

# مفهومه؟



سید غلامرضا فلسفی  
ارتباطات پژوه

پنجمین پرسش کلیدی سواد خبری می‌گوید: «آیا خبرنگار خبر را شفاف ارائه کرده است؟»

خبر و مطلبی که در رسانه منتشر می‌شود باید ساده، روشن و بدون ابهام تنظیم شود؛ حتی خبری که اصطلاحات تخصصی دارد.

آیا برایتان پیش آمده است با خبری مواجه شوید و متوجه اصل خبر نشده باشید؟ علت آن تنظیم غیر شفاف خبر توسط خبرنگار بود یا تسلط نداشتن شما به موضوع؟ در این اوضاع آیا خبر را نادیده می‌گیرید یا برای فهم آن به مطالعه درباره‌ی موضوع مبادرت می‌کنید؟ آیا کلمات فنی در این خبر طوری بیان شده بود که با دقت مضاعف نیز نتوانید مفهوم آن را متوجه شوید (به‌خصوص در اخباری با اصطلاحات علمی، آموزشی، حقوقی، فنی و مانند آن)؟

● در مورد متن‌های تخصصی (اخبار علمی، حقوقی، پزشکی، فنی و...) انتظار دارید خبرنگار آن را چگونه تنظیم کند؟

● گاهی پیش می‌آید خبرنگار، در هنگام تنظیم خبر، موضوع را خوب متوجه نشده باشد و مطلب را با همان وضعیت تنظیم و منتشر کند. به نظر شما این کار چه مشکلاتی به وجود می‌آورد؟ شما جای چنین خبرنگاری باشید چه می‌کنید؟ پیشنهاد شما چیست؟

← مطالعه‌ی بیشتر در مورد موضوع؛  
← پرسش دوباره از منابع خبر؛  
← تلاش و سماجت برای درک بیشتر مطلب؛  
← کمک گرفتن از افراد متخصص در موضوع مورد بحث.

● آیا خبری را که خود متوجه آن نشده‌اید با دیگران به اشتراک می‌گذارید؟

● اگر خبری را که خود متوجه آن نشده‌اید، بازنشر کنید، ممکن است چه تبعاتی داشته باشد؟

گاه ممکن است ابهام در خبر به سبب ذکر نکردن عناصر خبری باشد. به‌طور مثال، اگر عناصر خبری «که» یا «چه» در متن خبر مشخص نشوند، آن را مبهم می‌کنند. شفافیت در خبر شامل همه‌ی اجزای آن می‌شود؛ از عنوان (تیتر)، طلایه‌ی خبر (لید) و متن گرفته تا بقیه. در حال حاضر که در شبکه‌های اجتماعی هر فرد خود خبرنگار و حتی به‌نوعی سردبیر است و به تهمیه‌ی عکس، فیلم و... اقدام می‌کند و آن را به اشتراک می‌گذارد، باید از ضرورت نکته‌های مطرح‌شده در این سلسله‌ی یادداشت‌ها، به‌ویژه قسمت شفافیت آن، آگاه و به رعایت آن‌ها ملزم شود.

اگر شما می‌خواهید خبری را در رسانه‌های اجتماعی منتشر کنید، باید توجه کنید:

● خبر یا مطلبتان مبهم نباشد یا در آن از تعبیرهای دویله‌وا استفاده نشود.

● اگر چیزی را درست درک نکرده‌اید، خبر آن را با دیگران به اشتراک نگذارید.

● در مطلبتان از اصطلاحات غیر رایج و ناآشنا استفاده نکنید. گاه این ابهام ممکن است با استفاده از کلماتی ایجاد شود که برای شما و دوستانتان آشنایند، ولی برای دیگران معنایی ندارند.

عنوان‌های زیر را بخوانید و به پرسش‌های بعد آن‌ها پاسخ دهید:

- ← استاتوس شاخ و دیالوگ فاز بالا
- ← جمله دیالوگ و اس مس فاز سنگین
- ← متن فاز کوبنده خفن نوشته نیشدار
- ← استوری غمگین متن دپرس غمناک

● این تیترها برای مردم چقدر فهم‌پذیرند؟  
● چند مورد آن‌ها از زبان رایج در گروه سنی خاصی حکایت دارند؟

● وجود کلمات غیر رایج و ناآشنا چقدر باعث شفاف نبودن و ابهام در عنوان خبر یا گزارش می‌شود؟

همین نکته در مورد استفاده از کلمه‌های غیرفارسی نیز صادق است. گاهی بهره‌گیری از برخی واژگان غیرفارسی سبب فهم‌ناپذیر شدن و شفاف نبودن خبر یا مطلب می‌شود، چرا که ممکن است همه‌ی افراد به آن زبان، لهجه یا اصطلاح خاص مسلط نباشند؛ مانند تاریخ انقضات تموم شده، واسه همین از Call تبدیل شدی به Missed Call.

لازم است، در هر مطلبی که با دیگران به اشتراک می‌گذاریم، به شفافیت آن توجه کنیم. این روشنی و شفافیت باید همه‌گیر و برای همه‌ی قشرها و طبقات اجتماع فهم‌پذیر باشد.

۱۲ خرداد ۱۳۹۸ - ۰۹:۱۸ ایسنا

فناوری «واقعیت ترکیبی» به آزمایشگاه‌ها راه می‌یابد.

در آینده‌ی نزدیک شاهد استفاده از فناوری واقعیت ترکیبی در آزمایشگاه‌ها خواهیم بود.

به گزارش ایسنا، آزمایشگاه‌ها در آینده بسیار متفاوت خواهند بود، زیرا قرار است در آینده‌ی نزدیک پزشکان از فناوری واقعیت ترکیبی (Mixed Reality) در آزمایشگاه‌ها استفاده کنند. واقعیت ترکیبی (MR) ادغام دنیای واقعی و مجازی برای تولید محیط‌های جدید است که اشیای فیزیکی و دیجیتال در زمان واقعی با یکدیگر تعامل دارند.

حتی تصور این موضوع نیز هیجان‌انگیز است، چرا که تاکنون یک آزمایشگاه با چنین فناوری پیشرفته‌ای را تنها در فیلم‌های علمی-تخیلی دیده‌ایم.

واقعیت ترکیبی نتیجه‌ی تلفیق دنیای فیزیکی با دنیای دیجیتال است. واقعیت ترکیبی کاربران را قادر می‌سازد تا به‌طور مستقیم با محیط خود ارتباط برقرار کنند. واقعیت ترکیبی از ترکیب واقعیت افزوده و واقعیت مجازی برای کنترل واقعیت‌های فیزیکی از طریق حرکات دست، دستورات صوتی و حرکات چشم استفاده می‌کند. دانشمندان می‌توانند بدون مراجعه‌ی مستقیم به آزمایشگاه، کارهای آزمایشگاه را انجام دهند. نرم‌افزار Holo4Labs که توسط Solution4Labs طراحی شده است، نسخه‌ی واقعیت ترکیبی برای مدیریت آزمایشگاه است. این برنامه دانشمندان را قادر می‌سازد تا مدیریت پردازش اطلاعات را که توسط دانشمندان روزانه در آزمایشگاه انجام می‌شود، با دنیای واقعی ادغام کنند. آزمایشگاه نقشی مهم در صنایع سوخت، داروسازی، صنایع غذایی، بانک اطلاعات پزشکی و صنایع متالورژی دارد. در مقایسه با فناوری‌های واقعیت افزوده‌ی سنتی، واقعیت ترکیبی به کاربران در آزمایشگاه اجازه می‌دهد تا نمونه‌ها را به راحتی موردبررسی و اندازه‌گیری قرار دهند.

Holo4Labs دارای چند مزیت است. اول و مهم‌تر از همه، فناوری واقعیت ترکیبی باعث صرفه‌جویی در وقت و پول می‌شود و دیگر اینکه افراد با استفاده از این برنامه می‌توانند به سرعت نمونه‌ها را تجزیه و تحلیل کنند. همان‌طور که در بالا ذکر شد، فناوری واقعیت ترکیبی موجب تغییرات فراگیر در آزمایشگاه‌ها می‌شود.



تصویر ۱. واقعیت ترکیبی



تصویر ۲. نمونه‌ای از چانک

مطلب مربوط به خبرگزاری ایسنا را بخوانید:

- تمام مطلب را خواندید؟
- بخش‌های گوناگون آن برای شما شفاف بود؟
- آیا اضافه‌شدن تصویری مانند تصویر شماره ۱ به آن خبر، به روشن‌تر شدن موضوع کمک می‌کند؟ چرا؟

همواره به زیرنویس تصویرها توجه کنید. زیرنویس خلاصه‌ای احتمالی تصویر را پوشش می‌دهد و آن را روشن‌تر می‌کند. به‌طور مثال، وقتی نمی‌توان از سایر حواس، به‌جز حواس دیداری، درکی داشت، زیرنویس می‌تواند یار و مددکار باشد؛ مانند تصویری که از یک نانواپی تهیه شده است و گزارشگر اصرار دارد مخاطب بوی عطر نانِ پیچیده در فضا را نیز حس کند. در اینجا با وجود اینکه حس بویایی در عکس انتقال‌پذیر نیست، زیرنویس می‌تواند به شفافیت مدنظر کمک کند.

گاهی در فضای برخط، برای کمک به شفافیت مطلب، از امکانی به نام چانک<sup>۲</sup> استفاده می‌کنند.<sup>۳</sup> چانک می‌تواند تعریفی از ایده‌های خاص، داستانی، حکایتی، ضرب‌المثلی یا حتی تعریف کلمه‌ای باشد. تاریخها، زمان‌ها، مکان‌ها

و شخصیت‌های مهم هم می‌توانند به چانک تبدیل شوند. متن چانک می‌تواند ۲۰۰ تا ۵۰۰ کلمه را شامل شود. در تصویر ۲ می‌بینید که چانک‌ها رنگ‌های متفاوت دارند و می‌توان به‌راحتی آن‌ها را انتخاب و رویشان کلیک کرد. - خبری تخصصی (علمی، آموزشی، پزشکی، فنی و ...) را انتخاب کنید و ببینید در دو رسانه‌ی متفاوت چطور به آن پرداخته شده است؛ یک رسانه که به شکلی ساده و شفاف آن را پوشش داده است و دیگری به شکلی تخصصی.

- اطلاعات در خبر کدام رسانه ساده بیان شده است؟
- خبر در کدام رسانه برای شما قابل‌فهم‌تر است؟ چرا؟
- پوشش خبر در کدام رسانه بدون پیچیدگی و ابهام است؟
- اصطلاحات ذکرشده در خبر کدام رسانه به آسان شدن فهم رویداد کمک کرده است؟
- خبر کدام رسانه اطلاعات بیشتری به مخاطب می‌دهد؟
- در کدام رسانه، خبر بهتر تنظیم شده است؟ چرا؟
- خبرنگار کدام رسانه موضوع خبر را درست

درک کرده است؟ چرا؟

- خبر کدام رسانه اطلاعات نادرست دارد؟ چرا؟
- به وبگاه‌هایی مراجعه کنید که بتوان نظر کاربران را در آن‌ها مشاهده کرد. رابطه‌ی مستقیم مطلب‌های غیرشفاف را با نظرهایی ببینید که نیازمند توضیح بیشترند. برای مثال، مدیر وبگاه فروش پوشاک، تصویری از مانتوی سوزن‌دوزی‌شده‌ی بلوچی را نشان می‌دهد و می‌نویسد: فلان مدل مانتو رسید. اما نه قیمت ارائه می‌شود، نه اندازه‌ها. ببینید برای شفاف‌شدن این خبر چقدر پیام زیر آن نوشته شده است؟ نمونه‌ای خبری و غیرخبری در بحث شفاف‌نبودن را از رسانه‌ها بیابید.
- اگر صفحه‌هایی در رسانه‌های اجتماعی دارید که امکان گرفتن بازخورد و نظر در آن‌ها هست، یک‌بار خبری را با رعایت اصل شفافیت، در یکی از صفحه‌ها منتشر کنید و در صفحه‌ای دیگر خبری را غیرشفاف و مبهم منتشر و نتیجه را مقایسه کنید. همین کار را می‌توانید در رسانه‌ی اجتماعی واحد ولی در دو زمان متفاوت نیز امتحان کنید. نتیجه را مقایسه کنید.