجیتال. چاپ اول. ابتکار کانکتاس. مرکز بین‌المللی روزنامه‌نگاران. http://connectas.org/images/Lab/manual_de_periodismo_ICFJ-CONNECTAS.pdf
- پاز، م. و پری، اف. (ویراستاران). ۲۰۱۴. کتابچه راهنمای روزنامه‌نگاری آماری آمریکای لاتین. چاپ اول. شیلی، بنیاد رسانه قدرتمند و دانشگاه آلبرتو هورتادو. <http://manual.periodismodedatos.org>
- رادو، پ. در تعقیب پول: راهنمای دیجیتال برای ردیابی فساد. مرکز بین‌المللی روزنامه‌نگاران. https://reportingproject.net/occrp/pdf/Follow_The_Money_WEB.pdf
- رودریگز، پ. ۱۹۹۴. روزنامه‌نگاری تحقیقی. تکنیک‌ها و استراتژی. اسپانیا. پایدوس آمریکای لاتین.
- راجرز، س. ۲۰۱۳. حقایق مقدسند. چاپ اول. بریتانیای کبیر. کتاب‌های گاردین.
- سانتورو، د. ۲۰۰۸. روش‌های تحقیقی. روش‌های توسعه یافته در روزنامه‌ها و مجلات در آمریکای لاتین. بازچاپ اول. مکزیک. صندوق فرهنگی اقتصادی و بنیاد روزنامه‌نگاری جدید برای آمریکای لاتین.
- وایسبورگ، س. ۲۰۰۰. روزنامه‌نگاری دیده‌بان در آمریکای جنوبی. چاپ اول. ایالات متحده آمریکا، انتشارات دانشگاه کلمبیا.

سازمان‌های روزنامه‌نگاری تحقیقی

(قویاً پیشنهاد می‌کنیم از تمامی سایت‌های زیر بازدید کنید چرا که هر کدام محتوی منابع مختلفی راجع به حمایت از روزنامه‌نگاری تحقیقی هستند):

<http://investigativecenters.org/> - شبکه آفریقایی مراکز گزارشگری تحقیقی -
<http://cironline.org/> - مرکز گزارش‌های تحقیقی -
<http://www.publicintegrity.org/> - مرکز همبستگی عمومی -
<http://ciperchile.cl/> - مرکز روزنامه‌نگاری تحقیقی -
<http://connectas.org/es/> - کانکتاس -
<http://consejoderedaccion.org/> - هیئت تحریریه -
<http://gijn.org/> - شبکه جهانی روزنامه‌نگاری تحقیقی -
<http://www.icij.org/> - کنسرسیوم بین‌المللی روزنامه‌نگاری تحقیقی -
<http://www.icfj.org/> - مرکز بین‌المللی روزنامه‌نگاران -
<http://ijec.org/> - کنسرسیوم آموزش روزنامه‌نگاری تحقیقی -
<http://investigativenetwork.org/> - شبکه خبری تحقیقی -
<http://ire.org/> - گزارشگران و ناشران تحقیقاتی -
<https://reportingproject.net/occrp/index.php/> - پروژه جرایم سازمان یافته و فساد -
<http://www.propublica.org/> - پرو پابلیکا -

منابع روزنامه‌نگاری تحقیقی

(قویاً پیشنهاد می‌کنیم از تمامی سایت‌های زیر بازدید کنید چرا که هر کدام محتوی منابع مختلفی راجع به حمایت از روزنامه‌نگاری تحقیقی هستند):

<http://dartcenter.org/> - مرکز دارت برای روزنامه‌نگاری و آسیب‌های روحی روانی -
<https://www.foiamachine.org/> - سامانه «قانون آزادی دسترسی به اطلاعات» (دولت فدرال آمریکا) -
<https://investigativedashboard.org/> - کارگاه (روزنامه‌نگاری) تحقیقی -
 رسانه +۷۵ ابزار برای روزنامه‌نگاران تحقیقی -
<https://medium.com/@Journalism2ls/75-tools-for-investigative-journalists-7df8b151db35/>
<https://www.muckrock.com/> - ماکراک -
<http://niemanstoryboard.org/> - انجمن گزارش نویسی نیمن -
<https://offshoreleaks.icij.org/> - بانک داده‌های آفشور لیکس (کنسرسیوم بین‌المللی روزنامه‌نگاری تحقیقی) -
<http://premio.ipys.org/investigaciones-premiadas.html/> - جایزه ایپیس برای پژوهش‌های روزنامه‌نگاری -
<https://source.opennews.org/en-US/> - منبع اخبار آزاد -

برنامه کلاس‌ها و موضوعات توصیه شده

هفته ۱: گزارشگری تحقیقی و منافع عمومی

ارائه، اهداف و معرفی این دوره. بحث در مورد نقش روزنامه‌نگاری تحقیقی در جامعه. ارتباط بین اطلاعات و شهروندی برای یک دموکراسی کارآمد. عناصر روزنامه‌نگاری مورد نیاز برای گزارش‌های تحقیقی. تکلیف درسی: نمونه‌ای از یک گزارش تحقیقی را انتخاب و ارائه کنید. توضیح دهید چرا مرتبط و مؤثر است.

هفته ۲: از پیدا کردن موضوع تا تنظیم چارچوب کاری

ارائه و بحث: «چه عواملی یک گزارش خبری را قابل پیروی می‌کند؟» اهمیت شکل دادن یک فرضیه، طرح پرسش، و برنامه‌ریزی روش مناسب. تکلیف درسی: موضوع تحقیق و فرضیه خود را تعریف کنید؛ و اهمیت اجتماعی آن را به گروه توضیح دهید.

هفته ۳: منابع اطلاعات. الف) پیدا کردن اسناد عمومی

ارائه و بحث در مورد اهمیت اسناد عمومی. کجا و چگونه این اسناد را بیابیم. قوانین «آزادی دسترسی به اطلاعات» در شرایط مختلف؛ روند دولت شفاف در جهان و راهبردهای دستیابی به اسناد و مدارک. حقیقت‌یابی اسناد و منابع عمومی. تکلیف درسی: اسنادی که ممکن است برای تحقیقات خود نیاز داشته باشید را شناسایی کنید. اسناد را جستجو کنید. موانع تجسس را تجزیه و تحلیل نمایید. دلیل نیاز به این کار را توضیح دهید.

هفته ۴: منابع اطلاعات. ب) مردم و مصاحبه

ارائه و بحث در مورد منابع انسانی. توسعه نقشه منابع؛ نحوه ایجاد روابط، شناسایی انگیزه‌ها و اهداف. مطالعه تکنیک‌های مصاحبه. راستی‌آزمایی منابع داده‌های ارائه شده در طول مصاحبه‌ها. تکلیف درسی: نقشه‌ای از منابع برای خود ترسیم نموده و نسخه اولیه طرح گزارشگری خود را تهیه کنید.

هفته ۵: منابع اطلاعات. ج) سایر منابع داده را فراموش نکنید

بحث و بررسی و به کارگیری منابع اطلاعات غیر از اطلاعات عمومی موجود. کاوش داده‌های همگانی که سازمان‌های ملی و بین‌المللی ایجاد کرده‌اند. رسانه‌های اجتماعی به عنوان منبع و مأخذی برای گزارشگری. تحلیل روند رسانه‌های اجتماعی. راستی‌آزمایی اسناد و مدارک و منابع. تکلیف درسی: داده‌هایی که ممکن است برای تحقیقات شما مفید باشد را شناسایی کنید.

هفته ۶: سازماندهی اطلاعات

بررسی و اجرای تکنیک‌های سازماندهی اطلاعات: اسناد، پرونده‌ها، مجموعه داده‌ها، مصاحبه‌ها. چگونه از اضافه بار اطلاعات جلوگیری کنیم. تکلیف درسی: جمع‌آوری اطلاعات موجود و ارائه یک طرح پیشنهادی سازماندهی راجع به بهترین شیوه‌های مرتب کردن مجموع داده‌ها.

هفته ۷: بررسی پروژه

در این جلسه استاد به اتفاق دانشجویان به بررسی اطلاعات گردآوری شده، شناسایی کاستی‌ها، و تعریف یک استراتژی مشخص برای سازماندهی و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده در طول پژوهش می‌پردازد.

هفته ۸: ابزارهای روایت گزارش‌های تحقیقی

ارائه و بحث در مورد چگونگی روایت گزارش‌های خبری. گزارش‌هایی که توجه عموم را جلب می‌کنند. حادثه‌های فرعی، انشعاب‌ها و عناصر دیگر، ارائه یک گزارش پیچیده و فاش‌سازی آن. تکلیف درسی: پیش‌نویس طرح اولیه یک گزارش خبری را بنویسید.

هفته ۹: اخلاق را رعایت کنیم: الف) استفاده از اطلاعات دقیق و به کار بردن واژگان مناسب

ارائه و بحث در مورد اهمیت صحت و دقت اطلاعات؛ مسئول بودن در قبال عموم مردم؛ بهترین نحوه استفاده از زبان در گزارشگری در عین ارزش قائل شدن برای حفظ حریم خصوصی، حقوق انسانی، و تنوع فرهنگی. بحث در مورد نقش اعتبار در روزنامه‌نگاری؛ چگونه ارتقاء می‌یابد، چه عواملی موجب از دست رفتن

آن می‌شود و چگونه می‌توان اعتبار از دست رفته را ترمیم کرد. تکلیف درسی: دانشجویان به تحقیق خود ادامه دهند. قوانینی که می‌تواند بر تحقیقات اثر گذار باشد و نحوه آماده شدن در مقابل چالش‌های ممکن را شناسایی کنند.

هفته ۱۰: اخلاق را رعایت کنیم: (ب) آگاه بودن از نقش خود به عنوان روزنامه‌نگار و به عهده گرفتن مسئولیت برای کار خود

ارائه و بحث در مورد ابعاد اخلاقی روزنامه‌نگاری تحقیقی. نمونه‌هایی از نحوه کنترل وضعیت‌های پیچیده در تحقیقات و شرایط مختلف با تحلیل درست موارد خاص. تکلیف درسی: حداقل یک معضل در تحقیقات خود را برای بحث در کلاس شناسایی کنید. پیش نویس نخست پروژه تحقیقی نهایی را آماده کنید.

هفته ۱۱: ارائه اول

در این جلسه دانشجویان باید گزارش پیشرفت پروژه خود را به منظور بحث و بهبود آن به گروه ارائه دهند. تکلیف درسی: دانشجویان به تحقیقات خود ادامه دهند.

هفته ۱۲: کار کلاسی/ کار میدانی: الف) شناسایی و پر کردن خلاءها. آیا نکته‌ای از نظر دور مانده است؟ بررسی مفصل منابع اطلاعاتی و طراحی ارائه آن. اگر نکته‌ای از نظر دور مانده است، این زمانی مناسب برای برنامه‌ریزی یک راهبرد برای دریافت آن است. تکلیف درسی: کار گروهی. در اینجا دانشجویان باید کارهای یکدیگر را بررسی و درباره آن اظهار نظر کنند. بحث‌های گروه نیز به منظور بهبود کیفیت پروژه نهایی انجام می‌شود.

هفته ۱۳: کار کلاسی/ کار میدانی: (ب) واری دقت و صحت اطلاعات

بررسی مفصل کامل اطلاعات و زبان به کار رفته در گزارش. دریافت بازخورد از هم‌کلاسی‌ها و مدرسین. تکلیف درسی: بحث گروه و بررسی.

هفته ۱۴: آماده شدن برای انتشار گزارش

ارائه و بحث درباره برنامه‌ریزی انتشار: نکاتی که باید مراقبت آن باشیم. واکنش‌های قابل انتظار. نحوه واکنش نشان دادن به آنها. انتشار گزارش در رسانه‌ها، پایگاه‌ها و به زبان‌های متعدد. تکلیف درسی: تهیه پیش نویس یک استراتژی تبلیغاتی با در نظر گرفتن سناریوها و خطرات ممکن.

هفته ۱۵: ارائه دوم

ارائه نهایی پروژهای گزارشگری تحقیقی.



رسانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و چهره متحول شده روزنامه‌نگاری

لیدا تسنه (Lida Tsene)

این دوره نه تنها برای کمک به آشنا شدن دانشجویان با ابزارها و فناوری‌های جدید بلکه برای درک و بررسی انتقادی فرهنگ و ارزش‌های رسانه‌های اجتماعی و اثرات آن بر حرفه روزنامه‌نگاری طراحی شده است. علاوه بر این، روزنامه‌نگاران جوان را در تهیه طرح‌های کارآفرینی خود برای انطباق آسان‌تر با بازار رسانه‌های جدید آماده می‌کند.

سطح دوره: سال‌های آخر (دوره کارشناسی) یا سال اول دوره کارشناسی ارشد.

شرح اجمالی

امروزه فناوری، چگونگی تولید، مصرف، همکاری‌ها و نوآوری‌های ما را متحول کرده است. در چند سال اخیر شاهد انقلابی در حوزه رسانه بوده‌ایم، چرا که شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های دیجیتال چهره روزنامه‌نگاری را متحول نموده‌اند. مخاطبان به طرز روزافزونی در تولید و انتشار اخبار نقش دارند و روزنامه‌نگاران به راه‌های نوینی برای جمع‌آوری و مدیریت داده‌ها پی می‌برند. از سویی دیگر، رسانه‌ها امروزه با بحران‌های مالی و بحران اعتبار نزد مخاطبین روبرو هستند. نهادهای رسانه‌ای و روزنامه‌نگاران در تلاش مستمر برای یافتن راه‌حلهایی خلاق برای ادامه حیات این صنعت و مقابله با چالش‌های کنونی محیط رسانه‌ای هستند. لذا این دوره نه تنها برای کمک به آشنا شدن دانشجویان با ابزارها و فناوری‌های جدید بلکه برای درک و بررسی انتقادی فرهنگ و ارزش‌های رسانه‌های اجتماعی و اثرات آن بر حرفه روزنامه‌نگاری طراحی شده است. علاوه بر این، روزنامه‌نگاران جوان را در تهیه طرح‌های کارآفرینی خود برای انطباق آسان‌تر با بازار رسانه‌های جدید آماده می‌کند.

محتوا و ساختار دوره

- ساختار دوره به شرح زیر است:
- هفته ۱: وضعیت صنعت رسانه
- هفته ۲: فرهنگ رسانه‌های اجتماعی
- هفته ۳: درک، پایش و سنجش مخاطبان
- هفته ۴: جمع‌سپاری، روزنامه‌نگاری شهروندی و تغییر شیوه‌های خبرنگاری
- هفته ۵: ظهور روزنامه‌نگاری کارآفرینی
- هفته ۶: تولید و مدیریت محتوا
- هفته ۷: رسانه‌های دستگاه‌های همراه
- هفته ۸: روزنامه‌نگاری در عصر دیجیتال: چالش‌ها و ملاحظات اخلاقی

نتایج یادگیری

- در پایان این دوره دانشجویان باید توانایی‌های زیر را کسب نمایند:
- ◀ درک چگونگی اثرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر نقش و ویژگی‌های روزنامه‌نگاری
- ◀ فهم چگونگی متحول شدن فرآیند تولید و پخش خبر و رابطه بین روزنامه‌نگار و مخاطب توسط رسانه‌های اجتماعی

- ◀ آزمایش کردن ابزارها و تکنیک‌های مختلف به منظور جستجوی داده‌ها و تولید و نشر محتوا
- ◀ بررسی الگوهای جدید کسب و کار و کارآفرینی برای صنایع رسانه
- ◀ بحث و بررسی چالش‌ها و ملاحظات اخلاقی در محیط جدید رسانه

روش ارائه و رویکرد آموزشی

روش آموزش پیشنهادی ترکیبی از تدریس نظری و کار عملی در کارگاه بر اساس نظارت همکار بر همکار، کار گروهی و تبادل تجربیات و دانش است. در این روش دانشجویان باید ابزارها و روش‌های مختلف را هم به صورت انفرادی و هم در گروه‌های کوچک‌تر برای تولید و مدیریت محتوا آزمایش کنند. در ضمن ترکیبی از روش‌های تدریس از جمله سخنرانی، ارائه گروهی و بحث مطالعات موردی استفاده خواهد شد. مدرس و دانشجویان از طریق شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک، توئیتر) با هم در ارتباط خواهند بود، اما مطالب درسی و محتوای تولید شده توسط شرکت کنندگان در یک وبلاگ بارگذاری خواهد شد.

تعداد ساعت‌های درس در هفته

در شرایط آرمانی، مدرس سه ساعت در هفته طی یک دوره هشت هفته‌ای کلاس را تسهیل‌گری خواهد نمود. البته دانشجویان برای شرکت در تمرینات و تولید و انتشار محتوای خود، و همچنین برای تهیه پروژه نهایی به صرف زمان در خارج از کلاس درس نیاز دارند.

معیار نمره و ارزشیابی

- ◀ تکالیف: (۳۰٪): تکالیف مشخص هفتگی
- ◀ مقاله ترم تحصیلی: (۳۰٪)
- ◀ تولید بسترهای نرم افزاری رسانه: (۳۰٪): طرح پیشنهادی ایجاد یک بستر نرم افزاری رسانه، طرح بازاریابی و کسب و کار، و ارسال خبر. اگر زمان اجازه دهد، ساخت یک نمونه اولیه از این بستر هم پیشنهاد می‌شود.
- ◀ شرکت در کلاس: (۱۰٪)

منابع مورد نیاز

کامپیوترهای متصل به اینترنت، تلفن‌های هوشمند و یا دوربین‌های شخصی (به نرم افزار خاصی نیاز نیست، چرا که نرم‌افزارهای پیشنهادی نظیر وردپرس منبع باز هستند).

هفته ۱: وضعیت صنعت رسانه

در این جلسه مقدماتی، چشم انداز کنونی رسانه‌ها بررسی می‌شود. محور بررسی چگونگی عملکرد امروزه نهادهای رسانه‌ای در هر دو سطح محلی و جهانی از لحاظ موارد زیر است:

- ◀ الگوهای کسب و کار
- ◀ محصولات رسانه‌ای
- ◀ فرآیندهای مطبوعاتی (اتاق خبر، جمع‌آوری اطلاعات، منابع و غیره)
- ◀ اخلاق و وظیفه‌شناسی
- ◀ تعامل با مخاطبان
- ◀ پیشرفت‌های فناوری
- ◀ وضعیت و مشخصات روزنامه‌نگاران

هدف از بررسی این مسائل کشف و درک وضعیت کنونی و پیگیری ویژگی‌های مهم محیط رسانه‌ای است. همچنین چگونگی متحول شدن نحوه عملکرد و همکاری رسانه‌های سنتی و جدید توسط محیط دیجیتالی بررسی خواهد شد.

تکلیف درسی: یک نهاد رسانه‌ای سنتی و یک رسانه دیجیتال و یا رسانه‌ای که به تازگی راه اندازی شده را انتخاب کنید. الگوهای عملیاتی آنها را شرح دهید و آنها را از لحاظ محصول، مدل کسب و کار، درک و جذب مخاطب، فرآیند گردآوری و انتشار خبر، و غیره با یکدیگر مقایسه نمایید. سعی کنید ضمن شناسایی تفاوت‌های ممکن در عناصر فوق، درباره امکان و نحوه همکاری آنها با یکدیگر بحث کنید و برای این منظور یک الگوی عملیاتی معاصرتر را برای صنعت رسانه پیشنهاد نمایید. بعنوان مرجع و برای الهام گرفتن می‌توانید به منابعی نظیر فضای نیویورک تایمز (<http://www.nytimes.com/timespace/>) و آزمایشگاه بی بی سی (<http://www.bbcwllabs.com/>) رجوع کنید.

خواندنی‌های ضروری:

اندرسون، س.و، بل، ای، شرکی، س. ۲۰۱۲. روزنامه‌نگاری پس از دوران صنعتی. تطبیق با زمان حال. مرکز پشتیبانی روزنامه‌نگاری دیجیتال. <http://towcenter.org/tow-center-reports-and-briefs/>

گینیلد، آ. ۲۰۱۴. نوآوری در روزنامه‌نگاری به روزنامه‌نگاری خلاق منتهی می‌شود: تأثیر اکتشافات محاسباتی در تغییر ذهنیت‌ها. روزنامه‌نگاری. اوت ۲۰۱۴. جلد ۱۵ شماره ۶: ۷۱۳-۷۳۰، لس آنجلس، لندن، دهلی نو، سنگاپور،

واشنگتن دی سی و بوستون. سیج.

مؤسسه بین‌المللی مطبوعات ۲۰۱۰. دنیاهای شجاع جدید: مرور چشم‌انداز رسانه‌های جدید.
http://www.freemedia.at/fileadmin/resources/application/Brave_News_World_IPI_Poynter.pdf

پیترز، سی.، برورسما، م. ۲۰۱۳. مقدمه‌ای بر بازانديشي روزنامه‌نگاري: تحول ساختاري يك كالاي عمومي.
در پیترز، سی.، برورسما، م. (۲۰۱۳) بازانديشي روزنامه‌نگاري. اعتماد و مشارکت در چشم‌انداز متحول شده خبر.
صص ۱-۱۲، ایننگدن، انگلستان. روتلج.

هفته ۲: فرهنگ رسانه‌های اجتماعی

در این بخش به بررسی تاریخی مختصری از رسانه‌های اجتماعی و رویکردهای نظری اساسی موجود در مقالات علمی، کتاب‌ها و گزارش‌های مهم و نظایر آن و ویژگی‌های کلیدی آنها می‌پردازیم. هدف از این بررسی تلاش برای شناسایی امکان و چگونگی اثرگذاری آن بر اقتصاد، سیاست، فرهنگ و شهروندی است و تمرکز این بررسی نه تنها بر ابزارها، شبکه‌ها و بسترهای نرم‌افزاری جدید، بلکه بر ارزش‌هایی که رسانه‌های اجتماعی ترویج می‌کنند (مانند تشریک مساعی، اشتراک‌گذاری و غیره) خواهد بود.

تکلیف درسی: نمونه‌هایی از چگونگی اثرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر یک بخش و یا صنعت خاص (مانند رسانه‌ها، تبلیغات، ورزش، مد، آموزش، فرهنگ، سازمان‌های غیر دولتی، احزاب سیاسی، و غیره) را بیابید و آن را در کلاس ارائه کنید.

خوانندنی‌های ضروری

فنتون، ن. ۲۰۱۲. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی. در کوران، ج.، فنتون، ن.، فریدمن، د. (ویراستاران). درک نادرست اینترنت. صص ۱۲۳-۱۴۸، ایننگدن، انگلستان. روتلج.

فوکس، س. ۲۰۱۴. مقدمه انتقادی به رسانه‌های اجتماعی چیست؟ در فوکس، س. رسانه‌های اجتماعی: مقدمه انتقادی. سیج، صص ۱-۲۵ <http://fuchs.uti.at/wp-content/introductionSocMedia.pdf>

لیدبیتر، س. ۲۰۰۸. ما تفکر می‌کنیم: نوآوری انبوه به جای تولید انبوه. فصل ۱: شما همانچه هستید که به اشتراک می‌گذارید، صص ۱-۲۶. لندن، انگلستان. سری کتاب‌های پروفایل.

ویدئوها و پیوندها:

شرکی، س. ۲۰۰۹. چگونه رسانه‌های اجتماعی می‌توانند تاریخ را بسازند.
http://www.ted.com/talks/clay_shirky_how_cellphones_twitter_facebook_can_makehistory?language=en

گالارنو، ل. ۲۰۱۰. رسانه‌های اجتماعی از این ۱۰ راه در حال متحول کردن جهان ما هستند.
<http://www.jeffbullas.com/2012/02/06/10-ways-social-media-is-transforming-our-world/>

امروزه از یک روزنامه‌نگار ماهر انتظار می‌رود که قادر به درک و تعامل با مخاطب باشد. فضای نوین دیجیتال این فرصت را برای روزنامه‌نگاران فراهم کرده است که به صورت روزمره ویژگی‌ها، نیازها و گرایش‌های مخاطبان هدف خود را نظارت و ضبط کنند. علاوه بر این، آنها قادرند با سنجیدن اشتراک‌گذاری (shares)، ابراز علاقمندی (likes)، اشتراک‌گذاری مجدد در شبکه توییتر (re-tweets)، و نظرات مخاطبین خود میزان تأثیر کار روزنامه‌نگاری خود را نمایش دهند. این بخش به اهمیت درک گرایش‌ها و علائق مخاطبان (نسل انفجار جمعیت، جوانان نسل و سایر دیجیتال همراه، و غیره) و لزوم پایش، سنجش و تجزیه و تحلیل داده‌ها به منظور تولید محتوای مناسب تر و کارآمدتر می‌پردازد.

تکلیف درسی: نقش یک مشاور را ایفا کنید که در یک اتاق خبر استخدام شده‌اید. گزارشی بنویسید (حدود ۱۵۰۰ کلمه) و در آن راه‌هایی برای تعامل با مخاطبان خود پیشنهاد کنید. مخاطبان مورد نظر و اهداف خود را مشخص کنید و سپس راهبرد خود را (برای ایجاد و مدیریت گروه‌های اینترنتی، شروع بحث‌ها، همکاری‌های مشترک و غیره) تشریح کنید. در نهایت دلایل خود را در مورد علت مهم بودن پایش و اندازه‌گیری تأثیر خود بر مخاطبان بیان کنید و ابزارها و روش‌های دستیابی به آن را پیشنهاد دهید.

خواندنی‌های ضروری

باتسل، ج. ۲۰۱۵. روزنامه‌نگاری تعاملی: برقراری ارتباط با مخاطبان اخبار توانمند شده با فناوری‌های دیجیتال. کتاب‌های نقد روزنامه‌نگاری کلمبیا. فصل ۱-۲، صص ۱۷-۷۸.

گریوز، ل. کلی، ج. ۲۰۱۰. اندازه‌گیری‌های نادرست و آینده روزنامه‌نگاری دیجیتال.
http://www.journalism.columbia.edu/system/documents/345/original/online_metrics_report.pdf.

مایر، ک. ۲۰۰۸. رابطه رو به تحول روزنامه‌نگاران و مخاطبان: به هم پیوستن یا از هم دور شدن؟
http://klaus-meier.net/blog1/wp-content/uploads/2008/10/meier_iapa_madrid_oct_08.pdf.

تاپ اسکات، د. ۲۰۰۸. عصر دیجیتال بالغ: چگونه نسل اینترنت در حال تغییر جهان شما است. مک هیل. فصل ۳، صص ۹۶-۷۳. نیویورک، ایالات متحده آمریکا. مک هیل.

پیوندها:

براینر، ج. ۲۰۱۳. سنجش تجزیه و تحلیلی که واقعاً برای روزنامه‌نگاران مهم است.
<http://ijnet.org/en/blog/measuring-analytics-really-matter-journalists>.

این (INN). وایت پیپر: استراتژی پرورش و توزیع مخاطب.
<http://newstraining.org/guides/whitepaper-audience-development-and-distribution-strategies/finding-and-engaging-your-audience/>.

مایر، ج. استرن، ۲۰۱۱. منبعی برای اتاق‌های خبر: سنجش موفقیت در تلاش برای جذب مخاطب.
<http://www.rjionline.org/news/resource-newsrooms-measuring-success-audience-engagement-efforts-0>.

روزن، ج. ۲۰۰۶. مردمی که سابقاً مخاطب شناخته می‌شدند.
http://archive.pressthink.org/۲۷/۰۶/۲۰۰۶/ppl_frmr.html.

استری، ج. ۲۰۱۲. همه جا صحبت از اندازه‌گیری است: چگونه می‌توان تأثیر روزنامه‌نگاری را اندازه گرفت؟
<http://www.niemanlab.org/2012/08/metrics-metrics-everywhere-how-do-we-measure-the-impact-of-journalism/>.

تنوره، ج. م. ۲۰۱۱. اقدامات کوچکی که روزنامه‌نگاران می‌توانند برای ایجاد مخاطبانی بیشتر و متعامل‌تر انجام دهند.
<http://www.poynter.org/news/media-innovation/133987/5-small-steps-journalists-can-take-to-build-a-bigger-more-engaged-audience/.113>

تیروونگدام، م. ۲۰۱۴. چگونه میزان اثرگذاری روزنامه‌نگاری را بسنجیم؟
<http://www.poynter.org/news/media-innovation/209695/how-journalists-can-measure-engagement/>.

هفته ۴: جمع‌سپاری، روزنامه‌نگاری شهروندی و تغییر شیوه‌های خبرنگاری

جمع‌سپاری یا انبوه‌سپاری به شدت نحوه تولید، جمع‌آوری و مدیریت و نشر خبر را تغییر داده‌اند. پدیده‌هایی چون روزنامه‌نگاری شهروندی، شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های کاربردی مانند: (<https://storify.com/Storify>) تولید و توزیع خبر را به یک فرایند مشارکتی تبدیل کرده‌اند. این بخش پدیده روزنامه‌نگاری شهروندی را در قالب مباحث جمع‌سپاری و جایگاه این تحولات در شرایط کلی در حال تغییر تهیه خبر؛ تا آنجا که به روزنامه‌نگاری حرفه‌ای مربوط می‌شود؛ را مورد بررسی قرار می‌دهد. همچنین راه‌های استفاده روزنامه‌نگاران و نهادهای رسانه‌ای از «محتوای تولیدی کاربران» و پیامدهای حرفه‌ای این راه‌ها به طور مفصل بحث و بررسی خواهد شد.

تکلیف درسی: یک گزارش خبری را با استفاده از موضوعات پرتطرفدار، از فیس بوک و یا توئیتر جستجو کنید. سپس برای بررسی بیشتر آن یک نظرسنجی کوتاه با استفاده از شبکه‌های اجتماعی انجام دهید. از سایر منابع

جمع سپار گرا (مانند storify) برای افزودن به غنای کار خود استفاده کنید. سپس گزارش خود را نشر و توزیع کنید.

خواندنی‌های ضروری:

بویر، د. ۲۰۱۳. انفورماتیک زندگی: خرسازی در عصر دیجیتال. ایتاکا: انتشارات دانشگاه کورنل. صص ۱۳-۴۶.

برابام، دی سی ۲۰۱۳. جمع سپاری. دانش ضروری انتشارات ام آی تی. کمبریج، ماساچوست، ایالات متحده آمریکا: در انتشارات ام آی تی. صص ۱-۴۱.

سورویکی، ج. ۲۰۰۵. خرد مردمی. نیویورک، ایالات متحده آمریکا: صص ۳-۲۳، انتشارات انکر بوکس.

ون لون، س.، هایینیش، ا.، و دپرز، ا. ۲۰۱۵. شیوه‌های گزارشگری خارجی و یافتن منابع در حوزه شبکه خبری: تحلیل کمی محتوایی از پوشش وقایع بهار عربی در رسانه‌های خبری بلژیک. رسانه‌های جدید و جامعه، آوریل ۲۰۱۵، جلد ۱۷، شماره ۴، صفحات ۵۷۳-۵۹۱.

ویدئوها و پیوندها:

آکاگی، ک. و لینینگ، س. ۲۰۱۳. نحوه صحیح جمع سپاری. http://www.cjr.org/data_points/crowdsourcing_done_right.php?page=all

اندرسن، م. ۲۰۰۹. چهار درس جمع سپاری از آزمایش (دیدنی و جذاب) روزنامه گاردین درباره رسوایی هزینه‌ها. <http://www.niemanlab.org/2009/06/four-crowdsourcing-lessons-from-the-guardians-spectacular-expenses-scandal-experiment/>

لوئیس، پ. ۲۰۱۱. جمع سپاری اخبار. http://www.ted.com/talks/paul_lewis_crowdsourcing_the_news

رای، ی. ۲۰۱۴. جمع سپاری در روزنامه‌نگاری. <http://blog.hbs.edu/dighbs/crowdsourcing-in-journalis>

هفته ۵: ظهور روزنامه‌نگاری کارآفرینی

روزنامه‌نگاران امروزه به دنبال راه‌های جدید تغییر وضعیت فعلی صنعت رسانه و ایجاد الگوهای کسب و کار پایدار و ابتکاری برای رسانه‌ها هستند. رسانه‌های تازه نفس راه‌اندازی شده‌اند و یک محیط جدید رسانه‌ای را شکل داده‌اند. در این بخش دانشجویان با طرز فکر کارآفرینی و ابزارهای لازم آن و همچنین با نظریه‌ها و شیوه‌های مربوطه آشنا خواهند شد.

تکلیف درسی: یک ایده و طرح کسب و کار برای راه‌اندازی یک رسانه نو پا تهیه کنید. از «روش تولید ناب» و «بوم مدل کسب و کار» برای اعتباربخشی به محصول خود و تولید یک ایده بادوام استفاده کنید. مطلب کوتاهی درباره آن بنویسید و در آن روند توسعه و نیز چالش‌های موجود را تشریح کنید.

خواندنی‌های ضروری:

بریگز، م. ۲۰۱۱. روزنامه‌نگاری کارآفرینی: چگونه «خبر بعدی» را بسازیم. انتشارات کالج سی کیو، شهر تاوزند اوکس، کالیفرنیا، ایالات متحده آمریکا، صص ۶۷-۸۵.

کادینگتون، م. ۲۰۱۵. دیوار پرده می‌شود: بازبینی مرزهای جدید کسب و کار روزنامه‌نگاری، در کارلسون، م. و لوئیس اس سی، مرزهای روزنامه‌نگاری: حرفه‌ای‌گرایی، شیوه‌ها و مشارکت، ایننگدان، انگلستان: روتلج. صص ۶۷-۸۲.

کلاوسون، دین، س. ۲۰۱۱. روزنامه‌نگاری کارآفرینی دانشگاه دولتی نیویورک: شراب نیمه کهنه در یک بطری نو، تشنگی را کامل رفع نمی‌کند، اما هنوز هم یک نوشیدنی خوب است. مربی خبرنگاری و ارتباطات جمعی، جلد ۶۶، شماره ۱، بهار ۲۰۱۱.

گیلمور، د. ۲۰۱۰. مدیا اکتیو. سان فرانسیسکو، ایالات متحده آمریکا، تخصیص خلاقانه عوام، صص ۱۰۹-۱۲۴.

ندلچکویک، م. و همکاران. ۲۰۱۴. کتابچه راهنمای روزنامه‌نگاری کارآفرینی. کنراد آدانور استیف تانگ
http://www.kas.de/wf/doc/kas_38746-1522-2-30.pdf?140912081809

گزارش‌های نیمن، ۲۰۱۲. آن فرد اخلاک‌گر باشید.
<http://www.nieman.harvard.edu/wp-content/uploads/pod-assets/ebook/niemanreports/fall2012/NiemanReports-Fall2012CoverStory.pdf>

پیوندها و ویدئوها:

دوورکین، ل. ۲۰۱۴. درون فوربس: ظهور روزنامه‌نگاری کارآفرینی در جهانی که به دنبال صداهای معتبر است.
<http://www.forbes.com/sites/lewisdvorkin/2013/01/29/inside-forbes-the-rise-of-the-entrepreneurial-journalist-in-a-world-seeking-credible-voices/>

گلیزر، م. ۲۰۰۸. در عصر دیجیتال، دانشجویان روزنامه‌نگاری نیاز به مهارت‌های کسب و کار و کارآفرینی دارند.
<http://www.pbs.org/mediashift/2008/01/in-digital-age-journalism-students-need-business-entrepreneurial-skills030/>

مرکز تو نایت، الگوهای جدید کسب و کار برای پروژه اخبار.
<http://www.townknight.org/research/models/>

سری ویدئوهای استیون بلانک درباره کارآفرینی:
<http://steveblank.com/slides/>

ابزار مفید:

بوم مدل کسب و کار:
<http://www.businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>

هفته ۶: تولید و مدیریت محتوا

محتوا، یک رواج جدید در عصر دیجیتال ما است. در این بخش نه تنها به بررسی چگونگی تولید بسترهای نرم افزاری تعاملی و محتوای چند رسانه‌ای با استفاده از قدرت داستان‌سرایی خبر خواهیم پرداخت، بلکه ملاحظه خواهیم نمود چگونه با استفاده از تکنیک‌های بهینه‌سازی موتور جستجو و آزمودن ایده‌های بازاریابی، می‌توان آن را به محتوایی قابل جستجو و با اشتراک‌گذاری وسیع تبدیل کرد. همچنین شیوه‌های روزنامه‌نگاری داده‌ها را نیز بررسی خواهیم کرد.

تکلیف درسی: یک داستان خبری را انتخاب کنید. یک پست وبلاگ، یک سری مطلب در فیس بوک و توییت و نیز یک ویدیو در سایت یوتیوب تولید کنید. سعی کنید داستان خود را جذاب و قابل استفاده در تمامی بسترهای نرم افزاری نمایید. داستان خود را از طریق رسانه‌های اجتماعی منتشر کنید و با استفاده از تکنیک‌های بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO) قابلیت جستجوی آن را آسان کنید. خبر داستانی خود را دنبال کنید و ببینید در موتورهای جستجو چه رتبه‌ای کسب می‌کند. سپس مقاله کوتاهی بنویسید و در آن به همکاران خود مشاوره دهید که چگونه می‌توانند محتوایی تولید کنند که هم جذاب و هم تأثیرگذار باشد.

خواندنی‌های ضروری

گاتشال، ج. ۲۰۱۳. خصوصیات داستان‌سرایی: چگونه داستان‌ها از ما انسان ساختند. نیویورک، ایالات متحده آمریکا: مارینر، صص ۸۷-۱۱۷.

راهنمای مقدماتی بهینه‌سازی موتور جستجوی گوگل

<http://www.google.com/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf>.

گری، ج. بونگرو، ل. و چیمبرز، ل. (ویراستاران). ۲۰۱۲. کتابچه راهنمای روزنامه‌نگاری داده‌ها

<http://datajournalismhandbook.org>.

گرینی، ف. ۲۰۱۳. متصدیان اتاق خبر و گزارشگران مستقل: جمع‌آوری، سازماندهی و مدیریت محتوا در قالب شکلی نو از روزنامه‌نگاری. مؤسسه رویترز.

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Newsroom%20Curators%20%26%20Independent%20Storytellers%20-Content%20Curation%20as%20a%20New%20Form%20Of%20Journalism.pdf>

لینک‌ها و فیلم‌ها:

گیبونز، ک. ۲۰۰۹. راهنمای بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO) برای روزنامه‌نگاران.

<https://econsultancy.com/blog/5034-a-journalists-guide-to-seo/>.

وبلاگ روزنامه‌نگاری آنلاین. روزنامه‌نگاری مدیریت محتوا است: نکاتی در مورد ابزارها و تکنیک‌های مدیریت محتوا: روزنامه‌نگاری گزینش است.

<http://onlinejournalismblog.com/2013/09/30/curation-tools-tips-advice-journalism/>.

راید، ا. ۲۰۱۳. پنج نوع ابزار مدیریت محتوا برای روزنامه‌نگاران.

<https://www.journalism.co.uk/news/five-types-of-content-curation-tools-for-journalists/s2/a552589/>.

دانشگاه استنفورد: روزنامه‌نگاری در عصر داده‌ها

<http://datajournalism.stanford.edu/>.

استرنبرگ، ج. ۲۰۱۱. چرا مدیریت داده‌ها برای آینده روزنامه‌نگاری مهم است.

<http://mashable.com/2011/03/10/curation-journalism/>.

آشر، ن. ۲۰۱۰. بهینه‌سازی موتور جستجو چه تأثیری بر روزنامه‌نگاران داشته است؟ گزارش میدانی.

<http://www.niemanlab.org/2010/09/what-impact-is-seo-having-on-journalists-reports-from-the-field/>.

هفته ۷: رسانه‌های دستگاه‌های همراه

رسانه‌های دیجیتال همراه فرصت‌های تازه‌ای برای روزنامه‌نگاران فراهم کرده‌اند تا داستان خود را تسخیر و روایت کنند. در این بخش به بررسی و آزمایش این موضوع می‌پردازیم که یک روزنامه‌نگار تا چه حد می‌تواند تنها با استفاده از وسایل دیجیتال همراه کار خبرنگاری خود را انجام دهد. تکلیف درسی: یک مستند پنج دقیقه‌ای با استفاده از امکانات دستگاه‌های همراه (نظیر تلفن موبایل) راجع به یک رویداد روز اجتماعی، سیاسی، یا اقتصادی تهیه کنید. فیلم مستند را در سایت یوتیوب منتشر و از طریق رسانه‌های اجتماعی به طور گسترده به اشتراک بگذارید. می‌توانید برنامه‌های کاربردی که قابلیت تعاملی بیشتری به مستند ویدئویی شما می‌بخشد را آزمایش کنید.

خواندنی‌های ضروری

امانی چانل ۲۰۱۳. راهنمای استوری تلر برای تولید ویدئوهای همراه.

http://participatiemedia.wikispaces.com/file/view/Mobile_Storytellers_guide.pdf.

گاکین، جی. ۲۰۱۰. بالاخره نوبت اخبار موبایل شده است. تحولات و پیوستگی در اخبار آنلاین، ویرایش گراهام میک و گای ردن، صص ۹۹-۱۱۴. لندن، انگلستان: انتشارات پالگرو مک میلان.

مارتین، ج. ا. ۲۰۱۵. استفاده از اخبار موبایل و شرکت در انتخابات: پلی برای شکاف دموکراتیک؟ رسانه‌ها و ارتباطات موبایل، ۳ مه ۲۰۱۵: ۲۳۰-۲۴۹، نورویچ، انگلستان: سیج.

وستلوند، او. ۲۰۱۳. اخبار، روزنامه‌نگاری دیجیتال، ۱: ۱، صص ۶-۳۶.

<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/21670811.2012.740273>

پیوندها:

باتری، س. ۲۰۰۹. نهاد‌های خبری به استراتژی اولویت دادن به رسانه همراه نیاز دارند.

<http://stevebuttry.wordpress.com/2009/11/20/news-organizations-need-mobile-first-strategy/>

جکسون، ج. ۲۰۱۴، شکاف دیجیتال: ۵ نکته که در مورد چگونگی استفاده نسل جوان از رسانه‌ها می‌دانیم.

http://www.themediabriefing.com/article/media-s-big-divide-what-we-know-about-digital-first-audiences?utm_content=buffer74c63&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer

جعبه ابزار روزنامه‌نگار <http://www.journaliststoolbox.org/archive/mobile-journalism>

راهنمای گزارشگری میدانی همراه

<http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/mobile-reporting-field-guide/>

مشتریان اخبار توییتر: جوان، موبایل و تحصیل کرده.

<http://www.journalism.org/2013/11/04/twitter-news-consumers-young-mobile-and-educated/>

هفته ۸: روزنامه‌نگاری در عصر دیجیتال: چالش‌ها و ملاحظات اخلاقی

در این بخش چالش‌های اخلاقی و ملاحظات رسانه‌های خبری و روزنامه‌نگاری با توجه به گسترش و کاربرد رسانه‌های دیجیتال بررسی می‌شود. مسائل مربوط به دستکاری محتوای دیجیتال، حفظ حریم خصوصی، حق مالکیت معنوی (کپی‌رایت)، تأثیر اخلاقی سنجش مخاطبان در تصمیم‌گیری‌های حرفه‌ای و همچنین حفظ توازن بین سرعت، کثرت اشتراک‌گذاری و دقت خبرها بررسی خواهد شد.

تکلیف درسی: مقاله‌ای در حدود ۱۰۰۰ کلمه بنویسید و در آن تأثیرات تحولات مهم آتی فناوری بر روزنامه‌نگاری را در رابطه با اقتصاد سیاسی و ارزش حرفه‌ای آن مورد بحث و بررسی قرار دهید. مقاله خود را در وبلاگ درسی منتشر کنید.

خواندنی‌های ضروری

بی بی سی. ۲۰۱۵. آینده خبر

http://newsimg.bbc.co.uk/1/shared/bsp/hi/pdfs/29_01_15future_of_news.pdf

برکمن، آر. آی. و شام وی سی ای. ۲۰۰۳. معماهای دیجیتال: مسائل اخلاقی برای حرفه‌ای‌های رسانه‌های آنلاین. آیووا، ایالات متحده آمریکا؛ ویلی، صص ۹۳-۱۳۴، ۱۷۳-۲۱۸.

لساز، ف. وهایکت، آر ای. ۲۰۱۴. مابین عینیت و شفافیت: خاصیت رسانه‌ای بودن داده‌ها برای روزنامه‌نگاری. رسانه و ارتباطات، ۲ (۲)، صص ۴۲-۵۴.

<http://www.cogitatiopress.com/ojs/index.php/mediaandcommunication/article/view/128>

وایتهاوس، جی. ۲۰۱۰. گردآوری اخبار و حفظ حریم خصوصی: بسط دادن دستورالعمل‌های اخلاقی به انعکاس تحولات عصر رسانه‌های دیجیتال. مجله اخلاق رسانه‌های جمعی، جلد ۲۵، صص ۳۱۰-۳۲۷. روتلج

http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/privacy_files/ContentServer.pdf

اظهار نظر در مورد تکالیف: تمام تکالیف باید یا در وبلاگ کلاسی یا در سایت اشتراک اسلاید منتشر شود. از دانشجویان انتظار می‌رود روش‌های لازم برای ازدحام مخاطبین برای محتوای منتشر شده را به کار برده و میزان تأثیرات آن را اندازه‌گیری کنند.

موضوعات پیشنهادی برای مقاله ترم: موضوعات مقاله ترم ممکن است مباحث نظری را مطرح کند (مانند: چگونه شبکه‌های اجتماعی در رابطه بین تولیدکنندگان و مصرف کنندگان محتوا تغییر ایجاد می‌کنند) و یا به گزارش‌های عملی‌تر بپردازد (مثال: یک گزارش یا طرح پیشنهادی برای یک نهاد رسانه‌ای راجع به دلایل اهمیت اتخاذ یک استراتژی رسانه‌های اجتماعی).

نظرات مربوط به تولید بستر رسانه‌ای: توصیه می‌شود یک رویداد یک روزه برگزار شود (به نمونه موجود در این سایت مراجعه کنید: <http://startupweekend.org/>) که طی آن تیم‌ها تمام روز با تهیه طرح کسب و کار و طرح بازاریابی و نمونه اولیه بستر رسانه‌ای، ایده‌های خود را پرورش دهند. در طول روز، کارشناسان این حوزه‌ها می‌توانند بعنوان مربی به تیم‌ها یاری کنند. در پایان روز، تیم‌ها در مقابل مدرسین، دیگر اعضای تیم و افراد ذینفع مهم، ایده‌های خود را ارائه کنند و سپس توسط یک کمیته داوری ارزیابی شوند.

توسعه وبلاگ: در طول این دوره، از همه دانشجویان انتظار می‌رود در توسعه وبلاگ کلاسی مشارکت داشته و هر هفته حداقل یک قطعه در آن بارگذاری کنند.

منابع مرجع و خواندنی‌های پیشنهادی

آکاگی، ک. لینینگ، س. ۲۰۱۳. اجرای صحیح جمع‌سپاری.

http://www.cjr.org/data_points/crowdsourcing_done_right.php?page=all

امانی چانل ۲۰۱۳. راهنمای تولید ویدئوهای همراه داستان‌سرا.

http://participatiemedia.wikispaces.com/file/view/Mobile_Storytellers_guide.pdf

اندرسون، م. ۲۰۰۹. چهار درس جمع‌سپاری از آزمایش (دیدنی و جذاب) روزنامه‌گردین درباره رسوایی هزینه‌ها. <http://www.niemanlab.org/2009/06/four-crowdsourcing-lessons-from-the-guardians-spectacular-expenses-scandal-experiment/>.

اندرسون، س. و، بل، ای.، شرکی، س. ۲۰۱۲. روزنامه‌نگاری پس از دوران صنعتی. تطبیق با زمان حال. مرکز پشتیبانی روزنامه‌نگاری دیجیتال

<http://towcenter.org/tow-center-reports-and-briefs/>.

اندرسون، م. کامو، ا. ۲۰۱۴. چگونه رسانه‌های اجتماعی در حال تغییر شکل اخبار هستند.

<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/09/24/how-social-media-is-reshaping-news/>.

باتسل، ج. ۲۰۱۵. روزنامه‌نگاری تعاملی: برقراری ارتباط با مخاطبان اخبار توانمند شده با فناوری‌های دیجیتال. کتاب‌های نقد روزنامه‌نگاری کلمبیا. فصل ۱-۲، صص ۱۷-۷۸.

http://newsimg.bbc.co.uk/1/shared/bsp/hi/pdfs/29_01_15future_of_news.pdf

برکمن، آر. آی. و شام وی سی ای. ۲۰۰۳. معماهای دیجیتال: مسائل اخلاقی برای حرفه‌ای‌های رسانه‌های آنلاین. آیپوا، ایالات متحده آمریکا؛ ویلی، صص ۹۳-۱۳۴، ۱۷۳-۲۱۸.

بنکلی، ی. ۲۰۰۷. ثروت شبکه‌ها: چگونه تولیدات اجتماعی موجب تحول در بازارها و آزادی شده‌اند. نیویورک، سی تی، ایالات متحده آمریکا: انتشارات دانشگاه ییل.

بلانک، س.، دورف، ب. ۲۰۱۲. کتابچه مالک کسب و کار نوپا: راهنمای گام به گام برای ایجاد یک شرکت بزرگ. پסקادرو، کالیفرنیا، ایالات متحده آمریکا: مرتع کی اند اس.

باتسمن، آر. و راجرز، آر. ۲۰۱۰. آنچه مال من است متعلق به شما است: ظهور مصرف مشترک. نیویورک، ایالات متحده آمریکا: هایپر کالینز.

برابام، دی سی ۲۰۱۳. جمع‌سپاری. دانش ضروری انتشارات ام آی تی. کمبریج، ماساچوست، ایالات متحده آمریکا: در انتشارات ام آی تی.

براینر، ج. ۲۰۱۳. سنجش تجزیه و تحلیلی که واقعاً برای روزنامه‌نگاران مهم است.

<http://ijnet.org/en/blog/measuring-analytics-really-matter-journalists>.

بریگز، م. ۲۰۱۱. روزنامه‌نگاری کارآفرینی: چگونه «خبر بعدی» را بسازیم. انتشارات کالج سی کیو، شهر تاوونند اوکس (هزار بلوط)، کالیفرنیا، ایالات متحده آمریکا، صص ۶۷-۸۵.

بریگز، م. ۲۰۰۷. روزنامه‌نگاری ۲.۰ چگونه به حیات خود ادامه دهیم و رشد کنیم.

http://www.kcnn.org/images/uploads/Journalism_20.pdf.

بویر، ۲۰۱۳. د. انفورماتیک زندگی: خرسازی در عصر دیجیتال. ایتاکا: انتشارات دانشگاه کورنل. صص ۱۳-۴۶.

باتری، س. ۲۰۰۹. نهادهای خبری به استراتژی اولویت دادن به رسانه همراه نیاز دارند.

<http://stevebuttry.wordpress.com/2009/11/20/news-organizations-need-mobile-first-strategy/>.

کلارک، ج. ۲۰۱۰. ۵ نیاز و ۵ ابزار برای اندازه‌گیری تأثیر رسانه‌ها.

<http://www.pbs.org/mediashift/2010/05/5-needs-and-5-tools-for-measuring-media-impact131>.

کلاسون، دین، س. ۲۰۱۱. روزنامه‌نگاری کارآفرینی دانشگاه دولتی نیویورک: شراب نیمه قدیمی در یک بطری جدید، رفع‌کننده تشنگی نه چندان کامل، اما هنوز هم یک نوشیدنی خوب. مربی خبرنگاری و ارتباطات جمعی، جلد ۶۶، شماره ۱، بهار ۲۰۱۱.

کادینگتون، م. ۲۰۱۵. دیوار پرده می‌شود: بازبینی مرزهای جدید کسب و کار روزنامه‌نگاری، در کارلسون، م. و لوئیس اس سی، مرزهای روزنامه‌نگاری: حرفه‌ای‌گرایی، شیوه‌ها و مشارکت، ایننگدان، انگلستان: روتلج. صص ۶۷-۸۲.

فنتون، ن. ۲۰۱۲. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی. در کوران، ج.، فنتون، ن.، فریدمن، د. (ویراستاران). درک نادرست اینترنت. صص ۱۲۳-۱۴۸، ایننگدن، انگلستان. روتلج.

فوکس، س. ۲۰۱۴. مقدمه انتقادی به رسانه‌های اجتماعی چیست؟ در فوکس، س. رسانه‌های اجتماعی: مقدمه انتقادی.
صص ۱-۲۰، سیج
<http://fuchs.uti.at/wp-content/introductionSocMedia.pdf>

گلارنو، ل. ۲۰۱۰. رسانه‌های اجتماعی از این ۱۰ راه در حال متحول کردن جهان ما هستند.
<http://www.jeffbullas.com/2012/02/06/10-ways-social-media-is-transforming-our-world/>

گلیزر، م. ۲۰۰۸. در عصر دیجیتال، دانشجویان روزنامه‌نگاری نیاز به مهارت‌های کسب و کار و کارآفرینی دارند.
<http://www.pbs.org/mediashift/2008/01/in-digital-age-journalism-students-need-business-entrepreneurial-skills030/>

گیبونز، ک. ۲۰۰۹. راهنمای بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO) برای روزنامه‌نگاران.
<https://econsultancy.com/blog/5034-a-journalists-guide-to-seo/>

گیلمور، د. ۲۰۰۴. ما رسانه‌ها: روزنامه‌نگاری مردمی توسط مردم، برای مردم. سباستاپول، کالیفرنیا، ایالات متحده
امریکا، شرکت اوریلی مدیا

گیلمور، د. ۲۰۱۰. مدی اکتیو، سان فرانسیسکو، ایالات متحده آمریکا؛ دن گیلمور.

گایگن، جی. ۲۰۱۰. بالاخره نوبت اخبار موبایل شده است. تحولات و پیوستگی در اخبار آنلاین، ویرایش گراهام میک و
کای ردن، صص ۹۹-۱۱۴. لندن، انگلستان: انتشارات پالگریو مک میلان.

راهنمای مقدماتی بهینه‌سازی موتور جستجوی گوگل
<http://www.google.com/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf>

گاتشال، ج. ۲۰۱۳. خصوصیات داستان‌سرایان: چگونه داستان‌ها از ما انسان ساختند. نیویورک، ایالات متحده آمریکا:
مارینز، صص ۸۷-۱۱۷.

گریوز، ل. کلی، ج. ۲۰۱۰. اندازه‌گیری‌های نادرست و آینده روزنامه‌نگاری دیجیتال.
http://www.journalism.columbia.edu/system/documents/345/original/online_metrics_report.pdf

گری، ج. بونگرو، ل. و چیمبرز، ل. (ویراستاران). ۲۰۱۲. کتابچه راهنمای روزنامه‌نگاری داده‌ها.
<http://datajournalismhandbook.org>

گروسکین، ب. سیو، ا. و گریوز، ل. ۲۰۱۱. تا اینجا داستان: آنچه راجع به کسب و کار روزنامه‌نگاری دیجیتال می‌دانیم.
مرکز پشتیبانی روزنامه‌نگاری دیجیتال
http://www.cjr.org/the_business_of_digital_journalism/the_story_so_far_what_we_know.php

گرینی، ف. ۲۰۱۳. متصدیان اتاق خبر و گزارشگران مستقل: جمع‌آوری، سازماندهی و مدیریت محتوا در قالب شکلی نو
از روزنامه‌نگاری. مؤسسه رویترز.

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Newsroom%20Curators%20as%20a%20New%20Form%20Independent%20Storytellers%20-Content%20Curation%20as%20a%20New%20Form%20Of%20Journalism.pdf>

گینیلد، آ. ۲۰۱۴. نوآوری در روزنامه‌نگاری به روزنامه‌نگاری خلاق منتهی می‌شود: تأثیر اکتشافات محاسباتی در تغییر ذهنیت‌ها. روزنامه‌نگاری. اوت ۲۰۱۴. جلد ۱۵ شماره ۶: ۷۱۳-۷۳۰، لس آنجلس، لندن، دهلی نو، سنگاپور، واشنگتن دی سی و بوستون. سیج.

این (INN). وایت پیپر: استراتژی پرورش و توزیع مخاطب.

<http://newstraining.org/guides/whitepaper-audience-development-and-distribution-strategies/finding-and-engaging-your-audience/>

مؤسسه بین‌المللی مطبوعات ۲۰۱۰. دنیاهای شجاع جدید: مرور چشم انداز رسانه‌های جدید.

http://www.freemedia.at/fileadmin/resources/application/Brave_News_World_IPI_Poynter.pdf

جکسون، ج. ۲۰۱۴، شکاف دیجیتالی: ۵ نکته که در مورد چگونگی استفاده نسل جوان از رسانه‌ها می‌دانیم.

http://www.themediabriefing.com/article/media-s-big-divide-what-we-know-about-digital-first-audiences?utm_content=buffer74c63&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer

جنکینز، ه. ۲۰۰۸. فرهنگ همگرایی: نقطه برخورد رسانه‌های قدیمی و جدید. نیویورک، ایالات متحده آمریکا:

انتشارات دانشگاه نیویورک. جعبه ابزار روزنامه‌نگار

<http://www.journaliststoolbox.org/archive/mobile-journalism>

کاشیک، ا. ۲۰۰۹. تجزیه و تحلیل ترافیک وب ۲۰: هنر پاسخگویی آنلاین و علم مشتری مداری، ایندیاناپولیس، ایندیانا،

ایالات متحده آمریکا: مؤسسه انتشارات وایلی

کواچ، ب. روزنستیل، ت. ۲۰۰۷. عناصر روزنامه‌نگاری: مردم چه خبرهای را باید بدانند و چه انتظاراتی باید داشته باشند.

نیویورک، ایالات متحده آمریکا: انتشارات تری ریورز (سه رودخانه).

لیدبیتر، س. ۲۰۰۸. ما تفکر می‌کنیم: نوآوری انبوه بجای تولید انبوه. فصل ۱: شما همان چه هستید که به اشتراک

می‌گذارید، صص ۱-۲۶. لندن، انگلستان. سری کتاب‌های پروفایل.

لساژ، ف. وهایکت، آر ای. ۲۰۱۴. مابین عینیت و شفافیت: خاصیت رسانه‌ای بودن داده‌ها برای روزنامه‌نگاری. رسانه و

ارتباطات، ۲ (۲)، صص ۴۲-۵۴.

<http://www.cogitatiopress.com/ojs/index.php/mediaandcommunication/article/view/128>.

لوئیس، پ. ۲۰۱۱. جمع‌سپاری اخبار.

http://www.ted.com/talks/paul_lewis_crowdsourcing_the_news.

لوویت، ای. ۲۰۱۳. اقتصاد همکاری: چگونه نیازهای کسب و کار، اجتماعی و محیطی را برآورده کنیم و مزیت رقابتی

کسب کنیم. جوسی باس.

منافی، م. گوچی، ه. (ویراستاران) ۲۰۱۱. رقص با بومی‌های دیجیتال. مدفورد، نیوجرسی، ایالات متحده آمریکا:

اطلاعات امروز.

مارتین، ج. ا. ۲۰۱۵، استفاده از اخبار موبایل و شرکت در انتخابات: پلی برای شکاف دموکراتیک؟ رسانه‌های دستگاه‌های همراه و ارتباطات، ۳ مه ۲۰۱۵: ۲۳۰-۲۴۹، نورویچ، انگلستان: سیج.

مارتین، پ. ه. ۲۰۰۹. نیروی جادویی هزاره سوم. تمرین روزنامه‌نگاری ۳ (۲): ۱۹۶-۲۱۵.

ماتیوس، ر. د. واکر، دابلویو. ۲۰۰۷. داستان شما چیست؟ داستان‌سرایان برای به حرکت واداشتن بازارها، مخاطبان، مردم، مارک‌های تجاری، نیوجرسی، ایالات متحده آمریکا: انتشارات اف تی.

مایر، ج. استرن، ۲۰۱۱. منبعی برای اتاق‌های خبر: سنجش موفقیت در تلاش برای جذب مخاطب.

<http://www.rjionline.org/news/resource-newsrooms-measuring-success-audience-engagement-efforts-0>.

مایر، ک. ۲۰۰۸. رابطه رو به تحول روزنامه‌نگاران و مخاطبان: به هم پیوستن یا از هم دور شدن؟

http://klaus-meier.net/blog1/wp-content/uploads/2008/10/meier_iapa_madrid_oct_08.pdf.

میلر، سی. ۲۰۰۹. آینده روزنامه‌نگاری. کالج روزنامه‌نگاری بی بی سی.

http://www.bbc.co.uk/blogs/legacy/theeditors/future_of_journalism.pdf.

راهنمای گزارشگری میدانی همراه

<http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/mobile-reporting-field-guide/>

مونتگمری، آر. ۲۰۰۴. راهنمای میدانی برای روزنامه‌نگاری موبایل، موجود در آی تیونز ندلیکویچ، م. و همکاران

۲۰۱۴. کتابچه روزنامه‌نگاری کارآفرینی. کنراد آدناور-استیفتونگ

http://www.kas.de/wf/doc/kas_38746-1522-2-30.pdf?140912081809.

نیوتن، ای. ۲۰۱۳. اشعه نورافکن و عینک آفتابی: یادداشت‌های میدانی از عصر دیجیتال روزنامه‌نگاری

<http://searchlightsandsunglasses.org/>.

گزارش‌های نیمین، ۲۰۱۲. آن فرد اخلاک‌گر باشید.

<http://www.nieman.harvard.edu/wp-content/uploads/pod-assets/ebook/niemanreports/fall2012/NiemanReports-Fall2012CoverStory.pdf>.

وبلاگ روزنامه‌نگاری آنلاین. روزنامه‌نگاری مدیریت محتوا است: نکاتی در مورد ابزارها و تکنیک‌های مدیریت محتوا: روزنامه‌نگاری گزینش است.

<http://onlinejournalismblog.com/2013/09/30/curation-tools-tips-advice-journalism/>.

پیتز، سی.، برورسما، م. ۲۰۱۳. مقدمه‌ای بر باز اندیشی روزنامه‌نگاری: تحول ساختاری یک کالای عمومی. در پیتز، سی.

برورسما، م. (۲۰۱۳) باز اندیشی روزنامه‌نگاری. اعتماد و مشارکت در چشم‌انداز متحول شده خبر. صص ۱-۱۲، ایننگدن، انگلستان. روتلج.

پروژه روزنامه‌نگاری تحقیقی پیو. ۲۰۱۴. وضعیت رسانه‌های خبری در سال ۲۰۱۴:

<http://www.journalism.org/packages/state-of-the-news-media-2014/>.

پوینتر، ر. ۲۰۱۰. راهنمای تحقیقات آنلاین و رسانه‌های اجتماعی. چیچستر، انگلستان: جان وایلی و پسران.

رای، د. ۲۰۱۴. جمع‌سپاری در روزنامه‌نگاری.

<http://blog.hbs.edu/dighbs/crowdsourcing-in-journalism/>

راید، ا. ۲۰۱۳. پنج نوع ابزار مدیریت محتوا برای روزنامه‌نگاران.

<https://www.journalism.co.uk/news/five-types-of-content-curation-tools-for-journalists/s2/a552589/>.

روزن، ج. ۲۰۰۵. پایان تقابل وبلاگ نویسان و روزنامه‌نگاران.

http://archive.pressthink.org/2005/01/21/berk_essay.html.

روزن، ج. ۲۰۰۶. مردمی که سابقاً مخاطب شناخته می‌شدند.

http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.htm.

شرکی، س. ۲۰۰۸. اینجا همه می‌آیند. قدرت سازماندهی بدون وجود سازمان‌ها. لندن، آلن لین.

شرکی، س. ۲۰۰۹. چگونه رسانه‌های اجتماعی می‌توانند تاریخ را بسازند.

http://www.ted.com/talks/clay_shirky_how_cellphones_twitter_facebook_can_make_history?language=en.

استیم، ج. ۲۰۱۰. سنجش رسانه‌های اجتماعی: چگونه سرمایه‌گذاری بازاریابی خود را بسنجیم و بهینه‌سازی کنیم.

هوبوکن، نیوجرسی، ایالات متحده آمریکا: وایلی.

استفنز، م. ۲۰۱۴. فراتر از اخبار. آینده روزنامه‌نگاری. نیویورک، ایالات متحده آمریکا: کتاب‌های نقد روزنامه‌نگاری کلمبیا.

استرنبرگ، ج. ۲۰۱۱. چرا مدیریت داده‌ها برای آینده روزنامه‌نگاری مهم است.

<http://mashable.com/2011/03/10/curation-journalism/>.

استری، ج. ۲۰۱۲. همه جا صحبت از اندازه‌گیری است: چگونه می‌توان تأثیر روزنامه‌نگاری را اندازه گرفت؟

<http://www.niemanlab.org/2012/08/metrics-metrics-everywhere-how-do-we-measure-the-impact-of-journalism/>.

سورویکی، ج. ۲۰۰۵. خرد مردمی. نیویورک، ایالات متحده آمریکا: صص ۳-۲۳، انتشارات انکر بوکس.

تاپ اسکات، د. ۲۰۰۸. عصر دیجیتال بالغ: چگونه نسل اینترنت در حال تغییر جهان شما است. مک هیل. فصل ۳،

صص ۷۳-۹۶. نیویورک، ایالات متحده آمریکا. مک هیل.

تنوره، م. ۲۰۱۱. اقدامات کوچکی که روزنامه‌نگاران می‌توانند برای ایجاد مخاطبانی بیشتر و متعامل‌تر انجام دهند.

<http://www.poynter.org/news/media-innovation/133987/5-small-steps-journalists-can-take-to-build-a-bigger-more-engaged-audience/>.

<http://www.cluetrain.com/book/index.html>.

تیروونگدام، م. ۲۰۱۴. چگونه میزان اثرگذاری روزنامه‌نگاری را بسنجیم؟

<http://www.poynter.org/news/media-innovation/209695/how-journalists-can-measure-engagement/>.

مرکز تو نایت، الگوهای جدید کسب و کار برای پروژه اخبار.

<http://www.towknight.org/research/models/>.

توو، د. ل. ۲۰۱۴. هم اکنون ویدئو: فرم، هزینه‌ها و اثرگذاری روزنامه‌نگاری تصویری. مرکز پشتیبانی روزنامه‌نگاری

<http://towcenter.org/video-now-the-form-cost-and-effect-of-video-journalism> دیجیتال.

مشتریان اخبار توییتر: جوان، موبایل و تحصیل کرده.

<http://www.journalism.org/2013/11/04/twitter-news-consumers-young-mobile-and-educated/>.

آشر، ن. ۲۰۱۰. بهینه‌سازی موتور جستجو چه تأثیری بر روزنامه‌نگاران داشته است؟ گزارش میدانی.

<http://www.niemanlab.org/2010/09/what-impact-is-seo-having-on-journalists-reports-from-the-field/>.

فان دیک، ج. ۲۰۱۳. فرهنگ اتصال: تاریخچه مهم رسانه‌های اجتماعی. آکسفورد، انگلستان: انتشارات دانشگاه آکسفورد.

ون لون، س.، هایینز، ا.، و دپرز، ا. ۲۰۱۵. شیوه‌های گزارشگری خارجی و یافتن منابع در حوزه شبکه خبری: تحلیل کمی

محتوایی از پوشش وقایع بهار عربی در رسانه‌های خبری بلژیک. رسانه‌های جدید و جامعه، آوریل ۲۰۱۵،

جلد. ۱۷، شماره ۴، صفحات ۵۷۳-۵۹۱.

وستلوند، او. ۲۰۱۳. اخبار، روزنامه‌نگاری دیجیتال، ۱: ۱، صص ۶-۲۶.

<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/21670811.2012.740273>

وایتهاوس، جی. ۲۰۱۰. گردآوری اخبار و حفظ حریم خصوصی: بسط دادن دستورالعمل‌های اخلاقی به انعکاس تحولات

عصر رسانه‌های دیجیتال. مجله اخلاق رسانه‌های جمعی، جلد. ۲۵، صص ۳۱۰-۳۲۷. روتلج

http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/privacy_files/ContentServer.pdf.

زعفرانی، ر.، عباسی، م. ع. ۲۰۱۴. مقدمه‌ای بر استخراج رسانه‌های اجتماعی. نیویورک، ایالات متحده آمریکا: انتشارات

دانشگاه کمبریج.

<http://www.bbc.co.uk/academy/journalism>

<http://buzzmachine.com/>

<http://pressthink.org/>

<http://towcenter.org/>

www.niemanlab.org/

<http://www.knightfoundation.org/>



روزنامه‌نگاری مدافع: مشارکت، نمایندگی و جامعه

مارکوس اودانل (Marcus O'Donnell)

این موضوع به بررسی روزنامه‌نگاری مدافع به عنوان بخشی از تسلسل حرفه روزنامه‌نگاری می‌پردازد که بر ایجاد جوامع دموکراتیک تمرکز دارد. در مقابل جریان غالب روزنامه‌نگاری که به طور سنتی، به ویژه در سنت انگلیسی-آمریکایی، به «عینی» و «بی‌طرف» تعریف می‌شوند، طیف وسیعی از شیوه‌های معاصر، از جمله روزنامه‌نگاری مدافع، این معیارها را به چالش کشیده‌اند.

سطح دوره

این دوره برای سال سوم یا چهارم (سال آخر) انتخابی برای رشته‌های روزنامه‌نگاری طراحی شده است.

شرح دوره

این دوره شامل مطالعات موردی از روزنامه‌نگاری مدنی، مشارکتی و متقابل است که با ارائه بستر مناسب به دانشجویان کمک می‌کند اصول روزنامه‌نگاری مدافع را بشناسند، و راجع به نحوه انجام تحقیق، جستجوی منابع، بررسی صحت اطلاعات، و جمع‌بندی گزارش‌های خبری خود به‌صورتی آگاهانه دستورالعمل‌هایی را ارائه می‌دهد. در بررسی این مورد پژوهی‌ها، ضمن توجه به نیازهای گروه‌های اجتماعی خاص به حاشیه رانده شده به دلایل مربوط به نژاد، مذهب، جنسیت، تمایلات جنسی و معلولیت؛ به چارچوب جهانی روزنامه‌نگاری مدافع با در نظر گرفتن موضوعات حقوق بشر، صلح و روزنامه‌نگاری توسعه پرداخته می‌شود. همچنین نقش فناوری‌های دیجیتال، رسانه‌های اجتماعی، عکاسی خبری، خبرنگاری ویدیویی، و رادیوی گروه‌های اجتماعی به عنوان ابزارهای مؤثر برای روزنامه‌نگاری مدافع مبتنی بر گروه‌های اجتماعی تحلیل خواهد شد.

اهداف دوره آموزشی

در پایان این دوره دانشجویان توانایی‌های زیر را کسب خواهند نمود:

- ◀ تحلیل و ارزیابی رابطه بین روزنامه‌نگاری مدافع و تغییرات اجتماعی؛ آنگونه که در مقالات علمی و شیوه‌های اخیر تبیین شده است.
- ◀ شناسایی و تحلیل مسائل؛ بعنوان مثال مسائل مربوط به نژاد، جنسیت، تمایلات جنسی، معلولیت و اعتقادات مذهبی، که در رسانه‌های غالب به اندازه کافی به آنها پرداخته نمی‌شود.
- ◀ بیان صریح موانع اخلاقی و حقوقی رودر روی روزنامه‌نگاری مدافع.
- ◀ ایجاد یک کارزار دیجیتال روزنامه‌نگاری مدافع با استفاده از روش‌های سنتی روزنامه‌نگاری، و ابزارهای رسانه‌های اجتماعی و تعامل جامعه

شیوه ارائه درس

ساختار این دوره شامل ۱ ساعت سخنرانی و ۲ ساعت کارگاه عملی و سمینار در هفته در قالب یک ترم سیزده هفته‌ای است.

البته می‌توان با تبعیت از الگوی آموزشی معکوس، سخنرانی کلاسی را با تکلیف‌های خواندنی و نظر دهی در وبلاگ جایگزین نمود.

روش ارائه و رویکرد آموزشی

موضوعات و فعالیت‌های هر هفته به دو بخش تقسیم می‌شوند.

قسمت سخنرانی و مطالعه، بخش اول کارگاه‌ها به تحلیل و بحث در مورد موضوع انتخابی هفته اختصاص داده می‌شود. این بحث و تحلیل‌ها با بررسی تعداد زیادی مقالات علمی و مطالعات موردی بین‌المللی همراه هستند که دانشجویان را قادر به تعریف یک چارچوب مشخص برای انجام روزنامه‌نگاری مدافع می‌کند.

با توجه به اهمیت ارائه متنوع مطالب در این دوره، خواندنی‌هایی برای نشان دادن شرایط مختلف بین‌المللی گزیده شده‌اند. البته با افزودن مطالعات موردی محلی مناسب، می‌توان جنبه بومی و محلی این نمونه‌ها را قوت بیشتری بخشید. هر هفته شامل مطالعه ۳-۵ مقاله یا مطالب اینترنتی است که ممکن است برای عموم کلاس‌ها، برنامه‌های فشرده و وقت‌گیر باشد. لذا با توجه به شرایط خاص هر کلاس می‌توان مطالب مهم و اساسی را علامت‌گذاری نمود و یا مطالب مختلف را بین گروه‌ها تقسیم کرد تا بتوان به این طریق بحث‌های کلاسی را راجع به طیف وسیعی از مطالب تسهیل نمود.

اما بخش دوم کارگاه‌ها به انجام تمرینات عملی متعددی می‌پردازد که دانشجویان را با دشواری‌های توسعه روش‌های جستجو در منابع و اتخاذ رویکردی راهبردی برای پوشش گسترده‌تر مسائل مربوط به جلب حمایت عمومی، آشنا می‌کند. این تمرین‌ها به گونه‌ای طراحی شده‌اند که در بخش کار عملی کارگاه بصورت فردی یا گروهی آغاز می‌شوند و سپس دانشجویان می‌توانند تعدادی از این تمرینات را انتخاب نموده و بعداً در زمان شخصی خود تکمیل و به عنوان بخشی از نمونه کار خود برای ارزیابی ارائه نمایند.

معیار نمره و ارزشیابی

تکالیف شامل سه الگو است که ذیل «رئوس مطالب هفتگی» شرح داده شده است:

- ◀ یک مقاله علمی که به جنبه‌های نظری روزنامه‌نگاری مدافع می‌پردازد (۳۰٪ از نمره نهایی).
- ◀ مجموعه‌ای از تمرین‌ها برای توانمند کردن دانشجویان در ارتقای مهارت‌های خود در این حوزه (۳۰٪ از نمره نهایی).
- ◀ یک پروژه نهایی که توان دانشجویان را در تولید گزارشی یکپارچه با سبک و سیاق روزنامه‌نگاری مدافع در دفاع از یک مسئله اجتماعی روز به چالش می‌کشد (۴۰٪ از نمره نهایی).

تعداد ساعت‌های درس در هفته

هشت ساعت در هفته و مجموعاً ۱۳ هفته. دانشجویان لازم است در فعالیت‌های کلاسی همدت ۳ ساعت در هفته شرکت کنند، ۲ ساعت در هفته را به مطالعه و آماده سازی در کلاس اختصاص دهند و ۳ ساعت اضافی در هفته نیز در طول ترم به تکمیل تکالیف بپردازند.

رئوس مطالب هفتگی: فعالیت‌های محتوا

محتوای این دوره در چهار پودمان سازمان یافته است.

پودمان ۱: چارچوب نظری روزنامه نگاری مدافع

سیلیویو وایزبور (۲۰۱۰) دو الگوی روزنامه نگاری مدافع را شناسایی کرده است: الگوی روزنامه نگار محور و الگوی مدنی. در الگوی اول، روزنامه نگار به عنوان نماینده گروه‌های محروم عمل می‌کند، حال آنکه در الگوی دوم این گروه‌های اجتماعی هستند که همراه و توسط رسانه توانمند می‌شوند.

سو تیت (۲۰۱۱) معتقد است هنگامی که روزنامه نگاران «شاهد» وقایع فاجعه آمیز هستند نباید تنها قساوت‌ها را ببینند و نمایش دهند، بلکه باید با به کار بستن یک الگوی ارتباط عاطفی و هیجانی، امکان بروز واکنش و اقدام را در مخاطبان ایجاد کنند.

فون اوپن (۲۰۰۹) نیز یک الگوی بازتاب پذیری روزنامه نگاری را توصیف می‌کند که در آن این حس پیوند با دیگران به صراحت نشان داده می‌شود. در این الگو روزنامه نگار به واسطه «بودن در یک مکان» تنها یک شاهد محسوب نمی‌شود، بلکه از طریق ارتباط خود با افرادی که به آنها تماس می‌گیرد و صحبت می‌کند، خود در داستان‌ها دخیل می‌شود.

این سه مقاله، نقطه آغازی برای اندیشیدن در مورد روزنامه نگاری مدافع، به مثابه فرایندی است که تنها شامل یک فرد روزنامه نگار شاهد به نمایندگی گروه‌های محروم دیگر نیست، بلکه فرایندی است که ایجاد پیوند بین گروه‌های اجتماعی، مخاطبان و مشکلات را در بر می‌گیرد.

وایزبور (۲۰۱۰) به این نکته اشاره دارد که در تاریخ اولیه روزنامه نگاری، پیش از سلطه عینیت و بی‌طرفی بعنوان یک هنجار در این حرفه، تنها «روزنامه نگاری مدافع» وجود داشت - چرا که عموماً از دیدگاه پیروان متعصب و در قالب روندهای سیاسی اجرا می‌شد. وی در ادامه به بررسی تفاوت‌های موجود بین الگوی انگلیسی-آمریکایی، الگوی اروپایی و الگوهای روزنامه نگاری در کشورهای نیمکره جنوبی می‌پردازد، و به تاریخ‌های متعددی از روزنامه نگاری اشاره می‌کند که آرمان همگی آنها اغلب ذیل مفهوم واحد روزنامه نگاری بیطرف و عینی خلاصه می‌شود.

این موضوع مبحثی را در مورد اشکال مختلف روزنامه‌نگاری می‌گشاید، اشکال متفاوتی که در سراسر نقاط جهان و در پاسخ به نیازهای متنوع جامعه وجود دارند.

یک راه برای درک این تفاوت‌ها در نظر گرفتن دو شیوه مجزای گروه‌های «جریان غالب» روزنامه‌نگاری از یک سو و گروه‌های «جایگزین» از سوی دیگر است. چنین تقابلی می‌تواند به تعریف روش‌های خاص فکری در مورد روزنامه‌نگاری کمک کند، اما پیشنهاد هاینرکاپ (۲۰۰۵) این است که این رابطه را یک «تسلسل در نظر بگیریم که مردم، عقاید و شیوه‌ها در امتداد آن و در هر دو جهت حرکت می‌کنند» (۳۷۰). گرچه رسانه‌های جایگزین یا جامعه محور ممکن است بر ایجاد یا توانمندسازی گروهی از فعالان متمرکز باشند، و رسانه‌های جریان غالب در ارائه گزارش‌های متعادل و دربرگیرنده دیدگاه‌های متعدد بکوشند، لکن هر دو گروه از یک الگوی روزنامه‌نگاری پیروی می‌کنند که هدف این حرفه را ترویج انتخاب دموکراتیک آگاهانه می‌داند. رابرت‌هایکت (۲۰۱۳) بر این موضوع مهم با طرح این پرسش تأکید می‌نماید: «دموکراسی به چه نوع روزنامه‌نگاری نیاز دارد؟»

روزنامه‌نگاران و صاحب‌نظران بسیاری کوشیده‌اند به این پرسش پاسخ دهند و در این راه الگوهای مختلفی از جمله روزنامه‌نگاری مدنی، شهروندی یا عمومی را پیشنهاد کرده‌اند (هاس ۲۰۰۴)، اما یک عنصر ضروری مشترک همه این الگوها تأکید بر ایجاد مشارکت و نه صرفاً اطلاع رسانی به جوامع است. این نکته را اخیراً ست لوئیس و همکارانش (۲۰۱۴) در قالب نظریه‌ای بنام «روزنامه‌نگاری متقابل» پرورانده‌اند: روزنامه‌نگاری متقابل نقش تازه‌ای برای روزنامه‌نگار قائل است و آن یک سازنده گروه‌های اجتماعی است که می‌تواند با ایجاد الگوهای متقابل تبادل در میان اعضای گروه آنها را به هم پیوند دهد. چنین روزنامه‌نگاری با استقبال و پذیرش و داد و ستد عقاید و نظرات با مخاطبان خود و با ایجاد فضایی برای مخاطبان به منظور تقابل با یکدیگر، می‌تواند به هدف اصلی خود به عنوان نماینده جامعه‌ای که به آن خدمت می‌کند، دست یابد. (۷-۲۳۶)

این رویکرد روزنامه‌نگاری مستلزم تغییر در نگرش نسبت به ارزش‌های خبر و اجزای سازنده یک گزارش خبری، و همچنین استفاده از ابزارهای تازه نظیر رسانه‌های اجتماعی (هرمیدا ۲۰۱۲) به منظور ایجاد مشارکت فعال در جامعه است.

در پایان این اولین پودمان سه هفته‌ای، نخست دانشجویان باید قادر به شناخت و درک مجموعه‌ای متمایز از شیوه‌ها و روش‌هایی باشند که به «روزنامه‌نگاری مدافع» موسوم است و شامل گرایش به مخاطبان و گروه‌های اجتماعی؛ تأکید بر تعامل فعال و توانمند سازی؛ و نقشی شفاف و خویشتن بین برای روزنامه‌نگار است. این شیوه از عناصر دیگر شیوه‌های روزنامه‌نگاری از جمله توجه به حقایق و پژوهش دقیق جدا نیست. خصوصیت مهم مشترک بین روزنامه‌نگاری مدافع با دیگر اشکال روزنامه‌نگاری تعهد همگی به ایجاد مشارکت دموکراتیک است.

پودمان ۱: خواندنی‌ها و فعالیت‌های کارگاه

هفته ۱: روزنامه‌نگاری مدافع چیست؟

وایزبورد، س. ۲۰۱۰، «روزنامه‌نگاری مدافع در مفهوم جهانی»، در وال-یورگنسن، ک. و هاینیچ، ت. (ویراستاران)، کتابچه راهنمای مطالعات روزنامه‌نگاری، روتلج، نیویورک.

تیت، سو، ۲۰۱۱، «شاهد بودن، روزنامه‌نگاری و مسئولیت اخلاقی» رسانه، فرهنگ و جامعه، ۳۳ (۸) ۱۲۲۰-۱۲۳۵.

فون اوپن، کارولین، ۲۰۰۹، «گزارش از بوسنی: تعریف دوباره مفهوم «روزنامه‌نگاری تعلق خاطر». مجله مطالعات معاصر اروپا، ۱۷: ۱، ۲۱-۳۳.

فعالیت کارگاه: آشنایی با دوره

هفته ۲: نظریات متعدد درباره تاریخ روزنامه‌نگاری: عینیت و ذهنیت در روزنامه‌نگاری

هاکت، ر.ا، ۲۰۱۳، «آزادی مطبوعات و حقوق ارتباطات: دموکراسی به چه نوع روزنامه‌نگاری نیاز دارد؟» نقد روزنامه‌نگاری پاسیفیک، ۱۹ (۱)، ۱۳-۴۰.

تونی‌هایرکاپ، ۲۰۰۵. «من این کار را برای تغییر جهان انجام می‌دهم: روزنامه‌نگاری در رسانه‌های جایگزین و جریان غالب»، مطالعات روزنامه‌نگاری، ۶: ۳، ۳۶۱-۳۷۴.

سروائس، یان، و پاچانی مالیخائو، ۲۰۱۲، «ارتباطات مدافعی برای ایجاد صلح» تمرین توسعه ۲۲: ۲، ۲۲۹-۲۴۳.

فعالیت کارگاه: مقاله‌ای را در مورد یک جامعه محلی و یا بین‌المللی یا یک مسئله دادرسی از یک نشریه جریان غالب بیابید و سایر منابع جایگزینی را تا حد امکان جستجو کنید که استفاده از آنها می‌توانست به گسترش و تعمیق گزارش کمک کند. چگونه راهبردهای مختلف استفاده از منابع موجب تغییر منظر داستان می‌شود؟ یک مقاله دیگر راجع به همان مسئله را از رسانه یک گروه اجتماعی و یا نهاد غیردولتی بیابید و تفاوت دیدگاه‌ها را تحلیل کنید.

هفته ۳: روزنامه‌نگاری مشارکتی: جذب و توانمندسازی گروه‌های اجتماعی.

آتون، س.، ۲۰۱۰، «روزنامه‌نگاری جایگزین و شهروندی»، در وال-یورگنسن، ک. و هاینیچ، ت. (ویراستاران)، کتابچه راهنمای مطالعات روزنامه‌نگاری، روتلج، نیویورک.

لویس، ست سی، اوری ای هولتون، و مارک کادینگتون، ۲۰۱۴، «روزنامه‌نگاری متقابل» تمرین روزنامه‌نگاری، ۸: ۲، ۲۳۹-۲۴۱.

هاس، تانی، ۲۰۰۴، «نکته پژوهشی: رسانه‌های جایگزین، روزنامه‌نگاری عمومی و پیگیری دموکراسی»، مطالعات روزنامه‌نگاری، ۵: ۱، ۱۱۵-۱۲۱.

هرمیدا، آلفرد، ۲۰۱۲، «روزنامه‌نگاری اجتماعی: بررسی چگونگی شکل‌گیری روزنامه‌نگاری توسط رسانه‌های اجتماعی» در یوگنیا سیاپرا و آندریاس وگلیس (ویراستاران) کتابچه روزنامه‌نگاری جهانی آنلاین، جان ویلی و پسران، ۲۰۹-۳۲۸.

فعالیت کارگاه: خبرهایی که در رسانه‌های جریان غالب منتشر می‌شود اغلب یک بار به آن پرداخته می‌شود و گزارش‌های بعدی برای پیگیری وضعیت آن عموماً بطور نامنظم به روز می‌شود. برنامه زمان‌بندی شده تهیه یک گزارش خبری راجع به یک مسئله مورد علاقه محلی را تدوین کنید که راه‌های تهیه گزارش در مورد آن مسئله را توسعه دهد و مشارکت جامعه را در طول زمان ایجاد کند. چگونه با افزودن فعالیت‌های مشارکتی به ایجاد تعامل در خوانندگان کمک می‌کنید؟

پودمان ۲: کار با گروه‌های اجتماعی محروم

بخشی از نقش روزنامه‌نگاری مدافع، کار با گروه‌های اجتماعی محروم است که در رسانه‌های جریان اصلی یا کمتر راجع به مسائل آنها گزارشی منتشر می‌شود و یا گزارش‌های منتشر شده نادرست هستند. این موضوع رویکردی دو جانبه را در بر دارد: مثلاً گروه‌های خاص مانند زنان یا گروه‌هایی قومی هر دو برای انعکاس بهتر مسائل خود در رسانه‌های جریان غالب مبارزه کرده‌اند و در عین حال رسانه‌های خاص جامعه خود را نیز ایجاد کرده‌اند. شاون برنز (۲۰۱۴) به استفاده از هر دو این روش‌ها در رابطه با افراد با معلولیت اشاره کرده است.

مارک دوئز (۲۰۰۶) تأکید مفیدی به ظهور رسانه‌های قومی و جایگاه آن در رسانه‌های گروه‌های اجتماعی و

مشارکتی می‌کند که قبلاً به آن اشاره شد. در اینجا نیز بار دیگر تسلسل شیوه‌ها و رویکرد ترکیبی مورد اشاره هایرکوپ را مشاهده می‌نماییم (۲۰۰۵).

اما الگوهای خاص متعددی هم وجود دارند که برای اجرای پروژه‌های روزنامه‌نگاری مدافع گروه‌های اجتماعی محروم به کار گرفته شده‌اند. در این بخش نگاهی داریم به طیف متنوعی از مطالب و مطالعات موردی از هر دو دسته تاریخی و معاصر.

«خانم مجله» (Ms Magazine) که پرچمدار جنبش زنان در دهه ۱۹۷۰ بود نمونه دیگری از ماهیت ترکیبی روزنامه‌نگاری جریان غالب و جایگزین را به نمایش گذاشت. این نشریه تلاشی منحصر به فرد بود «برای خلق مجله‌ای که جنبش جهانی زنان را با دنیای نشر تجاری پیوند می‌زند... ترکیبی منحصر به فرد از تجارت و سیاست که صنعت چاپ و نشر سرمایه‌داری را به نفع جنبش زنان مهار می‌کند» (فارل ۱۹۹۴: ۷۰۸).

عملکرد رسانه‌های گروه‌های همجنسگرا در مقابله با بحران ایدز و ویروس اچ آی وی، نقش مهمی که رسانه‌های قدرتمند، تثبیت شده و مبتنی بر گروه‌های اجتماعی، قادر به ایفای آن هستند را نمایش داد (رابینسون، ۲۰۱۱). نمونه دیگر نمایش کارآیی و قوت رسانه‌های اجتماعی، واکنش سریع گروهی از زنان استرالیایی با استفاده از رسانه‌های اجتماعی شامل فیس بوک در پاسخ به اظهارات تحریک آمیز یک کارشناس رادیویی بود که ادعا کرده بود سیاست‌مداران و رهبران زن در حال «از بین بردن اشتراکات» هستند (مک لین و مالسن ۲۰۱۳). در هر دو مورد شاهد بودیم که رسانه‌های مستقل موفق شدند با حرکت هماهنگ در خلاف جهت رسانه‌های جریان غالب، گفتمان عمومی گسترده‌تری را پدید آورند و گروه اجتماعی خاصی را توانمندتر کنند.

در پایان تحلیل این مسائل و مطالعات موردی در این پودمان، دانشجویان باید قادر به شناسایی روش‌های متعددی باشند که پروژه‌های رسانه‌های گروه‌های اجتماعی برای تقویت و توانمندسازی گروه‌ها و جوامع خاص به آن عمل می‌کنند. رویکرد این پروژه‌های جامعه محور، چارچوبی برای پژوهش انتقادی گزارشگری همین مسائل، توسط جریان غالب را نیز فراهم می‌کند، و دلایل نیاز به یک رویکرد خاص مدافعی مبتنی بر گروه‌های اجتماعی را بررسی می‌نماید.

پودمان ۲: خواندنی‌ها و فعالیت‌های کارگاهی

هفته ۴: گزارشگری مسائل نژادی و مذهبی: رسانه‌های قومی و جوامع محلی

دوئز، م. ۲۰۰۶، «رسانه‌های قومی، رسانه‌های گروه‌های اجتماعی و فرهنگ مشارکتی». روزنامه‌نگاری ۷: ۳، ۲۶۲-۲۸۰
 اچایی، ن. ۲۰۱۳، «دیده‌بان رسانه ماژلیما: فعالیت رسانه‌ای و حرکات موزون تغییرات اجتماعی در مسلمانان»
 روزنامه‌نگاری، ۱۴: ۷، ۸۵۲-۶۷.
 کاور، راب، ۲۰۱۳، «رسانه‌های چاپی گروه‌های اجتماعی: درک جامعه اقلیت‌ها در جامعه چند فرهنگی استرالیا
 جنوبی» پیوسته: مجله رسانه‌ای و مطالعات فرهنگی، ۲۷: ۱، ۱۱۰-۱۲۳.

فعالیت کارگاه: تمرکز بر گزارش‌های خبری روزانه اغلب باعث می‌شود پس زمینه‌های مهم لازم برای درک علل ساختاری و یا عمیق‌تر از مشکلات فعلی مغفول بماند. مقالات پس زمینه و توضیح دهنده در درک مسائل پیچیده و جلب حمایت جامعه از آن بسیار مهم است. یک خبر روز را انتخاب کنید و با نگارش یک مقاله پس زمینه به درک مخاطبان از عوامل اجتماعی مؤثر در ایجاد آن کمک کنید.

هفته ۵: جنسیت و تمایلات جنسی: جنبش‌های تغییر اجتماعی و جوامع

فارل، امی. سال ۱۹۹۴، «یک تجربه اجتماعی در انتشار: خانم مجله (Ms Magazine)، ۱۹۷۲-۱۹۸۰»
 روابط انسانی ۴۷: ۶، ۷۰۷-۷۳۰.

جسیکا مک لین، جسیکا و مالن، سوفیا، ۲۰۱۳، «نابود کردن اشتراکات و مردن از شرم؟ جغرافیای تجدید حیات
 فمینیسم در رسانه‌های اجتماعی و فراتر از آن»، پژوهش جغرافیایی، ۵۱: ۳، ۲۴۳-۲۵۶.

نابود کردن اشتراکات، صفحه فیس بوک،

<https://www.facebook.com/notes/434813209899762/>

گاتوئا، مری وایریمو، پاتون، تریسی اوونز و براون، مایکل ر. ۲۰۱۰، «اجازه سخن گفتن به زنان نادیده گرفته شده: رادیو
 «آتش» به عنوان یک الگوی رادیویی موفق جامعه زنان در آفریقا»، مجله ارتباطات هوارد، ۲۱: ۲، ۱۶۴-۱۸۱.

رابینسون، شرلین، ۲۰۱۱، «اچ آی وی/ایدز و رسانه خبری چاپی جامعه همجنس‌گرایان مرد در استرالیا دهه ۱۹۸۰»
 در یوریک اسمال، گراهام ویلت، (ویراستاران) ما هستیم: دیدگاه‌های همجنس‌گرایان مرد و زن - قسمت ششم،
 انتشارات دانشگاه موناخ. در دسترس به صورت برخط:

<http://books.publishing.monash.edu/apps/bookworm/view/Out+Here%3A+Gay+and+Lesbian+Perspectives+VI/126/oh110006.xhtml>.

اودانل، مارکوس، ۲۰۰۴، «جنگ ستارگان: الگوهای تغییر در روزنامه نگاری اجتماعی در سیدنی استار آبرور» مطالعات روزنامه نگاری استرالیا، ۱۳، ۱۳۹-۱۶۳.

فعالیت کارگاه: جلب تعامل مخاطبان- یک خبر روز را انتخاب کنید و نوشتاری جنبی راجع به اقداماتی که شما می‌توانید در مورد آن انجام دهید به آن بیفزایید. چگونه می‌توان یک عنصر رسانه اجتماعی؛ مانند یک علامت # اشتراک گذاری و یا صفحه فیس بوک با ذکر مثال‌هایی به آن اضافه نمود.

هفته ۶: ناتوانی و بیماری‌های روانی

برنز، شاون، ۲۰۱۴، «مدافعه‌گری، واژه‌ای ناپاک در روزنامه نگاری نیست» پی بی اس مدیاشیفت، در دسترس بصورت برخط:

<http://www.pbs.org/mediashift/2014/10/advocacy-is-not-a-dirty-word-in-journalism/>

الیس، ک.، سال ۲۰۰۹، «فراتر از عامل تعجب: مجموعه علائق بشری ورزشکاران المپیک معلولین و هدایت رسانه‌ای در مورد تفاوت‌های فیزیکی و انگ اجتماعی»، مربی رسانه آسیا و اقیانوسیه، ۱۹، ۲۳-۳۶. در دسترس بصورت برخط:

<http://ro.uow.edu.au/apme/vol1/iss19/4>

جونز، چلسی تمپل، ۲۰۱۴، «چرا این خبر برای بیش از یک صد نفر دیگر در روز؟ گزارش‌های پس زمینه پنج روزنامه نگار در مورد معلولیت نگارش در تورنتو، ناتوانی و جامعه، ۲۹: ۸، ۱۲۶-۱۲۲۰.

سوبرامانیان، روما، سال ۲۰۱۴، «گزارشگری بیماری‌های روانی»، حرفه روزنامه نگاری، ۸: ۶، ۸۰۹-۸۲۵.

فعالیت کارگاه: راهبردی برای یک گزارش تخصصی درباره یک مسئله دفاع اجتماعی بنویسید. مجموعه‌ای از منابع اینترنتی؛ اطلاعات تماس مهم؛ صفحات شخصی در رسانه‌های اجتماعی برای دنبال کردن؛ منابع متخصص، فهرست مسائل جاری و مجموعه‌ای از ایده‌های نمونه برای گزارش نویسی را شناسایی کنید.

پودمان ۳: روزنامه نگاری جهانی مدافع

تئوری‌های روزنامه نگاری توسعه (باندان ۲۰۰۷)، روزنامه نگاری حقوق بشر (شاو ۲۰۱۲) و روزنامه نگاری صلح (اسلم ۲۰۱۱) دانشجویان را وادار می‌کند تا روزنامه نگاری مدافع را در قالبی جهانی بررسی کنند. بر اساس این رویکرد، روزنامه نگاری به جای تمرکز بر نیازهای گروه‌های خاص، قادر به ایفای نقش در توسعه ساختاری، اجتماعی و فرهنگی است.

الگوهای مختلف برای یک «روزنامه‌نگاری انقلابی» ارائه شده است که برای آزادسازی مردم و اقتصاد جهان در حال توسعه مؤثر است. باندا (۲۰۰۷) به تشریح تکامل این مفاهیم می‌پردازد که شامل مفاهیم استعماری مساعدت، ناالگوهای تحت کنترل دولت، و نهایتاً الگوهای حقیقتاً رهایی‌بخش که بر مشارکت جامعه تأکید دارند.

شاو (۲۰۱۲) نیز در مفهوم‌سازی خود از روزنامه‌نگاری حقوق بشر خواهان تغییر از روزنامه‌نگاری که موارد نقض حقوق بشر را فاش می‌کند به روزنامه‌نگاری که ارتقای حقوق انسانی، هم حقوق بشر نسل اول: یعنی حقوق مدنی و سیاسی، و هم حقوق نسل دوم: یعنی فرهنگی، اقتصادی و حقوق اجتماعی را به عنوان یک ارزش اساسی ترویج می‌کند. لازمه این کار اتخاذ یک رویکرد ساختاری در تحلیل اجتماعی و تولید گزارش‌های خبری است. وی می‌نویسد:

روزنامه‌نگاری حقوق بشر حقیقتاً بر پایه منطق پایدار صلح و حقوق بشری این اصل پیش‌بینی شده که «جلوگیری از گسترش خشونت بهتر از تلاش برای متوقف کردن آن است»، چرا که وضعیت دوم ممکن است به یک چرخه خشونت و در نتیجه نقض حقوق بشر، حتی گسترده‌تر منجر شود... روزنامه‌نگاری مبتنی بر حقوق بشر، که تنها با ایجاد یک محیط رسانه آزاد و همگانی امکان‌پذیر است، هشداردهنده زود هنگام درگیری‌ها و دیگر تهدیدات امنیتی است. (شاو ۲۰۱۲: ۴۳)

روزنامه‌نگاری صلح رویکردی مشابه را به کار می‌گیرد. در حالی که «جنگ» یک ارزش خبری اساسی در روزنامه‌نگاری سنتی محسوب می‌شود (فاوست، ۲۰۰۲) الگوی روزنامه‌نگاری صلح خواستار تأکید روزنامه‌نگاری بر کمک به برقراری یک «صلح عادلانه» است. هاکت ارتباط بین ملزومات روزنامه‌نگاری خوب و صلح را به اختصار برشمرده است. وی می‌نویسد: «مبارزه برای صلح و عدالت، مبارزه برای ارتباطات دموکراتیک نیز هست» (۲۰۱۰: ۱۷۹).

اصول روزنامه‌نگاری حقوق بشر و روزنامه‌نگاری توسعه، کاربرد خاصی برای دانشجویان و روزنامه‌نگاران در کشورهای در حال توسعه دارد، اما این اصول برای روزنامه‌نگاران اقتصادهای توسعه یافته غربی نیز الگوهای مهمی هستند. فقر و نقض حقوق بشر در تمام جوامع رایج است. گروه‌هایی مانند «Global Voices» (صداهاى جهانی) و «Guardian Development» (پرورش نگهبان) نیز نشان می‌دهند چگونه از حقوق بشر و گزارشگری توسعه می‌توان در ایجاد همبستگی جهانی استفاده نمود.

در پایان این پودمان سوم دانشجویان باید قادر به شناسایی روش‌های متعددی که روزنامه‌نگاری مدافع در شرایط مختلف جهانی عمل می‌کند باشند و این که چگونه مسائلی مانند توسعه اقتصادی، حقوق بشر و ایجاد صلح عادلانه تنها برای «گزارش» شدن نیستند بلکه این مسائل چالش‌هایی مهم را در الگوی گزارشگری مطرح می‌کنند.

پودمان ۳: خواندنی‌ها و فعالیت‌های کارگاه

هفته ۷: روزنامه‌نگاری توسعه

شیائوگ، ش.، ۲۰۱۰، «روزنامه‌نگاری توسعه»، در وال-یورگنسن، ک. و هانیچ، ت. (ویراستاران)، کتابچه مطالعات روزنامه‌نگاری، راتلج، نیویورک، ۳۵۷-۷۰.

باندا، فکسون، ۲۰۰۷، «سنجش کارایی روزنامه‌نگاری توسعه در خدمات پخش رادیو و تلویزیونی عمومی»، ارتباطات ۳۳: ۲، ۱۵۴-۷۰.

پاول، لیبی، ۲۰۱۲، «بررسی دقیق‌تر روزنامه‌نگاری توسعه»،

[Journalism.co.uk](https://www.journalism.co.uk/news-features/-development-journalism/s5/a547436/), <https://www.journalism.co.uk/news-features/-development-journalism/s5/a547436/>

تارغای پرورش نگهبان <http://www.theguardian.com/global-development>

صداهای جهانی <http://globalvoicesonline.org>

فعالیت کارگاه: یک سازمان گروه‌های اجتماعی را انتخاب و حضور آن را در اینترنت و رسانه‌ها تحلیل کنید. چگونه می‌توان آن را بهبود بخشید؟ آیا تارما و سایت‌های اجتماعی یکپارچه دارند؟ آیا خبرهای جذاب دارند؟ آیا راه‌هایی برای مشارکت مردم ارائه می‌دهند؟ چه نکته دیگری قابل توجه است؟

هفته ۸: روزنامه‌نگاری حقوق بشر

شاو، ابراهیم، ۲۰۱۲، «روزنامه‌نگاری حقوق بشر: یک چارچوب مفهومی انتقادی». در شاو، ابراهیم، روزنامه‌نگاری حقوق بشر: پیشرفت در گزارشگری مداخلات بشردوستانه دوردست. پالگریو مک میلان، ۲۵-۴۳.

رز، توماس، ۲۰۱۳، «رویکرد مبتنی بر حقوق بشر به روزنامه‌نگاری: غنا» مجله بین‌المللی ارتباطات، ۱۹: ۱، ۸۵-۱۰۶.

آلن، استوارت، پراسون سان واکر و سینتیا کارتر، ۲۰۰۷، «شاهد بودن: روزنامه‌نگاری شهروندی و مسائل حقوق بشر»، جهانی شدن، جوامع و آموزش و پرورش، ۵: ۳، ۳۷۳-۸۹.

فعالیت کارگاه: شناسایی مناطق با پوشش خبری ناکافی. یک مسئله مورد علاقه اجتماعی را انتخاب کنید و سپس از طریق دسترسی به گروه‌های اجتماعی مدافع، سه منطقه را که کمتر مورد توجه و پوشش خبری

رسانه‌های جریان غالب هستند شناسایی کنید و پیشنهاد دهید چگونه می‌توان توجه رسانه‌ای بیشتری به آنها جلب نمود.

هفته ۹: روزنامه‌نگاری صلح

اسلم، رخسانا، ۲۰۱۱، روزنامه‌نگاری صلح: تغییر اساسی در رویکرد سنتی رسانه‌ها. نشریه نقد روزنامه‌نگاری صلح، ۱۷: ۱، ۱۱۹-۱۳۹.

فاوست، لیز، ۲۰۰۲، «چرا روزنامه‌نگاری صلح خرساز نیست» مطالعات روزنامه‌نگاری، ۳: ۲، ۲۱۳-۲۳.

هاکت، رابرت، ۲۰۱۰، «روزنامه‌نگاری برای صلح و عدالت: به سوی تحلیل مقایسه‌ای الگوهای رسانه‌ای» مطالعات عدالت اجتماعی ۴: ۲، ۱۷۹-۱۹۸.

فعالیت کارگاه: روی پروژه نهایی (تکلیف ۳) کار کنید: ارائه کلاسی و عملی کردن ایده‌های پروژه

پودمان ۴: ابزارها و شیوه‌های روزنامه‌نگاری مدافع

بخش پایانی این دوره مروری دارد بر روش‌ها، ابزارها و زمینه‌های روزنامه‌نگاری مدافع. الگوهای نظری متنوعی که تاکنون بررسی شده‌اند، راه‌های ورود روزنامه‌نگاری مدافع به جریان رسانه‌ای غالب و اجتماعی را نشان می‌دهد. در هفته‌های پایانی نگاهی داریم به ابزارهایی نظیر عکاسی خبری، مستندسازی، رادیوی جوامع محلی و رسانه‌های اجتماعی و نقشی که می‌توانند در تقویت جعبه ابزار روزنامه‌نگاری مدافع ایفا کنند.

علاوه بر این، نقش روزنامه‌نگاران آزاد و همچنین راهبردهای کارآفرینی برای توسعه پروژه‌ها در شرایط نبود رسانه‌ها نیز بررسی خواهد شد. این رویکردها در وضعیت امروزی که الگوهای کسب و کار روزنامه‌نگاری سنتی در شرایط نامطلوب و پریشانی بسر می‌برند، از اهمیت بسیاری برخوردار است. روزنامه‌نگاری مدافع دیگر فقط در سازمان‌های رسانه‌ای با تعریف سنتی جای ندارند، بلکه به گفته گریسون (۲۰۱۴)، گروه‌های دیگر مانند سازمان‌های حقوق بشر نیز به طور فزاینده‌ای به استخدام روزنامه‌نگاران در تیم‌های خود روی آورده‌اند. مستندسازان مستقل (چارلز ۲۰۱۳) نیز نقش مهمی در برجسته‌سازی مسائل اجتماعی داشته‌اند.

خواندنی‌های توصیه شده در این بخش همگی بر یک نکته مهم درس تأکید دارند: این که روزنامه‌نگاری مدافع یک رویه فردی نیست - گرچه یک ذهنیت خاص از سوی روزنامه‌نگار می‌طلبد، اما همیشه یک فرایند اجتماعی است. دیوید وایتمن (۲۰۰۴) در تحلیل خود از «الگوی ائتلاف» در فیلمسازی مستند، با تأکید بر اهمیت ایجاد پیوند بین تهیه‌کنندگان، گروه‌های فعال عمل‌گرا، نهادهای تصمیم‌گیری و شهروندان به عنوان بخشی از هر دو فرآیند تولید و نشر، این موضوع را بخوبی نشان می‌دهد.

در نهایت گزارشگری مسائل محیط زیست بعنوان نمونه‌ای از عملکرد روزنامه‌نگاری مدافع در زمینه گزارش‌نویسی تخصصی بررسی می‌گردد. گزارشگری محیط زیست یک مطالعه موردی خاص نیز هست که در آن، گزارشگری «عینی و بیطرف» شواهد علمی، مانع از یک رویکرد «متوازن» می‌شود که در برگرنده افراد به اصطلاح «شکاک» باشد. از آنجا که این موضوع از مسائل مهم روز نیز هست، پس تمرکز بر آن در پایان دوره برای جمع‌بندی مباحث مناسب است.

در پایان این پودمان نهایی دانشجویان باید قادر به شناسایی گستره‌ای از فرصت‌ها و زمینه‌ها برای روزنامه‌نگاری مدافع و روش‌ها، وسایل و ابزار مختلف قابل استفاده برای تدوین استراتژی‌های چند جزئی برای ابداع پروژه‌های روزنامه‌نگاری مدافع باشند.

پودمان ۴: خواندنی‌ها و فعالیت‌های کارگاه

هفته ۱۰: مستندسازی و عکاسی در قالب روزنامه‌نگاری مدافع

چارلز، م.، ۲۰۱۳. خبر، مستندسازی و روزنامه‌نگاری مدافع. در: فاولر وات، ک. و آلن، س.، ویراستاران. روزنامه‌نگاری: چالش‌های جدید. پول، انگلستان: مرکز تحقیقات روزنامه‌نگاری و ارتباطات، دانشگاه بورنموث، ۳۹۲-۳۸۴.

گریسون، لوئیس، ۲۰۱۴، نقش سازمان‌های غیر دولتی در حرفه عکاسی تحریریه در فضای جهانی شده رسانه، حرفه روزنامه‌نگاری، ۵: ۸، ۶۴۵-۶۳۲.

وایتمن، دیوید، ۲۰۰۴، خارج از سالن‌های تئاتر و داخل خیابان‌ها: الگوی ائتلاف تأثیر سیاسی فیلم و ویدئوی مستند، ارتباطات سیاسی، ۲۱: ۱، ۵۱-۶۹.

هدلی، دیوید، ۲۰۱۳، لحظه‌های اجتماعی در خبرنگاری ویدئویی انفرادی، روزنامه‌نگاری دیجیتال، جلد ۱، شماره ۱، سال ۲۰۱۳، ۶۴-۸۱.

فعالیت کارگاه: روی پروژه نهایی (تکلیف ۳) کار کنید: ارائه کلاسی و عملی کردن ایده‌های پروژه.

هفته ۱۱: رادیوی جوامع محلی و رسانه‌های اجتماعی

مانی یوزو، لینجه، ۲۰۰۹، تجهیز رادیوهای روستایی و جوامع محلی در آفریقا، اکوید نووی: مطالعات

روزنامه‌نگاری آفریقایی، ۳۰: ۱، ۲۳-۱

مدوز، مایکل، ۲۰۱۳، بازگرداندن شهروندان به نقش روزنامه‌نگاری، روزنامه‌نگاری، ۱۴: ۱، ۴۳-۶۰

فلو، تری و ویلسون، جیسون، ۲۰۱۰، «روزنامه‌نگاری در قالب شبکه‌های اجتماعی: پروژه "تو تصمیم

می‌گیری" و انتخابات فدرال سال ۲۰۰۷ استرالیا»، روزنامه‌نگاری، ۱۱: ۲، ۱۳۱-۱۴۷.

رنه بارنز، ۲۰۱۴، «بوم شناختی مشارکت»، روزنامه‌نگاری دیجیتال، ۲: ۴، ۵۴۲-۵۵۷.

فعالیت کارگاه: کار بر روی پروژه نهایی

هفته ۱۲: گزارشگری محیط زیست

هورت، آنیثا، ۲۰۱۲، سیاست مشارکتی، روزنامه‌نگاری محیط زیست و کارزارهای روزنامه‌ای، مطالعات روزنامه‌نگاری،

۲: ۲۱۰-۲۲۵.

کراول، روی، ۲۰۱۲، تعیین دستور کار اخبار محیط زیست در نروژ، مطالعات روزنامه‌نگاری، ۱۳: ۲، ۲۵۹-۲۷۶.

جونز، نیکولا، ۲۰۱۲، افزون به جذابیت مسائل زیست محیطی: بررسی اخلاق زیست محیطی رسانه‌ها، مدافع‌گری و

روزنامه‌نگاری در شرایط کشور آفریقای جنوبی، اکوید نووی: مطالعات روزنامه‌نگاری آفریقایی، ۳۳: ۱، ۲۶-۴۳

فعالیت کارگاه: کار بر روی پروژه نهایی

هفته ۱۳: روزنامه‌نگاری مدافع کارآفرین

هانتر، آندریا، ۲۰۱۴، تأمین اعتبار انبوه روزنامه‌نگاری مستقل و آزاد: چانه‌زنی بر سر هنجارهای استقلال و بی طرفی

روزنامه‌نگاری، رسانه‌های جدید و جامعه، قبل از چاپ بصورت الکترونیک و برخط منتشر شده است.

کارواخال، میگوئل گارسیا آویلس، خوزه آ. و گونزالس، خوزه ل.، ۲۰۱۲، تأمین اعتبار انبوه و رسانه‌های غیر انتفاعی،

حرفه روزنامه‌نگاری، ۶: ۶۰۵-۶۳۸، ۶۴۷.

جونارکار، سندپ، ۲۰۰۵، بازتعریف روزنامه‌نگاری مستقل با کارآفرینی روزنامه‌نگاری تحت وب، نقد و بررسی
<http://www.ojr.org/051215junnarkar/#sthash.wcsE19yh.dpuf> روزنامه‌نگاری برخط

مصاحبه بی بی سی در مورد روزنامه‌نگاری مردمی.
<http://aids.livesinfocus.org/2005/05/30/bbc-interview-about-grassroots-journalism/>

دو صدای متعهد به ندای روزنامه‌نگاری. <http://www.ojr.org/two-voices-committed-to-journalismscaling/>
فعالیت کارگاه: کار بر روی پروژه نهایی

وظایف تکلیف درسی

تکلیف ۱: مقاله علمی

موضوعات: مناسب‌ترین دیدگاه نسبت به روزنامه‌نگاری مدافع این است که آن را نه به عنوان روزنامه‌نگاری «جایگزین» بلکه به مثابه مجموعه‌ای ابتکاری از شیوه‌های حاوی ارزش‌های روزنامه‌نگاری سنتی و استانداردهای در حال تحول معاصر محسوب کنیم. با اشاره به منابع و مأخذ علمی و نمونه‌هایی از حرفه روزنامه‌نگاری این موضوع را مورد بحث قرار دهید.

مقاله دانشگاهی ۲۰۰۰ کلمه‌ای با استفاده از مقالات علمی مرور شده توسط همکاران و نمونه‌هایی از روزنامه‌نگاری مدافع معاصر با استفاده از سیستم ارجاع به متن هاروارد.

۳۰٪ از ۱۰۰ نمره نهایی

معیارهای ارزیابی

مقاله باید نشان‌دهنده توان دانشجو در موارد زیر باشد:

- ◀ ارزیابی جایگاه روزنامه‌نگاری مدافع در مبحث انواع روزنامه‌نگاری و تاریخ روزنامه‌نگاری
- ◀ طرح استدلال‌های روشن با استفاده از عرف‌های دانشگاهی مناسب
- ◀ انجام پژوهش‌های روزنامه‌نگاری با استفاده از مطالب علمی و منابع ژورنالیستی معاصر

تاریخ موعد تحویل: پایان هفته ششم

تکلیف ۲: نمونه کارهای تمرینات کلاسی

در هر کارگاه در طول هفته‌های ۲-۸، تمرین‌های کوتاه روزنامه‌نگاری تنظیم و در کلاس آغاز خواهد شد. دانشجویان ۳ تمرین را انتخاب و آنها را برای ارزیابی به عنوان بخشی از نمونه کار تمرینات کلاسی تکمیل می‌کنند.

این بخش شامل تمرین‌های کوتاه پژوهش، تفکر و نگارش ۳۰۰-۵۰۰ کلمه‌ای هستند. انجام رضایت‌بخش این تمرین‌ها در اشکال مختلف امکان‌پذیر است. دانشجویان باید از منابع تحقیقاتی متعدد استفاده و بطور مناسب امتیازدهی نمایند، اما نیازی به انجام مصاحبه‌های اولیه برای انجام این تمرین نیست. در تمرین‌های نگارشی رعایت اصول نگارش حرفه‌ای ضروری است و می‌توان از سرفصل، نقطه‌گذاری و مقدمه‌نویسی مناسب نیز استفاده کرد. در انجام برخی تمرین‌ها ممکن است استفاده از قالب‌های روزنامه‌نگاری سنتی لازم باشد. دانشجویان در انتخاب تمرینات برای گنجاندن در مجموعه خود باید مطمئن باشند که کارهای متنوع دیگر را تکمیل کرده‌اند، طوری که در مجموع دربرگیرنده همه معیارهای ارزیابی زیر باشد.

۳۰٪ از ۱۰۰ نمره نهایی

معیارهای ارزیابی

نمونه کارهای تمرینات باید نمایان‌گر توان دانشجو در زمینه‌های زیر باشد:

- ◀ پژوهش در مسائل از دیدگاه‌های متنوع
- ◀ توسعه رویکردهای راهبردی برای پروژه‌های روزنامه‌نگاری
- ◀ توسعه استراتژی‌های مؤثر جذب مخاطب

تاریخ موعد تحویل: پایان هفته نهم

تکلیف ۳: پروژه روزنامه‌نگاری مدافع

پس از تحقیق کافی، مقاله‌ای را در بررسی یک مسئله اجتماعی معاصر با استفاده از اصول روزنامه‌نگاری مدافع تهیه و ارائه کنید و تفسیری نیز راجع به چگونگی کاربرد مؤثر اجزای روزنامه‌نگاری مدافع در پروژه را به آن بیفزایید که مخاطب مورد نظر را هدف قرار دهد و رسانه متناسب با آن را مشخص کند. این پروژه ممکن است از یک نگاه‌شده واحد روزنامه‌نگاری یا مجموعه‌ای از مقالات مرتبط تشکیل شده باشد. در ضمن می‌توان ترکیبی از رسانه‌های مختلف را در آن بکار برد و نیز موضوع آن متمرکز بر یک خبر یا داستان مشخص باشد.

در صورتی که پروژه مبتنی بر متن باشد باید در کل از ۱۵۰۰ کلمه تجاوز نکند. آثار چند رسانه‌ای باید حدود ۵ دقیقه باشد. البته دانشجویان می‌توانند ترکیبی از متن و رسانه‌های صوتی تصویری را انتخاب کنند. در مورد اندازه و ترکیب مناسب با مربی خود مشورت کنید.

پروژه روزنامه‌نگاری باید به یک موضوع اجتماعی مناسب با اهمیت امروزی بپردازد و یک تفسیر اندیشمندانه ۵۰۰ کلمه‌ای راجع به چگونگی کاربرد مؤثر اجزای روزنامه‌نگاری مدافع و رعایت فرآیندهای تصمیم‌گیری در پس زمینه تهیه گزارش را به همراه داشته باشد.

این پروژه باید از منابع متعدد مصاحبه‌های دست اول (حداقل ۳ مصاحبه) با جوامع محلی آسیب دیده استفاده کند.

۴۰٪ از ۱۰۰ نمره نهایی

معیارهای ارزیابی

پروژه روزنامه‌نگاری باید توان دانشجو را در زمینه‌های زیر به نمایش بگذارد:

- ◀ تهیه گزارش با رعایت استانداردهای حرفه‌ای مناسب
- ◀ ارزیابی خودانتقادی از کاربرد اصول روزنامه‌نگاری مدافع
- ◀ تهیه یک قطعه روزنامه‌نگاری قدرتمند و جذاب برای مخاطبان
- ◀ تحقیق و تولید روزنامه‌نگاری با استفاده از ترکیبی مؤثر از منابع مصاحبه‌های اصلی و دیگر منابع ثانویه مناسب

تاریخ موعد تحویل: پایان هفته ۱۳

تجهیزات و منابع

دانشجویان برای دسترسی به مطالب برخط و انجام تحقیق نیاز به اینترنت با کیفیت قابل اتکا دارند. دانشجویانی که برای انجام تکلیف شماره سه، قالب چند رسانه‌ای را انتخاب کرده‌اند به تجهیزات سمعی و بصری و نرم افزاری مناسب نیاز دارند.

منابع و خواندنی‌های اضافی

- آلن، استوارت، پراسون سان واکر و سینتیا کارتر، ۲۰۰۷، «شاهد بودن: روزنامه‌نگاری شهروندی و مسائل حقوق بشر»، جهانی شدن، جوامع و آموزش و پرورش، ۵: ۳، ۸۹-۳۷۳.
- آردیزونی، م. ۲۰۱۳. شیوه‌های تاکتیکی رسانه‌های در ایتالیا: مورد شبکه تلویزیونی اینسو، روزنامه‌نگاری، ۱۴: ۷، ۸۴-۸۶۸.
- آتون، سی. ۲۰۰۲. فرهنگ اخبار و جنبش‌های اجتماعی جدید: روزنامه‌نگاری بنیادی و رسانه‌های جریان اصلی، مطالعات روزنامه‌نگاری، ۳ (۴)، صص ۵۰۵-۴۹۱.
- آتون، سی. ۲۰۰۹. چرا روزنامه‌نگاری جایگزین مهم است، روزنامه‌نگاری، ۱۰ (۳)، صص ۵-۲۸۳.
- بارتن کالور، ک. ۲۰۱۴. مدافع‌گری و زیرساخت‌ها، حرفه روزنامه‌نگاری، ۸ (۲)، صص ۴۸-۱۳۷.
- بوردن، ل. ۲۰۱۴. روزنامه‌نگاری اجتماع و منافع مشترک: درس‌هایی از کارگران کاتولیک، روزنامه‌نگاری، ۱۵ (۳)، صص ۸۸-۲۷۳.
- بوش، ت. ۲۰۱۴. رسانه‌های اجتماعی و روزنامه‌نگاری رادیوی اجتماعی در آفریقای جنوبی، روزنامه‌نگاری دیجیتال، ۲ (۱)، صص ۴۳-۲۹.
- بوئل، م. پ. و شیمرباخ، م. ۲۰۰۹. استفاده از رسانه‌ها در اعتراضات: نقش استفاده از رسانه‌های اصلی و جایگزین در پیش‌بینی مشارکت سنتی و اعتراضی، فصل‌نامه ارتباطات، ۵۷ (۱)، صص ۱۷-۱.
- کمپبل، و. ۲۰۱۴. نظریه‌پردازی شهروندی در روزنامه‌نگاری شهروندی، روزنامه‌نگاری دیجیتال، صص ۱-۱۶.
- کلارک، ل. س. ۲۰۱۳. پرورش فعال رسانه‌ای: چگونه سواد رسانه‌ای و یادگیری خدمات مهم منجر به اصلاح آموزش روزنامه‌نگاری می‌شود، روزنامه‌نگاری، ۱۴ (۷)، صص ۹۰۳-۸۸۵.
- داوینینگ، ج. د. رسانه‌های جنبش اجتماعی در فرآیند تغییر اجتماعی سازنده، در کارین گوین ویلکینز، توماس تافت، و رافائل اوبرگان (ویراستاران)، کتاب ارتباطات برای توسعه و تغییر اجتماعی، جان ویلی، نیویورک، صص ۳۲۹-۵۰.
- اکدال، ب. ۲۰۱۴. «ای کاش آنها می‌دانستند که ما این کار را برای آنها انجام می‌دهیم»، حرفه روزنامه‌نگاری، ۸ (۲)، صص ۹۶-۱۸۱.
- فیگوئرا، م. ای. کینکید، د. ل.، رانی، م. و لوئیس، ج. ۲۰۰۲. ارتباطات برای تغییر اجتماعی: الگوی یکپارچه برای سنجش فرایند و نتایج آن، سری مقالات ارتباطات برای تغییر اجتماعی، بنیاد راکفلر.
- هانچ، ت. ۲۰۰۷. شالوده‌شکنی فرهنگ روزنامه‌نگاری: به سوی یک نظریه جهانی، تئوری ارتباطات، ۱۷ (۴)، صص ۸۵-۳۶۷.
- هانچ، ت. هانوش، ف. و لوئر، سی. ۲۰۱۴. تعیین دستور کار، تأثیر گذاری بر افکار عمومی، و دفاع از تغییر اجتماعی، مطالعات روزنامه‌نگاری، صص ۱-۲۰.

- هانوش، ف. ۲۰۱۴. یک نژاد کاملاً متفاوت؟ مطالعات روزنامه نگاری، صص ۱-۱۸.
- هجر، ج. و هاویک، ای. ۲۰۱۴. «ما با قلب خود می نویسیم.» حرفه روزنامه نگاری، ۸ (۲)، صص ۱۴۹-۶۳.
- هایس، آ.س.، سینگر، ج. ب. و سپوس، ج. ۲۰۰۷، جا به جایی نقش‌ها، ارزش‌های پایدار: روزنامه نگار معتبر در عصر دیجیتال، مجله اخلاق رسانه‌های جمعی، ۲۲ (۴)، صص ۲۶۲-۷۹.
- هاینز، ج. ۲۰۰۷. مستند به مثابه فعالیت برای عدالت اجتماعی: راهبردهای متنی و سیاسی. رابرت گرینوالد و فیلم‌های بریو نیو، پارالل ۴۹، ۲۱، صص ۱-۱۶.
- هس، ک. و والر، ل. ۲۰۱۴. روزنامه نگاری جغرافیایی-اجتماعی، حرفه روزنامه نگاری، ۸ (۲)، صص ۱۲۱-۳۶.
- هالیمان، ر. ۲۰۱۱. مدافع‌گری تا انتها: بررسی تأثیرات اقلیم‌بانی برای روزنامه نگاری علوم و بحث‌های عمومی در عصر دیجیتال، روزنامه نگاری، ۱۲ (۷)، صص ۸۳۲-۴۶.
- کمف، دابلو. ۲۰۰۷. روزنامه نگاری صلح: بندبازی بین روزنامه نگاری مدافع و پوشش خبری سازنده مناقشات، تعارض و ارتباطات برخط، ۶ (۲)، صص ۱-۹.
- لوئیس، اس. سی. کافل، ک. و لاسورا، د. ۲۰۱۰. اندیشیدن درباره روزنامه نگاری شهروندی، حرفه روزنامه نگاری، ۴ (۲)، صص ۷۹-۱۶۳.
- لیم، م. ۲۰۱۳. به دام انداختن (محمد) بوعزیزی: 'دروغ‌های مصلحتی'، شبکه‌های ترکیبی، و اقدام جمعی و هم‌بند در خیزش مردم تونس در سال ۲۰۱۰-۲۰۱۱، روزنامه نگاری، ۱۴ (۷)، صص ۹۲۱-۴۱.
- لووری، دابلو، بروانا، آ. و مک کی، ج. ب. ۲۰۰۸. به سوی اقدام روزنامه نگاری گروه‌های اجتماعی، ارتباطات جمعی و جامعه، ۱۱ (۳)، صص ۲۷۵-۹۹.
- لینچ، ج. و مک گولدریک، آ. ۲۰۱۳. واکنش‌ها به روزنامه نگاری صلح، روزنامه نگاری، ۱۴ (۸)، صص ۱۰۴۱-۱۰۵۸.
- مک نر، ب. ۲۰۱۰. روزنامه نگاری و دموکراسی، در وال-یورگسن، ک. و هانیچ، ت. (ویراستاران). کتابچه مطالعات روزنامه نگاری، روتلج، نیویورک.
- مورتون، ل. ۲۰۱۴. ارزیابی اثرات مکان معرفتی در روزنامه نگاری ادبی مدافع، روزنامه نگاری، انتشار برخط پیش از چاپ.
- ناپولی، پ. ۲۰۰۷. «فعال‌گری رسانه‌ای در جهت منافع عمومی و مدافع‌گری به عنوان یک جنبش اجتماعی: چکیده مقالات.» سری مقالات عملی مرکز مک گانون. کاغذ ۲۱.
- http://fordham.bepress.com/mcgannon_working_papers/21
- اوبرگان، ر. ۲۰۱۴. مسائل نوظهور در ارتباطات استراتژیک برای توسعه و تغییر اجتماعی، در کاربن گوین و بلیکینز، توماس تافت، و رافائل اوبرگان (ویراستاران)، کتابچه توسعه ارتباطات و تغییرات اجتماعی، جان ویلی، نیویورک، صص ۳۲۱-۲۷.
- راسل، آ. ۲۰۱۳. نوآوری در فضاهای ترکیبی: اجلاس آب و هوای سازمان ملل متحد در سال ۲۰۱۱ و گسترش چشم انداز روزنامه نگاری، روزنامه نگاری، ۱۴ (۷)، صص ۹۰۴-۲۰.

- راسل، آ. ۲۰۱۳. مقدمه‌ای بر موضوع خاص: تمرین فعال‌گری رسانه‌ای، شکل‌گرفتن شبکه روزنامه‌نگاری، روزنامه‌نگاری، ۱۴ (۷)، صص ۸۴۹-۵۱.
- سن، س. ۲۰۱۴. روزنامه‌نگاری در قالب مقاومت: مفهومی کردن فرهنگ رسانه در نوار غزه، سیاست و خط مشی آسیایی، ۶ (۳).
- سرواژ، ج. ۲۰۰۷. ارتباطات برای توسعه و تغییر اجتماعی، انتشارات سیج هند.
- سرواژ، ج. ۲۰۰۹. خط‌مشی‌های ارتباطی، حکومت‌داری خوب و روزنامه‌نگاری توسعه، ۳۵ (۱)، صص ۸۰-۵۰.
- سرواژ، ج. مالیخائو، پ. ۲۰۱۲. ارتباطات دادخواهی برای ایجاد صلح، توسعه در عمل، ۲۲ (۲)، صص ۴۳-۲۲۹.
- شی، ی. ۲۰۰۵. هویت‌سازی چینی‌های خارج از کشور، کاربرد رسانه‌های قومی، شکل‌دهی به اجتماعات، و امکان فعال‌گری اجتماعی، پیوسته، ۱۹ (۱)، صص ۷۲-۵۵.
- سینگ، س. ۲۰۱۱. روزنامه‌نگاری صلح. عینیت رسانه‌ها و ارزش‌های خبری غربی در کشورهای جزیره‌ای آسیب‌پذیر اقیانوس آرام: بازتابی از روزنامه‌نگاران جزایر اقیانوس آرام، مجله مطالعات اقیانوس آرام، ۳۱ (۲)، صص ۷۵-۲۵۹.
- اسکردال، ت. ۲۰۱۱. تجدید حیات روزنامه‌نگاری توسعه: مورد ایتوپپی، اکوید نووی: مطالعات روزنامه‌نگاری آفریقایی، ۳۲ (۲)، صص ۷۴-۵۸.
- استاتهام، پ. ۲۰۰۷. روزنامه‌نگاران به عنوان مفسران در سیاست اروپا: مربی، طرفدار متعصب یا سازنده ایدئولوژی؟ مجله اروپایی ارتباطات، ۲۲ (۴)، صص ۷۷-۴۶۱.
- اشتاينر، ل. و آکروش، س. م. ۲۰۰۶. مراقبت به مثابه فضیلتی برای روزنامه‌نگاران، مجله رسانه‌های جمعی اخلاق، ۲۱ (۳-۲)، صص ۲۲-۱۰۲.
- توماس، پ. ۲۰۰۶. کارزار حقوق ارتباطات در جامعه اطلاعاتی: استفاده از نظریه‌های جنبش اجتماعی در تحلیل اصلاحات رسانه‌های جهانی، روزنامه ارتباطات بین‌الملل، ۶۸ (۴)، صص ۳۱۲-۲۹۱.
- توماس، پ. ن. ۲۰۱۴. ارتباطات برای توسعه و تغییرات اجتماعی در زمینه تاریخی، کتابچه ارتباطات برای توسعه و تغییر اجتماعی، صص ۱۹-۵.
- تافت، ت. ۲۰۱۴. مسائل نوظهور در فعال‌گری و ارتباطات تغییراجتماعی، در کتابچه ارتباطات برای توسعه و تغییر اجتماعی، جان ویلی.
- آشر، ن. ۲۰۰۹. بازسازی پس از فاجعه، حرفه روزنامه‌نگاری، ۳ (۲)، صص ۳۲-۲۱۶.
- وایسبور، س. ۲۰۰۵. پنج نظریه اساسی: انطباق‌ها و چالش‌ها در ارتباطات برای توسعه، رسانه و تغییرات جهانی. باز اندیشی ارتباطات برای توسعه، صص ۹۰-۷۷.
- وایسبور، س. ۲۰۰۹. پل زدن به شکاف بین مطبوعات و جامعه مدنی: رسانه مدافع حقوق مدنی در قالب جنبش رسانه‌ها در امریکای لاتین، نشریه نوردیکام: پژوهش در رسانه‌ها و ارتباطات در شمال اروپا، ۳۰ (۳۰)، صص ۱۶-۱۰۵.

- وایسبور، س. ۲۰۱۱. آیا سازمان‌های غیر دولتی می‌توانند اخبار را تغییر دهند؟ مجله بین‌المللی ارتباطات، ۵، ص ۲۴.
- وایسبور، س. ۲۰۱۴. خط مشی راهبردی ارتباطات مشارکتی، کتابچه توسعه ارتباطات و تغییرات اجتماعی، ص. ۱۴۷.
- وایسبور، س. و پروزوتی، ای. ۲۰۰۹. گزارش‌های زیست محیطی که حمایت نبود: روزنامه‌نگاری و جنبش آسامبلايسمو در آرژانتین. رسانه، فرهنگ و جامعه، ۳۱ (۵)، صص ۶۹۱-۷۰۹.
- وال، م. و الزاهد، س. ۲۰۱۴. روزنامه‌نگاری شهروندی در سوریه، روزنامه‌نگاری دیجیتال، صص ۱-۱۷.
- ویلیکینز، کی جی. ۲۰۱۲. ارتباطات مدافع، در کارین گوین ویلیکینز، توماس تافت، و رافائل اوبرگان (ویراستاران)، کتابچه ارتباطات برای توسعه و تغییر اجتماعی، جان ویلی، نیویورک، صص ۵۷-۷۱.
- ویلیکینز، ک. ج. ۲۰۱۴. مسائل نوظهور در ارتباطات مسائل توسعه و تغییرات اجتماعی، کارین گوین ویلیکینز، توماس تافت، و رافائل اوبرگان (ویراستاران)، کتابچه ارتباطات برای توسعه و تغییر اجتماعی، جان ویلی، نیویورک، ص. ۱۳۸.
- شین، ش. ۲۰۱۰. تأثیر «روزنامه‌نگاری شهروندی» بر رسانه‌ها و جامعه چین، حرفه روزنامه‌نگاری، ۴ (۳)، صص. ۳۳۳-۴۴.



گزارشگری مشترک بین‌المللی

مارکوس اودانل، جولی پوزتی و لورا کم‌دن (Marcus O'Donnell, Julie Posetti and Laura Camden)

این برنامه درسی دانشجویان را با طرح‌های گزارشگری مشترک بین‌المللی آشنا نموده و برای تدریس بصورت ترکیبی در مدارس روزنامه‌نگاری در مکان‌های مختلف بین‌المللی طراحی شده است.

سطح دوره

دانشجویان سال آخر رشته روزنامه‌نگاری با تجربه در گزارش چند رسانه‌ای.

شرح دوره

این برنامه درسی دانشجویان را با طرح‌های گزارشگری مشترک بین‌المللی آشنا نموده و برای تدریس بصورت ترکیبی در دانشکده‌های روزنامه‌نگاری در مکان‌های مختلف بین‌المللی طراحی شده است. دانشجویان در گروه‌های بین‌المللی در پروژه‌های گزارش چند رسانه‌ای مشترک همکاری خواهند کرد که طی آن زندگی، مسائل و فرهنگ‌های مربوط به شهرهای خود را بررسی و مقایسه می‌کنند. طی این دوره دانشجویان مهارت‌های لازم در استفاده از انواع بسترهای نرم افزاری برخط مناسب پروژه‌های مشترک بین‌المللی نشر چند رسانه‌ای را کسب خواهند نمود.

اهداف یادگیری دوره

در تکمیل موفقیت آمیز این دوره، دانشجویان توانایی‌های زیر را کسب خواهند نمود:

- ◀ همکاری مؤثر و کارآمد با همکاران بین‌المللی در طراحی، ویرایش و تولید محصولات روزنامه‌نگاری برای انتشار برخط (آنلاین)
- ◀ شناسایی، تحلیل و ارزیابی طیف وسیعی از گزینه‌ها برای موضوعات گزارش‌های خبری از رویدادها و مسائل اجتماعی روز از دو منظر محلی و بین‌المللی
- ◀ همکاری با همکاران بین‌المللی در توسعه و تعمیق رویکردهای خبرنگاری گوناگون از لحاظ فرهنگی
- ◀ شناسایی و استفاده از ترکیبی مناسب از اشکال مختلف چند رسانه‌ای برای تولید کاری منسجم و جذاب که داستانی را از زوایای مختلف روایت کند
- ◀ توسعه و به کار بردن فرآیندهای مؤثر مشورتی و فکری برخط برای مدیریت پروژه‌های گزارشگری مشترک بین‌المللی

رویکرد آموزشی و روش ارائه درس

تهیه این برنامه درسی نتیجه همکاری گسترده بین دانشگاه‌های ولونگونگ استرالیا، دانشگاه اومه آ سوئد و دانشگاه آریزونای شمالی ایالات متحده آمریکا است. این برنامه ابتدا از یک همکاری موفق بین دانشجویان روزنامه‌نگاری دو دانشگاه ولونگونگ و اومه آ که از الگوی همکاری فیس‌بوک استفاده نمودند آغاز شد و سپس بر اساس آن تجربه توسعه بیشتری یافت.

این دوره برای یک کلاس مبتنی بر پروژه برای دانشجویان سال‌های آخر رشته‌های روزنامه‌نگاری طراحی شده

و در یک محیط یادگیری ترکیبی اجرا می شود. طراحی دوره با هدف تسهیل گزارشگری مشترک آنلاین توسط دانشجویان در دو یا چند مکان بین المللی انجام شده است. هرچند این دانشگاه‌ها می‌توانند در مورد راه‌اندازی سایت‌های آنلاین خود مربوط به موضوع پروژه با استفاده از سیستم‌های مدیریت یادگیری تصمیم بگیرند، کار اصلی مشترک از طریق ایجاد گروه‌های فیس بوک و دیگر فناوری‌های مشارکتی مانند گوگل داکس یا اسکایپ انجام می‌شود. رئوس مطالب هفته که در زیر آمده است از الگویی پیروی می‌کند که به تناوب در کارگاه‌های دانشگاهی هر یک از مکان‌ها، چندین هفته به همکاری آنلاین خود هدایت شونده بین گروه‌های بین‌المللی اختصاص داده شده است. وظایف مشترک آنلاین در بخش وظایف ارزیابی با جزئیات بیشتری توضیح داده شده است.

جلسات مقدماتی یک چارچوب نظری برای اجرای پروژه‌ها و دامنه قوانین حاکم بر همکاری را تبیین می‌کنند. از شرکت کنندگان که همگی دانشجویان سال آخر هستند انتظار می‌رود در توسعه پروژه‌های خود و در شیوه مدیریت این همکاری مشترک بخش عمده‌ای از مسئولیت‌ها را خود به عهده بگیرند. این رویکرد و ملزومات آن باید به روشنی در کلاس‌های مقدماتی تفهیم شود و در طول هفته‌های اول بر حسن اجرای آن نظارت کافی انجام بگیرد.

در هفته اول، دانشجویان در هر مکان در یک گروه انتخاب شده و به عضویت در یک گروه فیس بوک دعوت می‌شوند. اولین وظیفه آنها شروع به گفتگو درباره رویکرد، موضوع و دستورالعمل‌های مشترک خود است. سپس اقدامات لازم برای حضور خود در وب را آغاز می‌کنند و طرح پیشنهادی خود را با تولید نمایه خصوصیات هر یک از اعضای گروه تکمیل می‌کند.

این دوره ضمن آشنا کردن دانشجویان با طیف وسیعی از دیدگاه‌های بین‌المللی از طریق مذاکرات انجام شده در شرایط مختلف بین‌المللی، فرصت منحصر به فردی برای توسعه تکنیک‌های مدیریت پروژه‌های مشترک برای آن‌ها فراهم می‌کند. این دوره برای تأکید بر سه جنبه اساسی روزنامه‌نگاری معاصر طراحی شده است و بحث‌های کلاسی در هر مکان و مطالب خواندنی مربوطه، این دوره را با تمرکز بر این سه موضوع کلیدی معرفی می‌کنند:

- ◀ جهانی شدن روزنامه‌نگاری
- ◀ رویکردهای مشترک در خبرنگاری
- ◀ خبرنگاری رسانه‌های اجتماعی

تأمل در مورد فعالیت در یک محیط بین‌المللی باید تفکر دانشجویان را به سوی گزارشگری بین‌المللی در یک زمینه محلی نیز ترغیب نماید به طوری که از خود بپرسند چگونه می‌توان تهیه گزارش‌های محلی را با چشم‌انداز بین‌المللی بهتر و با معرفی دیدگاه‌های جهانی انجام داد. فعالیت‌های آموزشی در هفته‌های ۵ و ۱۳ دانشجویان بخواهید به تأمل در این مسائل وامی‌دارد.

تکالیف اساسی این دوره به طور مفصل در برنامه هفتگی زیر شرح داده شده‌اند.

هفته / تاریخ	موضوع ها و فعالیت‌ها	کار مورد انتظار
هفته ۱ کارگاه دانشگاهی	<p>جلسه مقدماتی ۱: خبرنگاری مشترک بین‌المللی هاینریش، آ. ۲۰۰۸، «روزنامه‌نگاری شبکه‌ای: حرکت به سوی فرهنگ روزنامه‌نگاری جهانی»، کنفرانس رایپ، ماینز، اکتبر. صص ۹-۱۱. در دسترس: http://ripeat.org/2010/network-journalism-moving-towards-a-global-journalism-culture/</p> <p>مارکیونی، م.د. ۲۰۱۳، روزنامه‌نگاری به مثابه مکالمه: توضیح یک مفهوم، تئوری ارتباطات، ۲۳ (۲)، صص ۱۳۱-۴۷.</p> <p>بیکن، و. ۲۰۱۱، روزنامه‌نگاری تحقیقی در آکادمی امکانات داستان‌گویی در طول زمان و فضا، نقد روزنامه‌نگاری پاسیفیک، ۱۷ (۱)، صص ۴۵.</p>	<p>تقسیم شرکت کنندگان در گروه‌های بین‌المللی و آغاز بحث مشترک در مورد روش‌ها.</p>
هفته ۲ کارگاه دانشگاهی	<p>جلسه مقدماتی ۲: استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای گزارشگری مشترک</p> <p>هرمیدا، آ. ۲۰۱۲، توییتهای (*منظور پیام‌های منتشر شده در شبکه اجتماعی توییتر است) و حقیقت: روزنامه‌نگاری به عنوان نظامی برای واری مشترک، حرفه روزنامه‌نگاری، ۶ (۵-۶)، صص ۶۸-۶۵۹.</p> <p>هرمیدا، آ.، لوئیس، اس. سی. و زامیت، ر. ۲۰۱۴، کاوش منابع بهار عربی: مطالعه موردی منابع اندی و کاروین در توییتر در طول انقلاب‌های تونس و مصر، مجله ارتباطات با واسطه کامپیوتر، ۱۹ (۳)، صص ۴۷۹-۹۹.</p> <p>برورسما، م. و گراهام، ت. ۲۰۱۳، توییتر به عنوان یک منبع خبر، حرفه روزنامه‌نگاری، ۷ (۴)، صص ۴۴۶-۶۴.</p> <p>پوزتی، ج. ۲۰۱۳. «توییتری‌زاسیون؛ روزنامه‌نگاری تحقیقی» در تانر، س. ج. و ریچاردسون، ن. (ویراستاران)، تحقیق و بررسی روزنامه‌نگاری در جهان دیجیتال، انتشارات دانشگاه آکسفورد، صص ۸۸-۱۰۰.</p>	<p>بحث در کلاس در مورد تدوین دستورالعمل همکاری</p>

<p>ایجاد گروه وب با پروفایل مرحله اول</p>	<p>ایجاد گروه‌های بین‌المللی در فیس بوک و شروع بحث در مورد گزینه‌های تهیه گزارش. کار در گروه‌های آنلاین تعیین شده انجام می‌شود. هر گروه نیز تدوین مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های همکاری را آغاز می‌کند که روش‌های اولیه و نظم ارتباطات و تقسیم مسئولیت‌های وظایف گروه را تشریح می‌کند و در طرح پیشنهادی ارائه شده هر گروه نهایی خواهد شد. هیچ کلاس درسی در دانشگاه برگزار نمی‌شود.</p>	<p>هفته ۳ تعامل گروهی اینترنتی</p>
<p>طرح پیشنهادی نگاشته شده و ارسال نهایی شود</p>	<p>کارگاه در دانشگاه: ارائه طرح‌های پیشنهادی گروه‌ها بحث و فعالیت ۱ انتشار گزارش - به دستورالعمل زیر رجوع شود</p>	<p>هفته ۵ کارگاه دانشگاهی</p>
	<p>همکاری آنلاین از طریق گروه فیس بوک و دیگر فناوری‌های آنلاین برای تسهیل گزارشگری مشترک هیچ کلاس درسی در دانشگاه برگزار نمی‌شود.</p> <p>استراحت میان پروژه (ادامه کار مشترک آنلاین)</p>	<p>هفته ۶ تعامل گروهی اینترنتی</p>
	<p>ادامه تهیه گزارش مشترک و توسعه مرحله ۲ تولید آنلاین هیچ کلاس درسی در دانشگاه برگزار نمی‌شود.</p>	<p>هفته ۷ تعامل گروهی اینترنتی</p>
<p>مرحله ۲ وب سایت به صورت زنده منتشر می‌شود</p>	<p>کارگاه در دانشگاه کارگاه تولید در دانشگاه و ارائه مرحله ۲</p>	<p>هفته ۸ کارگاه دانشگاهی</p>
	<p>ادامه تهیه گزارش مشترک و توسعه مرحله ۳ تولید آنلاین هیچ کلاس درسی در دانشگاه برگزار نمی‌شود.</p>	<p>هفته ۹ تعامل گروهی اینترنتی</p>
	<p>کارگاه در دانشگاه</p>	<p>هفته ۱۰ کارگاه دانشگاهی</p>
<p>مرحله ۳ وب سایت به صورت زنده منتشر می‌شود</p>	<p>ادامه تهیه گزارش مشترک و توسعه مرحله ۳ تولید آنلاین هیچ کلاس درسی در دانشگاه برگزار نمی‌شود.</p>	<p>هفته ۱۱ تعامل گروهی اینترنتی</p>

هفته ۱۲
کارگاه دانشگاهی

کارگاه در دانشگاه: بازتاب
بحث و فعالیت ۲ انتشار گزارش-به دستورالعمل زیر رجوع شود

تمرین اندیشیدن
مشترک

بحث و فعالیت انتشار خبر (هفته ۵ و ۱۳)

هر چند تمرکز این درس بر ساخت پروژه‌های مشترک با همکاران بین‌المللی است اما یکی از نتایج مورد نظر این تعامل این است که دانشجویان را قادر به تصور و استدلال بهتر درباره لحاظ کردن دیدگاه‌های بین‌المللی در گزارشگری در تمام سطوح می‌نماید.

همزمان با شروع جلسات ارائه پیشنهادها در هفته ۵، دانشجویان ترغیب می‌شوند تا با بحث در مورد سوالات زیر، به نقش گزارشگری بین‌المللی بیندیشند:

- ◀ از کار مشترک با همکاران بین‌المللی چه نکاتی درباره موضوعات محلی آموخته‌اند؟
- ◀ به نظر آنها مخاطبان محلی از قرار گرفتن در معرض این دیدگاه‌ها چه نفعی می‌برند؟
- ◀ آیا از موضوعات جاری مطرح در اخبار متناوب محلی موضوعی یافت می‌شود که از منظر بین‌المللی منتفع شود؟
- ◀ چگونه می‌توان سردبیران محلی را به لحاظ کردن ملاحظات بین‌المللی در گزارش‌ها متقاعد نمود؟

در مباحث هفته پایانی درباره نتایج پروژه و تجربه کار مشترک، بار دیگر از دانشجویان خواسته می‌شود که در این پرسش‌ها تأمل کنند تا تشویق شوند این چشم‌اندازهای بین‌المللی را در کار گزارشگری روزمره خود در نظر بگیرند.

ارزیابی ۱: طرح پیشنهادی گروه و نمایه مشخصات آنلاین

دانشجویان یک گروه فیس بوک ایجاد می‌کنند و با همکاری یکدیگر در دانشگاه‌های خود یک موضوع و یک برنامه زمانی برای تولید چندرسانه‌ای تحت وب درباره بررسی زندگی، مسائل و فرهنگ‌های شهر مربوط به خود تعیین می‌کنند. هر گروه تصمیم می‌گیرد برای کاوش خود به یک جنبه از تفاوت‌ها و شباهت‌ها در فرهنگ‌های خود به طور خاص تمرکز کند. توصیه می‌شود دانشجویان از تعداد زیادی از نرم افزارهای تعاملی مانند اسکایپ، گوگل داکس، و سیستم‌های پیام‌رسانی اینترنتی برای تسهیل توسعه دادن گروه و ایجاد ارتباطات شخصی استفاده کنند.

هنگامی که گروه در مورد موضوع تمرکز خود تصمیم گرفت، دانشجویان یک تارنما (وب سایت) ایجاد می‌کنند و هر دانشجو با یک همکار بین‌المللی در گروه خود مصاحبه کرده و سپس یک نمایه مشخصات خبرنگار ۵۰۰ کلمه‌ای تهیه و منتشر می‌کند. دانشجویان در هر یک از مکان‌ها اقدام به تهیه عکس پروفایل همراه از یکدیگر می‌کنند. نمایه‌های مشخصات خبرنگاران باید به گونه‌ای تهیه شود که نمایانگر یک شخصیت و موضوع برای گروه باشد. ساختار و طراحی سایت نیز باید یک حضور مؤثر در وب را برای پروژه گروهی آغاز نماید. هر گروه احتمالاً حضور آنلاین پروژه خود را از طریق وردپرس Wordpress.com ایجاد خواهد کرد، اما گروه‌ها می‌توانند قالب‌های دیگر را برای این منظور انتخاب کنند.

هر گروه یک طرح پیشنهادی ۱۵۰۰ کلمه‌ای برای پروژه تهیه خواهد کرد که موارد زیر را شامل می‌شود:

- ◀ توصیف موضوع تمرکز انتخابی خود
- ◀ توضیح ارتباط و اهمیت آن
- ◀ مجموعه‌ای از ایده‌ها برای گزارش خبری
- ◀ برنامه‌ی دقیق تولید و فرایند مشارکتی برای یک نشر اینترنتی دو مرحله‌ای، شامل یک مجموعه دستورالعمل مشترک صریح و روشن
- ◀ راهبرد مرتبط رسانه‌های اجتماعی برای ترویج سایت و تعامل با مخاطبان

علاوه بر این، هر دانشجو باید یک برنامه زمانی برای تولیدات شخصی خود و طرح سه داستان چندرسانه‌ای و یک راهبرد مرتبط رسانه‌های اجتماعی نیز تهیه کند (۹۰۰ کلمه).

هر دانشجو در بخشی از استراتژی رسانه‌های اجتماعی فردی خود یک خوراک توییت برای بحث در مورد مسائل روزنامه‌نگاری و با هدف جمع‌سپاری و نشر محتوای آن ایجاد می‌کند که شامل موارد زیر خواهد بود:

- الف) دنباله‌روی کردن افراد مرتبط در توییت
 - ب) مشارکت در گفتگوها یا آغاز کردن آن
 - ج) جمع‌سپاری ایده‌های گزارش
 - د) ارسال حداقل ۴۰ توییت و ارائه ۲۰ عدد از آنها برای ارزیابی
- ۳۰٪ از مجموع ۱۰۰ نمره

نمره نهایی دانشجویان شامل ۷۰٪ برای حضور آنلاین گروه، ارائه و طرح پیشنهادی (پروپوزال)؛ و ۳۰٪ برای طرح گزارش فردی و راهبرد رسانه‌های اجتماعی/خوراک برای توییت است.

معیارهای ارزیابی:

دانشجویان توان خود در ارائه کار گروهی در موارد زیر را نمایش خواهند داد:

- ◀ توسعه یک پروژه چند رسانه‌ای آنلاین با موضوع متمرکز و جذاب
- ◀ توسعه برنامه مدیریت پروژه و فرآیندهای مؤثر
- ◀ ایجاد حضوری جذاب در وب برای یک پروژه آنلاین
- ◀ ترسیم مجموعه‌ای از گزارش‌های منتخب با محتوای چندرسانه‌ای مناسب و مؤثر در کاوش در موضوع انتخاب شده

تاریخ موعد تحویل: هفته ۵ ارائه گروه‌ها در کلاس و تسلیم نسخه نهایی طرح‌های پیشنهادی گروهی و فردی تا پایان هفته

ارزیابی ۲: تولید گروهی تارغای چند رسانه‌ای

توضیحات: هر گروه یک تارغای چند رسانه‌ای که نشان دهنده زندگی، مسائل و فرهنگ شهر مربوطه با شناسایی دقیق و تدوین یک موضوع متمرکز طراحی می‌کند.

این تارغای سه مرحله در اینترنت راه‌اندازی خواهد شد:

مرحله ۱ ایجاد هویت سایت و یک سری شناسه‌های گروهی

مرحله ۲ ارائه دسته اول گزارشها

مرحله ۳ ارائه دسته دوم گزارشها

در پایان ترم هر تارنما شامل ۱۵-۱۸ عنصر عمده چند رسانه‌ای از جمله ترکیب خلاق از ویژگی‌های مبتنی بر متن، خوراک خبری، خوراک رسانه‌های اجتماعی، ویدئو، صدا، گالری عکس، و نمایش اسلایدهای صوتی است. این مجموعه باید شامل گزارش‌های متنوع باشد: دسته‌ای با ویژگی‌های منطقه محور که توسط اعضای گروه در منطقه‌ای محلی تولید شده‌اند؛ و دسته‌ای دیگر هم چند مکانی و تولید مشترک نتیجه همکاری بین‌المللی باشد.

تارنمای گروه باید حضوری به وضوح تعریف شده در رسانه‌های اجتماعی با استفاده از توییتر و دیگر رسانه‌های اجتماعی داشته باشد. خوراک‌ها و پیوندها باید بخشی قابل مشاهده در تارنما و عاملی قابل ارزیابی در پروژه باشند. خطوط فرعی دانشجویان باید به خوراک‌های فردی توییتر که در سراسر طول ترم برای منبع‌کاوی و ترویج کار باید فعال باشند، پیوند داده شود.

تارنما به صورت کار مشارکتی تولید شده و یک هویت منسجم آنلاین از گروه ارائه خواهد داد.

۵۰٪ از مجموع ۱۰۰ نمره

نمره نهایی دانشجویان بر اساس ۷۰٪ برای تأثیرگذاری نهایی تارنما؛ و ۳۰٪ برای کارهای فردی پیوند داده شده و خوراک‌های رسانه‌های اجتماعی مربوطه محاسبه می‌شود.

معیارهای ارزیابی:

دانشجویان توان خود در ارائه کار گروهی در موارد زیر را نمایش خواهند داد:

- ◀ شناسایی تحقیقات انجام شده و تولید مجموعه‌ای از گزارش‌های منتخب با محتوای مناسب چند رسانه‌ای که به کاوش در موضوع منتخب کمک خواهد کرد
- ◀ ویرایش کارهای خود و دیگران در فرمت‌های مختلف و آماده کردن آن برای انتشار.
- ◀ رعایت مؤثر مهلت‌ها
- ◀ کاوش مشترک تجارب متفاوت فرهنگ‌ها و مکان‌ها

تاریخ موعد تحویل: مهلت مرحله اول به عنوان بخشی از اتمام تکلیف ۱ است. مرحله دوم در کلاس در هفته ۸ ارائه خواهد شد و در پایان همان هفته در اینترنت فعال می‌شود. مرحله سوم در پایان هفته ۱۱ در اینترنت فعال می‌شود.

ارزیابی ۳: بازتاب همکاری

دانشجویان با دو تن از همکاران بین‌المللی خود در مورد تجربیات ایشان در توسعه این پروژه گزارشگری مشترک مصاحبه کرده و آن نظرات را همراه با تفکرات خود در یک مقاله بازتاب عقاید با ۱۲۰۰ کلمه تهیه می‌کنند.

۲۰٪ از مجموع ۱۰۰ نمره نهایی

معیارهای ارزیابی:

دانشجویان توانایی‌های زیر را ارائه می‌دهند:

- ◀ تجزیه و تحلیل انتقادی کار خود
- ◀ توانایی ایجاد تعامل و انگیزه سخن گفتن در همکاران در یک فرایند فکری
- ◀ رویکرد ژرف بین به تنوع فرهنگی

تاریخ موعد تحویل: هفته ۱۲

تعداد ساعت های درس در هفته

۸ ساعت در هفته و کل دوره دوازده هفته: مدت هر کارگاه در دانشگاه ۳ ساعت است و دانشجویان باید هر دو هفته یکبار مدت ۱-۲ ساعت را در محیط تعاملی مشترک صرف کنند. برای تکمیل آماده سازی و کمک فردی به کار پروژه به صرف ۳ ساعت دیگر در هفته نیاز است.

تجهیزات

دانشجویان نیاز به دسترسی به اینترنت پهن باند متصل قابل اعتماد و آشنایی با رسانه‌های اجتماعی و ابزارهای مشارکتی مانند نمونه‌های زیر دارند:

- ◀ فیس بوک
- ◀ نرم افزارهای کاربردی گوگل
- ◀ رایانامه (ایمیل)
- ◀ اسکایپ
- ◀ نرم افزار وبلاگ نویسی وردپرس
- ◀ تویتر

برای تهیه محصولات چندرسانه‌ای نیاز به تلفن‌های هوشمند مجهز به دوربین، ویدیو و ضبط صدا و یا دستگاه‌های جداگانه برای کار با تصاویر و صدا خواهید داشت. برای تکمیل پروژه باید به نرم افزارهای ویرایشگر مناسب دسترسی داشته باشید.

منابع: روش‌های گزارشگری چند رسانه‌ای و رسانه‌های اجتماعی

جعبه ابزار رسانه جدید. مجموعه منظم ابزارها، مطالب آموزشی و منابع آنلاین، تهیه شده توسط روزنامه‌نگاری رنسانس، یک پروژه دانشکده روزنامه‌نگاری دانشگاه ایالتی سان فرانسیسکو

<http://newmediatoolkit.org/>

جعبه ابزار روزنامه‌نگاران: یک سایت آموزشی برای روزنامه‌نگاران چند رسانه‌ای و آنلاین، از مایندی مک آدامز.

<http://www.jtoolkit.com/wp/>

منابع رسانه‌های اجتماعی برای روزنامه‌نگاران، مجموعه راهنمای شیوه‌ها، توسط مندی جنکینز، سردبیر اتاق خبر باز، برای شرکت استوری فول.

<http://zombiejournalism.com/resources/>

قوانین فعالیت در توییتر برای روزنامه‌نگاران، توسط جولی پوزتی، پی بی اس میدیا‌شیفت.

<http://www.pbs.org/mediashift/2009/06/rules-of-engagement-for-journalists-on-twitter170/>

برای مطالعه بیشتر

بوا-ونتورا، آ. و رودریگز، ای. ۲۰۱۰. ساختن خبر با داستان‌های دیجیتال: داستان‌سرایی دیجیتال شکلی از روزنامه‌نگاری شهروندی - تحلیل مطالعات موردی در ایالات متحده، انگلستان و پرتغال، ره‌ویستا پریزما (۷).

برونرسم، م. و گراهام، ت. ۲۰۱۳. توییتر به عنوان یک منبع خبری، حرفه روزنامه‌نگاری، ۷ (۴)، صص ۴۴۶-۶۴.

هجر، ج. و هاویک، ای. ۲۰۱۴. «ما با قلب خود می‌نویسیم»، حرفه روزنامه‌نگاری، ۸ (۲)، صص ۱۴۹-۶۳.

هرمیدا، آ. ۲۰۱۲. «روزنامه‌نگاری اجتماعی: بررسی چگونگی شکل‌گیری روزنامه‌نگاری توسط رسانه‌های اجتماعی» در یوجینیسیا سپارا و آندریاس وگلیس (ویراستاران)، کتابچه آنلاین روزنامه‌نگاری جهانی، جان ویلی و پسران، ۲۰۰۹-۳۲۸.

هس، ک. و والر، ل. ۲۰۱۴. روزنامه‌نگاری جغرافیای-اجتماعی، حرف روزنامه‌نگاری، ۸ (۲)، صص ۱۲۱-۳۶.

هلکمب، ج.، گوتفرد، ج.، و میچل، آ. ۲۰۱۴. «کاربرد جدید کلیه بسترهای رسانه‌های اجتماعی» پروژه تحقیقات روزنامه‌نگاری پیو،

<http://www.journalism.org/2013/11/14/news-use-across-social-mediaplatforms/>

لوئیس، ست سی، اوری ای هولتون، و مارک کادینگتون، ۲۰۱۴. «روزنامه‌نگاری متقابل». تمرین روزنامه‌نگاری، ۸: ۲، ۲۴۱-۲۲۹.

رائو، س. ۲۰۱۱. اخلاق رسانه جهانی، کتابچه ارتباطات جهانی و اخلاق رسانه، جلد اول، جلد دوم، صص ۷۰-۱۵۴.

رادنی گومد، ی. ۲۰۱۳. محلی در جهانی: چالش های آموزش روزنامه نگاری جهانی، اکوید نووی: مطالعات روزنامه نگاری آفریقایی، ۳۴ (۲)، صص ۴۱-۱۲۸.

٤. ضمائم

پیوست ۱: اسناد بنیادی مفید درباره روند دستور کار «توسعه پسا ۲۰۱۵»

- ◀ پیش نویس اولیه سند نتایج اجلاس سازمان ملل متحد در مورد اتخاذ برنامه توسعه پسا ۲۰۱۵:
<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/7261Post-2015%20Summit%20-%202%20June%202015.pdf>
- ◀ قطعنامه شماره RES / A / ۶۶ / ۲۸۸ مصوب مجمع عمومی سازمان ملل متحد در تاریخ ۲۷ ژوئیه ۲۰۱۲ [بدون اشاره به کمیته اصلی (A / ۶۶ / ۵۶.L)]: آینده‌ای که ما می‌خواهیم:
http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/66/288&Lang=E.
- ◀ اداره امور اقتصادی و اجتماعی سازمان ملل متحد: بستر دانش توسعه پایدار. پیشنهاد گروه کاری آزاد برای اهداف توسعه پایدار:
<https://sustainabledevelopment.un.org/focussdgs.html>.
- ◀ بررسی اجمالی مسائل توسط تیم پشتیبانی فنی سازمان ملل متحد، خلاصه‌ای از مسائل، تدوین شده توسط تیم بین‌آژانسی پشتیبانی فنی سازمان ملل متحد برای ارائه به کارگروه آزاد مجمع عمومی سازمان ملل متحد درباره اهداف توسعه پایدار:
https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/1554TST_compndium_issues_briefs_rev1610.pdf.
- ◀ راه دستیابی به عزت و کرامت تا سال ۲۰۳۰: پایان دادن به فقر، متحول کردن زندگی‌ها و حفظ کره زمین: گزارش نتیجه‌گیری دبیر کل سازمان ملل متحد راجع به دستور کار توسعه پایدار پسا ۲۰۱۵
http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/69/700&referer=/english/&Lang=E.
- ◀ گزارش فنی دفتر کمیسیون آمار سازمان ملل متحد درباره روند تدوین چارچوب شاخص‌ها برای دستیابی به اهداف کلان و خرد دستور کار توسعه پسا ۲۰۱۵ (پیش نویس کاری):
[https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/6754Technical%20report%20of%20the%20UNSC%20Bureau%20\(final\).pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/6754Technical%20report%20of%20the%20UNSC%20Bureau%20(final).pdf).
- ◀ شاخص‌ها و چارچوب پایش اهداف توسعه پایدار، آغاز تحول در داده‌های اهداف توسعه پایدار: گزارش‌های شورای رهبری از راه حل‌های توسعه پایدار شبکه:
<http://unsdsn.org/wp-content/uploads/2015/03/150320-SDSN-Indicator-Report.pdf>
- ◀ یک مشارکت جهانی جدید: ریشه کنی فقر و تحول اقتصادی از طریق توسعه پایدار: گزارش هیئت عالی افراد برجسته در مورد دستور کار توسعه پسا ۲۰۱۵:
http://www.un.org/sg/management/pdf/HLP_P2015_Report.pdf

پیوست ۲: فهرست منتخبی از سازمان‌های مدافع مسائل مرتبط به رسانه‌ها در تدوین اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد

- ◀ انجمن جهانی توسعه رسانه‌ها، شامل پیوندهایی به اعضای انجمن که فعالیت‌های خاص کارزار تبلیغاتی در زمینه دستور کار توسعه پسا ۲۰۱۵ داشته‌اند:
<http://gfmf.info/>
- ◀ سازمان غیرانتفاعی بین‌المللی ائتلاف جهانی برای تحکیم مشارکت شهروندان و جامعه مدنی در سراسر جهان (CIVICUS) <http://civicus.org/index.php/en/>
- ◀ شبکه راه حل‌های توسعه پایدار: <https://www.sdsnedu.org/hom>
- ◀ تنظیم خانواده پیشرو، بنیاد بیل و ملیندا گیتس برای جمعیت و بهداشت باروری، دانشگاه بهداشت عمومی جانز هاپکینز بلومبرگ (Johns Hopkins Bloomberg) <https://drive.google.com/file/d/0BzocWXSMyEwHMVFvMU9HNFdHak0/view>
- ◀ سازمان غیردولتی بین‌المللی «نجات کودکان» https://drive.google.com/file/d/0B1GAs2aA_AjDLXg1WjhHYjFnZ28/view
- ◀ فدراسیون بین‌المللی انجمن‌ها و مؤسسات کتابداری <http://www.ifla.org/files/assets/hq/topics/libraries-development/documents/libraries-post-2015-development-agenda.pdf>
- ◀ مرکز حقوق اقتصادی و اجتماعی / کریستین اید http://cesr.org/downloads/CA_CESR_indicators_UNstats.pdf
- ◀ طرح بین‌المللی <https://drive.google.com/file/d/0BzjjbGqEnI5yLWxjcWVOd19WdFk/view>
- ◀ کارزار جهانی فرهنگی http://www.culture2015goal.net/images/yootheme/culture2015/def/Indicators_ENG.pd
- ◀ سازمان بین‌المللی «جهان امن» (Saferworld) <http://www.saferworld.org.uk/resources/view-resource/891-measuring-peace-from-2015-an-indicator-framework-at-work>

۵. همکاران

فهرست نویسندگان برنامه درسی

- ◀ **رادیکا میتال** یک جامعه‌شناس رسانه و تحلیل‌گر گفتمان عمومی در مؤسسه انرژی و منابع دانشگاه تری (TERI)، واقع در دهلی نو با اطلاعات تماس به شرح زیر است:
TERI (The Energy and Resources Institute) University, 10 Institutional Area, Vasant Kunj, New Delhi, Delhi 110070, India. (dr.radhikamittal@gmail.com)
- ◀ **سوغات سنارات** مدرس ارشد در رسانه‌های همگانی در گروه رسانه‌های جمعی دانشکده سری پالی دانشگاه کلمبو در سریلانکا است. وی همچنین به عنوان مدرس رشته ارتباطات جمعی در گروه ارتباطات جمعی دانشگاه کلانیا در سریلانکا کار کرده است. آقای سنارات دارای مدرک دکترا از دانشکده روزنامه‌نگاری و ارتباطات دانشگاه وهان در جمهوری خلق چین است.
(sugathsenarath@hotmail.com).
- ◀ **فیلیپ ویالون** استاد دانشگاه، رئیس کرسی روزنامه‌نگاری و رسانه یونسکو، و رئیس دانشکده علوم اطلاعات و ارتباطات دانشگاه استراسبورگ به نشانی زیر است:
Département Information- communication, Université de Strasbourg, IUT Robert Schuman, EA 2310 LISEC. (viallon@unistra.fr)
- ◀ **جولی پوزتی** یک مدرس و محقق روزنامه‌نگاری در دانشکده هنر، انگلیسی و رسانه در دانشگاه ولونگونگ، استرالیا است. خانم پوزتی همچنین به عنوان پژوهشگر پسا دکترا در انجمن جهانی ویراستاران / جامعه جهانی روزنامه‌ها و ناشران روزنامه مشغول است. (julie.posetti@wan-iffra.org).
- ◀ **استلا مارگاریتا تورس آلمانزا** یک استاد محقق تمام وقت در دانشگاه ایرو آمریکا در کشور مکزیک است. وی همچنین یکی از بنیانگذاران یک شبکه از روزنامه‌نگاران مستقر در مکزیکو سیتی بنام «روزنامه‌نگاران پیاده» است که در آموزش روزنامه‌نگاران با یک چشم انداز حقوق بشر می‌کوشد. تمرکز کاری ایشان در حوزه‌های اخلاق و روزنامه‌نگاری، روزنامه‌نگاری دیجیتال، روزنامه‌نگاری تحقیقی و حق دسترسی به اطلاعات است. رویکرد خانم تورس ایجاد ارتباط بین روزنامه‌نگاری، دانشگاه‌ها و جامعه مدنی، و ترکیبی از دسترسی به اطلاعات عمومی، فناوری و روزنامه‌نگاری با کیفیت است.
(estela.torres@ibero.mx)

- ◀ **گرو مارتینز مانوئل آلخاندرو** رئیس دانشکده ارتباطات دانشگاه ایرو آمریکا در شهر مکزیکوسیتی است. او همچنین عضو نظام ملی پژوهشگران و کمیته اجرایی کرسی‌های یونسکو در علوم ارتباطات است. علاوه بر این، او هماهنگ کننده علمی خدمات حرفه‌ای انتخاباتی در مؤسسه ملی انتخابات در مکزیک است. وی دارای مدرک دکترا در علوم سیاسی و اجتماعی از مؤسسه دانشگاه اروپایی در فلورانس، ایتالیا، و مدرک کارشناسی ارشد در مطالعات آمریکای لاتین از دانشگاه کمبریج است. تحقیقات ایشان متمرکز بر نقش رسانه‌ها در دموکراسی‌های جدید، به خصوص در شفافیت و پاسخگویی سیاسی دولت‌ها، و در مورد اثر گذاری رسانه‌ها بر نگرش سیاسی است. (alejandro.guerrero@ibero.mx).
- ◀ **لیدا تسین** استادیار دانشگاه و دارای مدرک کارشناسی ارشد در رشته ارتباطات و روزنامه‌نگاری جدید از دانشگاه آزاد قبرس در یونان است. (ltsene@gmail.com).
- ◀ **مارکوس اودانل** محقق ارشد در زمینه تحول در برنامه درسی، یادگیری، آموزش و واحد درسی است. وی همچنین مدرس ارشد روزنامه‌نگاری در دانشکده حقوق، علوم انسانی و هنر در دانشگاه ولونگونگ در استرالیا است. (marcus@uow.edu.au).
- ◀ **لورا کمدن** استادیار رشته عکاسی خبری در دانشکده ارتباطات، دانشگاه آریزونا شمالی در ایالات متحده است. (laura.camden@nau.edu).

فهرست همکاران بازخوان

- ◀ **تکه یاکوب انگومبا**، استادیار، دانشگاه آرهوس، گروه زیبایی شناسی و ارتباطات، دانمارک. (imvjnt@dac.au.dk)
- ◀ **امیلی مه براون**، رئیس گروه ارتباطات، دانشگاه پلی تکنیک نامیبیا، ویندهوک، نامیبیا. (ebrown@polytechnic.edu.na).
- ◀ **روزنتال کالمون آلوز**، رئیس کرسی شوالیه روزنامه‌نگاری و ارتباطات یونسکو؛ مدیر مرکز شوالیه برای روزنامه‌نگاری در آمریکای شمالی و جنوبی، دانشگاه تگزاس در آستین، کالج ارتباطات مودی (دانشکده روزنامه‌نگاری) (rosental.alves@austin.utexas.edu).
- ◀ **جف کلی لونشتاین**، محقق و مدرس برنامه بورس تحصیلی فولبرایت، کالج کلمبیا در شیکاگو. (jkellylowenstein@gmail.com).
- ◀ **ابراهیما سار**، مدیر مرکز مطالعات علم و فناوری اطلاعات، دانشگاه شیخ آتنا دیوپ، سنگال. (ibrahima.sarr@ucad.edu.sn).

◀ شلتون گوناراتنه، استاد ممتاز دانشکده روزنامه‌نگاری و ارتباطات، دانشگاه ایالتی مینه‌سوتا.
(gunarat@cableone.net)

◀ ژان سرواس، استاد، گروه رسانه و ارتباطات دانشگاه شهر هنگ کنگ است.
(jservaes@cityu.edu.hk)

فهرست کارکنان یونسکو

◀ فکسون باندا، متخصص بخش آزادی بیان و توسعه رسانه‌ها (f.banda@unesco.org)

این کتاب نمایانگر تلاش مداوم یونسکو در تبیین این مسئله است که چگونه آموزش روزنامه‌نگاری می‌تواند با فرآیندهای گسترده‌تر توسعه و دموکراسی در تعامل مستمر باشد. با به سر رسیدن اهداف توسعه هزاره (MDG) و جایگزین شدن آن با آنچه که اهداف توسعه پایدار (SDGs) نام می‌گیرد، خط مشی بلند مدت آموزشی باید توجه جهانی را به ارتباط متقابل و پیوسته بین نظام رسانه‌ای آزاد، مستقل و کثرت‌گرا با فرایند کلی توسعه پایدار جلب نماید.

با این پیشینه، کلیه موضوعات درسی در کتاب حاضر با محوریت توسعه انسانی شکل گرفته و بیانگر نقش اصولی منحصر به فرد یونسکو در ترویج شیوه‌های مناسب و تدوین دستورکار در حوزه آموزش روزنامه‌نگاری در سراسر جهان است. در این راستا، این کتاب به تعمیق درک نظری ما از روزنامه‌نگاری به عنوان یک حرفه پاسخگو، پویا و در حال تحول کمک می‌کند و از این منظر یک گام مهم فراتر از الگوی برنامه‌های درسی منتشر شده در سال ۲۰۰۷ برداشته است.

در تهیه کتاب حاضر طیف گسترده‌ای از کارشناسان برجسته بین‌المللی در حوزه آموزش روزنامه‌نگاری گرد هم آمده‌اند و هدف غایی ادغام مفهوم توسعه پایدار در آموزش روزنامه‌نگاری را دنبال می‌نمایند.

برنامه ارتباطات و اطلاعات، یونسکو، پاریس، فرانسه

place de Fontenoy, 7

F-75352 Paris 07 SP, France

برای کسب اطلاعات بیشتر، با آقای فکسون باند (f.banda@unesco.org) تماس بگیرید

