

خبرنویسی

زمانی که صحبت از آموزش خبرنویسی باشد، ممکن است گمان کنیم که خبرنویسی، صرف بیان وقایعی است که در جامعه رخ می‌دهد. پس چه نیازی به آموزش در این حوزه داریم؟ ولی باید بدانیم تنها رخدادها نیستند که مخاطب را به سوی خبر جلب می‌کنند. بلکه نوشتن یک خبر نیازمند رعایت قواعدی است که روزنامه‌نگاران در طول این سالیان برای آن وضع کرده‌اند. رعایت این قواعد به ساختارمند شدن متن خبر شما کمک می‌کند. نکته جالب توجه آن است که ما در خبرها به طور ناخواسته از این ساختار استفاده می‌کنیم. چون این ساختارها لازمی یک خبر صحیح هستند. ولی نویسنده‌ی حرفه‌ای بایستی این قواعد و نکات نوشتن خبر را بداند و با بررسی مفاهیم خبرنویسی، آگاهانه از آنها در متن خود استفاده کند.

ارزش خبری چیست ؟

برای آشنایی و یادگیری خبرنویسی، یکی از اصلی‌ترین و اساسی‌ترین مواردی که خبرنگاران باید بدانند، ارزش‌های خبری است. در حقیقت ارزش‌های خبری ملاک و معیار انتخاب خبرها در هر حوزه‌ای هستند و می‌توانند در هنگام تنظیم خبر کمک شایان توجهی به خبرنگاران کنند.

ارزش‌های خبری عبارت اند از: شهرت، دربرگیری، مجاورت جغرافیایی و معنوی، بزرگی، عجیب و استثنایی، برخورد و تازگی

شهرت

همان‌طور که از نام آن پیدا است درباره معروفیت و شهرت کسی صحبت می‌شود. ارزش خبری شهرت درباره افراد شناخته شده است به طور طبیعی بیماری، مرگ، ازدواج و به طور کلی رفتار و گفتار افراد مشهور اعم از شخصیت‌های سیاسی، فرهنگی، ورزشی و دیگر موارد همیشه برای مردم جذاب بوده و صفحات اصلی روزنامه‌ها و نشریات را به خود اختصاص داده است. مثلاً کنسل شدن ازدواج یک هنرپیشه یا مبتلا شدن رئیس جمهور کشوری به کووید ۱۹ همیشه می‌تواند خبری مهم برای علاقه‌مندان باشد. در واقع وقتی صحبت از افراد معروف می‌کنیم این افراد می‌توانند

شخصیت‌های حقوقی مثل سازمان صداوسیما، شهرداری، وزارت مسکن و سازمان ملل متحد و یا شخصیت‌های حقیقی مانند هدیه تهرانی باشند، دیوید بکهام یا شهردار شهر. به مثال‌های زیر دقت کنید:

علیرضا بیرانوند چند روزی است از ناحیه کشاله ران احساس ناراحتی می‌کند

پیروز حناچی، شهردار تهران با دوچرخه از منزل تا محل کارش را رکاب زد

درب‌گیری

دومین و یکی از مهم‌ترین ارزش‌های خبری درب‌گیری است، بدین معنی که وقتی رویدادی روی عده زیادی از افراد در زمان حال یا آینده تأثیر داشته باشد، دارای ارزش خبری درب‌گیری است. این درب‌گیری می‌تواند تأثیر مستقیم یا غیرمستقیم و چه مثبت و چه منفی بر روند زندگی و کار مردم داشته باشد و موجب نفع یا ضرر آن‌ها شود. به این مثال توجه کنید تا بیشتر متوجه ارزش خبری درب‌گیری شوید:

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی آغاز سهمیه‌بندی بنزین با کارت سوخت را اعلام کرد

همان‌طور که ملاحظه می‌کنید، سهمیه‌بندی بنزین بر زندگی افراد بسیاری از جامعه تأثیر مستقیم خواهد گذاشت و بنابراین جمع‌کثیری از مردم به این خبر توجه ویژه خواهند داشت.

مجاورت

ارزش خبری مجاورت حاکی از مجاورت معنوی و جغرافیایی است. مجاورت جغرافیایی یعنی اینکه هر چقدر فاصله بین وقوع رویداد و محل استقرار مخاطب کمتر باشد، مجاورت جغرافیایی بیشتر می‌شود. بدین معنی که همه مردم جهان علاقه‌مند هستند تا در درجه نخست خبرهای مربوط به محل، شهر و کشور خود را بدانند. همچنین وقتی رویدادی با اعتقادات و منافع ملی و اقتصادی مخاطبان هماهنگی داشته باشد، ارزش خبری مجاورت معنوی مطرح می‌شود. به دو نمونه زیر که مثال‌هایی برای مجاورت‌های جغرافیایی و معنوی هستند، توجه کنید:

دماوند شاهد وقوع زلزله ۴ ریشتری بود

همان‌طور که می‌دانید خبر زلزله در دماوند برای اهالی استان تهران قاعدتاً بیشتر اهمیت خواهد داشت تا ساکنین شهرستان‌ها و یا شهروندی هندی که در شهر بمبی زندگی می‌کند.

مراسم عزاداری سالار شهیدان با رعایت پروتکل‌های بهداشتی مثل هر سال انجام خواهد شد

در این مثال هم خبر برپایی مراسم عزاداری در ماه محرم در ایام کرونا شامل مجاورت جغرافیایی معنوی است و طبعاً برای مسلمانان و شیعیان از اهمیت بیشتری برخوردار است.

بزرگی

به معنای فراوانی و تعداد زیاد است؛ یعنی هر چقدر میزان شمار افراد در گیر رویداد یا تلفات جانی حادثه‌ای بیشتر باشد، اهمیت خبر فارغ از بحث‌های عاطفی بیشتر خواهد شد. ارزش خبر بزرگی به مواردی مثل میزان خسارت‌های مالی و جانی، میزان ظرفیت، میزان سرعت و یا کثرت افراد و... بستگی دارد. مثلاً خبر شمار کشته‌شدگان در زلزله بم، یا تعداد کشته‌شدگان آتش‌سوزی ساختمان پلاسکو در تهران حاوی ارزش خبری بزرگی است. برای نمونه:

۳۰۰ میلیارد ریالی جهت اعطای وام ازدواج به جوانان اختصاص یافت

همان‌طور که می‌بینید، این عدد برای جوانان در شرف ازدواج بسیاری حائز اهمیت است. ضمناً توجه کنید که برای مثال شمار کشته‌شدگان حادثه رانندگی یا سانحه هواپیمایی در کشورمان به مراتب از اهمیت بیشتری از حادثه رانندگی یا سانحه هوایی در کشور دیگر برخوردار است و خبر کشته‌شدگان در کشورمان باید شانس بیشتری برای مطرح شدن پیش از خبر کشته‌شدگان کشورهای دیگر داشته باشد چون همه مخاطبان علاقه‌مند هستند تا خبرهای مربوط به کشور خود را زودتر از سایر خبرها بشوند، بخوانند و یا ببینند.

عجیب و استثنایی

این ارزش خبری برای رویدادهایی که برای اولین بار و به ندرت رخ می‌دهند، مصداق دارد. برای مثال رویدادهای غیرعادی مثل فرار از زندان، پرتاب ماهواره و یا سرقت مسلحانه از بانک با وجود سامانه‌های امنیتی پیشرفته جزو خبرهایی هستند که به ندرت روی می‌دهند. به مثال زیر توجه کنید:

لحظاتی قبل ماهواره ایرانی «ظفر» به عنوان ششمین ماهواره ایرانی با ماهواره بر «سیمرغ» به فضا پرتاب شد

یا برای مثال خبری مبنی بر زایمان مادری در استان البرز که شش قلو زاییده است، اتفاقی است که کمتر روی می‌دهد.

برخورد

به معنای اختلاف و درگیری بین افراد، گروه‌ها و ملت‌های مختلف است. این برخورد می‌تواند فیزیکی یا ایدئولوژیک باشد و یا اعتصاب، سیل، زلزله، قتل، جنگ، سوءاستفاده‌های مالی و جدال‌های سیاسی باشد. برای نمونه خبرهای مربوط به جنگ در سوریه یا سیل در شهری مربوط به ارزش خبری برخورد خواهند بود. مثلاً.

اعتراض کارگران هفت تپه وارد چهل و نهمین روز خود شد

تازگی

به معنی زمان وقوع خبر است. هیچ رویدادی نمی‌تواند بدون داشتن ارزش خبری تازگی عنوان خبر را به خود اختصاص دهد؛ فاصله بین زمان وقوع رویداد و انتشار خبر شامل ارزش خبری تازگی است. لازم به ذکر است که بی‌توجهی به این ارزش خبری و دیرمخابره کردن خبر به هر دلیلی موجب سوخت و بی‌ارزش شدن آن خبر می‌شود؛ چون ممکن است سایر خبرگزاری‌ها و نشریات خبر مذکور را به موقع کار کنند و انتشار خبر دیر هنگام تازگی و لزوم انتشار خود را از دست بدهد. به این مثال دقت کنید:

دومین واکسن کووید ۱۹ روسیه در راه است

قاعدتاً اگر خبر تولید واکسن کرونا به موقع و بدون اینکه به اصطلاح بسوزد منتشر شود، مخاطبین بیشتری را جذب خواهد کرد.

در هر صورت چیزی که از اهمیت بیشتری برخوردار است، این موضوع است که نباید به هیچ یک از ارزش‌های خبری به طور جداگانه توجه شود و یا در توجه به آن‌ها افراط شود بلکه خبرها معمولاً دارای چند ارزش خبری هستند و ممکن است یکی از آن‌ها اهمیت بیشتری داشته باشد. همچنین به این نکته هم توجه کنید که ارزش‌های خبری مجاورت و دربرگیری با سایر ابعاد خبری ارتباط بیشتری دارند و بیشتر از بقیه بر آن‌ها تأثیر می‌گذارند.

عناصر خبری (NEWS ELEMENTS)

رکن اصلی تنظیم خبر شناخت عناصر خبری است و بدون شناخت آنان و ارزش های خبری که ذکر شد ، خبرنگار نخواهد توانست زاویه مناسب برای نگاه به رویداد را به دست آورده ، واقعه را به صورت کامل و بدون ابهام به مخاطب منتقل کند.

این عناصر شش گانه عبارتند از : که ؟ کی ؟ کجا ؟ چه ؟ چرا ؟ چگونه ؟

۱- که : (WHO)

روزنامه نگار باید افراد یا چیزهایی را که در پیدایش واقعه دخالت داشته اند، مشخص نماید.

دانستن دقیق نام ها و سمت ها در عرضه درست این عنصر نقش مهمی دارند.

این عنصر که بر حسب شهرت مشخص می شود، فاعل یا مفعول یا مسند الیه جمله است.

عنصر که می تواند شامل ذی روح (کسی) و بی روح (چیزی) باشد.

مثال ها:

گاو صندوق حاوی جواهرات بانکی را به سرقت بردند. (گاو صندوق، که (چیزی) است)

رییس جمهور در دانشگاه تهران سخنرانی کرد. (رییس جمهور ، که (کسی) است)

تهران حادثه تروریستی در آمریکا را محکوم کرد. (تهران، که (کسی) است)

عنصر خبری در تمامی این مثال ها که می باشد.

۲- کی یا زمان : (WHEN)

زمان یک رویداد در هر صورت جزو ارزش های خبری آن است (تازگی) و اگر زمان وقوع یک رویداد خود حائز

اهمیت باشد ، خبرنگار باید تازگی رویداد را در ابتدای خبر مورد تاکید قرار دهد.

امروز نتایج کنکور کارشناسی ارشد اعلام می شود.

سال آینده نظام آموزشی مدارس راهنمایی به صورت نیمسالی - واحدی تغییر خواهد یافت.

قرن جاری ، قرن فناوری اطلاعات نام گرفته است.

ساعت ۴ و ۲۹ دقیقه و ۴۵ ثانیه روز جمعه سال نو شمسی تحویل می شود.

۳- کجا: (WHERE)

این عنصر عموماً بیانگر ارزش خبری مجاورت است و محل وقوع رویداد را بیان می کند.

در رویدادهای شهری، ذکر محل دقیق واقعه الزامی است.

این عنصر می تواند در ابتدا یا وسط خبر ذکر شود.

جشن فارغ التحصیلی دانشجویان رشته برق دانشگاه صنعتی امیر کبیر فردا برگزار می شود.

بمبئی صبح امروز در خیابان قدس ، مجاور دانشگاه تهران منفجر شد.

۴- چه (WHAT): ماهیت و فعلیت رویداد

چه ماهیت رویداد است؛ مانند یک حادثه، انتخابات، اختراع و هر چه که به ماهیت یا فعلیت رویداد مربوط شود.

در یک خبر ممکن است چند عنصر (چه) موجود باشد که باید از میان آنان ، آن که دارای ارزش خبری بیشتری است، انتخاب کرد.

در مصاحبه ها معمولاً عناصر خبری (که) و (چه) دارای اهمیت ویژه است و در این بین اهمیت عنصر (چه) بیشتر است.

مثال:

نمایشگاه مطبوعات به کار خود پایان داد. در نمایشگاه امسال بیش از هزار نشریه ادواری حضور داشتند که تعداد آنها نسبت به سال گذشته سی درصد افزایش یافته بود.

پایان کار نمایشگاه : چه	حضور بیش از هزار نشریه : چه	افزایش سی درصدی
حضور نشریات : چه		

۵ - چرا: (WHY)

این عنصر ، دلیل یا انگیزه وقوع رویداد را بیان می کند.

مثال:

رییس جمهور دیروز به مناسبت آغاز سال تحصیلی در دانشگاه تهران سخنرانی کرد.

رییس جمهور: که دیروز: کی به مناسبت آغاز سال تحصیلی: چرا

دانشگاه تهران: کجا سخنرانی کرد: چه

راننده تاکسی بر اثر بی احتیاطی عابر پیاده را زیر گرفت.

بر اثر بی احتیاطی: چرا زیر گرفت: چه

۶ - چگونه: (HOW)

عنصر چگونه کیفیت وقوع رویداد را بیان می کند.

مثال:

با سخنان وزیر ارشاد کنفرانس جهانگردی در تهران گشایش یافت.

با سخنان وزیر ارشاد: چگونه

تیترو

ماندگارترین بخش خبر و در واقع روح خبر «تیترو» است. با انتخاب و نگارش یک تیترو مناسب مخاطب ترغیب خواهد شد تا خبر یا مقاله را بخواند یا از خیرش بگذرد. در صورتی که تیترو جذاب، کوتاه و پر معنا باشد، توجه خواننده به متن جلب خواهد شد. به همین علت است که هر چقدر نویسندگان و خبرنگاران تیترو مناسبی برای مطلب خود انتخاب کنند، باز هم سردبیر یا دبیر به دنبال اصلاح و ویرایش تیترو هستند تا تیترو جذاب تر برای مطلب انتخاب شود. در برخی از رسانه ها نیز شورایی متشکل از روزنامه نگاران باتجربه به نام «شورای تیترو» وجود دارد تا با بررسی اخبار دریافتی، تیترو مناسبی برای صفحه اول روزنامه انتخاب و بازسازی کنند. تیتروهای منتخب به نوعی موضع گیری و جهت گیری

نشریات در مورد مسائل سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و دیگر موضوعات و مسائل روز را نشان می‌دهند. ویژگی‌های تیترو عبارتند از:

- ✓ کمک به جذب مخاطب و ترغیب خوانندگان برای انتخاب روزنامه مطلوب
- ✓ افزودن زیبایی صفحات روزنامه
- ✓ جداسازی و تفکیک مطالب مختلف از یکدیگر
- ✓ تسهیل دسترسی مخاطبان به مطالب مختلف
- ✓ رساندن پیام خبری در قالب کلماتی زیبا، پرمحتوا، کوتاه و مستحکم

باید به خاطر سپرد که تیترو باید همیشه بعد از تنظیم خبر نوشته شود؛ همچنین، تیترو باید دقیق و روشن باشد. نویسنده باید تلاش کند تا تیترو اصلی بالید مطلب هماهنگ باشد. ضمن اینکه به منظور افزایش ماندگاری تیترو در ذهن مخاطب، باید سعی شود تا تیترو تا حد ممکن حول یک محور اصلی و مورد توجه مخاطب باشد. همچنین باید از نگارش تیترو با افعال منفی، پرسشی و واژه‌های شعاری پرهیز شود. در ادامه مطلب خبرنویسی و اصول نوشتن خبر به مفهوم لید، چگونگی نگارش آن و دیگر موارد پرداخته می‌شود

اجزای تیترو

همان‌طور که در بخش‌های پیشین از مطلب خبرنویسی و اصول نوشتن خبر گفته شد، هر مطلبی باید تیترو اصلی داشته باشد اما ضروری نیست تا همه مطالب «تیترو فرعی» هم داشته باشند. در حقیقت هر تیترو شامل اجزای اصلی و فرعی است. جزء اصلی تیترو همان «تیترو اصلی» و اجزای فرعی هم روتیترو، زیرتیترو، میان تیترو و سوتیترو یا خلاصه تیترو هستند. به خاطر بسپارید که تیترو اصلی با حروف درشت‌تر از مابقی مطلب جدا می‌شود.

روتیترو

روتیترو کلمات کوتاهی هستند که در بالای تیترو اصلی قرار می‌گیرند و به طور معمول هم فعل ندارند. «روتیترو» معمولاً مکمل تیترو اصلی است. به طور مثال:

روتیترو: در خیابان سعادت آباد تهران

تیترو: برجی آتش گرفت

در اینجا «در خیابان سعادت آباد تهران»، روتیتر است که مکمل تیتر اصلی «برجی آتش گرفت» شده است. باید به خاطر داشت که تیتر اصلی باید معنای کاملی داشته باشد تا بدون نیاز به روتیتر یا سایر اجزای تیتر فرعی برای خواننده قابل درک باشد. ضمن اینکه اندازه فونت روتیتر باید از متن اصلی خبر بزرگ تر و البته از تیتر اصلی کوچک تر باشد. در ادامه، مثال های دیگری ارائه شده است.

روتیتر: با حضور رئیس شورای شهر

تیتر: ساختمانی برای زنان بی سرپرست افتتاح شد

در مثال چگونگی وقوع خبر را بیان می کند. گاهی هم امکان دارد تا از روتیتر به عنوان منبع خبر استفاده شود، برای نمونه:

روتیتر: شهردار تهران:

تیتر: عوامل آتش سوزی کارخانه ای در حومه تهران معرفی می شوند

در اینجا «شهردار تهران» به عنوان منبع خبر نوشته شده است. در برخی اوقات نیز از روتیتر به عنوان سابقه خبر و زمان وقوع خبر استفاده می شود. به ترتیب دو مثال زیر در این راستا قابل توجه هستند.

لید

لید مهم ترین و یا خلاصه مهم ترین بخش خبر است که در ابتدای سبک های خبری «هرم وارونه» و «تاریخی همراه با لید» نوشته می شود. لید باید به گونه ای نوشته شود که مخاطب با خواندن آن، مطلب مهم نوشته شده در خبر را درک کند. مثال زیر برای درک بهتر مفهوم تیتر و لید و چگونگی نگارش آن ها، قابل توجه است.

تیتر: دانستی هایی درباره آلرژی

لید: آلرژی یا حساسیت واکنش سیستم ایمنی بدن به ماده ای خارجی است که لزوماً هم آن ماده برای بدن مضر نیست. این مواد خارجی را ذرات آلرژی زا (آلرژن) می گویند که می توانند شامل برخی مواد غذایی، گرده ها و یا غذای حیوانات خانگی باشند. در این نوشتار سعی کرده ایم تا درباره حساسیت ها، علل آن ها، چگونگی مقابله و راه های درمان آن ها توضیح دهیم

نشانه یا علامت گذاری در خبر:

نقطه (.)

برای جدا کردن جمله های خبری از یکدیگر مورد استفاده قرار می گیرد و کامل بودن جمله را می رساند.

ویرگول (،)

نشانه توقف و به منظور آسان ساختن درک مطلب در جمله مورد استفاده قرار می گیرد.

بهتر است مکثهای که وجودشان برای درک جمله لازم است با ویرگول نشان دهیم همچنین برای جدا کردن اعداد نیز مورد استفاده قرار می گیرد.

مثال : کارشناسان می گویند با توجه به رشد جمعیت ، بخش کشاورزی باید روزانه برای پنج هزار نفر ، اضافه تولید داشته باشد.

نقطه ویرگول (؛)

جمله های که دارای مفهوم کامل هستند و با هم ربط منطقی دارند با نقطه ویرگول از یکدیگر جدا می شوند.

مثال : در کار باید صداقت را در نظر گرفت ؛ شما هم بهتر است به این موضوع توجه کنید.

دو نقطه (:)

نشانه دو نقطه قبل از نقل مستقیم می آید.

مثلاً: رئیس جمهور گفت:

گیومه (« »)

برای نشان دادن نقل مستقیم بکار می رود و همچنین برای مشخص کردن کلمه یا اطلاعی ویژه ای بکار می رود.

مثال : رئیس جمهور گفت « ما می خواهیم استقلال خود را حفظ کنیم.

علامت تعجب (!)

نشانه تعجب در پایان جمله های که حیرت ، خوشحالی ، استحضار و غیره را می رساند بکار گرفته می شود.

مثال : ای دوست ! بسیار خوب !

پرانتز ()

برای توضیحات مترجم یا نویسنده بکار گرفته می شود یا از نام شهر یا محلی که برای اکثر خوانندگان آشنا نیست نام استان در پرانتز نوشته می شود.

مثال : در حسین آباد (گیلان) سیل جاری شد.

استفاده از علامتهای اختصاری:

بعضی از سازمانها ، شرکتها و موسسات دارای نام کوتاه و اختصاری هستند.

مثال : سازمان علمی و فرهنگی ملل متحد یونسکو سازمان کشورهای صادر کننده نفت اوپک