

پردازش مطلب در نشریات عامه پسند ایرانی: قطعه قطعه های کوتاه و تک آوایی

نوشته دکتر تژا میرفخرایی

اگر برای بررسی نوع پردازش مطالب در نشریات عامه پسند، سه شاخص "طول مطلب"، "تعدد آوا" و "ساختار بازنمایی مطلب" را مورد استفاده قرار دهیم، به این نتیجه خواهیم رسید که عمده مطالب نشریات عامه پسند ایرانی "کوتاه" و "تک آوایی" اند که با استفاده از "ساختار اطلاع دهنده" بازنمایی شده اند. مقاله حاضر^۱ با بررسی هر یک از شاخص های یاد شده سعی میکند تا نشان دهد که وقتی طول مطلبی کوتاه باشد، آن مطلب الزاماً باید با استفاده از ساختاری اطلاع دهنده بیان شود و چنین مطلبی قاعدتاً نمی تواند از گفتارهای متعدد سود جوید. همین مسأله باعث ایجاد تضادی جالب توجه بین "بافت موضوعی" و "نحوه بازنمایی" آن در نشریات عامه پسند ایرانی شده است.^۲

۱. طول مطلب

برای بررسی طول مطلب می توان سطح زیر چاپ هر مطلب را مورد ارزیابی قرار داد. اما در این مقاله تحقیقی "طول مطلب" به وسیله شاخص دیگری به نام "تعدد مطلب" (در یک صفحه) مورد سنجش قرار می گیرد. دلیل این امر را نمی توان تنها در سادگی امر شمارش جست و جو کرد بلکه دلیل انتخاب این شاخص، دقت آن در سنجش "بافت بازنمایی" یک

صفحه روزنامه است؛ بدیهی است که هر چقدر تعداد مطالب چاپ شده در یک صفحه بیشتر باشد، صفحه شلوغ‌تر به نظر خواهد آمد و طول مطالب آن صفحه کمتر خواهد بود و بالعکس هر چه تعداد مطالب بیشتر باشد، طول آن بیشتر و صفحه در عین آن که خلوت به نظر می‌آید، تمرکز بیشتری بر یک یا چند مطلب خواهد داشت که این مسأله به مخاطب اجازه می‌دهد تا به راحتی مطالب را از روزنامه استخراج و آنها را مطالعه کند.

برای شروع، اگر برای مثال به‌طور اتفاقی از میان همه نشریات نمونه تحقیق (در سه سال) یک نشریه را برداریم و صفحه‌ای از آن را بازم بطور اتفاقی و بدون ورق زدن باز کنیم، تعدد بسیار زیاد مطلب در یک صفحه، اولین و مهمترین خصوصیتی است که به چشم می‌آید. در صفحه ۱۳ نشریه شماره ۲۱۷ شاخص که در دوشنبه ۱۳۷۷/۸/۲۵ به چاپ رسیده بود، ۱۳ مطلب قابل مشاهده است. حال اگر یک نشریه عامه‌پسند غربی را به‌طور اتفاقی باز کنیم و همان صفحه ۱۳ را مورد بررسی قرار دهیم، تنها با چهار مطلب روبه‌رو می‌شویم که یک مطلب آن بیش از ۸۰ درصد از سطح زیر چاپ این صفحه را به خود اختصاص داده و در ادامه مطلب صفحه ۱۲ (که در آنجا نیز بیش از ۸۰ درصد از سطح زیر چاپ را اشغال کرده است) به چاپ رسیده است. به عبارت ساده‌تر در صفحه ۱۳ نشریه VG شماره ۷۶ به تاریخ ۱۸ مارچ ۲۰۰۳ تعدد مطالب چاپ شده کمتر از یک سوم مطالب همین صفحه در نشریه شاخص (در تاریخی که در بالا بدان اشاره شد) است. این تفاوت عظیمی است که می‌تواند بحثی طولانی را دامن زند و شاید حتی بتوان از یک زاویه ساختاری، دلیل عدم روزنامه‌خوانی بسیاری از ایرانیان را نیز به همین تفاوت عظیم، نسبت داد.

تفاوت مورد اشاره تنها محدود به دو صفحه‌ای نمی‌شود که به‌طور اتفاقی انتخاب شده بود بلکه این تفاوت را می‌توان در عرض تقریباً تمام نشریات عامه‌پسند غربی و نمونه تحقیق از شش نشریه عامه‌پسند در عرض سه سال مشاهده کرد. بررسی این تحقیق نشان می‌دهد که نشریات عامه‌پسند ایرانی خبرها و گزارش‌ها و مقالاتی کوتاه به چاپ می‌رسانند، یعنی تعداد مطالب چاپ شده در هر صفحه آنها بسیار بیشتر از همتایان غربی آنهاست. برای مثال در صفحه ۱۳ روزنامه Sum به تاریخ ۴ مارچ ۱۹۹۰ تنها پنج خبر چاپ شده بود که سه خبر آن را می‌توان اصلی محسوب داشت. در سایر صفحات (برای مثال صفحه ۳) همین شماره از نشریه فوق‌الذکر عمدتاً سه مطلب زیر چاپ قرار گرفته بود. در همان روز نشریه Daily Star در صفحه پنج و هفت خود تنها چهار مطلب چاپ کرده بود.

پر مطلب‌ترین صفحه نشریات عامه‌پسند ایرانی صفحه ورزشی است که کوتاه و گوناگون

نویسی در آن بسیار بیشتر از سایر سایر صفحات مشاهده می شود. جالب است به این مسأله توجه شود که صفحه ورزشی در طول سه سال مورد بررسی، تحقیق، بیشترین حجم را در نشریات عامه پسند ایرانی در نمونه تحقیق به خود اختصاص می داد. میانگین تعداد مطالب ورزشی در نمونه تحقیق پنج و ۱۳ مطلب در هر صفحه است. در صفحات هنری میانگین تعداد مطلب به پنج و هفت مطلب در هر صفحه تنزل می کند.^۷ جالب اینجاست که میانگین تعداد مطالب سیاسی که عمدتاً در صفحه دو به چاپ می رسند، تنها پنج مطلب در هر صفحه است.^۸ معمولاً مطالب سیاسی این نوع نشریات انشاء گونه و بدون پردازش معمول ژورنالیستی تهیه می شوند و به گفته روزنامه نگاران حرفه ای که در این نوع نشریات مشغول به کار بوده اند، مخاطبان نشریات عامه پسند توجه چندانی به مطالب سیاسی ندارند. در همین جا می توان یکی از ریشه های "کوتاه نویسی" روزنامه نگاران روزنامه های عامه پسند (و حتی وزین ایرانی) را مورد بررسی قرار داد. بخشی از مهمترین این روزنامه نگاران، در مصاحبه با نگارنده یا دانشجویان مرتبط با نگارنده مطرح می کردند که یکی از دلایل عدم توجه مخاطبان به مطالب سیاسی، طول این نوع مطالب است که باعث خسته شدن مخاطب می شود. به عبارت ساده تر روزنامه نگاران حرفه ای به جای آن که به نوع پردازش مطالب سیاسی و موضوع آنها انتقاد داشته باشند به "طول مطلب" معترض بودند. روزنامه نگاران حرفه ای در مصاحبه با نگارنده با استناد به بعضی منابع درسی روزنامه نگاری، مطرح می کردند که امروزه در سطح جهانی "طول مطلب" در نشریات تابلوئید بسیار پایین آمده است.

اما نشریات عامه پسند در کشورهای صنعتی هرگز به طور متوسط پنج و ۱۳ مطلب را در یک صفحه به چاپ نمی رسانند. در اینجا نوعی بد فهمی یک مبحث نظری قابل مشاهده است. "طول مطلب نوشتاری" با "سطح زیر چاپ مطلب"، دو مقوله قابل تفکیک هستند و آنها را نمیتوان یکی انگاشت؛ کاهش "طول مطلب" الزاماً به معنای "کاهش سطح زیر چاپ مطلب" نیست.

۲- آواها

در گزارش های خبری یا گزارش های عمیق تحلیلی، بازیگران اجتماعی یا شاهدان عینی متفاوت و گوناگونی به شکل نقل قول های مستقیم یا غیر مستقیم حضور پیدا می کنند. بررسی نقل قول های بازنمایی شده در گزارش های خبری یا عمیق یکی از اصلی ترین حوزه های پژوهش های رسانه ای است. محققان مسائل رسانه ای، بررسی آواها را معمولاً به دلایل

محتوایی انجام می‌دهند تا سوگیری و یا تعادل یک قطعه خبری یا توصیفی - تحلیلی مورد سنجش قرار گیرد. اما در این مقاله تحقیقی دلیل بررسی آواها متفاوت است؛ در اینجا از یک زاویه ساختاری، برای بررسی شکل ارائه مطلب به‌وسیله روزنامه نگار، تعدد آواها مورد سنجش قرار می‌گیرد. برای آن‌که دلایل تحقیق در بررسی آواها مشخص شود، توضیح آوا و کاربرد آن در مطالعات سنتی ارتباطی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

ایدئولوژی حاکم بر خبر و مخصوصاً خبرهای سخت و اطلاع‌دهنده، ارائه فاکت‌ها یا واقعیت‌های غیرقابل انکار خبری از سوی روزنامه نگار و انعکاس همه نظرات یا بخشی از مهمترین نظرات مخالف و موافق "تحمیل‌شده" موجود در هر جامعه را امری الزامی می‌پندارد. به عبارت دیگر "فاکت" به‌وسیله روزنامه نگار بیان می‌شود و "نظر" به‌وسیله نقل قول‌هایی از بازیگران اجتماعی و شاهدان عینی، اما سعی می‌شود تا تنها یک نظر بیان نگردد بلکه اصلی‌ترین دیدگاه‌های موافق و مخالف در سطح جامعه، جایی در قطعه خبری برای خود بیابند. ایدئولوژی خبری یاد شده، منطبق بر نیازهای یک جامعه چندصدایی سرمایه‌داری مدرن است. در این‌گونه جوامع نه تنها ساختار اطلاع‌رسانی بلکه ساختار یک متن خبری مشخص نیز بر اساس اصل تکثر عقاید سامان داده شده است. آنچه در این جوامع در گردش مدام می‌باشد، متونی چند صدایی است که امکان شنیدن دیدگاه‌های اصلی و تحمیل‌شده موجود در جامعه را برای عموم مردم به‌وجود می‌آورند. بر این اساس مطالعه و سنجش تعدد آوا در بررسی پوشش خبری یک رویداد خبری از اهمیت خاصی در مجامع آکادمیک رسانه‌ای برخوردار شده است. یک شمارش ساده از میزان تحقیقات رسانه‌ای که در رابطه با اخبار در سطح جهانی انجام می‌شود، نشان خواهد داد که بررسی آواهای منعکس شده در جهت تعیین تعادل یا سوگیری خبری، اصلی‌ترین و عمده‌ترین بخش از بدنه تحقیقات رسانه‌ای را تشکیل می‌دهد.

معمولاً در مطالعات رسانه‌ای، تفکیکی بین "آوا" و "گفتار" ایجاد می‌شود. کلید درک تفاوت این دو را میتوان چنین بیان داشت که هر آواگفتاری است اما هر گفتار یک آوا نیست؛ آواگفتاری است که یک نظر را ارائه دهد اما چندین گفتار می‌توانند تنها یک نظر را منعکس ساخته باشند. اگر فرض را بر آن قرار دهیم که خبر چند آوایی خبری است که چندین دیدگاه یا تفکر را در رابطه با یک مسأله به‌وسیله گفتارهای متعدد منعکس می‌سازد، آنگاه الزاماً به این نتیجه‌گیری نیز باید تن در داد که خبر چند آوایی خبری دارای دو بعد مضمونی و صوری است. خبر چند آوایی "در صورت" و شکل به معنای انعکاس چندین گفتار است اما در

مضمون و محتوا به معنای انعکاس چندین دیدگاه مختلف است.

در این مقاله تحقیقی از یک زاویه حرفه‌ای، شکل ارائه مطلب به وسیله نشریات عامه پسند ایرانی مورد بررسی قرار می‌گیرد تا با یک نمونه در دسترس و محدود غربی مقایسه شود. بنابراین ابتدا به طور خلاصه توضیحاتی درباره دلیل به‌کارگیری این شاخص در این شکل خاص، به وسیله تحقیق بیان می‌شود. از یک زاویه حرفه‌ای تربیت روزنامه نگاران جوان بدین شکل انجام می‌شود که استاد از روزنامه نگار جوان می‌خواهد تا "عکس العمل" هر بازیگری را که به نوعی در یک قطعه خبری مورد اشاره قرار گرفته است، در مطلب منعکس سازد. بدین ترتیب بدون آنکه مبحث تعدد آوا مطرح شود، تعدد آوا در تدریس حرفه روزنامه نگاری مورد توجه قرار می‌گیرد معمولاً انعکاس "گفتار" به مثابه "چاشنی" قطعه برای "جالب" کردن مطلب مورد تدریس قرار می‌گیرد و بیان "عکس العمل" بازیگران درگیر در یک قطعه خبری نیز به مباحثی چون "اخلاق روزنامه نگاری" مرتبط می‌شود. به عبارت ساده‌تر چنین ادعا می‌شود که ارائه نقل قول‌های مستقیم یا غیر مستقیم در یک قطعه خبری، آن را جالب توجه می‌سازد و انعکاس بازیگران درگیر در یک رویداد خبری، حفاظت از حقوق اجتماعی افراد است و جزو وظایف اخلاقی روزنامه نگار محسوب می‌شود.

۲-۱ تحلیل آواها

برای مطالعه مبحث آواها به طور کاملاً اتفاقی، روزنامه شاخص به تاریخ ۱۳۷۶/۱/۱۸ انتخاب شد. این شماره از شاخص شامل ۱۲ صفحه بود که هشت صفحه آن به ورزش، دو صفحه به سینما، یک صفحه به مباحث اجتماعی و یک صفحه به سیاست اختصاص یافته بود. در صفحات شش و هفت شماره مزبور در مجموع ۱۹ مطلب ورزشی به همراه یک عکس ۲۱×۲۳ به چاپ رسیده بود. در ۱۹ مطلب یاد شده تنها دو نقل قول غیر مستقیم به چشم می‌خورد که هر دو نقل قول بسیار کوتاه‌اند. در سایر مطالب این دو صفحه حتی یک گفتار از بازیگران اجتماعی (در اینجا ورزشی) نیز به چشم نمی‌خورد. در صفحات هفت، هشت، نه و ۱۰ و ۱۱ همین نشریه ۳۷ مطلب به چاپ رسیده بود که در ۳۵ مطلب تنها سه نقل قول غیر مستقیم قابل مشاهده بود. دو مطلب باقی مانده نیز اساساً به مصاحبه با محمد رضا کر بکنندی و علی اکبریان اختصاص یافته بود.

بررسی کیفی تعداد نسبتاً زیادی از نشریات عامه پسند به وسیله تحقیق نشان دهنده وجود دو گرایش متفاوت در به‌کارگیری آواها در پردازش خبری این گونه از نشریات در ایران است.

نکته مشترک این دو‌گرایش را می‌توان در این واقعیت مستتر دانست که هر دو‌گرایش معمولاً و به‌طور غالب مطالب خود را به شکل تک‌آوایی مورد پردازش قرار می‌دهند. این دو‌گرایش که سایه سنگین خود را بر صفحات هنری و ورزشی نشریات یاد شده گسترانده‌اند، پس از آن‌که خبرهای خود را از بازیگران اجتماعی (در اینجا هنرمندان و ورزشکاران) به‌دست آورد بدون کوچک‌ترین «کار روزنامه‌نگاری» جداگانه‌ای آن را به چاپ می‌رسانند، ولی نحوه پردازش مطلب آنها را می‌توان بدین شکل از یکدیگر تفکیک کرد^۱.

گرایش اول پس از آنکه «خبر» را (پای تلفن) از بازیگر اجتماعی نام‌برده به‌دست آورد، آنگاه مطلب تک‌آوایی «خود را در سوم شخص تنظیم می‌کند. گویی که این مطلب به‌وسیله مثلاً ناصر خان حجازی یا علی آقای پروین بیان نشده و خبرنگار آن را خود شخصاً از منابع دیگری جمع‌آوری کرده است تا به شکل یک حقیقت مطلق و در سوم شخص بیان دارد. گرایش دوم، گفتار شنیده شده از بازیگر اجتماعی را به شکل یک نقل قول مستقیم یا غیر مستقیم پردازش می‌کند که در اینجا مطلب عمدتاً به شکل یک «نقل قول» تنظیم می‌شود^۲.

۱-۱-۲ اعداد سخنگو؛ تحلیل کمیت آواها

برای بررسی تعدد آواها یک جدول چهار رده‌ای تهیه شد و خبرها به بدون گفتار، تک گفتار، چند گفتار و چند آوا تقسیم شدند. منظور از مطلب بدون گفتار خبری بود که هیچ‌گونه نقل قولی از هیچ بازیگر اجتماعی را به‌کار نبسته باشد. خبر تک‌گفتاری، مطلبی تعریف شد که تنها یک نقل قول در آن مشاهده شود و مطلب چندگفتاری مطلبی محسوب شد که چندین گفتار هم موضع در آن قابل رویت باشد. خبر چند آوایی خبری تعریف شد که در آن چندین گفتار یا مواضع متفاوت قابل مشاهده باشد.

بررسی تعدد آواها در نمونه تحقیق که از شش نشریه عامه‌پسند تشکیل می‌شد که در یک دوره سه‌ساله مورد مطالعه قرار گرفته بودند، نشان داد که حدوداً نیمی از مطالب نشریات مزبور بدون هیچ‌گونه گفتاری (چه نقل قول مستقیم و چه نقل قول غیر مستقیم) به چاپ می‌رسند. سایر مقالات تک‌گفتاری بوده و تنها بین چهار تا ۱۲ درصد از مطالب شش نشریه نمونه تحقیق، چند آوایی‌اند. این در حالی است که بررسی یک نمونه کوچک اما در دسترس از نشریات عامه‌پسند انگلیسی و نروژی نشان می‌دهد که تقریباً تمام مطالب این نشریات حداقل از یک گفتار سود جسته، عمده آنها چندگفتاری و بیش از یک چهارم مطالب این نشریات چند آوایی است.

این اعداد نشان می دهند که پردازش مطلب در نشریات عامه پسند، عمدتاً بدون در نظر گرفتن روتین های کسب خبر و جمع آوری اطلاعات، انجام می پذیرد. عدم به کارگیری روتین های کسب خبر باعث می شود مطالب علاوه بر آن که عمدتاً بدون گفتار باشند، بیش از حد کوتاه و "پردازش نشده" به نظر آیند. در اینجا می توان این سؤال را طرح کرد که چه دلیلی باعث شده است تا چنین سبکی از خبر نویسی در نشریات عامه پسند ایرانی رواج یابد؟ چرا در نشریات عامه پسند ایرانی چنین درصد پایینی از نقل قول های بازیگران اجتماعی مورد استفاده قرار می گیرد؟ پاسخ بدین سؤال در ارتباطی تنگاتنگ با کوتاهی مطالب و ساختار بازنمایی مطالب قرار می گیرد.

۳- ساختار بازنمایی خبری

اگر نحوه بازنمایی مطالب به دو دسته نرم و سخت تقسیم شوند، آنگاه دو نوع ساختار کاملاً متفاوت را می توان برای بررسی و رده بندی مطالب نشریات از یکدیگر تفکیک کرد. «خبر سخت» مطلبی است اطلاع دهنده که حجم نسبتاً زیادی از اطلاعات را در باره نفس رویداد خبری و افراد درگیر در آن به همراه محل و زمان اتفاق رویداد در کوتاه ترین فضای ممکن در اختیار مخاطب قرار می دهد. البته خبر اطلاع دهنده و سخت در پاراگراف های تحتانی اطلاعات دیگری درباره سابقه، دلایل و نتایج و پیامدهای رویداد خبری نیز مطرح می سازد. خبرهای اطلاع دهنده عمدتاً با استفاده از "لید خلاصه اصلی ترین مطلب" با تأکید بر یک عنصر خبری می تواند همه یا چند عنصر از شش وجه اطلاعاتی را در یک پاراگراف برای مخاطب بیان کند. "خبر سخت با استفاده از ساختار هرم گونه در پاراگراف های مستقل از یکدیگر، می تواند هر یک از اجزای یاد شده را به ترتیب اهمیت به روشنی و وضوح کامل برای مخاطب هوشمند بیان کند. از یک زاویه حرفه ای، تنظیم خبر سخت زمان کمتری را به خود اختصاص می دهد و به همین دلیل نیز روزنامه نگاران حرفه ای آن را مناسب خبرهایی می دانند که به تازگی اتفاق افتاده است و زمان چندانی برای تنظیم خبر در اختیار روزنامه نگار قرار ندارد. در حالی که نشریات وزین همچنان بر ارائه خبر اطلاع دهنده پافشاری می کنند، امروزه این ساختار را دیگر نمی توان ساختار غالب در روزنامه نگاری محسوب داشت.

«خبرهای نرم» خبرهایی تعریف می شوند که زندگی و احساسات یک فرد یا گروهی از افراد را در مرکز توجه قرار دهند. در این نوع خبرها به هنگام گزارش یک تصمیم گیری کلان سیاسی-اجتماعی یا یک رویداد مهم با عواقب و ابعاد سیاسی و اقتصادی کلان، عمدتاً بر

تأثیری که تصمیم یا رویداد فوق‌الذکر بر زندگی یک فرد مشخص به نمایندگی از همه افرادی که در چنان وضعیتی قرار دارند، تأکید می‌شود. به همین دلیل نیز انعکاس احساسات بازیگران درگیر در یک رویداد خبری و یا بازیگران اجتماعی متأثر از تصمیم‌گیری‌های کلان اجتماعی به اصلی‌ترین زاویه مورد تمرکز خبرهای نرم تبدیل است. دقیقاً به دلیل تأکید بر فرد و احساسات انسانی است که خبرهای نرم نه تنها ساختار هرم گونه را مورد استفاده قرار نمی‌دهند و بر شش وجه اطلاعاتی تأکید نمی‌کنند، بلکه از زبان مرسوم خبری که ماهیتی خشک و رسمی دارد نیز بهره‌ای نمی‌گیرند. زبانی ساده و غیررسمی و گاه احساسی در کنار ساختاری داستانی، اصلی‌ترین مشخصه ساختاری خبرهای نرم است. با آن‌که خبرهای نرم عمدتاً درباره وقایعی است که مدت زمانی از وقوع آنها می‌گذرد، بسیاری از نشریات تابلوئید و سازمان‌های خبری تلویزیونی ملی با تبحری خاص، رویدادهای تازه را نیز به شکل یک خبر نرم گزارش می‌کنند.

۳-۱ تحلیل ساختار بازنمایی در نشریات عامه پسند ایرانی

بر اساس مباحث و تعاریف مفهومی فوق، تحقیق پس از شاخص‌سازی ساختارهای خبری و تعیین مؤلفه‌های متنی هریک، به بررسی این سؤال پرداخت که مطالب نشریات عامه پسند ایرانی عمدتاً با استفاده از کدام یک از دو ساختار سخت یا نرم بازنمایی شده است؟ بررسی مطالب نشریات عامه پسند نشان دهنده نکته‌ای بسیار جالب توجه بود که ریشه در یک تعارض غریب و یگانه داشت؛ در حالی که عمده مطالب این نشریات را از یک زاویه موضوعی می‌توان نرم ارزیابی کرد، ساختارهای پردازش خبری در نشریات نمونه تحقیق عمدتاً سخت محسوب می‌شدند. از آنجا که مطالب این نوع نشریات بسیار کوتاه تهیه شده بودند، ساختارهای بازنمایی آنها را می‌توان به "لیدهای بلند و طولانی" تشبیه کرد که به تنهایی و بدون قرار گرفتن بر ارتفاع هرمی واژگونه، با توضیح شش وجه اطلاعاتی، موضوعاتی نرم را "اطلاع" می‌دادند. به عبارت ساده‌تر تعارضی عجیب بین "موضوع" و "ساختار بازنمایی" در نشریات عامه پسند ایرانی در نمونه تحقیق مشاهده شد؛ موضوعات نرم از طریق ساختارهای سخت پردازش شده بود.

البته در همین جا می‌توان به نکته بسیار مهم دیگری در رابطه با تعارض یاد شده در ابتدای این نوشتار، اشاره کرد. موضوعات نشریات عامه پسند دقیقاً با تعاریف موجود از خبر نرم هماهنگی ندارند و آنها را عمدتاً می‌توان موضوعات غیررسمی، یا حتی به زعم منتقدان این

نوع نشریات، غیر عادی ارزیابی کرد. ساختارهای بازنمایی آنها را نیز نمی توان با ساختارهای سخت خبری همخوان دانست، چرا که در نهایت عمده مطالب نشریات نمونه تحقیق به شکل یک لید طولانی تنظیم شده بودند، ولی سایر بخش های "شما" یا "نقشه" یک خبر سخت و اطلاع دهنده، آن گونه که "بل" یا "ون دایک" توضیح داده اند، در پردازش مطالب نشریات عامه پسند، ارائه نمی شد.

برای مثال در صفحات ۱۰ و ۱۱ از نشریه پیام آور به تاریخ پنج شنبه ۱۳۸۴/۴/۲۶، ۲۳ مطلب ورزشی به چاپ رسیده بود که مطالب هیچ یک از آنها را نمی توان به معنای واقعی کلمه از یک زاویه موضوعی، نرم محسوب داشت. بلکه آنها را عمدتاً می توان خبر هایی غیر رسمی و غیر جدی به حساب آورد که در قالبی خشک و با استفاده از گفتمان خبری به چاپ رسیده بودند. به جز یک مورد در هیچ یک از خبر های این دو صفحه، اشاره ای به احساسات انسانی بازیگران نشده بود و بر احساس مخاطب نیز تأثیری نداشت. اگر ساختار بازنمایی در این خبرها به دقت تحلیل شود، می توان چنین نتیجه گرفت که آنها از "ساختاری اطلاع دهنده" بهره می جویند ولی این ساختار را به طور کامل مورد استفاده قرار نداده و تنها بخشی از آن را به کار می بندند. خلاصه آن که ساختار این خبرها اطلاع دهنده است اما محتوای اطلاعات جدی و رسمی نیست. در اینجا به عنوان نمونه یکی از خبرهایی مورد بررسی قرار می گیرد که تحت عنوان "شاهرودی اجازه گرفت"، در صفحات یاد شده در پیام آور به چاپ رسیده بود.

"رضا شاهرودی پیستون چپ ملی پوش پیروزی یکی از غایبان بزرگ تیمش در مسابقه با ماشین سازی بود. شاهرودی با توجه به خستگی بیش از حد مسابقه های پیروزی و تیم ملی، از مربیان تیمش درخواست مرخصی کرده بود و درخشان و محمد خانی نیز به شاهرودی اجازه دادند تا در سفر به تبریز به همراه پیروزی نباشد و به استراحت پردازد."

پیام آور - شماره ۱۲۸ - پنج شنبه ۱۳۸۴/۴/۲۶ - ص ۱۲

این "خبر" بسیار کوتاه از ساختار یک "لید خلاصه مهمترین مطلب" با تأکید بر عنصر شخصیت، بهره برده است. از شش وجه اطلاعاتی، عناصری چون چه کسی، چه، کجا، چگونه و چرا در همین مطلب بسیار کوتاه بیان شده و تنها زمان رویداد به دقت و روشنی توضیح داده نشده است. سؤال اینجاست که آیا اساساً این ساختار مناسب چنین "مطلب خبری" بوده است؟ با همین ساختار خبرنگار قادر بود تا خبری رسمی و جدی را گزارش کند. به خبر فرضی زیر توجه کنید:

“آقای... یکی از غایبان بزرگ در جلسه امروز هیئت دولت بود. آقای... با توجه به خستگی بیش از حد از نخست وزیر درخواست مرخصی کرد و نخست وزیر نیز به آقای... اجازه داده بود تا در سفر هیئت دولت به تبریز، همراه آنان نباشد و در تهران به استراحت بپردازد.”

چه تفاوتی بین مخاطبِ خبر فرضی فوق با مخاطبِ خبر پیام آور در مورد شاهرودی وجود دارد؟ آیا این تفاوت تنها به مطلب مورد نظر آنها محدود می‌شود و یا آنکه دامنه تفاوت این دو نوع مخاطب به شکل و ساختار ارائه خبر نیز قابل سرایت است و باعث تغییر در ساختار خبری به‌کارگرفته از سوی نشریات عامه‌پسند نیز می‌شود؟ پاسخ بدین سؤال، پاسخ به‌گه‌گاه نظری است که این مقاله تحقیقی بر آن اصرار می‌ورزد.

در دو خبر فوق (که یکی مربوط به پیام آور و دیگری خبری فرضی بود) یک تفاوت و یک تشابه قابل مشاهده است. تفاوت این دو خبر را می‌توان به رسمیت دومی و غیر جدی بودن اولی نسبت داد؛ شخصیت در اولی یک ستاره ورزشی است و در دومی یک مقام رسمی دولتی است. اما تشابه هر دو خبر را می‌توان در ساختاری مورد بررسی قرار داد که “اطلاعات” هر دو خبر را حمل کرده است. هر دو خبر از ساختاری “سخت” استفاده کرده‌اند ولی محتوای یکی “نرم” و دیگری رسمی و سخت است.

سایر خبرهای همین دو صفحه پیام آور نیز از ساختاری سخت بهره‌برده‌اند در حالی که مطلب همه خبرها نرم می‌باشد. در اینجا تحلیل با نوعی تعارض بین ساختار و محتوا روبه‌روست. اجازه دهید تا برای توضیح بهتر مثالی دیگر از همین شماره از پیام آور ارائه شود.

“پرورش خواه برای همیشه رفت؟”

“بهبود پرورش خواه هافبک شمالی استقلال در یکی از تمرینات هفته گذشته این تیم با حالت قهر اردوی این تیم را ترک کرد. علت قهر پرورش خواه به اختلاف او با حجازی بر می‌گردد. پرورش خواه به حجازی گفت: قصد ندارد در هیچ شرایطی به استقلال باز گردد.”

پیام آور - شماره ۱۲۸ - پنجشنبه ۱۳۸۴/۴/۲۶ - ص ۱۳

پرورش خواه در زمان خود یکی از بازیکنان محبوب و قدیمی استقلال بود که به دنبال اختلاف با سرمربی این تیم، استقلال را برای همیشه ترک کرد. چنین مطلبی همه خصوصیات لازم برای یک پردازش نرم را دارد تا احساسات مخاطب ورزشی خوان را به غلیان در آورده و او را کاملاً سرگرم کند. این مطلب به همراه عکس‌های جالب و تمام‌رنگی از پرورش خواه و حجازی، در صورت پردازش مناسب می‌توانست سطح زیر چاپ هر دو صفحه مورد بحث را

که در آنها ۲۳ مطلب به چاپ رسیده بود، اشغال کند؛ ارائه نقل قول‌های احساسی متعدد از حجازی و پرورش خواه در توضیح تضاد موجود بین آنها، نقل قول از بازیکنان یا کسانی که شاهد قهر کردن پرورش خواه از جلسه تمرین و چگونگی آن بوده اند و توصیف تاریخچه اختلاف این دو و یا بیان «تاریخ حضور این دو در تیم استقلال» به همراه عکس‌های قدیمی از آنها. چاپ «عکس العمل» احساسی طرفداران استقلال درباره پرورش خواه در پاکس‌های رنگی و .. همه و همه به یک پاراگراف کوتاه که در حقیقت در حکم یک لید شخصیت از خلاصه مهمترین مطلب ختم شده است.

برای بررسی تعارض فوق، این مقاله تحقیقی با توجه به مباحث ارائه شده، اقدام به شاخص‌سازی منحصر به فردی می‌کند تا بتواند این تعارض را بررسی کند. ابتدا مقاله تفکیکی بین ساختار خبری و موضوع یا محتوای خبر ایجاد می‌کند. سپس مطالب نشریات را از نظر محتوایی به «غیر جدی و غیر رسمی» (یا به اصطلاح غلط نرم)^{۱۵} و «جدی و رسمی یا سخت» و از یک زاویه ساختاری آنها را به «اطلاع دهنده» و «فردی شده» تفکیک می‌کند. با مقایسه درصد‌های به دست آمده، ابعاد تعارض شکل و محتوا در نشریات عامه پسند ایرانی به دست خواهد آمد. «خبرهای غیررسمی و غیر جدی» خبرهایی تعریف شده‌اند که در باره مباحث کلی مربوط به فضای عمومی نباشند؛ مانند خبرهایی درباره افراد معمولی یا ستارگان سینمایی و ورزشی، مسابقات ورزشی یا چگونگی تولید کالاها یا فرهنگ و حوادث. «خبرهای رسمی» خبرهایی تعریف شده‌اند که درباره مباحث کلی مربوط به فضای عمومی باشند؛ مانند خبرهایی درباره مسائل سیاسی و اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و یا خبرهایی درباره اختلاف نظرهای موجود در جامعه در رابطه با سیاست‌گذاری‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی.

«خبرهای اطلاع دهنده» خبری تعریف می‌شوند که یا از هر م‌واژگون استفاده کرده و یا آن‌که به دلیل خلاصه بودن، تنها ساختار یکی از لیدهای مرسوم در این نوع خبر نویسی را به کار گیرند و شش وجه اطلاعاتی یا تعدادی از عناصر یاد شده را در فضایی کوتاه ارائه دهند. اما خبر فردی شده، خبری تعریف می‌شود که ساختاری داستانی داشته، ابعاد احساسی رویداد و تأثیرات آن را بر زندگی یک فرد (چه معمولی و چه مشهور) به تصویر کشد که در اینجا می‌توان از ساختار خطی (تاریخی) یا اشکال پیچیده تر ادبی سود جست.

بررسی تک به تک نشریات مورد بررسی نشان می‌دهد که ۱۰۰٪ از مطالب شاخص، ۷۳٪ از مطالب گام، ۶۳٪ از مطالب پنج‌شنبه‌ها و پیام آور، ۶۰٪ از مطالب بیک آزادی و ۵۶٪ از مطالب ستاره سهیل با استفاده از ساختار اطلاع دهنده بازنمایی شده بودند. این در حالی بود که ۹۳٪ از

مطالب گام، ۸۹٪ از مطالب پنج‌شنبه‌ها، ۷۸٪ از مطالب شاخص، ۷۵٪ از مطالب ستاره سهیل، ۶۸٪ از مطالب پیک آزادی و ۶۷٪ از مطالب پیام آور از نظر موضوعی نرم بودند. مقایسه این دودسته از آمارهای به‌دست آمده درباره ساختار بازنمایی و محتوای مطالب، به خوبی نشان دهنده تعارضی است که مقاله بدان اشاره داشت.

پایان سخن

هدف اصلی این مقاله تحقیقی، بررسی چگونگی پردازش مطالب در نشریات عامه‌پسند ایرانی بود. برای نیل بدین هدف سه شاخص اصلی به‌کار گرفته شد که عبارت بودند از طول مطلب، تعدد آوا و ساختار بازنمایی مطلب. نتایج به‌دست آمده نشان داد که مطالب عمدتاً نرم این نوع نشریات به شکلی اطلاع‌دهنده و در فضایی بسیار محدود بازنمایی شده‌اند. در نیمی از مطالب نمونه تحقیق، هیچ نقل قولی از بازیگران خبری منعکس نشده بود و در سایر مقالات تنها یک تک‌گفتار از یک بازیگر نقل شده بود.^{۱۷}

نتایج به‌دست آمده، سئوالات متعددی را شکل می‌دهد؛ اولاً چگونه ممکن است که تعدد مطلب در نشریات عامه‌پسند در کشورهای صنعتی چندین و چند برابر کمتر از تعدد مطلب در هر صفحه نشریات عامه‌پسند ایرانی باشد ولی کیفیت پردازش مطلب در هر دو دسته از نشریات فوق قابل مقایسه و یا برابری باشد؟ پردازش مطلب به فضا محتاج است و به هنگامی که نشریات ایرانی چندین و چند برابر نشریات غربی فضای کمتری از هر صفحه خود را به یک مطلب اختصاص می‌دهند آیا نمی‌توان فرض را بر آن قرار داد که پردازش مطلب در این نشریات به همین نسبت، از کیفیت پایین‌تری برخوردار است و آیا سطح بسیار بالای تیراژ نشریات غربی را نمی‌توان به همین پردازش قوی و حرفه‌ای آنها نسبت داد؟

سئوال بعدی این است که چگونه ممکن است که مطالب نشریات تابلوئید در کشورهای صنعتی کوتاه‌تر و کوتاه‌تر شده است ولی بر عکس انتظار همتایان ایرانی آنها، تعدد مطلب در هر صفحه این‌گونه نشریات در کشورهای صنعتی، حداکثر از میانگینی حدود سه مطلب در هر صفحه برخوردار است؟ چگونه حجم مطلب کاهش یافته ولی تعدد مطلب در هر صفحه کاهش نیافته است؟ پاسخ به این سئوال را می‌توان در تفکیکی جست‌وجو کرد که قاعدتاً بین طول مطلب نوشتاری و فضای زیر چاپ همان مطلب وجود دارد.

همین مسأله سئوالی مهم‌تر را در ذهن ایجاد می‌کند؛ اگر طول نوشتاری یک مطلب کاهش یافته است ولی سطح زیر چاپ آن تقلیل نیافته، پردازش مطلب از چه طریقی صورت می‌گیرد

و تفاوت‌های آن با پردازش سنتی مطلب در چه اصل و اساسی نهفته است؟ به عبارت ساده‌تر چگونه می‌توان «مطلب کوتاهی» را «پردازش» کرد که فضای زیر چاپ نسبتاً زیادی را اشغال می‌کنند؟^۱ پاسخ به این سؤال در چارچوب این مقاله قرار نمی‌گیرد اما پاسخ بدان، برای نشریات و روزنامه‌نگاری مخاطب‌گرای ایران، یک ضرورت است.^۲

پی‌نویس‌ها:

۱. البته این مسأله درباره مطالب سیاسی، مصاحبه‌ها، مقالات صفحه دوم و مطالب مربوط به صفحه حوادث صدق نمی‌کند، ولی مطالب یاد شده را تنها می‌توان بخش فرعی نشریات عامه‌پسند در دوره مورد بررسی این تحقیق به‌شمار آورد.

۲. البته مطالب بسیار کوتاه این نشریات عمدتاً ساختار لید خلاصه اصلی‌ترین مطلب را با تأکید بر شخصیت به‌کار می‌گیرند که تمامی یا تعداد زیادی از شش وجه اطلاعاتی که به‌عناصر خبری معروف هستند را در همین قطعه‌های خلاصه و کوتاه خود ارائه می‌دهند.

۳. این مقاله با توجه به نتایج به‌دست آمده از یک تحقیق برای مرکز رسانه‌ها تدوین شده است که به‌وسیله همین نگارنده انجام پذیرفت. نمونه تحقیق از میان شش نشریه ستاره‌سپیل، پیک آزادی، پیام آور، شاخص، گام، تلاش و پنج شنبه‌ها، انتخاب شد. این نشریه‌ها در طول سه سال ۱۳۷۵-۱۳۷۶ و ۱۳۷۷ مورد بررسی قرار گرفته‌اند. از هر نشریه ۱۲ شماره (یعنی یک نشریه از هر فصل)، انتخاب شد که نمونه‌ای به حجم ۷۲ نشریه را شکل می‌دهد. همه مطالب این ۷۲ نشریه به شکل تمام شماری در رابطه با شاخص‌های مورد استفاده در این مقاله، بررسی شده‌اند.

۴. به دلیل آن‌که مخاطب (و مخصوصاً مخاطبی با سطح تحصیلات محدود) دیگر حوصله خواندن مطالب طولانی را ندارد، نشریات عامه‌پسند در سطح جهانی، «متن نوشتاری» مطلب خود را کوتاه و کوتاه‌تر تولید می‌کنند. اما این بحث نظری در ایران آن‌چنان غلط درک شده که «متن نوشتاری کوتاه» یا «مطلب کوتاه» یکی انگاشته شده است و بنابراین در یک صفحه تعداد بسیار زیادی از مطالب کوتاه به چاپ می‌رسد. سطح زیر چاپ مطلب در سطح جهانی تقلیل نیافته است بلکه تعداد لغت‌های متن نوشتاری مطلب کم شده است. این بدفهمی، تضادی عمیق ولی جالب و گاه خنده‌آور بین صفحات یک نشریه عامه‌پسند ایرانی و نشریات عامه‌پسند غربی ایجاد کرده است (این در حالی است که منبع نظری تولید مطلب کوتاه در ایران از همان غرب سرچشمه می‌گیرد).

۵. این نشریه تنها در پنج صفحه از صفحات همین شماره، ۵۶ مطلب به چاپ رسانده است. اما **VG** در پنج صفحه از شماره مورد نظر تنها هفت مطلب چاپ کرده است!

۶. تفاوت بین صفحه اول نشریات عامه‌پسند ایرانی با نشریات عامه‌پسند غربی نیز بر همین منوال است. در صفحه اول نشریه شاخص که در تاریخ مورد اشاره به طبع رسیده بود، دو عکس به همراه ۱۰ تیترا (تعداد تیتراها آنقدر زیاد است که این نشریه تنها به چاپ تیتراها در صفحه اول بسنده کرده و هیچ مطلبی - حتی در حد یک اصطلاحا سو تیترا نیز - در این صفحه قابل مشاهده نیست) مشاهده می‌شد. اگر به نمونه‌های در دسترس نشریات غربی مراجعه شود تحلیل‌گر متوجه می‌شود که تعداد مطالب (و تیتراهای) صفحه اول نشریات غربی بسیار کمتر است؛ مثلاً در پنجم دسامبر ۱۹۸۰ در **New Standard** در صفحه اول تنها دو مطلب و در صفحه اول **Express Daily** (۲۴ آوریل ۱۹۷۹) تنها یک مطلب و در صفحه اول نشریه **Daily News** (۳ ژانویه ۱۹۷۵) تنها یک مطلب به چاپ رسیده بود.

۷. بررسی مطالب هنری نشان می‌دهد که دلیل تنزل میانگین تعداد مطالب هنری در هر صفحه، تعداد بالای مصاحبه‌های هنری است که معمولاً طولانی‌تر از سایر مطالب است. همین مسأله به نوعی دیگر باعث تنزل میانگین مطالب ورزشی نیز شده است. اما می‌توان توجه داشت که در دو صفحه میانی ورزشی گاه تا بیش از ۵۰ مطلب نیز چاپ می‌شود.

۸. در حقیقت مطالب اجتماعی باعث شده میانگین مطالب سیاسی در صفحه دوم یا صفحه مانیفست نشریات عامه‌پسند ایرانی تا پنج مطلب در صفحه افزایش یابد. به عبارت ساده تر مطالب سیاسی این نشریات نسبت به سایر مطالب بسیار طولانی‌ترند.
۹. خبرنگاران چیره‌دست نیز با درک همین مسأله برای آنکه در عین بیان یک دیدگاه ظاهری نوین به مطلب خود اعطاء کنند چندین گفتار از چندین فرد همفکر را در قطعه خبری خود منعکس می‌سازند و به این ترتیب در عین آنکه مطلب آنها تک‌آوایی است، چندگفتاری نیز هست.
۱۰. در اینجا می‌توان به یک دیکتومی جالب در ذهن روزنامه نگاران نشریات عامه‌پسند و شاید بسیاری از نشریات دیگر اشاره کرد؛ «خبر»، «خبر است» و «مصاحبه»، «مصاحبه» گویی که ارائه نظرات بازیگران درگیر در یک رویداد و بیان عکس‌العمل لغوی آنها چندان جایی در پردازش خبری ندارد.
۱۱. به عبارت دیگر کار «جمع‌آوری اطلاعات» در اینجا تنها منوط می‌شود به داشتن دفترچه تلفنی پر از اسامی مختلف از هنرمندان و ورزشکارانی که گاه خبرنگار را به خوبی می‌شناسند. از طریق تلفن از بازیگر اجتماعی نامبرده سؤال می‌شود که «تازه چه خبر» و او نیز مثلاً می‌گوید که چه کارهایی در دست ساخت دارد و یا قرار است به کدام تیم نقل مکان کند. گفته‌های او نیز دقیقاً به همین ترتیب و به شکل یک مطلب بسیار کوتاه چاپ می‌شود. البته به قول حرفه‌ای‌ها اگر گفته‌های او «ارزش خبری» بیشتری داشت، و در ضمن بازیگر مزبور (پای تلفن) به خبرنگار «حال داد»، می‌توان یک مصاحبه را نیز با او از طریق تلفن ترتیب داد!
۱۲. هر مطلبی که یک دیدگاه را بیان دارد، یک مطلب تک‌آوایی است (حتی مطالبی که از نقل قول نیز بهره‌ای نگرفته‌اند).
۱۳. نحوه پردازش این گونه خبرها بسیار غریب بوده و باعث می‌شود تا این سؤال در ذهن ترسیم شود که چرا روزنامه نگاران عکس‌العمل سایر بازیگران درگیر در یک ماجرای خبری را ارائه نداده و روتین‌های کسب‌خبر را رعایت نمی‌کنند. بسیاری از مسائل مطرح شده بوسیله هنرمندان یا ورزشکاران، غوغا برانگیز بوده و قاعده کار روزنامه نگاری بر آن است که «عکس‌العمل» طرف مقابل نیز ضمیمه مطلب شود. خبرنگاران نشریات عامه‌پسند در پاسخ بدین سؤال که چرا مطلب آنها تنها نظر غوغا برانگیز یک ورزشکار یا هنرمند را بیان می‌دارد و به طرف مقابل از طریق بیان عکس‌العمل وی حق دفاع داده نمی‌شود، مطرح می‌کردند که «خبرنگار است و منابع او» و اگر یک منبع «موضوعی بکر» را در اختیار یک خبرنگار قرار داد و خبرنگار مزبور در خبر تنظیم شده مطالبی را به چاپ رساند که موافق میل منبع خبر نباشد، چنین خبرنگاری برای همیشه در لیست سیاه آن منبع قرار می‌گیرد و امکان دست‌یابی به «اطلاعات بکر و تازه و غوغا برانگیز» را برای همیشه از دست می‌دهد!
۱۴. جالب اینجاست که نتیجه تحقیق نشان می‌دهد که عمده مطالب نشریات عامه‌پسند (و مخصوصاً خبرهای ورزشی) در حقیقت تنها یک «لید خلاصه مطلب» است که البته با نواقصی به صورت یک خبر کوتاه و به تنهایی به چاپ رسیده است!
۱۵. «خبر نرم» به تعریف کلاسیک آن الزاماً خبری «فردی شده» است. در اینجا برای بررسی تعارض موجود بین شکل و محتوای مطالب نشریات عامه‌پسند ایرانی در تعریف فوق تعدیلی ایجاد شده است.
۱۶. البته تذکر این نکته الزامی است که اگر صفحات حوادث این نشریات به تنهایی بررسی می‌شدند، تعارض شکل ارائه و محتوای مطلب بسیار کمتر می‌شد. به نظر می‌رسد که حادثه نویسان به‌طور کلی به سوی شکل ارائه داستانی و غیر خبری تمایل بیشتری دارند که با محتوای مطالب آنها نیز همخوانی دارد.
۱۷. تنها بین چهار تا ۱۲ درصد از مطالب شش نشریه نمونه تحقیق چند آوایی بودند.
۱۸. پاسخ به این سؤال را نمی‌توان به شکلی ساده انگارانه به یک عامل همچون بزرگی عکس و یا سیاهی تیترا نسبت داد و باعث دور جدیدی از بدفهمی نظری شد.
۱۹. این مقاله عمدتاً از نتایج به دست در تحقیقی به نام «نشریات عامه‌پسند؛ ساختارها، دیدگاه‌ها و بینش‌ها» استفاده کرده است که به‌وسیله همین نگارنده برای مرکز رسانه‌ها انجام پذیرفت. از آنجا که در نوشتن این مقاله به منبع دیگری رجوع نشده است خواننده در صورت تمایل برای آگاهی از آبخشور نظری مقاله می‌تواند به فهرست منابع همان تحقیق مراجعه کند.