

ویژگی‌ها و کارکردهای نشریات عامه‌پسند ایرانی

نوشته‌ی شعبانعلی بهرامپور

این مقاله می‌کوشد با استناد به چند پژوهش، ویژگی‌ها و کارکردهای مطبوعات عامه‌پسند ایرانی را به‌طور فشرده بیان کند*. از این‌رو پرسش اساسی مقاله این است که مطبوعات عامه‌پسند ایرانی چه ویژگی‌ها و خصوصیتی دارند که آنها را از دیگر نشریات متمایز می‌کند و آیا اصولاً کارکردی بر این نشریات مترتب است که ضرورت وجودی آنها را توجیه کند؟ مقاله، مطبوعات عامه‌پسند را بخشی از جریان تحول رسانه‌ها، به‌ویژه مطبوعات می‌داند و معتقد است با تخصصی‌شدن رسانه‌ها و مطبوعات، این نشریات به نیازهای بخشی از اقلیت جامعه پاسخ می‌دهد. کارکرد آشکار مطبوعات عامه‌پسند، تفریح و سرگرمی و مهم‌ترین کارکرد پنهان آن ترویج فرهنگ مطالعه در بین افراد کم‌سواد و نوجوانان و جوانان و آماده‌سازی آنها برای مطالعه نشریات و محصولات فرهنگی جدی است.

تعریف

از مطبوعات عامه‌پسند تعریف غیرقابل مناقشه و کاملاً مورد توافقی در دست نیست، با این حال صاحب‌نظران در تعریف آن نکاتی را مطرح می‌کنند که نشان می‌دهد درباره‌ی برخی از این نکات توافق وجود دارد. «مطبوعات عامه‌پسند» ترجمه (Popular Press) و «روزنامه‌نگاری عامه‌پسند» ترجمه‌ی رایج (Popular Journalism) است. از نشریات و

روزنامه‌نگاری عامه‌پسند با تعابیری چون روزنامه‌نگاری زرد نیز یاد می‌کنند که البته دارای بار منفی است. همچنین این نوع نشریات به خاطر قطع فشرده و کوچکی که دارند به تابلویدی (Tabloid) هم معروفند. علاوه بر این اصطلاح نشریات عامه‌پسند از آنجا که در مقابل نشریات کیفی (Quality Press) به کار می‌رود، در بطن خود دارای بار منفی است و یک نوع تخفیف را در مقابل نشریات مذکور به خاطر می‌آورد. البته برخی نیز در بحث از نشریات عامه‌پسند، عامه‌پسند را برابر با واژه مبتذل دانسته‌اند که در این بررسی به هیچ وجه این بار معنایی مدنظر نیست.

اما، آنچه مسلم است این‌که نشریات عامه‌پسند در قطع فشرده و کوچک (Tabloid) در حدود نصف قطع روزنامه‌های معمولی شناخته می‌شود. هر چند ممکن است استثنایی نیز در این خصوص وجود داشته باشد، اما وجه غالب این نشریات قطع کوچک آنها است. همچنین تیترهای درشت، عکس‌های بزرگ هنرپیشه‌ها، بازیکنان تیم‌های ورزشی و خلاف‌کاران، استفاده زیاد از رنگ و پرداختن به موضوعات جنجالی هنرپیشه‌ها، بازیکنان تیم‌های مطرح ورزشی، حوادث، جنایت، موضوعات خانوادگی و عشقی از مشخصه‌های اصلی نشریات عامه‌پسند است. برخی از نشریات عامه‌پسند در همه حوزه‌ها و موضوع‌های مذکور و برخی به‌طور تخصصی فقط در یک حوزه مثل حوادث و جنایت و یا موضوعات جنجالی هنرپیشه‌ها و هنرمندان متمرکز هستند. همچنین دیگر مؤلفه این نشریات، طیف مخاطبان آنهاست که عمدتاً شامل زنان و اقشار جوان، نوجوان و کم‌سواد می‌باشد.

ویژگی‌ها

در تعریف، برخی از مشخصه‌های نشریات عامه‌پسند به‌طور عام ذکر شد اما در اینجا ویژگی‌ها و مشخصه‌های نشریات عامه‌پسند ایرانی با توجه به دو مقوله محتوا و شکل مورد توجه قرار می‌گیرد.

الف) ویژگی‌های شکلی

۱. قطع و لوگو

نشریات عامه‌پسند ایرانی عموماً با قطع فشرده و کوچک (۲۶×۳۳) منتشر می‌شوند. هیچ‌کدام یونیفورم (شکل هنری و گرافیکی) ندارند. لوگو یا آرم و نشانه بیشتر آنها به راحتی خوانده نمی‌شود و در شماره‌های مختلف جای آنها ثابت نیست. لوگوی این نشریات در

شماره‌های مختلف و به نسبت صفحه کوچک و بزرگ می‌شود و بزرگی و کوچکی اکثر آنها با قطع نشریات همخوان نیست و در شماره‌های مختلف به یک رنگ در می‌آیند. به نظر می‌رسد برخی از تیتراهای اصلی صفحه اول مهم‌تر از نام نشریه است چون‌که نام نشریه در بین تیتراها گم می‌شود.

۲. صفحه‌آرایی

نشریات عامه‌پسند در صفحات اول با تیتراهایی با فونت بسیار بزرگ و درشت، غیر معمول و یک یا دو عکس بزرگ هنرپیشه، فوتبالیست و یا یک جنایتکار صفحه‌آرایی می‌شوند. صفحات اول بیشتر این نشریات بیش از اندازه شلوغ و آشفته است. تیتراهای متعدد همراه با رنگ‌های تند و متنوع و غیرهمخوان در صفحه اول بیشتر این نشریات دیده می‌شود. در برخی از این نشریات، در صفحه اول تیتراها به قدری زیاد و یک اندازه است که چیزی به عنوان تیتر اول قابل تشخیص نیست. این نشریات در دو صفحه وسط، عکس رنگی بازیگران و فوتبالیست‌ها را چاپ می‌کنند و اکثر آنها صفحات آخر را نیز به عکس‌های سینمایی، هنری یا ورزشی اختصاص می‌دهند. صفحات داخلی آنها نیز صفحه‌آرایی نامناسبی دارد. نشریه هر جا مطلب کم داشته باشد از عکس به ویژه از عکس‌های نامربوط استفاده می‌کند. کیفیت تصاویر در این نشریات، به ویژه در صفحات داخلی نیز بسیار پایین است. به‌طور کلی نشریات عامه‌پسند در صفحات اول و آخر به دلیل استفاده از تیتراهای درشت، هیجانی، حوادث و عکس‌های ویژه جلب توجه می‌کنند و دارای جذابیت بصری نسبی برای برخی از اقشار جامعه هستند.

۳. حروف

بسیاری از نشریات عامه‌پسند از حروف مختلف و متنوع برای متن و تیتراها استفاده می‌کنند. حروف متن این نشریات در یک شماره در صفحات مختلف تغییر می‌کند و به‌نظر می‌رسد نشریه پایه‌کار مشخص و معینی در به‌کارگیری از حروف چه در بخش تیتراها و چه در بخش متن ندارد. در بعضی از صفحات این نشریات دیده شده که چون مطلب برای بستن یک صفحه کم بوده، از حروف مختلف استفاده شده است. قلم حروف تیتر و متن برخی از این نشریات اغلب نامناسب و ناهماهنگ است.

۴. چاپ

چاپ این نشریات عمدتاً با کاغذ نامرغوب و لیتوگرافی غیردقیق صورت می‌گیرد. می‌توان بی‌هیچ اغراقی گفت بیشتر نشریات عامه‌پسند از به‌کارگیری ماشین چاپ خوب (چاپ خوب) اپراتور خوب، مرکب استاندارد، کاغذ مناسب و مرغوب، اسکن و لیتوگرافی خوب بی‌بهره هستند. به‌نظر می‌رسد این دسته از نشریات به خاطر ارزان‌تر تمام شدن قیمت نشریه از چاپخانه‌هایی استفاده می‌کنند که پایین‌ترین مبلغ را می‌گیرند. چاپ آنها به‌گونه‌ای است که به‌نظر می‌رسد ناظر چاپ ندارند و در مراحل مختلف چاپ بازبینی نمی‌شوند. چاپ صفحات داخلی آنها نیز طوری است که انگار مرکب روی کاغذ خوب نمی‌نشیند.

اسکن تصاویر این نشریات دقیق نیست و به‌طور کلی عکس‌ها لیتوگرافی درستی ندارند و عمدتاً به صورت فتوکپی و ترام نامناسب چاپ می‌شوند. استفاده از نگاتیو و ترام نامناسب سبب شده تا صفحات داخلی این نشریات عمدتاً سیاه شوند و چشم‌اندازی نداشته باشند. چاپ نشریات عامه‌پسند دارای تن رنگ بالایی است. حتی روی جلد سایه رنگ به راحتی دیده می‌شود.

۵. آشفته‌گی

در شمار قابل توجهی از این نشریات، مطالب تفکیک شده نیست و ارجاع‌ها به درستی صورت نمی‌گیرد. تفکیک نشدن مطالب خبری از غیرخبری و ستون‌ها، به‌کارگیری مطالب و تصاویر نامرتبط کنار هم در این نشریات زیاد دیده می‌شود. همچنین کم‌دقتی در نمونه‌خوانی و غلط‌گیری نیز در این نشریات به‌وفور دیده می‌شود. به‌طور کلی به‌نظر می‌رسد در نشریات عامه‌پسند روش تهیه مطالب نشریات با روش ارائه آن یکی فرض شده است. یعنی آنها فکر می‌کنند اگر مطالبی به‌سادگی تهیه می‌شود، پیچیده نیست و افراد جوان و کم‌سواد می‌توانند آن را مطالعه کنند، پس می‌توان طراحی، صفحه‌آرایی و گرافیک مطالب و نشریات را به افراد معمولی یا غیرمتخصص داد و آن را جدی نگرفت.

ب. ویژگی‌های محتوایی

ویژگی‌های محتوایی نشریات عامه‌پسند ایرانی را می‌توان در چند مقوله به شرح زیر مورد بررسی قرار داد: زمینه انتشار، صفحه اول، سرمقاله، سرگرمی، موضوعات محوری، تنوع و گستردگی مطالب، تمرکز خبری، صفحه وسط و آخر، آگهی، مطالب خارجی و چهره‌سازی.

۱. زمینه انتشار

این نشریات عمدتاً از زمینه انتشار خود تخطی می‌کنند. نشریات عامه‌پسند بیشتر در سه زمینه حوادث اجتماعی، ورزشی و سینمایی منتشر می‌شوند که دو زمینه حوادث اجتماعی و ورزشی در آنها بیشتر غلبه دارد. بعضی از این نشریات که دارای زمینه‌های انتشار سیاسی و اقتصادی هستند در این دو زمینه مطالب منتشر نمی‌کنند.

۲. صفحه اول

نشریات عامه‌پسند را از لحاظ ویژگی‌های صفحه اول می‌توان به سه دسته تقسیم کرد. یک دسته آنهایی که «حوادث محور» هستند و به تیرهای حوادثی، هیجانی و جنجالی می‌پردازند، یک دسته آنهایی که «ورزشی محور» هستند و به حاشیه تیم‌ها و باشگاه‌های ورزشی و بازیکنان فوتبال می‌پردازند و یک دسته دیگر «سینمایی محور» هستند و به حاشیه زندگی هنرپیشه‌ها و سینماگران و ستاره‌ها می‌پردازند. البته برخی از این نشریات تلفیقی از اینها را دارا هستند که می‌توان آنها را در «گروه‌های ترکیبی» جای داد. همچنین از منظر دیگر نیز می‌توان نشریات عامه‌پسند را از لحاظ ویژگی‌های صفحه اول نیز تقسیم‌بندی کرد و آن این‌که یک گروه از این نشریات «تیتیر محور» هستند و در صفحه اول دارای ویتیرینی از تیتیرهای مختلف و گوناگون هستند. گروه دیگر «عکس محور» هستند و در این صفحه، عکس‌های هنرپیشه‌ها، فوتبالیست‌ها و هنرمندان را برجسته می‌سازند که گاهی این برجستگی فقط شامل صورت هنرپیشه‌ها و هنرمندان می‌شود. بسیاری از این نشریات «حاشیه محور» نیز هستند. حاشیه زندگی فوتبالیست‌ها، ستاره‌های سینما و تلویزیون و هنرمندان نیز برای آنها ارزش زیادی دارند. برخی از این نشریات که طرفدار دو تیم معروف و طرفدار تهرانی، یعنی استقلال و پرسپولیس هستند، در صفحات اول و آخر نیز با رنگ زمینه‌ای آبی و قرمز منتشر می‌شوند. نهایتاً این‌که حوادث، قتل، جنایت، موضوعات اجتماعی، حاشیه ورزش و سینما مهم‌تر از دیگر موضوعات و مسائل مورد توجه این نشریات قرار دارد. از این رو این نشریات عمدتاً دارای تیتیرهای جنجالی، هیجانی و برخوردی هستند و ارزش‌های خبری شهرت، شگفتی و برخورد بیش از ارزش‌های دیگر مورد توجه این نشریه‌هاست.

۳. سرمقاله

بیشتر نشریات عامه‌پسند، خط سردبیری ندارند. یعنی رویکردی که تمامی صفحات و

مطالب و ستون‌های این نشریات را در یک راستا پیش ببرد، در بسیاری از این نشریات وجود ندارد. این دسته از نشریات در سرمقاله‌ها و برخی از ستون‌های صفحه دوم دارای مطالب جدی هستند ولی در دیگر صفحه‌ها دارای مطالبی هستند که با سرمقاله‌ها و مطالب جدی در یک راستا قرار نمی‌گیرد. همین‌جا لازم به یادآوری است که از میان نشریات مذکور برخی از آنها اصولاً سرمقاله ندارند و برخی دیگر نیز از این حیث مشکلی نداشته و تمام صفحات آنها یکنواخت هستند. به عبارت دیگر، برخی از نشریات عامه‌پسند، هر چند دارای خط سردبیری هستند، اما همه مطالب آنها در یک رویکرد حوادث محوری یا حاشیه محوری سینما و ورزش بسته نمی‌شوند.

۴. سرگرمی

یک بخش ثابت نشریات عامه‌پسند را سرگرمی تشکیل می‌دهد. این بخش که در همه نشریات عامه‌پسند وجود دارد، علاوه بر مسابقه، جدول، طنز و موضوعات مشابه شامل فال و طالع‌بینی نیز می‌شود. فال و طالع‌بینی از جمله مقوله‌های غیرعلمی و خرافی هستند که در این نشریات جای ثابتی دارند. احتمالاً نشریات عامه‌پسند به دلیل استقبال مخاطبان، به این دو مقوله خرافی روی آورده‌اند. برخی از این نشریات حتی بیش از دو صفحه را به این مقولات اختصاص می‌دهند. درعین حال در هیچ‌یک از نشریات عامه‌پسند در طرح مسائل و موضوعات سرگرمی، نوآوری و خلاقیت دیده نمی‌شود. نشریات مذکور در صفحات سرگرمی عمدتاً شبیه هم و یکنواخت هستند.

۵. موضوعات محوری

از لحاظ محتوایی نشریات عامه‌پسند عمدتاً در هر شماره به یک یا دو موضوع بیش از سایر موضوعات می‌پردازند و به آن توجه می‌کنند. حوادث اجتماعی، قتل، جنایت، نابسامانی‌های اجتماعی، مسائل خانوادگی، حاشیه ورزش (حاشیه بازیکنان فوتبال، تیم‌های باشگاهی و ملی فوتبال، مربیان فوتبال) و حاشیه سینما، تلویزیون و هنر (حاشیه زندگی خانوادگی هنرپیشه‌ها، ستاره‌ها، خوانندگان، گروه‌های موسیقی) مهم‌ترین موضوعات و مسائل محوری مطالب نشریات عامه‌پسند در هر شماره هستند.

۶. تنوع و گستردگی مطالب

هر چند در ظاهر به نظر می‌رسد که این نشریات بسیار متنوع هستند اما واقعیت این است

که آنها از یک منظر متنوع نیستند. این نشریات عمدتاً در یک یا دو زمینه انتشار خود برجسته می‌شوند. از این رو آنها مطالب گسترده و متنوعی را به چاپ نمی‌رسانند. نشریات عامه‌پسند حتی مثلاً در زمینه‌های اجتماعی، ورزشی و فرهنگی نیز متنوع عمل نمی‌کنند و حوزه‌های مختلف آن زمینه را پوشش نمی‌دهند. آنها حداکثر به دو حوزه از یک زمینه متمرکز می‌شوند. برخی از این نشریات دارای مطالب طولانی، به ویژه مصاحبه‌های طولانی هستند. مطالب حوادث، ورزشی، اخبار مخفی افراد شاخص و هنرپیشه‌ها و جنایت‌ها محور مطالب این نشریات است که بیشتر آنها به همه این حوزه‌ها نمی‌پردازند. مطالب عاشقانه در این نشریات در مقایسه با دیگر مطالب کم‌رنگ است.

۷. تمرکز خبری

اخبار این نشریات یا به عبارت دیگر تمرکز خبری این نشریات نیز مانند مطالب غیرخبری آنها حول حوادث، حاشیه سینما، حاشیه ورزش، مسائل اجتماعی و خانوادگی خاص معطوف است. در واقع موضوعات اجتماعی، حوادث، سینمایی و ورزشی در اخبار این نشریات غلبه دارند. اخبار زندگی خصوصی هنرپیشه‌ها، خوانندگان، هنرمندان تلویزیون و همچنین ورزشکاران، به ویژه بازیکنان و مربیان فوتبال، در کنار اخبار حوادث و موضوعات جنجالی مورد توجه نشریات عامه‌پسند است.

در بخش اخبار این نشریات، گاه خبرهای خلاف واقع و نادرست، حجم قابل توجهی را به خود اختصاص می‌دهند. نشریات عامه‌پسند هیچ پروایی در انتشار اخبار نادرست ندارند.

۸. صفحات وسط

نشریات عامه‌پسند از حیث صفحات وسط دو دسته هستند. یک دسته صفحات وسط آنها ویژگی خاصی ندارد و دارای مطالب متعدد همراه با عکس‌های کوچک و متوسط است. دسته دیگر در صفحات وسط به برجسته‌سازی ورزشکاران و سینماگران می‌پردازند. عکس‌ها و پوسترهای فوتبالیست‌های دو تیم استقلال و پرسپولیس، هنرمندان گروه‌های مختلف موسیقی، خوانندگان و ستاره‌های سینما و تلویزیون در صفحات وسط این دسته به چاپ می‌رسد.

۹. صفحه آخر

نشریات عامه‌پسند در صفحات آخر نیز یا پوستر و عکس‌های فوتبالیست‌ها، ستاره‌های

سینما و خوانندگان را به چاپ می‌رسانند و آنها را برجسته می‌سازند یا موضوعات و مطالب سینمایی، ورزشی را همراه با عکس‌های کوچک و متوسط ورزشکاران، سینماگران و هنرمندان به‌طور رنگی منتشر می‌کنند. نشریات حوادث محور از این امر مستثنی هستند. این نشریات در صفحات آخر، گزارشی از حوادث و رویدادهای اجتماعی خاص را در این صفحه برجسته می‌کنند.

۱۰. آگهی

تعدادی از نشریات عامه‌پسند دارای آگهی‌های خوبی هستند و آگهی‌های آنها عمدتاً در زمینه‌های وسایل ورزشی، وسایل خانه، بهداشتی، فروشگاه‌ها و مراکز مربوط به آنها، فیلم، کاست خوانندگان و وسایل صوتی است. اما بیشتر نشریات عامه‌پسند، آگهی قابل توجهی ندارند. به نظر می‌رسد برخی از مطالب این نشریات که مربوط به ورزشکاران و هنرمندان سینماست، رپرتاژ آگهی باشد. یعنی از طرف ورزشکار یا سینماگر هزینه‌ای گرفته شده و مطالب مربوط به وی همراه با عکس در چند شماره در نشریه کار می‌شود.

۱۱. مطالب خارجی

از لحاظ مطالب خارجی، اعم از ترجمه یا مطالب مربوط به مسائل و موضوعات خارجی، در نشریات عامه‌پسند مشکلی دیده نمی‌شود. این نشریات عمدتاً به موضوعات داخلی می‌پردازند. در مواردی که این نشریات نیم‌نگاهی به مطالب و موضوعات خارجی دارند، کاملاً در راستای موضوعات داخلی حرکت می‌کنند.

۱۲. چهره‌سازی

آن دسته از نشریات عامه‌پسند که توجه اصلی‌شان زمینه‌های ورزشی و سینمایی است، عمدتاً به چهره‌سازی یک یا چند ورزشکار و هنرپیشه در هر شماره می‌پردازند. برخی از این نشریات در چند شماره از یک هنرپیشه یا فوتبالیست در صفحه اول یا آخر مطالبی همراه با عکس بزرگ و برجسته به چاپ می‌رسانند، بدون آن که مطلب خاصی یا خبر ویژه‌ای درباره آن فرد مطرح سازند. برخی از نشریات عامه‌پسند به برجسته‌سازی و چهره‌سازی ورزشکاران و هنرپیشه‌های آماتور و تازه‌کار اهتمام می‌ورزند. در عین حال روی دیگر چهره‌سازی نشریات عامه‌پسند، تخریب چهره‌های برجسته ورزشی، هنرپیشه‌ها و هنرمندان است. این نشریات با برجسته‌سازی اخبار خانوادگی و خصوصی این افراد سبب تخریب شخصیت‌ها می‌شوند.

کارکردها

جامعه‌شناسان در تعریف «کارکرد» به عنصر «نیاز» توجه دارند و کارکرد را با ارجاع به آن توضیح می‌دهند. در واقع از این منظر، پاسخی را که یک رسانه به یک نیاز جامعه می‌دهد، کارکرد آن رسانه می‌توان برشمرد. به عبارت دیگر کارکرد، همان نقشی است که یک رسانه در پاسخگویی به نیازهای جامعه ایفا می‌کند. نشریات عامه‌پسند با ویژگی‌هایی که از جنبه‌های مختلف برای آنها برشمردیم، از این لحاظ بسیار قابل توجه‌اند. بررسی‌ها نشان می‌دهد نشریات عامه‌پسند جزو گروه نشریات با شمارگان نسبتاً بالا هستند. نمونه بارز آن در کشور انگلستان نشریه عامه‌پسند سان است که شمارگانی بالاتر از دیگر نشریات معروف انگلیسی دارد. در کشور خودمان نیز هفته‌نامه حوادث قبل از تعطیلی به شمارگانی بسیار بالاتر از نشریات سیاسی وقت رسیده بود. در حال حاضر نیز نشریات عامه‌پسند در گروه نشریات با شمارگان بالا قرار دارند.

از لحاظ کارکردی، با توجه به این‌که محتوای مطالب نشریات مذکور بیشتر حول سرگرمی، فال، حوادث، مسائل هیجانی، مسائل خانوادگی افراد، حاشیه ورزش و حاشیه سینما متمرکز است، می‌توان گفت مهم‌ترین کارکرد این نشریات تفریح و سرگرمی است. تحقیقات نشان می‌دهد که مخاطبان این نشریات در ایران بیشتر افراد مجرد، محصلان و افراد با تحصیلاتی حول و حوش دیپلم و از نظر پایگاه اجتماعی عمدتاً متعلق به اقشار متوسط جامعه‌اند. خوانندگان این نشریات بیشتر در مناطق متوسط شهری زندگی می‌کنند و از لحاظ شغلی بیشتر دارای مشاغل بدی و اداری هستند. نکته قابل توجه این است که برخلاف کشورهای غربی که در آنجا زنان بیشتر از مردان نشریات عامه‌پسند می‌خوانند و از خوانندگان پروپاقرص آنها هستند، در ایران مردان بسیار بیشتر از زنان این نشریات را مطالعه می‌کنند. در ایران فقط در آن دسته از نشریاتی که موضوعات خانوادگی حجم اصلی آنها را تشکیل می‌دهد، خوانندگان زن بیشتر از خوانندگان مرد است. در عین حال زنان در مقایسه با مردان، مدت زمان بیشتری را صرف مطالعه این نشریات می‌کنند.

در عین حال بیشتر خوانندگان عامه‌پسند، این نشریات را جدی می‌دانند و با این تلقی که نشریات مذکور وقت مردم را تلف می‌کند، مخالفند. این افراد وقت قابل توجهی را برای مطالعه نشریات مذکور صرف می‌کنند و از این‌که گاهی این نشریات به موقع منتشر نمی‌شوند، ناراحت هستند.

خوانندگان نشریات مذکور به ترتیب بیشتر به مطالب ورزشی، سینمایی، خانوادگی و حوادث توجه می‌کنند و این مطالب را جذاب و جالب می‌دانند. از آنجا که مطالب مذکور

بعضاً در قالب‌های جنبجالی و هیجانی تنظیم و منتشر می‌شوند، مطالعه این نشریات توسط قشر جوان و محصل تا حدود زیادی پاسخگوی نیازهای هیجانی آنهاست و کارکرد تخلیه هیجانات را دارد. نویسندگان نشریات مذکور نیز معمولاً به گونه‌ای می‌نویسند که خواننده را به لحاظ عاطفی و هیجانی دچار شوک کنند. آنها حتی موضوعات و مطالبی را که ماهیتاً مهیج، عاطفی و احساس‌برانگیز نیستند، به گونه‌ای تنظیم می‌کنند که مهیج جلوه کنند. این نکته علاوه بر موضوعات مربوط به حوادث و عاشقانه‌ها در مطالب مربوط به موضوعات ورزشی، خانوادگی، بهداشتی و تغذیه، مطالب فکاهی، طالع‌بینی و... هم دیده می‌شود.

مهم‌ترین کارکرد و به عبارت دقیق‌تر، کارکرد پنهان نشریات عامه‌پسند آماده‌سازی محصلان، جوانان، زنان و افراد کم‌سواد برای مطالعه نشریات و دیگر محصولات فرهنگی جدی است. نشریات مذکور با شمارگان بالایی که منتشر می‌شوند (با فرض این که نشریات مذکور عمدتاً به خانه برده شده و در داخل خانه مطالعه می‌شوند و حداقل دو نفر از اعضای خانواده‌ای که به این نشریات دسترسی دارند، آنها را مطالعه می‌کنند) فرهنگ مطالعه را در جامعه (به ویژه در بین افراد خانواده) ترویج می‌کنند. کمتر جامعه‌ای را می‌توان سراغ گرفت که در آن عموم افراد جامعه - اعم از زن و مرد - در دوره نوجوانی و محصلی قبل از هر چیز به نشریات جدی روی آورده باشند و با مطالعه نشریات و دیگر محصولات جدی فرهنگی از آغاز مطالعه آشنا شده باشند. نشریات مذکور با توجه به این که قشر وسیعی از افراد جامعه را تحت پوشش دارند، زمینه را برای مطالعه بیشتر و گسترده‌تر افراد جامعه فراهم می‌سازند. آنها با انتشار مطالب و موضوعات هیجانی، عاطفی، مهیج و حتی جنبجالی مخاطبان بسیاری را جذب می‌کنند. مخاطبان این نشریات به مرور، وقتی که سن و تحصیلات آنها ارتقاء می‌یابد، نیازهای دیگری پیدا می‌کنند که نشریات مذکور پاسخگو نیستند. این نشریات زمینه را آماده می‌سازند و افراد را به مطالعه نشریات تخصصی (اعم از سیاسی، اجتماعی و اقتصادی روزانه و ماهنامه و فصلنامه‌های علمی و تخصصی) می‌کشانند. بررسی‌ها حاکی است نه تنها بسیاری از خوانندگان پروپاقرص نشریات عامه‌پسند به مرور به نشریات تخصصی و جدی کشانده شده‌اند، بلکه حتی به مطالعه نشریات سیاسی و آن دسته از نشریاتی که آگاهی‌های عمومی را نیز افزایش می‌دهند، روی آورده‌اند.

نکته دیگری که معمولاً در ارتباط با کارکردهای نشریات عامه‌پسند مطرح می‌شود، کارکرد منفی آنها یا کم‌کارکردی است که این نشریات دارا هستند. این مسأله تاکنون سبب داوری‌های متفاوت و گاه متناقض درباره نشریات مذکور شده و منازعاتی را نیز در این زمینه دامن زده

است. این منازعات گاه تا آنجا پیش رفته که ضرورت انتشار نشریات مذکور را زیر سؤال برده و عده‌ای خواهان تعطیلی کامل این نشریات شده‌اند. آنچه که در این بحث مهم است و بررسی‌های علمی نشان می‌دهد این است که نشریات مذکور از لحاظ محتوایی نه تنها مسائل جدی قابل توجهی را منتشر نمی‌کنند، بلکه سطحی نگر هستند و نوعی سطحی‌نگری را ترویج می‌کنند. البته بدیهی است که این کارکرد باید در کنار سایر کارکردهای نشریات مذکور و در ارتباط با تحقیقات همه جانبه‌ای که در این زمینه صورت می‌گیرد، مورد بررسی، ارزیابی و قضاوت قرار گیرد. در عین حال تحقیقاتی که روی مخاطبان نشریات عامه‌پسند انجام گرفته حاکی است که از نظر این مخاطبان، نشریات مذکور کارکرد منفی ندارند. بررسی‌ها نشان می‌دهد، مخاطبان و خوانندگان نشریات عامه‌پسند، کارکرد منفی این نشریات را منتفی دانسته و با این نظر که خواندن نشریات عامه‌پسند وقت مردم را تلف می‌کند، مخالفت کرده‌اند. خوانندگان نشریات عامه‌پسند، نشریات مورد نظرشان را مهم می‌دانند و اگر به هر دلیلی نتوانند به آنها دسترسی داشته باشند، ناراحت می‌شوند. همچنین تحقیقات و مطالعات مختلف حاکی است مطبوعات عامه‌پسند ایرانی مانعی بر سر راه افزایش سطح آگاهی‌های عمومی و حتی سیاسی خوانندگان آنها ایجاد نکرده است. به عبارت دیگر، بررسی‌ها نشان می‌دهد که مطالعه نشریات عامه‌پسند مانع افزایش آگاهی اجتماعی و سیاسی و حتی مانعی برای مطالعه نشریات جدی و کیفی نیست. بنابراین می‌توان نتیجه‌گیری کرد که مطبوعات عامه‌پسند با همه ویژگی‌هایشان مجموعه‌ای هستند که با وجود سطحی‌نگری و کارکرد منفی‌شان، کارکردهای مثبت قابل توجهی دارند که باید آنها را هم مورد توجه قرار داد. همچنین هنگام هر گونه قضاوت و داوری در خصوص نشریات عامه‌پسند، باید نظرات مخاطبان و خوانندگان این نشریات نیز لحاظ شود. □

* این مقاله با بهره‌گیری از نتایج تحقیقات مختلفی که در باره مطبوعات عامه‌پسند در مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها با عناوین

زیر انجام گرفته، تنظیم شده است:

۱. گرانایه، بهروز. ارزیابی خوانندگان مطبوعات از انتشار اخبار حوادث، ۱۳۸۳.
۲. گروه محققان، آسیب‌شناسی محتوایی، حرفه‌ای و چاپی نشریات عامه‌پسند، ۱۳۸۲.
۳. میرفخرایی، تزا. نشریات عامه‌پسند، راهکارها، دیدگاه‌ها و بینش‌ها، ۱۳۸۰.
۴. قاضیان، حسین. شناخت مخاطبان مطبوعات عامه‌پسند (گزارش یک پیمایش اکتشافی) ۱۳۷۹.



ثرويشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگي
پرتال جامع علوم انسانی