

بسمه تعالی

فصل چهارم: عناصر خبری

دکتر یونس شکرخواه

اگر ارزش‌های خبری به اخبار قدر و منزلت و

اهمیت می‌دهند عناصر خبری (News Elements)

آنها را به نمایش می‌گذارند. عناصر خبری در مجموع

از شش عنصر تشکیل می‌شوند که در ادبیات

روزنامه نگاری برای آنکه کاملاً "به خاطر سپرده

شوند، آنها را به صورت $W+H5$? نمایش می دهند

پنج W در این فرمول عبارتند از what،

who، where، when، و why. هم حرف اول

How است.

عناصر خبری در واقع شش پرسش هستند که

اسکلت و استخوان بندی خبر را می سازند. به

دیگر سخن، جواب های این شش پرسش چیزی

نیست جز موادی که برای ساختن یک خبر به

آنها احتیاج داریم. بدیهی است که هر خبری که جواب یکی از این پرسش‌ها را ندارد، خبر کاملی نیست و نقص دارد.

پس اجازه بدهید ابتدا با هم مروری در این شش پرسش داشته باشیم. تعمق در این پرسش‌ها به

ما کمک می‌کند تا تصویر جامع‌تری از یک

رویداد در قالب خبر ارائه کنیم. علاوه بر این، هر

چقدر بهتر با کارکرد عناصر خبری آشنا شویم،

شروع بهتری در خبرنگاری خواهیم داشت،

بحثی که در انتها دوباره به آن خواهیم پرداخت.

■ **What** یا چه؟ در واقع پرسش است که دنبال

این می‌گردد تا ببیند چه چیزی رخ داده است و

به عبارت بهتر عمدتاً بر ماهیت رویدادی که قرار

است به خبر تبدیل شود، متمرکز است. این

عنصر یکی از مهم‌ترین عناصر خبری است و

غالباً "جواب آن همیشه جمله یا جملات ابتدایی

خبر را می‌سازد.

■ **Who** یا چه کسی یا چه نهادی؟ این پرسش

دنبال آن است تا به خالق یا خالقان رویداد دست

یابد و ببیند چه کسانی باعث اتفاق مورد نظر

شده‌اند. به عبارت دیگر، هر وقت خبری تهیه

می‌کنیم باید عوامل درگیر در آن را دقیقاً"

معرفی کنیم، اطلاعاتی مثل نام، نام خانوادگی،

سن، شغل، موقعیت و ... از این جمله است .

■ **Where** یا **کجا؟** پرسش است که پاسخ آن از

محل وقوع رویداد خبر می‌دهد. هر رویدادی

بالاخره در یک یا چند مکان رخ می‌دهد که باید

آن را به اطلاع مخاطب رساند. نمی‌توان خبری را داد و محل وقوع آن را اعلام نکرد. مخاطب به خصوص اگر رویداد در اطراف محل زندگی او رخ داده باشد، توجه بیشتری به آن خواهد کرد (ارزش خبری مجاورت که قبلاً "راجع به آن بحث کردیم). اگر محل رویداد گمنام است باید اطلاعات بیشتری که به دست می‌آوریم، آن را برای مخاطبان شناخته‌تر کنیم.

■ When کی، چه وقت چه هنگام؟ این هم یکی

از عناصر خبری است که حتماً " باید جواب آن را

به دست آوریم. همان گونه که رویدادها از

مختصات و موقعیت مکانی برخوردارند، از

موقعیت و مختصات زمانی هم برخوردار

می‌باشند و به دیگر سخن، هر رویدادی دارای

مختصات مکانی و زمانی است که هنگام تبدیل

شدن به خبر باید آنها را به همراه داشته باشد و

علی‌القاعده هر چه رویداد از نظر زمانی تازه‌تر

باشد، با ارزش‌تر است (ارزش خبری تازگی). به

طور کلی شما نمی‌توانید رویدادی را بدون اعلام

زمان وقوع آن به مخاطبان ارایه کنید.

■ Why یا چرا؟ این عنصر که از جنبه تحلیلی

برای خبر اهمیت دارد. علت وقوع رویداد را به

مخاطب اعلام می‌کند.

یادمان باشد که جواب ((چرا)) را خود ما

نمی‌دهیم و همیشه باید جواب آن را از

کارشناسان مربوطه دریافت کنیم. اینکه یک

سمینار چرا به تعویق افتاده است را مسئولان آن

سمینار باید پاسخ بدهند و نه ما با حدس و گمان

جواب بدهیم. باید مراقب باشیم که اگر خودمان

پاسخ چراها را بدهیم خبر (News) را با نظر

(Views) مخلوط کرده‌ایم و این کار نه تنها

پذیرفتنی نیست، بلکه ممکن است به خاطر پاسخ

غلط ما را با مشکل هم مواجه کند.

■ How یا چطور (چگونه)؟ این عنصر از جنبه

تشریحی و توصیفی برای خبر اهمیت دارد و

مخاطبان را از نحوه و مکانیزم وقوع رویداد مطلع

می‌سازد. این عنصر خبری برای روزنامه‌نگاران

عضو سرویس‌های حوادث در روزنامه‌ها یک
عنصر جذاب است، چون آنها می‌توانند با اتکا به
این عنصر دست به فضاسازی برای عرضه خبر
بزنند.

همین جا باید متذکر شوم که عناصر خبری ضمن
این که خبر را به نمایش در می‌آورند می‌توانند
ارایه منطقی و روان بودن یک خبر را هم تضمین
کنند. این یک مسأله بسیار مهم است که ما کدام
عنصر را در آغاز خبر بیاوریم و کدام را به
بخش‌های پایین‌تر خبر منتقل کنیم. پس با بحث

درباره سبک‌های خبرنویسی دوباره به این نکته

که چگونه یک خبر را آغاز کنیم، خواهیم

پرداخت.