

Foundation
Handbook

بنیاد روبرز راهنمای خبرنگاری

تمام حقوق ترجمه این راهنما برای سایت جدیدنیوز محفوظ است.
ترجمه‌ی برمک بهره‌مند



فهرست

مقدمه

معرفی

نقش خبرنگار در جامعه

ویژگی‌های یک خبرنگار خوب

شیوه‌های نوشتن مطلب

چه چیزی خبر است؟

چه طور یک خبر پیدا کنیم؟

چه طور یک خبر را ارایه کنیم؟

- هرم وارونه

- چرا این خبر برایم مهم است؟

- تعیین لید

- رویکردهای مختلف برای نوشتن لید

- چند راه برای بهتر کردن لید

نکات کلیدی در نوشتن خبر

منابع خبر

گزارش

تحلیل

گزارش نویسی کند و کاوی

مصاحبه

نشست های خبری

نوشتن اعداد

اخلاق

امنیت در کار

مقدمه

این موفقیت و رشد مداوم پروژه تبادل خبر را به جایی رساند که حالا می‌توان از این سایت به عنوان یک خبرگزاری مستقل نام برد. هم‌اکنون همکاران پروژه به دنبال منابع مالی بیشتری می‌گردند تا بتوانند همچنان از سایت حمایت کنند. این دفترچه راهنما که بر اساس اصول خبری خبرگزاری روپترز نوشته شده و به این شکل طراحی شده تا بتواند به خبرنگارهای عراقی مشاوره و راهنمایی بدهد. و در واقع به بالا بردن مهارت خبرنگاران عراقی کمک کند. این دفترچه با توجه به تجربیات خبرنگاران روپترز تهیه شده است. با توجه به این موضوع که روزنامه‌نگاری از کشوری به کشور تا حدودی فرق می‌کند نمی‌توان از این دفترچه به عنوان یک راهنمای کامل نام برد. اما انتظار این است که توانسته باشیم دورنمایی از تجربیات خبرنگارهای روپترز را که طی 150 سال گذشته در این سازمان فعال بوده‌اند ترسیم کنیم. با توجه به فهرست ارائه شده خبرنگارها می‌توانند یک راست به سراغ آن بخش از مطالبی بروند که فکر می‌کنند بیشتر می‌تواند به کمک‌شان بیاید.

ژانویه 2006

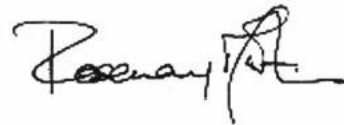
در اکتبر 2004، بنیاد روپترز و برنامه توسعه سازمان ملل متحد به کمک آژانس همکاری‌های بین‌المللی اسپانیا پروژه مشترکی را در عراق انجام دادند تا در نبود خبرگزاری‌های مستقل و سراسری، اخبار عراق به شکل بهتری در رسانه‌های این کشور منعکس بشود. برای این کار، سایتی اینترنتی راه افتاد به نام الاوسط تا خبرنگارهای عراقی از سراسر عراق بتواند اطلاعات رد و بدل بکنند و اخبار خود را روی این سایت بگذارند. پروژه همچنین شامل آموزش و نظارت بر کار خبرنگارها می‌شد تا مهارت خبرنگارهای عراقی را بالا ببرد، به خصوص در آنجا که به پوشش اخبار انتخابات عراق در سال 2005 میلادی مربوط می‌شد. از میان گروه‌هایی که طی دو ماه آموزش دیدند هسته‌ای مرکزی از خبرنگاران در شبکه اینترنتی الاوسط به وجود آمد. چند ماهی بعد از راه افتادن سایت 500 گزارش و خبر در سایت ثبت شده بود. رسانه‌های عراق از این پروژه استقبال کردند و خیلی سریع در ماه‌های بعد بر حامیان سایت افزوده شد. اوایل ژوئن 2005 میلادی، تعداد اخبار و گزارش‌های ثبت شده در سایت از مرز 3000 عنوان گذشت.



Paolo Lembo
UNDP-Iraq
Director



Ricardo Martinez
Director General de
Cooperación Española
para Africa, Asia y Europa
Oriental.



Rosemary Martin
Director
Reuters Foundation

معرفی

برای یک خبرنگار جدی و حرفه‌ای، روراست بودن در درجه اول اهمیت قرار دارد. خیلی راحت می‌توانید از خودتان یک منبع خبر خیالی درآورید یا نقل قول بسازید. البته این کار خیلی راحت است، اما خیلی هم خطرناک. به خصوص وقتی که خبر کسی دیگری را بدزدید و جای خبری که خودتان نوشته‌اید جا بزنید. اگر از یک همچنین جاهایی خبرنگاری را شروع کنید و بخواهید ادامه بدهید پایان راه جز سراشیبی چیز دیگری نخواهد بود.

در اصول اخلاقی فدراسیون بین‌المللی روزنامه‌نگاران آمده است، «روزنامه‌نگار تنها باید با استفاده از روش‌های منصفانه خبر، عکس و سایر اطلاعات را به دست بیاورد. یک راه منصف بودن این است که همیشه خود را خبرنگار معرفی کنید، برای به دست آوردن اطلاعات سر مردم کلاه نگذارید، خود را جای کس دیگری جا نزنید و کسی را تهدید نکنید.

برای حرفه خبرنگاری اصولی یکسان و بین‌المللی تعریف نشده است. این که چه طور باید کار کرد، یا اجازه می‌دهند چه طور کار کنیم از کشوری به کشور دیگر فرق می‌کند. با این حال، اصول کلی وجود دارد که روزنامه‌نگارهای سراسر جهان اغلب با آن موافق هستند. نکاتی کلیدی درباره این که چه گزارشی یک گزارش خوب و مسوولانه است. قضیه اصلی یافتن حقایق است، آن هم به بهترین شکلی که یک نفر قادر است در شرایطی که به سر می‌برد این کار را انجام بدهد.

برخی از اصول کلی و کلیدی در کار ما که می‌تواند راهنمای یک خبرنگار خوب در کار هر روزه‌اش باشد، دقت، عینی‌گرایی، روراست بودن و انصاف است.

دقت نقشی کلیدی دارد. اگر موفق نشوید اطلاعات اولیه را درست به دست بیاورید - مثل نام افراد، عناوین و سمت‌ها، و اعداد، خوانندگان از نشریه شما رو بر می‌گردانند و به سراغ سرویس‌های خبری دیگر می‌روند.

دستیابی به عینی‌گرایی و بی‌طرفی سخت‌تر است. خیلی‌ها معتقد هستند که اصلاً نمی‌شود عینی‌گرا بود چون همه خبرنگارها به هر حال پیشینه خودشان را دارند و این موضوع می‌تواند روی کارشان و روی نحوه انتخاب اطلاعات و آرایه آن در گزارشی که می‌نویسند تاثیر بگذارد. تازه به همه این‌ها فشارهای سیاسی و اولویت‌های تجاری را هم اضافه کنید. با این حال، با تمرین، خبرنگارها می‌توانند به درجه‌ای بالا از عینی‌گرایی دست پیدا کنند.



نقش خبرنگار در جامعه

یکی از نقش‌های مهم خبرنگارها در حکومت‌های دموکراتیک این است که رابطی میان دولت و مردم باشند. این کانالی دو طرفه است. خبرنگار می‌تواند از تصمیمات و اقدامات دولت به مردم بگوید و نظر مردم را به دولت منتقل کند.

خبرنگار در امور زیر نقش دارد:

- نظارت بر کار دولت، دادگاه‌ها و شرکت‌های بزرگ برای برجسته کردن ناکامی‌ها و موفقیت‌ها
- ریشه‌یابی فساد در تمام لایه‌ها
- جلب توجه مردم به بی‌مبالادی یا ناکارآمدی مسوولان
- به بخش‌های مختلف جامعه برای اظهار نظر تریبون بدهد، نه این که فقط بخشی از جامعه فرصت اظهار نظر داشته باشد
- به مردمی که می‌خواهند رای بدهند با معرفی برنامه‌های سیاسی گروه‌های رقیب کمک کند
- وضعیت اقتصادی را شرح بدهد

ویژگی‌های یک خبرنگار خوب

کنجکاو - اگر خبرنگارها شخصا کنجکاو باشند می‌توانند سووال‌شان را بهتر بپرسند.

حس خبری - این که بفهمیم چه چیزی خبر است عموماً با تمرین به دست می‌آید، اما به نظر می‌رسد برخی از آدم‌ها به طور غریزی خبر را بو می‌کشند.

استقامت و پشتکاری - این که وقتی دنبال اطلاعات هستید و پشت درهای کاغذبازی اداری، سرکار گذاشتن‌ها و مخالفت‌های پشت سر هم گیر می‌افتید تسلیم نشوید.

عینی‌گرایی - خبرنگار خوب نظرات شخصی خود و تعصباتش را در خانه می‌گذارد و وارد تحریریه می‌شود. وظیفه خبرنگار در قبال جامعه این است که مطلع کند، نه این که ترغیب کند. اطلاعات بدهد، از تمام طرف‌های درگیر، تا جایی که ممکن است، و اجازه بدهد تا آدم‌ها خودشان تصمیم بگیرند.

شک و تردید - خبرنگارها وقتی با مقامات، شرکت‌ها و مسوولان سر و کار دارند باید نسبت به گفته‌های آنان درجه بالایی از شک و تردید داشته باشند. منابع اغلب دوست دارند اطلاعاتی به شما بدهند که به نفع خودشان باشد. البته باید حواستان جمع باشد که این شک و تردید تبدیل به بدگمانی نشود.

با مردم راحت باشید - بیشتر داستان‌های خبری را مردم می‌سازند. در روزنامه‌نگاری برای آرام و ساکت بودن و درون‌گرایی هم جا هست اما خبرنگارهایی که راحت با هر نوع آدمی اخت می‌شوند شانس بهترین برای پیدا کردن حقایق دارند.



شیوه‌های نوشتن مطلب

خبر - گزارش صریح و مستقیم از اتفاقی که دارد همین لحظه رخ می‌دهد. خبر خوب به این بستگی دارد که تا چه اندازه می‌تواند تاثیرگذار باشد و خبرنگار در پوشش آن چه قدر مهارت داشته است. خبرها عمری کوتاه دارند.

گزارش - داستان‌هایی که زمان وقوع‌شان مهم نیست و دلیلی ندارد مثل خبر "داغ" باشند. بیشتر درباره چیزهایی هستند که این روزها اتفاق می‌افتند و نه چیزهایی که همین الان اتفاق افتاده‌اند. وضعیت خیلی از چیزها، اتفاقات، مکان‌ها، خلاصه آدم‌هایی که نوشتن درباره آن‌ها می‌تواند برای خوانندگان جالب باشد. گزارش‌های خوبی می‌شوند.

چنین موضوعاتی به لحاظ تازه بودن خوانندگان را جلب نمی‌کنند. برای همین خبرنگارها باید از خلاقیت، شیوه نگارش منحصر به فرد و رنگ و جزییات استفاده کنند تا توجه خوانندگان را جلب کنند.

تحلیل - نگاهی عمیق به موضوعی مهم و با اهمیت که بر اساس اطلاعات موثق تهیه شده باشد و در آن از نظرات منابع مختلفی که نامشان آورده شده استفاده شده باشد. نیازی نیست که تحلیل نگاهی را منتقل کند که موافق نگاه عرف جامعه باشد. گاه بهترین تحلیل‌ها همین نگاه را به چالش می‌کشند.

مقاله - یادداشت‌هایی که اغلب نگاه سیاسی روزنامه را منتقل می‌کنند، در ستون سرمقاله چاپ می‌شوند و اغلب توسط کارشناسان نوشته می‌شوند.

چه چیزی خبر است؟

یک تعریف کلاسیک از این که چه چیزی خبر است:

اگر سگی مردی را گاز بگیرد این خبر نیست.
اما اگر مردی سگی را گاز بگیرد این خبر است.

این تعریف به ما می‌آموزد که خبر باید درباره اتفاقات غیرمعمولی باشد. البته همیشه هم این طوری نیست که خبر درباره اتفاقات غیر معمولی باشد. تصمیمات معمول دولت و اطلاعیه‌های همیشگی شرکت‌های بزرگ اگر به زندگی مردم مربوط باشد یا برایشان جالب باشد ممکن است خبر باشند.

این که در روزنامه‌ای کدام خبر مهم‌تر است به فاکتورهای مختلفی بستگی دارد که یکی از آن‌ها "مجاورت" است. [هر چه خبری که رخ می‌دهد به ما نزدیک‌تر باشد - در نزدیکی خانه ما - در همسایگی کشور ما - مسابقاتی بین‌المللی که تیم ما هم در آن بازی می‌کند - ارزش بیشتری دارد.] فاکتور دیگر «ربط داشتن» است.

نقطه عطفی علمی که می‌تواند کار کشاورزان را ساده‌تر کند یا به سلامت بخش زیادی از جامعه کمک کند، حتی اگر در کشور دیگری گزارش شده باشد می‌تواند یک خبر خوب محلی بسازد که حتی به درد صفحه یک بخورد.



چه طور یک خبر پیدا کنیم؟

بخش زیادی از اخبار روز خبرهایی است که از قبل می‌دانستیم قرار است اتفاق بیفتند، مثل نشست خبری در دولت، دیدار مقامات خارجی، اطلاعیه‌های سالانه شرکت‌ها و اعلام حکم دادگاه‌ها. این‌ها را می‌شود در تقویمی روزانه نوشت و هر سرویسی باید یکی از این تقویم‌های روزانه داشته باشد.

در کنار این‌ها، خبرهایی هم هست که تصادفی رخ می‌دهند - مثل تصادف دو قطار یا سقوط هواپیماها. خبرهای دیگر را هم می‌توانیم با مراجعه منظم به پلیس، امدادگران، و آتش‌نشانی‌ها بیابیم، به خصوص اگر دنبال این هستید که اخبار حوادث را پوشش بدهید.

جاهای دیگری که می‌توانید به دنبال خبر باشید:

- گروه‌های فشار - در هر کشوری سازمان‌های غیرانتفاعی مردم را جمع می‌کنند تا علیه موضوعاتی مثل تخریب محیط زیست، نابودی حیوانات، زیر پا گذاشتن حقوق بشر و غیره اقداماتی انجام بدهند. اگر با این گروه‌ها در تماس باشید ممکن است برنامه‌هایی داشته باشند یا بخواهند راه‌پیمایی راه بیندازند.

- ژورنال‌های تخصصی - کسانی که اخبار حوزه سلامت و بهداشت، علم، محیط زیست یا نفت را پوشش می‌دهند می‌توانند از این ژورنال‌های تخصصی استفاده کنند. این ژورنال‌ها برای کارشناسان نوشته می‌شوند برای همین اغلب زبانی تخصصی دارند. اما خیلی از خبرها ممکن است برای مردم هم جالب باشد. [حواستان باشد: زبان تخصصی این ژورنال‌ها را باید به زبان ساده قابل فهم برای همگان برگردانید.]

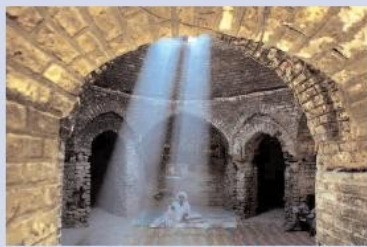
- موسسات تحقیقاتی/اتاق‌های فکر - برخی از این موسسات روی وضعیت جامعه یا اقتصاد تحقیق می‌کنند. برخی تلاش می‌کنند تا تمایلات آینده را مشخص کنند. برخی دیگر سیاست‌های کلی کشورهای مختلف را با یکدیگر مقایسه می‌کنند. هر کدام از این‌ها می‌توانند داستان‌های جذابی در اختیارشان بگذارند.

- سالگردها - نگاهی به اتفاق‌های مهم گذشته بیندازید. دنبال این باشید که از آن زمان تا امروز چه چیزهایی تغییر کرده است.

- پیگیری اتفاقاتی که در گذشته رخ داده‌اند - به خبر مهمی که چند هفته، چند ماه یا چند سال پیش رخ داده نگاهی بیندازید. برای کسانی که درگیر آن ماجرا بودند چه اتفاقی افتاده است؟

چه طور یک خبر را ارایه کنیم؟

بدون توجه به این که خبری تا چه اندازه جالب و خوب باشد، خبرنگارها باید به این بیندیشند که چه طور می‌توانند کاری کنند تا خوانندگان خبر را بخوانند و بفهمند. خیلی از آدم‌ها این روزها اسیر هجوم اطلاعاتی هستند که از منابع مختلف به سر و روشان می‌ریزد. مثل تلویزیون، رادیو، اینترنت. شاید هم در مترو نشسته باشند که پر از آدم است و می‌خواهند چیزی را بخوانند. برای این که بتوانید توجه آنها را جلب کنید باید خبری که می‌نویسید شفاف باشد، مختصر و مفید، جالب، غیرمتعارف، رنگ‌دار و زنده.



هرم وارونه

این شیوه‌ای کلاسیک و سنتی برای نوشتن خبر است. خبرنگار خوب می‌تواند با استفاده از این شیوه خبری را در چهار یا پنج پاراگراف منتقل کند، عناصر کلیدی خبر را بالای خبر بیاورد و عناصر دیگر را به ترتیب اهمیت در ادامه خبر بنویسد. در صورتی که دیران به فضای بیشتری نیاز داشته باشند، می‌توانند به چین خبری را حذف کنند.

پاراگراف اول، یعنی پاراگراف لید، حیاتی است. باید به این سوالات جواب بدهد.

چه اتفاقی افتاده؟
چه کسانی درگیر ماجرا بوده‌اند؟
چه موقع اتفاق افتاده است؟
کجا اتفاق افتاده است؟
من از کجا می‌دانم؟ (منبع خبر)

اگر به چه کسی، چه چیزی، چه موقع، کجا، چرا و چه گونه در دو پاراگراف اول جواب ندهید بقیه خبر باید دست و پا بزنید تا مطلب را خواندنی نگه دارید. در لید فقط اطلاعات کلیدی می‌آید. جزئیات را برای پاراگراف‌های پایینی نگه دارید. اسم اشخاص را - مگر این که آدم‌های مهمی باشند - و سمت‌های طولانی را در لید نیاورید. منبع خبر را باید در لید بیاورید چون در همان لحظه اول منبع به خوانندگان می‌گوید که خبر چه قدر موثق است و اعتبار دارد. گاهی اوقات می‌توانید منبع را در پاراگراف دوم هم بیاورید. اما بهتر است از آوردن منبع بعد از پاراگراف دوم خودداری کنید. پاراگراف دوم بهتر است به سوالاتی جواب بدهد که در پاراگراف اول به آنها اشاره نشده است. مثل چرا و چه گونه این اتفاق افتاده است. و بعد از خودتان این سوال کلیدی را بپرسید:

چه چیزی؟ چه کسی؟ چه موقع؟ کجا؟ من از کجا

چرا؟ چه طور؟ چرا برای من مهم است؟

نقل قول

پیشینه

چه چیزی را در بخش اول خبر نوشته‌ام که نیاز به توضیح بیشتر دارد؟

چند تا نقل قول

پیشینه، توضیحات، رنگ

چرا این خبر برای من مهم است؟ که چی؟

بافت و پیش‌زمینه خبر را مشخص کنید.
برای خوانندگان توضیح بدهید که چرا ارزشش را دارد که خبر را بخوانند. ممکن است خبر به نظر شما جذاب باشد اما اگر به نظر دیگران جذاب نباشد وقت‌تان را هدر داده‌اید.

بعد از این که بخش‌های اصلی خبر را شرح دادید، به نقل قول نیاز دارید تا بر اعتبار لیدی که نوشته‌اید بیفزایید و آن را قوی کنید. نقل قول اعتبار خبرتان را زیاد می‌کند و به آن اقتدار می‌بخشد. همچنین نشان می‌دهد چیزی که نوشته‌اید بر اساس شواهد و مدرک بوده است.

خبر رویت‌ریزی که در زیر می‌خوانید نشان می‌دهد چه طور به سوالات اصلی پاسخ داده شده است. همین‌طور، این که منبع خبر چه طور آورده شده است، در پاراگراف دوم بافت و پیش‌زمینه خبر نوشته شده و در پاراگراف سوم نقل قولی آورده شده که خبر را محکم کرده است.

سئول- (رویت‌ریز)- کرم- شمالی
جمعه- گفت- آماده است- به- میز
مذاکرات- شش- جانبه- باز- گردد- یا
این- هدف- که- اگر- شرایط- مهیا
باشد- به- برنامه- هسته‌ای- خود
پایان- بدهد- یونهاپ- خبرگزاری
کره جنوبی به نقل از رسانه‌های
دولتی پیونگ یانگ گزارش داد.

این اظهار نظر یک روز پس از
آن- منتشر- می‌شود- که- پربدنت
بوش- و- هو- جینتاو- رییس‌جمهور
چین- نگرانی- خود- را- درباره
برنامه‌های کشور کمونیستی کره
شمالی که در انزوا به سر می‌برد
ایراز کرده و قول داده بودند از
شروع- مذاکرات- که- حدود- یک
سال متوقف شده حمایت کنند.

"اگر- امریکای- خود- رفتار
نشان بدهد که بشود به آن اعتماد
کرد- و- شرایط- درستی- را- ایجاد
کند ما هر موقع که بگویند آماده
هستیم پای میز مذاکره بنشینیم،
مقامات- کره- شمالی-، چنانکه
خبرگزاری- یونهاپ- گزارش- داده،
به یکی از اعضای هیات پارلمانی
روسیه- که- از- پیونگ- یانگ- بازدید
می‌کرد گفته‌اند.

بعد از این نقل قول یک یا دو پاراگراف
پیشینه بدهید و بگویید که چه اتفاقاتی پشت
این خبر رخ داد تا ما چرا به این جا رسید.
در این مقطع، بعد از فقط چهار
پاراگراف، می‌شود خبر را در یک روزنامه یا
سایت اینترنتی منتشر کرد و همه نکات
کلیدی را به خواننده منتقل کرد.
در همین حال، می‌توانید خبر را همچنان
با چند نقل قول دیگر، پیشینه و رنگ
و جزئیات بیشتر بسط بدهید.

تعیین لید

1. ایستگاه اتوبوس - تصور کنید در ایستگاه اتوبوسی ایستاده‌اید و می‌خواهید خبری را سریع به گوش دوستان برسانید که سوار اتوبوس است و اتوبوس دارد حرکت می‌کند. باید داد بزنید و اصل ماجرا را قبل از این که دیگر نتواند صدای‌تان را بشنود برایش بگویید.

2. مادر بزرگ - تصور کنید دارید ماجرا را پای تلفن برای مادر بزرگتان تعریف می‌کنید.

3. رفیق - به سووالی که رفیق‌تان از شما می‌پرسد جواب بدهید، "فضیه چی بود؟ الان برایت می‌گم، ..."

4. تیتراژ - اول تیتراژ را بنویسید. چون فکرتان را روی نقاط کلیدی متمرکز می‌کند.

رهبر شورشیان شاه را با گلوله کشت، شاهدان عینی می‌گویند

5. کلید واژه - کلید واژه را پیرامون آن بسازید: "شورش"

نوشتن لیدی تمام و عیار برای خبری خوب حیاتی است و می‌ارزد که برای نوشتن‌اش وقت بگذارید. بعضی موقع‌ها، در خبری پیچیده، ممکن است نتوانید همان لحظه اول لید را پیدا کنید. برای همین، سعی کنید با رویکردهایی که در زیر به آنها اشاره شده لب کلام مطلب را پیدا کنید و بعد بهترین راه را برای تعریف ماجرا انتخاب کنید.



رویکردهای مختلف برای نوشتن لید

لیدهایی که نیازی نیست شخصیت ماجرا را در آن معرفی کنید

پرزیدنت کلینتون سه‌شنبه گفت قصد دارد نیروهای بیشتری به کوزوو بفرستد چون خشونت در کشور همچنان ادامه دارد. اما مطمئن شوید مردم حتما شخصیت اصلی ماجرا را می‌شناسند. اگر نه، می‌توانید بنویسید،

یک مقام ارشد امریکایی گفت دولت دارد بررسی می‌کند نیروهای بیشتری به کوزوو بفرستد چون ...

دن مورگان معاون وزیر امور خارجه امریکا ... یا ... یکی از مقامات که خواست نامش فاش نشود گفت، ...

لیدهای جمع‌بندی کننده

از این لیدها وقتی استفاده می‌شود که چند تا موضوع متفاوت از هم اتفاق افتاده باشد و هیچ کدام آن قدر مهم نباشد که بتواند به تنهایی کل لید را به خود اختصاص بدهد، اما همگی در کنار هم بتوانند مثلا واقعه یا تغییری بزرگ را توضیح بدهند. از این لیدها همچنین وقتی استفاده می‌شود که خبرنگار فرصت نداشته باشد که تک تک موضوعات را بررسی کند و برای هر کدام یک خبر بنویسد.

مثال:

دولت تیمور شرقی 350 اقدام جدید را به کار گرفته تا سرمایه‌گذارهای خارجی را جذب کند، به خصوص در بخش نفت و گاز. یکی از این اقدامات ...

لید چند بخشی

وقتی که دو اتفاق در یک زمان باهم می‌افتد و نمی‌شود هیچ کدام را از دیگری تفکیک کرد.

مثال:

دولت بریتانیا پنج‌شنبه اعلام کرد تام جونز وزیر دفاع را اخراج کرده و تمام برنامه‌های خرید سلاح را به دنبال گزارشاتی درباره فساد در وزارت دفاع متوقف کرده است.

در همین حال، اگر همه این اطلاعات برای آوردن در لید زیاد باشد می‌توانید بخش مهم‌تر قضیه را در لید بیاورید و بخش دوم را در پارگراف بعدی بنویسید.

مثال:

دولت بریتانیا پنج‌شنبه گفت تام جونز وزیر دفاع را اخراج کرده و برنامه‌های خرید سلاح را متوقف کرده است. این اقدام در پی انتشار گزارشاتی در روزنامه‌ها رخ می‌دهد که طی آن از فساد در وزارت دفاع پرده برداشته شده است.



لیدهای تفسیری

با استفاده از نظرات دیگران پیامدهای یک رویداد را توضیح می‌دهد.

مثال:

پرزیدنت کلینتون پنج‌شنبه اعلام کرد قصد دارد سه هزار نفر از نیروهای حاضر در کوزوو را از این کشور خارج کند، گامی که چنانکه مقامات سازمان ملل می‌گویند ممکن است باعث بشود تا صرب‌های بیشتری از منطقه فرار بکنند.

وقتی چنین لیدهایی می‌نویسید مطمئن بشوید مدارک و شواهدی که دارید در بالای خبر آورده شود - مثلاً در پاراگراف سوم و چهارم - و در صورت امکان نام منبع را هم ذکر کنید.

مثال:

جان سوچین اسکای، رییس آژانس آوارگان سازمان ملل متحد در بلگراد، به رویترز گفت، "همین الان هم هر هفته حدود 50 تا صرب ناحیه را ترک می‌کنند، چون می‌ترسند که کوزووی‌های آلبانیایی‌تبار بخواهند از آن‌ها انتقام بگیرند. این اقدام می‌تواند باعث فرار بیشتر صرب‌ها بشود."»

منبع در لید

عموماً منبع در انتهای لید می‌آید.

مثال:

در نتیجه جنگ در بوسنی، بیش از نیم میلیون آواره در صربستان زندگی می‌کنند، سازمان ملل جمعه گفت.

اما در برخی از موارد، به خصوص وقتی در مورد صحت اطلاعات شک دارید، یا در صورتی که اطلاعات جنجال‌برانگیز باشد، بهتر است که منبع اول بیاید.

مثال:

یکی از رهبران سیاسی مخالف اهل منچوقستان گفت در شش ماه گذشته بیش از پنج هزار نفر توسط راستگراهای تندرو کشته شده‌اند.



- سعی کنید از زمان حال ساده استفاده کنید.
چین قصد دارد به جای این که بنویسد
چین قصد داشت...

نکات کلیدی در نوشتن خبر

- دقت - اگر اطلاعات اولیه را درست ننویسید، کسی چیزهای دیگری را که نوشته‌اید باور نخواهد کرد.

هیچ وقت فکر نکنید که خوانندگان شما از قبل درباره خبری که نوشته‌اید چیزهایی می‌دانسته‌اند. هر بار که خبری را می‌نویسید - حتی اگر آن خبر چند روزی سر زبان‌ها بوده باشد - باید به اندازه کافی پیش‌زمینه و پیشینه و توضیحات بدهید. تصور کنید دارید برای کسی خبر می‌نویسید که چند ماهی در سفر خارج بوده و تازه امروز صبح از سفر برگشته است.

- ذهن‌تان باز باشد - هیچ وقت فکر نکنید که فلانی درست می‌گوید و فلانی اشتباه.

- شفافیت - اسیر اعداد و جزئیات نشوید. از زبان ساده و صریح استفاده کنید. اچ جی ولز، نویسنده و روزنامه نگار بریتانیایی یک بار جایی گفته بود، "من به همان سر راستی که راه می‌روم به همان سر راستی هم می‌نویسم. به خاطر این که این بهترین راه برای رسیدن به مقصد است."

- شانه‌اش کنید - وقتی خیرتان را نوشتید لاقط دو بار از اول تا آخر آن را بخوانید. اشتباه‌ها را هرس کنید، همین‌طور کلمات غیر ضروری را. اعداد و ارقام را چک کنید، همین‌طور دستور زبان، و همه چیز را. به خصوص، نام افراد و مکان‌ها را. هیچ وقت انتظار نداشته باشید شخص دیگری اشتباه شما را تصحیح کند.

چند راه برای بهبود لید

- از افعال معلوم استفاده کنید، نه مجهول. این طوری صریح‌تر و کوتاه‌تر است.

ارتش فرانسه به رهبری ناپلئون پنج‌شنبه منچوقستان را اشغال کرد، پنتاگون گفت.
ننویسید:

منچوقستان پنج‌شنبه توسط ارتش فرانسه به رهبری ناپلئون اشغال شد. - خبر را با سووال شروع نکنید. این شیوه گاه در گزارش نویسی استفاده می‌شود.

- از عبارات، سمت‌های مخفف‌شده و اسامی طولانی افراد و مکان‌ها استفاده نکنید مگر این که شناخته شده باشند.
مثال:

بهرتر است بنویسید یک سازمان مهم امنیتی در اروپا تا این که بنویسید سازمان امنیت و همکاری در اروپا (او اس سی ای).
بهرتر است بنویسید آژانس آوارگان سازمان ملل تا این که بنویسید کمیسیون عالی‌رتبه سازمان ملل متحد در امور آوارگان (یو ان اچ سی آر).

- تنها زمانی در لید از نقل قول استفاده کنید که بسیار نامتعارف و دراماتیک باشد.
مثال:

فرمانده کل قوای یوگوسلاوی هشدار داد ناتو "جهنم را روی زمین" تجربه خواهد کرد اگر که نیروهایش بخواهند وارد کوزوو بشوند.



- نقل قول‌ها - همیشه به دنبال نقل قول‌های خوب و رنگ‌دار بگردید. نقل قول‌های خوب خبر را زنده می‌کند و به آن اعتبار و اقتدار می‌دهد. البته خواننده را با نقل قول‌های پی در پی خفه نکنید. اگر تعدادشان زیاد بشود سخت هضم می‌شوند. اگر بخش زیادی از خبری که دارید می‌نویسید حرف‌هایی است که منابع‌تان زده‌اند، بخشی از حرف‌های کلیدی و رنگ‌دار را داخل گیومه بیاورید و بخش دیگر را بدون این که حرف‌ها را داخل گیومه بگذارید به صورت گزارشی بنویسید.

- بخش‌های مختلف خبری را که دارید می‌نویسید به طور منطقی به یکدیگر ربط بدهید. این کار کمک می‌کند تا خوانندگان به شکلی منطقی خبر را دنبال بکنند و از نقطه‌ای به نقطه دیگر بروند. سعی کنید داستانی که می‌نویسید جریان داشته باشد، قطع نشود و از شاخه‌ای به شاخه دیگر نپرد.

تبادل - مطمئن شوید غرض‌ورزی نمی‌کنید و نظرات خود را به خبر تزریق نمی‌کنید. مطمئن شوید نظرات دو طرف ماجرا را منتقل می‌کنید و به هر کسی که متهم شده اجازه بدهید جایی برای واکنش داشته باشد. از عبارتهایی مثل "ادعا کرد" که یعنی شما به حرف‌های طرف شک دارید اجتناب کنید. از عبارتهایی مثل "ترس از آن می‌رود" یا "فلانی امیدوار است" اجتناب کنید چون ممکن است چنین تلقی بشود که دارید طرف کسی را می‌گیرید.

عبارت "پذیرفت" این را می‌رساند که کسی انگار کار اشتباهی کرده بوده و حالا گناه خود را پذیرفته و عبارت "تاکید کرد" یا "اشاره کرد" این را می‌رساند که شما هم با گفته‌های طرف هم‌عقیده هستید. به جای همه این عبارات از کلمه "گفت" استفاده کنید.

پیشینه - پیشینه برای همه خبرهایی که می‌نویسید ضروری است. آن را در لابه‌لای خبری که دارید می‌نویسید بیاورید و به جای این که یک تکه بزرگ چند پاراگرافی پیشینه بیاورید همین طور که دارید خبر را از اول تا آخر روایت می‌کنید پیشینه را به جملات کوچک تبدیل کنید و لابه‌لای خبری که می‌نویسید بیاورید.

بخش‌های کلیدی پیشینه‌ای را که می‌خواهید در خبر استفاده کنید روی تکه کاغذی بنویسید و هر بخش را که در خبر آورید روی آن خط بکشید.

- رنگ - جزییات خبر را زنده می‌کند، آدم‌ها را واقعی‌تر جلوه می‌دهد و به خواننده نشان می‌دهد که شما واقعا در محل حضور داشتید.



منابع خبر

است که نمی‌توانید از این اطلاعات استفاده کنید مگر آن اطلاعات را از جای دیگری هم پیدا کنید.

- منابع دولتی - بیانیه‌های دولتی، سازمان‌های دولتی، بانک مرکزی، و سایر منابع دولتی عموماً با وسواس ادا می‌شوند و کلمات به طور دقیق به کار گرفته می‌شوند. اما اغلب باید به دنبال جزئیات بیشتر باشید و اصطلاحاً منابع را "بدوشید" چون به هر حال آنها مطمئن‌ترین منابعی هستند که در اختیار دارید اگر چه ممکن است نتوانید تصویری کامل از ماجرا را از آنها بیرون بکشید.

- کارشناسان، دانشگاهیان - این‌ها اغلب جزو بهترین منابع هستند چون اغلب مستقل هستند برای همین می‌توانند بی‌طرفانه در اختیارتان اطلاعات بگذارند. اطلاعاتی که راحت نیست از دولتی‌ها کسب کنید.

- منابع خارجی - دیپلمات‌ها، سازمان‌های غیردولتی، سازمان ملل و زیرشاخه‌های آن، شرکت‌های خارجی. این‌ها اغلب به درد می‌خورند چون کشور را خوب می‌شناسند اما از بعدی خارجی. سازمان‌های فرهنگی، مذهبی، حرفه‌ای - رجوع به این‌ها می‌تواند خبرتان را پر مایه‌تر کند. عبادتگاه‌ها کلی عضو دارند. همین‌طور اغلب در سراسر کشور گسترده هستند. برای همین می‌دانند دارد چه اتفاقی می‌افتد.

منابع خیابانی - مصرف‌کنندگان و مردان و زنانی که در خیابان‌ها می‌بینید همیشه ارزشش را دارد با آنها صحبت کنید به شرط این که با افراد متعددی صحبت کنید تا بتوانید تصویری کلی و چند جانبه از قضیه بیابید.

به عنوان قاعده‌ای کلی، هر چه تعداد منابع‌تان برای نوشتن خبر بیشتر باشد بهتر است. هر چه اهمیت خبری که می‌نویسید بیشتر باشد این موضوع اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که خبرتان منابع قرص و محکم داشته باشد و نام منابع آورده شود.

پرورش منابع خوب، [این که بتوانید منابع خبری خوب پیدا کنید و آن‌ها را نگه دارید] هیچ زمان وقت هدر دادن تلقی نمی‌شود. ساموئل جکسون، نویسنده بریتانیایی قرن هجدهم یک بار جایی گفت، "آقا، هر روز که بگذرد و من در آن روز با کسی آشنا نشوم آن روز را هدر داده‌ام."

خیلی از دبیران برای این که خبری را از شما تحویل بگیرند حداقل دو تا منبع می‌خواهند. در برخی از موارد یک منبع هم کافی است، اما به شرطی که کاملاً قابل اطمینان باشد و طرف کسی باشد که بتوان از او انتظار داشت که از موضوع اطلاع دارد. سعی کنید از این که نام منبعی را نیاورید پرهیز کنید و **هیچ گاه** از اظهارات منبعی که به کسی اتهام وارد می‌کند یا اظهاراتش جنجال‌برانگیز است اما حاضر نیست نامش را منتشر کنید استفاده نکنید. حمله و شکایت از پشت نقاب پذیرفتنی نیست.

با منابع خبری خود منصف باشید، هم به خاطر منافع خودتان و هم به خاطر منافع آنها.

- منابعی که نامشان بیاید همیشه به منابعی که نامشان نیاید ترجیح داده می‌شوند. اگر منبع خبر شما حاضر نیست نامش را بیاورد با او مذاکره کنید که چه طور می‌توانید او را معرفی کنید. سعی کنید تا جایی که می‌توانید به طور مشخص از او نام ببرید. "یک دیپلمات غربی که در مذاکرات شرکت داشت" از "یک منبع دیپلماتیک" بهتر است.

- فقط برای این که بدانید - وقتی که منبع خبر می‌گوید این اطلاعات را فقط به عنوان پیش‌زمینه (فقط برای این که بدانید) در اختیارتان قرار می‌دهد، عموماً به این معنا

اصول کلی برای نوشتن لید خبر تقریباً مشخص است. اما برای نوشتن گزارش شاید بشود گفت هیچ اصل مشخصی وجود ندارد. مهم فقط این است لیدی که نوشته‌ای کار بکند. [یعنی خواننده را به داخل مطلب بکشاند].
چند تا لید برگرفته از گزارش‌های روتترز:

لوس آنجلس - ویکتور کنار زد، نگاه کرد و نگاهش در نگاه او افتاد. بدون این که کلمه‌ای بگوید کانی انگار می‌دانست چه می‌خواهد. شاید او همان کسی بود که ویکتور هم به دنبالش می‌گشت.
(گزارشی درباره سری جدیدی از داستان‌های عاشقانه بین کوبایی-امریکایی‌ها)

بوئنوس آیرس - شاید برای زیگموند فروید سخت بوده باشد که تصور کند کیلومترها دور از زادگاه خود یعنی اتریش، نام او به اندازه سلطان رقص تانگو یعنی کارلوس گاردل سر زبان‌ها باشد.
(گزارشی راجع به تعداد زیاد روان‌شناسان در بوئنوس آیرس)
افریقای جنوبی - مردی ساکش را که پر از کلم و سیب‌زمینی است به زور برمی‌دارد و داخلی صندوق عقب تاکسی قراضه‌ای می‌اندازد و نه ساعت زیر خورشید سوزان سفر می‌کند تا به بازاری در یوهانسبورگ برسد. وقتی به بازار می‌رسد، نیمی از محصولی که برداشت کرده گندیده و وقتی این مرد 48 ساله به خانه برمی‌گردد تنها چند پنی پولدارتر شده است.
(گزارشی راجع به فقر در افریقای جنوبی)

سایر رسانه‌ها - گاهی اوقات راهی نیست جز این که از رسانه‌های دیگر نقل قول کنیم. مثلاً وقتی شخصیتی برجسته با رسانه‌ای مصاحبه‌ای اختصاصی انجام می‌دهد. با این حال، اگر از رسانه‌های دیگر خبری برمی‌دارید این کار را باید خیلی به ندرت انجام بدهید، فقط به سراغ رسانه‌های معتبر بروید و منبع خبر را ذکر کنید.

"می‌شود قبل از چاپ خبرنگار را بدهید نگاهی بیندازم؟" - در مقابل چنین خواسته‌هایی مقاومت کنید. اگر راهی ندارید و حتماً باید این کار را بکنید فقط برای بالا بردن درجه دقت این کار را بکنید - نباید محتوای نقل قولی را تغییر بدهید. همچنین مهلت بگذارید تا اصطلاحاً منبع "روی خبرنگار ننشیند."

گزارش

گزارش‌ها ربطی به زمان ندارند و می‌توانند کاملاً بدون توجه به زمان اتفاق نوشته شوند. همچنین می‌توانند اخبار روز را همراهی کنند. یک مثال:
وقتی دارید زلزله‌ای بزرگ را پوشش می‌دهید، یا یک حادثه طبیعی دیگر، خبرنگار خوب باید خبری کامل بنویسد و همه زوایا را پوشش بدهد، اما بد نیست در کنار خبر گزارشی رنگ‌دار هم بنویسد. برای مثال، گزارش از روستاییانی که دارند بدون بیل و کلنگ با دستان برهنه زمین را می‌کنند تا دختر گمشده یکی از روستاییان را زیر آوار پیدا کنند. چنین گزارشی کمک می‌کند تا ابعاد انسانی قضیه برجسته بشود.



وقتی دوربین باز هم باز تر می شود
شهر نمایان می شود و سرانجام دوربین باز
هم باز تر می شود و ایالت یا کشور را نشان
می دهد.

راه های بیشمار دیگری هم برای روایت
یک گزارش وجود دارد. در این جا به چند تا
از این راه ها اشاره شده است.

صاف و پوست کنده - داستان را صاف
و پوست کنده از اول تا آخر تعریف کنید،
درست مثل خبر، به شرط این که سوژه
گزارش به اندازه کافی جذاب باشد.
مثال:

برای بلغاری هایی که آن قدر خوشبخت
بوده اند تا ماشینی از آن خود داشته باشند،
21 ماه مه روز سیاهی بود. وقتی بیدار
شدند دیدند قیمت بنزین 92 درصد افزایش
یافته است.

- صاف بنزید توی خال - وقتی در همان
شروع روی اتفاقی دراماتیک زوم بشوید
توجه خواننده را جلب می کنید.

مثال:

جنگجوی جوان به نظر آرام می آمد
وقتی که سیگاری بر لب داشت و تفنگش
را زیر بغلش می گذاشت. ده سال بیشتر
نداشت، اما موفق شده بود حداقل ده
دوازده تا از سربازان حکومتی را بکشد.
یا

گولو، اوگاندا - وقتی آن اوگاندایی
جوان متوجه شد آن زنی که در تاریکی به
او تجاوز کرده بود مادرش بوده خود را از
تیر چوبی کلبه اویزان کرد و دار زد.

درست مثل خبر، گزارش هم باید
شروعی جذاب داشته باشد و به شکلی
منطقی خوانندگان را تا آخر با خود همراه
کند.

وقتی دارید داستانی می نویسید که
زوایای نامرتب دارد، مثل گزارش سفر،
نکاتی که جذاب هستند را روی تکه ای کاغذ
بنویسید و بعد دنبال نکاتی بگردید که به
طور مشخص با هم مرتبط هستند. با
استفاده از جملات ربطی این نکات را با
هم مرتبط و تلاش کنید داستان را جوری
روایت کنید که بافتی منطقی داشته باشد و
از نقطه ای به نقطه دیگر جریان پیدا کند.
بر خلاف خبر که می شود ته آن را برید،
گزارش جوری نوشته می شود که باید سر و
ته و بدنه داشته باشد. پاراگراف آخر که
گاهی به آن "Kicker" هم گفته می شود،
ممکن است دوباره به همان موضوعی
اشاره کند که لید با آن شروع شده بود.
برخی از روزنامه نگارها کلی تلاش
می کنند تا پایانی خوب برای گزارشی که
نوشته اند تهیه کنند. اما تلاش زیاده از حد
هم ممکن است پایان گزارش را ساختگی و
مصنوعی کند.

یک رویکرد در گزارش نویسی این است
که تصور کنید یک دوربین ماهواره ای هستید
که دارید از فضا به زمین نگاه می کنید.
[تصور کنید می خواهید ببینید تاثیر زلزله در
یک شهر چه گونه بوده است.] ممکن است
دوربین اول روی فردی زوم شده باشد و
شخصیت و ویژگی های او را برجسته کرده
باشد. اما بعد دوربین که کمی باز می شود
خانواده فرد را می بینید که پیرامون او را
گرفته اند و مشخص می شود که مثلا واقعه
تا چه اندازه روی آنها تاثیر گذاشته است.



تاخیری - نقطه اوج داستان کمی دیرتر می‌آید. چند پاراگراف پایین‌تر. اما زیاد هم طولش ندهید.

مثال:

فضای خیلی خوبی بود برای این که قلعه دراکولا را آنجا بسازند، در انتهای دره‌ای خاک گرفته در کوه‌های ترانسیلوانیای رومانی.

همین طور که بازدیدکنندگان دری را که جیرجیر می‌کرد هل می‌دادند تا در آن طرف در با پیرزنی که سراسر سیاه پوشیده بود ملاقات کنند، سگی، که شاید هم گرگ بود در دوردست زوزه می‌کشید.

او با افتخار ما را به جایی برد که ولاد دراکول، رهبر تشنه به خونی که در قرن پانزدهم می‌زیسته و داستان دراکولا از زندگی او الهام گرفته شده، غذا می‌خورده، می‌خوابیده و کار می‌کرده است.

مشکل این بود که بنا بر آنچه اداره جهانگردی در رومانی اعلام کرده او هیچ گاه به اینجا نیامده بوده است.

لب کلام گزارش را در گزارشی که می‌نویسید مدفون نکنید چون ممکن است خوانندگان خسته بشوند و از خیر خواندن گزارش بگذرند. حداکثر در پاراگراف چهارم بروید سر اصل مطلب.

- تاریخی - این نوع گزارش‌ها با یک اتفاق تاریخی شروع می‌شود.

مثال:

سی سال پیش منچوقستان پایان جنگ داخلی خونینی را جشن گرفت که طی آن 100 هزار نفر کشته شدند و اقتصاد کشور به کلی تخریب شد ...

- روایی - این شیوه داستان را از اول تا آخر به همان ترتیبی که اتفاق افتاده تعریف می‌کند. این شیوه می‌تواند توجه خواننده را جلب کند اما باید سریع به نقطه‌ای برسید که بتوانید توجه خواننده را تا پایان گزارش نگه دارید.

مثال:

در صبحی سرد و زمستانی در ماه آوریل، سه مرد در مرکز لندن با هم ملاقات کردند، بعد هر یک تاکسی جداگانه‌ای گرفتند و به سمت پایگاهی هوایی در سواحل جنوبی راه افتادند. هر کدام مسیری متفاوت انتخاب کردند، هر کدام در ساعتی متفاوت به پایگاه هوایی رسیدند و بعد سوار یک هواپیمای قدیمی باری روسی شدند، برای پروازی چهارساعته و سرانجام در پایگاهی در محلی دور افتاده در بوسنی فرود آمدند...

فکاهی - شوخی کردن کار راحتی نیست. اما اگر گاه از آن استفاده بشود می‌تواند به کار بیاید.

مثال:

تیرانا - چند سال پیش مقامات دهکده‌ای در آلبانی به زنان قول دادند اگر شش فرزند داشته باشند می‌توانند شش سال زودتر بازنشسته شوند. اگر دوازده تا داشته باشند، می‌گفتند، یک گاو هم بهتان می‌دهیم.

حکایت‌گونه - به ویژه وقتی به کار می‌آید که بخواهید درباره افراد بنویسید. فضا را این طوری آماده کنید که اشاره‌ای به گذشته طرف بکنید.

مثال:

جان اسمیت کارش را با جارو کردن بزرگترین مغازه شهر شروع کرد. ده سال بعد، او همان مغازه را خرید. - توصیفی - صحنه‌ای را ترسیم کنید. بعد در داستان شیرجه بزنید.

مثال:

خلبان که شلواری جین پوشیده بود، با تی‌شرتی نارنجی، کلاه لبه‌دار و کفش جلو باز تابستانی، سلانه سلانه روی آسفالت داغ فرودگاه قدم می‌زد و با لحنی لاتی گفت، «خب بچه‌ها، بریم نمایش رو شروع کنیم.» نمایش، پرواز با یک هواپیمای 32 ساله دی‌سی-3 بود و چند لحظه بعد یکی از هواپیمایی‌هایی که کم‌تر درباره‌اش صحبت شده مسیرش را به سمت مقصدش آغاز کرد.

تحلیل

لندن - کاهش گسترده محبوبیت ممکن است تلاش‌های تونی بلر را که به تازگی دوباره انتخاب شده برای پیشبرد برنامه‌هایش در پارلمان و این که بتواند تا پایان دوره در راس قدرت بماند نقش بر آب کند.

با نشستن گرد و خاک انتخابات که طی آن بلر برای سومین دور متوالی در انتخابات پیروز شد، و اولین پیروزی برای حزبش یعنی حزب کارگر با گرایش چپ میانه بود، نگاه‌ها به این سمت گشت که حزب کارگر فقط 66 کرسی به دست آورده در حالی که در دوره پیش 161 کرسی داشت.

زنزبیار - تنش‌های سیاسی دارد قبل از برگزاری انتخابات به سرعت در زنزبیار شدت می‌گیرد تا شاید آزمایشی باشد برای این که تصویر ثباتی که دولت تانزانیای از وضعیت داخلی ترسیم کرده تا چه اندازه واقعی است.

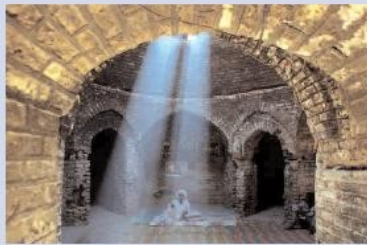
مخالفان در جزایری که نیمه خودمختار هستند قول داده‌اند اجازه نخواهند داد در این انتخابات برای سومین بار تقلب بشود و دوباره به خاطر تقلب و سرکوب در انتخابات سال 1995 و 2000 به حاشیه رانده شوند.

تحلیل فرصتی است برای نگاهی عمیق و از زوایای مختلف به موضوعی خبری یا موضوعی که برای خوانندگان جالب باشد اما الزماً خبری نباشد. لید تحلیل ممکن است نسبت به لید خبر کلی‌تر باشد اما اصول اولیه آن یکی است: منبع نگاری خوب، تعادل، آرایه پیشینه و پیش‌زمینه و نقل قول. بر خلاف خبر، نیازی نیست که منبع مطلب در پاراگراف اول یا دوم بیاید. اما هر جا اطلاعاتی آرایه می‌شود باید به طور شفاف بیان بشود که این اطلاعات از کجا آمده است.

یکی از راه‌های نوشتن تحلیلی پیچیده این است که نکات کلیدی مطلب، پیشینه و نقل قول‌ها را در گروه‌های یک، دو، سه ... بر اساس استدلال و نکاتی که می‌خواهیم اشاره بکنیم دسته‌بندی کنیم. با این کار راحت‌تر بتوانیم به طور منطقی مطالب را تنظیم بکنیم و نقطه نظرات متضاد و جنجالی را کنار هم بگذاریم. در این جا تکه‌های از چند تحلیل که در خبرگزاری رویترز نوشته شده آورده شده است:

مسکو - در یکی از آشکارترین ژست‌هایی که پوتین برای بازگرداندن اعتماد طبقه تازه پولدار شده روسیه به خود گرفته، او قول داده اجازه بدهد آن‌ها پول‌هایی را که دهه نود از کشور خارج کرده‌اند به طور قانونی به کشور بازگردانند.

اما آیا واقعا هزارها نفر از روس‌های متمولی که بنا بر برخی از آمارها بیش از 250 میلیارد دلار در خارج از مرزهای روسیه پول دارند حاضر خواهند شد به طعمه آقای پوتین گاز بزنند؟



گزارش نویسی کند و کاوی

تحقیقات اولیه باید تا جایی که امکان دارد اطلاعاتی را که به صورت عمومی در دسترس است جمع‌آوری کند. بهتر است قوانین دسترسی آزادانه به اطلاعات را در کشورتان مطالعه کرده باشید. با اتکاء به این قوانین می‌توانید به کلی اطلاعات دولتی، شرکت‌ها، یا کتابخانه‌های عمومی دست پیدا کنید. اینترنت منبعی غنی برای یافتن اطلاعات و شیرجه در جزئیات است. اما حواستان باشد هر اطلاعاتی که اینترنت استخراج می‌کند قابل اعتماد نیست.

وقتی این اطلاعات را استخراج کردید، منابع‌تان را ترغیب کنید که شکاف‌ها را پر کنند و جزئیات بیشتری به شما بدهند، حتی اگر *off_the_record* باشد. یعنی این که نخواهند نامشان در گزارش ذکر بشود. اگر در گزارشی که دارید تهیه می‌کنید کسانی متهم شده‌اند که خطا کرده‌اند باید با آن افراد تماس بگیرید تا واکنش خود را با شما در میان بگذارند. و باید پاسخ آنها را در گزارش‌تان بیاورید.

برخی می‌گویند هر نوع گزارشی به هر حال کند و کاوی است، چون خبرنگارهای خوب همیشه به دنبال حقایق هستند و سعی می‌کنند بهترین نسخه از حقایق را بیابند. با این حال، گزارش‌های کند و کاوی هم ویژگی‌هایی برای خود دارند که آنها را متمایز می‌کند:

- به کلی زمان و نیروی کار نیاز دارند.
- معمولا دربارہ یک روند یا سلسله‌ای از اتفاقات هستند تا این که فقط یک اتفاق را پوشش بدهند.

- اغلب به دنبال موضوعاتی می‌روند که تا پیش از آن در رسانه‌ها پوشش داده نشده باشد.

- اغلب موفقیت آنها به دسترسی منابع ناب دست اول بستگی دارد، یا به آمار و اطلاعاتی که در اسناد دولتی یا شرکتی مدفون شده باشد.

- اغلب روی موضوعاتی مثل جرم و جنایت، فساد، یا سوء استفاده از قدرت متمرکز می‌شوند.

- گاهی اوقات ایجاب می‌کند که مخفیانه کار کنید. (بهتر است این بخش را به متخصصان و خبرنگاران کارکشته بسپارید. در اینجا کلی مسئله اخلاقی وجود دارد که اگر خبرنگاری دستش رو بشود ممکن است کلی پیامد منفی برایش ایجاد کند، به خصوص اگر بخواهد گزارشی درباره جرایم سازمان یافته تهیه کند.) در برخی از کشورها استفاده از ضبطی که پنهان شده باشد جرم تلقی می‌شود.



مصاحبه

آماده سازی - تا جایی که می‌توانید درباره فرد و موسسه‌ای که می‌خواهید با او مصاحبه کنید پیشینه و اطلاعات به دست بیاورید. وگرنه وقت‌تان به پرسیدن سووال‌های ساده و بدیهی می‌گذرد. اگر خود را آماده کرده باشید به مصاحبه شونده نشان خواهید داد که شما هم "مشق خود را نوشته‌اید." در نتیجه مصاحبه شونده به قابلیت‌های شما بیشتر اعتماد می‌کند و اطلاعات بیشتری را در اختیارتان می‌گذارد.

- از پیش سووال‌ها را بینم. - اگر مصاحبه شونده‌ای اصرار دارد که سووال‌ها را از پیش ببیند اگر راهی ندارید سووال‌ها را به او نشان بدهید اما این دلیل نمی‌شود که وقتی مصاحبه شروع شد فقط همان سووال‌ها را از او پرسید.

- سلام و علیک - چند دقیقه اول را به صحبت درباره چیزهای کلی بگذارید. اگر مشق خود را خوب نوشته باشید حتما کم و بیش می‌دانید که مصاحبه شونده به چه چیزهایی علاقه دارد و می‌توانید درباره آن موضوعات با او قدری گپ بزنید. این باعث می‌شود فضا قدری بشکند و همه چیز نرم‌تر و خودمانی‌تر پیش برود.

نام‌ها و سمت‌ها را حتما چک کنید. - نگاه، حرکات دست و صورت - صندلی‌تان را طوری نگذارید که درست با او رو در رو بشوید. ممکن است اذیت بشود. صندلی را کمی عقب بکشید، یک مقدار به گوشه بروید، و تکیه بدهید. گاه نگاهی رد و بدل کنید.

- ضبط و دفترچه یادداشت - اجازه بگیرید که از ضبط استفاده کنید. اگر از ضبط استفاده کردید آن را درست مقابل مصاحبه شونده نگذارید. باعث می‌شود او مدام به این فکر کند صدایش دارد ضبط می‌شود. ضبط را کناری بگذارید. تا نشستید یکهو دفتر یادداشت را درنیاورید. بهتر است آن را روی زانوی‌تان بگذارید تا این که آن را روی میز جلوی روی مصاحبه شونده قرار بدهید.

- سووال‌ها کوتاه باشد - قصد شما این است که از مصاحبه شونده اطلاعات بگیرید نه این که پز بدهید چه قدر باهوش هستید یا چه قدر می‌دانید.

- سووال سخت‌ها را اول نپرسید - ممکن است باعث بشود مصاحبه شونده اذیت بشود و حالت دفاعی بگیرد یا مصاحبه را متوقف کند. سووال سخت‌ها را نگه دارید تا لاقبل پاسخ چند تا سووال را گرفته باشید و چیزی برای نوشتن داشته باشید.

- " برخی از منتقدان شما می‌گویند، " - این راهی برای پرسیدن سووال‌های سخت است. خودتان را عقب بکشید و سووال را در دهان دیگران بگذارید.

- از سووال‌ها باز استفاده کنید نه بسته. سوالات بسته عموماً با فعل شروع می‌شوند و جواب‌شان هم اغلب بله یا خیر است. سعی کنید سووال‌ها باز طراحی بکنید: چه احساسی درباره این موضوع دارید؟ چه چیزی می‌شنوید؟ چرا این موضوع مهم است؟ این را چه طور شرح می‌دهید؟

همیشه برای سوال بسته جا دارید. به خصوص وقتی که می‌خواهید در مورد موضوعی کلیدی جواب بله یا خیر بگیرید.



- نام‌ها را چک کنید - اغلب جلوی شرکت‌کنندگان در نشست‌های خبری نام‌شان را می‌نویسند. در دفترچه یادداشت خود نقشه‌ای بکشید و مشخص کنید چه کسی کجا نشسته و صندلی‌ها را شماره گذاری کنید: 1، 2، 3، ... این طوری راحت می‌توانید بفهمید چه کسی دارد صحبت می‌کند.

- گروهی کار کنید - در نشست‌های خبری سخت است که بتوانید به دنبال سووالی که پرسیده‌اید سووال دیگری را مطرح کنید. برای همین بد نیست اگر به دنبال سووالی که دیگران پرسیده‌اند سووالی مطرح کنید و موضوع را بیشتر باز کنید. اگر گروهی کار کنید اطلاعات بیشتری به دست می‌آورید تا این که بخواهید تکرور کنید.

- دم در - سعی کنید وقتی اعضای کنفرانس یا نشست خبری دارند سالن را ترک می‌کنند یا قبل از این که وارد سالن بشوند به سراغ‌شان بروید. خیلی‌ها خوشحال هم می‌شوند تا به سووال‌های شما پاسخ بدهند و جزئیات بیشتری در اختیارتان بگذارند.

- دنبال خبرنگارهایی باشید که در حوزه‌شان متخصص هستند - اگر قرار است یک موضوع خبری را پوشش بدهید که از آن چیز زیادی نمی‌دانید یا با موضوعی پیچیده روبرو هستید دنبال خبرنگارانی باشید که در پوشش آن حوزه خبری یا موضوع مهارت دارند. دنبال کسانی باشید که از سووال‌تشان معلوم است از اتفاقات حوزه مطلع هستند. قبل یا بعد از نشست خبری به سراغ آن‌ها بروید و با آنها صحبت کنید. کارشناسان اغلب خوشحال می‌شوند دانش خود را در میان بگذارند.

- از این که چند تا سووال را با هم پرسید پرهیز کنید - مصاحبه شونده خیلی راحت، ساده‌ترین سووال را جواب می‌دهد. - از سکوت استفاده کنید - تا مصاحبه شونده ساکت شد به طور اتوماتیک سووال دیگری را مطرح نکنید. خیلی موقع‌ها مصاحبه شونده دارد فکر می‌کند که دیگر چه جوابی می‌تواند بدهد یا دارد فکر می‌کند اطلاعات مهمی را به زبان بیاورد یا از خیر آن بگذرد. به او فرصت بدهید. - اگر نمی‌فهمید - اگر دست و پا می‌زنید که بفهمید او چه می‌گوید از عبارتهایی مثل "اگر درست فهمیده باشم، ... استفاده کنید یا "این موضوع را برای مردم عادی چه طور شرح می‌دهید." - چیز دیگری هست که بخواهید بگویند؟ - در پایان هر مصاحبه‌ای این سووال را از خود پرسید. گاهی اوقات مصاحبه شونده‌ها اطلاعاتی دارند که شما نمی‌دانید.



کار با اعداد

خبرنگارها در هر حوزه‌ای که کار کنند اغلب با اعداد سر و کار دارند. یک دلیلش این است که اخبار تجاری و مالی اغلب جزو اتفاقات مهم روز است. برخی از خبرنگارها وقتی نگاه‌شان به اعداد می‌افتد خشک‌شان می‌زند و این را هم می‌گویند که خبرنگار + اعداد = اشتباه.

برای این که از میان انبوه اعداد خبرهای درجه یک پیدا کنید چند توصیه زیر را در نظر بگیرید.

- مقایسه کنید و به دنبال کنتراست باشید - اعداد به تنهایی چیز زیادی به ما نمی‌گویند. فقط وقتی با هم مقایسه می‌شوند - سال گذشته، ماه گذشته، شرکتی دیگر - معنادار می‌شوند.

- اعداد قضایا را روایت می‌کنند - قدری آن طرف‌تر اعداد را نگاه کنید تا تغییرات را ببینید. آمارهای ماهانه نشان می‌دهد که واردات گندم منچوقستان ظرف یک سال دو برابر شده است. چرا؟ چون دولت سوسپید نان گذاشته تا از شورش‌های داخلی جلوگیری کند.

- به جای عدد از کسر و درصد استفاده کنید - نیم میلیون بهتر از 500,000 نفر است. اعداد کامل را به ندرت استفاده کنید و سعی کنید در لید نیاورید.

- دنبال زوایای انسانی باشید - آدم‌ها دوست دارند درباره آدم‌ها بخوانند. چه طور افزایش نرخ بهره بانکی روی تصمیم‌گیری کسانی که می‌خواهند خانه بخرند تاثیر می‌گذارد؟ آیا این باعث خواهد شد تا برخی شغل خود را از دست بدهند؟

اخلاق

موسسات خبری در هر کشوری اصول اخلاقی خود را دارند. البته این اصول هر کدام جزئیات خود را دارد که از کشوری به کشور دیگر فرق می‌کند. اما بیشتر این اصول روی موضوعاتی کلیدی اتفاق نظر دارند:

- هیچ گاه خبری را جعل نکنید، خبر کس دیگری را هم ندرزید.

- هیچ وقت رشوه نگیرید - خیلی از روزنامه‌نگارها در کشورهای در حال توسعه حقوق کمی دریافت می‌کنند، بنابراین در معرض رشوه از جانب سیاست‌مدارها و شرکت‌ها قرار می‌گیرند تا اخباری به نفع این گروه‌ها بنویسند یا رقبای این گروه‌ها را بگویند.

- همیشه در مقابل این خواسته مصاحبه شونده که قبل از انتشار مطلبی که نوشته‌اید را ببیند یا تایید بکند بایستید. - در مقابل مهمان‌نوازی دست و دلبازانه با احتیاط عمل کنید. چیزی به نام ناهار مجانی وجود ندارد. آدم‌ها و شرکت‌هایی که از خود مهمان‌نوازی نشان می‌دهند، اغلب در ازای این مهمان‌نوازی چیزهایی هم می‌خواهند.

- هیچ گاه نام منبع خود را فاش نکنید. خبرنگارها در برخی از کشورها حتی حاضر شده‌اند به زندان بروند تا این که منبع خبر خود را در دادگاه فاش نکنند.

- نظرات سیاسی خود را از خبری که می‌نویسید دور نگه دارید.



امنیت

- همیشه اگر ازتان پرسیده شد خود را به طور صریح و شفاف معرفی کنید. هیچ وقت خود را جای کسی دیگری جا نزنید. وقتی ازتان پرسیده شد چه کاره هستید بگویید که خبرنگار هستید.

همیشه لباس غیرنظامی بپوشید مگر به عنوان خبرنگار جنگی رسمی مجوز فعالیت داشته باشید و از شما خواسته شده باشد که لباس نظامی بپوشید.

حواستان به نشانه‌هایی که همراه دارید و ممکن است شما را عضو گروهی خاص بشناسند باشد، به خصوص وقتی در محیط‌هایی کار می‌کنید که ممکن است قدرت از جناحی به جناح دیگر منتقل شود. اگر در دو طرف یک جبهه مشغول به کار هستید هیچ گاه درباره عملیات نظامی یک طرف به طرف دیگر اطلاعاتی ندهید. نقشه‌هایی به همراه نداشته باشید که علامت‌گذاری شده باشد و فکر کنند شما جاسوس هستید.

اگر در وضعیتی گیر افتادید که تهدیدتان می‌کردند، سعی کنید آرام باشید و رفتاری دوستانه داشته باشید. همراهان سیگار باشد یا چیزهای این قبیلی که بتوانید به اطرافیان‌تان بدهید.

یک دستبند یا پلاک حمل کنید که روی آن گروه خونی‌تان مشخص شده باشد. کفش‌هایی بپوشید که اگر لازم شد بتوانید با آن بدوید. به خصوص وقتی در محیط‌های خطرناک کار می‌کنید.

پس افراد دهکده کجا هستند چرا یکهو همه ساکت شده‌اند؟

بترسید، این طبیعی است. اما خود را نیازید.

بیمه - اگر در محیطی خطرناک کار می‌کنید حواستان باشد که کارفرما شما را به شکلی مناسب بیمه کرده باشد.

امنیت شما در درجه اول اهمیت است و هیچ داستانی هر اندازه هم که مهم باشد ارزشش را ندارد که جان خود را از دست بدهید یا به شدت مجروح بشوید. اگر در شورشی خیابانی دستگیر بشوید دیگر نمی‌توانید خبر را منتشر کنید و کارایی شما به عنوان خبرنگار به شدت محدود می‌شود.

اگر فکر می‌کنید در خطر قرار دارید برای دبیر خود قضیه را تشریح کنید و بگویید قصد دارید چه طور خبر را پیش ببرید و خطرات احتمالی را برای او شرح بدهید. اگر قرار است تظاهراتی را پوشش بدهید که ممکن است به خشونت و هرج و مرج کشیده بشود از قبل سری به محل بزنید و راه‌های فرار خود را مشخص کنید. عموماً از بیشتر خبرنگارها انتظار نمی‌رود که جنگ‌ها را پوشش بدهند. خیلی از موسسات خبری هم قبل از این که خبرنگارها را به جبهه جنگ بفرستند از آنها می‌خواهند در کلاس‌های آموزشی شرکت کنند تا یاد بگیرند چه طور باید در محیط‌های خطرناک کار کنند. این کلاس‌ها بیشتر توسط سربازانی اداره می‌شود که قبلاً خودشان در این محیط‌ها حضور داشته‌اند. اگر مجبور هستید کنش‌های مسلحانه را پوشش بدهید نکات زیر را در نظر بگیرید.

- خطرات احتمالی را سبک و سنگین کنید و تصمیم بگیرید آیا خبری که می‌خواهید پوشش بدهید ارزشش را دارد یا نه.

- کمک‌های اولیه یاد بگیرید، به خصوص این که چه طور از خون‌ریزی جلوگیری کنید.

- هیچ گاه سلاح حمل نکنید و با خبرنگاری که سلاح دارد همسفر نشوید.

پایان