

بخش پنجم

عناصر یا ارکان خبر

اگر ارزش‌های خبری به اخبار شکل می‌دهند، «عناصر خبری» اخبار را به نمایش می‌گذارند.

هر اندازه که عناصر خبری کامل‌تر باشند، قیافهٔ خبر از نظر اطلاعاتی که باید به مخاطب بدهد، جذاب‌تر خواهد بود.

(Who) چه کسی، که؟

(What) چه چیزی، چه؟

(Where) کجا؟

(When) چه وقت، که؟

(Why) چرا؟

(How) چگونه، چگونه؟

خبرنگار کارآزموده هر گاه که می‌خواهد رویدادهایی را به خبر تبدیل کند، تلاش می‌کند تا هر شش عنصر فوق را در گزارش خود لحاظ کند. در نظر گرفتن این عناصر به غنای خبر می‌افزاید و تصویر جامعی از رویداد به خواننده منتقل می‌کند و در واقع خبرنگار برای آنکه خبر جامعی ارائه دهد، در برابر هر رویداد این شش پرسش را برای تکمیل خبر از دیگران می‌پرسد تا خبری کامل و بی‌نقص تهیه کند.

نکته‌ای که در اینجا باید تذکر داد، این است که در واقع بین عناصر خبری و ارزش‌های خبری رابطه‌ای مستقیم وجود دارد:

چه کسی <---- شهرت

چه چیزی <---- در برگیری و شگفتی و فراوانی

کجا <-----> مجاورت

چه وقت <-----> تازگی

و همانطور که می‌دانید دو عنصر چرا و چطور، ارزش تحلیلی - توصیفی دارند زیرا که خواننده نمی‌داند که رویداد چرا و چطور به تحقق پیوسته است. پس می‌توان گفت که این نکته، امری طبیعی است که روزنامه‌نگاران تلاش می‌کنند تا از عناصر مناسب خبری برای جذب خواننده استفاده کنند و لذا این عناصر مناسب را در تیترها و آغاز خبرها به کار می‌برند و به قولی خرج می‌کنند. عنصر مهمی که روزنامه‌نگاران به تشخیص خود از میان عناصر خبری انتخاب می‌کنند و در آغاز خبر «لید» به کار می‌گیرند تا خواننده را به خواندن خبر ترغیب کنند، عنصر جذاب (Feature) نامیده می‌شود. البته عنصر جذاب الزماً مهم‌ترین عنصر خبر نیست و در همین جا باید این توضیح را نیز اضافه کرد که در متون اصلی انگلیسی نباید Feature یا عنصر جذاب را با Story Feature مطلب اطلاع‌رسان و سرگرم‌کننده اشتباه گرفت. به این نوع مطالب، مطالب مورد علاقه انسان‌ها (Story interest Human) هم گفته می‌شود.

شَم حرفه‌ای برای انتخاب عنصر جذاب و کاربری آن در نخستین پاراگراف خبر «لید» اهمیت شایان توجهی دارد، هرچند که روزنامه‌نگاران در بسیاری از مواقع صرفاً از یک عنصر خبری در پاراگراف اول خبر استفاده نمی‌کنند و اکثراً آمیزه‌ای از این عناصر را به کار می‌گیرند. به این سه جمله دقت کنید:

۱. رییس‌جمهور عازم نیویورک شد؛
۲. رییس‌جمهور امروز عازم نیویورک شد؛
۳. رییس‌جمهور امروز برای شرکت در اجلاس سازمان ملل عازم نیویورک شد.

- در جمله نخست فقط از دو عنصر چه کسی؟ و کجا؟ استفاده شده است؛
- جمله دوم از سه عنصر چه کسی؟ چه وقت؟ و کجا؟ برخوردار است؛
- جمله سوم حاوی عناصر چه کسی؟ چه وقت؟ کجا؟ و چه چیزی؟ است. روزنامه‌نگاران کارکشته در برخورد با عناصر خبری و انتخاب عنصر یا عناصر جذاب در حقیقت بهترین زاویه ورود به موضوع را بر میگزینند، اما پیش از آنکه

عنصر جذاب انتخاب شود، باید برای هر یک از این عناصر که اجزای خبر را تشکیل می‌دهند، دقیق‌ترین، روشن‌ترین و جامع‌ترین اطلاعات را فراهم ساخت. در واقع باید گفت که این سه صفت (دقیق، روشن و جامع) اساسی‌ترین صفات مفاهیم خبرنگاری را تشکیل می‌دهند و هر روزنامه‌نگار باید همه سعی خود را به کار گیرد تا هر شش عنصر خبر او رنگ سه مضمون فوق‌الذکر را داشته باشند. به این ترتیب می‌توان برای هر یک از این عناصر زیرمجموعه‌هایی در نظر گرفت و به تدوین و تأمین آن‌ها برای مخاطبان پرداخت:

(چه کسی) که؟:

هرگاه خبری تهیه می‌کنیم، باید عوامل درگیر در ماجرای آن خبر که عامل و فاعل رویداد هستند و در پیدایش و وقوع رویداد نقش داشته‌اند، دقیقاً بشناسیم و آنان را در خبر خود معرفی کنیم.

اطلاعاتی نظیر: نام، نام خانوادگی، سن، شغل، موقعیت و... می‌توانند برای تکمیل اطلاعات یا داده‌های ضروری در مورد خالق یا خلق کنندگان ماجرا نقشی کلیدی و اساسی ایفا کنند.

باید این نکته را در نظر داشت که تنها در صورتی می‌توان از نام و نام خانوادگی یک فرد در آغاز خبر استفاده کرد که ذکر نام و نام خانوادگی او با تداعی چهره او در ذهن مخاطب توأم و همراه باشد؛ یعنی فرد باید حتماً آنقدر معروف باشد که قیافه‌اش برای همگان آشنا باشد و نیازی به ذکر سمت و شغل او نباشد. اما در مواردی که فرد دارای شهرت چندانی نیست به جای نام او، ابتدا باید سمت او را در آغاز خبر ارائه کرد و سپس به معرفی خود او به لحاظ نام و نام خانوادگی پرداخت. این توصیه باید به ویژه در نخستین پاراگراف خبر به کار بسته شود.

مثال:

کامران دانشجو:

دولت به دانشجویان تحصیلات تکمیلی کمک هزینه تحصیلی می‌دهد

کامران دانشجو وزیر علوم تحقیقات و فناوری گفت: دولت از امسال به دانشجویان

مقاطع کارشناسی ارشد و بالاتر ماهیانه کمک هزینه تحصیلی می‌دهد.

(چه چیزی) چه؟

این عنصر عمدتاً بر ماهیت رویدادی که قرار است به خبر تبدیل شود، متمرکز است این عنصر و عنصر پیشین (که) معمولاً از مهم‌ترین عناصر خبری هستند. روزنامه‌نگاران در مواردی که عنصر چه چیزی از ویژگی‌های فراوانی و در برگیری برخوردار است، از آن به عنوان عنصر جذاب خبر استفاده می‌کنند و آن را در پاراگراف اول خبر ارائه می‌کنند.

مثال:

مسئول ستاد حج عمره دانشجویی:

ثبت نام حج عمره دانشجویی امسال از ۱۰ آبان‌ماه آغاز می‌شود

تهران- خبرگزاری دانشجویان: مسئول ستاد حج عمره دانشجویی در کنفرانس خبری گفت: در سال جاری ۲۴ هزار دانشجوی عازم سرزمین وحی خواهند شد که از این بین ۱۵ هزار نفر دانشجوی پسر و ۵ هزار نفر از دانشجویان متأهل و ۴ هزار نفر از اساتید دانشگاه عازم خانه خدا خواهند شد.

حجت‌الاسلام فقیهی با اشاره به اینکه زمان ثبت نام حج عمره دانشجویی در سراسر کشور از ۱۰ آبان آغاز می‌شود و تا یک ماه مهلت دارد، گفت: دانشجویان می‌توانند از طریق سایت لیبیک www.labeyk.ir ثبت نام کنند.

کجا؟

هر رویدادی از وجه مکانی برای خود، یک محل وقوع دارد. عنصر کجا، از آنجا که محل رویداد را مشخص می‌سازد، از اهمیت برخوردار است. عنصر کجا از لحاظ مجاورت در دو شکل جغرافیایی و معنوی بروز می‌کند.

اطلاعات مربوط به عنصر کجا، به ویژه اگر این عنصر شناخته شده نباشد، باید به طرز تفصیلی‌تر ارائه شوند. مثلاً اگر محل رویداد در کشور کوچک و گمنام «بنین» است، باید به مخاطب توضیحاتی در مورد موقعیت جغرافیایی آن ارائه شود.

مثال:

سمینار بررسی تحولات بعد از انتخابات ۸۸

در دانشگاه علامه طباطبایی برگزار شد

سمینار بررسی تحولات بعد از انتخاب با عنوان «بصیرت» در دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبایی برگزار شد.

چه وقت کی؟

زمان وقوع حادثه را مشخص میکند هر چه زمان رویداد دقیق تر درج شود، می تواند در بالا رفتن ارزش خبری مؤثرتر باشد. اگر زمان رویداد از تازگی برخوردار باشد، باید در پاراگراف اول «لید» آورده شود. به طور کلی رویدادها را نباید بدون زمان ارائه کرد. خواننده باید از زمان وقوع رویداد (گذشته، حال و آینده) اطلاع داشته باشد.

مثال:

دکتر محمود احمدی نژاد، رئیس جمهور، دیروز (سوم اسفند) در پیامی به چهارمین جشنواره نشریات بسیج دانشجویی کشور، نشریات دانشجویی را به ویژه از جنس بسیجی آن، یک فرصت استثنایی برای همه دانشجویان دانست تا قلم و اندیشه آنان به زیور ابتکار و نوآوری و طبع آنان به زیور حق خواهی و حق گوئی و عشق و شوق و ذوق آراسته گردد.

چرا؟ و چطور؟

عناصر خبری چرا؟ چطور؟ جنبه های تحلیلی و توصیفی رویدادها را تبیین می کنند. این دو عنصر در بسیاری از مواقع با دیدگاه های شخصی خبرنگار - خواسته و ناخواسته - آمیخته می شوند و همه آنچه درباره بی طرفی خبری، عینی گرایی و پرهیز از جانبداری خبری گفته می شود، از همین دو عنصر سرچشمه می گیرند. چرا یک تصادف رخ داده است؟ ممکن است که یک روزنامه نگار سرعت راننده را دلیل تصادف ذکر کند، و دیگری بر فقدان علائم راهنمایی و رانندگی تکیه کند و روزنامه نگار دیگری بر نقص فنی اتومبیل نظیر عیب ترمز، و روزنامه نگار چهارم بر حواس پرتی راننده... حال آنکه این تصادف که در جهان واقعی رخ داده است، ممکن است به همه دلایل فوق و یا بدون هیچ یک از این دلایل رخ داده باشد

ممکن است روزنامه‌نگار از چگونگی و نحوه بروز یک رویداد خبر داشته باشد، اما از چرایی آن چیزی نداند و یا به عکس از «چرا»ی اتفاق مطلع باشد، اما از چگونگی وقوع آن بی‌خبر باشد. در این موارد روزنامه‌نگاران مجرب و ورزیده تلاش می‌کنند تا جامع‌ترین اطلاعات را در مورد تک‌تک عناصر خبری به دست آورند و بهترین و جذاب‌ترین این اطلاعات را در پاراگراف نخستین خبر و یا در تیتراژ آن به کار گیرند تا خواننده را به خواندن خبر ترغیب کنند.

یادآوری این نکته ضرورت دارد که باید از عناصر چرا و چگونه عمدتاً در گزارش‌ها و خبرهای تحلیلی و توصیفی استفاده شود. ضمن آنکه عینیت و بی‌طرفی نیز باید همواره راهنما و سرمشق کار قرار داشته باشند. روزنامه‌نگار باید شبیه یک پیک یا پیام‌رسان، اصل رویداد را به روزنامه و خوانندگان آن منتقل سازد.

مثال:

باز هم هوو، جان گرفت

به سبب نقص ترمز تریلی ساخت شرکت هوو، ۵ نفر از اهالی روستای آبگرم همدان جان خودشان را از دست دادند. تریلی هوو که عصر دیروز در حال حرکت به سمت همدان بود، به دلیل نقص ترمز با ۵ خودرو در حال حرکت تصادف می‌کند و در نهایت از جاده منحرف شده و داخل یک خانه متوقف می‌شود. در این حادثه ۵ نفر جان خودشان را از دست دادند و ۲۰ نفر آسیب دیدند که در این میان حال دو نفر وخیم گزارش شده است.