

امید مسعودی

مبانی نگارش رسانه‌ای



انتشارات حجه

شیوه‌ی نگارش در نشریات و دیگر وسایل ارتباط جمعی،
با شیوه‌ی نگارش در کتابهای ادبی، تاریخی و علمی تفاوت
دارد.

در این کتاب، می‌خوانید:

- پیدایش روش نگارش مطبوعاتی
- تفاوت‌های روش نگارش مطبوعاتی و ادبی
- شیوه‌ی نگارش مطالب علمی در رسانه‌ها
- چگونه خلاصه‌نویسی کنیم
- نگارش مطبوعاتی از «سنت» تا «مدرنیسم»
- آشنایی با روش نگارش روزنامه‌نگاران بزرگ دنیا
- شیوه‌ی نگارش در روزنامه‌نگاری الکترونیک

ISBN 964-6233-38-4



9 789646 233386



انتشارات خجسته

امید مسعودی

مبانی نگارش رسانه‌ای

۵۸/۰۲۰

۶/۸

۱/۰۳۰



تاسیس ۱۳۷۶
کتابخانه تخصصی ادبیات

مبانی نگارش رسانه‌ای



تاسیس ۱۳۷۶
کتابخانه تخصصی ادبیات

امید مسعودی
مبانی نگارش رسانه‌ای



انتشارات خجسته

مسعودی، امید، ۱۳۳۶ —
مبانی نگارش رسانه‌ای / امید مسعودی . —
تهران : خجسته ، ۱۳۸۰ .
۱۴۲ ص .

ISBN 964-6233-38-4

فهرست‌نویسی براساس اطلاعات فیبا .
کتابنامه : ص . ۱۳۹ — ۱۴۴ .
۱ . روزنامه نگاری — نویسنده . ۲ . خبرنگاران و خبرنگار
— نویسنده . ۳ . فن نگارش — مطبوعات — ایران .
الف . عنوان .

۰۷۰/۲

PN۴۷۷۵/م۵م۲

م۷۹-۲۳۸۳۰

کتابخانه ملی ایران
محل نگهداری :



انتشارات خجسته

امید مسعودی

مبانی نگارش رسانه‌ای

چاپ و صحافی: پژمان

چاپ دوم، ویراست اول: ۱۳۸۲

شمارگان: ۳,۰۰۰ نسخه

ارزش: ۱۲,۵۰۰ ریال

ناظر فنی چاپ: سروش یکرنگیان

نشانی: خیابان انقلاب، مقابل دبیرخانه دانشگاه تهران، بازارچه کتاب

تلفن: ۶۴۶۰۲۸۳ صندوق پستی: ۱۳۱۴۵-۵۹۹

ISBN 964 - 6233 - 38 - 4

EAN 9789646233386

شابک: ۹۶۴-۶۲۳۳-۳۸-۴

ای.ای.ان: ۹۷۸۹۶۴۶۲۳۳۳۸۶

می‌دانم روزنامه‌نگاری را نمی‌توان یاد داد
باید آن را زندگی کرد، اما می‌توانم بعضی
از تجربه‌هایم را به شما منتقل کنم.
هیچ نظریه‌ای در این مورد وجود ندارد.
واقعیت نظریه ندارد، روایت می‌کند،
باید از همین روایت یاد بگیریم.

گابریل گارسیا مارکز^۱

فهرست

پیشگفتار..... ۱۳

مقدمه..... ۱۷

□ رعایت سادگی در نگارش مطبوعاتی

فصل اول - سبک نگارش در مطبوعات..... ۲۳

□ اعلامیه‌ای بر اطلاع هم‌میهنان..... ۲۷

□ اهمیت سبک نگارش در مطبوعات..... ۲۸

□ پیدایش سبک نگارش مطبوعاتی..... ۲۹

□ شاخص‌های نشر روزنامه‌ای (ژورنالیستی)..... ۳۱

□ تفاوت‌های سبک نگارش مطبوعاتی و ادبی..... ۳۳

□ نگارش مطبوعاتی از «سنت» تا «مدرنیسم»..... ۳۵

- ۳۸ □ نشر دَری از سَنّت تا مدرنیسم
- ۴۰ □ «مینی مالیسم» در برابر «پست مدرنیسم»
- ۴۲ □ مینی مالیست ها چه می گویند؟
- ۴۴ □ شمع ها خاموش نمی شوند
- ۴۵ □ داستان های ۵۵ کلمه ای
- ۴۷ □ بیست اصل برای خوب نوشتن
- ۴۹ فصل دوم - ساده نویسی
- ۵۱ □ زاویه دید بهتری انتخاب کنید
- ۵۲ □ از تکیه بر بدیهیات پرهیز کنید
- ۵۳ □ از کلی گویی پرهیز کنید
- ۵۴ □ از آوردن حشو و زواید خودداری کنید
- ۵۴ □ صراحت لهجه داشته باشید
- ۵۶ □ تکیه کلام های زاید را دور بریزید
- ۵۷ □ کلمات رنگین
- ۵۹ □ کلمات رنگ آمیزی شده
- ۶۱ □ واژه های بی رنگ

فصل سوم

آشنایی با سبک نگارش همینگوی، مارکز، تام ولف ۶۳

۱- سبک نگارش همینگوی ۶۳

۲- سبک نگارش «گابریل گارسیا مارکز» ۶۶

۳- تام ولف و روزنامه نگاری نوین ۶۸

□ ویژگی های سبک روزنامه نگاری نوین ۷۰

□ نگارش حرفه ای را رعایت کنیم ۷۱

فصل چهارم - نثر ژورنالیستی از ابهام تا واقعیت ۷۵

□ تعریف نثر ژورنالیستی (نثر روزنامه ای) ۷۶

□ یک اصل مهم ۷۹

□ تحلیل محتوای ده تعریف برای پاسخ به ۸ پرسش ۷۹

□ سیر تاریخی نثر ژورنالیستی ۸۰

□ شیوه ی هرم وارونه ۸۱

□ تعریف خبر و زبان معیار ۸۴

□ زبان معیار و ریشه های بدینی ۸۶

□ تفاوت نثر ادبی و نثر روزنامه ای ۸۸

□ ریشه های بدینی در نثر روزنامه ای: نتیجه گیری ۸۹

فصل پنجم - منابع در روزنامه موجود است! ۹۳

فصل ششم - بدنویسی و مجهول نویسی ۹۷

فصل هفتم - شیوه نگارش مطالب علمی در رسانه‌ها ۱۰۱

□ چهار اصل برای نگارش رسانه‌ای مطالب علمی ۱۰۲

● اصل اول: خود را به جای خواننده بگذارید ۱۰۳

● اصل دوم: نزدیکی فاعل و فعل ۱۰۶

● اصل سوم: مکان تأکید ۱۰۹

● اصل چهارم: مکان موضوع ۱۱۳

□ نتیجه‌گیری ۱۱۵

فصل هشتم - خلاصه نویسی ۱۱۹

□ چرا خلاصه نویسی می‌کنیم؟ ۱۲۱

□ چگونه خلاصه نویسی کنیم؟ ۱۲۲

فصل نهم - دُرُست نویسی ۱۲۷

□ یک اصل مهم در درست نویسی ۱۲۷

فصل دهم

- شیوه نگارش در روزنامه نگاری الکترونیک ۱۲۹
- مهندسی پیام در روزنامه نگاری دیجیتال ۱۳۰
- خوب نوشتن در روزنامه نگاری دیجیتالی ۱۳۳
- خبرنگاری در رسانه های الکترونیک ۱۳۴
- شیوه خبرنگاری الکترونیک ۱۳۶

فصل یازدهم

- «وب نویسی» ۱۳۹
- کتابشناسی ۱۵۶
- منابع و مآخذ فارسی ۱۵۶
- منابع و مآخذ خارجی ۱۶۰

پیشگفتار

سبک نگارش در روزنامه‌ها و رسانه‌های جمعی با سبک نگارش در کتاب‌های علمی و ادبی متفاوت است. این رساله، سعی و کوششی است برای شناخت این تفاوت‌ها، یکی از تفاوت‌های اصلی نشر روزنامه‌ای (مطبوعات) با نشر غیر روزنامه‌ای، همان‌گونه که فیلیپ گایارد^۱ روزنامه‌نگار معروف فرانسوی در مقدمه کتاب برمی‌شمارد، «سادگی» است که به عنوان یک خصیصه‌ی چیره در سبک نویسندگی و روزنامه‌نگاری از آن یاد می‌کند.

روزنامه‌نگاری در ایران از هنگامی که تولد یافت به دلیل ورود ناگهانی امواج رادیویی، از رشد شتابان باز ماند و ارتباط شفاهی رادیو جایی برای رشد ارتباط نوشتاری مطبوعات باقی نگذاشت. گفتار و موسیقی رادیو

1- *Philippe Gaillard*

مجال بالیدن و رشد طبیعی را از مطبوعات گرفت. تأخر فرهنگی مطبوعات از ورود زودهنگام رادیو به کشور در همه زمینه‌ها به ویژه در سبک نوشتاری مطبوعات نیز اثرات منفی گذاشته است.

متأسفانه عده‌ای نیز بدون شناخت «نثر روزنامه‌ای» برای درهم‌کوبیدن نویسندگان ادبی، در نقدهای مغرضانه‌ی خود، آنان را متهم به داشتن نثر روزنامه‌ای (ژورنالیستی) می‌کنند!

این گونه سوء تفاهم‌ها، در کنار بی‌توجهی یا کم‌توجهی روزنامه‌نگاران و منتقدان و نویسندگان به مبحث مهم «نثر روزنامه‌ای» باعث شده است که امروزه حتّاً «خلاصه‌نویسی» که یکی از شاخص‌های نثر رسانه‌های نوین ارتباطی است ناشناخته باقی بماند. هرچند در زمینه ادبیات داستانی اکنون شاهد قصه‌های «مینی مالیستی» (قصه‌های خیلی کوتاه یا داستانک) هستیم که مضمونی را در سه یا چهار پاراگراف بیان می‌کند اما عبور همراه با بی‌تفاوتی از سبک نگارش در مطبوعات، آسیب‌های جدی بر مطبوعات کشور وارد خواهد ساخت زیرا مخاطبان مطبوعات تنها از طریق نوشته و عکس با صاحبان آن‌ها ارتباط برقرار می‌کنند و تحقیقات علمی نشان می‌دهد که مخاطبان مطبوعات، خواهان سبک‌های نوین نثر روزنامه‌ای در مطبوعات هستند، آنان از سبک‌های سنگین و پیچیده‌ی نثر علمی و یا تخیلی - ادبی، به جز دربخش‌هایی مثل گزارش نویسی توصیفی، گریزان می‌باشند.

امروزه این یک واقعیت انکارناپذیر است که در کنار روزنامه‌نگاران، دست‌اندرکاران روابط عمومی‌ها و حتّاً خوانندگان نشریات نیز برای استفاده بهتر از رسانه‌ها، نیازمند آشنایی با مبانی نگارش رسانه‌ای هستند و این کتاب زمینه‌های مناسبی برای این آشنایی فراهم می‌کند.

آنچه در این مختصر می‌خوانید برآمده از مقالاتی است که از اول تا هشتم آذرماه ۱۳۷۶ در یکی از روزنامه‌های عصر تهران توسط نویسنده به دست چاپ سپرده شد و استقبال فراوان روزنامه‌نگاران، خوانندگان مطبوعات، دانشجویان و استادان محترم روزنامه‌نگاری را در پی داشت. اینک همان مقالات همراه با چند نوشته‌ی دیگر که در کلاس‌های درس خبرنگاری دانشکده خبر، به دانشجویان عرضه شده و به دلیل نکات کاربردی‌اش با استقبال دانشجویان و ارتقای سطح نگارش حرفه‌ای‌شان همراه بوده است، در این مجموعه به شما خوانندگان عزیز تقدیم می‌شود. فقط یک نکته باقی می‌ماند و آن این‌که مقدمه‌ی رساله، با نوشته‌ای از یک نویسنده و روزنامه‌نگار برجسته فرانسوی آغاز می‌شود که به دلیل اشارات شایان توجه‌اش در سبک نگارش مطبوعاتی، آغازی مناسب برای این مجموعه خواهد بود و آغازی خوش یا براءت استهلالی که خواننده را در ورود به مباحث بعدی به نیکی یاری خواهد رساند، از استاد عزیزم دکتر کاظم معتمدنژاد که معادل زیبای «نثر روزنامه‌ای» را در برابر اصطلاح رایج «نثر ژورنالیستی» پیشنهاد فرمودند و در این رساله آن را به کار بردم، صمیمانه سپاسگزارم.

در خاتمه، این کتاب را تقدیم می‌کنم به استادان گرانقدرم و همکاران عزیزم در مطبوعات بخصوص، روزنامه‌نگارانی که برای آگاهی و بیداری انسان‌ها، صادقانه کوشش و تلاش می‌کنند.

امید مسعودی

تیرماه ۱۳۷۹

یادداشت نویسنده برای چاپ دوم

استقبالِ استادانِ گرانقدر و دانشجویان عزیز از مبانی نگارش رسانه‌ای و نایاب شدن نسخه‌های چاپ اول کتاب در مدت زمانی کوتاه، مرا به سپاسگزاری دوباره از آنان واداشت. چه آنکه تمامی مراحل نوشتن، چاپ و استقبال از این کتاب را مرهون بذل توجه این بزرگواران می‌دانم.

و اما بعد، نکته‌ای را که پس از سپاس از همه همراهان خوبم می‌بایست بدان اشاره کنم. تحولات شگفت‌انگیز در عرصه‌ی فن‌آوری‌های نوین ارتباطی است که در فاصله‌ای کمتر از یکسال، از چاپ نخست کتاب تا امروز، مشاهده می‌کنیم.

این تحولات، چشم‌اندازهای تازه‌ای را برای پیام‌رسانی پیش چشم روزنامه‌نگاران و عموم مردم گشوده است.

«وب» نویسی، حاصل این دگرگونی‌هاست، در فصل تازه کتاب، به شیوه‌های نگارش «وب» پرداخته‌ام که امیدوارم مورد توجه خوانندگان ارجمند و نوجو قرار گیرد.

امید مسعودی

بهمن ۱۳۸۱

رعایت سادگی در نگارش مطبوعاتی

نوشته‌ی فیلیپ گایار

سبک روزنامه‌نگاری (ژورنالیستی) بیش از هر چیز این هدف را دنبال می‌کند که کار خواندن و فهمیدن را برای خواننده‌ی عادی آسان سازد. هدف دیگر، مطبوع و دلپذیر ساختن مطالعه و تبدیل خواننده به شاهد غیرمستقیم وقایع است. یک مقاله‌ی خبری به صورت اعم و یک رپورتاژ به طور اخص، نباید گزارشی خشک و بی‌روح باشد، بلکه همه‌ی آن‌ها باید نوشتارهایی باشند که تا حد امکان خواننده را در بطن رویدادها فروبرد. به همین جهت نیز، جز در مورد مجلات معدودی که همه‌ی مقالات آن‌ها بازنویسی می‌شود، سبک روزنامه‌نگاری متحدالشکل و یکسانی وجود ندارد. هر مقاله‌ای را باید به سبک خاصی نوشت. یک کشف جدید پزشکی را به صورت گزارش یک

مسابقه‌ی قهرمانی فوتبال نمی‌نویسند و نگارش خلاصه‌ی مذاکرات یک جلسه‌ی پرشور پارلمانی طبعاً با شرح ماجراهای زندگی خصوصی یک ستاره‌ی سینما تفاوت دارد. حتّا در یک مورد به‌خصوص هم باید آن‌قدر انعطاف و تنوع سبک وجود داشته باشد که هر روزنامه‌نگاری بتواند شخصیت خود را با سبکی که برای نوشتن انتخاب می‌کند نشان بدهد. اما در عین حال، این تفاوت‌ها مانع از رعایت تعدادی قواعد و مقررات کلی نمی‌شود، هم‌چنان‌که نویسندگان بزرگی چون کرنی^۱ و راسین^۲ نیز در عین رعایت سه وحدت اساسی^۳ نمایشنامه‌نویسی کلاسیک، سبک و نبوغ خاص خویش را داشتند. این قواعد را می‌توان در سه اصل: سادگی، واقعیت، و زنده‌بودن خلاصه کرد.

سادگی، خصیصه‌ی چیره در سبک نویسندگی و روزنامه‌نگاری است. همه‌ی مقالات باید به صورتی که برای کم سوادترین خوانندگان نیز درک شدنی باشد نوشته شود. حتّا اگر مخاطبان روزنامه گروهی هستند که فرهنگشان بالاتر از حدّ متوسط است، نباید از نظر دور داشت که آنان هم، روزنامه را در هنگام استراحت و فراغت می‌خوانند و بنابراین، مطالعه‌ی آن نباید مستلزم صرف کوشش خاصی باشد. بدیهی است ساده‌نویسی، در عین حال سبک دشواری نیز هست و معمولاً نتیجه‌ی تجربه‌های شخصی نویسنده است و نمی‌توان برای آن، قواعدی وضع کرد. با این حال باید درباره‌ی واژه‌هایی که نویسنده برای

۱- Corneille (۱۶۰۶-۱۶۸۴)، شاعر و درام‌نویس فرانسوی--م.

۲- Racine (۱۶۳۹-۱۶۹۹) شاعر و تراژدی‌نویس فرانسوی--م.

۳- تئاتر کلاسیک براساس ۳ وحدت بنا می‌شود: وحدت زمان، وحدت مکان، و وحدت موضوع--م.

بیان مطلب خود به کار می‌برد، نکاتی را تأکید کرد. نه فقط باید از کاربرد واژه‌های غریب و مهجور و دور از ذهن پرهیز جست، بلکه در مواردی هم که ناگزیر تعداد محدودی از آن‌ها را به کار می‌بریم، باید ضمن مقاله، به توضیح آن‌ها به پردازیم و تکرارشان کنیم تا برای خواننده‌ی عادی جای اشکال و زحمتی از فهم آن‌ها باقی نماند. خواننده‌ای که لغتی را نمی‌شناسد یا خوب نمی‌شناسد، اگر در کاربردهای مختلف و همراه با توضیحات کافی آن‌ها را بخواند بهتر به مفهومان پی می‌برد و آن‌ها را آسان‌تر به ذهن می‌سپارد. رعایت سادگی در قواعد دستوری و شیوه‌ی جمله‌بندی نیز ضروری است و باید از به‌کاربردن جمله‌های دور و دراز و پیچیده که به زحمت می‌توان آن‌ها را به یکدیگر پیوند داد و به‌دشواری از معنی آن‌ها سردرآورد خودداری کرد. به‌کاربردن جمله‌های ساده و کوتاه، عامل مؤثری در آسان درک مطلب است و یک روزنامه‌نویس باتجربه، همیشه سه جمله‌ی مستقل و کوتاه را بر یک جمله‌ی طولانی که درک مفهوم آن مستلزم چندبار خواندن است ترجیح می‌دهد. نظرخواهی‌های متعدد نشان می‌دهد که کلمات کوتاه و مصطلح به مراتب بیش از واژه‌های سنگین و دراز به مذاق خوانندگان خوش می‌آید.

خصیصه‌ی واقعیت، عینیت، و دقت از ویژگی‌های سبک روزنامه‌نویسی است که به‌خصوص در مورد مقالات خبری باید دقیقاً به کار بسته شود. فراموش نکنیم که هدف روزنامه‌نگار آن است که آنچه را شخصاً از ماجرای دیده و حس کرده و شنیده است عیناً به خواننده نشان بدهد یا به گوش او برساند.

حاشیه رفتن و به حشو و زواید پرداختن و مقاله را به شکل

صورت مجلس نوشتن، خواننده را گیج و گمراه می‌کند و به جای آن که او را در بطن واقعه فرو ببرد، از آن دور می‌سازد. هر جمله و هر کلمه‌ای باید برای خود عنصر خبری کاملی باشد. از همین جاست که اهمیت انتخاب کلمات و دقت در به کار بردن هر صفت یا وصفِ حالی، معلوم می‌شود و باید تا حدّ امکان از استعمال کلمات و به خصوص صفات بی‌فایده و یا دارای معانی گنگ و مبهم پرهیز کرد.

سادگی و قاطعیت طبعاً حالتی به نوشته می‌دهد که می‌توان آن را زنده بودن سبک نامید. اما فقط این کافی نیست. برای آن که سبکی کاملاً زنده باشد و توجه خواننده را جلب کند، باید علاوه بر شرح اصل ماجرا، از امکانات دیگری نیز بهره گرفت و از آن جمله، می‌توان جریان رویداد را به زمان حال نوشت، یا گاهی به جمله‌های فرعی پرداخت و صحنه‌ی واقعه را تشریح و مجسم ساخت و با استفاده از مقایسه‌هایی، حالت جان‌دارتری به آن داد. این کارها در صورتی مؤثر است که از حدّ اعتدال خارج نشود و اگر نویسنده‌ای برای مؤثر ساختن نوشته‌ی خود اصل را فدای فرع و تنه را قربانی تزیین شاخ و برگ کند نتیجه‌ی معکوس خواهد گرفت. روزگاری معمول شده بود که شرح ماجرا را به صیغه‌ی اول شخص مفرد می‌نوشتند و بدین ترتیب، خواننده خود را جای خبرنگار می‌گرفت، اما امروز این شیوه جز در مورد رپورتاژهای مفصل و کمابیش هیجان‌انگیز یا اختصاصی، زیاد معمول نیست.

فرستی برای تشریح خصوصیات سبک‌های اختصاصی هر نوع «روزنامه‌نگاری» نیست. اما این نکته محقق است که یک روزنامه‌نویس، در نگارش و تنظیم مقاله‌ی خود، هدف خلق یک اثر یا

شاهکار ادبی را دنبال نمی‌کند. برعکس در مکتب جدید روزنامه‌نگاری، بزرگ‌ترین آزادی را به خبرنگاران معروف می‌دهند که به سبک خاص خود بنویسند و شخصیت خویش را به عنوان مؤلف آشکار سازند.



سبک نگارش در مطبوعات

از واقعه‌ای تو را خبر خواهم کرد
و آن را به دو حرف مختصر خواهم کرد
ابوسعید ابوالخیر

آری، تمام حکایت این نوشتار، خلاصه‌ی همین یک بیت از شاعر نامدار
ایرانی نظامی گنجوی است:

کم گوی و گزیده گوی چون دُرّ تا ز اندک تو، جهان شود پُر
برای یافتن درک صحیحی از معنای سبک نگارش مطبوعاتی ابتدا
می‌بایست به آگاهی کاملی از معنای سبک^۱ دست یابیم تا آسان‌تر به درک
معنای سبک مطبوعاتی نایل آییم.

تعریف سبک: این کلمه عربی و مصدر است به فتح «س» و سکون «ب»
(سبک) در فرهنگ فارسی عمید به معنای گذاختن فلز و به قالب ریختن، فلز
گذاخته را در قالب ریختن، کلمات را به طرز نیکو تلفیق کردن و آراستن. آمده و

اضافه شده است که «در فارسی به معنای ریخت و طرز و روش هم می‌گویند».^۱ حسین عماد افشار استاد درست‌نویسی در مطبوعات نیز با طرح پرسش «سبک چیست؟» پاسخ می‌دهد: سبک در لغت به معنی گذاختن و ریختن زرو سیم در قالب و در اصطلاح ادبی عبارت از روش خاصی است که در انتخاب الفاظ و ترکیب کلمات و شیوه‌ی تعبیر برای بیان اندیشه‌ها به کار رفته است و اما در این مورد خاص، مترادف با کلمه استیل (STYEL) در زبان‌های اروپایی است؛ آن‌گاه، وی اشاره می‌کند که: «استیل از لغت STILUS یونانی گرفته شده و به معنی ستون است».^۲

دکتر محمدتقی غیائی استاد ادبیات نیز با اشاره به تحولات سبک و سبک‌شناسی می‌نویسد: «نخستین کسی که با الهام از زبان‌شناسی جان تازه‌ای به کالبد سبک‌شناسی دمید، شارل بارلی بود. او فهمید که سبک را باید در ابزار بیان جستجو کند. پس به پژوهش در سازه‌ها و اصطلاحات پرداخت و آن را دانش وسایل بیان نام نهاد».^۳ به عقیده دکتر غیائی: «عامل اساسی در سبک، بافت سخن است».

از دیدگاه جامعه‌شناسی ادبی «بافت سخن» از پیوند قالب‌های فکری نویسنده با ساختارهای جمعی محیط او شکل می‌گیرد. سبک کار هر نویسنده‌ای با تحولات اجتماعی و اقتصادی زمان او در ارتباط است. اندیشه‌های او در بستر زمان جای می‌گیرد، نظام حاکم خواست‌های مردم زمانه‌اش، منافع طبقات اجتماعی و رابطه بسیار مهم بین نویسنده و خواننده، او

۱- حسن عمید، فرهنگ فارسی عمید جلد دوم ذی، تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر، ۱۳۷۴ ص ۱۱۶۲.

۲- حسین عماد افشار، شیوه نگارش فارسی در مطبوعات، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۷۲، ص ۷.

۳- دکتر محمدتقی غیائی، درآمدی بر سبک‌شناسی ساختاری، تهران: انتشارات شعله اندیشه، ۱۳۶۸، ص ۶.

را به طرزی از نوشتن وامی دارد که اگر این «طرز» با دیگر طرزهای نگارش متفاوت و ممتاز باشد، او را صاحب سبک خواهد کرد.

دکتر مرتضی کُتبی در مقدمه‌اش بر کتاب جامعه‌شناسی ادبیات، اثر «روبر اسکارپیت»^۱ به خاستگاه‌های نگارش و سبک یک نویسنده می‌پردازد و می‌نویسد:

«تولید ادبی به نویسنده برمی‌گردد و به پایگاه اجتماعی‌اش، به حیثیت شغلی‌اش، به تصویر او در ذهن طبقات اجتماعی، به اقوامی که آثار او را می‌خوانند، به تاثیری که این اقوام از آن می‌پذیرند. به رابطه‌ای که میان گروه‌های مختلف، خوانندگان با جنبه‌های مختلف فکری و فلسفی و روانی و عاطفی او وجود دارد. برد تاریخی و جغرافیایی نویسنده نیز مطرح است. رابطه نویسنده با مردم زمان حال و آینده‌اش، چه در زادگاه وی و چه در بیرون از حوزه‌ی زبانی و فرهنگی و سیاسی و ملی نویسنده نیز در حیطه‌ی کار تولید است».^۲

به این ترتیب، هر سبک نوشتاری، برآمده از ساختار اجتماعی روزگار نویسنده خواهد بود.

دکتر محمدرضا باطنی استاد زبان‌شناسی دانشگاه تهران نیز در تعریف سبک می‌گوید:

«زبان بسته به شرایط متغیری که در آن به کار برده می‌شود و بسته به وظایف متنوعی که به‌عهده می‌گیرد، گونه‌هایی پیدا می‌کند. ... به این گونه‌ها که از تفاوت کاربرد ناشی می‌شود، سبک گفته می‌شود. در تحلیلی دقیق‌تر پی می‌بریم که سبک زبان به سه عامل مهم بستگی دارد:

1- Robert Escarpit

۲- روبر اسکارپیت، جامعه‌شناسی ادبیات، مترجم دکتر مرتضی کتبی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، ۱۳۷۴، ص ۵.

موضوع، وسیله‌ی بیان و رابطه‌ی اجتماعی گوینده و شنونده.^۱

□ سبک نگارش در مطبوعات

اکنون که تا حدودی با معنای «سبک» آشنا شدیم و دریافتیم که سبک یک نویسنده با ساختار اجتماعی جامعه‌ای که در آن به سر می‌برد تعامل و همزیستی دارد، اکنون به بررسی کوتاهی از سبک نگارش در مطبوعات می‌پردازیم، اگر سبک را شیوه‌ی گفتن و یا نوشتن نویسنده یا شاعر بدانیم، صاحب سبک «در تمام مراحل از انتخاب موضوع گرفته تا نوع کلمات، لحن و سیاق تألیف عناصر گوناگون، تأثیر خود را بر جای می‌گذارد».^۲

برای آن‌که یک طرفه به قاضی نرفته باشیم در این جا دو نوع از سبک نگارش در مطبوعات کشور را ارایه می‌کنیم. نمونه اول از روزنامه «کاغذ اخبار»، نخستین نشریه ادواری چاپی ایران است که در رمضان سال ۱۲۵۲ ه. ق، طلوعی آن منتشر شده است:

اعلام نامه‌ایست که به جهت استحضار ساکنین ممالک

محروسه‌ی ایران قلمی و تذکره می‌نماید.

«بر رأی صوابنمای ساکنین ممالک محروسه مخفی نماناد که همت ملوکانه اولیای دولت علیه معروف بر این گشته است که ساکنین ممالک محروسه تربیت شوند و از آنجا که اعظم تربیت، آگاه ساختن از کار جهان است لهذا به حسب حکم شاهنشاهی کاغذ اخباری مشتمل بر اخبار شرقیه و غربیه در دارالطباعة ثبت و به اطراف و اکناف فرستاده خواهد شد اما اخبار شرقیه عبارت است از عربستان و آناتولی و

۱- محمد رضا باطنی، «جامعه‌شناسی زبان»، فصلنامه فرهنگ و زندگی، ش ۲۱ و ۲۲، بهار و تابستان ۱۳۵۵، ص ۲۵.

۲- سیماداد، فرهنگ اصطلاحات ادبی، تهران: انتشارات مروارید، ۱۳۷۳، ص ۱۶۴.

ارمن زمین و ایران و خوارزم و توران و سیبر و مغلستان و تبت و چین و ماچین و هندوستان و سند و کابل و قندهار و گیج و مکران و اخبار غریبه عبارتست از یروپ یا فرنگستان و افریقا و امریکا یا ینگى دنیا و جزایر متعلقه به آنها، مختصراً هرآنچه طُرفه بوده و تازگی داشته و استماع آنها مورث آگاهی و دانش و عبرت اهالی این مملکت خواهد بود ماهی یک مرتبه در دارالطباعة ثبت و بهمه ممالک انتشار خواهد نمود.^۱

آنچه نشر و سبک نگارش طلیعه‌ی کاغذ اخبار را از نشر امروز مطبوعات کشور جدا می‌کند، صرف نظر از تعارفات نویسنده، بخصوص در برابر دربار شاهنشاهی، کوشش و تلاش وی برای ساده‌نویسی است. با این همه، به دلیل امتزاج زبان فارسی با زبان عربی، ترکی و لاتین، رهایی از نشر متکلف و رسیدن به ساده‌نویسی برای نخستین کوشندگان انتشار مطبوعات در ایران، آسان نبوده است. شاید تمام اعلام‌نامه‌ی فوق را امروزه بتوان در چند خط به شکل زیر بازنویسی کرد:

□ اعلامیه‌ای برای اطلاع هم‌میهنان

بر عموم هم‌میهنان پوشیده نیست که تلاش دولتمردان برآن بوده است که در تربیت هم‌وطنان کوشا باشند و از آن‌جا که آگاهی از اخبار جهان، نقش عظیمی در تربیت افراد دارد. براساس دستور شاه، روزنامه کاغذ اخبار، ماهی یکبار شامل اخبار تازه‌ای از شرق و غرب جهان که در بالا بردن سطح دانش و آگاهی مردم در سراسر کشور مؤثر باشد، منتشر خواهد شد.

نگاهی گذرا بر نوشته‌ی «طلیعه‌ی» کاغذ اخبار و متن بازنویسی شده‌ی آن

۱- نخستین کوشش، به اهتمام سیدفرید قاسمی، تهران: خانه مطبوعات، ۱۳۷۲، ص ۱۰.

به‌خوبی نشان‌دهنده تفاوت‌های نثر روزنامه‌ای دوران قاجار با نثر امروز روزنامه‌های کشور است.

نزدیکی «فاعل» و «فعل» در جمله و حذف کلمات زاید و حتّاً مخّل معنی، از جمله تفاوت‌های این دو نگارش می‌باشد. شما هم می‌توانید با بررسی تطبیقی بسیاری از متون ادبی زبان فارسی در دوره‌های مختلف، شاهد سبک‌های ادبی متفاوتی در نگارش مطالب باشید. اما این‌که چگونه می‌توان سبک‌های مختلف را با یکدیگر سنجید؛ ما را نیازمند شناخت «سبک‌شناسی» می‌کند که اکنون با علم «زبان‌شناسی» آمیخته است.

□ اهمیت سبک نگارش در مطبوعات

از اهمیت سبک نگارش در مطبوعات همین بس که این سبک، شکل‌دهنده و نگاهبان «زبان معیار» در جامعه است.

در واقع نثر روزنامه‌ها، نثر «استاندارد» و نثری است که در رادیو و تلویزیون، کتاب‌های درسی و روابط رسمی افراد از آن استفاده می‌شود. دکتر علی‌اشرف صادقی استاد ادبیات و زبان‌شناسی خصوصیات زبان معیار را این‌گونه برمی‌شمارد:

«زبان معیار، زبانی است که در ورای لهجه‌های محلی و اجتماعی رایج در یک کشور قرار دارد و وسیله‌ی ارتباطی، اجتماعی، علمی و ادبی ... کسانی است که ممکن است در شرایط دیگر به لهجه‌های محلی یا اجتماعی خاص خود تکلم کنند، این زبان معمولاً همان زبان درس خوانندگان است و غالباً با زبان نوشتار یکی است. همین زبان است که در رادیو و تلویزیون و روزنامه‌ها به کار می‌رود و در آموزش زبان به خارجیان مورد استفاده قرار می‌گیرد. زبان معیار، زبانی است تثبیت شده و دارای اصول و هنجارهایی است که رعایت آن‌ها برای متکلمان به آن الزامی است. این اصول در کتاب‌های دستور تدوین شده و در

مدارس تدریس می‌گردد. زبان معیار، مرجع صورت‌های غلط و درست در زبان است.^۱

پس، بدین‌گونه دریافتیم که «زبان معیار»، زبان رادیو تلویزیون و روزنامه‌ها؛ معیار و محک دیگر زبان‌ها برای نزدیکی و یادوری از هنجار حاکم بر زبان و نثر جامعه است و همین نکته‌ی مهم، بیانگر اهمیت نثر روزنامه‌ای و سبک نگارش در مطبوعات و رادیو تلویزیون هر کشوری می‌باشد.

□ پیدایش سبک نگارش مطبوعاتی

روزنامه‌ها در آغاز حیات خود با استفاده از نوشته‌های نویسندگان، ادیبان، شعرا و حتّاً فیلسوفانی که عقایدی برای انتشار داشتند، کار خود را آغاز کردند. حتّاً در انعکاس اخبار حوادث و رویدادهای علمی، فرهنگی، سیاسی تا نیمه دوم قرن نوزدهم میلادی به شیوه نقل داستان، وقایع را به سبک تاریخی و رعایت تقدّم زمانی منتشر می‌کردند.

همان‌گونه که دکتر «مارتین ال گیبسن»^۲ استاد روزنامه‌نگاری دانشگاه نگزاس می‌نویسد: «خبری از جبهه نبرد، معمولاً با توضیح موقعیت اردوگاه نظامی به هنگام طلوع خورشید شروع می‌شد، وضعیت آب و هوا را تشریح می‌کرد و دود پر خاسته از آتش صبحانه را در اطراف خیمه و خرگاه، توصیف می‌کرد و آن‌گاه، به چگونگی آغاز نبرد می‌پرداخت، از جراحت‌ها و خونریزی‌ها خبر می‌داد و در آخر، اطلاع می‌داد که ما در جنگ شکست خورده‌ایم و فردا باید در پای میز مذاکره به زبان سلت‌ها (یا اسپانیش و یا

۱- دکتر علی اشرف صادقی، «زبان معیار»، در مسایل نشر فارسی مجموعه سخنرانی‌های اولین سمینار نگارش فارسی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی، ۱۳۶۳، ص ۴۸.

2- Martin L. Gibson

فرانسه، بسته به قومیت دشمن) صحبت کنیم.^۱ اما استقبال عمومی از روزنامه‌ها و ضرورت انتشار به موقع خبرها، و ظهور و بروز عامل تعیین‌کننده‌ای به نام سرعت^۲ در انتقال اخبار، موجب شد تا در نیمه دوم قرن نوزدهم شیوه کار نگارش در مطبوعات دگرگون شود:

«در سال‌های دهه‌ی ۱۸۶۰، در جریان جنگ‌های داخلی امریکا، خبرنگاران ابتدا با وفاداری به همان روش تقدّم زمانی، سعی می‌کردند گزارش‌های خود را از طریق خطوط تلگراف به مقصد ارسال کنند. اما در این راه اغلب با مانعی مواجه می‌شدند، و آن قطع خطوط تلگراف در مناطق نبرد بود. بدین ترتیب، روزنامه‌ها در حین دریافت اطلاعات خواندنی از وضعیت منطقه عملیات و چگونگی آغاز زد و خوردها، و گاه درست در آستانه دریافت نام‌طرف پیروز، با قطع خطوط تلگراف روبه‌رو می‌شدند. چه زبانی بدتر از این؟ سرانجام، ویراستاران هوشیار، چاره را در این دیدند که از خبرنگاران بخواهند ابتدا جمع‌بندی مختصری از گزارش را مخابره کنند و طرف پیروز را مشخص کنند. در این صورت ویراستاران با خواندن لید [مقدمه] درمی‌یافتند که مطلب را در استقبال از پیروزی تنظیم کنند یا در سوگ شکست.^۳»

پیدایش سبک هرم وارونه^۴ یعنی قرار دادن مهم‌ترین مطالب در ابتدای نوشته و درج نکته‌های کم‌اهمیت‌تر پس از آن، در چنین شرایطی به وقوع پیوست. هر چند اکنون نیز در نگارش اخبار حوادث اجتماعی بیش‌تر از سبک

۱- دکتر مارتین ال‌گیسن، روزنامه‌نگاری در عصر الکترونیک، مترجم سیدمحسن تقوی، تهران: آینه کتاب، ۱۳۷۱، ص ۱۰۹.

2- Speed

۳- همان، ص ۱۰۹.

4- Inverted Pyramid Style

تاریخی^۱ و ذکر وقایع به ترتیب تقدّم زمانی و نه به ترتیب تقدّم اهمّیت و ارزش‌های خبری استفاده می‌کنند. اما سبک غالب در خبرنگاری برای سازمان‌های خبری همان سبک هرم وارونه است، که نویسنده تلاش می‌کند به مهم‌ترین عناصر شش‌گانه خبری شامل که؟ (چه کسی) کی؟ (چه وقت) کجا؟ (در چه مکانی) چه (چه موضوعی) چرا؟ (به چه دلیل) و چگونه (شرح واقعه) براساس ارزش‌های خبری پاسخ دهد.

□ شاخص‌های نشر روزنامه‌ای (ژورنالیستی)

روزنامه، همچون رادیو و تلویزیون، کارکرد رسانه‌ای دارد، یعنی وظیفه‌اش آن است که پیامی را از منبعی (فرستنده) به مقصدی (خوانندگان) برساند. پس روزنامه‌ها را باید در شمار وسایل ارتباط جمعی به حساب آوریم. اما نکته جالب آن‌جاست که گیرندگان پیام (خوانندگان) فراوان هستند و از افراد متفاوتی تشکیل شده‌اند، آنان از خصوصیات متفاوتی هم برخوردارند، چه از نظر سطح سواد و تحصیلات و چه از نظر جنس و سن و یا پایگاه طبقاتی در جامعه، آنان نیز نیازهای متفاوتی دارند و هریک براساس خواسته و نیاز خود به سراغ وسایل ارتباط جمعی می‌روند. اما آن‌چه که مسلّم است همه‌ی آنان، خواهان مطالبی ساده، روشن و دقیق هستند که می‌بایست در اولین فرصت در اختیارشان قرار داده شود.

بر این اساس، گرچه در سبک‌های نوشتاری مطبوعات تفاوت‌هایی مشاهده می‌شود و به‌طور طبیعی به عنوان مثال، میان نگارش مطالب ورزشی با مطالب ادبی تفاوت‌هایی وجود دارد اما وجود شیوه‌های متفاوت نگارش به این مفهوم نیست که این شیوه‌ها به‌طور اساسی با یکدیگر فرق دارند و یا

شیوه‌های متضادی هستند. در شیوه‌های نگارش روزنامه‌نگاری با همه‌ی تفاوت‌ها، مشخصات مشترکی وجود دارد:

«این مشخصات که همیشه مورد توجه باید باشند عبارتند از: خطاب مستقیم، سادگی، دقت، خلاصه‌بودن، رنگ داشتن^۱ و زنده بودن»^۲.
سبک نگارش مطبوعات در گزارش نویسی به ویژه در گزارش‌های توصیفی با داشتن دو مشخصه «رنگ داشتن» و زنده بودن، گزارش را جذاب و خواندنی می‌کند، اما در خبرنویسی، «رنگ داشتن» چندان مطرح نیست و در عوض، تازگی و صحت خبر نقش تعیین‌کننده‌تر دارد.

رنگ و توصیف، یعنی ارایه زمینه و فضا با کلمات، یعنی: «جزئیات کوچکی که گویای سبک یک نویسنده‌اند و تمام هول‌انگیزی یا زیبایی یک صحنه را به خواننده القا می‌کنند، به گزارش، رنگ و جلوه می‌بخشند و بر جذابیتش می‌افزایند»^۳.

در گزارش نویسی، آن‌چه که مطلب را از سادگی و خلاصه بودن دور می‌کند عوامل تشکیل‌دهنده‌ی ساختار گزارش هستند که به‌طور عمده شامل موارد هشتگانه زیر می‌باشند:^۴

۱- آمار، اطلاعات مبتنی بر داده‌ها^۵

1- Colour

۲- قربانعلی پورمردیان، بیژن نفیسی، درس خبرنویسی برای مطبوعات (روزنامه‌نگاری خبر) باضمیمه کتابشناسی روزنامه‌نگاری در ایران، [پلی‌کپی انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه علوم اجتماعی سال تحصیلی ۷۳-۱۳۷۲، ص ۵۱].

۳- بنیاد تامسون، گزارش نویسی توسعه روزنامه‌نگاری توسعه انسانی، جزوه‌ی یونسف، [پلی‌کپی تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۴، ص ۹۷].

۴- همان، ص ۹۵.

5- Statistics

۲- روایت‌های کوتاه^۱

۳- رنگ و توصیف^۲

۴- تاریخچه و پیشینه^۳

۵- مقابله و مقایسه^۴

۶- تصاویر^۵

۷- استدلال^۶

۸- نقل قول^۷

این، در حالی است که اخبار روزنامه‌ها با ساده‌نویی و رعایت اختصار براساس ارزش‌های هفتگانه خبری^۸ شامل: دربرگیری، شهرت، برخورد، استثناء و شگفتی، بزرگی و فراوانی تعداد، مجاورت و تازگی از سوی خبرنگار و یا دبیر سرویس مربوطه در سالن تحریریه روزنامه‌گزینش و پس از ویرایش و تیرزنی به قسمت صفحه‌آرایی فرستاده می‌شود.

□ تفاوت‌های سبک نگارش مطبوعاتی و ادبی

کار انتقال پیام توسط مطبوعات در فضایی پر از سرعت و شتاب صورت می‌گیرد و دشواری کار آن‌جاست که خبرنگاران، نویسندگان و ویراستاران می‌بایست در عین «سرعت»، در «صحت» مطالب هم دقت کنند درحالی‌که نویسندگان ادبی در فضایی آمیخته با آرامش و نشی پر از تخیل و تصویرآفرینی، می‌نویسند و به انتقال پیام می‌پردازند. بنابراین، شاخص‌های اصلی سبک

1- anecdotes

2- colour/description 3- history/background

4- contrasts/comparisons

5- Illustrations

6- Argument

7- quotes

8- News Values

نوشتاری در مطبوعات تفاوت‌هایی با نشر ادبی دارد که برخی از آن‌ها را برمی‌شماریم:

۱- پیام‌نویسان مطبوعات، برخلاف نویسندگان ادبی - با خوانندگان حرفه‌ای و آشنا با نشر ادبی که تعدادشان نیز محدود است، سروکار ندارند. سروکار آنان با خیل عظیمی از خوانندگان است که مثل توده‌ای بی‌شکل، به سوی روزنامه می‌آیند، مطالب را می‌خوانند و توقع دارند همه‌ی مطالب آن‌را به‌فهمند. از میان این توده‌ی ناهمگون، آدم‌هایی با سوادِ خواندن و نوشتن، دانش‌آموزان، دانشجویان و حتی استادان دانشگاه در زمره‌ی مخاطبان و خوانندگان مطبوعات هستند. پس مهم‌ترین شاخصه‌ی نگارش مطبوعاتی آن است که با استفاده از «زبان معیار»، این توده‌ی بی‌شکل را شکل دهد و آن‌ها را با یک زبان مشترک مطبوعاتی به یکدیگر پیوند دهد. ساده‌نویسی، اصل اول برای انسجام بخشیدن به توده‌ی بی‌شکل خوانندگان یک نشریه است.

۲- عنصر زمان، در ساده‌نویسی و خلاصه‌نویسی رویدادهایی که در زمان کوتاهی اتفاق می‌افتند و بلافاصله باید به اطلاع خوانندگان برسد به عنوان نقشی تعیین‌کننده در نگارش مطبوعاتی به شمار می‌آید.

۳- سرعت، عنصر تعیین‌کننده دیگری است که بحث پاسخ دادن به مهم‌ترین پرسش‌ها و توجه کردن به ارزش‌های خبری را پیش می‌کشد، این عنصر نیز در نگارش مطبوعات و فشرده‌گی جملات نقش تعیین‌کننده‌ای دارد.

۴- نگارنده سبک نگارش مطبوعاتی برخلاف نویسنده ادبی از اظهارنظر شخصی جداً خودداری می‌کند. او در انتقال خبر و گزارش‌های خبری از ارایه تفسیرهای خود پرهیز می‌کند و این‌گونه تفاسیر را در مقالات تفسیری یا گزارش‌های تحلیلی ارایه می‌دهد. اکثر خوانندگان، بیش‌تر از آن‌که به دنبال عقاید شخصی نویسنده مطلب باشند به دنبال ارضای نیازهای خبری خود می‌باشند.

۵- شَمّ خبری^۱ یا قدرت تشخیص و تمیز خبر، یکی از مشخصه‌های مهم یک روزنامه‌نگار خوب در کارگزینش خبرهاست که پس از آن نگاشته می‌شود، او باید بتواند به این چهار پرسش در زمانی کوتاه پاسخ دهد: ۱- درک و تشخیص این موضوع که آیا خبر تهیه شده نیاز خبری اکثریت مخاطبان را برآورده می‌کند یا نه؟ ۲- شناخت ارزش‌های مدارک، شواهد و آمارهای مورد نیاز برای تهیه خبر ۳- توانمندی حرفه‌ای در رتبه‌بندی اهمیت بخش‌های مختلف خبر. ۴- قدرت تمیز ارتباط خبر تهیه شده با دیگر اخبار تهیه شده در همان زمان در نشریه خویش.

نویسندگان ادبی و غیرمطبوعاتی معمولاً نیازی به شَمّ خبری ندارند و آنچه که برایشان بیش‌تر اهمیت دارد، نگارش مکنونات قلبی به بهترین شیوه هنری برای جذب خوانندگان آثار خویش است.

□ نگارش مطبوعاتی از «سنت» تا «مدرنیسم»

مطبوعات از جمله دستاوردهای مهم دوران مدرنیته و از ابزار روشنگری در جوامع مدرن هستند هم، از این‌رو است که اولین مسافران ایرانی در اروپا وقتی که با این وسیله ارتباطی آشنا شدند، بی‌درنگ در دربار استبدادی قاجار به کار چاپ و نشر روزنامه پرداختند.

در قرن سیزدهم هجری، مسافران برگشته از فرنگ، حاملان اصلی فرهنگ و تمدن غرب هستند. عباس میرزا پسر فتح‌علی‌شاه، از نخستین کسانی بود که از پیشرفت‌های علمی در مغرب زمین آگاهی یافت و با آوردن نخستین ماشین چاپ، و احداث چاپ‌خانه در تبریز، امکانات لازم را برای چاپ کتاب و روزنامه فراهم کرد، از سوی دیگر، حضور مردی نواندیش و تحوّل‌طلب چون میرزا تقی‌خان امیرکبیر و تأسیس مدرسه دارالفنون، در ایجاد دگرگونی و

تغییرات اجتماعی تأثیر بسزایی داشت.

در ایران، روزنامه‌نویسی با روزنامه کاغذ اخبار توسط میرزا صالح شیرازی - یکی از همین فرنگ رفته‌های دوران فتحعلی شاه - به منصه‌ی ظهور رسید. تأثیر فرهنگ و ادبیات غرب در ادبیات سنتی ایران در دوره‌ی ورود مدرنیته به ایران دوره‌ی قاجار، تا به آن جاست که میرزا فتحعلی آخوندزاده در نامه‌ای به میرزا آقایی می‌نویسد: «دور گلستان و زینت المجالس گذشته است. امروز این قبیل تصنیفات به کار نمی‌آید، امروز تصنیفی که متضمن فواید ملت و مرغوب طبایع خوانندگان است، فنِ دراما و زمان است»^۱. آنان که در پیدایش سبک ساده‌نویسی و نگارش مطبوعاتی نقش زیادی در این دوره داشته‌اند عبارتند از: روشنفکران مقیم خارج (آخوندزاده، طالبوف، میرزا حبیب اصفهانی) تاجران مهاجر (زین العابدین مراغه‌ای) و تبعیدی‌های سیاسی (میرزا آقاخان کرمانی).

نوشتن سفرنامه‌ها تحولی عظیم در سبک نگارش حاکم بر جامعه‌ی سنتی ایران دوران قاجار داشت.

اولین سفرنامه‌ی جدید را میرزا صالح شیرازی، دانشجوی اعزامی به انگلستان نوشت و در آن ساختار اجتماعی آن دیار را مورد تمجید قرار داد. پس از میرزا صالح، باید از زین العابدین مراغه‌ای، تاجر مقیم استانبول یاد کرد که با نوشتن «سیاحت‌نامه‌ی ابراهیم بیک یا بلای تعصب او» (۱۲۷۴ هجری قمری) با موضوعی تازه و نثری ساده کتابش مورد استقبال توده‌ی مردم قرار گرفت. مراغه‌ای می‌نویسد:

«گرچه این ساده‌نویسی در سبک ایرانیان تازگی دارد ولی مقتضای

۱- حسن عابدینی، صدسال داستان‌نویسی در ایران جلد اول از ۱۲۵۳ تا ۱۳۴۲، تهران: نشر تندر، ۱۳۶۹، ص ۱۹.

- فتحعلی آخوندزاده، تمیلات، به همت باقر مومنی، تهران: نشر اندیشه، [بی تا] ص ۸.

زمان ما ساده‌نویسی است».^۱

آن‌چه که زین العابدین مراغه‌ای به درستی درک کرده است، انطباق نگارش ساده و به‌دور از تکلف‌ها و تعارف‌های درباری مرسوم و نزدیک شدن به زبان مردم زمانه است.

کاری را که مراغه‌ای و نویسندگان معاصرش توانستند به انجام برسانند، سرانجام با نثر روان و ساده‌ی علی‌اکبر دهخدا به «زبان معیار» نزدیک شد که این موضوع در حدود ۸ قرن پیش، از خواسته‌های یکی از بزرگ‌ترین نویسندگان نثر پارسی، احمد عروضی سمرقندی بوده است.

مقالات انتقادی دهخدا (دخو) که همزمان با انقلاب مشروطیت در روزنامه صوراسرافیل منتشر می‌شد هم ساده‌نویسی و هم فشرده‌نویسی را بخوبی رعایت می‌کرد.

نویسنده پارسی صاحب کتاب معروف «چهار مقاله»، احمد عروضی، از شعرا و نویسندگان قرن ششم هجری بود و در نثر مقامی بس عالی داشته و چهار مقاله او به گفته‌ی ملک‌الشعراى بهار در سبک شناسی، یکی از بهترین نمونه‌های انشای پارسی است.

ملک‌الشعراى بهار در این باره می‌نویسد:

«از حیث سبک انشاء در ایجاز لفظ و اشباع معنی و سلاست کلام و خلو از متعاطفات مترادفه و اسجاع ثقیله و صنایع لفظیه بارده که شیوه غالب نویسندگان ایران به‌خصوص، متأخرین ایشان بود و سرمشق انشای و نمونه‌ی چیزنویسی هر ایرانی جدید باشد».^۲

۱- زین العابدین مراغه‌ای، سیاحت‌نامه ابراهیم بیگ، چاپ سوم تهران: نشر اندیشه، ۱۳۵۳،

ص ۲۵۷

۲- محمد تقی بهار ملک‌الشعراء، سبک‌شناسی تاریخ تطور نثر فارسی، جلد سوم، چاپ نهم، تهران: انتشارات مجید، ۱۳۷۶، ص د.

صاحب چهار مقاله در مقاله اول، در ماهیت دبیری (نویسندگی) به زیبایی می‌نویسد:

«و در سیاق سخن آن طریق گیرد که الفاظ متابع معانی آید و سخن کوتاه گردد که فصحاء عرب گفته‌اند خیر الکلام ما قل و دل زیرا که هرگاه که معانی متابع الفاظ افتد سخن دراز شود و کاتب را مکنثار خوانند»^۱

جای تعجب است که آن‌چه را عروضی سمرقندی در حدود هشت قرن پیش درباره خوبی کلام کوتاه و موجز آورده است، نویسندگان غرب در ۱۵۰ سال اخیر به درستی به کار بسته و با نثر ساده و بدون تکلف خود، پیام مدرنیسم را به جوامع سنتی رسانده‌اند.

□ نثر دَری از سنت تا مدرنیسم

نثر فارسی دَری بعد از ظهور اسلام به عقیده ملک الشعراء بهار از شش دوران متمایز عبور کرده تا به دوران ساده‌نویسی رسیده است:

۱- دوره سامانی (۳۰۰-۴۵۰ هجری). در دوره سامانی نثر فارسی ساده، موجز و بی صنعت و مرسل بوده، لغات فارسی بر لغات عربی می‌چربیده است؛ نمونه کامل آن تاریخ بلعمی و حدود العالم است.

۲- دوره غزنوی و سلجوقی اول (۴۵۰-۵۵۰ هجری). نثر عربی در نثر فارسی اثر کرده جمله‌ها کوتاه شده و لغات عربی رو به زیادی گذاشت؛ نمونه آن، تاریخ بیهقی و کلیله و دمنه است.

۳- دوره سلجوقی دوم و خوارزمشاهیان. نثر فنی (۵۵۰-۶۰۰ هجری). موازنه و سجع و تکلفات و صنایع بدیعه در نثر زیاد شده است - نمونه

۱- احمد بن عمر بن علی النظمی العروسی السمرقندی، چهارمقاله، تصحیح محمد بن عبد الوهاب قزوینی، لیدز: [بی‌نا]، ۱۹۰۹ میلادی، ص ۱۳.

آن، مقامات حمیدی و مرزبان‌نامه است.

۴- دوره‌ی سبک عراقی و نثر صنعتی (۶۰۰-۱۲۰۰ هجری). تکلفات بدیعی زیادتر گردید و لغات عربی مشکل، و اصطلاحات علمی نیز افزونی گرفت و نثر را مشکل و فهم آن را دشوار ساخت. نفثه‌المصدور زیدری، التوسل الی الترسل بهاء‌الدین و نثر لباب الالباب و جوامع الحکایات عوفی، تاریخ یمینی ترجمه‌ی جرفادقانی و جهان‌گشای جوینی و تاریخ و صافی تألیف ادیب عبدالله، نمونه این نثر مشکل و پرتکلف است.

۵- دوره‌ی بازگشت ادبی (۱۲۰۰-۱۳۰۰ هجری). تقلید از نثر زیبای گلستان سعدی و نثر خوارزمی و نثر تاریخ بیهقی رواج گرفت و نمونه‌ی آن منشآت قائم‌مقام و نشاط و ناسخ التواریخ سپهر و مؤلفات هدایت و نامه دانشوران است.

۶- دوره‌ی ساده‌نویسی یا دوره‌ی مدرنیسم (۱۳۰۰ تا به امروز). نثر ساده و فصیح رواج یافت. نمونه‌ی آن، رساله‌های ملک‌خان و ترجمه‌ی حاجی بابای اصفهانی، کتاب احمد، نوشته طالب اف و سایر تالیفات او، کتاب سیاحت‌نامه ابراهیم بیگ، افسانه‌های کنت و سه تفنگدار ترجمه‌ی محمدظاهر میرزا و سایر کتاب‌های این دوره است که مقالات دهخدا و دیگر نویسندگانی چون سیدمحمدعلی جمالزاده با قصه‌هایی چون یکی بود یکی نبود و «ویلان‌الدوله» از آن جمله است.^۱

یکی دیگر از سرآمدگان ساده‌نویسی، میرزا ابوالقاسم فراهانی ملقب به قائم‌مقام است که «منشآت» او به عنوان یک اثر برجسته از نثری بسیار زیبا و ادبی برخوردار است. وی توانست انقلابی اساسی در شیوه‌ی نگارش ادبی بوجود آورده و در تحول نثر فارسی به سمت و سوی سادگی نقشی مانا برجای

۱- ر.ک: محمدتقی بهار ملک‌الشعرا، سبک‌شناسی تاریخ تطور نثر فارسی جلد دوم، چاپ نهم، تهران: انتشارات بدیهه، ۱۳۷۶، صص ۴۹۱-۴۹۰.

گذارد. قائم مقام به خوبی دریافته بود که وظیفه اصلیِ نثر یک نویسنده، رساندن پیام به مخاطب است.

وی کوشید با کوتاه کردن جمله‌ها و حذف جمله‌های مزدوج و کاستن از کاربرد سجع و استشهادات مکرر شعری و بعضی پیرایش‌های غیر ضرور دیگر، روح تازه‌ای در کالبد نثر فارسی به‌دمد و در عینِ واجد بودن ارزش هنری و ادبی، از تصنع و تکلفِ نثرِ منشیانِ درباری خالی باشد.^۱

□ «مینی‌مالیسم»^۲ در برابر «پست‌مدرنیسم»^۳

سبک نگارش پست مدرنیست‌ها سبکی است پر از پیچیدگی‌ها، توگویی پست‌مدرنیست‌ها با مغلق‌گویی و پیچیده‌نویسی می‌خواهند سنگ بزرگی بر سر راه یکی از دستاوردهای مهم مدرنیسم در ادبیات بیاندازند. پست‌مدرنیست‌ها می‌گویند:

«مطمئن‌ترین راه برای جا انداختن خود به عنوان متفکری عمیق و ژرف‌نگر آن است که آن‌چه را که می‌گویید یا می‌نویسید، چنان پیچیده، مبهم و مغلق بگویید و به‌نویسید که فهم و درک آن برای همه بسیار دشوار و دور از ذهن باشد. این شیوه‌ی گفتن و نوشتن، این حسن‌رانیز دارد که شما را در برابر این کشف که حرفی برای گفتن ندارید، حمایت و بیمه می‌کند».^۴

حتّا اگر آن‌چه را که درباره نثر پست مدرنیستی ذکر کردیم جدّی تلقی

۱- سید محمد دشتی، «از قائم مقام تا جمال زاده»، ماهنامه کیهان فرهنگی سال پانزدهم، مهر ۱۳۷۷، ش ۱۴۶، ص ۲۸.

2- Minimalism 3- Post-Modernism

۴- استفن کاتس، «چگونه پست مدرن حرف بزنیم و پست مدرن بنویسیم»، در پست مدرنیته و پست مدرنیسم تعاریف نظریه‌ها و کاربرت‌ها، مترجم و تدوینگر حسینعلی نوذری، تهران: انتشارات نقش جهان، ۱۳۷۹، ص ۱۰۸.

نکنیم، اما گرایش نویسندگان پست مدرنیست به دوری از ساده‌نویسی و علاقه آنان به پیچیدگی نثر و تلاش مضاعف و تقریباً بی حاصل خواننده برای درک پیام نویسنده، موضوع را جدی می‌کند.

«استفن کاتس»^۱ نویسنده‌ی انگلیسی صراحتاً به تقابل نثر پست مدرنیست با نثر مدرن اشاره می‌کند و می‌نویسد:

«قبل از هر چیز باید به خاطر داشته باشید که زبان ساده و راسته که پیام‌های آن به راحتی قابل دریافت باشد و مطالب و موضوعات آن کاملاً قابل عرضه و قابل بیان باشند، به هیچ وجه مدّ نظر ما نیست. این نوع زبان در تفکر پست مدرن جایی ندارد، زیرا بیش از حد واقع‌گرا، مدرنیست، واضح و گویاست. زبان پست مدرن باید مبهم، ایده‌آلیستی، گنگ، پیچیده و تخیلی باشد. زبانی غیر صریح، پیچ در پیچ که پیام‌های آن به راحتی قابل کشف و دریافت نباشند و مستلزم ساختارشکنی و رمزگشایی^۲ باشد زبانی که مخاطب به راحتی قادر به درک و دریافت محتوا و مضامین آن نباشد».^۳

نویسندگان پست مدرن با ایجاد چنین سبک نگارشی در واقع خود را از «زبان معیار» و سبک نگارش مطبوعات که همان سبک مقبول عامّه است دور می‌کنند، گویا آنان طالب انزوا و گوشه‌نشینی هستند. سبک نگارش پست مدرنیستی همچون سبک پیچیده و پراطناب سال‌های ۶۰۰ تا ۱۲۰۰ هجری در ایران است. سبکی پر از صنایع و تکلفات بدیعی، سبکی که پیام‌دش سبک دوره‌ی بازگشت و تقلید از نثر زیبای گلستان سعدی است.

□ مینی مالیست‌ها^۱ چه می‌گویند؟

مینی مالیست‌ها کسانی هستند که با ارایه یک نوع ادبی^۲ با عنوان داستان مینی مال به تقابل با پست مدرنیست‌ها رفته‌اند.

داستان مینی مال، داستانی بسیار کوتاه است. مثل داستان کوتاه معمولی نیست بلکه از نظر ساخت، تکنیک، زبان و شیوه بیان ماجرا و گفت‌وگوهای آمده در اثر، با داستان کوتاه تفاوت دارد.

«در یک داستان مینی مال، نویسنده با علم و آگاهی کامل سعی در حذف واژه‌های زاید و ارایه تصاویر کوتاه دارد، جملات ساده و کوتاه حتماً اشخاص داستان نیز معدودند».^۳

از داستان مینی مال ایراد می‌گیرند، چرا که به جرایمی به شرح زیر متهم است:

۱- حذف ایده‌های فلسفی بزرگ.

۲- مطرح نکردن مفاهیم تاریخی.

۳- عدم موضع‌گیری سیاسی.

۴- عمیق نبودن شخصیت‌ها به اندازه کافی.

۵- توصیف‌های ساده و پیش پا افتاده.

۶- یکنواخت بودن سبک.

۷- بی توجهی به جنبه‌های اخلاقی.

پاسخ یکی از طرفداران داستان‌های مینی مال چنین است:

«خیلی عجیب است اگر داستان، همه‌ی این چیزها را نداشته باشد و

به این خوبی باشد که این‌ها می‌گویند، پس این داد و فریادها و

1- Minimalist

2- Genre

۳- کاوه گوهرین، «بحثی در مینی مالیسم و تطبیق آن با حکایت در ادب فارسی آینده‌رمان»، روزنامه آریا، شنبه ۱۶ بهمن ۱۳۷۸ سال دوم، ش ۴۲۴، ص ۷.

اتهامات چیست؟».^۱

کاوه گوهرین نویسنده ایرانی، به ضرورت‌های ساده‌نویسی و ایجاز در عصر انفجار اطلاعات می‌پردازد و با اشاره به این‌که در پدیده‌های مدرن هنر روزگار ما، جایی برای موعظه‌های نویسنده وجود ندارد، می‌نویسد:

«جهان کنونی ما، عصر انفجار اطلاعات و سرعت را شاهد است و امتزاج فرهنگ‌های مختلف با رقص ماهواره‌های مخابراتی بر فراز کره‌ی خاکی ما، امری اجتناب‌ناپذیر است. تسلط ماشینیسیم بر کل زندگی امروز، آن‌چنان است که بیم آن می‌رود که حتا در یک کشور جهان سومی هم روشن‌فکری یافت نشود که وقت فراغتی برای خواندن یک رمان حجیم چندین جلدی بیابد. بنابراین آیا پای فشردن بر خلق آثار داستانی حجیم که در آینده‌ای نه چندان دور هیچ‌کس وقت خواندن آن را نخواهد یافت، زنگ خطری برای این ژانر^۲ ادبی نیست؟ مینی‌مالیسم در ادبیات می‌تواند یکی از تمهیدات اندیشیده شده برای جلوگیری از این واقعه ناگوار باشد».^۳

برخی از نویسندگان مینی‌مالیست مانند «اسیتو ماس»^۴ برای انتقال مفاهیم و رعایت «اقتصاد کلمات» نوشتن داستان‌های ۵۵ کلمه‌ای را دستمایه کار خود قرار می‌دهند.

اینک نمونه‌هایی از قصه‌های مینی‌مالیستی را با هم مرور می‌کنیم ابتدا یک نمونه از قصه‌های مینی‌مالیستی، برگزیده از نخستین همایش داستان‌های مینی‌مالیستی کشور را که تیرماه ۱۳۷۹ در شهرستان خرم‌آباد برگزار شد، ارایه می‌کنیم. سپس به داستان‌های ۵۵ کلمه‌ای می‌پردازیم. سادگی، ایجاز و

۱- همان، ص ۷.

نوع | هنر: ادبیات | 2-Genre

۳- همان، ص ۷.

4-Steve Mass

صراحت گفتار نویسنده از این قصه‌ی مینی‌مالیستی چیزی شبیه یک مدخل^۱ برای نگارش گزارشی توصیفی در یک روزنامه را فراهم کرده است و این همه، نشان‌دهنده نزدیکی‌های سبک مینی‌مال و سبک نگارش مطبوعاتی است.

» □ شمع‌ها خاموش نمی‌شوند

گفتند: نه

گفتم: ای بابا، بی خیال، خیلی دلشان بخواهد.
گفتی: این پنجمی بود. پنج بار «نه» به خاطر...
گفتم، حالا مگر چه خبر است مؤمن؟ مثل این‌که خیلی عجله داری!
گفتی: می‌دانی چند سالم است؟
سرم را انداختم پایین. راست می‌گفتی. دیگر نمی‌شد مساله را به شوخی برگزار کرد. حالت خراب‌تر از این حرف‌ها بود.
گفتی: آخر بنده خدا، ما هم دل داریم، ما هم...
و باقی حرفت را خوردی. مثل وقتی که کنارم نشسته بودی و داشتی با مادر عروس حرف می‌زدی. دست‌هایت انگار مال خودت نبود. ساکت بودی. سرت را آن قدر پایین برده بودی که آدم خنده‌اش می‌گرفت. چه قدر دلم می‌خواست چیزی بگویم، اما نمی‌شد. راست می‌گفت آخر. او هم حق داشت. چه تضمینی بود؟
گفتی: بله، حق باشماست، ولی توکل به خدا، ما که از آینده خبر نداریم مادر.

گفتند: آخر می‌دانید که، همین یک دختر است و هزار امید و آرزو. بچه هم که... به هر حال... خب دیگر، دختر همسایه‌مان هم با یک نفر شیمیایی ازدواج کرده، راستش می‌گویند...
سرفه‌ات، نگذاشت بگوید.

گفتم: توکل کن به خدا. ان شاء الله وقتی حالت خوب خوب شد، خودم
برایت دختر می گیرم مثل دسته گل.
سرت را پایین انداختی. خودمانیم، حتّا پیش من هم خجالت
می کشیدی. حب دیگر، باید بروم. دسته گل را می گذارم بالای سرت.
عکس ات را هم با گلاب شسته ام. راستی، مراقب باش شمع ها خاموش
نشوند. یا علی، تا بعد.»^۱

□ داستان های ۵۵ کلمه ای

اولین قانون در نوشتن داستان های ۵۵ کلمه ای آن است که نویسنده دایماً به
خاطر داشته باشد که «داستان» می نویسد و نه «شعر» یا «مقاله». بنابراین رعایت:
۱- وحدت مکان و زمان.

۲- وحدت شخص یا اشخاص داستانی.

۳- وحدت موضوع، داشتن درگیری یا گره افکنی (پیرنگ داستان).

۴- نتیجه گیری یا گره گشایی (دنومان).

در داستان هایی که تعداد کلمات متن از ۵۵ کلمه بیش تر نباشد، همچون
داستان کوتاه و رمان ضروری است.

استیو توماس نکات مهم دیگری را برای نوشتن داستان های ۵۵ کلمه ای به
شرح زیر پیشنهاد می کند:^۲

«- می توانید در هر مورد که علاقه مند هستید به نویسید اما
نمی توانید پیش از ۵۵ کلمه استفاده کنید. البته مجاز به استفاده ی کم تر
از این محدوده هستید. و واقعاً یک کلمه چیست؟ ساده است اگر شما

۱- کامران محمدی، «شمع ها خاموش نمی شوند»، در برگزیدگان نخستین همایش داستان های
مینی مالیستی، تهران: دفتر مطالعات ادبیات داستانی، ۱۳۷۹، صص ۹-۸.

۲- استیو توماس، «نوشتن داستان های ۵۵ کلمه ای»، مترجم ساسان قاسمی، هفته نامه پیام
زنجان، پنجشنبه ۱۲ آبان ماه ۱۳۷۹، ش ۲۸۴، ص ۸.

آن را در فرهنگ لغات یافتید، آن [واژه] حتماً یک کلمه است.
 - هم‌چنان به‌خاطر داشته باشید که نام داستان در شمارش کلمات محاسبه نمی‌گردد. اما نباید بیش از ۷ کلمه باشد.
 - اعداد نیز به مانند کلمات محاسبه می‌گردند اما اگر آن‌ها را با کلمات بنویسیم در تعداد کلمات داستان، شمارش می‌گردند (۲۸)، یک کلمه محاسبه می‌شود و بیست و هشت، ۳ کلمه).
 - هرگونه علامت‌گذاری مجاز است و در شمارش به حساب نمی‌آیند، پس در به کار بردن آن‌ها آسوده‌خاطر باشید».

به نظر می‌رسد نوشتن داستان‌های ۵۵ کلمه‌ای راهنمای خوبی برای خبرنگاران مطبوعات، رادیو و تلویزیون و سازمان‌های خبری باشد زیرا نویسندگان می‌آموزند چگونه با کم‌ترین کلمات و رعایت سادگی در نوشتار مفاهیم عمیق و گسترده را در قالب یک پیام به مخاطبان خود انتقال دهند.
 اکنون شما را به خواندن دو نمونه از داستان‌های ۵۵ کلمه‌ای دعوت می‌کنیم:

سرایدار

مرد کوچک اندام فریاد کشید: روی چمن‌ها راه نرو!
 مرد بزرگ جثّه پاسخ داد: احمق نباش. چمن چیزی احساس نمی‌کند.
 - باید از آن‌ها مراقبت کنی. این‌ها به ما زیبایی می‌بخشند ولی زود هم خراب می‌شوند.
 - حال هرچی...
 سال‌ها گذشت، هر دو مرده بودند.
 چمن گورستان، روی هر دو را یکسان پوشانده بود.

□ استیفن مک‌لو

وقت خواب

زن وارد اتاق شد:

- مراقب باش اسلحه پُر.

زن دیگر به پستی لم داده:

- این اسلحه مال شوهرته؟

زن خندید:

- کی می‌تونه این قدر احمق باشه که زنی را برای کشتن انتخاب کنه؟

زن مرد را نشانه می‌گیرد:

- همسر تو!

□ جفری ویتمور^۱

□ بیست اصل برای خوب نوشتن

«جیم بی‌شاپ»^۲ استاد روزنامه‌نگاری از انگلستان در کتاب «مبانی

خبرنویسی»، بیست اصل برای خوب نوشتن را به شرح زیر توصیه می‌کند:

۱- منصفانه بودن.

۲- مشاهده جذّاب.

۳- داشتن مقدمه تحریک‌کننده، روشن و ساده.

۴- جملات کوتاه باشد.

۵- نقل و اصلاح یک موضوع، استفاده از مضمون.^۳

۶- یک موضوع مهم نیازی به صدای بلند ندارد برای آن داد و هوار راه نمی‌اندازند.

۷- صفت‌ها را به دقت انتخاب کنید. خیلی از صفات خطرناک هستند.

۸- تحت فشار مقامات قرار نگیرد.

۹- مستقیماً به سراغ منابع بروید برای هر مطالبی که امکانش هست.

۱۰- پرسش‌های بی‌پاسخ را رها کنید. فرض نکنید که خواننده سوابق مطلب را

۱- همان، ص ۸.

2- Jim Bishop

3- Them

می‌داند، از این‌که موضوعی را خواننده هم می‌داند نترسید. موضوعی که خوب است آن را بنویسید، چون خوب است، خواننده باز هم آن را می‌خواند. ۱۱- مؤدب باشید.

۱۲- جزییات را در نظر بگیرید اگر مثلاً یکی از اعضای کنگره، کفش‌های گران‌قیمتی می‌پوشد، آن را آگران‌دیسمان [بزرگنمایی] کنید. از آن تصویری از کلمات بسازید.

۱۳- از این‌که مطالبی در کتاب‌ها نوشته نشده نترسید. کوشش کنید مطالبی درباره‌اش بنویسید.

۱۴- اگر ادیب هستید. ثقیل ننویسید. از لغات آسان استفاده کنید.

۱۵- فراموش نکنید مطالب به وسیله تزریق عناصر زمان، گسترش می‌یابند.

۱۶- بعد از آغاز (لید) مطالب را پاراگراف به پاراگراف ببینید.

۱۷- به یک نژاد؛ به گروه‌های قومی، اقلیت‌ها یا دیگر گروه‌های جدایی طلب، توهین نکنید، در نظر داشته باشید که آنان به اطلاعات نیاز دارند.

۱۸- نیاستی از عقاید خود سوء استفاده کنید. از آن‌ها به عنوان سلاحی از صنعت خود استفاده کنید.

۱۹- به آسانی از اشتباهات خود بگذرید و سعی کنید تکرار نشود.

۲۰- چنان‌چه ممکن است منابع را نام ببرید، اگر آن منابع، از منابعی است که هویتشان مشخص است، آن منابع را کامل کنید.^۱

1- Melvin mencher, Basic News Writting, Third Edition, Delhi: Universal Book stall, 1993 . P. 160



ساده‌نویسی

یک دسته گل دماغ‌پرور
از خرمن صد گیاه بهتر
نظامی گنجوی

می‌گویند «سقراط» فیلسوف بزرگ یونان درباره‌ی یک اثر هنری ارزشمند، گفته است: «یک اثر هنری، اثری است که نه توان چیزی به آن افزود و یا چیزی را از آن کم کرد.»

برخی بر این باورند که گفته‌ی آموزنده و حکیمانه‌ی سقراط بیش‌تر درباره‌ی تابلوهای نقاشی، مصداقی عینی دارد. اما واقع مطلب آن است که یک نوشته‌ی خوب برای رسانه‌ها هم، نوشته‌ای است که نتوان کلمه‌ای را از آن حذف و یا بدان اضافه کرد.

شاید داستان‌های مینی‌مالیستی و ۵۵ کلمه‌ای، شاهدان خوبی برای نویسندگان تازه‌کار در مطبوعات، رادیو و تلویزیون و حتّاً اینترنت باشند. اصولاً رعایت دو مشخصه‌ی مهمّ در نگارش رسانه‌ای مدرن، «سرعت» و «دقت» ما را به خلاصه‌نویسی یا بهتر به گویم «ساده‌نویسی» رهنمون می‌شود.

سال‌ها پیش از این، نویسندگان کلاسیک و در همین اواخر نیز مدرنیست‌ها بر این باور بودند که در نوشتن یک رُمان بلند یا داستان کوتاه، به کاربردن حشو و زواید و کلمات رنگین، انکارناپذیرند اما گذشت زمان و سیطره‌ی نوشتار رسانه‌ای بر سبک و سیاق نوشتارهای نویسندگان موفق، نشان داد که برای ساده‌نویسی لازم نیست از هیچ چیز مثلاً ۵۰۰ کلمه نوشته فراهم کرد.

بارها نویسندگان جوانی را در تحریریه روزنامه‌ها می‌بینیم که برای نوشتن یک خبر یا مقاله، آسمان و ریسمان را به هم می‌بافند و سرانجام، آن‌چه را که تحویل دبیرسرویس می‌دهند، نمونه‌ی کاملی از حشو و زواید در جملات طولانی و پاراگراف‌هایی است که از نظر معنی و مفهوم همچون جزیره‌هایی سرگردان در امواج دریا به نظر می‌رسند.

نخستین مشکلی که این‌گونه نویسندگان کم‌تجربه با آن روبه‌رو هستند، آن است که پیش از تحریر جملات و شکل‌گیری پاراگراف‌ها، حجم نوشتار را در ذهن خود ترسیم نموده و به‌ایزای گستردگی و وسعت تجسم شده، خود را درگیر جملاتی می‌کنند که به‌گونه‌ای غیرمنطقی می‌بایست بسط و گسترش یابند؛ این‌جاست که نویسنده به‌جای ارایه استدلال کافی، انتخاب زاویه‌ی دید مناسب و به‌کاربردن واژه‌های جالب، به سرهم‌بندی واژه‌هایی بسته می‌کند که موضوع را، هم برای نویسنده و هم برای مخاطب، سخت‌کسالت‌آور می‌کند. بسیاری از نویسندگان جوان وقتی با موضوعی جدید برخورد می‌کنند آن را کسل‌کننده می‌یابند، به‌خصوص در مورد مطالبی که بارها مورد بحث قرار گرفته‌اند: ورزش در مدارس، فواید دوستی، فواید کتاب، جوانمردی، شرافت و غیره بارها بحث شده است. نویسنده‌ی جوان فکر می‌کند دیگر چیز تازه‌ای برای گفتن نمانده است جز آن‌که مطالب گذشته را تکرار کند. اما او اشتباه می‌کند. هنوز راه‌هایی هست که می‌تواند مطالب جالبی به‌نویسد، به‌طوری‌که خواننده‌اش به سر شوق بیاید یا به مباحثه برانگیخته شود یا جنبه‌هایی را که

تاکنون به فکرش نرسیده بود، در نوشته‌اش بیابند و به فکر بیافتند.
 شاید دقت در نکاتی که اکنون مطرح خواهیم کرد، راهبردهای تازه‌ای پیش
 روی نویسندگان جوان بگذارد.

□ زاویه‌ی دید بهتری انتخاب کنید

به استادیوم ورزشی بروید و از نزدیک بازی فوتبال بین دو تیم الف و ب را
 مشاهده کنید. سپس گزارشی از مسابقه را به‌نویسید؛ مسلماً گزارش را از
 زاویه‌ی دید خود خواهید نوشت. درست مثل همان چهار دوربین فیلمبرداری
 که مسابقه را به‌طور مستقیم برای تماشاگرانی که در خانه‌هاشان نشسته‌اند
 گزارش می‌کنند و البته، هر دوربینی، از زاویه‌ای متفاوت از مسابقه
 تصویربرداری می‌کند که با تصویر دوربین‌های دیگر فرق می‌کند.

اگر فرستنده تلویزیون فقط از یک دوربین برای بخش مستقیم مسابقه
 فوتبال استفاده کند، کیفیت گزارش به مراتب پایین‌تر از ارایه‌ی گزارش
 تصویری با چهار یا شش دوربین خواهد بود، بر این احتمالات، حضور یک
 کارگردان قوی یا ضعیف را اضافه کنید آن‌گاه خواهیم دید که چرا گزارش دو
 فرستنده تلویزیونی از یک مسابقه این قدر متفاوت به‌نظر می‌رسد.

اکنون در همین مسابقه گلی به ثمر می‌رسد، نماهای مختلفی با حرکت
 آهسته به نمایش درمی‌آید ممکن است از یک یا دو یا حتّا سه زاویه‌ی دید
 مختلف، لحظه‌ی به‌ثمر رسیدن گل را ببینیم، اما از میان همه‌ی تصاویر،
 تصویری که زاویه‌ی دید بهتری از بازیکنان و چهارچوب دروازه به نمایش بگذارد
 پسندیده‌تر و جذاب‌تر خواهد بود و این همان زاویه‌ی دید مناسب است که
 دوربین فیلمبرداری انتخاب کرده و لحظه‌ی به‌ثمر رسیدن گل را ضبط کرده است.
 نویسندگان حرفه‌ای نیز در آغاز نوشتن، تمام سعی و تلاش خود را برای
 انتخاب زاویه‌ی دید مناسب و جذاب به کار می‌برند. همان‌گونه که نویسندگان

بزرگ، براساس زاویه‌ی دید مناسبی که دارند تصمیم می‌گیرند داستان را با توصیف یا گفت‌وگو انتخاب کنند. خبرنگاران حرفه‌ای نیز در تنظیم خبر می‌دانند که کدام عنصر خبری را با کدام ارزش خبری در «لید» خبر بیاورند تا جذاب‌تر از خبری باشد که خبرنگار رقیب در رسانه‌ای دیگر به آن می‌پردازد. اگر خبرنگار باتجربه، راهی بهتر نیابد و به زاویه‌ی دید بهتری دست نیابد، لااقل سعی می‌کند با انتخاب «تیتیر» بهتری بر غنای خبر دریافتی بیافزاید و به آن جلای تازه‌ای به‌بخشد. در چنین لحظه‌ای، بیان «خبر» از دیدگاه و زاویه‌ی دید خبرنگار خواهد بود.

□ از تکیه بر بدیهیات پرهیز کنید

هیچ مطلبی کسالت‌آورتر از بیان تکراری حقایق و بدیهیات در هنگام ارایه مطالب به مخاطبان نیست. مثلاً عموم مردم می‌دانند که افزایش تورم، گرانی اجناس را در پی دارد یا کاهش میزان بارندگی بر میزان محصولات کشاورزی و یا تولید برق توسط سدها، اثر منفی دارد نوشتن مقاله‌ای در این باره بدون توجه به جوانب مختلف موضوع، دلایل و علت‌ها، راه‌حل‌ها و... جز افتادن در دام تکیه بر بدیهیات چه حاصلی دارد؟

اگر قرار است درباره علت شکست یک تیم فوتبال در برابر رقیب تفسیری نوشته شود آیا بهتر نیست با استدلالی قوی، واقعیات تازه‌ای از دلایل شکست را پیش روی بازیکنان، مربیان و تماشاگران تیم مغلوب بگذاریم و از شکست تلخ آنان، درسی برای پیروزی در مسابقه آینده بدهیم؟

بسیاری از نویسندگان جوان تصور می‌کنند اتخاذ موضع مخالف در برابر برخی موضع‌گیری‌ها و یا اندیشه‌های موافق جامعه، برای آنان تاوان سنگینی در پی دارد. اما نویسندگان باتجربه نیک می‌دانند که بیان موضع مخالف اگر بدون تکیه بر بدیهیات و نوآوری در استدلال باشد، با استقبال عموم مخاطبان

روبه‌رو خواهد شد.

□ از کلی‌گویی پرهیز کنید

به کار هر نویسنده‌ی حرفه‌ای که بنگرید، خواهید دید که او چگونه خود را از کلی‌گویی دور نگه می‌دارد و سخنان مبهم نمی‌گوید. به مثال‌های مشخص و واضح می‌پردازد و رقم و عدد می‌دهد. تصاویرش قابل مشاهده و ملموس‌اند، بیهوده صحنه‌آرایی نمی‌کند مگر آن‌که آن صحنه برای اثبات دلایل‌اش کاربرد داشته باشد.

یک نویسنده‌ی حرفه‌ای اگر قرار باشد مطلبی درباره‌ی جوانان بنویسد، هرگز نخواهد نوشت که: «برداشت من این است که...» جوانان سرکش شده‌اند و «به نظر من» باید فکری به حال آنان کرد.

نویسنده‌ی باتجربه به شما نشان می‌دهد که جوانان، سرکش شده‌اند. نشان می‌دهد که مثلاً در شهر «الف»، سینماها را به هم ریخته‌اند در شهر «ب»، به روی چند مدیر چاقو کشیده‌اند و در شهر «ج»، مواد مخدر مصرف می‌کنند.

غالباً نویسنده‌ی حرفه‌ای به تدریج خود را به ارایه یک راه مشخص نزدیک می‌کند نه این‌که فقط به‌طور کلی از این جوانان ابراز گله و شکایت کند و به‌نالد. البته نباید در مشخص‌گویی نیز زیاده‌روی کرد. باید مواظب بود در نوشته از یک قطار لطیفه استفاده نکرد. بعضی از نویسندگان ناشی، ممکن است در این دام بیافتند.

نویسید: «اهالی شهر «الف» به دخترها یاد می‌دهند که در زندگی باوقار باشند.» بلکه بنویسید: «زندگی در شهر «الف» به دخترک یاد می‌دهد که چگونه در ضمن ریختن چای در استکان به حرف زدن ادامه به‌دهند بی‌آن‌که جای در نعلبکی بریزد.»

نویسید: «من از بعضی از آثار ادبی مردمی خیلی خوشم می‌آید.» به‌نویسید: «هروقت اشعار کارل سندبرگ، مخصوصاً، شعر درختان زرد پاییز را

می‌خوانم احساس می‌کنم که تنم داغ شده است.»

□ از آوردن حشو و زواید خودداری کنید

برخی از نویسندگان تازه کار، تصوّر می‌کنند که وقتی می‌توان به جای یک «لغت» از ده «لغت» برای بیان موضوعی در یک جمله استفاده کرد، پس بهتر است به جای آن یک «لغت»، از ده «لغت» استفاده کرد. این تصوّر باعث می‌شود تا نویسنده در گرداب هولناک حشو و زواید گرفتار شود.

دقت کنید وقتی یک نویسنده‌ی تازه کار می‌نویسد:

«به عقیده‌ی من این طور به نظر می‌رسد که سرعت در رانندگی خطرناک است.»

و یا براساس تصوّر غلطی که پیش از این گفتیم، می‌نویسد:

«هرچند که من در مسایل پیچیده تخصصی ندارم، اجازه می‌خواهم جسارتاً بگویم که به عقیده‌ی من رانندگی، در بیش تر موارد، ظاهراً از بسیاری از جهات خطرناک است» یا «به هر حال، برداشت کلی من چنین است.»

از نظر مضمون اصلی، آیا تفاوتی بین بیان مطلب دوم با ۴۰ کلمه و مطلب اول با ۱۴ کلمه می‌بینید آیا همه‌ی این حشو و زواید را بهتر نیست دور بریزیم و لبّ مطلب را در ۵ کلمه راست و ریست کنیم و بگوییم:

«سرعت در رانندگی خطرناک است.»

□ صراحت لهجه داشته باشید

تمام حشو و زوایدی که در نوشته‌های نویسندگان ناشی به چشم می‌خورد، ناشی از نگرانی آنان برای کم آوردن لغت و کوتاه شدن جملات نیست بلکه ممکن است نتیجه‌ی بی‌اعتمادی نویسنده به خودش هم باشد.

اگر با آدم احمقی سروکار دارید واقعاً او را احمق به خوانید، عبارات «به عقیده‌ی من» و «به نظرم این طور می‌رسد» یا «آن طور که به نظر می‌رسد» و

«دست‌کم آن‌طور که من می‌بینم»، هیچ فایده‌ای به حال مطلب ندارد. نباید اجازه داد چنین عباراتی که صراحت لهجه را زایل می‌کند در نوشته‌اتان راه یابد. احتیاط و کم‌رویی در نویسندگی، می‌تواند چهره‌ی خود را به انواع مختلف نشان دهد، از جمله؛ با چیزی که آن را «حسن تعبیر» می‌خوانیم. یعنی برای این‌که به کسی برنخورد، کلمه‌ی مطلوبی را برای موضوعی نه‌چندان مطلوب، به کار می‌بریم، یا مطلبی را در پرده می‌گوییم. مثلاً اگر برایمان راحت نیست که به‌گوییم «فلانی دیشب مُرد»، به جای آن می‌نویسیم: «درگذشت»، «ما را ترک کرد»، «به سرای باقی شتافت»، «به اجدادش پیوست»، «به خواب ابدی فرو رفت»، «چهره در نقاب خاک کشید» و الخ. گاهی نیز سعی می‌کنیم با کلماتی پیش‌پاافتاده و تکراری فشار را کم کنیم، مثلاً: «کَلَه پا شد»، «زرتش قم‌صور شد»، «نفس کشیدن یادش رفت»، «فِلِنگ را بست»، «ریغ رحمت را سرکشید».

از شگردهای مختلفی استفاده می‌کنیم تا مثلاً نگوییم: «فلانی دیوانه است» به جایش می‌گوییم: «نامیزان است»، «اختلال مشاعر دارد»، «آدم به خصوصی است»، «موجود عجیبی است»، «غیرعادی است»، «در آسمان‌ها سیر می‌کند»، «ضعف اعصاب دارد»، «حساس است». شاید همه‌ی این شگردهای مختلف، ناشی از تولّد علم روان‌شناسی و ظهور چنین واژه‌هایی است که برخی از نویسندگان جوان را به ورطه‌ی ابهام می‌کشاند.

باید صاف و پوست‌کنده حرف خود را زد. ممکن است با دانستن روان‌شناسی، رفتارهای شخصی و اجتماعی ما بهبود یابد، اما مطمئناً، آموزش روان‌شناسی، از ما نویسنده‌ای صریح‌اللهجه نمی‌سازد.

اگر شکسپیر، خالق «هملت»، روان‌شناسی خوانده بود، هرگز نمی‌توانست قطعه‌ی معروف «بودن یا نبودن» را به‌نویسد. لابد به جای آن می‌نوشت: «این واحد اجتماعی آیا باید دوام بیابد یا نیابد، این مسأله‌ای است مربوط به شخصیت و هویت.» اگر شکسپیر این کلمات را بر زبان هملت می‌گذاشت، آن

شاهزاده‌ی دانمارکی هرگز نمی‌توانست این شهرت تأثیری را کسب کند. کسی منکر حسن تعبیر و کاربرد آن در عبارات نیست اما آن‌چه قابل قبول نمی‌باشد، به کاربردن الفاظ سرد، کم‌زور، گنگ، دوپهلو و آکنده از ادب‌های بی‌موقع در جایی است که نیاز به قاطعیت داریم. صراحت لهجه، مخاطب را از سردرگمی می‌رهاند و پیام فرستنده را بدون ابهام و عدم قطعیت به منصه‌ی ظهور می‌رساند.

□ تکیه کلام‌های زاید را دور بریزید

در صورتی که با بررسی همه جوانب امر، اوضاع از هر لحاظ مناسب تشخیص داده شود از آوردن ترکیباتی مانند «در صورتی که بررسی جوانب امر اوضاع از هر لحاظ مثبت تشخیص داده شود» پرهیز کنید. عباراتی هستند که یکباره با هم و به تکرار به ذهن شما می‌آیند مانند «در این راستا، با توجه به این موضوع، به این ترتیب، البته واضح و مبهرن است»، و به صورت تکیه کلام درآمده‌اند. می‌توانید مطمئن باشید که این‌ها عبارات بدی هستند. این‌ها را شما خلق نکرده‌اید. افکاری پیش پا افتاده‌اند که از آش هفت جوش عمومی سر درآورده‌اند.

احتراز از این‌گونه تکیه کلام‌ها بسیار سخت و غالباً غیر ممکن است. آنها چنان به آسانی در مکالمات روزانه شما رخنه می‌کنند که قابل تشخیص نیستند و یافتن و پرهیز از آنها تقریباً غیر ممکن است. نویسنده هنگام نوشتن نه تنها نمی‌تواند آنها را تشخیص بدهد، بلکه گمان می‌کند آن قدر لازم‌مند که نمی‌توان از آنها گذشت. هیچ نویسنده‌ای نمی‌تواند خود را از تکیه کلام‌ها به طور کامل نجات بدهد. اما نویسندگان توانا بیش‌تر از نویسندگان ضعیف موفق به این کار می‌شوند. منظور ما از تکیه کلام‌ها عباراتی از این قبیل است: تا آن‌جا که به ما مربوط است، در این رابطه، در این راستا، در این رابطه و در این راستا، واقعیت آن است

که، مسلم آن است که، آنچه مسلم است آنکه، مردم دنیا باید بدانند، به هیچ وجه من الوجوه، درواقع باید گفت، لازم به یادآوریست که، یادآور می‌شود، همان‌طور که بارها درگذشته تذکر داده شده، در چشم‌برهم‌زدنی، تا آن سر دنیا، در پهنهٔ اقیانوس، در پهنهٔ دریا، به عظمت تمامی عالم، بارها و بارها، صدا بته، پیشرفت هرچه بیش‌تر کار زیر پوشش، تحت نام، به اصطلاح آزادیخواهی، به اصطلاح این، به اصطلاح آن، مطالب آن‌چنانی، با تمام قوا، روش صحیح. مانند هر ترکیب دیگری این‌ها نیز زمانی زور داشتند و کارآمد و مؤثر بودند. اما امروز فقط در صورتی می‌توانیم از آنها استفاده کنیم که هیچ چیز دیگری به فکرمان نرسد.

بعضی از این تکیه‌کلام‌ها مانند دیواری مابین نویسنده و فکر او می‌ایستند. بسیاری از عبارات هست که برای سیاستمداران عزیز است: این سرزمین بزرگ ما. مردم عادی کوچه و خیابان، میراث ملی ما. با این‌گونه تکیه‌کلام‌ها ممکن است سیاستمداری، میهن دوستی خود را نشان دهد یا مثلاً گرایشهای سیاسی خود را به این یا آن طرف ثابت کند. اما درواقع این کلمات به گزارش یا مقاله‌ای که می‌خواهیم بنویسیم، چیزی جز مشتی لغات و الفاظ اضافه نمی‌کند.

□ کلمات رنگین

نویسنده چون معماری است که با کلماتش ساختمان می‌سازد. درواقع مصالح او کلمه و لفظ است. اما هیچ معماری با مصالحی چنین لغزنده و گمراه‌کننده چون الفاظ سروکار ندارد. کار نویسنده آنست که دائماً دنبال واژهٔ درست بگردد و آن‌را در جمله درست به کار ببرد. درست همان واژه‌ای که مقصود او را دقیقاً بیان می‌کند. نویسنده، واژه‌ای که به کار می‌برد باید بتواند منظور او را به خوانندگان القا، یا آنان را متعجب کند. البته هیچ نویسنده‌ای

نیست که قبول داشته باشد تمام آن چه را می‌خواسته، عیناً و کلمه به کلمه یافته است. گاهی فکر می‌کند که چندان موفقیتی نداشته است. اما گاهی هم می‌بیند همان موفقیتی که به دست آورده، به زحمتش می‌ارزیده است.

کتابی که در آن قاعده‌ی معینی برای این امر نوشته شده باشد، وجود ندارد. تنها راه توفیق در این راه، آنست که شخص تا آن جا که می‌تواند تمرین و آزمایش کند. این تمرین‌ها و آزمایش‌ها تا آخر عمر طول می‌کشد و تمام نمی‌شود ولی بر تجربه و تبخّر انسان در نویسندگی، می‌افزاید. البته چند کلمه‌ای تحت عنوان راهنمایی در انتخاب واژه یا کلمه‌ی صحیح و دقیق می‌توان گفت، اما این راهنمایی‌ها از تعداد انگشتان دست تجاوز نمی‌کنند و حرف آخر را هم نمی‌زنند. بعضی از کلمات هستند که ما آن‌ها را کلمات «رنگین» می‌خوانیم، یعنی این که انتخاب آن‌ها به گونه‌ای بوده است تا تصویری به دست دهند که احساسات خواننده را برانگیزند و او را تحت تأثیر قرار دهند. آن‌ها به جای این که زک و راست باشند، آرایش شده‌اند. به جای این که کلی باشند، مشخص هستند. به جای این که آرام باشند، صدای بلندی دارند. بنابراین، به جای این که به نویسیم «قلبش می‌زد»، مثلاً می‌نویسیم: قلبش درون سینه می‌کوبید، چنان می‌تپید که به رقص درآمده بود. پَرپَر می‌زد. به جای این که به نویسیم «روی صندلی نشست»، می‌نویسیم: خودش را روی صندلی انداخت، پهن کرد، رها کرد، تن خسته‌اش را به صندلی سپرد. به جای این که به نویسیم «هوا خیلی گرم بود»، می‌توانیم به نویسیم: هرم آفتاب بیداد می‌کرد، از آسمان آتش می‌بارید، هوا گرم و سوزان بود، گرمای هوا آزاردهنده بود، هوای تف کرده، خفه می‌کرد، داغی هوا تن را تازیان می‌زد.

اما نباید تصوّر کرد که همیشه باید از کلمات جالب و ابتکار استفاده کرد، زیرا غالباً بهتر است همان «قلبش می‌زد»، یا «هوا خیلی گرم بود» را به نویسیم. در دوران‌ها و اعصار متفاوت، نوعی نثر یا شیوه نگارش رایج می‌شوند.

نویسندگان قرن نوزدهم، دوست داشتند که کلمات پرمایه و پرآب و تاب انتخاب کنند. در قرن بیستم، نویسندگان معمولاً کلمات سردتر را انتخاب می‌کنند. نویسنده‌ی قرن بیستم، مانند همه‌ی نویسندگان اعصار گوناگون، همیشه در جست‌وجوی کلمات دقیق و مشخص و صریح است. اما در عین حال، از آن هم می‌ترسد که مبدا نثر، حالتی تب‌آلود پیدا کند. بنابراین، سعی می‌کند که اندکی به نثر خود ملایمت بدهد و سبک‌تر به‌نویسد و حتّاً سعی می‌کند احساساتی نشود. این راه هم می‌داند که اگر در نثر خود بیش از اندازه لغات رنگین بکارد، خواننده کم‌کم به خنده می‌افتد، چون نثر خنده‌دار می‌شود.

□ کلمات رنگ‌آمیزی شده

بعضی از لغات هستند که ما آن‌ها را لغات رنگین نمی‌خوانیم، بلکه «لغات رنگ‌آمیزی شده» می‌نامیم. این‌ها کلماتی هستند که از آن‌ها عبارهای ارزشی مانند بد و خوب درمی‌آید. همه‌ی کلمات - شاید به استثنای کلمات ساختمانی - به هر حال تداعی‌هایی می‌کنند.

قبلاً هم گفتیم که معنی واژه مجموعه‌ای است از متنی که واژه در آن اتفاق می‌افتد. وقتی ما واژه‌ای را می‌شنویم، طنین اوضاع و احوالی که دفعه قبل آن واژه را شنیده بودیم، نیز در درون ما به صدا درمی‌آید و با استفاده از معنی جمله و عبارت به معنی واژه‌ها دست می‌یابیم. در بعضی از واژه‌ها، این طنین‌ها آشکارند، مثلاً در واژه‌ی مادر که برای بیش‌تر مردم طینتی خوش دارد. وقتی کلمه‌ی «مادر» را می‌شنویم، احتمالاً خانه، منزل، امنیّت، عشق، غذا و چیزهای خوشایند و دلپسند به ذهن مان متبادر می‌شود. وقتی کسی می‌نویسد، «او برای من چون مادر بود»، این جمله و واژه‌ی مادر، عواطفی را به یاد می‌آورد که با شنیدن «او برای من مانند خاله بود»، به دست نمی‌آید. در فن تبلیغات از تداعی واژه‌ی مادر در ارائه‌ی محصولی که می‌خواهند به فروشند، استفاده

می‌کنند. سیاستمدار وقتی می‌خواهد درباره‌ی خودش حرف بزند، از این واژه استفاده می‌کند.

علاوه بر این‌ها از واژه‌هایی چون خانه، آزادی، کنار آتش، رضایت، محله، ملایمت، مهربانی، محبت، فداکاری، معصومیتِ کودکان، مردانگی، زلال، صاف و مانند این‌ها احساساتی به انسان دست می‌دهد. همه‌ی این‌ها، با مفاهیمی تداعی دارند که بیان آنها در یک تعریف مستقیم و مختصر و دقیق دشوار است. وقتی می‌نویسیم «آنان دور آتش جمع شده بودند»، مفهومی در ذهن ما تداعی می‌شود، که با مفهوم «آنان دور بخاری جمع شده بودند» تفاوت دارد. ممکن است در هر دو حال کسانی که نشسته بودند به یک اندازه گرم و خوشحال و خوشبخت بودند. اما «کنار آتش»، احساس فراغت، وقار، لطف، و آداب آشنا و جای دنج و همراهی و اتحاد و رفاقت را هم می‌رساند، که بخاری نمی‌رساند.

برخلاف این‌ها، برخی لغات هستند که از آن‌ها ناراحتی تداعی می‌شود. همان‌طور که از «مادر» مجموعه‌ای از چیزهای خوب تداعی می‌شود، از زن‌بایا یا نامادری احساسی نامطلوب به ذهن متبادر می‌شود. با توجه به این‌که بسیاری از نامادری‌ها موجودات مهربانی هستند. مادران اگر فرزندان خود را تنبیه بدنی کنند، این امر در دیده‌ی مردم، تربیت تلقی می‌شود ولی اگر نامادری این کار را انجام دهد، آن را شکنجه و آزار می‌نامند. در هر حال این امر، یک واقعیت است، ولی، موضوع تداعی در ذهن اشخاص چیز دیگری است. موضوع این است که مادر، آهنگ خوشی دارد که نامادری ندارد.

واژه‌ی روشنفکر را در نظر بگیرید. این لغت، ظاهراً مؤدبانه، و حتّاً تعارف‌آمیز به نظر می‌رسد. اما ممکن است در مواردی دیگر این‌طور نباشد. گاهی از این لغت مفاهیمی چون دوربودن از واقع‌بینی و افراد جامعه، غیرعلمی بودن، و درمجموع، خیالاتی بودن تداعی می‌شود، و خاطره‌ی

انسان‌هایی را که در عالم «هپروت» سیر می‌کنند، زنده می‌گردد. واژه‌هایی مانند: لیبرال، کمونیست، سوسیالیست، سرمایه‌دار، تندرو، رادیکال، معلم‌مآب، راننده‌ی کامیون، دلال، قصاب، کارچاق‌کن، چاروادار [چهارپادار]، گاری‌چی، خُرده بورژوا، کاسب‌کار، دوره‌گرد، مزدور و سفته‌باز تأثیر ناخوش‌آیندی در ذهن ما دارند. در صورتی که این واژه‌ها، هیچ‌کدام توهین‌آمیز نیست و هر کدام در جای خود، معنای خاص خود را دارند. ولی اگر در جای خود قرار نگیرند، توهین و تحقیر را القا می‌کنند.

آیا در هنگام نوشتن باید از این‌گونه واژه‌ها استفاده کرد یا نه؟ این بستگی به متنی دارد که می‌خواهیم به‌نویسیم. دانشمندان و محققان می‌کوشند از این‌گونه لغات پرهیز کنند. شعرا، آگاهی‌نویسان، سخنوران و مقاله‌نویسان احساس می‌کنند که بدون این کلمات، لال هستند. این کلمات، ابزار و مصالح اولیه‌ی آنان به‌شمار می‌روند. اما، به هر حال، هر نویسنده‌ای باید مراقب باشد و بداند که این کلمات را می‌تواند فقط در جای خودش استفاده کند. یک نفر لیبرال، کمونیست یا سوسیالیست، در هر حال - چه با افکارش موافق باشیم چه نباشیم - او را به عنوان یک متفکر می‌شناسیم ولی اگر در مقاله‌ای به‌نویسیم: «هرکس که این‌طور فکر کند، چیزی بیش از یک سوسیالیست (یا کمونیست، یا کاپیتالیست) نیست»، در واقع چیزی نگفته‌اید جز این که فهمانده‌اید که شما چنین آدم‌هایی را دوست ندارید. چنین کلماتی فقط به درد ناشی‌ترین خوانندگان می‌خورند. اشتباه بزرگی است که خوانندگان خود را ساده‌لوح‌تر از آن‌چه که واقعاً هستند به‌پندارید.

□ واژه‌های بی‌رنگ

اما شاید آن‌چه دانشجویان و دانش‌آموزان را به هنگام نوشتن اذیت کند زحمت می‌اندازد، نه لغت‌های رنگین است، نه لغت‌های رنگ‌آمیزی شده،

بلکه واژه‌هایی است که اصلاً رنگ ندارند. یکی از این واژه‌ها، واژه‌ی «خوب» است. این از آن لغت‌هایی است که در محاوره‌های عادی بسیار دشوار است که از آن صرف‌نظر کنیم. اما در هنگام نوشتن، نمی‌توانیم از این لغت چندان استفاده کنیم. لغت‌های بی‌رنگ واژه‌هایی هستند که معنای آن‌ها آن‌قدر کلی است که در یک جمله‌ی معین، تقریباً هیچ چیزی به موضوع اضافه نمی‌کنند، صفت‌هایی هستند که در زبان عوام به کار می‌روند، مانند: «شیرین کاشت»، «لو داد»، «مچل شد»، «قلفتی در رفت»، ممکن است روزی در زبان نوشته، یا به اصطلاح در «لفظ قلم» آن‌قدر به افراط به کار روند که جایگاه اولیه‌ی خود را از دست بدهند. در این صورت این نوع تعبیرهای عامیانه به زودی خواهند مُرد.

همین وضع، در مورد اسم هم وجود دارد. اسم‌هایی هستند که معانی کلی و گسترده دارند، مانند: اوضاع و احوال، شرایط، موارد، جنبه‌ها، رابطه، نتایج بررسی، به‌طور کلی، رضایت‌بخش، مناسب، به‌طور صحیح از این‌گونه اسامی باید تا آنجا که می‌توانید دوری کنید. در بیشتر اوضاع و احوال خودتان مشاهده خواهید کرد که در این شرایط باید موارد، جنبه‌ها و عواملی را در نظر داشت، زیرا اگر بدون ملاحظه از واژه‌های بی‌رنگ استفاده کنیم، موجب آن خواهد شد که خواننده عکس‌العمل مناسب و به‌طور صحیح نشان ندهد. وقتی کلمه‌ای مانند «و غیره» را می‌نویسید، در واقع به خواننده می‌فهمانید که می‌خواسته‌اید مطالب بالا بلند بیش‌تری در این باره بنویسید اما متأسفانه چیزی بیش از آن‌چه نوشته‌اید به خاطر تان نیامده است.^۱

۱- بخش‌هایی از مطلب «ساده‌نویسی» تقریرات نویسنده در کلاس‌های بازآموزی روزنامه‌نگاری، روزنامه ابرار در سال ۱۳۶۵ است که توسط آقای علیرضا فرهمند روزنامه‌نگار با تجربه تدریس می‌شد. از علیرضا فرهمند کتاب ریشه‌ها اثر آلکس هیلی ترجمه و در سال ۱۳۵۷ توسط شرکت کتاب‌های جیبی منتشر شده است.



آشنایی با سبک نگارش همینگوی^۱، مارکز، تام ولف^۲ (روزنامه‌نگاران معاصر)

غلام آن کلماتم که آتش افروزد
نه آب سرد زند از سخن بر آتش تیز
حافظ شیرازی

۱- سبک نگارش همینگوی

مخالفان «ارنست همینگوی» نویسنده معروف آمریکایی می‌گفتند: او نثری «روزنامه‌ای» دارد و آثارش را به دور می‌افکنند. آنان معتقد بودند این نثر از زمان نوشتن مقاله‌هایش در دوران تقریباً نوجوانی، بر او وصله خورده

1- Ernest Hemingway نویسنده و روزنامه‌نگار آمریکایی

2- Tom Wolf نویسنده و روزنامه‌نگار آمریکایی

است.^۱

در دهه دوم قرن بیستم میلادی «ارنست همینگوی» با روزنامه «استار»^۲ در شهر «کانزاس سیتی» همکاری می‌کرد و در همان‌جا بود که «حرفه‌ی» نوشتن مطبوعاتی را آموخت:

«اگرچه بعدها با انزجار منکر شد که «حرفه‌ی» نوشتن را با پرسش‌های بی‌شمار از همکاران با سابقه‌تر «استار» یاد گرفته است که بر کتاب قواعدی که توسط «سی. جی. ولینگتن»^۳، ملقب به «پیت»^۴ معاون مدیر که صاحب سبک روزنامه محسوب می‌شد، تکیه می‌کردند. اصول اساسی ولینگتن دقت و خوانایی بود، همینگوی، گرچه فقط هفت ماه در «استار» ماند، اما در تمام دوران نویسندگی هرگز از این دو اصل دوری نکرد».^۵

قواعد دیگری هم بود که همینگوی برای رعایت سبک نگارش روزنامه‌ای رعایت می‌کرد.

صرف‌نظر از «دقت» و «خوانایی»، قواعد زیاد بودند. مثلاً قاعده سوم می‌گفت: «هرگز اصطلاحات عامیانه‌ی کهنه را به کار نگیرید... اصطلاح عامیانه برای این که مورد پسند افتد، باید تازه باشد». قاعده‌ی دیگری می‌گفت: «از به کاربردن صفت اجتناب کنید، مخصوصاً صفت‌هایی مثل باشکوه، رؤیایی، عظیم، عالی و از این قبیل» (شاید این قاعده‌ی آخر پایه‌ای برای کوتاه‌بودن جمله‌های همینگوی شد).

شک نیست که یکی از آموزش‌های «ولینگتن» که براساس «زبان انگلیسی از طریق اجمال به سادگی می‌رسد» همیشه به عنوان پایه‌ای در اعتقاد ادبی

۱- ر. ک: فرناندایو وائو، همینگوی، مترجم رضا قیصریه، تهران: نشر نقره، ۱۳۶۸، ص ۲۴.

2- Daily Star

3- C.G. Wellington

4- Pete

۵- همان، ص ۱۱۲.

آشنایی با سبک نگارش همینگوی، مارکز، تام ولف / ۶۵

همینگوی باقی ماند و بعدها با راهنمایی «گرترود استاین»^۱ تقویت شد: نویسنده در مصاحبه‌ای گفته بود که در طول هفت ماه کار در «استار»، سعی کرده است که «چیزهای ساده را به طرزی ساده بگوید».^۲

این جمله‌ی ارنست همینگوی برای نویسندگانی که می‌خواهند در روزنامه‌ها مطلب به‌نویسند بسیار آموزنده است او می‌گفت:

«برای یادگیری نوشتن، باید نوشت. و در هر حال باید تنها چیزهایی را نوشت که مستقیماً در تجربه‌های شخصی شناخته شده‌اند».^۳

همینگوی مدت‌ها از اصولی که در «استار» کاتزاس سیتی آموخته بود متأثر بود و به همان سبک می‌نوشت:

«همینگوی تمام سعی خود را می‌کرد تا جمله‌های «واقعی» به‌نویسد، تا آن اندازه واقعی که در قدرت تخیلش است... استحکام، صراحت، دقت، از همان وقت جزو اهدافش به عنوان نویسنده بودند».^۴

فرناندا پی وانو^۵ در معرفی سبک نگارش همینگوی می‌نویسد:

«شک نیست که روانی، صراحت و سادگی سبک، همیشه اندوخته‌ی همینگوی بود و از کیفیت کارش در دوران گزارش نویسی‌اش در مطبوعات - که بین سال‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۲۴ بود - تکامل یافتند».^۶ با وجود آن‌که «استاین»^۷ و «پاوند»^۸ - دوتن از نویسندگان و شاعران معروف که از دوستان همینگوی بودند -، او را به دوری از سبک نگارش روزنامه‌ای فرا

1- Gertrude Stein

۲- همان-ص ۱۱۳. ۳- همان-ص ۱۳۷. ۴- همان-ص ۹۹.

5- Fernanda Pivano

۶- همان-ص ۱۱۷.

7- Gertrude Stein. نویسنده آمریکایی مقیم پاریس.

8- Ezra Pound شاعر آمریکایی

می‌خواندند و می‌خواستند که نویسنده‌ی خیلی جوان را از قید زبان «روزنامه‌وار» آزاد کنند. زیرا سبکش شدیداً، متأثر از «کانزاس سیتی استار» بود. اما وضع فرقی نکرد.

«همینگوی درست مثل زمان جنگ در ایتالیا، همه چیز را با دید خبرنگاری که در امر کارآموزی روزنامه‌نگارانه‌اش ورزیده شده است، می‌دید؛ دیدی بود که چیزی را از نظر نمی‌انداخت و چیزی را فراموش نمی‌کرد تا بعد منظره‌ی آن را از صافی هیجان‌ها و برداشت‌های ذهنی بگذرانند و در تصاویر و زمینه‌ها بی‌آن‌که تکرار بشوند، به کلمات دریاورد.»^۱

این دید همینگوی، دیدی که «چیزی را از نظر نمی‌انداخت»، دید یک فرد خلّاق است زیرا: «افراد خلّاق، بخش عمده‌ای از وقت خود را صرف توجه دقیق به اطراف خود می‌کنند و از این طریق، سوژه‌های جدیدی برای فکر کردن پیدا می‌کنند.»^۲

علاوه بر این:

«افراد خلّاق در یکی کردن «تفکر کلامی» با تفکر بصری (کرشنر ولجر ۱۹۵۸) و تفکر منطقی و مبتنی بر واقعیت با تفکر غیرمنطقی و تخیلی (سالتر ۱۹۸۰) سرآمدتر از افراد غیرخلّاق هستند.»^۳

۲- سبک نگارش «گابریل گارسیا مارکز»

ریفاتر^۴ می‌گوید:

«عامل اساسی در تشخیص سبک «بافت سخن» است. به عقیده او

۱- همان-ص ۱۱۷.

۲- حسین زارعی، «افراد خلّاق چه ویژگی‌هایی دارند؟» در روزنامه همشهری چهارشنبه ۲۲ تیر

۱۳۷۹، ش ۲۱۶۴ ص ۱۲. ۳- همان-ص ۱۲.

۴- M. Riffaterre سبک‌شناس و استاد دانشگاه کلمبیا

تنها همان اندازه پدیده سبکی هست که «انتظار ناکام» وجود داشته باد. اما این انتظار هر بار به گونه دیگری فراهم آورده شود.^۱

یکی از راه‌های شناخت سبک‌های ادبی، مقایسه آن با سبک نگارش در مطبوعات است که به آن «زبان معیار» نیز می‌گویند. زیرا در زبان معیار، سادگی، صراحت و تازگی جریان دارد و زبان رایج در میان مردم یک جامعه یا ملت است. سبک نگارش در مطبوعات، نگارش واقعیت‌هاست، هرچند در برخی مواقع به دلیل غیر مترقبه بودن چنین وقایعی، ممکن است آن‌ها را پرورده‌ی تخیل نویسنده بدانیم. گابریل گارسیا مارکز نویسنده معروف کلمبیایی و روزنامه‌نگار معروف آمریکای لاتین در این باره می‌نویسد:

«در آمریکای لاتین و منطقه‌ی کاراییب، هنرمندان نیاز چندانی به ابداع یا جعل داستان ندارد، برعکس، مشکل آنان، در حقیقت همیشه این بوده است که چگونه واقعیات زندگی را باورپذیرتر جلوه دهند.»^۲

گابریل گارسیا مارکز درباره تکنیک‌های روایی در گزارش مطبوعاتی می‌نویسد:

«سبک کارگی تالس^۳، نورمن میلر^۴ و ترومن کاپوت^۵ را تحسین می‌کند که ژورنالیسم نو را در پیش گرفته‌اند. «تنها جنبه ادبی ژورنالیسم نو، سبک ادبی آن است. ابتکار ادبی زمانی مجاز است که باورپذیر باشد و با واقعیت‌های قابل اثبات تطبیق کند.»^۶

۱- دکتر محمد تقی غیائی، درآمدی بر سبک‌شناسی ساختاری تهران: انتشارات شعله‌اندیشه، ۱۳۶۸، ص ۱۱۵.

۲- گابریل گارسیا مارکز، «واقعیت باور نکردنی در آمریکای لاتین»، مترجم صفدر تقی‌زاده، در کتاب سخن مجموعه مقالات، چاپ دوم تهران: انتشارات علمی، ۱۳۶۶، ص ۲.

3- Talles

4- Miller

5- Capott

۶- سیلوانا پاترنو سترو، «سه روز با گابو»، مترجم مزده دقیقی، در ماهنامه جهان کتاب سال دوم، شماره یازدهم و دوازدهم، خردادماه ۱۳۷۶، ص ۲۳.

این تعریف مارکز آدم را بی‌اختیار به یاد تعریف رایج روزنامه‌نگاران از «خبر» می‌اندازد که خبر، گزارشی از یک واقعه است. پس نمی‌توان درباره واقعه‌ای که رخ نداده است، چیزی در روزنامه به عنوان خبر نوشت. «داستان» مرز واقعیت و تخیل را در هم می‌ریزد و خبر، مرز بین این دو را کاملاً مشخص می‌کند. مارکز در باره رعایت سبک نگارش مطبوعاتی در یکی از کتاب‌هایش گزارش یک آدم‌ربایی که با نوشتن آن می‌خواست به روزنامه‌نگاری بازگردد، می‌گوید:

«می‌خواستم به‌بینم آیا هنوز هم می‌توانم مثل روزنامه‌نگاران به‌نویسم. این، دشوارترین کتابی بود که تا به حال نوشته‌ام. نوشتن داستان خیلی آسان‌تر است؛ در این کار مهارت دارم و همه چیز را کنترل می‌کنم. اما این کتاب گویی برای روزنامه نوشته شده است. من این کتاب را بدون استفاده از توصیف ادبی یا استعاره نوشتم، ورزش مفیدی بود.»^۱

براساس گفته‌های مارکز که هم رمان‌نویسی را تجربه کرده و جایزه نوبل ادبی را به‌خاطر نوشتن رمان «صد سال تنهایی» نصیب خود کرده است و هم از روزنامه‌نگاران مشهور کلمبیا و آمریکای لاتین به حساب می‌آید، می‌توان گفت که در سبک روزنامه‌نگاری، باید از توصیف ادبی و استعاره خودداری کرد.

۳- تام ولف^۲ و روزنامه‌نگاری نوین

«تام ولف» روزنامه‌نگار و نویسنده معروف آمریکایی که سبک روزنامه‌نگاری نوین را در آمریکا پی‌ریزی کرده است به عنوان یک رمان‌نویس درباره سبک نوشتن خود می‌گوید:

«من صرفاً یک وقایع‌نگارم. من به کشف کردن و نوشتن در مورد

کشفیاتم عشق می‌ورزم».^۱

تام ولف طلایه‌دار نوعی روزنامه‌نگاری است که ویژگی برجسته‌اش ارایه تصاویر جاندار و ملموس از واقعیت و موشکافی صریح شخصیت‌هاست. او در برابر منتقدانش که وقایع‌نگاری او را بدبینانه می‌خواندند، به دفاع پرداخت و گفت:

«اگر به درستی اثر من شک دارید، بروید و کاری را که من کردم بکنید. از پيله‌ی آپارتمان و تاکسی خود بیرون بروید و به اطراف نگاه کنید، یادداشت بردارید و بعد بیایید یادداشت‌ها را مقایسه کنیم. شرط می‌بندم تصویر شما از نیویورک چندان تفاوتی با تصویر من نداشته باشد».^۲

این گفته‌ی تام ولف چه قدر به این توصیه «مارکز» نزدیک است که در سال ۱۹۹۴، برای خبرنگاران گفت:

«روزنامه‌نگارها بهتر است به جای گله و شکایت بروند بیرون و توی خیابان دنبال خبر بگردند و توقع نداشته باشند، خبرها را در سینی نقره، دو دستی تقدیمشان کنند. اگر رئیس‌جمهوران در دسترس نیستند، روزنامه‌نگار خوب به هر تقدیر خبری پیدا می‌کند».^۳

عنصر واقعیت و پیوند آن با خبر و گزارش در مطبوعات، عنصری تعیین‌کننده در سبک نگارش مطبوعاتی است، این عنصر، نویسنده را در سالن تحریریه روزنامه از خیال‌پردازی دور می‌کند و او را مضطربانه به تماشای واقعیت‌ها می‌کشانند تا تصویری از آن را به هزاران خواننده روزنامه ارایه کند.

۱- بونی آنجلو، «تام ولف رمان‌نویسی وقایع‌نگار»، مترجم مهوش غلامی، در کیهان فرهنگی سال شش شماره ۴، تیر ۱۳۶۸، ص ۳۳.

۲- همان، ص ۳۳.

۳- سیلوانا پاترنوسترو، «سه روز با گابو»، ص ۲۵.

□ ویژگی‌های سبک روزنامه‌نگاری نوین

تام ولف، روش گزارشگری جدید و سبک جدیدی را در دهه‌ی ۱۹۶۰، با مجله امریکایی «اسکوایر»^۱ پی ریخت. به همین دلیل او را پیشگام روزنامه‌نگاری نوین می‌دانند، وی روزنامه‌نگاری نوین را به عنوان؛ «... کاربرد مجموعه تکنیک‌های نگارشی معمول در داستان‌های تخیلی بلند و کوتاه، برای بیان رویدادهای واقعی، در جهت آمیزه‌ی واحدی از واقعیت عینی روزنامه‌نگاری و واقعیت ذهنی مورد نظر در داستان‌نویسی...» تعریف نمود و ویژگی‌های این نوع روزنامه‌نگاری را در چهار زمینه به ترتیب زیر معرفی کرد:

۱- توجه به شخصیت فردی

روزنامه‌نگار باید به شناخت فرد یا افرادی که در رویدادها مداخله دارند، توجه خاص معطوف سازد. به همین جهت باید با مصاحبه‌های پیاپی، احساسات و اندیشه‌های آن‌ها در زمان وقوع رویدادها را به خوبی بشناسد و به‌طور کلی با جوهر شخصیت آنان آشنا شود و آن‌ها را به‌طور دقیق توصیف نماید.

۲- بیان جزئیات نمادین

تمام خصوصیات ظاهری فرد یا افراد مورد نظر در رویدادها و از آن جمله، طرز لباس پوشیدن، حرکات، عادات، شیوه‌های غذا خوردن، راه رفتن و مشخصات محل زندگی آنان، باید از سوی روزنامه‌نگار تشریح شود.

۳- گفت و شنود وسیع

روزنامه‌نگار، برای شناخت ویژگی شخصیتی فرد یا افراد مؤثر در

رویدادها باید به کار برد گسترده‌ی گفت‌و‌شنودها توجه داشته باشد و آن‌ها را عیناً و به‌طور مستقیم از قول مصاحبه‌شوندگان، نقل کند.

۴- توصیف صحنه به صحنه

نگارش جریان رویدادها باید به صورتی انجام گیرد که صحنه‌های مختلف آن‌ها دقیقاً به شکل معمول در داستان‌های تخیلی، توصیف گردد. به گونه‌ای که از یک صحنه، به صحنه‌ی دیگر پرداخته شود و حتی الامکان از بیان تاریخی و غیرمستقیم رویدادها خودداری به عمل می‌آورد.^۱

□ نگارش حرفه‌ای را رعایت کنیم

روزنامه کیهان که یکی از قدیمی‌ترین روزنامه‌های تهران است روز چهارشنبه ۲ شهریور ۱۳۷۹ در صفحه‌ی ۲، در ستون ویژه و کنار این ستون، چند خبر را منتشر کرد که به دلیل عدم رعایت نگارش حرفه‌ای جای بحث و بررسی دارد.

در اولین خبر اخبار ویژه که پُر خواننده‌ترین ستون‌های خبری این روزنامه شمرده می‌شود، خبری با تیتَر «رأی‌گیری درباره قرائت‌های مختلف از دین» آمده است:

«عباس عبدی سناریوی اصلاح‌طلبان مجلس در استفاده‌ی ابزاری از اعتبارنامه حجت‌الاسلام محتشمی و حدادعادل برای تعارض آشکار بانظر شورای نگهبان درباره انتخابات تهران را تأیید کرد.

وی که در ششمین اردوی سراسری جامعه اسلامی دانشجویان سراسر کشور سخن می‌گفت همچنین درباره سخنان اخیر آغاچری

۱- دکتر کاظم معتمدنژاد با همکاری دکتر ابوالقاسم منصفی، روزنامه‌نگاری با فصلی جدید در بازنگری روزنامه‌نگاری معاصر، چاپ سوم، تهران: مرکز نشر سپهر، ۱۳۶۸، صص ۴۹۵-۴۹۴.

درباره دین گفت: هر کس باید درک خود را از دین به جامعه ارائه کند تا مردم هر کدام را خواستند، انتخاب کنند!

وی تأکید کرد: خاتمی هیچگاه مبلغ اندیشه دینی رسمی نبوده است.

عبدی افزود: روحانیت هنوز حرف اول را در کشور می‌زند و اگر جامعه آزاد هم باشد باز هم روحانیت حرف اول را خواهد زد ولی اگر مردم تحت زور و اجبار باشند حتی اگر پیغمبر هم بیاید مردم قبولش نمی‌کنند!

وی بالاخره مشخص نکرد که در حال حاضر جامعه آزاد است یا خیر. و اگر آزاد نیست پس چه‌طور روحانیت حرف اول را می‌زند و اگر هست پس دیگر چه نیازی به شعارهای آزادیخواهانه است؟! »

در خبر دیگری در همین صفحه با تیترو: «سازمان هواپیمایی کشوری: هیچ اطلاعی از سرنوشت دو خلبان ایرانی نداریم.» آمده است:

«سازمان هواپیمایی کشوری اعلام کرد هنوز هیچ اطلاعاتی از سرنوشت خلبان و کمک خلبان هلی کوپتر بل ۴۱۲، ندارد.

گزارشگر کیهان ساعت ۱۱ امروز به منظور کسب آخرین اطلاعات از موقعیت خلبان و کمک خلبان هلی کوپتر سانحه دیده در خلیج فارس، با روابط عمومی سازمان هواپیمایی کشوری تماس گرفت. یک مقام روابط عمومی گفت: سازمان هواپیمایی کشوری از سرنوشت دو خلبان مفقود شده ایرانی در حادثه سقوط هلی کوپتر در خلیج فارس اطلاعات جدیدی ندارد و به محض وصول خبر جدید و کسب موردی در این زمینه آنرا در اختیار کیهان خواهیم گذاشت.

«ادیبی» گفت: تیم کارشناسی سانحه از سوی معاونت استاندار و سازمان در حال بررسی و تحقیق است که علت بروز حادثه را پیدا کند.

اکنون به بررسی لید (مقدمه) خبر اول می‌پردازیم:

«عباس عبدی سناریوی اصلاح‌طلبان مجلس در استفاده ابزاری از

اعتبارنامه حجت‌الاسلام محتشمی و حداد عادل برای تعارض آشکار با نظر شورای نگهبان درباره انتخابات تهران را تأیید کرد».

از فاعل جمله «عباس عبدی» تا فعل «کرد» دقیقاً ۲۸ کلمه جای گرفته است به نحوی که وقتی خواننده به فعل تأیید کرد می‌رسد فراموش می‌کند «چه کسی» و «چه چیزی» را تأکید کرده است.

یعنی در واقع، نهاد و گزاره در ذهن خواننده گم می‌شوند. در این تقسیم‌بندی، «گزاره» به دو جزء اصلی و غیر اصلی تقسیم می‌شود که جزء اصلی آن «فعل» است.

مشکل آن جاست که جمله‌ها همیشه از ارکان، یعنی اجزای اصلی جمله ساخته نمی‌شوند بلکه ممکن است غیر از مسندالیه و رابطه اجزای دیگری نیز در جمله شرکت کنند. این اجزا را در اصطلاح دستور زبان «وابسته‌ها» یا «متعلقات» جمله می‌نامند. وابسته‌ها، اجزای غیر اصلی جمله به حساب می‌آیند و برخلاف ارکان، شرکت آن‌ها در همه‌ی جمله‌ها ضرورت ندارد. متعلقات جمله عبارتند از: مفعول بیواسطه، مفعول با واسطه و قید.^۱

بی‌آن‌که وارد بحث ترتیب متعلقات در جمله شویم یادآور می‌شود که در برخی موارد استعارات و صفات هم جزو متعلقات جمله هستند که اگر آن‌ها را حذف کنیم معنی جمله چندان تغییری نخواهد کرد.

در همین روزنامه‌ی کیهان و در همین صفحه، دیدیم خبری با تیتراژ «سازمان هواپیمایی کشوری: هیچ اطلاعی از سرنوشت دو خلبان ایرانی نداریم» منتشر شده است که در لید آن آمده: «سازمان هواپیمایی اعلام کرد هنوز هیچ اطلاعی از سرنوشت خلبان و کمک خلبان هلی کوپتر بل ۴۱۲ ندارد.» همان‌گونه که مشاهده می‌شود بین فاعل و فعل جمله اول هیچ‌گونه متعلقاتی مشاهده

۱- ر.ک: حسین عماد افشار، دستور و ساختمان زبان فارسی، تهران: مؤلف، ۱۳۶۴، صص ۲۱۸-۲۱۷.

نمی‌شود و در جمله دوم نیز هیچ کلمه‌ای زاید و غیر خبری دیده نمی‌شود. تفاوت این دو خبر و خبرهای دیگر را شما بررسی کنید. این بررسی را می‌توانید هنگام خواندن خبرها و مطالب خبری روزنامه‌های دیگر هم ادامه دهید.

روزنامه‌نگاران حرفه‌ای، ساده‌نویسی، صراحت و ایجاز غیر مخمل را در سبک نگارش خود رعایت می‌کنند زیرا خوانندگان روزنامه و نشریه‌های هفتگی بیش‌تر طالب نگارش حرفه‌ای هستند. پس بیاییم سبک نگارش حرفه‌ای را در مطبوعات رعایت کنیم.

ویراستاران خبر، معمولاً در ویرایش مطالب خبری سعی می‌کنند نویسنده‌های غیر حرفه‌ای را از موارد زیر بر حذر دارند:

«۱- جملات درهم و شلوغ و جملات وارونه و مقلوب.

۲- به کار بردن بیش از اندازه صفات.

۳- اطناب کلام و شاخ و برگ دادن و طول و تفصیل.

۴- به کار بردن عبارت مبتذل.

۵- جملات بریده و مقطع بودن فعل بدون رعایت قرینه و عدم رعایت قواعد دستور زبان»^۱

۱- حسین قندی، ویراستاری و مدیریت اخبار، | پلی‌کپی | تهران: انتشارات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، | بی تا |، صص ۵-۶.



نثر ژورنالیستی از ابهام تا واقعیت^۱

بسیج سخن گفتن آن‌گاه کن
که دانی که درکار گیرد سُخُن
سعدی شیرازی

«اگر بنا باشد که خواننده منظور نویسنده را دریابد، نویسنده نیز باید نیاز خواننده را درک کند.»
(جورج دی‌کوپن)

این واقعیت را باید بپذیریم که هنوز هم با گذشت بیش از ۱۵۰ سال عمر روزنامه‌نگاری در ایران، پیرامون برخی مختصات ادبیات روزنامه‌نگاری، هاله‌ای از ابهام و تردید و یا بدبینی وجود دارد.

وقتی که در یک نشست نقد ادبی، انگشت اتهام به سوی نویسنده‌ای دراز می‌شود و او را به اتهام داشتن «نثر ژورنالیستی»^۲ خفیف و خوار می‌شمارند. بی‌تردید این اتهام از عدم آگاهی منتقد نشأت می‌گیرد زیرا چنان‌چه این

۱- امید، مسعودی، «نثر ژورنالیستی: از ابهام تا واقعیت»، روزنامه کیهان، شنبه اول آذر ۱۳۷۶.
ش ۱۶۰۸۹، ص ۹.



نویسنده باخود استدلال کند که اگر نثر ژورنالیستی جرم به حساب می‌آید پس کتابچرا هر روز میلیون‌ها نسخه روزنامه و مجله در سراسر دنیا منتشر می‌شود و مردم هم چنان ضمن تورق صفحات نشریات، با ولع خاصی نیازهای خبری خود را از میان این نشریات و به وسیله نثر ژورنالیستی برآورده می‌کنند، دیگر به خود این اجازه را نمی‌دهد که بی‌مهابا بر نویسنده‌ای بتازد که احتمالاً شیوه‌نامه‌ی نگارشی او همچون شیوه‌نامه‌ی روزنامه‌نگاران است.

□ تعریف نثر ژورنالیستی (نثر روزنامه‌ای)

مادام که تعریف روشنی از نثر ژورنالیستی نداشته باشیم. چگونه می‌توانیم به تأیید یا تکذیب آن بپردازیم؟

برای دستیابی به تعریفی جامع و مانع از نثر ژورنالیستی، بهتر آن دیدیم که به جای مراجعه به فرهنگ لغات و دایرةالمعارف‌ها، به سراغ خود روزنامه‌نگاران برویم، زیرا تحقیق و تفحص در ده‌ها فرهنگ لغت و کتاب روزنامه‌نگاری، هیچ‌گونه تعریفی از نثر ژورنالیستی بدست نداد. لاجرم، این پرسش را با ده تن از خبرنگاران و نویسندگان یک روزنامه پرتیراژ و قدیمی کشور^۱ در میان نهادیم که: «تعریف شما از نثر ژورنالیستی چیست؟» پاسخ‌ها این‌گونه بود:

۱- نثر روزنامه‌ای باید روان و ساده و قابل فهم برای عموم باشد. نوشته روزنامه‌ای به خاطر این که مخاطبان زیادی را به‌طور روزانه در برمی‌گیرد، باید از شیوایی و استحکام دستوری نیز برخوردار باشد. در عین حال، متناسب با پیشرفت‌های زمان و دانش روز، واژه‌های نو را به کار گیرد.

۲- نثر ژورنالیستی، نثری درگیر، پر کرشمه، پر طنین و تپش باید باشد تا

۱- تعریف «نثر ژورنالیستی» را در آبان‌ماه ۱۳۷۶ میان ده نویسنده و خبرنگار روزنامه کیهان که سال‌ها سابقه کار مطبوعاتی داشتند و یادیر سرویس و یا عضو تحریریه بودند به اقتراح گذاشتیم.

خواننده را در طرح و توطئه، رویداد و حادثه سهیم و شریک کند. این نثر با چنین خصلت و خاصیتی قطعاً، قاعده‌ی رفتاری خاص خود را می‌سازد. زبان و ساخت متمایز اما نه متنافر با نثر ادبیات کلاسیک و نه داستانی دارد.

۳- نثر ژورنالیستی نثری است مخصوص روزنامه و بهیچ نثر دیگری قابل قیاس نیست. نثر ژورنالیستی نثری است روان و ساده چرا که مخاطبش عامه مردم هستند و روزنامه باید یک حقیقت تلخ و یا شیرین را به زبان روزنامه یعنی زبان ساده و قابل فهم برای عامه و حتّاً برای قشر باسواد بیان کند. و به همین دلیل، کم‌تر از ظرافت‌ها و جذاییت‌های نثر ویژه ادبیات برخوردار است.

۴- نثری که اولاً دارای پیچیدگی‌های مطالب تخصصی و اصطلاحات آن‌چنانی نباشد و خواننده به بهترین وجه با آن ارتباط برقرار کند، درثانی ویرایش صحیح آن، تعدد احتمالات گوناگون برای معنای آن نثر را به حدّ اقل کاهش دهد.

۵- سادگی، روانی، بی‌پیرایگی، راحت‌الوصول کردن مطالب برای خواننده، شروع میخکوب‌کننده‌ی مطالب - و درعین حال جاذب -، خلاصه‌نویسی، رعایت درست نقطه‌گذاری و قواعد انشایی مشروع و مکث متناسب، عدم تکرار موضوع، تسلسل مطالب و داشتن روال منطقی و استفاده‌ی متناسب از نوع حروف در روزنامه و برخورداري خط خوش، می‌تواند در چگونگی نثر روزنامه‌نگاری مؤثر باشد. با رعایت موارد فوق می‌توان تا حدّی چنان‌چه ذوق کافی فراهم باشد. درانتقال معانی به خوانندگان موفق بود.

۶- نثری که مخاطبان یک نشریه (در هر سطحی که باشند) بتوانند با آن، نزدیک‌ترین ارتباط ممکن را برقرار کنند.

اگر منظور، نثر روزنامه‌ای باشد، نثری کاملاً روان، خالی از تقييدات ادبی است. و تا حدّی که امکان دارد، توضیح و تشریح اصطلاحات علمی و فنی و

تخصصی در آن به کار رود.

نثر روزنامه‌ای، نثر صحیحی است که مخاطب را در یک رابطه‌ی کاملاً دوستانه قرار می‌دهد.

۷- این که نثر ژورنالیستی چیست نمی‌توانم پاسخ روشنی بدهم اما می‌توانم بگویم که نثر ژورنالیستی باید از ویژگی‌ها، صراحت، ایجاز و تاحدی سادگی و همه‌فهم بودن، برخوردار باشد.

۸- نثر ژورنالیستی، نثری است که در طی یکی دو قرن ابداع شده است و یکی از شاخه‌های ادبی با سبک و سیاق خاص خود است.

این هنر، امکان برقراری ارتباط کامل و جامع به رخدادها و وقایع روزمره را به مخاطب - از هر قشری که باشد - می‌دهد.

این نثر، ویژگی‌های دیگری نیز دارد که امروزه متأسفانه کمتر در مطبوعات داخلی به آن توجه می‌شود. نثر روزنامه‌ای با برخورداری از عناصر خبری و ویژگی مربوط و منحصر به فرد خود، بایستی حاوی اطلاعات کامل و جامع اما مختصر باشد و هنر این نثر به سادگی نوشتن و موجز بودن کلام است و نکته‌ی مبهمی برای خواننده باقی نمی‌گذارد.

۹- نثر ژورنالیستی رعایت اقتصاد کلمات است در بازار آزاد نثر؛ روزنامه‌نگار هم مثل آدم‌های خسیس که پول خرج نمی‌کنند، واژه خرج نمی‌کند. نثر ژورنالیستی مثل زبان متهمان است، هر دو کم حرف هستند. جنس این کم حرفی را هم باید روشن کرد. به نظر من نثر ژورنالیستی از نردبان ایجاز و روشنی بالا می‌رود برخلاف نثر ادبی و به خصوص رمان، که نردبان بلند، ابهام و ابهام را می‌خواهد. نثر محکم و قوام یافته ژورنالیستی باید به تصویر بینجامد یعنی در همان ایجاز، دست به نقاشی بزند و تصویرسازی کند.

نثر ژورنالیستی مینیاتور است نه تابلو.

اما مینیاتور هم حتی نقش سوررئال هم می‌زند تا وفاداری‌اش را به

رنالیسم و واقعگرایی که حق مخاطب است، بیش از پیش اثبات کند. به همین راحتی و به همین آسانی که نوشتم.

۱۰- نثر روزنامه‌نگاری یعنی نگارش مطالب به گونه‌ای که خواندن آن برای همگان قابل فهم و درک باشد.

در نوشتار روزنامه‌ای نباید از لغات و واژه‌هایی بهره گرفت که خواننده را دچار کسالت، ملالت و خستگی نماید.

□ یک اصل مهم

آفتی که برخی از روزنامه‌های ما به آن مبتلا شده‌اند، کلی نویسی است. روزنامه‌های کشورمان تا جایی که ممکن است، باید در نثر خود از به کارگیری واژه‌های لاتین خودداری و از کلمات فارسی بیش‌تر استفاده نمایند.

نویسندگان مطبوعات باید توجه داشته باشند که بخشی از خوانندگان آنان را مردم کم‌سواد تشکیل می‌دهند پس در نگارش، باید این بخش از مردم مورد توجه قرار گیرند و نثر فارسی در درجه اول اهمیت قرار گیرد. استفاده از کلمات ساده، روان و همه‌فهم، مهم‌ترین اصل نثر ژورنالیستی است.

□ تحلیل محتوای ده تعریف برای پاسخ به ۸ پرسش

تحلیل محتوای ده تعریف از «نثر ژورنالیستی» نشان می‌دهد که پاسخ به هشت پرسش زیر بر این سیاق خواهد بود:

۱- نثر ژورنالیستی چیست؟ با هیچ نثر دیگری قابل قیاس نیست. زبان و ساخت آن متمایز و امانه متنافر با نثر ادبیات غیرداستانی کلاسیک است.

۲- هدف نثر ژورنالیستی کدام است؟ امکان برقراری ارتباط کامل با مخاطبان، انتقال معنی به خوانندگان.

۳- نثر ژورنالیستی چگونه باید شکل بگیرد؟ با عدم استفاده از لغات

کسالت آور، رعایت اقتصاد کلمات، حاوی اطلاعات کامل و جامع اما مختصر باشد، صراحت داشته باشد، همه فهم باشد.

۴- محتوای نثر ژورنالیستی چیست؟ ساده و روان، فارغ از تقیید.

۵- نثر ژورنالیستی به چه وسیله انتقال می یابد؟ به وسیله نگارش مطالب.

۶- مخاطبان نثر ژورنالیستی چه کسانی هستند؟ همگان، مخاطبان نشریه

در هر سطحی که باشند، خوانندگان عامه مردم، مخاطبان زیاد.

۷- نثر ژورنالیستی چه شرایطی دارد؟ نثر فارسی در درجه اول قرار

می گیرد، وفاداری به رئالیسم و واقع گرایی، نکته مبهمی برای خواننده باقی نگذارد، توضیح و تشریح اصطلاحات علمی^۱ و فنی و تخصصی، عدم تکرار موضوع، ویرایش صحیح داشته باشد. برای عموم قابل فهم باشد.

۸- نثر ژورنالیستی را چه کسی به کار می برد؟ روزنامه نگار (ژورنالیست).

□ سیر تاریخی نثر ژورنالیستی^۲

اکنون که با تحلیل محتوای ده تعریف از روزنامه نگاران و نویسندگان حرفه‌ای، با ساختار نثر روزنامه‌ای تاحدودی آشنا شدیم، لازم است با بررسی سیر تکوینی روزنامه نگاری در ایران و جهان، دلایل پیدایش نثر ژورنالیستی^۳ را دریابیم، زیرا سیر تاریخی شکل گیری روزنامه‌ها در جهان و ایران می تواند راهنمای مناسبی برای شناخت هرچه بیش تر نثر ژورنالیستی باشد.

۱- درباره سبک نوشتاری مطالب علمی در مطبوعات به مطلب «شیوه نگارش مطالب علمی در رسانه‌ها» نگاه کنید.

۲- امید، مسعودی، «خبر و زبان معیار»، روزنامه کیهان، سه شنبه ۴ آذر ۱۳۷۶، ش ۱۶۰۹۲، ص ۹.

□ شیوه‌ی هم‌وارونه^۱

هر چند در میان تمدن‌هایی که چاپ را نمی‌شناخته‌اند می‌توان وسایلی را یافت که پاسخگوی چنین نیازی باشند اما نیازهای جدید خبری با آغاز صنعت چاپ سری در سال ۱۴۳۸ م، در شهر استراسبورگ آلمان باعث شد تا انتشار خبر از سرویس‌های منظم کاتبان درباری برای شاهزادگان، راهی به سوی عامه مردم بیابد. تقریباً از آغاز قرن پانزدهم، صنعت چاپ تحولی عظیم را در امر اطلاع‌رسانی به وجود آورد که خود سنگ‌پایه پیشرفت‌ها و تنوع مطبوعات در قرن‌های هفدهم و هجدهم شد.^۲

در روزنامه‌های قرن هفدهم و هجدهم، خبر نقش اساسی را داشت اما چون به نشر ادبیات سنتی می‌پرداختند، توانایی رقابت با کتاب و بروشور را نداشتند در نتیجه، نخبگان اجتماعی و فکری از آن جهت که مطبوعات به «خرده-ادبیات» می‌پرداختند آن‌ها را بی‌ارزش و بی‌اعتبار تلقی می‌کردند. تا این‌که سرانجام مطبوعات سیاسی و وابسته به دستگاه‌های استبدادی، در اثر تحولات اقتصادی-اجتماعی، به سمت مطبوعات تجاری گرایش پیدا کردند و به گفته‌ی دکتر کاظم معتمدنژاد:

«روزنامه‌نگاری کلاسیک غرب، که از آغاز تجارتی شدن مطبوعات اروپایی و آمریکایی در دهه چهارم قرن نوزدهم در چهارچوب ظاهری اصول حقوقی آزادی‌گرایی و اصول حرفه‌ای عینی‌گرایی، به رشد و نمو پرداخته بود، به تدریج شکل‌ها و محتواهای گوناگون پیدا کرد.»^۳

1- Inverted Pyramid

۲- ر. ک. پیر. آلبر، تاریخ مطبوعات جهان، مترجم دکتر هوشنگ فرخ‌جسته، تهران: انتشارات پاسارگاد، ۱۳۶۳، ص ۲۱.

۳- دکتر کاظم معتمدنژاد با همکاری ابوالقاسم منصفی، روزنامه‌نگاری با فصلی جدید در بازنگری روزنامه‌نگاری معاصر، چاپ سوم، تهران: مرکز نشر سپهر، ۱۳۶۳، ص ۴۸۲.

اوج این تحول را در شیوه‌ی خبرنویسی مطبوعات در نیمه دوم قرن نوزدهم شاهد هستیم که روزنامه‌نگاران به دلیل شرایط و مقتضیات زمان و بهره‌بردن از امتیازات خبرنویسی، به سبک جدیدی از خبرنویسی روی آوردند. این شیوه، همان شیوه معروف «هرم وارونه» است:

«شیوه هرم وارونه، برای نخستین بار در دهه ۱۸۶۰ در جریان جنگ‌های داخلی ایالات متحده، در حالی که خطوط تلگرافی، اغلب از سوی نیروهای متخاصم قطع می‌گردید و فرصت استفاده از این خطوط محدود بود، به وسیله خبرنگاران به کار گرفته شد و بعدها، به سبب امتیازات متعدد آن برای خوانندگان و روزنامه‌نگاران به عنوان بهترین سبک خبرنویسی شناخته شد.»^۱

همان‌گونه که می‌دانیم، در شیوه‌ی هرم وارونه، اصلی‌ترین بخش مطالب در همان پاراگراف اول برای خواننده آورده می‌شود تا او بلافاصله در جریان عناصر اصلی خبر قرار گیرد.

پاراگراف اول یا لید خبر در شیوه‌ی هرم وارونه می‌کوشد تا به شش پرسش اصلی خبر (و نه لزوماً به همه آن‌ها) یعنی: که؟ (چه کسی) کی (چه زمانی) کجا، چه، چرا، چگونه، پاسخ دهد.

از جمله مزیت‌های شیوه‌ی هرم وارونه، روش نقل طبیعی وقایع، آسان شدن کار تیت زدن، آسان شدن حذف مطالب اضافی از پایان متن، کمتر اشغال کردن جای صفحات روزنامه و از همه مهمتر دسترسی سریع خواننده به اصل مطلب است.

هر چند این سبک خبرنویسی معایبی نیز دارد اما در کنار سبک تاریخی که بیشتر برای نقل اخبار حوادث به ترتیب زمان وقوع حادثه به کار می‌رود، سبک

۱- دکتر کاظم معتمدنژاد با همکاری ابوالقاسم منصفی، روزنامه‌نگاری بافضلی جدید در بازنگری روزنامه‌نگاری معاصر - ص ۴۸۳.

تاریخی همراه با لید^۱ سبک پایان شگفت‌انگیز^۲ و دو سبک جدید خبرنویسی: سبک بازگشت به گذشته (که در واقع برعکس سبک تاریخی است) و سبک تشریحی (تشریح بخش به بخش خبر)، سبک «هرم وارونه» هم‌چنان سبک برجسته و پرکاربرد روزنامه‌نگاران است.

دکتر نعیم بدیعی استاد روزنامه‌نگاری می‌نویسد:

«براساس تحقیقاتی که بویژه در ۲۰ سال اخیر صورت گرفته، مناسب‌ترین سبک نگارش برای مطالب خبری روز سبک هرم وارونه است.»^۳

دیدیم که خبر، اساس مطالب روزنامه‌هایی است که چهار قرن در سراسر جهان منتشر می‌شود و در خبرنویسی نیز شیوهی «هرم وارونه» اصلی‌ترین شیوهی خبرنگارنویسی است که توسط چهار غول خبری جهان، یعنی آسوشیتدپرس (AP)، یونایتدپرس اینترنشنال (UPI)، فرانس پرس (AFP) و رویترز (REUTERS) به همراهی صدها هزار نشریه‌ی خبری در سراسر جهان، هر روزه رعایت می‌شود.

1- Combination Style 2- Surprise ending

۳- دکتر نعیم بدیعی، «معیارهای گزینش خبر»، در فصلنامه رسانه سال اول، ش ۱ بهار ۱۳۶۹، ص ۹۶.

دکتر بدیعی برخی از تحقیقات انجام‌شده را بشرح زیر معرفی کرده است:

- Michael Ruffner. "An Empirical Approach For the Assessment of Journalistic Writing"

Journalism Quarterly, 58:77-82.(1981)

- Herbert Kay, "Toward an Understanding News Reading Behavior" *Journalism Quarterly*, 31:15-32 (1954)

- Georg A. Hough. *News Writing*. 3rd ed. Dallas, TX: Houghton

□ تعریف خبر و زبان معیار

علمای ارتباطات اجتماعی و نویسندگان کتاب‌های روزنامه‌نگاری نیز با توجه به اهمیت شیوه‌ی خبرنگاری در روزنامه‌نگاری، در تعریف خود از خبر، «نقل واقعی و عینی حوادث»، «نقل ساده و خالص» (بدون پیرایه‌های ادبی) را منظور می‌دارند. به همین دلیل است که روزنامه‌نگار معروف امریکای لاتین، «گابریل گارسیا مارکز» که اینک یکی از رمان‌نویسان مشهور جهان معاصر است، اعتقاد دارد:

«در روزنامه‌نگاری، گنجاندن یک واقعیت دروغ [خبر دروغ از یک واقعیت] کافی است تا تمامی اثر از سکه بیفتد.»^۱

پس خبر، در واقع گزارش یک رویداد واقعی است نه یک رویداد جعلی و تخیلی، «جیمز روستون»^۲ مؤلف کتاب ضرب‌الاجل^۳ و سردیر کل سابق روزنامه‌ی معروف نیویورک تایمز می‌نویسد:

«مطلب روزنامه باید روان و ساده نوشته شود تا درک آن آسان باشد و روزنامه‌نگار به مطلب با شیوه‌ی نگارش خود، شکوه و جلال بدهد.»^۴

«روژه کِلوس»، استاد مرکز مطالعات فنون و انتشارات جمعی دانشگاه بروکسل نیز در کتاب اخبار خویش خبر را «نقل ساده و خالص وقایع جاری» تعریف می‌کند.^۵

۱- گابریل گارسیا مارکز، ساعت شوم، ترجمه احمد گلشیری تهران نشر نو ۱۳۶۲، ص ۶.

2- J. Roston

3- Deadline

۴- ر. ک. خاطرات سردیر پیشین نیویورک تایمز در روزنامه ایران، چهارشنبه ۹ مهرماه ۱۳۷۶ شماره ۷۷۲، ص ۱.

۵- روزنامه‌نگاری بافصلی جدید در بازنگری روزنامه‌نگاری معاصر، ص ۱۸.

در خبرنویسی، پاراگراف اول اهمیت زیادی دارد «والتر میرز»^۱ در کتاب تازه تالیف خود، «روزنامه‌نگاری»، ضمن تأکید روی پاراگراف اول که باید حاوی خلاصه‌ی همه‌ی نکات مهم باشد، می‌نویسد:

«مردم پایان قرن بیستم حوصله خواندن و یاشنیدن مطالب بسیار طولانی را ندارند. مطالب طولانی باید به صورت چند قسمتی درآید و در هر قسمت، به‌طور جداگانه چاپ شود و در بالای قسمت اول که شامل نکات اصلی است نوشته شود که مطالب وابسته به آن در کجا و تحت چه عنوان (تیتری) چاپ شده‌اند. نباید خواننده را با قرار دادن همه مطالب پشت سرهم از خواندنش ترسانند»^۲

پس، ساده‌نویسی و پرهیز از رنگ و لعاب دادن بیهوده و زاید به مطالب خبری، از اصول مهم نثر ژورنالیستی است، نثری که از زبان معیار سرچشمه می‌گیرد و یاد واقع نثری است که خود زبان معیار است زیرا در جوامع گسترده‌ای که وجود گویش‌های گوناگون، کار اطلاعاتی رسانی را مشکل می‌کند تنها زبان معیار است که می‌تواند لهجه‌های مختلف را با خود هماهنگ و همراه سازد.

دکتر علی اشرف صادقی استاد دانشگاه و ویراستار با تجربه کشور می‌گوید:

«این زبان (زبان معیار) زبانی است که در کتابهای درسی و نوشته‌های علمی و مذهبی و ادبی و روزنامه‌ها» [تأکید از ماست] مورد استفاده قرار می‌گیرد، در مدارس و دانشگاه‌ها آموزش داده می‌شود، و در اخبار رادیو و تلویزیون از آن استفاده می‌شود. این شکل از زبان همان چیزی است که زبان شناسان آن را زبان معیار نامیده‌اند»^۳

1- Walter Mierse

۲- ر. ک، نشریه گزارش کتاب، خبرنامه اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران، سال یکم، پیش شماره ۱۰، تیرماه ۱۳۷۶، ص ۶.

۳- دکتر علی اشرف صادقی، «زبان معیار» در کتاب دومین سمینار زبان فارسی در صدا و سیما،

دکتر صادقی برای زبان معیار انوعی را برمی‌شمارد:

- ۱- زبان معیار علمی؛
 - ۲- زبان معیار ادبی؛
 - ۳- زبان معیار وسایل ارتباط جمعی؛
- وی می‌گوید:

«آنچه در زبان معیار علمی شرط است این است که کلمات این زبان باید خالی از بار عاطفی باشد و روشنی و وضوح دستوری آن باید به نهایت برسد.

در زبان معیار ادبی، شرط نداشتن بار عاطفی برای کلمات مطرح نیست. زبان رسانه‌ها می‌تواند دارای بار عاطفی سبک باشد، اما وضوح و روشنی در آن شرط لازم است.»^۱

□ زبان معیار و ریشه‌های بدبینی^۲

شاید از همین رو است که مطبوعات کشور ما نیز در سیر تحوّل خود، از ثقیل نویسی به ساده‌نویسی روی آورده است. استاد حسین عماد افشار که سال‌ها به تدریس زبان و دستور آیین نگارش در مطبوعات پرداخته، معتقد است: «روزنامه‌نگاری در زمان انقلاب مشروطیت به صورت تفنی بود و روزنامه‌ها، وسیله‌ای برای ابراز فضل اعیان و اشراف بود و آنان تلاش می‌کردند با ثقیل نویسی و به کار بردن کلمات نامأنوس خود را ادیب و توانا نشان دهند.

بعد از انقلاب مشروطه، به مرور زمان مطبوعات کاربرد و اطلاع‌رسانی پیدا کرد و به همین دلیل، در پنجاه سال اخیر، ساده‌نویسی

۱- همان، ص ۴۴.

تهران انتشارات سروش ۱۳۷۱، صص ۳۸ و ۳۹.

۲- امید، مسعودی، «زبان معیار و ریشه‌های بدبینی»، روزنامه‌کیهان شنبه ۸ آذر ۱۳۷۶، ش

به تدریج جایگزین الفاظ ثقیل و نامأنوس شد و هم‌اکنون به منظور همه فهم بودن مطالب روزنامه، کلمات فارسی به ساده‌ترین شکل ممکن در مطبوعات نوشته می‌شود.^۱

وی هم چنین در کتاب «شیوه نگارش فارسی در مطبوعات» با ذکر خبری از روزنامه «خلاصة الحوادث» که در عهد سلطنت مظفرالدین شاه قاجار به طور رسمی و دولتی در تهران منتشر می‌شد به انتقاد از آن می‌پردازد. اما پیش از پرداختن به انتقادات استاد، اصل خبر را باهم مرور می‌کنیم:

«بر مطلعین پوشیده نیست که بعد از جنگ سال گذشته که بین دولت عثمانی و یونان در خصوص جزیره کرت اتفاق افتاد دول اروپ متفقاً و لیعهد یونان را برای یک سال حکومت مزبور انتخاب نمودند چون این اوقات موعد حکومت مشارالیه معظم بسر آمد مذاکره در میان است که مجدداً معزی الیه را به همان سمت مامور نمایند بدون آن که جزیره کرت ضمیمه مملکت یونان گردد چنانچه بعضی از روزنامه‌های اروپ عنوان نموده بودند.»

عماد افشار می‌نویسد:

«نویسنده خبر مطلب خود را همانند یک مقاله آن هم به سبک قدیم - با جمله «بر مطلعین پوشیده نیست» - آغاز و در یک خبر سیاسی مربوط به اروپا از تعارفاتی نظیر «مشارالیه معظم» و «معزی الیه» استفاده کرده است.

جمله‌ها غالباً مغشوش و نادرست است و در تنظیم خبر به هیچ یک از اصول خبرنویسی، اعم از شیوه خط و املای فارسی، نشانه گذاری و جهات دیگر آن از قبیل ذکر منبع خبر توجه نشده است.^۲

۱- استاد حسین عماد افشار، «داشتن یک رسم الخط واحد از نان شب هم واجب تر است». در روزنامه ایران چهارشنبه ۱۲ اردیبهشت ماه ۱۳۷۵، ش ۳۶۲ ص ۱۱.

۲- حسین عماد افشار، شیوه نگارش فارسی در مطبوعات، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۷۲، ص ۱۵.

در واقع، آنچه که «نثر روزنامه‌ای» دوران قاجار را از «نثر روزنامه‌ای» امروز متمایز می‌کند، دوری گزینی از زبان ادبی، تعارف‌های رایج میان اشراف و درباری‌ها و نزدیکی به زبان معیار رسانه‌ای است. هم‌چنین، اوج تحوّل در ساده‌نویسی و رعایت سبک‌های خبرنویسی را در دهه ۱۳۵۰، در روزنامه‌های کشور شاهد هستیم که با مروری کوتاه بر صفحات آنها، این تحوّل به چشم می‌آید.

□ تفاوت نثر ادبی و نثر روزنامه‌ای

تفاوت اصلی میان نثر ادبی و نثر روزنامه‌ای، در شفافیت یا عدم شفافیت این دو نثر است. صراحت و روشنی و پرهیز از به کار بردن صنایع ادبی مانند: استعاره، کنایه و توصیف‌های برآمده از تخیل، نثر روزنامه‌ای را از نثر ادبی جدا می‌کند.

در واقع، نویسنده‌ی خبر روزنامه قصد ندارد با تصرفی که در نقلِ ماجرا می‌کند، تصاویری را از ذهن و زبان و با کمک خیال بر آن بیفزاید. «گابریل گارسیا مارکز» برای خلق یک اثر ادبی به مکاشفه نویسنده اعتقاد دارد و می‌نویسد:

«مکاشفه، یکی از راه‌های کسب تجربه است بی‌آن‌که نیازمند از سرگذراندن تجربه باشیم، مکاشفه برای رمان‌نویس، بسیار ضروری است.»^۱

اما در روزنامه‌نگاری هم‌چنان که مرسوم است، به جای مکاشفه، تجربه‌ی واقعی (مشاهده) در خلق مطالب از هر چیز دیگری ضروری‌تر است.

۱- گابریل گارسیا مارکز، ساعت شوم، ص ۱۹.

□ ریشه‌های بدبینی در نثر روزنامه‌ای: نتیجه‌گیری

در ابتدای این گفتار، به نقل از «جورج. دی. کوپن» آوردیم که «اگر بنا باشد که خواننده منظور نویسنده را دریابد، نویسنده نیز باید نیاز خواننده را درک کند»^۱ اکنون باید به‌بینیم منظور خواننده از مطالعه یک شعر و یا یک رمان چیست؟ و آیا او همین منظور را در قرائت یک خبر در روزنامه هم دارد یا نه؟ شکی نیست که انواع نثر برای کاربردهای مختلف ارائه می‌شوند و استفاده نادرست از هر یک می‌تواند موجب بدبینی در نزد خواننده شود. اما ریشه‌های بدبینی پیرامون «نثر روزنامه‌ای» را در میان برخی از صاحبان قلم و منتقدین، باید در دو علت عمده‌ی زیر جست‌وجو کرد:

۱- تقابل روزنامه‌نگاران با نخبگان ادبی در قرن هجدهم، باعث شد از همان بادی امر، آنان به نثر روزنامه‌ای با دیده‌ی حقارت بنگرند.

«پیر آلبر» و «فرناند ترو» نقل می‌کنند که ناشر «گازت»^۲ (نشریه) در قرن هجدهم، شخصیتی حقیر شمرده می‌شد و روزنامه‌نگاری در نظر نخبگان اجتماعی و فکری از آن جهت که به «خرده-ادبیات» می‌پرداخت، بی‌ارزش و بی‌اعتبار تلقی می‌شد.

«ژان ژاک روسو» (۱۷۱۲-۱۷۷۸ م.) نویسنده معروف فرانسوی در سال ۱۷۷۵ م، در این باره چنین می‌گوید:

«کتاب ادواری چیست؟ اثر فقید ناشایست و بی‌فایده که خواندن آن، اهل ادب را حقیر و ناآراسته جلوه می‌دهد و کاری جز خدمت به زنان و ابلهان بی‌دانش انجام نمی‌دهد.»^۳

۱- جی. دی. کوپن و جی. آ. اسوان، «علم‌نگارش علمی»، مترجم هوری میوه‌چی در مجله علوم و تکنولوژی پلیمرسال هفتم ش ۱، اردیبهشت ۱۳۷۳، ص ۶۹.

2- Gazette جریده

۳- پیر آلبر و فرناندو ترو، تاریخ مطبوعات جهان، مترجم دکتر هوشنگ فرخجسته، تهران:

و بعدها «دیده رو» (۱۷۱۳-۱۷۸۴) فیلسوف و پایه‌گذار دایرة‌المعارف فرانسه، در دایرة‌المعارف خود می‌نویسد:

«تمام این کاغذها، علوفه نادانان به‌شمار می‌رود، منبع کسانی محسوب می‌شود که می‌خواهند بدون خواندن، حرف بزنند و قضاوت کنند، آفت و اندوه کسانی است که کار می‌کنند. این کاغذها هرگز خط‌مشی نیکی، برای روح خوب به‌وجود نیاورده‌اند و هرگز خط‌مشی نیکی برای روح خوب به‌وجود نیاورده‌اند و هرگز مانع مؤلف بدی در خلق اثر نشده‌اند.» همچنین «ولتر» (۱۶۹۴-۱۷۷۸) نویسنده و فیلسوف معروف فرانسوی، گازت‌ها را چیزی جز داستان‌های پوچ و بی‌معنی نمی‌دانست.^۱

این‌گونه قضاوت‌ها، متأسفانه از قرن هجدهم تاکنون نیز ادامه داشته و باعث بدبینی و ابهام نسبت به نثر روزنامه‌ای (ژورنالیستی) شده است. ۲- در کنار سابقه تاریخی بدبینی ادیبان و فیلسوفان نسبت به «نثر روزنامه‌ای»، اشتباهات فراوان دستوری و خارج شدن از هنجار^۲ زبان معیار در طول سال‌ها فعالیت روزنامه‌نگاری، بر این بدبینی افزوده است. درواقع سال‌هاست که چاپ مطالب با «اشتباه چاپی» جزئی از ناموس مطبوعات به حساب می‌آید!

کافی است یکی از روزنامه‌های صبح و یا عصر را آرام و با دقت ورق بزنید تا با سلیلی از واژه‌های بیگانه و جایگزین‌های دور از ذهن برخورد نمایید. تاثیرپذیری از دستور زبان خارجی در نثر روزنامه‌ای کاملاً مشهود است: ارسال کردن به جای فرستادن، اظهار داشتن به جای گفتن، به اتمام رساندن به جای تمام کردن، به پیروزی رسیدن به جای پیروز شدن، به قتل رساندن به

۱- همان، ص ۲۳-۲۲.

انتشارات پاسارگاد ۱۳۶۳، صص ۲۳-۲۲.

جای‌کشتن، رواج عجیب «وسیله -»، «توسط -»، «از سوی -»؛ به کاربردن فعل «می‌باشد» به جای فعل «است»، کاربرد نادرست علامت مفعول بی‌واسطه و ده‌ها مورد دیگر که پیش از این، اهل ویرایش در سمینارهای زبان فارسی به آن پرداخته‌اند.

با این همه، نثر روزنامه‌ای هنوز هم نثر معیار است و در کنار دیگر نثرهای رایج علمی و ادبی به حیات خود ادامه می‌دهد زیرا یکی از خصلت‌های زبان و نثر در جوامع، «قدرت انعطاف» آن‌ها در برابر تحولات است.



منابع در روزنامه موجود است!

خرد گر سخن برگزیند همی

همان راگزیند که بیند همی

ابوالقاسم فردوسی

می دانیم که نشریات در کنار صدها خبر و تفسیر و تحلیلی که به خوانندگان خود ارایه می کنند به ناگزیر، مقالاتی علمی، استدلالی و اثباتی یا توصیفی در اختیار خوانندگان خود قرار می دهند.

در بسیاری از مقالات ارایه شده در مطبوعاتِ امروزِ ایران، متأسفانه حتّا در مقالات مستند که ارایه سند و مدرک برای اثبات فرضیه یا نظریه‌ی نویسنده، امری اجتناب‌ناپذیر است. یکی از مهم‌ترین اصل‌ها که همانا «ذکر منابع» باشد، رعایت نمی‌شود و یا اگر رعایت می‌شود منابع به درستی معرفی نمی‌شوند. اخیراً رسمی در مطبوعات در حال شکل گرفتن است که با ذکر جمله‌ی:

۱- امید، مسعودی، «منابع در روزنامه موجود است!»، روزنامه ایران، یکشنبه ۱۶ اسفند ۱۳۷۷، ش ۱۱۸۶، ص ۶.

«منابع در روزنامه موجود است.»^۱ عملاً خواننده روزنامه را از منابع محروم می‌کند و از او می‌خواهد تا با تماس با دفتر روزنامه از منابع آگاهی یابد! این یک آفت عظیم برای مقاله‌نویسی در مطبوعات است. زیرا سطح علمی مقالات را پایین می‌آورد و به تدریج، نویسندگان را با کاهلی در ذکر منبع روبه‌رو می‌کند.

این امر، به خصوص در مقالات توصیفی که نویسنده قصد شناسایی افکار و عقاید دیگران را دارد و می‌خواهد با این عقاید بی‌طرفانه برخورد کند بیش‌تر نمود می‌یابد.

راحت‌طلبی، یکی از عوامل کاهلی در ذکر منابع است. هم‌چنین، عدم ذکر منابع، حاکی از نداشتن صداقت، نداشتن استقلال و آشنا نبودن نویسنده با مقاله‌باروش تحقیق است.

برای جلوگیری از رواج چنین آفتی، نویسندگان مقالات باید بدانند ذکر مآخذ به پژوهش آنان اعتبار می‌بخشد و درضمن، نوعی سلب مسئولیت نیز برای آنان به شمار می‌آید. ذکر منبع، هم، از شخصی شدن مسأله جلوگیری می‌کند و هم، احترام به دیگران هم محسوب می‌شود. یعنی زحمات دیگران نادیده گرفته نمی‌شود.

اگر از مسأله‌ی مهم حق تألیف یا کپی‌رایت بگذریم، در ارتباط با مخاطب، مسأله اعتماد بسیار مهم است. ذکر دقیق منبع به افزایش اعتماد مخاطب می‌انجامد.

شیوه‌ی ناپسند ذکر نکردن منبع و مآخذ، آفتی ویرانگر است که روح بحث‌های علمی را از مقالات مفید و خواندنی مطبوعات می‌گیرد و به سرقت افکار، اندیشه و آثار دیگران میدان می‌دهد.

۱ - بهزاد یغمایان، «سازمان تجارت جهانی سازمان نوین اقتصاد جهان»، روزنامه نشاط، سال اول شماره ۶، پنجشنبه ۱۶ اسفند ۱۳۷۷، ص ۱۰.

متأسفانه در برخی نشریات نیز که در ذکر منابع التزام و علاقه‌یی دیده می‌شود، این شیوه علمی به صورت دلبخواهی و یاناقص صورت می‌پذیرد. به عنوان مثال، نشریه‌ای از یک ناشر دل‌خوشی ندارد، پس در ذکر منبع نام ناشر را حذف می‌کند. یا آن‌که نادانسته از ذکر شماره و یا تاریخ و یا شهر محل انتشار منبع چشم‌پوشی می‌کنند و راه را بر ادامه تحقیق برای دیگر محققان می‌بندند.

ذکر نکردن عنوان مقاله نیز از جمله آفات رایج در ذکر منابع و مآخذ است و اصولاً برخی از روزنامه‌های کثیرالانتشار در پانویس مقالات خود تنها به ذکر نام روزنامه و تاریخ انتشار آن بسنده می‌کنند.^۱

رعایت اصول و قواعد حرفه‌ای در انتشار مقالات، علاوه بر ارتقای کیفیت مطالب مطبوعات به جلب مخاطب و اعتماد آنان کمک می‌کند.

بدیهی است دقت و وسواسی که گزینش‌گران خبر در انتشار اخبار به خرج می‌دهند می‌بایست بطور مضاعف در انتشار مقالات نیز به کار بندند تا مطبوعات دچار آفات نشوند.

۱- دفتر پژوهشهای کیهان- «نیمه پنهان سیمای کارگزاران فرهنگ و سیاست»، روزنامه کیهان شماره ۱۶۴۱۸، دوشنبه ۲۱ دی ۱۳۷۷، ص ۸.

متأسفانه با وجود مستند بودن سلسله مقالات «نیمه پنهان سیمای کارگزاران فرهنگ و سیاست» عدم رعایت اصول ذکر منابع و مآخذ، مخاطب را دچار رجوع به منابع دچار سرگردانی کرده و مقالات را از داشتن روح استنادی محروم می‌کند.



بدنویسی و مجهول نویسی

تا نیک ندانی که سخن عین صواب است
باید که به گفتن دهن از هم نگشایی

سعدی شیرازی

خبرنگاران و نویسندگان باتجربه و حرفه‌ای هنگامی که قلم در دست می‌گیرند، در پیش روی خود، توده‌ای ناهمگون از مخاطبان آثار خویش را مجسم می‌کنند که از بدنویسی و مجهول نویسی نویسندگان و خبرنگاران اظهار نارضایتی می‌کنند. آن‌چه این توده‌ی بی‌شکل، خوانندگان را انسجام می‌بخشد همین نکته‌ی مهم است که از پیام‌نویسان انتظار دارند همان‌گونه که مخاطبان می‌فهمند به نویسند نه آن‌گونه که خود می‌خواهند.

با این همه، هنوز هم هستند نویسندگان جوانی که به محض چاپ یک نمونه از آثارشان در مطبوعات، زود خود را گم می‌کنند و آن‌چه را که می‌نویسند، فقط خود و برخی دوستانِ رمزپردازشان می‌فهمند. البته بهتر است این دسته از نویسندگان به کار «داستان نویسی» آن‌هم از نوع «داستان‌های رمزی» مشغول شوند، چون سالن تحریریه روزنامه‌ها مکانی برای خوش‌نویسی و

آشکارنویسی است، نه رمزپردازی روشنفکرانه که نتیجه‌اش بدنویسی و مجهول‌نویسی است.

بی‌دلیل نیست اگر می‌گویند:

«عده‌ای آکادمیسین هستند که صرفاً برای خودشان می‌نویسند، به زبان خودشان و برای خودشان و یا برای نیمه‌ی دیگر خود که آن‌ها هم اعضای همین قبیله آکادمیک [دانشگاهی] هستند. این ادبیات نه تنها از یک زبان عامه فهم محروم است، بلکه تعهد دارد که مجهول‌نویسی کند و نشانه‌های زیستن در وادی ابهام را هیچ‌گاه از دست ندهد، بدنویسی می‌کند تا خوب درک نشود. شاید هم بد نمی‌نویسد ولی چون بر نکات اصلی دست نمی‌گذارد و به قول معروف، حرف‌ها از دل بر نمی‌آید، لاجرم بر دل هم نمی‌نشیند.»^۱

«تاد گیتلین»^۲ محقق امریکایی ارتباطات اجتماعی در بدنویسی و مجهول‌نویسی نویسندگان معاصر امریکا دو دلیل عمده را مؤثر می‌داند:

۱- شیوه‌های پژوهش که در شکل‌گیری این‌گونه زبان، یعنی بدنویسی و مجهول‌نویسی، نقش دارند. مطالعات کمی، تجربی و تجریدی، یکی از عوامل اصلی بروز وضعیت موجود است.

شیوه‌های تجربی انتزاعی امریکایی^۳ متأسفانه با واسطه دانشگاه، در خدمت نقشه قدرت و ثروت قرار دارند. این تحقیقات کمی، غالباً به سفارش بنیادها، دولت‌ها و شرکت‌های فراملیتی صورت می‌گیرند و از مضامین بنیادین ساختار اجتماعی فاصله زیادی دارند.

این تحقیقات، مظهر دانش در خدمت قدرت هستند. در هر صورت، الان نوشته‌های مبتنی بر تحقیقات کمی به‌خاطر فراوانی فرمول‌ها و جداول، به

۱- تاد گیتلین، «بدنویسی و مجهول‌نویسی در ارتباطات»، مترجم حسن نورایی بیدخت، فصلنامه رسانه سال ۱۰، ش ۴، زمستان ۱۳۷۸، ص ۵۹.

2- Todd Gitlin

3- Abstract Empiricism

سختی قابل تشخیص از متون ریاضی هستند.

۲- در برابر مطالعات کمی، پژوهش‌های کیفی هم متأسفانه از جنبه زبانی، بی‌شبهات به مطالعات تجربی نیستند و الآن هم ادبیات گفتمان^۱ مشکلات مشابهی دارد. افزون بر این، زبان ادبیات ارتباطی مبتنی بر پژوهش‌های کیفی نیز بیش‌تر به‌خاطر بی‌ارتباطی با توده مردم، به نوعی «اداره‌ی نیابتی دنیایی که نمی‌تواند آن را تسخیر کند» تبدیل شده است. بدبختانه حتّاً مطالعات فرهنگی اروپایی هم که به شکل شورش علیه مکتب ارتباطی امریکا قد برافراشته است. (با وجود آن‌که تلاش می‌کند افشاگر صنعت تمایل‌سازی باشد) خود به یک کلیشه‌ی فرهنگی تبدیل شده است.^۲

علاوه بر این، فراموش نکنیم تبادل و تعامل فرهنگی میان قوم‌های مختلف با زبان‌های گوناگون، چنان‌چه با آمیزش منطقی فرهنگ و زبان توأم نباشد، معافیت‌های گمرکی فراوانی برای ورود وازوها، اصطلاحات و حتّاً جملات نامفهوم از زبان مبداء به زبان مقصد را فراهم خواهد کرد. آن‌گاه در برابر ورود سیل کلمات نامفهوم و جملات مجهول، جامعه دچار نوعی زبان‌پریشی می‌شود و راه برای بدنویسی، مُغلق‌نویسی و از همه ناعادلان‌تر، مجهول‌نویسی و نگارش بد، گشوده می‌شود.

تاد گیتلین می‌نویسد:

«چرا نثر بد؟ قبل از هر چیز لازم است یک توضیح کلی در مورد نثر بد ارایه شود: نثر بد، بدان جهت به‌وجود می‌آید که نهادهای آکادمیک و دروازه‌بانان حرفه‌ای (گزینش‌گران) بردباری به خرج می‌دهند و حتّاً آن را تشویق می‌نمایند.»^۳

گاهی دشوارنویسی، از اندیشه‌های دشوار برمی‌خیزد که معمولاً درباره

چنین افرادی، کم‌تر گله و شکایت می‌شود. زیرا اندیشه‌ی پیچیده، استدلال‌های خاص خود را می‌طلبد و بیان همین استدلال‌ها باعث می‌شود تا نویسنده از رعایت شیوه ساده‌نویسی محروم شود. شاکیان بدنویسی، بیش‌تر از نویسندگانی می‌نالند که نگارش بد آنان، ناشی از این صفات نگارشی است: بی‌نتیجه، مُغلق، سر بسته و پُر از راز و رمز، به همین خاطر است که می‌گویند:

«در نگارش بد، بیش‌تر فعل مجهول به کار برده می‌شود، زیرا نویسنده در برابر جامعه‌ای بیش از حد مستحکم و سرسخت سر تعظیم فرود آورده است که ایجاد هرگونه تحوّل و تغییری در آن، خارج از قدرت انسان به‌نظر می‌رسد؛ شاید نیز بدان جهت که نویسنده مسؤولیت ابراز عقیده را کنار گذاشته و دلش می‌خواهد آرزوهایش را در زیر سنگ و یا بهتر به‌گوییم - در زیر دیسک سخت^۱ - پنهان سازد.^۲ جهان بدنویسان، جهانی گنگ و نامفهوم است. آنان همواره بر ضد نگارش رسانه‌ای می‌نویسند و دانسته یا نادانسته باعث قطع ارتباط با مخاطبان خود می‌شوند.



شیوه نگارش مطالب علمی در رسانه‌ها

حکایت بر مزاج مستمع گوی
اگر خواهی که دارد با تو میلی

سعدی شیرازی

خواندن مطالب علمی برای افراد غیر متخصص در آن علم، اغلب مشکل است و این مشکل بیش تر ناشی از این مسأله است که برخلاف شیوه نگارش رسانه‌ای که هدف بنیادی‌اش ارائه اطلاعات و برقراری ارتباط است، در شیوه نگارش علمی و دانشگاهی، هدف ارائه‌ی یک اندیشه و یا مطالبی پیرامون آن است. در نگارش غیر رسانه‌ای مطالب علمی، نویسنده‌ی مطلب، فرض را بر این می‌گیرد که خواننده، با تمام اصطلاحاتی که به کار برده است آشنایی دارد و می‌تواند با آرامش خیال، جملات کوتاه یا طولانی، آمار و ارقام، فرمول‌ها، نمودارها و جداول را درک کند. پیچیدگی بیش از حد مفاهیم علمی، درک داده‌ها و تحلیل نویسنده را برای خوانندگان ناآشنا با مفاهیم، دشوار می‌کند تمام تلاش خبرنگاران، گزارشگران و نویسندگان مطبوعات و سازمان‌های خبری صرف آن می‌شود تا انتقال مطالب علمی را به مخاطب با

استفاده از شیوه نگارش رسانه‌ای آسان کنند.

چه بسیار اخبار و مطالبی که به سرویس‌های علمی - آموزشی روزنامه‌ها داده می‌شود ولی به دو دلیل رایج، در سالن تحریریه این‌گونه اخبار و مطالب علمی راهی به صفحات روزنامه نمی‌یابند:

● **دلیل اول:** عدم آشنایی خبرنگار و ویراستار سرویس علمی - آموزشی با مفاهیم و مضمون نوشتار آن مطلب علمی است. زیرا، درک مطلب برای آنان دشوار است و آنان ترجیح می‌دهند به جای دست‌وپنجه نرم کردن با اصطلاحات ناآشنا، جملات طولانی و پیچیده و دست آخر، نداشتن درکی درست از مضمون مطلب، عطای آن را به لقایش ببخشند و به سراغ مطلبی دیگر که از نگارش بهتری برای انتقال معنی برخوردار است، بروند و آن‌ها را به دست چاپ به سپارند.

● **دلیل دوم:** ناتوانی خبرنگار یا ویراستار در آماده‌سازی مطلب دریافتی برای ارسال به قسمت حروفچینی است. وقتی که یک نویسنده نتواند مطالب علمی را به شیوه نگارش رسانه‌ای برای مخاطب ساده‌سازی کند، ترجیح می‌دهد آن مطلب عملی را هرچند که دارای ارزش خبری بالایی هم باشد، به کناری بگذارند یا روانه‌ی سطل آشغال کنند!

آری، به همین سادگی روزانه ده‌ها مطلب علمی با ارزش گرفتار برخورد غیر حرفه‌ای گزینش‌گران خبر در تحریریه‌ی روزنامه‌ها می‌شوند و تنها جایی که برای انتشار می‌یابند، مجلات تخصصی است که متأسفانه در آن‌جا نیز، نگارش علمی و غیررسانه‌ای مطلب، درک آن را حتی برای متخصصان آن مطلب دشوار می‌کند.

□ چهار اصل برای نگارش رسانه‌ای مطالب علمی

برای حذف دشواری‌های نگارش علمی و نزدیک کردن آن به سطح ادراک

و فهم انبوه خوانندگان و مخاطبان معمولی رسانه‌ها، چهار اصل زیر پیشنهاد می‌شود:

● اصل اول: خود را به جای خواننده بگذارید

برای درک بهترین شیوه‌ی نگارش یک نوشته، لازم است دریابیم که خوانندگان نشریه چگونه به عمل خواندن می‌پردازند و از نویسنده چه توقع و انتظاری دارند؟

بر این اساس است که گفته می‌شود: «اگر بنا باشد که خواننده منظور نویسنده را دریابد، نویسنده نیز باید نیاز خواننده را درک کند.»^۱ فراموش نکنیم که خواننده هنگام خواندن یک متن، فقط با متن سروکار دارد و توجهی به شخص نویسنده ندارد. او می‌خواهد از خواندن متن لذت ببرد، به همین خاطر، خوانندگان، متن را فقط نمی‌خوانند بلکه تفسیر می‌کنند. البته تفسیرهای خوانندگان از یک متن ممکن است متفاوت و گاه حتا متضاد هم باشد. این مهم نیست، مهم آن است که هر خواننده‌ای به درک متن و فهم آن نایل آمده باشد وگرنه او نمی‌تواند هیچ‌گونه تفسیری از متن ارایه دهد.

برای روشن شدن بیش تر این مطلب به گزارشی از یک تحقیق درباره‌ی اندازه‌گیری دما اشاره می‌کنیم.

فرض کنیم یک محقق، در بررسی دمای یک مایع در مدت زمانی معین، هر ۳ دقیقه یک بار، دما را اندازه‌گیری و آن‌ها را ثبت می‌کند. داده‌های به‌دست آمده را می‌توان به چند شکل نوشتاری نمایش داد که در این جا به ۳ شکل آن می‌پردازیم.

۱- گوپن. جی. وی. و جی. آ. اسوان، «علم نگارش علمی»، مترجم هوری میوه جی، در مجله علوم و تکنولوژی پلیمر، سال هفتم، ش ۱، اردیبهشت ۱۳۷۳، ص ۶۹.

(۱) در شکل نخست می‌توان اندازه‌گیری دما را این‌گونه نوشت:

$$t = ۰ \text{ و } T = ۲۵ \text{ و } t = ۱۵ \text{ و } T = ۳۲$$

$$t = ۶ \text{ و } T = ۲۹ \text{ و } t = ۳ \text{ و } T = ۲۷$$

$$t = ۱۲ \text{ و } T = ۳۲ \text{ و } t = ۹ \text{ و } T = ۳۱$$

خواندن این نوشته‌ها برای بسیاری از خوانندگان دشوار و شاید ناممکن باشد، زیرا لازم است آنان با علائم و فرمول‌های علم فیزیک آشنا باشند و به‌فهمند علامت زمان، درجه و گرما چیست؟

اکنون یک خبرنگار که به واقعیت ناآشنایی عموم خوانندگان روزنامه با علائم فوق‌آشنایی دارد، درصدد چاره‌جویی برمی‌آید و مطالب فوق را در یک جدول دوستونی پیش روی خواننده می‌گذارد:

(درجه) دما	(دقیقه) زمان
۲۵	۰
۲۷	۳
۲۹	۶
۳۱	۹
۳۱	۱۲
۳۲	۱۵

در هر دو شکل، به‌طور دقیق، اطلاعات یکسانی ارائه شده است ولی بیش‌تر خوانندگان درمی‌یابند که مورد دوم آسان‌تر درک می‌شود، شاید به‌دلیل آشنایی با ساختار جدول مضمون (زمان) به‌صورتی قابل درک در اختیار خواننده قرار می‌گیرد که در آن، بخش مهم اطلاعات (دما) می‌تواند تفسیر شود.

حال اگر دو ستون جدول را جابه‌جا کنیم، خواندن آن مشکل‌تر می‌شود:

(دقیقه) زمان	(درجه) دما
۰	۲۵
۳	۲۷
۶	۲۹
۹	۳۱
۱۲	۳۱
۱۵	۳۲

دشواری درک مطلب از کجا ناشی می‌شود؟ از آن‌جا که (در زبان‌های لاتین) از طرف چپ به راست می‌خوانند، مضمون سمت چپ را ترجیح می‌دهند، جایی که خواننده را به شکل مؤثرتری آشنا می‌سازد. اطلاعات تازه و مهم را در سمت راست قرار می‌دهیم که هدف آن جلب خواننده است. به‌طور طبیعی، در نوشتار فارسی و عربی چون جدول را از طرف راست به چپ قرائت می‌کنند، معمولاً مطالب مهم‌تر را در سمت چپ قرار می‌دهند تا خواننده آسان‌تر به درک و فهم مطلب برسد.

اگر خود را به جای خواننده بگذاریم، اطلاعات را در جایی قرار می‌دهیم که خواننده انتظار یافتن آن را دارد. انتظار خوانندگان نه فقط در تفسیر جداول و تصاویر، بلکه در تفسیر نوشته هم اثر می‌کند. خوانندگان در مورد این که در چه جایی از ساختار نوشته با مواد خاص آن مضمون برخورد می‌کنند، انتظارات معینی دارند. اگر نویسندگان با این مکان‌ها آشنایی آگاهانه پیدا کنند، می‌توانند

احاطه‌ی بیش‌تری به میزان شناخت و اهمیتی که خواننده به بخش‌های مختلف اطلاعات ارایه شده می‌دهد، داشته باشند. نویسندگان خوب، به‌طور ذاتی از این انتظارات آگاه‌اند.

مفهوم ضمنی «انتظار» خواننده می‌تواند به بارزترین شکلی در سطح واحدهای نوشتاری طولانی (یک واحد نوشتاری به چیزی گفته می‌شود که دارای شروع و پایان است، مانند یک عبارت، یک جمله، یک بخش، یک مقاله و غیره) نمایان باشد.

یک مقاله تحقیقی مثلاً به بخش‌های متمایز مقدمه، روش‌های تجربی، نتایج و بحث تقسیم می‌شود. وقتی بخش‌ها مخلوط شوند، اغلب خوانندگان نیز به همان اندازه گیج می‌شوند. در واحدهای نوشتاری کوچک‌تر، بخش‌های گوناگون، با عنوان، از یکدیگر مشخص نمی‌شوند، ولی خوانندگان همواره انتظارات معینی دارند و در جست‌وجوی یافتن اطلاعات مشخص در مکان‌های ویژه هستند.

اگر چنین انتظارات ساختاری پیوسته نقض شود، خوانندگان به ناچار به‌جای صرف نیرو برای فهم محتوای متن، به گره‌گشایی ساختار آن می‌پردازند و به‌طور طبیعی، همزمان با افزایش پیچیدگی نسبی محتوا، امکان تفسیر نادرست یا عدم تفسیر آن به‌طور جدی افزایش پیدا می‌کند.

اکنون برای شناخت انتظارات خوانندگان از یک متن رسانه‌ای، به سه انتظار مهم نزدیکی فاعل و فعل، مکان تأکید و مکان موضوع می‌پردازیم.

● اصل دوم: نزدیکی فاعل و فعل

انتظار خوانندگان مطالب رسانه‌ها این است که فاعل دستوری بلافاصله با فعل دنبال شود (طبق قواعد دستوری زبان انگلیسی) یا بهتر به‌گوییم جمله کوتاه باشد (طبق قواعد دستوری زبان فارسی). هر فاصله‌ای که بین فاعل و فعل ایجاد

شود، گسیختگی به حساب می‌آید و در نتیجه اهمیت کم‌تری به آن داده می‌شود. به مطالب زیر دقت کنید:

«در یک آزمایشگاه شیمی، برای تولید یک ملکول آب، با رعایت همه‌ی قواعد آزمایشگاهی به نحوی که شرایط کاملاً آماده باشد، در لوله آزمایشگاهی، دو ملکول عنصر هیدروژن را با یک ملکول عنصر اکسیژن ترکیب می‌کنیم.»

از ده نفر خواننده اگر به پرسید چرا خواندن این متن مشکل است، ۹ نفر به طور حتم واژه‌های فنی را دلیل دشواری مطرح خواهند کرد، علاوه بر این، خواهند گفت که درک آن، به اطلاعات تخصصی قبلی نیاز دارد. در حالی که مسایل اظهار شده در واقع تنها بخش کوچکی از مشکل‌اند.

مشکل اصلی متن، ذکر واژه‌هایی چون «ملکول»، «عنصر»، «هیدروژن»، «اکسیژن»، «ترکیب» و... نیست. مشکل اصلی همان مشکل ساختاری متن است: جدایی فاعل از فعل! از «آزمایشگاه شیمی» به عنوان نهاد یا فاعل جمله تا «ترکیب می‌کنیم» بدون احتساب علایم سجاوندی، ۳۰ کلمه وجود دارد که فاصله‌ای زیاد بین آن‌ها ایجاد کرده است.

فراموش نکنیم انتظار خواننده، از نیاز مبرم وی به تفکیک قالب‌های دستوری نشأت می‌گیرد که فقط با رسیدن به فعل برآورده می‌شود. بدون فعل ما نمی‌دانیم که فاعل چه می‌کند یا جمله درباره‌ی چیست؟ در نتیجه توجه خواننده به فعل و رسیدن به آن جلب می‌شود و ناخودآگاه نسبت به شناخت هر مطلبی، حتاً مطالب بااهمیت که وقفه ایجاد می‌کند، استقامت نشان می‌دهد. هرچه وقفه طولانی‌تر باشد، احتمال بیش‌تر می‌رود که مطلب «وقفه‌انداز» در واقع اطلاعات مهم را دربرداشته باشد ولی محل ساختاری اش هم چنان آن را به صورت مطلب وقفه‌انداز صرف قلمداد می‌کند. متأسفانه خواننده در چنین حالتی اهمیت واقعی آن را در نمی‌یابد تا وقتی که بسیار دیر شده است، یعنی وقتی که جمله بی‌آن‌که از مطلب وقفه‌انداز «فاعل - فعل» چیز باارزشی

ارایه داده باشد، پایان یافته است.

مطلب پیچیده‌ی ارایه‌شده را این بار با حذف عناصر مزاحم در ساختار مطلب به شکل زیر می‌نویسیم:

«در آزمایشگاه، از ترکیب دو عنصر هیدروژن و اکسیژن، آب تولید می‌شود.»
به همین سادگی یک مطلب ۳۷ کلمه‌ای تبدیل به مطلبی ۱۲ کلمه‌ای شد.
ضمن آن‌که درک مفهوم اصلی متن نیز آسان‌تر گردید. ممکن است به پرسید یک جمله چه موقع خیلی بلند است؟ در پاسخ باید گفت پدیدآورندگان قواعد روخوانی این باور را به ما القا می‌کنند که تعداد واژه‌های ثابتی وجود دارد. آن‌ها تعداد مطلوب را ۲۹ واژه ذکر می‌کنند. در نوشتن تیترو مطالب روزنامه این تعداد ۱۱ کلمه است. هر چند این تعداد کلمه برای یک جمله مناسب به نظر می‌رسد اما در عمل نمی‌توان با آن کاملاً موافق بود زیرا ما جمله‌های ۱۰ کلمه‌ای زیادی دیده‌ایم که عملاً قابل فهم نیستند در عوض جمله‌هایی مثلاً با ۱۰۰ واژه هم دیده‌ایم که بسیار روان تا نقطه روشن شدن مطلب پیش می‌روند.

جی.دی. گوپن^۱ معیار دیگری به جای محدودیت واژه‌ها در جمله‌های کوتاه ارایه می‌کند:

«به جای مفهوم محدودیت واژه‌ها، تعریف زیر را ارایه می‌دهیم:
جمله وقتی خیلی بلند است که انتخاب‌های زیادی برای مکان‌های تأکید بیش از مکان‌های تأکید موجود در دسترس باشد. بدون کلید محلی مکان تأکید که مطالب آن مورد تأکید است، خوانندگان به حال خود رها می‌شوند تا تعیین کنند که چه چیز دیگر در جمله ارزش تأکید دارد.»^۲

در اصلاح متن نمونه، آن‌چه را که ما انجام دادیم در واقع علاوه بر نزدیک

1- G.D. Gopen.

کردن فاعل و فعل، کاهش بار دستوری جمله با قراردادن مطالبی که ارزش تأکید داشتند در مکان‌های تأکید بود.

بر این اساس مطالبی را که نمی‌توانستیم ارتباط مهم برایشان پیدا کنیم، کنار گذاشتیم.

مطالب بی‌ارتباط عبارتند بودند از: تولید، رعایت قواعد، شرایط، لوله آزمایشگاهی و ملکول.

با حذف عناصر بی‌ارتباط در ساختار متن اصلی، متنی واضح‌تر، ولی نه آن‌چه را که الزاماً دیدگاه‌های مؤلف را منعکس کند، به‌وجود آوردیم. بدین معنی که تنها تفسیر ما را از دیدگاه‌های مؤلف منعکس می‌کند. این تفسیر وضعیت بهتری برای درک خوانندگان ایجاد می‌کند زیرا هرچه ساختار متن دشوارتر باشد، احتمال کم‌تری وجود دارد که بخش وسیعی از خوانندگان دقیقاً همان چیزی را که مؤلف در نظر داشته، درک نمایند.

● اصل سوم: مکان تأکید

خوانندگان از هر واحد نوشتاری و به‌ویژه از هر جمله‌ی معلوم، انتظار دارند که صرف‌نظر از تعداد واژه‌ها و طول جمله، یک عملکرد داشته باشند و یا یک نکته را روشن سازند.

در مورد یک جمله، خوانندگان انتظار دارند که نکته‌ی موردنظر در مکان ویژه‌ای ظاهر شود که برای تأکید در نظر گرفته شده است. اگر این انتظار خواننده برآورده شود، انتقال پیام و معنی از نویسنده به خواننده با سهولت بیش‌تری صورت می‌پذیرد.

یک نکته‌ی رایج در زبان‌شناسی روشن می‌کند که خوانندگان هر متن به‌طور طبیعی بر روی موضوعی که در انتهای جمله می‌آید - یعنی همان جایی که فعل نوشته می‌شود - تأکید می‌کنند. این محل را با عنوان «مکان تأکید»

مشخص می‌کنند. «مکان تأکید» لزوماً در پایان جمله و فعل جمله هم نیست. اگر نویسنده هشیارانه عمل کند می‌تواند اطلاعات تأکیدی را در مکانی از جمله قرار دهد که خواننده‌ی متن به‌طور طبیعی به آن مکان توجه می‌کند و آن را بهتر می‌خواند.

وقتی نویسنده‌ای موضوع مورد تأکید جمله‌ای را در هر جایی غیر از «مکان تأکید» قرار دهد دورویداد ناخواسته می‌تواند پدیدار شود:

۱- خواننده ممکن است مکان تأکید را شامل موضوعی به‌بیند که به‌وضوح ارزش تأکید ندارد، در این صورت خواننده می‌بایست با دشواری بیش‌تری این جایگزینی را در ذهن خود انجام دهد تا نوشته را به‌طور دقیق و آن‌گونه که مدنظر نویسنده بوده است، تفسیر کند.

۲- خواننده ممکن است مکان تأکید را شامل موضوعی به‌بیند که تأکید‌پذیر باشد، هرچند نویسنده قصد تأکید بر آن نداشته باشد در این صورت به احتمال زیاد خواننده بر مطلبی نابه‌جا تأکید کرد و نویسنده هم فرصت گران‌بهایی را برای تأثیرگذاری بر فهم و فرایند تفسیری خواننده را از دست داده است.

«جی.دی.گوپن» استاد زبان‌شناسی دانشگاه شیکاگو امریکا درباره «مکان تأکید» در جملات و آن‌چه که نویسنده باید در نظر داشته باشد معتقد است:

«مکان تأکید می‌تواند از لحاظ اندازه از یک جمله به جمله‌ی دیگر تغییر یابد. گاهی این بخش شامل یک واژه است و در مواردی تا چند سطر گسترش می‌یابد. عامل تعیین‌کننده این است که مکان تأکید با پایان قالب دستوری جمله منطبق می‌شود. خواننده به ابتدای موقعی رسیده است که می‌داند چیزی در جمله یا عبارت به‌جز آن‌چه در حال خواندن آن است باقی نمانده است، بنابراین، یک فهرست کامل شماره‌وار و تو‌گذاشته، نسبت به سایر سطرها می‌تواند مکان تأکید را در یک جمله اشغال کند، به‌شرطی که به روشنی اعلام شود که آن‌چه از

جمله باقی مانده همان است. هر عضو می‌تواند قالب دستوری خود را به وجود آورد.

درون یک جمله، مکان‌های تأکیدی ثانویه می‌توانند با نمایش نقطه یا نقطه کاماهایی که به درستی به کار گرفته شده‌اند، تشکیل شود؛ با قواعد دستوری، مطالب قبل از علامت‌های نقطه گذاری باید بتوانند به صورت یک جمله‌ی کامل قائم به خود باشند. بنابراین، جمله‌ها می‌توانند به راحتی با چندین واژه به شرطی که قالب دستوری بین جمله‌ای برای هر قطعه اطلاعات جدید و تأکیدپذیر در طول جمله وجود داشته باشد، گسترش پیدا کند.^۱

اکنون بار دیگر به متن اصلاح شده مثالی که درباره ترکیب آزمایشگاهی دو عنصر شیمیایی ذکر کردیم، بازمی‌گردیم:

«در آزمایشگاه، از ترکیب دو عنصر هیدروژن و اکسیژن، آب تولید می‌شود.»
طول جمله و زیادی کلمات در بادی امر نه مسأله بود و نه راه حل آن، متن اصلاح شده به طور آشکار چندان کوتاه تر از متن اصلی نیست ولی احتمالاً شما هم با ما موافق هستید که دارای معنای روشن تری است و تفسیر آن به طور قابل توجهی ساده تر است. حذف واژه‌ها برای خواننده وقتی اهمیتش را از دست می‌دهد که با روشن کردن «مکان تأکید» وی را در درک متن و امکان ارایه‌ی تفسیر یاری دهیم. در این جمله «تولید می‌شود» نتیجه‌ی منطقی عمل «ترکیب» است (دو مکان تأکید) که با واژه‌های «هیدروژن» و «اکسیژن» معنای کاملی می‌یابند. این نکته‌ی مهمی برای برآورده کردن انتظار خواننده از جمله است که در اصلاح متن کاملاً رعایت شد.

در برخی موارد نیز با درست تر کردن حروف، خط کشیدن زیر کلمه یا جمله، نمایش حروف با شکل‌های مختلف، استفاده از کلمات با رنگ‌های

متفاوت و... روزنامه‌ها، مجلات و کتاب‌ها؛ «مکان تأکید»ی برای درک بهتر خواننده از موضوع پدید می‌آورند.

با نگاهی مختصر به صفحات اول روزنامه‌ها و مشاهده‌ی تیر اول، دوم و... بهتر می‌توان به «مکان تأکید» در موضوع‌های خبری پی برد. همچنین هرگونه استفاده از علایم سجاوندی مانند نقطه، کاما، کامانقطه، خط تیره، پرانتز، کرشه در درون یک جمله می‌توانند مکان‌های تأکیدی ثانویه‌ای را به وجود آورند تا خواننده بهتر بتواند به درک اندیشه‌ی نویسنده در جمله پی ببرد.

یکی از پرکاربردترین این علایم، کاما یا کامانقطه است که با استفاده از آن‌ها در جمله می‌توانیم یک مکان تأکید ثانوی را به وجود آوریم تا قطعه اطلاعات دیگری را که نیازمند تأکید است در خود جای دهد.

بار دیگر به مثال ذکرشده و متن اصلاحی آن باز می‌گردیم، در اصلاح متن نمونه در مورد این که چه چیز را حذف یا بر آن تأکید کنیم، تصمیم‌های مشخص گرفتیم، ما فاعل و فعل را نزدیک به هم قرار داده و بار دستوری جمله را کاهش دادیم، مطالبی را که فکر می‌کردیم ارزش تأکید دارند، در مکان‌های تأکید قرار دادیم و مطالبی را که نمی‌توانستیم ارتباط مهمی با متن برایشان پیدا کنیم، کنار گذاشتیم. با این تغییرات، متنی واضح‌تر ولی نه آن‌چه که الزاماً دیدگاه‌های مؤلف را منعکس کند، به وجود آوردیم. بدین معنا که تنها تفسیر ما را از دیدگاه‌های مؤلف منعکس می‌کند. هرچه ساختار جمله دشوارتر باشد، احتمال کم‌تری وجود دارد که بخش وسیعی از خوانندگان دقیقاً همان چیزی را که مؤلف در نظر داشته درک کنند. در این صورت لازم است که به «مکان موضوع» به پردازیم و این مشکل را آن‌جا برطرف کنیم.

● اصل چهارم: مکان موضوع

خبرنگاران و ویراستاران به‌خوبی با پیشینه‌ی خبر^۱ آشنایی دارند، یعنی همان جملاتی که درباره‌ی سابقه‌ی قبلی خبر در انتها یا فواصل پاراگراف‌های خبر می‌نویسند تا موضوع برای خوانندگان خبر روشن شود. آنان با درک آشنایی قبلی با موضوع خبر بهتر می‌توانند منظور خبرنگار از رویدادهای تازه که درباره‌ی موضوع نوشته شده است، پی ببرند.

مکان موضوع، درواقع مکان ایجاد چشم‌انداز و مضمون است زیرا خوانندگان انتظار دارند که مطالب اشغال‌کننده‌ی مکان موضوع، پیوند (نگاه به گذشته) و مضمون (نگاه به پیش) در دسترس آنان قرار دهد. اطلاعات مکان موضوعی خواننده را برای مطلب بعدی با پیوند آن با گذشته و بحث پیشین آماده می‌کند. هرچند که پیوند و مضمون می‌توانند از چند منبع به‌دست آیند ولی در اصل از مطالبی حاصل می‌شوند که خواننده از پیش در درون متن با آن‌ها برخورد کرده است. مطالب آشنایی که از قبل معرفی شده‌اند به عنوان «اطلاعات قدیم» مشخص می‌شوند. برعکس، مطالبی را که برای بار اول در یک نوشته می‌خوانیم «اطلاعات جدید» می‌نامیم. وقتی که «اطلاعات جدید» در حد تأکید مهم باشد بهترین نقش را در مکان تأکید خواهد داشت.

ازسوی دیگر آن هنگام که «اطلاعات قدیم» در مکان موضوع بیاید، به خوانندگان کمک می‌کند تا جریان منطقی گفتار را سازمان دهند بدین صورت که خواننده توجه خود را به بحثی که به گذشته و آینده ربط دارد، متمرکز می‌کند. در غیراین صورت اگر مکان موضوع با بحثی پُر شود که نتواند پیوند لازم و مضمون موردنیاز را ایجاد کند، خواننده را به ورطه سردرگمی می‌کشاند زیرا خواننده هم در درک ارتباط با جمله‌ی قبلی و هم نقش بارز جمله‌ی جدید

در بسط پاراگراف به عنوان یک کُل و مجموعه مشکل خواهد داشت.

«جی.دی. کوپن» در این باره مثال جالبی را نقل می‌کند:

«اطلاعات آغاز جمله، چشم‌اندازی است برای خواننده تا جمله را به عنوان یک واحد در نظر بگیرد. خوانندگان انتظار دارند که واحد نوشتار، داستان موضوعی باشد که اول مطرح می‌شود. «زنبورها گرده‌ها را پراکنده می‌کنند.» و «پراکندن گرده‌ها توسط زنبورها انجام می‌شود.» دو جمله کاملاً مختلف، ولی هر دو معتبر و در مورد یک واقعیت‌اند. اولین جمله به ما مطالبی درباره زنبورها می‌گوید و دومین جمله درباره پراکندن گرده است. مجهول بودن جمله‌ی دوم، خود به تنهایی کیفیت آن را خدشه‌دار نمی‌سازد، در واقع «پراکندن گرده توسط زنبورها صورت می‌گیرد» جمله‌ی برتری است به شرط آن‌که در پاراگرافی ظاهر شود که در آن مقصود، گفتن داستان دنباله‌داری راجع به پراکندن گرده است. داستان پراکندن گرده در آن موقع یک مورد مجهول است.»^۱

بنابراین اگر قرار باشد جمله‌ی برتر را به خواننده عرضه کنیم، پرداختن به داستان پراکندن گرده ولو به اختصار می‌بایست در «مکان موضوع» رعایت شود تا خواننده بتواند به فهم مطلب نایل آید.

بسیاری از مردم به نویسندگان تازه‌کار پند می‌دهند که همواره می‌بایست اطلاعات قدیم را در مکان موضوع و اطلاعات جدید را در مکان تأکید جای دهند. اجرای چنین پندی دشوار است زیرا براساس تعاریفی که ما از کهنه و نو داریم همه اطلاعات بشری یا قدیمی‌اند یا نو، مطلب مهم آن است که چگونه به توانیم فضای بین

«مکان موضوع» و «مکان تأکید» را با اطلاعات قدیم و جدید پُر کنیم.

پیشنهاد نویسندگان حرفه‌ای برای حلّ این معضل آن است که: در «مکان موضوع» اطلاعات قدیمی را که به گذشته ارتباط دارد، بیاوریم و در مکان تأکید اطلاعات جدیدی را که می‌خواهیم مورد تأیید خواننده قرار گیرد، جای دهیم.

این اصل را می‌توانیم با در نظر گرفتن نکات زیر به کار بندیم:

۱- اطلاعات قدیمی پیوند دهنده با گذشته در مکان موضوع گنجانده شود.

۲- شخص، چیز یا مفهومی که داستان آن شرح داده می‌شود در «مکان موضوع» بیاید.

۳- اطلاعات جدید دارای ارزش تأکید در «مکان تأکید» جای گیرد. به کار بستن این اصل‌ها، بستگی به سبک شخصی نویسنده هم دارد. سبک شخصی نویسنده، مجموعه‌ای از همه انتخاب‌های ساختاری است که شخص سعی می‌کند به هنگام آفرینش یک متن به کار گیرد. نویسندگانی که در نگارش مطالب علمی و برقراری ارتباط با خوانندگان خود مشکل دارند، می‌توانند سبک نگارش خود را تصحیح کنند و برای همیشه انتخاب‌های ساختاری را که به آن عادت کرده‌اند و خوانندگان را گمراه می‌کند یا می‌آزارد، تغییر دهند.

□ نتیجه‌گیری

خواندن مطالب علمی برای خوانندگان عادی مطبوعات و رسانه‌های جمعی، اغلب مشکل است. افکار پیچیده‌ای که در نوشته‌های علمی ارایه

می‌شود بر دشواری فهم خواننده می‌افزاید. نویسندگان حرفه‌ای در رسانه‌ها می‌بایست با توجه به چهار اصل انتظار خواننده، جدایی فاعل و فعل، مکان تأکید و مکان موضوع به تغییر ساختار جملات پیچیده‌ی علمی به‌پردازند و با ایجاد ساختاری قابل فهم برای خواننده مطلب علمی را قابل درج در صفحات روزنامه کنند. بار دیگر مروری بر چهار اصل ذکرشده می‌کنیم تا به‌طور خلاصه به‌بینیم در فرایند تغییر ساختار چه نکاتی را باید نویسندگان جوان رعایت کنند:

۱- فاعل دستوری تا آن‌جا که ممکن است به فعل نزدیک‌تر شود تا جملات کوتاه شوند.

۲- در مکان تأکید «اطلاعات جدید» را که نویسنده‌ی متن علمی مایل است بر آن تأکید کند، جای دهید.

۳- «اطلاعات قدیم» مناسب یا پیشینه‌ی مطلب را در مکان موضوع برای ایجاد پیوند با گذشته و ایجاد مضمون به کار برید.

۴- شخص یا چیزی را که «داستان» جمله درباره‌ی او است در شروع جمله و در «مکان تأکید» قرار دهید.

۵- نقش هر بند یا جمله‌ای را در فعل آن آشکار کنید.

۶- قبل از این‌که از خواننده به‌خواهید به چیز تازه‌ای بیاندیشد به او مضمونی تازه به‌دهید تا به درک متن نایل آید.

۷- پیش از هر چیز، اطمینان بیاورید که تأکیده‌ی نسبی روی مطالب با انتظارهای نسبی برای تأکید که توسط ساختار مطرح می‌شود، منطبق باشد.

۸- فراموش نکنید که به کار بردن علایم سجاوندی مانند نقطه، کاما، کامانقطه، خط تیره، گیومه، دونقطه و... می‌تواند نوعی تأکید ضمنی و «مکان تأکیدی ثانویه» را به وجود آورد تا به فهم خواننده از متن یاری دهد.

و کلام آخر آن‌که در علم نگارش علمی باید به یاد داشته باشیم: «اگر بنا باشد که خواننده منظور نویسنده را دریابد، نویسنده نیز باید نیاز خواننده را درک کند.»^۱

۱- همان، ص ۶۹. روش‌شناسی تشریح شده در این بخش از کتاب از کار زبان‌شناسی ژوزف ام. ویلیامز از دانشگاه شیکاگو، گریگوری، جی. کولمب از مؤسسه تکنولوژی جورجیا و جورج. دی گوپن منشاء گرفته است. بعضی از مطالب ارایه شده همان‌گونه که گوپن در مقاله «علم نگارش علمی» یادآور شده است در کارگاه‌های «نگارش دانشکده» مدرسه پزشکی دانشگاه دوک بحث شده و توسعه یافتند. علاقه‌مندان می‌توانند برای مطالعه بیش‌تر به منابع زیر مراجعه کنند:

- Williams, Joseph M. 1988. *Style: Ten Lessons in Clarity and Grace* Scott, Foresman, & Co.
- Colomb, Gregory G., and Joseph M. Williams. 1985. *Perceiving structure in Professional prose: a multiply determined experience*. In *Writing in Non-Academic Settings*, eds. Lee Odell and Dixie Goswami. Guilford press, PP. 87-128.
- Gopen, George D. 1987. *Let the buyer in ordinary course of business beware: Suggestions for Revising the language of the Uniform Commercial Code*. *University of Chicago Law Review* 54:1178-1214.
- Gopen, George D. 1990. *The Common Sense of Writing: Teaching Writing from the Reader's Perspective*. To be published.

هم‌چنین ر.ک: گوپن، جی. دی و جی. آ. اسوان، «علم نگارش علمی» مترجم هوری میوه‌چی، در مجله علوم و تکنولوژی پلیمر، سال هفتم، شماره اول، اردیبهشت ۱۳۷۳، صص ۸۰-۶۹.



خلاصه نویسی

آب ار چه همه زلال خیزد
از خوردن پُر، ملال خیزد
نظامی گنجوی

یکی از معمول ترین مطالب رایج در وسایل ارتباط جمعی، «خبر» است. در تهیه و تنظیم خبر نیز مهم ترین وظیفه‌ی یک خبرنگار، نوشتن مقدمه یا «لید»^۱ به صورت فشرده و خلاصه است به شرطی که متراکم و گویا باشد. در واقع لید چیزی نیست جز همان چند جمله‌ی اول هر خبر که هدایت‌گر خواننده به درون خبر است. لیدهای روزنامه‌های صفحه بزرگ^۲ و معروف انگلیس مثل «فاینشال تایمز»^۳ نسبت به نشریات قطع کوچک^۴، بلندتر است. یک بررسی از صفحه روزنامه‌ی معروف دیگر انگلستان، «ایندپندنت»^۵ حاکی از لیدهایی با میانگین ۲۹ کلمه بوده است. همین تحقیق در مورد روزنامه «دیلی اکسپرس»^۶

1- Lead

2- Broad Sheets

3- Financial Times

4- Populars

5- Independent

6- Daily Express

چاپ لندن ۲۱ کلمه را نشان داده است. روزنامه «سان»^۱ چاپ استرالیا لید ۱۲ کلمه‌ای را اجباری کرده است و از خبرنگاران خواسته است تا از آوردن مطالب جزئی در لید به پرهیزند؛ کلی‌گویی نکنند و از همه مهم‌تر، مبهم ننویسند و در یک کلام «خلاصه» به نویسند.

خلاصه‌نویسی در بزرگ‌ترین مطبوعات اروپا و آمریکا و بنگاه‌های سخن‌پراکنی مانند «بی.بی.سی.»^۲ و «ای.بی.سی.»^۳ در انگلستان و آمریکا به خوبی رعایت می‌شود.

خبرنگاران حرفه‌ای می‌دانند که هر چه لید کوتاه‌تر باشد، جذاب‌تر می‌شود. آن‌ها می‌گویند لید خوب بین ۱۰ تا ۱۵ کلمه است. البته هر چه کوتاه‌تر، بهتر.

این سخن را روان‌شناسان و زبان‌شناسان نیز تأیید کرده و اظهار می‌کنند که ذهن آدمی برای برقراری ارتباط معنایی، در جملات بیش از ۱۷ کلمه دچار مشکل می‌شود و بهتر است جملات را کوتاه‌تر و روشن‌تر نوشت یا بیان کرد.

شاید به همین خاطر است که امروزه روزنامه‌های پرتیراژ و موفق جهان برای نوشتن تیترهای مطالب خود، سعی می‌کنند بیش‌تر از ۱۱ کلمه به کار نبرند و حتی الامکان تیترها دارای فعل باشند و کلیه علائم سجاوندی نیز در داخل تیتر رعایت شود. البته در پایان تیتر نقطه نمی‌گذارند تا خواننده بدون مکث به سراغ لید خبر و سپس متن آن برود و جذب مطالب روزنامه شود.

خلاصه‌نویسی به تیتر و لید خبر محدود نمی‌شود، در داخل متن خبر نیز متراکم و گویانویسی اصلی است که هر خبرنگار باید آن را رعایت کند. این اصل در خصوص نوشتن مقاله و گزارش نیز کاربرد فراوان دارد.

□ چرا خلاصه‌نویسی می‌کنیم؟

خلاصه‌نویسی می‌کنیم تا خواننده‌ی مطلب، به فهم و ادراک معانی موردنظر ما پی ببرد. جملات طولانی ملال‌آورند. ذهن از درک آنها عاجز است. ولتر^۱ نویسنده‌ی معروف فرانسوی گفته است:

«هرگونه نوشته‌ای خوب است، جز آن‌چه ملال‌آور باشد.»^۲

«لئون تولستوی»^۳ نویسنده‌ی مشهور روسی در تکمیل گفته‌ی ولتر می‌نویسد:

«یا حتی به مراتب بیش‌تر، می‌توانیم درباره‌ی هنر بگوییم: هر نوع هنری خوب است، جز آن‌چه مفهوم نباشد.»^۴

به‌راستی اگر قرار باشد جمله‌ای یا بندی (پاراگرافی) را به‌نویسیم و خواننده منظور ما را دریابد، کار ما چه ارزشی خواهد داشت؟ درازگویی و بلندنویسی، کار نویسندگانی است که معمولاً حرفی برای گفتن ندارند و یا این‌که هنر ارتباط با مخاطب را نیاموخته‌اند. در برابر چنین نویسندگانی ویراستاران حق دارند تا آن‌جا که از دستشان برمی‌آید کلمه‌های زاید و ترکیب‌های اضافی را حذف کنند. این‌گونه می‌توان هنر خلاصه‌نویسی را به تازه‌واردان عرصه‌ی نگارش حرفه‌ای آموخت.

«لئون تولستوی» از نحوه‌ی چنین آموزشی می‌گوید:

«پیش از این در جایی، سخن از کلام پرمعنای نقاش روسی بریولف [Bryúlov] که درباره‌ی هنر بر زبان رانده است، به میان آورده‌ام و بار دیگر از نقل گفته‌ی وی ناگزیریم؛ زیرا بهتر از هرچیز نشان می‌دهد

1- Voltaire

۲- لئون تولستوی، هنر چیست؟ مترجم کاوه دهگان، چاپ هفتم، تهران: انتشارات امیرکبیر، ۱۳۶۴، ص ۱۱۷.

3- Leon Tolstoy

۴- همان، ص ۱۱۷.

که در مدارس هنری چه چیز را می‌توانند و چه چیز را باید بیاموزند. هنگام تصحیح طرح یکی از شاگردان، بریولف در یکی دو جای آن اندکی دست برد و در نتیجه، طرح بی ارزش و مرده، ناگهان جان گرفت. یکی از هنرآموزان گفت: «شما «کمی» در آن دست بردید و همه چیز آن عوض شد، بریولف گفت: هنر از آن جا شروع می‌شود که اندکی آغاز می‌گردد» و با این کلمات، برجسته‌ترین صفت ممیزه‌ی هنر را بیان کرد.^۱

آیا زمان آن فرا نرسیده است که «کمی» در نوشته‌های خود دست ببریم و به نوشته‌های مرده، جان دوباره‌ای به بخشیم؟

□ چگونه خلاصه‌نویسی کنیم؟

هر نوشته‌ای را به دو گونه می‌توانیم خلاصه کنیم:

۱- با حذف مطالب زاید به ترتیبی که کلمات و عبارات اصلی متن و مفاهیم محوری نویسنده تا حد امکان حفظ شود. این روش بیش‌تر در کوتاه کردن مقالات و سخنرانی‌ها برای درج در روزنامه‌ها و جملات یا نشر در سایر وسایل ارتباط جمعی به کار می‌رود. شیوه‌ای که در لیدنویسی خبر، کاربرد فراوان دارد، همین شیوه است.

۲- نقل به مضمون و کوتاه کردن مطلب یا بازنویسی و حذف مطالب زاید. این شیوه بیش‌تر برای خلاصه کردن متن کتاب‌ها، به خصوص داستان‌های بلند به کار می‌رود.

گرچه خبرنگاران در تنظیم مطالب خود بیش‌تر از شیوه‌ی اول استفاده می‌کنند اما آن‌ها در «گزارش نویسی» برخلاف «خبر نویسی» تا جایی که ممکن است کلمات و عبارات اصلی نویسنده را حفظ می‌کنند. زیرا یکی از شرایط

خلاصه‌نویسی یا تلخیص در هر نوشته‌ای، رعایت امانت است و این مهم با به‌کاربردن روش نخست امکان‌پذیر است.

مشکلی که اغلب نویسندگان تازه‌کار با آن روبه‌رو می‌شوند، این است که اغلب «خلاصه‌نویسی» را با «ساده‌نویسی» یکی می‌دانند. این‌گونه نویسندگان باید بدانند که ساده‌نویسی، بیان ساده‌تر مطالب پیچیده است که البته ممکن است همین بیان ساده‌تر نیز نیاز به خلاصه‌نویسی داشته باشد.

به عنوان مثال اگر نویسنده‌ای یک مقاله‌ی علمی را برای کسانی که در زمینه مباحث آن علم آگاهی‌های لازم را ندارند، بازنویسی کند، به گونه‌ای که برای خوانندگان قابل فهم باشد، درواقع او ساده‌نویسی کرده است. در این صورت ممکن است حتّاً نویسنده از برخی نکته‌های اصلی صرف‌نظر کرده و یا فرمول‌ها و معادله‌ها یا اصطلاح‌ها را ذکر نکند.

حذف کردنِ نکته‌های اصلی در همه‌ی مطالب، صحیح نیست و این اصل را تنها می‌توان در ساده کردن مطالب به‌کار برد نه در خلاصه‌نویسی گزارش یا مقاله‌ای که برای افراد آگاه یا مقام‌های بالاتر تنظیم می‌شود.

توصیه می‌شود برای خلاصه کردن مطلب‌های بلند و کسل‌کننده نکات زیر را رعایت کنید:

۱- ابتدا متن را به دقت به‌خوانید و سعی کنید مفاهیم اصلی آن را پیدا کنید؛ زیر این مفاهیم خط بکشید.

۲- در حین قرائت متن؛ کلمات مترادف، متشابه و هم‌معنی را حذف کنید. زیرا یکی از این کلمات می‌تواند رساننده‌ی معنی و پیام نویسنده به خواننده باشد و ارایه صف طولی از این کلمات، آزاردهنده‌ی ذهن و روح خواننده خواهد بود.

۳- مطالب فرعی را که جنبه توصیفی یا تمثیلی دارند و برای تفهیم بیش‌تر خواننده آمده است و به موضوع اصلی مربوط نیست، حذف کنید.

۴- جمله‌های معترضه و تفسیری را که عدم وجودشان آسیبی به درک مطلب وارد نمی‌کند، حذف کنید.

در برخی موارد می‌توانید با رعایت همین چهار نکته، متن مفصلی را تا میزان یک دهم آن خلاصه کنید و به یاری خواننده به‌شتابید تا در درک مفهوم و معنی بندها و جملات نوشتار آسودگی یابند و از خواندن متن لذت ببرند.

نویسندگان حرفه‌ای، با ابتکار و ذوق سرشاری که دارند ممکن است برخی از این نکات را هم نادیده بگیرند و خلاصه‌نویسی را هم رعایت کنند. آن‌چه که در خلاصه‌نویسی اهمیت دارد، حفظ اصالت متن و خودداری از دگرگونی مطلب است. فراموش نکنیم که باید اصل و تنه‌ی متن، محفوظ بماند تا به فکر و اندیشه‌ی نویسنده‌ی اصلی تعرضی نشود.



دُرُست‌نویسی

گر خطا گفتیم اصلاح اش تو کن
مصلحی تو ای تو سلطان سُخُن
مولوی بلخی

به نظر شما جمله‌ی «استعفا داده‌ام» درست است یا «استعفا کرده‌ام»؟
هم‌چنین آیا «بر علیه دشمن» درست است یا «در برابر دشمن»؟
برخی نویسندگان جمله‌های اول و برخی جمله‌های دوم را درست
می‌دانند. تردید آن‌ها در انتخاب جمله‌ی درست به املا یا معنای کلمه‌ها،
بستگی ندارد. تردید آن‌ها بیش تر هنگام دوری از دستور زبان فارسی و سه منبع
زیر افزایش می‌یابد:

۱- زبان کهن، زبانی که در آثار معتبر زبان فارسی در دوره‌های مختلف و
شیوه‌های گوناگون به کار رفته است.

۲- زبان گفتار امروز

۳- زبان نوشتار امروز^۱

«ابوالحسن نجفی» ویراستار، راه غلبه بر تردید پیرامون درست بودن جملات بالا را این‌گونه برمی‌شمارد:

«اگر کلمه یا عبارتی در هر سه منبع فوق به کار رفته باشد، بدیهی است که باید آن را صحیح دانست.»^۲

درواقع، برای پی بردن به درست بودن یک کلمه، راه‌های دیگری هم وجود دارد مثل مراجعه به کتاب غلط‌نویسیم و کتاب‌های دستور زبان موجود.

در روزنامه‌نگاری حرفه‌ای برای آن‌که نیاز خبرنگاران و ویراستاران به کتاب‌های درست‌نویسی برطرف شود؛ معمولاً دستورالعمل‌هایی را به‌طور خلاصه به آنان ارایه می‌کنند. در این دستورالعمل‌ها، رعایت دقیق نکات مهم دستور زبان و به کار بردن علایم نشانه‌ای (سجاوندی) آموخته می‌شود.

هنگام درست‌نویسی، رعایت نکته‌های نگارشی چه در صحیح‌نوشتن کلمات و ترکیب‌ها و چه در نوشتن ساختمان صحیح جملات، بسیار اهمیت دارد.

به موازات آن، چنان‌چه متنی ترجمه شده باشد، رعایت اصولی ترجمه نیز ضروری است.

هم‌چنین هرگونه واژه‌سازی و واژه‌گزینی بدون شناخت پیشوندها و پسوندها ممکن است نویسنده را به غلط‌نویسی وادار کند. دست آخر، این‌که رعایت فرهنگ املائی برای چگونگی نوشتن کلمه‌ها و ترکیب‌های فارسی نقش مهمی در درست‌نویسی دارد و باید رعایت شود.

۱- ابوالحسن نجفی، غلط‌نویسیم (فرهنگ دشواری‌های زبان فارسی)، چاپ سوم، تهران:

۲- همان، ص ۶.

مرکز نشر دانشگاهی، ۱۳۷۰، صص ۴-۶.

□ یک اصل مهم در درست‌نویسی

برای آن‌که نویسندگان تازه‌کار، دچار غلط‌نویسی نشوند، بهترین راه آن است که متن‌های معتبر فارسی را مطالعه کنند، به خصوص مطالعه‌ی کتاب‌های وزین ادبی، ذهن افراد را به سمت آشنایی با ساختمان جمله‌های فارسی هدایت می‌کند و این امر به مرور زمان در افزایش مهارت درست‌نویسی نویسنده‌های جست‌وجوگر و خلاق مؤثر خواهد بود.

یکی از ویراستاران درباره اصل مهم درست‌نویسی معتقد است:

«اصل نخستین برای درست نوشتن، آگاهی و مهارت خود نویسنده است؛ زیرا مفهومی را که او به شیوه‌ی خاص خود درک کرده است و می‌خواهد به خواننده منتقل کند، خودش بهتر از هر کس - و حتّاً بهتر از هر ویراستاری - می‌شناسد.»^۱

پاره‌ای از وقت‌ها، نویسنده مجهول‌نویسی نمی‌کند، خلاصه می‌نویسد و ظاهراً ابهامی هم در جمله‌ها نیست اما به دلیل رعایت نکردن اصول درست‌نویسی، خواننده را به زحمت می‌اندازد. به عنوان مثال بارها شاهد بوده‌ایم که دو کلمه‌ی «چارچوب» و «چهارچوب» در نوشته‌های نگارندگان مطالب رسانه‌ای، درست نوشته نشده‌اند. شاید نمی‌دانند چارچوب به معنی اسکلت و ساختمان به کار می‌رود و چهارچوب به معنی قاب یا محیط هر چیزی است.

۱- غلامحسین، غلامحسین زاده، راهنمای ویرایش، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، ۱۳۷۹، ص ۳.



شیوه نگارش در روزنامه‌نگاری الکترونیک

گرچه همه کویکی به تاب است
افروختگی در آفتاب است
نظامی گنجوی

در آستانه‌ی قرن بیست و یکم دوران تازه‌ای برای تبادل اطلاعات در جوامع بشری آغاز شده است که مهم‌ترین مشخصه‌ی آن پیدایش روزنامه‌نگاری الکترونیک یا دیجیتال^۱ است.

تکاپوی بشر برای دستیابی آسان، کوتاه‌مدت و کم‌هزینه به اطلاعات و امکان تجزیه و تحلیل و تبدیل آن به دانش در سال‌های پایانی قرن بیستم به ثمر نشست و اینک انسان هوشمند با استفاده از سخت‌افزار و نرم‌افزار به کمک کامپیوترها می‌تواند در زمانی بسیار کوتاه به حجم وسیعی از اخبار و اطلاعات دست یابد.

فن‌آوری نوین در عرصه‌ی ارتباطات انسانی تحولاتی عظیم به وجود آورده

است به نحوی که به جرأت می‌توان گفت بیش‌ترین تحولات و پویایی را فن‌آوری نوین در بخش ارتباطات پدیدار ساخته است تا عرصه‌های دیگر دانش بشری.

شاید آن روز که اولین کامپیوترها پای به اتاق‌های خبر مطبوعات و سازمان‌های خبری نهادند، اعضای تحریریه کم‌تر گمان می‌بردند که این تازه‌وارد ناآشنا، با چنین سرعتی از تحوّل و دگرگونی، بساط دستگاه‌های تلکس، ماشین‌نویسی و فایل‌های حجیم آرشیوها را برچینند و آن‌ها را به دست موزه‌های تاریخ به سپارند.

اکنون نه تنها در اتاق خبر، بلکه در سالن تحریریه‌ی روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها و حتّا اتاق سردیران و مدیران مسؤول نیز حضور کامپیوترها، رنگی از آشنایی به خود گرفته است.

بی‌اغراق «سرعت» در اطلاع‌رسانی اصلی‌ترین عنصری است که روزنامه‌نگاری الکترونیک را به روزنامه‌نگاری نوشتاری تحمیل کرده است. روزنامه‌نگاران برای بهره‌برداری از این سرعت و دقت طلایی لازم است تکنیک‌های نوین رقابت را بیاموزند. اگر آنان نتوانند از ابزارهای جدید دیجیتال استفاده کنند، در این کشاکش بازنده خواهند بود.

بر این اساس آشنایی با روزنامه‌نگاری دیجیتال یک «باید» است، «انتخاب» نیست، «تحمیل» است.

□ مهندسی پیام در روزنامه‌نگاری دیجیتال

روزنامه‌نگاری الکترونیک یا دیجیتال به معنی انتشار اطلاعات، در دوره‌های زمانی مشخص، در قالب صفحاتی بر روی یک شبکه اطلاع‌رسانی یا

بهتر به گویم بر روی «اینترنت»^۱ است. اینترنت، روزنامه‌نگاری مقرون به صرفه و اقتصادی را برای کسی که تنها سرمایه و اندوخته‌اش یک دستگاه کامپیوتر شخصی و مطلبی برای انتشار است، فراهم کرده است.

شیوه کار در تحریریه‌ی روزنامه‌های دیجیتالی شبیه روزنامه‌نگاری سنتی است: ابتدا مطالب توسط نویسندگان و خبرنگاران تدوین می‌شود و پس از حروفچینی و ویراستاری، مطالب را به دست صفحه‌آرا می‌سپارند. کامپیوترها بدون استفاده از حروف سُرّبی، حروفچینی می‌کنند. پس از ویرایش توسط ویراستاران، صفحه‌آرایی روی میز و بر روی «مونیتور»^۲ ها به انجام می‌رسد و دیگر نیازی به چسباندن کاغذهای حروفچینی بر صفحه‌ی شطرنجی پایه کار (گرید)^۳ نیست تنها با حرکت «موس» یا موشواره و کلیک کردن، می‌توان صفحاتی را که دارای متن، جدول، نمودار، تصویر، صدا و حتّاً فیلم و... باشد، آرایش داد.

به این ترتیب در روزنامه‌نگاری دیجیتال، ضمن حذف حروفچینی سُرّبی که در گذشته مرسوم بود، شاهد فضایی بدون شُرَب در مراحل صفحه‌آرایی، لیتوگرافی و چاپ می‌باشیم و افزون بر آن، با شکل‌گیری هر صفحه‌ی الکترونیکی، علاوه بر متن می‌توانیم تصویر، صدا و حتّاً فیلم هم به خواننده‌ی روزنامه ارایه دهیم.

برای ارایه‌ی یک مقاله‌ی الکترونیکی، نه تنها عکس، بلکه صوت و فیلم هم می‌تواند در لابه‌لای متن قرار گیرد اما نکته‌ی مهمی که در صفحه‌آرایی روزنامه‌های الکترونیکی حائز اهمیت است کوچکی اندازه‌ی صفحه‌ی نمایش کامپیوتر یا مونیتور و شکل متفاوت آن با پایه کار روزنامه‌های سنتی است. صفحات روزنامه‌های سنتی در قطع و اندازه‌های مختلف معمولاً

به صورت ایستاده^۱ است ولی صفحه‌ی نمایش روزنامه الکترونیکی به شکل خوابیده^۲ هستند به همین سبب، در طراحی صفحات الکترونیکی باید ملاحظاتِ چون استفاده‌ی بهینه از فضای موجود صفحه را در نظر گرفت، این جاست که در کنار انتخاب حروف مناسب و استفاده از فضای خالی صفحات، سبک نگارش رسانه‌ای نقش تعیین‌کننده دارد. در این سبک، چون «متن» در کامپیوتر، حافظه‌ی کم‌تری را دربرمی‌گیرد، مدت زمان لازم برای انتقال یک صفحه‌ی متن یا صدا نسبت به سرعت انتقال یک صفحه تصویر بسیار کم‌تر است.

بنابراین لازم است مثلاً عکس‌ها را کوچک‌تر کار کنیم یا عکس‌هایی را با جزئیات فنی و تعداد رنگ کم‌تر استفاده کنیم. اما در مورد «متن» چه باید کرد؟ آیا باید به همان سبک نگارش رسانه‌ای سنتی وفادار به مانیم یا این که لازم است طرحی نو در اندازیم و شیوه‌ای دیگر بیاموزیم؟

پاسخ بسیار ساده است. ورود کامپیوتر به سالن تحریریه، اتاق خبر، اتاق لیتوگرافی و حتّا چاپخانه، علاوه بر بهبود کیفیت باعث شده است تا در بسیاری از هزینه‌ها صرفه‌جویی شود و حتی به حفظ محیط زیست نیز یاری رساند، اکنون با حضور کامپیوترها مشکلات مربوط به عدم وجود فضای کافی برای درج اخبار در مطبوعات، هزینه‌های سنگین چاپ و نشر و کمبود درآمد، کاهش یافته است.

اما در هر حال نکته‌ی قابل توجه آن است که اصول و مبانی روزنامه‌نگاری مطلوب، یعنی مهارت‌های خوب نوشتن، هم‌چنان کاربرد دارد، خواه فن‌آوری نوین مورد استفاده قرار گیرد و خواه از فن‌آوری سنتی استفاده شود.

□ خوب نوشتن در روزنامه‌نگاری دیجیتال

فن‌آوری‌های نوین ارتباط الکترونیک میدان گسترده‌ای برای انتشار نشریات الکترونیک و نشر اینترنتی فراهم آورده‌اند. تفاوت مهم نشریات الکترونیک و نشریات کاغذی (سنتی) در برقراری ارتباط دوسویه است و این ارتباط دوسویه که تبادل متن، صوت و تصویر را میان خبرنگاران و مخاطبان امکان‌پذیر می‌کند الزامات ساده‌نویسی و نشر روزنامه‌ای را هم‌چنان همراه دارد.

کوتاه‌نویسی یا به عبارت دیگر «خلاصه‌نویسی» که از جمله الزامات مهم نگارش حرفه‌ای در روزنامه‌های کاغذی بود، اکنون نیز از الزامات و بایسته‌های ناگزیر خبرنگاران در نشریات الکترونیکی است.

به همین خاطر، «فویو پنگ» در مقاله‌ی «چرا نشریه‌ی الکترونیک منتشر می‌کنیم؟» برخی ویژگی‌های نشر اینترنتی را به شرح زیر یادآور می‌شود:

- «با توجه به این‌که زمان تمرکز کاربران اینترنت بر روی مطالب کوتاه است، متون کوچک توجه بیش‌تری را به خود جلب می‌نماید.
- تربیون‌های آزاد، محیطی ایجاد می‌کنند که در آن، مردم همدیگر را سرگرم نموده و شکل تازه‌ای به این رسانه بخشند.
- احساسات ابرازشده در تربیون‌های آزاد را نمی‌توان با تعبیر ژورنالیستی [روزنامه‌ای] و مهارت‌های نگارشی ابراز داشت...»^۱

تعبیر «متون کوچک» هم می‌تواند شامل تصویر باشد و هم صدا، استفاده از کادرهای کوچک برای تصاویر و صدای مناسب بر جذابیت روزنامه‌ی الکترونیکی می‌افزاید و سرعت عمل را بالا می‌برد.

رعایت نکاتی چون خلاصه‌نویسی، به کاربردن عبارات کوتاه و روشن،

۱ - فویو پنگ و دیگران، «چرا نشریه الکترونیک منتشر می‌کنیم؟» فصلنامه رسانه، سال دهم، ش ۳، پاییز ۱۳۷۸، ص ۳۱.

کم کردن فاصله‌ی نهاد و گزاره و حذف کلمات حشو و زاید نه تنها بر جذابیت صفحات روزنامه الکترونیکی می‌افزاید بلکه چشمان جست‌وجوگر کاربران^۱ (این مخاطبان جدید روزنامه‌ها) را به سمت خواندن مطالب تا پایان هدایت می‌کند.

□ خبرنگاری در رسانه‌های الکترونیک

خبرنویسی الکترونیک و به عبارت بهتر «خبر الکترونیک» در روزنامه‌های الکترونیکی از همان قواعدی پیروی می‌کند که در روزنامه‌های سنتی خبرنگاران رعایت می‌کردند. خبرنگاران جهان نوین روزنامه‌نگاری نیز مثل همه‌ی روزنامه‌نگاران معاصر لازم است شیوه‌های خبری مانند: شیوه‌های هرم وارونه، تاریخی، تاریخی همراه با لید و تشریحی را نیک بدانند و در تنظیم خبر از همین شیوه‌های متداول بهره گیرند.

یونس شکرخواه محقق و روزنامه‌نگار، برخی «قاعده‌های جهانی» خبر الکترونیک را کوتاه بودن، پرهیز از «لفظ قلم»، رعایت دستور زبان برمی‌شمارد و می‌نویسد:

«خبر الکترونیک باید کوتاه باشد، چون گران‌قیمت است و این امر به‌خاطر آن است که مدت زمانی که رسانه‌های الکترونیک صرف پخش یک مطلب می‌کنند، گران از آب درمی‌آید. به غیر از مسأله زمان، مسأله جابه‌جایی هم مطرح است. یک تیم خبری تلویزیونی را در نظر بگیرید که باید با دوربین و پروژکتور و غیره راه‌یافتند و خبری را در یک نقطه‌ی شهر تهیه کنند و دوباره به استودیو برگشته و کار آماده‌سازی خبر را برای پخش آن آغاز کنند. ژورنالیست‌های تلویزیونی بهتر از همه می‌دانند که خبر، گران‌ترین ژانر تلویزیونی است و یا ترجمه متون

خبرگزاری‌ها از آن جهت دشوار است که ویراستاران آن‌ها می‌کوشند حتی‌المقدور از واژه‌های اضافی و علایم نگارشی اضافی پرهیز کنند تا زمان مخابره خبر، کوتاه‌تر و قیمت آن ارزان‌تر تمام شود.^۱

اگر از افقی دیگر به خبر الکترونیک و مطالعه‌ی آن بر روی صفحه شیشه‌ای و نورانی مونی‌تور کامپیوتر بنگریم و آمیختگی صدا و موسیقی را با آن دریابیم، این واقعیت را خواهیم پذیرفت که ما خبر الکترونیکی را فقط نمی‌بینیم بلکه آن را می‌شنویم و بیش‌تر لمس می‌کنیم. این اتفاق تازه‌ای است که برای مخاطبان روزنامه‌های الکترونیکی روی می‌دهد. ضرورت نزدیک شدن به کلام محاوره‌ای برای تقویت حس شنوایی «خوانندگان خبر» و پرهیز از «لفظ قلم» در تنظیم خبر ناشی از این اتفاق تازه است:

«خبر الکترونیک چون از برابر چشم و گوش به سرعت عبور می‌کند و برخلاف خبر نوشتاری، ثابت و ایستا نیست و چون نمی‌توان دوباره آن را بازگرداند و به عبارت بهتر، نمی‌توان [به آسانی] دوباره از سر سطر یا پاراگراف آغاز کرد، از جنبه زبانی تاحدودی به حرف زدن نزدیک می‌شود و این امر به این مفهوم است که در خبرنگاری نباید از «لفظ قلم» استفاده کرد. اتفاقاً در روابط بین فردی اگر یکی از طرفین به جای استفاده از «زبان محاوره‌ای» با حالتی رسمی و کتابی حرف بزنند، طرف مقابل قطعاً به او گوشزد خواهد کرد که چرا «لفظ قلم» حرف می‌زنی؟! بنابراین انعطاف زبانی و نزدیک شدن نسبی به زبان محاوره‌ای [زبان معیار] یکی از ضرورت‌های خبرنگاری الکترونیک است. در مدارس روزنامه‌نگاری جهان به دانشجویان می‌گویند فرمول نوشتن ما: S+V+O است و این یعنی فرمول جمله‌نویسی: فاعل (Subject) + فعل (Verb) + مفعول (Object) آنان به دانشجویان خود

۱- یونس شکرخواه، «خبر الکترونیک چگونه نوشته می‌شود؟» در فصلنامه رسانه، سال دهم، ش ۳، پاییز ۱۳۷۸، ص ۶۱.

می‌گویند اگر قرار است برای رسانه‌های الکترونیک خبر به‌نویسید عناصر این فرمول را در پاره‌ای اوقات جابه‌جا کنید و آن را به این صورت در بیاورید: $S+O+V$ ^۱

درواقع خلاصه کردن جمله در سه عنصر فاعل (S)، مفعول (O) و فعل (V) معنای دیگرش دور ریختن واژه‌های اضافی است که در انتقال معنی به مخاطب ایجاد شلوغی یا پارازیت می‌کنند. در گفتارهای عادی نیز رعایت اقتصاد کلمات و کوتاه‌گویی کاملاً مشهود است از این روشنیدن راحت‌تر از خواندن جلوه می‌کند. در خبرنگاری الکترونیکی باید طوری به‌نویسیم که حرف می‌زنیم، خبر الکترونیک می‌طلبد که به‌گفتار نزدیک‌تر شویم و با زبان معیار خبر را به‌نویسیم.

□ شیوه خبرنگاری الکترونیکی^۲

دو عامل زمان و هزینه در ارتباطات کامپیوتری عوامل تعیین‌کننده‌ای هستند که در رعایت اقتصاد کلمات و خلاصه‌نویسی خبرنگاران روزنامه‌های الکترونیکی تأثیر به‌سزایی داشته‌اند. امروزه در گروه‌های خبری اینترنت، شیوه‌ی خبرنگاری به شکل زیر تعریف شده است:

۱- پایین‌تر از سطح سواد خواننده به‌نویسید. افراد عادی در آمریکا از سطح سواد کلاس پنجم برخوردارند (۱۱ ساله‌ها). سطح سواد افراد حرفه‌ای در آمریکا به‌طور میانگین به دیپلم می‌رسد.

درواقع نخستین قدم، شناخت مخاطبان و میزان سواد آنان است.

۲- از پاراگراف‌های کوتاه و شیرین استفاده کنید. این امر به معنای خلاصه‌نویسی است، نه رمز‌نویسی.

۳- از فضای سفید در متن استفاده کنید، فضای سفید، فضای تلف‌شده

۱- همان، صص ۶۲-۶۱.

نیست و به وضوح مطلب کمک می‌کند. یک سطر فاصله، فقط یک بایت به حجم فایل می‌افزاید اما به وضوح و درک مطلب هم کمک می‌کند.

۴- در انتخاب واژه‌ها، بسیار دقیق عمل کنید. واژه‌ها در این گفتار الکترونیک، از سایر گفتارها اهمیت بیش‌تری دارند.

۵- افراد، صرفاً هفت مطلب را به‌طور همزمان درک می‌کنند. این موضوع را در پاراگراف‌های خود در نظر به‌گیرید. دچار اغتشاش زبانی و سردرگمی در نشر نشوید.

۶- از اختصارات به‌پرهیزید، اگر از اختصارات استفاده کردید حتماً آن را به‌طور کامل تشریح کنید.

۷- جملات مجهول، منفی و سوالی، زمان بیش‌تری را از جنبه‌ی درک مطلب، از خواننده طلب می‌کنند، از این نوع جملات به‌پرهیزید.

فراموش نکنید جملات مجهول خواننده را سردرگم می‌کنند و جملات منفی نیز از عدم وقوع رویداد خبر می‌دهند که خود نوعی بی‌خبری است. از همه بدتر جملات پرسشی است؛ این مخاطب است که حق پرسش دارد. خبرنگار باید پاسخ را فراهم کند. حتّاً پرسش‌های خبرنگار در مصاحبه‌های مطبوعاتی نیز پرسش‌های خوانندگان نشریه است که از زبان او برای مصاحبه‌شونده مطرح می‌شوند تا پاسخ‌ها دریافت شوند.

۸- سعی کنید اشتباه نکنید. اینترنت یک شبکه‌ی جهانی است، ممکن است کارمندان شما، همسر یا همسایگان، بچه‌ها و دیگران خبر شما را به‌خوانند و «گاف‌های»^۱ شما را همیشه به‌خاطر به‌سپارند!^۲

1- Gaffes

۲- ر.ک: همان، ص ۶۵ و:

- Usenet News Writing Style/ [http:// WWW.](http://WWW.Uea.ac.uk/cpc/Services/Comms/newwrit.html)

[Uea.ac. uk/cpc/ Services/ Comms/ newwrit, html.](http://WWW.Uea.ac.uk/cpc/Services/Comms/newwrit.html)

کلام آخر آن‌که تا سال ۲۰۰۶ میلادی دهه‌های روزنامه‌فروشی، روزنامه‌ها و مجلات را بر روی دستگاه‌های قرائت الکترونیکی ارایه خواهند کرد و تا سال ۲۰۱۸، روزنامه‌های کاغذی کاملاً منسوخ خواهد شد. چه باید کرد؟ آیا باید خود را برای آینده آماده کرد یا هم‌چنان به شیوه‌های گذشته دل بست؟ فراموش نکنیم در هر دو صورت، شباهت‌های عجیبی میان شیوه‌ی نگارش روزنامه‌های کاغذی و الکترونیکی وجود دارد که کار خبرنگاران را آسان می‌کند ولی در هر حال آشنایی با کامپیوترها و شیوه‌های استفاده از آن‌ها، نکات تازه‌ای دربردارد که هر خبرنگاری در هزاره سوم میلادی موظف به یادگیری آن‌هاست.



«وب» نویسی

غرض نقشی است کز ما باز ماند
که هستی را نمی بینم بقایی
سعدی شیرازی

نشریات الکترونیکی همزمان با رشد روزافزون تعداد کاربران اینترنت و بالا رفتن تعداد مخاطبان، از شیوه‌های نوینی برای دریافت، پردازش و انتشار مطالب و تصاویر بهره می‌برند.

«در شبکه جهانی تار عنکبوتی»^۱ که ارتباطات جهان‌گستری را شکل می‌دهد شیوه نگارش همچنان حائز اهمیت است، شناخت سبک نگارش در شبکه «وب»، ما را برای ورود آسان‌تر و موفق‌تر به این عرصه از جهان ارتباطات، آماده می‌سازد.

1. World Wide Web (WWW)

در این فصل با مروری کوتاه بر تاریخچه شکل‌گیری «وب» نویسی، نوع تازه‌ای از نگارش «وب» یعنی «وبلاگ» را معرفی می‌کنیم.

□ تاریخچه اینترنت

در سال ۱۹۶۹، وزارت دفاع آمریکا پروژه‌ای به نام شبکه کامپیوتری دارپا^۱ را ایجاد کرد که هدف آن تأسیس شبکه‌ای بود که در صورت بمباران یک نقطه‌ی آن، توسط ارتش اتحاد جماهیر شوروی، بقیه‌ی شبکه به حیات خود ادامه دهد.

در سال ۱۹۷۱، ویتون سرف^۲ با استفاده از اربانت، پست الکترونیکی^۳ را به جهان عرضه کرد.

در سال ۱۹۸۸، شبکه اینترنت فقط در حوزه کارکرد سیاست‌های نظامی دولت آمریکا فعال بود. در این زمان، ویتون تقاضای مجوز اتصال سیستم پست الکترونیکی از شبکه اربانت به دیگر شبکه‌ها را مطرح کرد و دولت آمریکا با موافقت خود محدودیت‌های اتصال اربانت و دیگر شبکه‌ها را برداشت و به این ترتیب، مراکز خدمات اینترنتی «آی. اس. پی»^۴ در آمریکا و سراسر جهان، شبکه گسترده‌ای از نقل و انتقال لحظه به لحظه‌ی اطلاعات برای شهروندان اینترنتی فراهم کردند.

از دیدگاه ویتون سرف، پدر اینترنت، در دو دهه آینده، ستون فقرات اصلی ارتباطات بین سیاره‌ای تحقق می‌یابد.

1. DARPA

2. Vinton Cerf

3. E-Mail

4. ISP

□ مخاطبان اینترنتی

از زمان شکل‌گیری شبکه جهانی اینترنت تاکنون، آمار و ارقام از رشد شتابنده تعداد کاربران، سخن به میان آورده‌اند.

«نوا کامز ۲۰۰۰»^۱ یک مرکز اطلاع‌رسانی معتبر در مورد اخبار اینترنتی، اخیراً گزارش داد که حدود ده درصد از مردم جهان، یعنی ۵۸۰/۷۸ میلیون نفر، در جهان به اینترنت دسترسی دارند.

«اعداد و ارقام نشان می‌دهد که در ماه دسامبر سال ۲۰۰۰، تعداد کاربران اینترنت در حدود ۴۰۷/۱ میلیون نفر بوده که ۱۷۳/۶۸ میلیون نفر نیز تا به اکنون به آن اضافه شده است.

در تمام آمار و گزارش‌های ارسالی، اروپا بیشترین کاربر اینترنتی در جهان را به خود اختصاص داده است که هم‌اکنون ۱۸۵/۸۳ میلیون نفر در اروپا [آن‌لاین] Online هستند که این رقم در آمریکا و کانادا در حدود ۱۸۲/۸۳ میلیون نفر است»^۲.

در پیش‌بینی این مرکز اطلاع‌رسانی، بیش از یک بلیون نفر تا سال ۲۰۰۵، به شبکه اینترنتی وصل خواهند شد که البته رقم جالب توجهی برای روزنامه‌نگاران آینده جهان و شرکت‌های تبلیغاتی به حساب می‌آید.

آمار کاربران اینترنت در ایران هرچند مطلوب نیست اما با توجه

1. Nua Com's 2000

۲. «۱۰ درصد از جمعیت در حال حاضر «Online» هستند»، روزنامه اطلاعات اطلاعات، سه‌شنبه ۷ آبان ۱۳۸۱، ش ۲۲۶۱۷، ص ۱۱.

به سیر تحولات اینترنت در کشور، امیدوارکننده است.

«براساس برآوردهای انجام شده در زمان حاضر، ۱/۷ میلیون نفر در کشور از شبکه‌های اینترنت استفاده می‌کنند و این روند بیش از پیش رو به افزایش است.»^۱

این آمار را وزیر پست و تلگراف و تلفن در همایش بین‌المللی اروپا - آسیایی فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات (آبان ماه ۱۳۸۱)، در شیراز اعلام کرد. او درباره افزایش آمار گفت:

«پیش‌بینی می‌شود این آمار در پنج سال آینده به بیش از بیست میلیون نفر برسد.»^۲

با چنین افزایشی، تعداد مخاطبان اینترنتی خبرنگاران و نویسندگان، به طور طبیعی بسیار بیشتر از تعداد مخاطبان سنتی‌شان خواهد بود. در چنین فضای گسترده‌ای از تبادل حجم اطلاعات، دنیای آینده بی‌گمان به خبررسانی الکترونیکی تعلق خواهد داشت.

□ شیوه‌های انتقال پیام در «وب»

امروزه در شبکه جهانی «وب» تنها خبرنگاران حرفه‌ای نیستند که به ارایه پیام مشغولند. بانکداران، تاجران، فروشندگان، خریداران، دولتمردان، مردم عادی، روزنامه‌نگاران حرفه‌ای و غیر حرفه‌ای، همه و

۱. «وزیر پست و تلگراف و تلفن: از ۱/۷ میلیون نفر فعلی تا پنج سال آینده شمار کاربر این اینترنت در کشور به بیست میلیون نفر می‌رسد.» روزنامه/انتخاب، ۸ آبان ۱۳۸۱، ش ۱۰۱۵، ص ۱۲. ۲. همان، ص ۱۲.

همه می‌توانند با شیوه‌های دلخواه خود پیام‌رسانی کنند، از جمله این شیوه‌ها عبارتند از چهار شیوه‌ی رایج زیر:

۱. ارائه نسخه کامل و سنتی روزنامه یا نشریه از سوی ناشر، در این حالت امکان جستجوی کمتری برای یافتن مطالب وجود دارد.
۲. ارائه نسخه الکترونیکی روزنامه یا نشریه که با صفحه‌آرایی متفاوت از نسخه اصلی نشریه و با امکان جستجوی بیشتری برای مخاطبان بر روی شبکه اینترنتی قرار می‌گیرد.
۳. گفت‌وگوی اینترنتی یا «چَت»^۱ کردن؛ گپ اینترنتی، یکی از متداول‌ترین و ساده‌ترین موارد استفاده از اینترنت در جهان است.
۴. «وبلاگ»^۲ نویسی، نوعی نشریه الکترونیکی است که هر شخص می‌تواند به آسانی صفحات آن را آرایش داده و مطالب خود را در آن صفحات بنویسد.

از میان چهار شیوه‌ی رایج در «وب»نویسی، چَت کردن نوعی گفت‌وگوی کوتاه است و بیشتر در قالب درد دل‌های خصوصی میان دو ناشناس ارایه می‌شود. دو نمونه اول و دوم نیز همان سبک نگارش رسانه‌ای را در نگارش معمول می‌دارند. اما نوع چهارم، یعنی «وبلاگ نویسی»، به دلایل فراوان از جمله رایگان بودن، فراگیرتر بودن و آسان‌تر بودن در راه انتشار یک نشریه، سبک نگارش خاص خود را نیز به وجود آورده است. برای شناخت این سبک نگارش، ابتدا به تاریخچه تولد «وبلاگ» نویسی می‌پردازیم و سپس به معرفی شیوه‌های نگارش در آن خواهیم پرداخت.

□ تاریخچه وب‌لاگ

«وب‌لاگ» و «وب‌لاگ‌نویسی» از سال ۱۹۹۶، و هنگامی که اینترنت در بیشتر کشورها رواج یافته بود، متولد شد.

«وب‌لاگ‌ها تاریخچه طولانی ندارند. نام وب‌لاگ برای اولین بار از سوی شخصی به نام جورن بارگر در اواخر سال ۱۹۹۷، مطرح شد. در آن زمان شاید تعداد کل وب‌لاگ‌های موجود در اینترنت به تعداد انگشتان دست هم نمی‌رسید. در سال ۱۹۹۸، یک روزنامه‌نگار امریکایی، وب‌سایتی را ایجاد کرد و در آن سایت اقدام به نوشتن تجربه‌های روزانه خود، در حین گشت‌وگذار در اینترنت، کرد.^۱

اما تحول اساسی برای شکل‌گیری وب‌لاگ‌ها در اواسط سال ۱۹۹۹ اتفاق افتاد. در این زمان یک سایت به نام «پیتاس»^۲ اقدام به ارائه سرویس‌های رایگان به اشخاص برای راه‌اندازی «وب‌لاگ» کرد. طبیعی است که چنین اقدامی باعث افزایش چشمگیر وب‌لاگ‌نویس‌ها شد.

در ایران نیز «وب‌لاگ» پدیده‌ای است که در آبان ماه ۱۳۸۰ با انتشار شیوه ساختن یک وب‌لاگ فارسی در اینترنت، مطرح شد. چند ماه بعد، در بیست‌وسه خرداد ماه ۱۳۸۱، با راه‌اندازی سایت «پرشین بلاگ»^۳ محیطی برای فارسی‌نویسان فراهم شد تا با انتشار ایده‌ها، افکار و دیدگاه‌های خود همانند یک روزنامه‌نگار در شبکه «وب» عمل کنند.

۱. «فرصتی تازه برای اطلاع‌رسانی در اینترنت»، روزنامه همشهری ویژه انفورماتیک، چهارشنبه ۸ اسفند ۱۳۸۰، ص ۳.

2. Pitas

3. Persian Blog

□ «وب‌لاگ» چیست؟

برای «وب‌لاگ» نویسی شاید بهترین تعریف، «روزنامه‌نگاری نوین» باشد. این نوع روزنامه‌نگاری به دلیل شخصی بودن، فاقد برخورداری از عناصر «سازمان» در یک «تحریریه» است. به همین دلیل، برخی آن را فاقد استانداردهای روزنامه‌نگاری می‌دانند. اما آنها که بر روزنامه‌نگاری بدون «وب‌لاگ» تأکید می‌کنند معتقدند:

«وب‌لاگ»، Weblog، به منزله یک تابلو اعلانات و بهتر است بگوییم، به منزله یک نشریه‌ی اختصاصی هر شخص در اینترنت است که وی می‌تواند آزادانه هر مطلبی را به‌نویسد، درد دل کند، مقاله به‌نویسد، دیدگاه‌های خود را اعلام کند و دیگران نیز می‌توانند نظرات خود را در «وب‌لاگ» به‌نویسند.

شما به عنوان یک مدیر مسؤول و کارشناس روابط عمومی می‌توانید برای سازمان خود یک «وب‌لاگ» طراحی کنید.^۱

طرفداران نظریه روزنامه‌نگاری «وب‌لاگ»، می‌گویند بسیاری از سازمان‌های بزرگ دولتی و یا خصوصی به وب‌لاگ‌نویسی روی آورده‌اند، حتی بعضی از روزنامه‌های بزرگ دنیا مانند روزنامه گاردین و نیویورک تایمز دارای وب‌لاگ هستند.

به این ترتیب با پیدایش «وب‌لاگ» تعریف روزنامه‌نگار باید تغییر کند و آنها نیز روزنامه‌نگار محسوب شوند. برخی نیز وب‌لاگ‌نویسان را روزنامه‌نگار نمی‌دانند:

۱. محمدعلی چراغی، «برای خودتان، روابط عمومی و نشریه الکترونیک ایجاد کنید»، ماهنامه پیام ارتباطات، شهریور ۱۳۸۱، ش ۲۷، ص ۲۷.

«ریکا بلود که خود یک وبلاگ‌نویس حرفه‌ای است عقیده دارد که ۹۹ درصد وبلاگ‌نویسان هرگز نمی‌توانند روزنامه‌نگار تلقی شوند. او همچنین اضافه کرد: روزنامه‌نگاری مانند بقیه حرفه‌ها استانداردهای خاص خود را دارد و نمی‌توان کسانی را که به این استانداردها دست پیدا نکرده‌اند، ژورنالیست نامید.»^۱

شاید یکی از استانداردهای مهم روزنامه‌نگاری سستی و نوین را شیوه‌ی نگارش آنها دانست، زیرا پیام، توسط متن و نوشتار و با همراهی تصاویر و تیترها به مخاطب می‌رسد و آنچه که یک نشریه را از نشریه دیگر متمایز می‌کند، شیوه نگارش و بیان مطالب است.

□ شیوه نگارش در وبلاگ

وبلاگ‌نویسان فارسی‌زبان را می‌توان شامل طیفی از نویسندگان دانست که در یک سوی طیف شخصی نویسان یا «خودروایت‌گر»ها و در سوی دیگر طیف روزنامه‌نگاران و عام‌نویسان قرار می‌گیرند. یک وبلاگ‌نویس ایرانی از قول «دیوید واینر» یکی از پیشکسوتان وبلاگ‌نویسی در جهان درباره ویژگی‌های «وبلاگ» چهار ویژگی را دسته‌بندی می‌کند:

۱. «شخصی است: یعنی توسط یک فرد نوشته می‌شود، نه توسط یک سازمان. به همین دلیل یک شخصیت ویژه دارد. پیراسته و ویراسته هم نیست. به همین علت جالب است.

۱. «وبلاگ‌نویسی و روزنامه‌نگاری نوین»، روزنامه همشهری، سه‌شنبه ۲۸ آبان ۱۳۸۱، ش ۲۹۰۳، ص ۱۷.

۲. روی اینترنت است: یعنی جایی چاپ نمی‌شود، می‌توان آنرا با هزینه بسیار کم، مرتب و روزآمد کرد و برای خواندنش داشتن یک سِرورگر کافیست.
۳. منتشر می‌شود: یعنی نوشته‌های خام طی روند اتوماتیک، در قالب‌های پیش‌ساخته ریخته می‌شود و بالقوه در دسترس همه قرار می‌گیرد.
۴. بخشی از یک اجتماع است: یعنی مربوط به دسته‌ای از افراد است که علاقه مشترک دارند و به خاطر آن، به طور مجازی دور هم جمع شده‌اند.^۱

براساس این چهار ویژگی می‌توان افراد وب‌لاگ‌نویس را در سرتاسر طیف شیوه نگارش وب‌لاگ مشخص کرد. زیرا بعضی‌ها ترجیح می‌دهند مبانی نگارش رسانه‌ای را رعایت کنند و برخی هم به خاطره‌نویسی و درد دل‌های مشخصی روی می‌آورند که البته جملات آن‌ها چندان پیراسته و ویراسته هم نیست.

ارائه خاطرات روزانه ممکن است از سوی افراد سرشناس برای خوانندگان جذابیت داشته باشد اما ارائه چنین نوشته‌هایی از سوی افراد ناشناس فاقد عنصر جذابیت است.

بسیاری از حَسَبِ حال‌نویسان، به دلیل از دست دادن انبوه مخاطبان خود به سوی قطب دیگر طیف «وب» نویسی روی می‌آورند:

۱. شهرام شریف، «کمی درباره وب‌لاگ روزنامه‌نگاری روی اینترنت یا خاطره‌نویسی آن‌لاین»، روزنامه نوروز، شنبه ۶ بهمن ۱۳۸۰، ش ۹، ص ۱۰.

«البته طبیعی است، خیلی افراد درمی‌یابند که روزنامه‌نویسی، آن هم نه برای خود که برای دیگران چندان لطفی ندارد که هیچ، پس از اندکی مجبور خواهند شد که به جذابیت‌های عامیانه روی آورند. البته نوشتن خاطرات روزانه یا نوشته‌هایی از برای هیچ‌کس، کار خطا و خطبی نیست و اتفاقاً چندین ایرانی در این مورد کاملاً موفق بوده‌اند اما به نظر می‌رسد که «وبلاگ»، توانایی‌های بیشتری هم دارد. ما ایرانی‌ها روی اینترنت همچنان هرکدام با استاندارد خود حرکت می‌کنیم و هر سایتی نیز قوانین خود را خودمختارانه به رخ ما می‌کشد. از طرفی هنوز فارسی‌نویسی در اینترنت کاملاً مهجور و غریب است.»^۱

از اینرو پیشنهاد پیشکسوتان «وبلاگ» نویسی آن است که به سرعت و با گستردگی هرچه بیشتر استفاده از استانداردهای زبان فارسی در اینترنت (یونیکد)^۲ بین کاربران عادی رواج داده شود. اما به کار بستن استانداردهای زبان ملی در «وبلاگ»‌ها کار دشواری است زیرا اقتصادی نبودن «وبلاگ»‌ها و پیوسته نبودن مطالب آن‌ها، باعث پراکندگی و یکدست نبودن نثر و نوشتار آن‌ها می‌شود:

«مهم‌ترین ویژگی این‌گونه طراحی این است که در این‌گونه صفحات، معمولاً خبری از آگهی تبلیغاتی گوناگون نیست. این ویژگی به همان اندازه برای بسیاری از افراد یک نکته مثبت تلقی می‌شود، می‌تواند تا اندازه‌ای نگران‌کننده باشد.

هنگامی که «وبلاگ» نویسی برای اکثر افراد منافع اقتصادی

۱. همان، ص ۱۰.

نداشته باشد، یک کار درجه دوم برای هر «وب‌لاگ» نویسنده تلقی می‌شود. بنابراین، ما معمولاً با مسئله پیوسته نبودن مطالب در فاصله زمانی مشخص روبه‌رو هستیم، گرچه به روز نبودن یک «وب‌لاگ»، مشکل حادّی را ایجاد نمی‌کند ولی یکی از مهم‌ترین قوانین «وب‌لاگ» نویسی را زیر پا می‌گذارد.^۱

اما «دیوید واینر» عقیده دیگری دارد. او «وب‌لاگ» نویسی را خاطره‌نویسی نمی‌داند بلکه آن را یک جریان خبری تلقی می‌کند:

«مردم به «وب‌لاگ» ها مراجعه می‌کنند چون احساس می‌کنند هرگاه که به آنها سر می‌زنند با یک تجربه جدید و نو روبه‌رو می‌شوند. درحقیقت کسی که به یک «وب‌لاگ» مراجعه می‌کند به صورت مستقیم به یک تجربه جدید دست پیدا می‌کند که توسط شخص دیگری قبلاً آزمایش شده است. در این صورت اگر مطالب یک «وب‌لاگ» به صورت پیوسته ارائه نشود می‌توان آن را یک شکست محض نامید. اما از «وب‌لاگ» نویسی نباید به هیچ عنوان، یک خاطره‌نویسی محض نام برد. هر «وب‌لاگ» به نوعی تداعی‌کننده یک جریان فکری است. یک «وب‌لاگ» نویسنده و خوانندگان جامعه کوچک را تشکیل می‌دهند که در بستر آن جریان، خبری خاص و نوعی ارتباط ویژه را با یکدیگر ایجاد می‌کند. به عقیده بسیاری از کارشناسان، «وب‌لاگ» نویسی می‌تواند مقدمه‌ای برای ژورنالیسم نوین در قرن بیست و یکم باشد. این جریان اطلاعاتی با روایت خاص و کوتاه خود از اخبار که اغلب بدون ویرایش و سانسور در یک قالب

۱. «فرصتی تازه برای اطلاع‌رسانی در اینترنت»، همان، ص ۳.

تجربی ارائه می‌شوند، جریان دسترسی آزاد اطلاعات را وارد مرحله نوینی خواهند نمود.^۱

□ نمونه‌هایی از «وب‌لاگ» نویسی

شیوه نگارش در «وب‌لاگ»‌ها روزبه‌روز به سوی رعایت مبانی نگارش رسانه‌ای سوق داده می‌شود.

در نمونه‌هایی که از سایت‌های ایرانی به صورت تصادفی انتخاب کرده و ارائه می‌دهیم، خصوصیات این شیوه نگارش به خوبی قابل مشاهده است.

این مطالب از «وب‌لاگ» سینا مطلبی^۲ انتخاب شده‌اند:

Thursday, October 17, 2002

«وب‌لاگ» خوان‌های حرفه‌ای اگر بخواهند هر روز به صفحات مورد علاقه‌شان سر بزنند، دردسر زیادی خواهند داشت. مخصوصاً که همه «وب‌لاگ»‌ها روزانه آپدیت نمی‌شوند، بعضی‌ها روزی چند مطلب می‌نویسند، بعضی دیگر، چند روز یک بار می‌نویسند و بعضی از «وب‌لاگ»‌ها هم که خاک گرفته است و هر ماه، فقط یکی دو بار آب و جارو می‌شود. اما راه‌های ساده‌ای هست تا بفهمید که «وب‌لاگ» مورد علاقه شما مطلب تازه‌ای دارد یا نه... بسیاری از «وب‌لاگ» نویس‌های خارجی معمولاً پس از هر بار که مطلب جدیدی را می‌نویسند، با استفاده از سایت Weblogs.com به همه اطلاع می‌دهند که صفحه‌شان

۱. همان، ص ۳.

2. http://www.rooydad.com/2002_1001_main_archive.html

به روز شده است. به اصطلاح، «وب لاگ» خود را در این سایت «پینگ» می‌کند تا نام و نشان آن در یک فایل XML ثبت شود و در ردیف تازه‌ترین‌ها قرار بگیرد. برای کسانی که از سیستم وب لاگ‌پرو استفاده می‌کنند، این عمل به طور اتوماتیک انجام می‌شود. (دلثان بسوزد!) اما «وب لاگ» نویسان ایرانی کمتر حال و حوصله دارند تا به سراغ سایت‌هایی مانند این بروند.

حالایک «وب لاگ» نویس خوش ذوق، برنامه جمع‌وجوری نوشته که می‌تواند مشکل را حل بکند. برنامه او که ای‌کی‌ویو نام دارد، لیست وبلاگ‌های مورد علاقه شما را دریافت می‌کند و هر وقت که به شبکه متصل شدید، می‌توانید به راحتی بفهمید که کدام «وب لاگ» مطلب تازه‌ای دارد و کدام یک هنوز گردگیری نشده است. برای اطلاعات بیشتر اینجا را بخوانید.

۵:۱۴.

۹ تا نظر

Tuesday, October 22, 2002

بچه‌ها چه زود بزرگ می‌شن! تا چشم به هم زدیم، مانی ما چهل‌روزه شد... همین روزهاست که باید دفتر و دستکش رو هم آماده کنیم تا راهی مدرسه بشه!

۱۱:۴۵

۲ تا نظر

Sunday, October 20, 2002

با وجود آنکه در ماه‌های اخیر چندین سایت ایرانی هک شده‌اند، هنوز کمتر کسی مقوله امنیت را جدی می‌گیرد. در ماجرای اخیر که سایت دنیای کامپیوتر و ارتباطات Deface شد، مدیر سایت فراهوست

که میزبانی صفحات هک شده را عهده‌دار بود، مسئولیتی به گردن نگرفت و اشکال را از ضعف امنیتی «وب‌لاگ» نویس دانست. اما فراهوست بلافاصله پس از این حمله، اقدام به نصب و ارتقای فایروال روی سیستمش کرد. مدیران فراهوست اعلام کردند که به دلیل پرهیز از افزایش هزینه‌ها، قبلاً چنین فایروالی را نصب نکرده بودند. این درست همان چیزی است که من در مطلبم تذکر داده بودم؛ یعنی مدیران و مسؤولان هوست‌ها، امنیت سرورهای خود را فدای ارزانی و جلب مشترک می‌کنند. چنین رویکردی در درازمدت خطرناک خواهد بود.

۱۱:۵۶

۴ تا نظر

Monday, October 07, 2002

افکار پراکنده یک عمه منسجم را در «وب‌لاگ» سردبیر: عمه بخوانید. از قرار اختلافات داخلی وبلاگستان، به این وبلاگ طنزآمیز هم رسوخ کرده و قرار است از این به بعد هر کسی ساز خودش را بزند!

۰۴:۱۶

نظر بدهید

خورشیدخانوم: آرامش خودتون رو حفظ کنین. وبلاگ فقط یه روزنه است به دنیای شخصی آدم. اینقدر جدی نگیریدش. اینجا برای همه سلیقه‌ها خوراک فکری هست. به سلیقه‌های هم احترام بذارین و بیخود اعصاب خودتون رو با خوندن نوشته‌های من که با سلیقه فکرتون نمی‌خونه ناراحت نکنین.

۰۳:۱۹

۶ تا نظر

Tuesday, October 07, 2002

قلم سبز ایران: به رغم امتناع اروپا و امریکا از استفاده پژو برای تاکسی، ایران می خواهد ناوگان تاکسیرانی خود را با پژو تازه کند. به دلیل مطابق نبودن خودروی پژو با استانداردهای زیست محیطی کانادا، وزارت صنایع و اداره بهداشت کانادا از واردات انواع پژو به آن کشور جلوگیری می کند.

این درحالی است که در ایران اکثر تولیدات ایران خودرو، مونتاژ محصولات کمپانی پژو است و در طرح جایگزینی خودروهای فرسوده به ویژه جایگزینی تاکسی ها نیز پژو به عنوان یکی از گزینه ها مطرح شده است.

۲۳:۳۳

۳۳ تا نظر.

اکنون برای مقایسه به یک «وب لاگ» ادبی- هنری سری می زنیم و یک نمونه از مطالب این «وب لاگ» را ارائه می کنیم:

«شرقی

<http://eastern.blogspot.com>

نیم ساعتی می شود که زُل زده ام به صفحه های کتاب و مشغول مطالعه ام. توجه زیادی به دور و اطرافم ندارم و طبق یک عادت قدیمی مشغول اجرای ناخود آگاه فیگورهای مطالعه هستم، کشیدن گوش، خارانیدن صورت، پیچاندن مو. از راه می رسی و روی صندلی آن طرف میز یله می شوی. با اینکه متوجه حضورت شده ام ولی با این همه زحمتی برای بلند کردن سرم نمی کشم و تظاهر می کنم که چیزی

ندیده‌ام. صورتم را تا حد ممکن به کتاب می‌چسبانم و سعی می‌کنم دوباره بر روی نوشته‌ها تمرکز کنم. این دفعه به آن راحتی دفعه اول نیست، بوی عطر ملایمی که در فضا پیچیده است تو را به حافظه من و اتاق مطالعه تحمیل کرده است ولی با این وجود تظاهر می‌کنم که متوجه حضورت نشده‌ام.

دسته کلیدت را با شیطنتی کودکانه به روی میز پرتاب می‌کنی و مشغول در آوردن کتابهایت می‌شوی. سرم را بلند می‌کنم و نگاهمان به هم گره می‌خورد، درست حدس زده بودم... یک جفت چشم سیاه، براق و بازیگوش.

صندلی را عقب می‌کشم و این بار کتابم را روی پایم قرار می‌دهم. چند لحظه‌ای که می‌گذرد متوجه می‌شوم که زُل زده‌ام به کفش‌های تو. یک جفت کفش سفید اسپرت که مشغول تاب خوردن است و هر از چندگاهی برای لحظه‌ای از هم دور می‌شود و دوباره به همان سرعت به هم نزدیک می‌شود. فکر کنم حوصله توهم سررفته است، اجازه می‌گیری که از مداد من استفاده کنی. لبخندی می‌زنم و مدادم را به طرف تو دراز می‌کنم. منتظر پس گرفتن آن نمی‌شوم، کتابم را می‌بندم و از در کتابخانه بیرون می‌زنم و بقیه روزم را صرف پاک کردن تصویر تو می‌کنم.^۱

با توجه به نمونه‌های ارائه شده، شاید به توان نتیجه‌گیری بهتری از سبک نوشتار «وب لاگ» نویس‌ها گرفت. اولین نتیجه‌گیری آن است که

۱. پیمان هوشمندزاده، «گشت و گذاری در یکی دو وب لاگ ادبی - هنری»، تهران، ضمیمه فرهنگی روزنامه همشهری، ۲۷ آبان ۱۳۸۱، ش ۱۳۲، ص ۲۲.

«وب‌لاگ» شهری برای نوشتن است. در این شهر، هر شهروندی همان‌گونه می‌نویسد که می‌تواند و می‌خواهد آن‌گونه به‌نویسد. دومین نتیجه‌گیری را باید توجه نویسنده «وب‌لاگ» به مخاطبانش دانست. برای چه کسی می‌نویسد؟ برای مخاطبان انبوه یا افرادی خاص؟ بی‌گمان هر وب‌لاگ‌نویسی که به انبوه مخاطبان بیندیشد رعایت نگارش رسانه‌ای را بر خود واجب و مسلم می‌داند. برعکس اگر برای فرد یا اشخاص خاصی مطلبی را ارائه دهد، خودمانی‌تر و محاوره‌ای‌تر می‌نویسد.

شکل‌گیری «وب‌لاگ»‌های تخصصی مانند «وب‌لاگ»‌های شعر و شاعری یا «وب‌لاگ»‌های سینمایی نشان‌دهنده این واقعیت است که در شهر بزرگ شهروندان «وب‌لاگ»‌نویس، متخصصینی هم هستند که با ارائه مطالب تخصصی به شدت از شخصی‌نویسی و ارائه حَسَبِ حال و سرگذشت روزانه پرهیز می‌کنند.

چنین است گستردگی «وبلاگ‌شهر» در زمینه‌ی حقوق زنان، خبر، دموکراسی و... که روزبه‌روز زمینه‌های خاصی را به میان شهروندان «وب‌لاگ» می‌برد.

«وب‌لاگ»‌های تخصصی برای ارائه مطالب خود هیچ راهی جز رعایت علمی‌نویسی و تخصصی‌نویسی ندارند. وب‌لاگ‌های خبری نیز برای حفظ مخاطبان خود می‌بایست به استانداردها و قواعد درست‌نویسی، خلاصه‌نویسی، پرهیز از مجهول‌نویسی و در یک کلام، «رعایت مبانی نگارش رسانه‌ای»، روی آورند و به آن پایبندی نشان دهند تا در کار اطلاع‌رسانی و برقراری ارتباط با مخاطبان موفق شوند.



کتابشناسی

□ منابع و مأخذ فارسی

- آخوندزاده، فتحعلی، «تمثیلات»، به همت باقر مؤمنی، تهران: نشراندیشه، [بی تا].
- اسکارپیت، روبر، «جامعه‌شناسی ادبیات»، مترجم دکتر مرتضی کتبی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، ۱۳۷۴.
- العروضی السمرقندی، احمدبن عمر بن علی النظامی، «چهار مقاله»، تصحیح محمدبن عبدالوهاب قزوینی، لیدز [بی تا]، ۱۹۰۹ میلادی.
- ال گیبسن، دکتر مارتین، «روزنامه‌نگاری در عصر الکترونیک»، مترجم سیدمحسن تقوی: تهران: آینه کتاب، ۱۳۷۱.
- آنجلو، بونی، «تام و لف، رمان‌نویسی وقایع‌نگار»، کیهان فرهنگی، سال ششم، تیر ۱۳۶۸.
- بدیعی، دکتر نعیم، «معیارهای گزینش خبر»، در فصلنامه رسانه، سال اول، ش ۱، بهار ۱۳۶۹.
- باطنی، محمدرضا، «جامعه‌شناسی زبان»، فصلنامه فرهنگ و زندگی، ش ۲۱ و ۲۶، بهار و تابستان ۱۳۵۵.
- بهار، ملک الشعرا، محمدتقی، «سبک‌شناسی تاریخ تطور نثر فارسی»، جلد سوم، چاپ نهم، تهران: انتشارات مجید، ۱۳۷۶.
- بهار، ملک الشعرا، محمدتقی، «سبک‌شناسی تاریخ تطور نثر فارسی»، جلد دوم، چاپ نهم، تهران: انتشارات بدیهه، ۱۳۷۶.
- پاترنوسترو، سیلوانا، «سه روز با گابو»، مترجم مژده دقیقی، در ماهنامه جهان کتاب، سال دوم، شماره یازدهم و دوازدهم، خرداد ماه ۱۳۷۶.
- پی‌وانو، فرناندا، «همینگوی»، مترجم رضا قیصریه، تهران: نشر نقره، ۱۳۶۸.
- پورمرادیان، قربانعلی، نفیسی، بیژن، «درس خبرنویسی برای مطبوعات»

(روزنامه‌نگاری خبر) با ضمیمه کتابشناسی روزنامه‌نگاری در ایران، [پلی‌کپی] انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه علوم اجتماعی، سال تحصیلی ۷۳ - ۱۳۷۲.

پیر آلبر و فرناندو ترو، «تاریخ مطبوعات جهان»، مترجم دکتر هوشنگ فرخجسته، تهران: انتشارات پاسارگاد، ۱۳۶۳.

تامسون، بنیاد، «گزارش نویسی توسعه روزنامه‌نگاری توسعه انسانی»، بنیاد تامسون، جزوه‌ی یونیسف، [پلی‌کپی]، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۴.

توماس، استیو، «نوشتن داستان‌های ۵۵ کلمه‌ای»، مترجم ساسان قاسمی، هفته‌نامه پیام زنجان، پنجشنبه ۱۲ آبان ۱۳۷۹، ش ۲۸۴.

تولستوی، لئون، «هنر چیست؟» مترجم کاوه دهگان، چاپ هفتم، تهران: انتشارات امیرکبیر، ۱۳۶۴.

پژوهش‌های کیهان، دفتر، «نیمه‌ی پنهان سیمای کارگزاران فرهنگ و سیاست»، روزنامه کیهان، شماره ۱۶۴۱۸، دوشنبه ۲۱ دی ۱۳۷۷.

چراغی، محمدعلی، «برای خودتان روابط عمومی و نشریه الکترونیک ایجاد کنید»، ماهنامه پیام ارتباطات، شهریور ۱۳۸۱، ش ۲۷.

داد، سیما، «فرهنگ اصطلاحات ادبی»، تهران: انتشارات مروارید، ۱۳۷۳.

دشتی، سیدمحمد، «از قائم‌مقام تا جمال‌زاده»، ماهنامه کیهان فرهنگی، سال پانزدهم، مهر ۱۳۷۷.

زارعی، حسین، «افراد خلاق چه ویژگی‌هایی دارند؟» در روزنامه همشهری، چهارشنبه ۲۲ تیر ۱۳۷۹.

شریف، شهرام، «کمی درباره وبلاگ روزنامه‌نگاری روی اینترنت یا خاطره‌نویسی آن‌لاین»، روزنامه نوروز، شنبه ۶ بهمن ۱۳۸۰، ش ۹.

شکرخواه، یونس، «خبر الکترونیک چگونه نوشته می‌شود؟»، فصلنامه رسانه، سال ۱۰، ش ۳، پاییز ۱۳۷۸.

صادقی، دکتر علی‌اشرف، «زبان معیار»، در کتاب دومین سمینار زبان فارسی در صدا و سیما، تهران: انتشارات سروش، ۱۳۷۱.



تألیفات: ۱۳۷۶

عابدینی، حسن، «صد کتاب از دانشگاه نویسنده ایران»، جلد اول از ۱۲۵۳ تا ۱۳۴۲، تهران: نشر تندر، ۱۳۶۹.

عماد افشار، حسین، «شیوه نگارش فارسی در مطبوعات»، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۷۲.

عماد افشار، حسین، «دستور و ساختمان زبان فارسی»، تهران: مؤلف، ۱۳۶۴.
عماد افشار، حسین، «داشتن یک رسم الخط واحد از نان شب هم واجب تر است»، روزنامه ایران، چهارشنبه ۱۲ اردیبهشت ماه ۱۳۷۵.
عمید، حسن، «فرهنگ فارسی عمید»، جلد دوم، ذ - ی، تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر، ۱۳۷۴.

غلامحسین زاده، غلامحسین، «راهنمای ویرایش»، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، ۱۳۷۹.

غیاثی، دکتر محمدتقی، «درآمدی بر سبک‌شناسی ساختاری»، تهران: انتشارات شعله اندیشه، ۱۳۶۸.

فویوه پنگ و دیگران، «چرا نشریه الکترونیک منتشر می‌کنیم؟»، فصلنامه رسانه، سال ۱۰، ش ۳، پاییز ۱۳۷۸.

قاسمی، سیدفرید، به‌اهتمام، نخستین کوشش، تهران: خانه مطبوعات، ۱۳۷۲.
قندی، حسین، «ویراستاری و مدیریت اخبار»، [پلی‌کپی] تهران: انتشارات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، [بی‌تا].

کاتس، استفن، «چگونه پست‌مدرن حرف بزیم و پست‌مدرن بنویسیم»، در پست‌مدرنیته و پست‌مدرنیسم تعاریف نظریه‌ها و کاربردها، مترجم و تدوینگر حسینعلی نودری، تهران: انتشارات نقش جهان، ۱۳۷۹.

کوپن، جی. دی. و جی. آ. اسوان، «علم نگارش علمی»، مترجم هوری میوه‌چی در مجله علوم و تکنولوژی پلیمر، سال هفتم، ش ۱، اردیبهشت ۱۳۷۳.

گایار، فیلیپ، «فن روزنامه‌نگاری»، مترجم فضل‌الله جلوه، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، ۱۳۷۴.

«گزارش کتاب»، خبرنامه اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران: سال یکم، پیش‌شماره ۱۰، تیرماه ۱۳۷۶.

- گوهرین، کاوه، «بحثی در مینی مالیزم و تطبیق آن با حکایت در ادب فارسی و آینده رمان»، روزنامه آرید، شنبه ۱۶ بهمن ۱۳۷۸، سال دوم، ش ۴۲۴.
- گیتلین، تاد، «بدنویسی و مجهول‌نویسی در ارتباطات»، مترجم حسن نورایی بیدخت، فصلنامه رسانه، سال ۱۰، ش ۴، زمستان ۱۳۷۸.
- مارکز، گابریل گارسیا، «واقعیت باورنکردنی در امریکای لاتین»، مترجم صفدر تقی‌زاده، در کتاب سخن، مجموعه مقالات، چاپ دوم، تهران: انتشارات علمی، ۱۳۶۶.
- _____ «ساعت شوم»، ترجمه احمد گلشیری، تهران: نشر نو، ۱۳۶۲.
- محمدی، کامران، «شمع‌ها خاموش نمی‌شوند»، برگزیدگان نخستین همایش داستان‌های مینی‌مالیستی، تهران: دفتر مطالعات ادبیات داستانی، ۱۳۷۹.
- مراغه‌بی، زین‌العابدین، «سیاحت‌نامه ابراهیم‌بیک»، چاپ سوم، تهران: نشر اندیشه، ۱۳۵۳.
- مسعودی، امید، «ثر ژورنالیستی: از ابهام تا واقعیت»، روزنامه کیهان، شنبه اول آذر ۱۳۷۶، ش ۱۶۰۸۹.
- _____ «خبر و زبان معیار»، روزنامه کیهان، سه‌شنبه چهارم آذر ۱۳۷۶، ش ۱۶۰۹۲.
- _____ «زبان معیار و ریشه‌های بدبینی»، روزنامه کیهان، شنبه هشتم آذر ۱۳۷۶، ش ۱۶۰۹۵.
- _____ «منابع در روزنامه موجود است»، روزنامه ایران، سال پنجم، یکشنبه ۱۶ اسفند ۱۳۷۷، ش ۱۱۸۶.
- معمدزاده، دکتر کاظم با همکاری ابوالقاسم منصفی، «روزنامه‌نگاری با فصلی جدید در بازنگری روزنامه‌نگاری معاصر»، چاپ سوم، تهران: مرکز نشر سپهر، ۱۳۶۸.
- نجفی، ابوالحسن، «غلط‌نویسیم» (فرهنگ دشواری‌های زبان فارسی)، چاپ سوم، تهران: مرکز نشر دانشگاهی، ۱۳۷۰.
- هوشمندزاده، پیمان، «گشت‌گذاری در یکی دو وب‌لاگ ادبی - هنری»، تهران: ضمیمه هفتگی روزنامه همشهری، ۲۷ آبان ۱۳۸۱، ش ۱۳۲.
- یغمائیان، بهروز، «سازمان تجارت جهانی، سازمان نوین اقتصاد جهان»، روزنامه نشاط، سال اول، پنجشنبه ۱۶ اسفند ۱۳۷۷، ش ۶.



تاسیس ۱۳۳۶
کتابخانه ملی ایران

□ منابع و مأخذ خارجی

- Colomb, Gregory G., and Joseph M. Williams. 1985. Perceiving structure in Professional prose: a multiply determined experience. In Writing in Non-Academic Settings, eds. Lee Odell and Dixie Goswami. Guilford press.
- Herbert Kay, "Toward an Understanding News Reading Behavior", Journalism Quarterly, 31 (1954).
- Georg A. Hough. News Writting. 3rd ed. Dallas, TX: Houghton
- Gopen, George D. 1987. Let the buyer in ordinary course of business beware: Suggestions for Revising the language of the Uniform Commercial Code. University of Chicago Law Review 54.
- Gopen, George D. 1990. The Common Sense of Writing: Teaching Writing from the Reader's Perspective. To be published.
- Melvin mencher, Basic News Writting, Third Edition, Delhi: Universal Book stall, 1993.
- Michael Ruffner. "An Empirical Approach For the Assessment of Jornalistic Writting" Journalism Quarterly, 58 (1981).
- Usenet News Writing Style/ http://WWW.uea.ac.uk/cpc/Services/Comms/new_writ.html.
- Williams, Joseph M. 1988. Style: Ten Lessons in Clarity and Grace Scott, Foresman, & Co.