

مقابله با کاهش تیراژ شیوه‌های نوین پردازش مطلب

نوشته

دکتر تزا میرفخرایی*

چکیده

آنچه پیش روی دارید، مقاله‌ای تحقیقی است که به آسیب‌شناسی شیوه پردازش سنتی و مرسوم در نشریات ایرانی و مقایسه آن با شیوه‌های نوین پردازش در کشورهای صنعتی می‌پردازد. قسمت اول مقاله حاضر به تحلیل شیوه پردازش نوینی می‌پردازد که عمده نشریات کشورهای صنعتی به شکلی فزاینده از آن استفاده می‌کنند و قسمت دوم مقاله به تحلیل انتقادی شیوه پردازش سنتی مرسوم در نشریات ایرانی خواهد پرداخت.

کلید واژه: فرهنگ شفاهی، شیوه پردازش نوین، پردازش تصویری، پردازش شفاهی، مطلب نوشتاری، چرخش چشم، گله‌گله یا تکه‌تکه‌خوانی، شیوه بهره‌مندی مخاطب، پخش معنا، برجسته‌سازی معنا، عوامل ساختاری

۱. آغاز سخن**

یکی از معضلات اصلی نشریات در ایران پایین بودن سطح تیراژ آنهاست. با آنکه دلایل متعددی بر این امر متصور است، اما معمولاً روزنامه‌نگاران حرفه‌ای دو دلیل را بیش از سایر دلایل عنوان می‌کنند "سانسور" و "نبود فرهنگ روزنامه‌خوانی". از آنجا که هیچ‌یک از دو دلیل فوق را روزنامه‌نگاران و صاحبان امتیاز و ناشران نمی‌توانند حل کنند، هر دو دلیل را می‌توان به خارج از پدیده روزنامه‌نگاری مربوط دانست و تأکید بیش از حد بر آنها را می‌توان نوعی شانه خالی کردن از زیر بار مسئولیت محسوب داشت. سؤال اینجاست که آیا هیچ‌یک از دلایل پایین بودن سطح تیراژ در ایران به خلل‌ها و اشکالاتی باز نمی‌گردد که روزنامه‌نگاران و ناشران ایرانی به‌طور مستقیم در آن دخیل باشند؟

* استادیار علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی

** این مقاله خلاصه تحقیقی است با عنوان «آسیب‌شناسی پردازش سنتی مطلب در نشریات ایرانی: در مقایسه با پردازش تابلونیدی» که نگارنده در سال ۱۳۸۶ برای دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها انجام داده است.

اما مسئله تیراژ را نمی‌توان یک مسئله کاملاً ایرانی محسوب کرد. با آنکه تیراژ نشریات غربی در سطحی بالا و شاید حسادت برانگیز برای ما ایرانی‌ها قرار داشته باشد، بسیاری از نشریات عمده اروپایی در سال‌های اخیر با مسئله کاهش تیراژ روبه‌رو شده بودند که ادامه حیات آنها را با مشکلاتی اساسی روبه‌رو کرده بود. این نشریات برای مقابله با مسئله افت تیراژ راهکارهای مختلفی از جمله اهدای جوایز گوناگون به خوانندگان و چاپ ویژه نامه‌های مختلف را به کار بستند که هریک از این راهکارها پس از گذشت مدت زمانی کوتاه موضوعیت خود را از دست دادند ولی مسئله افت تیراژ همچنان به قوت خود باقی ماند. آخرین راهکاری که این نشریات برای مقابله با مسئله اصلی خود به کار بستند عبارت بود از تغییر قطع نشریه از وزین به کوچک یا کامپکت.

مخاطب برحسب عادت، نشریه وزین مورد علاقه خود را که عمدتاً صبح‌ها به چاپ می‌رسند، می‌خرید و آن را ابتدا به محل کار خود و سپس به خانه "حمل" می‌کرد. در طول روز هر جا که وقت می‌کرد، نگاهی سریع به نشریه می‌انداخت و آن را ورق می‌زد. در این ورق زدن‌ها ممکن است تیرهایی نظرش را جلب کند، اما نداشتن زمان کافی برای مطالعه باعث می‌شود تا خواننده احساس کند که وی کمتر و کمتر از مطالب نشریه‌ای بهره می‌برد که هر روز آن را می‌خرد. چنین احساسی می‌تواند باعث قطع رابطه این مخاطب فرضی با روزنامه مورد علاقه خود شود.

همچنین می‌توان سؤال کرد که نشریات وزین اروپایی در حرکت خود از قطع بزرگ به قطع کوچک‌تر چه هدفی را دنبال می‌کنند تا بی‌آنکه به هیجان‌زایی یا عکس‌های مستهجن پناه ببرند، تیراژ نشریه را افزایش دهند. "راز" این حرکت نشریات اروپایی در چه مقوله‌ای نهفته است؟

از سویی می‌توان فرض را بر آن قرار داد که قطع تابلونید به دلیل کوچکی، قابلیت حمل بیشتری دارد و مخاطب به راحتی آن را در دست می‌گیرد یا در مکان‌های شلوغ و پر ازدحام مطالعه می‌کند. این قطع به مخاطب اجازه می‌دهد که نشریه را بدون مزاحمت برای اطرافیان در قطار، اتوبوس و حتی تاکسی نیز مطالعه کند. اما در دراز مدت، در اصل مسئله، یعنی نداشتن زمان مناسب برای خواندن مطالب، تغییری ایجاد نخواهد شد. بنابراین مخاطب نشریه "کامپکت" نیز به دلیل نداشتن وقت نمی‌تواند به مطالعه مطالب آن پردازد و همین مسئله بالأخره می‌تواند باعث قطع رابطه مخاطب با نشریه‌ای گردد که اینک در قطع کوچک چاپ می‌شود.

تغییر قطع نشریه درمانی است که تنها در کوتاه مدت بر خواننده تأثیر خواهد گذاشت. این درمان باید شامل عناصر دیگری نیز باشد تا با توسل به آن عناصر، در دراز مدت بتوان مخاطب را حفظ کرد. اما این "عناصر دیگر" باید شامل چه ویژگی‌هایی باشد؟

پاسخ به این سؤال را می‌توان مسئله اصلی قسمت اول مقاله حاضر محسوب کرد. پاسخ به این سؤال، در حقیقت تحلیل و طبقه‌بندی شیوه پردازش خاصی است که نشریات امروزی قادر به انطباق با نحوه "خواندن" مخاطبان نشریات امروزی در زمانی کوتاه می‌نماید.

مخاطب دیگر حوصله روزنامه خواندن ندارد بلکه روزنامه را حدوداً ۳۰ دقیقه تا حداکثر یک ساعت در روز "ورق" می‌زند. سؤال اینجاست که مطالب یک نشریه را چگونه می‌توان پردازش کرد تا مخاطب در ورق زدن‌های پیاپی ولی متقطع که در زمان‌های مختلف در طول

روز انجام می‌شود و در مجموع به‌طور متوسط بیش از ۳۰ دقیقه به طول نمی‌انجامد، اصلی‌ترین مفاهیم آن را درک کند؟

در این تحلیل قصد من بر آن است تا نشان دهم که دلیل اصلی حرکت نشریات وزین امروزی که پایبند اصول روزنامه‌نگاری مسئول هستند، به سوی "پردازش تابلوئیدی"، همانا انطباق با نحوه "مطالعه" خوانندگان است که دیگر نه وقت مطالعه دارند و نه حوصله آن را. مخاطبانی که عمدتاً به "ورق زدن"، "نگاه کردن" و در صورت جلب مطلب یا مطالبی، به "تکه تکه خوانی" یا "گله گله" خوانی خواهند پرداخت. (این بخش عمدتاً از طریق بررسی نحوه مطالعه دانشجویانی که نمونه تحقیق بوده‌اند مورد بررسی قرار خواهد گرفت).

مخاطبی که وقت مطالعه ندارد ابتدا روزنامه را ورق می‌زند، سپس تیتراها و عکس‌ها را می‌بیند و در مرحله بعدی یعنی در ورق زدن‌های مکرر به سوتیتراها و زیرنویس عکس‌ها می‌پردازد. در این مرحله یا در ورق زدن بعدی (که بستگی به میزان علاقه مخاطب به مطلب دارد یعنی تماس ابتدایی وی با تیترا، عکس و سوتیتراها عامل تعیین‌کننده برای ادامه به مرحله بعدی دارد) لید بعضی از خبرها را مطالعه می‌کند. در ورق زدن‌های مکرر چند مطلب بسیار مهم را (که مثلاً "تیترا یک" نشریه است) به صورت تکه تکه و گله گله مطالعه می‌کند. یعنی مخاطب بخش‌هایی از متن را به صورت گذرا می‌نگرد و بعضی از خطوط داخل متن را به شکل "غیرخطی" یعنی غیرمتداوم و "بریده بریده" می‌خواند. به عبارت دیگر، خطوط مورد مطالعه خواننده، به پاراگراف‌های مختلف داخل متن تعلق دارند و براساس مشاهدات ما حتی نمی‌توان تصور کرد که مخاطب همه "پاراگراف‌های مطلبی" را به تمامی و کامل مطالعه کند.

۱.۱. شیوه، سؤالها و انتظارات تحلیل

برای بررسی شیوه پردازش مطلب در نشریات تابلوئید مسئول یا آنچه من نشریات امروزی خواهم نامید، مقاله تحقیقی حاضر، دو شیوه تحلیلی متفاوت را به شکلی هم زمان به کار می‌گیرد؛ از یک سو تحلیلی متنی و از طرف دیگر، تحلیلی فرامتنی درباره چگونگی استفاده و یا بهره‌مندی مخاطب از مطالب مندرج در متن نوشتاری، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

در ابتدا با تحلیل ساختاری نحوه پردازش و رابطه اجزای پردازش در متون مورد بررسی، مقاله به یک جمع بندی کلی دست پیدا می‌کند تا سپس شیوه مطالعه و برداشت مطالب خواننده از طریق مشاهده و گفت‌وگو در گروه‌های کوچک (یا بزرگ در کلاس‌های درس) مورد بررسی قرار گیرد. تقاطع تحلیل ساختاری و چگونگی تماس مخاطب با پردازش نهایی، تحقیق را قادر به یک جمع بندی کلی می‌کند.

مشاهدات و گفت‌وگوها در مورد نمونه نوشتاری (و هر مبحث ساختاری) در زمان‌های متفاوت انجام (تکرار شده) و سپس نتیجه‌گیری به صورت دست نوشته‌هایی ضبط گردید. در نهایت نتایج به دست آمده این مقاله تحلیلی - تحقیقی خلاصه، دسته بندی و تدوین شده است. روش کلی تحقیق را می‌توان از سویی ساختارشناسی کیفی متن و از سوی دیگر رسپشن آنالیز محسوب کرد که البته در مرحله دوم نیز چگونگی تماس با متن و ادراک اطلاعات اصلی آن مد نظر بوده است.

به همین دلیل دو سؤال اصلی این بخش از مقاله را می‌توان چنین بیان کرد که اولاً مخاطبان چگونه روزنامه می‌خوانند (یعنی چگونه به مطالب روزنامه دسترسی پیدا می‌کنند؟) و ثانیاً شیوه پردازش مطلب در نشریات امروزی، چگونه امر دسترسی به محتوا را برای مخاطب تسهیل می‌کند؟ در نهایت و برای جمع‌بندی یافته‌های به‌دست آمده در پاسخ به دو سؤال اول نیز می‌توان چنین پرسشی را طرح کرد که آیا شیوه پردازش مطلب در نشریات امروزی با شیوه روزنامه‌خوانی مخاطبان، انطباق دارد؟

بررسی سؤالات فوق، در میانه راه، پرسشی بنیادین را مطرح کرد که آیا اساساً شیوه پردازش نوین هیچ‌سختی با شیوه‌های مرسوم و "تدریس شده" روزنامه‌نگاری سنتی دارد؟ مکتب پرسش فوق این سؤال جنجالی بود که آیا اساساً شیوه پردازش نوین، "نوشتاری" است یا "شفاهی"؟ یعنی آیا پردازش مطلب نوشتاری سعی در طرح مفاهیمی مشخص براساس اصول گزارش‌نویسی یا مقاله‌نویسی دارد یا آنکه اساساً سعی در طرح "تصویری ذهنی" از یک رویداد یا مفهوم دارد که برای مخاطب از طریق "نگاه" کردن به صفحه روزنامه، قابل دسترسی باشد؟

فرض اصلی تحقیق بر آن است که در پردازش نوین، معنا نه به شکل یک مفهوم، بلکه همچون "یک تصویر" از "یک وضعیت"، به مخاطب ارائه می‌گردد. این نوع پردازش در حقیقت "شفاهی کردن" یک رسانه "کتبی" است که به زعم مقاله انطباقی خلاق است با "نحوه بهره‌مندی" مخاطب از روزنامه، در زندگی روزمره. این پردازش خلاق در حقیقت اثبات‌کننده همان اتهامی است که منتقدین نخبه به نشریات تابلوئیدی وارد می‌دانند؛ نشریات تابلوئید بیش از آنکه "کتبی" باشند، "شفاهی" هستند. آنها بیش از آنکه برای خواننده شدن "طراحی" شده باشند برای نگاه کردن "پردازش" می‌شوند!

پردازش تابلوئیدی، مجموعه‌ای از معانی برجسته شده را، در سطح سطح پردازش خبری خود، به مخاطب ارائه می‌کند. این مجموعه در همان ورق زدن "سرسری" به مخاطب یک معنای مشخص، یک مفهوم معین را به شکل یک تصویر ذهنی، ارائه می‌دهد. تصویری که در ذهن مخاطب "ضبط" می‌گردد. به این ترتیب پردازش صفحات بیش از آنکه در خدمت بیان مفاهیم نوشتاری باشد در خدمت ارائه "تصاویری ذهنی" از جهان پیرامون است و این دقیقاً در رابطه با چارچوبی نظری قرار دارد که ادعا می‌کند که نشریات عامه‌پسند و تابلوئید عمده‌تاً به یک فرهنگ شفاهی تعلق دارند و در چارچوب چنین فرهنگی معنا می‌دارند تا یک فرهنگ نوشتاری.

البته اعتقاد مقاله بر آن است که این نوع پردازش را به هیچ‌عنوان نمی‌توان یک مفهوم صرف صفحه‌بندی و گرافیکی محسوب کرد، بلکه با توجه به نحوه روزنامه خواندن مخاطب دقیقاً بخشی از "پرورش" یا "پردازش مطلب" است در بُعدی کلان. در اینجا شاید لازم باشد تا با توجه به آنچه آمد، شیوه نمونه‌گیری مورد استفاده مقاله را نیز توضیح دهیم.

مقاله از نمونه‌ای کوچک استفاده می‌کند تا امکان بررسی عمیق فراهم آید. البته اعتقاد نگارنده بر آن است که می‌توان از نمونه گسترده در تحقیقات کیفی نیز استفاده کرد که در اینجا به دلیل نبود امکانات و زمان لازم، تحقیق از این مهم استفاده نکرده است.

به‌طور کلی شیوه نمونه‌گیری را می‌توان هدفمند تعریف کرد، یعنی نمونه‌ای را مورد استفاده قرار خواهد داد که بهترین کاربرد را برای بررسی مسئله اصلی و رسیدن به اهداف تحقیق داشته

باشد. تحقیق از نشریه داگ بلاده چاپ نروژ به عنوان نمونه اصلی خود استفاده می کند، چرا که این نشریه نسبتاً از پردازش مورد نظر تحقیق استفاده می کند.

تحقیق همچنین از نمونه ای در دسترس یعنی از شماره های محدودی از داگ بلاده استفاده می کند که عمدتاً متعلق به ماه مارس ۲۰۰۳ هستند. اما نشریات مورد تحلیل به طور تصادفی از میان شماره های در دسترس انتخاب می شوند. با توجه به آنچه درباره نحوه انتخاب نمونه گفته شد یکی از شماره های داگ بلاده از آرشیو کوچک روزنامه های قدیمی نگارنده انتخاب شد. این شماره متعلق به سه شنبه ۱۸ مارس ۲۰۰۳ است.

علاوه بر متون مورد بررسی، برای مشاهده نحوه روزنامه خواندن مخاطبان، از نمونه ای هدفمند و در دسترس در دانشکده ها استفاده خواهد شد. در طی ده سال اخیر نگارنده در کلاس های مختلف در دانشکده ها آزمایش های مختلفی درباره نحوه روزنامه خواندن مخاطبان و میزان مطلبی که دانشجویان از خواندن نشریات به یاد می آورند، انجام داده است.

این آزمایش ها به طور کلی به این نتیجه رسید که ما بیش از آنکه نشریه "بخوانیم" آن را با خود در طول روز "حمل" می کنیم. در مرحله بعدی به اشکال مختلف آزمایش هایی که عمدتاً با استفاده از شیوه های مرسوم در "رئیسشن آنالیز" انجام می شد بر روی نشریات خارجی متمرکز شد.

۲. تحلیل

مشاهده عمل روزنامه خواندن دانشجویان در طی سال های متمادی این مقاله را به این نتیجه گیری رسانده است که نحوه روزنامه خواندن عمده مخاطبین را می توان نوعی "اسکن کردن" محسوب کرد که مرحله آغازین آن از تیتراها شروع می شود. پس از تیتراها، مخاطبان معمولاً به عکس ها دقت می کنند. مخاطب سپس نظر خود را به تیتراهای کوچک تر، سوتیتراها و بالأخره به لیدهای درشت متوجه می سازد. البته همه این اعمال به یکباره انجام نمی شود. اجازه دهید تا پیش از بررسی عمیق این مسئله، دو فرایند اصلی در چگونگی اسکن کردن مطالب را از نزدیک و با عمق بیشتری مورد مطالعه قرار دهیم.

۲.۱. گردش چشم مخاطب بر صفحه و شیوه ورق زدن روزنامه

چگونگی گردش چشم مخاطب بر روی یک صفحه و چگونگی ورق زدن نشریه دو فرایند اصلی برای فهم چگونگی اسکن مطالب است. چرخش چشم، تعیین کننده تقدم و تأخر نگاه مخاطب بر اجزای ساختاری مختلف یک صفحه است. اهمیت مسئله از آنجا نشئت می گیرد که پردازش تابلونیدی بدون درک اولویت گذاری های نگاه مخاطب، امکان پذیر نخواهد بود. چشم مخاطب ابتدا بر تیتراها "زوم" می کند. سپس، عکس ها به دقت و ارسی می شوند (در عمده پرسش های خود از دانشجویان به این نتیجه رسیدیم که عکس از اهمیت بسیاری برخوردار است).

مخاطب سپس "چشم" خود را به تیتراهای کوچک تر، سوتیتراها و بالأخره به لیدهای درشت متوجه می سازد. اما مخاطب همه این اعمال را درباره تک تک صفحات، در یک مرحله انجام

نمی‌دهد. اعمال فوق تکه‌تکه انجام می‌شود. به عبارت ساده‌تر و برای مثال در مورد صفحات ۴ و ۵^۴ نشریه داگ بلاده، مخاطب ابتدا به تیتراصلی نگاه می‌کند: «جنگ در ۴۸ ساعت».

سپس، احتمالاً به عکس خبری نظری می‌افکند که بوش را در حال سخنرانی نشان می‌دهد. مخاطب، پس از نگاهی به عکس، احتمالاً نظر خود را به صفحه مقابل، یعنی به صفحه ۵ می‌افکند، تا تیترا دو مطلب مندرج در صفحه ۵ را «مطالعه» نماید.

عمده مخاطبان اظهار می‌داشتند که پس از مطالعه دو تیترا مندرج در صفحه ۵، شروع به ورق زدن به صفحات بعدی نشریه می‌کنند. در تمامی پرسش‌های تحقیق از دانشجویان در سال‌های اخیر تقریباً چنین نحوه‌ای از مطالعه روزنامه به شکلی واضح و مبرهن به نمایش گذاشته شده است.

اگر شیوه بهره‌مندی دانشجویان از روزنامه‌ها را به دقت بنگریم متوجه می‌شویم که مفهوم «اسکن کردن صفحه» با مفهوم «گردش چشم مخاطب بر روی صفحه» در رابطه‌ای متقابل قرار دارد. البته نمی‌توان اسکن مطلب به وسیله مخاطب را بدون توجه به مفهوم «زمان خسته شدن چشم از یک مطلب» بررسی کرد.

مخاطب، خیلی زود نظر خود را از یک صفحه به صفحه دیگر متوجه می‌سازد و خیلی زودتر از آنچه روزنامه‌نگاران حرفه‌ای فکر می‌کنند شروع به ورق زدن می‌کند. پردازش صفحه نیز نمی‌تواند بدون در نظر گرفتن مفهوم «گردش چشم» و «زمان خسته شدن از یک صفحه که منجر به ورق زدن» می‌گردد، انجام پذیرد.

به راحتی می‌توان مخاطبان را در مورد نوع ورق زدن صفحه به دو دسته تقسیم کرد. عده‌ای پس از توجه به تیترا اصلی و عکس، اگر خبر را خیلی جالب توجه پیدا نکنند، شروع به ورق زدن می‌کنند و عده‌ای دیگر که خبر را جذاب دریافته‌اند، به تیتراهای کوچک‌تر، سوتیتراها و به احتمال ضعیف حتی به لید نظری می‌افکنند و سپس به صفحات بعدی مراجعه می‌کنند. عمده دانشجویان ابراز می‌کردند که پس از بررسی سوتیتراها خواهان ورق زدن و مراجعه به مطالب بعدی نشریه‌اند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که فرایند مطالعه (نگاه کردن) به تیترا اصلی، عکس، تیتراهای کوچک‌تر، سوتیتراها و بالأخره لید در یک زمان و بدون قطع انجام نمی‌پذیرد بلکه به احتمال زیاد در «دوره‌های متفاوتی از ورق زدن» نشریه انجام می‌پذیرد.

اما ورق زدن نشریه و توجه به صفحات به‌طور یکسان انجام نمی‌پذیرد، بلکه صفحات مختلف از درجه‌های متفاوتی از اهمیت برخوردارند و میزان مکث مخاطب بر آنها نیز بسیار متفاوت است. ورق زدن نیز به‌طور خطی اتفاق نمی‌افتد یعنی مخاطب از صفحه ۱ تا صفحه ۶۰ را به ترتیب ورق نمی‌زند تا دوباره از صفحه اول دور دیگری از ورق زدن را آغاز نماید.

ورق زدن نشریه با توجه به حوزه موضوعی مورد علاقه مخاطب می‌تواند از یک نشریه به نشریه دیگر کاملاً متفاوت باشد. اگر پاسخ‌های دانشجویان را خلاصه‌نمائیم شاید بتوان چنین جمع‌بندی کرد که «مخاطب ایرانی» بر اساس تجربه خود از یک نشریه، حوزه خبری مورد علاقه خود و همچنین درجه اهمیت خبرهای روز، ابتدا به صفحات مشخصی مراجعه می‌کند که در مورد با آن حوزه‌های خبری قرار دارد و سپس به هنگام ورق زدن‌های پیاپی خود، به همان صفحات، بیشتر از سایر صفحات مراجعه می‌کند. یعنی ورق زدن حالتی «خطی» ندارد و بیشتر آن را می‌توان «دایره‌وار» دانست.

ورق زدن به طور دایره وار در حوزه صفحات معینی تکرار می شود. گرچه در این رابطه عکس العمل خوانندگان متفاوت است اما "ورق زدن" در دایره صفحات مورد علاقه و مکث نکردن بیش از حد بر روی یک صفحه به خصوص، در آغاز فرایند "مطالعه" نشریه، تقریباً در همه مخاطبان به شکلی کما بیش یکسان قابل مشاهده بود. عمده مخاطبان، روزنامه را عمدتاً ورق می زنند و فقط به آن نگاه می کنند. اما ورق زدن نشریه خطی نیست بلکه در دایره ای از صفحات مورد علاقه مخاطب انجام می پذیرد.

هر دور از ورق زدن، مساحت "دایره ورق زدن" را محدود تر می کند. یعنی مخاطب صفحات کمتری را برای ورق زدن مجدد انتخاب می کند و در چارچوب همان صفحات محدود به "تجدید تورق" می پردازد. پس از نگاهی سریع به تیتر و عکس، عمده مخاطبان در دور بعدی تورق، ابتدا توجه خود را به "زیرنویس عکس" و "اصطلاح کلیدی" آن متوجه می کنند. سوتیترها در همین مرحله دوم از ورق زدن مورد "بازدید" قرار می گیرد.

لید عمدتاً در دور سوم ورق زدن ولی ضمناً شاید در همین دور دوم، مطالعه می شود. در دورهای بعدی نگاه مخاطب سرعت می گیرد و آنچه را خوانده دوباره به سرعت نگاه می کند تا حافظه خود را تازه نماید، اما این نگاه آن قدر سریع است که مخاطب خود نیز چندان آگاه نیست.

این نگاه سریع با چرخش سر مخاطب بر روی صفحه انجام می پذیرد تا سپس دورهای بعدی مطالعه رخ دهد که آن را می توان مرحله "گله گله خوانی" نامید و در بخش های بعدی مقاله به آن اشاره خواهد شد. در همین جا لازم به توضیح است که اگر از دور سوم ورق زدن به بعد، مطلب خاصی نظر مخاطب را جلب نکند احتمال "گسترش مساحت دایره ورق زدن" افزایش می یابد. یعنی مخاطب احتمالاً به صفحاتی سر خواهد زد که قبلاً به آنها بی توجه بوده است.

۲. ۱. ۱. "تکه تکه" خوانی؛ ورق زدن در دایره ای بسته

مشاهدات مقاله نشان می دهد که "نگاه" به نشریه در فرایند ورق زدن های ممتدی انجام می پذیرد که خطی نیست بلکه در دایره حوزه های موضوعی مورد علاقه مخاطب انجام می پذیرد. این دایره گاه تنگ تر می شود و گاه مساحت آن افزایش می یابد. تنگ شدن دایره ورق زدن، زمانی انجام می پذیرد که یک پوشش خبری مهم در چندین صفحه علاقه مخاطب را جلب نماید.

البته مخاطبان طبق مشاهدات ما نشان دادند که اصولاً در طی ورق زدن های خود موضوعاتی را "نشان می کنند" و در "دایره" این موضوعات، بیشتر ورق می زنند، حتی اگر این موضوعات به یکدیگر مرتبط نباشند و اصطلاحاً بخشی از یک پوشش خبری، با موضوعی واحد، محسوب نشوند.

در مورد یک پوشش خبری مهم، مخاطب تمایل دارد تا در دایره همان چند صفحه ای به ورق زدن بپردازد که به پوشش خبری مورد علاقه او مربوط می شود. اما این فرایند را نیز نمی توان "ورق زدن به شکل خطی" محسوب کرد.

برای مثال، اگر پوشش خبری یک مسئله مهم از صفحه ۳ تا ۱۱، "به طول" انجامد و مخاطب به این حوزه علاقه مند گردد، او ابتدا از صفحه ۳ تا ۱۱ را به شکلی خطی اما با

میزان‌های متفاوتی از مکث ورق می‌زند. البته میزان مکث تابع متغیرهای متفاوتی است که در بخش‌های بعدی گزارش درباره آنها توضیحات بیشتری ارائه خواهد شد. مخاطب سپس از صفحه ۱۱ به عقب ورق می‌زند. که اینکار می‌تواند چند بار تکرار شود. اما به تدریج شکل خاص خود را برای هر مخاطب براساس علاقه آن مخاطب پیدا می‌کند.

در دوره‌های ثانوی "ورق زدن به جلو و عقب" بعضی از صفحات با سرعتی ورق می‌خورد که می‌توان از اصطلاح "پریدن" برای اشاره به نگاه نکردن مخاطب به این صفحات استفاده کرد. در حقیقت مخاطب این صفحات را کاملاً "جا می‌اندازد". یعنی "دایره ورق زدن" به یک معنا، حتی در چارچوب همان پوشش خبری مورد علاقه مخاطب، بازهم تنگ‌تر می‌شود.

همان‌طور که اشاره شد نگاه به تیترها و عکس‌ها در ابتدای فرایند ورق زدن انجام می‌پذیرد. در همین ابتدا چشم مخاطب بین تیترو عکس بازی می‌کند یعنی چند بار بین عکس و تیترو می‌چرخد. مطالعه اصطلاح کلیدی که در ابتدای زیرنویس عکس (معرفی یا کپشن) قرار دارد، نیز به همین شکل خاص انجام می‌شود. مخاطب پس از نگاه به عکس، اصطلاح کلیدی را می‌خواند، او بلافاصله پس از نگاهی دوباره ولی سریع به عکس، بار دیگر اصطلاح کلیدی را از نظر می‌گذراند. تا مجموعه عکس، تیترو اصطلاح کلیدی را به شکلی پیوسته مد نظر قرار دهد. پس از این نگاه‌های پیوسته است که سوتیترها (و احتمالاً لید) در دور ثانوی ورق زدن، مورد توجه مخاطب قرار می‌گیرد. نگاه به سوتیترها را می‌توان فرایندی گسسته از نگاه به تیترو عکس و اصطلاح کلیدی زیر عکس، محسوب داشت.

امکان صدور هیچ حکم مشخصی درباره شکل دقیق فرایندهای ذکر شده وجود ندارد. چرا که مطالعه روزنامه هر دانشجو تفاوت‌هایی هر چند جزئی با سایر دانشجویان داشت. اما پس از چند دور ورق زدن (که شامل خواندن تیترو اصلی، نگاه به عکس‌ها، معرفی عکس، سوتیترها و لید می‌شد) مرحله‌ای آغاز شد که آن را می‌توان گله گله خوانی متن نامید. اما منظور این گزارش تحقیقی از "گله گله خوانی متن" چیست؟

در مرحله‌ای از ورق زدن‌ها، و پس از مطالعه برجسته‌ترین نمودهای بیرونی متن (مانند تیترو سوتیترو و لید) که معمولاً به شکلی برجسته به چاپ رسیده‌اند، دانشجویان نظر خود را به داخل متن معطوف و شروع به خواندن متن نوشتاری مطلب می‌کردند. ممیزه اصلی نحوه مطالعه متن را می‌توان با اصطلاح گله گله خوانی بیان داشت. یعنی مخاطب به شکلی خطی از آغاز تا پایان متن را مطالعه نمی‌کرد، بلکه پس از "نگاهی مجدد" اما بسیار سریع به لید، نظر خود را به تکه‌هایی در داخل متن معطوف می‌کرد که این تکه‌ها را می‌توان در حقیقت خطوطی در داخل پاراگراف‌های مختلف متن خبری محسوب کرد.

در این مرحله بود که اگر اولین تکه‌های خواننده شده نظر مخاطب را جلب می‌کرد، وی به خواندن ادامه می‌داد. دانشجویان اظهار می‌کردند که در صورتی که تکه‌های مطالعه شده از یک متن جذابتی برای آنها داشته باشد "تکه‌های" تازه‌ای از همان مطلب را به شکل "بریده بریده" (یعنی با پریدن از بخش‌هایی از همان متن)، می‌خواندند.

از دانشجویان سؤال شد که حجم این تکه‌ها تقریباً به چه میزان است؟ پاسخ‌ها متفاوت بود. ولی عمدتاً اشاره بر آن داشت که "تکه‌های مطالعه شده" فقط بخشی از یک پاراگراف را شامل می‌شود. به عبارت دیگر هر بخش یا هر "گله"، تنها بخشی از یک پاراگراف را شامل می‌شود.

دانشجویان اظهار می‌کردند، که با سرعت متن را نگاه می‌کنند و خطوط را مثل آنکه به تصویر نگاه کنند، از نظر گذارنده، و بعضی تکه‌های متن را برای خواندن انتخاب می‌کنند. بنابراین انتخاب تکه‌های مورد مطالعه پس از فرایند نگاه‌های سریع به متن انجام می‌شود. توجه به این نکته الزامی است که مطالعه هر تکه انتخاب شده از متن، بار دیگر باعث "نگاه سریع" به "ذنباله متن" می‌شود، تا تکه جدیدی برای مطالعه انتخاب شود.

در اینجا دو سؤال برای من پیش آمد که اولاً دانشجویان خطوط را با چه سرعتی می‌بینند و ثانیاً به چه دلیلی گله‌خوانی یک متن تا پایان ادامه می‌یابد، ولی گله‌خوانی بعضی دیگر از متون در همان آغاز یا در میانه راه پایان می‌پذیرد، یعنی چه عاملی باعث تداوم ارتباط "گله خوان" با متن و یا قطع رابطه می‌گردد.

مشاهدات مقاله نشان می‌دهد که "گله خوانی" نیز به‌طور خطی اتفاق نمی‌افتد. یعنی مسئله به این شکل اتفاق نمی‌افتد که مخاطب پس از شروع به گله خوانی متن، یا آن را تا پایان یک متن ادامه دهد و یا با متن قطع رابطه کند. مخاطبان ممکن است پس از شروع به گله‌خوانی یک متن در آغاز یا میانه راه، عمل گله‌خوانی خود را قطع کنند و به صفحات بعدی یا مطالب دیگری مراجعه نمایند. و یا آنکه ابتدا در پاراگراف اول "گله‌ای" را برای خواندن انتخاب نمایند و سپس نظر خود را به "پایان متن" متوجه سازند و پس از مطالعه تکه‌ای از بخش پایانی متن، بار دیگر نظر خود را به بخش میانی متن متوجه سازند تا تکه‌ای از میانه متن را مطالعه کنند. البته احتمال آنکه مخاطبان در دوره‌های بعدی ورق زدن روزنامه، دوباره به همان متن مراجعه کنند، بسیار زیاد است. در این صورت، پس از نگاهی مجدد اما سریع به اجزای ساختاری برجسته مانند تیتر، گله‌های قبلاً خوانده شده از متن نیز به سرعت از نظر گذرانده می‌شود. سپس مخاطب احتمالاً "گله‌های" جدیدی را برای خواندن انتخاب می‌کند. این عمل می‌تواند چند بار تکرار شود. ولی هیچ‌گاه خطی نیست یعنی "گله‌خوانی" از تیتر آغاز نمی‌شود، تا در پایان متن، یک‌باره خاتمه یابد.

البته در هر دور تازه از ورق زدن، نگاه دانشجو ممکن است به یکی از اجزای مختلف ساختاری تمایل بیشتری پیدا کند. مثلاً تنها به عکس و اصطلاح کلیدی زیر عکس توجه نماید. یا تنها به یکی از سوتیترها نگاه خود را متوجه سازد. یا آنکه مستقیماً به داخل متن و بخش‌ها و پاراگراف‌های جا افتاده مراجعه نماید. اما عمده دانشجویان از یک "نگاه کلی" به "کلیت متن" (شامل عوامل ساختاری برجسته همچون تیتر) یاد می‌کردند. این نگاه کلی در آغاز هر دور از نگاه‌های مجدد به متن (البته با سرعت‌های متفاوتی) تکرار می‌شد. به نظر می‌رسید که هدف مخاطب از این عمل، تازه کردن حافظه خود، از مطلب باشد. به این ترتیب متن هرگز به یک‌باره وارد ذهن مخاطب نمی‌شود بلکه در دوره‌های متفاوتی از ورق زدن و در طول روز و با فاصله زمانی کم و بیش قابل ذکری به‌وسیله گیرنده‌های ادراکی مخاطب ملاحظه و ادراک می‌شود. این مسئله به‌خصوص در مورد پوشش‌های خبری چند صفحه‌ای باعث ایجاد نوع خاصی از "ادراک از کل پوشش خبری" می‌شود. یک پوشش خبری، مطالب مختلفی را در بر می‌گیرد. اما مخاطب به دلیل شکل خاص تماس خود با نشریه، تصویری کلی از "کلیت پوشش" را ادراک می‌کند و به همین دلیل به هنگامی که از مخاطب می‌خواستیم تا "مطالبی از داخل یک پوشش را به تنهایی به‌خاطر آورد"، وی آنها را با یکدیگر قاطی می‌کرد و مثلاً در

پاسخ به اینکه "مطلب الف" در این پوشش خبری چه می گفت، به موضوع "مطلب ب" اشاره می کرد.

دلیل این امر "گله گله خوانی غیر خطی" مخاطب است که باعث می شود تا "تکه‌هایی از اطلاعات" از مطالب مختلف مربوط به یک پوشش خبری (چند صفحه‌ای) در ذهن مخاطب به صورت "یک متن واحد و مستقل ولی خلاصه" یا "معنای کلان فوقانی متن"، نقش ببندد. این متن مستقل، را می توان تصویری کلان از وضعیت محسوب داشت که حاصل همه مطالبی است که مخاطب به سرعت "گله خوانی" کرده است. مخاطب در یک دایره بسته (در صورت جلب شدن به آن پوشش خبری) ورق می زند، تکه تکه از مطالب برجسته تا بخش هایی از درون متون مختلف مربوط به پوشش مورد نظر را مد نظر قرار می دهد و به همین دلیل اطلاعات مطالب را با یکدیگر اصطلاحاً "قاطی" می کند تا در نهایت هیچ مطلب خاصی مگر کلیت پوشش خبری در ذهن او نقش ببندد.

با توجه به این شیوه تکه خوانی مخاطب، بار دیگر به این سؤال می پردازیم که در چه زمانی مخاطب به تکه خوانی از یک مطلب خاص خاتمه می دهد و با آن مطلب قطع رابطه می کند، و یا چرا مخاطب به تکه خوانی خود از یک مطلب تا به پایان ادامه می دهد؟

پاسخ دانشجویان معمولاً سر راست است؛ اگر مطلب توجه ما را جلب کند ادامه می دهیم و در غیر این صورت با مطلب قطع رابطه می کنیم. اما این پاسخ "سر راست" اشاره ای به شیوه مطالعه واقعی خواننده نمی کند (یا حداقل با مشاهدات من در تضاد است). نه تنها در مورد با یک پوشش خبری مهم که معمولاً "تیتراژ" نشریه را شکل می دهد بلکه در مورد سایر مطالب نیز تقریباً هرگز مخاطب به تمامی تا به انتهای یک مطلب را حتی تکه خوانی هم نمی کند. بلکه مسئله شکل بسیار پیچیده و در عین حال ساده ای دارد.

در دور اول ورق زدن که عمدتاً در نگاه به تیتراژها و عکس ها خلاصه می شود، گویی مخاطب مطالبی را (بدون آنکه واقعاً در باره این فرایند فکر کند) انتخاب می کند. دایره ورق زدن در دورهای بعدی به مطالب جالب توجه مخاطب محدود می شود. در این مراحل مخاطب اصطلاحات کلیدی در معرفی عکس ها و سوتیتراژها را مطالعه می کند. دایره ورق زدن باز هم محدودتر و میزان مکث ها بیشتر می شود. در مراحل بعدی لیدها مطالعه می شوند و به این ترتیب دورهای جدیدی از ورق زدن رخ می دهد که در این دورهای جدید، مطالب داخل متن، البته پس از نگاهی بسیار سریع به مطالب برجسته متن تکه خوانی می شود.

سرعت "نگاه دوباره"، به مطالب برجسته نیز دقیقاً به میزان دقت و مکث مخاطب در مراحل قبلی بوده است. اگر در مراحل قبلی مکث بیشتری به کار رفته بود، "نگاه دوباره" به مطالب برجسته سرعت بیشتری می گیرد والا عکس این مسئله رخ می دهد. مخاطب از صبح تا زمانی که به خانه می رسد، وقت دارد. اما در این محدوده زمانی، چیزی بین ۱۵ دقیقه تا نیم ساعت و حداکثر در موارد خاص، یک ساعت به "مطالعه مفید" روزنامه اختصاص می دهد (مگر افراد بسیار بسیار خاص که تعداد آنها از نظر آماری کاملاً قابل اغماض است).^۷

در این "زمان مفید" که بسیار کوتاه است، و در طول روز پخش شده است، رفتار روزنامه خواندن مخاطب را عمدتاً می توان با اصطلاح "نگاه کردن" به روزنامه یا "تماشای روزنامه" توصیف کرد. در این نگاه کردن است، که تکه خوانی های پراکنده، در حین مکث بر روی یک

مطلب، و در حین ورق زدن‌های مکرر، در طول روز اتفاق می‌افتد. هیچ پاسخ سر راستی نیز، جز وجود این فرایند، در چنین زمان کوتاهی، نمی‌توان به مسئله (به شکلی صادقانه) ارائه کرد. به این ترتیب، به نظر می‌آید که پردازش تابلوئیدی شیوه مناسبی است برای "مقابله" با چنین مخاطبی. شاید دلیل گرایش اخیر نشریات نخبه و وزین غربی، به قطع تابلوئید، را باید در این واقعیت جست‌وجو کرد که مخاطبان غربی نیز "دست کمی" از ما ایرانی‌ها ندارند!

دقیقاً در همین راستا است که می‌توان سؤال کرد که آیا گرایش به قطع تابلوئید، فقط یک گرایش به "روزنامه ای کوچک‌تر" است و یا اینکه گرایشی است برای انطباق خلاق "پردازش مطلب" با "شیوه روزنامه خواندن" یا به عبارت بهتر "شیوه اسکن کردن مطالب"، به وسیله مخاطبی که دیگر وقتی برای مطالعه ندارد. این مسئله با عنوان "شیوه پردازش مطلب در نشریات تابلوئید"، در قسمت بعدی، بررسی می‌شود.

۲.۲. تحلیل شیوه پردازش تابلوئیدی: ترسیم یک تصویر ذهنی

در نشریات تابلوئید، در معنا نه به شکل یک مفهوم، بلکه همچون "یک تصویر" از "یک وضعیت"، به مخاطب ارائه می‌گردد. این پردازش انطباقی خلاق است با "تحوه بهره مندی" مخاطب از روزنامه، در واقعیت زندگی روزمره. این در حقیقت "شفاهی کردن" یک رسانه "کتبی" است. این پردازش خلاق در حقیقت "اثبات کننده" همان اتهامی است که منتقدین نخبه به نشریات تابلوئیدی وارد می‌کردند؛ نشریات تابلوئیدی بیش از آنکه "کتبی" باشند، "شفاهی"‌اند. آنها بیش از آنکه برای خواننده شدن "طراحی" شده باشند برای نگاه کردن "پردازش" می‌شوند.

به این ترتیب پردازش صفحات بیش از آنکه در خدمت بیان مفاهیم نوشتاری باشد در خدمت ارائه "تصاویری ذهنی" از جهان پیرامون است و این دقیقاً به چارچوب نظری بر می‌گردد که ادعا می‌کند نشریات عامه‌پسند و تابلوئیدی عمدتاً به یک فرهنگ شفاهی تعلق دارند و در چارچوب چنین فرهنگی معنا می‌دهند تا یک فرهنگ نوشتاری.

این نوع کار را به هیچ عنوان نمی‌توان یک مفهوم صرف صفحه بندی و گرافیکی محسوب کرد، بلکه دقیقاً بخشی از پرورش و پردازش مطلب است در بُعدی کلان، با توجه به نحوه روزنامه خواندن مخاطب (این پردازش را نمی‌توان به گزارشگران ربط داد بلکه آن را تنها می‌توان به دبیران خبری و سردبیرانی مربوط کرد که در پایان روز و قبل از بسته شدن نشریه در جلسات طولانی، نه تنها خود تیتراها و سوتیتراها و لیدها را می‌نویسند بلکه پردازش گرافیکی صفحه را به همراه عکس‌های انتخابی با مشورت دبیران عکس و صفحه‌پردازان انتخاب می‌کنند). صفحه نهایی در حقیقت حاصل کار جمعی دبیران مختلفی است که از مشورت مدیران هنری و دبیران عکس بهره می‌برند!

۲.۳. چرخش چشم: کلیدی‌ترین مفهوم در پردازش صفحه

از سال‌ها قبل در کلاس‌های مختلف نحوه چرخش چشم دانشجویان را بر روی تیتراها و لیدها، مورد مطالعه و مشاهده قرار دادم. تقریباً اکثر دانشجویان پس از نگاه به تیتراهای اصلی و عکس معنای تیتراها را از من پرسیده و سپس به صفحات بعدی رجوع می‌کردند.^۴ در اینجا ما با مفهوم چرخش چشم و چگونگی نگاه کردن به مطلب روبه‌رو هستیم. گردش چشم مخاطب، وی را

در ابتدا با بخشی از مطالب و به ترتیب با بخش‌های دیگری از مطالب آشنا می‌سازد که هر یک از مطالب بر اساس تقدم و تاخر به چارچوبی برای فهم دیگر مطالب تبدیل می‌شوند.

در اولین ورق زدن یک معنای کلی در ذهن مخاطب شکل می‌گیرد. این معنا در صفحات ۴ و ۵ در نشریه مورد بررسی، کمابیش همان‌طور که گفته شد عبارت است از این که به دلیل عدم مسئولیت‌پذیری سازمان ملل، بوش شخصاً به صدام التیماتوم می‌دهد که جنگ ۴۸ ساعت دیگر آغاز خواهد شد. این معنای کلان فوقانی در ذهن مخاطبین مختلف می‌تواند تفسیرهای گوناگونی را موجب گردد که در این جا مد نظر مانیست. می‌توان گفت که هدف پردازش آن است که از طریق عکس‌ها، تیتراهای اصلی و جانبی، سوتیتراها، اصطلاح کلیدی زیر عکس و تیتراهای میانی مطلب یک تصویر کلی در ذهن مخاطب شکل یابد. مبنای این شیوه پردازش را می‌توان به نوعی در فرهنگ شفاهی جست‌وجو کرد.

در اینجا ما با نوعی پخش کردن معنا در اجزای ساختاری برجسته و متفاوتی روبه‌رو هستیم که به دبیران خبر کمک می‌کند تا پیام خود را با توجه به چگونگی گردش چشم مخاطب به اصطلاح "نوی چشم مخاطب" کنند. اما هدف نهایی این است که مخاطب تکه‌هایی از پیام را به ترتیب و بدون صرف انرژی جذب نماید تا "یک تصویر از وضعیت"، در ذهن او شکل گیرد. بنابراین دبیران خبر در اینجا با دو مسئله متفاوت روبه‌رو هستند. ابتدا آنها باید دقیقاً تصویری را که می‌خواهند در ذهن مخاطب شکل بگیرد را برای خود "تعریف" کنند. یعنی معنای کلان مطلب مورد نظر خود را تدوین نمایند. در مرحله بعدی، آنها باید تصمیم بگیرند که چگونه این تصویر کلان را "خرد" کنند تا بخش‌های مختلف معنایی آن را در عوامل ساختاری متفاوت ولی برجسته صفحه قرار دهند که بخت بیشتری برای تماس با نظام ادراکی مخاطب را داراست.

در همین مرحله آنها باید به‌طور دائم شیوه مطالعه مخاطب را در ذهن داشته باشند، که مهم‌ترین و کلیدی‌ترین مفهوم در "شیوه مطالعه" همانا "گردش چشم مخاطب" بر روی صفحه است. با توجه به این مفهوم دبیران خبر باید تصمیم بگیرند که هر عامل ساختاری برجسته چه نوع بار معنایی را حمل کند تا در زیر چشم مخاطب و به ترتیب اولویت گردش چشم وی، چارچوبی برای درک معنای رمزگذاری شده در عامل ساختاری بعدی را فراهم آورد. بنابراین آنها باید تصمیم بگیرند که عکس "چه بگوید" و "اصطلاح کلیدی" برای معرفی عکس چگونه لایه‌های معنایی عکس را به نفع معنای ترجیح داده شده دبیران خبر ببندد، تیترا چه معنای کلانی را در ذهن مخاطب قرار بدهد و بالأخره سوتیتراها و میان‌تیتراها چه بار معنایی را حمل کنند. همه این تقسیم معنایی در جهت یک هدف است: بازسازی معنای کلان مورد نظر به صورت یک تصویر در ذهن مخاطب. اما در همین جلسه، در آخرین ساعت شب، دبیران خبر با کمک صفحه‌بندان چگونگی "چیده‌مان" این اجزای ساختاری را با توجه به گردش چشم مخاطب، طراحی می‌کنند. و بالأخره درباره چگونگی هرچه برجسته‌تر کردن این اجزای ساختاری تصمیم می‌گیرند تا مخاطب با سهولت بیشتری بتواند در حین نگاه به صفحه، یک "برداشت کلی" را وارد نظام ادراکی خود کند.

۴.۲. رابطه تیترو عکس با اجزای صفحه

مخاطب به هنگام "تماس" با صفحه ۴ ابتدا به عکس چاپ شده در صفحه ۴ نگاه می‌کند که جورج بوش را با چهره‌ای تهدیدآمیز که آغاز جنگ را بشارت می‌دهد، نشان می‌دهد. در زیر عکس "چهار لغت درشت" که خود تیترو کوچک‌تر و موضعی است به چاپ رسیده است: «به صدام التیماتوم داد». چه کسی به صدام التیماتوم داد؟ صاحب این عکس کسی جز جورج بوش نیست. در بالای عکس نیز فحواى التیماتوم یعنی جنگ در ۴۸ ساعت به چاپ رسیده است. این شیوه ساده تحلیل بدیهیات به این دلیل در اینجا به کار گرفته شده تا فرایند ربط عکس به تیترو و ایجاد معنا در ذهن مخاطب توضیح داده شود.

در اینجا "معنا سازی" از طریق ربط "مفاهیم تجریدی" انجام نمی‌پذیرد و معنای کلان شکل گرفته در ذهن مخاطب نیز یک تصویر ذهنی است؛ تصویری از واقعه‌ای در حال رخ دادن. اگر مخاطب دو تیترو درشت صفحه ۵ را نیز در همان مرحله اول ملاحظه کند او با دو معنای دیگر آشنا می‌شود (بر اساس پرسش‌های ما چنین فرضی بسیار محتمل است) که یکی حکایت از عدم مسئولیت‌پذیری سازمان ملل می‌کند و دیگر به وحشت از ترور دلالت می‌کند. در حقیقت مخاطب پس از نگاهی صریح به عکس صفحه ۴ نظر خود را به تیتروهای صفحه ۵ منعطف می‌سازد، تا دوباره به عکس صفحه ۴ نگاه دقیق‌تری معطوف سازد. در فرایند این تغییر سریع مسیر نگاه است که تصویری ذهنی از کلیت ماجرا در ذهن مخاطب شکل می‌گیرد، بدون آنکه "مجبور" به خواندن مطلب شده باشد.

این نوع پردازش انطباقی است خلاق با واقعیت مخاطب امروزی و گردش چشم او بر صفحه نشریه، و آن را تنها نمی‌توان یک مفهوم گرافیکی محسوب کرد. این بخشی از پردازش مطلب در جهان امروزی روزنامه‌نگاری است. "چشم مخاطب به دو "معنایی برجسته" در هر گوشه‌ای از صفحه هدایت می‌شود. مخاطب به احتمال زیاد در دور دوم نگاه کردن به صفحه ۴، به "تیترو کوچک‌تری که در زیر عکس به چاپ رسیده نیز نگاه می‌کند که در حقیقت به جای "اصطلاح کلیدی" برای معرفی عکس نشسته است. مخاطب سپس بلافاصله نگاهی دوباره به دو تیترو صفحه ۵ می‌اندازد ("شیوه چرخش چشم" در چنین صفحاتی بر اساس پرسش‌های مختلف ما در کلاس‌های مختلف، مطمئناً برای عمده مخاطبان به شکلی است که در بالا توصیف شد). در تیترو اول بوش ادعا نموده که سازمان ملل به مسئولیت‌های خود عمل نکرده است و در تیترو دوم این مفهوم بیان شده است که «وحشت تازه‌ای از ترور وجود دارد».

این مجموعه، مجموعه‌ای که تیترو اصلی ("جنگ در ۴۸ ساعت") آنها را به هم ربط داده بود، در ذهن مخاطب به یک معنای کلان فوقانی تبدیل می‌گردد که آن را شاید بتوان چنین نگاشت: "در نبود یک سازمان ملل مسئول بوش به صدام التیماتوم می‌دهد که ۴۸ ساعت دیگر جنگ را آغاز خواهد کرد."

پيامد این معنا یک وحشت است، وحشت از ترور. این معنای کلان حاصل در ذهن مخاطب نتیجه "مطالعه" مطلب نیست بلکه آن را به تمامی می‌توان حاصل نگاه کردن به صفحه دانست. آنچه حصول این معنای کلان را امکان‌پذیر ساخته است نیز "پردازش گرافیکی صفحه" نیست، بلکه رابطه‌ای است که شورای دبیران بین تیترو اصلی، عکس و تیتروهای فرعی صفحه و سوتیتروها، پایان هر شب "پردازش مطلب" پردازش تابلوئیدی کامل کرده‌اند تا مخاطب را در

کسب معنا در کوتاه ترین زمان و با صرف کمترین انرژی یاری رسانند تا از این راستا ارتباط مخاطبی را که دیگر وقتی و حوصله‌ای برای خواندن ندارد با نشریه خود مستمر سازند.

۲.۵. زیبایی صفحه‌بندی، صرف یا کارکردی؟

اگر به دو صفحه ۴ و ۵ از شماره مورد بررسی نشریه داگ بلاده دقت کنیم این سؤال شکل خواهد گرفت که آیا به راستی این دو صفحه زیبا هستند؟ وقتی این سؤال را در کلاس‌های مختلف با دانشجویان در میان گذاشتیم، با کمال تعجب با این پاسخ روبه‌رو شدیم که "بله پردازش گرافیکی این دو صفحه بسیار زیبا است."

وقتی از دانشجویان سؤال شد که چرا این دو صفحه را "زیبا" ارزیابی می‌کنند و آیا چنین نوعی از پردازش سیمپتیکال می‌تواند از نظر فرهنگی برای نسل جوان زیبا محسوب شود، با پاسخی در خور توجه روبه‌رو شدیم. دانشجویان در اینجا "زیبایی" را با مفهوم "نظم" مترداف گرفتند و یکی را با توجه به آن دیگری توضیح می‌دادند. از نظر آنان و مخصوصاً از نظر دانشجویانی که از تجربه روزنامه‌نگاری برخوردار بودند "زیبایی" در صفحات داگ بلاده مفهومی "مجرد" و "صرف" نداشت. آنها زیبایی موردنظر خود را تنها در رابطه با مفاهیم صفحه‌بندی معنا می‌کردند و برای آن "کارکردی" متصور می‌شدند. وقتی از آنها خواسته شد تا کارکرد زیبایی در صفحات یک روزنامه را تعریف کنند، آنها به مفهوم "چرخش چشم" متوسل شدند.

دانشجویان در کلاس‌های مختلف و البته شاید "تحت تأثیر" گفت‌وگویی که درباره بررسی نشریات فوق شکل می‌گرفت برای پردازش یک صفحه، کارکردی قائل می‌شدند که آن را با "چرخش چشم" و "سهولت برداشت مطلب" توضیح می‌دادند. نظرات آنان را می‌توان چنین جمع‌بندی کرد که یک صفحه‌بندی زیبا به عناصر مختلف همچون تیر، عکس، سوتیتر و لید "نظمی درونی" می‌بخشد، که نه تنها به مخاطب احساس "آرامش حاصل از نظم" را اعطا می‌کند، بلکه مخاطب را یاری می‌دهد تا با سهولت کامل، معانی مورد نظر را از صفحه برداشت کند. دانشجویان توضیح می‌دادند که در عین انجام وظایف فوق، صفحه باید به چشم مخاطب زیبا بیاید. در اینجا مفاهیمی چون "توجه" و "لذت" نیز به کار گرفته می‌شد. هدف پردازش "گرافیکی"، تسهیل گردش چشم و برداشت معنا به وسیله مخاطب است. برای انجام چنین وظیفه‌ای صفحه باید از نظم برخوردار شود که همین نظم عنصر زیبایی صفحه محسوب می‌شود و به مخاطب "لذت" اعطا می‌کند. اما دانشجویان بلافاصله توضیح می‌دادند که صفحات داگ بلاده در عین اینکه "شلوغ" به نظر می‌رسد، آن‌چنان منظم چیده شده است که به نظر "خلوت" می‌آید. البته "خلوتی" مورد نظر دانشجویان تنها می‌تواند حاصل تک‌مطلبی یا کلاً تعداد کم مطالب در صفحه باشد. شلوغی مورد نظر آنان نیز تنها در رابطه با درشتی بیش از حد تیرها و تعدد سوتیترها و تیرهای جانبی و لیدهای قوی و درشت معنا می‌دهد.

دانشجویان نمونه تحقیق را زیبا ارزیابی می‌کردند و این زیبایی را از یک سو با نظم سیمپتیکال توضیح می‌دادند و از سوی دیگر این زیبایی را هدفمند تعریف می‌کردند و آن را در رابطه با تسهیل گردش چشم مخاطب و سهولت برداشت معنا به مثابه دو کارکرد اصلی برای تنظیم صفحات قرار می‌دادند.

۲.۶. "گردش چشم مخاطب" و "سهولت برداشت معنا"

در دو صفحه بعدی سطح زیر چاپ "متن" افزایش می‌یابد. اما در هر صورت در اینجا نیز ما با یک عکس نسبتاً بزرگ ($14/5 \times 25$ سانتیمتر)، یک عکس کوچک‌تر ($9/5 \times 17$ سانتیمتر) و سه عکس بسیار کوچک که هر یک $3 \times 2/5$ سانتیمتری‌اند، روبه‌رویم.

تصویر اول، که در صفحه ۶ به چاپ رسیده، عده‌ای سرباز نشسته و ایستاده را در حال تماشای سخنرانی جورج بوش نشان می‌داد، که از تلویزیون ال سی دی بزرگی در حال پخش بود. در زیر این تصویر زیرنویسی قرار داشت که این زیرنویس نیز از دو بخش تشکیل شده بود. یک بخش با قلم سیاه و توپر نوشته شده است که آن را می‌توان "اصطلاح کلیدی" نامید و بخش دیگری که با حروف ریز چاپ شده، توضیح عکس است که در همه "کپشن‌ها" (captions) مشاهده می‌شود. اصطلاح کلیدی بدین مضمون است: «آماده نبرد».

به احتمال بسیار زیاد و طبق پرسش‌هایی که در کلاس‌های مختلف از دانشجویان به عمل آوردیم، حس کنجکاوی مخاطب پس از تماشای عکس به همین اصطلاح کلیدی که توپر و درشت چاپ شده است، ختم می‌گردد. یعنی عمده مخاطبان پس از خواندن اصطلاح کلیدی به احتمال بسیار زیاد ادامه معرفی (کپشن) که با حروف ریز به چاپ رسیده است را نخواهند خواند.

شاید دلیل وجودی "اصطلاح کلیدی" را نیز دقیقاً در این مسئله بتوان دانست که احتمال خواندن "معرفی" که با فونت ریز نوشته می‌شود، بسیار کم بوده است. بنابراین دبیران نشریه با به‌کارگیری "اصطلاح کلیدی" که در حقیقت خلاصه کپشن یا معرفی عکس است، و با استفاده از حروف درشت‌تر و توپر، سعی کرده‌اند تا احتمال خواندن خلاصه‌ای از معرفی عکس را در میان مخاطبان افزایش دهند.

اساس بحث در این نکته نهفته است که چگونه می‌توان دسترسی مخاطب به مطالب را با توجه به واقعیت شیوه مطالعه مخاطبان، افزایش داد. برای ارائه تحلیل عوامل ساختاری، عکس چاپ شده در این صفحه را عمیق‌تر توصیف می‌کنیم. در سمت راست و در ته عکس، بوش در تلویزیون سخنرانی می‌کند. به دور صفحه تلویزیون سربازان در یک چادر نظامی خیمه زده‌اند. اصطلاح کلیدی در معرفی این عکس بدین مضمون بود: «آماده نبرد».

مخاطب پس از نگاه سرسری به عکس، اصطلاح کلیدی را "می‌خواند" و سپس دوباره نگاهی به عکس می‌اندازد. اما درک او از عکس را این سؤال "رنگ" می‌دهد که "چه کسی آماده نبرد است؟" عکس به ناخودآگاه مخاطب چنین پاسخ می‌دهد که سیستم آماده نبرد، نظامی است متشکل از هر می که در رأس آن بوش و در قاعده آن سربازان قرار دارند، آماده نبرد است. تأکید بر "آمادگی برای نبرد" است.

بارت اعتقاد دارد که عکس "باز" است اما کپشن (معرفی) آن را "می‌بندد". اصولاً به اعتقاد عمده نشانه‌شناسان درجه و طیف تفاسیر مختلف از یک "عکس" بیشتر از طیف تفاسیر از یک "متن" است، چرا که عکس متنی "باز" و نوشته متنی "بسته" است (یا دست‌کم به شکلی نسبی می‌توان چنین نتیجه‌گیری سرراستی کرد). به قول بارت، مخاطبان مختلف پس از نگاه به یک عکس می‌توانند تفاسیر گوناگونی داشته باشند، اما زیرنویس عکس (که در اینجا به دلایل ذکر شده به یک اصطلاح کلیدی محدود شده است) درجه و طیف تفاسیر گوناگون را محدود

می‌کند تا عمده مخاطبان همان برداشتی را از عکس بکنند که دبیران داگ بلاده از آنها انتظار دارند.

در قسمت پایینی عکس صفحه ۶، تیتسر درشتی به طول ۲۵ سانتیمتر و به عرض ۳/۵ سانتیمتر، بدین مضمون چاپ شده است که «بوش دیشب چنین گفت». چشم مخاطب بی‌اختیار ما بین تصویر بوش و این تیتسر و اصطلاح کلیدی که حکایت از «آمادگی برای نبرد» است، رابطه ایجاد می‌کند. این رابطه با سوتیتسر کوچکی که در زیر سمت راست تیتسر به اندازه ۳/۵×۴/۵ سانتیمتر به چاپ رسیده، تکمیل می‌گردد. رابطه این سه «اظهار» یا «بیان» به یک‌باره در ذهن مخاطب شکل نمی‌گیرد، چرا که در دورهای مختلفی نگاه به دو صفحه ۶ و ۷، مخاطب آنها را «می‌بیند».

چشم خواننده در زبان نروژی همچون انگلیسی از چپ به راست حرکت می‌کند. بنابراین در پایان تیتراصلی بدین مضمون که «بوش دیشب چنین گفت»، توجه مخاطب خواهی نخواهی به سوتیتسر ۱۴ لغتی جلب می‌گردد که در پایین سمت راست تیتسر اصلی به چاپ رسیده است. این سوتیتسر بدین مضمون است: «وقتی متفقین ما قدرت شما را نابود کردند، ما غذا و داروی مورد احتیاج شما را فراهم می‌کنیم». این سوتیتسر که چشم مخاطب، خواهی نخواهی پس از «اسکن کردن» تیتسر بر روی آن «سر می‌خورد»، به عکسی که در قسمت بالایی به چاپ رسیده بود و هرم ساختار جنگی آمریکا را نشان می‌داد، بُعد دیگری می‌بخشد.

بوش و سربازانش که آماده جنگ هستند، از موضع انسانیت از هم‌اکنون قول فراهم کردن غذا و دارو را به طرف مقابل می‌دهند و درست در نقطه مقابل این سوتیتسر، در سمت چپ و پایین صفحه، یک سوتیتسر دیگر به طول تقریبی ۹/۵ سانتیمتر و عرض ۲/۵ سانتیمتر با این مضمون به چاپ رسیده است که «ما ابزار ترور را به زیر خواهیم کشاند و به شما کمک می‌کنیم تا عراق جدیدی بسازید که آزاد و پیشرفته است.»^{۱۱} خط قرمزی که بر زیر این دو سوتیتسر کشیده شده است آنها را اصطلاحاً بیشتر «توی چشم مخاطب» می‌کند و تصویری از یک «ماشین جنگی انسانی و انسان دوست»، ترسیم می‌کند؛ می‌جنگیم تا صلح را برقرار سازیم! معنای کلان فوقانی مجموعه این عکس، تیتسر و سوتیترها، در ذهن مخاطب چیزی نیست مگر آمادگی نیرویی جنگی ولی خیرخواه و انسان‌دوست که در سمت نیکی قرار دارد و به جنگ پلیدی می‌رود. اما پلیدی درست در صفحه مقابل یعنی در صفحه ۷ قرار داده شده است.

صفحه ۷ نیز از یک مطلب اصلی تشکیل شده است که تیتسر بسیار درشتی (۲۳×۶/۵ سانتیمتر) آن را بدین مضمون راهنمایی می‌کند: «دوئل آمریکا با علی شیمیایی». چشم مخاطب^{۱۱} از صفحه ۶، که نشان از آمادگی نیروی جنگی اما انسانی دارد که برای بهتر کردن وضع عراق به جنگ می‌رفت، به صفحه ۷ می‌چرخد، تا با اوج خیانت و رفتارها و ابزارهای غیر انسانی روبه‌رو شود. در سمت راست و زیر تیتسر (یعنی همان جا که چشم مخاطب پس از خواندن تیتسر به آن منتهی می‌گردد) عکس علی شیمیایی را می‌بینیم که لیخندی شیطنت‌آمیز بر لب دارد با فنجان قهوه در دست. در زیر این عکس یک اصطلاح کلیدی به چاپ رسیده که معنای تقریبی آن فردی است که مورد رعب و وحشت مردم است. در انتهای پایینی لید مطلب، سوتیتسر قرار دارد که در سمت چپ عکسی از علی شیمیایی واقع شده است. این سوتیتسر پنج لغتی، که با فونتی درشت و اصطلاحاً سیاه به چاپ رسیده است، بدین مضمون است: «عراقی‌ها

سلاح‌های بیولوژیک (در بین نیروهای عراقی^{۱۲}) تقسیم می‌کنند. سوتیتر دیگری نیز که با فوتنی کوچک‌تر در پایین عکس علی شیمیایی چاپ شده است، نقل قولی است از زبان یک منبع آمریکایی، بدین مضمون: «آنها به روشنی به بعضی از نیروهای عراقی اجازه استفاده از سلاح‌های شیمیایی را داده‌اند.»

در این مرحله، بر اساس پرسش‌های ما از دانشجویان و مشاهده نحوه خواندن آنها، احتمال خوانده شدن لید این مطلب، تقریباً وجود ندارد (مگر برای خواننده‌های خاصی که به مطلب علاقه‌مند شده‌اند). به همین دلیل همچون صفحه ۴ و ۵ ما در این مرحله به تحلیل لید و رابطه آن با سوتیترها، تیتراها و عکس‌ها نمی‌پردازیم. در بالای صفحه ۶ و ۷، نوار آبی رنگی به طول ۴/۵ سانتیمتر و عرض هر دو صفحه قرار دارد. در داخل این نوار، یک تیترا قرمز رنگ ۳ حرفی به ابعاد ۴×۳ سانتیمتر، بدین مضمون قرار داده شده است: «شمارش معکوس تا جنگ» (جنگ بزرگتر نوشته شده است). در داخل این نوار، حوادث مختلف از ۱۲ سپتامبر ۲۰۰۲ تا ۲۷ ژانویه ۲۰۰۳، به وسیله میان تیتراهای درشتی که هر یک تاریخ مشخصی را عنوان می‌کند، از یک دیگر تفکیک شده است. چشم مخاطب قبل از آنکه از صفحه ۷ خسته شود، به شکلی گذرا و سرسری به این «نوار» خواهد افتاد. مخاطب هرگز همه مطلب را نخواهد خواند، او فقط به نکته‌ای توجه می‌کند که مورد تأکید پردازشگران صفحه قرار گرفته است: «شمارش معکوس و جنگ». خواننده سپس به‌طور سرسری میان تیتراهای این مطلب را نگاه می‌کند که هر یک نشان از تاریخی خاص دارد. با توجه به دانشی که احتمالاً مخاطب از اولتیماتوم‌های پیشین بوش به صدام در ذهن دارد، او احتیاجی نیز به خواندن مطلب ندارد، بلکه کلیت این نوار آبی نشان‌دهنده فرصت‌هایی است که بوش در شمارش معکوس به صدام اعطاء کرده بود. به عبارت ساده‌تر شمارش معکوس تا جنگ، پیامی برای خواننده در بر ندارد مگر فرصت‌هایی که بوش به عراق داد ولی عراق از آن استفاده نکرد. دلیل عدم استفاده از آن فرصت‌ها را نیز باید در خبائثی جست‌وجو کرد که «علی شیمیایی» نماد آن محسوب می‌شود.

چشم مخاطب ابتدا در صفحه ۶ به عکس می‌افتد و سپس مخاطب نیم‌نگاهی به تیترا می‌اندازد اما به دلیل اهمیت صفحه ۷، نگاه وی به سرعت بر روی تیترا اصلی این صفحه یعنی «دوئل آمریکا با علی شیمیایی» می‌چرخد. آن‌گاه نگاه مخاطب از تیترا فوق بر روی عکس علی شیمیایی در حال قهوه خوردن «سر» می‌خورد و پس از اسکن کردن عکس، به سوتیتری ختم می‌شود که پخش سلاح‌های شیمیایی عراقی‌ها را مطرح می‌سازد. آن‌گاه چشم مخاطب به سرعت در عرض نوار آبی رنگی که در بالای صفحه ۷ قرار گرفته «سر می‌خورد». اما «حوصله» در جهان امروز کالایی کمیاب می‌باشد و چشم مخاطب از اختیار وی خارج می‌گردد تا دوباره در صفحه ۶، «دو دو» بزند. یعنی قبل از آنکه مخاطب فرصت کند تا سوتیتر پایین عکس و لید سیاه و درشت صفحه را مطالعه کند، چشم وی بار دیگر به صفحه ۶ می‌چرخد تا دو «سوتیتر» این صفحه را حتی به شکلی سرسری نیز که شده «مطالعه» کند. دو سوتیتری که نشان از «قدرت انسانی آمریکا» داشتند.

چشم مخاطب بار دیگر به دلیل فشار دست وی که صفحه ۷ را بیشتر در مقابل چشمانش قرار می‌دهد، به صفحه ۷ متوجه می‌شود، تا پس از نگاهی با سرعت به تمامی مطالب صفحه ۷، ابتدا سوتیتر پایین صفحه (که در سمت چپ عکس علی شیمیایی به چاپ رسیده است) را

مطالعه کند که حاکی از اجازة نیروهای عراقی در استفاده از مواد شیمیایی است. مخاطب سپس نظر خود را احتمالاً به لید متوجه خواهد ساخت.

لید صفحه ۷ بدین مضمون است: «تیمسار علی حسن ال مجیدی اولین نیروهایی که سربازان آمریکایی ملاقات خواهند کرد، رهبری می‌کند. پانزده سال پیش پس از آنکه وی افراد غیرنظامی را در شمال عراق با سلاح شیمیایی قتل عام کرد به او «علی شیمیایی» اطلاق گردید.»
تجمیع تصویری که این لید از علی شیمیایی ترسیم می‌کند، با معنای سوتیترها و عکس‌های هر دو صفحه، تصویری کلان از مبارزه «خیر و شر» را در ذهن مخاطب ترسیم می‌کند که در این میان «تیکی» همه قدم‌های ممکن را برای جلوگیری از جنگ از طریق التیماتوم‌های مختلف، برداشته است.

هنگامی که چشم مخاطب بر روی این تیترها، سوتیترها و عکس‌ها بر صفحه ۶ و ۷ می‌چرخد در ذهن او یک معنای کلان فوقانی شکل می‌گیرد که بوش در مقابل افرادی که از بمب‌های شیمیایی استفاده می‌کنند، آماده نبرد است، اما این نبرد، انسانی است و برای پیشرفت و آزادی عراق تدارک دیده شده است.

۷.۲. تعیین «پردازش» با «شیوه بهره مندی»

در گزارش‌های داگ بلاده در این دو صفحه، توضیحات و اطلاعات کامل‌تری در مورد همین معنای کلان، البته در عمق بیشتری بیان شده است اما پردازش تابلوئیدی، با این پیش‌فرض که دیگر مخاطبان حوصله و وقت روزنامه خواندن ندارند، اصلی‌ترین مفاهیم را به‌طور خلاصه، در ذهن مخاطب قرار می‌دهد.

چگونگی پردازش صفحه، تدوین تیترها و سوتیترها و نحوه قرار گرفتن آنها در کنار عکس‌ها، باعث می‌شود تا مخاطب از طریق نگاه کردن و چرخش‌های چشم خود بر روی صفحه، بدون نیاز به خواندن گزارش‌ها، خلاصه‌ای از اصلی‌ترین مفهوم را به شکل یک تصویر ذهنی، در حافظه خود قرار دهد. مخاطب همان‌طور که در تحقیقات مختلف دیده شده، و نگارنده نیز در زمان بررسی نحوه روزنامه خواندن دانشجویان، شاهد آن بوده است، به‌سرعت صفحات روزنامه، را ورق می‌زند.

پیام‌رسانی امروزین دیگر نمی‌تواند بر این فرض متکی باشد که مخاطب متن را می‌خواند. درک رابطه «ورق زدن» و «توقف نگاه» یا «مکت»، در پیام‌رسانی به «خوانندگان» امروزین، از جایگاه خاصی برخوردار است. توقف نگاه مخاطب بر روی هر صفحه (در «دوره‌های» ابتدایی «ورق زدن») حداکثر تا خواندن تیترها و سوتیترها و به احتمال بسیار ضعیف‌تر تا خواندن لید، به درازا می‌انجامد. این توقفی کوتاه است و به همین دلیل حتی «خواندن» این مختصر نیز گاه در مراحل مختلفی رخ می‌دهد که حاصل ورق زدن‌های متمادی است. بنابراین معنای یک پردازش خبری که از چندین صفحه مختلف شکل گرفته است (مانند پردازش خبری مسئله عراق در همین شماره مورد بررسی) را تنها نمی‌توان در تحلیل مجرد هر یک از این صفحات، جست‌وجو کرد، بلکه این معنا، در ورق‌زدن‌های پیاپی در بین صفحات مختلف یک پوشش خبری چند صفحه‌ای، در ذهن مخاطب، شکل می‌گیرد. معنا، حاصل همه آن صفحات است، نه یک صفحه مشخص و مجرد از سایر صفحات.

مخاطب خیلی سریع، سریع‌تر از آنچه در روزنامه‌نگاران و سردبیران نشریات ما فکر می‌کنند، در اثر ورق زدن‌های عجولانه خود، به صفحات ۸ و ۹ می‌رسد. این دو صفحه، عکس بزرگی به ابعاد $24/5 \times 1/5$ سانتیمتری را حمل می‌کنند. این عکس در حقیقت ۸ ستون از ۱۰ ستون در دو صفحه ۸ و ۹ را اشغال کرده است. این عکس رابط دو صفحه به یکدیگر است، و عاملی برای "تقلیل" دو صفحه مختلف به "یک صفحه گسترده" محسوب می‌گردد. عکس، این دو صفحه را به یک صفحه تبدیل کرده است و بنابراین "عامل انسجام بخش این صفحه گسترده" یا رمزگان زنجیره‌ای آن است. عکس با غلبه‌ای انکارناپذیر، فضای این دو صفحه را بر زیر سلطه خود قرار داده است.

اما با این حال معنای کلان فوق حاصل از این صفحه گسترده را نمی‌توان به تنهایی در این عکس جست‌وجو کرد. بلکه این معنا، حداقل بخشاً، حاصل معنایی است که پیش‌تر در صفحات ۶ و ۷، ذهن مخاطب را آماده کرده بود؛ انسانی بودن یک ماشین جنگی که به نبرد با سیاهی و پلیدی و شر می‌رود.

زمانی که انسانی بودن این ماشین اثبات شد، عظمت آن، ابهت احترام برانگیز آن، در صفحات ۸ و ۹، از طریق یک عکس بسیار بزرگ به "رخ مخاطب کشیده می‌شود." عکس بیابانی بزرگ را به نمایش در می‌آورد که سراسر پر از ادوات ارتشی است که آرایشی جنگی را برگزیده است. در زیر این عکس تیترو لغتی بزرگی "خود نمایی" می‌کند؛ «ماشین جنگی».

در این دو صفحه علاوه بر باند باریک آبی رنگ فوقانی که در ادامه صفحه ۶ و ۷، اتفاقات مهم را تا ۱۶ مارس ۲۰۰۳ به ترتیب ذکر می‌کند، یک گزارش خبری و یک تحلیل نیز به چاپ رسیده است. همچنین دو تیترنیز در این دو صفحه به چشم می‌خورد. تیتراصلی به ابعاد 15×7 سانتیمتر درست زیر عکس اصلی صفحه بدین مضمون به چاپ رسیده است: «ماشین جنگی». «این تیترو دو حرفی، رابطه‌ای تنگاتنگ با عکسی دارد که در بالای آن به چاپ رسیده است و همان ماشین نظامی آماده حمله را به نمایش در می‌آورد. اصطلاح کلیدی که در زیر عکس با قلم سیاه به چاپ رسیده است، بدین مضمون است: «آماده نبرد» عبارت آماده نبرد با توجه به عکس، و با توجه به تیترو «ماشین جنگی» معنایی را در ذهن مخاطب، ایجاد می‌کند. این معنا به نوعی مخاطب را آماده خواندن لید ۱۸ لغتی سیاهی می‌کند که درست در مقابل تیترو ماشین جنگی به چاپ رسیده است. تیترو در قسمت میانی دو صفحه قرار گرفته است و براساس مشاهدات من و پرسش‌هایی که از دانشجویان کردم، چشم مخاطب پس از اسکن کردن عکس به تیترو زیر آن می‌لغزد و سپس بلافاصله با لید روبه‌رو می‌گردد. در دور اول ورق زدن آن را نمی‌خواند اما در دفعات بعدی که سرعت لغزش نگاه بر روی عکس و تیترو بیشتر می‌گردد، نگاه مخاطب با لید برخورد می‌کند.

به گفته دانشجویان، در این دور بعدی از ورق زدن روزنامه، خواننده بی‌اختیار خواهان آگاهی از معنای لید می‌گردد. لید مطلب مورد بررسی بدین مضمون است: «در لحظه‌ای که پرزیدنت جورج بوش فرمان دهد، قدرتمندترین ارتش جهان وارد جنوب عراق با پشتیبانی بیش از صدها هواپیمای جنگی می‌گردد.» تصویر ذهنی مخاطب از جنگی که در پیش‌رو است، کم‌کم و به هنگام ورق‌زدن‌های متوالی وی، بدون خواندن مطلب، و فقط از طریق نگاه کردن به صفحات، شکل می‌گیرد. قدرتمندترین ماشین جنگی جهان، که در سوی نیکی و انسانیت قرار

گرفته است، منتظر فرمان سیاستمداری است که همه راه‌های ممکن را برای جلوگیری از جنگ بپیموده، اما هیچ پاسخی از طرف مقابل که مظهر پلیدی، خیانت و اعمال غیرانسانی است، دریافت نکرده و اینک آخرین التیماutom خود را برای جلوگیری از ورود این ماشین عظیم به جنگ، بیان می‌نماید: «جنگ تا ۴۸ ساعت دیگر.»

مخاطب همان‌طور که در تحقیقات مختلف دیده شده و نگارنده نیز در زمان بررسی نحوه روزنامه‌خواندن دانشجویان شاهد آن بوده است، به سرعت صفحات روزنامه را ورق می‌زند. توقف مخاطب بر روی هر صفحه (در "دوره‌های" ابتدایی "ورق زدن") حداکثر تا خواندن تیتراها و سوتیتراها و به احتمال بسیار ضعیف‌تر تا خواندن لید، به درازا می‌انجامد. این توقفی کوتاه است و به همین دلیل حتی "خواندن" این مختصر نیز گاه در مراحل مختلفی رخ می‌دهد که حاصل ورق زدن‌های متمادی است. بنابراین معنای پردازش خبری که از چندین صفحه مختلف شکل گرفته است (مانند پردازش خبری مسئله عراق در همین شماره مورد بررسی) را تنها نمی‌توان در تحلیل مجرد هر یک از این صفحات، جست‌وجو کرد، بلکه این معنا، در ورق زدن‌های پیاپی در بین صفحات مختلف یک پوشش خبری چند صفحه‌ای، در ذهن مخاطب، شکل می‌گیرد.

معنا حاصل همه آن صفحات است، نه یک صفحه مشخص و مجرد و سایر صفحات. معنا، حاصل تأثیر همه صفحاتی است که مخاطب، به سرعت، بین آنها، به عقب و جلو، جست‌وجوگرانه و بی‌صبرانه، ورق زده است. سرعت نسبتاً بالای ورق زدن باعث می‌شود تا معنایی از صفحه قبلی، پس‌زمینه‌ای برای درک صفحه بعدی ایجاد کند. تحلیل صفحات مختلف نیز نمی‌تواند، از طریق تفکیک کامل بین صفحات صورت پذیرد، بلکه تحلیل باید به دنبال رمزگشایی تصویری باشد که همه این صفحات در ذهن ورق زننده یا به عبارت "ستی" خواننده شکل داده است.

۲.۸. راهنمایی مسیر چشم مخاطب

توضیح داده شد که یک متن هرگز از آغاز تا پایان به شکل خطی مورد مطالعه خواننده قرار نمی‌گیرد. خواننده پس از "خواندن" لید، نگاه خود را متوجه سایر اجزای صفحه می‌کند. در این مرحله به بررسی این اجزای پردازیم. در زیر هر عکس، یک کپشن مشاهده می‌شود. وظیفه کپشن "معرفی" عکس است. اما از آنجا که احتمال خواندن حروف ریز کپشن بسیار کم است، از اصطلاحی کلیدی استفاده می‌شود که در حقیقت "خلاصه" کپشن است. این اصطلاح کلیدی به شکلی توپر چاپ می‌شود. وظیفه آن ایجاد چارچوبی است برای فهم و درک عکس.

اما اصطلاح کلیدی نقش دیگری نیز دارد. چشم مخاطب به هنگام "دو دو" زدن بر روی صفحه روزنامه، همان‌طور که توضیح داده شد، تکه‌تکه خوانی می‌کند. در این فرایند، همیشه کوتاه‌ترین مطالب، جالب‌ترین آنها برای مخاطب محسوب می‌شود. بنابراین اصطلاح کلیدی به یکی از اجزای خرد صفحه مبدل می‌گردد که چشم مخاطب بارها با آن برخورد می‌کند و در شکل‌گیری معنای کلان فوق یا تصویر ذهنی مخاطب از مطلب، نقشی اساسی برعهده دارد.

میان‌تیتراها نیز از جمله اجزای خرد دیگری هستند که در اولین تماس‌های مخاطب با متن بدان توجه می‌شود. عمده دانشجویان پس از فراغت از "خواندن" لید و البته در دوره‌های تازه‌ای

از ورق زدن نشریه، نظر خود را به متن خبری معطوف داشتند. آنها در ابتدا، به سرعت "میان تیرهای" متن که با فونتی توپر چاپ شده بود را از نظر گذارنده و یا اصطلاحاً "خواندند".

میان تیرها علاوه بر آنکه یک متن را به بخش‌های مختلف تقسیم می‌کنند تا "استفاده و برداشت مطلب" آسان‌تر شود، یعنی به متن نوعی "نظم" از طریق دسته‌بندی معنایی مطالب بخشیده شود، وظیفه دیگری نیز برعهده دارند. از آنجا که چشم مخاطب بارها بر یک صفحه می‌لغزد، به هنگام تماس مخاطب با متن میان تیرها چارچوب معنایی خاصی را برای درک معنای متن، ایجاد می‌کنند. از آنجا که مخاطب به‌طور خطی و از ابتدا تا انتها یک متن را نمی‌خواند، بلکه عمدتاً چشم‌هایش در صفحه "دو دو" می‌زند، علاوه بر اصطلاح کلیدی، میان تیرها که با فونت توپر چاپ شده‌اند، به دلیل کوتاهی، "خود را بارها به چشم مخاطب می‌آورند." بدین ترتیب میان تیرها در "تقسیم" اجزای مختلف معنایی برای شکل دادن به "تصویر ذهنی کلی از مطلب"، نقش و جایگاه ویژه‌ای را برعهده دارند.

مخاطب پس از نگاه به میان تیرها به احتمال زیاد و قبل از آنکه باز هم شروع به ورق زدن کند، تکه‌هایی از متن را "می‌خواند". همان‌طور که قبلاً هم توضیح داده شد، وظیفه راهنمایی یا هدایت چشم مخاطب دیگر تنها یک وظیفه گرافیکی نیست که "صفحه بند" آن را انجام دهد، بلکه اینک این یکی از عمده‌ترین وظایف دبیران خبری و سردبیران است. آنها وظیفه دارند تا با تقسیم معنا در لایه‌های مختلف، با فرض آنکه مخاطب در ورق‌زدن‌های مختلف عمدتاً تکه‌خوانی می‌کند، پیام خود را به مخاطب ارائه کنند.

هدایت چشم مخاطب در بُعد کلان در کلیت صفحه از طریق ترکیب تیر اصلی با عکس و اصطلاح کلیدی زیر عکس و تیرهای فرعی، سوتیرها و لید انجام می‌شود. اما در سطح خرد، یعنی در داخل متن، این عمدتاً میان تیرها و "بخش‌های توپر شده متن" اند که وظیفه هدایت چشم مخاطب را برعهده دارند. اگر فرض کنیم که مخاطب عجلانده به "تکه‌هایی" از متن "نگاه" می‌کند، آن‌گاه می‌توان با به‌کارگیری تمهیداتی چند، مسیر چشم مخاطب بر روی متن را "هدایت" کرد تا مخاطب به آن چیزهایی نگاه کند که دبیران مد نظر داشته‌اند.

۲. ۸. ۱. وظیفه‌ای نوین برای دبیران خبری

در سمت چپ عکس بزرگی که در صفحات ۸ و ۹ به چاپ رسیده، تحلیلی با این عنوان قابل مشاهده است که «اسب آهتین ورتیز می‌اندازد». این تحلیل از ۴ پاراگراف تشکیل شده است و در صفحه ۸ به چاپ رسیده است. هر پاراگراف یک اصطلاح کلیدی دارد که به شکل توپر و با حروف بزرگ چاپ شده است. مثلاً اولین آن بدین مضمون است: «جنگ می‌آید».

حتی نمی‌شود تصور کرد که مخاطب بلافاصله به خواندن تحلیل مزبور مشغول شود. من حتی از یک خبرنگار که دانشجویم بود، پرسیدم که اگر این مطلب به فارسی نگاهشته شده بود، آیا تو آن را مطالعه می‌کردی؟ کمی فکر کرد و سپس پاسخ داد که اساساً نشریه طوری طراحی شده که معنا نه در یک مطلب بلکه در کلیت آن و حتی در عکس‌ها قابل مشاهده است و بنابراین به نظر او اساساً ناشران نشریه از وی می‌خواستند تا پس از دیدن عکس و نگاهی به تیرها نشریه را ورق بزنند و به صفحه بعدی مراجعه کنند از او پرسیدم چند درصد از گزارش‌های نشریه‌ای که در آن کار می‌کنی و یا سایر نشریات دیگر را می‌خوانی؟ "مگر آنکه نام نویسنده بسیار آشنا باشد"، پاسخ او بود. این دقیقاً پاسخی بود که من از عمده دانشجویانی

شنیده بودم که سال‌ها تجربه گزارش‌نویسی داشتند. از او می‌پرسم در این مطلب (پیش از آنکه شروع به ورق زدن نمایی)، چه چیزی توجه تو را بیشتر جلب می‌کند. او می‌گوید خوب مشخص است که مطلب را با میان‌تیرها از یکدیگر تفکیک کرده‌اند ولی آنها بر خطوطی در داخل متن نیز از طریق توپر کردن این خطوط تأکید نموده‌اند و این ترفند به من می‌گوید که اگر فقط میان‌تیرها و خطوط توپر داخل متن را بخوانم معنای کلی متن را از این طریق در خواهم یافت. این دقیقاً پاسخی است که من از دانشجویان دیگر نیز، البته به شکل‌های مختلف، دریافت کردم.

مطلب صفحه ۹ تقریباً ۲۵۰ لغت است که ۱۳ خط آن توپر چاپ شده است. با آنکه احتمال خواندن این مطلب نسبت به سایر مطالب، به دلیل کوتاهی آن، بسیار زیادتر است، اما تجربه نشان می‌دهد که خواننده بی‌اختیار به خطوطی نظر می‌افکند که در "لای - لای" متن، به شکلی توپر چاپ شده است.

تجربه ما نیز نشان می‌دهد که سه خط اولی و سه خط پایانی که کوتاه‌ترند، احتمال خواندنشان بیشتر است و هفت خط توپر میانی کمتر مورد توجه دانشجویان بود. سه خط اولی که به شکل یک پاراگراف کوتاه به چاپ رسیده، از زبان ارتش امریکا نقل شده است که «حالا آنها تنها منتظر سیگنال جورج بوش و تونی بلر برای اشغال هستند.» در پایان خبر نیز یک پاراگراف سه خطی توپر بدین مضمون قابل مشاهده است: «اجتبار رسیده از بغداد نشان می‌دهد که سربازان در حال ترک لباس و پیوستن به مردم هستند.» معنای این شش خط را تنها می‌توان در چارچوبی یافت که میان‌تیرهای تحلیل سیاسی چاپ شده در صفحه ۸ فراهم آورده بودند، چرا که مخاطب قبل از نگاه به صفحه ۹، میان تیرهای تحلیل چاپ شده در صفحه ۸ را "خوانده" بود. اما یک چارچوب کلان دیگر نیز برای جهت دادن به ذهن مخاطب در اینجا قابل نام بردن است و آن نیست مگر تصویر ذهنی کلی که تیر، عکس، سوتیترها و لید این صفحه و صفحات قبلی در ذهن مخاطب ایجاد کرده بود.

معنا به شکل "تکه تکه" وارد ذهن می‌شود و در تجمیع با سایر "تکه معناها" تصویری را شکل می‌دهد که این تصویر مبنای فهم "تکه‌های معنایی نوینی" را فراهم می‌آورد که مخاطب در تماس با متن، آنها را وارد فرایند ادراکی خود می‌کند. تکه‌های قبلی در اینجا نقش دانشی را بازی می‌کنند که تکه‌های بعدی با توجه به آن دانش مورد ارزیابی قرار می‌گیرند.

اهمیت "هدایت چشم مخاطب" نیز دقیقاً در رابطه با همین فرایند، موضوعیت می‌یابد. اما برای انطباق با تکه‌تکه خوانی مخاطب، اطلاعات نیز به شکلی تکه‌تکه ارائه می‌شوند. توضیح داده شد که تأکید بر توپر کردن اصطلاح کلیدی و میان‌تیرها از جمله شیوه‌های بیان اطلاعات به شکلی تکه‌تکه هستند.^{۱۳}

یکی دیگر از این شیوه‌ها را می‌توان استفاده از "جعبه‌هایی متنی رنگی" دانست که نه تنها چشم مخاطب را به سوی خود هدایت می‌کند بلکه بخشی از اطلاعات مهم برای فهم مطلب اصلی را در کوتاه‌ترین شکل ممکنه در خود گنجانده‌اند.

۲.۸.۲. جعبه‌های رنگی متنی

گزارش خبری صفحه ۹ در سه ستون در زیرعکس قرار داشت که دوستون مابقی صفحه به صورت دو جعبه قهوه‌ای رنگ به چاپ رسیده بود و با خط قرمز بر آن تأکید شده است. بر روی این دو خط تأکید، اصطلاح "فاکت" درج شده است و در زیر آن با قلمی سیاه ولی فونتی ریز، در یک جعبه قدرت نظامی عراق و در جعبه دیگر قدرت نظامی انگلیس و آمریکا درج شده است.

خواننده احتمالاً نگاهی به اعداد می‌اندازد. ولی آن را نمی‌خواند. این نگاه به اعداد در چارچوب همان پس‌زمینه‌ای درک می‌گردد که مجموعه معانی موجود در عکس، تیترو لید در ذهن مخاطب ایجاد کرده است. خواننده بدون خواندن این دو جعبه و بدون آنکه واقعاً اعداد را با یکدیگر مقایسه کند، با نگاهی سرسری به این اعداد، آنها را به عنوان «نشانه‌ای» برای اثبات برتری قدرت ماشین جنگی آمریکا درک خواهد کرد. با خارج کردن مطالب موجود در این دو باکس از بدنه گزارش، داگ بلاده سعی کرده است تا "تأکید" بیشتری بر مقایسه قدرت ارتش‌های درگیر در جنگ از یک زاویه "علمی" (به همین دلیل از لغت فاکت استفاده شده است) داشته باشد. به‌طور معمول سخنان خلاصه شده بعضی از بازیگران اجتماعی و همچنین فاکت‌هایی درباره یک رویداد به شکل "عدد و رقم" از بدنه گزارش‌ها خارج می‌شود تا در باکس‌هایی عرضی یا طولی در کنار مطلب اصلی به چاپ رسد.

با این عمل اولاً از طول مطلب کاسته می‌شود و ثانیاً بر بعضی نکات مهم تأکید بیشتری انجام می‌شود چرا که "بخت خواننده شدن" آنها افزایش می‌یابد. اما دلیل دیگری را شاید بتوان به عنوان دلیل اصلی نام برد؛ علاوه بر زیبایی گرافیکی صفحه، تقسیم مطلب به عکس، گزارش و باکس‌هایی که سخنان بازیگران اجتماعی یا بعضی فاکت‌های مهم درباره یک رویداد را به چاپ رسانده‌اند، انطباقی خلاق با "تکه تکه" یا "گله گله" خوانی مخاطب است. مخاطب هرگز یک مطلب را از آغاز تا پایان به شکل خطی نخواهد خواند پس چه بهتر که مطالب طوری تنظیم شود تا با این شیوه "مطالعه" (نگاه کردن) مخاطب هماهنگی بیشتری داشته باشد. توپر چاپ کردن بعضی از خطوط در گزارش به چاپ رسیده در صفحه ۹ نیز دقیقاً در راستای همین مفهوم "گله گله خوانی" معنا می‌یابد.

داگ بلاده با علم برآنکه مخاطب دیگر به‌طور خطی نشریه را مطالعه نمی‌کند، بلکه تنها تکه‌هایی از متن را مطالعه می‌کند، با توپر چاپ کردن بخش‌هایی که خود مهم می‌داند، در حقیقت چشم مخاطب را به مطالبی هدایت می‌کند که فهم مطلب را برای مخاطب آسان می‌سازد و از این طریق امر پیام‌رسانی را تسهیل می‌کند. اما انتظاری بیش از این از مخاطب امروزی نداشته باشید و بنابراین اجازه دهید تا با وی به "ورق زدن" روزنامه بپردازیم!

۲.۸.۲.۱. تیترو عکس: رابطه‌ای متفاوت

داگ بلاده یک نشریه چپ مرکزی است و به همین دلیل نیز در صفحه ۱۱ و ۱۰ ناگهان به فکر "مردم عراق" می‌افتد چرا که به‌خوبی به این واقعیت واقف است که مخاطبانش با توجه به تجربه جنگ بوش پدر با صدام، در پس ذهن خود به فکر "مردم عراق" اند. تیترو بزرگی بر بالای دو صفحه ۱۱ و ۱۰ سایه افکنده است. این تیترو ۴۲×۷ سانتیمتری که از ۱۲ لغت تشکیل شده

است، از دو رنگ قرمز و سیاه استفاده می‌کند: "بغداد دیروز (قرمز): می‌تونه کثیف (بی‌ریخت) بشه ولی ما چکار می‌تونیم بکنیم" (سیاه).

تیترا، از زبان مردم عادی و به شکلی محاوره‌ای در طول دو صفحه به چاپ رسیده است آن دو صفحه را به یک صفحه گسترده تبدیل سازد. مطلب نیز در دو صفحه روبه‌روی یکدیگر، یعنی صفحات ۱۰ و ۱۱ به چاپ رسیده است. داگ بلاده تقریباً در مورد همه خبرهای مهم، این‌گونه صفحات خود را به "یک صفحه گسترده" تبدیل می‌کند. با آنکه درباره راهکارهای تبدیل دو صفحه به یک صفحه گسترده و ربط چند گزارش به یک گزارش گسترده قبلاً نیز بحث شده بود اجازه دهید، تا جنبه‌های دیگری از این راهکارها را در اینجا مورد بحث قرار دهیم.

در مقابل تیترا اصلی بزرگی که این دو صفحه را به یکدیگر ربط می‌داد، عکس کوچکی از یک زن میانسال و محجبه مشاهده می‌شود که تیترا اصلی در حقیقت از زبان او نقل شده است. اصطلاح کلیدی در معرفی عکس این زن "پلاستیک در مقابل زهر" است. اما، در زیر تیترا اصلی، عکس بسیار بزرگی به ابعاد ۲۶ × ۳۸/۵ سانتیمتر قرار دارد، که چهره خندان مردی از اقشار کارگری یا پایینی طبقه متوسط عراق را نشان می‌دهد، که دو کیسه در دست دارد. این خنده چه معنایی دارد؟ در سوی دیگری از همین عکس، حمالی وسایلی را در پشت یک ماشین سواری قرار می‌دهد. عکس آماده شدن مردم را برای مقابله با روزهای سخت نشان می‌دهد. اما، چهره شخصیت اصلی عکس، خندان نشان می‌دهد. او نماینده شخصیت خاصی است، شخصیت ملی عراق. در زیر این عکس اصطلاح کلیدی وحشت زده با قلم سیاه درج شده است. این لغت، دقیقاً در امتداد خط فرضی‌ای قرار می‌گیرد که به لبان خنده روی مرد، قابل ترسیم است. یعنی چشم ما را بی‌اختیار در برابر یک رابطه قرار می‌دهد؛ لبان خندان و صورت گشاده مردی که در وحشت است. این در حقیقت همان شخصیت ملی عراق است. احتیاجی به خواندن مقاله وجود ندارد و اگر هم مقاله را بخوانیم، اطلاعات عمیق‌تری را در چارچوب همین معنا و همین مفهوم به‌دست خواهیم آورد.

۲. ۸. ۳. سوتیترا، معنایی کلان در چند لغت

در زیر این عکس، دقیقاً همان جایی که چرخش طبیعی چشم مخاطب احتمالاً به آن ختم می‌گردد، سوتیترا قرار داده شده که با خط قرمزی مورد تأکید قرار گرفته است. مضمون این سوتیترا ۱۰ لغتی بدین قرار است: آمریکا با ما همچون حیوان یا بدتر از آن رفتار خواهد کرد. در زیر این سوتیترا با خط توپر سیاهی نوشته شده است که محمدعلی این عبارت را از رادیو شنیده است. خنده محمد علی در عکس معنایی سیاسی نیز می‌یابد. شاید این خنده‌ای است به ادعای رادیو بغداد که آمریکایی‌ها با مردم همچون حیوان رفتار خواهند کرد.

درست در زیر تیترا، و در سمت چپ عکس، یک لید درشت ۲۳ لغتی قرار دارد. بخشی از مخاطبان هرگز در همان نگاه اول این لید را مطالعه نخواهند کرد. اما بخشی دیگر، احتمالاً این لید و چهار میان‌تیترا که مطلب را به قسمت‌های مختلف تقسیم کرده است، سرسری نگاه می‌کنند. نگاهی به لید چنین معنایی را به ذهن مخاطب منتقل خواهد کرد: "تا چند روز دیگر

بمب‌ها بر بغداد خواهند بارید. در خیابان‌ها به روشنی بر علیه صدام، صحبت می‌شود. مشت آهنین دیکتاتور بر روی مردم در حال باز شدن است.

حال معنای خنده مرد در تقابل با اصطلاح کلیدی عکس که خبر از "وحشت" می‌داد، تعمیق می‌یابد؛ "خنده و ترس" در حقیقت نمادی از تقابل "اینک با فردا" است. "ترس" به "اینک" ربط داده شده یعنی به نظام بعثی و صدام ربط داده می‌شود که چنین بر سر مردم عراق آورده‌اند. ولی لیخند به فردای روشنی ربط داده می‌شود که پس از جنگ و پس از پیروزی "نیکی بر پلیدی" در انتظار مردم عراق است؛ عراقی آزاد، عراقی دموکراتیک، عراقی بدون ترس از مواد شیمیایی و صدام، و پر از لیخند و شادی!

گرچه اصطلاح کلیدی و لید درشتی که در سمت چپ عکس به چاپ رسیده است، معنایی موجود در عکس را "می‌بندد"، تا آن را منطبق بر معنایی سازد که *داگ* بلاده در ذهن دارد، اما در عین حال نمی‌توان فراموش کرد که این در حقیقت عکس است که همچون "رمزگانی زنجیره‌ای"، پیوند معنایی تمامی مطالب مختلف را ایجاد می‌کند، که در تیتیر، اصطلاحات کلیدی و لید به چاپ رسیده است.

۲. ۸. ۴. میان‌تیتیرها، تقسیم و نظم معنایی مطلب

چهار میان‌تیتیر ۳ تا ۴ لغتی که مطالب را به قسمت‌های مختلف تقسیم کرده‌اند، بدین قرارند: "بهتر یا بدتر"، "ما به خدا پناه می‌بریم"، "موش آزمایشگاهی در بازار حیوانات" و "زندگی همچون همیشه". در اینجا با مجموعه‌ای از میان‌تیتیرها روبه‌رویم که به تنهایی هیچ معنایی ندارند. معنای مجموعه چهار میان‌تیتیر را تنها می‌توان در یک رابطه پیچیده با عکس، تیتیر، اصطلاحات کلیدی و لید جست‌وجو کرد.

از سوی دیگر میان‌تیتیرها، خود به چارچوبی برای درک مطلب تبدیل می‌شوند و جنبه‌های دیگری از واقعیت بازنمایی شده *داگ* بلاده را برای مخاطب روشن می‌سازند. این "مجموعه گسسته" معنایی، در ورق‌زدن‌های متوالی، یعنی در "خواندن گسسته" مطلب، تصویری را در ذهن مخاطب ترسیم می‌کنند. این تصویر را می‌توان معنای کلان مطلب محسوب داشت. گویی برای ما "مطلب را خوانده‌اند و خلاصه کرده‌اند."^{۱۱}

این دقیقاً همان انتقادی است که نویسندگان نخبه‌گرا مطرح می‌کنند که "دیگر احتیاجی به خواندن نیست"، خواننده فقط باید نگاه کند. ولی همین انتقاد، نشان‌دهنده دستاورد پردازش تابلوئیدی است برای مقابله با مخاطب بی‌حوصله‌ای که وقتی برای مطالعه ندارد.

اما تذکر این نکته الزامی است که معنای "این صفحه" را نمی‌توان "فقط در همین صفحه"، جست‌وجو کرد؛ چرا که مخاطب از صفحات ۴-۵ به ۶-۷ و ۸-۹ و بالأخره ۱۰-۱۱ با سرعت ورق‌زده، نگاهی بر تیتیرها و عکس‌ها انداخته، تکه‌هایی از لیدها و سوتیتیرها را خوانده و احتمالاً یک بار دیگر به صفحه ۹-۸، ۷-۶، ۵-۴، در حرکتی معکوس، که از صفحه ۱۰ و ۱۱ شروع شده بود، رجوع می‌کند.

من از دانشجویان پرسیدم که امکان چنین "حرکت معکوسی"، در ورق‌زدن صفحاتی که موضوعاتی به هم پیوسته دارند، و آنها نیز دقیقاً آن را تأیید کردند. صفحاتی که موضوعی به هم

پیوسته و مشابه دارد، چندین بار به شکل پیایی از ابتدا به انتها یعنی از صفحه ۴ تا ۱۱ و از ۱۱ به ۴، به جلو و برعکس، ورق زده و گله گله، یا تکه تکه "مطالعه" می‌شود.

۲.۹. ورق زدن روزنامه؛ فرایندی خطی یا گسسته

برای بررسی تصویری که داگ بلاده از آغاز جنگ ترسیم می‌کند بهتر است سایر لیدهای مطالبی را نیز مورد بررسی قرار دهیم که در صفحات پیشین همین پوشش خبری به چاپ رسیده بود؛ چرا که مخاطب اینک در ورق‌زدن‌های ثانویه خود به آن لیدها توجه می‌کند. اگر مخاطب از کلیت این پوشش خبری خسته نشده باشد و پس از نگاه کردن به آنها از صفحه ۱۱ به جلو ورق نزند، احتمال بازگشت به صفحاتی که مطالب جنگ را به تصویر کشیده‌اند، وجود دارد.

طی سال‌های اخیر که این نشریه را به دانشجویان نشان می‌دادم، متوجه شدم که عمده آنها علاقه‌مندند تا در پایان "مطالعه" پوشش خبری روزهای پیش از جنگ بوش و صدام، نگاهی نیز به سایر مطالب بیندازند. اما تنها اندکی از دانشجویان، بلافاصله، خواهان حرکت معکوس، از صفحه ۱۱ به ۴، بودند. این مسئله تعجب‌آور نیست. احتمال بازگشت به صفحاتی که درباره یک واقعه مشخص نوشته شده است، در همان مرحله اول چندان زیاد نیست و بیشتر خوانندگان ابتدا سری به سایر مطالب می‌زنند و نگاهی به صفحات دیگر می‌اندازند و آن‌گاه گویی که به یک باره به یاد مطلب اصلی و مهمی می‌افتند که در چند صفحه متمادی چاپ شده بود، و به آن رجوع می‌کنند.

معمولاً رجوع به صفحات قبلی، حرکتی بالعکس ولی خطی است. اما در این مورد قانون خاصی مشاهده نمی‌شود، یعنی ممکن است خواننده‌ای صفحه ۱۱-۱۲ را سریع و بدون کمترین نگاهی ورق بزند و در صفحه ۸-۹ مکث کند، اما خواننده دیگری به شکلی متفاوت مکث خود را معطوف صفحه دیگری نماید.

تحقیق حاضر در بررسی چگونگی ورق زدن معکوس مخاطب عمدتاً به بررسی مسیر چشم و شیوه خواندن وی می‌پردازد. گرچه بار دیگر شاید مجبور به تکرار مطالب قبلی شوم، اما باید شیوه خواندن این خواننده فرضی را از طریق سؤال‌های مشخص از دانشجویان نمونه تحقیق، دنبال کنیم، تا موفق به تحلیل آن شویم.

آیا خواننده زمانی که به مطالعه مجدد صفحات یک پوشش خبری می‌پردازد، ورق زدن معکوس را از همان آخرین صفحه پوشش آغاز خواهد کرد (و مثلاً به مطالعه مجدد صفحه ۱۱ خواهد پرداخت) یا به اولین صفحه پوشش خبری مراجعه خواهد کرد؟ جواب اکثر دانشجویان هیچک از دو گزینه نبود. آنها در آغاز به ورق‌زدن معکوس می‌پردازند. یعنی مخاطب به صفحه ۸-۹ مراجعه می‌کند. نگاهی سریع به صفحه می‌اندازد. چشم‌هایش از سمت راست بالایی صفحه ۹ حرکتی منحنی را آغاز می‌کند. در اولین نقطه بخشی از عکس قرار دارد که در آن تجمع ادوات نظامی مشاهده می‌شود. نگاه به سمت چپ تصویر می‌نغزد که ادامه همین عکس مشاهده می‌شود. در کنار سمت چپ عکس، تیتراژ «اسب آهنین ورتیز می‌اندازد» قرار گرفته است.

خواننده در پاسخ به این پرسش که آیا می‌خواهد مطلب را بخواند یا خیر، پاسخ می‌دهد که نه این تحلیل را بعداً می‌توانم بخوانم. (بر روی کادر قهوه‌ای رنگ کمرنگی که این مطلب در آن

جای داده شده است، به خط قرمز اصطلاح "تحلیل" به چاپ رسیده است. اصطلاحی که دست‌کم در ذهن این دانشجو که در آن زمان در یک نشریه مهم کار می‌کرد، "جذاب" نیست). چشم مخاطب حرکت دورانی خود را به سمت پایین ادامه می‌دهد. در اینجا او در پایین عکس یک بار دیگر، اما با سرعت بیشتری، نگاهی به اصطلاح کلیدی زیر عکس می‌اندازد و می‌پرسد: «معنایش چه بود؟ ها، آماده نبرد. عجب کپشنی... ها» سپس بلافاصله تیر درشت زیر این اصطلاح کلیدی را مد نظر قرار می‌دهد. بلافاصله خودش ادامه می‌دهد که «ماشین جنگی...؟ نه..؟» در مقابل تیر درشت، لید سیاه رنگ کوتاهی مشاهده می‌شود.

بچه‌ها به دو دسته تقسیم می‌شوند. عده‌ای می‌خواهند یک بار دیگر لید را بخوانند. عده‌ای دیگر می‌گویند بگذار ببینیم مطلب چیست؟ اما هر دو دسته قبول می‌کنند که در هر صورت لید را با سرعت نگاه خواهند کرد، یعنی به عبارت ساده‌تر معنای کلان فوقانی لید به شکل یک ایزوود معنایی در ذهن آنان تازه می‌شود.^{۱۵} البته هیچ‌کدام، دیگر نمی‌خواهند اولین پاراگراف در زیر لید را بخوانند، بلکه رأی عمومی بر آن است تا پاراگراف‌هایی مطالعه شوند که با قلم سیاه به چاپ رسیده‌اند.

یکی از دانشجویان با تندی و تحکم می‌گوید: «پاراگراف اول و سوم را که گفته بود، معنای پاراگراف وسطی چیست؟» پاراگراف میانی بدین مضمون است: «نکته این است که صدام حسین را باید "کور" کرد تا او نفهمد در اطرافش چه می‌گذرد و از ماشین قدرت سرنگون شود. بنابراین به‌طور موازی خیلی چیزها اتفاق خواهد افتاد، سروان نیلس هله از مدرسه نظام می‌گوید.»

دانشجویان بلافاصله نظر خود را به دو پاراگراف توپر دیگر که حجم کمتری نیز داشتند معطوف می‌سازند. رأی عمومی بر آن است که پاراگراف آخر این مطلب بسیار کوتاه که تنها ۱۵×۷ سانتیمتر حجم دارد را مطالعه کنند: «خبرهایی از بغداد می‌رسد که سربازان شروع به پیوستن به مردم کرده‌اند». سپس به پاراگراف توپر اولی که یک ستون پیش‌تر به چاپ رسیده است، مراجعه می‌کنیم: «آنها فقط منتظر علامت روشن جورج بوش و تونی بلر برای اشغال هستند.»

به درخواست دانشجویان به صفحه ۶ - ۷ مراجعه می‌کنیم. صفحه ۶ برای آنها فقط عکسی جالب توجه دارد. معنی دو سوتیتر مطلب به سرعت در پایان بازدید نگاهشان به‌طور خلاصه به ذهن سپرده می‌شود: «غذا و دارو پخش خواهد شد و عراق آزاد پس از جنگ پیشرفت خواهد کرد.» صفحه ۷ علاقه مخاطب را بیشتر جلب می‌کرد.

چرا مخاطب به این صفحه علاقه بیشتری دارد؟ تیر آن درشت‌تر است. صفحه به شکل مرکزی‌تری کار شده است. در پایین لید یک زیرتیتر سیاه و توپر به چاپ رسیده است. مطلب نیز به سه بخش تقسیم شده است که هر بخش یک میان‌تیتر توپر دارد. شاید نیز عکس این صفحه مخاطب را جلب می‌کند. و البته، شاید به دلیل راحتی، در دست‌های مخاطب به شکلی قرار می‌گیرد، که چشم را به‌سوی خود جلب می‌کند. خواننده یک‌بار دیگر با سرعت تیر اصلی را از نظر می‌گذرانند. «آمریکا به دوئل علی شیمیایی می‌رود». در سایه چنین مفهومی و شاید بهتر است بگوییم در چارچوب چنین مفهومی لید مطالعه می‌شود: «اولین نیروهای عراقی که سربازان آمریکایی ملاقات خواهند کرد به‌وسیله ژنرال علی حسن المجید رهبری می‌شوند. ۱۵

سال پیش پس از قتل عام غیرنظامیان با سلاح‌های شیمیایی در شمال عراق به او نام مستعار علی شیمیایی اطلاق شد.

درست در زیر این لید ۵ لغت درشت و توپر خودنمایی می‌کند، همه می‌خواهند یک بار دیگر آن را مدنظر قرار دهند: «عراقی‌ها سلاح‌های شیمیایی پخش می‌کنند». حالا کنجکاوی خوانندگان به میان تیتراهای مطلب کشیده شده است. می‌پرسم، نمی‌خواهید معنای آنچه را تاکنون خوانده‌اید، مورد بحث قرار دهیم. اولین میان تیترا بدین مضمون است: «انتصاب تازه»، «عراق جنگ» و «استاندار کویت». خواننده گله گله، قطعه قطعه به خواندن تکه‌هایی از مقاله در زیر هر یک از تیتراهای میانی می‌پردازد. در پایین میان تیترا اول یعنی «انتصاب تازه»، چهار پاراگراف قرار دارد. اولین پاراگراف به طبل جنگ و ۲۵۰,۰۰۰ سرباز اشاره می‌کند. مخاطب دیگر احتیاج به خواندن بقیه مطلب ندارد. این عدد با آن اولین اصطلاح پاراگراف یعنی طبل جنگ، گویای معنای فوقانی این پاراگراف است. پاراگراف دوم انتصاب تازه علی شیمیایی به فرماندهی منطقه جنوب را مطرح می‌سازد. پاراگراف سوم چنین آغاز می‌شود: «ژنرال علی حسن المجید خواهرزاده صدام است.»

احتیاجی به خواندن بقیه مطالب پاراگراف نیست. چشم مخاطب به گله‌ای دیگر، به قطعه‌ای دیگر دوخته می‌شود: «حداقل اجساد ۵۰۰۰ نفر که بیشتر آنها زن و بچه بودند بر جای مانده بود.» سه خط پایین‌تر نام علی شیمیایی به چشم می‌آید. لغت «کردها» نیز همان نزدیکی‌ها، یک خط پایین‌تر است. همان‌طور که دانشجویان حوصله‌شان سر رفته، مخاطب هم خطی نمی‌خواند. اصلی‌ترین اطلاعات مشخص است و در لغت کرد، علی شیمیایی و ۵۰۰۰ مرده خلاصه می‌شود. بدین ترتیب کم‌کم تصویری که در اولین ورق زدن در ذهن مخاطب با رنگ‌هایی ملایم و شاید تا حدی گنگ و نامشخص تصویر شده بود، اینک پر می‌شود. همین شیوه خواندن در نهایت تصویری را از کلیت روزهای آغاز جنگ در ذهن مخاطب شکل می‌دهد. این تصویر حاصل خواندن یک مقاله مشخص نیست، بلکه حاصل «گله‌گله خوانی» مخاطب و ورق‌زدن‌های پیاپی اوست.

اما تصویری در ذهن مخاطب شکل می‌گیرد، اطلاعاتی منتقل می‌گردد و پیامی سیاسی که موضع مشخصی را تقویت می‌کند، به مخاطب منتقل می‌شود (گرچه به قول استوارت هال مخاطب می‌تواند با آن موافقت کند، آن را رد نماید و یا آنکه با آن به بنده‌بستان و میانجیگری بپردازد).

در زیر میان تیترا «عراق جنگ»، نگاه مخاطب به سرعت خطوط را در می‌نوردد: «قوای آمریکا... کویت... لباس ضد شیمیایی... حرارت بیش از ۳۰ درجه... طوفان‌های شن...» مخاطب معنا را درک کرده است. لازم به خواندن کامل پاراگراف ۲۶ سطری نیست. «عرق جنگ» به مثابه یک اصطلاح و با چند اصطلاح کلیدی دیگر در داخل متن معنایی را در ذهن مخاطب شکل می‌دهد که نشان دهنده سختی‌ای است که نیروهای انگلیسی و آمریکایی پیش روی خود دارند. میان تیترا بعدی را نیز مخاطب با یک نگاه به چند تاریخ (که در جای‌جای دو پاراگراف زیر این میان تیترا چاپ شده است) و چند اسم درک می‌کند: «علی شیمیایی... استاندار کویت... ۱۹۹۰... شکست وحشتناک در برابر آمریکا، قبلاً در کویت» معنا مشخص است، احتیاجی به خواندن کامل مطلب نیست.

گله‌گله خوانی ادامه می‌یابد. مخاطب به صفحه ۵-۴ باز می‌گردد و سپس با همین شیوه به معانی دیگری دست می‌یابد. شاید در موارد نادر مخاطب بار دیگر تا صفحه ۱۱ را نگاهی دوباره بیندازد. مخاطب، حوصله خواندن ندارد. حرکت نشریات وزین، به سوی شکل تابلوئیدی، تنها کوچک کردن قطع نیست، تنها به‌کارگیری شیوه‌های نوین گرافیکی نیست، این حرکت را، همچنین نمی‌توان سیر قهقرایی، ارزیابی کرد. آن را، نمی‌توان حرکتی از روزنامه‌نگاری وزین، به ابتدال و آشغالیسم، تشبیه نمود، بلکه این حرکتی است آگاهانه، برای قابل خواندن کردن مطلب، برای خواننده‌ای که نمی‌خواند. رساندن پیام، با حجم کمی از لغات، اما با پردازشی منسجم، که حاصل "دانشی عملی" است، که آنها از شیوه خواندن، ورق زدن و نگاه کردن مخاطب بی‌حوصله به نشریات، در دنیای پرسرعت امروزین، به‌دست آورده‌اند.

۳. پایان سخن

برای من، همیشه این سؤال مطرح بوده است که، گزارشگران قدیمی و دبیران صفحه نشریاتی چون *داگ* بلاده که بین ۴۰ تا حداکثر ۵۵ سال سن دارند، با استفاده از چه تجربه‌ای و کدام دانش نانوشته‌ای، پردازش نهایی گزارش روزنامه‌نگاران جوان را انجام می‌دهند. چه "چیزی"، ذهن آنها را هنگام پردازش نهایی صفحه هدایت می‌کرد؟ آیا این شکل از پردازش تابلوئیدی به شکلی مشخص و مدون در یک یا چند اثر نظری، قابل دسترسی است؟ و اگر نیست (که نیست)، آنها چگونه در این شیوه از کار تبصر به‌دست آورده‌اند؟ احساس من، اکنون این است که، درک آنها از مخاطب، درک آنها از خواننده روزنامه خود، بسیار متفاوت از درک سنتی از خواننده روزنامه، بوده است و همین درک متفاوت به آنها کمک کرده است تا چنین نوع پردازشی را با تبصر در نشریات خود پیاده نمایند.

در یک کلام، ما حاصل تمام این گفته‌ها، در تغییر تصویری است که از مخاطب در ذهن روزنامه‌نگار، ترسیم می‌شود. به عبارت ساده تر، دلیل تغییر *داگ* بلاده، از وزین به تابلوئیدی، تغییر نگرش روزنامه‌نگاران درباره مخاطب است. یعنی، ما با دو نوع مخاطب، یا دو نوع تصویر از مخاطب، روبه‌رو هستیم.

روزنامه‌نگاران و دبیرانی که *داگ* بلاده وزین را چاپ می‌کردند، برای مخاطبی کار می‌کردند، که به مسائل سیاسی علاقه‌مند بود، روشنفکر بود، از وضع مالی نسبتاً خوبی برخوردار بود، و عمدتاً از طریق فروش تخصص خود امرار معاش می‌کرد. این مخاطب تحصیل کرده، به نظر می‌رسد، در اواسط دهه ۷۰ میلادی در کشورهایی چون نروژ و سوئد، علاقه خود را به خریدن و خواندن نشریه از دست داد. یا شاید، این مخاطب پیر شده بود، بازنشست شده بود، و پیر شدن و بازنشسته شدن، او را به سمت راست تمایلات سیاسی جامعه کشاند. شاید به همین دلیل، *داگ* بلاده که در آن زمان روزنامه رسمی حزب ونستره (چپ) بود، به ناگهان با افت وحشتناک تیراژ روبه‌رو شد. شاید هم، دلیل افت تیراژ، در عدم تمایل نسل جدید متخصصین روشنفکر، دانشگاه دیده، به نشریه‌ای چون *داگ* بلاده بود.

در اینجا من سعی دارم تا آن نقطه‌ای، آن مبدایی را تصویر کنم که "*داگ* بلاده حزبی" مُرد، و "*داگ* بلاده تابلوئیدی" متولد شد. آن لحظه را می‌توان چنین توصیف کرد؛ گرچه مخاطبین ما در حال کاهش‌اند، اما ما می‌دانیم که فرزندان آنها، نسل بعدی آنها از همان جنس‌اند. آنها هم

خواننده ما خواهند شد و اگر نشده‌اند، به دلیل شکل و قیافه روزنامه ما، روش و شیوه پردازش مطالب ما، است.

گرچه منتقدین نخیه‌گرای نروژی، همچون استاد خود من، پرفسور هویر، عکس این نظر را داشت، اما *داگ بلاده* سقوط نکرد، برعکس نظر نخیه‌گرایان دانشگاهی، *داگ بلاده* به دامان گرایش تابلوئیدی انگلیسی سقوط نکرد، بلکه *داگ بلاده* سعی کرد تا با تغییر پردازش و شکل و قیافه خود، پاسخی به یک امر ساده ولی پیچیده دهد: گسست نسل‌ها. آنان که *داگ بلاده* را می‌خوانند پیر شده بودند، اما آنها که قرار بود *داگ بلاده* را بخوانند (یعنی همان متخصصین دانشگاه دیده، اما جوان) دیگر علاقه‌ای به این نوع روزنامه سنگین سیاسی-اجتماعی نداشتند، که تعداد مقالاتش هر روز از یک مجله بیشتر می‌شد، و هر مقاله‌اش قابلیت تدریس در دانشگاه را داشت. اساساً این نسل جوان، در گسستی با نسل قبلی، غیرسیاسی‌تر شده بود. کمتر به مسائل اجتماعی علاقه‌مند بود. کمتر *پژ* روشنفکرانه می‌آمد. از همه مهم‌تر اساساً علاقه‌ای به خواندن نداشت.

در یکی از میزگردها، سردبیر قبلی *داگ بلاده* توضیح می‌داد، که *داگ بلاده* سقوط کرده است. از نظر او، *داگ بلاده* به دامان مخاطبی سقوط کرد که دیگر وقتی برای خواندن نداشت. گرچه این سردبیر سابق، این خواننده جدید را ترک گفت، اما *داگ بلاده* واقعیت گسست نسل‌ها در پایگاه طبقاتی - اجتماعی خوانندگان خود را پذیرفت. ولی آنها را رها نساخت. *داگ بلاده* نیز خود را جوان کرد، خود را تغییر داد. *داگ بلاده* به مقالات سنگین خود نیفزود، چرا که می‌دانست کسی آنها را نمی‌خواند. *داگ بلاده*، در پی مشاوره‌های روزنامه‌نگاران قدیمی نخیه‌گرا نرفت، بلکه قبول کرد که نسل جدید متخصصان دیگر وقتی برای خواندن روزنامه ندارند، دیگر سیاسی نیستند، و دیگر آن قدرها به مسائل اجتماعی علاقه ندارند. اما آنها، متخصصین جدید همان جامعه‌ای هستند، که خوانندگان قدیمی *داگ بلاده* نیز در آن عضویت داشتند. ویژگی‌های این متخصصین جدید، از متخصصان قدیمی متفاوت بود. خواننده *داگ بلاده*، هنوز از میانه جامعه برمی‌خاست، اما میانه جامعه نروژ تغییر کرده بود. این مخاطبی که قرار بود از این به بعد *داگ بلاده* را بخرد و بخواند، با آن مخاطبی که پیش‌ترها این عمل را انجام می‌داد، تفاوت‌های بسیاری داشت. فاصله این دو مخاطب را همان‌طور که پیش‌تر نیز بر آن تأکید شده، تنها با یک اصطلاح می‌توان بیان کرد: گسست نسل‌ها. تغییر *داگ بلاده* از وزین به تابلوئیدی پاسخی بود به این گسست. چرا که هنوز هم *داگ بلاده* را همان گروه‌های اجتماعی می‌خوانند که قبلاً هم *داگ بلاده* را می‌خواندند. اما نسل جدید همان گروه‌ها و جایگاه‌های اجتماعی "تغییر" کرده بودند.

داگ بلاده با تغییر خود، استمرار خرید خود را، در میان فرزندان خوانندگان سابقش تضمین کرد. این تضمین، از نظر خوانندگان قدیمی، سیر قهقراپی بود. اما اگر واقعاً چنین اتفاقی افتاده بود، این *داگ بلاده* نبود که سقوط کرده بود، بلکه این جامعه نروژ بود که دچار چنین سقوطی شده بود.

تغییر *داگ بلاده* از وزین به تابلوئیدی، تغییری بود در تصویر ذهنی روزنامه‌نگاران فعال در *داگ بلاده*. *داگ بلاده* جدید را کسانی منتشر می‌کردند، که مخاطب فرضی‌شان گسستی عمیق با مخاطب فرضی روزنامه‌نگارانی داشت که *داگ بلاده* را ترک کردند.

اما این مخاطب ذهنی جدید که بود و چه خصوصیتی داشت؟ منظورم این است که نسل جوان اقشار میانی نیروژ که مخاطب جدید فرضی داگ بلاده جدید بود چه ویژگی‌ها و میزدهایی داشت؟ او جوان بود؛ متخصص بود، از زندگی مرفه‌ی برخوردار بود؛ اما وقت خواندن نداشت؛ برعکس پدران‌ش حوصله خواندن نیز نداشت؛ او علاقه چندانی نیز به مقالات و مطالب سنگین از خود نشان نمی‌داد؛ او روزنامه را ورق می‌زد؛ در طول روز تکه‌هایی از مطالبی که نظرش را جلب کرده بود، می‌خواند؛ اما فقط تکه‌هایی از مطلب را می‌خواند؛ او تکه خوان بود؛ با بی‌حوصلگی، اما هر کجا که می‌توانست، روزنامه را ورق می‌زد تا مجبور نشود به صورت دیگران، در اتوبوس یا به هنگام صرف ناهار و یا چای و قهوه، زل بزند. پردازش تابلوئیدی را تنها با توجه به تصویر ذهنی این نوع نشریات از خوانندگان‌شان می‌توان تحلیل کرد. خواننده دیگر اجتماعی نیست، پس مطالب سنگین اجتماعی جای خود را به مطالب کوتاه و جذاب‌تری دادند که ریشه اجتماعی دارند.

خوانندگان جدید دیگر سیاسی نبودند، بنابراین سیاست و گزاره‌های سیاسی در پس بزرگ کردن رویدادهای سیاسی بیان می‌شد. یعنی مطالب صرف سیاسی در جریان گزارش رویدادهای سیاسی بیان می‌شد ولی به شکل مجرد و به مثابه مقالات سنگین سیاسی از یک زاویه نظری طرح نمی‌گشت. خواننده وقت خواندن نداشت، پس طول لغوی مطالب تا چندین برابر کاهش یافت. خواننده خواهان زندگی بهتر بود، پس تمرکز روزنامه بر مطالب و رویدادهایی استوار گشت که به خواننده و عقل معاش او در معادلات سیاسی برای انتخاب بهترین راه حل کمک می‌نمود. از همه مهم‌تر خواننده حوصله خواندن را هم نداشت و دائم بی‌حوصله و از سر استیصال، روزنامه را از جلو به عقب، و از عقب به جلو، ورق می‌زد. پس پردازش شکل ارائه مطالب، با این شیوه از روزنامه خواندن منطبق شد.

تحلیل پردازش نهایی مطالب در نشریات تابلوئیدی، نشان می‌دهد که این پردازش دقیقاً برای انطباق با فرهنگ ورق زدن آن خواننده‌ای است که حوصله خواندن ندارد. "حاصل" این انطباق ایجاد این احساس در خواننده است که ورق‌زدن‌های پیاپی او "حاصلی" در بر دارد. "خواننده" در این ورق‌زدن‌ها، بخش‌های عظیمی از اطلاعات نشریه را جذب می‌کند. بنابراین دیگر دلیلی بر قطع رابطه با نشریه و خریدن روزمره آن پیدا نمی‌کند. پردازش نوین تابلوئیدی دقیقاً پادزهری است برای مقابله با فرهنگ سرعت که دیگر به خوانندگان اجازه مطالعه نمی‌دهد. چگونه می‌توان این گونه خوانندگان را به عنوان خریدار روزنامه حفظ کرد؟ این سؤالی بود که طبیعتاً باعث به وجود آمدن این شیوه پردازش نوین شد. به همین دلیل نیز دبیران خبری به هنگام جلسات خود برای پردازش نهایی که در اواخر شب برگزار می‌شود، دائماً پای این موجود خیالی، این مخاطب فرضی و شیوه برداشت وی را از مطلب به میان می‌کشاند.

۱.۳. یک نتیجه نظری

دلیل مخاطب برای ادامه رابطه با یک نشریه را می‌توان با تخمین میزان پاداشی توضیح داد که وی از مطالعه یک نشریه کسب می‌کند. اگر مخاطب احساس کند که خرید نشریه برای وی پاداشی در بر خواهد داشت به تعامل با یک نشریه خاص ادامه خواهد داد و در غیر این صورت از ادامه تعامل خودداری می‌کند یعنی نشریه نمی‌خرد.

مخاطب می‌تواند پاداش آتی یا آتی از یک نشریه دریافت کند پاداش آنی میزان اطلاعاتی است که مخاطب از مطالعه نشریه به دست می‌آورد وی را به ادامه رابطه یعنی خریدن و خواندن نشریه مورد نظر تشویق می‌کند و در غیر این صورت یعنی در صورتی که مخاطب احساس کند که در پایان یک روز مشخص به دلیل کمبود وقت عمده مطالب آن نشریه را ناخوانده رها کرده و اطلاعات بسیار محدود و ناچیزی از نشریه را به دست آورده است یعنی فقط نشریه را در طول روز با خود "حمل" کرده است از خریدن نشریه خودداری خواهد کرد، یعنی به رابطه خود با آن نشریه پایان خواهد داد. پاداش آتی تأثیری است که محتوای اطلاعات نشریه در زندگی روزمره یا روشنفکرانه مخاطب از خود بر جای می‌گذارد. مسلم آن است که مخاطبین به دلیل تعلق به حوزه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی پاداش‌های درازمدت مختلفی را از خواندن یک نشریه متصور می‌شوند. اگر مخاطبی از زاویه قدرت اجتماعی، خود را در پایین ساختار قدرت تصور کند و بافت قدرت را آن قدر پیچیده ببیند که توان تغییر در جامعه را برای خود متصور نباشد، علاقه وی به مطالب اجتماعی و سیاسی کمتر خواهد بود و عمدتاً به مطالب سرگرم‌کننده توجه خواهد کرد، تا نه تنها اوقات خود را پر کند بلکه ذهن را از مطالب آزاردهنده نیز منحرف سازد.

مخاطبانی که در سطوح میانی یا بالای هرم اجتماعی قدرت قرار دارند به دلیل توهمی که در مورد تغییر وضعیت کنونی در ذهن دارند به مطالب سنگین اجتماعی، سیاسی و فرهنگی علاقه‌مندند، چرا که اطلاعات لازم برای شرکت فعال در تعامل اجتماعی قدرت در اختیار آنها قرار می‌دهد. پاداش آتی باعث می‌شود تا مخاطبان گوناگون به مطالب مختلفی علاقه‌مند گردند و با نشریاتی رابطه برقرار سازند که بیشتر بر حوزه‌های مورد علاقه آنها تمرکز می‌کنند.

در ابتدا برای ادامه تعامل خواننده با نشریه، پاداش آتی (به آن ترتیبی که در اینجا تعریف شده) از اهمیت بیشتری برخوردار است. یعنی مخاطب باید در پایان یک روز احساس کند که میزان قابل توجهی از اطلاعات (مورد علاقه خود) را از نشریه کسب کرده است، تا در آینده بتواند از اطلاعات به دست آمده در زندگی روزمره یا روشنفکرانه خود سود ببرد.

برای مثال اگر مخاطبی با نشریه‌ای روشنفکرانه و پر محتوا رابطه دارد ولی به دلیل کمبود وقت توان خواندن بخش بسیار اندکی از مطالب آن نشریه را داشته باشد، احتمال قطع رابطه چنین مخاطبی با نشریه مزبور بسیار زیاد خواهد بود، چرا که او هرگز تأثیر مطالب پر محتوای آن نشریه را بر ذهن یا عمل اجتماعی خود مشاهده نخواهد کرد. شاید همین مسئله نیز دلیل قطع رابطه بسیاری از مخاطبان با نشریاتی چون *تایمز*، *ایندپندنت* و *لیبراسیون* و سایر نشریات سطح بالا شده باشد که به صورت پایین آمدن تیراژ این نشریات بروز کرده و توجه همه از جمله صاحبان امتیاز، ناشران و سردبیران نشریات فوق را نیز جلب کرده است.

بررسی تحلیلی مقاله حاضر به ما نشان داد که چگونه *داگ* بلاهه مطالب جدی مربوط به فضای عمومی را با استفاده از راهکارهای متفاوت برای مخاطبی پردازش می‌کند^{۱۶} که در طول روز روزنامه مورد علاقه‌اش را به دفعات ورق‌زده و احیاناً بر بعضی از مطالب مکث بیشتری می‌کند اما در واقع روزنامه را به معنای مرسوم نمی‌خواند.

این تحلیل به ما نشان داد که چگونه این شیوه پردازش خاص باعث می‌شود تا مخاطب مورد نظر ما حداکثر اطلاعات ممکن را با حداقل صرف انرژی در خواندن مطلب به دست آورد

و یا به عبارت ساده‌تر در حین ورق‌زدن های ممتد خود آن‌قدر از نشریه بهره‌برداری اطلاعاتی نماید تا حس خرید روزنامه مورد علاقه‌اش را از دست ندهد. راز حرکت نشریات از قطع وزین به قطع کوچک‌تر بدون آنکه به هیجان‌زایی یا عکس‌های مستهجن پناه ببرند برای افزایش تیراژ نشریه را می‌توان چنین توضیح داد:

مخاطب بر حسب عادت، نشریه وزین مورد علاقه خود را که عمدتاً صبح‌ها چاپ می‌شود، می‌خرد و آن را ابتدا به سرکار خود و سپس به خانه حمل می‌کند. در طول روز هر جا که وقت پیدا کرد، نگاهی سریع به نشریه می‌اندازد و آن را ورق می‌زند. در این ورق‌زدن‌ها ممکن است تیرهایی نظرش را جلب کند، اما نداشتن زمان کافی برای مطالعه باعث می‌شود تا خواننده احساس کند که وی کمتر و کمتر از مطالب نشریه‌ای بهره برده است که هر روز آن را می‌خرد. چنین احساسی می‌تواند باعث قطع رابطه این مخاطب فرضی با روزنامه مورد علاقه خود شود. قطع کوچک می‌تواند قابلیت حمل و نقل نشریه را افزایش دهد تا مخاطب با راحتی بیشتری آن را در دست گرفته یا در مکان‌های شلوغ و پر ازدحام مطالعه کند. این قطع به مخاطب اجازه می‌دهد که نشریه را بدون مزاحمت برای اطرافیان در قطار، اتوبوس و حتی تاکسی نیز مطالعه کند. اما در دراز مدت، در اصل مسئله، یعنی نداشتن زمان مناسب برای خواندن مطالب، تغییری ایجاد نخواهد شد. بنابراین مخاطب نشریه کامپکت نیز به دلیل نداشتن وقت نمی‌تواند به مطالعه مطالب آن بپردازد و همین مسئله بالأخره می‌تواند باعث قطع رابطه مخاطب با نشریه‌ای گردد که اینک در قطع کوچک چاپ می‌شود. تغییر قطع نشریه درمانی است که تنها در کوتاه‌مدت بر خواننده تأثیر خواهد گذاشت. این درمان باید شامل عناصر دیگری نیز باشد تا با توسل به آن عناصر در دراز مدت نیز توان مخاطب را حفظ کرد. اما این "عناصر دیگر" باید شامل چه ویژگی‌هایی باشند؟

مخاطبان به‌طور متوسط در روز بیش از ۳۰ دقیقه زمان برای مطالعه روزنامه صرف نخواهند کرد. در این ۳۰ دقیقه نیز آنها فقط مطالعه نمی‌کنند بلکه بخشی از این زمان محدود را به ورق زدن روزنامه می‌گذرانند و تیرها را نگاه می‌کنند. در چنین زمان کوتاهی چگونه یک نشریه می‌تواند خواننده خود را قانع کند که خریدن و حمل نشریه در طول روز بیهوده نیست و برای وی منفعتی در بر دارد یعنی مخاطب از این عمل خود پاداشی دریافت خواهد کرد؟ مسلماً "جنس" این پاداش برای مخاطب تنها می‌تواند از نوع "میزان مطالب ادراک شده" یا "میزان جذب پیام" باشد. یعنی به شرطی می‌توان خواننده را به خرید مداوم نشریه قانع کرد که مطالب به نحوی پردازش شوند تا در زمانی کوتاه، مخاطب قادر به "برداشت و ادراک" آنها گردد تا احساس فایده و سود از خرید نشریه به وی دست دهد.

به عبارت دیگر یک نشریه باید شیوه پردازشی را به کار گیرد تا وی را موفق سازد تا مفاهیم اصلی یک نشریه ۵۰ یا ۶۰ صفحه‌ای به ابعاد 28×40 سانتیمتر را در ۳۰ دقیقه به مخاطب منتقل کند. بررسی مشخصه‌های این شیوه پردازش اساس تحلیل این مقاله تحقیقی را شکل داد اما نقطه آغاز این تحلیل را می‌توان در نظریاتی جست‌وجو کرد که میزان جلب توجه مخاطب به یک مطلب را با طول آن مطلب در رابطه‌ای منفی قرار می‌دهند و چنین توضیح می‌دهند که هر چقدر طول مطلب کمتر باشد علاقه مخاطب به مطلب بیشتر خواهد بود.

تحلیل در ادامه به میزان برجسته نمودن و راهکارها یا تمهیدات برجسته کردن اصلی‌ترین اطلاعات با توجه به مفهوم و چگونگی "چرخش چشم مخاطب" پرداخت تا از این طریق دلیل روی آوردن نشریات غربی به قطع کوچک را توضیح دهد و آن را پس از تجرید به سطح نظر ارتقا دهد. این توضیح، در حقیقت، بررسی پردازش نوین مطلب، در این نشریات، برای به حداکثر رساندن ادراک مخاطب از اطلاعات نشریه، در کمترین زمان و با صرف کمترین انرژی ممکن محسوب می‌شود.

پی‌نوشت‌ها

۱. با آنکه رسپشن آنالیز عمدتاً به کارکردهای متن در زندگی روزمره مخاطب و نحوه برداشت معنا از متن می‌پردازد در اینجا این روش تنها برای بررسی چگونگی برخورد مخاطب با متن و نحوه مطالعه مخاطب مورد استفاده قرار گرفته است.
۲. برای پاسخ‌گویی به سؤالات اصلی مقاله، سؤالات خردی تدوین شده‌اند که تحقیق همه یا بخشی از آنها را به شکلی سینکرونیک در بررسی همه قطعه‌ها بکار می‌گیرد:
 ۱. میانگین تعداد لغات مطالب در نشریات تابلونیدی امروز چه میزان است؟
 ۲. میانگین سطح زیر چاپ مطالب در نشریات تابلونیدی امروز چه میزان می‌باشد؟
 ۳. سطح زیر چاپ عکس‌ها، "نیترا" (شامل روتیر و زیر تیر) و سوتیترا در پردازش "امروزین" به چه میزان است؟
 ۴. تعداد و سطح زیر چاپ و درجه سیاهی تیرهای میانی مطالب در پردازش "امروزین" به چه میزان است؟
 ۵. سطح زیر چاپ و درجه سیاهی لید مطالب در پردازش "امروزین" به چه میزان است؟
 ۶. ساختارهای مختلف از جمله تاریخی و هرم گونه و... در پردازش "امروزین" به چه میزان به‌کار گرفته می‌شود؟
 ۷. درجه سیاهی و سطح زیر چاپ "نتیجه‌گیری پایانی" در پردازش "امروزین" به چه میزان است؟
 ۸. آیا رمزگان ادبی زنجیره‌ای و هرموتیک در پردازش مطالب سنتی بیشتر به‌کار گرفته شده است یا در پردازش امروزین؟
- پس از بررسی این سؤالات و سایر سؤالاتی که از ماهیتی تجریدی‌تر برخوردار هستند، سعی خواهد شد تا نتایج به شکلی سینکرونیک مورد بحث و جمع‌بندی واقع شود. سپس در مرحله بعدی "شیوه خواندن" روزنامه به‌وسیله نمونه‌ای کوچک مورد بررسی قرار می‌گیرد که نتایج این بخش نیز به‌طور سینکرونیک یا همزمان با بخش قبلی مورد بحث قرار خواهد گرفت. برای بررسی شیوه خواندن روزنامه سؤالاتی کلی راهنمای تحلیل خواهد بود:
 ۹. آیا مخاطبان در مواجهه با یک نشریه، (ابتدا به ساکن) آن را ورق می‌زنند یا به خواندن اولین مطلب مهم اقدام می‌کنند؟
 ۱۰. اگر مخاطب عمدتاً به ورق زدن پیاپی نشریه اقدام می‌کند این عمل چه میزان از زمان "مطالعه" وی را اشغال می‌کند؟
 ۱۱. در این ورق زدن‌های "پیاپی" مخاطب از چه شیوه‌های "اسکن کردن" مطلب یا مطالب استفاده می‌کند؟ یعنی مخاطب چگونه به مطلب دسترسی پیدا می‌کند یا چگونه با کلیت مطلب مواجه می‌شود؟ یعنی مخاطب چگونه مطلب را می‌خواند؟
 ۱۲. آیا بررسی سؤالات فوق نشان‌دهنده نوعی "تکه‌خوانی" در میان عمده مخاطبان است؟ در مرحله پایانی، دو دسته از تحلیل‌هایی که مبتنی بر داده‌های به‌دست آمده از سؤالات فوق (و سایر سؤالاتی که در حین تحقیق با آن مواجه می‌شویم) است با یکدیگر به شکلی "همزمان"، تقاطع داده می‌شود تا با توجه به سؤالات زیر تحقیق موفق به یک جمع‌بندی کلی درباره بهترین شکل پردازش مطلب برای "نشر" بیشترین میزان اطلاعات با توجه به "نحوه خواندن مطلب" مخاطب گردد:

۱۰. ۲. میزان اطلاعات کسب شده مخاطب (در یک زمان مشخص و معین) از پردازش تابلوئیدی امروزمین به چه میزان است؟

۱۰. ۲. یعنی آیا پردازش تابلوئیدی و امروزمین با شیوه دسترسی مخاطبان به مطالب نشریات مخاطبان همخوانی دارد؟

با بررسی این سئوالات، تحلیلی همزمان ارائه خواهد شد که به طور متقاطع از نتایج به دست آمده استفاده می کند تا تعیین کند که چه نوع پردازشی با شیوه خواندن مطلب هماهنگی بیشتری دارد؟

۳. برای تحلیل شیوه نوینی که نشریات تابلوئیدی و تابلونید جدی به کار می گیرند، من عمدتاً از نشریه داگ بلاده (Dagbladet) چاپ نروژ استفاده می کنم. اصولاً رسانه های اسکاندیناوی نتایج تحقیقات مختلف را بیشتر از هم تیان انگلیسی خود به کار می گیرند و عمل آنها متأثر از نتایج تحقیقات عملی کمی گرای است که عمدتاً در سوئد انجام شده است. داگ بلاده یکی از اولین نشریات وزین و جدی بود که در دهه ۷۰ میلادی قطع تابلونید را به کار بست اما به یک نشریه جنجال برانگیز "زرد" تبدیل نشد.

اندازه داگ بلاده 28×40 سانتیمتر است. یعنی دقیقاً همان اندازه ای که نشره تابلوئیدی دیگر نروژ به نام وگ استفاده می کند. این اندازه با کمی تغییر تقریباً در همه نشریات تابلونید مورد استفاده قرار می گیرد و آن را می توان اندازه ای مناسب برای قطع تابلونید محسوب کرد. نشریه داگ بلاده، در شماره نمونه تحقیق از ۶۴ صفحه تشکیل می شد. اما داگ بلاده معمولاً (مانند شماره ۱۹ مارس ۲۰۰۳) در ۵۰ صفحه چاپ می شود. به دلیل قطع کوچک روزنامه و منگنه خوردن صفحات آن، به دست گرفتن روزنامه و حمل آن به رغم صفحات متعددش امری آسان و ساده محسوب می شود.

داگ بلاده همچون بسیاری از روزنامه های اسکاندیناوی یک نشریه حزبی و به حزب ونستره (چپ) متعلق است که یک حزب میانه رو با تمایلات چپ محسوب می شود و در میان روشنفکران طبقه متوسط از طرفداران نسبتاً زیادی برخوردار است. این حزب در اثر پلاریزاسیون اجتماعی-سیاسی عمیقی که در دهه هفتاد در نروژ رخ داد، از "وزنه ای در معاملات سیاسی" به چنان وضعیتی افتاد که سال ها حتی یک نماینده در مجلس نیز نداشت. حزب توان ادامه انتشار نشریه را از دست داد. نشریه از حزب مستقل گشت و از حالت یک نشریه حزبی خارج شده و به یک نشریه روشنفکری سیاسی، اجتماعی و فرهنگی تبدیل گردید و به این ترتیب بود که داگ بلاده به یکی از اولین نشریات وزین جهان تبدیل شد که با قطع تابلونید به چاپ می رسید، اما همچون سان در لندن که به وسیله مرداک خریداری شده بود، یکسره با گذشته خود قطع رابطه نکرد و خوانندگان خود را همچنان در میان روشنفکران و افسار تحصیل کرده نروژ حفظ نمود. این نشریه را هم اینک نیز عمدتاً خوانندگانی که از طبقه متوسط هر روز صبح خریداری می کنند.

۴. برای شروع تحلیل توصیف مشخصه های فیزیکی پردازش مطلب در این دو صفحه، الزامی است. در صفحه ۴ و

۵. تیت درشتی (۴۷×۶) را مشاهده می کنیم که اصلی ترین مطلب را خلاصه نموده است؛ "جنگ در ۴۸ ساعت" در زیر این تیت عکس بوش در حال سخنرانی به چاپ رسیده است (۳۱×۳۱ سانتیمتر) که فضای زیادی از صفحه ۴ و ۵ را اشغال نموده است. در واقع ۶ ستون از ۱۰ ستون در ۲ صفحه مذکور با این عکس پر شده است. در صفحه ۵، زیر تیتی به اندازه ۱۴×۳ سانتیمتر به چاپ رسیده است این زیر تیت از ۱۱ لغت تشکیل شده است. ۳ لغت اول به رنگ قرمز است و سایر لغات به رنگ سیاه. که این ۸ لغت بعدی گفته بوش را حمل یا بیان می نمایند که "سازمان ملل مسئولیت های خود را انجام نداده است." در کنار همین صفحه یک تیت دیگر درباره مطلب کم حجم تری به چاپ رسیده است. این تیت ۵/۴×۲ سانتیمتر است و از ۳ لغت در زبان نروژی تشکیل شده است. تیت به این مضمون است: "وحشت از ترورهای تازه." از آنجا که در صفحه ۵، دو مطلب به چاپ رسیده بود، دو لید بسیار درشت نیز در این صفحه قابل مشاهده اند؛ یک لید ۵/۲×۱۴ سانتیمتری و یک لید ۲/۵×۵ سانتیمتری. لید بزرگ تر در زبان نروژی از ۳۲ لغت و لید کوچک تر از ۲۳ لغت تشکیل شده است. لید بزرگ تر به این مضمون است: "صدام حسین و پسرانش ۴۸ ساعت وقت برای ترک عراق دارند. پیغام پرزیدنت جورج دبلیو بوش در عمل بدین معناست که آمریکا از چهارشنبه شب این هفته ممکن است حمله کند." مضمون لید کوچک تر چنین است: "آمریکا مرحله آمادگی ضد ترور را به سطح "بالا" به دلیل وحشت از ترور افزایش می دهد." متن خبر اصلی، ۲ "میان تیت" نیز دارد که هر یک از آنها از ۲ لغت تشکیل شده است؛ "بخشودگی فراریان" و "پایان دیپلماسی." عکس جورج بوش نیز دارای یک زیرنویس

- است. این زیرنویس از ۲ بخش تشکیل شده، یکی درشت و دیگری نازک. بخش درشتتر (سیاه‌تر) از ۴ لغت تشکیل شده است: «به صدام التیماتوم داد.» معمولاً به جای این چهار لغت تنها یک اصطلاح کلیدی با قلم درشت و سیاه در زیر هر عکس به چاپ می‌رسد. بخش نازک‌تر که در دنبال آن به چاپ رسیده است بدین مضمون است: «پرزیدنت جرج بوش به صدام حسین آخرین شانس را اهداء کرد- به همراه پسران عراق را ترک کن.» متن هر دو مطلب که در کل این دو صفحه به چاپ رسیده است، بر روی هم در حدود ۵۵۰ لغت است.
۵. اساساً تمام فرایندهای روزنامه‌خوانی را فقط می‌توان با اصطلاحاتی چون تکه تکه خوانی- در جهان پر سرعت امروزین- بررسی کرد. در اینجا، منظور دقیق ما، فقط شامل تکه‌تکه‌خوانی صرف متن خبری یا صرف مطلب نوشتاری یعنی تکه‌تکه‌خوانی در داخل متن خبری است.
۶. دانشجویان در پاسخ به ما نمی‌توانستند با صراحت و دقت مدت مطالعه خود در روز را توضیح دهند، اما به‌طور کلی پس از پرسش این مسئله طی چند سال و در کلاس‌های مختلف و شاید تحت تأثیر آمارهای بین‌المللی منتشر شده، به این نتیجه رسیده‌ام که عدد ۱۵ دقیقه تا حداکثر نیم ساعت (یا یک ساعت در مواردی بسیار معدودتر)، واقعی است.
۷. دانشجویان در ابتدا وقتی که از آنها سؤال می‌شود چه زمانی را به خواندن روزنامه اختصاص می‌دهید، فوراً زمان یک تا دو ساعت را انتخاب می‌کنند. اما زمانی که از آنها خواسته می‌شود تا به دقت راجع به سؤال فکر کنند و میزان روزنامه خواندن روزانه خود را مرور نمایند، عمدتاً پاسخ می‌دهند که نمی‌دانم...، فرقی داره... از یک روز تا روز دیگر...، بستگی به خبرها داره و در نهایت "اقرار" می‌کنند که واقعاً زمان چندانی را به خواندن روزنامه اختصاص نمی‌دهند. این مسئله مخصوصاً در کلاس‌های عصر که دانشجویان از صبح روزنامه را به همراه داشته قابل اثبات است. چرا که می‌توان پرسید خوب الان ساعت ۴ بعد از ظهر است (یا در کلاس‌های کاردانی که دانشجویان آن عمدتاً کارمندند، می‌توان سؤال کرد که اینک که ساعت ۴ بعد از ظهر است) و تو می‌گویی روزی یک تا دو ساعت روزنامه می‌خوانی، چه مطالبی را خوانده‌ای و آیا می‌توانی به بعضی سؤالات درباره آنچه خوانده‌ای پاسخ دهی؟ در چنین موقعیتی است که دانشجویان "اقرار" می‌کنند که خوب البته امروز که وقت نکردم نگاهی به روزنامه بیندازم، البته تیرها را خواندم و لید فلان مطلب را نیز نگاه کردم! در چنین زمانی می‌توان سؤال کرد که واقعاً چقدر روزنامه می‌خوانی و آن‌گاه است که دانشجویان با خود فکر می‌کنند و متوجه می‌شوند که او بیشتر روزنامه را "حمل" کرده است تا که آن را بخواند. میزان و زمانی که ما ایرانی‌ها در طول روز روزنامه می‌خوانیم، به‌طور باور نکردنی، پایین است.
۸. در بخش‌های قبلی ما عمدتاً چرخش چشم بر روی صفحات مختلف را مد نظر قرار دادیم، اما اینک به بررسی "چرخش چشم" بر روی اجزای ساختاری یک صفحه مشخص می‌پردازیم.
۹. پرسش‌های من شامل شماره‌های مختلفی از داگ بلاده، Vg، آختن پستن، آختن مترو، دیلی اکسپرس، تلگراف، گاردین و گلف می‌شد. البته در تمام این سال‌ها و شاید حتی قبل از جمع‌آوری نمونه غربی که عمدتاً به سال‌های ۲۰۰۳ باز می‌گردد، ادراک مخاطب از مطالب نشریات ایرانی در پارچوبی که تحقیق فعلی ارائه شده است در کلاس‌های ارتباط تصویری و تحلیل خبر در سطح کارشناسی در دو دانشکده آزاد و صدا و سیما به‌طور مستمر و در طول ترم‌های متمادی انجام پذیرفت. مطالب فوق تنها جمع‌بندی اظهارات دانشجویان یک کلاس درباره یک صفحه مشخص نیست.
۱۰. دلیل به‌کارگیری بیش از حد مفهوم "چرخش چشم" به‌وسیله نگارنده را عمدتاً در این نکته می‌توان جست‌وجو کرد که این مقاله تحقیقی پس از بررسی نحوه "مطالعه" روزنامه به‌وسیله دانشجویان در موقعیت‌های مختلف به این نتیجه رسیده است که مخاطبان دیگر روزنامه "نمی‌خوانند" بلکه روزنامه را "نگاه" می‌کنند و همین مسئله نیز باعث می‌شود که شیوه پردازش کتبی نتواند با مخاطبان ارتباط برقرار سازد. اما اگر شیوه پردازش تنها بر اساس "نحوه چرخش چشم مخاطب بر روی صفحه روزنامه" متمرکز شود، امکان ارتباط گیری و پیام‌رسانی بیشتری با مخاطب فراهم می‌آید.
۱۱. هر دو دسته تیر به وسیله یک خط قرمز نسبتاً پر مورد تأکید قرار گرفته‌اند.
۱۲. پراتنز در داخل تیر به شکل مفهومی ولی نانوشته وجود دارد.
۱۳. همچنین نمی‌توان فراموش کرد که تقسیم اطلاعات در تیراصلی، تیرهای فرعی، سوتیرها و لید، در حقیقت در خدمت "گله گله خوانی" مخاطب قرار دارد.

۱۴. معنایی که این صفحات در کلان‌ترین ابیزود ممکنه در ذهن مخاطب قرار می‌دهد را نمی‌توان به‌طور مجرد در یک صفحه جست‌وجو کرد، بلکه باید به یک تصویر کلی، تصویری که در ذهن مخاطب نشان از داستانی دارد به نام آغاز جنگ آن را یافت. این تصویر چیست؟

تصویری که در اینجا در ذهن مخاطب شکل می‌گیرد، از سویی نشان از وحشت دارد، از سوی دیگر نشان از تسلیم و بالآخره نشانه‌ای از پایان دیکتاتوری است که لبخند محمدعلی در عکس اصلی می‌تواند مستقیماً به این رابطه معنا بدهد.

۱۵. شاید بهتر باشد تا لغت "نگاه" را جایگزین "مطالعه" کنیم.

۱۶. در همان لحظه‌ای که پرزیدنت جورج بوش فرمان می‌دهد، قدرتمندترین ارتش جهان وارد جنوب عراق با پشتیبانی بیش از صدها هواپیمای جنگی می‌شود ترجمه لید مورد نظر که در حافظه مخاطب یک بار دیگر تازه شده است.

۱۷. معمولاً مخاطبین روزنامه‌خوان صبح قبل از سوارشدن به وسایل نقلیه عمومی روزنامه مورد علاقه خود را ایتباع می‌کنند و تا عصر که با همین وسیله به خانه باز می‌گردند، در زمان‌های بیکاری و استراحت، به هنگام صرف چای یا ناهار و یا هنگام انتظار در صف وسایل نقلیه عمومی و همچنین به هنگام مسافرت‌های کوتاه برای رفتن به سر کار و بازگشتن به خانه، روزنامه را ورق بزنند، در این ورق زدن‌های پیاپی ابتدا تیترا، زیرتیترا، زیرنویس عکس‌ها و لید درشت مطلب را به همراه تیتراهای میان مطلب، مورد مطالعه سرسری قرار می‌دهند. تحقیقات ثابت کرده است که اعمال فوق هرگز به یک باره اتفاق نمی‌افتد، بلکه در مراحل مختلف یعنی در طی ورق‌زدن‌های متوالی در حین روز انجام می‌پذیرد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پروشکاه علوم انسانی ومطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی