

روزنامه و مورخ

پنجشنبه دهمه روزنامه به عثمان پیک شخصیت

■ لوسی ام . سالمون ، ترجمه محمدجواد اردلان*

دفتر روزنامه ، همواره چراغ‌هایش روشن و درخشان است . چونان کسانی که بی‌وقفه در حال سخن گفتن‌اند و در دریای خود غرق شده‌اند و گویی هرگز خواب ندارند . خبرنگاران و گزارشگران ، از دفتر روزنامه خارج می‌شوند و به زور و با شتاب در این تاکسی یا آن وسیله نقلیه خود را می‌تپانند و به سوی مقصد مورد نظرشان حرکت می‌کنند . لامپ‌های اتاق سردبیر همین‌طور روشن است و کسانی که در کار نوشتن مطالب روزنامه و ویرایش‌اند نیز مشغول کارشان هستند . در دل تاریک شب ، پنجره‌های ساختمان روزنامه می‌درخشند و نور آنها چون شعله‌های آتش زبانه می‌کشد . به آن قلم نگاه کن : قلم چونان موتوری بسیار قدرتمند و خستگی‌ناپذیر است که هرگز استراحت نمی‌کند و از کار نمی‌ایستد . این قلم ، در هر چهار گوشه جهان ، سفیرهایی برای خود اعزام کرده‌است . او در هر مسیری ، پیک‌های ویژه‌ای گماشته . افسران لشکر قلم ، در میان ارتش ، قدم می‌زنند و سان می‌بینند و سفیران قلم نیز ، همواره در دفتر کار مردان سیاست حضور دارند . آنها همه‌جا حاضر هستند .

در حالی که یکی از فرستادگان مجله ، در این لحظه مشغول بررسی موضوع رشوه‌گیری در مادرید است ، خبرنگار دیگر ، قیمت سیب‌زمینی را در باغ کاوت^(۱) [= میدان میوه و تره‌بار] مورد بررسی قرار می‌دهد و گزارش از آن تهیه می‌کند . همزمان عده‌ای نیز در خارج از دفتر روزنامه کار می‌کنند . آنها فردا صبح اخبار را به دست مردم می‌رسانند و در خیابان ، روزنامه‌ها را توزیع

* کارشناس ارشد تاریخ

می‌کنند. عده‌ای با خواندن همین روزنامه، متن سخنرانی‌های روز بعد خود را تنظیم می‌کنند. آقای دولان نیز مشغول بررسی نامه‌های رسیده از خارج است. زیرا او سردبیر بخش خارجی روزنامه است.

شایستگی روزنامه برای اینکه چونان منبعی تاریخی بتوان از آن بهره‌برد، تا حد زیادی به شخصیت روزنامه بستگی دارد و درجه این صلاحیت را همین شخصیت روزنامه تعیین می‌کند. شخصیت، خود مفهوم پیچیده و گیج‌کننده‌ای است. همان‌طور که به کار بردن این مفهوم برای انسان از پیچیدگی‌هایی برخوردار است، به کار بردن آن برای روزنامه نیز پیچیدگی‌های خاص خود را دارد، هرچند بسیاری از ویژگی‌های کاملاً آشکار و قابل تشخیص وجود دارد که می‌توان متوجه شد وارد شخصیت روزنامه شده‌اند و به آن جهت داده‌اند.

این موضوع برای مورخ مهم است. زیرا همین مشخصه‌ها اغلب وابستگی روزنامه‌ها را روشن می‌کنند: عنصری که برای مورخین اهمیت بسیار زیادی دارد. برای مورخ ضروری است که شخصیت هر روزنامه و هر مجله‌ای را که مورد استفاده اوست شناسایی کند. زیرا تنها از راه همین شناخت است که مورخ می‌تواند هم امتیازات و هم محدودیت‌های مطبوعات مورد استفاده خود را به عنوان منبع تاریخی به درستی تشخیص دهد. واضح‌ترین عنصری که می‌تواند نقاب را از شخصیت روزنامه برگیرد و راز آن را فاش کند، نموده‌ها و چهره‌های بیرونی روزنامه است.

هنگامی که با چنین نگاهی عیار شایستگی روزنامه محک می‌خورد، نتایج جالبی به دست می‌آید. زیرا این نموده‌های بیرونی روزنامه است که همواره خوانندگان روزنامه را به سمت خاصی سوق می‌دهند. گاهی خوانندگان را به این سمت سوق می‌دهد که در خوانندگان زمینه پذیرش آنچه مطلوب روزنامه است، فراهم آید. گاهی نیز به این گونه عمل می‌شود که در ذهن خواننده، نوعی پیش‌داوری و تعصب نسبت به موضوعاتی که روزنامه با آنها مخالف است، به وجود آید. این وضع را دقیقاً می‌توان به انسانی تشبیه کرد که لباس خاصی پوشیده است و از روی لباسی که او پوشیده، می‌توان به محتوای درونی‌اش و شیوه اندیشه و رفتارش پی برد. مثلاً می‌توان فهمید که او از چه طبقه‌ای برآمده است و دارای چه مشخصه‌ها و استانداردهایی است.

بنابراین در مورد روزنامه، نمود بیرونی آن، مشخص می‌کند که خوانندگان روزنامه، متعلق به کدام طبقه اجتماعی بوده‌اند. زیرا این خوانندگان از چنان روزنامه‌ای خوششان می‌آمده است. به علاوه، باید نشانه‌هایی در روزنامه به چشم بخورد که بتواند مخاطبین خود را جذب کند. در نگاه به یک روزنامه، عناصر فراوانی را می‌توان مشاهده کرد که بر شخصیت روزنامه و وابستگی آن اثر می‌گذارند. شکل عمومی روزنامه، اندازه آن، کیفیت کاغذ مورد استفاده، رنگ جوهری که برای چاپ مطالب از آن استفاده شده است، طول و عرض ستون‌هایی که در یک صفحه قرار داده



شده است و همچنین تعداد ستون‌های هر صفحه، اسلوب‌های تایپ و نوع خطوط مورد استفاده، چگونگی نمایش سر تیترها، استفاده، یا عدم استفاده از تصویرها در روزنامه، ماهیت و همچنین محلی که آگهی‌های روزنامه به چاپ رسیده‌اند، محلی که اخبار موجب به چاپ رسیده است و همچنین محلی که سرمقاله چاپ شده است. همه این موارد و همین‌طور موارد مشابه، تا حد مشخصی می‌تواند به روزنامه شخصیتی ویژه ببخشد.

مورخ، به دنبال این نیست که اطلاعات موثق را در میان روزنامه‌هایی به دست آورد که کاغذ آنها نامرغوب است. کاغذهایی رنگی که در صفحات ویژه چاپ می‌شوند نیز مهم نیستند. مثلاً صفحات صورتی که در میان اخبار ورزشی به چاپ می‌رسند، این حالت را دارند. همچنین استفاده از رنگ‌های مختلف و صفحات رنگی در روزهای آغاز سال جدید نیز مهم نیست. روزنامه‌ای که از عکس‌های ضعیف استفاده کرده است و یا روزنامه‌ای که سر تیترهای بسیار درشت و توجه برانگیز دارد و یا به منظور تحریک احساسات افراد به چاپ رسیده‌اند، نیز چیزی را به مورخ نمی‌رساند. روزنامه‌هایی که دارای چنین مشخصاتی هستند، نه تنها دارای اطلاعات ارزشمندی نیستند، بلکه همواره باید در مورد صحت اطلاعات موجود در آنها تردید کرد. چرا که در این گونه موارد، بسیاری از این اطلاعات، صحیح نیستند و بنابراین نمی‌توان از آنها به عنوان شواهد تاریخی استفاده کرد.

هنگامی که ما در یک روزنامه می‌بینیم که نظم منطقی وجود ندارد و همواره آشفتگی به چشم می‌خورد و یا هنگامی که می‌بینیم یک مطلب بسیار افراطی خود را نشان می‌دهد، در واقع این خود بر موضوع دیگری دلالت می‌کند. بنابراین در این گونه موارد، اساس فرآیند ذهنی دارای خلل است و نمی‌توان به آن اعتماد کرد. پس چنین روزنامه‌هایی به عنوان منبع تاریخی قابل استناد نیستند.

تا اینجا سخن از رابطه‌هایی میان شکل و محتوا بود که به هر روی نباید از آن غفلت شود! شخصیت یک روزنامه اما تنها به وسیله نمود بیرونی آن شناخته نمی‌شود. بنابراین در این زمینه، شایسته است عقیده‌ها و اندیشه‌های مورد نظر روزنامه نیز مورد توجه قرار بگیرند. روزنامه نیز مانند افراد انسانی، در گرایش خود ممکن است رادیکال یا محافظه‌کار باشد. گاهی یک روزنامه در شکل دادن عقاید خود آزاد و مستقل عمل می‌کند و از اینکه عقاید خود را بیان کند، هراسی ندارد و بنابراین آزادانه به اظهار عقاید خود می‌پردازد. گاهی وضع متفاوت است و روزنامه آشکارا در بیان قضاوت‌های خود از برخی قدرت‌هایی که از خارج از روزنامه بر آن اعمال نفوذ می‌کنند، تاثیر می‌پذیرد و بنابراین با نگاه خاصی باید به آن نگریست.

اگر روزنامه مستقل باشد، ممکن است این استقلال باعث شود تا روزنامه در قضاوت‌های خود

باید پیش پرداخت شود. این موضوع در عمل به منزله هشدار این نکته است که: تا زمانی که پولی برای روزنامه واصل نشود، نام مشتری، جزء مشترکین قرار نمی گیرد. هنگامی که اشتراک انجام می شود، یک رسید چاپ شده به مشتری تحویل می شود. اگر اشتراک ادامه پیدا نکند، به طور خودکار فرستادن روزنامه نیز متوقف می شود.

روزنامه اعلام می کند که در مقابل پولی که به عاملان فروش داده می شود، مسوولیتی برای ارسال روزنامه ندارد. همچنین روزنامه مسوولیت تغییر آدرس را نیز بر عهده مشترک قرار داده است. برای تجارت روزنامه روش های مختلفی وجود دارد و هر روش نیز مزایای خاص خود را دارد. مثلاً ممکن است روزنامه ای بگوید «اگر مبلغ شماره های درخواستی را پیش پرداخت کنید، هر شماره یک دلار برای شما هزینه بر می دارد، اما اگر بخواهید وجه آن را روزانه بپردازید، هر شماره برای شما یک و نیم دلار هزینه در بر خواهد داشت».

برای مدیریت روزنامه همواره بسیار مهم است که توزیع نسخه های روزنامه در کمال سرعت انجام شود و مسوولین این کار، آنها را به دست صاحبان خود برسانند. همچنین روزنامه تعهد کرده است که به سرعت شکایات رسیده از سوی مشترکین خود را بررسی کند. هر چند این شکایات در مورد کسانی است که روزنامه را به دست مشترکین می رسانند، اما این شکایات هرگز باعث نمی شود که آنها در ادامه وظیفه خود کوتاهی کنند.

از خوانندگان روزنامه تقاضا می شود اگر امکان خریداری روزنامه از ایستگاه های روزنامه فروشی یا ایستگاه های قطار وجود ندارد، آنگاه در مورد ساعت کار ادارات پست سوال می شود که در چه ساعتی آنها بسته می شوند. در این حالت هزینه های پست نیز به بهای روزنامه اضافه می شود و این نکته قید می شود که مقررات دولتی ادارات پست بسیار شدید است و حتماً باید وجه مورد نظر از قبل پرداخت شود. بنابراین روزنامه هایی که از قبل در مورد آنها پرداختی انجام نشده باشد، قابل انتقال نخواهند بود. در این هنگام اطلاعاتی نیز در مورد بهترین روش پرداخت پول به مشتری داده می شود که از طریق کسانی اقدام به این کار کند که در داخل یا خارج، وظیفه ارائه اشتراک به افراد را بر عهده دارند.

نرخ های مربوط به آگهی دادن، اغلب با جزئیات بسیار زیادی به چاپ می رسند. در آمریکا و اروپا، محلی که دفتر آگهی دهنده قرار دارد، نیز به چاپ می رسد. روزنامه به اطلاع آگهی دهندگان می رساند که: «چنانچه آنها در زمان مناسب آگهی خود را به روزنامه ارائه نکنند، ممکن است مجبور شوند فضای بزرگ تری را خریداری کنند». همچنین به آنها گفته می شود که صورت حساب ها باید به موقع و به محض درخواست پرداخت شوند و همچنین اینکه گواهی هایی که تا ساعت معین سفارش داده نشوند، قابل چاپ نیستند.

تمامی روش‌های تجارت روزنامه، که عمدتاً در مشهورترین روزنامه‌ها نیز اعمال می‌شود، نشانگر این است که خدمات سریع و مؤثری در این زمینه در حال انجام است. این موضوع تلویحاً به شخصیت روزنامه اشاره می‌کند. زیرا در این نگرش، دیگران و به تعبیر دیگر، سایر اعضای جامعه تجارت روزنامه‌ای نیز باید مورد توجه قرار بگیرند. در این سطح نیز رقابت وجود دارد و روزنامه برای اینکه بتواند تجارت خود را برپا نگاه دارد، ناگزیر از ورود به این رقابت است. درست همان‌گونه که افراد انسانی نیز برای حفظ موجودیت تجاری خود، ناگزیر از رفتار رقابتی هستند.

ایده‌آل‌های هر روزنامه، بخشی از شخصیت آن را تشکیل می‌دهد و معمولاً با توجه به شعار روزنامه، می‌توان تا حدی به این ایده‌آل‌ها پی برد. چنانچه مهم‌ترین هدف یک روزنامه صرفاً خبررسانی باشد، این موضوع در شعار روزنامه آمده است. مثلاً به موارد زیر توجه کنید: «همه اخباری که در یک روز رخ داده است»، «اخبار امروز در امروز»، «اخبار این هفته، در کلام یک مرد خیابان‌نشین»، «تایمز به دنبال این است که هم اخبار محلی و هم اخبار بین‌المللی را ارائه کند. این رسالت یک روزنامه واقعی است.»

اما اگر روزنامه به محدودیت‌های اخبار به‌طور واقعی نگاه کند، آنگاه می‌تواند تا حدی شعارهای خود را به سبک زیر تغییر دهد. به نمونه‌های زیر توجه کنید: «همه اخباری که مناسب چاپ کردن است»، «همه اخباری که خواندن آنها ارزشمند است»، «اخبار دست‌اولی که پالایش شده و صحیح است»، و اگر هدف اصلی روزنامه معطوف به صحت و دقت اخبار و رساندن اخبار دقیق به مخاطبین خود باشد، آنگاه شعار روزنامه، ایده‌آل خود را چنین می‌نویسد: «آنچه در اینجاست، همه صحیح است»، «این است آنچه به وسیله اسوشیتد پرس فرستاده شده است.»

اما، هنگامی که روزنامه، هدف دیگری دارد، وضع فرق می‌کند. مثلاً هنگامی که هدف روزنامه این است که افکار عمومی را بازتاب دهد و یا اینکه بر شکل‌گیری افکار عمومی اعمال نفوذ کند و اثر بگذارد، از شعار روزنامه می‌توان این موضوع را دریافت. به نمونه‌های زیر توجه کنید: «تنها روزنامه‌ای که در شهر نیویورک وجود دارد، برای موجودیت خود به هیچ‌کسی وابسته نیست، بلکه موجودیت‌اش وابسته به مردم است»، «اتحادیه تایمز، روزنامه‌ای متعلق به مردم است، هم در سطح اول، هم در سطح آخر و برای همیشه»، «روزنامه مردم»، «با یک رسالت، نه با یک پوزبند».

گاهی نیز روزنامه پای خود را فراتر می‌گذارد و توضیح می‌دهد که چگونه باید به این نتیجه رسید و چنین فرآیندی چگونه باید انجام شود. به نمونه‌های زیر توجه کنید: «بی‌طرف در همه چیز»، «دری باز بر روی همه احزاب، اما غیرقابل نفوذ توسط هیچ‌یک»، «نه در خدمت کسی برای تحقیف

گناهِش و نه در مقامی برای بدجنسی با کسی».

گاهی اوقات یک روزنامه، از شعارها و عقیده‌های مختلفی برای خود استفاده می‌کند. در واقع این اختلاف مربوط به این می‌شود که روزنامه هنوز پیوندهای واقعی خود را پیدا نکرده است. به عنوان مثال، نایل رجیستر، برای اولین بار و هنگامی که نخستین شماره‌اش به چاپ رسید، شعری از شکسپیر را به عنوان شعار خود به چاپ رسانیده بود:

من به دنبال راهنمای دیگری نمی‌روم و او را نمی‌خواهم،
من دوست ندارم که در مورد اعمال زنده خودم، دیگری سخن بگوید.
زیرا من تلاش دارم تا اندیشه خود را از تباهی و نابودی برهانم.

اما می‌خواهم یک وقایع‌نگار مورد اطمینان باشم!

در شماره دوم، این شعار تا حدی تغییر کرد و در شماره سیزدهم، شعار چنین بیان شد: «گذشته و اکنون، برای آینده» این شعار تا نهایت تداوم یافت. به نظر می‌رسد هرگز نتوان برای یک مورخ گزارشی در مورد عملکرد یک مجله به این وضوح بیان کرد. به دیگر سخن بعید است بتوان با بررسی عملکردهای مختلف یک نشریه، به این نتیجه رسید که در زمینه تاریخی چه فایده‌ای دارد. اما هنگامی که به شعاری که سرانجام برای نایل رجیستر انتخاب شد، می‌نگریم، متوجه این موضوع می‌شویم و در واقع این شعار است که تا حد زیادی گویای نگرش‌های آن روزنامه است.

اهمیت شعار برای روزنامه در این است که با نگاه به شعارهای روزنامه، می‌توان به نکات دیگری که در حالت عادی نمی‌توان به آنها پی برد، دست یافت. شعار یک روزنامه به ما نشان می‌دهد که این روزنامه چه مخاطبینی داشته است و چه افرادی به آن سفارش آگهی می‌داده‌اند. به دیگر سخن، این شعار قطعاً به گونه‌ای بوده است که مخاطبین روزنامه به آن تمایل داشته‌اند.

یکی دیگر از زمینه‌هایی که ممکن است در مخاطبین روزنامه ایجاد انگیزه کند، قدمت روزنامه است. بنابراین موضوع قدمت روزنامه و یا اهمیت آن نیز گاهی به عنوان شعار مورد استفاده قرار می‌گیرد: «نخستین روزنامه نیویورک در سال ۱۷۹۷ میلادی تاسیس شد.»، «روزنامه قرن بیستم: جوانان دیگر»، «برجستگی جلگه‌های سفید»، «موفقیت در آمستردام با شماسنت»، «مهم‌ترین روزنامه کانکتیکات در شهر مهم کانکتیکات»، «نخستین نشریه در مورد بزرگراه‌ها، جهان رو به پیشرفت»، «نخستین روزنامه‌ای که هفت روز در هفته در دالاس منتشر می‌شود».

به علاوه ممکن است شعار روزنامه هر چیز دیگری نیز باشد؛ هر شعاری که روزنامه تصور می‌کند می‌تواند از طریق آن مخاطبین خود را پیدا کند: «نشریه عصرگاهی آن سوی آتش»، «نشریه خانواده‌گی که خود را وقف اخبار محلی و ادبیات، هنر، دانش، و اندیشه عمومی کرده است.»، «روزنامه خانگی برای همه مردم»، «روزنامه‌ای با عکس»، «اخبار شفاف و آگهی‌های واضح».

«مجله‌ای برای سرگرمی»، «بسیار فریبنده‌تر از توهم»، «سرزنده‌ترین مجله در آمریکا»، «تلاش دیگران برای اینکه دایره ادعای اساسی خود را دور بزنند»، «مستقل اما نه بی‌خاصیت»، «تهاجمی، اما نه برانداز»، «روزنامه‌ای منصف و بی‌غرض، اما دموکراتیک در سیاست»، «روشن، اما نه پوچ».

ممکن است تمایل به روزنامه، مستقیماً تحت تاثیر منافع تجاری جامعه باشد، منافعی که انتقال آنها در میان توده‌های مختلف مردم، اهمیت ویژه‌ای دارد. «روزنامه تایمز دموکرات، بیش از هر روزنامه دیگری در ایالت اوهیو رواج دارد»، «هر هفته هزار نفر به مخاطبین این روزنامه افزوده می‌شوند»، «رسانه‌ای عالی برای آگهی»، «روزنامه‌ای که می‌توان از آن نتیجه گرفت»، «این روزنامه بیش از هر روزنامه عصرگاهی دیگر در ایالات متحده آمریکا رواج دارد. ارزش این روزنامه به عنوان رسانه‌ای که بتواند آگهی‌ها را به خوبی پیام‌رسانی کند، آشکارا روشن است.».

همچنین در مورد زمینه‌های خاصی از تجارت، روزنامه می‌تواند اخبار خاصی را منتشر کند: «گزارش‌های کاملی از بازار»، «اخبار کامل دیوارهای خیابان‌ها»، «گزارش کامل موجودی بازار»، «آژانس‌های معاملات مسکن»، «تشویق و حمایت از صنعت ملی». گاهی این موضوع به منافع فردی مربوط می‌شود که از یک آگهی کوچک می‌برد: «ما متخصص آگهی‌های کوچک هستیم»، «آگهی‌های فروش و اجاره را سریع ببینید»، «آگهی فروش اموال خود را به ما بسپارید»، یا گزارش‌هایی در مورد طبیعت، منابع و انواع بسیار مختلفی از اخباری که نشان داده می‌شود: «گزارشی کامل از گزارش‌های روزنامه‌ها»، «عضو مطبوعات متحد و مجمع تشکیلاتی روزنامه‌ها»، «گزارش کامل اخبار مخابره شده»، «یکصد مکاتبه».

بسیاری از روزنامه‌ها، شخصیت خود را به گونه‌ای دیگر نشان می‌دهند. آنها، در موضع بیرونی خود به سمت زندگی، شخصیت خود را به نمایش می‌گذارند. چنانچه اگر هر روز به سرمقاله‌های روزانه آنها نگاهی بیندازیم، با مشاهده سرمقاله موضوعات متعددی روشن می‌شود. ممکن است با مشاهده سرمقاله، به این نتیجه برسیم که آنها به فضای بیرونی خود با بدبینی نگاه می‌کنند، بدبینی‌ای که هیچ فایده‌ای ندارد. یا ممکن است به این نتیجه برسیم که آنها به فضای بیرونی خود با خوش بینی نگاه می‌کنند، که گویی همه چیز در جهان به خوبی پیش می‌رود.

گاهی نیز مشاهده سرمقاله‌ها نشان می‌دهد که روزنامه تنها یک تماشاچی خنثی در بازی زندگی دیگران است و خود را له یا علیه آن درگیر نمی‌کند. «خیر و برکت دولت، باید مانند خیر و برکت بهشت، هم به فقر برسد و هم به اغنیا»، «دنیا بیش از حد تحت نظر حکومت‌ها قرار گرفته است»، «نخست شمشیر، سپس گوش و آنگاه پنبه‌ای در گوش»، «یک روزنامه مستقل، سنگر آزادی است»، «بحث منصفانه و آزاد، همواره نزدیک‌ترین دوست حقیقت بوده است» و یا «اندیشه‌ای

برای روز»، «معاشرت روزانه»، «صبح بخیر».

این شعارها و همچنین تمایلاتی که در روزنامه‌ها وجود دارد، اهمیت و ارزش بسیار زیادی در زمینه مطالعه تاریخ روزنامه‌ها و آنچه روزنامه‌ها ثبت کرده‌اند دارد. زیرا چنین موضوعاتی در واقع منافع آن روز بوده است. به عبارت دیگر، افراد آن روز به این موضوعات علاقه‌مند بوده‌اند. به عنوان مثال، هنگامی که انقلاب آمریکا در جریان بود و یا کمی پس از آن، شعارهایی که مورد استفاده بود، اغلب مواردی این چنین بود: «آزادی و وحدت»، «برای میهن»، «میهن ما و دوستان میهن ما»، «یا ملحق شو یا بمیر»، «تمنای بهشت: استقلال»، «آزادی و استقلال». شناخت شعارها خود موضوع مهمی است. یک گنجینه بسیار ارزشمند از شعارها در سال ۱۷۳۷ لندن به چاپ رسیده است. این شعارها برگرفته از یونان قدیم بوده است و به انگلیسی ترجمه شده است.

اضافه کردن توضیح یا یک احساس عمومی، نیز در شناخت شخصیت روزنامه مفید است، خواه این احساس عمیق و ریشه‌دار باشد یا اینکه تحت تاثیر شعرای کلاسیک و یا نثرنویسان کلاسیک به دست آمده باشد. موضوعاتی که ممکن است با توجه به هر شماره تغییر کنند. به هر روی به ندرت می‌توان راهی به منظور شناخت رسمی اندیشه روزنامه‌نگاری هر روزنامه پیدا کرد. اما همین اندیشه، نمود بیرونی روزنامه را دائما شکل می‌دهد. بنابراین با مشاهده نمود بیرونی، می‌توان به آن پی برد.

چشم‌اندازی که در روزنامه عصرگاهی «پست» که در تاریخ شانزدهم نوامبر سال ۱۸۰۲ میلادی به چاپ رسیده است، چنین می‌گوید: «طراحی این روزنامه، به این منظور انجام شده است تا بتوانیم اخبار را به افراد مختلف جامعه برسانیم. این اخبار برای همه مردم، بدون توجه به منافع مختلفی که آنها به دنبال آن هستند، منتشر می‌شود تا بتواند مبانی صحیح دینی، اخلاقی و سیاسی را در جامعه گسترش دهد و همچنین فضای را به وجود آورد تا ادبیات بتواند در آن پرورش پیدا کند.»

روزنامه «جهان»، توسط جوزف پولیزر، در دهم می سال ۱۸۸۳ تاسیس شد. اندیشه روزنامه‌نگاری این نشریه، در بالای سرمقاله آن نگاشته شده بود: «بنیادی که همواره باید برای پیشرفت و اصلاح مبارزه کند و هرگز بی‌عدالتی و فساد را تحمل نخواهد کرد. همواره با عوام‌فریبی توسط هر حزبی که باشد مبارزه می‌کند و هرگز به هیچ حزبی تعلق نخواهد داشت. همیشه با طبقاتی که دارای امتیازات ویژه هستند و برتری‌های خاصی دارند و همچنین با غارتگران اموال عمومی، مخالفت می‌کند و هرگز احساس همدردی با فقرا را از یاد نمی‌برد و همواره به منظور رفاه عمومی وقف شده و این وقف‌نامه ادامه می‌یابد. هرگز صرفاً با توجه به اخبار چاپ شده قانع

نمی‌شود و همیشه با شدت و قوت تمام، مستقل است. هرگز از اینکه به خطاهای دیگران حمله کند نمی‌ترسد خواه این اشتباهات توسط غارتگران ثروتمند و دارای امتیازات ویژه انجام شده باشد یا اینکه این خطاها توسط غارتگرانی انجام شده باشد که خود روزی جزو فقرا بوده‌اند.

روزنامه «پست عصر گاهی»، در اندیشه روزنامه‌نگاری خود به سوگند و پیمان جوانان آتن باز می‌گردد و این موضوع را به عنوان مسلک خود بیان می‌کند: «ما هرگز این خفت و خواری را در شهر خود نمی‌آوریم که در مورد هر قانونی که در زمینه بی‌اعتمادی یا ترسویی مانقشی در آن داشته باشیم. ما راحت باشیم در حالی که دوستان ما در بیابان‌ها رنجی را تحمل کنند. ما برای ایده‌آل‌های شهر و برای مقدسات آن مبارزه می‌کنیم. هم تنها و هم با دیگران مبارزه می‌کنیم. ما به قوانین شهر احترام می‌گذاریم و آنها را مقدس می‌دانیم و از آنها اطاعت می‌کنیم. ما همه تلاش خود را به کار می‌گیریم تا بتوانیم برای آنها بی‌گناهی که بر سر ما منت دارند، احترام و اعتبار کسب کنیم. ما تلاش می‌کنیم تا آنها را سالانه بزرگ‌بداریم. ما همواره و در شکلی خستگی‌ناپذیر تلاش می‌کنیم تا عموم مردم متوجه وظایف اجتماعی و مدنی خود بشوند و در راه آن تلاش کنند و احساس آنها نسبت به این وظایف مدنی افزایش پیدا کند. بنابراین ما این شهر را به نسل‌های بعد در حالی تحویل می‌دهیم که بهتر از آن وضعی باشد که خود آن را تحویل گرفته بودیم.»

هنگامی که شعارها را ملاحظه می‌کنیم، یا اندیشه حاکم بر یک روزنامه را بررسی می‌کنیم، در واقع در حال بررسی فهرستی هستیم که می‌تواند خاصیت روزنامه را به خوبی برای ما آشکار کند. نکته‌ای که در اینجا لازم است بیان شود این است که برای طی چنین فرآیندی، الزاماً نباید به آنچه خود روزنامه به طور گزینشی بیان می‌کند، صرفاً بسنده کرد. نیز اگر روزنامه‌ای را ببینیم که در دوره‌های مختلف، به آنچه آن را به عنوان شعار خود بیان کرده است، در عمل پایبند نیست و یا اینکه در مواردی پس از تحولات مهم سیاسی و اجتماعی، شعارهای روزنامه تغییر نکرده است، این موضوع موجب از بین رفتن روزنامه یا اعتبار آن، به عنوان یک منبع تاریخی نمی‌شود.

نام روزنامه، نیز مانند شعارهای آن، همواره می‌تواند در زمینه تاریخ روزنامه گویای نکته‌هایی باشد. گاهی اوقات نام روزنامه هنوز هم خود انتقال‌دهنده مفاهیمی است. اما اگر امروز نام روزنامه در بردارنده مفهومی نیست، بی‌تردید در ابتدای تاسیس خود مفهومی را در بر می‌گرفته است. نام روزنامه می‌تواند بیانگر این باشد که در آن دوران ذهن عموم مردم جامعه و یا دست کم مخاطبین روزنامه درگیر چه پرسشی بوده است که روزنامه با نام خود می‌توانسته جوابی به آن نیاز داده باشد. مثلاً به نام‌های زیر بنگرید: وطن پرست، جمهوری، رفاه عمومی، اتحادیه، مشروطیت، شهروند، مرد سیاست، آزادی خواه، پایان پادشاهی، دموکرات، جمهوری خواه. چنین نام‌هایی می‌تواند گویای این باشد که در گذشته چه تمایلات و نیازهایی در میان مردم وجود

داشته است.

گاهی اوقات نام‌های روزنامه‌ها برگرفته از پدیده‌های طبیعی است. اما این پدیده‌ها در دوران تاسیس روزنامه، به عنوان استعاره استفاده شده‌اند. مثلاً خورشید، پرتو آفتاب، ماه، ستاره، عصر، صبح، ستاره فروزان، ستاره شرق، ستاره غرب، شهاب، ستاره دنباله‌دار، سیاره، قله، کسوف، هلال، جهان، کیهان، دنیا، کولاک، طوفان، بهمن، نسیم شمال، نسیم دریا، نسیم اقیانوس. گاهی نیز نشانگر روابط دوستانه با حیوانات است: زندگی زنبور عسل، کندوی زنبور عسل، زنبور سرخ، زنبور بی عسل، عقاب، چشم عقاب، پلیکان، جیرجیرک، گربه سیاه، آهو، گوزن، ببر، خروس سحر.

گاهی اوقات نام روزنامه بیانگر منابع طبیعی منطقه‌ای است که روزنامه در آن به چاپ می‌رسد. گاهی نیز مربوط به نام محلی است که روزنامه به چاپ می‌رسد: الماس، مروارید، زمرد، صدف، موج، لنگر، شناور، دیده‌بان ساحل، کاپیتان، دیده‌بان، چراغ، فانوس دریا، دریاچه مدفون، اقیانوس مدفون.

موضوع دیگری که در نام‌های روزنامه‌ها می‌توان به آن دست یافت، مربوط به شرایط زندگی مردم معاصر با انتشار روزنامه است. مثلاً به موارد زیر بنگرید: مرز، پیش‌گام، کاشف راه، اتاق چوبی، پسر گاوآهن، زمین، راهنمایی، پیشاهنگ. گاهی اوقات نیز عناوین روزنامه، نشان‌دهنده نوعی ارتباط و آشنایی مردم با یک نام سنتی و اسطوره‌ای در ادبیات یا فرهنگ آنهاست: سپر، آپولو، آرگو، مرکوری، اطلس، آتلانتیس، پالادیوم، سیمرخ.

گاهی اوقات ممکن است این اسم‌ها به منظور جلب توجه به سمت روزنامه انتخاب شده باشد: شیپور، جرس، زنگوله، چنگ، گرامافون، جارچی، ترومپت، آوا، چکاوک، فانوس، چراغ، مشعل. گاهی اوقات نیز می‌توان نوعی نگرش نظامی را در برخی روزنامه‌ها مشاهده کرد که از طریق نام آنها می‌توان متوجه شد: خدنگ، تبرزین، نیزه، شمشیر، توپ، مردزمان، سرباز داوطلب، مهاجر، جنگ‌آور صلیبی، استانداردار، بیرق، پرچم، قاصد.

به هر روی نام روزنامه، به خوبی می‌تواند گویای این باشد که روزنامه به دنبال چیست و اعتقاد دارد که نظام اجتماعی باید چگونه عمل کند؟ در نگاه پاره‌ای افراد، ممکن است این اندیشه و این ساختار مورد نظر روزنامه، بازتاب کاملاً طبیعی فضایی باشد که روزنامه در آن منتشر می‌شود. عکاسی، آینه، تصویر، بازتاب، رهبری، پیشرو، سالار، پیش‌قدم، رهبر، پیشرفت، جلودار، هشدار، بمب‌افکن، فشار.

گاهی روزنامه و نام آن، بر کسی تاکید دارد که روزنامه را به دست خوانندگان می‌رساند: خوش‌خوش، پیام‌رسان، پست، چاپار، بیان، تلگراف، تلفن. این در حالی است که برخی دیگر

از روزنامه‌ها در زمینه خود اخبار تاکید دارند: وقایع‌نگار، نمایه، مخبر، خبرچین، یادداشت، ثبت، گزارشگر، خبر، زمان.

گروهی از نام‌های بیانگر این هستند که در نگاه این یا آن افراد و گروه، روزنامه آنان مطلوب جامعه است: اوج، زمان برتر، کشف مقصود، محبوب، قله، بی‌نظیر، خوشبین، الهام، موفقیت، ستیغ، و یا در نگاهی دیگر: وجدان نیوانگلند، مجال سخن، سخنگری جلگه، دلال جلگه، حقیقت، میدان معامله.

هر چند در پاره‌ای از روزنامه‌ها، مسوولیت مهم است و بر آن تاکید می‌شود، در پاره‌ای دیگر از روزنامه‌ها، دامنه این مسوولیت تا حد پرخاش به دیگران نیز گسترش می‌یابد: وکیل مدافع، حامی، پهلوان، مدافع، ناظر، آشوبگر، بیدارکننده، فریاد، لجن‌مال، نسیم آتش، منتقد، بومرنگ. این در حالی است که برخی از روزنامه‌ها عنوان‌هایی را برگزیده‌اند که خود گویای شانۀ خالی کردن از زیر بار مسوولیت‌های شخصی است: تماشاچی، شاهد، نگهبان، پژوهش، چشم‌انداز.

موضوع نام روزنامه‌ها به حدی واضح است که حتی گاهی تقدیر و تشکر از یک مشرب رانیز می‌توان در انتخاب نام نشریات ملاحظه کرد: بلوط، سنگ‌قبر، سوزن، شیپور، سیگار، گاهی اوقات این نام‌ها برای استفاده در یک صنعت یا تجارت خاص به کار می‌رود. مثلاً باغ و مزرعه، سود و زیاد، معدن و فلز، نقشه‌کشی، بشکه و جعبه.

جنگ دوم جهانی موجب شد تا فضایی به وجود آید تا روزنامه‌ها بتوانند در اردوگاه‌ها و پادگان‌های نظامی به چاپ برسند. سنگرها و حتی عرشه کشتی‌ها، به اماکنی تبدیل شده بود که در آن روزنامه تولید می‌شد و نام روزنامه‌ها نیز دقیقاً متناسب با آنها بود: زیردریایی، تیرباران، تبرجنگی جرج واشینگتن، پیش به سوی جلو، لنگرگاه.

همان‌طور که نام روزنامه در شناخت شخصیت آن مؤثر است، تغییر نام روزنامه، نیز می‌تواند یک نشانگر بسیار جالب در زمینه تغییر شخصیت روزنامه باشد. مثلاً هنگامی که در یک دوره، سانسور بسیار شدیدی بر روزنامه‌ها اعمال می‌شد، آقای ام. کلمنسیوف نام روزنامه خانه آزادی را تغییر داد. اما پس از اینکه خود او نخست‌وزیر شد و وضع بهتر شد، نام روزنامه را به همان نام قبلی برگرداند. تغییر دیدگاه دادن روزنامه، گاهی اوقات موجب این می‌شود که طراحی و نمود بیرونی روزنامه نیز تغییری داشته باشد. امید بی‌فایده، نام هفته‌نامه‌ای بود که در زندان دولتی نیویورک به چاپ می‌رسید. این روزنامه بعدها تغییر نام داد و تحت عنوان ستاره امید منتشر شد.

ممکن است یک روزنامه چندین بار تغییر نام دهد، اما برخی مشخصه‌های عمده آن هرگز تغییر نکند و درست مانند پلنگی که هرگز خال‌های سیاه خود را از دست نمی‌دهد، اما ممکن است تغییری در پوست او ایجاد شود. ریچارد کارلیل روزنامه‌های مختلفی را با عناوین متفاوت منتشر

می‌کرد. این عناوین که همواره تغییر کرده بودند، عبارت بودند از: جمهوری خواه، خداپرست، اخلاق، شیر، دستکش آهنین مبارزه، رزمجوی مسیحی، سیم‌خ، شلاق خدا و کلیسا. در واقع شخصیت روزنامه و مطالب مورد نظر روزنامه او، هرگز تحت تاثیر نام روزنامه تغییر نکرد و همواره ثابت باقی ماند.

در کشورهای مختلف، نام روزنامه‌ها در زمان‌های مختلف متفاوت است. نخستین روزنامه‌های انگلیسی، بسیار از نام مرکوری استفاده می‌کردند که در کارکردهای روزنامه نیز این نام مهم بود. در خلال دوران انقلاب فرانسه، نام بسیار معمول و فراگیری که برای روزنامه استفاده می‌شد، عنوان ژورنال بود. در حالی که در آلمان نام زیتنگ مورد استفاده قرار می‌گرفت. این موضوع در زمینه نام نشریات دیگر نیز مهم بود. مثلاً مجله مردان جوان، مجله‌ای بود که برای عموم مردم بسیار جذاب بود. در حالی که مجله آتن برای کسانی که در دفاتر مشاوره کار می‌کردند بسیار جذاب‌تر بود. مجله انگلستان جدید نیز در بخش‌هایی کمتری از جامعه خواهان داشت.

این طور نیست که روزنامه صرفاً نام خود را تحت تاثیر مسائل تجاری گرفته باشد. بلکه گاهی این نام ناگزیر خود نشان‌دهنده منابع بیرونی مورد استفاده روزنامه نیز می‌باشد. گاهی نیز این نام، به عنوان مشخصه و نام مستعاری است که دیگران برای شناساندن نوع خاصی از شخصیت به کار می‌برند. مثلاً روزنامه تایمز لندن برای مدتی به تندر مشهور شده بود. این شهرت به خاطر سرمقاله‌ای بود که توسط ادوارد استرلینگ نوشته شده بود. روزنامه دیلی تلگراف نیز مدتی به ژوپیتر معروف شده بود. روزنامه «صبح‌گاه» برای مدتی به جیمز مشهور شده بود. زیرا اهمیت اخباری که این روزنامه در مورد زندگی روزمره می‌داد بسیار زیاد بود. همچنین دوروزنامه یکی به نام پیک صبح‌گاه و دیگری به نام استاندارد وجود داشتند که روزنامه‌های مستقلی بودند. سردبیر یکی از آنها، خانم هاریس بود و سردبیر دیگری سائیری گمپ بود. برای مدتی طولانی، هنگامی که از این روزنامه‌ها سخن گفته می‌شد، به نام سردبیران آنها سخن گفته می‌شود. مجله فراستر، به این دلیل که همواره در تقدیس ملکه می‌کوشید به نام مجله ملکه مشهور شده بود. همان‌طور که مجله چوب سیاه نیز به نام مگا شهرت یافته بود. زیرا سهامداران و صاحبان آن مگا بودند.

روزنامه ویویان گری، ستونی را به نقدها اختصاص داده بود و عنوان این ستون را ستون تهاجم قرار داده بود. در حالی که روزنامه ادین‌بورو، ستون نقدها را تحت عنوان سپاس و ستایش نام‌گذاری کرده بود. در سال ۱۸۳۱، روزنامه‌ای تحت عنوان گزارشگر منتشر شد. این روزنامه اقدام به انتشار گزارش‌هایی می‌کرد که بسیار جنجالی بود. به همین دلیل عموم مردم این روزنامه را توپخانه کوچک می‌خواندند. در مورد روزنامه‌نگاری دانشگاهی نیز مجله دانشگاه پرینستون، به نام دیگری خوانده می‌شد. نشریه دانشگاه هاروارد به نام خورشید جرم چاپ می‌شد، اما پس از

مدتی همین نشریه به جرم پراکن مشهور شد.

مقابلا در روزنامه‌ها نیز می‌توان نام‌هایی را که توسط روزنامه‌ها و مجلات به افراد داده می‌شد، یافت. این افراد عمدتاً افرادی بودند که در زمینه رفاه عمومی فعالیت می‌کردند. روزنامه ملت، روزنامه‌ای بود که برای نخستین بار، اعضای حزب جمهوری خواه را پسر بچه‌های جوان لقب داد. آنها بعداً نیز به نام‌های دیگری خوانده می‌شدند. نام‌هایی چون جیک‌ها، مایک‌ها، و حتی هنوز نیز نام آنها با این اصطلاح خوانده می‌شود: «کسانی که با جاکری‌ها و میکری‌ها درگیر هستند.» در واقع این شیوه عملکرد روزنامه‌ها، فضایی را فراهم می‌آورد که به سادگی فعالیت‌های یک حزب زیر سوال می‌رفت و موجبات بدنامی را برای او فراهم می‌ساخت.

نشان به کار رفته در روزنامه نیز راه دیگری است که حاکی از شخصیت روزنامه است. این بخش از روزنامه، ممکن است نام آن را در بر بگیرد، مانند جهان، کیهان یا خورشید. یا ممکن است مشخصه‌ای شغلی در این زمینه در بر گرفته شود یا یک چهره محلی مورد توجه قرار گیرد. چنانچه نشان مورد نظر روزنامه جلودار بونویل و روزنامه توریست آدیرونداک، وسایل شکار و ماهی‌گیری بود. در روزنامه پنسیلوانیا، ابزار معماری به عنوان نشان استفاده می‌شد و در روزنامه اخبار روزنامه سنت باربارا، نشان‌هایی بیانگر هیات تبلیغی مورد توجه بود. در روزنامه موج، نشان مورد استفاده، چشم‌اندازی از موج دریا بود. نشان‌هایی مانند محصولی که توسط یک کشور تولید می‌شود، چشم‌اندازهای طبیعی یک کشور، ساختمان‌های مشهوری که مشخصه‌های یک شهر می‌تواند باشد، در این گونه موارد این مشخصه‌ها مربوط به مکانی است که روزنامه در آن به چاپ می‌رسد.

اغلب، کاربرد این نشان‌ها گویای نوعی اندیشه‌های انتزاعی است. اندیشه‌هایی چون مقیاسی برای سنجش عدالت، شیور برکت، عقاب آمریکا، یک سپر ملیف ایالتی یا شهری، یا طرحی از سربازان. گاهی نیز ممکن است نشان‌هایی استفاده شود که هرگز بر روی زمین یا دریا وجود نداشته‌اند. به هر روی هر نشانی که توسط روزنامه مورد قبول واقع شده باشد و به عنوان نشان روزنامه استفاده می‌شود، در شناخت شخصیت روزنامه بسیار مهم است و باید به آن دقت کرد.

تیترا انتخابی توسط روزنامه‌های آمریکایی، معمولاً همیشه توسط بیگانگانی که به آمریکا سفر کرده‌اند مورد توجه قرار می‌گیرد و برای آنها جذاب است و همیشه در ذهن آنها باقی می‌ماند. در واقع در نظر آنها مهم‌ترین مشخصه برجسته روزنامه‌های آمریکایی همین تیترا نویسی آنهاست. با این وجود خیلی ضروری نیست که به توریست‌هایی که از اروپا آمده‌اند و در حال بازدید از آمریکا هستند بگوییم که چگونه ماهیت این تیترا می‌تواند موجب شود که روزنامه‌ای خوب یا بد به نظر برسد. تیترا روزنامه ممکن است فضای بسیار زیادی را در روزنامه اشغال کند. مثلاً ۱۲ سطر

اخبار روزنامه، تنها می‌تواند فضای دو سطر تیتراژ فراهم کند. گاهی اوقات تیتراژ روزنامه قطعاً ما را به گمراهی و اشتباه می‌کشاند. مثلاً ممکن است شما در تیتراژ این طور ببینید که «زنانی که متهم به فروش آرا بودند، می‌گویند.» در حالی که موضوعی که این تیتراژ بیان می‌کند در مورد ۳ زن و ۱۱۰۰ مرد بوده است که در پرونده فروش آرا دخالت داشته‌اند.

ممکن است این تیتراژ، کم‌اهمیت‌ترین بخش را در پیروزی مبارزات سیاسی در بر بگیرد. مثلاً ممکن است تیتراژ روزنامه صرفاً به موضوع انتخاب حاکم یک ایالت پردازد و اساساً هیچ اشاره‌ای به اهمیت مبارزاتی که برای به نتیجه رسیدن مشروطیت و قانونگذاری انجام شد، نشود. تیتراژ روزنامه ممکن است به گونه‌ای طراحی شود که آنچه مشکوک است و اطمینانی در مورد آن وجود ندارد، به گونه‌ای صحیح و قطعی جلوه کند. تیتراژ روزنامه ممکن است به خودی خود برخی موضوعات را به چالش بکشاند و یا اینکه دانسته و تعمدی، موضوعات را به گونه‌ای دیگر نمایش دهد. بنابراین تیتراژ روزنامه ممکن است چیزی را به غلط تحلیل و تفسیر کند.

تیتراژ روزنامه ممکن است به خودی خود نشانگر نوعی فریاد باشد و یا اینکه هشدار باشد که دیگران را بترساند. در این مورد می‌توان تیتراژ روزنامه را به عنوان یک فیلم ترسناک و اثری که بر مخاطبین خود دارد تشبیه کرد. در این قسمت نیز پیچیدگی‌های خاصی وجود دارد. مثلاً درست شبیه آنکه چگونه یک فیلم ترسناک یا یک داستان ترسناک ذیل مفاهیم مذهبی و اصطلاحات مذهبی قرار می‌گیرد و عنوان خود را از یک گزاره مشهور مذهبی می‌گیرد. بنابراین همواره تیتراژ روزنامه را می‌توان متهم به بی‌دقتی و کم‌دقتی کرد و در این راستا هزاران گناه و اشتباه را به آن نسبت داد.

اما پس از همه موضوعات و کاستی‌ها و انتقاداتی که در مورد تیتراژ روزنامه بر شمرده شد، خطاهای دیگری نیز در مورد تیتراژ روزنامه وجود دارد. عدم توجه به املاهای صحیح واژگان و یا قواعد دستور زبان و هم‌خوانی کلمات با هم، همین وضع گاهی موجب می‌شود که ما تیتراژ را به عنوان یک فهرست و سرنخ مهم به منظور شناخت شخصیت روزنامه به کار ببریم. از نگاه روزنامه‌نگاران و به تعبیری از نگاه مطبوعاتی، خاصیت عمده تیتراژ روزنامه، صرفاً بیان دقت و صحت در اخبار نیست. بلکه خاصیت اصلی آن توانایی در جلب توجه خوانندگان روزنامه است. این توانایی تحت تأثیر شرایط خاصی که هر روزنامه در آن منتشر شده است، قرار دارد.

گاهی نیز علاوه بر شرایط فکری خواننده، شرایط فیزیکی نیز بر تیتراژ و اثرگذاری آن باید مورد توجه قرار بگیرد. روزنامه‌های صبح و روزنامه‌های عصر گاهی را در نظر بگیرید. تیتراژ آنها، نوع جوهر به کار رفته و درستی حروف با هم تفاوت دارد. روزنامه عصر گاهی تیتراژی با حروف درشت‌تر و مرکبی پررنگ‌تر دارد، زیرا خواننده عصر گاهی پس از طی یک روز کاری و در حالی که خسته است، آماده خواندن روزنامه می‌شود. بنابراین حتی اگر یک روزنامه در صبح و عصر

به چاپ برسد، نسخه عصرگاهی آن از حروف بزرگ‌تر و مرکب پررنگ‌تری برخوردار است. به هر روی تیترو روزنامه، همواره کاستی‌ها و ناشایستگی‌هایی را با خود حمل می‌کند. البته من در پی اینکه عذری برای این ناشایستگی‌ها بیاورم نیستم، اما این نکته نیز باید یادآوری شود که تیترو روزنامه نیز مانند سایر بخش‌های آن، تاریخی برای خود دارد و فراز و نشیب‌هایی را طی کرده است.

از دیگر نمایه‌هایی که با توجه به آن، می‌توان به شخصیت روزنامه پی برد، توجه به قیمت روزنامه است. ممکن است یک روزنامه مشی اشرافی داشته باشد و در اساس، مشتریان و خوانندگان خود را در میان این طبقه دنبال کند. طبقه‌ای که برخوردار از قدرت و ثروت هستند. مثلاً روزنامه تایمز لندن در ابتدا این حالت را داشت و در ابتدا مخاطبین خود را در میان طبقه ثروتمند، متنفذ و همچنین اندیشمندان جامعه جست‌وجو می‌کرد. روزنامه تایمز لندن در ابتدا پنج پنی قیمت داشت. بعدها که ابطال تمبر توسط روزنامه از بین رفت، این قیمت ارزان‌تر شد و به چهار پنی کاهش پیدا کرد. این روزنامه در سال ۱۸۵۵ تنها چهار پنی قیمت داشت. روند تنزل قیمت همچنین ادامه داشت و در سال ۱۹۱۴، قیمت این روزنامه، تنها یک پنی بود. اما بعدها دوباره قیمت به سه پنی افزایش داده شد. جی. ای. ساللا، گزارشی نوشته است که در آن اظهار می‌دارد مردم با دیدگاه آنها مخالف هستند و روزنامه آنها را روزنامه پولکی می‌خوانند. او این اطلاعات را از طریق غیررسمی به دست آورده بود. به همین دلیل او پس از جلسه‌ای که در آن یکی از اشراف قرار بود سخنرانی کند و در سخنرانی خود از مطالب روزنامه استفاده کرد، پس از صرف شام به این موضوع اعتراض کرد و مخالفت خود را بیان کرد.

کاهش قیمت روزنامه می‌تواند به این معنی تلقی شود که روزنامه در تلاش است تا دایره مخاطبین بیشتری به دست آورد و بتواند مخاطبین خود را در همه طبقات اجتماعی جست‌وجو کند. در اینجا است که مدیریت تجاری در روزنامه مفهوم پیدا می‌کند. زیرا اگر روزنامه‌ای دایره مخاطبین بسیار زیادی داشته باشد، اما قیمت آن به حدی کم باشد که نتواند خود را از نظر اقتصادی تامین کند، به زودی سقوط خواهد کرد. مدیریت تجاری روزنامه در واقع در اینجا اعمال نقش می‌کند و سعی می‌کند همچنان که قیمت روزنامه را کاهش می‌دهد و بر مخاطبین آن می‌افزاید، از ناحیه سفارش آگهی و تنظیم تعرفه آگهی با توجه به محدوده نفوذ روزنامه، این کاستی را جبران کند. در واقع مدیریت موفق این است که با کمترین قیمت روزنامه، بیشترین دایره مخاطب را جذب کند و بیشترین نتیجه را عاید روزنامه کند. ضمن اینکه منفعت و سود روزنامه نیز در این حالت تقویت شده است.

به وجود آوردن یک تناسب منطقی و قابل قبول میان سهم هر مطلب از فضای روزنامه و یا برخوردار نبودن از این تناسب، بر شخصیت روزنامه اثر می‌گذارد. این موضوع موجب می‌شود

که میزان فضایی که به پرسش‌های روز اختصاص داده می‌شود و همچنین میزان فضایی که به آگهی‌ها اختصاص داده می‌شود، دستخوش تحول شود. یک روزنامه ممکن است ۱۲ ستون خود را به آگهی‌های بی‌اساس و تبلیغاتی اختصاص دهد در حالی که روزنامه‌ای دیگر این ۱۲ ستون را تنها در ۱۲ سطر خلاصه کرده است. یک روزنامه ستون‌های زیادی از خود را به کشفیات جدید در حوزه علم و تکنولوژی اختصاص می‌دهد، در حالی که روزنامه دیگر این مقدار فضا را در اختیار پیام‌های شخصی و موضوعات مربوط به عزا و عروسی می‌گذارد. روزنامه اسکریپت فضای بهتر خود را به ارائه گزارشی از اعتصاب در سوئد اختصاص می‌دهد. در حالی که روزنامه هیرست به موضوع نقض عهد توسط مردان سیاست پرداخته است و روزنامه اوک، به موضوع استهلاک خطوط راه‌آهن پرداخته است. تایمز در مراحل مختلف تغییراتی را به خود دید. البته شاید هر روزنامه‌ای این تغییرات را به خود دیده باشد. تایمز در دوره‌هایی از انتشار خود، فضای بیشتری را به شایعات و اخبار بی‌اساس اختصاص می‌داد. همچنین در یک دوره فضای بسیار زیادی را به اخبار ورزشی اختصاص داد. در یک دوره نیز سهم اخبار مذهبی، علمی، ادبی و هنری در آن بسیار کم شد و فضای بسیار اندکی به این گونه اخبار اختصاص داده شده بود.

روزنامه‌ها همواره با یک استانداردهایی که مورد توافق همه آنها بود منتشر می‌شدند. تغییر و تحول در این استانداردها و انتشار روزنامه‌ای با استانداردهای متفاوت از استانداردهای معمول، خود بر شخصیت یک روزنامه اثر می‌گذارد. ادوارد دایسی، نکته‌جالبی را بیان می‌کند. او می‌گوید: در میان روزنامه‌های اولیه، اصول و قواعد قانونی نانوشته‌ای وجود داشت و استانداردهای روزنامه را همین قوانین نانوشته مشخص می‌کردند. در این قانون نانوشته، سر مقاله هر روزنامه نمی‌بایستی متجاوز از سه پاراگراف می‌بود. در واقع معمولاً همیشه سر مقاله سه پاراگراف بود. اما حجم این سه پاراگراف محدودیت داشت. به این معنی که نمی‌بایستی کمتر از یک ستون و یک چهارم ستون بوده باشد. همچنین نمی‌بایست حجم بیش از یک و نیم ستون می‌بود. در این سر مقاله به هیچ وجه نباید از روزنامه‌ای دیگر اسم برده می‌شد و چنانچه از کلمات و عبارات به کار رفته در روزنامه دیگری استفاده می‌شد، در واقع یک توهمین و بد اخلاقی بسیار زشت ادبی تلقی می‌شد.

روزنامه‌های صبح لندن، به قیمت یک پنی فروخته می‌شدند. این روزنامه‌ها اساساً به این منظور ترتیب داده شده‌اند که خلاصه‌ای از اخبار مهم شهر و کشور را برای کارمندان که صبح‌ها به سر کار می‌روند تهیه و در دسترس آنها قرار دهند. زیرا این قشر اصولاً حدود نیم ساعت وقت را برای مطالعه روزنامه اختصاص می‌دادند و در این نیم ساعت، که معمولاً در قطار یا در اتومبیل و به منظور رسیدن سر کار آنان سپری می‌شد، اهم اخبار را مطالعه می‌کردند و به جزئیات توجهی نمی‌کردند.

هنگامی که اخبار به اندازه کافی وجود ندارد، عکس یا کاریکاتور، جایگزین بسیار مناسبی برای پر کردن کاستی‌ها و فضای خالی است. هنگامی که باز هم فضای خالی وجود دارد، موضوعات روزنامه با گستردگی بیشتری مورد بررسی قرار می‌گیرند. همچنین گاهی نیز فضای روزنامه به وسیله مصاحبه‌هایی که با افراد برجسته محلی ترتیب داده شده است، پر می‌شود. در هر صنعتی ممکن است رکود رخ دهد. در صفحات مختلف روزنامه نیز ممکن است رکود خبری رخ دهد. بنابراین روزنامه‌ها تدابیر مختلفی را به کار می‌برند تا این رکود باعث ایجاد خلل در آنها نشود. بنابراین همین موضوع موجب می‌شود که همواره روزنامه شخصیتی اصلاح‌پذیر داشته باشد که بتواند خود را با شرایط روز وفق دهد.

اینها مشخصه‌های بیرونی یک روزنامه است و دقیقاً مانند لباس‌های مختلفی که افراد می‌پوشند، بر روزنامه پوشانده می‌شود. لباس افراد می‌تواند گویای ویژگی‌های آنها باشد. همین ویژگی‌هاست که موجب می‌شوند خوانندگان و مخاطبین روزنامه، به سمت یک روزنامه جذب شوند یا از آن دفع شوند. اما ویژگی‌ها و مشخصه‌های دیگری نیز در روزنامه وجود دارد که مانند اخلاق و رفتار انسان است. البته آن ویژگی‌ها نیز در جذب شدن یا دفع شدن افراد - به روزنامه - اثر دارد. همچنین یک ویژگی مهم این است که روزنامه با توجه به شرایط اصلاح‌پذیر خود را با این یا آن وضع انطباق دهد.

امروزه در میان روزنامه‌ها، نگرش‌های بسیار متفاوت و مغایر با هم وجود دارد. اما در یک نگاه کلی، روزنامه‌های امروزی نسبت به نسل قدیمی روزنامه‌ها بسیار متواضع‌تر شده‌اند و همواره زمینه‌های اصلاح‌پذیری و سازگاری بیشتری با شرایط بیرونی از خود نشان می‌دهند. اسکات جیمز در مورد وجود یک روزنامه‌نیازمندی‌ها در انگلستان که شامل سرگرمی نیز باشد، می‌نویسد که هرگز وجود چنین روزنامه‌ای متصور نبوده است. اگر قرار بود چنین روزنامه‌ای وجود داشته باشد در دوران کروئل و چارلز دوم (قرن هجدهم میلادی) وجود چنین روزنامه‌هایی بیشتر مورد انتظار بود تا اینکه بخواهیم انتظار وجود آنها را در قرن بیستم داشته باشیم. زیرا در آن دوره افکار عمومی در روند روزنامه‌نگاری بسیار مؤثر بوده است و نقش خوبی را بازی کرده است.

مجله باغ کاونت، به شدت توسط مخالفینش تحت حملات انتقادی قرار داشت. این حملات به تدریج به حدی افزایش پیدا کرد که به راحتی می‌توان آنها را به عنوان زمینه‌ای برای نبرد ادبی تلقی کرد و نوعی نبرد بحث‌انگیز خردگرایانه در این زمینه رخ داده بود. بعدها، ویزتلی، گزارشی در مورد یکی از روزنامه‌های لندن منتشر ساخت. این گزارش مربوط به روزنامه‌ای بود که در حدود سال ۱۸۴۰ در لندن منتشر می‌شد. این روزنامه با موضوعاتی خود را درگیر می‌کرد که به ندرت دیگر روزنامه‌ها به این موضوعات توجه داشتند. موضوعات مورد نظر این روزنامه موضوعاتی

فرعی و حاشیه‌ای بود. حتی برخی موضوعات مورد نظر این روزنامه، در مطبوعات امروزی نیز جایگاهی ندارند.

هنگامی که به روزنامه‌ها و مطبوعات امروزی نگاه می‌کنیم، نویسندگان آنها در جواب یکدیگر و در مورد تقصیرات و اشتباهات دیگر روزنامه‌ها و افراد مهم، با پیچیدگی مطلب می‌نویسند و به صراحت مخالفت خود را بیان نمی‌کنند. اما در روزنامه‌های قدیمی، همواره مخالفت‌ها با سادگی، وضوح و صراحت فوق‌العاده‌ای بیان می‌شد.

مدت زیادی بود که روزنامه‌های آمریکا، در زمینه‌های فضایل روز مورد سوءاستفاده قرار می‌گرفتند. آلبانی فان‌بلنک در این زمینه در سال ۱۸۴۲ چنین نوشت: «روزنامه‌های امروزی ما، تنها مشغول این هستند که حملات انجام شده به آمریکا را در زمینه بازرگانی و در سایر زمینه‌ها، دیگران را متهم به کاستی‌هایی کنند و با زدن حرف‌های عوام‌فربانه، کار خود را توجیه کنند. این در حالی است که خود ما در داخل با مشکلات بسیاری روبه‌رو هستیم. سیاست جامعه ما بیش از آنکه متوجه حفاظت از زندگی مردم جامعه باشد، بیش از آنکه متوجه صیانت از افراد ملت باشد و بیش از آنکه متوجه نگهداری اموال و دارایی آنها باشد، به این فکر است که شهرت آنها را حفظ کند و آن را ترویج دهد.

تمایل ذکر شده، در واقع برگرفته از تفسیر آسیب‌دیده‌ای بود که توسط دیکنز بیان شده بود: «من بسیار متأسف هستم که می‌بینم در قسمت الحاقی به روزنامه‌ها مطالبی به چشم می‌خورد که خوانندگان بی‌دقت، که طبعاً اکثریت خوانندگان را تشکیل می‌دهند، به سادگی درگیر این می‌شوند که مقایسه‌ای میان روزنامه‌های آمریکا و انگلیس انجام دهند. هرگز نمی‌توان میان رذالت‌ها و ناشایستگی‌هایی که در آن سوی اقیانوس آتلانتیک وجود دارد، مقایسه‌ای با این سوی اقیانوس انجام داد. هیچ بهانه‌ای نمی‌تواند این رذالت‌ها و ناشایستگی‌ها را پنهان کند. این رذالت‌ها به حدی شدید و ناگوار هستند که من اطمینان دارم زبان و کلام از توصیف آنها قاصر است.»

دی‌توکویل، که یک سیاستمدار و روزنامه‌نگار فرانسوی بود، پس از سفر به آمریکا و نگاشتن کتابی در مورد دموکراسی آمریکایی و ارزیابی نقاط قوت و ضعف دولت در آمریکا، چنین نوشت: «ویژگی‌های روزنامه‌نگاری آمریکایی این است که از عناصر خاص خود تشکیل شده است. آنها به تمایلات موجود در زمینه بی‌ادبی و توهین میدان داده‌اند و به تمایلی که در واقع به سمت عموم مردم است. این سیاستمدار فرانسوی بر حسب عادت، مبانی اساسی علوم سیاسی را که شخصیت‌های فردی افراد را تحت حملات منتقدانه خود می‌کشند فراموش کرد. زیرا آنها می‌خواهند به قلمرو زندگی شخصی و خصوصی افراد وارد شوند و همه ضعف‌ها و کاستی‌های افراد را فاش کنند. ماتو آرنولد، فرد بسیار دقیق و موشکافی بود. از نظر او شخصیت روزنامه‌نگاری آمریکا، به

طور کلی مانند سم کشنده‌ای است که در هوا پراکنده می‌شود تا حشرات موذی را از بین ببرد. «بدی و رفتارهای شرم‌آوری که در پس اندیشه‌ها و عقاید آنها وجود دارد.» «اینها بدترین و زشت‌ترین چهره‌هایی هستند که از حیات در ایالات متحده آمریکا وجود دارد.» وی در ادامه سخنان خود و همان‌طور که در گزارش خود نوشت، علت بازگشت بسیار سریع و پیش از موعد خود از آمریکا به انگلیس را چنین بیان می‌کند که ندیدن وضع روزنامه‌های آمریکایی، آسودگی بسیاری را برای او به ارمغان می‌آورده است.

تنها نویسنده انگلیسی که روزنامه‌های آمریکایی را ستوده است، ادوارد دیسی است. او در اظهارات خود چنین گفته است: با بررسی روزنامه‌های آمریکایی چنین دریافتیم که این روزنامه‌ها دارای یک شایستگی عظیم هستند: آنها برای رها شدن از وابستگی به شخصیت خصوصی افراد، در رقابت دائمی با یکدیگر هستند. اما حتی روزنامه‌نگاران آمریکایی نیز این موضوع را به خوبی می‌دانند و خود بدان اذعان دارند. مثلاً وات ویتمن (والث ویتمن؟)، نگرش روزنامه‌های آمریکایی و خودنمایی شخصیت‌های بسیار خرد و ناشایسته را در آن، به دلیل سازگاری آن با زمانه می‌داند. گاهی اوقات از روزنامه به عنوان ابزاری برای کینه‌جویی و انتقام بهره‌کشی می‌شود و بی‌رحمانه علیه دیگران وارد مبارزه می‌شود. اما همین مبارزه در برخی موارد حالت عکس پیدا می‌کند و مانند یک بومرنگ عمل کرده و موجب می‌شود تا خود روزنامه نیز تحت تاثیر قرار بگیرد. حملات روزنامه گاهی اوقات مشخصاً علیه افراد و شخصیت‌هاست، گاهی اوقات علیه تجارت آزاد یا علیه تعرفه‌هایی است که به منظور تجارت کالا وضع شده است. گاهی نیز در مورد محرومیت یا اعطای حق رأی عمومی به افراد است. اما هدف از این حمله‌ها هر چه باشد، خود این حمله‌ها می‌تواند در مورد شخصیت روزنامه شناختی به دست دهد و بنابراین رفتار بد روزنامه‌هایی که به دیگران برخوردی تهاجمی دارند، به عنوان رفتاری ناشایست در شخصیت روزنامه ثبت می‌شود.

یکی از عناصر دیگری که در شکل‌گیری شخصیت روزنامه اثرگذار است، وابستگی منطقه‌ای و استانی روزنامه است. ممکن است روزنامه به دلیل وابستگی محلی و منطقه‌ای خود، دچار این آسیب شود که در این وابستگی غرق شده و گاهی نیز دچار حسادت شود. نشریه پیام‌آور ادبیات جنوب، در نخستین شماره خود، که در ماه آگوست سال ۱۸۳۴ منتشر شده، با نگاهی محلی، مقاله‌ای به چاپ رسانید که در آن نسبت به وابستگی‌های ادبی این منطقه به مناطق شمالی به شدت انتقاد شده بود. در این مقاله از خوانندگان پرسیده شده بود که آیا آنها فکر می‌کنند تمام فضایی چون شجاعت، دلیری و وطن‌پرستی متعلق به مردم شمالی است و آیا مردم جنوبی به طور کلی هیچ فضیلتی ندارند که شایسته ستایش باشد؟ نویسندگان جنوبی نیز دائماً از این موضوع شکایت داشتند که روزنامه‌های شمالی، کارهای آنها را نادیده می‌گیرند و آن همه را بی‌ارزش می‌شمارند.

ممکن است روزنامه و شخصیت آن به گونه یک شخصیت مستقل شناخته شود. شخصیتی که در دیدگاه‌های خود مستقل است. این استقلال ممکن است واقعا وجود داشته باشد و یا ممکن است نوعی استقلال دیدگاه در روزنامه شبیه‌سازی شده باشد. ممکن است روزنامه‌ای وجود داشته باشد که مدت‌ها در مسائل سیاسی، موضع مستقل اتخاذ کند و هیچ نوع نگرشی را ترویج نکند و اما دقیقا شش هفته مانده به انتخابات به شدت سیاسی شده و جزء حامیان سرسخت جمهوریخواهان یا دموکرات‌ها قرار بگیرد و در صف آنها درگیر انتخاباتی شود. هرنس وایت در این زمینه تعبیر جالبی دارد. او چنین می‌گوید: استقلال در روزنامه‌نگاری، تنها گهگاه به این معنی است که روزنامه وابستگی به احزاب سیاسی ندارد و در مواجهه با احزاب سیاسی موضع بی‌طرف می‌گیرد. این گونه روزنامه‌ها معمولا به هیچ یک از احزاب حمله نمی‌کنند و آنها و فعالیت‌شان را زیر سوال نمی‌برند. چرا که به امید این هستند که بتوانند از حمایت و پشتیبانی همه این احزاب بهره‌مند شوند. اما در واقع این استقلال نیست. روزنامه مستقل روزنامه‌ای است که همه احزاب را به باد انتقاد گیرد و هنگامی که خطاهای آنها را می‌بیند فریاد برآورد. چنین رفتاری باید در مقابل همه احزاب انجام پذیرد. بنابراین، اینکه روزنامه موضوعات خود را به گونه‌ای ترتیب دهد که به کسی آسیبی نرسد، با مفهوم استقلال تفاوت دارد. ممکن است روزنامه مستقل بسیاری از حمایت‌ها و حتی آگهی‌های خود را از دست بدهد، اما به هر روی این روزنامه باید خود را چنان درگیر کند که به جامعه نشان دهد که نتیجه ناپسند ایجاد محدودیت در جامعه چیست.

یکی دیگر از جنبه‌هایی که در شکل دادن شخصیت روزنامه و نمود بیرونی آن چشمگیر است، نامه‌هایی به سردبیر است. افراد زیادی به تایمز نامه نوشته و می‌نویسند. بسیاری از این نامه‌ها یا در تأیید و همراهی با سیاست روزنامه است و یا در آن انتقادی نسبت به سیاست حاکم بر روزنامه طرح شده است. این ستون‌ها که نامه‌های رسیده را چاپ می‌کنند، قسمت‌های بسیار جالب و حائز اهمیتی هستند که باید مورد توجه قرار بگیرد. سرچارلز والسون، در این زمینه پارا از این هم پیش‌تر می‌گذارد و اعلام می‌کند که: نامه‌های رسیده به تایمز را به منزله اتاق مباحثه‌ای می‌نگرد که گاه‌گاهی به چاپ می‌رسد. در این اتاق کسانی حضور دارند که با موضوعات واقعا درگیر هستند و شایستگی لازم را برای برخورد با این پرسش‌های مهم دارا می‌باشند. اهمیت این ستون در این است که می‌تواند دستاورد غیر قابل انکار روزنامه را در اینکه توانسته برای خود شخصیتی به دست بیاورد که دیگران با او به مکاتبه برخیزند، نشان می‌دهد. توجه به همین ویژگی، در واقع می‌تواند مقیاس کارآمدی را به دست دانشجویان تاریخ دهد. زیرا آنها از این طریق می‌توانند پیشرفت مطبوعات را مورد سنجش قرار دهند و توسعه آنها را بیازمایند.

یکی از پژوهشگرانی که خود در دوره جوانی در لندن دانشجو بوده است اظهار می‌دارد که عقیده

دانشجویان طبقه متوسط در لندن، در سال ۱۸۹۲ این بود که بهترین جا برای یادگیری مطالب، ستون نامه‌ها و مکاتباتی است که با دوروزنامه لندن انجام می‌شد. هنوز نیز ستون نامه‌های رسیده و مکاتبات تایمز همین حالت را دارد و در آن موضوعات و پرسش‌های بسیار مهمی مورد بحث و تبادل نظر قرار می‌گیرد. هیچ روزنامه دیگری چنین موقعیتی نیافته که بتواند در این ستون خود، به اندازه تایمز جذابیت ایجاد کند.

اگر در زمان‌های قدیم در ستون نامه‌های سردبیر در روزنامه‌ها موضوع بحث این بود که ویگ‌ها در شرایط نابسامانی هستند، امروزه ستون نامه‌های سردبیر در روزنامه‌ها مفاهیم متفاوتی را انتقال می‌دهد. اساس وجود ستون سردبیر در روزنامه‌های امروزی این است که نشان داده شود: مردم فارغ از اینکه دارای چه نگرشی باشند، می‌توانند در یک فضای صمیمی با هم گفت‌وگو داشته باشند. در پاره‌ای موارد که پرسش‌های خوانندگان دارای نکات ظریفی است، روزنامه‌ها خودشان با اشخاص مهم‌تری که در زمینه پرسش دارای تخصص یا اطلاعات بیشتری هستند، مکاتبه می‌کنند. گاهی نیز این مکاتبات به گونه‌ای است که چندی پیش از اینکه خوانندگان با آنها مواجه شوند از افراد سرشناس پرسیده شده است و روزنامه‌ها آن‌را در قسمت مکاتبات سردبیر به چاپ می‌رسانند.

برخی روزنامه‌ها مانند دیلی تلگراف که در لندن چاپ می‌شد، ارتباط با روزنامه‌ها را در شکل طرح پرسش‌ها عملی ساختند. در این شرایط روزنامه خود پرسش‌هایی را طرح می‌کرد و افراد در پاسخ به پرسش‌های روزنامه مطالبی می‌نوشتند. این مطالب خود موجب می‌شد تا افراد به بحث و تبادل نظر با یکدیگر بپردازند. مثلاً روزنامه این پرسش را طرح می‌کرد که: چگونه با پسرانمان برخورد کنیم؟ آن‌گاه در این زمینه بحث و تبادل نظر صورت می‌پذیرفت و برای کسانی که علاقه‌مند بودند در این زمینه بحث کنند، ستونی در روزنامه باز می‌شد. به وجود آوردن ستون مکاتبه با سردبیر، همواره به عنوان یک تدبیر موفق در اداره روزنامه محسوب می‌شد. اما این ستون فایده دیگری نیز داشت. فایده دیگر این ستون، ثبت عقاید و اندیشه‌های موجود در هر زمان بود. به علاوه شخصیت روزنامه نیز از طریق این ستون تا حد زیادی قابل شناختن بود.

دیرزمانی است که روزنامه‌ها این روش را کنار گذاشته‌اند که: در آن تنها نامه‌هایی را درج کنند که گویای عقاید موافق خودشان است. زیرا روزنامه‌ها خودشان به این نتیجه رسیده‌اند که به چاپ رساندن عقاید مختلف و در واقع به چاپ رساندن مجموعه کاملی از همه عقاید موجود، خود بهترین راه به منظور دستیابی به موفقیت است و این خود دستاوردی بزرگ در تاریخ حیات هر روزنامه‌ای است. از آن روز که روزنامه‌ها چنین مشی نوینی را اتخاذ کردند، وظیفه خود را در انتقال واقعی و حقیقی نگرش‌های مردم جامعه بسیار بهتر توانستند ایفا کنند.

این نامه‌هایی که به سردبیر نوشته می‌شد، به زودی در روزنامه‌های آمریکایی و انگلیسی به عنوان یک نمود معمولی روزنامه به رسمیت شناخته شد. همین موضوع موجب شد که به تدریج شخصیت روزنامه‌های آمریکایی و انگلیسی از شخصیت روزنامه‌های کشورهای قابل توجهی مانند فرانسه متفاوت شود. در کنار چاپ نامه‌های رسیده به سردبیر، پاسخ به خبرنگاران نیز ستونی را به خود اختصاص داد. همین موضوع دستمایه‌ای شد تا پژو و هشگری به نام جیب این رفتار را نوعی رفتار الهام گرفته از دوران باستانی بخواند. او بر آن بود که هر کسی که این بخش‌های روزنامه را بخواند، ناخودآگاه الهامات باستانی آن را متوجه خواهد شد. هر چند او معتقد بود که در این زمینه ویرایش‌هایی نیز باید انجام شود و تا حد امکان دقت شود تا اشتباهاتی صورت نپذیرد.

گر بخواهیم به تاریخچه‌ای از نخستین نسل بخش مربوط به پاسخ به مکاتبات و نامه‌های رسیده توجه کنیم، باید از یونان باستان یاد کنیم. در آن زمان که مجله آتن توسط دانشمندی بسیار با استعدادی به نام جان دانتون، تهیه و منتشر می‌شد، در واقع او نخستین کسی بود که این اندیشه به ذهنش خطور کرده بود و به فکر این افتاده بود که جایی نیز برای پاسخ به نامه‌ها باز کند. از نظر او این اندیشه به حدی ارزشمند بود که هنگامی که او به این فکر افتاده بود، به اطرافیان و دوستان خود گفته بود در ذهن او اندیشه‌ای وجود دارد که حاضر نیست آن را حتی به بیش از هزار شیلینگ بفروشد. از نظر او روزنامه می‌بایستی به همه پرسش‌هایی که ممکن است او باعث طرحش شده باشد، پاسخ دهد. دامنه این پرسش‌ها بسیار وسیع بود و موضوعات مختلفی را در بر می‌گرفت. مثلاً برخی از این موضوعات عبارت بودند از اطلاعاتی در مورد عشق و ازدواج، تاریخ و فلسفه، مذهب و سیاست، طبیعت و دانش، و سایر پدیده‌ها و موضوعات دیگری که در زمین وجود داشتند. حتی روزنامه می‌بایستی به برخی پرسش‌هایی که فراتر از زمین و زندگی زمینی بود نیز پاسخ دهد. مثلاً موضوعاتی مثل پرسش در مورد بهشت و دوزخ و یا پرسش از چیزهایی مثل آب زیرزمینی. به هر روی تداوم این روند خواه ناخواه همان‌طور که دانتون می‌گوید موجب این می‌شود که به تدریج نامه‌های بسیار زیادی برای روزنامه ارسال می‌شد و پاسخگویی به این نامه‌ها از توان روزنامه خارج بود. چنان که وی می‌گوید هنگامی که به منزل آقای اسمیت که معمولاً جلسات خود را در آنجا برگزار می‌کردند می‌رفتند، شمار چشمگیری از نامه‌هایی را دریافت می‌کردند که پاسخگویی به آنها بسیار مشکل بود.

نام این روزنامه به زودی تغییر پیدا کرد و به نام روزنامه آتن مرکوری مشهور شد. بعدها پرسش‌ها و پاسخ‌هایی که توسط این روزنامه تهیه شده بود به طور جداگانه استخراج شده و به چاپ رسید. مدتی بعدتر نیز یک ویرایش دیگر بر روی این چهار جلد کتاب انجام شد و بخشی از پرسش‌هایی که مفید بودند استخراج شده و طی یک جلد به چاپ رسیدند. پرسش‌هایی که از این طریق استخراج

شدند بسیار اهمیت دارند و این منبع، بسیار ارزشمند است زیرا به خوبی می‌تواند بسیاری از پیچیدگی‌ها و کنجکاو‌ی‌هایی را که در مورد گذشته وجود دارد به خوبی پاسخ دهد.

تقلید، در واقع مخلصانه‌ترین راه اظهار ارادت به کسی است. اما دانتون به زودی مخالفت خود را با تقلیدی که توسط دیفو از کار او انجام شده بود، اعلام کرد. او چنین گفت: «این مرد از بیانات من سوءاستفاده کرده است». در واقع او به نوعی در حریم پروژه پرسش‌های من مداخله کرده است. بنابراین من در اینجا اعلام می‌کنم که من از دخالت او در کار خود بیزار هستم. پاسخگویی او به پرسش‌هایی که به صورت هفتگی مطرح می‌شد، مرا ناگزیر از این واکنش کرد که برنامه پاسخگویی به پرسش‌ها را - که هر ماه یکبار برگزار می‌کردم - تعطیل کنم. او حرف‌های بی‌ربطی می‌زند و پاسخ‌هایی که او به پرسش‌های مختلف می‌دهد، هرگز پاسخ‌هایی درست نیست. اما به هر روی وی هر هفته پاسخ‌های خود را در روزهای سه‌شنبه به چاپ می‌رساند. اما به واسطه همین کار موجب شد تا جذابیت و اعتبار کار من از دست برود و به قولی موجبات نابودی و ویرانی کار مرا فراهم ساخت.

در اینجا باید به یک واقعیت اشاره کرد: روزنامه، از سرآغازی که پا به عرصه وجود گذاشت، همواره به نوعی درگیر با مسائل فکری بود و پرسش‌هایی را در حوزه خرد مطرح می‌ساخت. نخستین روزنامه‌ای که توسط هارمسورث منتشر شد، به تاریخ دوم ژوئن سال ۱۸۸۸ میلادی پا به عرصه وجود نهاد. این روزنامه تحت عنوان پاسخ‌هایی به مکاتبات، منتشر می‌شد. اما بعدها این روزنامه تحت عنوان پاسخ‌ها، منتشر شد. مجله آن که در سال ۱۶۹۸ منتشر می‌شد نیز همین رویه را در پیش گرفت. بنابراین پاسخ به پرسش‌ها به عنوان یکی از مشخصه‌های شخصیتی روزنامه شناخته شد و بر این مشخصه تأکید نیز وجود داشت. دامنه این پرسش‌ها و پاسخ‌های مربوط به آن نیز بسیار وسیع و در واقع بی‌کران بود.

همه چیز دانی و جامع‌العلوم بودن، کفو جدایی‌ناپذیر عصمت است و همین موضوع مشخصه بعدی را در زمینه شخصیت روزنامه تعیین می‌کند. در کشور آمریکا و در حوزه روزنامه‌نگاری این کشور، اذعان به اشتباه و عذرخواهی اصولاً امر تعریف نشده‌ای است. البته باید به این موضوع نیز اذعان کنیم که ماهیت روزنامه، به طور کلی تا حد زیادی خود موجب می‌شود که روزنامه اقدام به عذرخواهی نکند. به همین دلیل شاید بروز این وضع نه تنها در آمریکا، بلکه در بسیاری از کشورهای دیگر نیز طبیعی و قابل انتظار باشد. چنانچه کسانی تقاضا داشته باشند که روزنامه در مورد اشتباهاتی که در مورد آنها مرتکب شده است، اشتباهات خود را اصلاح کند، در واقع این انتظار، راه به جایی نمی‌برد و منطقی هم روزنامه نمی‌تواند به آنها پردازد. زیرا اگر قرار باشد روزنامه به چنین موضوعاتی متعهد شود، آن‌گاه اساس فعالیت روزنامه و روزنامه‌نگاری ناکام

می ماند. وی سپس ادامه می دهد کسانی که به دنبال طرح یک دکترین هستند، در حدی بسیار افراطی در تلاش هستند تا اثبات کنند که دکترین آنها حتماً صحیح مطلق است. هر دانشجویی که در زمینه علوم سیاسی، حقوق، یا الهیات و علوم دینی تحصیل می کند، همین وضع را دارد. اما روزنامه نگاری حتی در مقابل این گونه علوم نیز هنوز وضع بدتری دارد. چنانچه بخواهیم به سختی معتقد شویم که روزنامه باید حتماً صحیح بنویسد، در واقع باید بگوییم به نوعی خیال زدگی باید ایمان بیاوریم.

البته باید در اینجا این نکته را نیز یادآور شویم که در سال های اخیر تغییرات زیادی در زمینه سیاست های حاکم بر روزنامه ها و خط مشی آنها به وجود آمده است. این تغییرات به ویژه در زمینه عذرخواهی روزنامه ها، هنگامی که مطالب اشتباه به چاپ می رسانند زیاد مشاهده می شود. عذرخواهی روزنامه ها، خصوصاً در مواردی که اشتباه به چاپ رسیده مربوط به یک فرد مشخص است، از اهمیت بیشتری برخوردار است. به عنوان مثال نیویورک تایمز از اینکه می تواند اطلاعات صحیح را به دست آورد و در ستون های خود جایی را برای چاپ اطلاعات دقیق و صحیح بی دقتی ها در نظر گرفته است، شادمان است. غالباً در مواردی که خطاهایی صورت گرفته باشد، تصحیح مربوط به آن نیز به چاپ می رسد.

روزنامه نیز مانند افراد انسانی، مشرب خاص خود را دارد که با توجه به تغییر نسل ها، مشرب روزنامه ها نیز تغییر می کند. روزنامه نیز مانند مردم یک کشور، هنگامی که از کشوری به کشور دیگر می رویم، تفاوت های شخصیتی بسیار زیادی را متحمل می شود. نسل اول روزنامه ها بیشتر موضوعاتی در زمینه سرگرمی و تفریح را در بر می گرفتند. چارلز لمپ هنگامی که در مورد روزنامه های سی و پنج سال قبل از خود مطلب می نوشت، (وی مطلب خود را در سال ۱۸۳۱ میلادی می نوشت)، چنین می گفت: روزنامه ها یک بنیاد مستحکم برای تامین زندگی نویسندگان خود هستند. نویسنده ای که هر روز مجبور است مطالبی بنویسد و پاراگراف های روزنامه را پر کند تا روزنامه رنگ و لعابی داشته باشد. به تعبیر دیگر، روزنامه باید هر روز لباسی نو بپوشد تا با مد روز نیز سازگار باشد و از رونق نیفتد و این لباس را نویسنده باید به تن روزنامه بپوشاند. پاراگراف ها نباید متجاوز از هفت سطر باشند، اما آنها در معنی باید بسیار تند و نیش دار باشند.

عناصر سرگرم کننده ای که در روزنامه به کار می رود و استفاده از زبان طنز و کنایه همیشه در روزنامه وجود دارد. هر چند لطیف به کار رفته در روزنامه به مرور زمان دستخوش تغییر می شود، اما این زبان همیشه ادامه خواهد یافت. همواره انسان هایی هستند که در دفتر روزنامه مشغول کار هستند و عمر خود را به روزنامه قرض داده اند تا بتوانند برای روزنامه در طراحی کاریکاتورها و یا سایر اشکال فرهنگی و ادبی جذاب، خدمت کنند. بسیاری از نویسندگان و روزنامه نگاران مشهور

وجود دارند که در واقع از خلال همین شیوه‌ها نقش معلمی ایفا کرده‌اند و خواسته یا ناخواسته موضوعات زیادی را به مردم فهمانده‌اند. در واقع آنها مفاهیم مهمی را از طریق راه‌هایی که شاید غیر قابل پذیرش به نظر می‌رسیدند، انتقال داده‌اند.

پی‌نوشت:

۱- باغ کاوت منطقه‌ای در لندن است که به خاطر بازار میوه و تره‌بار خود مشهور است. در این بازار میوه‌هایی ارزان یافت می‌شود و مایحتاج عمومی به فروش می‌رسد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی