



ارکان اصلی خبر

**خبر بدون Where , Why , What
How , Who , When ارزش
خبری ندارد.**

ساخته و اشخاص موجود در حادثه چه کسانی هستند؟ فاعل و یا فاعل‌های این خبر چه افرادی می‌باشند؟ در این مورد عنصر مورد نظر همیشه انسان نیست. اما اگر انسان و یا جان دار دیگری باشد، همیشه فاعل خبر است. ممکن است فاعل یک خبر یا یک حادثه از یک نفر بیش تر بوده و تعداد زیادی را شامل شود: مردم روستای شه میرزاد در استان سمنان به دلیل بارش سنگین برف در خانه‌های خود زندانی شدند.

همیشه خبرها اشاره ای و مختصر نیستند. در مواردی تهیه کننده خبر ناچار می شود جزئیات شخصی و خصوصی فاعل و یا فاعل‌های یک خبر را نیز اعلام نماید. درباره خبرهایی که فاعل آن انسان نیست، ذکر توضیح کوتاه از فاعل خبر، کار را برای مخاطب آسان تر می کند.

تمام آن چیزی را که منظور اصلی بوده است، بیان نمی‌کند. سعی مترجمان ابتدا این بوده است که معادلی برای آن کلمه ی مورد نظر پیدا کرده و جای گزین نمایند. معنا و مفهوم بسیاری از این اصطلاحات ترجمه شده رسانست، و آن هدفی که از آغاز مورد نظر بوده تامین نشده است.

آن ترجمه‌های نادرست و جای‌گزینی معادل‌های فارسی به جای اصطلاح‌های خارجی سبب شده است تا بسیاری از مفاهیم اصلی روزنامه نگاری در هنگام ترجمه تغییر پیدا کنند.

خبر باید در مخاطب ایجاد انگیزه کرده و او را به سوی خود جذب نماید. در یک نگاه سطحی به خوانندگان عبوری در پیش خوان یک روزنامه‌فروشی، مشاهده می‌شود که علاقه‌مندان مطالب تیریک برخی از نشریه‌ها تا چندین برابر بیش‌تر از نشریه‌های مشابه است. بدون تردید تمام مخاطبان نشریه‌های مختلف نمی‌توانند اطلاعات علمی و فنی روزنامه نگاری داشته و با آگاهی از دانش روزنامه‌نگاری، مطالب مورد علاقه‌ی خود را انتخاب نمایند. تنها چیزی که باعث امتیاز مطالب یک نشریه نسبت به مطالب نشریه‌های مشابه می‌شود، جامع و کامل بودن خبر است.

خبرهایی مورد توجه مخاطبان قرار می‌گیرند که از هر جهت کامل باشند. هرچقدر خبر کامل‌تر باشد، طرفداران بیش‌تری نیز پیدا می‌کند. کسانی که به دنبال خبر هستند سعی می‌کنند تمام قیمت‌های مختلف یک خبر را مورد نقد و بررسی قرار دهند.

پیش‌تر اشاره کرده بودیم که دانش نوین روزنامه‌نگاری، دانشی است اروپایی که بیش‌تر واژگان، قوانین و مقررات آن ریشه لاتینی دارند.

اگر برخی از واژگان این علم وارد زبان فارسی شده اند، برگردان و یا ترجمه‌ی اصطلاحات رایج روزنامه نگاری در زبان اصلی هستند. در مواردی بسیار زیاد مشاهده می‌شود که ترجمه‌ی واژه‌به‌واژه از زبان‌های اروپایی به زبان فارسی،

در یک بررسی دقیق به یک خبر علمی و کامل شش رکن و یا شش عنصر در آن خود نمایی می‌کنند که عبارتند از:

۱- WHO کی، چه کسی؟ (قید پرسش و استفهام) خبر مربوط به چه کسی است؟ چه کسی خبر را

خبر باید خواننده را به سوی خود جلب نماید.





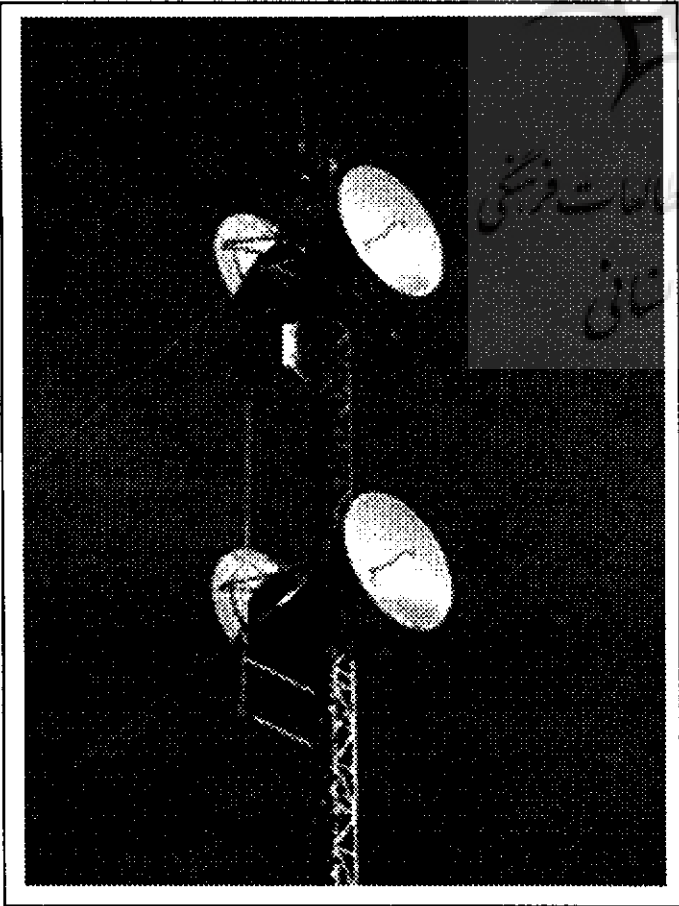
۶- WHY چرا؟ به چه دلیل (قیدپریش) چرا این حادثه به وجود آمده است؟ پرسشی است که همیشه ذهن تهیه کننده خبر را مشغول می کند. علت به وجود آمدن حادثه را بازگو می کند. چرا فلانی کشته شد؟ چرا آن شخص به عنوان نماینده انتخاب شد؟ تهیه کننده خبر همیشه با تعداد زیادی از «چراها» روبه رو است. کلمه «چرا» همیشه بیان کننده علت یک روی داد است و خبرنگار کنجکاو نیز به دنبال چرا و علت های وقوع روی دادها حرکت می کند.

بنابراین شش عنصر و یا رکن اصلی خبر: WHY, HOW, WHEN, WHAT, WHERE, WHO که در زبان انگلیسی به شش قاعده خبر مشهورند و علامت خلاصه شده آنها (WH) می باشد که در زبان فارسی با معادل هایی مانند: چرا، چگونه، چه وقت، چه چیزی، کجا و چه کسی تعریف شده اند.

۲- WHERE کجا؟ مکان تولید خبر. (قید مکان) حادثه ای گزارش شده در چه مکانی اتفاق افتاده است؟ بیان قید مکان در یک خبر بسیار مهم است. برای کامل تر شدن یک خبر چنان چه از قید مکان استفاده می کنیم باید نشانی کامل سوژه را در شهرهای بزرگ بنویسیم. برای شهرهای کوچک و روستاها چون مردم آن ناحیه با محیط زندگی خود کاملاً آشنایی دارند، نوشتن جزئیات نشانی حادثه ضروری نیست.

حذف هر یک از عناصر اصلی از بدنه ی خبر، از اهمیت خبر می کاهد.

یک خبر کامل شش رکن اصلی دارد.



مثال: «در یک حادثه ای آتش سوزی در طبقه بیستم برج آسمان واقع در ضلع شمالی پارک نیاوران در منطقه ی یک شهرداری تهران، چهاردستگاه آپارتمان در آتش منهدم شدند.» یا «در یک حادثه ی آتش سوزی در روستای مهران شیراز یک گاوداری منهدم شد.» چنان چه دوخبر بالا را با یک دیگر مقایسه کنیم ضرورت بیان جزئیات یک حادثه را بهتر درک خواهیم کرد.

۳- WHAT چه، چه چیزی؟

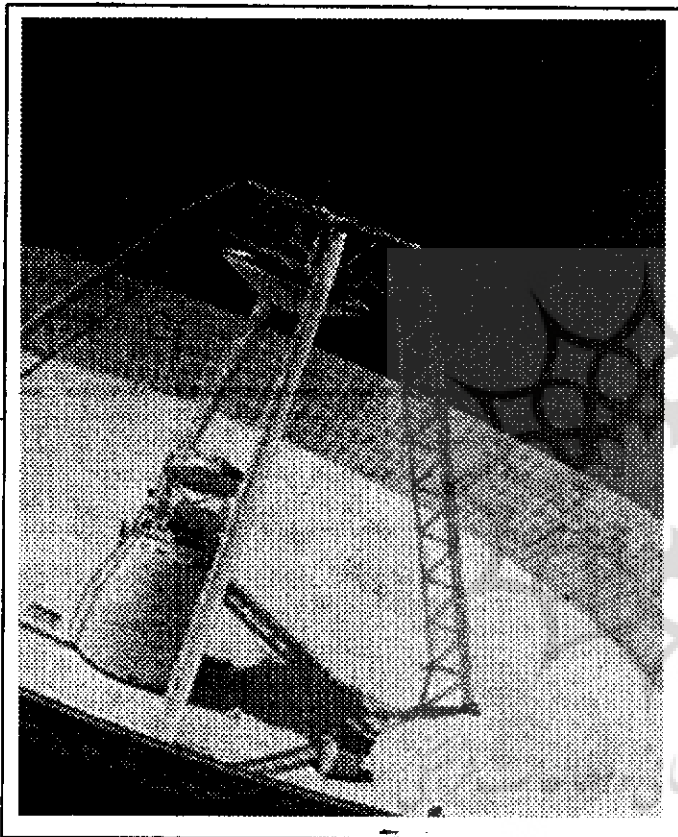
(کلمه ی پرسش و استفهام) پرسشی است که بیش تر تهیه کنندگان خبر با آن روبه رو هستند. مطرح شدن این پرسش در ذهن تولید کننده خبر، بیان کننده نوع روی داد خبری است. یعنی چه چیزی باعث به وجود آمدن خبر شده است؟ موضوع واقعه چیست؟

۴- WHEN کی؟ چه وقت؟ چه زمان؟ (قید زمان) زمان مهم ترین رکن یک خبر است. خبر بدون ذکر قید زمان ارزش علمی ندارد. در برخی از روی دادها تهیه کننده خبر مجبور می شود تمام جزئیات زمانی یک خبر را نیز اعلام کند. برخی از خبرها به اعلام فقط یک جزء از زمان اکتفا می کنند، در حالی که در برخی دیگر خبرنگار ناچار می شود تمام قسمت های زمانی یک خبر مثل سال، ماه، روز، تاریخ، ساعت، دقیقه و حتی ثانیه را نیز بیان کند. بنابراین بیان هر یک از قسمت های زمان در یک خبر به همیت آن خبر وابسته است.

۵- HOW چگونه؟ (قید حالت) خبر یا حادثه چگونه اتفاق افتاده است؟ در این حالت تهیه کننده خبر به شرح حادثه با توجه به اهمیت آن می پردازد. جایی که خبر معمولی است شرحی کوتاه از چگونگی حادثه کافی به نظر می رسد. اما در صورتی که خبر داغ و در اصطلاح روزنامه نگاری «آزیردار» (ALERT NEWS) باشد، باید تمام ریزه کاری های آن نیز شرح داده شود.



و به همین نسبت خبر می‌تواند کامل‌تر و فراگیرتر باشد و مخاطب را راضی نگاه دارد. در تنظیم خبر باید به اصل کوتاه نویسی، اما مهم نویسی توجهی ویژه مبذول گردد. هر چقدر عناصر تشکیل دهنده خبر کامل‌تر باشند، مخاطبین بیش‌تری به سوی آن جلب می‌شوند. در جامعه تعداد کسانی که از چهارچوب فنی خبر آگاهی دارند، بسیار



اندک می‌باشند و قرار نیست که مخاطبین یک نشریه، متخصصین و کارشناس روزنامه‌نگاری باشند. آن چه که برای یک روزنامه‌نگار متعهد قابل ارزش و اهمیت است، استفاده بهینه و منطقی از ابزار علمی و تخصصی این حرفه است. ناآگاهی مخاطبان از اصول روزنامه‌نگاری نباید به عنوان عاملی بازدارنده مورد سوءاستفاده تهیه‌کنندگان خبر قرار گیرد. خبر در هر صورت باید صحیح، عادلانه، علمی و کامل باشد و خبرنگار نباید زیر نفوذ منابع خبری از بیان واقعیت‌های جامعه دور شود. در عالم روزنامه‌نگاری ممکن است افراد زیادی وجود داشته باشند که بتوانند به راحتی مقاله‌های گوناگونی در زمینه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و غیره بنویسند. این تسلط در مقاله نویسی به معنای تهیه یک خبر علمی، مطلوب و کامل نیست و یک مقاله نویس حرفه‌ای و کامل شاید نتواند حتی در اندازه یک خبرنگار درجه‌ی دو و سه خبر تهیه نماید.

کامل‌ترین خبرها آن‌هایی هستند که تمام عناصر شش‌گانه‌ی یاد شده در آن‌ها وجود داشته باشند. هر چقدر از تعداد عناصر یک خبر کامل کاهش یابد، ارزش خبری و اطلاع‌رسانی آن نیز کاهش می‌یابد. برای نتیجه‌گیری بهتر، چند خبر زیر را با توجه به نوع بیان و کلام تهیه‌کننده، با یک دیگر مقایسه می‌کنیم:

گزارش‌های خبری اگر «موضوعی» نباشد ارزش ندارند.

- ۱- پوتین انتخابات را تحریم کرد.
- ۲- ولادیمیر پوتین انتخابات را تحریم کرد.
- ۳- ولادیمیر پوتین رئیس جمهوری روسیه انتخابات را تحریم کرد.
- ۴- ولادیمیر پوتین رئیس جمهوری روسیه انتخابات چچن را تحریم کرد.
- ۵- ولادیمیر پوتین رئیس جمهوری روسیه انتخابات چچن را که قرار بود در روز سه شنبه ۱۳ می ۲۰۰۳ میلادی برگزار شود؛ تحریم کرد.
- ۶- ولادیمیر پوتین رئیس جمهوری روسیه انتخابات چچن را که قرار بود در روز سه شنبه ۱۳ می سال ۲۰۰۳ میلادی برگزار شود، به علت بروز آشوب و کشته شدن تعداد زیادی از افراد بی‌گناه تحریم کرد.
- ۷- ولادیمیر پوتین رئیس جمهوری روسیه انتخابات چچن را که قرار بود در روز سه شنبه ۱۳ می سال ۲۰۰۳ میلادی برگزار شود، به علت بروز آشوب و کشته شدن تعداد زیادی از افراد بی‌گناه در یک حمله‌ی تروریستی تحریم کرد.
- ۸- ولادیمیر پوتین رئیس جمهوری روسیه انتخابات چچن را که قرار بود در روز سه شنبه ۱۳ می سال ۲۰۰۳ میلادی برگزار شود، به علت بروز آشوب و کشته شدن تعداد زیادی از افراد بی‌گناه در یک حمله‌ی تروریستی از سوی جدایی طلبان چچن تحریم کرد.
- ۹- ولادیمیر پوتین رئیس جمهوری روسیه انتخابات چچن را که قرار بود در روز سه شنبه ۱۳ می سال ۲۰۰۳ میلادی برگزار شود به علت بروز آشوب و کشته شدن تعداد زیادی از افراد بی‌گناه در یک حمله‌ی تروریستی از سوی جدایی طلبان چچن به یک تأخر، تحریم کرد.



انتشارات شاهنامه

آخرین کلام در چاپ آثار برتر شما از یک بوتن ساده تا مجموعه‌های بزرگ فرهنگی ۱۰۰ جلدی شامل: ترجمه ، حروف چینی ، تصحیح ، غلط‌گیری ، ویراستاری ، صفحه‌آرایی، طراحی جلد ، طراحی متن ، چاپ ، صحافی ، بسته‌بندی و

تلفن: ۰۸۵۰۲۲۲۷

فیو FIPPO

بازاریابی و تبلیغات رسانه‌ای عام شامل: تبلیغات وسیع کالاهای بازرگانی در شبکه‌های گسترده رسانه‌ای نوشتاری ، گفتاری ، تصویری ، الکترونیکی ، بیل بورد ، استندهای خیابانی ، تابلوهای تبلیغاتی ، تیزرهای تلویزیونی و صداها مورد مشابه دیگر تبلیغاتی در سرتا سر جهان و برگزاری سمینارها ، سخنرانی‌ها و گردهم‌آیی‌های فرهنگی و اجتماعی در سالن‌های مجهز .

تلفن: ۰۸۹۷۸۰۷۲

خانه ی طراحان گرافیک مهر

طراح و اجرا کننده تخصصی سایت‌های اینترنتی. طراح و سازنده تخصصی فیلم‌های انیمیشن تبلیغاتی ، صنعتی ، فرهنگی ، محیط زیست ، نمایشگاهی و طراح و تهیه کننده اختصاصی پوستر و بوتن‌های استثنایی تبلیغاتی. طراحی و اجرا و ساخت نمایشگاه‌های بازرگانی ، غرفه‌آرایی و غرفه سازی. تهیه پوستر ، بوتن ، پلات ، سربرگ ، دفتر یادداشت ، هدایای تبلیغاتی با چاپ‌های دیجیتالی. طرح و اجرای ساده‌ترین تا پیچیده‌ترین طرح‌های گرافیکی ، الکترونیکی ، دیجیتالی در چاپ - بازاریابی و تبلیغات رسانه‌ای بین المللی.

تلفن: ۰۲۳۱۷۶۲۷

خبرنگار خوب و با تجربه کسی است که در هنگام تهیه خبر همیشه شش پرسش را در نظر بگیرد و براساس این پرسش‌ها خبر خود را تنظیم کند: ۱- خبرساز یا فاعل خبر کیست و چه کسی خبر را به وجود آورده است؟ (WHO?) ۲- خبر در کجا تهیه شده است؟ (WHERE?) ۳- چه عاملی باعث به وجود آمدن خبر شده است؟ (WHAT?) ۴- زمان تهیه خبر و یا تاریخ تولید خبر چه موقع بوده است؟ (WHEN?) ۵- خبر چه گونه اتفاق افتاده است؟ (HOW?) ۶- چرا خبر مورد نظر به وقوع پیوسته است؟ (WHY?)

ممکن است برای تهیه یک خبر کامل برای تمام پرسش‌های شش‌گانه‌ی بالا پاسخ قانع کننده‌ای وجود نداشته باشد، اما مطرح شدن این پرسش‌ها در ذهن خبرنگار، وی را برای تولید یک خبر کامل آماده‌تر می‌کند.

روزنامه‌نگاران حرفه‌ای هرگز این اصل را فراموش نخواهند کرد: اهمیت خبرها همیشه با سلیقه‌ی مخاطبان پیوند خورده است. خبرنگار متخصص کسی است که با تولید خبرهای بسیار مهم و کامل سلیقه‌ی مخاطبان را

ترجمه‌ی برخی از اصطلاحات روزنامه‌نگاری از زبان‌های اروپایی به زبان فارسی رسا نیست و منظور اصلی را بیان نمی‌کند.

زیر نفوذ خویش قرار دهد. در شرایط بحرانی و اضطراری جامعه ، اخباری تولید و پخش می‌شوند که ممکن است نداشته باشند. این اخبار با سرعتی بسیار زیاد در سطح جامعه پخش شده و در هنگام انتقال به دیگران با شاخ و برگ‌های اضافی همراه می‌شوند. یکی از وظیفه‌های اصلی روزنامه‌نگاری بیان صحیح و صادقانه‌ی خبرها است که با پخش حقیقت جلوی شایعه پراکنی‌ها و خبرهای دروغ گرفته شده و سیستم خبررسانی متعادل می‌گردد. هر چه قدر بر میزان و تعداد خبرهای حقیقی روزانه افزوده شود ، از گسترش شایعه جلوگیری به عمل آمده و جامعه آرام‌تر می‌شود.

ادامه دارد

اطلاعیه:

مجله‌ی فردوسی تمام فرهیخته‌گان دختر و پسر جوان را برای نظر خواهی در مورد اختصاص بخشی از مجله به مسایل فرهنگی ، آموزشی ، هنری ، اجتماعی ، سیاسی و خانوادگی دعوت می‌نماید . با حضور در دفتر مجله و شرکت در گردهم‌آیی‌ها ، مقالات خودتان را برای چاپ در مجله در اختیار ما قرار دهید .