

نکاتی در باب نوشتن

یادداشت‌هایی را که طے صحت یا کسی برداشته‌اند تا هنوز جزئیات مصاحبه از ذهن‌تان پاک نشده پیاده کنید.اگر بخواهید متن مصاحبه را بعداً از روی یادداشت‌ها پیاده کنید ممکن است بخشی از آن یادتان برود یا مصاحبه بی‌رنگ و لعاب از کار درآید. **چه کسی گفت؟** بهترین منابع آنهایی هستند که نام‌شان در خبر آمده است. منابع بی‌نام و نشان – حتی آنهایی که می‌گوییم «یک منبع آگاه» یا «یک مقام رسمی»– به اندازه آنهایی که حاضر هستند نام خود را بیاورند اعتبار ندارند. اگر محقق مستند نام یک منبع را نیاورید به خوانندگان بگویید چرا منبع تعایل نداشته نامش بیاید. اگر بخشی از خبرتان را با اتکا

توصیه‌های خبرنگارهای کهنه‌کار روبنرز

نگاهی گذرا که به دهک‌های روزنامه‌فروشی بیندازیم، به سختی می‌توان نشریات کودک و نوجوان را دید. باید چشمی تیز داشت تا این نشریات را در پستی و دکه‌ها جست. تعداد این نشریات روی دکه‌ها حتی کمتر از تعداد انگشتان یک دست است، در حالی که نشریات بزرگسالان با تنوع و تعدد نسبی به راحتی قابل مشاهده هستند. آنچه به وضوح می‌توان دریافت، بی‌توجهی و بی‌مهری‌ای است که نسبت به مطبوعات کودک و نوجوان می‌شود. مطبوعات کودک و نوجوان علاوه بر مشکلات عمومی‌ای که گریبان مطبوعات را گرفته است، با مسائل و مشکلات خاص این عرصه هم روبه‌رو است. یکی از اساسی‌ترین مشکلاتی که مطبوعات کودک و نوجوان سال‌هاست با آن روبه‌رو است، دولتی بودن این نشریات است.این امر سبب شده‌است دستگاه‌های دولتی خود را محق بدانند که در تمام جنبه‌های این مطبوعات اظهار نظر کنند و سلايق‌سان را اعمال کنند. مناف یحیی‌پور روزنامه‌نگار کودک و نوجوان سردبیر هفته‌نامه «دوچرخه» مشهری است. او تأکید می‌کند نظرات شخصی‌اش را باز گو می‌کند و اینها را نظرات دوچرخه نمی‌داند. یحیی‌پور مساله دولتی بودن نشریات کودک و نوجوان را مشکلی می‌داند که بعد از این سال‌ها گریزی از آن نیست: «باید به راهکاری دست پیدا کرد که این مشکل را به نقطه قوتی تبدیل کند. نگرانی‌ای که درباره نشریات کودک و نوجوان وجود دارد، دولتی بودن این نشریات است. شاید تا یک دوره گذاری که باید طی شود تا شهروندان رفتار مدنی‌تری را یاد بگیرند، این نشریات به حمایت دولتی نیاز دارند.» او در رفتار دستگاه‌های دولتی یک تضاد و تناقض آزردهنده می‌بیند: «مدیران دستگاه‌های دولتی وارد حوزه‌هایی می‌شوند که تخصص ندارند، در قبال آدمی که تخصص‌اش این است. این برخورد سلیقه‌ای است. اگر این فرد درست انتخاب شده نباید در حوزه و دخالت کرد و اگر هم در انتخاب او اشتباه کرده‌اند باید این اشتباه را درست کنند.» او حمایت دستگاه‌های دولتی از نشریات کودک و نوجوان را با اعمال سلیقه‌های شخصی همراه می‌داند و چنین برخوردی را نادرست می‌شمارد: «حمایت دستگاه‌های دولتی از این نشریات به معنای اعمال سلیقه خودشان نیست. گرفتاری ما صرفاً حمایت دولتی نشریات نیست. شاید این یک رفتار طبیعی باشد که دستگاه‌های دولتی مستقیم و غیرمستقیم از این بخش حمایت کنند اما انتظار نداشته باشند که این نشریات مبلغ آنها باشند و بر اساس سلیقه آنها اداره شوند. همه دستگاه‌های بدی بخشی از عرصه خود را صرف فعالیت فرهنگی کنند و این یک انتظار طبیعی است که دستگاه‌های دولتی و بنگاه‌های اقتصادی از نشریات کودک و نوجوان حمایت کنند؛ چه این نشریات متعلق به بخش خصوصی باشند و چه خودشان صاحب امتیاز باشند.»

مطبوعات دولتی تنوع ندارند
لیلا رستگار روزنامه‌نگار این مساله را به شکل دیگری بیان می‌کند: «من اعتقاد ندارم که وابسته به دولت بودن نشریات کودک و نوجوان مشکل عمده آنهاست. در شرایط فعلی که مطبوعات مستقل به دلیل مشکلات مالی اسکان مانور ندارند، مطبوعات دولتی اگر تنگ نظر نباشند، می‌توانند پاسخگوی نیازهای خاص باشند. مشکل مطبوعات دولتی این است که بسته فکر می‌کنند. اگر با دیدی بازتر نگاه کنند و خودشان را قییم کودک و نوجوان نبینند، می‌توانند کار کنند.»

علی‌امیر سیدآبادی روزنامه‌نگار و نویسنده کودک منتقدانه به این نشریات نگاه می‌کند و معتقد است مطبوعات مستقل و غیردولتی‌ای که به طور منظم منتشر شود، وجود ندارد: «مطبوعات دولتی همه شبیه به هم هستند. تنوع سلیقه وجود ندارد. در این مطبوعات آدم‌های درجه یک کار می‌کنند. اما آنچه برون‌داد این نشریات است در شان این کار نیست.» او تأکید می‌کند تا زمانی که مطبوعات مستقل از دولت شکل نگیرد، تلاش‌های این افراد هم بی‌نتیجه خواهد ماند.

مطبوعات دولتی، بنیان و اساس مشکلاتی جدی‌تر است. سیدآبادی پیامدهای دولتی بودن را بی‌اعتنایی به خواست مخاطب و نداشتن تعامل میان نشریه و مخاطب می‌داند: «مطبوعات دولتی نیازی به برگشت پول ندارند و به همین دلیل نسبت به مخاطب بی‌اعتنا هستند. خرید نشریه توسط مخاطب برای این نشریات علی‌السویه است. آنها برای راضی نگه داشتن مخاطب احساس نیاز نمی‌کنند زیرا میزان فروش نشریه مهم نیست و آنها ضرر نمی‌دهند. به همین دلیل تعاملی بین نشریه و مخاطبانش وجود ندارد. منطق طبیعی بر

ردپای دولت در ضعف نشریات کودکان

نشریاتی برای دو نسل قبل



همین‌حالی >

بچه‌ها استقبالی از این نشریات نمی‌کنند

خانه کتابدار کودک و نوجوان و ترویج خواندن، وابسته به شورای کتاب کودک است. این مجموعه کتابخانه‌ای است که کتاب‌های متفاوتی را برای گروه‌های سنی متفاوت دربر دارد. در گوشه‌ای از این کتابخانه، مطبوعات وجود دارد، نبود سرمایه‌گذاری در این حوزه است. سرمایه‌گذاری در یک کارخانه به دلیل سودآوری ملموسی که دارد بسیار راحت است اما سرمایه‌گذاری در بخش فرهنگی با مشکل روبه‌روست، در حالی که این هم سرمایه‌گذاری در ساختن جامعه‌ای سالم و تواناست و دولت و بخش خصوصی و افراد باید در این بخش هم سرمایه‌گذاری کنند.» او معتقد است بی‌توجهی به بخش فرهنگی ناشی از داشتن نگاه اقتصادی دولت و مصرفی شمردن بخش فرهنگی است: «نگاه غالب در دولت ما نگاه اقتصادی است. آنها بخش فرهنگی را بخش مصرفی می‌دانند، در حالی که در این بخش است که انسان‌ها ساخته می‌شوند. اینکه افراد یک جامعه کتابخوان باشند، سرمایه‌گذاری می‌خواهد، مگر اینکه بگوییم کتابخوان شدن افراد جامعه مهم نیست. بخشی فرهنگی جامعه نیاز به حمایت اساسی یعنی سرمایه‌گذاری دارد. نقطه شروع این حمایت، کودک و نوجوان است. اگر کودک به اینها توجه و عادت کند، باعث فرهنگی شدن جامعه آینده می‌شود. داشتن جامعه‌ای که کمترین توجه را به بخش فرهنگی خودش دارد، محصول نشریات آن جامعه است.»

رستگار دست و پای نشریات مستقل در حوزه کودک و نوجوان را به دلیل داشتن دغدغه‌های مالی بسته می‌داند: «برای روی دکه رفتن یک نشریه نوجوان باید نیازهای مخاطب نوجوان را برآورده کرد. اگر دست و پای شما بسته باشد و هر عملی که انجام می‌دهید منجر به نتیجه بدی شود، نمی‌توانید در جهت جذب مخاطب عمل کنید. نشریات دولتی که دغدغه مالی ندارند می‌توانند در این زمینه کمی بازتر عمل کنند.»

سیدآبادی نبود نشریات مستقل در حوزه کودک و نوجوان را تنها به دلیل نبود سرمایه‌گذاری مناسب در این زمینه نمی‌داند. او رقابت نشریات مستقل با نشریات دولتی را غیرممکن بیان می‌کند: «شما باید با چیزی رقابت کنید که دولتی است. در نشریات دولتی قیمت‌ها طبیعی نیست و ارزان است. برای یک نفر در بخش خصوصی صرفه اقتصادی ندارد که با یک نشریه دولتی رقابت کند و این باعث از بین رفتن رقابت و طبیعتاً فعالیت نکردن بخش خصوصی در این عرصه می‌شود.»

سیدآبادی نبود نشریات مستقل در حوزه کودک و نوجوان را تنها به دلیل نبود سرمایه‌گذاری مناسب در این زمینه نمی‌داند. او رقابت نشریات کودک و نوجوان اتفاق می‌افتد، تغییر مخاطب رخ نمی‌دهد، با چیزی رقابت کنید که دولتی است. در نشریات دولتی قیمت‌ها طبیعی نیست و ارزان است. برای یک نفر در بخش خصوصی صرفه اقتصادی ندارد که با یک نشریه دولتی رقابت کند و این باعث از بین رفتن رقابت و طبیعتاً فعالیت نکردن بخش خصوصی در این عرصه می‌شود.»

سیدآبادی نبود نشریات مستقل در حوزه کودک و نوجوان را تنها به دلیل نبود سرمایه‌گذاری مناسب در این زمینه نمی‌داند. او رقابت نشریات کودک و نوجوان اتفاق می‌افتد، تغییر مخاطب رخ نمی‌دهد، با چیزی رقابت کنید که دولتی است. در نشریات دولتی قیمت‌ها طبیعی نیست و ارزان است. برای یک نفر در بخش خصوصی صرفه اقتصادی ندارد که با یک نشریه دولتی رقابت کند و این باعث از بین رفتن رقابت و طبیعتاً فعالیت نکردن بخش خصوصی در این عرصه می‌شود.»

سیدآبادی نبود نشریات مستقل در حوزه کودک و نوجوان را تنها به دلیل نبود سرمایه‌گذاری مناسب در این زمینه نمی‌داند. او رقابت نشریات کودک و نوجوان اتفاق می‌افتد، تغییر مخاطب رخ نمی‌دهد، با چیزی رقابت کنید که دولتی است. در نشریات دولتی قیمت‌ها طبیعی نیست و ارزان است. برای یک نفر در بخش خصوصی صرفه اقتصادی ندارد که با یک نشریه دولتی رقابت کند و این باعث از بین رفتن رقابت و طبیعتاً فعالیت نکردن بخش خصوصی در این عرصه می‌شود.»

برای کودکان نیست

اولین نشریه کودک و نوجوان «کیهان بچه‌ها» بود که اکنون ۵۰، ۶۰ ساله از انتشار آن می‌گذرد. مدتی بعد از کیهان بچه‌ها که وابسته به موسسه کیهان بود، نشریه‌ای به نام «دختران – پسران»، زیر نظر موسسه اطلاعات منتشر شد. نشریات دیگری هم بودند. مانند نشریات «پیک» که پس از انقلاب نام آنها به نشریات «رشد» تغییر کرد. نشریات پیک زیر نظر دفتر تبلیغات اسلامی قم منتشر می‌شدند و اکنون این دفتر نشریات رشد را منتشر می‌کند که در مدارس توزیع می‌شوند. فردیون عموزاده‌خلیلی روزنامه‌نگار و مدیرمسوول نشریه چلچراغ، اولین روزنامه کودک و نوجوان را در سال ۱۳۷۲ با نام «آفتابگردان» منتشر کرد. آفتابگردان به مدت چهار سال به طور منظم انتشار یافت و حاوی همه قالب‌هایی بود که در مطبوعات بزرگسالان وجود دارد. اما در مردادماه ۱۳۷۶ توقیف شد و مطبوعات کودک و نوجوان دیگر رنگ هیچ روزنامه‌ای را به خود نداد. یادداشت زیر حاصل گپ و گفتی تلفنی است که با فردیون عموزاده داشته‌ایم.

نشریات کودک و نوجوان امروز به صورت حرفه‌ای منتشر نمی‌شوند. یکی از ضعف‌های مبنایی و پایه‌ای این نشریات این است که همیشه اساس و پایه‌شان را بر فرمول‌هایی که از قبل وجود نداشته است بنا می‌کنند. در دهه ۶۰ یا ۷۰اگر نشریه‌ای برای کودک و نوجوان منتشر می‌شد، رونوشتی از نشریات «پیک» و «کیهان بچه‌ها» بود. یکی از انتقادات اساسی که به مطبوعات کودک و نوجوان وارد است، این است که به هیچ وجه به عرصه‌ها و زاویه‌های متفاوت در نشریه کودک و نوجوان فکر نمی‌شود. تعداد نشریاتی که برای کودکان و نوجوانان منتشر می‌شود، زیاد نیست و همین تعداد هم عمدتاً به دولت وابسته هستند. همین دولتی بودن آفت و مشکل این نشریات است زیرا این نشریات به این علت که باید رنگی باشند و برای مخاطب جذابیت ایجاد کنند، با هزینه بالا چاپ می‌شوند. اگر بخش خصوصی این نشریات را با چنین هزینه بالایی تولید کند و نتواند برای مخاطب جذابیت ایجاد کند، نشریات فروش نمی‌رود و ضرر می‌دهد. در حالی که فلان نشریه وابسته به دولت، به دلیل همین وابستگی‌اش اساساً فروش رفتن یا نرفتن نشریه برایش اهمیت ندارد و پرسنل به این نشریه به چشم یک شغل کارمندی نگاه می‌کنند. نشریات دولتی هم به صورت هفتگی یا ماهیانه درمی‌آیند، بدون آنکه هیچ‌گونه تلاش یا چالش فکری و روحی در پشت این نشریات وجود داشته باشد. اگر شما بخواهید یک روزنامه منتشر کنید، برای جذب مخاطب حتماً باید روز قبل از انتشار درگیر اخبار باشید. اگر بخواهید هفته‌نامه چاپ کنید، باید هر هفته جذابیت‌های نشریه‌تان را بازسازی کنید. در غیر این صورت، یک نشریه تخصصی که یک روال عادی و تکراری داشته باشد بافاصله مخاطب‌اش را از دست می‌دهد و نمی‌تواند مخاطب جدید هم جذب کند. در حال حاضر ما نشریه غیردولتی نداریم و نشریات دولتی هم دغدغه مخاطبان‌شان را ندارند. به نظر من عامل عقب ماندن نشریات کودک و نوجوان این است که مراکز دولتی دست به انتشار این نشریات می‌زنند. اگر منابع مالی نهادهای دولتی در اختیار عرصه خصوصی قرار گیرد، در کنار خلاقیتی که در عرصه خصوصی وجود دارد می‌تواند منجر به چاپ یک نشریه خوب شود. اما زمانی که نهاد دولتی دست به انتشار می‌زند، کار خوبی را منتشر نمی‌کند زیرا تخصص لازم در زمینه مطبوعات کودک و نوجوان را ندارد. نشریات محدود کودک و نوجوانی که سال‌هاست منتشر می‌شوند، تلفی‌شان از کودک و نوجوان تلفی دو نسل قبل است. در حالی که تحولاتی که در عرصه جهانی رخ می‌دهد منجر به تغییر هرروزه مخاطبان این نشریات می‌شود. الان نیازها، دغدغه‌ها، علایق و دلبستگی‌های کودکان این نسل متفاوت شده است. بازی‌های کامپیوتری، انیمیشن‌ها، علایق فوتبالی کودکان و… کجای نشریات کودک و نوجوان ما قرار دارند و چقدر در این نشریات تعریف شده‌اند؟ آیا ما اساساً این تغییر را می‌پذیریم؟ تکنیک قائل نشدن میان کودک امروز و دو نسل پیش، یعنی صورت‌مساله‌ا را به رسمیت نمی‌شناسیم. اولین کاری که باید انجام شود، به رسمیت شناختن کودک و مختصاتش است. راحت‌ترین کار این است که مختصات کودک را به رسمیت نشناختن. اگر اطلاعاتی هم به دست من می‌رسد، آن را نپذیرم و منتشر نکنم. من ندیدم‌ام که بحث مخاطب‌شناسی در نشریات ما اتفاق بیفتد. در حالی که نیاز آن بسیار احساس می‌شود. به همین دلیل است که کودکان نشریات خودشان را با علاقه پیگیری نمی‌کنند. در دهه ۴۰، در دوران کودکی من تعداد نشریات «پیک» که برای مدارس می‌آوردند کم می‌آمد. من با اشتیاق نشریه «کیهان بچه‌ها» را پیگیری می‌کردم و ارشیو داشتم. اما بعد از آن، نوعی خودسانسوری را نمی‌بینیم و هیچ‌کس هم از مسوولان این نشریات نمی‌پرسد آیا هیچ حرکت ویژه‌ای کرده‌اند که منجر به جذب مخاطب جدید شده باشد؟ آیا برای حفظ مخاطبان‌شان کاری کرده‌اند؟ اینکه نشریات کودک و نوجوان تبدیل به یک کار کارمندی شده است که خروجی کارمندی دارد، برای کودکان جای تأسف و نگرانی دارد. بچه‌های امروز حتی در حد نسل قبلی هم مطالعه ندارند. ذخیره خواندن نسلی که اکنون در سن ۱۲، ۱۵ سالگی است و قرار است نسل جوان فردا را بسازد، اعداد نگران‌کننده‌ای است.

محمدرضا تنسب‌عبداللهی

پیگیری اشتباه رسانه‌ها در نیوزبان

نیوزبان سایتی است برای نقد خبر. در این سایت خبرها بر اساس سه اصل مهم «بی‌طرفی، انصاف و دقت» و همچنین اصول اخلاقی روزنامه‌نگاری مورد نقد قرار می‌گیرند. نیوزبان یک پروژه تعاملی برای بهبود کیفیت روزنامه‌نگاری است. هدف نیوزبان، نقد و بررسی تولیدات خبری رسانه‌های مختلف و ارتقای آن را کمک دست‌اندرکاران حرفه روزنامه‌نگاری و دانش‌جویان این رشته است. همکاری با این سایت آزاد است و علاقه‌مندان می‌توانند با یک ثبت نام ساده در آن همکاری کنند.

منتقدان خبر در نیوزبان (www.newsbaan.net) می‌گویند آیا خبر مورد نقد، اصول خبرنگر‌نویسی رعایت شده یا نه. آیا روایت خبر دقیق است یا نه. آیا خبرنگار، خبر را روایت کرده یا خود به بخشی از ماجرا تبدیل شده است. آیا خبر تعادل دارد و نظرات طرف‌های درگیر در ماجرا پوشش داده شده است یا نه. آیا خبر توانسته با منبع‌نگاری، برای مخاطب اطلاعات‌سازای کند یا نه. اینها پرسش‌های عمده‌ای هستند که اعضای نیوزبان در نقش منتقد خبر به آن توجه می‌کنند و بر این اساس خبر را نقد می‌کنند و به آن امتیاز می‌دهند. خبر مادر روزنامه‌نگاری است اما با این حال روزانه خبرهای زیادی در رسانه‌های ایران منتشر می‌شود که نه ارزش خبری دارد، نه انصاف و بی‌طرفی در آن رعایت شده و نه ساختار مناسب بر خوردار است. در موارد عمده‌ای هم با خبرهایی مواجه می‌شویم که خبرنگاران یا رسانه‌ها به جای روایت ماجرا، خود به بخشی از ماجرا تبدیل می‌شوند. کسانی که عضو نیوزبان می‌شوند، می‌توانند خبرها را نقد کنند و به آنها امتیاز دهند. رسانه‌ها برای خبررسانی به مخاطبان، دو اصل «دقت و سرعت» را مورد توجه قرار می‌دهند اما بارها نیز پیش آمده که رسانه‌ای برای نخست شدن، سرعت بیشتری به خرج داده و مرتکب اشتباهات خبررسانی شده است. در رسانه‌های فارسی‌زبان نمونه‌های زیادی از اشتباهات و نقض اصول روزنامه‌نگاری می‌توان سراغ گرفت. خبر جایی برای قضاوت خبرنگار یا تبدیل شدن او به بخشی از ماجرا نیست مخاطبان اقتدر درک دارند که خود درباره «اشکوه‌بودن یا نبودن یک رویداد یا وحشیانه بودن یک ماجرا» قضاوت کنند. کار خبرنگار هنگام پوشش دادن خبرها، قضاوت نیست. اما با این حال روزانه صدها خبر می‌توان در رسانه‌های فارسی‌زبان یافت که خبرنگار به جای روایت ماجرا، خود را به بخشی از ماجرا تبدیل کرده است، یا نمونه‌های زیادی وجود دارد که در خبرها، موضع یک سوی ماجرا پوشش داده می‌شود و به مخاطب گفته نمی‌شود که نظر سوی دیگر چه بوده است. خبر باید به پرسش‌های مخاطب پاسخ دهد نه آنکه خود پر از ابهام و تردید باشد. خبری دقیق است که به پرسش‌های احتمالی مخاطب پاسخ‌خود دهد و او را گنج بکشد. بارها تجربه‌ای در رسانه‌ها مشاهده شده که به جای پاسخ‌گویی به پرسش‌های مخاطب و عناصر خبر، بیشتر سوال و ابهام در ذهن او ایجاد کرده است. بارها پیش آمده که رسانه‌ها، محتوای یکدیگر را «کپی – پیست» کرده‌اند یا در عکس‌ها دست برده‌اند. در برخی از رسانه‌های فارسی‌زبان، کم نیست خبرهایی که سرشار هستند از «فترا و دروغ» و کم نیستند رسانه‌هایی که خبر رسانی، به «پروندسازی علیه مخالفان و افترازتی و دروغ پراکنی» مشغول هستند. این اشتباه‌ها را که نقض آشکار اخلاق روزنامه‌نگاری است می‌توان در برخی رسانه‌ها مشاهده کرد. نیوزبان تنها سایتی برای نقد خبر نیست بلکه در این سایت می‌توان اشتباه رسانه‌ها را نیز نقد کرد. اکنون برای دیده‌بانی رسانه‌ها و پیگیری اشتباه رسانه‌های فارسی‌زبان، به کمک همه روزنامه‌نگاران و خبرنگاران می‌توان اقدام کرد. bug@newsbaan.com» فرستادن تا در نیوزبان منتشر شود. ما نیز سربازان رسانه‌ها را در جریان اشتباهی که مرتکب شده‌اند، قرار می‌دهیم تا آنها را اصلاح کنند و او تکرار آن خودداری کنند. رسانه‌ها در برابر مخاطبان خود مسوول هستند. مخاطبان می‌توانند عذرخواهی رسانه را بابت اشتباه بپذیرند اما همه می‌دانیم که اشتباه بی‌دربی، سبب کاهش اعتماد مخاطب به رسانه می‌شود.

✱ مدیر نیوزبان