

ly H
se-desi
ng and a
ng arrange
nd conferenc
of meeting
forward to the sp
y Club. To luxu
ernational cuis
omplimentar
nsfer

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات

عوامل موثر بر

گزینش اخبار خارجی

یونس شکرخواه*

تلکسها بی‌وقفه خبر می‌دهند و لحظه به لحظه به حجم داده‌هایی که به روزنامه‌ها می‌رسند، می‌افزایند. اکنون دور افتاده‌ترین نقاط جهان نیز از چشمان تیز و دوربین خبرگزاریها پنهان نمی‌ماند و کار خبررسانی با پوشش‌دهی بی‌سابقه‌ای در جریان است. بخش بسیار زیادی از این اخبار به رویدادهای سیاسی بین‌المللی اختصاص دارد، بخشی که دستمایه و به دیگر زبان، موادخام کار سرویسهای خارجی را در روزنامه شکل می‌دهد.

بی‌تردید «گزینش» اخبار خارجی از سوی سرویس خارجی هر روزنامه، دغدغه اصلی آن سرویس را تشکیل می‌دهد، کار «پردازش و ارائه» از حساسیت ثانویه برخوردار است. تقریباً همه روزنامه‌های خبری جهان، اخبار «روابط بین‌الملل» و به عبارت دیگر رویدادهای سیاسی بین‌المللی را در صفحه ویژه‌ای ارائه می‌کنند. فرایند گزینش و پردازش اخبار خارجی و

صفحه خود می‌کنند، به خواننده می‌گویند امروز باید به «توباگو»، «کالدونیا» و «فیجی» فکر کند و به همین ترتیب نوبت به انتخابهای دیگر و اولویتهای دیگر می‌رسد. فردا نوبت مطرح کردن «میشل عون» «یلتسین»، «نوریه‌گا»، «اکینو»، آشوبهای قومی در شوروی، درگیریهای فرقه‌ای در پاکستان و هند، جنوب آمریکا، شمال آفریقا و شرق اروپا و غیره است.

قراردادن آن در برابر خواننده «برجسته‌سازی رویدادهای بین‌المللی» نامیده می‌شود و این سرویس خارجی هر روزنامه است که دستور جلسه بحث و تفکر در قبال رخدادهای بین‌المللی را برای خواننده هر روزنامه تعیین می‌کند. مثلاً وقتی سرویسهای خارجی وقوع کودتا در «توباگو»، انفجار در «کالدونیا» و یا تغییر سیستم سیاسی در «فیجی» را تیتراژ اول

1- Setting International Discussion Agenda

● عضو سرویس خارجی به دلیل ترکیب خاصی که از جهان در ذهن خود دارد، برای پر کردن خانه‌های خالی این ترکیب به دنبال خبرهایی می‌گردد تا آن را کامل کند.

● خبری که به خاطر نوع تنظیم آن «ایجاد شوک» می‌کند، شانس گزینش بیشتری دارد و بر انتخاب سرویس خارجی تأثیر می‌گذارد.

● طرح مساله

«برجسته‌سازی رویدادهای بین‌المللی» چگونه صورت می‌گیرد و چه عواملی برای این «انگارسازی»^۲ تأثیر می‌گذارد؟ به عبارت بهتر چه عواملی بر تعیین محورهای دستور جلسه بین‌المللی از سوی سرویس خارجی برای خواننده روزنامه دخالت دارد؟ تردیدی نیست که «عامل انسانی» و «تکنولوژی» دو سازه مهم در برقراری ارتباط است و چون این دوسازه در هر دو حیطه عوامل «درون رسانه‌ای» و «برون رسانه‌ای» حضور دارند، بنابراین برای کنکاش دقیقتر در این باره، بهتر است با تفکیک مراحل، از هنگام «درون‌دهی»^۳ گزینش، پردازش و بالاخره تا «برون‌دهی»^۴ رویدادها، در دو عرصه جداگانه به موضوع پرداخته شود. طبیعتاً عوامل موجود گزینش خبر، به‌طور عام در انتخاب اخبار خارجی نیز دخیل است. با در نظر گرفتن این نکته، به عوامل خاص مربوط به گزینش اخبار خارجی می‌پردازیم.

عوامل درون رسانه‌ای

۱- عامل نخوت:

متأسفانه تجربه نشان می‌دهد که اعضای سرویسهای خارجی اغلب به دلیل دانستن یک زبان خارجی و دسترسی به منابع خبری متعدد بین‌المللی، در مقایسه با همکاران خود در سایر سرویسهای یک روزنامه، دچار نوعی نخوت و تفرعن هستند، آنها به طرز غیر ارادی نسبت به اعضای سایر سرویسها احساس برتری می‌کنند. این امر بویژه در مورد اعضای سرویسهای خارجی کشورهایی که زبان مورد استفاده، زبان دوم آنهاست، بیشتر صدق می‌کند. در هر حال این عامل روانی بر گزینش خبر تأثیر می‌گذارد. به طوری که گرایش عام را به سوی نوعی از خبرها که جنبه یگانگی دارند، می‌کشاند. به عبارت بهتر خبرهای عجیب و غریب شانس انتخاب می‌یابند و از دیگر سو اعضای سرویسهای خارجی خود را - به دلیل احساس برتری - بی‌نیاز از پاسخگویی می‌دانند.

2- Image Making

3- Input

4- out put

دارد و بر انتخاب سرویس خارجی تأثیر می‌گذارد. در پارهای از اوقات، آن خبر خارجی که به جای «ارزش خبری» از «ارزش قصه‌سرایی» برخوردار است، برگزیده می‌شود.

۵- عامل تخصص و جانبداری:

در یک سرویس خارجی ایده‌آل، که به لحاظ تعداد و توانمندی کیفی اعضای خود با مشکل خاصی مواجه نیست، حوزه‌های خبری تفکیک شده است. تقسیم حوزه‌ها یا بر مبنای موقعیت جغرافیایی و یا بر مبنای موقعیت سیاسی صورت می‌گیرد. در اکثر سرویسهای خارجی و تقریباً در همه روزنامه‌های جهان، تقسیم‌بندیها بیشتر به این صورت است که افراد مختلف، مسئول حوزه‌های خبری مختلف هستند. شکل عام این حوزه‌ها نیز از این قرار است: خاورمیانه، آفریقا، اروپا، آسیا و سایر مناطق. طبیعتاً هر حوزه نیز زیر مجموعه‌های خاص خود را دارد و ممکن است به عنوان مثال در یک سرویس خارجی، مسئول حوزه آفریقا می‌تواند زیر مجموعه‌هایی نظیر حوزه جنوب آفریقا، حوزه شاخ آفریقا، منطقه آفریقای مرکزی و غیره داشته باشد. در هر حال یک عضو و یا چند عضو مسئول یک حوزه خبری هستند.

یکی از عوامل تأثیرگذار در گزینش اخبار برای صفحه خارجی روزنامه، می‌تواند علایق تخصصی مسئولین حوزه‌های خبری در سرویس خارجی باشد. به عنوان نمونه مسئول اخبار خاورمیانه در یک سرویس خارجی اگر به لحاظ تخصص، بر تاریخ و اوضاع فلسطین مسلط باشد، این امر باعث می‌شود تا اخبار لبنان، مصر، اردن، سوریه و... در مرحله دوم گزینش وی قرار گیرد. مسئول اخبار خاورمیانه در مرحله گزینش خبر مورد علاقه خود از تلکسهای خبرگزاریهای بین‌المللی، با محدودیت خاصی از سوی دبیر سرویس خود مواجه نیست و در حقیقت دبیر سرویس در این مرحله حضور ندارد. دبیر سرویس خارجی از میان مجموعه نهایی، یعنی از میان گزینشهای نهایی مسئولین همه حوزه‌های خبری سرویس خود، دست به گزینش می‌زند. در عین حال هر دو اینها، دو عامل را در نظر می‌گیرند: علایق خود و نیازهای خواننده روزنامه. مرحله بعد حقیقت گزینش سردبیری روزنامه‌هاست. سردبیر و یا شورای سردبیری روزنامه‌ها نیز با برخورد همه سونگرانه، کل ملاحظات یک روزنامه را در نظر می‌گیرند و سپس بر آن مبنای دست به گزینش می‌زنند. سردبیران در عین حال قادرند تا ضرورت برجسته‌سازی یک رویداد را از پیش برای سرویسهای خارجی اعلام کنند. تخصص، جانبداری و ملاحظات سیاسی عینی هر روزنامه پایه‌های این ضرورت و گزینش را شکل می‌دهد.

۶- عامل جدول خبری

عضو سرویس خارجی به دلیل ترکیب خاصی که از جهان در ذهن خود دارد، برای پر کردن خانه‌های خالی این ترکیب به دنبال خبرهایی می‌گردد تا آن را کامل کند. به عبارت بهتر،

۲- عامل تیتیر پذیری خبر:

یکی دیگر از عوامل مؤثر بر گزینش خبر در سرویسهای خارجی، تیتیر پذیر بودن خبر است. سایر سرویسهای یک روزنامه به اندازه سرویس خارجی با حجم بسیار خبر مواجه نیستند. اگر سایر سرویسها با «دریاچه خبر» سروکار دارند، در برابر سرویس خارجی «اقیانوس خبر» موج می‌زند. سایر سرویسها مجبورند، اخبار محدود خود را به ناچار ویراستاری کرده و تیتیر مناسبی برای آن انتخاب کنند، اما در سرویس خارجی به خاطر حجم زیاد خبرها می‌توان به راحتی از دهها خبر که انتخاب تیتیر برای آنها دشوار است، صرف‌نظر کرد و خبری را که به راحتی می‌توان بر آن تیتیر گذاشت، گزینش کرد. بنابراین تیتیر پذیر بودن خبر نیز یکی از عوامل تأثیرگذار بر گزینش اخبار خارجی است.

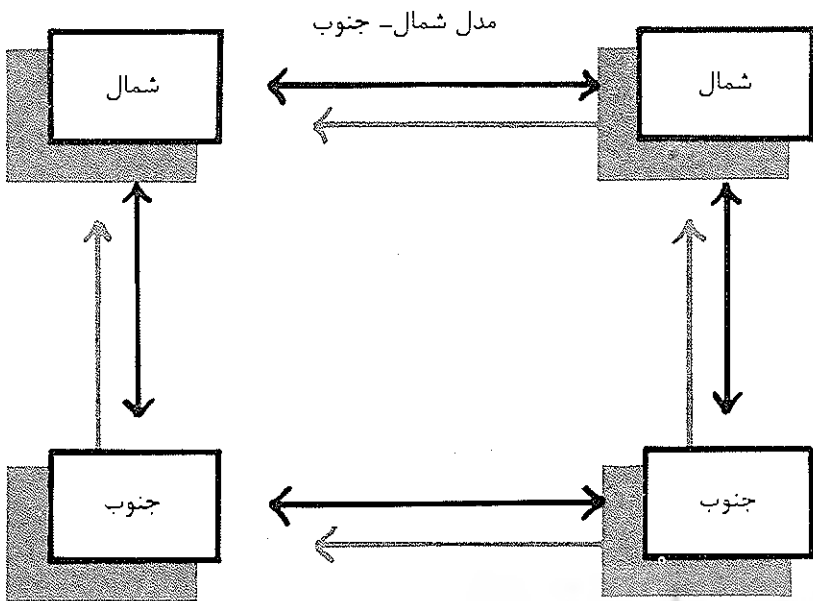
۳- عامل مرعوب بودن

متأسفانه به خاطر، «نخبه‌گرایی» خبرگزاریهای بین‌المللی و منعکس نکردن اخبار مردم عادی و به دیگر سخن به دلیل آنکه خبرگزاریها بیشتر بر رأس حرکتهای نظامها، سازمانها و... تأکید می‌کنند و از بدنه، این جریانها چیزی مخابره نمی‌کنند. تکرار مداوم این امر، برخی از چهره‌های سیاسی را برجسته کرده و به تدریج آنان را به غولهایی مبدل می‌کند که باعث ارباب روزنامه‌نگاران و بویژه ارباب کسانی که عمق فکری درخور توجهی ندارند، می‌شود. بنابراین وجود اسامی این غولها در اخبار خارجی، باعث می‌شود تا اعضای سرویسهای خارجی به دلیل مرعوب شدگی، آن خبرها را گزینش کنند. بنابراین صرف بودن برخی از این نامها در هر خبر خارجی می‌تواند باعث گزینش آن خبر از سوی سرویسهای خارجی شود: «لخوالسا»، «نوریه‌گا»، «برژینسکی»، «قذافی»، «ابونضال»، «گورباچف»، «عرفات» و... پس مرعوب شدگی نیز یک عامل دیگر است که در گزینش خبرهای خارجی نقش خاصی ایفا می‌کند.

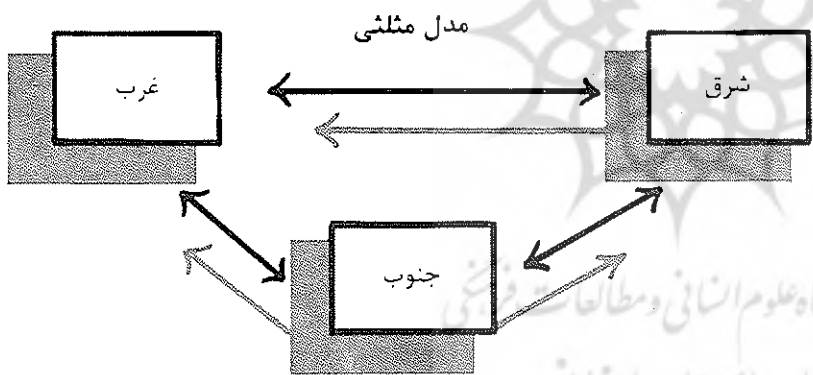
۴- عامل شکل و ترکیب خبر:

بی‌تردید پرداخت پرکشش و جاذبه‌دار خبر نیز یکی دیگر از عوامل مؤثر بر گزینش اخبار خارجی است. این پرداخت ممکن است در شکل «جامعیت خبر» و یا ارزش «قصه‌گونه» آن متبلور شود، خبری که به خاطر نوع تنظیم آن ایجاد «شوک» می‌کند، شانس گزینش بیشتری

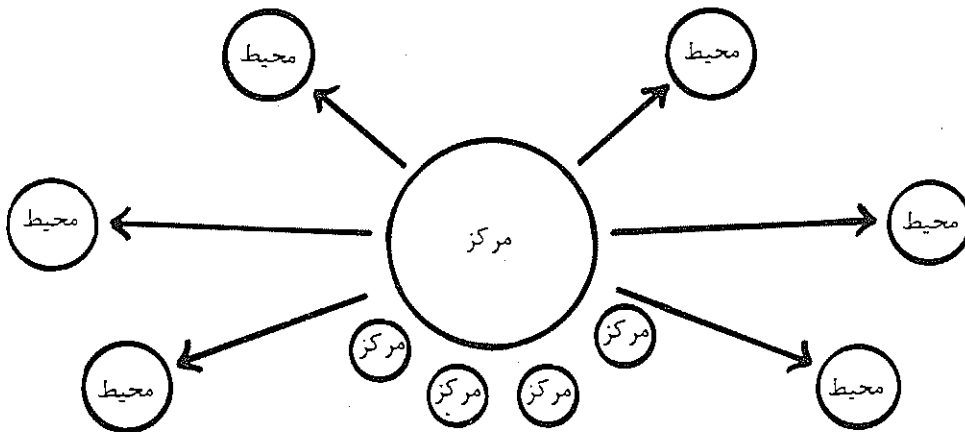
ب- مدل شمال- جنوب: طبق این مدل، نوع ارائه اخبار خارجی بیشتر عمودی است و از طرف شمال به جنوب جاری می‌شود.



ج- مدل مثلثی: این مدل در واقع شبیه مدل شمال- جنوب است، با این تفاوت که شمال را به شرق و غرب تقسیم می‌کند.



مدل مرکز- پیرامون



همانند فردی که جدول کلمات متقاطع را حل می‌کند، در پی پر کردن خانه‌های خالی جدول است. بنابراین تصمیم عضو سرویس خارجی برای کامل کردن «جهان سرویس خارجی»، یک عامل تأثیرگذار دیگر برگزینش اخبار خارجی است.

۷- عامل فقدان تفسیر سیاسی

وقتی یک حوزه خبری تازه و یک سوژه خبری نو، بر تلکسها ظاهر می‌شود، ممکن است فقط به خاطر تازگی رویداد، از سوی سرویسهای خارجی انتخاب شود. اما اگر درباره آن رویداد تجزیه و تحلیلی به عمل نیاید و یا اینکه از زاویهای گوناگون تحلیلی به آن پرداخته نشود و این رویداد به صورت گنگ و مبهم باقی بماند، به تدریج احتمال گزینش آن خبر از سوی سرویسهای خارجی کم می‌شود.

عوامل برون رسانه‌ای

۱- عامل مدل‌های جریان اخبار

به دلیل ۳ مدل حاکم در جریان بین‌المللی اخبار (۱) جریان حرکت اخبار بیشتر یکطرفه است و همین امر در گزینش اخبار خارجی تأثیر می‌گذارد. بنابراین سرویس خارجی امکان انتخاب دیگری ندارد و باید از محصولات این سه مدل به ناچار گزینش کند. مدل اول «مرکز- پیرامونی» نام دارد. مدل دوم به مدل «شمال به جنوب» موسوم است و مدل سوم «مثلثی» خوانده می‌شود.

الف- مدل مرکز- پیرامونی: این مدل که در حقیقت تئوری ساختاری امپریالیسم و متعلق به «جان گالتونگ» است، جهان را به دو اردوگاه مرکز و پیرامون تقسیم می‌کند. بر اساس این تئوری، رویدادهای مرکز از اکثریت برخوردار است. تبادل خبر در میان ملل مرکز با پیرامون، به اندازه تبادل خبر در میان ملل مرکز با مرکز نیست. اخبار مرکز در رسانه‌های پیرامون بیشتر ظاهر می‌شود و بالاخره آنکه میان ملل پیرامون جریان تبادل خبر ضعیف است.



۲- عامل نگرش بین‌المللی دولتها:

این عامل یکی از قویترین عوامل برون رسانه‌ای تأثیرگذار بر گزینش خبرهای خارجی است. تلقی دولتها از روابط بین‌المللی و نوع تنظیم این روابط، خود به خود به تلقی سرویسهای خارجی از روابط بین‌المللی شکل می‌دهد. سرویسهای خارجی در این چارچوب به نقاطی که از دیدگاه نگرش بین‌المللی دولتها «نقاط ممنوعه» به حساب می‌آیند، نمی‌پردازند و به عکس در رابطه با «نقاط سبز» دولتها، برخورد فعالانه‌ای دارند. بنابراین عامل نگرش بین‌المللی دولتها نیز در گزینش اخبار خارجی نقش دارد. این نقش در کشورهای که حکومتهای بسته‌ای دارند، یا به صورت صدور بخشنامه‌های دولتی در ارتباط با تعیین «نقاط ممنوعه» اعمال می‌شود و یا اینکه اعضای سرویسهای خارجی روزنامه‌های آنان از «قوانین نامکتوب» در قبال «نقاط ممنوعه» آگاهی دارند.

۳- عامل خبرگزاریها

خبرگزاریها در هر سه شکل بین‌المللی، منطقه‌ای و ملی بر گزینش اخبار خارجی تأثیر می‌گذارند.

در حیطه خبرگزاریهای بین‌المللی چهار غول خبری به نامهای آسوشیيتد پرس، یونایتد پرس، رویتر، و فرانس پرس حاکمیت دارند. این چهار غول روزانه ۳۲/۸۵۰/۰۰۰ واژه به جهان مخابره می‌کنند^(۲). اخبار خارجی این چهار غول خبری بیشتر غرب مدار است. این اعتقاد از پشتوانه یک ارزیابی تفصیلی «تحلیل محتوا» برخوردار نیست، اما تقریباً همه روزنامه‌نگارانی که در سرویسهای خارجی به کار اشتغال دارند، به طور تجربی به این استنباط رسیده‌اند. این امر بویژه در روزنامه‌های جهان سوم بیشتر صادق است. بخش اصلی اخبار خارجی این چهار خبرگزاری بین‌المللی بر کشمکشهای خشونت‌آمیز جهان سوم بدوی بودن آنها و بویژه بر نقض حقوق بشر در جهان سوم متمرکز است. حال آنکه اخبار توسعه جهان سوم کمتر پوشش داده می‌شود. علی‌القاعده اگر پای «ارزش خبری» در میان باشد که غالباً این چهار خبرگزاری بین‌المللی در پشت سنگر «ارزش خبری» موضع می‌گیرند- نباید میان خبر «مثبت» و «منفی» تفاوت قایل شد، اما آنها در عمل صرفاً به پوشش کشمکشهای خشونت‌آمیز در یک شکل غیرمنطقی می‌پردازند و بنابراین بی‌جهت نیست که در صفحات سرویسهای خارجی نیز کشمکشهای خشونت‌آمیز «جهان سوم» جنبه غالب را دارد و این امر در واقع نموداری از تمایلات سیاسی دولتها مالک این خبرگزاریهاست. نکته دیگر قابل ذکر در این زمینه این است که چون خبرگزاریهای بین‌المللی به عوامل شکل‌دهنده رویدادها نمی‌پردازند و تنها از «قهرمانان» رویدادها خبر ارائه می‌دهند، صفحات

اخبار خبرگزاریهای منطقه‌ای نیز به همین روال بر گزینش اخبار خارجی تأثیر می‌گذارد. تفاوت در اینجاست که خبرگزاریهای منطقه‌ای منافع خاص یک منطقه را پوشش می‌دهند. خبرگزاریهای ملی نیز اگرچه خود همانند روزنامه‌های هر کشور مفروض برای گزینش خبرهای خارجی خود در چارچوب اولویتهای خبرگزاریهای بین‌المللی عمل می‌کنند و به نوعی از نظر خبری به آنها وابسته‌اند، اما در عین حال ضمن ایفای نقش دروازه‌بانی برای روزنامه‌های بومی تحت‌پوشش خود، در برون‌دهی اخبار ملی و جهان سوم به جهان اخبار بین‌المللی نقش دارند. اخبار خبرگزاریهای ملی نیز با سازوکار مشابه خبرگزاریهای بین‌المللی و منطقه‌ای بر گزینش اخبار خارجی در سرویسهای خارجی روزنامه‌ها تأثیرگذار است.

سرویسهای خارجی نیز فاقد «ریشه پژوهی» است و به جای آنکه نمایشگر علل رویداد باشد، به «تابلوی رویدادها» تبدیل می‌شود. گزینش سرویس خارجی، حتی سرمقاله‌های روزنامه‌ها را نیز به دلیل «برجسته‌سازی» تحت‌تأثیر خود قرار می‌دهد. اگرچه عمده‌ترین دلیل غرب‌مداری اخبار خبرگزاریهای بین‌المللی، تمایل سیاسی دولتهای حامی این خبرگزاریها به مدیریت بحرانها می‌باشد و اگرچه عامل همسانی ژئوپولیتیک «شمال» و منافع مشترک اقتصادی و میل به سلطه نیز در این غرب‌مداری نقش خاص خود را ایفا می‌کند، اما نباید تأثیر فقدان جریان خبری «جنوب-جنوب» را نیز نادیده گرفت، فقدان جریان خبری متقابل میان کشورهای جنوب میدانهای خبری را بیش از پیش به «غرب» و «غرب‌مداری» واگذار کرده است.

عوامل برون رسانه‌ای	عوامل درون رسانه‌ای
۱- مدل‌های جریان اخبار	۱- نخوت
۲- نگرش بین‌المللی دولتها	۲- تیتیر پذیری خبر
۳- خبرگزاریها	۳- مرعوب بودن
۴- مجاورت و سنخیت	۴- شکل و ترکیب خبر
۵- خبرنگار بومی	۵- تخصص و جانبداری
۶- ایستگاههای رادیویی	۶- جدول خبری
۷- شرایط زندگی روزانه	۷- فقدان تفسیر سیاسی



● وقتی یک حوزه خبری تازه و یک سوژه خبری نو بر تلکسها ظاهر می‌شود، ممکن است فقط به خاطر تازگی رویداد، از سوی سرویسهای خارجی انتخاب شود.

۴- عامل مجاورت و سنخیت:

مجاورت منطقه‌ای و سنخیت عقیدتی و فرهنگی (و به‌طور کلی هم تقدیر بودن) نیز عامل دیگری است که بر گزینش اخبار خارجی به عنوان یک عامل نسبتاً مسلط عمل می‌کند. به عنوان مثال سرویس خارجی روزنامه‌ای که در لبنان منتشر می‌شود- نظیر روزنامه‌های السقیف و النهار- نمی‌تواند به رویدادهای مناطق همجوار خود مثل سوریه، اردن و اسرائیل، بی‌توجه باشد.

این امر برای روزنامه «مسلم» پاکستان نیز صدق می‌کند، این روزنامه نمی‌تواند به اخبار هند نپردازد. «کشمیر»، «امریستار و معبد طلایی»، «تامیلها» و «جنگ قدرت در هند» همواره یک پای اصلی اخبار خارجی روزنامه‌های پاکستان را تشکیل می‌دهند. در مورد نقش مجاورت منطقه‌ای در گزینش اخبار خارجی مثال‌های فراوانی می‌توان ذکر کرد که به خاطر پرهیز از طولانی شدن مطلب از ذکر آنها خودداری می‌شود. در هر حال مجاورت منطقه‌ای یک عامل تأثیر گذار بر گزینش اخبار خارجی است. پوشش همه جانبه اخبار جهان اسلام در روزنامه‌های ایران نیز مهمترین شاهد نقش سنخیت عقیدتی و فرهنگی در گزینش اخبار خارجی است.

● خبرگزاریهای بین‌المللی به عوامل شکل‌دهنده رویدادها نمی‌پردازند و تنها از قهرمانان رویدادها خبر ارائه می‌دهند. صفحات سرویسهای خارجی نیز فاقد «ریشه پژوهی» است و به جای آنکه نمایشگر علل رویداد باشد، به «تابلو رویدادها» تبدیل می‌شود.

● یکی از عوامل تأثیر گذار در گزینش اخبار برای صفحه خارجی هر روزنامه، می‌تواند علایق تخصصی مسئولین حوزه‌های خبری در سرویس خارجی باشد.

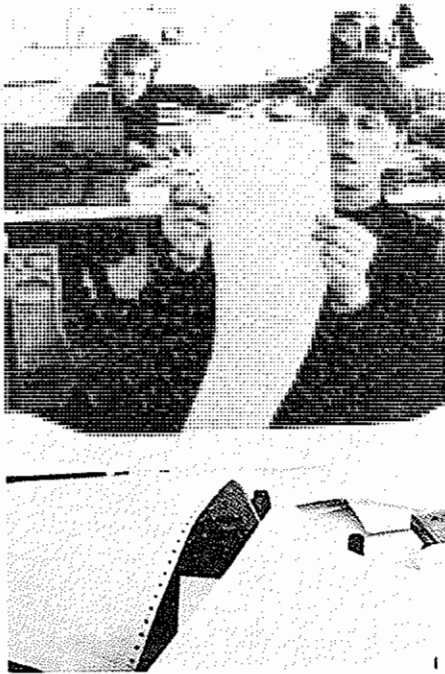
۶- عامل ایستگاههای رادیویی

فرستنده‌های رادیویی بین‌المللی نظیر بنگاه سخن پراکنی انگلیس، رادیو صدای آمریکا، رادیو لیبرتی، رادیو اروپای آزاد و... نیز باعث واکنش سرویسهای خارجی روزنامه‌ها و یا تأثیر پذیری آنها می‌شود و این هر دو موضوع بر گزینش خبری آنان تأثیر می‌گذارد. سرویس خارجی روزنامه «گرانما» در کوبا ناچار است در گزینشهای خود جایی را برای واکنش در برابر رادیو «مارتی» آمریکا در نظر بگیرد.

در هر حال از آنجایی که این فرستنده‌های رادیویی به یک مشغله تبدیل شده‌اند، می‌توانند بر «جنبه‌های جاری بودن» سرویسهای خارجی خدش وارد کنند. رادیوها در یک تکاپوی هدفدار در صدد دستیابی به مخاطب در سایر کشورها هستند، تا برای آنان انگارمهای دلخواه را از جهان ترسیم کنند و سرویسهای خارجی برای تغذیه افکار عمومی و مقابله با انگارمسازی این رادیوها که غالباً به زبان بومی نیز برنامه‌های سخن پراکنی خود را دنبال می‌کنند، وارد عمل می‌شوند و طبیعتاً گزینش سرویسهای خارجی نیز نمی‌تواند بدون در نظر گرفتن این فرستنده‌های رادیویی شکل بگیرد. پس رادیوها نیز در گزینش اخبار خارجی نقش ایفا می‌کنند. این امر در مورد تأثیر جریانهای تلویزیونی و ماهواره‌ای نیز صدق می‌کند.

۵- عامل خبرنگار بومی

در حقیقت داشتن خبرنگار در خارج از کشور به مفهوم داشتن یک منبع اطلاعاتی موثق است و هر چه میزان این منابع بیشتر باشد، طیف گزینش اخبار خارجی موثق و همه‌جانبه برای سرویسهای خارجی وسیعتر می‌شود. به عنوان مثال، داشتن خبرنگار در منطقه‌ای چون ایرلند که خبرگزاری رویتر با انگیزمهای خاصی پوشش خبری آن را محدود می‌کند و یافقط اخبار خاصی را در مورد خشونت‌های «ارتش جمهوریخواه ایرلند» مخابره می‌کند، می‌تواند این «عدم پوشش» و یا «پوشش جهت‌دار» را جبران کند و در غییر این‌صورت گزینش سرویسهای خارجی همان گزینش رویتر خواهد بود. در پارمای از مواقع عامل «مرعوب بودن» در برابر نام و شهرت خبرگزاریهای بین‌المللی، باعث می‌شود تاخبر خبرنگار بومی نیز شانس گزینش نیابد. عامل «تکنیک ارائه خبر» نیز می‌تواند اخبار خبرنگار بومی را تحت‌الشعاع قرار دهد.



● خبرگزاریها بیشتر براس نظامها، سازمانها و... تأکید می کنند و از بدنه این جریانها چیزی مخابره نمی کنند. تکرار مداوم این امر، برخی از چهره های سیاسی را برجسته کرده و به تدریج آنان را به غولهایی مبدل می کند. وجود اسامی این غولها در اخبار خارجی، باعث می شود تا اعضای سرویسهای خارجی به دلیل مرعوب شدگی، آن خبرها را گزینش کنند.

جریان بین المللی دادهها ناشی شد. خبرهای خارجی نیز بخشی از این دادهها است. عدم توازن در دسترسی به دادهها و نابرابری موجود در این زمینه گره اصلی ماجرا ویکی از عمده ترین مسایل جهان معاصر روزنامه نگاری است. اگرچه عصر حاضر را عصر اطلاعات و انقلاب ارتباطات نامیده اند، اما باید گفت انقلاب رسانه های ارتباطی تنها «روساخت» مسئله است. این درست است که سازه «تکنولوژی» باعث انفجار اطلاعات شده است، اما حقیقت ماجرا و «ژرف ساخت» آن «سازه انسانی» ارتباط است. انسان به ارتباط متقابل اما «رضایت بخش» نیازمند است. برای تأمین این «رضایت» باید طرحی همه سونگر تدوین کرد. نیمکره «جنوبی» جهان تنها هنگامی می تواند به این «رضایت» و به دوران «گزینش آزاد» برسد که در کل فرایند تولید و توزیع پیامها حضور داشته باشد. نحوه تأمین این حضور باید اولویت اصلی تصمیم گیران و برنامه ریزان کشورهای «جنوب» باشد تا مانع تکرار سناریوی «انقلاب صنعتی» در «انقلاب اطلاعات» شوند.

● به دلیل ۳ مدل حاکم در جریان بین المللی اخبار، جریان حرکت اخبار بیشتر یکطرفه است و همین امر در گزینش اخبار خارجی تأثیر می گذارد. بنابراین سرویس خارجی امکان انتخاب دیگری ندارد و باید از محصولات این سه مدل به ناچار گزینش کند. مدل اول «مرکز پیرامونی» نام دارد. مدل دوم به مدل «شمال- جنوب» موسوم است و مدل سوم «مثلی» خوانده می شود.

● مجاورت منطقه ای و سنخیت عقیدتی و فرهنگی عامل دیگری است که بر گزینش اخبار خارجی به عنوان یک عامل نسبتاً مسلط عمل می کند.

۷- شرایط زدگی روزانه

سرویسهای خارجی روزنامه های عصر همواره خبرهای خارجی روزنامه های صبح را می خوانند و همین مطالعه تأثیر خاص خود را بر انتخابهای روزنامه عصر نیز می گذارد و در واقع دستور جلسه بین المللی روزنامه های صبح در گزینش سرویسهای خارجی روزنامه های عصر تأثیر دارد. عکس این مسئله هم صادق است، پیگیری سیستماتیک یک مقوله خبری از سوی روزنامه های عصر نیز می تواند به تدریج تأثیرهای خود را بر گزینش روزنامه های صبح داشته باشد.

نتیجه گیری

آنچه مطرح شد، طرح مسئله بود، برای رفع عوامل منفی مؤثر بر گزینشها، بررسی همه جانبه ای لازم است، آنچه یونسکو با عنوان ضرورت ایجاد «نظم نوین جهانی اطلاعاتی- ارتباطی»^۱ مطرح ساخت، در واقع از بررسی

6- New World Information and Communication Order (NWICO).

پانوشتها

۱- برای آشنایی بیشتر با ۳ مدل جریان بین المللی اخبار رجوع کنید به:
INTERNATIONAL FLOW OF INFORMATION - A GLOBAL REPORT AND ANALYSIS - HAMID MOWLANA - A PUBLICATION OF UNESCO - 1963
2- OP. CITED

● بونس شکرخواه، روزنامه نگار و دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی است.