منبع: خبرگزاری دانشجو

لحن رسانه ها چقدر برای مخاطب جذاب است؟

در جست و جوی بیان تازه برای رسانه

ماندانا ملاعلی

«جانا سخن از زبان ما می گویی»
این مصرع کوتاه، به زیبایی اشتیاق و استقبال مخاطب از گوینده سخن را وصف کرده است. گوینده سخن هر که می خواهد باشد، نهایت آرزویش این است که به گونه‌ای سخن بگوید که چنین حسی در مخاطب برانگیخته شود. احساس کند گوینده، او را، نیازش را و حس و دردش را می‌شناسد و برای او می گوید و می نویسد. گوینده سخن، رسانه هم که باشد همین آرزو را دارد. برای اینکه در سخن گفتن با مخاطب همدلی کنیم، نخست باید با زبان او آشنا شویم، آنگاه به فکر او نزدیک شویم و سپس در پوسته و بلکه در جان او قرار گیریم و چنین است که می گویند پیام به لباس مخاطب در آمده است. سخنی که از جان بر آید بر دل می نشیند اما چقدر از سخنانی که ما در رسانه‌ها و مطبوعات مطالعه می کنیم چنین است؟

■ **پدران رسانه‌های کنونی**

مخاطب شناسی در زمان پیدایش رسانه‌ها حرف اول را می‌زد.رسانه پیش‌تر و بیشتر از هر چیز نگران مخاطب و توجه او بود.قرار بود رسانه «بفروش» باشد. یعنی کسی نبود که گنج پیدا کرده باشد تا آن را منصفانه یا غیر منصفانه بین رسانه‌ها تقسیم کند تا فقط بمانند. آن روزها مطبوعات از نیاز مردم به دانستن و نیاز بنگاه‌های اقتصادی به شناساندن برمی‌خاست. عطش خبر از سیم‌های تلگراف عبور می‌کرد نه از کانال تلگرام. هیچ چیز به سادگی امروز نبود. حروفچین‌ها واقعاً حروف را می‌چیدند کنار هم؛ حروفی را که قرار بود فردا صبح آفتاب نزده جلوی روی مردم و روی میز صبحانه‌شان قرار بگیرد و بگوید امروز قرار است این‌طور فکر کنید یا این انتخاب‌ها را هم در نظر داشته باشید.

رسانه اگر مخاطب نداشت محکوم به شکست بود. پس مخاطب شناسی دقیق و علمی به بازار نشر راه پیدا کرد. مخاطب شناسی اکنون در بازار نشر «همه‌چیز» آنقدر پیشرفته شده است که برخی بنگاه‌های نظر سنجی و پژوهش ادعا می‌کنند با تحلیل آماری سلایق مشتریان می‌توانند با ۹۰ درصد اطمینان بگویند چه محصولی، چگونه و با چه کیفیتی به دست مشتریان برسد که مورد پسند قرار بگیرد.

مخاطب امروز یک بازار بالقوه است و امروز نرم افزارها مخاطب شناسی می‌کنند که صاحبانشان بهتر بفروشند اما کالای ما چقدر می‌فروشد در بازار نشر؟

■ **غربت طعم تصنیف**

بارها و بارها به این شعر سهراب فکر کرده ام: «من از طعم تصنیف در متن ادراک یک کوچه تنها ترم» و خوب به خاطر دارم زمانی را که مادر بزرگم برایم از کوچه‌های تهران قدیم می‌گفت که زنان کنجکاو و بی‌کار خانه دار با شنیدن صدای تصنیف در کوچه‌ها دم در می‌آمدند و «تصنیفی» را صدا می‌کردند و قرانی می‌دادند و تصنیفی می‌ستاندند تا در دوره‌های دورهمی، یکی از آنها که سوادی داشت تصنیف را با همان آهنگ تصنیفی یا با ریتم ترانه‌ای که در رادیوی تازه نفس آن روزگار شنیده بودند بخواند وبقیه هم تکرار کنند.

در دوره من اما مرد لاغر روزنامه فروش بود که با صدای آشنای «کیهان، اطلاعات...» به کوچه پس کوچه‌های تشنه آن روزها سرک می‌کشید و من سکه‌ای از مادر می‌گرفتم و دست پر بازمی‌گشتم و با ولع همان رسانه کوچک قدیمی را با دستانم لمس می‌کردم و تمام ابعادش را زیر و رو می‌کردم و بارها و بارها می‌خواندم تا شماره بعدی از راه برسد.

دستانی که آن روزها روزنامه و مجله به دست داشت امروز بیشتر گوشی‌های لمسی را به دست می‌گیرند و صفحه‌های کم عمق رسانه‌های مجازی و شبکه‌ای را ورق می‌زنند.اما کمتر به این فکر می‌کنیم که رسانه‌های مکتوب و طعم تصنیف کی از ذائقه مخاطب دور شدند؟

■ **خط قرمزهای درونی و بیرونی**

سانسور کنید قبل از اینکه سانسور شوید. درون سانسوری و خود سانسوری حس عمیقی است که در درون خیلی از روزنامه نگاران کهنه کار رسوخ کرده است. آنقدر به مراقبت از خط قرمزها خو کرده‌ایم که از آن طرفش هم عبور می‌کنیم و این مراقبت‌ها گاه ما را از مخاطب دورتر و دورتر می‌کند.در عصری که مخاطب ۱۰ ساله ما به شبکه جهانی اینترنت دست پیدا کرده و در شبکه‌های مجازی از شیر مرغ تا جان آدمیزاد را شخم می‌زند، سخن گفتن در رسانه‌های رسمی در مورد روابط سلامت جنسی، پیشگیری از ایدز و خیلی چیزهای دیگر هنوز تابو به حساب می‌آید. در جایی که مردم تلفن همراه به دست وقایع را به اشتراک می‌گذارند ما مراقبیم که مردم از دانستن واقعیات شوکه نشوند و در حالی که همیشه یک نفر هست که بگوید ما مراقبیم که آن یک نفر ما نباشیم. خط قرمزها خطوط قرمزی هستند که قرمزی آنها به معنای داغی است و قرار گرفتن روی آن می‌سوزاند اما مشکل وقتی است که دچار فوبیای سوختگی می‌شویم و از ترس آن یک کیلومتر دورتر از خط قرمز می‌ایستیم. با چنین وضعیت مخاطب از ما می‌گریزد.

■ **مخاطبان فراری**

مخاطبان فراری کجا می‌روند؟ تا حال فکرش را کرده اید؟ می‌گویند یک اصل «پارتو» در مطبوعات وجود دارد و آن این است که اگر ۸۰ درصد حرف متفرقه گفته باشی و در آن ۲۰ درصد حرف تأثیرگذار گنجانده باشی به گاهی وقت‌ها حتماً به این وضعیت برخورد کرده اید که کانال‌های تلویزیونی در یک لحظه پر از تصاویر یک نفره و چند نفره کسانی می‌شود که پشت میز و رو به دوربین نشسته‌اند و خونسرد و با کلماتی شمرده در حال نصیحت کردن مخاطبان هستند.

چشم به دوربین می‌دوزند و بایدها و نبایدهایی که مخاطبان اگر به آنها عمل کنند خوشبخت می‌شوند را یکی یکی و با نظم و ترتیب برمی‌شمرند. در این حالت مخاطب نیز با عوض کردن پیاپی کانال‌ها، خاموش کردن تلویزیون و پرت کردن کنترل تلویزیون روی مبل یا میز و با غرولندهای زیر لب به سمت آشپزخانه

> ■ **کوتاهترین روایت‌ها و حکایت‌های سعدی نیز خالی از شعر و صنایع و هنرها و لطایف ادبی نیست. با وسواس و دقت، درست بودن هر کلمه و پیروی آن از هنر جناس و سجع و... را چه در لحن و چه نگارش، در نظر داشته است**
> ■ **وظیفه رسانه، خلق اثر هنری یا ادبی نیست. بلکه بیان یا تصویرپردازی رویداد و پردازش سوژه با بیان، زاویه دید و نگاهی متمایز است. تمایز و تفاوت هویت رسانه را می‌سازد. این هویت ویژه به رسانه کمک می‌کند تا منتخب مخاطب شود**
> ■ **دستانی که آن روزها روزنامه و مجله به دست داشت امروز بیشتر گوشی‌های لمسی را به دست می‌گیرند و صفحه‌های کم عمق رسانه‌های مجازی و شبکه‌ای را ورق می‌زنند.اما کمتر به این فکر می‌کنیم که رسانه‌های مکتوب و طعم تصنیف کی از ذائقه مخاطب دور شدند؟**
>
> نیم‌نگاه

«مال از بهر آسایش عمرست نه عمر
از بهر گرد کردن مال. عاقلی را پرسیدند نیکبخت کیست و بدبخت چیست؟ گفت: نیک بخت آنکه خورد و کشت و بدبخت آنکه مرد و هشت
**مکن نماز بر آن هیچ کس که هیچ نکرد
که عمر در سر تحصیل مال کرد و نخورد»**

کوتاهترین روایت‌ها و حکایت‌های سعدی نیز خالی از شعر و صنایع و هنرها و لطایف ادبی نیست. با وسواس و دقت، درست بودن هر کلمه و پیروی آن از هنر جناس و سجع و... را چه در لحن و چه نگارش، در نظر داشته است. سعدی سخن تازه نگفته؛ همه مضامین گلستان و بوستان در آثار و گفته‌ها و نوشته‌های

رفتن به این نصیحت‌ها پاسخ می‌دهد. آری باید به فنجانی چای یا لیوانی آب پناه برد!

■ **از سعدی یاد بگیریم**

فرقی نمی‌کند اهالی رسانه کجا باشند، روزنامه، صداو سیما، یا خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری یا حتی کانال‌های تلگرامی، توجه همه شما را جلب می‌کنیم به مرور و تأمل و تعمقی دوباره و چند باره به گلستان سعدی؛ شاعر و سخنور زیرک و مخاطب شناس شیرازی، گلستان را با دیباچه‌ای در مدح و ثنای پروردگار و پیامبر اکرم (ص) آغاز می‌کند، از خود و چرایی نگارش گلستان می‌گوید و بعد خواننده را به تماشا و سیر باغ پرگلی که آراسته دعوت می‌کند. سعدی در گلستان نصیحت گو است و مدام و مدام، پند و حکمت می‌گوید اما قبل از هرپندی اول حکایتی را آغاز می‌کند. خواننده خود را در هرجا و هر عصری در کلام سعدی پیدا می‌کند و با روایت او همداستانی می‌کند. اول روایت و حکایت سعدی را می‌خواند و بعد شعر سرشار از حکمتش را.

قبل و بعد از سعدی نیز هست. آنچه سخن سعدی را شیرین می‌کند و با گذشت قرن‌ها به آن تازگی می‌بخشد، بیانش است. به قول حافظ:
**یک قصه بیش نیست غم عشق وین عجب
کز هر زبان که می‌شنوم نامکرر است**

محمد اسلامی ندوشن می‌نویسد: «از چند هزار سال پیش تا به حال حرف تازه‌ای نمانده است که کسی بگوید. اصل و جوهر همه آثار یکی است. تفاوتی که دیده می‌شود در یک چیز است و آن زبان و بیان است.»

پیشینه این بحث که بیان، سخن را تازه و ویژه و متمایز می‌کند، به دوران ارسطو برمی‌گردد. استاد زرین کوب به سخنی از ارسطو در این زمینه اشاره دارد که «اگر موضوع تصویر را پیش از آن هم هرگز ندیده باشیم، باز آن صورت نه از آن جهت که موضوع خود را تقلید می‌کند بلکه از آن لحاظ که در آن کمال صنعت به‌کار رفته، یا از آن جهت که دارای رنگ دلپذیر هست یا از جهاتی نظیر ومشابه اینها، سبب خوشایندی خاطر ما می‌شود.»

ارسطو حتی معتقد است که موضوعات بد هم اگر هنرمندانه تصویر شوند، چشم از مشاهده آنها لذت می‌برد. به گفته تقی پورنامداریان شاعر و استاد ادبیات فارسی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سعدی این بحث را از زبان فقیهی که به پدرش می‌گوید سخنان رنگین و دلاویز متکلمان در او اثر نمی‌کند چون از ایشان کرداری موافق گفتار نمی‌بیند، مطرح می‌کند و آنگاه در ادامه از زبان پدر سخنانی بیان می‌کند که در آن به اصالت «هنر و ادبیت» اشاره می‌شود. به این شکل که پدر خطاب به فرزندش می‌گوید: «ای پسر به مجرد این خیال باطل، نشاید که روی از تربیت ناصحان بگردانیدن و در طلب عالم معصوم از فواید علم، محروم ماندَن.» و در ادامه بر سنایی خرده می‌گیرد:

باطل است آنچه مدعی گوید
مرد باید که گیرد اندر گوش
خفته را خفته کی کند بیدار
ورنبشته ست پند بر دیوار

بنابراین، می‌بینیم که سعدی قرنها پیش به موضوع «ادبیت» اثر اشاره می‌کند و توجه به آن را مهم‌تر از پرداختن به مسائل دیگر ذکر می‌کند.این نوع نگرش ناشی از آنست که شگردهای ادبی و به تعبیری دیگر زبان ادبی، بر خلاف زبان علمی، «نشانه» نیست که مخاطب را به پیام و مفهوم و به عبارتی به چیزی غیر از خودش ارجاع دهد.

در این میان زبان رسانه، زبانی بینابینی است که هم باید نگاهی به سوژه و رویداد داشته باشد و هم به ادبیات، شیوه بیان و روایت رویداد. وظیفه رسانه، خلق اثر هنری یا ادبی نیست. بلکه بیان یا تصویرپردازی رویداد و پردازش سوژه با بیان، زاویه دید و نگاهی متمایز است.

تمایز و تفاوت هویت رسانه را می‌سازد. این هویت ویژه به رسانه کمک می‌کند تا منتخب مخاطب شود. روی کیوسک روزنامه فروشی‌ها یا در سایت‌های اینترنتی و شبکه‌های تلویزیونی، مخاطب در جست‌وجوی روایتی است که ویژه، متمایز، دلنشین، تازه و... باشد و رسانه شما برای اینکه منتخب مخاطبی باشد که به مدد فناوری‌های امروز، هر روز قدرت انتخاب بیشتری دارد باید هر روز و هر لحظه، تازه و متفاوت و متمایز شود به همین دلیل باید ادبیات مطلوب، زاویه نگاه تازه و تصویرگری متمایز را به کار گیرد. کار سختی است اما چاره‌ای نیست.

مجازات شلاق برای خبرنگار، منصفانه بود؟

چند روز قبل انتشار خبر شلاق خوردن یک خبرنگار در نجف آباد اصفهان واکنش‌های زیادی از سوی مسئولان و کاربران فضای مجازی به دنبال داشت. این خبرنگار که در یک پایگاه خبری شهرستانی فعالیت می‌کند به دلیل انتشار اشتباه آماری که مربوط به نیروی انتظامی بود با شکایت رو به رو شد. اما با وجود درج جوابیه و اصلاح خبر، شاکی بدون مسامحه خواهان مجازات این خبرنگار شد و سرانجام نیز دادگاه وی را متهم شناخت و به ۴۰ ضربه شلاق محکوم کرد. حکم صادره نیز صبح روز ۱۵ دی اجرا شد. بلافاصله پس از اجرای این حکم **ابوالفضل ابوترابی** -نماینده نجف آباد در مجلس شورای اسلامی - با ابراز تأسف از این رویداد اظهار داشت: «صرف نظر از صلاحیت دادگاه صادرکننده حکم، به نظر می‌رسد شاکی پرونده می‌توانست سعه صدر بیشتری از خود نشان داده یا حداقل از مجازات‌های جایگزین استفاده کند. هر چند بر طبق قانون، قاضی مستقل بوده و حکم را بر اساس مستندات پرونده صادر می‌کند ولی تجربه نشان داده که می‌شد به دلیل جوان بودن متهم، نداشتن سوء سابقه و سوء نیت، درج بموقع جوابیه شاکی و تفاوت نه چندان مهم در خبر منتشر شده و جوابیه صادر شده، مجازات‌های دیگری را در نظر گرفت.»

این عضو کمیسیون شوراها و امور داخلی مجلس در ادامه به «ایران» گفت: در حال پیگیری این پرونده خواهم بود تا از اتفاق‌های مشابه پیشگیری شود.

این در حالی بود که **حسین موحدی** خبرنگار مورد نظر در گفت‌وگو با «ایران» ضمن ابراز گلایه‌مندی از برخورد قضایی که با وی شده بود گفت: هر چند پایگاه خبری ما مجوز رسمی ندارد اما چند سالی است که فعالیت خبری داریم. این خبر را نیز ما از فردی که خودش در محل حادثه حضور داشت گرفته بودیم اما فقط آمار اشتباه بود که بلافاصله نیز اصلاحش کردیم اما متأسفانه از من شکایت شد.

وی در ادامه گفت: «با این اتفاق بیش از هر چیز آبرویم در این شهر زیر سؤال رفت. الان همه مرا به‌عنوان یک مجرم سابقه دار می‌بینند. با اینکه افراد زیادی برای گرفتن رضایت از نیروی انتظامی و پس گرفتن شکایتشان واسطه شدند اما آنها ترتیب اثر نداده و بر اجرای حکم اصرار داشتند.»

پس از انتشار این خبر سؤال‌های زیادی برای مخاطبان به وجود آمد از جمله اینکه چرا این خبرنگار در دادگاهی با حضور هیأت منصفه محاکمه نشد یا چرا قاضی با وجود اینکه می‌توانست از اختیارات قانونی خود برای تخفیف در مجازات یا تبدیل آن استفاده کند چنین مجازاتی را صادر کرده است و سؤال‌هایی دیگر که برای یافتن پاسخ آنها به سراغ

> کامبیز نوروزی: مجازات ۴۰ ضربه تازیانه برای اشتباه در آمار یک خبر هر چند غیر قانونی نیست اما با سیاست قضایی و روح انصاف چندان سازگار نیست و قاضی این امکان را داشته که رأی مناسب تری صادر کند. بی‌تردید با ملاحظه شخصیت متهم و نوع جرم ارتکابی امکان تخفیف و تبدیل مجازات وجود داشته است

کامبیز نوروزی حقوقدان، کارشناس حقوق رسانه- رفتیم.

وی نخست با ابراز تأسف عمیق از صدور و اجرای چنین مجازات سختگیرانه‌ای برای این متهم گفت: «در این پرونده باید دقت داشته باشیم که بنابر اخبار منتشره اصل خبر این خبرنگار صحیح بوده و فقط در ارائه آمار موتورسیکلت‌های توقیف شده اشتباه رخ داده است و به نظرم نیروی انتظامی باید با مسامحه بیشتری با این موضوع برخورد می‌کرد. از سوی دیگر در صدور رأی تازیانه برای متهم این پرونده نیز سختگیری شدیدی رخ داده است. چرا که قضات در بیشتر جرایم این اجازه قانونی را دارند که با توجه به شخصیت متهم، نوع جرم و کیفیت ارتکابی آن و سایر خصوصیات موضوع پرونده مجازات‌های متفاوتی صادر کنند یا حتی در مجازات تخفیف و تبدیل قایل شوند. مجازات ۴۰ ضربه تازیانه برای اشتباه در آمار یک خبر هر چند غیر قانونی نیست اما با سیاست قضایی و روح انصاف چندان سازگار نیست و قاضی این امکان را داشته که رأی مناسب تری صادر کند. بی‌تردید با ملاحظه شخصیت متهم و نوع جرم ارتکابی امکان تخفیف و تبدیل مجازات وجود داشته اما تشخیص قاضی این بوده که از این اختیارات قانونی‌اش استفاده نکند.»

اما نوروزی در ادامه به موضوع محاکمه نشدن این خبرنگار در حضور هیأت منصفه اشاره کرد و گفت: « بر اساس گفته‌های خبرنگار مورد نظر پایگاه خبری وی فاقد مجوز رسمی بوده است و طبق قانون نشریات و پایگاه‌های خبری و خبرگزاری‌هایی که دارای مجوز رسمی هستند مشمول قانون مطبوعات می‌شوند و چنانچه مرتکب جرمی شوند یا اتهامی به آنها وارد شود رسیدگی به این اتهام باید مطابق قانون مطبوعات و اصل ۱۶۸ قانون اساسی در دادگاه کیفری استان و با حضور هیأت منصفه انجام شود اما از آنجا که این پایگاه خبری مجوز رسمی از هیأت نظارت نداشته است بنابراین مشمول قانون مطبوعات هم نمی‌شود و اتهامات وارده به‌عنوان یک جرم عادی مورد رسیدگی قرار می‌گیرد نه یک جرم مطبوعاتی به همین دلیل نیز رسیدگی به این پرونده بدون حضور هیأت منصفه انجام شده است.»

این حقوقدان با تأکید بر اینکه امروزه باید با نگاه حرفه‌ای تری به موضوع تولید خبر در فضای مجازی و کانال‌های تلگرامی و وب‌سایت‌ها نگاه کنیم افزود: تکنولوژی این امکان را فراهم کرده است که هر فرد علاقه‌مندی از طریق وب‌سایت و کانال‌های تلگرامی و غیره وارد عرصه تولید اطلاعات شود و کاری را انجام دهد که معمولاً خبرنگاران و روزنامه‌نگاران انجام می‌دهند اما تفاوتش در این است که یک روزنامه‌نگار و خبرنگار به دلیل آموزش و تجربه از جزئیات حرفه و روش کارخود بخوبی آگاه است و می‌داند یک خبر را چگونه تنظیم کند تا نکات حقوقی و اخلاقی در آن خبر رعایت شود. اما آنها که خبرنگار نیستند و غیرحرفه‌ای وارد عرصه تولید و انتشار اطلاعات می‌شوند به دلیل بی‌اطلاعی از اصول اخلاقی و حقوقی حاکم بر جریان گردش اطلاعات، گاهی ناخواسته مرتکب اشتباهاتی می‌شوند که برایشان مسئولیت حقوقی ایجاد می‌کند و به دردسر می‌افتند.

پس هر کسی که علاقه‌مند است به شکل آزاد و غیر حرفه‌ای در جریان تولید اطلاعات فعالیت کند باید دقت کرده و بداند که کار تولید اطلاعات نیز جنبه‌های تخصصی دارد و نیازمند آموزش و یادگرفتن این اصول حرفه‌ای است. این حقوقدان در پاسخ به این سؤال که مجازات‌ها در جرایم عمومی و مطبوعاتی چه تفاوتی دارند گفت: «در رسیدگی و مجازات جرایم عمومی و مطبوعاتی فقط از نظر کیفیت و آیین رسیدگی تفاوت وجود دارد. در جرایم مطبوعاتی دادگاه کیفری استان با حضور هیأت منصفه کار محاکمه را انجام می‌دهد اما مجازات‌ها در صورت اثبات اتهام تفاوتی ندارد. هر چند در رویه‌ای که در سال‌های اخیر شاهد بوده‌ایم نشان می‌دهد به طور معمول قضاتی که به پرونده‌های مطبوعاتی رسیدگی می‌کنند سعی دارند مجازات‌های سنگین مثل تازیانه را به مجازات‌های دیگر تبدیل کنند و گرایش رویه قضایی به سمت صدور احکام تازیانه نیست.» وی در پایان گفت: « امروزه دستگاه قضایی، جامعه مطبوعاتی و مقام‌های رسمی کشوری همه می‌دانند که در سراسر کشور هر کسی می‌تواند مبادرت به انتشار خبر کند و خیلی خوب می‌شود اگر مدیریت ارشد دستگاه قضایی در برنامه‌های آموزشی که برای قضات دارند آنها را با شرایط کنونی فضای رسانه‌ای بیشتر آشنا و به گونه‌ای برنامه‌ریزی کنند که قضات چه در دادگاه‌ها و چه در دادسراها با مشکلات ناشی از تکنولوژی جدید اطلاعات بیشتر آشنا شوند و مسائل حقوقی آنها را دقیق‌تر مورد بررسی قرار دهند و زمانی که پرونده‌ای مربوط به جریان اطلاعات مطرح می‌شود به شکلی برخورد کنند که در عین رعایت قانون نوع آرا و محکومیت‌ها نیز به شکلی باشد که با شرایط کنونی گردش اطلاعات در کشور متناسب‌تر باشد.»