

ارزشش را دارد



سید غلامرضا فلسفی
پژوهشگر علوم ارتباطات



- شما با کدام یک از ارزش های خبری که در تصویر بالا آمده است، آشنا هستید؟
- با اندکی جست و جو درباره ارزش های خبری، بگویید ذائقه ی خبری شما به کدام یک از این ارزش ها گرایش دارد؟

ارزش های خبری

۱. تازگی: دانستن اینکه یک رویداد چه زمانی به وقوع پیوسته است، همواره اهمیت دارد. هر چه زمان وقوع رویداد به نشر خبر آن نزدیک تر باشد، خبر تازه تر به حساب می آید. تنها زمانی می توان از اخبار مربوط به رویدادی قدیمی یاد کرد که جزئیاتی تازه در خصوص آن به دست آید؛ مانند خبر یافتن از جعبه سیاه هواپیمایی که چند ماه پیش سقوط کرده است.



۲. شهرت: اشخاص، اشیا، مکان ها، نهادها و مفاهیمی که شهرت دارند، از ارزش خبری برخوردارند و همیشه مورد توجه مردم هستند. شهرت می تواند مثبت یا منفی باشد. افرادی مانند هیتلر شهرت منفی داشتند و افرادی مانند ابوعلی سینا که به جامعه ی انسانی خدمت کرده اند، شهرت مثبت دارند.



۳. مجاورت: به طور معمول، مخاطبان علاقه مندند ابتدا در خصوص محله، روستا، شهر و کشورهای هم جوار خود کسب اطلاع کنند. رویدادهایی که به لحاظ جغرافیایی به ما نزدیک ترند، برای ما ارزش و اهمیت بیشتری دارند. برای مثال، یک حادثه در میدان آرژانتین تهران برای ما مهم تر از حادثه ای در کشور آرژانتین است. مجاورت به لحاظ ارزش خبری شامل مجاورت جغرافیایی و مجاورت معنوی است. مجاورت معنوی بر اساس شباهت های فرهنگی، عقیدتی، قومی، ملی، اجتماعی و مانند آن شکل می گیرد. برای مثال، رویدادهای مربوط به مسلمانان در سراسر جهان، به ویژه از بعد عقیدتی، مبتنی بر مجاورت معنوی و برای ما حائز اهمیت است.



۴. دربرگیری: هر رویداد هنگامی ارزش دربرگیری دارد که بر تعداد زیادی از افراد جامعه در زمان حال و آینده تأثیر داشته باشد. رویداد مبتنی بر دربرگیری ممکن است برای افراد جامعه سود یا زیان مادی یا معنوی داشته باشد و به طور مستقیم یا غیر مستقیم بر آن ها تأثیر بگذارد. برای مثال، خبر تعویض شناسنامه یا کارت ملی و صدور نوع هوشمند آن برای همه مهم است و همگان را در بر می گیرد.



در اولین بخش از سلسله مطالب آموزش سواد خبری گفتیم، این روزها نه تنها باید به درستی از حوادث و اتفاقاتی های اطرافمان که در قالب اطلاعات و اخبار منتشر می شوند، مطلع شویم، بلکه باید امر واقع را در قالب «حقی طبیعی» مطالبه کنیم. به طور مثال، با فراگیر شدن واکسیناسیون کرونا، شماری از افراد در شبکه های اجتماعی اظهار کردند بدن آن ها پس از دریافت واکسن «خاصیت آهن ربا» پیدا کرده است. منتقدان واکسیناسیون عمومی مدعی شدند دلیل این امر، وجود ریز تراشه (میکروچیپ) فلزی کوچکی است که در داخل واکسن کار گذاشته شده است! پس از راستی آزمایی این ادعاها، مشخص شد این موضوع ربطی به واکسن و بیماری کرونا ندارد و این اخبار جعلی را کسانی مطرح کرده بودند که ضد واکسن بودند!

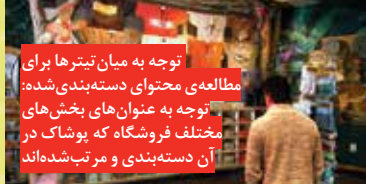
همچنین، در شماره ی پیش از هفت پرسش کلیدی گفتیم که در مواجهه با هر خبر باید از خود پرسید. در این شماره بنا داریم درباره ی این پرسش تأمل کنیم که «نکته ی اصلی خبر چیست؟»

به یاد داشته باشیم، آنچه سبب تولید، نشر و باز نشر خبر در رسانه های فردی و جمعی می شود، وجود ارزش های خبری^۲ است که به سهم خود مسیر یافتن نکته ی اصلی خبر را ریل گذاری می کنند.

برای روشن تر شدن ابعاد این عنوان‌ها، تصویب‌های زیر را ملاحظه کنید. فرض کنید برای خرید پوشاک به بازار مراجعه کرده‌اید. در ابتدا پس از نگاهی گذرا به ویترین فروشگاه‌ها (انتخاب تیتری از بین تیترها) ویترینی را انتخاب می‌کنید که جذاب تر است (توجه به تیتر برای تصمیم‌گیری در انتخاب خبر). سپس در فروشگاه را باز کنید و از همان ورودی نگاهی کلی به داخل آن بیندازید (توجه به لید برای اتخاذ تصمیم در مطالعه‌ی ادامه‌ی خبر).

گاه تصمیم می‌گیرید وارد شوید، چراکه حس می‌کنید فروشگاه برایتان جذابیت‌های لازم را داشته است و شما را به محصول مدنظرتان می‌رساند. در برخی مواقع نیز با دیدن ورودی فروشگاه، از داخل شدن متصرف می‌شوید. بر این اساس، می‌توان تیتر را به‌مثابه‌ی ویترین، ورودی مغازه را لید و داخل مغازه را متن خبر در نظر گرفت.

منابع
۱. ۶۶۲۸۸۰/k/۱۶۶۲۸۸۰
News Values ۳
https://



۵. فراوانی تعداد و مقدار: این ارزش خبری به اعداد و ارقام مربوط می‌شود. هرچه رقم پر باشد، به‌طور قطع ارزش خبری آن بیشتر است. برای مثال، ارزش خبری سانحه‌ای رانندگی که در آن بیست نفر کشته شده‌اند، بیش از حادثه‌ای است که دو نفر کشته داشته است. خبرهایی که از فراوانی بالاتری برخوردار باشند، از شانس بیشتری برای انتشار در رسانه‌ها و جلب توجه مخاطب برخوردارند.



۶. برخورد، اختلاف و درگیری: این‌گونه رویدادها حاوی برخوردهایی هستند که در شکل‌های گوناگون جلوه‌گر می‌شوند. اخبار مربوط به برخورد انسان با انسان، انسان با طبیعت، انسان با حیوان، انسان با ماشین، ماشین با ماشین و همچنین حوادثی مانند بلاهای طبیعی، قتل‌ها، سرقت‌ها و تصادف‌ها از همین ارزش خبری برخوردارند. این ارزش خبری همواره توجه رسانه‌ها و مخاطبان را به خود جلب می‌کند...



۷. استثنا و شگفتی: این نوع رویدادها غیرعادی، عجیب یا استثنایی‌اند. خبرهای مربوط به اختراعات، کشفیات، نتایج تحقیقات، «ترین‌ها» مانند پیرترین مرد جهان، بلندترین برج دنیا، کوچک‌ترین کتاب و... از این موارد هستند. ثبت رکوردهای جدید در یک حوزه را نیز می‌توان از جمله نمونه‌هایی در همین خصوص عنوان کرد.



حال پیشنهاد می‌شود دو متن خبری با موضوعی واحد، به‌طور مثال رأی اعتماد مجلس به وزیر آموزش و پرورش دولت سیزدهم، را در دو رسانه، مانند پایگاه خبری تحلیلی انتخاب و تارنمای روزنامه‌ی کیهان، بیابید و پس از مرور آن‌ها، جدول زیر را کامل کنید:

در هر خبر چه ارزش‌های خبری لحاظ شده‌اند؟	پایگاه خبری تحلیلی انتخاب: روزنامه‌کیهان:
در کدام یک از دو خبر، واقعیت‌های رویداد کامل بیان شده‌اند؟	
در کدام یک از دو خبر، نویسنده دیدگاه‌های شخصی خود را وارد کرده است؟	
کدام یک از دو خبر برای شما جذاب‌تر بود؟ چرا؟	

■ به نظر شما، بخش‌هایی که خبرنگاران دو رسانه تلاش می‌کنند بر آن تأکید کنند، شامل چه مواردی است؟ چگونه نکات تأکیدشده را در آن‌ها تشخیص دادید؟

اجزای خبر

تیتر اصلی: _____
تیتر دوم: _____

تیتر: _____

لید: _____

متن: _____

**پس از انجام فعالیت
درباره‌ی ارزش‌های
خبری، با برخی از
اجزای خبر آشنا
می‌شویم:**