

گزارش نویسی

گزارش چیست؟

خبر را روایتی یا برداشتی عینی از واقعیت‌ها می‌دانند که دارای یک یا چند ارزش خبری باشد و احتمالاً تحت تاثیر عوامل درون سازمانی و برون سازمانی شکل گرفته باشد. از آن جا که گزارش شکلی از خبر و نوشتار (در رسانه‌های مکتوب) به شمار می‌رود، می‌توان تعریف خبر را در مورد گزارش نیز تعمیم داد. در این حال تعریف گزارش چنین خواهد شد:

«گزارش روایت یا برداشت خبرنگار است از فراگرد میان دو سوی ارتباط، به منظور دستیابی به واقعیتی که دارای یک یا چند ارزش خبری باشد، این روایت ضمن آن که تحت تاثیر ویژگی‌های دوسویه فراگرد ارتباطی است، احتمالاً از عوامل درون سازمانی و برون سازمانی تاثیر می‌پذیرد.»

با این تعریف، گزارش دارای خصوصیات زیر خواهد بود:

* گزارش باید عینی باشد، یعنی که از تخیل و به کارگیری خلاقیت‌های نویسندگی که گزارش را از اصل و عینیت لازم دور نگه دارد باید پرهیز کرد، مگر در گزارش توصیفی که خواهد آمد.

* گزارش برداشت و روایت خبرنگار از یک رویداد، تحول، واقعیت یا شخص است. این خاصیت دو جنبه دارد. اول این که گزارشگر بنا بر عناصر شخصیتی خود چون تحصیل، گذشته، آرزوها، تجربه و ... آن تحول، رویداد، تحول یا شخص را روایت می‌کند، بنابراین از یک رویداد واحد، تحول واحد، واقعیت واحد یا شخص واحد، هر گزارشگر روایتی ویژه خواهد داشت. دوم این که با این وجود (چنان که خواهد آمد) این برداشت و روایت نمی‌تواند از اصول خبرنگاری و گزارشگری به دور بماند.

* گزارش، بیانی از فراگرد دو سوی ارتباط است. در یک سو خبرنگار و رسانه مربوط به اوست و در یک سوی دیگر، رویداد، تحول و ... است که خبرنگار از آن گزارش تهیه می‌کند.

* گزارش باید دارای یک یا چند ارزش خبری باشد، مانند خبر. گزارشی که دارای ارزش‌هایی چون فراگیری، شهرت، شگفتی، عدد و رقم، حادثه و ... نباشد، دارای جذابیت نیست و نمی‌تواند توجه مخاطب را برانگیزد. توجه به همین اصل است که گزارش را از سلیقه صرف گزارشگر

مصون نگاه می‌دارد. جمع میان دو الزام عینیت داشتن و دارای ارزش یا ارزش‌های خبری بودن، گزارش را از اتکای کامل به سلیقه و سبک گزارشگر مصون نگاه می‌دارد، ضمن آن که حتی با جمع این شرطها همچنان خبرنگار به عنوان یک صافی زنده و دارای نظر، بر نتیجه گزارش تاثیر جبری خواهد داشت.

*** عوامل درون گروهی و بیرون گروهی بر چگونگی گزارش تاثیر می‌گذارد.** عوامل درون گروهی مجموعه‌ای از سلیقه و نظر گزارشگر، روش و خط مشی رسانه و خواست مدیران و مسوولان یک رسانه است. عوامل بیرون گروهی تاثیر گذار، خواست مخاطبان ارزیابی شده‌اند، اما بیرون از حدود تعریف، گزارش به عنوان یکی از هنرهای مهم کار روزنامه نگاری (چون مصاحبه) در طراوت و زنده جلوه کردن یک رسانه نقش با اهمیتی دارد. رسانه بدون گزارش و مصاحبه، مجموعه‌ای از مقاله‌ها، تفسیرها، نظرها و نوشتارهای دیگر است که به سبب نداشتن ارتباط با زمینه‌های عینی جامعه، بی‌روح و بی‌اثر جلوه خواهد کرد، از اینروست که دکتر فرقانی، استاد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی و روزنامه نگار برجسته کشورمان از گزارش به عنوان (چشم عقاب روزنامه نگاری) یاد کرده است.

اهمیت گزارش

گزارش در هر نوع آن با هر حجم و در هر رشته از کارهای رسانه‌ای بیش و پیش از هر ویژگی دیگر روایت یک قصه یا ماجراست، مثل قصه و داستان کوتاه با این تفاوت بزرگ که عناصر، حوادث، ربطها و اشخاص آن، همه از زندگی بیرونی و واقعی برآمده‌اند، اما واقعیت و عینیت داشتن تنها ویژگی گزارش رسانه‌ای نیست. گزارش باید یا آگاهی‌رسان باشد (مخاطب دریابد اگر از آن بی‌خبر بماند، چیزی را از دست می‌دهد) یا غیرعادی و غیرمنتظره باشد (که مخاطب از کشف آن احساس بیش دانستن کند) یا سرگرم کننده باشد (که مخاطب را بدون آن که بداند تا پایان بکشد) یا حتی حسی، عاطفه‌ای، نکته‌ای و جلوه‌ای انسانی را در مخاطب برانگیزد که موجب پیدایش دید یا احساسی در او شود.

گزارشگر می‌داند یا باید بداند که جامعه او (عرصه فعالیت رسانه‌ای) چه ویژگی‌هایی دارد و مخاطب او که برای او گزارش تهیه می‌کند، دارای چه ذائقه‌ای است. این رابطه اساس فعالیت‌های رسانه‌ای و از جمله گزارشگری است.

مخاطب با روزنامه‌نگار قراردادی نانوشته دارد. مضمون این قرارداد فرضی چنین است:

من (مخاطب)، به تو (گزارشگر) اعتماد دارم - به این دلیل که مخاطب رسانه تو هستم - از جانب من، در جامعه‌ای که متعلق به همه ماست جست‌وجو کن و با صداقت، امانت، سرعت و دقت، پدیده‌ها را برای من روشن کن.

بر اساس چنین قراردادی، روزنامه‌نگار از سوی مخاطب سمت نمایندگی دارد تا از جانب او با نگاه او و به نمایندگی او در جامعه جست‌وجو کند و جالب‌ترین نکته‌ها را برای او فراهم آورد. این یعنی برخورداری از اعتمادی گسترده که فقط بار مسوولیت روزنامه‌نگار و گزارشگر را سنگین می‌کند و تداوم این اعتماد بستگی به کارکرد گزارشگر دارد. در گزارش از آنجا که نسبت به خبر امکان و فرصت بیشتری برای توضیح و تشریح اطلاعات، تحول‌ها، آمار، نقل‌ها و وصف‌ها وجود دارد، ارتباط میان مخاطب و روزنامه‌نگار صمیمی‌تر، عاطفی‌تر و نزدیک‌تر شکل می‌گیرد. به همین سبب برای روزنامه‌نگار و رسانه از این مسیر امکان گسترده‌ترین ارتباط با مخاطب وجود دارد. تعمیق و معنی‌دادن به این ارتباط از کارکردهای گزارش به شمار می‌آید.

وقتی این زمینه ارتباط و اعتماد مهیا باشد، رسانه می‌تواند و باید مفاهیم و آموزه‌های سازنده را به مخاطبان ابلاغ کند. گزارشگر در جامعه‌ای که نیاز به کار دارد، نیاز به گسترش تولید دارد، نیاز به مبارزه با مفاسد دارد، نیاز به تامین زیر ساخت‌های اساسی سیاسی دارد. نیاز به تامین سلامت محیط زیست دارد و غیره، از طریق تهیه و انتشار گزارش‌های اندیشیده شده می‌تواند در تامین این نیازها تاثیر بگذارد. همین جا باید افزود که رسانه‌ها هرگز به خودی خود، تنها و بدون عزم جمعی و ملی به جایی نخواهد رسید.

اهمیت گزارش چنانکه آمد به دلیل لحن و شکلی که دارد، پدید آوردن محیط ارتباطی و بویژه اعتماد میان مخاطب و رسانه است. چنین اعتمادی (اگر پدید آید) با ارزش‌ترین دارایی گزارشگر و رسانه در زندگی حرفه‌ای است. در یک جامعه پیشرو این فرآیند مشکل‌گشا و بسیار سازنده است.

تصور کنیم که در جامعه‌ای روزنامه‌نگاران چون سلسله اعصاب حساس همه کاستی‌ها، موفقیت‌ها، نقص‌ها، کج‌روی‌ها، صداقت‌ها، کوشش‌ها، تنبلی‌ها و وظیفه‌شناسی‌های اطراف را زیر نظر بگیرند و پرتویی از همه این‌ها را به رسانه بتابانند. از آن سو ساخت اجرایی کشور چنان به افکار عمومی اهمیت دهد که خود را پاسخگوی آن بشناسد، دیگر چه کسی جرات کم‌کاری، سوءاستفاده، تکروی و ستم به خود خواهد داد؟

در جوامعی که امور اجرایی و اداری اصولاً به اصالت‌گزینش یا حق رای اتکا دارد، مردم با دقت مراقب برگزیدگان خود هستند و اگر از آنان کاستی ببینند، دیگر به آنان رای نخواهند داد. در این جوامع ارزش و اهمیت گزارش رسانه‌ای بیشتر و محسوس است. در جوامع رو به توسعه، نقش و وظیفه روزنامه‌نگار در برآورد نیازها، علاقه‌ها، سلیقه‌ها و انتظارات مخاطب حساس‌تر و عمل به آن دشوارتر است. مخاطبان در این جوامع مطالبات وسیع‌تر و بیشتری از رسانه‌ها طلب دارند.

گزارشگر بویژه وقتی روزنامه‌نگاری و توسعه مطرح باشد، کارکرد ویژه‌ای می‌یابد. در این عرصه گزارشگر باید به جای پرداختن به احساسات و تاکید بر نکته‌های سرگرم‌کننده و عاطفی به جنبه‌های جدی‌تر اخلاق اجتماعی چون کار، تولید، صرفه‌جویی، قانون‌گرایی، آموزش، بهداشت و غیره بپردازد. گزارشگر پدیده‌ها، زمینه‌ها و موضوع‌های تازه را هر روز به مخاطب عرضه می‌کند و با هر مورد، دری را فراروی جامعه می‌گشاید. این روند به معنای غنی‌کردن فرهنگ اطلاع‌رسانی است، ضمن آن که به همراه مفاهیم تازه، زبان و فرهنگ نوتری به جامعه عرضه می‌شود.

دیوید رندال، روزنامه‌نگار انگلیسی می‌گوید: «فهرست‌برداری و توجه به مجموعه گزارش‌های رسانه‌ای در یک جامعه به روشنی جهت‌گیری فکری و دل‌مشغولی یک جامعه را نشان می‌دهد.» در مورد خبر نمی‌توان چنین ادعایی کرد، چون معمولاً خبر به محیط وارد می‌شود، اما گزارش را گزارشگر و رسانه تهیه می‌کنند. در کشور ما با این که دشواری‌های کار گزارش و کوچک بودن سازمان‌های خبری مانعی بر سر راه توسعه گزارش‌نویسی بخصوص انواع جدی‌تر آن است، در حرفه گزارشگری شگردها و شیوه‌های نو وارد حیطه‌های خبر، یادداشت و حتی نقد مقاله شده است، زیرا معیارهای گزارش‌نویسی به تجربه روان‌ترین شیوه ارتباط رسانه‌ای شناخته می‌شود.

ویژگی‌های گزارش

گزارش‌نویسی از جمله کارهای با اهمیت و جذاب در کار روزنامه‌نگاری است. گزارش و مصاحبه از آن‌جا که از زندگی مردم، شخصیت‌ها، پدیده‌ها، رویدادها و... و در واقع به نمایندگی از سوی مخاطبان تهیه می‌شود از زنده‌ترین و خواندنی‌ترین مطالب یک روزنامه است. با توجه به تعریفی که از گزارش ارایه شد، رسانه موضوع‌های مصاحبه و گزارش را از روی تجربه و تحقیق و از میان موضوع‌های مورد توجه مخاطب و با ارزش‌های خبری مورد نظر او برمی‌گزیند، گویی از طریق مصاحبه و گزارش با مخاطب گفت‌وگو می‌کند.

با چنین ملاحظه‌ای گزارشگر در تمامی جریان تدارک مصاحبه و گزارش باید به طور دائم حضور مخاطب خود را در کنار یا مقابل خود احساس کند. روشن است که ما از روی عادت، لحن و شیوه سخن گفتن یا نامه نگاری خود را با زمینه‌های مشترک با طرف مکالمه یا مکاتبه مطابقت می‌دهیم. بخشی از این مطابقت مربوط به سطح نوشتار، بخشی موضوع‌های مورد علاقه دو طرف، بخشی نیازها و علاقه‌های مشترک و بخشی، اشاره‌های پیشتر تعریف شده است، به همین سبب ما ممکن است به گفت‌وگوی دو نفر گوش بسپاریم یا نامه کسی به کسی را بخوانیم، اما نکته‌ها و موردهایی را نتوانیم درک کنیم. با توجه به آن چه ذکر شد برای آن که گزارش با هدف‌های ارتباط و انتقال نزدیکتر باشد، باید نکات زیر در آن رعایت شده باشد:

***توجه به ارزش‌های خبری در گزارش**

در نظر داشته باشیم که ارزش‌های خبری مخصوص خبر نیست، بلکه در مصاحبه و گزارش نیز باید مورد توجه قرار گیرد. از آن جا که به طور کلی رعایت ارزش‌های خبری در نوشتارهای مطبوعاتی با توجه به خواست‌های مخاطبان تعیین شده است، این توجه معنا می‌یابد. ارزش شهرت مثلاً به مشهور بودن چهره‌ای در میان مخاطبان نظر دارد یا ارزش فراگیری مربوط به گروه‌های گسترده انسانی از میان مخاطبان می‌شود.

چنین است که ما در انتخاب موضوع گزارش، نخست باید به ارزش‌های خبری پنهان در موضوع بیندیشیم. فرضاً، مردی که هر روز همه روزنامه‌های منتشر شده را می‌خرد، رویهم رفته پدیده قابل توجهی است، اما برای ساکنان یک کوچه و اعضای یک خاندان. حال اگر این مرد از ۲۵ سال پیش تمام نسخه‌های مطبوعات را با دقت و وسواس جمع‌آوری کرده و همه را در اطاق‌ها و فضاهای منزل چیده باشد، این مرد ارزش بیشتری برای توجه خواهد یافت. در مرحله بعد، اطلاعاتی چون طلاق همسر و فرار فرزندان از خانه‌ای که از همه فضاهای آن، تنها راه رهایی باریک مانده است و این که این مرد می‌تواند با یک شرح مختصر که هر کسی بدهد، نسخه روزنامه مورد نظر و مقاله و مطلب و خبر دلخواه را بیابد، این که این مرد تاکنون با بهره‌گیری از همین روزنامه‌ها، چهار جلد مجموعه مقاله یا گزارش به چاپ داده است و سرانجام آتش گرفتن این خانه بر اثر جرقه ناشی از اتصال سیم برق، می‌تواند موضوع یک گزارش خواندنی باشد. توجه کنید که نکته‌های گفته شده در هر مرحله بر ارزش‌های خبری موضوع می‌افزاید.

***پرداخت مطلوب**

بهترین و جذاب‌ترین موضوع‌ها با پرداخت نامطلوب و نارسا به گزارشی کسل‌کننده و غیرجذاب بدل می‌شود. عکس این اصل، همیشه صادق نیست. پرداخت گزارش را نباید با عناصری چون اطلاعات و آمار، زبان نگارشی یا نظم تنظیم گزارش اشتباه گرفت. پرداخت در واقع زاویه نگاه به موضوع و چگونگی ارائه عناصر گزارش است.

اگر چه گزارشگر چگونگی پرداخت گزارش را به سلیقه خود برمی‌گزیند، اما این انتخاب چندان وابسته به سلیقه نیست، بلکه حتی در پرداخت می‌توان و باید دامنه همان ارزش‌های خبری را در نظر گرفت.

مثلاً در گزارش مربوط سن ازدواج، تعداد عناصر و پدیده در مقابل گزارشگر قرار دارد. هزینه‌های بالای ازدواج، تجمل‌گرایی، میل جوانان به استقلال، ترس از تزلزل خانواده و آداب و سنن دست و پاگیر و ... از جمله این عناصر است. حال گزارشگر باید اول و بیشتر کدام یک را مورد توجه قرار دهد؟

***وحدت موضوع**

اهمیت دارد که گزارش در پیرامون یک موضوع خاص باشد و گزارشگر به آن موضوع از اول تا به آخر گزارش وفادار بماند. این اصل به معنای الزام در انتخاب موضوع‌های جزئی یا کم‌دامنه نیست، بلکه به این معناست که در روند کار گزارشگر، موضوع‌های مورد بررسی محدود باشد. این موضوع البته اکنون در گزارش‌ها بیشتر مورد لحاظ قرار گرفته است که گزارش هر محدودتر باشد، گزارشگر در پرداخت موضوع و بررسی ابعاد مختلف گزارش موفق‌تر خواهد بود. ضمن آن که در روزگار ما کم‌تر خواننده‌ای یا شنونده و بیننده‌ای در رسانه‌های شنیداری و دیداری حوصله و وقت برای گزارش‌های مفصل و طولانی دارد. گزارش‌های با موضوع‌های کم‌دامنه باید امروز بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

***نزدیکی به ذهن مخاطب**

در بند توجه به ارزش‌های خبری، لزوم جهت‌گیری گزارش به سوی ارزش‌های خبری (خواست مخاطبان) توضیح داده شد. غیر از اصل یاد شده، این نیز از ارکان یک گزارش مطلوب است که موضوع آن، نزدیک به ذهن و در مسیر امور روزمره و دل‌مشغولی‌های هر مخاطب باشد. گزارش‌های مناسبی از جمله این توجه‌ها به شمار می‌روند.

گزارش از سفر در زمان تعطیل‌ها، گزارش از نام‌نویسی مدارس در هنگام نام‌نویسی، گزارش از کنکور در حوالی روزهای برگزاری، گزارش از رزمندگان در هفته جنگ و ... به همین انگیزه نگاشته می‌شوند.

درمقابل گزارش از مشکلات جکوزی خانگی، نورپردازی سالن‌های پذیرایی، مشکل آموزش زبان یونانی و... اگرچه ممکن است گزارش‌های خوب و جالبی هم از کار در آیند، اما از آن جا که توجه و علاقه قشرهای پر تعداد مخاطبان را برنمی‌انگیزند، خواننده چندانی ندارند. مگر این که همین گزارش را با دید ویژه تهیه کنند. مثل مقایسه کاربرد جکوزی در خانه با معضل کمبود آب در کشور یا مشکل آموزش زبان یونانی وقتی تعداد کارگران یا جهانگردان ایرانی در یونان به رقم قابل توجهی برسد.

*** ارزش‌های ملی و اجتماعی**

روزنامه‌نگار به سبب داشتن مخاطب عام و گسترده و به دلیل نقشی که از نظر تاثیرهای فرهنگی در جامعه دارد، ناچار باید پاسدار و رعایت‌کننده ارزش‌ها و اصول اجتماعی باشد. گزارشگر می‌تواند با تهیه گزارش‌های خوش ساخت و گیرا خوانندگان را به انزواجویی ترغیب کند. می‌تواند ثابت کند که تولید داخلی نسبت به مشابه خارجی، نامرغوب است. می‌تواند از شکوه و آسایش اتومبیل‌های بزرگ گزارش تهیه کند. می‌تواند مردم را به مصرف هر چه بیشتر رهنمون شود، اما آیا این همه به مصلحت ملی و اجتماعی ما نزدیک است؟

در مقابل رسالت و وظیفه روزنامه‌نگار در شرایط خاص جامعه حکم می‌کند که مردم را به سوی فعالیت و توجه به سرنوشت و چگونگی زندگی جمعی هدایت کند، به علاوه روزنامه‌نگاران را به سلسله اعصاب جامعه تشبیه کرده‌اند. این دستگاه با گیرنده‌ای قوی باید کم‌کاری‌ها، نیازها و کمبودها را تنها با هدف بهبود و رفع بیابد و نشان دهد، نه آن که به کمبودها و نقص‌ها دامن زند. از جمله قانون مطبوعات و قانون اساسی ما ترویج مصرف‌گرایی را منع کرده است. روزنامه‌نگار با پذیرش مفیدبودن این اصل باید صرفه‌جویی و کار بیشتر را تشویق کند.

*** دامنه جذابیت**

برای این که ما با درجه‌ای میانه از علاقه‌مطلبی را از رادیو گوش کنیم، صحنه‌ای را در تلویزیون ببینیم، موضوعی را در روزنامه بخوانیم، فیلمی را تماشا کنیم و ... مغز ما درجه‌ای از پذیرش دامنه جذب دارد. حدود این دامنه، در هر انسان بسته به عادت، تربیت، تحصیل، محیط و... با انسان دیگر متفاوت است. همچنین در انسان‌های مختلف، وسیله‌ای_ کتاب، رادیو، تلویزیون، مجله، نوار موسیقی

و... که باعث جذب بیشتر می‌شود، متنوع است. در نتیجه ما در پیرامون خود کسانی را می‌بینیم که می‌توانند ساعت‌ها به موسیقی گوش کنند یا فیلم ببینند یا کتاب بخوانند و... و ما همواره با خود فکر کرده‌ایم: چه حوصله‌ای دارد! با این که درجه علاقه و دامنه جذب و جذابیت برای انسان‌های مختلف و نسبت به وسیله‌ای متفاوت گوناگون است، کارشناسان وسایل ارتباط جمعی پس از بررسی‌های بسیار برای متوسط مردم نسبت به وسایل مختلف این دامنه را تا حدودی تعیین کرده‌اند. مثل این که می‌گویند گوش و اعصاب تفکیک کننده اصوات، مراکز ضبط پیام‌ها و ارتباط دهنده هر پیام با انبوه دانسته‌های پیشین، تنها می‌توانند به مدت ۵ دقیقه به صورت موثر فعال باشند. از آن پس گوش می‌شنود، اما مغز قادر نیست آن چه می‌گیرد، طبقه‌بندی کند. این دامنه برای تلویزیون ۱۲ دقیقه، برای مطبوعات ۲۲ سطر و برای موسیقی ۱۷ دقیقه است. پس از آن ذهن به سبب خستگی، توجه را از دست می‌دهد و مغز به سوی نکته‌های جذاب‌تر دیگر سیر می‌کند. چنین است که در مقابل رادیو، کتاب، تلویزیون یا دستگاه پخش صوت نشسته‌ایم، می‌شنویم، می‌خوانیم، می‌بینیم و گوش می‌کنیم، اما ذهن جای دیگری سیر می‌کند. مثل آن که اصلاً نشنیده، ندیده، نخوانده و گوش نکرده‌ایم. در مقابل این پدیده چه باید کرد؟ باید قطعه‌های کوچک شنیدنی و دیدنی و تماشاگردنی ساخت. کارشناسان بخصوص برای زندگی امروزی در جوامع، کوتاه‌گرایی را پیشنهاد می‌کنند، اما اگر پیام، نوشته، قطعه و فیلم پیامی مفصل و طولانی داشته باشد، توصیه می‌کنند که آن قطعه، نوشته یا فیلم را به اجزای کوچکتر تقسیم کنیم و برای هر یک، یک دامنه جذابیت ببندیم. در سینما آنچه به ضرب‌آهنگ (ریتم) معروف شده، در کتاب آن چه بخشی از ساختار (فرم) را تشکیل می‌دهد، در موسیقی ملودی یا نوا و... در مطبوعات پاراگراف یا بندهای پی‌درپی اما دارای تازگی، به همین سبب اکنون مورد بحث است. در مطبوعات، دامنه جذابیت حدای از توجه، حوصله و دریافت خواننده از مطلب یا گزارش است. از ویژگی‌های مهم یک نوشتار مطبوعاتی از جمله گزارش، رعایت این دامنه به نفع خواننده است. تقسیم هوشمندانه عناصر (فاکت‌ها) در کل یک گزارش، جلب توجه دایم خواننده به گزارش از طریق طرح موضوع‌های نو، وارد کردن ضربه‌های احساسی (دراماتیک) و کاربرد واژه‌ها و عبارتهای توجه برانگیز، از آن جمله است.

گزارش خوب گزارشی است که خواننده آن را با همه طولانی بودن بخواند، نکته‌های آن را دریابد و بر او تاثیر لازم و منتظر را بگذارد. این هنر با تمرین بسیار و نگارش گزارش‌های فراوان به دست می‌آید. نگارش گزارش‌های طولانی با نثر یکنواخت و پیام‌های طولانی، کاری بی‌فایده و بی‌اثر است که حاصلی جز هدر دادن کاغذ و به هرز رفتن استعداد و توان گزارشگر ندارد.

الزام‌های یک گزارش خوب

در موارد فوق از خلال نکته‌های مربوط به گزارش و گزارشگر، معیارهایی برای گزارش مطلوب و قابل چاپ توضیح داده شد. اکنون به منظور جمع‌بندی و نتیجه‌گیری، ویژگی‌های اساسی یک گزارش مطلوب و خواندنی را توضیح می‌دهم.

۱- پیش از هر چیز، گزارش باید خواندنی باشد. باید خواندنی بودن چون مورد توجه و علاقه بودن موضوع، اهمیت داشتن موضوع و جذابیت آن توجه داشت. اصول مربوط به ارزش‌های خبری در این تعریف باید مورد توجه گزارشگر قرار بگیرد.

۲- گزارش باید نگارشی زیبا و دلچسب داشته باشد. رعایت شیوایی در گزارش‌نویسی، از عمده‌ترین ویژگی‌های کار است. می‌توان موضوعی را که دارای ارزش خبری چندانی نباشد، با نگارش زیبا و شیوا به گزارشی خواندنی مبدل کرد، اما باید توجه داشت که مجموع دو عنصر خواندنی بودن و نگارش زیبا، گزارش را کامل‌تر خواهد ساخت.

۳- باید روان و یک دست باشد. در این بخش بیشتر عناصر فنی و ساختاری گزارش باید مورد نظر گزارشگر باشد. لید یا مقدمه کامل، تیتیر جذاب، پخش مناسب. نکته‌های گزارش در سراسر آن، حسن آغاز و انجام، گنجاندن مصاحبه‌های مربوط، مشاهده قوی، دادن اطلاعات لازم و همه این عوامل در ساختی هماهنگ و یک دست در مطلوبیت گزارش تاثیرگذار خواهد بود. گزارشی که در سراسر آن یک نظم منطقی رعایت شده باشد، مطلوب‌تر است، اما گزارشی که با ضربه و هیجان آغاز شود و به یکباره در میانه راه افت کند، ناقص به نظر خواهد آمد.

۴- حجم مطلوب داشته باشد. در ادبیات قدیم ما اطناب ممل (طولانی‌نویسی بیهوده) و ایجاز مخل (کوتاه‌نویسی نارسا) هر دو مذموم شناخته شده‌اند. به این معنا که در انتقال پیام یا معنی، نه باید در کوتاه‌نویسی (در نتیجه نارسا و ناگفته ماندن موضوع) اغراق کرد و نه در شرح و بسط خسته‌کننده و ملالت‌آور. در گزارش‌نویسی گاه می‌توان به دلیل کم اهمیت بودن، تکراری بودن، ایجاد مشکل کردن یا خارج از موضوع بودن، مطلبی را کوتاه نوشت. (در اصطلاح روزنامه‌نگاران درز گرفت یا جمع کرد)

همچنین گاه یک مطلب چنان تازه و بدیع است که در مورد آن می‌توان شرح و بسط فراوان داد. (باز در همان اصطلاح، آب بستن یا پروراندن) تشخیص این اطناب یا ایجاز با خود گزارشگر است و البته با تجربه بدست می‌آید. در روزنامه‌های ما رسم شده است که صفحه یا فضایی ثابت به گزارش

اختصاص یابد، بی‌آنکه توجه شود که چنین فضای ثابتی، آیا برای همه گزارش‌ها تناسب دارد یا خیر. برعکس بسیار اتفاق افتاده است که خواننده گزارشی را درباره موضوعی می‌خواند، اما به سبب اصرار در کوتاه‌نویسی، نمی‌تواند ابعاد مختلف آن را دریابد. گویی از گزارشگر توقع داشته است تا توضیح بیشتری به او ارائه کند.

۵ _ ملاحظه‌های قانونی در آن رعایت شود. بسیار اتفاق می‌افتد که از روی ظاهر گزارشی دارای تمامی این ویژگی‌های مطلوب هست، اما چاپ و انتشار آن با قانون‌ها و مقررات کشور برخورد پیدا می‌کند. از جمله قانون تعزیرات و قانون مطبوعات، انتشار مطالب افتراآمیز، تحریک‌آمیز، توهین‌کننده، برخلاف شوون اعتقادی مردم، نفاق‌انگیز، فسادانگیز و صور قبیحه را در مطبوعات منع کرده‌اند، در نتیجه گزارشگر باید با کسب اطلاع از این ممنوعیت‌های گزارش خود را آماده کند.

۶ _ سلیقه، خواست، علاقه و نیازهای مخاطب در گزارش لحاظ شود. پرداختن به انگیزه‌های شخصی، محفلی یا گروهی (چنان که گفته شد) در گزارش زشت‌ترین کاری است که از گزارشگر ممکن است سربزند. توجه کنیم که رسانه‌ها از جمله مطبوعات چون خطاب عام دارند، باید مال عمومی تلقی شوند، اگرچه ظاهراً و قانوناً در مالکیت شخص یا اشخاص بخصوصی باشند. مخاطب یک رسانه اگر از آن برداشت بی‌طرفی نداشته باشد، به آن اعتماد نخواهد کرد. تقوی و منش حرفه‌ای اقتضا دارد که ما رسانه را محل تسویه‌حساب‌ها و رعایت حب و بغض‌های شخصی و گروهی قرار ندهیم. پیش‌تر بحث شد که بی‌طرفی مطلق در خبر و گزارش به دلیل این که خبر و گزارش از صافی و ظرف انسانی (خبرنگار و گزارشگر) می‌گذرد ممتنع است، اما در این حرفه پای بر احساسات شخصی گذاشتن و منافع و مصالح خواننده و مخاطب را بر عقیده و علاقه و سلیقه خود مقدم فرض کردن یک الزام حرفه‌ای به شمار می‌رود.

گزارشگر کیست؟

از آن جا که گزارش و مصاحبه از زنده‌ترین و در ضمن دشوارترین کارهای مطبوعاتی است، گزارشگر باید دارای شرایط و صفتهایی باشد که در دیگر کارکنان تحریریه ممکن است جمع نباشد، به همین سبب حرفه گزارشگری نیاز به برخی شرایط دارد که در این فصل به آن شرایط خواهیم پرداخت:

۱_ شم خبری

روزنامه‌نگار از بقیه مردم فقط حساس‌تر نیست، کنجکاوتر هم هست. در این نکته باید تأمل کرد که استادان و کارشناسان وسایل ارتباط‌جمعی برای روزنامه‌نگار بودن هرکس سه شرط آموزش، تجربه و شم) قدرت بویایی، کنایه از حساسیت‌گیرندگی) را بر می‌شمارند و فوراً می‌افزایند دو پیش شرط نخست به شرط وجود سومی، به طور خودکار تأمین خواهد شد، یعنی خبرنگار دارای استعداد، خود زمینه‌های آموزش و تجربه را به هر حال برای خود فراهم می‌آورد. گزارشگر باید دارای گیرنده قوی و همیشه آماده‌ای باشد. این گیرندگی به آن معناست که خبرنگار و گزارشگر، همان را می‌بیند یا حس می‌کنند که همه می‌بینند و حس می‌کنند، اما ذهن جست‌وجوگر او طالب بیشتر دیدن و بیشتر سردرآوردن است.

تمام پنج حس خبرنگار در تمام مدت با کمال گیرندگی متوجه اطراف است. شنیدن یک نجوا در اتوبوس، بویدن یک هوای غیرعادی در خیابان، دیدن یک صحنه تازه و ... او را به سوی ماجرای تازه و گزارشی تازه می‌کشاند. این صدا، بو و منظره را همه حس می‌کنند، اما خبرنگار قوی‌تر و موثرتر احساس می‌کند و چون احساس کرد تا پاسخی برای آن نیابد، آرام نمی‌نشیند.

۲_ سرعت انتقال

اگر چه سرعت انتقال را می‌توان بخشی از شم دانست، اما سرعت انتقال پس از شم به کار می‌آید. گیرنده قوی در کار خبرنگاری وقتی موثر است که بتوان از آن احساس به موضوع یا پدیده‌ای رسید. مهمتر از این که چشم ما چند ماهی مرده را بر سطح رودخانه‌ای ببیند، این است که ما بتوانیم نتیجه بگیریم در مسیر رودخانه باید عاملی برای مرگ ماهیان وجود داشته باشد. سرعت انتقال چیزی جز انطباق احساس‌ها با اطلاعات و دانسته‌های پیشین در ذهن ما نیست.

۳_ قدرت انتقال

قدرت انتقال با سرعت انتقال متفاوت است. به طور طبیعی در اطراف ما کسانی هستند که از دیگران بهتر می‌توانند دیده، شنیده و احساس خود را بیان کنند. روشن است که کسانی به سبب نوع کار خود باید دارای قدرت انتقال بیشتری باشند. از جمله خطیبان، معلمان، هنرمندان و روزنامه‌نگاران. قدرت انتقال عبارت است از بهره‌گیری از عناصر مختلف و در اختیار برای گزاردن (نقل) آن چه می‌خواهیم به دیگران برسانیم.

۴ - قلم روان

درباره تفاوت قلمرو روزنامه‌نگاری با ادبیات پیش‌تر توضیحاتی آمد. از جمله نوشته شد که اگرچه ابزار هر دو حرفه قلم کاغذ و کلام است ولی نویسندگی شاخه‌ای از ادبیات و روزنامه‌نگاری مقوله‌ای از علوم اجتماعی است. با این همه آیا می‌توان ادعا کرد که گزارشگر باید همواره از ورود به نازک کاری‌های ادبیاتی پرهیز کند؟

پاسخ منفی است، با ذکر این که پرداختن صرف به هنرهای ادبیاتی نباید کار اصلی روزنامه‌نگار باشد.

روزنامه‌نگار یا گزارشگر باید به راحتی و بدون اشکال، ماهیت و چگونگی پیام‌های پنهان در یک گزارش را به خواننده و بیننده و شنونده انتقال دهد. گروهی از استادان و روزنامه‌نگاران از این نیز فراتر می‌روند و می‌گویند اساساً نوشته مطبوعاتی نباید از جذابیت‌های ادبیاتی خالی باشد. می‌گویند چون روزنامه‌نگار برای انتقال پیام، غیر از کلام و عبارات وسیله‌ای ندارد، باید این سلاح را به کمال به کارگیرد. از جمله در گزارش توصیفی و تخیلی، سرنوشت گزارش را زیبایی نگارش رقم می‌زند. در این گفته باید اندکی تردید کرد. همه گزارش‌ها (از جمله گزارش‌های علمی و تحقیقی) زمینه و بستر وصفی و احساسی ندارند. اصلاً هنر روزنامه‌نگار در گزینش شیوه و رویه کلامی مناسب برای انواع گزارش‌ها با انواع مضمون‌هاست.

فرض کنیم که مادر مستمندی نوزاد خود را در بامداد یک روز پاییزی در کنار دیوار خانه‌ای گذاشته و رفته است. این مفهوم را به چند شکل می‌توان منتقل کرد؟

- یک نوزاد صبح امروز در کنار دیوار خانه‌ای در... پیدا شد.
- مادر نیازمندی، فرزند نوزاد خود را پشت دیوار منزلی در خیابان... رها کرد و ناپدید شد.
- مادر سنگدل، نوزاد بی‌گناه خود را در بامداد سرد پاییزی در کنار دیوار خانه‌ای در... رها کرد و گریخت.
- بار دیگر قنداق نوزادی که مادری نامهربان او را در کنار دیوار خانه‌ای رها کرد، در... پیدا شد.
- مادر برای بار آخر به صورت نوزاد نگاه کرد. تصور فردایی تیره و دشوار مثل آن چه خود او دیروز و امروز داشت و دارد او را مصمم‌تر ساخت. گلبوسه‌ای نرم از گونه کودک گرفت. نم گوشه چشم را خشک کرد و این بار او را در پناه دیوار گذاشت و رفت. در پیچ کوچی یک بار دیگر برگشت تا پاره وجود خود را ببیند...
- چه کسی این نوزاد بی‌گناه را در پشت دیوار منزلی در... رها کرده است؟

کدام یک بهتر است؟ روشن است که این انتخاب بستگی به دیگر عناصر گزارش، حجم آن و شیوه‌ای که گزارشگر برای نگارش می‌گزیند، دارد.

می‌توان گفت که نثر و زبان گزارش باید دارای ویژگی‌های زیر باشد:

الف _ ساده باشد: باید از کاربرد کلمه‌ها و عبارت‌های پیچیده، ناآشنا و غیر معمول خودداری کرد. این ساده‌نویسی دو جنبه دارد.

اول خودداری از کاربرد واژه‌های بیگانه بخصوص دشوار، مثل ایصال _ وصل شدن _ قسی القلب، صعب‌الوصول یا لابی _ مذاکره _ شانس به جای بخت یا اقبال یا دیالوگ _ گفت‌وگو _ و... دوم سعی در روان‌نویسی به منظور مورد استفاده قرارگرفتن از سوی قشرهای هر چه بیشتر از مخاطبان.

ب _ جمله‌ها و عبارات کوتاه باشند: در نامه‌نگاری اداری که حداکثر در صد سال اخیر رواج یافته است، شخص اداری می‌کوشد تا خواست و نظر خود را فشرده تر منتقل سازد، برای رسیدن به چنین هدفی گاه نامه‌ای یک صفحه‌ای تنها در یک جمله ارایه می‌شود. فرد در این نوع نامه‌نگاری هرگز دل مشغولی این را ندارد که نامه او را عده کثیری بخوانند و از مضمون آن آگاه شوند. حتی شاید کسی یا کمتر کسی بخواهد آن را بخواند. این رسم در روزنامه‌نگاری قابل پیروی نیست .

ج _ نگارش زیبا داشته باشد: برای مفهوم‌ها و تعبیرهای گوناگون می‌توان واژه‌های متنوعی را به کاربرد. مفهومی چون رفتن آهسته را می‌شود در چندین شکل نوشت .چه بهتر که گزارشگر آن دسته واژه‌ها را به کارگیرد که بر روی هم زیباتر و هنرمندانه‌تر باشد. در این بخش ذکر دو نکته لازم است:

اول این که نثر و زبان گزارش باید با موضوع متناسب باشد. در گزارش آتش‌سوزی در انبار نرم‌افزار، گزارشگر امکان محدودی برای زیبانویسی دارد، اما اگر گزارش در مورد مهاجرت پرنندگان به آبگیرهای مرکزی کشور باشد، تقریباً حدی برای زیبانویسی وجود ندارد. دوم این که برای زیبانویسی و افزودن بر ذخیره واژه‌ها در ذهن، هیچ راهی غیر از بسیار خواندن آن هم از نویسندگانی که به زیبانویسی شهرت دارند، وجود ندارد.

د _ استقامت و سخت‌کوشی: گزارشگر باید سخت‌کوش و مقاوم باشد. پیش‌تر در آزمون‌های ورودی رشته‌های روزنامه‌نگاری، داوطلبان را از نظر استقامت بدنی نیز می‌آزمودند. کاری که به روش‌های دیگر در غرب هنوز رواج دارد. نیز در هنگام ورود جوانان به محیط‌های مطبوعاتی، کارکنان سابقه‌دارتر از جمله دبیران و سردبیران بر آنان سخت می‌گرفتند. آنان تا ماهها در

تحریریه حق نشستن نداشتند، تا ماه ها سطحی ترین کارها را از این داوطلبان جوان روزنامه‌نگاری توقع داشتند. منظور این بود که توان و مقاومت داوطلب سنجیده شود.

خبرنگاری که تاب ساعت‌ها سر پا ایستادن را نداشته باشد، روزنامه‌نگاری که نتواند مقاومت حوزه خبری خود را بکشند، گزارشگری که در برخورد با سختی‌های گزارش‌شانه خم‌کند، توفیق‌ارایه کارهای خوب را نخواهد داشت.

گاه باید برای تهیه یک گزارش ده یا بیست‌بار به یک خانه رفت‌وآمد کرد، گاه مشاهده یک منظره یا تهیه یک بخش از مطلب، تنها در نیمه‌شب یا اول وقت صبح امکان‌پذیر است، گاه برای تهیه گزارش از بلایای طبیعی، باید ساعت‌ها در میان گل و لای سنگ و کلوخ راه پیمود، گاه باید کتک خورد. حقارت تحمل کرد، گرسنگی کشید و خستگی را به جان خرید، گاه باید یک ماه یا بیشتر بر روی گزارشی کار کرد که در آخر به هر علت ممکن قابل انتشار نیست. به علاوه این سرسختی‌ها قطع‌شدنی نیست، یعنی هر روز در روزنامه‌نگاری باید این استقامت‌ها را به خرج داد.

در روزنامه‌نگاری هر گزارش ماجرای است. هر گزارش پرونده و قصه‌ای جداگانه و در حد خود سخت و البته موجب تجربه‌اندوزی دارد. به علاوه در مطبوعات رسم نیست که در پایان هر ماجرا مثلا هر گزارش سخت به دست آمده کارکنان موسسه گردهم‌آیند و غبار ماجرا از سر و روی خبرنگار پاک سازند و به گونه‌ای چشمگیر از خبرنگار قدردانی کنند. گو این که کارهای برجسته گاه تشویق‌هایی هم در پی دارد، اما معمول این است که وقتی کار یک گزارش تمام‌شد، وقتی با هر ماجرا، گزارش سرانجام به زیر چاپ رفت، باید از سرنو آغاز کرد، یعنی گزارشی دیگر و ماجرای تازه در راه است. وقتی گزارشی تحویل شد، باید فوراً به گزارش تازه پرداخت. روشن است چنین تداومی در کار، آن هم در کاری به دشواری گزارشگری و خبرنگاری، استقامت و کوششی طاقت‌سوز می‌خواهد.

بیهوده نیست که روزنامه‌نگاران پس از بیست سال کار، اولاً سه برابر همگنان خود در مشاغل دیگر چیز می‌دانند و تجربه دارند و ثانیاً عمر مفید در زندگی روزنامه‌نگاران بسیار کوتاه تر است. همچنین به همین علت است که گروه‌های پرتعداد همواره داوطلب ورود به حرفه روزنامه‌نگاری هستند، اما از صد نفر ایشان شاید دو نفر تاب‌ماندن در این شغل را نمی‌آورد.

۵- مطالعه‌داشتن: اگرچه لازم نیست که روزنامه‌نگار در رشته‌ای متخصص باشد، اما لازم

است خیلی چیزها را بداند. گفته‌اند که :

فیلسوف باید همه علوم را بداند و روزنامه‌نگار باید فلسفه هم بداند.

روزنامه‌نگار باید در مورد انواع فنون، علوم، هنرها و پدیده‌ها اطلاع کافی داشته‌باشد، زیرا در کار روزانه خود ناچار با این موضوع‌ها سروکار دارد. روزنامه‌نگار باید کتاب‌های جدید بخواند، فیلم‌های تازه را ببیند، در جریان رویدادهای داخلی و خارجی باشد و از جمله به رادیو گوش بسپارد. به طور سنتی دانشجویان روزنامه‌نگاری باید کارهای لازمی چون تایپ کامپیوتری، راندن اتومبیل، تندنویسی و سلوک و آداب رسمی را بدانند. این‌ها همه در کار روزنامه‌نگاری مورد نیاز خواهد بود.

و _ شخصیت گزارشگری: در بخش پیش به لزوم برخورداربودن از دانستنی‌های لازم در کار روزنامه‌نویسی به اشاره کردیم. داشتن منش و تشخیص در این حرفه نیازمند شرح جداگانه‌ای است. باید یادآوری کرد که منظور از داشتن منش و شخصیت روزنامه‌نگاری این نیست که خبرنگار به دلیل شغلش خود را بالاتر و والاتر از دیگران بشمارد و به دیگران فخر بفروشد. با تاسف باید پذیرفت که بسیاری از روزنامه‌نگاران بویژه جوانان روزنامه‌نگار در دام خودبینی و خودپسندی بی‌جای حرفه‌ای خود اسیر می‌شوند. خطرناکتر این که برخی از دست اندرکاران مطبوعات آشکار و پنهان چنین وانمود می‌کنند که دیگران باید از آنان بترسند، زیرا لابد اگر نترسند، آن روزنامه‌نگار دمار از روزگار آنان خواهدکشید. اگر کسی به خاطر این که از او بترسند یا به او احترام بیشتر بگذارند، روزنامه نگار شود به غلط وارد این حرفه شده است. روزنامه‌نگار متوقع از مردم اهل این حرفه نیست و این شغل را نمی‌شناسد.

پس منظور از شخصیت چیست؟ هرگز منظره‌ای زشت‌تر از این دیده‌اید که مثلاً یک معلم برسرگذر مردم، فحاشی کند و مبارز بطلبد؟ یا یک نفر محقق محترم و شناخته‌شده روی دیوار مردم، شکلک بکشد؟

روزنامه‌نگار باید از سویی پاسدار منش و شخصیت خود باشد و از سوی دیگر احترام حرفه خود در میان مردم را عزیز بدارد. از روزی که یک نفر کار مطبوعات را آغاز می‌کند، تکلیف و وظیفه او سنگین‌تر می‌شود. در حوزه‌های خبری، روزنامه‌نگار باید حرفه، کار حرفه‌ای و عزت شغلی خود را محترم بشناسد و بگذارد دیگران نیز این احترام را رعایت کنند. پس از مخابره خبر و گزارش خود، غذاخوردن را شروع کند. لباسی در حد متوسط مردم بپوشد، لحن سخن‌گفتن را اصلاح کند، وقت‌شناس باشد. راز نگه‌دار و سرپوش عیوب احتمالی دیگران باشد. خود را قابل اعتماد بشناساند و.... تهدید و توقع و انتظار و مطالبه در شان روزنامه‌نگار نیست. خبرنگار شریفی را می‌توان پیدا کرد که سال‌ها وزارت خانه‌ای، حوزه خبری او بوده ولی حتی یکبار برای خوردن نهار به غذاخوری آن

وزارت نرفته است. روزنامه‌نگارانی هستند که هرگز از شغل خود، وسیله‌ای برای تهدید، عقده‌گشایی و سامان‌دادن به حب و بغض‌های خود نساخته‌اند. در مقابل، روزنامه‌نگاری هم شاید باشد که از قلم و کار او جز شر، فتنه، بده‌وبستان و انتقام‌جویی نتوان یافت. روزنامه‌نگارانی هستند که به حوزه خبری خود رایگان مشاوره می‌دهند. روزنامه‌نگارانی هم هستند که وقتی وارد جایی می‌شوند، همه هر چه دارند پنهان می‌کنند. شخصیت این حرفه اقتضا دارد که همه‌جا برای انجام وظیفه وارد شویم، اما نه در کسوت طلبکاران.

انواع گزارش

گزارش بسته به کاربرد و شیوه تهیه آن چند نوع است:

- ۱- گزارش خبری
- ۲- گزارش توصیفی
- ۳- گزارش تحقیقی
- ۴- گزارش بر مبنای مصاحبه
- ۵- گزارش از شخص
- ۶- گزارش از مراسم
- ۷- گزارش آزاد
- ۸- گزارش تصویری (مصور)
- ۹- گزارش طنز
- ۱۰- گزارش تبلیغاتی (رپرتاژ آگهی)
- ۱۱- گزارش پیگیرانه

*گزارش خبری

همیشه خبر نخستین انعکاس یک واقعه در رسانه‌هاست، اما اگر وقوع یک رویداد به علت‌هایی دارای اهمیت بیشتری باشد، رسانه‌ها برای ارایه توضیح و تفسیر به مخاطبان خود، از آن رویداد گزارش یا گزارش‌هایی را تهیه می‌کنند.

فرض کنیم خبر یک سرقت بزرگ از مغازه‌های یک پاساژ، در روزنامه‌ای به چاپ می‌رسد:
یک گروه مسلح نقاب‌دار، امروز صبح به چهارده مغازه در پاساژ امین در خیابان ری حمله کردند و با تهدید و زخمی کردن سه نفر از مغازه‌داران، مبلغ ۴۳ میلیون تومان پول نقد، چند قطعه فرش و مقداری جواهر را ربودند....

از آن جا که انتظار روزنامه برای دریافت مطالبی از جزئیات این واقعه ممکن است تازگی خبر را از بین ببرد، این خبر با اطلاعاتی که در ظرف یکی دو ساعت قابل به دست آمدن باشد، در روزنامه به چاپ می‌رسد، اما ناچار خوانندگان انتظار دارند در مورد این حادثه جزئیات بیشتری بدانند، بنابراین

سردبیر، یکی از گزارشگران را برای تهیه گزارش به محل حادثه می‌فرستد. گزارشگر پس از به دست آوردن اطلاعات اولیه به محل می‌رود. برای تهیه گزارشی مطلوب از این حادثه، گزارشگر چه نیازهایی دارد؟ با چه کسانی باید گفت‌وگو کند؟ به کدام مراجع باید مراجعه کند؟
گزارشگر در تهیه چنین گزارشی باید نخست با اشخاص زیر گفت‌وگو کند:

- **مغازه‌داران** یک پاساژ که سرقت در آن روی داده است. برای داشتن تصویری نزدیک به عینیت، خبرنگاران باید با هر چند نفر از مغازه‌داران که ممکن است آگاهی تازه و متفاوتی ارائه دهند، گفت‌وگو کنند.

- **شاهدان عینی:** غیر از مغازه‌داران، ممکن است گروهی مشتری، نظافت‌چی، عابر، مامور یا همسایگان پاساژ ماجرا را دیده باشند. گفت‌وگو با این گروه می‌تواند گزارشگر را یاری دهد.

- **ماموران انتظامی:** مسوولان نظم عمومی از آن جا که به هر صورت وظیفه‌دار حفظ نظم در جامعه هستند، باید در چنین گزارشی مورد پرسش قرار گیرند. اطلاعاتی که پلیس از حوادث شهری و رویدادهای مربوط به جرایم و جنجال‌ها در اختیار دارد، همواره می‌تواند مورد استفاده گزارشگر و مورد علاقه خواننده باشد. این اطلاعات در زمینه ارقام واقعی، چگونگی وقوع جرم، آثار جرم، پیگیری متهمان و... خواهد بود.

غیر از مصاحبه منبع دیگری نیز هست:

- **منابع آرشیوی:** آرشیو روزنامه، رسانه یا آرشیو خصوصی گزارشگر در این زمینه می‌باید آگاهی‌های مربوط به سوابق چنین حوادثی را داشته باشد. افزودن اطلاعات آرشیوی بر اطلاعات به دست آمده از مصاحبه با افراد گوناگون، گزارش را خواندنی‌تر و جذاب‌تر می‌کند. دادن اطلاعاتی چون جرایم مشابه در هفته، ماه یا سال اخیر، میزان رقمی اموال سرقت شده در همان مقاطع زمانی و آگاهی‌های دیگر که معمولاً در انتهای گزارش ذکر می‌شود، از نقاط قوت یک گزارش به حساب می‌آید. اکنون گزارشگر با در دست داشتن این آگاهی‌ها می‌تواند گزارش خبری مطلوبی را برای خواننده تهیه کند.

گزارش خبری، لزوماً در گروه گزارش‌های حوادث یا شهری جای نمی‌گیرد. گزارش خبری شامل گزارش‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، هنری، ورزشی و... نیز می‌شود. گزارش ورود وزیر کشور سریلانکا، گزارش از تخلیه یک خوابگاه دانشجویی، گزارش از استقبال مردم از یک کتاب جدید، گزارش از کار یک نقاش دیوارهای شهر، گزارش از کناره‌گیری یک ورزشکار از رقابت‌ها و...

همه گزارش خبری به شمار می‌روند، زیرا تمامی این گزارش‌ها بر محور یک خبر تهیه می‌شوند. در تمام این گزارش‌ها کوشش خبرنگار ارایه آگاهی‌های جدید از یک رویداد خبری می‌شود.

*گزارش توصیفی

به طور معمول این گزارش بیشتر از انواع دیگر گزارش‌ها و حتی نوشتارهای رسانه‌ای به ادبیات نزدیک است. در گزارش توصیفی بیش از دیگر انواع گزارش، گزارشگر فرصت و مجال ارایه هنرهای نویسندگی را می‌یابد. در چنین گزارشی، سردبیر و خواننده بیش از توجه به عینیت‌ها و ارزش‌های خبری، به ذهنیت‌ها و قابلیت‌های نویسندگی فردی گزارشگر توجه دارند.

نمی‌توان چنین ادعا کرد که در گزارش توصیفی (*Descriptive Report*) جایی برای ارایه عدد، رقم و آمار و عناصر ملموس و عینی گزارش نیست. همچنین نمی‌توان گفت که در گزارش توصیفی اگر این عناصر راه یابد، گزارش غیرقابل استفاده خواهد بود. برعکس هنر بزرگ گزارشگر در تلفیق سبک توصیف با داده‌های ارایه شده در تعریف گزارش است.

در تعریف گزارش گفته شد که باید نقش و اثر خبرنگار و گزارشگر را در فرآیند گزارش در نظر گرفت، یعنی که نباید رسانه را دستگاه و ماشینی بی‌جان تصور کرد که از آن خبر و گزارش به صورت تولید دایم حاصل می‌شود. بلکه همان گونه که ارتباط، فرآیندی انسانی و بشری است، عامل این ارتباط _ خبرنگار یا گزارشگر _ نیز در چنین فرآیند انسانی نقش و اثر بی‌گفت‌وگویی دارد، اما همیشه این فرض و دستور در روزنامه‌نگاری گوشزد می‌شود که خبرنگار و گزارشگر باید تا حد توان از این تاثر و تاثیرها بر کنار بماند، اما هیچ خبرنگاری را در تمام دنیا نمی‌توان پیدا کرد که ادعا و ثابت کند که در چرخه کارهای روزنامه‌نگاری، همواره ماشینی و بدون تاثیر عمل کرده است.

در گزارش توصیفی این تاثیرپذیری و انتقال تاثیر و تاثر به خواننده بیش از دیگر انواع گزارش ملموس است:

از صدها سال پیش به این طرف، این در بر پاشنه نیاز چرخیده است. در سایه چنار که ایستاده باشی و اگر دل دیدن با تو باشد، جای دست پرتمنای هزاران میلیون زائری را می‌توانی ببینی که بر این درساییده شده‌اند. اگر شامه حساس را هنوز داشته باشی، حتی بوی این خروارها نیاز هزار ساله را می‌توانی استشمام کنی.

- آقا، حاجتمند رونا امید نمی‌ذاره ...

- این در که در بالای آن کتیبه یا مفتاح‌الابواب، در زمینه هزاران نقش اسلیمی بر چوب، چشم را می‌نوازد و امید را در دل زنده می‌دارد، همیشه بر همین پاشنه چرخیده است.

- نذر شنبه اول شوال دارم...

- باید مثل من این جا، در سایه خنک چنار کهن ایستاده باشی و به خیل این نیازمندان نگاه کنی تا پندیری که در ورودی امامزاده حمزه همیشه برپاشنه نیاز گشته است (...گزارش روایی توصیفی - سوم شخص مفرد)

گروهی از روزنامه‌نگاران، گزارش توصیفی را اوج هنر روزنامه‌نویسی می‌دانند. اگر روزنامه‌نگاری را از جمله رشته‌های هنری بدانیم، این نظر را می‌توان صائب دانست، اما روزنامه‌نگاری بخشی هنر و بخش دیگر فن است. تاکید بیش از اندازه بر توصیف - گو این که بدون تردید به نوشته حال و هوایی احساسی می‌دهد - گزارشگر را از کارکرد و نقش اصلی روزنامه‌نگاری که همان آرایه آگاهی و اطلاع است به دور نگاه می‌دارد. در عین حال برخی فضاها و موضوعها را جز به مدد توصیف، اصولاً نمی‌توان آرایه کرد. گزارش از کوچ پاییزه مرغابی‌ها، گزارش از رمی جمرات (سنگ‌زدن به شیطان)، گزارش از خانه سالمندان، گزارش از ماهی قرمزفروشان آخر اسفند و... باید با رنگ و حال توصیف به خواننده آرایه شود، اما چه بهتر که همین توصیف‌ها با عناصر و ارزش‌های خبری همراه باشد.

نوعی گزارش توصیفی که با هدف بازسازی و تجدید حال و هوای یک واقعه یا یک خاطره نوشته می‌شود (به آن گزارش تخیلی نیز نام داده‌اند) نیز در مطبوعات رواج دارد. در این گزارش، گزارشگر با جمع‌آوری عناصر، نام‌ها، فصل، چگونگی برخوردها، مختصات رویداد و رفتار اشخاص در زمان وقوع یک رویداد، آن را به نحوی تاثیرگذار بازسازی می‌کند. توجه داشته باشید که هر قدر در گزارش تحقیقی که شرح آن خواهد آمد، عناصری چون مشاهده، عدد، رقم، نتایج، تاثیرهای متقابل و در نظر گرفتن مقتضیات زمانی و مکانی اهمیت دارد، در گزارش توصیفی، قدرت ریزش قلم، نازک خیالی، آوردن عبارت‌های احساسی و تحریک ظریف‌ترین احساس‌های خواننده، در نظر گرفته می‌شود. چنین است که معمولاً خبرنگاران نشسته، یعنی خبرنگارانی که به خاطر دانش، قدرت نویسندگی و تسلط بر افکار عمومی به استخدام نشریه‌ای درمی‌آیند، قادر به نوشتن گزارش‌های توصیفی و تخیلی هستند.

نباید اشتباه کرد که این دسته‌بندی و توصیف به هیچ وجه به منظور کم اهمیت جلوه دادن گزارش‌های توصیفی در مقابل انواع دیگر گزارش‌ها نیست. از قضا در جامعه‌ای که معمولاً مردم توصیف و فضا سازی را در مقابل خواندن عدد و رقم و مستندها می‌پسندند، این گزارش‌ها نسبت به انواع گزارش‌های دیگر خواننده بیشتری دارد.

استادان روزنامه‌نگاری و برخی از روزنامه‌نگاران، گزارش از سفر را نوع جداگانه‌ای از انواع گزارشی‌ها می‌دانند، اما این گروه از گزارش‌ها بسته به این که با چه سبک و برداشتی نوشته شوند، در بیشتر موارد در گروه گزارش‌های توصیفی قرار می‌گیرند، زیرا عنصر وصف در این گروه از گزارش‌ها، به دلیل توضیح یک سفر و یک محل یا جریان یک جهانگردی، عنصر قوی و تعیین‌کننده خواهد بود، گو این که از دیدگاهی دیگر گزارش‌های سفر معمولاً در دسته‌بندی گزارش‌ها از جمله گزارش‌های از محل قرار می‌گیرد.

یادآوری دوباره این نکته لازم است که گزارش‌های توصیفی بیش از دیگر گزارش‌ها به هنرهای ادبیاتی نزدیک است.

*گزارش تحقیقی

برخلاف گزارش توصیفی که مبنای کاربرد خلاقیت‌های نویسندگی گزارشگر استوار است، گزارش تحقیقی باید بر اساس عینیت‌ها، رقم، عدد، آمار و بررسی تهیه شود. پدر علوم ارتباطات ایران، استاد فرهیخته دکتر کاظم معتمدنژاد این نوع گزارش را به نام آنکت (*Enquete*) نیز نامیده است، اما در منابع انگلیسی زبان زیر این عنوان توصیفی دیده نشده است. یکی دیگر از استادان ارتباطات، آنکت را معادل این کواری (*Inquiry*) دانسته است. همچنین در روزنامه‌نگاری جدید گزارش تحقیقی را با نام فیچر (*Feature*) تعبیر کرده‌اند. به هر صورت گزارش تحقیقی ویژگی‌هایی دارد. در گزارش تحقیقی که معمولاً تهیه و تدارک آن بیشتر از انواع دیگر گزارش‌ها، زمان و نیرو می‌طلبد، مانند دیگر انواع گزارش‌ها، گزارشگر با تجربه باید آمیزه‌ای از پژوهش، مصاحبه، مراجعه به منابع و استفاده از آرشیو را به گونه‌ای عمیق و گسترده به کارگیرد. در بخش گزارش توصیفی اشاره شد که انتخاب شیوه توصیفی در گزارش بستگی کاملی به موضوع آن دارد. این اصل در مورد گزارش تحقیقی نیز صدق می‌کند. همچنین به یاد بیاوریم که در تعریف گزارش به دو عنصر تاثیر گزارشگر و دانستن عینیت اهمیت داده شده است. پیداست که در گزارش توصیفی، عنصر اول (تاثیر گزارشگر) و در گزارش تحقیقی عنصر دوم (عینیت) هر یک بر عناصر دیگر مقدم هستند.

گزارش تحقیقی به همین سبب بیشتر بر دانش و آموخته‌های گزارشگر (دانسته‌ها) متکی است، اما گزارش توصیفی به ذوق و استعداد گزارشگر (حس و سلیقه) او بستگی دارد.

در سال ۱۳۳۵ جمعیت ایران بالغ بر ۱۸ میلیون نفر بود که ۳۱ درصد آن در شهرها و بقیه در روستاها سکونت داشتند. در سال ۱۳۴۵ جمعیت کشور به ۲۵ میلیون نفر رسید که ۳۸ درصد آن ساکن شهرها بودند. در چنان وضعی طبیعی می‌نمود که بخشی از سرمایه و نیروی انسانی... جذب بخش مسکن شود... (گزارش با عنوان «تصویر مخدوش مسکن در برنامه‌ها» - نوشته مهندس عباس رضی‌زاده - پیام امروز - شماره ۳ - مهر و آبان ۷۳).

چنان که دیده می‌شود، گزارشگر در لید، بارانی از عدد و رقم و نکته‌های تحقیقی و آماری را به خواننده ارائه می‌کند. توجه کنیم که موضوع گزارش نیز برای چنین لحن و رویه‌ای اقتضا دارد. اصولاً در چنین گزارش‌هایی، جاذبه کار در تقابل و قیاس اعداد و عناصر عینی است:

به گفته رجایی / سلماسی / در سال ۷۴ جمعا ۴۳۲ میلیون سهام به قیمت واقعی ۱۸۸۰ میلیون ریال خرید و فروش شد که این رقم نسبت به سال ۷۳ افزایش خوبی را نشان می‌دهد. وی اظهار داشت: میزان سهام و معامله شده در سال ۷۳ حدود ۱۵۰ میلیون سهم بود که در سال ۷۴ به ۴۳۲ میلیون سهم رسید... (گزارش با عنوان «ارز و طلا را رها کردند، به بورس روی آوردند» - مجله صنعت حمل و نقل - شماره ۱۵۰ خرداد ۱۳۷۵)

در مطبوعات کشور ما فیچر معمولاً به گزارش‌های آزاد یا توصیفی تعبیر می‌شد، حال آن که فیچر (گزارش انگلیسی تحقیقی) گزارشی پرکار و مستند است که خواننده در آن جزییات و اطلاعات لازم و مورد نیاز خود را از یک موضوع می‌یابد.

در روزنامه‌نگاری غربی این شیوه که روزنامه یا رسانه را از انواع و اقسام خبرهای روز انباشته کنند و دایم تلاش کنند که تنها تنوع و تعداد خبرها مورد نظر باشد، متروک شده است. بیشتر فیچر تنها باید جنبه‌های تاریک و ناگفته از خبرهای انتشار یافته را روشن سازد، یعنی چنان که در کارکرد گزارش گفته شد، گزارش پس از انتشار خبر و در جهت روشن ساختن نکات آن نگاشته می‌شد، اما امروز گزارش فیچرنویسی در مرکز توجه فعالیت‌های روزنامه‌نگاری قرار دارد تا حدی که آن را تا حد سرمقاله، موضوع روزنامه دانسته‌اند. فیچر باید عمق، دامنه و زوایای تاریک یک رویداد را روشن کند. فیچر می‌تواند احتمال‌ها را پیش‌بینی کند، افکار عمومی را شکل دهد و ارتباط میان خواننده و رسانه و برقرار سازد. این نوع گزارش برای روزنامه‌نگار فرصت کار را در زمینه‌های وسیع‌تر گسترده‌نویسی و تصویرسازی از موضوع فراهم می‌کند.

گزارش تحقیقی به دلیل کارکردهای تازه رسانه‌ها، اهمیت یافته است. رسانه‌ها اکنون در هر ساعت انبوهی از عنوان‌های مهم خبری دنیا را اعلام می‌کنند. شنوندگان، بینندگان، خوانندگان و امروز

بهره‌گیرندگان از شبکه‌های ماهواره‌ای این عنوان‌ها را دریافت می‌کنند، بدون آن که از عوامل، ابعاد، ارقام و جنبه‌های دیگر این عنوان‌ها چیزی به دست آورند. فیچر یا گزارش تحقیقی باید این آگاهی‌ها را حداقل در مورد برخی از مهم‌ترین عنوان‌های خبری به دست دهد. روشن است که چنین گزارشی، تحلیلی خواهد بود و مخاطب را قادر می‌سازد تا از رویداد درک نسبتاً کاملی بیابد. حال آن که خبر به خودی خود، تنها آگاهی است. آگاهی به خودی خود، ایجاد توجه و گاه سرگردانی می‌کند، اما یک گزارش تحقیقی خوب مخاطب را قادر می‌سازد تا آگاهی‌ها را با درکها تطبیق دهد و همراه سازد. دلیل دیگر رواج فیچر، افزایش سطح گسترده دانش مردم است. این امر سطح اطلاع مردم را از تحولات ملی و فراملی افزوده است. مردم عادی درست مانند مسوولان تصمیم‌گیر به اطلاعات نیاز دارند. گزارش تحقیقی مطلوب از مردم آغاز می‌کند و به عناصر دخیل در زندگی مردم می‌رسد.

یک گزارش تحقیقی خوب دارای اجزای زیر است:

- توصیف: در این مرحله روزنامه‌نگار موضوع یا پدیده را توضیح می‌دهد.
- گسترش: روشن کردن ابعاد موضوع یا پدیده از جمله موضع مسوولان.
- پیگیری: آوردن نظرها و تصورات ممکن درباره موضوع.
- جست‌وجو: به دست آوردن ابعاد تازه از عناصر اجتماعی و کاستی‌ها.
- تشریح: پدیده‌های بزرگ و کوچک، ارتباطها، چشم‌اندازها، ارقام، اعداد و امار.
- جذابیت‌ها: بکارگیری طنز، حدس و گمان‌ها یا وصف‌های زیبا.
- رایه نظر: چون و چرا کردن، نمایاندن کمبودها و در مقابل هم گذاشتن پدیده‌ها برای القای نظریه مخاطب.

- نتیجه: جمع‌بندی و به دست دادن تصویر کلی.

این دو مورد اخیر نباید صورتی مستقیم و خطابی داشته باشد، بلکه باید رایه نظر و نتیجه‌گیری، از گزارش برآید.

با این همه و با در نظر آوردن اهمیتی که نگارش‌های تحقیقی دارد در مطبوعات به ویژه در روزنامه‌ها کمتر این گونه گزارش‌های را می‌توان خواند. این کمبود چند علت روشن دارد. اول این که روزنامه‌نگاران گزارش‌های توصیفی را به دلیل سهولت آن (به شرط دارا بودن توان انشا نویسی) آسان‌تر می‌یابند. گزارش توصیفی نیاز چندانی به مراجعه‌های مکرر، مصاحبه‌های متعدد، تحقیق و پرس‌وجو ندارد. علت دوم، خودداری رایج مسوولان از رایه اطلاعات به مطبوعات است. این

خودداری دلایل گوناگونی دارد که از حوصله این مبحث بیرون است. نتیجه این که انتظاراتها و سکنه‌های متعدد و طولانی گزارشگر را سرخورده می‌سازد. علت سوم حوصله کم، تجربه اندک و ضعف خود گزارشگران است. کمتر گزارشگری، راه‌های تدارک یک گزارش تحقیقی (فیچر) و چگونگی رفع موانع از این نوع کار را می‌داند.

یک علت فرعی هم به نقص سازمانی و نیروی انسانی مطبوعات ارتباط دارد. صفحه‌های متعدد نشریه یا روزنامه به هر صورت باید در سر موقع آماده باشد. این الزام کمی، مطبوعات را از پرداختن به کیفیت (از جمله داشتن گزارش تحقیقی) به دور نگاه می‌دارد. روشن است که وقتی در یک بخش روزنامه (سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، ورزشی و...) تعداد زیادی خبرنگار و گزارشگر توانا و بدون دغدغه برای گذارن زندگی کار کنند، فرصت بیشتری برای پرداختن به گزارش‌های نیازمند به وقت و کار بیشتر پدید خواهد آمد.

گزارش بر مبنای مصاحبه

همان گونه که در مبحث مصاحبه دیدیم، یکی از انواع مصاحبه‌ها، مصاحبه‌های گزارشی است. این سبک گزارش را زمانی باید انتخاب کرد که موضوع مربوط به مردم باشد و خواست و نظر مردم در آن موضوع اولویت داشته باشد. چنین گزارشی با گزارش از شخص تفاوت دارد، چون گزارش از شخص از جمله مصاحبه‌های عمقی به شمار می‌رود با گزارش توصیفی و گزارش تحقیقی هم متفاوت است که جزیی از آنها را مصاحبه تشکیل می‌دهد. گزارش بر مبنای مصاحبه، گزارشی است که تماما و اصولا ساخت مبتنی بر مصاحبه دارد.

بنابر این، گزارش بر مبنای مصاحبه معمولا از موضوع‌های اجتماعی و مربوط به مردم تهیه می‌شود. گزارش از ثبت نام مدرسه‌ها، رفت و آمد با اتوبوس‌های شهری، گذران اوقات فراغت، پذیرش در بیمارستان‌ها، گرانی ارزاق، نظافت محله‌ها و... از جمله موضوع‌های مناسب برای این گونه گزارش‌ها به شمار می‌آید.

همین جا دو نکته را باید در نظر داشت، اول این که وقتی سخن از مصاحبه با مردم می‌شود تنها منظور مردم ساده نیست، بلکه همه کسانی که به نحوی با موضوع رابطه دارند، مردم محسوب می‌شوند. در گزارش از ثبت نام مدرسه‌ها نه تنها باید لزوما با دانش‌آموزان و اولیای آنان، بلکه باید با مدیران و مسوولان مدرسه‌ها، مسوولان آموزش و پرورش و کارشناسان نیز گفت و گو کرد. دوم این که پرسش‌های قابل طرح در چنین گزارش‌هایی نمی‌تواند و نباید چندان عمیق باشد سوالاتی مانند آیا

مبلغ تخصیص یافته برای آموزش در بودجه عمومی کافی است؟ از دانش‌آموزان یا حتی از اولیای آنان گزارشگر را به جایی نمی‌رساند یا در گزارش رفت و آمد با اتوبوس‌های شهری این سوال که : سهم هر شهروند، از میزان کل امکانات حمل و نقل عمومی چه رقمی است؟ از راننده اتوبوس شرکت واحد، گمراه‌کننده است.

در گزارش بر مبنای مصاحبه باید نکته‌هایی را رعایت کرد:

- پرسش‌های مستقیم: پرسش‌ها باید پاسخ مشخص و روشنی داشته باشد.
- تنوع مصاحبه شونده: در این گزارش‌ها، هر چه تعداد مصاحبه‌شونده بیشتر باشد، حاصل کار مطلوب‌تر خواهد شد.
- تنوع جغرافیایی و جایگاهی: مصاحبه‌شوندگان را باید از نقاط شهر و در سطح‌های گوناگون برگزید.
- محدودیت پرسش‌ها: انتخاب پرسش‌هایی کم تعداد که گزارشگر را به نتیجه دلخواه برساند، اهمیت دارد.

- گزینه مطلوب: اهمیت دارد که مصاحبه‌شوندگان به سبب خاصی ممتاز باشند.

- انتظار پاسخ: مصاحبه‌شونده باید با موضوع مصاحبه بیگانه نباشد.

چنان که در مبحث اجزای گزارش توضیح داده شده است، اصولاً مصاحبه از اجزای مهم و اصلی گزارش به حساب می‌آید. چنان که در میان انواع گزارش، بسیاری را می‌توان یافت که بدون داشتن مصاحبه، ناقص خواهند بود. از جمله گزارش خبری (در بیشتر موارد)، گزارش تحقیقی (در برخی موضوع‌ها)، گزارش از شخص و گزارش تبلیغاتی (رپرتاژ آگهی) که در آن مصاحبه نقش مهمی را ایفا می‌کند، اما منظور از جدا کردن نوع گزارش بر مبنای مصاحبه از دیگر گزارش‌ها، توجه به این اصل است که این نوع گزارش اولاً نمی‌تواند جز بر انعکاس نظر مصاحبه‌شوندگان صورت گیرد و ثانیاً به همان دلیل، این گروه از گزارش‌ها معمولاً در دسته گزارش‌های اجتماعی و شهری جای می‌گیرند.

در خواندن این نوع گزارش، مخاطب باید نظر و سخن خود را از زبان و کلمه‌ها و عبارت‌های مصاحبه‌شونده بخواند. خاصیت مصاحبه در چنین گزارشی در واقع همین است، گو این که مخاطب در میان حرف‌های مصاحبه‌شوندگان نکته‌های تازه و نویی نیز بیابد، اما به هر حال باید موضوع از خواست و نظر خواننده بیگانه نباشد، به همین سبب در گزارش بر مبنای مصاحبه، دخالت دادن دو جزء از

اجزای گزارش یعنی مصاحبه و مشاهده، اهمیت و حساسیت بیشتری دارد. موضوع مهم در گزارش‌های این نوع، تلاش گزارشگر در حفظ بی‌طرفی است، بنابراین در این نوع گزارش، گزارشگر گویا گفته دیگران را در میان نقل گفت و گوها و کیفیت ماجرا را از طریق نقل مشاهده‌ها ارایه می‌کند و خود به همین قناعت می‌ورزد، اما این همین باید داوری و برداشت گزارشگر را نیز گرچه غیرمستقیم روشن سازد. این بی‌طرفی چنان که گفته شد با تلاش قابل تحقق است، اگر نه نقل صددرصد بی‌طرفانه پدیده‌ها، حوادث، ماجراها و پیام‌ها، کاری ماشینی و غیر بشری است. اصولاً زیبایی گزارش، عبور پیام‌ها از صافی و منظر گزارشگر است. با این شرط که گزارشگر، صادقانه چنان تلاشی را برای بی‌طرفی صورت دهد و به علاوه مخاطب در جریان خواندن گزارش، برداشت‌های گزارشگر را غیر مستقیم و نامحسوس دریافت کند.

***گزارش از شخص**

باید دانست که گزارش از شخص با مصاحبه با یک شخصیت و چهره معروف هر چند مصاحبه عمقی تفاوت دارد. در این نوع گزارش کافی نیست که با کسی مصاحبه کنیم. ضمن آن که معمولاً گزارش از شخص زنده، بدون گفت‌وگو با او نمی‌تواند کامل باشد. در تقسیم‌بندی ارزش‌های خبری چنین گزارشی در محدوده ارزش شهرت مطرح است، زیرا شرط اصلی و نخستین در این گزارش باید معروفیت و اشتهار شخص مورد گزارش باشد. چنین گزارشی دارای ویژگی‌های زیر خواهد بود:

انتخاب: توجه کنید که گزارش از هر شخصی، بدون آن که زندگی استثنایی داشته باشد، دارای آثار شناخته شده باشد، اکثر مردم او را بشناسند، به سبب اختراعی، اکتشافی یا حضور در واقعه‌ای جالب به شمار آید و ... در این بحث جای نمی‌گیرد، بنابراین کسی باید برای گزارش از شخص انتخاب شود که به سبب خاصی شهرت داشته باشد یا به علت ویژه‌ای بخواهیم مشهور شود!

بررسی گسترده: چنان که در بحث مقدمات مصاحبه دیدید، در مصاحبه عمقی و در این نوع گزارش خبرنگار باید با دقت و وسواس کامل تمامی جنبه‌های جالب زندگی شخص مورد گزارش را به خوبی مطالعه کند. تحصیل، آثار، مشاغل، مسافرت‌ها، نقش‌ها، حوادث زندگی، علاقه‌ها، نظرها و ... از جمله نکاتی است که پیش از شروع گزارش باید از آن‌ها آگاه شویم. بخشی از این آگاهی‌ها در اول مصاحبه عمقی و قسمت‌های دیگر در لابه‌لای گزارش می‌تواند نگاشته شود.

استفاده بجای: از آن آگاهی‌ها باید در جای خود و در فرصت‌های مناسب گزارش بهره برد. مشاهده تندیس نیم تنه ارسطو، باید گزارشگر را به صرافت علاقه مصاحبه‌شونده به منطق یونانی رهنمون شود یا یک عکس جمعی از دانش‌آموزان دبیرستانی، باید گزارشگر را به محیط تحصیلی موضوع گزارش منتقل سازد.

زبان مناسب گزارش: چنان که خواهیم دید، هر گزارش را باید با زبانی مناسب با موضوع آن نوشت. روشن است که واژه‌ها و ترکیب‌هایی که برای گزارش از یک ورزشکار به کار می‌بریم، با لحن ما در یک گزارش از یک مخترع، یک جراح یا یک فیلسوف یکسان نیست. حتی در انتخاب سبک نگارش یک گزارش نیز این نکته را باید رعایت کرد. کاربرد سبک ادیبانه برای گزارش از یک سیاستمدار، برای گزارش از معلولی که با پا نقاشی می‌کند یا کاربرد فکاهی برای گزارش از یک فیلسوف یا شاهد قتل باقرخان نمی‌تواند مناسب باشد.

توصیف مناسب: در گزارش از شخص هر نکته، هر تکه از لوازم، هر گفته یا هر حرکت می‌تواند در توصیف حالت و چگونگی موضوع گزارش مورد استفاده قرار گیرد. در چنین گزارشی، گزارشگر خواننده را نه تنها با عقیده‌ها و نظرهای موضوع گزارش که با چگونگی زندگی و حالات روحی و جسمی او آشنا می‌سازد. چنین گزارشی روشن است که قدرت و تسلط بالایی را در کار توصیف اقتضا می‌کند. در مصاحبه با مصاحبه‌شونده‌ای که در رشته‌ای آگاهی‌های عمیق دارد، گفت‌وگو می‌کند. در گزارش از شخص این تسلط باید با قدرت توصیف نیز همراه شود.

نوع مهمی از گزارش از شخص، سرگذشت‌نگاری یا بیوگرافی‌نویسی است. گرچه سرگذشت‌نگاری از جمله کارهای مطبوعاتی به شمار نمی‌رود، اما در مطبوعات نیز گهگاه نمونه‌هایی از این شیوه را می‌توان پیدا کرد. سرگذشت‌نگاری اگرچه معمولاً از نظر حجم، طولانی‌تر از گزارش از شخص تهیه می‌شود، اما از نظر اصول و روش تقریباً هر دو یکسان هستند.

بیشتر آثار رومن رولان، نویسنده نامی فرانسوی بر پایه بیوگرافی یا سرگذشت‌نگاری است. در ایران نیز صدرالدین الهی سرگذشت‌هایی از مشاهیر در گذشته را به صورت گزارش وصفی، مثل این که بزرگان زنده باشند و گزارشگر از آنان گزارش تهیه کرده باشد، نوشته است.

شکل دیگری از سرگذشت‌نگاری، خودسرگذشت‌نگاری یا اتوبیوگرافی است که به طور کلی جز در مواردی معدود، کاری غیرمطبوعاتی است.

این را نیز باید در نظر داشت که گزارش از شخص بویژه در شکل گسترده و مفصل خود بیشتر ویژه نشریه‌هایی با دوره انتشار طولانی‌تر مانند هفته‌نامه یا ماهنامه است یا باید آن را لااقل در روز پنجشنبه که روزنامه یک روز بیشتر در خانه‌ها می‌ماند، کار کرد.

باید دانست که گزارش از شخص چنان که به اشاره گذشت، می‌تواند به دو صورت تدارک شود. اول گزارش از شخص زنده و در قید حیات و دوم گزارش از درگذشتگان در نوع اول، سه جزء تحقیق، مصاحبه و مشاهده هر سه و هر یک به درجه‌ای متفاوت بسته به موضوع گزارش باید در گزارش مورد نظر قرار گیرد. یعنی نخست موضوع گزارش از نظر سابقه، نظرها، سلیقه‌ها، تحصیل و ... بررسی شود، آن‌گاه در جریان مصاحبه نکته‌ها و ناشنیده‌های تازه‌ای از او به دست آید. این بررسی‌ها، مصاحبه به همراه مشاهده‌های گزارشگر، ساختمان و بدنه گزارش را خواهد ساخت، اما در نوع دوم، روشن است که عامل مصاحبه را نمی‌توان وارد ساخت. به جای مصاحبه گزارشگر باید حرف‌ها و نقل‌قول‌های مربوط به موضوع، حرف‌های ثبت‌شده از او، جمله‌هایی از کتاب‌ها و آثار او (اگر موجود باشد) و مصاحبه‌های زمان زندگی او را در هر فرصت نقل کند.

گزارش از شخص با وجود دشواری و وسعت کار اگر بار رعایت اصول و صرف وقت و تحقیق مناسب گیرد، از جمله پرخواننده‌ترین انواع گزارش‌ها خواهد بود. برخی از استادان روزنامه‌نگاری گزارش از محل را نیز از جمله انواع گزارش ذکر کرده‌اند. اگر چه گزارش از محل واقعا می‌تواند در این تقسیم‌بندی جای گیرد، اما واقعیت این است که ویژگی‌های گزارش از محل بخشی در گزارش توصیفی و بخشی در گزارش از شخص قابل یافتن است. از جمله گزارش از محل نیاز به داشتن قلم خوب و کاربرد واژه‌های موثر دارد. (خصوصیات گزارش توصیفی) در عین حال برای نوشتن گزارش از محل معمولا مصاحبه‌هایی با آگاهان و صاحب‌نظران صورت می‌پذیرد، زیرا روشن است که یک ساختمان، یک اثر تاریخی، یک موزه یا بنای باشکوه نمی‌تواند مورد مصاحبه قرار گیرد. با این همه گزارش از محل از جمله گزارش‌های تخصصی و مهم دانسته شده است. سفرنامه‌نویسی نیز حالتی از گزارش از محل به شمار می‌آید.

*گزارش از مراسم

گزارشی که خبرنگار از یک مراسم (سخنرانی، کنگره، گردهمایی، گشایش، بزرگداشت، اهدای جوایز و...) تهیه می‌کند، از انواع دیگر گزارش متمایز است. در گزارش از مراسم معمولا یک یا چند ارزش خبری زیر وجود دارد:

*** شهرت:** معمولاً دعوت‌شدگان، سخنرانان یا موضوع برگزاری مراسم (بزرگداشت کسی، اهدای جایزه به کسی و...) از جمله چهره‌های سرشناس یک جامعه هستند، بنابر این عامل شهرت از جمله جاذبه‌های گزارشی در گزارش از مراسم است.

*** دربرگیری:** گاهی موضوع مراسم می‌تواند به تمام یا بخشی از جامعه ارتباط یابد، مثل مراسم گشایش یک دوره از مجلس شورای اسلامی

*** عدد و رقم:** گاهی تعداد حاضران، تعداد شرکت‌کنندگان یا تعداد جایزه‌بگیران از جمله ارزش‌های گزارش به حساب می‌آید. مثل این که حضور ۵۰ هزار نفر در یک کنگره یا ۳۰۰ دانشجوی مخترع یا ۳۰۰ زوج جوان که در یک مراسم، ازدواج کرده‌اند و... خود از جاذبه‌های گزارش به حساب می‌آید.

*** شگفتی:** در گزارش از مراسم به ندرت تحولی شگفتی‌انگیز روی می‌دهد، اما اگر چنین شود، انعکاس آن تحول از جاذبه‌های گزارش از مراسم خواهد بود. مثل این که فرضاً در کنگره هزاره نظامی گنجوی، یک نفر سخنران اسنادی را ارایه کند و نتیجه بگیرد که نظامی در اصل از مردم تفرش بوده است نه گنجه.

*** حادثه:** اگر در مراسمی حادثه‌ای اتفاق افتد، گزارش از آن مراسم را باید از جمله گزارش‌های حوادث دانست، اما وقتی حادثه مربوط به خود مراسم یا شخصیت‌های حاضر در مراسم باشد، باید در درون همان گزارش مورد نظر کار شود. مثل مسموم شدن جمعی از شرکت‌کنندگان در یک سمینار یا زد و خورد دو سخنران و عکس‌العمل تند گروهی از حاضران نسبت به سخنران. بنابر این باید توجه کرد که در گزارش از مراسم در نظر داشتن ارزش‌های خبری اهمیت بسیاری دارد، در غیراین صورت گزارش از مراسم به مطلبی بدون روح و بدون جاذبه مبدل خواهد شد.

*** خلاصه‌نویسی و فشرده‌نویسی:** در هیچ یک از انواع دیگر گزارش‌ها، موضوع خلاصه کردن و حذف موارد زاید و تکراری چون گزارش از مراسم اهمیت نمی‌یابد. در انواع دیگر گزارش‌ها، معمولاً موضوع یا چگونگی پرداخت آن، حجم گزارش را معلوم می‌کند. در گزارش مراسم به جای گزارشگر یا موضوع، محتوای مراسم تعیین‌کننده خواهد بود.

از یک جلسه علنی مجلس شورای اسلامی، از یک مراسم نماز جمعه، از کنگره بزرگداشت جامی یا از مراسم گشایش موزه جوانان به چه حجمی باید گزارش داد؟ پاسخ به این پرسش، دستور قطعی و کلی ندارد، یعنی بستگی به چگونگی برگزاری، شخصیت‌های حاضر در آن، ارزش‌های خبری

موجود در آن و اهمیت آن دارد، اما همواره سرنوشت مقبولیت گزارش از مراسم را خود گزارشگر مشخص می‌کند.

اغلب گزارشگران خلاصه‌نویسی را با حذف اتفاقی مطالب اشتباه می‌گیرند، حال آن که مطلب خلاصه شده قابل چاپ مطلبی است که تا حد امکان کوتاه باشد، اما نکته‌ای از کل رویداد بویژه نکته‌های مهم آن جا نیفتاده باشد.

این نیز اهمیت دارد که حجم و میزان کمی یک گزارش بستگی کاملی به شیوه و خط مشی یک رسانه دارد. روزنامه ممکن است که به سبب جهت گیری‌های خاص سیاسی یا اجتماعی خود برای دسته‌ای از موضوعات بیشتر از گروه دیگر ارزش قایل باشد. همین است که گزارش گشایش راه‌آهن بافق به بندرعباس در نشریه‌ای ممکن است بسیار خلاصه‌تر از نشریه دیگر منعکس شود.

بهترین روش برای خلاصه کردن گزارش از مراسم با توجه به روش یک روزنامه، نخست تهیه یک مطلب کامل از همه اجزای مراسم است. سپس گزارشگر باید با ملاحظه‌هایی که اشاره شد بخش‌های اضافی یا زاید گزارش را حذف کند، اما در گزارش خلاصه یا فشرده شده، نباید هیچ یک از عناصر و رویدادهای محوری مراسم از قلم بیفتد.

***گزارش آزاد**

گزارش آزاد حالتی از گزارش توصیفی یا شکلی از گزارش بر مبنای ثبت برداشت خالص خبرنگار به شمار می‌رود. در این سبک محور، شکل و زبان گزارش را همه گزارشگر به میل خود باشد، اما گزارش آزاد (برداشتی) بسیار بدون قیدتر از گزارش توصیفی است. گزارشگر در این نوع گزارش، محدود به عناصر و حتی ارزش‌های خبری نیست. او می‌تواند تکیه و توجه خود را بر نکته یا نکته‌هایی دلخواه از گزارش بگذارد.

گزارش آزاد ویژگی‌های زیر را دارد:

*** گزینه آزاد:** خبرنگار از صحنه رویداد، نکته یا بخشی را انتخاب می‌کند که می‌داند بیشتر یا بهتر می‌تواند آن را شرح دهد. فرض کنید گزارشگری برای تهیه گزارش به جبهه اعزام می‌شود. او به جای همه عوامل و عناصر پیرامون خود، می‌تواند یک کلاه کاسک سوراخ، یک قمقمه خالی، یک پرچم تنها، حتی یک فشنگ را موردنظر قرار دهد و همه گزارش را به آن تخصیص دهد یا از یک مدرسه ویژه نابینایان فقط به کلاس‌های بدون تخته سیاه توجه کند یا از اصابت یک موشک به یک منطقه مسکونی، یک عروسک را موضوع گزارش کند.

*** پرداخت وصفی:** توصیف قوی از خصوصیات گزارش آزاد است. به هر روی در گزارش جبهه در محور یک کلاه کاسک، گزارشگر باید قادر باشد که موضوع را در همین محور محدود، پرورش دهد، در غیر این صورت گزارش در وصف کلاه خواهد بود و نه جبهه یا وقتی در آموزشگاه نابینایان از بدون تخته بودن کلاس می‌نویسد، باید بتواند از زاویه همین نکته خصوصیات آموزشگاه را برساند.

*** شیوایی:** روشن است که چنین گزارشی اگر با زبان و نگارشی شیوا پرداخته نشود، غیر جذاب و بی‌شکل از کار درخواهد آمد. معمولاً گزارشگرانی این سبک را انتخاب می‌کنند که به قدرت نگارش خود و گیرایی سبکی که بر می‌گزینند، مطمئن باشد.

*** اطلاعات مختصر:** معمولاً چنین گزارش‌هایی از قید ارایه اطلاعات دقیق و کامل آزاد هستند، اساساً در گزارش آزاد، آماد و عدد و رقم یا نظرهای کارشناسانه جایی ندارد، بلکه برداشت گزارشگر در آن سرنوشت ساز است، گو این که می‌توان گزارشی آزاد را فرض کرد که با شیوایی نگاشته شده باشد و در عین حال حاوی اطلاعات و آمار مفیدی هم باشد، اما اگر نبود نمی‌توان بر آن خرده گرفت.

گزارش تصویری

وقتی از یک رویداد، یک عکاس رسانه عکس‌های گویا و جالبی بگیرد که به خودی خود و یا با نیازی مختصر به توضیح و شرح قابل انتشار باشد به آن گزارش، گزارش تصویری گویند. بنابر این چنین گزارشی بیش از آن که به تجربه و توانایی گزارشگر مربوط باشد به تسلط توانایی و قدرت تصویری عکاس بستگی دارد. گزارش‌های تصویری در سال‌های اخیر کمتر مورد توجه مطبوعات قرار گرفته است، اما اگر مثلاً در روزنامه‌ای عکاسی از یک تصادف خیابانی و پیامدهای آن بدون هر گونه شرح و کاربرد کلام بیان‌کننده چگونگی حادثه خواهند بود.

بسیار اتفاق می‌افتد که خبرنگاری در صحنه یک رویداد، حضور ندارد یا به سبب کمبود وقت، نمی‌توان منتظر تدارک و نگارش گزارش نشست یا اصولاً سردبیر تشخیص می‌دهد که شرحی نیاز نیست. در این موارد گزارش تصویری می‌تواند جای یک گزارش توصیفی، یک گزارش خبری و گزارش بر مبنای مصاحبه را بگیرد. توجه دارید که چنین گزارشی، جای انواع دیگر گزارش چون گزارش تحقیقی، گزارش از شخص یا مکان و گزارش آزاد را نمی‌تواند بگیرد. باید در نظر داشت که گزارش تصویری به شرطی جذاب و کامل است که عکس‌ها به روشنی رساننده پیام باشند. در سال

۱۳۵۱ سعید مرآت، عکاس روزنامه کیهان یک حلقه ۲۴ قطعه‌ای از فاصله زمانی میان اتصال فیوز چاشنی انفجاری تا بلند شدن انبوه خاک و دود ناشی از انفجار معدن گرفت. این عکس‌ها را که به خوبی لحظه‌های انفجار در کوه سنگ آهن را به نمایش می‌گذاشت، صفحه بند روزنامه در کنار هم و مثل یک ماجرای تصویری (فیلم استریپ) در صفحه کار کرد. تداوم این عکس‌ها به خوبی و بدون نیاز چندانی به توضیح، عظمت و چگونگی کار را نشان می‌داد.

همچنین در سال ۱۹۷۹ میلادی (۱۳۵۸ شمسی) کودکی در شهر سان دیه گو در آمریکا می‌خواست دوربین تازه خود را آزمایش کند. او از بام مجموعه مسکونی از بلند شدن هواپیمایی با استفاده از فیلم برگردان خودکار دوربین (موتور در رادیو) یک حلقه کامل عکس برداشت. از قضا آن هواپیما پس از برخاستن، دچار سانحه شد و سقوط کرد، بنابر این آن کودک ۲۴ قطعه از عکس از زمان برخاستن، اوج گرفتن و سپس سقوط کردن و در آتش سوختن هواپیما در اختیار داشت. عکس‌هایی که در پی هم با شرحی بسیار کوتاه در روزنامه لوس آنجلس تایمز به چاپ رسید، جایزه هنگفتی را نصیب عکاس جوان کرد.

در گزارش تصویری که بیشتر به عکاسان ارتباط دارد تا گزارشگران، کیفیت عکس‌ها و ارتباط آن‌ها با موضوع بسیار تعیین‌کننده است. در هنگام بازگشت اسرای ایرانی از عراق (۲۶ مرداد ۱۳۶۹) یکی از روزنامه‌ها عکاسی حرفه‌ای و مسلط را به مرز دو کشور اعزام کرد و مجموعه‌ای با شرحی مختصر از این بازگشت با چیدن عکس‌های گویا ترتیب داد. حال آن که بیشتر روزنامه‌ها به نوشتن قطعه‌های احساسی و حماسی و تاثیرگذار، اما طولانی و کم جاذبه روی آورده بودند. کاری که به هر روی گویایی کار روزنامه اول را نداشت. نکته دیگر چگونگی صفحه‌بندی و چیدن عکس‌ها در گزارش تصویری است. نباید با دل بستن به جذابیت‌های تصویری از تنوع برش و اندازه در کاربرد عکس‌ها غافل ماند.

*گزارش طنز

تردید نباید کرد که طنز تنها دلنشین‌ترین نوع نوشتار نیست، بلکه سخت‌ترین نوع نگارش نیز به حساب می‌آید. طنزنویسی، بالاترین مرحله نوشتن است.

اصولا در زبان رایج و رسمی ملیت‌ها، واژه‌ها و عبارات جدی و کتابی، قابلیت انتقال از طریق نوشته را بیشتر دارند، ضمن آن که در زبان غیررسمی سرزمین‌ها، طنز، شوخی، هجا و فکاهه بیشتر یافت می‌شود.

از مصداق‌های رایج و مهم طنز، در مقابل هم گذاشتن دو طرز تفکر، دو موقعیت، دو شخصیت متضاد و دو واقعیت نابرابر است. توضیح چنین تضادی در گزارش از کارهای نگارشی بسیار ظریف به شمار می‌آید.

این که در مطبوعات امروز ما گزارش طنز به ندرت کار می‌شود، نبود آن تضادهای طنزآمیز در زندگی اجتماعی نیست بلکه آن چه وجود ندارد گزارشگری است که بتواند از چنین تضادهایی گزارش مطلوب و خواندنی تهیه کند.

برخی از گزارشگران ادعا می‌کنند که زبان و نثر طنز، پیام گزارش را ضایع می‌کند و آن را به بیراهه می‌کشاند. در نتیجه گزارش به جای تاثیرگذاری تنها موجب تفریح می‌شود. این ادعا را باید تنها ناشی از عجز در گزارشگری طنز دانست. طنز همیشه نباید موجب خنده شود، برعکس فکاهی و کمدی نویسی که خندانان را هدف می‌گیرد، گزارش طنز، ظریف و تفکر برانگیز است، با این احتمال که می‌تواند بخنداند.

گزارشگران تصور می‌کنند که اگر در میان گزارشی مثلا در مورد خانه سالمندان بخواهند حرف دانش‌آموزی را نقل کنند که می‌گوید: کاش من را به جای پدر بزرگم به آسایشگاه می‌سپردند، از جدی بودن و تاثیر گزارش کاسته‌اند.

به هر روی گزارش طنز از جمله انواع گزارش‌هاست و به سبب نوع نگارش ویژه و نگاه طنزآمیز به موضوع گزارش از جمله گزارش‌های دشوار است و شاید به سبب ظرافت الزامی خود دشوارترین گزارش نیز باشد.

***گزارش تبلیغاتی (رپرتاژ آگهی)**

از میان انواع گزارش‌ها، گزارش تبلیغاتی، معمولا کار بخش تحریریه نیست. این نوع گزارش تنها به منظور معرفی بازرگانی یک کالا، یک خدمت، یک واقعه یا یک موسسه نوشته می‌شود و نشریه در ازای چاپ آن پولی از سفارش دهنده دریافت می‌کند.

نکته‌ای که در این بخش از تذکر آن گریز نیست، توضیح این موضوع است که بخش آگهی‌ها که باید سهم عمده‌ای از تامین درآمد هر نشریه را بر عهده داشته باشد، بهتر است از بخش تحریریه مجزا و به طور کامل مستقل باشد.

مدیران آگاه مطبوعات همواره به منظور تامین سلامت فکری تحریریه بر این استقلال تاکید می‌ورزد. این تاکید نه به آن دلیل است که بخش آگهی‌ها یا نیازمندی‌ها، بخشی مجزا و احیانا نامطلوب

از کل موسسه مطبوعاتی است، بلکه به این سبب است که تداخل موضوعی این دو بخش هر زمانی می تواند در کار مجموعه رسانه تاثیرهای نامطلوب بر جای گذارد. اگر نه نمی توان منکر این واقعیت شد که بخش آگهی ها از بخش های جدی و فعال هر نشریه است و هیچ رسانه ای اصولاً نمی تواند خود را از فعالیت این بخش بی نیاز بداند.

مشکل عمده در این تداخل آنجاست که گزارشگر یا خبرنگاری که توانست درآمدی از یک موسسه تجاری به دست آورد، به طور ناخودآگاه نسبت به آن موسسه احساس ویژه ای می یابد و در قبال عیب ها و انتقادهای احتمالی نسبت به آن کم توجه می شود، در نتیجه پس از مدتی اگر چه با کسب درآمد اضافی، میزان دریافتی های خود را بهبود می بخشد، اما در عین حال از وظایف و نقش اصلی روزنامه نگاری به دور می ماند.

موسسه های مطبوعاتی که از کارکنان بخش تحریریه توقع کسب درآمد از راه آگهی دارند، از این تجربه موفق بیرون نیامده اند، ضمن آن که در یک موسسه کارآمد مطبوعاتی، ارتباط بخش تحریریه با بخش آگهی ها از طریق حضور مسوول یا مدیر بخش آگهی ها و نشست های مدیران، امکان پذیر می شود و این ارتباط مفید و سازنده خواهد بود. به هر روی گزارش تبلیغاتی از جمله گزارش های سفارش دهنده مثبت است، یعنی که صاحب آگهی چون در ازای چاپ مطلب پول می پردازد، توقع ندارد جنبه های منفی یا نکته های ضعف آن موضوع ذکر شود.

گزارش تبلیغاتی باید:

***شعاری و موثر باشد:** رسم شده است که در این گزارش ها الفاظ پرتین، صفت های کم و بیش چشمگیر و عبارت های خیره کننده راه یابد. کاربرد صفت های تفضیلی و عالی چون بزرگ تر، عظیم تر، توانا تر، مدرن تر یا بزرگ ترین، عظمی ترین، توانا ترین و مدرن ترین در این آگهی ها رایج است. حتی اگر عظیم ترین فروشگاه یک خیابان، بزرگ ترین ایستگاه شرق شهر همدان، توانا ترین سیستم در نارمک یا مدرن ترین دستگاه چای خشک کنی در رودسر باشد. گو این که اغراق و تاکید در این روش رفته رفته اعتماد و توجه خواننده را سلب می کند و او را دچار نوعی (رویین فکری) در مقابل همه این شعارها می سازد. در تبلیغات جدید دنیا این دو ویژگی را با نشان دادن حسن نیت و توجه به خواست خوانندگان تعدیل کرده اند. به این معنا که صاحبان کالا و خدمات گاه گزارش هایی انتقاد آمیز و منفی فروتنانه تهیه می کنند تا برعکس جریان تبلیغاتی رایج از بازار سود ببرند، اما باید توجه داشت که این کار برنامه ریزی و هوشمندی گسترده ای را طلب می کند.

*** تصویرهای مناسب:** گزارش تبلیغاتی باید همراه با عکس‌های زیبا، گویا و رسا به چاپ برسد، زیرا تصویرهای مطلوب می‌تواند پیام‌های گزارش را روشن‌تر سازد، اما به سبب نبود یک فکر تبلیغاتی زنده و ارایه نکردن فکر تبلیغاتی ارزنده از طرف مدیران تبلیغات در مطبوعات، آن چه در مطبوعات از این نوع آگهی‌ها منتشر می‌شود، عکس‌هایی است که صاحب آگهی چاپ آن را به مصلحت دیده است، مثل عکس‌هایی از بازدید مسوولان از کارخانه، عکس جمعی از مدیران آن موسسه یا عکسی از سالن غذاخوری کارخانه به جای عکسی از محصول آن.

*** نگارش مطلوب:** یک گزارش تبلیغاتی باید دارای نگارشی مطلوب و رسا باشد. آن قدر که خواننده با رغبت و علاقه آن را تمام بخواند و به مصرف، کاربرد یا تهیه موضوع گزارش راغب شود، اما نگارش مطلوب را نباید با تشبیهی خنک، تعریف‌های دروغین و خسته‌کننده و شعارهای غیرواقعی درهم آمیخت. نکته مهم دیگر در مورد رپرتاژ آگهی لزوم قید رپرتاژ آگهی در پایان گزارش است.

*** گزارش پیگیرانه**

عادت سنتی در کار روزنامه‌نگاری وجود دارد که در آن روزنامه‌نگار لب برچیند و پوزخند بزند که مثلاً پیگیرانه چه معنی دارد، زیرا به اعتباری در روزنامه‌نگاری گزارش غیرپیگیرانه وجود ندارد. کدام گزارش را می‌توان سراغ کرد که نیازی به دنبال کردن و پی‌گرفتن نداشته باشد. به همین سبب تلقی گزارش پیگیرانه را بسیاری بی‌معنی می‌نامند. اگر این ادعا درست باشد، برخی گزارش‌ها در مبنای ساختار خود پیگیرانه‌تر هستند. به هر حال گزارش پیگیرانه با گزارش‌های دیگر تفاوتی ماهوی دارد.

آن چه در پی می‌آید، ویژگی‌های بارز این نوع گزارش است:

تحقیقات پایه:

گزارش پیگیرانه مطلبی نیست که از کنار هم گذاشتن یافته‌ها و اطلاعات دیگران بتوان نوشت. این گزارش باید شامل تحقیقات ویژه پایه باشد که خبرنگاران از خام‌ترین مواد اولیه آن را استخراج می‌کنند. این اطلاعات ممکن است از مصاحبه‌های گسترده، ترکیب و کنار هم‌گذاری اسناد و نکته‌ها و شواهد به دست آید. در بسیاری از موارد نتیجه‌ها و اصالت آن‌ها، از کشف طرح‌ها و ربط دادن ارتباط‌هایی حاصل می‌شود که معمولاً هیچ کس تاکنون به آن‌ها توجهی نکرده است، اما گاهی خبرنگار احساس می‌کند در جایی با حرکت‌های اشتباه‌آمیز یا غفلت برخورد دارد، اما نمی‌تواند اطلاعات و شواهد لازم را در آن مورد به دست آورد. در واقع خبرنگار احساس خلاف و غلط را در دستگاه یا از سوی شخصی دریافت می‌کند، اما خود و دیگران نمی‌توانند مدارک روشنی برای آن بیابند. ناچار باید

شواهدی گردآورد. این فرآیند بدون تردید نسبت به گزارش‌های عادی به زمانی گسترده‌تر و کوشش وسیع‌تر نیاز دارد. همچنین گاهی بیش از یک نفر خبرنگار باید درگیر کار شود. این به شرطی است که طبعاً موضوع زمینه‌ای جذاب و جالب برای مخاطبان داشته باشد.

در این موارد همیشه کسی یا کسانی هم هستند که مانع درز کردن اطلاعات می‌شوند و این مشکل بسیاری از گزارش‌ها و گزارشگران است. بر اساس یک تعریف، خبر پیامی یا اطلاعاتی است که کسی از انتشار آن راضی نیست. به هر حال در گزارش‌های روزمره خبرنگار به نقطه‌ای می‌رسد که با آن چه اطلاعات که به دست آورده یا نیاورده، گزارش را تنظیم و آماده انتشار کند، اما گزارش پیگیرانه درست از جایی آغاز می‌شود که گزارش‌های روزمره پایان می‌یابد. این نوع گزارش با پنهان کاری، خودداری مسوولان رسمی از پاسخگویی و موانع و مشکلات جاری متوقف نمی‌شود، بلکه به راه خود ادامه می‌دهد و راه را می‌یابد.

گزارش پیگیرانه تقریباً در تمامی موضوع‌ها و زمینه‌های حیات عمومی جامعه قابلیت کار دارد. ضمن آن که در دو زمینه فراگیر و اصلی بویژه ثمربخش‌تر است: اولی فعالیت‌ها و سازمان‌هایی که در جاهای دور یا به نوعی به دور از انظار عمومی فعالیت دارند و دوم اشخاص و موسسه‌هایی که ناگهان در مرکز توجه عمومی قرار می‌گیرند یا از ناکجاآباد ظهور می‌کنند یا آن‌ها که افسانه یا حماسه‌هایی در اطراف بسر زبان‌ها می‌اندازند. اینان موسسه‌ها یا کسانی هستند که به نظرمی‌آید چندان پیشینه‌ای ندارند، اما اگر داشته باشند خود داستانی شنیدنی و خواندنی است.

شرکت‌ها و موسسه‌های مالی بویژه از نوع فوری ثروتمند شده همواره زمینه آماده‌ای برای کندو کاو روزنامه‌نگاران پدید می‌آورند. در یک موسسه اعتباری اگر خبرنگار دقیق شود که به تازگی مطرح اما به گستردگی نام‌آور شده است، حتماً به نکته‌ای دندان‌گیر خواهد رسید. مورد موسسه اعتباری هرم رومانی یک نمونه قدیمی و معروف از فرصت از دست رفته است که به اوایل دهه ۹۰ ارتباط می‌یابد. این شرکت بدون آن که توجه خبرنگاران و افکار عمومی را به خود جلب کند، موفق به کلاهبرداری کلان از مردم شد، اما نمونه‌ای که چنین نشد، مربوط به ماجرای چارلز پونزی می‌شود که بسیار مایل بود او را سلطان پونزی بنامند و آن هم نمونه‌ای معروف به حساب می‌آید.

بسیاری از مردم به او اعتماد کردند و بیش از ۴۰ هزار آمریکایی پس‌انداز خود را به موسسه او سپردند. با این باور که او در قبال هر دلار سپرده در طی سه ماه، دو و نیم دلار باز می‌پردازد. به رغم اظهار کارشناسان اقتصادی که اخطار می‌کردند ممکن نیست کسی بتواند چنین تعهدی را اجرا کند، او در برشی از زمان در سال ۱۹۲۰ در یک روز توانست ۲۰۰ هزار دلار پول از مردم جمع کند. در طی ۱۸

ماه او توانست بیش از ۱۵ میلیون دلار پول را از مردم گردآورد. اساس کارپونزی بر تفاوت نرخ ارز در بازار آن روز جهان استوار بود. موسسه او دلار آمریکا را به اروپا برده و در آنجا از بحران مالی استفاده می‌کرد، لذا همه به امید زایش دلار خود به موسسه او حمله می‌بردند. واقعیت این بود که او به دلیل همین یورش همگانی می‌توانست سود ۹۰ روزه مشتریان قدیم خود را سرموقع بپردازد و همین باعث می‌شد _ به ضرب تبلیغات وسیع _ عده بیشتری سپرده هنگفت‌تری بگذارند، اما این جریان پرداخت سود ۵/۲ برابر در ۹۰ روز به اضافه اصل سرمایه را تا کی می‌شد، عقب انداخت؟ عاقبت خبرنگاری از روزنامه بوستون پست برای پیدا کردن سابقه سلطان پونزی همت کرد: او را مسوولان پلیس کانادا بهتر می‌شناختند. او به جرم سرقت در آن کشور زندانی بود. همچنین آن خبرنگار کشف کرد که پیش از آن در ایالت آتلانتای آمریکا هم به جرم قاچاق حبس شده است. شرکت او از هم پاشید و او به مدت چهار سال به زندان افتاد.

مهارت‌های گزارش پیگیرانه

همه خبرنگاران می‌توانند در زمینه گزارش پیگیرانه فعال باشند، به شرط آن که دشواری‌ها و مشکلات در راه این گزارش را تحمل کنند. مهارت خاصی برای این رشته از گزارش‌نویسی وجود ندارد، اما در آن ملاحظه‌هایی وجود دارد که کار را برای گزارشگر ساده‌تر و نتیجه را کامل‌تر می‌کند.

آگاهی‌های مربوط به قانون

نکته مهم در این گزارش، اطلاع گزارشگر از موانع یا تسهیلات قانونی مربوط به دستیابی به اطلاعات است. باید از ویژگی‌های قانونی مملکتی در این زمینه باخبر باشد. لازم است بدانند اسناد و اطلاعاتی که در پی آن است از نظر حقوقی چه وضعیتی دارند. برخی اطلاعات به موجب قانون طبقه‌بندی شده یا سری اعلام شده‌اند و روزنامه‌نگاران نباید به آن دست یابند، اما انبوهی دیگر را خود خبرنگاران به دست آورده‌اند و گزارشگر مشکلی در دستیابی به آن‌ها ندارد. بیشتر سازمان‌های اداری چندان تمایلی به انتشار این اطلاعات و اطلاعات نگهداری شده دیگر ندارند و نمی‌خواهند کسی از وجود آن‌ها باخبر شود، به همین سبب انواع موانع را بر سر راه رسیدن به آن‌ها می‌گذارند. این اطلاعات نزد اشخاص خاص و در محل‌های مطمئن و دست نیافتنی نگهداری می‌شوند.

زمانی خبرنگاری در انگلستان، از لابه لای یک گزارش رسمی منتشر شده توانست به وجود یک فهرست اطلاعاتی حفظ شده پی ببرد، این فهرست نام و نشان املاک خصوصی را نشان می‌داد که طی زمان‌هایی به اشخاص ثروتمند بخشیده شده بود و آن اشخاص به موجب قانون مشمول بخشودگی

مالیاتی می‌شدند. مسوولان دولتی (چون بخشودگی مالیاتی برای آن گروه را قانونی دانسته بودند) هیچ تمایلی به دادن آن اطلاعات نداشتند.

خبرنگاری هم به وجود فهرست پی برد و هم به دنبال راه قانونی دستیابی و انتشار آن رفت. او مدت‌ها بر روی این کار وقت گذاشت تا سرانجام به آن رسید و نه تنها گزارشی را از کوشش‌ها و موانع دستیابی به اسناد به چاپ داد، بلکه گزارشی از توافق میان دولت و مالکان در مورد بخشودگی اختصاصی مالیات در اختیار افکار عمومی گذاشت. بدون کوشش در راه یافتن راهکارهای قانونی برای چنین پیگیری، انتشار آن گزارش‌ها ممکن نبود.

در انگلستان به طور سنتی قوانین سختی در مورد حفاظت رسمی وجود دارد، اما برخی از کشورها را می‌توان نمونه آورد که در آن‌ها دستیابی به این اطلاعات چندان غیرممکن نیست، زیرا در آن کشورها قانون حامی انتشار اطلاعات است و کشورها و بایگای‌های اسناد از راه‌های قانونی در مقابل روزنامه‌نگاران و مردم گشوده‌تر هستند، اما گروه اندکی از مردم از این اسناد اطلاع دارند و گروه کم‌تعدادتری به آن دست می‌یابند. به همین سبب گزارشگران نقش مهمی در یافتن این اطلاعات و آگاه ساختن افکار عمومی برعهده دارند.

حوادث گزارش نشده در پایگاه‌های اتمی، کاربرد دستگاه‌های اشعه ایکس در واحدهای معالجه سرطان که گاه ۲۵ تا ۳۰ برابر بیشتر از حد مجاز پرتوهای غیرمجاز را انتشار می‌داد. (در نتیجه این گزارش‌ها حد پرتو افشانی این دستگاه‌ها، به میزان قابل توجهی پایین آمد)

ماموران محافظ در مراکز حساس تسلیحاتی که مرتکب انواع جرایم اعلام نشده یا خلاف‌های مربوط به سیاست دفاعی می‌شدند، تجویز داروهای خطرناک به زنان باردار به طور مرتب که مصرف آن داروها به موجب تحقیقات ناتوانی‌های غیرقابل جبران مغزی در کودکان به دنیا آمده پدید آورد و غیره. همچنین روزنامه‌ای در لوئیزویل کنتاکی توانست گزارش‌هایی را از یک تحقیق دولتی بدست آورد که از بهره‌کشی غیرانسانی در مراکز نگهداری کودکان خبر می‌داد. پس از آن تعداد زیادی از این مراکز را بستند و متصدیان برخی را محاکمه و مجازات سنگین کردند.

موارد متعدد دیگر هم بود. همه این موارد ارزش و نقش دستیابی گزارشگران را به اطلاعات روشن می‌کند. روزنامه‌نگاران با تلاش بسیار این اسناد را شناسایی، مطالعه و از روی آن گزارش تهیه کردند که همه در محدوده گزارش‌های پیگیرانه جای می‌گیرد.

چگونگی پرداختن به گزارش پیگیرانه

موضوع‌های قابل پرداخت گزارش پیگیرانه از راه‌های مختلف به دفتر روزنامه می‌رسد. یک تماس از جانب رابطان، یک برخورد اتفاقی، یک خبر به ظاهر معمولی، یک آگهی که می‌توان از آن اطلاعات جالبی بیرون کشید، مشاهده مستقیم و شخصی خبرنگار، یک خبر دنباله دار که در تحول‌ها و خبرهایی تکمیلی در طی روزها، نکته‌هایی را روشن می‌کند یا جایی که خبرنگار پرسش‌هایی را از کسی می‌کند و او پاسخ‌هایی بی‌ربط می‌دهد و هر پرسش و پاسخ که ذهن خبرنگار را به نکته‌ای یا جایی برساند، از این جمله است.

نمونه معروف از گزارش پیگیرانه همان است که بعدها به (واترگیت) معروف شد. همه ماجرا در ژوئن ۱۹۷۲ و در پی یک خلاف در حد خود کوچک در ساختمان مرکزی حزب دموکرات در واشنگتن آغاز شد. دو سال بعد وقتی ماجرا پایان یافت، قوی‌ترین مرد سیاسی روزگار یعنی ریچارد نیکسون، رئیس جمهور آمریکا استعفا کرد و سقوط او با برکناری گروهی از مقام‌های ارشد در انواع سطوح همراه شد. نیکسون و همکاران او به ورود بدون اجازه به ملک دیگران و بسیاری جرایم کناری دیگر (ضبط تماس‌های تلفنی، پرداخت‌های بی‌حساب و مهم‌تر از همه پنهان کردن انواع این خلاف‌ها از مردم) متهم شدند و در پایان کمتر کسی به این اندیشه افتاد که این همه در پی یک گزارش پیگیرانه روی داد.

دو گزارشگری که این مهم را بر عهده گرفتند، دو خبرنگار واشینگتن پست به نام‌های کارل برنشتاین و باب وود وارد بودند. وقتی این دو، کار گزارش را آغاز کردند، ماجرا چیزی غیر از یک جرم کوچک در یک منطقه حاشیه‌ای نبود. پنج مرد را در حالی دستگیر کردند که سرگرم ورود به ساختمان مرکزی حزب دموکرات بودند تا یک دستگاه استراق سمع را کار بگذارند. باب وود وارد وقتی به دادگاه رفت، دریافت که یک وکیل معروف دفاع از مجرمان را بر عهده گرفته و موضوع را بیش از حدی که در ظاهر نیاز باشد، مهم فرض کرده است. این وکیل آنجا چه می‌کرد؟ بررسی‌های بیشتر برای وود وارد روشن کرد که بیشتر مردان مجرم خود از کارکنان سیا هستند و در هنگام دستگیری مبالغه‌گفتی پول همراه داشته‌اند. در میان وسایل تحویل شده دستگیرشدگان دفترچه یادداشتی هم بود که در آن شماره تلفن‌هایی از کاخ سفید یادداشت شده بود.

با این شواهد کم‌اهمیت اما قابل پیگیری، دو خبرنگار یک تلاش دو ساله را بدون وقفه پی گرفتند تا به نتیجه رسیدند. وود وارد و برنشتاین ماجرای این گزارش پیگیرانه را در کتاب پرفروش همه مردان رئیس جمهوری به چاپ رساندند که از روی آن فیلمی هم ساخته شد.

در جریان تهیه این گزارش دو خبرنگار بارها تهدید شدند، حتی ناشر روزنامه در صف مخالفان جای گرفت. آن دو صدها هزار کیلومتر سفر رفتند، کارتن‌های متعدد از اسناد و اطلاعات را خواندند، با صدها نفر که ممکن بود اندک اطلاعی داشته باشند مصاحبه کردند و مبالغ قابل توجهی هم هزینه کردند.

یافتن و نگهداری اطلاعات

نتایج هر پیگیری که به هر صورت به دست‌آید، اسنادی است که در پایان کار، هرگز نباید دور ریخته شود. معلوم نیست که کتاب‌های آمار، فهرست‌ها، آرشیوها، دیسک‌های رایانه، عکس، نوار و دست‌نوشته مصاحبه و انواع و اقسام نکته‌ها که خبرنگار با آن‌ها سروکار دارد، پس از رفع احتیاج دوباره چه زمانی به کار خواهد آمد. گاهی چند هفته، چند ماه یا چند سال بعد در جریان تهیه گزارش دیگر، ناگهان، باشتیاق و در نهایت احتیاج به همان نکته‌ها نیاز خواهد داشت. برنشتاین و وود وارد مدتی پس از آغاز کار، دو کمد پر از چنین اسناد و اطلاعات به دست آوردند که در دفتر روزنامه باقی ماند.

تمام مصاحبه را بنویسید و نگاه دارید

در جریان یک گزارش معمولاً باید تعداد زیاد مصاحبه صورت گیرد. بخشی از این مصاحبه‌ها در گزارش‌ها نقل می‌شود و بقیه را کنار می‌گذارند. درست این است که همه نوارهای مصاحبه بر روی کاغذ ثبت شود و با دست‌نوشته‌ها، درست مثل این که برای چاپ آماده می‌شود، تنظیم و مرتب شود. اهمیت این کار در این نکته نهفته است که در بازبینی و بازنویسی مصاحبه‌ها همواره می‌توانیم نکته‌های مهم تازه‌ای را کشف و بازیابی کنیم. دستیابی به اطلاعات از برگه‌ها، نوشته‌ها و اطلاعات مرتب‌نوشته شده - بخصوص تایپ شده - همواره سریع‌تر و آسان‌تر از یافتن آن‌ها از روی دست‌نوشته‌ها، نوارها یا یادداشت‌های پراکنده و نامنظم است، بویژه این کار از نظر استفاده دیگران از منابع مفید است. رایانه‌ها بخشی از این کارها را آسان کرده‌اند. کدگذاری اطلاعات، وارد کردن در رایانه و سپس ضبط آن بر روی دیسک‌ها با برچسبی که نام و نشانه‌گذاری شده باشد، کمک بزرگی به این نظم می‌کند.

پشتوانه حرفه‌ای

دبیر، سردبیر و مسوولان رسانه باید موسسه را به نفع طرح در حال اجرا سازمان دهند. روزنامه باید بداند که خبرنگار در کاری طولانی درگیر شده است که شاید گزارشی هم حاصل نیابد. تعجیل در انتشار نتیجه پیگیری‌ها، پیش از رسیدن به همه هدف‌ها، ممکن است گزارشگر را با مشکل مواجه

کند و روزنامه را از یک گزارش عالی محروم سازد، آن هم به این بهانه که روزنامه هزینه و وقت بسیاری را صرف این گزارش کرده است. گزارش زمانی قابل چاپ است که هیچ نقصی نداشته باشد. گزارشگر و مسوولان باید در اوایل پرداختن به گزارش پیگیرانه روشن کنند که می‌خواهند یک سلسله گزارش تهیه شود یا یک گزارش مفصل و پس از آن که همه پیگیری‌ها و تحقیقات پایان یافت، در هر صورت یک زمان پایان برای گزارش باید تعیین و در نظر گرفته شود. این درست نیست که گزارشگری برای پیگیری نخست، چند ماه - غیرمحدود - وقت بخواهد و سپس نوبت به نوبت یک هفته آن را تمدید کند. این نیز هست که وقت‌کشی در مورد برخی گزارش‌ها به دلیل رواج گفت‌وگو درباره آن‌ها ممکن است خبرنگاران رقیب را با اطلاعات افزون‌تر و امکانات وسیع‌تر به میدان بکشد.

پنهان کاری

پنهان کردن هویت کار بسیار خطرناکی است، مگر آن که روزنامه‌نگار یا خود بسیار باتجربه باشد یا مشاور آماده‌ای داشته‌باشد که کل ماجرا، طرح و روند کار را با او در میان گذارد. این نوع گزارش اگر ارزش چنین وقتی را داشته باشد، بسیار وقت می‌برد و احتمال دارد کتمان هویت زیان و جنگ اعصاب فراوان را در پی آورد، ضمن آنکه افشای چنین دروغی، گاه خطر جانی هم دارد. این کار، به ورود در جبهه‌های جنگ به عنوان خبرنگار با در دست داشتن معرفی نامه یا برگه‌های هویت جعلی شباهت دارد. کمترین زیان این بی‌احتیاطی، از دست رفتن اعتبار خبرنگار در روزنامه است حتی ممکن است روزنامه وابستگی او را به موسسه گردن نگیرد، همیشه برای کسب اطلاعات راه‌های بهتری هم هست. پنهان کردن هویت خطرهای بسیاری دارد، هم برای گزارشگر و هم برای گزارش. اول این که چنین کاری فریب‌داده است. حالا اگر مثلاً گزارش در مورد یک خلافکاری باشد، موضوع گزارش می‌تواند مدعی شود که گزارشگر هم مرتکب خلاف شده است. دوم این که اگر گزارش در مورد گروه‌های تروریست یا قاچاقچی باشد، ممکن است خبرنگار هم از جمله آنان به حساب آید. در این صورت ادامه کار نه تنها مشکل که گاه غیر ممکن خواهد شد و قابل دفاع نخواهد بود.

سوم خطر جانی است. حتی مدت‌ها پس از انتشار گزارش احتمال یک حرکت انتقامی وجود خواهد داشت. اگر گزارشگر از ترس آسیبی که به او می‌رسد، هویت خود را پنهان می‌کند، بهترین راه در جریان گذاشتن سردبیر و مسوولان روزنامه است تا بدانند این خطر از سوی چه کسانی ممکن است، پیش آید.

یک خطر دیگر وقتی روی می‌دهد که گزارشگر در پیگیری یک گزارش مالی به یک موسسه مشکوک به عنوان بازاریاب، خریدار یا فروشنده مراجعه کند. جدا از این که باتجربه‌ها از روی رفتار، مشتری خود را می‌شناسند، ورود خبرنگار در معامله از نظر قانونی شراکت در جرم به حساب می‌آید، اما اگر مثلاً خبرنگاری دست به فعالیت‌های واقعی بزند - مثلاً در نقش یک خریدار عمده، برای کسب اطلاعات کالا بخرد - در واقع بر بازار واقعی آن کالا اثر گذاشته است.

نمونه یادآوردنی از این مورد در سال ۱۹۹۴ اتفاق افتاد که شایع شد پلوتونیوم سلاح اتمی را در بازار سیاه آلمان خرید و فروش می‌کنند. می‌گفتند بیشتر این قطعات از روسیه وارد می‌شود که این ادعا هرگز ثابت نشد. در دنیا تعدادی روزنامه‌نگار با نام‌های ساختگی وارد بازار شدند تا از زیر و بم ماجرا باخبر شوند، برخی به نام فروشنده و برخی به نام خریدار و همه با ادعای اعتبار نامحدود! نتیجه آن که گروهی گزارش‌های پیگیرانه از سودای مرگ تهیه کردند که در آن از خریداران یا فروشندگان عمده سلاح‌ها خبر می‌داد، اما در واقع اطلاعاتی درگیر نبود و آنان مردم، روزنامه و در واقع خود را دست انداخته بودند.

پافشاری

در تمام گزارش‌های پیگیرانه موفق و هر گزارش موفقی، ایستادگی و پافشاری گزارشگر در کسب اطلاعات نقش اساسی دارد. در نمونه واترگیت، وود وارد و برنشتاین روزها و ماه‌ها برای دریافت یک مورد سند یا اطلاعات وقت گذاشتند و اصرار خود را کم نکردند. ساعت‌ها از دور کسانی را زیر نظر گرفتند، روزها در دفتر وکیلان و کارشناسان تبادل نظر کردند، هر روز دهها تماس تلفنی گرفتند و هیچ نکته‌ای را بدون بررسی نگذاشتند.

در یک مورد فهرستی از بیش از ۱۰۰ نفر که برای انتخابات دوباره نیکسون کار کرده بودند، بدست آوردند که احتمال می‌دادند از میان آنان کسانی درگیر خلاف در جریان انتخابات بوده‌اند. چون نمی‌دانستند با این گروه در دفتر آنان ملاقات کنند، مجبور شدند کار را در روزهای تعطیل پایان هفته با تلفن به منزل آنان دنبال کنند. خبرنگاران کم‌طاقتم معمولاً با نخستین موانع و اولین نه‌ها و نمی‌شودها یا اجازه نداریم‌ها دلسرد می‌شوند و کار را ناتمام می‌گذارند. این دلسردی دو پیامد دارد: اول کنار گذاشتن که باعث به هدر رفتن وقت و منابع می‌شود و دوم که شاید نامطلوب‌تر از اولی باشد، تهیه گزارش بدون ورود به آن اطلاعات و آگاهی‌هاست که اغلب برای گزارشگر و روزنامه مشکلات بزرگی پدید می‌آورد.

نوکردن مصاحبه‌ها

تا وقتی کوشش برای تهیه یک گزارش پیگیرانه ادامه دارد، منبعی مفیدتر از کسانی که پیش‌تر با آنان مصاحبه شده است وجود ندارد. کسانی که در حوزه موضوع گزارش قرار دارند، اغلب پس از مصاحبه نکته‌های تازه‌ای را به یاد می‌آورند یا از این که برخی اطلاعات را به گزارشگر نداده‌اند. پشیمان می‌شوند یا فکر می‌کنند با پیشرفت کار و اطلاعات تازه‌ای که خبرنگار به دست آورده است، اکنون می‌توان به حرف‌های پیشین نکته‌هایی افزود. همه این‌ها ارزش دارد که خبرنگار یک بار دیگر گوشی تلفن را بردارد، شماره مصاحبه‌شونده را بگیرد و پرسش‌هایی را مطرح کند، این کوشش گاه ممکن است شامل صد شماره شود.

وود وارد و برشتاین هر کدام یک فهرست جداگانه و مفصل از تماس‌های لازم را همیشه داشتند. گاهی هر یک لااقل دو بار در هفته، هر آخر هفته و هر گاه لازم می‌شد با آنان تماس می‌گرفتند و این کار را گاه تا یک سال پی گرفتند.

منابع واقعا مطلع

در دوره پیگیری ماجرای واترگیت، وودوارد با کسی که در رده بالای دولت نیکسون مسوولیت داشت ارتباط یافت و از او توانسته بود جزییات تلاش‌های غیرقانونی را بپرسد و سرنخ‌ها را به دست آورد. او اطلاعات وسیعی داشت و می‌کوشید تا در کشف جرایم مجرمان کمک کند.

در مورد او مشکل در این بود که اگر اطلاعاتی به مطبوعات می‌داد، معلوم می‌شد از اوست و از نظر اداری برای او مشکل پدید می‌آمد، بنابراین او به دو گزارشگر کمک می‌کرد تا اطلاعات لازم از منابع دیگری که معرفی می‌کرد، به دست آورند. او در کمک به وود وارد موافقت کرد، اما به چند شرط، از جمله فقط خبرنگاران را در مسیر درست راهنمایی کند و هر چه او می‌گوید، از قول دیگری نقل شود.

او با «وود وارد» در پارکینگ زیرزمینی و تنها ملاقات می‌کرد، آن هم آخر شب و وقت قرار را خود او تعیین می‌کرد. به این ترتیب با چنین شرایطی آن همکاری ادامه یافت و دو گزارشگر به آن چه قول داده بودند، وفا کردند.

او هرگز هویت خود را فاش نکرد و یک مسوول واشینگتن پست او را «ته حلقی» نام گذاشت. این راز را وود وارد تا امروز حفظ کرده است. همه خبرنگاران فعال، منابعی چون ته حلقی دارند. براساس قوانین برخی از کشورها از جمله انگلستان مطبوعات مجبور نیستند. حتی از طریق قانونی،

منبع خود را فاش نکنند. در مورد این اشخاص شرط مهم این است که خبرنگاران هویت آنان را حفظ کنند و به اصولی که آنان اصرار می‌ورزند توجه داشته باشند، البته این به معنای پذیرش همه شرطها نیست.

همه روزنامه‌نگاران به منابع مطلع نیاز دارند و در مورد گزارش‌های پیگیرانه این نیاز اساسی‌تر است. نه تنها به کسانی که اطلاعات می‌دهند یا خبرنگار را به سوی دستیابی به منبع در مورد یک گزارش راهنمایی می‌کنند، بلکه حتی آنانی که در یک بخش جزیی می‌توانند کمکی به حساب آیند. کسانی چون حقوقدانان، مسوولان رسمی از جمله در مخابرات، راهنمایی و رانندگی، برنامه و بودجه، مشاوران و غیره یا کسانی که می‌توانند در دستیابی به مطلعان راهنمایی کنند.

مطلعان یا رابطان (**Contacts**) اشخاص مسوولی هستند که روزنامه‌نگاران در جریان کارهای خبری و گزارشی روزمره در حوزه کاری خود با آنان کار می‌کند و ارتباط دارند. این گروه از منابع مهم کسب اطلاعات برای خبرنگاران به‌شمار می‌آید.

کتابخانه‌های رایانه‌ای

همه آگاهی‌هایی که تاکنون از آن یاد شد و بسیاری از اسناد و اطلاعات دیگر به شکلی روزافزون و به تدریج به بایگانی‌ها، بانک‌های اطلاعاتی و کتابخانه‌های رایانه‌ای منتقل می‌شوند. این روند در کشورهایی مثل کشورهای اروپایی، آمریکای لاتین، آسیایی، آمریکا و بسیاری از سرزمین‌های دیگر به تدریج به شکل‌گیری فن گزارشگری پیگیرانه رایانه‌ای و گسترش آن کمک کرده است.

مخاطرات گزارش پیگیرانه

غیر از برخی موارد بسیار محدود، گزارش پیگیرانه در کشورهای اروپایی و آمریکایی معمولاً خطری غیر از برخی مزاحمت‌ها و محرومیت‌های جزیی فراهم نیاورده است، اما صرف ساعت‌های پایان ناپذیر برای پیدا کردن یک رقم، یک سند یا یک سر نخ در میان انبوه ارقام و اسناد، کتاب‌ها و مواد چاپی، به سر بردن ساعت‌ها و روزها با منابع و مطالعاتی که چندان تمایلی به کمک یا چندان اطلاعاتی برای ارایه ندارند، بیش از آن که دل‌انگیز باشد، جانکاه است. در بسیاری از کشورهای دیگر، ماجرا حتی دشوارتر و خطرات در این راه جدی‌تر است.

در روسیه «دیمیتری خولودوف»، خبرنگار «مسکووسکی کام سولتس» گزارشی در مورد سوء استفاده در ارتش تهیه می‌کرد. در پاییز ۱۹۹۴ از جانب برخی از مسوولان ناشناس با او تماس گرفتند و گفتند یک بسته از مدارک و اطلاعات برای او به ایستگاه کازان فرستاده‌اند. خولودوف به ایستگاه رفت،

بسته را گرفت و به دفتر برگشت، بسته را باز کرد. بمبی منفجر شد که او را کشت. نه تلفن‌کننده، نه دستوردهنده و نه علت واقعی این ترور هرگز فاش و روشن نشد.

خانم «جولیا پلوت نکووا»، گزارشگر گزارش‌های پیگیرانه که برای روزنامه «که‌وک» کار می‌کرد، ناگهان در مسکو و در روز ۲۴ آوریل ۱۹۹۲ ناپدید شد. جسد او دو روز بعد در یک جنگل متروک به دست آمد، در حالی که پول و جواهر او دست نخورده بود. گفته شد که قاتل، وابسته به یک سازمان جنایتکار بود که جولیا می‌خواست از آن سازمان گزارش تهیه کند.

در تابستان ۱۹۹۲ «آدولفو ایسوزا اورکیا»، گزارشگر پرویی می‌خواست در مورد گروه‌های تهیه و توزیع مواد مخدر برای روزنامه ایتالیایی «ریپوبلیکا» گزارش پیگیرانه تهیه کند. او توانست فهرستی از قاچاقچیان که از سوی گروهی نظامی ارشد حمایت می‌شدند، فراهم کند. او نوشت:

«ارتش چنان تمایلی به مبارزه با تروریسم ندارد، زیرا تروریست‌ها به منابع مالی داد و ستد مواد مخدر وابسته هستند.»

روز ۲۷ آگوست همان سال جسد او را در رودخانه هوالاگا یافتند. او را شکنجه و سلاخی کرده بودند.

فهرست کشتگان روزنامه‌نگار که در راه جست‌وجو و پیگیری برای تهیه انواع گزارش در جهان نابود شده‌اند، حتی اگر فقط سال‌های اخیر را در نظر داشته باشیم، چندین صفحه را پر می‌کند. تردیدی نیست در کشورهایی که جنایات سازمان‌یافته و سازمان‌های تروریستی مشخص بیشتر رواج و وجود دارند، این کشتارها بیشتر و پرداختن به گزارش‌های جدی پیگیرانه خطرناکتر است. گزارشگرانی که در چنین محیط‌ها و مناطق کار می‌کنند، باید همیشه خطرهای این حرفه و رشته را در نظر آورند. آن چه در تقسیم‌بندی انواع گزارش ارایه شد، قطعی و غیرقابل‌تغییر نیست. استادان و صاحب‌نظران روزنامه‌نگاری برای گزارش تقسیم‌بندی‌های متفاوتی در نظر می‌گیرند. از جمله دکتر «محمد مهدی فرقانی» هشت نوع گزارش را ذکر کرده است (گزارش‌نویسی چشم‌عقاب روزنامه‌نگاری - فصلنامه رسانه - ویژه‌نامه آموزشی سال ۱۳۷۳).

وی غیر از گزارش از شخص، گزارش خبری و گزارش مصور که توضیح داده شد، گزارش از سفر، گزارش از محل و خاطره‌نویسی را نیز در انواع گزارش در نظر گرفته است. همچنین گزارش تحقیقی را حالتی از گزارش اجتماعی و گزارش علمی (تخصصی) را جدا از گزارش تحقیقی شناخته است.

استاد فرهیخته دکتر «کاظم معتمدنژاد» در کتاب روزنامه نگاری خود، نخست گزارش را به دو نوع بزرگ و کوچک تقسیم کرده است و سپس توضیح می‌دهد که گزارش بزرگ نیاز به تدارک، سفر و کار گسترده دارد، اما گزارش کوچک را می‌توان با تدارک کمتر تنظیم کرد. ایشان سپس بحث جامعی در مورد گزارش تحقیقی یا آنکت کرده‌اند. در تعریف آنکت، دکتر معتمدنژاد آن را گزارشی دانسته‌اند که علاوه بر توصیف و توضیح واقعه، به تحقیق عمقی مسایل آن نیز توجه دارد. ایشان در مقابل گزارش تحقیقی (آنکت)، گزارش توصیفی را ذکر می‌کنند.

گزارش را می‌توان از نظر رسانه‌ای که آن را مورد استفاده قرار می‌دهد، نیز تقسیم کرد:

***گزارش مطبوعاتی**

گزارش برای مطبوعات نوشتاری را خود می‌توان به دسته‌های گزارش‌های روزنامه‌ای، مجله‌ای و فصلنامه‌ای یا سالنامه‌ای تقسیم کرد. پیداست هر چه دوره انتشار نشریه طولانی‌تر باشد، گزارش را هم جدی‌تر و هم طولانی‌تر می‌توان تدارک دید.

***گزارش رادیویی**

گزارش رادیویی باید در بخش‌ها و فصل‌های کوتاه همراه با جذابیت‌های صوتی تهیه شود.

***گزارش تلویزیونی**

گزارش تلویزیونی می‌تواند طولانی (در انواعی که گفته شد) تهیه شود، اما چنین گزارشی باید برپایه جذابیت‌ها و عناصر بصری استوار باشد، به همین سبب استفاده از گزارش‌های مطبوعاتی و حتی رادیویی در تلویزیون، کسل‌کننده و غیر موثر از کار درمی‌آید.

***گزارش خبرگزاری**

گزارش خبرگزاری با گزارش‌های دیگر از جمله گزارش مطبوعاتی تا حد زیادی تفاوت دارد. این گزارش از نظر حجم محدودیت ندارد، از نظر تیتراژ آزاد است و جنبه فوریت آن بر جنبه‌های دیگر اولویت دارد.

گاه صاحب‌ظران به تقسیم‌بندی گزارش بر حسب حوزه‌های خبری اهمیت می‌دهند. براساس این نظر، گزارش‌ها به گروه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، هنری، ورزشی، حوادث و... مناسبی تقسیم می‌شوند. باید در نظر داشت که انواع یاد شده از گزارش در همین تقسیم‌بندی هم

مصادق دارد. از جمله انواع گزارش‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و... می‌توانند به صورت گزارش از شخص، خبری، توصیفی، تحقیقی، مصور و... تهیه شوند، اما گزارش مناسبتی گزارشی است که باید در مناسبت‌های خاص و به منظور بزرگداشت، یادآوری یا توضیح رویدادی در زمان گذشته تهیه شود. این نوع گزارش نیز در شکل‌های تحقیقی، توصیفی، برداشتی، خبری و... قابل تهیه است.

تنظیم گزارش

موضوع گزارش + زبان گزارش

اگر چه برای دانشجویان روزنامه‌نگاری تازه وارد به خبرنگاری و مخالفان این نظر اندکی عجیب به نظر می‌رسد، اما اهمیت دارد که زبان و لحن گزارش با موضوع آن هماهنگ باشد، گو این که خبرنگاران و گزارشگران باتجربه که در رشته‌ای خاص (ورزشی، سیاسی، اجتماعی، هنری و...) گزارشگری می‌کنند، چنین عنصری را در کار خود وارد می‌سازند. به این معنا که ما برای هر رشته و موضوع، واژه‌ها، اصطلاحات و حتی خرده فرهنگ‌های مختلفی سراغ داریم. تصور کنید که مخاطب ما در گزارش ورزشی، نوجوان، جوان، ورزشکار یا تماشاگری است که رقابت، تحرک، نیرو و مبارزه را دوست دارد. وقتی گزارش در مورد وضعیت کتاب باشد، مخاطب ما دانشجو، استاد، نویسنده، شاعر یا کتاب‌خوان خواهد بود.

گزارش از اتومبیل، کامپیوتر و نوآوری‌های فنی، خوانندگانی از طبقه‌های دیگر دارد. چنین است که گروه واژه‌ها و لحن و زبان هر گزارش را باید با طبع و ویژگی موضوع گزارش هماهنگ ساخت. تصور کنید که واژه‌ها و عبارتهایی چون طرفی نیستن، خرامان به میدان آمدن، با چمنی به تازگی بهار، در گزارشی ورزشی تا چه حد نامناسب است. به همین نحو برای دیگر موضوع‌ها کاربرد واژه‌ها و عبارات نامانوس (از نظر گروه مخاطبان) غیرمطلوب به نظر می‌رسد.

اجزای گزارش

گفته شد که گزارش نسبت به دیگر حرفه‌ها و مهارت‌های روزنامه‌نگاری دشوارتر است، ضمن آن که با توجه به این دشواری، اگر گزارش به صورتی مطلوب با آمادگی مناسب و با پرداختی خواندنی ارائه شود از با اهمیت‌ترین مطالب رسانه‌ها نیز به شمار می‌آید.

در روزنامه‌نگاری امروز، وقتی اخبار و آگاهی‌ها با تعداد انبوه و به سرعتی غیرقابل‌باور، تمام سرزمین‌ها و کشورها را درمی‌نوردد، مردم هر لحظه تشنه‌تر و نیازمندتر نسبت به دریافت این آگاهی‌ها می‌شوند و گزارش مطلوب می‌تواند این عطش رو به گسترش را سیراب سازد.

آن چه در پی می‌آید، یک تقسیم‌بندی از اجزای گزارش است. می‌توان طبقه‌بندی‌های دیگری هم فرض کرد و ارائه داد، اما یک نکته در این مبحث باید همیشه با دقت و وسواس رعایت شود و آن این که اجزای مورد بحث در همه گزارش‌ها، در مورد تمامی گزارشگران و درباره کل موضوع‌های قابل گزارش دارای اهمیت یکسانی نیستند.

در برخی از گزارش‌ها جزء تحقیق، در بعضی، مصاحبه‌ها و در تعدادی مشاهده جزء اصلی به حساب می‌آیند. گزارشگر توانا این الزام‌ها را به تجربه درخواهد یافت. اگر چه انواع گزارش‌ها، ترتیب‌های ویژه و متفاوتی از نظر مقدمه‌ها و چگونگی اجرا دارد، اما بر روی هم برای تهیه یک گزارش کامل و خواندنی باید اصولی را رعایت کرد. گزارش وقتی می‌تواند مورد توجه مخاطب قرارگیرد که همه اجزای آن، به طور هماهنگ طراحی و آماده شوند.

مهمترین اجزای گزارش که در مجموع موجب مطلوبیت آن می‌شود، عبارت از موارد زیر است:

گزینش موضوع

در میان انواع دیدنی‌ها، شنیدنی‌ها و خواندنی‌ها گزارشگر باید به چه موضوعی بپردازد و آن را موضوع گزارش خود قراردهد؟ از کجا بدانیم موضوعی که انتخاب کرده‌ایم، مورد پسند و توجه مخاطب قرار می‌گیرد؟ در درس‌های خبرنگاری، مصاحبه و درس حاضر بارها به اهمیت محور قرارگرفتن ارزش‌های خبری پرداخته شده است. توجه دقیق و از روی تجربه به این ارزش‌ها گزارشگر را راهنمایی می‌کند.

نکته مهمی که خبرنگاران و گزارشگران کم‌تجربه اغلب از آن غافل می‌مانند، اشتباه‌گرفتن علاقه و سلیقه و دل‌مشغولی مخاطبان است. دیده شده است که گزارشگری با علاقه و اشتیاق به موضوعی

برای گزارش می‌پردازد و انتظار دارد با استقبال گسترده مخاطبان نیز روبه‌رو شود، اما چنین نمی‌شود، یعنی کمترین بازتاب را از آن گزارش دریافت می‌کند. برعکس بسیار اتفاق می‌افتد که موضوعی چون یک کار روزمره و عادی مورد توجه قرار گرفته و از آن گزارش تهیه شده‌است، اما به دلیل ارزش‌های غیرقابل انکاری که داشته با استقبال و توجه مخاطبان مواجه شده‌است.

این نیز مهم است که گزارشگران گاه به غلط سعی می‌کنند از موضوع‌های کار شده قبلی دیگران که درخشیده است تقلیدکنند، اما این تقلید اغلب ناموفق از کار درمی‌آید. مثل موضوع‌هایی چون گزارش غسلخانه، گزارش از گدایان و ... که بارها مورد تقلیدی غیرحرفه‌ای و ناشیانه قرار گرفته است و نتایج سردی نیز به بار آورده است.

تحقیق

پیش از آغاز به کار اصلی و ورود در مراحل دیگر، گزارشگر باید بسته به موضوعی که در پیش رو دارد، مطالعه و بررسی‌های لازم را انجام دهد.

این تحقیق بویژه در مورد برخی از انواع گزارش چون گزارش تحقیقی (علمی)، گزارش از شخص و محل و حتی گزارش از مراسم که نیاز به تحقیق عمیق دارند، اهمیت بیشتری می‌یابد. در گزارش از شخص، گزارشگر باید تمامی خصوصیات مهم و قابل طرح موضوع گزارش را از پیش دانسته باشد.

آگاهی‌هایی چون سن، تحصیل، آثار، طرز فکر، سابقه سیاسی و فعالیت‌های اجتماعی، وضع خانوادگی، گرایش‌های مذهبی و... گزارش از شخص را خواندنی‌تر می‌سازد. در گزارش تحقیقی و علمی، این نیاز به بررسی پیشین، بیشتر و مهمتر است. گزارش از رشد جمعیت در جامعه روستایی اگر با اطلاعاتی چون تعداد روستاها، نسبت جمعیت روستایی به شهری، نرخ رشد جمعیت و مثلاً رشد جمعیت روستایی در کشورهای دیگر غنی نشود، گزارش ناقصی خواهد بود. همچنین گزارش از محل و مراسم باید با دریافت اطلاعات لازم نگاشته شود.

نکته مهم تر از جمع‌آوری اطلاعات، کاربرد آن در جای لازم در گزارش است. اگر بررسی‌های نخستین و دریافت و کسب اطلاعات مربوط به گزارش، در جریان آن گزارش به کار نیاید، در واقع به افزایش اطلاعات عمومی گزارشگر کمک کرده‌است، اما خواننده از آن بی‌بهره می‌ماند. همچنین آرایه اطلاعات در اول، آخر یا در یک بخش از گزارش به صورت متراکم و یکجا از جذابیت گزارش خواهد کاست.

مصاحبه

کمتر گزارشی از مصاحبه بی‌نیاز است، حتی در گزارش توصیفی و نوعی از آن یعنی گزارش تخیلی نیز بهتر است که از مصاحبه خالی نباشد.

مصاحبه در گزارش چند خاصیت محوری دارد:

الف - گزارش را مستند می‌سازد: در گزارش‌ها، مصاحبه معمولاً با کسانی که از موضوع آگاهی بیشتری دارند، شاهد رویدادی بوده‌اند، داخل یا ذینفع در کاری هستند یا به طور کلی موضوع گزارش به آنان مربوط می‌شود، صورت می‌گیرد. به همین سبب مصاحبه، گزارش را مستند می‌کند.

ب - نقل قول از دیگری: اگر از طرف خواننده یا مخاطب، چنین برداشت شود که گزارشگر تنها اطلاعات و مشاهده‌های خود را بیان می‌کند، ناخودآگاه چنین می‌اندیشد که مگر این گزارشگر چقدر بیشتر از من می‌داند؟ مصاحبه به مخاطب چنین القاء می‌کند که این همه، حرف‌ها و نظرهای من نیست. اشخاص مطلع و وارد در موضوع نیز مورد پرسش قرار گرفته‌اند. این عامل، دوری از گفت‌وگوی یک‌جانبه گزارشگر با مخاطب به شمار می‌آید. مثل این که گزارشگر در سمت و سوی گزارش خود از مطلعان شاهد می‌آورد.

ج - تنوع: گزارش بدون نقل گفته‌های غیر و بدون داخل کردن حرف‌های شاهدان عینی، کسل‌کننده و یکنواخت خواهد بود. گزارش بدون مصاحبه چیزی جز اظهارنظر و نقل دیدگاهها نخواهد بود.

د- رفع مسوولیت: در بسیاری از مواقع آوردن گفته‌های دیگران و مصاحبه کردن، گزارشگر را از پذیرش مسوولیت‌های احتمالی گزارش به دور نگاه می‌دارد، زیرا او ناقل برخی حرف‌هاست، نه این که خود چیزی گفته‌باشد. البته این را نیز باید در نظر داشت که این رفع مسوولیت، جزئی و غیرکافی است. گزارشگر همواره شخصاً مسوول درستی و نادرستی گزارش خود است، اما به هر حال تفاوت مقاله با مصاحبه در همین کمتر شدن مسوولیت‌هاست.

تنظیم گزارش

از مراحل سه‌گانه تدارک گزارش یعنی تحقیق و بررسی، تهیه و نگارش، بخش تنظیم یا نگارش نهایی به سبب آن که نتیجه و حاصل کار به آن وابسته است، اهمیت زیادی دارد. در کار تنظیم گزارش، تلفیق و هماهنگ ساختن سه جزء گزارش - تحقیق، مصاحبه و مشاهده - بخش اصلی کار است.

شکل تنظیم گزارش، بستگی سازمانی با نوع گزارش، هدف و کاربرد آن دارد، اما به طور کلی چنانچه گفته شد ارتباط دادن یکدست تحقیق و بررسی‌ها، مصاحبه‌ها و مشاهده‌هاست، به همین سبب لحن و ساخت گزارش با موضوع و نوع آن شکل می‌گیرد. ارایه یک دستور و الگوی ثابت و دائم برای تنظیم گزارش دشوار بلکه غیر ممکن است، اما از نظر کلیات در تنظیم گزارش اصول زیر را باید در نظر گرفت:

بازنگری

پیش از نگارش متن نهایی باید هر سه جزء گزارش را یکبار - حداقل موارد مهم کلی را - بازنویسی کرد. آن گاه با در نظر گرفتن نکته‌ها (فاکت‌ها) به مراحل بعدی رسید. خبرنگاران و گزارشگران باتجربه و آزموده نیازی به نوشتن این کلیات ندارند، بلکه موارد و نکته‌ها را در ذهن بازسازی می‌کنند.

ربط دادن

از میان ده‌ها نکته و موضوع که در جریان یک گزارش جمع‌آوری می‌شوند، همه به یک حد اهمیت ندارند. همچنین همه موارد بررسی، مصاحبه و مشاهده نه قابل نقل است و نه نقل همه نکته‌ها برای مخاطب، خواندنی و قابل استفاده است. گزارشگر در این مرحله باید نکته و موارد جالب‌تر را جدا سازد و به هم ارتباط دهد. این مرحله در سرنوشت گزارش از نظر مطلوبیت بسیار مهم است.

انتخاب سبک

پس از بازنگری و ربط دادن، گزارشگر لحن و سبک گزارش را مشخص می‌سازد. این نکته را باید در نظر گرفت که همه انواع گزارش‌ها یا انواع موضوع‌ها را نمی‌توان و نباید با یک سبک و لحن ثابت نگاشت. برای انواع گزارش باید سبک و لحن متفاوتی انتخاب کرد.

سبک گزارش توصیفی باید با گزارش تحقیقی و گزارش از شخص و گزارش از مراسم متمایز باشد. حتی برای یک نوع گزارش بخصوص نمی‌توان در موضوع‌های مختلف یک لحن و سبک ثابت برگزید. مثل این که گزارش از یک قهرمان کهن‌سال را با گزارش از یک شاعر (هر دو گزارش از شخص) به یک سبک نمی‌توان نوشت. لحن و سبک در واقع جامه‌ای است که بر قامت گزارش می‌پوشانیم تا هم آن را بیاراییم و هم آن را از دیگر نوشته‌ها متمایز کنیم.

نگارش

بالاخره نگارش متن نهایی سرانجام کار تنظیم گزارش است. می‌توان همه مراحل تدارک را به گونه‌ای مطلوب و رسا پایان برد و در مرحله نگارش حاصل کار را ضایع ساخت. اصلا معنای واژه گزارش (از مصدر گزاردن - بجای آوردن و شرح دادن و تفسیرکردن)، به نوشتن و نگارش بازمی‌گردد. نمی‌توان یک گزارش مطلوب و خواندنی را نشان داد که به گونه‌ای ناشیانه و ناهنجار نوشته شده باشد.

نکته‌ای که در مورد نگارش گزارش بد نیست در جایگاه یک اصل کلی مطرح شود این که در نگارش انواع گزارش، می‌توان طیفی را فرض کرد که از نثر سنگین و محققانه آغاز می‌شود و به تدریج وقتی در انواع گزارش سیر می‌کند، به نثر نزدیک به شعر برسد. اگرچه این نظر را نباید چندان دقیق فرض کرد ولی وقتی انواع گزارش‌ها را در نظر می‌آوریم، می‌توانیم چنین تقسیمی را در نظر بگیریم:

گزارش تحقیقی: شیوه نثر سنگین و دانشگاهی و استدلالی

گزارش از مراسم: لحن و نثر سنگین با اندکی وصف

گزارش بر مبنای مصاحبه: نثر اثرگذار و جدی با تمایل به وصف

گزارش از شخص: لحن وصفی و اندکی تحقیقی و استدلالی

گزارش خبری: لحن جدی، بدون وصف با تاثیری از تحقیق

گزارش توصیفی: لحن وصفی، شاعرانه، تاثیرگذار، آزاد از استدلال

گزارش آزاد و گزارش طنز: برپایه هنرهای کلامی، وصفی و شعری

همان گونه که آوردیم این طیف‌بندی دقیق و ثابت نیست. مثل این که می‌توان گزارش از شخص را با مایه‌های بسیار قوی از تحقیق و استدلال نوشت یا گزارش از مراسم را با نثر لطیف و شاعرانه نگاشت.

خصایص عمده گزارش و گزارش نویس

برای گزارش و گزارش نویس خصایص ویژه‌ای ذکر می‌شود که اگر این خصایص وجود داشته باشد و یا توسط گزارش نویس رعایت شود می‌تواند هم جاذبه‌های کار را بالا ببرد و هم در انتقال تفهیم مطالب به خواننده کمک کند و به طور کلی وظیفه و رسالتی را که به عهده گزارش گذاشته شده به بهترین وجهی ایفا کند.

برای آن که یک گزارش درست و اصولی نوشته شود، تأثیر و جاذبه داشته باشد و از ویژگی‌های لازم برخوردار باشد و در عین حال گزارشگر بتواند با تسلط بیشتر کار خود را پیش ببرد باید دارای یک محور اصلی باشد و گزارشگر پیش از دست زدن به نوشتن گزارش باید یک تصویر کلی از موضوع و گزارش در ذهن خود ترسیم کند و اطلاعات و مواد خام کسب شده به خدمت القای هر چه بهتر و دقیق‌تر این تصویر کلی گرفته شود. گزارش در عین پرداختن به مسائل و جنبه‌های مختلف مربوط به موضوع خود، بایستی وحدت داشته باشد و گزارشگر به کمک تخیل و ذهن خلاق و پویای خود واقعیت‌ها را خواه جریان یک حادثه باشد یا بیان یک مسأله اجتماعی، زنده کند و ابعاد مختلف آن را بشکافد و به صورتی قابل استفاده در اختیار خواننده قرار دهد بنابراین هم چنان که در جای جای این مبحث اشاره شده گزارشگر باید در تشریح، توصیف و تجسم موضوع، تسلط و خبرگی کافی داشته باشد و ابتکارها و خلاقیت‌های شخصی خود را در ارائه آن به کار گیرد.

از جمله ویژگی‌های گزارش، رعایت اصل تناسب است. تناسب در این جا به معنی در نظر گرفتن رابطه کمی و کیفی گزارش از نظر حجم مطلب، میزان توصیف، ذکر جزئیات، نحوه و میزان استفاده از مصاحبه‌ها، مشاهدات، اطلاعات جمع‌آوری شده و تلفیق آنها با هم است. میزان تسلط و آشنایی گزارشگر با تکنیک‌های گزارش نویسی، سلطه و احاطه نویسنده بر موضوع گزارش، واقعیات اجتماعی، در نظر گرفتن خواست‌ها و نیازهای خوانندگان و در عین حال سلیقه و دید درست گزارشگر نسبت به گزارش و نوع حجم مواد خام تهیه شده، سهم اجزای آن تناسب را تعیین می‌کند. مثلاً "ذکر جزئیات در گزارش تا جایی ضروری است که موضوعات اصلی مورد نظر در گزارش را تحت الشعاع قرار ندهد.

در هر حال ذکر این نکته لازم است که عدم رعایت اصل تناسب در گزارش، آن را خسته کننده و ملال‌آور و فاقد ارزش‌های هنری می‌سازد و گاه حتی باعث می‌شود که موضوع اصلی یا پاره‌ای مسائل مهم از قلم بیافتند. به طور کلی تداوم و ارتباط منطقی رویدادها نباید تحت تأثیر جریان‌های جنبی قرار گیرد.

گزارشگر وظیفه «بازگویی» مسائل را به عهده دارد. یعنی حواس پنجگانه خود را به خواننده، شنونده و بیننده، قرض می‌دهد. به جای او می‌بیند، به جای او می‌شنود و به جای او لمس می‌کند. بنابراین گزارشگر در نوشته هایش هم باید همان کاری را بکند که اگر این حواس متعلق به خود خواننده بود، عمل می‌کرد. گزارشگر باید حتی الامکان از دادن قضاوت و داوری قبلی به خواننده پرهیز کند. او باید به عنوان یک ناظر بی‌طرف نقش انتقال مسائلی را به خواننده بازی کند و قضاوت را به

عهده خود او بگذارد. البته تأثیر گذاری شخصیت نویسنده در تهیه گزارش به هر حال اجتناب ناپذیر است. هر گزارشگر بر اساس شخصیت و دیدگاه‌هایش به دنبال تهیه گزارش می‌رود، اما در این راه باید در حد امکان از گرایش‌ها و سلیقه‌های شخصی بگریزد و آنها را در کار دخالت ندهد. گزارشگر باید عاری از نظرات از پیش ساخته شده و پیش‌داوری‌ها به کار تهیه گزارش بپردازد.

اگر گزارشگر بخواهد با پیش‌داوری به دنبال تهیه گزارش برود، خواه و ناخواه به دنبال مطالبی می‌گردد و مسیری را انتخاب می‌کند که به اثبات این پیش‌داوری‌ها بیانجامد نه این که به دنبال کسب اطلاعاتی برود که حقیقت را نشان دهد. حال جای این بحث نیست که بسیاری از عقاید و نظریات شخصی درست و منطبق بر واقعیت نیست و گزارشگر با داشتن این خصوصیات همواره بر دیدگاه‌های غلط خود پای خواهد فشرد. او هیچ گاه به دنبال کشف حقیقت نخواهد بود بلکه دنبال اثبات درستی سلیقه‌های خود خواهد بود و چنین گزارشی هیچ ارزشی نخواهد داشت و اصلاً "اسمش گزارش نیست. می‌تواند مقاله باشد، چرا که مقاله دیدگاه‌ها و نظرات شخصی نویسنده درباره یک موضوع است. اما گزارش و گزارشگر چنین اجازه‌ای ندارند. جای پای گزارشگر در گزارش باید به حداقل ممکن برسد. گو این که در جمع‌بندی و تلفیق نظریات و اطلاعات، خواه و ناخواه شخصیت گزارشگر دخالت پیدا می‌کند ولی این تأثیر باید در کمترین حد ممکن باشد.

اما منظور از بی‌طرفی گزارش، بی‌اثر بودن گزارش و خنثی بودن گزارشگر نیست بلکه احساس مسئولیت، رعایت انصاف و در نظر گرفتن مصالح اجتماعی و حقوق اساسی انسانی در ارائه واقعیت‌ها همواره باید مد نظر باشد و رعایت شود.

گزارشگر نباید به عنوان متکلم وحده وارد گزارش شود و بخواهد خواننده را دنبال خود بکشد، بلکه خواننده باید به دنبال موضوع کشیده شود. اگر خواننده حس کند که با نظریات شخصی یک نفر سر و کار دارد بی‌تردید از ادامه مطالعه گزارش منصرف می‌شود، زیرا اصلاً "او با چنین توقعی وارد موضوع نشده است. او توقع دارد جایی که خودش نتوانسته حضور پیدا کند و گزارشگر روزنامه یا مجله به عنوان یک واسطه صادق در آنجا حضور یافته بتواند با پرداخت و بیان او به حقایق دست پیدا کند و در نهایت، قضاوت خود را نسبت به موضوع داشته باشد.

البته در تهیه گزارش توجه به خواست‌های آگاهانه خوانندگان یا مخاطبان و نیازهای اساسی آنها یکی از نکات مهم است که این نیز با رعایت بی‌طرفی امکان پذیر است. گزارشگر نباید به این مسأله نگاه کند که خودش چه می‌خواهد بگوید و چه منظوری دارد بلکه باید خود را به جای یک خواننده عادی و بی‌طرف که مشتاق دانستن واقعیت است بگذارد و ببیند که اگر او می‌خواست گزارش را

بخواند چه انتظاراتی از آن داشت. به همین ترتیب در تهیه و نگارش گزارش، خواست‌های مخاطبان را مد نظر داشته باشد و بر اساس آن حرکت کند.

البته در نظر داشتن خواست‌ها و نیازهای خوانندگان نباید همیشه گزارشگر را به دنبال‌روی و اطاعت کورکورانه از آنها بکشاند. چرا یکی از وظایف عمده گزارشگر، ارتقاء دادن خواست‌ها، نیازها و ذوق و سلیقه و آگاهی خوانندگان است. در غیر این صورت گزارشگر به عنوان یک عنصر آگاه، متعهد و تیزبین نه تنها نقشی در رشد دادن جامعه خود نخواهد داشت بلکه به انجماد فکری و متوقف شدن سطح خواست‌ها و آگاهی‌های خوانندگان خود کمک کرده است.

برای این کار علاوه بر انتخاب درست و آگاهانه موضوع‌های مهم روز و اجتماعی لازم است گزارشگر آداب و رسوم و عادت جامعه خود را نیز بشناسد و سره را از ناسره به کمک الگوها و معیارهای مشخص و صحیح جدا کند. همچنین برای کمک به این هدف گزارشگر در جریان تهیه گزارش به «انتخاب» می‌پردازد. یعنی نه تنها ملزم نیست بلکه نباید کلیه مسائل و حوادث کم اهمیت یا بی‌اهمیت را در گزارش نقل کند زیرا در این صورت باعث کسالت و خستگی خواننده و نیز هدر دادن وقت و جای روزنامه و تشتت و پراکندگی گزارش می‌شود. بنابراین انتخاب درست و آگاهانه و توأم با خوش سلیقگی می‌تواند گزارش را لطف و جاذبه خاصی ببخشد، و این نیز جز با شناخت عمیق و دقیق جامعه و مسائل آن و نیازهای مردم و مصالح و منافع آنها امکان‌پذیر نیست.

تیترا (عنوان) گزارش

در خبرنگاری مشخصه‌های تیترا خبری توضیح داده شده است. تیترا خبر باید گویای متن آن باشد، خواننده را به خواندن متن راغب سازد و در عین حال دارای ضربه، جاذبه و زیبایی در شکل و آهنگ هم باشد.

همچنین گفته شد که تیترا خبر باید کوتاه و بدون تکرار در کلمه‌ها آورده شود و از کاربرد واژه‌های غیرمانوس در آن، خودداری شود.

تیترا گزارش کمابیش همین ویژگی‌ها را باید داشته باشد، اما از آن جا که از نظر ماهیت پیام، خبر با گزارش تفاوت‌هایی دارد، ناچار تیترا گزارش نیز باید با ملاحظه‌هایی نوشته شود. از جمله:

۱_ کوتاهی و فشردگی خاصیت اجتناب‌ناپذیر تیترا است، اما در مورد گزارش نسبت به خبر این فشردگی را باید با عامل جذابیت که آن نیز در تیترا گزارش غیرقابل اجتناب است، درهم آمیخت. در نتیجه معمولاً تیترا گزارش امکان طولانی شدن می‌یابد، اما این مفصل شدن کلمه‌ها به هر حال نباید ایجاز در تیترا نویسی را مخدوش سازد.

۲ _ **زیبایی:** تیتراش باید دارای جاذبه و زیبایی باشد. حتی بسیاری از روزنامه‌نگاران در نگارش تیترا به موزون بودن، قافیه‌داشتن و حرکت‌داشتن تیترا توجه کرده‌اند. نکته مهم این که به هر صورت تیترا باید با حال و هوا، موضوع، سبک نگارش و نوع گزارشا متناسب باشد، بنابر این صرف توجه به زیبایی کافی نیست.

۳ _ **رسایی:** تیتراش باید موضوع آن را برساند. ناممکن است که در کلمه‌های محدود تیترا، بتوان تصویری از تمامیت گزارشا به دست داد، اما غیرممکن نیست که پیام و محتوای غالب گزارشا را در تیترا ارایه کرد. تیترا به هر حال باید نمایانگر موضوع گزارشا باشد.

۴ _ **موثر باشد:** تیترا باید خواننده را درگیر گزارشا کند. به همین سبب باید واژه‌ها و ترکیب‌های اثرگذار را برگزید. آوردن واژه‌ها و عبارت‌ها بدیع و نو و خوش ساخت، می‌تواند این شرط از شرایط تیترا را تامین کند. به یاد داشته‌باشیم که تیترا باید از این چهار شرط - بسته به مورد و موضوع - تاثیر بگیرد، اما شرط مهم این است که نگذاریم اصل موضوع و پیام گزارشا قربانی این شرایط شود، یعنی اغراق در کوتاهی، زیبایی، رسایی و تاثیر ما را در موقعیتی قرار ندهد که در تیترا، شکلی غیرواقعی و به دور از اصل گزارشا ارایه شود، یعنی در تیترا، پیام و جمله‌ای را (هر چند زیبا و رسا و موثر) بیاوریم که نشان و نمودی از اصل گزارشا نداشته باشد.

در عین حال دستورهای دیگر مربوط به تیترا در خبر، در مورد گزارشا هم صدق می‌کند. از جمله تیترا بی‌محتوا، پرسشی و منفی بودن و... ، اما گاهی این اصول را می‌توان نادیده گرفت. نکته مهمی که تکرار آن لازم است این که تیترا یا عنوان چون چشم‌انداز و دعوت‌کننده برای گزارشا به حساب می‌آید و کاربرد نامطلوب آن می‌تواند بهترین گزارشا را از چشم بیندازد. در زیر چند مورد از تیتراهای گزارشا را برای نمونه می‌آوریم و برای هر یک توضیحی می‌دهیم:

انسان ریخت‌های کشته مرده مد مرده

(گزارشا از جوانانی که پوشش‌های ناجور دارند- کیهان سال ۷۳ - ابراهیم افشار)
هیچ یک از شرایط تیترا را ندارد، حتی آن را نمی‌شود بدون تامل و دست‌انداز خواند. ترکیب‌های انسان ریخت و مد مرده دور از ذهن و نارسا است.

تولید سیمان در ایران، اوضاع داغ تر می‌شود

(گزارشا از وضعیت سیمان کشور- گزارشا ویژه - ماهنامه پیام امروز- فروردین ۷۵)

این تیتراژ از نظر فشردگی خوب است، اما زیبا نیست. همچنین به کاربرد واژه داغ‌تر برای صنعت سیمان توجه کنید. اگر به جای سیمان بحث بر سر نفت یا شوفاژ یا حتی برق بود، این تیتراژ در جای خود نشسته بود.

بندهای وابستگی به خارج می‌شکند

(گزارشی در مورد سومین نمایشگاه صنعت برق ایران - روزنامه همشهری - ص ۸ - ۹ تیرماه

۱۳۷۵)

مثل تیتراژ پیش، این تیتراژ دچار لغزش در معناست. بند معمولاً گسستگی یا بازشدنی است، نه شکستگی.

آواره در میان آوارهای فقر از نخستین روز

(گزارشی از محله عودلاجان تهران و کار کودکان - روزنامه کار و کارگر - ص ۳ چهارشنبه ۲۰

تیرماه ۷۵)

این تیتراژ امتیازهای کوتاهی، فشردگی، زیبایی - بخصوص به آواره و آواره توجه کنید - را دارد. از نظر معنا آوارگی در میان آوارهای فقر، اندکی سست است.

سر پل تجریش دود ایستاده

(گزارش از پایانه ترمینال) (پل تجریش - روزنامه اخبار - صفحه ۴ - دوشنبه ۱۷ اردیبهشت ۷۵).

این تیتراژ با توجه به سرودی عامیانه (به جای سرپل خواجه)، تهیه شده است، اما کمتر کسی میان صورت عامیانه (وایساده) با صورت کتابی (ایستاده) ارتباط برقرار می‌سازد.

صبح دیروز: کنگره خلیج فارس در فرهنگ و ادب پارسی در کیش برگزار شد

(گزارش از برگزاری کنگره‌ای در جزیره کیش - روزنامه رسالت - صفحه ۳ - سه شنبه اول

خرداد ۱۳۷۵)

صرف نظر از طولانی بودن تیتراژ (۱۴ کلمه با احتساب رو تیتراژ) این جمله را می‌شد با گذاشتن گیومه خواناتر کرد: کنگره (خلیج فارس در فرهنگ و ادب پارسی) در کیش برگزار شد. این تیتراژ را می‌شد به شکل‌های مختلف به منظور گریز از طولانی شدن، تکرار کلمه‌ها و خوش‌آهنگی تدوین کرد.

دزفول؛ هواپیما بمب می‌ریخت و دخترک گل‌های باغچه‌شان را آب می‌داد

(گزارش از بمباران دشمن علیه شهرنشینان بدون دفاع - روزنامه کیهان - ۶ اسفندماه ۱۳۶۵).

این تیترا از نظر تقابل سببیت و معصومیت، خشونت و لطافت و فنآوری و طبیعت، نمونه‌ای بسیار خوب است، اما کاربرد قابل انتقاد نقطه ویرگول، استفاده از ضمیر متصل (شان) که به روانی تیترا لطمه می‌زند و کلمه‌های اضافی، از زیبایی و رسایی تیترا کاسته است.

می‌شد تیترا را این طور نوشت:

دزفول - هواپیما بمب می‌ریخت و دخترک گل‌ها را آب می‌داد... یا

دزفول - هواپیما بمب می‌ریخت و دخترک باغچه‌ها را آب می‌داد

پزشکی مان هم دست کمی از معماری مان ندارد

(گزارشی از وضعیت دارو و پزشکی - دکتر علی سجادیه - ماهنامه گزارش - شماره ۴ -

خرداد ۷۵)

نمونه‌ای از کم‌لطفی به خواننده: دو ضمیر متصل «مان»: کاربرد سهواً انگارانه «هم» و ظاهر و طرز تلفظ با دست‌انداز از ایرادهای تیترا است. می‌شد نوشت: پزشکی ما دست کمی از معماری ندارد یا (چنان که در متن آمده است: پزشکان از بیمار تهی دست می‌گیرند).

قصه خاکستری دلان و محترمان

(گزارشی از بازار مصرف و احتکار - کار مریم خورسند - روزنامه ایران - صفحه ۵ - هفدهم

مرداد ۷۵)

تیترا از نظر رسایی اشکال دارد. چگونه باید مواد غذایی را به قصه، آن هم به رنگ خاکستری آن (کنایه از غم‌انگیز بودن؟) ربط داد؟ کاربرد واژه قصه از جدی بودن پدیده‌ای با عنوان احتکار نمی‌کاهد؟ استعاره خاکستری، برای همه خوانندگان تعریف شده است؟

دست نگهدارید! این ظرف سرطان زاست

(گزارش در مورد سرطان زابودن مواد پی.وی.سی - روزنامه کیهان - ۱۴ تیرماه ۱۳۵۵ - صفحه

۵)

این تیترا در کنار عکسی از یک مرد که ظرف پلاستیکی ماست را حمل می‌کرد، کار شد. تیترا باتوجه به پیامی که داشت و عکس مطلب، موثر افتاد. این مورد از جمله تیتراهای جنجالی است.

خزر در خطر: باید زودتر جنید

(گزارشی در مورد آلودگی‌های زیست محیطی دریای خزر - مجله صنعت حمل و نقل - شماره

۱۵۰ - خرداد ۷۵ - ویژه‌نامه)

تیترا از نظر کاربرد دو واژه هم شکل و هم آوای خطر و خزر کار مناسبی است. به کوتاهی و فشردگی تیترا هم باید توجه کرد، اما تیترا مشخص نمی‌کند که چگونه خطری در کمین خزر نهشته است: خزر در خطر آلودگی: باید زودتر جنید

تهران شهر بی فاضلاب

(گزارشی در مورد سابقه فعالیت برای احداث امکاناتی در جمع‌آوری فاضلاب تهران - نشریه همگامان - شماره ۴۸ صفحه ۲۲)

تسامح در تیترا - مگر می‌شود شهری فاضلاب نداشته باشد؟ امکان جمع‌آوری یا هدایت فاضلاب مطرح است، اگر نه فاضلاب وجود دارد. در ضمن پس از واژه تهران حتما نشانه‌ای که مکث یا فاصله را برساند، لازم است.

از آرایه این نمونه‌ها و نمونه‌های متعددی که هر روز می‌بینیم، قصد خرده‌گیری در میان نیست. آن چه اهمیت دارد، تاملی است که باید در نگارش تیترا صورت گیرد. البته باید این نکته را در نظر گرفت که برای تدارک یک تیترا بی‌عیب، جاذب، گیرا و عالی گزارشگر یا سردبیر وقت چندان زیادی ندارد.

الزام وقت بخصوص در مورد روزنامه نویسنده تیترا را زیر فشار می‌گذارد، اما تمرین و عادت به اندیشه پیش از نگارش تیترا در این زمینه کمک بزرگی است. امروز نشریه‌ها و روزنامه‌های موفق کس یا کسانی را در تحریریه فقط برای نگارش تیترا به خدمت می‌گیرند. تیترازن کسی است که همه نکته‌های گفته شده را در کوتاه‌ترین زمان ممکن در ذهن مرور می‌کند و بهترین انتخاب ممکن را آرایه می‌دهد.

لید در گزارش

این گفته واقعیت دارد که سرنوشت مطلوبیت گزارش را آغاز خوب آن رقم می‌زند. لید یا درآمد وقتی در گزارش به جای مقدمه کاربرد دارد که موضوع گزارش تنها دارای یک محور یا یک محور مهمتر باشد. همچنین لید مرکب وقتی کاربرد دارد که گزارشگر چند محور مختلف در گزارش آورده باشد، برای هر محور یک لید در نظر بگیرد و آن گاه برای مجموعه لیدها، یک لید مشترک لازم شود. برای هرچه مستند و ملموس کردن این بحث در زیر چند نمونه از لیدهای گزارشی را همراه با توضیح‌های لازم می‌آوریم:

۱ _ هلی کوپترها که نشست، شتربان‌ها تازه از راه رسیده بودند و داشتند جوال‌های نیمه‌پر و نیمه‌خالی آرد را زمین می‌گذاشتند. دو ماه پیش رفته بودند، حصیر برده بودند و آرد گرفته‌ب و دند. فقط تا میناب و با این حال رفت و برگشتشان دو ماه طول کشیده بود و نیمی از آردها را هم در این یک ماهی که با شتر توی دشت و بیابان می‌کوبیدند، خورده بودند، اما بقیه آردها مدت زیادی دوام می‌آورد. چرا که نان، غذای گاه به گاه آن‌هاست و بیشتر اوقات روزها را فقط با چند دانه خرما که از نخل‌های آباء و اجدادشان کنده‌اند، به شب می‌رسانند.

(گزارش با عنوان «حصیر می‌دهند و آرد می‌گیرند، جذام می‌گیرند و به کوه می‌زنند») - روزنامه کیهان ۱۳۶۰ - گزارش از کپرنشینانی که به صورت بدوی در بشاگرد زندگی می‌کنند.)
لید گزارش از محل است.

لید احساسی است: درنخستین جمله در مقابل هم گذاشتن هلی کوپتر و شتر پیام را می‌رساند.
۲ _ پیام را که تو گذاشتم بوی تند سدر و کافور پیچید تو دماغم. چند حوضچه بود. اولی خالی بود. در دومی یکی و در سومی هم یکی دیگر را داشتند می‌شستند سر و گردن آب خضر. قربت الی‌الله. شانه راست آب خضر قربت الی‌الله ...

صفر به استقبال آمد. نگاهش که شکست تو صورتم، داشتم قالب تهی می‌کردم.
عکاس گفت با هم بروید کنار حوضچه تا عکس بگیریم. بی‌اراده رفتم. صفر در کنارم بود. داشتم تمام می‌کردم. انگار می‌رفتم که در حوضچه بی‌فتم و همان‌جا درازم کنند: انالله و انا الیه راجعون
(گزارش با عنوان گفت و گو با یک مرده‌شور بهشت‌زهرا - کار فریدون صدیقی - کیهان سال ۶۵).

لید گزارش از محل _ در عین حال از شخص _ است. ورودی عالی به موضوع که از نخستین جمله‌ها سردی، تلخی و وحشت‌زایی محل مورد بحث را بر رخ می‌کشد.

۳- انگار آسمان را آتش زده‌اند. گویی خورشید می‌خواهد همه توان خود را یک جا و یک نفس نشان دهد. می‌تابد و می‌تابد. گرم می‌کند و می‌سوزاند. خورشید، شهر را بیرحمانه برشته می‌کند. شهر بی‌آسمان آبی، زیر نور خورشید تف کرده‌است. انگار زمین تب دارد. آهن می‌گدازد. دست به آهن می‌زنی، از شدت گرما گداخته به‌نظر می‌آید. زیر این آفتاب، آسفالت نرم می‌شود چه رسد به طاقت محدود انسانی. همه چیز داغ‌داغ است ...

(گزارش با تیتیر داغ گرما چهره شهر را می‌سوزاند. گزارشگر: مهرداد خلیلی _ روزنامه اخبار ۲۵ تیرماه ۱۳۷۴).

تیتیر وصفی برای گزارش توصیفی است. لید، حال گرمای آخر تیرماه تهران را رسانده است. حسن لید جمله‌های کوتاه و متنوع آن است، اما برای رساندن بحران گرمای نیمه تابستان، به بسیار گفتن

و آوردن ردیف‌های طولانی متوسل شده‌است. سه بار کاربرد واژه خورشید، دو بار گرما، دو بار داغ، دو بار آسمان و دو بار آهن و... ضمن آنکه نور خورشید باعث گرما نمی‌شود و باید تابش به کار می‌رفت. با این همه واژه‌ها برای رساندن موضوع وصف، رسا به نظر می‌آید.

۴ _ سفره عقد، چیزی جز یک نمایشگاه موقت نیست. ترکیب اصلی آن ساده‌است: نان سنگک است و پنیر و سبزی، کاسه عسل، شاخ نبات و نقل و شیرینی و آینه و شمعدان، همین!

اهل تظاهر و هم چشمی به این قانع نیستند. هر روز به این سفره، تکه‌ای و نکته‌ای می‌افزایند. تا آن جا که سفره عقد و حواشی آن به یک مجموعه پیچیده از اشیاء و تزئین‌های لوس و لوکس مبدل شده و هر روز قطعه‌ای به آن افزوده می‌شود: پرده توری، سبد گل، سبد گردو و فندق و بادام اکلیلی، چراغ‌های چشمکزن، کاسه نبات‌های عجیب و غریب و پارچه‌ها و چراغ‌ها و پهن‌کردنی‌ها و آویزان‌کردنی‌های عجیب و غریب ...

(گزارش با تیترو خوشبختی این نیست - تزئین سفره عقد ۴۵ هزار تومان - گریم و آرایش ۱۰۰ هزار تومان - پذیرایی هر نفر تا ۵ هزار تومان - گزارشگر: ندا فتوحی - روزنامه اخبار ۲۸ مرداد ۱۳۷۴).
لید در مقایسه یک سنت رایج و یک رواج نامطلوب توفیق نسبی دارد. متن گزارش گفت و گو هایی است با کسانی که از حاشیه مراسم عقد و عروسی کاسبی می‌کنند. لید با وجود شروع نسبتاً خوب، کمتر نشانی از متن دارد.

۵ _ اتاق بوی کهنگی و تخم‌گشیزی کوبیده را می‌دهد و بوی چارقد ململ سفید عمه‌خانم‌های مهربان را که دیرگاهی است به خاک سپرده‌ایم. وسط اتاق که می‌ایستی، پنداری که در میان دخمه‌ای ایستاده‌ای که صاحب به خاک سپرده آن ذخایر رنگارنگش را برای کلنگ باستان‌شناسی به جای نهاده است. به دیوارها، پرده‌ها از صورت‌های غبارگرفته رنگ و روغن خورده آویخته‌است و در طبقات کتابخانه کوچک، کتاب‌ها، از این که دست جوینده‌های سراغ‌شان را نمی‌گیرد، ملول و غمگینند. اتاق خالی است و نوکر سبکسراقا با بخاری سرد کلنجار می‌رود...

(از گزارش مصاحبه دکتر الهی با ساعد مراغه‌ای - مجله سپید و سیاه - ۱۳۴۵)

این لید از نظر ارایه فوری و قوی روح مصاحبه درلید، نمونه‌ای کم نظیر به شمار می‌رود. کسی که این لید را می‌خواند از همان تمثیل‌ها، استعاره‌ها و عبارات‌های اولیه چون بوی کهنگی، تخم‌گشیزی کوبیده، چارقد ململ عمه‌خانم‌های مهربان، خاک سپردن، صاحب به خاک سپرده شده، باستان‌شناسی، رنگ و رو رفته و بخاری سرد، (همه در چند خط) می‌داند چگونه گزارشی را در پیش‌رو دارد.

این مصاحبه از نظر کاوش در چند و چون‌های تاریخی، مصاحبه‌ای عمقی و از نظر حضور دایم و وصف‌های خوب گزارشگر، نمونه‌ای از گزارش از شخص به شمار می‌رود.

۶- عادت شده است که تا حرف ذبیح منصوری می‌شود، پشت چشم نازک کنند که ای بابا، او به کار ترجمه این ملک خیانت کرد یا به طبقه متوسط به خاطر ساده‌گرایی و ساده‌انگاری لطمه زد، اما حق داریم از او از موضع روزنامه‌نویسی دفاع کنیم؟

کریم امامی پس از درگذشت منصوری نخستین کس بود که او را حلاجی کرد و نیم‌شسته او را کنار گذاشت تا در سایه سرد بدنامی، خشک شود...

(از لید گزارش «همچنان که همیشه بود. نگاهی به زندگی و کارهای ذبیح منصوری» - علی اکبر قاضی‌زاده - آینه اندیشه - شماره ۸ و ۹)

لید به نوعی نقلی است. برای گزارش از شخص (شخص در گذشته) لید در آوردن این معنا که گزارش در دفاع از نویسنده در گذشته‌ای است که مورد بی‌مهری قرار دارد، تا حدودی موفق است. این گزارش در حدود ۵ سال پس از درگذشت منصوری تهیه شد و دفاعیه‌ای از یک روزنامه‌نگار پرکار به حساب آمد.

۷ - دوست من آدم صاحب‌نظری است. در همه زمینه‌ها، تخصصش معماری است، اما کار معماری نمی‌کند. غالباً می‌خواند و می‌نویسد. زندگی‌اش از راه نقشه‌کشی می‌گذرد. گاهی در دفاتر معماری خط می‌کشد، اما فقط به اندازه رفع حاجت. گفتم در همه زمینه‌ها صاحب‌نظر است و همه پدیده‌ای عالم از نظر او به دو دسته تقسیم می‌شوند: آن‌ها که دوست دارد و آن‌ها که دوست ندارد. سینما از مقوله‌هایی است که عاشقانه دوست دارد، اما سینمای آمریکا را...

(گزارش با عنوان پس از باران - نوشته عباس کیارستمی - ماهنامه فیلم - شماره ۱۸۳ - صد سال سینما - دی ماه ۱۳۷۴).

لید یا مقدمه، هیچ چیز مهمی از متن - فیلم حرفه‌ای، پرسه در فلورانس و داستان یک پل تاریخی - ندارد، حتی مشکل از لید می‌شود حدس زد که مطلب در مورد چیست.

۸ - تعداد معاملات پیش‌بینی شده در سال ۷۴، دو هزار میلیارد بود که در حدود ۱۹۰۰ معامله در این سال انجام شد. دلیل کاهش این معاملات، عدم عرضه سهام شرکت‌های دولتی به میزان کافی بود. الله‌وردی سلماسی... گفت: با توجه به کاهش عرضه سهام واحدهای دولتی برغم وجود تقاضا، معاملات ما به مرز ۱۹۰۰ میلیارد رسید، تا جایی که پیشنهاد کردیم که اگر سهام دولتی در اختیار ما قرار گیرد معاملات از ۱۹۰۰ به ۴۰۰ میلیارد افزایش پیدا کند، اما عملاً در سال ۷۴ عرضه سهام دولتی خیلی کمتر از سال ۷۳ بود.

(گزارش «ارز و طلا را رها کردند، به بورس روی آوردند» - ماهنامه صنعت حمل‌ونقل - شماره ۱۵۰ - خرداد ۷۵).

لید توضیحی و نقلی - برای گزارش تحقیقی (اقتصادی) است.

لید موضوع گزارش را توضیح می‌دهد، اما با پرهیز از تکرار می‌شد از متن نکته‌های بیشتری را در لید آورد. به تکرار ۱۹۰۰ میلیارد در سه جمله از لید توجه کنید.

۹ _ شش‌ونیم صبح از یزد حرکت کردیم. به سمت کرمان. شمس و من. دو نفری به ۳۵ تومن. با اتوبوس چه چیز تور... و ساعت ۹ انار بودیم. تخم مرغی با لقمه نانی و چای. پای فیض آب قناتی پر از ماهی. و نیم به ظهر رفسنجان و در راه همه جا خشک. و نه خبری از آبادانی. گمان می‌کردیم از طرف کوه‌بنان و زرنند خواهد رفت، در حاشیه کویر ولی مگر این یکی حاشیه کویر نبود؟

(گذری به حاشیه کویر - زنده‌یاد جلال آل‌احمد. نوشته در فروردین ۱۳۳۷ - تجدید نظر در ۱۳۴۷ - گرفته از کتاب «کارنامه سه ساله»).

لید مستقیم و گزارش از محل است.

این لید یا آغاز، در کمترین کلمه‌های ممکن (گاه جمله‌های ناقص و بدون فعل) خواننده را با نویسنده همراه می‌سازد. از جمله در طی سه سطر، سیر میان یزد تا رفسنجان را توضیح داده‌است. نثر زیبا، ضربه‌ای و تند آل‌احمد را بسیاری تقلید کرده‌اند ولی چون جوهر نثر آل‌احمد را ندارند، در سطح و در حد تقلید مانده‌اند.

۱۰ _ محاکمه مردی که غم‌انگیزترین جنایت سال را مرتکب شده است، صبح دیروز در دادگاه عمومی تهران آغاز شد.

مردی که در برابر قاضی ایستاد، در شب بیستم خردادماه به خانه باجناقش رفت تا همسر قهر کرده‌اش را به خانه برگرداند، اما وقتی با مخالفت او روبه‌رو شد، مقداری بنزین بر سر ساکنان خانه پاشید و منزل را به آتش کشید.

در این حادثه همسر جوان او به نام مهنوش و ۴ دختر و پسر صاحبخانه در میان شعله‌های آتش جان سپردند. (روزنامه ایران - یکشنبه ۳۱ تیرماه ۱۳۷۵).

لید توضیحی تاریخی و گزارش از حوادث است.

جمله اول لید به آسانی قابل ادغام در جمله‌های دیگر است، ضمن آن که صفت غم‌انگیزترین در جمله اول استنباط گزارشگر است و می‌توانست از متن گزارش بدون ذکر مستقیم برآید.

آن چه می‌توان از این ده مورد لید که از انواع سبکها و با درجه‌های متفاوتی از مهارت و مطلوبیت نوشته شده‌اند، دریافت کرد این که لید و کیفیت آن، مشکل‌ترین بخش از نگارش گزارش است.

اگر گزارشگر در نوشتن لید خوب و مناسب توفیق یابد، بخش مهمی از کار پایان یافته‌است.

همیشه باید از اغراق و بزرگنمایی در لید بخصوص آوردن نکته‌ها و موضوع‌هایی که در متن وجود ندارد پرهیز کرد، زیرا گزارش را غیر واقعی و ساختگی جلوه می‌دهد.

آغاز خوب، پایان‌گیرا

از جمله صنایع ادبی (لفظی) که در شعر، ادیبان ایرانی به آن اهمیت می‌دادند حسن مطلع و حسن مقطع (آغاز و انجام مطلوب) بوده‌است، یعنی توصیه می‌کردند که شعر بهتر است از نظر آهنگ، معنا، تشبیه و ترکیب کلی در نخستین مصرع و اولین بیت زیبا و موثر آغاز شود و آن گاه در پایان نیز به گونه‌ای مطلوب پایان پذیرد.

نظامی گنجوی در همین باب گفته است:

سخن را مطلع و مقطع بیاید که پرگفتن ملالت می‌فزاید

ظاهرا بحث در لزوم داشتن آغاز خوب و پایان‌گیرا، در گزارش با مبحث خبرنگاری یا گزارش‌نگاری با سبک هرم وارونه ناسازگار می‌نماید، اما باید توضیح داد که اولاً در گزارش‌نویسی رعایت سبک هرم وارونه در برخی از موارد امکان ندارد.

ثانیاً، حتی با رعایت اصول نگارش گزارش با سبک هرم وارونه می‌توان این اصل را رعایت کرد، زیرا در راس هرم (لید) ناچار از کاربرد یک بخش از مهمترین نکته‌های گزارش هستیم، بنابراین آغاز خوب حاصل می‌شود. در پایان گزارش می‌توان با آوردن نکته‌ای جذاب از گزارش بر توجه خواننده بیفزاییم. با این فرض در مورد گزارش، هرم وارونه را می‌توان مثل طرح داده شده در نظر آورد.

گزارشگران مسلط از روی تجربه این اصل را با ظرافت و زیبایی در گزارش خود به صورت‌های زیر رعایت می‌کنند:

تکرار موضوع لید در انتهای گزارش

در این سبک گزارشگر به خاطر یادآوری، آن چه را در لید مطرح ساخته بود، در پایان گزارش تکرار می‌کند.

تابستان فصل دل به آب زدن. فصل خطرهای وابسته به آب نیز هست ...
با این همه هزینه و مشکل کسی دل به آب زدن دارد؟ (آخرین جمله گزارش)

پایان پرسشی

می‌توان برای ایجاد ابهام و به منظور نشان‌دادن اهمیت گزارشی در مورد ریزش چند ساختمان در شهر، گزارش را با این پرسش پایان داد:

..هیچ کس حاضر نیست این مسوولیت را بپذیرد. نمی‌توان فرض کرد که آسیب‌دیدگان آن حوادث، خود مقصر بوده‌اند؟

در گذشته‌ها گاه برای شرکت دادن خواننده در گزارش، در پایان گزارشگر پرسش‌هایی با چنین مضمون‌هایی مطرح می‌ساخت: شما با ما هم عقیده نیستید؟ یا اگر شما بودید این کار را نمی‌کردید؟ یا شما قاتل را می‌بخشید؟ و...

پایان غیرمنتظره

گاهی گزارشگران نقطه ابهام اصلی، پیام ضربه‌ای یا نتیجه حیرت‌انگیز گزارش را در پایان گزارش می‌آورند. در این روش خواننده نکته کلیدی گزارش را در آخر آن کشف می‌کند. فرض کنیم گزارشی از زندگی یک گربه که یک دست ندارد، می‌خوانیم. پس از توصیف کیفیت زندگی حیوان، در آخر گزارش آگاه شدن از این که اکنون چه کسی از حیوان نگهداری می‌کند، جالب است:

سه پا، با اشاره صاحب خود به درون اتومبیل قرمز رنگ او می‌جهد. همان اتومبیلی که چهارماه پیش با ضربه‌ای هولناک او را به دیواره جدول پیاده‌رو کوفت و یک دست او را قلم کرد. پایان غیرمنتظره گزارش بویژه وقتی شباهتی با آغاز داشته‌باشد، موثر جلوه می‌کند. از جمله در همین گزارش وقتی لید چنین باشد، آن پایان مطلوب‌تر خواهد بود: وقتی حیوان از درون یک اتومبیل قرمزرنگ به روی سنگفرش پیاده‌رو می‌جهد، تازه معلوم می‌شود یک دست ندارد.

دو جریان موازی

برخی از گزارش‌ها مثل گزارش‌های تحقیقی، توصیفی، از شخص، از محل یا آزاد را گزارشگران با تاکید و پیش بردن دو جریان یا بیشتر موازی شکل می‌دهند. در این سبک گزارشگر دو موضوع را که به نظر او در ساخت گزارش، مهم، گیرا یا قابل‌پرداخت است، از مجموع موضوع‌ها برمی

گزینند. آن گاه در طول گزارش به طور مرتب و با مهارت دو موضوع را به خواننده عرضه می‌کند. این دو موضوع یا محور ممکن است یکی فرعی، احساسی، وصفی یا کناری و دومی اصلی باشد یا آن که دو جنبه مهم از یک موضوع باشد. به هر حال، گزارشگر در طول مصاحبه به دو محور اشاره می‌کند، در طول گزارش به هر دو بازمی‌گردد و در پایان چون آغاز دو محور را باز با هم ربط می‌دهد، حال فرض کنیم گزارشی از کمبود داروهای حیاتی در بازار آزاد تهیه می‌کنیم. در میان انواع آغازهای ممکن می‌توان گزارش را چنین آغاز کرد:

..در بیمارستان قلب کمال، بیماری که تازه سخته‌کرده بدون آن که خود متوجه باشد، با مرگ درآویخته است. پزشک برای جلوگیری از لخته‌شدن خون بیمار که خطر آن را تشخیص داده‌اند و بیمار سابقه آن را دارد، دستور تهیه داروی بخصوصی را داده است. چهار نفر از بستگان بیمار سراسیمه در درون شهر گم شده‌اند تا دارو را بیابند. به دست و سر و شکم بیمار انواع لوله‌ها و سیم‌ها و رابط‌ها وصل است. عقربه کوچک ساعت با سرعت روی تن سفید صفحه می‌دود...

گزارشگر سپس وضع بازارهای دارو را به همراه بستگان بیمار شرح می‌دهد. در این جریان گزارشگر باید تمامی ویژگی‌های مهم این بازار را فراروی خواننده بگذارد و ...

دکتر راستانی از دقیقه ای پیش با افزودن بر نیروی محرک برقی و ایجاد ضربان مصنوعی قلب، آخرین تلاش‌ها را برای نجات بیمار انجام می‌دهد. همسر بیمار چشم از ساعت بزرگ دیواری بر نمی‌دارد که عقربه کوچک آن گویی سرتوقف یا خستگی ندارد. برادرزاده بیمار در خیابان ناصرخسرو دارو را یافته بود، اما ۷۵ هزار تومان برای خرید یک بسته آن را همراه نداشت. حالا با موتورسیکلت و سپای قراضه انداخته است در یکی از کوچه‌های محله عرب‌ها و به سوی نشانی تازه می‌رانند...

سپس در انتهای گزارش پس از یک شرح تصویری کامل، گزارشگر عوامل موازی را گرد می‌آورد:

همسر بیمار قلبی، چشم از در شیشه‌ای بزرگ ورودی بخش جراحی برنداشته است. ساعت نیز حتی برای یک لحظه استراحت نمی‌کند. قلب بیمار و خسته مرد در پایان راه است. هر چهار مرد حالا پس از گشتی عصبی در همه زوایای شهر، روی به بیمارستان دارند. خون سرخ از یکی از لوله‌های باریک که تاکنون مایعی بی‌رنگ در آن جریان داشت می‌دود. پس می‌زند. پزشک سر تکان می‌دهد و باز به ساعت بزرگ صفحه سفید نگاهی می‌اندازد. چهارمرد هر یک از راهی طولانی بازگشته‌اند و ...

در این گزارش گزارشگر سه عامل یا سه محور مختلف، اما مربوط به هم را (بیماری که با مرگ روبه‌روست، زمانی که با سرعت می‌گذرد و بحران دارو در بازار) با هم پیش برده است.