

مفاهیم اساسی در خبر نویسی

خبر باید درست، روشن و جامع باشد و این صفات در تمام مراحل تهیه، تنظیم و انتشار آن در نظر گرفته شده و مراعات شود.

1- روشنی خبر (clear) :

خبر باید ساده، روشن و بدون ابهام تنظیم شود. مهمترین دلیل ابهام در خبر، درک نادرست خبرنگار از موضوع خبر است که این اشکال را با مطالعه و پرسش از منبع می توان رفع کرد. نکته دیگر آنکه در خبرهای دارای اصطلاحات علمی، حقوقی، پزشکی و فنی و...، مطلب باید به گونه ای انتشار یابد که اولاً فهم مطلب برای همگان آسان باشد، همچنین این ساده نویسی به ارزش علمی خبر آسیبی وارد نیاورد. در این راه، همچنین داشتن يك رسم الخط واحد در خبر نویسی ضروری است.

2- درستی خبر (accurate):

صحت خبر ارزش و اعتبار خبر است و در صورت نبود اطلاعات لازم و عدم صحت خبر، اعتماد میان مخاطب و رسانه از بین می رود. وجود تکذیبیه (Retraction) نشان از عدم دقت در این مفهوم اساسی دارد که در مواردی می تواند موجب مشکلات قانونی نیز شود. از سوی دیگر درج مطالب فاقد صحت، اطمینان و مطالعه قبلی موجب بی اعتمادی و کاهش مخاطبان رسانه و رفتن آنان به سمت رسانه های دیگر است.

«هیچ گاه درستی خبر نباید فدای سرعت انتشار آن شود»

3- جامعیت خبر (complete):

اطلاعات در خبر باید به صورت جامع و کامل داده شود. دادن اطلاعات آرشیوی و اشاره به سابقه خبر و پاسخگویی به 6 عنصر خبری (کی، کجا، که، چرا، چه و چگونه) در خبر ضروری است.

ارزش های خبری (NEWS VALUES)

هر رویدادی را نمی توان خبر نامید، زیرا بسیاری از رویدادها ارزش انتقال به مخاطب را ندارند. معیارها و شرایطی که در ماهیت يك رویداد موجودند و بر مبنای آنها می توان رویداد را ارزشیابی کرد ارزش های خبری نام دارند. اهمیت این ارزش ها به دلیل آن است که خبرنگار را هم در سوژه یابی و تنظیم خبر یاری می دهد، هم به عنوان معیار مقایسه، ارزش گذاری و گزینش رویدادها برای انتشار توسط رسانه مورد استفاده قرار می گیرد.

1- دربرگیری (IMPACT):

رویداد وقتی واجد این ارزش است که بر تعداد زیادی از افراد جامعه تاثیر داشته باشد یا موجب نفع یا زیان مادی یا معنوی گروهی از افراد جامعه شود.

مانند:
برای تمامی اتباع کشور کد ملی صادر می شود (مخاطب: تمام اتباع کشور)
پزشکان از مالیات معاف می شوند (مخاطب: پزشکان)
بیمه همگانی اصناف اجباری می شود (مخاطب: اصناف)
ذخیره آب شرب تهران تا يك ماه دیگر به پایان می رسد (مخاطب: ساکنین تهران)
بر مبنای مخاطبان هر رسانه، هر يك از این اخبار اهمیت و جایگاه خود را دارند.

2- شهرت (FAME) :

اشخاص حقیقی و حقوقی و حتی برخی اشیاء به دلیل معروفیت خود ممکن است ارزش خبری داشته باشند که ممکن است مثبت یا منفی باشد.

همچنین ممکن است کسی یا چیزی فاقد این ارزش باشد ولی به واسطه خبری که ما می دهیم، مشهور شود.
(مانند انتخاب حامد کرزای به ریاست دولت موقت افغانستان، وی را پیش از آن کسی نمی شناخت)

مثال ها:

رییس جمهور دیروز از آلمان باز گشت. رییس جمهور واجد ارزش شهرت
برج ایفل رو به انهدام است. برج ایفل واجد ارزش شهرت

3- برخورد (CONFLICT) :

این رویدادها حاوی برخورد به معنای حادثه، اختلاف، درگیری، منازعه و ... است
برخورد می تواند به صورت منفی (جنگ، سرقت، جنایت)، مثبت (مناظره دو فرد، مسابقه ورزشی)، فیزیکی (کتک زدن، تصادف، زلزله) یا غیر فیزیکی (اعتصاب و...) باشد.

مثال ها:

تظاهرات دانشجویی کره جنوبی را فرا گرفت.
سقوط هواپیمای توپولف 159 کشته برجای گذاشت.
رقابت گروه های سیاسی در آستانه انتخابات شدت گرفت.

4. مجاورت (PROXIMITY) :

ارزش يك واقعه، بسته به نزديك بودن فیزیکی یا معنوی مخاطبان به آن، برای آنان متفاوت است.

الف - مجاورت فیزیکی یا جغرافیایی (GEOGRAPHICAL PROXIMITY):

مخاطبان نسبت به واقعه ای که در نزدیکی آنان رخ داده توجه بیشتری نشان می دهند. صدمه دیدن همسایه یا رخ دادن اتفاقی در محله، شهر یا کشور، هر یک بسته به نزدیکی و مجاورت از لحاظ جغرافیایی ممکن است برای مخاطب مهمتر باشد.
مانند:

استاندار جدید تهران منصوب شد.
شهردار منطقه 7 تهران استعفا کرد.

ب - مجاورت معنوی (PSYCHOLOGICAL PROXIMITY):

پیوندهای مذهبی، قومی و زبانی می توانند بر اساس ارزش و نزدیکی در خبر مهم باشند و گاهی این ارزش ها هم ارز مجاورت فیزیکی و گاهی بیش از آن است.
مانند:

مسلمانان یوسنی مورد تهاجم قرار گرفتند.
يك دانشمند ایرانی مقیم آلمان، مرد علمی سال شد.

5 - کثرت (فراوانی در تعداد، اندازه، تعداد) MAGNITUDE:

هر زمان که در خبر از اعداد و ارقام استفاده شود و میزان و تعداد چیزی بیان شود ، نشان از ارزش کثرت آن دارد.
مانند:

تورم در آرژانتین به 300 درصد رسید.
تیم فوتبال ایران 17 گل به مالدیو زد.

6. شگفتی و استننا (ODDITY):

رویدادهای عجیب و غیرعادی که انتظار شنیدن آن وجود ندارد، به ندرت اتفاق می افتد. مانند: اختراع؛ گستره این ارزش زیاد است و باید با جامعه سنجیده شود.
مانند: ادعای ریشه کنی اختلاس یا رفع مشکل ترافیک در تهران.
مثال:

زنی در تهران 12 قلو زایید.
هزاران قورباغه به روستایی در چین حمله کردند.

7. تازگی خبر (TIMELINESS):

عمده خبرها این ارزش را در خود دارند و در واقع می توان آنها ارزش جدا ناپذیر شمرد، زیرا اگر خبری به موقع منتشر نشود، به تاریخ پیوسته است.
تمامی خبرها باید دارای چنین ویژگی ای باشند؛ البته ممکن است يك سری از خبرها در گذشته اتفاق افتاده باشد ولی در حال حاضر فاش و منعکس شوند.

<http://www.denaboy.persianblog.ir>

وبلاگ کرانه گمنام

<http://www.et4ir.blogfa.com>

وبلاگ آموزش های کاربردی

<http://denaboy.parsaspace.com>

وبسایت فرزند دنا

=====
مدیر سایت و وبلاگ ها : فرید نیک اقبالی