

نگاهی اجمالی به مهمترین مباحث روزنامه نگاری

* سید هاشم شوقی

یکی از شیوه های کارآمد در معادلات زندگی بشر امروز آشنایی با فنون به کارگیری قلم و نگارش است که در حوزه های حساس مختلف رسانه ای مانند: مطبوعات، رادیو و تلویزیون، سینما، نشرکتاب و غیره، نقش و جایگاه ویژه ای دارند.

یکی از شیوه های کارآمد در معادلات زندگی بشر امروز آشنایی با فنون به کارگیری قلم و نگارش است که در حوزه های حساس مختلف رسانه ای مانند: مطبوعات، رادیو و تلویزیون، سینما، نشرکتاب و غیره، نقش و جایگاه ویژه ای دارند. لذا آگاهی و کسب هر گونه تخصص و فن آوری در این راستا بر هر انسان، به طور عام و هر مؤمن و انسان الهی به طور خاص فرض و تکلیف است. و روزنامه نگاری یکی از حرفه های تخصصی است که فرد باید با دانش و علم کافی وارد این عرصه شود و این نیازمند آشنایی کامل با اصول فنی روزنامه نگاری می باشد.

کلید واژه: روزنامه نگاری، خبر، اخلاق حرفه ای

مقدمه

ماده اولیه در روزنامه نگاری خبر است. در واقع، خبرنگاری مهمترین بخش روزنامه نگاری است و برای اینکه خبر یک رویداد به نحو مطلوب و چشمگیر تهیه شود، می توان آن را به سبک های مختلف تنظیم نمود.

ارزش های خبری

از عجیب ترین و پیچیده ترین ساختارهای معنایی در جهان رسانه ها «ارزش های خبری» هستند که در دل رویدادها قرار دارند و نه در شم روزنامه نگار؛ یعنی هر رویدادی حاوی یک ارزش یا مجموعه ای از ارزش های خبری است که در مرحله انتخاب رویداد، خود را به گزینش گر رویدادها تحمیل می کند، هر چند شم و درک روزنامه نگار به کشف ارزش ها کمک شایانی می کند.

ارزشهایی که در روزنامه نگاری معاصر تقریباً حالت معیار به خود گرفته اند عبارتند از: «دربرگیری»، «شهرت»، «برخورد، اختلاف و درگیری»، «استثنا و شگفتی»، «بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار»، «مجاورت» و «تازگی».

این هفت ارزش خبری که ذکرشان رفت، حالتی منحصر به فرد دارند و می توانند جنبه های ارزشی خبرها را پوشش دهند و اطلاع از آن ها کما بیش می تواند به درک ارزشهای خبری کفایت کند. هر چند بعضی از پژوهشگران عوامل موثر دیگری را نیز برای گزینش رویدادها معرفی کرده اند.^۱

۱. مراجعه شود به کتاب «فن روزنامه نگاری» نوشته فیلیپ گایار (Philippe Gaillard) و مقاله «ساختار اخبار خارجی» "The Structure of Foreign new" نوشته یوهان گالتونگ (Johan Galtung) و مری روگ (Mari ruge)

عناصر شش گانه خبر

یک خبر درست باید دارای شش عنصر «که(چه کسی)»، «کی(چه وقت)»، «کجا(در چه مکانی)»، «چه(چه موضوعی)»، «چرا(به چه دلیل)»، «چگونه(شرح واقعه)» باشد و باید دقت کرد که مخاطب بتواند پاسخ به این پرسشها را خود بیابد. هر اندازه که عناصر خبری کامل تر باشند، قیافه خبر از نظر اطلاعاتی که باید به مخاطب بدهد، جذا بتر خواهد بود.

روزنامه نگاران کارکشته در برخورد با عناصر خبری و انتخاب عنصر یا عناصر جذاب در حقیقت بهترین زاویه ورود به موضوع را برمی گزینند. اما پیش از آنکه عنصر یا عناصر جذاب انتخاب شوند، باید برای هر یک از این عناصر، که اندام های خبر را تشکیل می دهند، دقیق ترین، روشن ترین و جامع ترین اطلاعات را فراهم ساخت؛ در واقع باید گفت که این سه صفت(دقیق، روشن و جامع) اساسی ترین صفات مفاهیم خبرنویسی را تشکیل می دهند و هر روزنامه نگاری باید همه سعی خود را به کار گیرد تا هر شش عنصر خبر او رنگ سه مضمون فوق الذکر را داشته باشند.

متداول ترین سبک های تنظیم خبر

سبک های تنظیم خبری را می توان اینگونه بر شمرد: «الف: سبک هرم وارونه»، «ب: سبک تاریخی»، «ج: سبک تاریخی به همراه لید»، «د: سبک پایان شگفت انگیز»، «ه: سبک بازگشت به گذشته»، «و: سبک تشریحی یا منطقی»

با توجه به اینکه در میان سبک هایی که به آن ها اشاره شد، سبک هرم وارونه اصلی ترین شیوه ی خبرنگاری است و هم چنان به عنوان برجسته ترین سبک، کاربردی ویژه دارد، به توضیح مختصری این سبک بسنده می کنیم.

در سبک هرم وارونه ، چکیده مهمترین مطلب رویداد در ابتدای خبر و کم ارزشترین مطلب در انتهای خبر قرار می گیرد. سایر مطالب، با توجه به میزان اهمیت از بالا به پایین تنظیم می شوند. این سبک یکی از بهترین روش های انتقال اطلاعات است. این سبک برای تنظیم اخبار روزمره، سخنرانی ها و سمینارها بسیار مناسب است.

منبع، لید و تیترا اخبار

دانستن منبع خبر و داشتن شناخت نسبت به آن، برای روزنامه نگار به این دلیل که نقش اقتصادی و سیاسی خبر از اصلی ترین نقش های آن به حساب می آید هم در زمان تولید خبر هم در هنگام تهیه خبر از اهمیت ویژه ای برخوردار است. خاستگاه «پیام» را، از هر جا که سرچشمه گرفته باشد، خواه از سوی یک فرد و خواه، از جانب گروه ها و نهادها «منبع خبر» می نامیم. یک اصل حرفه ای به روزنامه نگار حکم می کند که منبع خبر را در آغاز خبر ذکر نماید.

لید خبر:

یورش به خواننده و غافل گیر کردن او از اصلی ترین وظایف اولین عبارات خبر یا همان «لید» است که در ضمن آن کوشش می شود تا اصل مطلب به خصوص در سبک هرم وارونه، بازگو شود. اگر لید خبر ، به قول گزارش گران اخبار جنگی، در همان حمله اول به فتح خاکریز توجه خواننده نایل نشود باید جنگ را خاتمه یافته تلقی کرد که در آن، بازنده روزنامه نگار است. بنابراین لید خوب، لیدی است که جذاب ترین بخش خبر را در خود نهفته داشته باشد تا به وسیله آن خواننده به سوی متن خبر هدایت شود، در واقع «لید» مفهومی جز هدایت کردن، کشاندن و

منجر شدن ندارد.

تیتیر

شاید بتوان اصلی ترین مشخصه یک تیتیر خوب را میزان هدایت خواننده به سوی خبر دانست. بنابراین کسی که تیتیر یک خبر را تدوین می کند، می تواند از فنون گوناگون در جهت جذاب سازی تیتیر بهره گیرد و نگاه خواننده را چنان به آن گره بزند که خواننده به محض دیدن تیتیر بر جای میخکوب شود و خبر را دنبال کند.

تیتیر هدایتگر خواننده به سوی مطلب است؛ جمله یا عبارتی است که به مطلب هویت می دهد و می تواند خواننده را به خواندن آن ترغیب کند. تیتیر باید توأم با جذابیت و تازگی، تبلیغ و اقناع هم به همراه داشته باشد. احاطه بر موضوع، دقت در انتخاب واژه ها و درستنویسی کلید موفقیت در تیتیر نویسی است.

ویرایش

یکی از ضرورت های خبری ویرایش اخبار و استفاده از یک رسم الخط مشخص و معین می باشد. ویرایش رسم الخطی یکی از مفاهیم جاری در میان روزنامه نگاران است و مراد از آن، این است که هر نشریه برای خود از یک رسم الخط پیروی می کند. ویراستاری فرآیندی است که طی آن، نوشتار از لحاظ شکل و محتوا مورد بازبینی کارشناسانه قرار می گیرد و کاستی ها و ایرادات ساختاری، زبانی و فنی آن برطرف می شود. در واقع، به نوشته هایی تا حد امکان بی نقص که مشوق نوعی فرهیختگی باشد، تبدیل می شود. هر چند هنوز متأسفانه ویرایش و آداب آن در محافل حرفه ای و خبری ما هم چنان سلیقه ای است و از جایگاه و منزلت خاص فن برخوردار نشده است. ویراستاران باید این نقیصه را رفع کنند.

خبر غیر قابل چاپ

هر گاه که بحث خبر غیرقابل چاپ به میان می آید، بی اختیار کلمه سانسور را در ذهن تداعی می کند، خواه نوع پیشگراانه و خواه نوع تنبیهی آن را، و هر وقت که بحث سانسور مطرح می شود، عامل اجرای آن افرادی قلمداد می شوند که در موضع قدرت درون رسانه و برون رسانه قرار دارند اما در اکثر مواقع خودسانسوری نیز وجود دارد، یعنی حرف ها و مطالبی سانسور می شوند و به رشته تحریر در نمی آیند، تا مبادا دچار سانسور بیرونی، قانونی و گروه های فشار شوند. سانسور در موارد عدیده ای نیز قانوناً اعمال می شود. مسائلی همچون دین ستیزی، افترا، تهمت، ارزش ستیزی، مخدوش کردن شخصیت انسان ها و مانند این ها از جمله اموری هستند که در فهرست طولانی خبرهای غیرقابل چاپ جای می گیرند. از اصلی ترین مصادیق خبرهای غیرقابل چاپ یعنی خبرهایی که به مقدسات و معتقدات دینی، اخلاقی، عفت عمومی و حیثیت افراد خدشه وارد می سازند که بگذریم، می توان به این بحث از زاویه های دیگری نگریست. همان گونه که بشر در هر چیزی، همواره درجاتی از خوبی یا بدی را پیدا می کند، این درجات در روزنامه نگاری نیز با عناوین خبرهای قابل چاپ و غیرقابل چاپ متبلور می شوند.

فرایند خبر

در حالی که خبرنگاران در سطح داخلی، منطقه ای و بین المللی به امر گردآوری و گزینش رویدادها

اشتغال دارند، عده ای دیگر در تحریریه ها، ایستگاه های رادیویی و شبکه های تلویزیونی و ماهواره ای فعالیت می کنند تا حاصل کار گروه اول به پخش و انتشار اخبار منجر شود. تعداد افراد گروه دوم وابسته به میزان اهمیتی است که هر دستگاه رسانه ای برای خبر قایل می شود و در چنین «فرایند»ی است که رویدادها به خبر تبدیل می شوند و در قالب صدا، تصویر و خط، هویت می یابند و طبعاً در این هویت یابی نمی توانند عاری از کسب و جذب و ترزیق ارزش ها باشند، ارزش هایی که اغلب منشأ فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی دارند.

در فرایند خبر که در طی آن جهان واقعی به جهان خبری تبدیل می شود، عوامل متعددی دست به دست یکدیگر می دهند تا تشخیص رویداد از خبر و نظر دشوار شود. برای روزنامه ای که برای خود رسالت قایل است، اصلی ترین مسئله این است که به خوانندگان خود دروغ تحویل ندهد و این کار حتی در تهیه یک عکس از یک رویداد که ظاهراً صادقانه ترین شکل روایت یک رویداد است صدق می کند

جامعه شناسی تولید خبر

روزنامه نگاران می گویند که یک روزنامه نگار مسئول، جهانی را که می بیند گزارش می کند و آنچه می نویسد واقعیت است. هر چند ممکن است که در این واقع نگاری دچار احساسات و احياناً جانب داری شود.

اما از نگاه جامعه شناسان، سه نگرش کلیدی در ساخت دهی خبرها و نه انتخاب آن ها نقش دارند و باید در جامعه شناسی تولید خبر به آن ها توجه داشت:

۱. نگرش اقتصاد سیاسی
۲. نگرش سازمان اجتماعی کار خبری
۳. نگرش فرهنگ شناسانه (انسان شناسانه).

خبرهای رویداد مدار و فرایند مدار

تعریف رایج و پذیرفته شده این خبرها در فرهنگ روزنامه نگاری چنین است: خبرهای مربوط به رویدادهای مشخص و معین یا موضوعاتی چون نشست ها و آتش سوزی ها که نقطه مقابل خبرهای فرایندمدار هستند را «خبرهای رویداد مدار» و خبرهای پیچیده ای که از یک گزارش یا مسئله مجرد فراتر می روند تا درکی منظم، قاعده مند و جامع را منتقل سازند را خبرهای «فرایند مدار» می گویند که از آن جمله می توان به گزارش های مربوط به پیامدهای عملکرد های یک دولت اشاره کرد.

کشورهای غربی با تکیه بر رویداد مداری، به روزنامه نگاری توسعه که فرایندمدار است حمله می کند و آن را روزنامه نگاری سخن گوی دولت می خوانند، هر چند این نظریه سفسطه ای بیش نیست زیرا که روزنامه نگاری توسعه هرگز به معنی تبلیغات برای دولت ها نیست، و حتی می تواند به عنوان وجه جانشین یا مقابل دیدگاه های رسمی نیز عمل کند.

روزنامه نگاری متکی بر فرایندمداری و موضوع گرایی به مخاطب به مثابه یک مصرف کننده منفعل رویدادها نمی نگرد، و می کوشد تا از روزنامه نگاری رویدادگرا که با ماشین تبلیغات از مخاطب، یک قربانی بی گناه می سازد، فاصله بگیرد.

خبر به روایت مکتب گلاسکو

گروه رسانه ای دانشگاه گلاسگوی انگلیس یک گروه پژوهشی می باشد که با اعتبار شورای پژوهشی علوم اجتماعی انگلیس پا گرفته است .

آرای گروه گلاسگو در مورد نحوه برخورد رسانه ها با مخاطبان تا حدودی شبیه به نظر مارشال مک لوهان، محقق کانادایی، در مورد مخاطبان است که معتقد است رسانه ها با داده ها به ماساژ مخاطبان می پردازند و پیام های رسانه ای بی آنکه آستانه حسی مخاطبان را تحریک کنند، وارد ذهن آن ها می شوند .

نگاه گروه گلاسگو به صنایع رسانه ای، نگاهی نقادانه و غیرخوش بینانه است . اعضای این گروه برخلاف این باور روزنامه نگاران و تولیدکنندگان برنامه های تلویزیونی، که پرهیز از دیدگاه های شخصی و نهادی در راه دستیابی به تولیدات خبری بی طرفانه را امری محتمل و امکان پذیر می دانند، مفهوم بی طرفی را یک ایدئال می دانند و معتقدند که خبرها آینه واقعیت ها نیستند.

از دیدگاه گلاسگو خبر یک «رویه» و یک «گفتمان» است که نه تنها واقعیت های اجتماعی و حقایق را بی طرفانه منعکس نمی کند، بلکه در «ساحت اجتماعی واقعیت» هم مداخله می کند.

آرای گروه گلاسگو را می توان این چنین جمع بندی کرد: خبر نه یک «پدیده طبیعی» که از رویداد منشأ می گیرد، بلکه یک «محصول» است . این محصول به وسیله یک صنعت تولید می شود و در ساخت های اقتصادی و بو روکراتیک همان صنعت و در رابطه با سایر صنایع و از همه مهم تر در ارتباط با دولت و سازمان های سیاسی شکل می پذیرد . و از یک دیدگاه کلی تر ،خبر منعکس کننده و شکل دهنده ارزش های حاکم در یک گستره خاص تاریخی است.

اصول بین المللی اخلاق حرفه ای در روزنامه نگاری

اهمیت مطبوعات به عنوان رسانه ی پرمخاطب و تأثیرگذار در شکل گیری دیدگاه های مردم نسبت به مسائل مختلف و ارتقای سطح بینش عمومی، ایجاب می کند که روزنامه نگاران و ارباب نشریات، به اصول اخلاقی این حرفه پایبندی نشان دهند. رعایت اصول اخلاقی در روزنامه نگاری نه تنها باعث انجام بهتر وظیفه در این حرفه می گردد، بلکه باعث کسب اعتبار و شهرت و دستیابی به اهداف روزنامه نگاران می شود.

اخلاق روزنامه نگاری بر مبنای صداقت، بی طرفی و توجه به منافع جمعی شکل می گیرد. یکی از قواعد اخلاق اسلامی مسؤولیت پذیری اجتماعی است.

رسانه به عنوان واسطه بین مردم و واقعیت ها و رویدادها باید آینه وفادار رخدادهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و ... باشد. خبرنگار و رسانه در حقیقت امانتدار مردم در دستیابی به اطلاعات هستند و باید این امانت را به خوبی ادا کنند.

حق مردم در جامعه اسلامی بر رسانه ها این است که از اخبار مفید لازم و منطبق با مصالح جامعه برخوردارباشند.

پایان

پاییز ۱۳۹۱