

کتابی کاربردی برای آغازگران خبرنگاری

○ لیلا رستگار

آن به اجزای سیستم نیز توجه شده است.
- مفاهیم به کار رفته در کتاب به طور یکپارچه هدف واحدی را تعقیب می‌کند و بیانگر مراحل تولید و پخش خبر رادیو و تلویزیون است.
- بیان راه کارهای کاربردی و طرح شیوه‌ها و روشهای تجربه شده.

پیشگفتار با اشاره‌ای به نقش وسایل ارتباط جمعی در زندگی امروز آغاز می‌شود که در آن از ارتباطات با عنوان یکی از شاخصهای مهم توسعه یاد می‌شود و برخورداری کشورها از وسایل ارتباط جمعی بیانگر توسعه‌یافتگی هر کشوری به حساب می‌آید.
نویسنده در پیشگفتار با استفاده از منابعی چون ژئوپولیتیک اطلاعات آنتونی اسمیت، جریان بین‌المللی اطلاعات حمید مولانا، یک جهان، چندین صدا شن مک براید و بعضی نشریات صداوسیما اطلاعات نه چندان تازه‌ای را درباره قدرت سحرآمیز وسایل ارتباطی در انتقال حیرت‌آور اطلاعات، جهان شمولی ارتباطات به منزله یکی از مشخصه‌های عصر کنونی، میسر شدن گردش اطلاعات در سایه دستیابی انسان به ابزار کارآمد ارتباطی، مرزبندی جدید جهان براساس توزیع اطلاعات و ارتباطات و اهمیت شبکه بزرگراه‌های اطلاعاتی به منزله اصلیت‌ترین مسیر عبور اطلاعات بیان می‌کند.

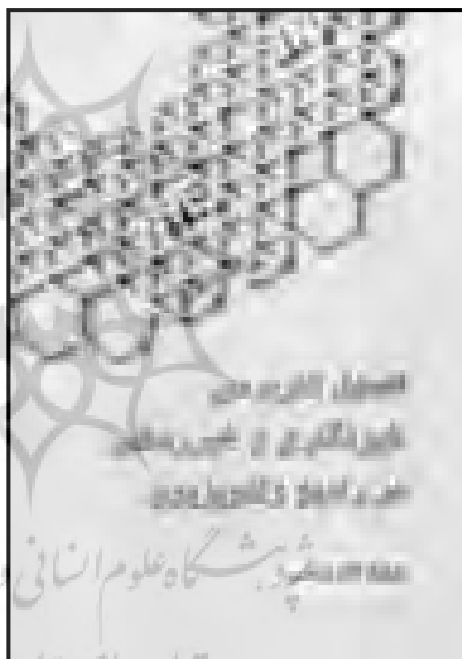
نویسنده در پایان این بخش، جهان آینده را چنین تصویر می‌کند:
۱. برای تمام جوامع عمده امکان استفاده از برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی بین‌المللی متناسب با زبان خود میسر خواهد شد که این مهم در سایه توسعه بزرگراه‌های اطلاعاتی میسر می‌شود.

۲. استفاده از اطلاعات فراگیر می‌شود و از محدودیتهای فعلی فراتر خواهد رفت و متناسب با زبانهای زنده موجود در دنیا، امکان استفاده از سیستمها و بانکهای اطلاعات در اقصی نقاط دنیا فراهم می‌شود.

۳. افزایش ظرفیتهای ارتباطی، موجب کاهش هرچه بیشتر تردد و حمل و نقل و حرکات فیزیکی خواهد شد.

۴. محصول «اطلاعات» یکی از پردرآمدترین محصولات محسوب خواهد شد.

۵. تجهیزات ارتباطی یکی از پرفروش‌ترین وسایل خواهند بود.
۶. قطبهای ارتباطی جدیدی در جهان شکل خواهد گرفت که



○ اصول کاربردی خبرنگاری و خبررسانی در رادیو و تلویزیون

○ حجت‌الله عباسی

○ انتشارات سروش، ۱۳۷۹

در مقدمه، مؤلف با تأکید بر یک نکته اساسی، انگیزه پرداختن به این بحث را کمبود منابع آموزشی درباره خبرنگاری و خبررسانی رادیو و تلویزیون اعلام می‌کند.

عباسی با اشاره به تجربه ۱۵ ساله‌اش در سردبیری اخبار رادیو و تلویزیون یادآوری می‌کند که اغلب متون منتشر شده به زبان فارسی درباره خبر، بیشتر به حرفه روزنامه‌نگاری پرداخته‌اند و به طور ویژه درباره خبر رادیو و تلویزیون کتابی به زبان فارسی در دسترس علاقه‌مندان قرار نگرفته است.

نویسنده چند ویژگی را برای محتوای کتاب برشمرده است:
- نگرش سیستمی و ساختاری به فرآیند تولید و پخش خبر که در

«مهندسی خبر قصد ندارد با طراحی کلیشه‌های خشک، خبر را در حصار خود قربانی و بی‌روح کند؛ بلکه می‌خواهد تولید خبر را نظام‌مند، اثربخش و کارا کند و مسیر حرکت فیلم را از ابتدای خط تولید تا انتها، یعنی پخش، روان کند.»

کمبود منابع فارسی در زمینه ارتباطات به طور عام و قالبهای مورد استفاده در رسانه‌ها به طور خاص مشکلی است که علاقه‌مندان به این رشته همیشه با آن سروکار داشته‌اند و این نکته‌ای است که نویسنده نیز آن را یکی از انگیزه‌های تألیف این کتاب برشمرده است. این مشکل رادیو و تلویزیون چشمگیرتر از مطبوعات است



تقسیم‌بندی و بلوک‌بندی جدید را در عالم ارائه خواهند کرد.
۷. وسایل ارتباطی و مخابراتی به تدریج یکپارچه، نظام‌مند و کم‌حجم خواهند شد.

البته باید گفت بسیاری از این موارد هم اکنون تحقق پیدا کرده است و به انتظار نشستن آینده ضرورتی ندارد.

فصل اول با عنوان «شناخت و نگارش خبر رادیو و تلویزیون» ابتدا اطلاعاتی کلی درباره مفاهیم مورد بحث می‌دهد. صفحه‌های ۱۹ تا ۳۵ این فصل با ارائه تاریخچه کوتاهی از چاپ، روزنامه، رادیو و تلویزیون آغاز می‌شود. سپس با استفاده از منابعی چون ارتباط‌شناسی / دکتر محسنیان‌راد و وسایش ارتباط‌جمعی / دکتر معتمدنژاد، مفاهیم و تعریفهای مرتبط با مفهوم خبر مرور می‌شود و با اضافه شدن کتاب خبر / دکتر یونس شکرخواه مباحثی چون تعریف خبر، گزارش خبری، ارزشها و عناصر خبری و سبکهای تنظیم خبر طرح می‌شود.

تا صفحه ۳۵ اطلاعات ارائه شده ویژه این کتاب نیست و همان طور که گفته شد با استفاده از منابع ذکر شده، اطلاعاتی عمومی درباره روزنامه‌نگاری ارائه شده است.

پاراگراف پایانی صفحه ۳۵ با عنوان «نگارش خبر رادیو و تلویزیون» آغاز طرح تفاوت‌های خبرنویسی بین روزنامه‌ها و رادیو و تلویزیون است. در این بخش با استفاده از منابعی چون ژورنال‌بسم تلویزیونی / رابرت تیرل، روزنامه‌نگاری در عصر الکترونیک / مارتین ال‌گیسین و قدرت متقاعدکنندگی وسایل ارتباط جمعی / رابرت سی‌رینو گاه اطلاعاتی مشترک و زمانی تعاریف ویژه‌ای برای خبرنویسی در رادیو یا تلویزیون طرح می‌شود. بیان توصیفی و محاوره‌ای، استفاده از کلمات تداعی‌کننده محیط رویداد و عبارات مبتنی بر جلوه‌های صوتی و نیز بیان ساده از جمله ویژگیهایی است که در نگارش خبر رادیو بر آنها تأکید می‌شود. همچنین موجز بودن، پرهیز از بیان مسائلی که در تصویر دیده می‌شود و نیز تطابق متن و تصویر و ضرورت هماهنگی کامل بین مطلب و تصویر از مهارت‌های ویژه نگارش خبر برای تلویزیون است.

فصل دوم به طور ویژه به اصول کاربردی خبرنگاری رادیو و تلویزیون می‌پردازد. این فصل با تأکیدی براهمیت صدا و تصویر آغاز می‌شود؛ با توضیحی درباره عناصر تصویر و صدا ادامه می‌یابد و با تعاریف و توضیحاتی در باب ویژگیهای خبرنگار، مراحل کسب مهارت‌های خبرنگاری، تحریریه‌های خبر، دبیری خبر، منابع خبر

کاربردی‌تر می‌شود. بخشی از این فصل به ویژگیهای خبر تلویزیون و رادیو به شکل جداگانه و کاربردی می‌پردازد. پایان فصل به مصاحبه خبری اختصاص دارد و تأکید بر اهمیت سؤال در این نوع مصاحبه دارد که مصاحبه‌کننده، مصاحبه شونده و پیام‌گیرنده سه ضلع مثلثی را تشکیل می‌دهند که در قاعده اصلی مثلث، پیام‌گیرندگان قرار گرفته‌اند. در صورتی دوضلع مثلث می‌تواند بر قاعده استوار باشد که یک ارتباط تنگاتنگ بین دو ضلع دیگر به وجود آید و این ارتباط از یک زاویه دید می‌تواند با طرح سوالهای مناسب میسر گردد.

جزئیات حرفه‌ای که در این فصل مطرح شده می‌تواند برای خبرنگاران رادیو و تلویزیون و نیز علاقه‌مندان این رشته بسیار مفید باشد.

بعضی از منابعی که در این فصل استفاده شده از این قرار است: تصویر و صدا / فرامرز شهبازیان، فن برنامه‌سازی / جرالدمیلرسون،

ژئوپولیتیک اطلاعات / آنتونی اسمیت، زبان تصویر / جنورگی کپس، ژورنالیسم تلویزیونی / رابرت تیرل، وسایل ارتباط جمعی / کاظم معتمدنژاد، روشهای مصاحبه خبری / مهدی محسنیان راد و...

تحریریه‌های متعدد در اداره پخش چگونه فعالیت می‌کنند؟ سردبیران بخش خبر با مجموعه زیاد خبرها و مدت زمان کوتاه پخش خبر به چه شکلی کنار می‌آید؟ بخشهای پخش خبر کدامند؟ بخشهای خبری چه ساختاری دارند؟ چه معیارهایی برای سنجش جذابیت مجموعه‌های خبری وجود دارد؟ خبر چگونه تدوین می‌شود؟ مونتور در کار بازسازی داستان خبر چگونه تصاویر و صدای تهیه شده را کنار هم می‌چیند؟ اینها بعضی از سؤالاتی است که نویسنده در فصل سوم، «اصول کاربردی خبررسانی رادیو و تلویزیون»، به آنها پاسخ می‌دهد. بخش پایانی این فصل به گویندگی خبر اختصاص دارد و از گویندگی خبر همچون فردی یاری شود که ضمن شناخت مبانی خبر علاوه بر مشارکت نسبی در تهیه و تنظیم، وظیفه اجرای اخبار و تفاسیر سیاسی را در رادیو و تلویزیون به عهده دارد.

مهندسی خبر از جذابترین بخشهای کتاب است که به نسبت دیگر بخشها بحث تازه‌تری است. نویسنده در فصل چهارم و در صفحه ۱۲۴ می‌نویسد: «از جمله مباحث مهمی که در جریان مطالعات بین رشته‌ای اهمیت پیدا می‌کند، بررسی تعامل بین علوم مهندسی صنایع و علوم خبری است و این بدان معناست که راهکارهای مهندسی صنایع در تولید به کار گرفته شود. نگارنده حاصل این پیوند را «مهندسی خبر» (News Engineering) نامگذاری کرده است و آن را بسیار ممکن می‌داند.»

بنابراین، فصل چهارم با تعریف و توضیح مهندسی خبر آغاز می‌شود. نویسنده می‌گوید: «مهندسی خبر قصد ندارد با طراحی کلیشه‌های خشک، خبر را در حصار خود قربانی و بی‌روح کند؛ بلکه می‌خواهد تولید خبر را نظام‌مند، اثربخش و کارا کند و مسیر حرکت فیلم را از ابتدای خط تولید تا انتها، یعنی پخش، روان کند.»

براساس آنچه در این فصل مطرح می‌شود، مهندسی خبر نمی‌خواهد با دست بردن در ارزشهای خبر مصنوعاتی غیرواقعی ارائه کند؛ بلکه می‌خواهد ارزشهای خبری در شایسته‌ترین شکل خود طرح شوند. براین اساس، آنچه شالوده مهندسی خبر را تشکیل می‌دهد، بهترین شکل تولید و ارائه خبر، آن هم نه به صورت تصنعی بلکه به شکل واقعی است.

نویسنده برای مهندسی خبر، شش هدف عمده و کلیدی را تعریف می‌کند؛ اهدافی که شالوده اساسی محصول خبر هستند و باتحقق آنها بستر مناسبی برای تهیه و ارائه خبر ایجاد می‌شود. جامع‌نگری، پربارسازی، نوآوری، کیفیت، سرعت و بهره‌وری هدفهای شش‌گانه مهندسی خبر هستند. در این فصل، طرح الگوی دوگام و هفت مرحله را با توضیح جزئیات حرکت نیروهای پخش و تولید، مراحل طراحی و مهندسی خبر و عوامل اجرایی مهندسی خبر تشریح می‌کند.

عباسی در جمع‌بندی این فصل (ص ۱۴۱) می‌نویسد: «مهندسی خبر یک طرح کاربردی است که می‌تواند برای دست‌اندرکاران خبر

رسانه‌ها، بالاخص خبر تلویزیون، مفید واقع شود. نگارنده بر این باور نیست که این طرح جامع و مانع است؛ بلکه آن را فتح بابی هر چند ناچیز در این زمینه می‌داند. اجرای این طرح در خط تولید و پخش بسیاری از برنامه‌های خبری تلویزیونی در مدت دو سال در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران تجربه، ارزیابی و نتیجه مطلوب نیز عاید شده است.»

بناگاه‌های خبری مشهور ایران و جهان ده صفحه از کتاب را در قالب فصل پنجم ویژه خود کرده است. در این ده صفحه، نویسنده اطلاعات فشرده و نه‌چندان تازه‌ای را درباره بناگاه‌های خبری بزرگ ارائه می‌کند. منابعی که در این بخش مورد استفاده قرار گرفته است، عموماً منابع جدیدی نیست. در این فصل، بجز ارائه اطلاعاتی درباره غولهای خبری دنیا، به طور مختصر درباره خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران و نیز واحد مرکزی خبر (خبرگزاری صدا و سیما) مطالبی عنوان شده است.

فصل ششم، مفاهیم و اطلاعات رایج خبری را در بردارد که می‌تواند برای کسانی که تازه قدم به عرصه کار رادیو و تلویزیون گذاشته‌اند، مفید باشد.

فهرست اعلام که بعد از فهرست منابع اعلام شده است، دستیابی به اطلاعات مطرح شده در کتاب را راحت‌تر می‌کند.

کامبود منابع فارسی در زمینه ارتباطات به طور عام و قالبهای مورد استفاده در رسانه‌ها به طور خاص مشکلی است که علاقه‌مندان به این رشته همیشه با آن سروکار داشته‌اند و این نکته‌ای است که نویسنده نیز آن را یکی از انگیزه‌های تألیف این کتاب برشمرده است. این مشکل رادیو و تلویزیون چشمگیرتر از مطبوعات است. فهرست منابع فارسی پایان کتاب به خوبی این مشکل را شاخص می‌کند؛ چرا که جدیدترین منبعی که مورد استناد قرار گرفته - البته در بخش کتاب - مربوط به سال ۱۳۷۳ است که در بخش نشریات این تاریخ به ۱۳۷۵ ارتقاء می‌یابد.

شاید به همین دلیل است که کتاب در بخشهایی، حرف تازه‌ای برای گفتن ندارد ولی حتماً نویسنده تکرار این مطالب را برای استفاده خواننده مبتدی ضروری دانسته است. اما آنجا که بحثهای کاربردی رادیو و تلویزیون پیش می‌آید، کتاب می‌تواند پاسخگوی بخش قابل توجهی از نیازهای مخاطبان ویژه خود باشد و خودنویسنده نیز بر این ویژگی آگاه است و آن را در مقدمه کتاب بازگو کرده است.

نویسنده، تدریس کتاب را برای دانشجویان ارتباطات توصیه می‌کند. ضمن اینکه مطالعه آن را برای کلیه کسانی که فعالیتی در تهیه، تدوین و انتشار خبر دارند، مفید می‌داند و به درستی این کتاب می‌تواند برای دانشجویان ارتباطات و آغازگران کار حرفه‌ای در رادیو و تلویزیون با ارزش باشد.

نویسنده بر این باور است که این اثر نقطه آغازی برای تدوین و تألیف کتابهای مؤثر درباره خبر رادیو و تلویزیون است. امید که دیگران کار را پی‌بگیرند.