

تاریخ دریافت: ۹۰/۱/۱۶

تاریخ تأیید: ۹۰/۳/۲

مدل زنجیره اثر سرمقاله و ۱۰۱ راهکار برای سرمقاله‌نویسی

نوشته

ایرج رستگار*

چکیده

سرمقاله نه تنها در روزنامه‌های کاغذی بلکه در فضای سایبر نیز جایگاه مهمی دارد. سرمقاله‌نویسی فن و هنر و دانشی است که کارکردهایی همچون آگاهی‌رسانی، ایجاد تغییر، تفکر و انگیزش، تبلیغ و تهییج، پاسبانی از دموکراسی، روشنگری، هنرآفرینی، روابط عمومی و یادمان‌نویسی دارد. این مقاله با ارائه تعریف سرمقاله و کارکردهای آن به تشریح مدل زنجیره اثر سرمقاله می‌پردازد. همچنین مراحل این زنجیره که عبارت‌اند از تولید پیام یا طرح موضوع از سوی سرمقاله نویس، دریافت پیام و تعمق مخاطب، بحث و تبادل نظر و اثربخشی اجتماعی آن را به بحث می‌کشد. در عین حال زنجیره اثر سرمقاله را در سه موقعیت توقف، زایش و جهش بررسی می‌کند. در نهایت می‌کوشد ضمن بیان ویژگی‌های سرمقاله نویسی به ارائه راهکارهایی برای مطلوب تر نوشتن سرمقاله بپردازد. در این راستا نیز ۱۰۱ راهکار برای نگارش سرمقاله که بر اساس پژوهش نگارنده در زمینه عناصر فاعلی، فعلی و زمان و مکان و منظور سرمقاله است، ارائه می‌شود. البته گفتنی است هر چند نویسنده و ارائه دهنده این مدل از نام "زنجیره اثر سرمقاله" بهره می‌جوید اما این مدل برای انواع ارتباطات می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد.

کلید واژه: سرمقاله، سرمقاله‌نویسی، بحث، مخاطب، سوژه، متن، مطبوعات.

تعریف و اهمیت سرمقاله

تبادل اطلاعات با تولد انسان آغاز شد و هم‌سو با سیر تکامل او رشد یافت. روزگاری ارتباطات غیرکلامی پاسخ‌گوی نیازهای انسان بود، اما رفته‌رفته شرایط زیست محیطی، ادامه حیات آدمی را گرودار زندگی جمعی کرد. زندگی تازه نیازهای تازه را پدید آورد، ارتباط بیشتر با هم‌نوع و

* دکترای ارتباطات با گرایش روزنامه‌نگاری از دانشگاه شفقنکو i.rastegar@yahoo.com

محیط پیرامون، از ابتدایی‌ترین خواسته‌ها بود. به این ترتیب صداها جای خود را به گفتار داد. ارتباط‌های شفاهی شکل گرفت. تبادل مطلوب‌تر پیام‌ها میان انسان‌ها در کنار دیگر عوامل بنیادین، زندگی آن‌ها را متحول‌تر ساخت. سازمان‌های اولیه اجتماعی تکامل یافتند و ساخت‌ها و ساختارهای حیات جمعی بهینه‌تر شد و دولت‌شهرهای مقدماتی شکل گرفتند. به این ترتیب ظرف‌های نوین زمان و مکان بستر ساز تحولی خاص شدند که این تحول اختراع خط بود. با اختراع خط، ارتباطات نوشتاری به صحنه نمایش زندگی آمد. توسعه جوامع انسانی به همراه پیشرفت گونه‌های دیگر ارتباطات سرعت شکل‌گیری تحولات را بیشتر ساخت، به گونه‌ای که زمان زیادی سپری نشد، از هنگامی که دانه‌های شن ساعت‌های شنی گذر زمان را نشان می‌دادند تا وقتی که ساعت‌های دیجیتالی، گذشت ثانیه‌ها را به یاد می‌آورند و در فاصله میان این دو مقطع، رادیو و تلویزیون ارمغان‌آور ارتباطات دیداری و شنیداری بودند و پرچم ارتباطات دیجیتالی نیز در دست کامپیوتر قرار گرفت.

اگر از روزگار ارتباطات اشاره‌ای تا به امروز، کارنامه اختراع، این نشانه خرد آدمی را ورق بزنیم، اغراق نیست اگر بگوییم: یکی از افتخارآمیزترین نشانه‌های خرد، اختراع صنعت چاپ است. کاری که "گوتنبرگ" کرد، رمزیابی و بازگشایی چشم‌اندازی شگرف به روی انسان بود. گوتنبرگ آلمانی در سال ۱۴۳۶ میلادی سوت قطار ارتباطات را یک بار دیگر به صدا درآورد (رستگار، ۱۳۸۸: ۱۴۷).

تاریخ می‌گوید: در دهه‌های نخست قرن پانزدهم، ارتباطات مکتوب دیگر لنگ‌لنگان قدم برمی‌داشت؛ مسافر خسته و پیاده‌ای بود که گوتنبرگ برایش ماشینی ساخت به نام "چاپ". چاپ، ابزاری شد برای رشد خانواده ارتباطات نوشتاری و این خانواده در اروپای قرن هفدهم فرزندی به دنیا آورد به نام "روزنامه" (Typeb H4, 2002:46). هر چند در آغاز، روزنامه‌ها تأمین‌کنندگان منافع صاحبان اقتصاد و سیاست بودند، اما زمانی که مردم اروپا احساس کردند نیازمند حیاتی دوباره‌اند و فصل خانه‌تکانی و اصلاح اوضاع و احوال و شیوه زندگی آن‌ها فرا رسیده است، روزنامه‌ها پل‌های پیروزی شدند. انقلاب فرانسه، تحولات انگلیس و جنگ‌های استقلال آمریکا نشان می‌دهد (ИрхоропВ, 2002: 30)، نقش مطبوعات تا چه اندازه پررنگ و مؤثر بوده است. کشورهایی همچون آلمان، سوئیس، دانمارک و بلژیک نیز روزنامه‌نگاری کهنسالی دارند. پیشینه حیات آن‌ها به اوایل قرن هفدهم می‌رسد و بیان‌گر نقش به‌سزایی است که مطبوعات در پی‌ریزی سازه‌های اجتماع، سیاست، فرهنگ و حتی اقتصادشان دارند (ABpaaMoB, 2003: 56).

مطبوعات، این دست‌آورد ساکنان اروپا به مرور، بخش جدایی‌ناپذیر زندگی مردمان پنج قاره شد. از این میان، سرزمین‌هایی که انسان‌هایی فرهیخته‌تر داشتند، مطبوعاتی متکثرتر، کارآمدتر و مقبول‌تر یافتند. صرف‌نظر از بررسی حوزه‌های جغرافیایی دارندگان مطبوعات، ماهیت عملکرد نشریات، دارای اهمیت است.

به یقین پذیرفتنی است که نه تنها جریان‌سازی، شورانگیزی، حس‌آفرینی و انسجام افکار عمومی را می‌توان از کارکردهای رسانه‌های نوشتاری برشمرد، بلکه القا، اقناع، ترغیب و سرعت بخشیدن به جریان اطلاعات، تبلیغ، تهییج، ایجاد سرگرمی و آموزش از دیگر نقش‌های این رسانه به‌شمار می‌روند (رستگار، ۱۳۸۵: ۹) تا از این راه کارآمدی‌های اقتصادی، ارتباطی، اطلاعاتی، آگاهی‌دهی و زایش هنرشان را تکمیل کنند. از سوی دیگر شورکشی، پراکنده‌سازی، تفرقه‌آفرینی، سده‌سازی، فریب و اغفال، خفه‌سازی احساس و اعتیاد از کارویژه‌های منفی مطبوعات است.

روشن است، پدید آورنده نقش‌های یاد شده، صاحبان قلم، روزنامه‌نگاران و ارباب مطبوعات هستند. همان‌گونه که نیازهای اجتماعی، نطفه رسانه‌های نوشتاری را بستند، خواست‌های پدیدآورندگان مطبوعات نیز علم روزنامه‌نگاری را پدید آورد.

روزنامه‌نویسی، ادبیات نگارش خاص خود را می‌طلبد. ادبیاتی که در حوزه‌های مختلف خبر، گزارش، نقد، تحلیل، تفسیر و مقاله‌نویسی هویت می‌یابد، بررسی و ارزیابی این بخش‌ها نشان می‌دهد که سرمقاله‌نویسی یکی از مهم‌ترین زیرمجموعه‌های مقاله‌نویسی در مطبوعات به‌شمار می‌رود. البته خاطر نشان می‌کنم، تقسیم‌بندی مورد اشاره که سرمقاله را در گروه مقاله‌های مطبوعاتی جای می‌دهد، نگرشی غرب‌گرایانه به جایگاه سرمقاله است. روزنامه‌نگاری اروپای غربی و آمریکا سرمقاله را زیرمجموعه‌ای از انواع مقاله‌های مطبوعاتی می‌دانند. این نگاه به جایگاه سرمقاله به منابع فارسی‌زبانان نیز راه یافته است. آقای حسین قندی در کتاب *مقاله‌نویسی در مطبوعات*، تقسیم‌بندی زیر را ارائه می‌کند (قندی، ۱۳۸۰: ۵۶).

انواع مقاله‌های مطبوعاتی	الف. مقاله‌های ساده خبری	۱. سرمقاله ۲. یادداشت ۳. تفسیر و اظهار نظر ۴. تحلیل و تشریح ۵. نقد مطبوعاتی
	ب. مقاله‌های تخیلی، داستانی، وصفی	
	ج. مقاله‌های تحقیقی، آماری، علمی و مستند	

این در حالی است که شرق اروپا قائل به چنین دیدگاهی نیست. روزنامه‌نگاران اروپای شرقی، سرمقاله را تنها یک فرم بیان مطالب مطبوعاتی می‌دانند (ABpaaMoB, 2003: 171). جالب است بدانیم بر اساس پژوهشی که نویسنده از معتبرترین منابع این کشورها داشته است، سرمقاله حتی در تقسیم‌بندی ژانرهای مطبوعاتی، جای ندارد. برای مثال پروفیسور ترتیچنی الکساندر الکسیویچ - استاد دانشکده روزنامه‌نگاری دانشگاه دولتی مسکو (ام‌گ‌او) که یکی از

دانشکده‌های معتبر روسیه است - در کتاب *ژانرهای مطبوعاتی* که در سال ۲۰۰۰ منتشر شده، تقسیم‌بندی زیر را ارائه می‌کند (Тертычный, 2000: 310).

ژانرهای مطبوعاتی		
الف. ژانرهای خبری	ب. ژانرهای تحلیلی	ج. ژانرهای ادبی - هنری
۱. زامیتکا یا خبر کوتاه ۲. خبر ۳. گزارش خبری ۴. مصاحبه خبری ۵. نظرسنجی خبری ۶. سؤال و جواب خبری ۷. گزارش ۸. خبرهای یادمانی	۱. گزارش تحلیلی ۲. خبر تحلیلی ۳. مصاحبه تحلیلی ۴. نظرسنجی تحلیلی ۵. گفت‌وگو ۶. تفسیر ۷. خلاصه تحقیقات اجتماعی ۸. مطالب مبتنی بر نتایج پرسش‌نامه ۹. مانیتورینگ یا بازخوانی مطالب دیگر نشریات ۱۰. ریتینگ یا رتبه‌بندی ۱۱. نقد ۱۲. مقاله ۱۳. کنکاش و جست‌وجوهای روزنامه‌ای ۱۴. بررسی ۱۵. شرح محتوای مطبوعات ۱۶. پیش‌بینی ۱۷. روایت ۱۸. تجربه‌های عملی ۱۹. نامه ۲۰. اعتراف ۲۱. توصیه ۲۲. معرفی	۱. متن ادبی ۲. متن فکاهی ۳. شعر فکاهی ۴. تقلید ۵. هجوسازی سوزها ۶. داستان‌های زندگی ۷. داستان‌های اسطوره‌ای ۸. لطیفه ۹. جوک ۱۰. بازی و سرگرمی ۱۱. قطعات ادبی برای تجلیل مردگان ۱۲. اپیگراف

همان‌گونه که ملاحظه می‌کنید در این تقسیم‌بندی جای سرمقاله خالی است. در منابع روزنامه‌نگاری که در کشورهای حوزه بالتیک، روسیه سفید، اوکراین و دیگر کشورهای تازه به استقلال رسیده مورد بررسی قرار دادم و به این نتیجه رسیدم که آن‌ها همچون روس‌ها سرمقاله را به صورت جداگانه مورد بررسی قرار نداده بودند. این در حالی است که در ایالات متحده آمریکا نه تنها به سرمقاله، به صورت ویژه پرداخته می‌شود بلکه همه‌ساله کنفرانس‌های ویژه سرمقاله‌نویسی برگزار می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد آزادی، دموکراسی و قانون‌های مبتنی بر پاسداشت مطبوعات آزاد با سرمقاله‌نویسی و توسعه آن نسبت مستقیم دارد.

سرمقاله مقوله‌ای است که با پیدایش رسانه‌های شنیداری - دیداری و دیجیتالی به رادیو، تلویزیون و اینترنت نیز راه یافت (رستگار، ۱۳۸۸: ۲۱۳). جایگاه سرمقاله برای رسانه‌های گروهی بدون در نظر گرفتن اینکه کاغذی هستند یا الکترونیکی، مانند جایگاه مغز یا به عبارت دیگر خرد، برای انسان است. بر این اساس، سرمقاله‌ها یکی از مهم‌ترین پیام‌رسانان صاحبان رسانه‌های جمعی به‌شمار می‌آیند. به گونه‌ای که مرکز ثقل قلمداد می‌شوند و به صورت مشخص، گویای تفکر و خط فکری حاکم بر هر رسانه هستند. محتوای آن‌ها بیشتر در بردارنده گستره‌ای از انتقاد و استدلال است تا بیان نقطه‌نظر و تمجید و بر این اساس کلیشه‌ای مشخص دارند.

مجله‌ها مطالب‌شان را با سرمقاله آغاز می‌کنند و روزنامه‌ها در نخستین، دومین یا آخرین صفحه به چاپ آن مبادرت می‌ورزند. دیگر رسانه‌ها اصولاً در بخش‌های ویژه و اصلی خبر خود به آن می‌پردازند. سرمقاله‌نویس غالب اوقات سردبیر یا یکی از عناصر اصلی مستقیم و غیرمستقیم وابسته به رسانه است، هر چند این قاعده و قانون نیست و می‌تواند چنین نباشد، زیرا ملاک ارزیابی، محتوا، توانمندی و رسایی بیان است.

ارائه سرمقاله فقط با نثر نیست بلکه شعر، طنز، کاریکاتور یا حتی عکس، از جمله شیوه‌های بیان است. یک سرمقاله می‌تواند صرفاً یک کاریکاتور یا عکس باشد، همان‌گونه که ممکن است با ترکیبی از نثر، نظم، طنز و کاریکاتور ارائه شود. برای مثال آقای کیومرث صابری فومنی سرمقاله‌های هفته‌نامه گل‌آقا را به طنز می‌نوشت، وی به مناسبت دهمین سالگرد نشریه‌اش این‌گونه نوشت:

فتیله ... گل آقا تعطیله؟! ...

و البته نقش برجسته سبیل بی‌مصرف شاغلام زبان بسته در راستای چرخش موزون فتیله سماور مافنگی آبدارخانه مبارکه ...

و آنگاه، جایگاه کلیدی فرزانه معاصر استاد غضنفر بی‌سواد مادرزاد در ارتباط تنگاتنگ با گردش امور گل‌آقایی از هر حیث و من حیث المجموع ...

و سپس، مسابقه بی‌مضایقه امثال کمینه و در رأس مشارالیه‌ها شخص مصادق زن ذلیل در حمایت از جمیع اذنان ...

و مضافاً تلاش زائدالوصف و دائم التزاید همین اذنان عالی مقام- کسرالله اعناق اعدائهم به صورت کوتاه‌مدت و میان مدت و درازمدت و امثال ذلک ...

و محض خفض جناح سنتی، وجود ذیجود یک همچین گل‌آقایی که دماغش را بگیرند نفسش در می‌رود و معاودت نمی‌نماید، در جناح میانه آبدارخانه)...

آری، فقط ابر و باد و مه و خورشید و فلک و باقی چیزها که نبودند. اشخاص مفصله‌الاسامی فوق هم در کار بودند که توانستیم فتیله سماور شاغلام را از روز سه شنبه اول آبان ۱۳۶۹ تا یومنا هذا یک جوری پایین- بالا بکنیم که اگر هر کسی خواست فوتش کند، نتانست. مصراع: «هر آن کس یف کند، ریشش بسوزد!»

(و ... به گمانم تا حالا و در این ده سال، هفشدۀ مرتبه هم سوزیده- بلکه هم بیشتر)

(باری در این ده سال، یکی گفت: «زده شاخ غول را شکانیده»، یکی گفت: «عجب ...!»، یکی گفت: «سوفاف است»، یکی گفت: «صحیح ...!»، یکی فتیله سماور این عوام را با انگشت سبابه نشانه رفته، گفت: «ببر بالا»، یکی با اشاره به همان بی‌صاحب مانده گفت: «بکش پایین» ... خلاصه، اگر هم در این ده سال شمسی یک مرتبه زبانم لال خواستیم بز نیم شاخ غول را بشکانیم، یکی از دور گفت: «آووووو ...» و حواس صاحب مرده ما را پرت کرد.

حال اگر کسی روز شروع یازدهمین سال پایین- بالا کردن فتیله سماور شاغلام را که همین پس‌پریروزها بود بهانه کرده و از باب شایعه پراکنی شعار بدهد که:

«فتیله،

گل آقا تعطیله»...

جواباً عرض می‌کنیم: نخیر ... گیرم در این سه هزار و ششصد و پنجاه روز ماضی هیچ کاری نکردیم، همین سبیل شاغلام را از جمیع آفات ارضی و سماوی که مصون و محفوظ نگه داشتیم. نگه نداشتیم؟ اجمالاً ۳۶۵۰ تا «جاخالی!» که دادیم. ندادیم؟ هموطن،

خواهرم، برادرم،
 «هزار نقش برآرد زمانه و نبود
 یکی چنان که در آینه تصور ماست»
 گل آقای شما گیرم هیچ نبود، یک آینه کوچک که بود، نبود؟
 شاعر شیرین سخن می‌فرماید:
 «آینه چون نقش تو بنمود راست»
 (باقیش یادمان رفت. به گمانم باز هم یکی از دور گفت: آووووو...!)
 خدمتگزار شما
 (گل آقای شما)
 یک شنبه اول آبان ۱۳۷۹

نقی آقالو مدیر مسئول و سردبیر نوآوران در ستون سرمقاله شماره نوزدهم این نشریه بخشی از شعر "ماهی" از کتاب باغ آینه از مجموعه "در جدال با خاموشی" احمد شاملو را به چاپ رسانده است.

من فکر می‌کنم
 هرگز نبوده قلب من این گونه
 گرم و سرخ:
 احساس می‌کنم
 در بدترین دقایق این شام مرگ‌زای
 چندین هزار چشمه خورشید
 در دلم
 می‌جوشد از یقین
 احساس می‌کنم
 در هر کنار و گوشه این شوره‌زار یأس
 چندین هزار جنگل شاداب ناگهان
 می‌روید از زمین ...

نگارنده این سطور نیز در نشریه بین‌المللی کاکتوس که در کشور اوکراین منتشر کرده است، هم چنین از شماره های ۵۳ تا ۹۳ هفته‌نامه توانا که در ایران تهیه و توزیع می‌شد از کاریکاتور در ستون سرمقاله بهره جست.

Описание
идеи "Кактус" —
размышления о мире
и о нас самих.

КАКТУС

کاکتوس Cactus 仙人掌 Kalrus صبار Cactu

The basic idea of
"Cactus" is to report
people all over the
world and their
opinions.

Тайна!
На шестой странице журнала
"Кактус" скрывается тайна.
Какая?

Описание тайны: тайна не является секретом.
Да, это секретная информация, но секрет
в отношении тайны. Тайна не является секретом
в отношении тайны.
После этой тайны тайна
продолжается тайной "Тайна".

Secret!
On the sixth page of magazine
"Cactus" the secret is latent.
What is it?

Answers send to the address of editor.
Those who will answer correctly, are secret
in the editor. The winner will be defined
the presence of participants.
Company "Taina" gives prizes
for this number of magazine.



VLADIMIR KAZANSEVSKY - UKRAINE



IRUKA NESTENSKI - RUSSIA

- Отношения между людьми — Relations between people 2
Женщины — Women 3
Забывшие требования, скрытая правда — Forgotten demands, hidden truth 4
Пресса — Press 5
Тайна — Secret 6
Школьники в школе, студенты в университете — Pupils and school, students and universities 7
Власть в обществе — Authority and ruler 8

کارکردهای سرمقاله

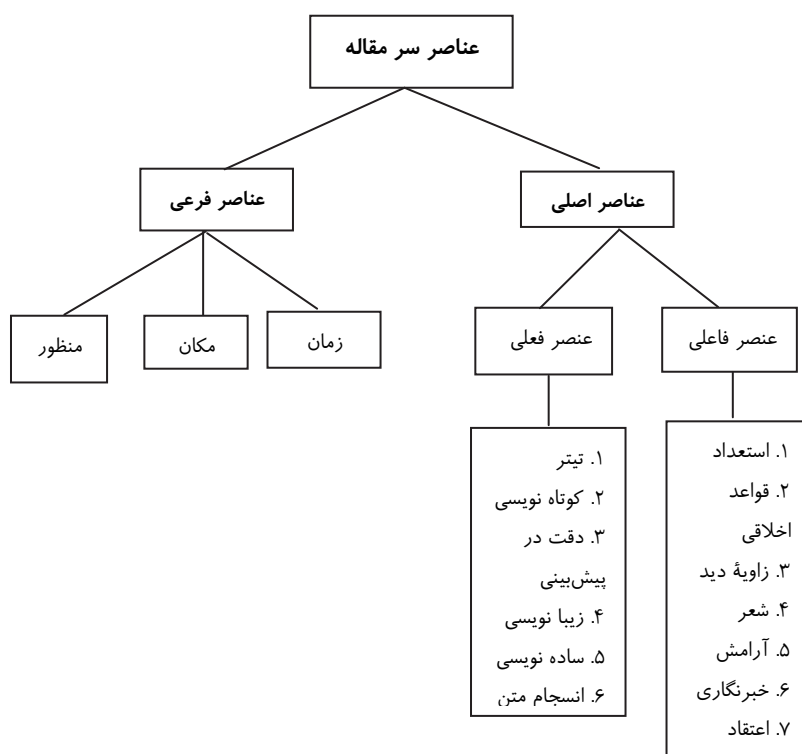
هر یک از بخش‌های گوناگون مطبوعات اعم از خبر، گزارش، نقد، ترجمه و... اثر مشخص و هدفی خاص را دنبال می‌کنند. این اهداف اصولاً تکمیل‌کننده، زیر مجموعه یا تقویت‌کننده یکدیگرند و در کل کارکرد یک رسانه را می‌سازند. در این میان سرمقاله‌ها ارائه‌کننده یکی از بیشترین و در عین حال خاص‌ترین و قابل توجه‌ترین کارکردها هستند که البته در برخی موارد دیگر حوزه‌ها را هم پوشانی می‌کند و در مواردی صرفاً نتیجه اثر سرمقاله‌اند، این شاخصه‌ها به قرار زیر هستند.

- سرمقاله همانند نیروی ایجاد تغییر و تحول
- سرمقاله به مثابه هنر
- سرمقاله به منزله رکن چهارم دموکراسی
- سرمقاله عامل انگیزش و ایجاد تفکر
- سرمقاله به عنوان ابزار تبلیغ
- سرمقاله به منزله روابط عمومی
- سرمقاله همانند ابزار آگاه‌سازی
- سرمقاله به عنوان یادمان‌نویسی

عناصر سرمقاله

سرمقاله‌نویسی قالب‌هایی فراوان و قاعده‌هایی مشخص دارد، رسانه‌ها بنابر ماهیت وجودی، هدفی که دنبال می‌کنند، گروه‌های مخاطب و همکاران تحریریه، سبک و فرم ویژه خود را دارند. رسانه‌ای که مدبرانه، عالمانه و خردمندانه پایه‌ریزی می‌شود پدیدآورندگان آن همخوانی، هماهنگی و توازن لازم را میان چهار مؤلفه ماهیت، هدف، مخاطب و هیئت تحریریه پدید می‌آورند. بنابراین، سبک در وسایل ارتباط جمعی بر فراوانی (کثرت) استوار است. چهار مؤلفه مورد اشاره، مثلاً در رسانه‌های مکتوب، نه تنها سرمقاله‌نویسی بلکه خبرنگاری، گزارش‌گری، ادبیات نوشتاری، شیوه‌های بهره‌گیری از تیترو لیدنویسی و دیگر بخش‌ها را تحت‌تأثیر قرار می‌دهند و به دنبال آن سبک رسانه را می‌سازند. قالب‌ها همواره پایدار و همیشگی نیستند. زیرا شرایط و زمان تغییر فرم را امکان‌پذیر می‌کنند، بنابراین همان‌گونه که هر نویسنده و هنرمندی سبکی مخصوص به خود دارد که می‌تواند با سیر زمان تغییر یابد، سبک رسانه‌ها هم می‌تواند دستخوش دگرگونی شود. سبک‌ها، فرم‌ها و قالب‌ها مرزهایی هستند که محدوده نوشتن را تعیین می‌کنند اما متر ارزش‌گذاری نیستند. به عبارت دیگر رویه سیاسی، ورزشی، فکاهی یا قس علی هذا نویسی مهم نیست این‌ها قالب هستند ولی مهم پای‌بندی به قاعده‌هاست که ملاک‌های ارزش‌گذاری‌اند (Тертычный, 2000: 139).

قواعد سرمقاله‌نویسی برپایه دو عنصر اصلی و سه عنصر فرعی استوار است. عناصر فاعلی و فعلی، اصلی و زمان و مکان و منظور، از جمله عناصر فرعی سرمقاله‌نویسی به‌شمار می‌آیند. عنصر فاعلی عامل انسانی‌ست؛ همان خالق اثر، نویسنده، روزنامه‌نگار یا به بیان مشخص‌تر سرمقاله‌نویس. این عنصر به سؤال چگونه بودن پاسخ می‌دهد. در پی یافتن صفات و ویژگی‌هایی‌ست که سرمقاله‌نویس را شایسته می‌سازد. عنصر دیگر سرمقاله‌نویسی عنصر فعلی‌ست که قاعده‌های علمی - هنری آن را تعیین می‌کند. عنصر فعلی به سؤال چگونه نوشتن پاسخ می‌دهد، عنصر فنی، تکنیکی و تخصصی‌ست و فن سرمقاله‌نویسی به‌شمار می‌رود. همان‌گونه که بیان شد، عناصر فاعلی و فعلی اصلی و زمان، مکان و منظور، عناصر فرعی سرمقاله‌نویسی هستند. شرایط زمانی، موقعیت مکانی و اهداف نوشتن، مواردی هستند که سرمقاله را تحت تأثیر قرار می‌دهند.



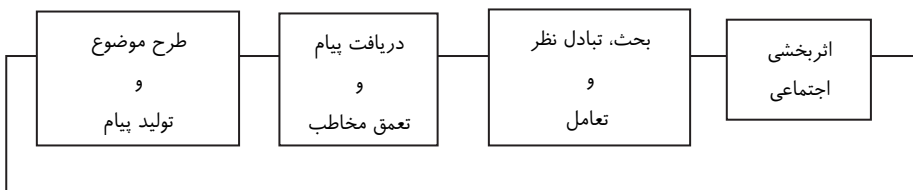
مدل زنجیره اثر سرمقاله

لازم به ذکر است که برگرفتن نام مدل "زنجیره اثر سرمقاله" فقط به دلیل موضوعیت داشتن با این مقاله است زیرا این مدل که توسط نویسنده ارائه شده است برای انواع گوناگون ارتباطات می تواند مصداق داشته باشد.

وسایل ارتباط جمعی، سازندگان یک فرایند هستند. این فرایند در چهار مرحله، چرخه‌ای را می سازد که آن را زنجیره اثر سرمقاله نام می نهم.

مراحل زنجیره بدین شرح است:

- تولید پیام یا طرح موضوع از سوی سرمقاله نویس
- دریافت پیام و تعمق مخاطب
- بحث، تبادل و تعامل
- اثربخشی اجتماعی



۱۳۸

۱. طرح موضوع

نگارش سرمقاله، تلنگری ذهنی است که سرمقاله نویس به جامعه می زند. طرح و ارائه موضوع است؛ موضوعی که الزاماً نوآوری نیست بلکه می تواند از داشته های اجتماعی نشئت بگیرد (Назайкин, 2004: 27). داشته هایی که نزد گروه های نخبه است و یا برعکس جنبه عمومی دارد و افکار عمومی با آن آشنایی ذهنی دارد. به طور مثال مواردی همچون قانون و دموکراسی از این جمله اند. کمتر کسی هست که به ضرورت وجود قانون در جامعه باور نداشته باشد. اما همین موضوع در ظرف زمان و مکان خاص یا در ارتباط با سوژه ای دیگر، موضوعیت طرح پیدا می کند که با توجه به زاویه دید طراح مسئله می تواند جذابیت عمومی پیدا کند. در عین حال عملکردهای فردی، گروهی، بین المللی یا حتی طبیعی نیز می تواند به طرح موضوع بینجامد. یک قرارداد بین المللی، عمل یک جنایت کار اجتماعی، حادثه ای غیرمترقبه، نارضایتی صنفی یا گروهی، مهاجرت پرندگان، مسائل زیست محیطی و بی نهایت موارد دیگر از این گونه هستند.

مسئله ای اساسی این است که روزنامه نگار چه طور می تواند دانش تولید شده در جامعه را عملیاتی کند و خواننده را در موقعیت عملیاتی آن دانش قرار دهد. به عنوان مثال همه ما می دانیم که دروغ گفتن بد است ولی ممکن است عده ای بگویند کسی که فیلسوف یا معلم اخلاق است، دروغ را نهی می کند، ولی وظیفه روزنامه نگار این است که در یک موقعیت اساسی به فرد نشان

بدهد که چرا دروغ بد است و چه تبعات و نتایج دارد. در این صورت نوشته روزنامه‌نگار حتی برای آن معلم اخلاق و فیلسوف جذاب است، هر چند حرفی اضافه بر گفتار فیلسوف یا معلم اخلاق نگفته است. به طور روشن باید گفت وقتی یک فیلسوف، فلسفه‌ای را بیان می‌کند، روزنامه‌نگار آن را عملیاتی می‌کند و برحسب موقعیتی که در جامعه پیش می‌آید می‌تواند یادداشتی بنویسد و از زاویه‌ای به موضوع نگاه کند که نشان دهد چرا دیدگاه آن فیلسوف درست است و اتفاقاً خود آن فیلسوف هم با لذت از آن مطلب استفاده می‌کند. در واقع مطلبی که روزنامه‌نگار گفته است، حلقه واسطی میان دانشمند و مردم است.

جرج بی. پاپل معتقد است:

هیچ قانونی وجود ندارد که سرمقاله‌ها باید به‌عنوان یک کلیشه و چارچوب نگاهی انتقادآمیز داشته باشند. در بسیاری از موقعیت‌های اجتماعی حوادث خوبی در برابر یک نویسنده قرار دارد. سرمقاله‌نویسانی که مضامین و مشکلات اجتماعی را موضوع کار خود قرار می‌دهند، مطلوب است رویدادهای مثبت و شادی که پیرامون آن‌ها اتفاق می‌افتد را نیز مورد بررسی قرار دهند. بنابراین می‌توان در مورد مسائل هنری یا تربیتی جوانان بحث کرد. راه‌اندازی یک ایستگاه قطار، تقدیر از مقاماتی که به وعده‌های خود در مقابل جامعه پای‌بند بوده‌اند، یا مسئولانی که برای پیشبرد اهداف اجتماعی و سیاسی از مسئولیت خود استعفا کرده‌اند می‌تواند سوژه یک سرمقاله باشد. حتی اگر شما با عقاید آن‌ها موافق نبوده‌اید.

۲. دریافت پیام و تعمق مخاطب

دومین مرحله از زنجیره اثر سرمقاله دریافت پیام و تعمق مخاطب است. دیک بنفیلد سرمقاله‌نویس آمریکایی، باور دارد:

سرمقاله خوب به افکار عمومی انگیزه تفکر می‌دهد یا حداقل افکار عمومی را برای گوش سپردن آماده می‌کند. در بعضی از موضوعات ممکن است بخشی از مردم ندانند واقعاً چه می‌خواهند و همچنین امکان دارد اهمیت بعضی از مسائل مورد توجه قرار نگیرد. دقیقاً تأکید روی این نوع مسائل، خدمت بزرگ یک سرمقاله نویس به جامعه است (Beyond, 2001: 14).

جی آمبروز که با بنفیلد در یک جبهه فکری است، اظهار می‌دارد:

انجام دموکراتیک امور در فضای دیالکتیکی، روندی است که ارزش‌های زیادی را در خود می‌پروراند. او که سرمقاله‌های خود را به‌طور معمول، در کمتر از چهارصد کلمه ارائه می‌کند، درباره کوتاه‌نویسی خود می‌گوید: با این شرایط، امیدواریم انتظارات مخاطبان را برآورده کنیم. حتی اگر خوانندگان سرمقاله‌های ما از مضمون نوشته‌ها راضی نشوند. دست‌کم درباره مسائل مطرح شده به تفکر خواهند پرداخت، یا درباره موضوعی که مدت‌ها، بدیهی تلقی و کمتر مورد سؤال واقع می‌شده است بیشتر تفکر و تأمل خواهند کرد و آن‌گاه به صحت و سقم سرمقاله‌های ما پی خواهند برد (Beyond, 2007: 17).

۳. بحث

سومین مرحله زنجیره اثر سرمقاله، مقوله "بحث" است. این مرحله با بحث‌ها و گفت‌وگوهای درون فردی آغاز و در نهایت نمود بیرونی می‌یابد. تعامل و تبادل نظرها در سطوح گوناگون پدید می‌آید. این سطوح می‌تواند دو یا چند سویه میان وسایل ارتباط جمعی، احزاب، گروه‌های نخبه، مسئولان حکومتی یا حتی سطوح بین‌المللی باشد. دقیقاً ماهیت همین مرحله است که به مطبوعات، "رکن چهارم دموکراسی" نام می‌دهد (Иррохороб, 2002: 30).

جرج بی. پایل، از سرمقاله نویسان صاحب نام، معتقد است:

سرمقاله خوب شرایطی فراهم می‌آورد تا درباره موضوع آن بحث و گفت‌وگو شود. هدف سرمقاله اقناع خواننده مردد و ایجاد همبستگی در افکار و ایجاد تضارب آراست.

او با اشاره به اینکه سرمقاله خوب آشکارا از یک فلسفه و جایگاه مشخص، دفاع و جانبداری می‌کند، می‌افزاید:

فرهنگ مغرب زمین، مدت زمانی طولانی به این مسئله پرداخته است که بهترین روش برای دستیابی به حقیقت بحث و گفت‌وگوست و عمدتاً از طریق طرح مسائل در مجالس، پارلمان‌ها و... می‌توان به این مهم دست یافت. این شیوه رهنمودهای لازم را در اختیار مقامات و مسئولان عهده‌دار هدایت جامعه قرار می‌دهد. سرمقاله‌ها می‌توانند خوانندگان خود را به اندیشیدن ترغیب کنند و آنان را به عنوان شهروندانی اندیشه‌ورز و فهیم حتی اگر با محتوای سرمقاله موافق نباشند در مقام نقادی قرار دهند. همان گونه که هاملت می‌گوید: «نمایش آن است که وجدان شاه را به دام اندازد».

بی. پایل عنوان می‌کند:

گزارش‌های خبری اغلب مسیر مشخصی را دنبال می‌کنند؛ از موضوعی به موضوع دیگر ختم می‌شوند. اما سرمقاله‌ها، برعکس با تأکید بر اهمیت موضوع بحث، آغاز می‌شوند، با استدلال و استنتاج به مرحله میانی بحث می‌رسند و با بازگشت به موضوع بحث خاتمه می‌یابند. بنابراین می‌توان گفت سرمقاله‌ها اغلب از جایی که پایان می‌پذیرند آغاز می‌شوند.

او تأکید می‌کند که سرمقاله یک بحث است (Beyond, 2007: 11).

یک بخش مهم در سرمقاله پاراگراف یا جمله آخر یادداشت، است. یک یادداشت خوب در آخر معمولاً باید با یک ضربه تمام شود. پاراگراف آخر یادداشت معمولاً یک فراز دیگری است. یعنی نقطه اوج یک یادداشت است، شاید یک یادداشت خوب، تیتراش از جمله آخرش انتخاب شود.

هنگامی که سرمقاله به عنوان یک بحث اجتماعی مطرح می‌شود، طبیعی است که سرمقاله‌نویس شایسته است خود را به اصول بحث کردن، مقید بداند. اصلی‌ترین اصل بحث به

رسمیت شناختن حقوق دیگران است. جالب آنکه نخستین نافع چنین تقیدی شخص سرمقاله نویس است زیرا به این وسیله رضایت درونی و اعتبار حرفه‌ای خویش را افزایش می‌دهد. یکی از مسائلی که در یادداشت نویسی خیلی اهمیت دارد، این است که هر لحظه که می‌نویسید باید این قدرت را داشته باشید که خود را جای مخاطب قرار بدهید. آن هم انواع مخاطب، هم مخاطبی که همفکر توست، هم آن، که مخالف است. یادداشت نویس بد، یادداشت نویسی ست که فکر می‌کند چون خودش این‌طور می‌فهمد، همه هم این‌طور می‌فهمند. یادداشت نویس خوب، کسی ست که دقیقاً همان لحظه برود جای مخالفش قرار بگیرد و فکر کند او در حال حاضر از این نوشته چه برداشت می‌کند؟ یادداشت‌نویس باید تندترین انتقاد ممکن را، خودش به یادداشت بکند (رهبر، ۱۳۸۱: ۲۷).

جرج بی پایل می‌نویسد:

برای اعتبار حرفه‌ای خود و صلابت بحث‌ها باید حقوق طرف‌های دیگر بحث را مد نظر داشته باشید، این عمل باعث می‌شود تا خواننده احساس کند که موجودیت طرف‌های دیگر بحث به رسمیت شناخته شده و خواسته‌های آنان در سرمقاله در نظر گرفته شده است.

همان‌گونه که در ابتدا آمد خاطر نشان می‌کنم بحث می‌تواند نمود بیرونی نداشته باشد و تنها درون فردی باشد.

برنارد استاین سردبیر ریور دیل پرس در نیویورک اظهار می‌کند:

من امیدوارم خوانندگان در ذهنشان با من بحث کنند. من میل دارم که افکار مردم را تغییر دهم. اما آن چه مهم است آن که آنها تفکراتشان را مهم تلقی کنند و برای دست آوردهای فکری خود اهمیت قائل شوند (Beyond, 2007: 13).

۴. اثربخشی اجتماعی

سرمقاله نوشته می‌شود تا اثر بگذارد. هر چند هر یک از مراحل پیشین چرخه هم می‌تواند از جمله اهداف مهم مورد نظر سرمقاله‌نویس باشد؛ اما اگر چهارمین مرحله را کالبد شکافی کنیم در می‌یابیم که پیام موجود در متن، این قابلیت را دارد که واکنش‌ها و اثرهای زیر را داشته باشد.

۱. رها شدگی

۲. بازتابی با حالت‌های تشدید یا تضعیفی

۳. پذیرش

۴. انتقال با حالت‌های تشدید یا تضعیفی

با بیان این نکته که هر یک از چهار مورد بالا بر محور حداقلی - حداکثری حرکت می‌کند ضرورت دارد بدانیم پس از مرحله بحث، سرمقاله می‌تواند با پذیرش مخاطب شکل عملیاتی به خود بگیرد. هم‌چنین اگر از توان و ظرفیت مطلوب برخوردار باشد، کارآمدتر عمل کند و به

مخاطب یا مخاطبان دیگر منتقل شود در این صورت گسترش حوزه اثر سرمقاله را به دنبال خواهد داشت.

اما این امکان نیز وجود دارد که حالت رهاشدگی داشته باشد به عبارت دیگر به دلیل عدم برخورداری از کارکردهای اقناعی و جذابیت‌های لازم متوقف شود. در این هنگام به سان گلوله رها شده از توپ جنگی است که به هدف نرسیده می‌افتد. برخی اوقات نیز سرمقاله، با واکنش‌های ایستایی - منفی روبه‌رو می‌شود و حالت بازتابی پدید می‌آید.

واکنش مورد اشاره می‌تواند از سوی دیگر رسانه‌ها، نهادهای مدنی، مسئولان یا توده‌ها باشد. بازی تیس را در نظر بگیرید. سرمقاله‌ای که اثر بازتابی با واکنش‌ایستایی - منفی دارد همانند توپ تیس است که به دلیل پرتاب نامناسب به تور زمین اصابت می‌کند و برای بازیکن نمره منفی می‌سازد.

می‌توان گفت: هر روزنامه تیری است مانند تک‌تک کلماتی که در آن درج است؛ تا منتشر (پرتاب) نشده باریکه چوبی، نی‌ای یا تراشه فلزی بیش نیست و قدر و اندازه ندارد، اما چندان که پرتاب (منتشر) شد، نمی‌تواند راهی نگشاید، جانی نگیرد و اثری نبخشد، پس قدری دارد و اندازه‌ای و پرتاب می‌شود به قصد اثرگذاری، از آن‌ها که کمان می‌کشند، کمتری به قصد مادی این رنج را بر خود هموار می‌کنند، بیشتری را در سر هوایی متعالی است.

آن تیر که روزنامه باشد، کارها می‌آید، گاه چون بهرام با آن دست آهوپی را بر گوشش می‌دوزند، گاه چون آرش، جان بر سر آن می‌نهند و محروسه سرزمینی را گسترش می‌دهند، گاه بر آن پرتاووسی مزید می‌کنند تا بر درختی بنشیند و پیام عشقی برساند، گاه نیز به زهرش آب می‌دهند ... کلماتی که در آن درج است به قاعده مناسب آن کاری است که برایش ساخته شده، گاه از آن کینه می‌بارد و آتش می‌افروزد، گاه به غزلی می‌ماند شور آفرین، گاه حماسی و غرورانگیز است و گاه سرد و نفرت خیز. اما به هر حال و هر چه باشد، تیر را آیین این است که برجایی فرو رود و اثری بگذارد. پس باید نوک تیزی داشته باشد.

نازک تن و سخت‌جان باشد و به سبکی و روانی از هوا گذر کند. یا به فرموده مولانا دم سخت گرم داشته باشد که به جادویی و افسون بزند گره بر آتش و ببندد او هوا را. در این تمثیل، آن نوک تیز که تیر را در هوا آسان عبور می‌دهد و در هدف آسان می‌نشانند و چیزی می‌تواند بود؛ یکی عنوان اصلی روزنامه و دیگری سرمقاله، یا هر چه‌اش نام بنهیم.

عنوان اصلی که مهم‌ترین خبر، گزارش یا واقعه روز است در این زمین و در این زمان چندان تیز نمی‌تواند بود و در بیشتر مواقع با تیرهای دیگری که رها می‌شود یکی‌ست و کمتر رخ می‌دهد که مخصوص و یگانه باشد.

... به این ترتیب عنوان اصلی روزنامه آن تیزی نیست که تیر را مشخص می‌کند و این وظیفه می‌ماند برای سرمقاله (یا هر چیز دیگرش که بخوانند)، که حتی اگر موضوع آن با

روزنامه‌های دیگر یکی باشد، محتوا و پیامش یکی نیست. کدام دو نظری ست که کاملاً با هم برابر باشد و به یکسان استدلال کند و بیان شود؟
... به باور من، روزنامه‌ای که سرمقاله ندارد تیری ست که ناوک ندارد و از دید خوانندگان مانند دهانی ست که دندان‌های نمایشی پیشین آن افتاده است، جای خالی آن همیشه پیداست (رهبر، ۱۳۸۱: ۱۳).

زنجیره اثر سرمقاله در سه موقعیت

چهار بخش زنجیره سرمقاله که عبارت بودند از طرح موضوع، به اندیشه واداشتن مخاطبان، بحث، تولید فکر و اثر و عمل در شرایط خاص زمان و مکان این ظرفیت را دارند که در سه موقعیت قرار گیرند. سه موقعیت مورد اشاره عبارت‌اند از: ۱. توقف ۲. زایش ۳. جهش یا موتاسیون. البته قابلیت قرارگیری در دو یا سه موقعیت همزمان نیز برای چرخه وجود دارد.

۱. توقف

ایستایی دینامیک زنجیره اثر سرمقاله، تحت تأثیر عوامل بیرونی و درونی موقعیت "توقف" نام دارد. به عنوان مثال چرخه زنجیره، ممکن است بین مراحل تولید فکر و اثر و عمل با انسداد روبه‌رو شود، در حد تثویک باقی بماند و متوقف شود و به عبارتی به مرحله عملیاتی نرسد. طبیعی ست که زمینه‌ها و عوامل گوناگون فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی می‌تواند در این خصوص دخیل باشد. میزان و سطح خواست‌ها و نیازهای عمومی، ناسازگاری و ناهمگونی با ساختار جامعه، سدسازی نیروهای مخالف یا حتی تولید یا تولد فکری پرتوان‌تر از فکر موجود در زنجیره ... این قابلیت را دارد تا دینامیک چرخه را متوقف کند.

۲. زایش

تبلور و ایجاد موضوع جدید از بطن مباحث مورد طرح در زنجیره اثر سرمقاله زایش نام دارد. موضوع جدید به نوبه خود زنجیره نوینی پدید می‌آورد، این زنجیره یا باعث تقویت چرخه اولیه می‌شود یا به صورت موازی ولی متفاوت با آن حرکت می‌کند. زنجیره جدید همچنین ممکن است به عنوان عامل بازدارنده عمل کند و ادامه داد و دهش فرایند اولیه را مختل سازد.

۳. جهش یا موتاسیون

جهش یا موتاسیون عاملی ست که باعث طی نشدن یا کامل طی نشدن یک یا چند مرحله در زنجیره اثر سرمقاله می‌گردد (رستگار، ۱۳۸۸: ۲۹). به عبارت دیگر جهش بستر ساز گذر از یک مرحله به مرحله دیگر بدون گذراندن مرحله یا مرحله‌های میانی ست. جهش مثبت، کارکردهای اجتماعی مطلوب در پی دارد و جهش منفی در نقطه مقابل آن. ضمن مثال یک رخداد اجتماعی به موضوع مورد طرح در سرمقاله‌ها تبدیل می‌شود. موضوع بالا در صورت مغایرت با

خواست‌های بخشی از حوزه‌های قدرت در اجتماع، ممکن است با واکنش آنان روبه‌رو شود. واکنش مورد اشاره با نوع موضوع و شدت مغایرت آن با خواست‌های قدرت نسبت مستقیم دارد، هر چه این مغایرت معنی دارتر باشد، تصمیم‌های انفرادی و درون گروهی خود را بیشتر نشان می‌دهد. در نتیجه بدون گذر از مرحله بحث بازتاب عملی موضوع، هویت پیدا می‌کند.

۱۰۱ راهکار برای سرمقاله نویسی

برای محقق شدن مطلوب کارکردهای سرمقاله نویسی براساس عناصر فاعلی، فعلی و زمان و مکان و منظور شیوه‌های عملی نیاز است. راهکارهایی که در ادامه برای سرمقاله نویسی و یادداشت نویسی ارائه می‌شود حاصل اندیشه‌ها و تجربه‌های استادان دانشگاه و سرمقاله نویسان مطرحی هم‌چون ریچارد آرگود، نانسی کیو. کیف، فرانسیس ال. پاش، جی بوک من، جرج بی. پایل، پل گرین‌برگ، مگ دونی، رونالد دی. کلرک، لیرد بی. آندرسون، سوزان آلبرایت، لی نل جی. برکت و دیگر پژوهش‌های نگارنده است. این راهکارها می‌کوشد تا شیوه‌های عملی سرمقاله نویسی را ارائه کند.

۱. سرمقاله‌ای که دارای چارچوب منطقی‌ست باید حرفی برای گفتن داشته باشد و خط‌مشی مشخصی را دنبال کند. بنابراین مطلوب است آن‌گاه دست به قلم برد که حرفی برای گفتن وجود دارد.

۲. روش‌های متنوع و متفاوت نشانگر توانمندی سرمقاله نویس است.

۳. تلاش برای نوشتن واضح، قابل لمس و مستند با تکیه بر ویژگی‌های مکان، زمان و زبان هر ناحیه، اجتناب ناپذیر است.

۴. باید در مورد سرمقاله‌ها فکر کرد و به ایده‌ها اجازه فرار داد.

۵. هنگام نوشتن، تصاویر واقعی را ارائه دادن و در مورد شخصیت‌ها اغراق نکردن از جمله بایدهای سرمقاله نویسی است.

۶. نوشتن زمانی ارزش واقعی خود را به دست می‌آورد که مورد بازبینی و بازنویسی قرار گیرد. بنابراین نباید هیچ نظری را کوچک پنداشت و سرمقاله‌ها را از نعمت شنیده شدن و دیده شدن توسط دیگران محروم کرد. این عمل کمک می‌کند تا سرمقاله‌ها مورد تجدیدنظر قرار گیرند.

۷. با احساس نوشتن و با دلیل آن را ویراستاری کردن به غنای متن می‌انجامد.

۸. هرچند باید موضوع سرمقاله را ارزیابی کرد و تا می‌توان اطلاعات به دست آورد ولی نباید خواننده را با اطلاعات اضافی کلافه کرد.

۹. زمان نوشتن را مشخص ساختن و این زمان را حتی از زمان فکر کردن روی موضوع سرمقاله منفک ساختن کمک می‌کند تا وقتی از شبانه‌روز برای اندیشیدن اختصاص داده شود.

۱۰. روی مسائل و نکات مهم سرمقاله تمرکز کردن و موضوعات کم‌اهمیت را به آینده موکول ساختن بیانگر مدیریت سرمقاله نویس است.

۱۱. نباید در غلط‌گیری نوشته‌ها تردید کرد حتی در مواردی که ضرورت خاصی ایجاب نمی‌کند. تا جایی که همیشه سرمقاله کامل شده را به‌عنوان یک چرک‌نویس تلقی کرد.
۱۲. هر چیزی در زندگی پتانسیل یک دانه را دارد. ایده‌ها ارزش اهمیت دادن را دارند. حق دارند تا به رشته تحریر درآیند و ارزیابی شوند ولی نباید روی شخصیت و زندگی افراد تأکید کرد و در حوزه مسائل خصوصی آنان وارد شد.
۱۳. تیر و عنوان سرمقاله بسیار اهمیت دارند. این مسئله همان قدر مهم است که محتوای سرمقاله دارای اهمیت است.
۱۴. سوژه‌ها براساس دیدگاه‌های سرمقاله نویس با مفاهیم و دیدگاه‌های گوناگون گره می‌خورند و پرورش می‌یابند اما مهم است که دیدگاه‌های شخصی سرمقاله‌نویس را انعکاس دهند و محصول تجربه انحصاری، شناخت، خردمندی و اندیشه او باشند.
۱۵. شادمانه‌نویسی در سرمقاله‌ها را نباید از یاد برد بلکه باید جذابیت‌ها و کش‌های عاطفی و روانی را در قالب سرمقاله به خوانندگان منتقل نمود.
۱۶. سرمقاله نویس خوب با هدف و انگیزه ایجاد یک شاهکار دست به قلم می‌برد. خویشتن خویش را وقف نوشتن سرمقاله می‌کند. باور دارد می‌تواند یکی از مطرح‌ترین سرمقاله‌نویسان دنیا شود ولی هیچ‌گاه سرمقاله را با این استدلال که اگر من ننویسم دیگران خواهند نوشت، به رشته تحریر در نمی‌آورد.
۱۷. مطالعه مقالات و مطالب نویسندگان مورد علاقه سرمقاله‌نویس و به ذهن سپردن آن‌ها شیوه کارآمدی برای برخوردار شدن از متن‌های رضایت‌بخش است.
۱۸. لذت بردن از سرمقاله‌نویسی پدید آورنده نوآوری در این حوزه است. فقدان احساس فوق نیازمند خودبازبینی است.
۱۹. سرمقاله‌ها نباید صرفاً بسط خبری باشند؛ بلکه باید متفکرانه بوده و واقعیت‌ها را همانند دکل کشتی نشان دهند. تمام ساختار سرمقاله می‌بایست سازمان دهنده عنصر تفکر باشد. اگر سرمقاله با یقین نوشته شود خواننده حتی اگر موافق مطلب هم نباشد در اشراف و اعتقاد سرمقاله‌نویس بر مسائل اذعان و اعتراف می‌کند.
۲۰. برای مسائل محلی اولویت قائل شدن و در مورد آن‌ها راهکارهای اندیشه‌مندانه ارائه دادن، ضروری است.
۲۱. نباید از دروغ استفاده کرد و به فریب تمسک جست. ادب نوشتاری، کمال سرمقاله است و راستی نشانه سلامت آن، عروس نوشته‌ها، نوشته پاک است و پرستار این عروس، ذهن سالم. مهم‌ترین قانون سرمقاله‌نویسی این است: احترام به همه.
۲۲. سرمقاله‌نویس بدون داشتن دید و تحلیل کلان هویت ندارد. باید افق دید داشت مهم نوع دید نیست، مهم وجود آن است.
۲۳. مطالعه سبک‌های داستان‌نویسی، سرمقاله‌نویس را توانمند می‌سازد.

۲۴. تشریح مسائل را نباید متوقف کرد. اگر چنین امکانی فراهم نیست و باید پیرامون مسئله‌ای مبهم بحث کرد می‌توان با اشاره‌هایی خاص در مورد آن اظهارنظر نمود. در غیر این صورت بهتر است مسئله مبهم را حذف و یا آن را به وقتی دیگر واگذار کرد.
۲۵. بایسته است بارهای اضافه بیرون ریخته شود؛ بار اضافه حرکت کاروان را کند می‌کند. شایسته است عبارت‌های اضافه از نوشته‌ها حذف و عبارت‌های بی‌معنی کنار گذاشته شوند. البته نه به حدی کوتاه که مطلب را نرساند.
۲۶. بهترین سرمقاله‌ها، مفاهیمی را که خواننده می‌داند برایش برجسته، قاعده‌مند و آشکار می‌کند از سوی دیگر سرمقاله‌نویس باید قادر باشد تا دانش تولید شده در جامعه را عملیاتی کند و خواننده را در موقعیت عملیاتی شدن آن دانش قرار دهد. به عبارت دیگر عمومی کردن دانش و مشکلات.
۲۷. سرمقاله متزلزل نامفهوم و گنگ است.
۲۸. شعر خواندن برای سرمقاله‌نویس لازم است، مهم نیست از چه نوعی، شعری که او را راضی کند. شعر گوش را پرورش می‌دهد، جان را حیات می‌بخشد و به نوشته‌ها روحیه زندگی عطا می‌کند. مهم‌تر از همه آن‌که چون موزون است، نوشتار را موزون می‌سازد.
۲۹. سرمقاله‌نویسانی که با علاقه و دوستانه به مسائل جهانی و جهانیان می‌نگرند، درمی‌یابند که گویی جهان نیز علاقه‌مند است تا مطالب آن‌ها را بشنود. بنابراین سرمقاله نویسنده جهانی و انسانی فکر می‌کند.
۳۰. پذیرفته نشدن سرمقاله‌ای که نوشته شده، یک آموزش است. زیرا سرمقاله‌نویسی همانند راه رفتن است ابتدا باید خزید، چهار دست و پا رفت، ایستاد، آنگاه قدم برداشت و در این گذار چندین و چندبار زمین خورد.
۳۱. ضمن تقویت قدرت توجه و تمرکز بر روی سوژه‌ها ضروری است تا حوزه مطالعاتی و تخصصی خاصی را انتخاب کرد.
۳۲. سرمقاله خوب قادر است بر نگاه خوانندگان نسبت به ساختار قدرت سیاسی تأثیر بگذارد.
۳۳. می‌توان هزاران سرمقاله با موضوعات مختلف نوشت اما مطلوب آن است که اگر تمام آن‌ها بررسی شوند گویای یک یا چند پیام واحد باشند.
۳۴. برای فراموش نکردن ایده‌ها مطلوب است همواره آن‌ها را یادداشت کرد.
۳۵. خبرنگاری ضرورت سرمقاله‌نویسی نیست، اما کوتاه‌ترین، اصلی‌ترین و تخصصی‌ترین مسیر برای رسیدن به قلمرو روزنامه‌نگاران حرفه‌ای است.
۳۶. سرمقاله‌نویس حرفه‌ای خطوط قرمز موجود در جامعه را به لحاظ صوری و شکلی رعایت می‌کند ولی از نظر محتوایی از آن‌ها رد می‌شود.
۳۷. رخدادهایی که رخ داده، وقایعی که در حال وقوع است و رویدادهایی که روی خواهد یافت، سوژه‌هایی هستند که سرمقاله‌نویسان نسبت به آن‌ها اظهارنظر می‌کنند. اما از این میان

اظهار نظر نسبت به رویدادهایی که روی خواهد یافت، نسبت به دو مورد دیگر به گونه‌ای فنی‌تر و تخصصی‌تر است. راز پیش‌بینی‌های درست سرمقاله‌ها در ماهرانه عنوان کردن آن‌ها نهفته است. می‌توان از واژگانی هم‌چون ممکن است، احتمال دارد، به نظر می‌آید، در صورت خواست اراده‌های معطوف به قدرت و ... استفاده کرد و سپس درباره آینده اظهار نظر نمود و هیچ‌گاه با قطعیت از فردا سخن نگفت.

۳۸. زیبایی مفهوم و بیان، رخدادهای احساسی در درون خواننده ایجاد می‌کنند. احساس خوب لذت بردن از متن و رسیدن به سرمستی درونی. برای رسیدن به چنین نوشتاری می‌توان به این موارد توجه کرد: خواندن متن‌های زیبایی که با آن‌ها احساس نزدیکی شود، گسترش دایره واژگان، بهره‌گیری از نقل قول‌ها، شعر، طنز، امثال و حکم، خاطره، رعایت دستور زبان، توجه به رسم الخط واحد نشریه و مستندنویسی.

۳۹. گاهی اوقات پیچیده کردن یک موضوع، واکنش دفاعی برای پنهان ساختن کم‌توانی یا نداشتن توانمندی در حل مسئله است. نوشته ساده، روان و پرمحتوا، طبله عطار است و متن پرمطراق و پیچیده اما گنگ و خالی از معنا، طبل غازی.

۴۰. سرمقاله خوب، از متن و معنای منسجم، متوازن و یکپارچه برخوردار است. به عبارت دیگر انسجام ارتباطی اجزا با یکدیگر از جمله متن با سوژه و مفهوم ضروری است.

۴۱. برای تیت زدن سرمقاله می‌توان به این نکات توجه کرد: کوتاهی و اختصار، خودداری از بهره‌گیری حروف اضافه در ابتدای تیت، استفاده نکردن تیت‌های پرسشی، پرهیز از واژگان تکراری، انتخاب فعل مناسب، در برداشتن چکیده مهم‌ترین پیام، بهره‌گیری از عبارات متداول، خودداری از شکستن واژه‌ها، ضربه‌آهنگ قوی، روانی و سادگی، فونت زیبا، واژه‌های هماهنگ، استقلال از متن، صداقت مفهومی، وضوح و روشنی، پرهیز از توهین و به کار نبردن پیام‌های منفی.

۴۲. مهم نیست سوژه چگونه و از کجا انتخاب می‌شود ولی بسیار مهم است که در آن حوزه پس‌زمینه ذهنی و تحلیلی داشت.

۴۳. ممکن است سوژه قدیمی باشد. مسئله‌ای نیست. مهم این است که با زاویه دید تازه به گونه‌ای به آن پرداخته شود که افق دید جدیدی به روی خواننده باز کند.

۴۴. هنر یک سرمقاله‌نویس عمومیت دادن به یک سوژه خاص است. به گونه‌ای که تمامی مخاطبان، آن موضوع را مسئله خود بدانند

۴۵. به دانش عمق بخشیدن و به تجربیات وسعت دادن، سرمقاله‌ها را غنی می‌سازد.

۴۶. به فهم مخاطب احترام گذاشتن و او را آگاه دانستن زمینه‌ساز رشد است.

۴۷. وقتی هدف سرمقاله مشخص شد آنگاه باید کوشش شود تا در طول نگارش متن از آن فاصله گرفته نشود.

۴۸. ارتباط دو یا چندسویه با مخاطبان یک ضرورت است.

۴۹. دربارهٔ بخش‌های مختلف سرمقاله از سوژه و تیتراژ متن و نتیجه‌گیری، نظر همکاران را جویا شدن یکی از راه‌های پیروزی است. بزرگ‌ترین محدودیت برای سرمقاله‌نویسی داشتن دیدگاه‌ها و نگرش‌های کلیشه‌ای و تعصب‌آمیز است. همیشه باید آمادهٔ شنیدن بود خصوصاً صدای مخالفان.

۵۰. توانایی خود را در جایگاه مخاطب گذاشتن و به این باور رسیدن که در مطلوب‌ترین حالات فقط بخشی از حقیقت در دست ماست، یک موفقیت است.

۵۱. سرمقاله‌نویس فقط یک سرمقاله‌نویس است نه حاکمی که امر کند و دیگران سر تعظیم فرود آورند.

۵۲. اگر سرباز دلیر آمادهٔ رزم است، سرمقاله‌نویس با تجربه آمادهٔ نقد شنیدن است. فضای سایر امکان بسیار خوبی برای این مهم است نباید خود را از آن صداها محروم کرد.

۵۳. غرور و تکبر و عدم پابندی به اصول اخلاقی، سرمقاله‌نویس را به حاشیه می‌کشاند.

۵۴. اگر سرمقاله‌ای نویسنده‌اش را راضی نکرد دیگران را هم راضی نخواهد کرد. مطلوب است از چاپ آن پرهیز شود.

۵۵. مردم سرمقاله‌های خوب را می‌شناسند. از میزان ارتباط و بازخوردها می‌توان کیفیت کارها را ارزیابی کرد.

۵۶. قرار نیست با یک سرمقاله تغییرات بنیادین ایجاد شود.

۵۷. هر سرمقاله، سرمقالهٔ دیگر نویسنده‌اش را تکمیل می‌کند و هر سرمقاله‌نویس کار سرمقاله‌نویس دیگر را. پس نباید نگران نتیجه بود. نوشتن اولین پیروزی است.

۵۸. بنیان‌های اصلی هر سرمقاله نگرش‌های منطقی حاکم بر آن است.

۵۹. سرمقاله‌نویس حرفه‌ای سرمقالهٔ بی‌نام نمی‌نویسد زیرا گمنامی مجوز بی‌مسئولیتی است.

۶۰. شایسته نیست فقط به دلیل مسائل مالی همکار یک رسانه شد.

۶۱. شناخت ساختار و شخصیت جامعه و بررسی تنوع دیدگاه‌ها با توجه به سن، جنسیت، موقعیت سیاسی، اجتماعی و جغرافیایی پیش نیاز سرمقاله‌نویسی است.

۶۲. ممکن است همزمان که جامعه نسبت به موضوعی مشتاق است سرمقاله‌نویس از آن موضوع خسته باشد، در این صورت یافتن دریچه‌ای جدید برای ورود به بحث چاره‌ساز است.

۶۳. عدالت در نوشتار اصل است. سرمقاله‌نویس باید این زمینه را داشته باشد که بی‌عدالتی او را به گریستن وادارد.

۶۴. شناخت خطوط قرمز مهم است. باید به گونه‌ای نوشت که همواره نویسنده بود.

۶۵. شیوهٔ رویارویی با خطوط قرمز مهم‌تر از حذف آن‌هاست. دو گام جلو یک گام عقب.

۶۶. سیاست راه پرخطری است باید در ابتدای راه به عواقب آن اندیشید و خود را برای سخت‌ترین شرایط محک زد. هدف مشخص داشتن کمک مؤثری در این زمینه است.

۶۷. بیش از آن که متعهد بودن به روزنامه مهم است، تعهد داشتن به خوانندگان اهمیت دارد.
۶۸. شاید سرمقاله نویسنده در آینده نسبت به سرمقاله‌ای که نوشته است، انتقاد داشته باشد و آن را نقد کند اما در ظرف زمان و مکان باید نسبت به آنچه می‌نویسد، ایمان داشته باشد.
- بنابراین هرگاه نسبت به موضوعی تردید احساس شد بهتر است از نوشتن اجتناب کرد.
۶۹. سرمقاله به همان نسبت که اطلاع‌دهنده است، تعهد دارد آگاهی بدهد و خواننده را به شور وادارد و احساس‌آفرین باشد.
۷۰. سال روزهای تاریخی پتانسیل قوی برای به روزسازی دارند. نباید به سادگی از کنار آن‌ها رد شد زیرا سوژه‌های مطلوبی در دل آن‌ها نهفته است که توان شورآفرینی دارند.
۷۱. تجارب شخصی پتانسیل خوبی برای سوژه شدن دارند، زیرا حس و درک بهتری به خواننده می‌دهند.
۷۲. تکیه سرمقاله باید روی یک موضوع مشخص باشد و از پرداختن به چند موضوع در یک سرمقاله پرهیز شود.
۷۳. مشکل‌ترین قسمت یک سرمقاله شناخت موضوع است.
۷۴. ضرورتی ندارد همیشه جدی بود. طنز ضمن اینکه از تازگی و بداعت برخوردار است، سرمقاله را ساده، پخته و جذاب می‌کند. بعضی اوقات یک تبسم ناشی از شناخت و آگاهی، به زیبایی از ته دل خندیدن است.
۷۵. ممکن است از حکایت، ضرب‌المثل، نشانه، شعر و صنایع ادبی استفاده شود اما مهم است که این موارد و دیگر اجزای سرمقاله در خدمت یک ایده باشند؛ ایده‌ای که سرمقاله براساس آن خلق شده است.
۷۶. راز سرمقاله‌نویسی توجه به واقعیت‌هاست. همان‌گونه که سیلی انسان از هوش رفته را هوشیار می‌سازد سرمقاله نیز نقش بیدارسازی جامعه را دارد.
۷۷. سوژه مطلوب همانند بذر خوب است. ولی همان‌گونه که استفاده از بذر خوب در زمان، مکان و موقعیت نامناسب مثمرتر نخواهد بود، نابه‌جا پرداختن به یک سوژه خوب نیز یعنی نابود ساختن آن.
۷۸. سرمقاله‌نویس کارآمد، عمیقاً مسائل را بررسی، حقایق را تجزیه و تحلیل و راه‌حل‌های مناسب پیشنهاد می‌کند.
۷۹. متن دقیق و مشخص اهمیت موضوع را به خواننده نشان می‌دهد.
۸۰. انتقال احساس در سرمقاله‌نویسی بسیار مهم است. متنی که احساس برانگیز نباشد کسل‌کننده است. بهترین نوشته‌ها دست‌آورد و نتیجه انگیزه‌های احساسی هستند.
۸۱. یک سرمقاله خوب توان تحریک اذهان عمومی را دارد.
۸۲. شیوه‌های ارتباطی با مخاطبان اعلام شود.

۸۳. هرچند قانون نیست، ولی مطلوب است صبح‌ها برای نوشتن و عصرها برای مطالعه و تحقیق اختصاص داده شود.

۸۴. مدیریت زمان برای یک سرمقاله‌نویس اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد. باید دانست در هر لحظه چه سوژه‌ای را می‌توان رها کرد و کدام موضوع ضرورت پرداختن دارد.

۸۵. موهبت حضور در جامعه و صحنه‌های مختلف رخداد‌های اجتماعی را نباید از دست داد. محصور شدن در اتاق سردبیری، همانند گذاشتن گوشت در داخل یخچال خاموش است. دیدن یک سوژه از سوی سرمقاله‌نویس، همان‌قدر با توصیف دیگران از آن سوژه متفاوت است که نوشتن یک نقد سینمایی بعد از دیدن همان فیلم با نقد یک فیلم براساس ارزیابی دیگران.

۸۶. تغذیه خوب حمایتگر هر استعدادی است. صبحانه مقوی و ناهار سبک بهره‌وری را به میزان زیادی افزایش می‌دهد خصوصاً اگر با ساعت بدن هماهنگ باشد.

۸۷. تعلل، دزد زمان است. نه همانند برخی‌ها برنامه‌ریزی‌های بیش از حد فشرده و ایدئالیستی داشت نه بدون برنامه روز را گذرانند. زیرا هر دو مورد تعلل‌آفرین است. حتی نوشتن هم می‌تواند عامل تعلل و دست‌دست کردن شود. هرچند نوشتن یک جزء واقعی از زندگی سرمقاله‌نویس است، اما نباید زندگی او را در کنترل بگیرد.

۸۸. سرمقاله‌نویس چند روزنامه بودن مسئولیت‌پذیری را کاهش می‌دهد.

۸۹. مطلوب است اجازه دهیم تا مغز با انجام کارهای مکانیکی همانند رانندگی کمی استراحت کند. می‌توان از زمان پایانی روز برای رهایی از میز و کیبورد و تلفن استفاده کرد. یک نوشیدنی در یک مکان عمومی، قدم زدن و یا ۱۰ دقیقه دراز کشیدن در یک محیط آرام می‌توانند گزینه‌های مطلوبی باشند.

۹۰. به‌جاست سرمقاله‌نویس اعتبار، وزن و جایگاه خود را در جامعه بسنجد و بر همان اساس بنویسد.

۹۱. سرمقاله خوب از توان اقناعی لازم برخوردار است. اقناعی که در بستر بحث و گفت‌وگو و ترغیب‌سازی شکل می‌گیرد و در مسیر حقیقت‌شناسی حرکت می‌کند.

۹۲. یکی از کارکردهای ویژه سرمقاله تغییر و تحول است. مقدمه آن نیز آماده‌سازی فکری مخاطبان است.

۹۳. موجودیت مخاطب مخالف خود را به رسمیت شناختن، با انصاف خواندن و منصفانه نوشتن از جمله اصول اخلاقی سرمقاله‌نویسی است. روزنامه‌نگارانی که به مخالفان فکری خود به‌شدت حمله می‌کنند دچار پیش‌داوری می‌شوند. این گروه به خاطر بسپارند که یک بحث ابتدا باید شکل منطقی به خود گیرد سپس به نقد گذاشته شود.

۹۴. هیچ سرمقاله‌ای نیست که پایان داشته باشد. زیرا سرمقاله‌ها از جایی که پایان می‌پذیرند شروع می‌شوند. بنابراین در چرخه سرمقاله‌نویسی باید یک دوندۀ دوی ماراتون بود نه یک دوندۀ سرعت.

۹۵. شأن قلم والاتر از آن است که شلاقی شود برای نواختن بر گردۀ دیگران، حتی اگر این دیگران شدیداً مورد انتقاد سرمقاله‌نویس و افکار عمومی باشند. سرمقاله‌نویس با تجربه در برخورد با آن‌ها مهربانانه می‌نویسد و اگر نمی‌تواند با آرامش واژگان را در کنار یکدیگر قرار دهد، به خود فرصت آرام شدن می‌دهد. به حقیقت دیکتاتورهای خوشبخت دیکتاتورهایی هستند که روزنامه‌نگاران خشمگین در جامعه دارند. این روزنامه‌نگاران بهانه قلع و قمع آزادی را به دست دیکتاتورها می‌دهند.

۹۶. پر سروصدا بودن، یک اشتباه بزرگ است. باعث دوری خوانندگان می‌شود. جنجالی بودن سرمقاله‌ها لطمات زیادی به اعتبار حرفه‌ای یک رسانه می‌زند که بازسازی آن کار دشواری است.

۹۷. سرمقالۀ خوب باعث می‌شود که خواننده حداقل در ذهن خود با سرمقاله‌نویس بحث کند.

۹۸. یکی از بزرگ‌ترین رسالت‌های سرمقاله‌نویس تبدیل مشکلات جامعه به مسئله و سپس ارائه راه حل آن مسئله است.

۹۹. افتخار یک سرمقاله‌نویس همیشه سرمقاله‌نویس ماندن است. او نه به سیاستمدار شدن می‌اندیشد نه بر مسند مدیریت نشستن و نه بر هیچ چیز دیگر؛ زیرا معتقد است که والاترین شغل دنیا را دارد.

۱۰۰. سرمقاله‌نویس از موضع دارنده قدرت سخن نمی‌گوید بلکه از موضع روزنامه‌نگاری حرف می‌زند ولی آن پیام در جریان انتشار تبدیل به قدرت می‌شود.

۱۰۱. سخنی از هر تسن روزنامه‌نگار و نویسنده منتقد قرن ۱۹ روسیه یک اصل است: «معماران آن‌ها ساختن زندان است، نمی‌توانند برای مردم آزاد خانه بسازند».

نتیجه‌گیری

واقعیتی است انکار ناپذیر که نمی‌توان برای نوشتن قانون ارائه کرد. بر این اساس می‌توان بیان داشت که به تعداد سرمقاله‌نویسان برای سرمقاله‌نویسی مدل وجود دارد؛ اما مهم آن است که کدامیک از این مدل‌ها یا شیوه‌ها کارآمدتر و تأثیرگذارترند و سهل‌تر و سریع‌تر می‌توانند اهداف سرمقاله را محقق سازند. سرمقاله‌نویس اگر از این استعداد برخوردار باشد و از زاویه دید بهره‌مند، به آرامش رسیده و در عین حال پای بند به قواعد اخلاقی باشد و آگاهانه و با اعتقاد قلم زند در مسیری قرار می‌گیرد که می‌تواند به سرمقاله جان دهد. اثر سرمقاله‌نویس آنگاه اثرگذار است که بر زنجیره ارتباطی خاصی استوار باشد؛ زنجیره‌ای که حلقه‌های آن عبارت‌اند

از: طرح موضوع، دریافت پیام و تعمق، بحث و تبادل نظر و در نهایت اثر بخشی. اما برای این که حلقه‌های فوق در ارتباط با یکدیگر از انسجام و استحکام برخوردار باشند و از هم نگسلند لازم است تا عناصر فاعلی، فعلی و زمان و مکان و منظور در مناسب‌ترین موقعیت قرار گیرند. نشستن در موقعیت مناسب یعنی دستیابی مطلوب به یک و یا چند مورد از کارکردهای سرمقاله که عبارت‌اند از ایجاد تغییر و تحول، نقش‌های هنری، رکن چهارم دموکراسی، عامل انگیزش و ایجاد تفکر، ابزار تبلیغ، روابط عمومی، آگاه سازی و یادمان نویسی. برای رسیدن به اهداف فوق در این مقاله کوشش شد تا ۱۰۱ راهکار برای سرمقاله‌نویسی ارائه شود.

منابع

- آسابرگر، آرتور. *روش‌های تحلیل رسانه‌ها*. ترجمه پرویز اجلالی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۹.
- افقهی، سید عبدالله. *گزیده‌هایی در صور خیال در نشر فارسی (سیری در نشر فارسی از قرن چهارم تا امروز)*، انتشارات هیرمند، ۱۳۷۴.
- باقری، مهدی. *مجموعه فنون و مفاهیم ادبی*، نشر قطره، چاپ پنجم، ۱۳۷۸.
- بدیعی، نعیم و قندی، حسین. *روزنامه‌نگاری نوین*، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۸۲.
- بندتو کروچه. *کلیات زیباشناسی*، ترجمه فؤاد روحانی، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ پنجم، ۱۳۸۱.
- ثریا، سیدمهدی. *شعوری دیگر*، نشر دانژه، ۱۳۸۱.
- جمالزاده، سیدمحمدعلی. *قصه‌نویسی*، به کوشش دهباشی، انتشارات سخن و شهاب ثاقب، ۱۳۷۸.
- دانشور، سیمین. *شناخت و تحسین هنر*، انتشارات کتاب سیامک، ۱۳۷۵.
- دیوید بوهم. *درباره خلاقیت*، ترجمه محمدعلی حسین‌نژاد، نشر ساقی، ۱۳۸۱.
- رحمت‌نژاد، حسین. *شاهکارهای جاویدان*، انتشارات جزیل، چاپ دوم، ۱۳۷۸.
- رستگار، ایرج. *سرمقاله و سرمقاله نویسی*، نشر قو، ۱۳۸۵.
- رستگار، ایرج. *مبانی ارتباطات*، مبنای خرد، ۱۳۸۸.
- رستگار، ایرج. *مفهوم رس واحد پیام‌های ارتباطی*، نشر دانژه، ۱۳۸۸.
- رهبر، کاظم. *اولین کتاب نوشتن*، کتاب خورشید، ۱۳۸۱.
- رهبر، کاظم. *دومین کتاب نوشتن*، کتاب خورشید، ۱۳۸۲.
- زرین‌کوب، دکتر عبدالحسین. *نقد ادبی*، انتشارات امیرکبیر، ج اول، ۱۳۶۹.
- سلیمانی، محسن. *فن داستان‌نویسی*، مؤسسه انتشارات امیرکبیر، چاپ سوم، ۱۳۷۹.
- شریعت، محمدجواد. *آیین نگارش*، انتشارات اساطیر، چاپ هفتم، ۱۳۷۵.
- شعار، جعفر. *فرهنگ املائی و دستور خط و املائی فارسی*، انتشارات سخن، ۱۳۷۸.

- شفیعی کدکنی، دکتر محمدرضا. *صور خیال در شعر فارسی*، انتشارات آگاه، چاپ هفتم ۱۳۷۸.
- شکرخواه، یونس. خبر، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۱.
- صفا، ذبیح الله. *گنج سخن*، انتشارات ققنوس، چاپ دهم، ۱۳۷۴.
- عابدینی مطلق، کاظم. *منطق هنر*، نشر فراگفت، ۱۳۸۱.
- عماد افشار، حسین. *گزارش و نگارش در روابط عمومی*، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۷۲.
- العونی، محمدعلی. *امپریالیسم تبلیغی یا تبلیغات بین المللی*. ترجمه محمد سپهری، مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۶۹.
- فرشیدورد، خسرو. *گفتارهایی درباره دستور زبان فارسی*، مؤسسه انتشارات امیرکبیر، چاپ دوم، ۱۳۷۸.
- قاضی، علی میرسعید. *تئوری و عمل در روابط عمومی و ارتباطات*، انتشارات مبتکران، ۱۳۷۰.
- قندی، حسین. *مقاله‌نویسی در مطبوعات*، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۸۰.
- کارل بوتان و ونیست هزلتون. *نظریه‌های روابط عمومی*، ترجمه علیرضا دهقان. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۸.
- کلوس کرپندورف. *تحلیل محتوا: مبانی روش‌شناسی*، ترجمه هوشنگ نایی، نشر نی، چاپ دوم، ۱۳۸۳.
- کنسوللو. *خاطرات گل سرخ*، ترجمه موگه رازانی. نشر کتاب نادر، ۱۳۸۰.
- گرنویل، جان. *تاریخ جهان در قرن بیستم*، ترجمه جمشید شیرازی، فضل الله جلوه، علی اصغر بهرام بیگی، زیر نظر هرمز همایون‌پور، انتشارات فرزانه روز، ۱۳۷۸.
- معمدنژاد، کاظم. *روزنامه‌نگاری*، مرکز نشر سپهر، ۱۳۶۸.
- میخائیل لیف شیتز. *فلسفه هنر از دیدگاه مارکس*، ترجمه مجید مددی، مؤسسه انتشارات آگاه، ۱۳۸۱.
- ناتل خانلری، پرویز. *زبان و زبان‌شناسی*، انتشارات توس، چاپ ششم، ۱۳۷۳.
- هاجری، ضیاءالدین. *فرهنگ وندهای زبان فارسی*، مؤسسه انتشارات آوای نور، ۱۳۷۷.
- هنفلینگ، اسوالد. *چیستی هنر*، ترجمه علی رامین، انتشارات هرمس، چاپ دوم، ۱۳۸۱.
- یوزف ی کوکلمانس. *هیدگر و هنر*، ترجمه محمد جواد صافیان، نشر پرسش، ۱۳۸۲.

Авраамов Д. С. *Профессиональная этика журналиста*. – М.: Мысль, 2003.

Айтматов Ч. *Статьи, выступления, диалоги, интервью*. – М.: Новости, 1988.

Алексеев П. Ф. *Пути. дороги журналиста. Из воспоминаний ветерана печати*. – М.: Политиздат, 1987.

Аналитические жанры газеты: Хрестоматия / Сост. С. М. Гуревич, П. И. Пронин. – М.: МГУ, 1989.

Beyond Argument: A Handbook For Editorial Writers. Edited by Maura Casey and

Michael Zuzel, 2007.

Балаш А. В. *Техника оформления газетной полосы*. – Минск: Изд. во Белорусского государственного университета, 1977.

Бекасов Д. Г. *Корреспонденция, статья – жанры публицистики*. – М.: МГУ, 1972.

Беневоленская Т. А. *Портрет современника: Очерк в газете*. – М.: Мысль, 1983.

Березина В. Г. *Белинский и вопросы истории русской журналистики*. – Л.: Изд. во Ленингр. ун. та, 1973.

Богданов Н., Вяземский Б. *Справочник журналиста*. – Л.: Лениздат, 1965.

- Буданцев Ю. П. *Системность в изучении массовых информационных процессов: Монография.* – М.: Изд. во УДН, 1986.
- Вартанов Г. И. *Газета в творческом поиске: Совершенствование связей печати с массами.* – М.: Мысль, 1971.
- Васильев В. И. *Развитие издательско-полиграфической техники* / Отв. ред. Н. К. Ламан. – М.: Наука, 1987.
- Верховская А. И. *Письмо в редакцию и читатель.* – М.: Изд. во Моск. ун. та, 1972.
- Волгин И. Л. Достоевский – журналист: «дневник писателя» и русская общественность: Пособие к спецкурсу. – М.: Изд. во МГУ, 1982.
- Грабельников А. А. *Отдел редакции советской газеты.* – М.: Изд. во МГУ, 1981.
- Горохов В. М. *Основы журналистского мастерства.* – М.: Высшая школа, 1984.
- Гуревич С. М. *Основы научной организации журналистского труда: Учеб. пособие для вузов по спец. журналистики.* – М.: Высшая школа, 1987.
- Гуревич С. М. *Номер газеты: Учебное пособие.* – М.: Аспект Пресс, 2002.
- Гуревич С. М. *Репортаж в газете.* – М.: Высшая школа, 1963.
- Есин Б. И. *Русская газета и газетное дело в России.* – М.: Изд. во МГУ, 1981.
- Журбина Е. *Теория и практика художественно-публицистических жанров.* – М.: Мысль, 1969.
- Иванов В. Ф. и др. *Современная журналистика.* – К.: Центр свободной прессы, 1999.
- Кайда Л. Г. *Эффективность публицистического текста.* – М.: Изд. во МГУ, 1989.
- Калинин М. М. *О корреспондентах и корреспонденциях.* – М.: Гос. Изд. во полит. лит. ры, 1953.
- Корнилов Ю. Э., Кузнецов Г. А. *Крестоносцы свободной прессы.* – М.: Свободная Россия, 1985.
- Крикунов Ю. А. *Рецензия в газете.* – М.: Мысль, 1976.
- Кройчик Л. Е. *Современный газетный фельетон.* – Воронеж: Изд. во «Воронеж», 1975.
- Лазутина Г. В. *Основы творческой деятельности журналиста.* – М.: Аспект. пресс, 2000.
- Лазутина Г. В. *Технология и методика журналистского творчества.* – М.: Мысль, 1985.
- Лудченко А. А. *Основы научных исследований: Учебное пособие* / А. А. Лудченко, Я. А. Лудченко, Т. А. Примак; Под ред. А. А. Лудченко. – К.: Знания, 2000.
- Майданова Л. М. *Структура и композиция газетного текста.* – Красноярск, 1973.
- Маслова Н. М. *Путевые заметки как публицистическая форма.* – М.: Знание, 1977.
- Назайкин А. Н. *Как манипулировать журналистами.* – М.: Мысль, 2004.
- Пельт В. Д. *Информация в газете.* – М.: МГУ, 1980.
- Поспелов Г. Н. *Теория литературы.* – М.: Просвещение, 1978.
- Пронин Е. И. *Выразительные средства журналистики.* – М.: Изд. во МГУ, 1980.
- Прохоров Е. П. *Введение в теорию журналистики.* – М.: Рип. холдинг, 2002.
- Прохоров Е. П. *Журналистика. Государство. Общество.* – М.: Изд. во МГУ, 1996.
- Прохоров Е. П. *Публицистическое обозрение.* – М.: Изд. во МГУ, 1963.
- Прохоров Е. П. *Искусство публициста: размышления и разборы.* – М.: Сов. писатель, 1984.
- Пустовойт П. Г. *Слово. Стил. Образ.* – М.: Просвещение, 1965.
- Скворцов Л. И. *Теоретические основы культуры.* – М.: Наука, 1980.
- Солганик Г. Я. *Стил репортажа.* – М.: Изд. во Моск. ун. та, 1970.
- Солганик Г. Я. *Лексика газеты: функциональные аспекты.* – М.: Высшая школа, 1981.
- Солганик Г. Я., Вакуров В. Н. и др. *Стилистика газетных жанров.* – М.: Высшая школа, 1978.
- Соловьев В. И., Рябинина Н. З. *Редакторская подготовка периодических изданий: Учеб. пособ.* – М.: Изд. во МГАП «Мир книги», 1993.
- Социальная практика и журналистский текст / В. А. Блажнов, С. А. Муратов и др. – М.: МГУ, 1990.
- Справочник журналиста / Под ред. С. Г. Корконосенко. – СПб., 2000.
- Срединский С. *Газетно-издательское дело.* – М.: Изд. во Гос. ин. та журналистики, 1924.
- Стюфляева М. И. *Образные ресурсы публицистики.* – М.: Мысль, 1982.
- Тертычный А. А. *Жанры периодической печати.* – М.: Аспект. пресс, 2000.
- Ученова В. В. *Творческие горизонты журналистики.* – М.: Мысль, 1976.
- Феллер М. Д. *Структура произведения.* – М.: Книга, 1981.
- Ярошенко В. Н. *Информационные жанры радиожурналистики.* – М.: Б. и., 1973.
- Beyond Argument: *A hand book for editorial ariters.* Edited by Maura a. Casey and Michael Zuzel. – USA. – 2001.