

پودمان ۴

متن خبر ورزشی



نوشتن و تنظیم اخبار برای گوینده کاری حساس و سخت است. نویسنده متن خبری باید همواره در جریان اتفاقات روز باشد و دانش سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و علمی خود را بهروز کند. برای جذاب تر شدن گزارش های ورزشی، متن های تکمیل کننده اطلاعاتی باید با دقت و ظرافت تهیه شوند.

واحد یادگیری ۱

نگارش متن برنامه خبری

آیا تا به حال پی برده‌اید؟

- مسئولیت نویسنده متن خبری چقدر است؟
- نوشتن متن خبر چه محدودیت‌هایی دارد؟
- منابع خبری چقدر می‌توانند قابل استناد باشند؟
- برای نوشتن متن گزارش ورزشی به چه مهارت‌هایی نیاز داریم؟
- برای ساختن و نوشتن برنامه ورزشی از چه کارشناسانی می‌توان کمک گرفت؟

هدف از این واحد یادگیری

- هنرجویان در این واحد یادگیری، انواع خبر و تفاوت خبر روزانه و هفتگی، ویژگی‌های متن خبر و محدودیت‌های نوشتن را می‌آموزند.

استاندارد عملکرد

- نگارش یک متن خبری (۵ دقیقه‌ای) با استفاده از منابع ثانویه بر اساس استاندارد LNC یا W.G

شکل و ساختار خبر

چه خبر؟

در گفت‌وگوی روزانه بارها و بارها از این جمله استفاده می‌کنیم، پاسخ این سؤال همان خبر است.

اخباری را که به خاطر دارید، بنویسید.

.....
.....
.....
.....

آیا می‌توانید در کادر بالا چند جمله را که به گمان شما خبر است، بنویسید؟

«خبر، نقل ساده و خالص وقایع جاری است.

خبر گزارش واقعیت‌هاست.

اطلاعات مربوط به آنچه رخ داده است، خبر نامیده می‌شود.

خبر گزارش مناسب، خلاصه و دقیق یک رویداد است، نه خود رویداد.

خبر، هر موضوع جاری روز است که به خاطر جالب بودن و طرف توجه

قرارگرفتن آن از جانب مخاطب در مطبوعات، رادیو یا تلویزیون منتشر می‌شود»

خبر را به گونه زیر تعریف می‌کنند:

خبر در ذهن ما تداعی کننده یک اتفاق است که ممکن است خوشایند یا ناخوشایند، مهم یا پیش‌پاافتاده

باشد. خبر یک گزارش است برای آگاهی، و در دنیا به شکل یک تجارت و صنعت درآمدی است و تکنولوژی‌های

نوین به گسترش و رشد این صنعت کمک می‌کند.

نمودار پیام خبر



در تنظیم و نوشتن خبر در نمودار سه بخشی فوق که ساده‌ترین نمودار چرخه انتقال پیام است، غیر از فرستنده پیام که رسانه‌ها از جمله روزنامه، رادیو، تلویزیون و شبکه‌های اینترنتی هستند، پیام همان خبر یا محتوای برنامه تلویزیونی و مخاطب دریافت‌کننده خبر است. شناخت و آگاهی مخاطب از موارد مهم موفقیت انتقال پیام و در اینجا خبر است. اینکه در چه ساعتی از شبانه‌روز ما با چه مخاطبی سروکار داریم، مهم است؛ مثلاً یک خبر یا گزارش و تحلیل سیاسی در ساعت ۱۱ صبح ممکن است جذابیتی برای مخاطبان آن ساعت نداشته باشد.

فعالیت
کارگاهی



در جملات، جاهای خالی را پر نمایید و در ادامه موارد دیگری را اضافه کنید:

خبر گزارشی از یک واقعی است.

خبر درباره چیزی یا کسی به، می‌دهد.

خبر کالا است.

وقوع خبر می‌تواند در یا باشد.

هر واقعیتهایی را (نمی‌توان / می‌توان) خبر نامید.

خبر باید شرح (دقیق/کلی) یک حادثه یا رویداد باشد.

خبر باید (ساده/پیچیده) و به زبان همه مردم باشد.

حقیقت یک اتفاق یا حادثه با واقعیت آن تفاوت دارد؛ به این معنی که حقیقت خبر تحت تأثیر عوامل دیگری مانند نگرش خبرنگار یا سیاست‌های داخلی و خارجی رسانه، سازمان یا خبرگزاری است، اما واقعیت غیر قابل تغییر و خدشه است. البته وظیفه و رسالت خبرنگار مخابره و بازنمایی همان واقعیت بدون مصلحت‌اندیشی و منافع شخصی باید باشد.

جالب و جذاب بودن خبر بیشتر از دیداری یا شنیداری بودن آن مهم است. فرقی نمی‌کند خبر از رادیو پخش بشود یا از تلویزیون؛ مهم جذاب بودن آن است. جالب که باشد، همه آن را دنبال خواهند کرد. از نشانه‌های تشخیص خبر، قابلیت نقض کردن یا تکذیب کردن آن است. حتماً بارها در اخبار شنیده‌اید که مثلاً فلان رسانه، خبری را تکذیب یا تصدیق کرد.

خبر در روزنامه و رسانه‌های نوشتاری:

۱. خواننده، خبر را انتخاب می‌کند.
- (خواننده به فراخور علاقه خود می‌تواند بخش‌های خاصی از خبر را برای خواندن انتخاب کند).
۲. در خبرهای مطبوعاتی، سابقه خبر تقریباً به طور کامل می‌آید.
۳. خبر قبل از چاپ و حتی زمان چاپ در روزنامه قابلیت اصلاح و تغییر دارد.
۴. لیدنویسی با استفاده از عناصر خبر و لیده‌های یک موضوعی و چندموضوعی انجام می‌شود.
۵. ضرباهنگ بیشتر در اجزای خبر و رابطه میان واژه‌هاست.



اجزای خبر

خبرهای تلویزیونی به بخش‌های زیر تقسیم می‌شوند:

الف) خلاصه خبرها

ب) مشروح خبرها

ج) گزارش

اخبار تلویزیونی دارای سرخط هستند و براساس اهمیت در توالی اخبار قرار می‌گیرند؛ معمولاً اخباری که دارای تصاویر جذابتر هستند، در اولویت قرار داده می‌شوند. مثلاً خبر مربوط به درگیری گسترده در یک مسابقه فوتبال بین دو تیم در تهران که دارای تصاویر اختصاصی است، به تشخیص سردبیر در نوبت بالاتری نسبت به خبر طوفان در کویر قرار می‌گیرد که تصویر ندارد و مجبور به استفاده از گرافیک رایانه‌ای است. خلاصه اخبار: شامل تیترو لید است. گاهی، در حدود یک دقیقه با عنوان مهم‌ترین خبرها، سرتیترها اعلام می‌شود و به اندازه ۲ تا ۳ دقیقه میان تیترو لید خبر مطرح می‌شود. در اخبار تلویزیونی، تیترو لید با هم خوانده می‌شود و نحوه خواندن مجری یا گوینده خبر تأثیر فراوانی در تمایز تیترو سوتیترو لید دارد.

مشروح خبرها: شامل اخبار توصیفی رویدادهاست.

گزارش خبری: توسط خبرنگار در مورد خبر ارائه می‌شود.

خلاصه خبرها

شامل اخبار توصیفی رویدادهاست.

مشروح خبرها

شامل تیترو لید است.

گزارش خبری

توسط خبرنگار در مورد خبر ارائه می‌شود.

فعالیت
کارگاهی



- «خرمشهر آزاد شد»
- «امریکا از برجام خارج شد»
- «شاه فرار کرد»
- «یک مدرسه در شهر همدان افتتاح شد»
- «دیوار منزلی در مرکز شهر تهران بازسازی شد»

کدام یک از تیترهای بالا به نظران مهم است و کدام اهمیتی ندارد؟ درباره آن گفت‌وگو کنید.

تیتیر هدایت‌کننده مخاطب خبر به اصل خبر است و خواننده یا بیننده خبر با شنیدن یا دیدن آن، نسبت به محتوای اخبار، تا اندازه‌ای آگاه می‌شود. در شبکه‌های تلویزیونی، معمولاً این بخش به نام خلاصه اخبار در ابتدای خبر عنوان می‌شود. تیتیر، تفکیک‌کننده مطالب و مبلغ خبر است و مانند خود خبر با هم تفاوت‌ها و مشابهت‌هایی دارند. تیتیر، همان چیزی است که وقتی شما وارد جمع دوستانتان می‌شوید و می‌پرسید، «چه خبر؟» آنها به صورت فشرده در چند جمله کوتاه همه اخبار را به شما می‌گویند. یا وقتی پدر به محض ورود به خانه از مادر می‌پرسد چه خبر؟ وی با علاقه و شوق، پدر را از کلیه اخبار، به صورت خلاصه آگاه می‌کند و سپس شرح آن را به تفصیل برای او تعریف می‌نماید.

مراحل نوشتن تیتیر :

- ۱) گوش دادن و دیدن دقیق گزارش یا تصاویر خبر اصلی
- ۲) تهیه کردن عناوین و تکه‌هایی که در خبر مهم‌تر هستند.
- ۳) حذف کردن لغات زیادی
- ۴) بازنویسی

ویژگی‌های تیتیر:

۱. تیتیر خوب، روشن، واضح و فاقد ابهام است.
۲. دستور زبان تیتیر ساده و قابل فهم است.
۳. جملات تیتیر معمولاً خبری و غیرپرسشی هستند.
۴. تیتیر به صورت یک جمله و عموماً دارای فعل است.
۵. افعال آخر به صورت منفی به کار نمی‌رود، اما می‌تواند خود خبر منفی باشد. مثال: فردا هیئت دولت به سفر نمی‌رود (غلط) / سفر هیأت دولت لغو شد (درست)
۶. خواننده با خواندن تیتیر متوجه خبر می‌شود.
۷. حداقل کلمات با حداکثر مفهوم معمولاً ۷ تا ۱۰ کلمه.
۸. مستقل از خبر است.
۹. به صورت نقل قول غیرمستقیم بیان می‌شود.
۱۰. درباره خبر به مخاطب آگاهی می‌دهد.
۱۱. با حروف اضافه آغاز نمی‌شود.
۱۲. دارای ریتم و وزن تأثیرگذار است.
۱۳. اغراق و بزرگ‌نمایی خلاف واقعیت ندارد.
۱۴. نویسنده تیتیر یک خبر برای نوشتن یک تیتیر خوب و اثرگذار، خیلی خوب از محتوای خبر آگاه است و با استفاده از دایره لغات بیشتر یک تیتیر ایجاد و خلق می‌نماید.



۱) برای یک خبر فرهنگی-هنری یک تیتر بنویسید.

۲) چند تیتر را از روزنامه ببرید و درباره ویژگی‌های آنها با یکدیگر گفت‌وگو کنید.

تصویر ۳	تصویر ۲	تصویر ۱

انواع تیتر

خبرهای تلویزیونی نیز در تقسیم‌بندی تیتر به لحاظ ساختاری از ساختار خبرهای مکتوب پیروی می‌کنند. تیترها معمولاً به زمان حال یا آینده مربوط می‌شوند. در اخبار تلویزیونی زمان افعال از زمان پخش اخبار تبعیت می‌کند. اگر اخبار روزانه پخش می‌شوند، زمان آنها حال یا آینده انتخاب می‌شود. در اخبار هفتگی زمان افعال ممکن است شامل زمان‌های دیگر هم بشود. در این صورت جذابیت و کشش آنها برای مخاطبان بیشتر است.

به طور مثال:

نمونه تیتر اخبار روزانه: در حالی که تصاویر مربوط به بارش برف در حال پخش است، تیتر زیر توسط گوینده خوانده می‌شود: «دامنه‌های البرز سفیدپوش می‌شود»
نمونه تیتر اخبار هفتگی: «اولین برف پاییزی البرز را سفیدپوش کرد»

الف) تیتر خبری

این نوع تیتر یک اعلان و خود، یک خبر است و می‌تواند بیان رویدادهای زندگی اجتماعی باشد. تفسیر یا احساسات نویسنده در آن وجود ندارد. مانند: جاده تهران به شمال، به علت ریزش بهمن مسدود شد.

ب) تیتر تبلیغی - اقناعی

تیتری است که برای برانگیختن احساسات، جهت دادن به افکار عمومی و ایجاد هیجان بین مخاطبان استفاده می‌شود و هدف آن، ارائه اطلاعات نیست. در تیترهای اقناعی باید از کلماتی که بار معنایی بیشتری دارند، استفاده کرد. مثال: «ساختن بی‌رویه سد مهمترین عامل کمبود آب در کشور است»، یا «کشته‌شدن بیش از سی صد نفر بر اثر تصادفات جاده‌ای کام مسافران نوروزی را تلخ نمود».

ج) دوتیتری

این نوع تیتیر برای رویدادهای تلفیقی یا رویدادهایی که به موازات هم اتفاق افتاده‌اند. و یا در خبرهای چندموضوعی استفاده می‌شود. مانند «سقوط ناگهانی قیمت نفت در بازار جهانی» و «درگیری‌ها در سوریه شدت یافت» و تبدیل آن به دوتیتری «با شدت یافتن درگیری‌ها در سوریه، قیمت نفت در بازار جهانی سقوط کرد». باید هنگام ادا شدن توسط گوینده یا مجری برنامه این دو تیتیر پشت سر هم و در یک زمان مساوی گفته شوند.

مجری یا گوینده می‌تواند با یک مکث، ارتباط و یکی بودن این دو تیتیر را به مخاطب منتقل کند و تیتیر دوم هم با فعل تمام شود.

فعالیت
کارگاهی



هر دو تیتیر زیر را به یک دوتیتری تبدیل کنید:
«رئیس جمهور در میان خوزستانی‌ها» «بهره‌برداری از سد کارون ۳ آغاز شد»

چ) تیتیر سؤالی

از لحاظ قواعد تیتیرنویسی معمولاً نباید از تیتیر سؤالی استفاده کرد؛ مگر آن که پرسش، در عین حال، خود، پاسخ باشد. در این صورت می‌توان تیتیر سؤالی آورد. مثال:
آیا موج جدیدی از تبلیغات مسموم در رسانه‌ها شکل گرفته است؟
«نلسون ماندلا که بود؟»

ع) تیتیر نقل قول:

این نوع تیتیر از قسمت‌های مختلف سخنرانی‌ها، مصاحبه‌ها، اطلاعیه‌ها یا بیانیه‌های افراد، مؤسسات، سازمان‌ها و وزارتخانه‌ها گرفته می‌شود. در این نوع تیتیر، معمولاً منبع خبر برای مستند کردن تیتیر در ابتدا توسط گوینده اعلام می‌شود.
مانند: به گفته سازمان هواشناسی:
«دمای استان‌های شمالی از فردا تا ۸ درجه کاهش می‌یابد»

سوتیتیر (sous-titre)

سوتیتیر واژه‌ای فرانسوی است، خلاصه‌ای از مطالب مهم را بعد از تیتیر اصلی به صورت «زیرتیتیر» (سوتیتیر) عنوان می‌نماید. جمله‌های سوتیتیر مستقل هستند. سوتیتیر بخش‌های مهم‌تر و گلچین خبر است؛ مانند ویتترین مغازه‌ای که گلچینی از محصولات یک فروشگاه را به خود اختصاص داده است.
«سوتیتیر» در روزنامه با ستاره یا نقطه‌های درشت در ابتدای جمله مشخص می‌شود. چه چیزی؟ چه وقتی؟ چه کسی؟ چگونه؟ چه اندازه؟ سؤالاتی است که در سوتیتیر به آن پاسخ داده می‌شود.

لید (Lead)

ممتنی است که در تلویزیون و رادیو در ابتدای خبر، بعد از تیتر خوانده می‌شود و در روزنامه، خلاصه خبر است که بعد از تیتر و سوتیتر نوشته می‌شود. لید مخاطب را به دانستن خبر تشویق می‌کند و می‌تواند مستقیم به یک موضوع اشاره کند. همیشه اولین چیزی که مخاطب با آن مواجه می‌شود، لید خبر است که به اختصار و پرقدرت، مفهوم و منظور را به وی می‌رساند. لید خلاصه خبر در حداکثر ۳۵ کلمه است. در تلویزیون و رادیو تعداد کلمات استفاده شده در لید بسیار کمتر، معمولاً نصف این تعداد است. دلیل آن هم کمبود وقت و فشردگی اخبار تلویزیونی است.

فعالیت
کارگاهی



تصویر چند روزنامه را در محل‌های خالی جای دهید و دور تیتر و سوتیتر خط کشیده و نوع آن را مشخص کنید.

تصویر شماره ۴

.....
.....
.....
.....
.....

تصویر ۴

تصویر شماره ۵

.....
.....
.....
.....
.....

تصویر ۵

تصویر شماره ۶

.....
.....
.....
.....
.....

تصویر ۶

تصویر شماره ۷



تصویر ۷

.....
.....
.....
.....
.....

تصویر شماره ۸



تصویر ۸

.....
.....
.....
.....
.....

برای تصاویر زیر یک تیتر، سوتیتر و لید به شیوه خبری بنویسید:

فعالیت
کلاسی



تصویر ۱۰

.....
.....
.....



تصویر ۹

.....
.....
.....

به طور کلی اخبار در موضوعات زیر قابل دسته‌بندی است:

سیاسی - اجتماعی: همیشه از پرطرفدارترین اخبار برای مخاطبان بوده است. شما هنرجویان هم حتماً تجربه‌ای از علاقه و شیفستگی اعضای خانواده‌تان به اخبار سیاسی دارید. در این اخبار آخرین رویدادهای سیاسی و اجتماعی داخلی و در مواقعی خارجی پخش می‌شود. این اخبار باید واقعی، بدون جهت‌گیری سیاسی، غیرمغرضانه و وفادار به حقیقت باشد. در نوشتن یک متن سیاسی خبری هیچ‌گونه جانبداری سیاسی جایز نیست. جمله‌ها در این نوع اخبار ساده و زبان بیان رسمی است. در اخبار کوتاه ذکر سمت و القاب افراد به خصوص اگر مشهور باشند و همزمان تصویر ایشان نیز پخش شود، ضرورتی ندارد. اما ذکر القاب معنوی افراد مقدس در هر شرایطی لازم است.

فرهنگی - هنری: این اخبار عموماً بر اساس گزارش از اتفاقات یا رویدادهای هنری تهیه می‌شود، و زمان بیشتری را به خود اختصاص می‌دهد. ادبیات نگارش این اخبار به فراخور رویداد هنری می‌تواند خودمانی‌تر و محاوره‌ای باشد. تیتر و لید این نوع خبر فانتزی یا غیرمترعارف نیز می‌تواند باشد. اگر از تصاویر آرشیوی برای متن خبر استفاده می‌شود، باید آرشیوی بودن آن روی صفحه ذکر شود.

علمی: اخبار علمی نیز در الگوی نوشتاری از الگوی هنری و فرهنگی تبعیت می‌کند و می‌تواند با پرترآزآگهی همراه باشد. اخبار علمی به اطلاع رسانی درباره‌ی رویدادهای مهم علمی در ایران و خارج از آن می‌پردازد. این نوع خبر نیز باید وفادار به حقیقت و واقعیت باشد و از اغراق و اعمال نظرات شخصی و ارزش‌گذاری در آن پرهیز شود. معمولاً تیتر و لید آن خبری و نقل قولی است.

ورزشی: این اخبار نیز مانند اخبار سیاسی از طرفداران بی‌شماری برخوردار است.

فعالیت
کلاسی



اگر خاطرهای از دیدن یا شنیدن خبر و حواشی آن در خانواده خودتان دارید، آن را در کلاس مطرح کنید.

فعالیت
کارگاهی



برای تهیه، تنظیم و پخش خبر، موضوع خود را از میان چند موضوع ارائه‌شده توسط هنرآموز انتخاب نمایید و دلایل انتخابتان را به اختصار در جدول زیر بنویسید:

موضوع انتخابی:

دلایل انتخاب: (حداقل ۴ دلیل را برای انتخابتان بنویسید)

.....

.....

پخش اخبار

به دو شکل زنده و استودیویی صورت می‌گیرد:

پخش زنده:

۱. مخاطب فرصت و احساس حضور رویداد را می‌یابد.
۲. باعث گسترش ابعاد خبر و آمادگی در مخاطب برای رویدادهای بعدی می‌شود.

پخش استودیویی:

اخبار هفتگی و یا اخباری که اولویت زمانی ندارند، ابتدا در استودیو، ضبط می‌گردند و سپس ویرایش و پخش می‌شوند. این اخبار توأم با گزارش و گفت‌وگوهای خبری هستند.

عناصر خبری

عناصر شش‌گانه خبر، پاسخ به سؤالات «چه کسی، چه زمان، کجا، چه چیزی، چرا، چگونه» درباره ماهیت خبر هستند. عناصر خبری مواردی هستند که خبر از آنها تشکیل می‌شود و به عبارتی، روشن‌کننده محتوای آن هستند. گاهی یک خبر دارای تمام عناصر خبری است و گاهی فقط دارای بعضی از آنهاست؛ اما معمولاً یک خبر درست باید تمامی عناصر شش‌گانه را دارا باشد.

چه فردی یا چه شخصی (who): عواملی که رویداد را محقق کرده‌اند. این عوامل می‌توانند انسان‌ها، اشیا، سازمان‌ها و غیره باشند، که فاعل مسبب اتفاق و رویداد هستند. برای مثال: «انتشارات مرکزی، سری دایره‌المعارف جدید فارسی را منتشر کرد». در اینجا انتشارات فاعل خبر است. در مورد افراد، اطلاعاتی نظیر: نام، نام خانوادگی، سن، شغل، موقعیت و غیره می‌توانند برای تکمیل اطلاعات یا داده‌های ضروری، در مورد خالق و یا خالقان ماجرا نقشی کلیدی و اساسی ایفا کنند.

در مواردی که فرد دارای شهرت چندانی نیست، به جای نام و نام خانوادگی او، ابتدا باید عنوان او را در آغاز خبر ارائه کرد و سپس به معرفی خود او به لحاظ نام و نام خانوادگی پرداخت. این توصیه باید به‌ویژه در بخش نخست خبر انجام شود. عنوان شخصیت‌های مذهبی و سیاسی، همیشه باید کامل و با حفظ احترام به مقدسات باشد.

چه چیزی (what): ماهیت رویداد یا همان اتفاق جاری در خبر است که ممکن است با اصطلاحات و عبارات گوناگونی به کار رود؛ مثلاً: «یک انبار پارچه در بازار تهران آتش گرفت»، آتش گرفتن همان رویداد یا چیزی است که ما در پی شنیدن یا دیدن خبر از آن مطلع می‌شویم.

چه زمان (when): زمان وقوع خبر برای مخاطب مهم است. زمان می‌تواند گذشته، حال یا آینده باشد. اگر خبر مربوط به بارش ناگهانی برف و کاهش یکباره دما باشد، برای مخاطب مهم است که زمان وقوع خبر را دقیق بداند.

کجا (Where): هر رویدادی در یک مکانی اتفاق می‌افتد، موقعیت مکانی و جغرافیایی گاهی آشنا و مهم و گاهی ناآشنا و بی‌اهمیت است در هر دو مورد اعلام مکان وقوع خبر دارای اهمیت است و آگاهی از آن به درک کامل مخاطب از خبر کمک می‌کند. در صورتی که مکان رویداد جای ناشناسی باشد، توضیح بیشتر برای شناخت بهتر آن لازم است، مثلاً اگر بگوییم روستای «چمن» در ادامه خواهیم گفت روستای چمن از توابع شهرستان صومعه سرا.

چرا (Why) و چگونه (How): هر زمان خبری را می‌شنویم، معمولاً علاقه داریم که به چرایی آن نیز پی ببریم. چرایی یک خبر از نکاتی است که برای بیننده یا شنونده برای شنیدن ادامه خبر ایجاد جذابیت می‌کند. در خبر آتش‌سوزی انبار پارچه، مخاطب دوست دارد بداند چرا این اتفاق افتاده و سرخ‌های احتمالی چه بوده است؟ آیا آتش‌سوزی سهوی بوده یا عمدی؟ غیر از پرسش در چرایی خود ماجرا، چراها و چگونه‌های زیادی را نیز می‌توان برای همین خبر تبیین و مشخص کرد. در همین حادثه یک خبرنگار ممکن است بر اساس گزارش خود به عمدی بودن اشاره کند و خبرنگار دیگر از علت نهایی و دقیق ابراز بی‌اطلاعی نماید. چرا یک تصادف رخ داده است؟ ممکن است که یک روزنامه‌نگار سرعت راننده را دلیل تصادف ذکر کند، دیگری بر فقدان علائم راهنمایی و رانندگی تکیه کند، و روزنامه‌نگار دیگری بر نقص فنی خودرو نظیر عیب ترمز، و روزنامه‌نگار چهارم بر حواس‌پرتی راننده ... حال آنکه این تصادف که در جهان واقعی رخ داده است، ممکن است به همه دلایل فوق و یا بدون هر یک از این دلایل رخ داده باشد.

عناصر خبری و آگاهی از آنها می‌تواند در نوشتن خبر جذابیت‌های زیادی را برای مخاطب ایجاد کند و به نوعی مخاطب را برای شنیدن یا شرح خبر ترغیب کند و حتی تماشاگر تا آخر اخبار منتظر بماند تا از چند و چون و شرح خبر مطلع گردد. عناصر خبر در نوشتن تیترو لید نقش مؤثر و مهمی دارند. در لید و تیترو از عناصر خبر به اختصار استفاده می‌شود.

در اخبار زیر شش عنصر خبری را مشخص کنید.

«وزیر امور خارجه صبح امروز برای مذاکره در مورد بحران سوریه عازم وین، پایتخت اتریش، شد»

«شب گذشته یک قایق حامل مهاجران غیرقانونی در سواحل کشور ایتالیا غرق شد»

چه کسی؟ چه کسی؟

چه وقت؟ چه وقت؟

چرا؟ چرا؟

چگونه؟ چگونه؟

کجا؟ کجا؟

چه چیزی؟ چه چیزی؟

فعالیت
کارگاهی



قالب نگارش خبر (News sheet) :

نگارش خبر در هر رسانه یا شبکه می‌تواند فرم مخصوص به خود را داشته باشد. در قدیم این فرم‌ها به صورت کاغذی بوده، اما امروزه بیشتر روی رایانه کاربرد دارد و همانجا تکمیل و نگهداری می‌شود؛ اما نگهداری آن برای مراجعات بعدی و سابقه خبر لازم است. در یک نمونه ساده از فرم خبر، صرف‌نظر از گرافیک، درج چند مورد آن ضروری است: عنوان خبر، تیتر، لید، متن، نام رابط خبری، شماره تماس یا پست الکترونیک (رایانامه)، نشانی، آرم سازمان، شبکه یا رسانه نیز در بالای صفحه درج می‌شود.

تاریخ:

شماره:

آرم سازمان یا شبکه:

عنوان:

تیتر خبر:

لید:

متن:

نام رابط خبری:

شماره تماس:

پست الکترونیک (رایانامه):

نشانی:

گزارش تلویزیونی مصاحبه و گفت‌وگو

بخش عمده‌ای از خبر پخش‌شده در تلویزیون مجموعه گزارش و مصاحبه‌هایی است که خبرنگاران و گزارشگران تلویزیونی آنها را تهیه کرده‌اند و سپس با همکاری عواملی چون تصویربردار، تدوینگر، صدابردار و دیگر عوامل پخش، آنها را در بسته‌های دیداری از طریق شبکه‌های مختلف برای مخاطبان ارسال و مخابره می‌کنند. به همین دلیل گزارش، مصاحبه و گفت‌وگو یکی از مواد محتوایی مهم در تلویزیون و البته دیگر رسانه‌ها به شمار می‌رود. گزارش تلویزیونی توسط گزارشگر تهیه می‌شود و می‌تواند فقط خبری یا مشروح و تحلیلی باشد. گزارش یکی از راه‌های جستجو و تحلیل خبر نیز محسوب می‌شود و غیر از تلویزیون، در رادیو، روزنامه، مجلات و امروزه در رسانه‌های نوین و شبکه‌های مجازی نیز کاربرد فراوان دارد. متن گزارش می‌تواند به صورت گفتار روی تصاویر توسط گزارشگر خوانده شود یا توسط گزارشگر و رو به مخاطب خوانده شود.



تصویر ۱۱

گزارش ویژه خبری

«سه روز پس از وقوع آتش‌سوزی در ساختمان پلاسکو، هنوز اطلاع دقیقی از خسارت‌های مالی و جانی در دست نیست»

جمله فوق یک خبر است. گزارش شرح مفصل خبر؛ در یک گزارش، گزارشگر ضمن شرح چگونگی اتفاق و عناصر خبری (۶مورد) به همراه مصاحبه و گفت‌وگو با مسئولان و مردم، جزئیات بیشتری را بررسی می‌کند. در گزارش ویژه خبری، ضمن یادآوری و شرح رویداد، موارد جانبی و عوامل مؤثر در وقوع حادثه در ارتباط با موضوعات دیگر نیز اطلاع‌رسانی می‌شود.

مصاحبه با مسئولان، مردم، مقایسه موارد مشابه و ارائه آمار از شرح اتفاق جزء محتوای گزارش است. نحوه خدمات‌رسانی سرویس‌های مورد نظر و رسیدگی مسئولان در مدیریت بحران، بررسی می‌شود. هرکدام از موارد نام برده می‌تواند موضوع مستقلی برای یک گزارش ویژه خبری باشد که با توجه به اولویت‌های گزارشگر یا رسانه مورد توجه قرار بگیرد.

گزارش و گزارشگر تلویزیونی

گزارشگر تلویزیونی فردی است که به سؤالاتی که در ذهن اکثر بینندگان یک خبر شکل می‌گیرد، و مرتبط و وابسته به همان خبر و رویداد است، پاسخ می‌دهد. هدف او روشن‌گری یک حادثه و اتفاقات پیرامون آن است. یک گزارشگر چشم و گوش بیننده است. در واقع می‌توانیم او را یک محقق هم فرض کنیم که با استفاده از امکانات مختلف، سعی در گردآوری اطلاعات مهم و دسته اول دارد. متن یک گزارش یا گزارش ویژه خبری توسط گزارشگر نوشته می‌شود، سپس با مشاوره و مشارکت سردبیر خبر، ویرایش و آماده پخش می‌شود. زمان یک گزارش بستگی به برنامه خبری دارد و عموماً از ۳ تا ۵ دقیقه است. اما در برنامه‌های تخصصی که کل برنامه به صورت گزارشی تهیه می‌شود، زمان آن تا ۴۰ دقیقه نیز می‌رسد.

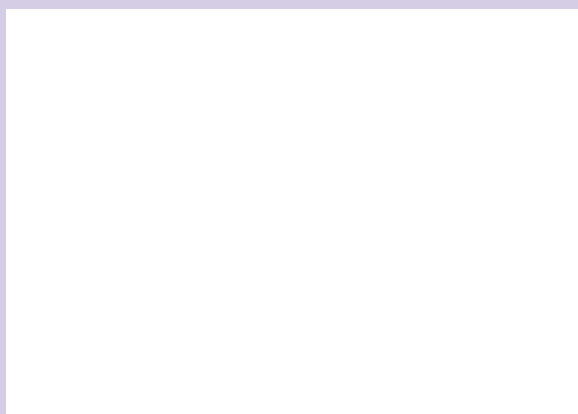


تصویر ۱۳



تصویر ۱۲

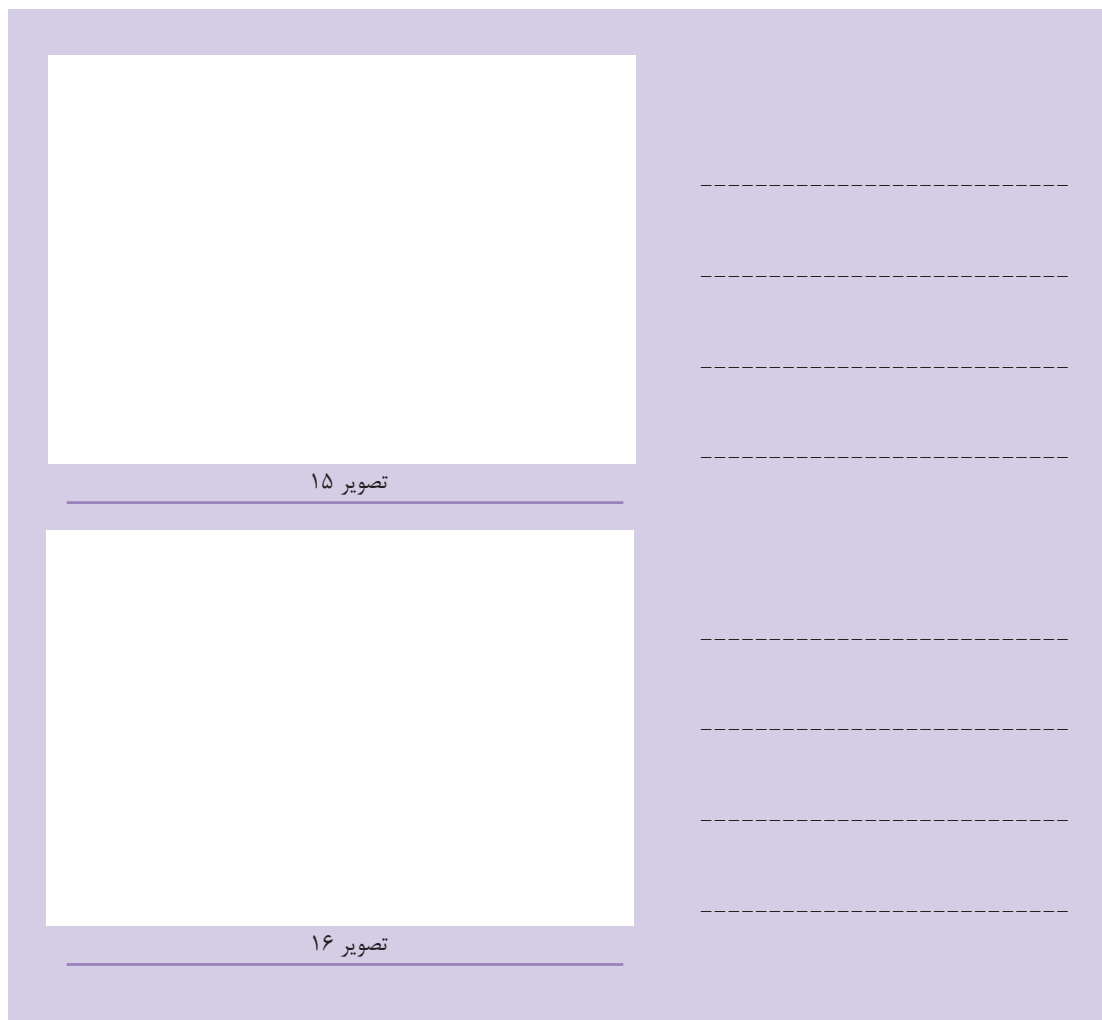
با راهنمایی هنرآموز خود ابتدا سه تصویر مناسب از صفحه اول روزنامه‌های مختلف انتخاب و در هر کدام یک گزارش فرضی بنویسید. (حداقل ۳ تیترا)



تصویر ۱۴

فعالیت
کارگاهی





گزارش به صورت مصاحبه یا گفت‌وگو:

در این شیوه، گزارشگر با یک یا چند فرد درباره یک یا چند موضوع گفت‌وگو می‌کند. به عبارتی ماده اولیه گزارش، مصاحبه و گفت‌وگوست و بقیه عناصر مانند تصویر، صدا یا گرافیک متن بر این اساس طراحی می‌شوند.

ساختار گزارش:

الگوی تهیه یک گزارش از شیوه‌های زیر تبعیت می‌کند:
در شیوه اول شخص، گزارشگر قصه یا گزارش خود را از نگاه خودش روایت می‌کند، استفاده از ضمیر اول شخص رایج است، اما کاربرد آن چندان توصیه نمی‌شود. در ابتدا و انتهای گزارش، گزارشگر در مقابل دوربین ظاهر می‌شود و بقیه گزارش توأم با فیلم، صدا و تصویر است.

در شیوه دوم، دوم شخص یا نگاه بیننده زاویه دوربین نگاه مخاطب است و گویی تماشاگر یا بیننده خود در حال دیدن رویداد و ثبت آن است. این سبک برای بیننده جذاب است، اما کنترل و هدایت آن در یک گزارش بلند ممکن است دشوار به نظر بیاید.

شیوه سوم یا نقل قول، گزارش و روایت از زبان شخص یا منبعی است که حضور ندارد، مانند: رئیس سازمان بهزیستی در راستای عقد قرارداد با وزارت بهداشت و درمان...

قسمت‌های مختلف یک گزارش به قرار زیر است:

۱. نوشتن مقدمه
۲. بررسی اطلاعات
۳. انجام مصاحبه و گفت‌وگوها
۴. پیاده‌سازی
۵. انتخاب سبک نوشتاری

قبل از اقدام به تهیه گزارش موارد زیر را در نظر بگیرید:

۱) انتخاب سوژه: یک گزارش گر، خبرنگار بر اساس حساسیت‌های جامعه و نیازها و نیز در جهت رشد و آگاهی مردم، فعالیت می‌کند؛ بنابراین سوژه انتخابی غیر از جذابیت‌های ظاهری، باعث بالارفتن آگاهی و درک از مخاطبان و مردم از پدیده‌های پیرامون‌شان نیز می‌شود. مردم از سوژه‌های کلیشه‌ای و تکراری گریزان هستند.

۲) مطالعه ابتدایی سوژه با طرح پرسش‌های گوناگون درباره آن و سپس جمع‌آوری خبر، ضبط یا پرینت اطلاعات برای پاسخ دادن به سؤالاتی که از پیش برای خودمان طراحی کرده‌ایم.

۳) فراهم کردن مواد اولیه مانند سؤالات، عکس و فیلم با حضور در محل یا از طریق رجوع به منابع

۴) تدوین، صداگذاری، بازبینی و آماده سازی نهایی برای پخش.

این بخش‌ها، مراحل کلی تهیه گزارش است. برای نوشتن متن نهایی پس از نوشتن تیتراژ، سوتیترها و لید را جداگانه مشخص می‌کنیم و در ساده‌ترین شکل در یک ساختار سه مرحله‌ای مقدمه، گره‌سازی، نقطه اوج و نتیجه‌گیری، گزارش خود را تنظیم می‌کنیم.

درباره موضوع انتخابی خودتان، سوژه‌ای را انتخاب نمایید و به صورت انفرادی یا در گروه‌های دوفره، به روش بالا یک گزارش ۵ دقیقه‌ای تهیه کنید.

فعالیت
کلاسی



قواعد کلی خبر

۱. ساده‌نویسی: خبر باید ساده، روان، قابل فهم و به زبان همه مردم باشد.
۲. تازگی خبر: باید همیشه نسبت به خبر روز قبل تازه‌تر باشد و نکات جدیدی را دربرداشته باشد.
۳. عدم تکرار: خبرنگار باید سعی کند از بیان تکراری حقایق و امور بدیهی خودداری نماید.
۴. کوتاه‌نویسی: از اصول مهم خبرنویسی، کوتاه‌نویسی است که بیشترین اطلاعات در کوتاه‌ترین متن ارائه می‌شود.

۵. هماهنگی: خبر باید به‌گونه‌ای تنظیم شود که بخش‌های مختلف آن (تیترو، لید، متن) و جملات متن خبر، با یکدیگر هماهنگی و تطابق لازم را داشته باشند. آنچه خبر را جذاب و مخاطب را به خواندن، دیدن و یا شنیدن آن ترغیب می‌کند، ارتباط و هماهنگی بین اجزای آن است.

۶. درست‌نویسی: از اصول اولیه نوشتن خبر، درست‌نویسی است. هنگام درست‌نویسی، رعایت نکته‌های نگارشی، چه در صحیح نوشتن کلمات و ترکیب‌ها و چه در نوشتن ساختمان صحیح جملات، بسیار اهمیت دارد و به موازات آن، چنانچه متن ترجمه‌شده باشد، رعایت اصول ترجمه نیز ضرورت دارد. درست نوشتن متن در برنامه‌های تلویزیونی باعث می‌شود که مجری یا گوینده از اشتباهات متداول در خواندن متن پرهیز کند (نویسنده هر جا که لازم باشد نکات کمک‌کننده به خوانش مجری را در کنار متن، داخل پرانتز می‌نویسد).

۷. سابقه خبر: یکی از مسائل اساسی در خبرنگاری که در فهم بهتر خبر به مخاطب کمک می‌کند، ذکر سابقه خبر است. سابقه یا پیشینه خبر، معمولاً در آخر خبر و بعد از ارائه مطالب جدید و با واژه‌های کلیشه‌ای چون «گفتنی است»، «شایان ذکر است» و... در جمله‌بندی مستقل می‌آید. سابقه خبر در تلویزیون ممکن است به صورت زیرنویس بیاید یا در اواسط خبر خوانده شود.

ارزش‌های اخلاقی

ارزش‌های اخلاقی مانند ستون‌های یک بنا عمل می‌کنند. در ساخت یک بنا هر چقدر هم از مواد و مصالح خوبی استفاده شود، بدون ستون بندی درست، بنا دیر یا زود فرو خواهد ریخت.

به نظر شما معیارها و ارزش‌های خبری چه چیزهایی می‌توانند باشند؟

- (۱)
- (۲)
- (۳)
- (۴)

فعالیت
کارگاهی





اخبار یک هفته مدرسه را جمع‌آوری کنید. از گزارش و مصاحبه استفاده کنید. در پایان هفته یک روزنامه با تیتراژ، سوتیتر، لید و گزارش و عکس تهیه کنید. آیا می‌توانید آن را به‌عنوان برنامه خبری اجرا کنید؟

جامعه خبرنگاران حرفه ای بر این باورند که روشنفکری عمومی در راستای حقوق عامه، پیش‌روی عدالت و اساس دموکراسی است.

■ خبرنگار اخلاق‌مدار برای تضمین تبادل اطلاعات آزاد، در جست‌وجوی واقعیت و انعکاس عادلانه و کامل مسائل و رخدادها است. عملکرد وی باید اخلاقی و بی‌عیب و نقص باشد. وی حقیقت را ابتدا کشف و سپس منتشر می‌نماید و دقیق و منصف است.

■ خبرنگار در گردآوری و گزارش‌دهی (انعکاس و مخابره خبر) صادق و شجاع است؛ مسئولیت کار خود را به عهده می‌گیرد؛ از صحت اطلاعات پیش از انتشار آن اطمینان حاصل می‌کند.

■ از منابع سالم و بی‌حاشیه بهره می‌گیرد؛ پیش از افشای هویت منبع خبری، از انگیزه‌هایش برای ارائه خبر آگاه می‌شود و در صورتی که منفعت‌طلبی در راستای انتشار خبر باشد، آن را به شکل دیگری منتشر می‌کند. امنیت جانی و مالی منابع خبر برای خبرنگار مهم است.

■ مراقب کلیشه‌سازی و موج‌های مسموم خبری است و هرگز در ازای دریافت پول یا یک منفعت، خبری را منتشر نمی‌کند.

■ در زندگی خصوصی افراد تجسس نمی‌کند و به قوانین داخلی و بین‌المللی مانند کپی رایت و نیز به حقوق فردی همکارانش احترام می‌گذارد.

موارد فوق بخشی از منشور اخلاقی جامعه خبرنگاران است. هر شبکه، رسانه یا سازمان به اقتضای سیاست‌های خود، منشور اخلاقی خاص خود را دارد.

ارزشیابی واحد یادگیری نگارش متن برنامه خبری

شرح کار:

انتخاب موضوع، جمع‌آوری اطلاعات، شکل‌دادن به خبر، نوشتن خبر، ارزشیابی خبر

استاندارد عملکرد:

نگارش یک متن خبری (۵ دقیقه‌ای) با استفاده از منابع ثانویه بر اساس استاندارد LNC یا W.G
شاخص‌ها:

- ۱- شناخت عمومی رسانه ۲- مهارت‌های خبرنگاری ۳- مهارت انتخاب موضوع
۴- دقت در صحت اطلاعات ۵- مهارت در انتخاب تیتر ۶- جذابیت دادن به خبر

شرایط انجام کار:

مکان: کلاس درس

زمان: ۳۰ دقیقه

ابزار و تجهیزات: کاغذ، قلم و رایانه

معیار شایستگی:

ردیف	مراحل کار	حداقل نمره قبولی از ۳	نمره هنرجو
۱	انتخاب موضوع	۱	
۲	جمع‌آوری اطلاعات	۳	
۳	شکل‌دادن به خبر	۲	
۴	نوشتن خبر	۲	
۵	ارزشیابی خبر	۱	
	شایستگی‌های غیرفنی، ایمنی، بهداشت، توجهات زیست‌محیطی و نگرشی: تفکر خلاق (N۳۶)، هشدارهای زیست‌محیطی در خبر، تعهد به ارزش‌های ملی، مذهبی، وفاداری به حقیقت		۲
	میانگین نمرات		*

حداقل میانگین نمرات هنرجو برای قبولی و کسب شایستگی، ۲ است.

واحد یادگیری ۲

نگارش متن برنامه ورزشی

آیا تا به حال پی برده‌اید؟

- برای نوشتن متن گزارش ورزشی به چه مهارت‌هایی نیاز داریم؟
- برای ساختن و نوشتن برنامه ورزشی از چه کارشناسانی می‌توان کمک گرفت؟

هدف از این واحد یادگیری

- هنرجویان در این واحد یادگیری، تفاوت برنامه ورزشی و گزارش ورزشی، نوشتن برنامه ورزشی و انواع گزارش‌های ورزشی را فرامی‌گیرند.

استاندارد عملکرد

- نوشتن یک متن برای برنامه ورزشی (۱۵ دقیقه‌ای) به سفارش تهیه‌کننده (سازمان یا فرد) براساس موضوع و ایده انتخابی.

برنامه ورزشی

پخش برنامه‌های ورزشی از تلویزیون به افزایش مخاطبان آن کمک می‌کند. ورزش در ایران و تمام دنیا طرفداران بسیاری دارد و در دنیای امروز به عنوان پدیده‌ای جامعه‌شناختی نگاه می‌شود و علوم انسانی مانند روانشناسی و جامعه‌شناسی به آن بسیار پرداخته است. آن چیزی که ورزش را علاوه بر سلامت روان و جسم جذاب می‌کند، رقابت و مسابقه است.

در ایران و بسیاری کشورها شبکه‌هایی مخصوص پخش برنامه‌های ورزشی وجود دارد. یکی از دلایل شکل‌گیری این شبکه‌ها، تعداد بی‌شمار هواداران این برنامه‌ها است. البته این موضوع دلیل بر این نیست که دیگر شبکه‌ها، برنامه‌های ورزشی را تولید یا پخش نکنند. برنامه‌های ورزشی می‌تواند در قالب خبر، برنامه‌های گفت‌وگومحور، مسابقه و سرگرمی یا به صورت گزارش و پخش مسابقات ورزشی باشد. خبر ورزشی مانند دیگر خبرهایی است که از تلویزیون پخش می‌شود. وظیفه آن آگاه کردن مخاطبان از رویدادها و اتفاقات ورزشی است. این اخبار ممکن است مربوط به رویدادهای ورزشی داخلی یا خارجی باشد.



تصویر ۱۷

در اخبار ورزشی اولویت با رویدادهایی است که برای مخاطب مهم‌تر و جذاب‌تر است. در یک خبر ورزشی چیزی که منتقل می‌شود، علاوه بر خبر، احساسات و هیجان خبر است که این موضوع تنها به عهده نویسنده خبر نیست و گوینده در انتقال آن نقش بسزایی دارد.

تیتیر در اخبار ورزشی می‌تواند علاوه بر موارد یادشده در فصل قبل، شامل عناوین زیر باشد:

۱. تیتیر استنباطی: این تیتیر کاملاً استنباط و برداشت تیتیرنویس است. نویسنده تیتیر یا خبر برداشت خود را به صورت تیتیر عنوان می‌کند. این نوع می‌تواند از مدل سنتی تیتیر پیروی نکند، اما کاربرد آن بیشتر در اخبار ورزشی یا هنری-فرهنگی است. به همین ترتیب می‌تواند در مخاطب هم برداشت و استنباط متفاوتی را ایجاد کند.

برای مثال، بازی فوتبال را بین سوریه و آرژانتین در نظر بگیرید. آرژانتین در یک بازی ضعیف، سوریه را می‌برد. نظر شما در مورد دو تیتیر زیر چیست؟

«سوریه، عروس‌های بی‌تور» «آرژانتین، نیشکرهای کاغذی»

۲. تیتیر فانتزی یا غیرمعمول: این نوع تیتیر برای خبرهایی که چندان جدی نیست یا فانتزی است به کار

برده می‌شود.

مثال: «تهران دیشب ستاره باران شد» «نبرد رنگ‌ها در آزادی»
این نوع تیتر در اخبار ورزشی کاربرد فراوانی دارد.

۳. تیتر با فعل منفی: طبق اصول تیترنویسی، نوشتن فعل منفی درست نیست؛ ولی هنگامی که وقوع نیافتن فعلی، خود، رویداد و خبر محسوب می‌شود، در چنین وصفی می‌توان از فعل منفی استفاده کرد.

مثال: «حواشی بازی دیروز، آرامش سرخ‌پوشان را بر هم نزد».

۴. تیتر تفسیری: تیتر مربوط به مطالب تشریحی و تفسیری را که به تجزیه و تحلیل وقایع و عکس‌العمل‌های آن می‌پردازد، تیتر تفسیری می‌گویند.

این نوع تیتر، جنبه‌ی خبری ندارد و از این‌رو در مقالات و مطالب تحلیلی روزنامه‌ها و مجلات لازم نیست تیتر، خلاصه خبر و یا انعکاسی از مطالب خبری باشد. نویسنده می‌تواند از میان مسائل بسیار گوناگون، تیتر مناسبی برای مقاله خود انتخاب نماید.

نکته



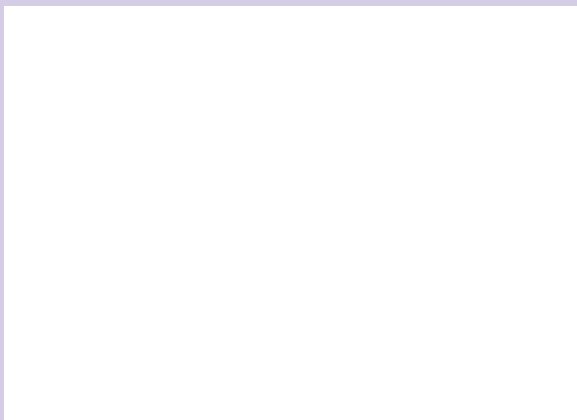
خبر سخت: همان خبر محض است؛ چیزی که بدون دخالت هیچ‌گونه تفسیر، احساسات و هیجانی، مخابره می‌شود. این مدل اخبار کوتاه است و از دستور زبان ساده‌ای پیروی می‌کند.

خبر نرم: اخبار نرم به اخباری می‌گویند که نویسنده یا گزارشگر درباره آن تفسیرهای مختلفی را نیز ارائه می‌دهد. خبر نرم در اخبار ورزشی، اجتماعی یا رویدادهای جاری و روزمره به کار می‌رود.

فعالیت
کارگاهی



بارهنمایی هنرآموز خود برای جای خالی تصاویر ۱۸ تا ۲۱، تصاویر مناسب انتخاب کنید و انواع تیتر را در هر یک از آنها مشخص کنید و در مورد آن بحث کنید.



تصویر ۱۸



تصویر ۱۹



تصویر ۲۰



تصویر ۲۱



تصویر ۲۲

برای تصویر روبرو یک تیتر به شیوه تفسیری انتخاب کنید و در ادامه سوتیتر و لید بنویسید:
تیتر:

.....

سوتیتر:

.....

.....

لید:

.....

.....

.....



تصویر ۲۳

برای تصویر روبرو یک تیتر به شیوه نقل قولی، و در ادامه سوتیتر و لید بنویسید:
تیتر:

.....

سوتیتر:

.....

.....

لید:

.....

.....

.....



تصویر ۲۴

برای تصویر روبرو یک تیتر منفی، و در ادامه سوتیتر و لید بنویسید:
تیتر:

.....

سوتیتر:

.....

.....

لید:

.....

.....

.....



تصویر ۲۵

برای تصویر روبه‌رو یک تیتر به شیوه استنباطی و در ادامه، سوتیتر و لید بنویسید:
تیتر:

.....
سوتیتر:

.....
.....
لید:



تصویر ۲۶

برای تصویر روبه‌رو یک تیتر به شیوه فانتزی، و در ادامه سوتیتر و لید بنویسید:
تیتر:

.....
سوتیتر:

.....
.....
لید:



تصویر ۲۷

برای تصویر روبه‌رو یک تیتر به شیوه فهرستی، و در ادامه سوتیتر و لید بنویسید:
تیتر:

.....
سوتیتر:

.....
.....
لید:

گزارش ورزشی

گزارش‌های ورزشی از مهم‌ترین و پرطرفدارترین بخش‌های برنامه‌های ورزشی هستند. گزارش در کل تجزیه و تحلیل یک رویداد و بررسی آن با حوادث اتفاق افتاده پیرامون یک خبر است، اما گزارش ورزشی تعریف متفاوتی دارد و آن توضیحی است که گزارشگر روی مسابقات و رویدادهای ورزشی ارائه می‌دهد. یک گزارشگر ورزشی راوی رویداد از نگاه تماشاگر است: گزارشگر، چشم و گوش بیننده است. گزارشگر، به صورت هم‌زمان به تماشاگر از روند رویداد اطلاعات و آگاهی می‌دهد و در لحظات تماشای رویداد با وی همراه می‌شود. گزارشگر می‌تواند بیننده را به اوج احساسات و هیجان هدایت کند یا او را از ادامه تماشای اتفاق منصرف سازد. اشراف کامل گزارشگر بر موضوع، تماشای رویداد را برای مخاطب جذاب‌تر خواهد کرد. دانش گزارشگر درباره رشته ورزشی یا رویداد جاری از ارکان اصلی روایت یک گزارش ورزشی تلویزیونی است. گزارشگر در اتاق فرمان با اشراف به زوایای مختلف رویداد از عناصری مانند تازگی، شگفتی و غافلگیری برای جذابیت و تأثیر گزارش استفاده می‌کند.

گزارش ورزشی-خبری: به صورت هم‌زمان با رویداد یا مسابقه نیست و به حواشی رویدادهای خبری می‌پردازد. این گزارش مانند گزارش خبری است، با موضوع ورزشی.

گزارش روایی-تاریخی: گزارش‌هایی که به صورت روایی به مسائل تاریخی یا زندگی افراد، قصه‌های قهرمانی و هیجان‌انگیز می‌پردازد. به جهت علاقه مخاطبان و بیننده‌ها، تهیه این نوع گزارش‌ها که برای مثال، به حواشی ورزش می‌پردازد، همیشه مورد حمایت سفارش‌دهندگان برنامه‌های ورزشی بوده است.

برنامه ورزشی گفت‌وگومحور

از دیگر نمونه‌های برنامه‌های ورزشی، شکل گفت‌وگومحور است. برنامه گفت‌وگومحور ورزشی به صورت‌های مناظره، میزگرد یا ترکیبی ساخته می‌شود. برنامه‌های گفت‌وگو محور ورزشی در بین مخاطبان و تماشاگران از محبوبیت خاصی برخوردار است. عناصر بسیاری در محبوبیت یک برنامه گفت‌وگومحور ورزشی مطرح است؛ مانند: مجری، دکور برنامه، زمان پخش و مخاطب. تمام این عناصر به‌علاوه عوامل فنی تولید، در موفقیت یک برنامه و اقبال آن در جذب مخاطب مؤثر هستند. برنامه گفت‌وگومحور ورزشی به صورت تحلیلی، گزارشی، مسابقه و سرگرمی و آموزشی تولید می‌شود. موارد مسابقه و سرگرمی در پودمان مرتبط، به تفصیل بیان شده است.



تصویر ۲۹



تصویر ۲۸



تصویر ۳۱



تصویر ۳۰

برنامه گفت‌وگومحور ورزشی تحلیلی

هدف از تحلیل، آنالیز و شکافتن موضوعی است که از چشمان مخاطب و تماشاگر دور مانده است. مثلاً اگر یک تیم ورزشی با وجود داشتن تمام امکانات، شکست می‌خورد. در یک برنامه تحلیلی به دلایل شکست تیم مورد نظر پرداخته می‌شود. رویکرد تحلیلی در یک برنامه بر اساس اهداف سازمان تولیدکننده و سفارش‌دهنده شکل می‌گیرد. البته صرف نظر از این موارد، رویکرد آگاهی دادن و انتقال دانش نقطه مهم و مؤثر رویکرد هر برنامه تحلیلی خوب و ارزشی است. فرم برنامه تحلیلی به صورت مناظره (تاک‌شو)، میزگرد یا ترکیبی تهیه می‌شود، بر اساس ارزش محتوایی، هدف از ساخت و پسند مخاطب، فرم برنامه انتخاب‌شده و سپس محتوا طراحی و تولید می‌شود.

(نوشتن متن یک برنامه گفت‌وگومحور)

«تأثیر ورزش در سلامت جسمی و روانی خانواده»

«بررسی دوپینگ در مسابقات کشتی، دلایل شکل‌گیری و پیامدهای بین‌المللی آن»

«حضور مربی و بازیکنان خارجی در فوتبال (بررسی تاریخی و معاصر)»

یکی از موضوعات بالا را انتخاب کنید و جدول زیر را در راستای تولید یک برنامه گفت‌وگومحور و نوشتن متن کامل کنید.

۱. نوشتن تم و هدف برنامه
۲. جزئیات کوچکتر بر اساس زمان‌بندی
۳. ده جمله خبری درباره موضوع
۴. ده جمله به صورت پرسش و پاسخ
۵. کارشناسان، مهمانان و مخاطبان
۶. نوشتن طرح اولیه

فعالیت
کلاسی



ارزشیابی واحد یادگیری نگارش متن برنامه ورزشی

شرح کار:

انتخاب موضوع، جمع‌آوری اطلاعات، نوشتن طرح اولیه، نوشتن متن

استاندارد عملکرد:

نوشتن یک متن برای برنامه ورزشی (۱۵ دقیقه‌ای) به سفارش تهیه‌کننده (سازمان یا فرد) بر اساس موضوع و ایده انتخابی
شاخص‌ها:

- ۱- شناخت عمومی تلویزیون و رسانه
۲- مهارت‌های تحقیقی و پژوهشی در حوزه ورزش
۳- مهارت تیترونی متنوع
۴- کسب دقیق اطلاعات
۵- تهیه متن جذاب

شرایط انجام کار:

مکان: کلاس درس

زمان: ۶۰ دقیقه‌ای

ابزار و تجهیزات: کاغذ، قلم، صندلی، میز و رایانه

معیار شایستگی:

ردیف	مراحل کار	حداقل نمره قبولی از ۳	نمره هنرجو
۱	انتخاب موضوع	۱	
۲	جمع‌آوری اطلاعات	۲	
۳	نوشتن طرح اولیه	۱	
۴	نوشتن متن	۲	
	شایستگی‌های غیرفنی، ایمنی، بهداشت، توجهات زیست‌محیطی و نگرشی: تفکر خلاق (N15)، احترام و تعامل با صاحب‌نظران و مخاطبان، بردباری در گفت‌وگوهای چالشی و حفظ ارزش‌های اخلاقی، تأثیر مثبت و با کیفیت بر نگرش افراد اجتماع در حوزه محوریت موضوع‌های انتخابی هر گفت‌وگو		۲
	میانگین نمرات		*

حداقل میانگین نمرات هنرجو برای قبولی و کسب شایستگی، ۲ است.