

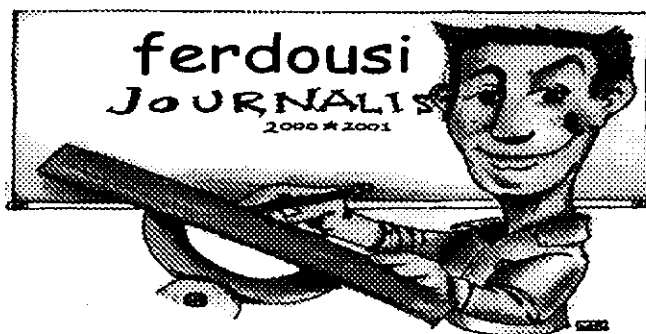
درس‌هایی از مکتب روزنامه‌نگاری

سازمان‌های زیر ساختی رسانه‌ها

ادامه از شماره قبل

ساختار زیر بنایی رسانه‌های گروهی بر پایه‌ی سازمان‌ها و سرویس‌های مختلفی استوار است که نادیده گرفتن هر یک از آن‌ها سبب می‌شود تا وظیفه‌ی اصلی رسانه‌ها فراموش شود و یا آن‌چه که باید در یک رسانه‌ی جمعی صورت پذیرد با مشکل روبرو شود.

بخشی از کارشناسان وسایل ارتباط جمعی اعتقاد دارند که سازمان‌ها و سرویس‌های مختلف رسانه‌های نوشتاری با یک‌دیگر تفاوت بسیار دارند، در حالی که چنین به نظر نمی‌رسد. تفاوت بین رسانه‌ها بسیار اندک



است و بیشتر اختلاف‌ها در بخش فنی مشاهده می‌شود. اگر چه در کشورهای مختلف جهان با توجه به وجود فرهنگ‌های متفاوت شیوه‌های مدیریت رسانه‌ها مختلف است، اما یک سیستم استاندارد جهانی حاکم بر اداره سازمان‌های رسانه‌ای همگانی

می‌باشد.

بنابراین رسانه‌های گروهی به صورت عام از سازمان‌ها و سرویس‌های مختلفی تشکیل شده‌اند به این شرح:

۱- صاحب امتیاز: شخصیتی حقیقی و یا حقوقی است که امتیاز رسانه به نام وی صادره شده است. صاحب امتیاز در یک رسانه‌ی نوشتاری مجبور نیست که

مهم‌ترین و برترین وظیفه‌ی یک رسانه‌ی گروهی بر عهده سردبیر است.

نویسنده و یا روزنامه‌نگار باشد.

۲- مدیر مسؤل: شخصیتی حقیقی است که از جانب صاحب امتیاز معرفی می‌شود و مسؤلیت کلی رسانه را برعهده دارد. مدیر مسؤل در یک رسانه‌ی نوشتاری می‌تواند نویسنده و یا روزنامه‌نگار باشد.

۳- سردبیر: اصلی‌ترین رکن یک رسانه‌ی گروهی است و باید شخصیت حقیقی باشد. سردبیر نیز از جانب صاحب امتیاز انتخاب می‌شود. سردبیر در یک رسانه‌ی نوشتاری باید یک نویسنده و روزنامه‌نگار باشد و از علم روزنامه‌نگاری آگاهی کاملی داشته باشد. در یک رسانه‌ی گروهی هیچ کس به اندازه سردبیر مسؤلیت ندارد و تمام وظایف سنگین جمع و جور شدن رسانه بر عهده سردبیر





می‌باشد.

در برخی از رسانه‌ها وظایف صاحب امتیاز، مدیر مسؤل و سردبیر را یک نفر عهده دار می‌باشد. اگر چه این شیوه از نظر علم روزنامه‌نگاری مورد تأیید نیست، اما اگر رسانه‌ای ناچار شد که سه مسؤلیت مهم را برعهده یک نفر محول نماید، شایسته این است که آن شخص حقیقی نویسنده‌ای مسلط، روزنامه‌نگاری با تجربه و مدیری کاردان و آگاه بر تمام امور اداری و اجرایی باشد.

رسانه‌های موفق‌تر آن‌هایی هستند که وظایف صاحب امتیاز، مدیر مسؤل و سردبیر را از هم جدا کرده و مسؤلیت‌ها را بین چند نفر تقسیم نمایند.

۴- **جانشین سردبیر:** به علت تراکم کار و

مسؤلیت بسیار زیاد سردبیر در رسیدگی به امور جاری یک رسانه ممکن است یک شخصیت حقیقی و یا چند نفر در کارهای اجرایی به سردبیر یاری بدهند. وظایف معاون و یا جانشین سردبیر نظارت دقیق بر اجرای هر چه بهتر امور عمومی رسانه است. جانشین سردبیر همان مسؤلیتی را عهده دار است که سردبیر برعهده دارد.

۵- **مدیر روابط عمومی و بین الملل:** یکی از رکن‌های اساسی و بسیار مهم یک رسانه‌ی گروهی، روابط عمومی آن رسانه است. وجود یک مدیر کارآ و شایسته در

رأس روابط عمومی، بسیاری از ناکارآمدی‌های اداری و اجرایی را برطرف می‌کند.

۶- **مدیر مسؤل سرویس‌های رسانه‌ای:** با توجه به این اصل که هر رسانه از سرویس‌های مختلفی تشکیل می‌شود یک شخصیت حقیقی به عنوان مدیر مسؤل، کلیه‌ی امور اجرایی و اداری سرویس‌ها را برعهده دارد. مدیر مسؤل در یک رسانه‌ی همگانی نقش سردبیر را در محدوده‌ی کوچک تر و کم اهمیت‌تر برعهده دارد.

مدیر مسؤل سرویس‌های خبری با مدیر مسؤل رسانه که وظیفه‌ی کلی‌تری را بر عهده دارد، متفاوت است.

یک رسانه‌ی همگانی موفق رسانه‌ای است که از سرویس‌های مختلف تشکیل شده

باشد و یک یا چند نفر وظیفه‌ی تهیه‌ی خبرهای مربوط به آن سرویس را عهده‌دار باشند. مهم‌ترین سرویس‌های رسانه‌های گروهی عبارتند از:

۱- **سرویس سیاسی:** کلیه‌ی خبرها، مطالب، مقاله‌ها، اسناد و مدارک سیاسی که احتمال حضور آن‌ها در یک رسانه وجود دارد باید در این قسمت مورد بررسی قرار گرفته و پس از تأیید به قسمت تولید ارسال گردد.

۲- **سرویس اجتماعی:** امور مربوط به

سردبیر، به ویژه در رسانه‌های نوشتاری باید روزنامه‌نگاری با تجربه و آگاه باشد.

مسائل اجتماعی ابتدا در این قسمت مورد تحلیل قرار می‌گیرد و پس از تأیید به قسمت تولید ارسال می‌شود.

۳- **سرویس اقتصادی:** مطالب، خبرها و اطلاعات اقتصادی پس از ورود به این حوزه چنان چه مورد تأیید قرار گیرد برای بخش تولید ارسال می‌شود.

۴- **سرویس شهرستان‌ها:** آن چه که از شهرهای مختلف برای بخش در یک رسانه می‌رسد در سرویس شهرستان‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد و پس از تأیید به قسمت تولید ارسال





در عین حال هر یک از سرویس‌های مختلف در یک رسانه می‌توانند به قسمت‌های کوچک‌تری تقسیم شوند تا رسیدگی به امور آنها آسان‌تر صورت پذیرد.

۷- **دیپلومی فنی:** آن چه که در یک رسانه‌ی همگانی کم‌تر مورد توجه قرار می‌گیرد، بخش فنی یک رسانه است. در حالی که بخش فنی ستون اصلی یک رسانه بوده و از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است.

در بخش فنی اموری مانند: ماشین نویسی، حروف چینی، صفحه‌آرایی، لوگوگذاری، صفحه‌بندی، طراحی، خطاطی، نقاشی، رنگ آمیزی، امور گرافیکی، لیتوگرافی، ویراستاری و غلط‌گیری انجام می‌شود. غفلت و بی‌توجهی نسبت به هر یک از موارد یاد شده، دست‌کم یک بخش از رسانه را دچار کمبود و نقص جبران‌ناپذیر می‌کند. نظارت فنی چاپ و انتخاب فردی کارشناس و آگاه به امور چاپ به عنوان ناظر چاپ در رسانه‌های نوشتاری یکی از مهم‌ترین وظیفه‌های دیپلومی فنی است.

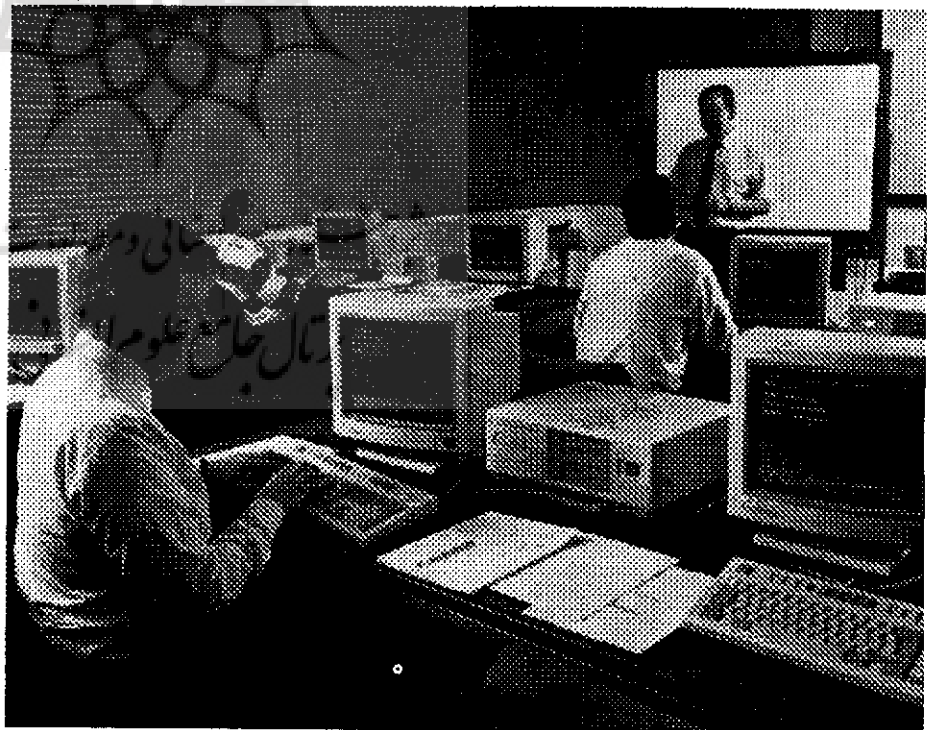
آن چه که در بالا به آن اشاره شد، مدیریت‌هایی بودند که به شکلی مستقیم با امور خبری، روزنامه‌نگاری و تخصصی با یک رسانه سروکار دارند. یک رسانه‌ی همگانی با توجه به پراکندگی، وضعیت اقتصادی، اهمیت اجتماعی، موقعیت سیاسی و ... ممکن است مدیریت‌های گوناگونی مانند مدیریت امور مالی، اداری، آموزشی، پرسنلی، رفاه، تأمین اجتماعی و حقوقی نیز داشته باشد که این مدیریت‌ها در حوزه خبری و تخصصی روزنامه‌نگاری نیستند.

ادامه دارد.

محلی، منطقه‌ای، استانی، کشوری، قاره‌ای و بین‌المللی آن دارد.

برای آگاهی بیشتر علاقه‌مندان به علم روزنامه‌نگاری فقط به نام برخی از سرویس‌های مختلف اشاره می‌کنیم: سرویس حوادث، سرویس پزشکی، سرویس شعر، سرویس نمایش، سرویس موسیقی، سرویس دریافت خبر، سرویس حقوقی، سرویس آمار و نظرسنجی، سرویس نامه‌های

رسانه‌های موفق، رسانه‌هایی هستند که نقش سردبیر، مدیر مسؤل و صاحب امتیاز از یکدیگر جدا باشد.



رسیده، سرویس تدارکات، سرویس مالی، سرویس عکاسی، سرویس آموزشی، سرویس خدمات، سرویس آرشیو، کتابخانه و

می‌شود.

۸- **سرویس ادبی، فرهنگی، هنری:** اطلاعات رسیده به یک رسانه در این مورد، پس از بررسی و تحلیل در این قسمت برای تأیید و پخش به قسمت تولید ارسال می‌شود. **سرویس خارجی:** بدون تردید تمام رسانه‌ها باید با خارج از محدوده جغرافیایی سرزمین خودشان در تماس باشند. بنابراین نامه‌ها، اطلاعات، خبرها و امور مربوط به کشورهای دیگر باید به قسمت سرویس خارجی رفته و پس از بررسی در آن قسمت و تأیید برای بخش تولید ارسال گردد.

چنانچه بخواهیم سرویس‌های مختلف یک رسانه را نام ببریم با توجه به گستردگی و حوزه فعالیت آن رسانه ممکن است ده‌ها

سرویس دیگر به آن چه که بیان کردیم اضافه شود. بنابراین تعداد زیاد و یا کم سرویس‌های یک رسانه بستگی مستقیم به