



آموزش سوژه و سوژه پردازان

■ سید حسام‌الدین شریعت‌پناهی
روزنامه‌نگار

اشاره

طرح تئوریک مسائلی آموزشی در کار خبرنگاری گامی مؤثر در ارتقای کیفی دست‌اندرکاران مطبوعاتی است. مؤلف این نوشته سعی دارد با استفاده از تجربیات عملی خود به مسئله سوژه و سوژه‌پردازی، سوژه از نظر زمان، نحوه بیان، کیفیت و منابع بپردازد.

رسانه

«سوژه‌پرداز» با انتخاب مناسب‌ترین سوژه و طرح آن در رسانه، به رشد و تعالی جامعه کمک بسزایی می‌کند. اگر قرار است برنامه‌های پنج‌ساله ظرف مدت معینی نقد شود و سپس به تصویب برسد، سوژه «کنترل سیاست چندفرزندی» می‌تواند در رسیدن به اهداف مندرج در برنامه پنج‌ساله یاریگر باشد. بنابراین اگر در دوره محدود زمانی موردنظر،

تعطیل شده بودند، مسئله «آموزش و پرورش تلویزیونی» در پناهگاه‌ها مطرح شد؛ زیرا چند میلیون دانش‌آموز به مدرسه نمی‌رفتند و مسئله آموزش و پرورش آنها امری جدی به‌شمار می‌آمد. در چنان شرایطی سوژه مناسب‌تری وجود نداشت. گزارش بمباران شهرها نیز در آن بحبویه و سوژه‌های نزدیک به آن می‌توانستند موفق و مفید باشند.

خصوصیات سوژه‌پرداز

سوژه بهتر است با شرایط اجتماعی انطباق داشته باشد و مناسب زمان حال انتخاب شود و در عین حال از خصلت تأثیربخشی در اصلاح اوضاع (موضوع موردنظر) برخوردار باشد. اصولاً توصیه می‌شود که بهتر است روی سوژه تکراری با نگرشی تازه کار شود. اما چه کسی می‌تواند سوژه‌پرداز خوبی باشد؟ شاید گفته شود کسی که دارای تجربه و سابقه بیشتری در سازمان رسانه باشد، سوژه‌پرداز خوبی به‌شمار می‌رود. یا آنکه سوژه‌پرداز خوب کسی است که از قدرت نویسندگی بالایی برخوردار باشد. اما ضمن اینکه موارد فوق را نمی‌توان انکار کرد، بهتر است به خصوصیات زیر برای یک سوژه‌پرداز خوب اشاره کنیم: اطلاعات، حشر و نشر اجتماعی، نگرش طولی، جامعه‌شناسی، آگاهی و اطلاع از روش‌های تحقیق، استقلال رأی و تقوای حرفه‌ای.

اطلاعات: اطلاعات سوژه‌پرداز خوب، گسترده و نو است.

حشر و نشر اجتماعی: سوژه‌پرداز خوب فردی منزوی و بریده از واقعیت‌های اجتماعی و نیز منفی‌گرا نیست؛ زیرا چنین کسی نمی‌تواند رسالت خلاقیت سوژه‌های مناسب را به دوش کشد.

نگرش طولی: طرز نگرش سوژه‌پرداز به پدیده‌های اجتماعی و اطلاعات محرمانه و غیرمحرمانه‌ای که از آنها دارد، بیشتر طولی است نه عرضی. برای مثال کسی که در داخل راهپیمایی اقدام به مشاهده و کشف واقعیت‌ها می‌کند، تا چند قدمی خود را بیشتر نمی‌تواند ببیند، درحالی که وقتی از

سوژه‌پرداز خوب فردی
منزوی و بریده از
واقعیت‌های اجتماعی
و نیز منفی‌گرا نیست؛
زیرا چنین کسی
نمی‌تواند رسالت خلاقیت
سوژه‌های مناسب را به
دوش کشد.

که اگر تیر خود را از کمان در مدت زمان محدود، به سوی هدف رها کنند، شاید دیگر فرصت مناسب دست ندهد». یعنی پس از تصویب لایحه یا برنامه پنج‌ساله، دیگر فرصت برای اعمال اظهارنظرها و ایده‌ها در پدیده موردنظر، پیش نمی‌آید. مثلاً در مدتی که تهرانی‌ها، شیرازی‌ها، اصفهانی‌ها، باخترانی‌ها و... زیر بمباران موشک‌های زمین‌به‌زمین قرار داشتند و همه مدرسه‌ها

رسانه‌ها روی سوژه‌ای که در ارتباط با برنامه پنج‌ساله است، کار نکنند، چه‌بسا ممکن است ارائه نکته‌های اصلاحی، ترسیمی یا تکمیلی لازم باشد و در برنامه پنج‌ساله گنجانده نشود. می‌توان گفت: «واقعیت‌های اجتماعی مانند پرنده‌گان مهاجر در حال پرواز هستند، و اهالی رسانه (نمایندگان مردم به‌طور اعم) و صاحبان ایده به‌طور اخص شکارچیان آنها هستند

بهتر است سوژه با شرایط اجتماعی انطباق داشته باشد و مناسب زمان حال انتخاب شود و در عین حال از خصلت تأثیربخشی در اصلاح اوضاع (موضوع موردنظر) برخوردار باشد. اصولاً توصیه می‌شود که بهتر است روی سوژه تکراری با نگرشی تازه کار شود.



بالا به راهپیمایی نگریسته شود، بسیاری از روابط کشف می‌شود؛ تعداد جمعیت را می‌توان تخمین زد، سیر حرکت را می‌شود پیش‌بینی کرد و جایگاه رهبر یا رهبران را در بین راهپیمایان می‌توان تشخیص داد... همین نکته‌ها دستگیر سوژه‌پرداز است، چون نگرش طولی (در عین حال نگرش عرضی هم فراموش نمی‌شود) به وی این قدرت را می‌دهد تا از بین پدیده‌های اجتماعی که شبکه‌های یک سیستم اجتماعی را تشکیل می‌دهند، به سراغ آن سوژه‌ای برود که کانون تحریک پدیده‌های دیگر (مثل کمپابی، احتکار، افزایش ناراحتی‌های روانی، ترافیک، و امثال آن) به شمار می‌رود.

جامعه‌شناسی: احاطه سوژه‌پرداز به علوم اجتماعی امری ضروری به نظر می‌رسد. سوژه‌پرداز باید یک جامعه‌شناس باشد، چون قلمرو کار وی جامعه است. علم جامعه‌شناسی به سوژه‌پرداز کمک می‌کند که در تحلیل پدیده‌های اجتماعی به علت اصلی بیشتر توجه داشته باشد تا به معلول‌ها و علت‌های کاذب.

سوژه‌پردازی که قدرت تحلیل اطلاعات و داده‌ها (واقعیت‌های اجتماعی) را ندارد، بی‌شک دائم به معلول‌ها نظر می‌افکند. به این ترتیب، حتی اگر سوژه‌ای با بهترین بیان عرضه شود، جز برانگیختن احساسات مردم کارایی دیگری ندارد. در نتیجه موجب افسردگی و سردرگمی مردم می‌شود و نمی‌تواند توانایی تشخیص راه‌های بی‌و نیز برخورد با ایده‌های نو را در آنها ایجاد کند.

آگاهی و اطلاع از روش‌های تحقیق:

اگر سوژه‌پرداز از روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی آگاه باشد، بسیاری از سختی‌ها برایش آسان می‌شود و به‌ویژه در جمع‌آوری اطلاعات موردنظر درباره یک مصاحبه تحلیل داده‌ها و نظایر آن، موفقیت‌های بزرگی به دست می‌آورد.

استقلال رأی: سوژه‌پرداز مثل همه افراد جامعه، به وسیله خانواده، دوستان، همکاران، مسئولان و دست‌اندرکاران احاطه شده است. اگر افراد مذکور بدانند

که وی نقش تعیین‌کننده‌ای در سازمان رسانه خود دارد، بنا به منافع شخصی، صنفی و طبقاتی خود، یا برداشت و طرز تلقی‌شان، تلاش می‌کنند او را برانگیزانند تا موضوع موردنظر آنها را در رسانه مطرح کند. کسی که صاحب یا ذینفع در یک مؤسسه قرض‌الحسنه یا شرکت مباربه‌ای است، سوژه‌پرداز را آماده می‌کند که درباره مفیدبودن قرض‌الحسنه‌ها یا شرکت‌های مباربه‌ای گزارشی تهیه کند. همسر سوژه‌پرداز، وقتی می‌بیند راننده تاکسی با وی رفتار ناخوشایندی دارد، به او چنین القا می‌کند که باید از وضعیت نامطلوب تاکسی‌ها گزارشی تهیه کرد.

آیا سوژه‌پرداز باید در مقابل این ابراز نظرها و محرک‌ها، خنثی برخورد کند یا تحت تأثیر آنها قرار بگیرد؟ بی‌شک سوژه‌پردازی موفق است که «استقلال رأی» داشته باشد. اما «استقلال رأی» به این مفهوم نیست که وی باید فردی خودرأی و مستبد باشد و نظر خود را خدشه‌ناپذیر تلقی کند، بلکه شنیدن نظرات مردم - از هر قشر و گروه اجتماعی که باشند - بسیار لازم است. اما بهتر است سوژه‌پرداز از این نظرها در جهت یک «تحلیل اجتماعی واقع‌گرایانه» بهره بگیرد تا روی مناسب‌ترین سوژه کار شود.

تقوای حرفه‌ای: سوژه‌پردازی که زندگی خود را وقف به‌انجام‌رساندن یک رسالت اجتماعی کرده است و مصالح جامعه را مقدم بر آمال و آرزوهای شخصی صنفی و طبقاتیش می‌داند، کمتر ممکن است خود را ببازد یا حسادت و کینه و خشم بر او مستولی شود. چنین فردی وقتی که در تجربه شخصی با نامالیماتی برخورد می‌کند، سعی ندارد بدون تأمل و تعقل و تحقیق، آن را «سوژه فوری» کرده و به گزارشگر دهد تا خیلی زود چاپ شود. در واقع سوژه‌پرداز از این به بعد منافع فردی - حتی صنفی - خود را فدای مصالح و منافع اجتماعی می‌کند.

طبقه‌بندی سوژه‌های گزارشی

سوژه‌ها را می‌توان از ابعاد مختلف طبقه‌بندی کرد:

۱. سوژه از نظر زمان

الف) **سوژه‌های فوریتی:** سوژه‌هایی هستند که طرح‌نکردن آنها در رسانه موجب عصبانیت و انتقاد آشکار مخاطبان می‌شود. مانند زمانی که زلزله‌ای در نقطه‌ای از کشور رخ می‌دهد یا کشور در آستانه یک انتخابات بزرگ قرار می‌گیرد، یا موقعی که سال تحصیلی آغاز می‌شود و یا موقعی که جایی از کشور دچار حادثه و بلایای طبیعی مثل زلزله می‌شود.

ب) **سوژه‌های کم‌فوریتی، اما ضروری:** سوژه‌هایی هستند که اگر گزارش آن در روزهای آینده مورد توجه قرار نگیرد، در کمک به توسعه روند یک «حرکت اجتماعی» (مثل سیاست چندفرزندی، مبارزه با موادمخدر) نقشی ایفا نمی‌کند، ضمن آنکه در هشیارکردن اضطراری دست‌اندرکاران و مردم نسبت به مسئله موردنظر گامی برنمی‌دارد. برای مثال وقتی موارد کلاهبرداری در شرکت‌های مضاربه‌ای زیاد می‌شود و هجوم مردم برای سپرده‌گذاری در این شرکت‌ها افزایش می‌یابد، تهیه گزارش‌های افشاگرانه در این زمینه می‌تواند هم دست‌اندرکاران امنیتی، قضایی و اقتصادی و سیاسی را متوجه خطر کند و هم مردم را در جریان امر قرار دهد.

ج) **سوژه‌های عادی:** این سوژه‌ها را به غیر از زمان‌های فوق، در هر زمان دیگر می‌توان در رسانه عنوان کرد.

۲. سوژه از نظر نحوه بیان

الف) **سوژه‌های احساسی:** درددل‌های سالخوردگان سرای سالمندان، مشکلات روحی کودکان بی‌سرپرست، قربانیان زلزله، و سیل آثار روانی حمله‌های موشکی و نظایر آن بیشتر به شیوه‌ای عاطفی-احساسی نوشته می‌شوند. در این سوژه‌ها هدف برانگیختن و کانالیزه کردن عواطف انسانی مردم در جهت اهداف موردنظر است.

ب) **سوژه‌های عقلانی و تحقیقی:** گزارش‌های «استراتژی توسعه اقتصادی»، «مالیات بردرآمد»، «وضعیت نقدینگی»، «بازار بورس»، «طراحی صنعتی و

خودکفایی»، «سیاست چندفرزندی»، «لوايح مورد بحث مجلس شورای اسلامی» و امثال آن، تا حد زیادی با استفاده از آمار و ارقام، تحلیل‌شده و در رسانه مطرح می‌شوند.

ج) **سوژه‌های احساسی و عقلانی تحقیقی:** بعضی از گزارش‌ها را هم می‌توان از طریق احساسی (با طرح فضای عاطفی و استفاده از واژه‌های احساس‌برانگیز) و هم با اشاره به آمارها و علت‌یابی پدیده و ارزیابی کارشناسان از «پدیده» و نظرخواهی از مردم، تهیه کرد. برای مثال، سوژه «معتادان و موادمخدر»، «مشکل بیکاری»، «اوقات فراغت جوانان و نوجوانان» و... البته به‌طور دقیق نمی‌توان روشن کرد که تم یا آهنگ گزارش «الف» یا گزارش «ب» حتماً بایستی احساسی، یا صددرصد عقلانی باشد. اما تفکیک موضوعات موردنظری که می‌خواهیم درباره آن گزارشی تهیه کنیم، موجب می‌شود که قدمی در جهت روانشناسی خوانندگان برداریم و به این ترتیب، بهترین استراتژی را در طرح مطلوب سوژه‌ها پیش گیریم. نکته قابل توجه این است که بهتر است سوژه‌پرداز از نظرها در جهت یک «تحلیل اجتماعی» واقع‌گرایانه بهره بگیرد.

۳. سوژه از نظر کیفیت

الف) **سوژه‌های نو و بدیع:** اصولاً مردم از گزارش‌هایی که برای نخستین بار در رسانه مورد علاقه‌شان برخورد می‌کنند بسیار خرسند می‌شوند. برای مثال، در حال حاضر سوژه «چگونه خودروی ملی داشته باشیم»، «کنکاشی در روابط اجتماعی مردم»، «گزارشی از یک روز زندگی در گرم خانه‌های شهرداری»، «خردسالان معتاد» و «سوءاستفاده‌های مالی» صرفنظر از محتوای گزارش، جذابند و مخاطبان را به خود جلب می‌کنند.

ب) **سوژه‌های تکراری:** «گزارش از اولین روز مدرسه»، «مشکلات دانشجویان»، «کمبود و نایابی دارو»، «اوقات فراغت نوجوانان»، «بیکاری»، «وضعیت بیمارستان‌ها»، «گرانی»، «بورورکراسی» و مانند آن به‌طور چرخشی

و فصلی در رسانه‌ها مطرح می‌شوند. یعنی هر سال، گزارشی درباره آنها تهیه می‌شود و مخاطب هم البته بی‌نیاز آن نیست.

ج) **سوژه‌های تکراری با قالب نو:** توصیه به گزارشگران همیشه این است که بهتر است روی سوژه تکراری با نگرشی تازه کار شود و از نگاهی فراتر از عادت، مشاهده، مصاحبه و... اما معمولاً اگر چه سرتیتر گزارش «رویت‌ر» جمله «نگاهی تازه به...» است، اما محتوا همان چیزی است که قبلاً منتشر شده است.

البته برای نوکردن قالب سوژه، بهتر است گزارشگر عینک «عادی دیدن» را از چشم خود بردارد. سپس از افکار و عقاید قالبی دوری کند. به‌طور مثال، در سوژه «کمبود دارو» جمع‌کردن چند مصاحبه و گردآوری آمار درباره شکاف بین عرضه و تقاضا معمول بوده، بهتر است، فکر جا افتاده «کمبود دارو» را مورد شک و تردید قرار داد. اگر مصرف بالای دارو و عادت نامعقول و گزاف مردم به شیمی‌درمانی واقعیت دارد، آن را به عنوان کانون و محور اصلی گزارش برگزید.

آنچه می‌تواند به سوژه‌های کهنه و تکراری (در عین حال ضروری برای طرح) تازگی و جوانی بدهد، این است که گزارشگر با «رعایت احتیاط»، «اصول متعارف و پذیرفته‌شده» را مورد شک قرار دهد و در صورت کسب موفقیت‌های اولیه که با تحقیق و بررسی صورت می‌گیرد، گزارش را تهیه کند. باید به خاطر سپرد که این کار بسیار حساس و ظریف است.

یکی از استادان دانشگاه در زمینه نوگرایی و خلاقیت، معتقد است: «بهترین عامل بازدارنده خلاقیت، عادات پیشین ذهن است. عامل دیگر مقاومت در برابر یافتن راه‌حل‌های تازه است. ایده‌های تازه همیشه باعث مقاومت می‌شود و ایجاد ناباوری می‌کند، در نتیجه فکر خلاق همیشه با تمسخر و ناباوری محیط مواجه می‌شود و در نتیجه فرد خلاق، اعتمادبه‌نفس خود را از دست می‌دهد و ایده در نطفه خفه می‌شود. عامل دیگر میل به هم‌رنگی با جماعت است که باعث می‌شود فکر خلاق

**واقعیت‌های اجتماعی مانند
پرندگان مهاجر در حال پرواز
هستند، و اهالی رسانه
(نمایندگان مردم به‌طور اعم)
و صاحبان ایده به‌طور اخص
شکارچیان آنها هستند که اگر
تیر خود را از کمان در مدت
زمان محدود، به سوی هدف
رها کنند، شاید دیگر فرصت
مناسب دست ندهد.**

بانک‌ها اختصاص دهیم، آماده‌ایم که سوژه مدیریت به اضافه بازده نیروی کار، نظام آموزش و پرورش، واردات و صادرات را در زمان مناسب و موقعیت اجتماعی بیرونی و به مخاطبان ارائه دهیم. گزارشگر برای تحقیق و گردآوری اطلاعات، درباره هر کدام از این سوژه‌ها چگونه می‌خواهد اندام واقعیت را شکافته و اجزا و عناصر یک پدیده را با ابزار تحقیق خود بررسی کند. آیا گزارشگری که سالها با نظام بوروکراسی کشور حشر و نشر داشته، می‌تواند پرداختی نوین به آنچه برایش قریباً عادی است، بدهد؟ بنابراین همچنان‌که قبلاً هم اشاره شد، اولین مشکل در راه بازسازی واقعیت‌های اجتماعی و پیوند زدن تحلیل‌های کارشناسان، مردم و مدیران کشور (که بیشتر اوقات متناقض هستند)، این است که گزارشگر به «تابعیت از جماعت» هر مقوله‌ای که می‌بیند، می‌گوید: «اینکه عادی است، همه می‌دانند». در حالی که اگر گزارشگری سه ماه در یک کشور دیگر به سر برد و نظم اداری و بوروکراسی آن کشور را برخلاف کشور خود ببیند، دیگر در تهیه گزارشی درباره بوروکراسی موجود کشور همه‌چیز را «عادی» یا «بهنجار» نمی‌بیند؛ چون نظم عالی‌تری را مشاهده و لمس کرده است.

بنابراین نظم عالی‌تر برای وی یک «آرمان» است و از این‌رو به دنبال ایده‌هایی می‌گردد که بتواند گزارش را به سمت‌وسویی ببرد که بوروکراسی موجود کشور را متحول و آرمانی کند. اما آیا می‌توان اطمینان حاصل کرد که آن نظم عالی‌تر در کشور قابل ارائه باشد؟ از سویی برای جلوگیری از «واقعیت‌زدگی» (غرق در واقعیت شدن) ضروری است تا

کتاب و کیف و مداد بخرد. وضع درسی این دانش‌آموز هم چندان رضایت‌بخش نیست. بچه‌های این مدرسه عموماً گرفتار چنین وضعیتی هستند.

واقعیت ۲: دانش‌آموزی در مدرسه‌ای دیگر، داخل آسایشگاه مدرسه، کیف سمسونت خود را باز کرده و مشغول خوردن موز درشت و گوشتی است. پس از استراحت زنگ که می‌خورد، به آزمایشگاه شیمی می‌رود، با دقت و تمرکز حواس به توضیحات معلم شیمی گوش می‌دهد و به موادی که درون آنها تحول می‌یابند، توجه می‌کند. زنگ آخر هم زده می‌شود و او همراه با بقیه به درون سرویسی که دم در مدرسه منتظر آنهاست وارد می‌شود و به خانه بازمی‌گردد.

دو مثال بالا را به خاطر بسپارید تا بعداً در باره آنها توضیحاتی بدهیم.

اگر بپذیریم که گزارشگر باید به‌طور طولی، بر واقعیت‌ها نظر انداخته و آنها را مورد مشاهده و ارزیابی قرار دهد، آنگاه گنجاندن «ایده» و «آرمان» در گزارش اجتناب‌ناپذیر جلوه می‌کند.

وقتی می‌خواهیم درباره بوروکراسی گزارشی تهیه کنیم، یا می‌خواهیم صفحه گزارش روز را به فعالیت سرمایه‌گذاری

رشد نکنند».

۴. سوژه از نظر منابع

الف) منابع خاص: منبع دریافت اطلاعات مربوط به بعضی از سوژه‌ها، افراد خاص از قبیل کارشناسان و دست‌اندرکاران هستند. وقتی که قرار است درباره «بودجه پیشنهادی دولت»، «رابطه نقدینگی و تورم» گزارشی تهیه شود، گزارشگر نمی‌تواند اطلاعات تخصصی گزارش خود را از عوام و از مردم کوچه و بازار به دست آورد. به همین خاطر، او به کارشناسان اقتصادی، استادان دانشگاه‌ها یا دست‌اندرکاران نهادهای اقتصادی مراجعه می‌کند. البته باید به خاطر سپرد که در یک رسانه می‌توان از منابع تخصصی در دسترس مثل کارشناسان گروه اقتصادی نیز استفاده کرد تا از فرصت‌ها بهره برد و خلأ زمانی را (تا اولین مصاحبه) مشاهده و بازدید کرد.

ب) منابع عام: سوژه‌هایی که منبع اخذ اطلاعات آن عموم مردم هستند؛ مثلاً مشکلات حمل و نقل درون‌شهری، بیکاری، آلودگی هوا، مشکلات درمانی و گرانی میوه گریبانگیر اغلب افراد جامعه هستند و هر کس می‌تواند در مورد آن اطلاعاتی را در اختیار گزارشگر قرار بدهد.

واقعیت + آرمان (ایده‌ها)

واقعیت ۱: دانش‌آموزی که در شیفت دوم مدرسه‌ای محصل است، مشکلی برای خانم معلم دلسوزش به شمار می‌آید. طبق گزارش خانم معلم که خود چهره‌ای زرد و زار دارد، دخترک در خانواده‌ای فقیر زندگی می‌کند. فرش خانه‌شان، روزنامه‌های به‌نم‌نشسته‌ای است که با سلیقه زنانه‌ای کف اتاق پهن شده‌اند. وی مبتلا به بیماری سل است و مادرش بیوه‌زنی است که وسایل شخصی‌اش را فروخته تا برای او دفترچه و

«ایده»ها و «آرمان»ها جایی در گزارش باز کنند. در واقع پرداختن به «ایده‌ها» و «آرمان»های قابل دسترس و درآمیختن آن با واقعیت‌های اجتماعی به گزارش «خاصیت» می‌بخشد. اما از دیگر سوی، ایده و آرمان کامل‌کننده یکدیگرند. اگر یکی از آنها نباشد، مفهوم دیگری زیر سؤال می‌رود.

ایده‌ها و پیشنهادهای جزئی مشخص هستند که در تحول تغییر و اصلاح یک واقعیت، می‌توانند مؤثر باشند. ایده‌ها طرح ذهنی یا افکار نوینی هستند که در پروسه ترقی و تکامل یک پدیده و رفع نقطه ضعفها (در صورت اجرا) دخل و تصرف دارند. آلن بیرو- جامعه‌شناس- معتقد است که «آرمان در هر زمینه آنچه کامل شمرده می‌شود، می‌رساند و به گونه‌ای نمونه و خاص در درون مجموعه‌ای معین اطلاق می‌شود. با توجه به این محتواست که به اصطلاح آرمان، برای مشخص ساختن هر نما یا مدلی که هدف یا مرجع عمل شناخته می‌شود و به این عنوان به کار می‌آید، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

سوژه‌پردازی که قدرت تحلیل اطلاعات و داده‌ها (واقعیت‌های اجتماعی) را ندارد، بی‌شک به‌طور دائم به معلول‌ها نظر می‌افکند. به این ترتیب، حتی اگر سوژه‌ای با بهترین بیان عرضه شود، جز برانگیختن احساسات مردم کارایی دیگری ندارد، در نتیجه موجب افسردگی و سردرگمی مردم می‌شود.

سوژه‌پردازی موفق است که استقلال رأی داشته باشد. در هر جامعه، آرمان اجتماعی، یعنی تصویری از یک نظم فرهنگی، اجتماعی سیاسی و ... که اکثریت مردم در تنظیم رفتار خویش آن را به عنوان مرجع می‌شناسد و در اندیشه آن مردم، چنین تصویری از یک نظم عالی همچون داده‌ای عادی تجلی نمی‌کند، بلکه به عنوان گونه‌ای نمونه و خاص در ذهن متبادر می‌شود. بی‌شک این گزارشگر نیست که ایده‌ها و آرمان را می‌سازد و تحویل مخاطب می‌دهد، بلکه حاملان واقعیت یا بازیگران طبیعی هر پدیده اجتماعی، از

پس سالها تجربه، قادرند ایده‌هایشان را- برای یک نظم عالی‌تر- به گزارشگران ارائه دهند تا وی آنها را بپردازد و در شکلی وحدت یافته مطرح کند.

در سوژه «بررسی بازده آموزشی معلمان» گزارشگر با یک واقعیت برخورد می‌کند که تأثیری بسزا در بازده آموزش کار معلم دارد. اگر گزارشگر دریابد که فقدان مسکن و اضطراب و اجاره‌نشینی عامل پایین آورنده بازده کار معلمان است، می‌تواند پدیده‌شناسی کشف و شهود مصاحبه‌های خود را بر مسئله متمرکز کند و ضمن منظم کردن واقعیت‌های درهم‌ریخته «ایده‌یابی» کند. بی‌شک معلمان، مربیان، مدیران، کارشناسان آموزشی، استادان دانشگاه، اولیای دانش‌آموزان و حتی خود دانش‌آموزان می‌توانند هر کدام ایده‌ای بدهند. ایده‌های زیر را می‌توان مثال زد:

ایده ۱: دولت زمین در اختیار تعاونی مسکن فرهنگیان بگذارد تا امر خانه‌سازی معلمان تسهیل شود.

ایده ۲: از طریق مشارکت‌های مردمی و با کمک دولت برای معلمان خانه ساخته شود.

ایده ۳: به منظور کاهش اضطراب اجاره‌نشینی صاحب‌خانه‌هایی که خانه‌هایشان را با قیمت ارزان و تسهیلات بهتر و بیشتر در اختیار معلمان قرار می‌دهند، از امتیازات اجتماعی و بعضی از معافیت‌های گمرکی و مالیاتی برخوردار شوند.

ایده ۴: به منظور کاهش اضطراب اجاره‌نشینی و فشار صاحب‌خانه‌ها به ۱۰ نفر از صاحب‌خانه‌هایی که اجاره بهای کمتر و رفتار ملایم‌تر با مستأجران (معلم) خود داشته‌اند، جایزه‌هایی مانند سکه طلا، سفر سیاحتی، مصاحبه در تلویزیون و ... اهدا شود.

ایده ۵: بانک‌ها به معلمان تا سقف ۲۰ میلیون تومان وام خرید مسکن اعطا کنند. ایده ۶: درصد مشخصی از درآمد نفتی سالانه کشور برای امر مسکن معلمان اختصاص یابد.

آرمان: معلم با آسودگی خاطر و خارج

از دغدغه مسکن سر کلاس درس حاضر شود و با خیال آسوده به تعلیم و تربیت دانش‌آموزان بپردازد.

بنابراین برای دستیابی به آرمان یادشده در گزارش می‌توان در کنار بیان واقعیت‌ها، چند «ایده» را مطرح کرد که در نهایت حرکتی اجتماعی در جامعه ایجاد کند.

لازم به اشاره است که همیشه نباید ایده را به عنوان بخشی مستقل از واقعیت آورد. شیوه ظریف‌تر این است که دو واقعیت به نحوی استادانه باهم مقایسه شوند. درون دو واقعیت متضاد، ایده‌ها و آرمان نهفته‌اند. حالا نگاهی به دو مثالی که در ابتدای بحث واقعیت + آرمان زده‌ایم، می‌اندازیم. مثال شماره «۱»، دانش‌آموزی را در خانواده فقیر و در مدرسه دو شیفتی نشان می‌دهد و مثال شماره «۲» مدرسه‌ای مرفه را با دانش‌آموزان مرفه و یا نیمه‌مرفه لحاظ می‌کند. حاصلی که گزارش دارد، دربرگیرنده «ایده»هایی است که بالاخره یک مدرسه آرمانی را عنوان می‌کند: مدرسه‌ای که یک شیفته است (ایده)، از آزمایشگاه فعال فیزیک، شیمی، زیست‌شناسی برخوردار است (ایده)، محل استراحت برای دانش‌آموزان دارد (ایده) و دانش‌آموزانی که از لحاظ تغذیه، سرویس و ... در رفاه هستند (ایده). در نتیجه ۹۰ تا ۹۵ درصد دانش‌آموزان قبول می‌شوند (واقعیت + آرمان)، درحالی که در مدرسه دو شیفته (واقعیت) افت تحصیلی میزان بالایی دارد. هریک از پدیده‌هایی که با پدیده‌های متضادشان مقابله و مقایسه می‌شوند، در ذهن خواننده ایده‌هایی را می‌پروراند. لذا آرمان ما مدرسه‌ای می‌شود یک شیفته، دارای آزمایشگاه، زمین ورزشی، معلمان ورزیده و دانش‌آموزان مرفه و ... پس بی‌آنکه بخواهیم «میان تیزی» با حروف ۱۶ سانت بز نیم و پیشنهادها را در آن بگنجانیم، خودبه‌خود در طول مصاحبه‌ها، توصیف‌ها و بیان واقعیت‌ها و مقایسه بین پدیده‌ها، آن نظم عالی از پدیده مورد بررسی ارائه می‌شود.

برگرفته از: مجله رسانه، شماره ۱۴.