



صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

معاونت سیاسی

اداره پژوهش های سیاسی

روزنامه نگاری علمی (2)

طراحی و ساختار بندی

Planning and structuring

نویسنده: جان لوبلینسکی (Jan Lublinski)



فرآورده های خبری و تولیدات پژوهشی در بخش های زیر قابل دسترس است:

– وب سایت خبرگزاری صدا و سیما (سرویس پژوهش) <http://www.iribnews.ir>

پژوهشگر: محمد نیک ملکی

2	بخش اول : طراحی و ساختار بندی
3	1- چه کسی هستید ؟
3	1-1. آشنایی با خروجی های خبر
4	1-2. کار کردن با سردبیر
5	1-3. مخاطب خود را بشناسید
6	1-4. تحقیق در باره موضوع
7	2. جایگاه شما چیست؟
7	2-1. دیدگاه ژورنالیست
8	2-2. روش تحقیق خود را در قالب یک جمله بیان کنید
10	2-3. ساختار بندی محتوا
11	2-4. نگارش روایی
12	2-5. کارهایی که نباید انجام داد...
13	2-6. ...و چه باید کرد

بخش اول : طراحی و ساختار بندی (Planning and structuring)

فدراسیون جهانی روزنامه نگاران علمی (WFSJ) درس نامه آنلاین روزنامه نگاری را با همکاری شبکه علوم و توسعه (SciDev.Net) طراحی و در قالب 10 درس تجربیات روزنامه نگاران علمی برای علاقمندان به ارتباطات علمی به اشتراک گذاشته است.¹ این ده درس برای علاقمندان به روزنامه نگاری علمی آغازی خوب در قالب درس ها و مسائل عمده و مفهومی در ارتباط با علم را پوشش می دهد. تجربیات این روزنامه نگاران توضیح می دهد چگونه می توان یک رویداد را کشف و تحقیق کرد. همچنین چگونگی شناسایی درست کارشناسان، نحوه مصاحبه، نحوه نوشتن و نحوه استفاده از رسانه های اجتماعی برای علاقمندان ارایه شده است.

□ مقدمه

گزارشگران علمی و حتی با تجربه ترین آنها ممکن است گاهی با اولین نگاه در دام یک موضوع بیافتند و بخواهند در باره آن مطلبی نگارش کنند: داروی جدیدی که کشف شده است (شاید این همان موضوعی است که باید در باره اش بنویسیم). ماده سیاه (قطعا یک موضوع هیجان انگیز واقعی است)، پروژه یک لپ تاپ برای هر کودک (این موضوعی است که باید در باره اش سخن گفت). اما روزنامه نگاری علمی تنها به پیدا کردن موضوعات هیجان انگیز خلاصه نمی شود. موضوعات بسیار پیچیده را باید به مسایلی قابل فهم تبدیل و آنها را در جای درست خود و در چارچوب مناسب استفاده کرد و این در شرایطی است که شاید روحیه دانشمندانی که روی موضوعی جدید کار می کنند و منبع اطلاعاتی شما به شمار می روند، چندان برای گفت و گوهای مستقیم و سراسر مناسب نباشد. به همین دلیل نوشتن در باره علم نیازمند توجه به سوال های مشخصی است: چقدر بر روی کارم تمرکز دارم؟ آیا برنامه ای برای تولید، فروش و عرضه رویداد خبری علمی دارم؟

شما پس از گذراندن این درس خواهید توانست نگاهی جدید به ساختار، مخاطبان و زوایای دید، در رویدادهای ژورنالیستی بیاندازید. هم چنین بیشتر با مفهوم تحقیق در نگارش آشنا می شوید که به شما کمک می کند تا در همان هنگامی که رویداد خبری خود را پیش می برید، ساختاری برای تحقیق موضوع بنا کنید. و هم چنین به طور مقدماتی با مفهوم روایت در نوشتار و روایتگری آشنا خواهید شد.

¹.http://www.bosco.link/?module=file&act=procFileDownload&file_srl=28615&sid=cd60d83ad0b38b9c628e72da595fe84b&module_srl=1950.

1- چه کسی هستید؟

روزنامه نگاری حرفه مهمی است و نقش حیاتی در جامعه ایفا می کند. به همین دلیل فعالیت روزنامه نگاری شما به همان اندازه ای که کار یک کشاورز، سیاستمدار، پزشک و یا یک دانشمند، مهم است، اهمیت دارد. اما کنشگری علمی شما نسبت به این افراد داری تفاوت های جدی هم است و در نتیجه اولویت های متفاوتی را پیش رو دارید.

به خاطر داشته باشید که شما یک روزنامه نگار هستید و نه یک دانشمند. همین طور در ذهنتان حک کنید که شما اگرچه باید موضوعاتی را به مخاطبان توضیح دهید، اما معلم آنها نیستید و اگرچه باید مطالب خود را آن گونه بنویسید که مردم از خواندن آن لذت ببرند اما این بدان معنی نیست که شما نویسنده ای ادبی هستید.

شغل شما اطلاع رسانی به مردم در موثرترین و جذابترین شیوه ممکن و هم چنین ایفای نقش نظارت مطبوعاتی (رکن چهارم) است که شامل تحلیل مباحث چالش برانگیز نیز می شود. مهم نیست که شما نویسنده ای غیر متعهد (حق التحریری) و یا قرار دادی باشید. فرقی هم نمی کند که سردبیر یا گزارشگری ساده اید. در هر حال شما یک روزنامه نگار حرفه ای هستید که خدمت بسیار مهمی را به جامعه انتقال می دهید.

حرفه	خدمتی که به جامعه ارائه می دهند
کشاورز	غذا، انرژی
سیاستمدار	دموکراسی، قانون مداری
پزشک	درمان بیماران، سلامت عمومی
دانشمند	آگاهی، فناوری، جستجوی حقیقت
معلم	آموزش
نویسنده ادبی	هنر، تخیل، سرگرمی
روزنامه نگار	اطلاعات، مباحث عمومی، نظارت

1-1. آشنایی با خروجی های خبر

باید به این نکته اذعان داشت که حتی بهترین رویدادهای خبری را هم تا زمانی که متناسب با خروجی و زمینه نشر آن تهیه نشوند، نمی توان رویداد خوبی دانست. برخی از روزنامه نگاران علمی تازه کار موضوعاتی را به دبیران پیشنهاد می کنند که تناسبی با آن رسانه ندارد و به همین دلیل باید با موشکافی و دقت، نوع خروجی هر رسانه و قالب های آن را شناخت. باید ببینید رسانه ای که می خواهید برای آن کار کنید از چه قالبی برای پوشش های مشابه خود استفاده کرده است؟ و از چه زوایایی به موضوع نگاه می کند. آیا تنها به انتشار خبر آن اکتفا می کند یا حاضر است در باره آن بحث هایی را نیز ترتیب دهد؟

شما هم چنین باید مشخص کنید که می خواهید چه نوع مطلبی بنویسید یا چه نوع برنامه ای را برای پوشش موضوع مورد نظران تولید کنید؟ اگر قصدتان این است که تنها خبری ساده را اعلام یا رویدادی را در چهارچوب مشخصی ارائه کنید، یک رویداد کوتاه خبری شاید بهترین گزینه پیش رو باشد. اگر رویداد بزرگتری برای بیان دارید که نیازمند اطلاعات

بیشتر و پس زمینه و سابقه کامل تری است شاید باید به سراغ یک مطلب فیچری¹ بروید و اگر قصد دارید تا دیدگاهی را منتشر کنید بهتر است در قالب قطعاتی از تفسیرها این کار را بکنید. رادیو و تلویزیون قالب‌های متنوع تری را برای ارائه موضوع در اختیار شما می‌گذارند. قالب‌هایی مانند مصاحبه، گزارش و قطعات گفت‌وگو و یا مستندها. برای این که مطمئن شوید کدام قالب به موضوعی که دارید می‌خورد سعی کنید تا حد امکان رویدادهای منتشر شده مشابه را پیدا کرده و آنها را بخوانید، گوش کنید یا ببینید. سعی کنید با تکرار این کار با قالب‌های متعدد هر چه بیشتر آشنا شوید.

2-1. کار کردن با سردبیر

□ ببینید سردبیر شما چه کسی است؟ اگر بدانید سابقه کسی که می‌خواهید به عنوان دبیر با وی کار کنید چه بوده و علایق او چیست و قبلاً چه چیزهایی را منتشر کرده است، شاید راحت‌تر بتوانید با او کار کنید.

□ بعد از این که رویداد مد نظرتان را کاملاً مشخص کردید آن را به سردبیرتان ارائه کنید. تجربه نشان می‌دهد که اگر به سردبیر زنگ بزنید و برای او توضیح دهید که چرا این موضوع مرتبطی برای کار است، و چگونه قصد دارید به آن نزدیک شوید و از چه زاویه‌ای به آن پردازید، بسیار تاثیر گذار تر از آن نخواهد بود که این کار را از طریق ایمیل انجام دهید. خلاصه‌ای از آنچه می‌خواهید انجام دهید را به وی ارائه کنید از دریافت پیشنهادها و استقبال کنید و مطمئن شوید که نسبت به فرآیند کار با او به توافق رسیده‌اید. اما اگر تصمیم گرفتید که قبل از مکالمه تلفنی پیشنهادتان را برای او ایمیل کنید حتماً در باره ترکیب نامه خود مطمئن شوید - اندک تفاوتی در این ترکیب می‌تواند تغییرات جدی به وجود آورد.

□ رابطه‌ای کاری با ویراستاران برقرار کنید. زمانی که کار تحقیق روی مطلبتان را شروع کردید با ادیتورتان در تماس بمانید. او را در جریان کارتان بگذارید و به خصوص اگر تغییری می‌خواهید در زاویه دید ایجاد کنید با او در میان بگذارید اما در همان حال به یاد داشته باشید که سردبیران معمولاً آدم‌های فوق‌العاده گرفتاری هستند و نمی‌خواهند گزارشگران آنها باعث شوند تا وقت بیشتری از آنها گرفته شود. پس مکالماتتان را در حداقل زمان خلاصه کنید. اگر به هر دلیلی از زمان توافق شده تحویل مطلب ممکن است عقب بیافتد به سردبیرتان اطلاع دهید و هم‌چنین مطمئن شوید که مطلب را در حجم مورد توافق با دبیر به او

¹ . فیچر چیست؟ (feature) هنگامی که از خود می‌پرسید «چرا و چگونه» یک رویداد رخ داده است، در واقع شما در جستجوی یک گزارش فیچر در روزنامه‌ها یا مجلات هستید .

فیچر معادل روزنامه‌ای مقاله است.

فیچر گزارشی است از واری خبر

ارایه خواهید کرد. اگر مطالب بیشتری جمع کرده اید آن را به عنوان فرصتی تلقی کنید که می توان آن را در رویداد دیگری دنبال کرد.

□ برای تغییر دادن یا عوض کردن رویداد خبری خود پس از مطالعه آن توسط سردبیر آمادگی داشته باشید. دبیران دیدگاه های خاص خود را در زمینه رویداد دارند و ممکن است بخواهند نقش فعال تری در رویداد ایفا کرده و قطعات آن را جابجا کنند و از شما کار بیشتری طلب کنند. اما در نهایت مطمئن شوید که پیامی که شما قصد انتقال آن را دارید دست نخورده باقی می ماند.

□ در نهایت در نظر داشته باشید که دبیرها هم مانند همه افراد دیگر بسیار متنوع هستند و از سردبیر خوب تا سردبیر بد و حتی خیلی بد در این حرفه حضور دارند. کار کردن با سردبیرهای متفاوت به شما تجربه های متعددی منتقل خواهد کرد. از تجدید نظرها و بحث هایی که سردبیران با شما خواهند داشت خسته و ناامید نشوید. این ها نوعی تمرینات استاندارد هستند که باید در کار کردن با سردبیران از سر بگذرانید. نسبت به تغییراتی که دبیران در متن شما می دهند حساس باشید و آنها را مطالعه کنید معمولاً این یکی از بهترین راه هایی است که از طریق آن یک سردبیر خوب، از شما روزنامه نگار بهتری می سازد.

3-1. مخاطب خود را بشناسید

□ چه کسی مخاطب رسانه و قالب خبری است که می خواهید ارایه کنید؟ آیا آنها افرادی هستند که به طور منظم و دایم درباره علم مطالعه می کنند؟ یا این که علم برای آنها تنها موضوعی در کنار موضوعات دیگر است؟ آیا آنها حداقل علاقمندانی هستند (مانند اکثر مخاطبان رادیویی) که باید قانعشان کنید که شما را در این رویداد همراهی کنند؟

□ سعی کنید در دام این فکر نیافتید که مخاطبان شما همان دانشمندانی هستند که با آنها مصاحبه کرده اید. مطمئن باشید آنها مخاطبان اصلی (خواننده / شنونده / بیننده) شما نیستند.

□ توضیح دادن مسایل علمی مهم است اما این تنها وظیفه یک ژورنالیست نیست. روزنامه نگاران باید علم را آنچنان عمومی و مردم فهم کنند که بتواند علاقه مخاطبان عادی را برانگیزاند. اما در عین حال ژورنالیسم وظیفه دارد تا حد امکان آگاهی و دانش خود را به مخاطبان نشان دهد و این کاری است که از دل یک تحقیق خوب بیرون می آید. لازمه این کار ایجاد ارتباط میان علم و دیگر بخش های جامعه مانند سیاست، اقتصاد، سلامت و امثال آن است و گاه لازمه این کار نقد دانشمندان و دیگر متخصصان در هنگام ضرورت است.

□ سعی کنید خودتان را به جای آن که معلمی برای مخاطبتان فرض کنید، دوست او و یا در نهایت وکیل مدافعی برای وی فرض کنید. فکر کنید چگونه می توانید به چنین دوست یا موکلی اطلاعات بدهید، او را سرگرم و به او کمک کنید؟ و بعد از آن تصمیم بگیرید که چه عناوینی را باید موشکافی بیشتری کرد و از کنار چه بخش هایی باید عبور کرد.

□ به این موضوع فکر کنید که چقدر لازم است که عمق مساله علمی که می‌خواهید در باره اش بنویسید و روش‌های موجود در آن را آشکار کنید. چنین استنباطی با وجود اهمیت و ارتباط و سازگاری که در علم وجود دارد، فوق العاده مهم است. اگر مطمئن نیستید در باره آن از ادیتور و یا همکارانتان سوال کنید و در همه این مدت فراموش نکنید که قرار است برای چه کسی بنویسید؟

مثال 1: در لینک زیر رویدادی خبری را خواهید یافت که برای آن که مقصودش را به مخاطب برساند جزئیات فراوانی از عمق علمی مساله را می‌شکافد. <http://www.scidev.net/content/news/eng/study-shows-ebola-and-marburg-cause-disease.cfm>

مثال 2: لینک زیر رویدادی در باره فناوری جدید را بیان می‌کند اما به تو ضیح جزئیات آن نمی‌پردازد و به جای آن به بحث درباره کاربردهای بالقوه آن پرداخته که به نظر می‌آید برای خواننده، جذابیت بیشتری باید داشته باشد.

<http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/6058162.stm>

4-1. تحقیق در باره موضوع

□ برای تحقیق مطبوعاتی خود برنامه ریزی کنید. فهرستی از کسانی را که باید با آنها ملاقات و گفتگو نمائید را آماده کنید.

□ به یاد داشته باشید که روزنامه نگاری یعنی بسنده نکردن تنها به یک منبع.

□ هم‌چنین به خاطر داشته باشید که گفت‌وگو با افراد مناسب به همان اندازه مهم است که گفت‌وگو کردن با تعداد زیادی از افراد. مطمئن شوید که همه زوایای رویداد را درک کرده‌اید. گاهی اوقات برای این کار تنها صحبت کردن با دانشمندان کافی نیست. شاید لازم باشد با اعضا گروه‌های غیر دولتی، سیاستمداران، شرکت‌ها و افراد یا بیمارانی که با آن مساله به طور مستقیم درگیر هستند هم صحبت کنید. تا جایی که برایتان ممکن است دیدگاه‌های افراد مختلف را پوشش دهید. اما در عین حال به خاطر داشته باشید یک روزنامه نگار باید به شکلی بهینه کار کند برای همین وقتتان را با سرو کله زدن با منابع یا موضوعاتی که کمکی به مساله مورد بحثتان نمی‌کند، تلف نکنید.

□ موثق بودن منابع خبری را بررسی کنید. اطلاعات کلیدی که لازم دارید را با کارشناسان مختلف چک کنید. و از آنها در باره منابعشان پرسید. در این که از کارشناسی در باره کارشناسان دیگر و حوزه تخصصی ایشان سوال کنید به خود تردید راه ندهید. این راهی است که از طریق آن می‌توانید بفهمید با چه موضوعی سر و کار دارید.

□ سعی کنید فرضیه‌ها را توسعه داده و آنها را مورد پرسش قرار دهید و آماده باشید برنامه اولیه خود برای آماده کردن رویداد خبری را هر زمانی که لازم بود تغییر دهید.

مثال:

لینک زیر را کلیک کرده و این فیچر خبری را ببینید. این یک نمونه بسیار خوب از چگونگی نگاه کردن به یک موضوع از زوایای مختلف است.

<http://www.scidev.net/content/features/eng/pcs-for-the-poor-as-good-as-their-hype.cfm>

2. جایگاه شما چیست؟

1-2. دیدگاه ژورنالیست

به عنوان یک ژورنالیست، شما ناگزیر هستید نسبت به زاویه دیدی که انتخاب می کنید حساس باشید. شما رویدادها و مطالب مختلفی را گزارش می کنید و آنها را از یک موقعیت خاص می بینید. شما ممکن است پشت میز کارتان یا در کنار دانشمندی در آزمایشگاهش نشسته باشید. ممکن است از یک کنفرانس خبری گزارش تهیه کنید و یا در باره آنچه در آشپزخانه یک نفر دیده اید مطلب بنویسید.

هر رویداد نیازمند یک زاویه خبری یا چشم انداز است. زمانی که یک رویداد علمی را هم گزارش می کنید این گزارش کردن از علم به تنهایی به معنی داشتن نگاه ژورنالیستی نیست. ممکن است شما فرآیندهایی را که در دل این رویداد بوده، برجسته کنید و با این تحقیق را در دل چهارچوبی بزرگتر قرار دهید یا در باره چالشی علمی نظر بدهید و شاید هم رویداد خود را با محور قرار دادن یک شخصیت پیرواریند که یک روز را با او و در حین آزمایش هایش گذرانده اید.

بنابر این به خاطر داشته باشید راههای بسیاری برای روایت یک رویداد وجود دارد و شما باید چشم اندازه و زاویه خود را با دقت انتخاب کنید.

برای این کار خود را ژورنالیستی تصور کنید که دوربینی بر دوش دارد، حتی اگر برای رسانه ای مکتوب، رادیو یا اینترنت مطلب آماده می کنید. سوال مهمی که باید به آن پاسخ دهید این است، که این دوربین فرضی را کجا باید مستقر کنید؟

دوربین شما می تواند :

- به یک شخص خاص نزدیک باشد، مثلاً بیمار یا قربانی.
- از بالا به صحنه نگاه کند گزارشی از دور و مستقل و با حداقل جهت گیری ارائه دهد.
- در نزدیکی سازمانی مستقل قرار گیرد که اطلاعاتی در اختیار شما قرار می دهد، مانند سازمانی غیر دولتی یا یک شرکت.
- می تواند در نزدیکی جامعه علمی قرار گیرد.
- می تواند در نزدیکی مخاطبی قرار بگیرد که تاثیر این مسایل را بر روی زندگی روزمره اش احساس می کند.
- ... و قطعاً ممکن است در نقاط دیگری نیز قرار گیرد.

به محض این که دوربین خود را در جای انتخابی قرار دادید، آن را همان جا به حال خود رها کنید. بدون آن که دلیل قانع کننده ای داشته باشید جای آن و چشم انداز خود را تغییر ندهید. در تمام مدتی که گزارش خود را آماده می کنید آن چشم انداز را حفظ کنید. تنها استثنا برای این مساله آن است که شما بخواهید رویدادی بسیار طولانی را روایت کنید که در آن صورت شاید لازم باشد گاهی جای این دوربین فرضی را تغییر دهید و اگر این کار را کردید برای خواننده و یا مخاطب خود به طور شفاف توضیح دهید که کی و چرا این کار را کرده اید.

مثال:

فرض کنید که قصد دارید گزارشی از یک نیروگاه حرارتی جدید در غرب آفریقا بنویسید. سردبیر شما این اجازه را داده است، که رویدادی بلند در این باره بنویسید. در یک گزارش کوتاه شما می توانید دوربین فرضیتان را در یکی از 3 نقطه ممکن قرار دهید اما برای رویدادی بزرگتر نیازمند ترکیب این نقاط هستید.

- حالت اول: مردمی که از این منبع تجدید شدنی جدید سود می برند.
- حالت دوم: مهندسان و شرکتی که این نیروگاه را می سازد، که می تواند شامل نحوه کار آنها و ریسک های مالی باشد که آنها را در طول پروژه همراهی می کرده است.
- حالت سوم: مقامات دولتی و سازمان های غیر دولتی که از ساخت این نیروگاه حمایت می کنند.

نظر آنها درباره تامین انرژی در آینده چیست؟

لینک زیر را مطالعه کنید تا ببینید چگونه می توان این 3 چشم انداز را با هم ترکیب کرد

کنیا به دنبال منابع زیر زمینی برای تولید انرژی است

<http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/Africa/4473111.stm>

2-2. روش تحقیق خود را در قالب یک جمله بیان کنید

برای این که نحوه پرداختن به رویداد را برای خودتان شفاف کنید معمولاً بسیار کار آمد است که آن را در قالب یک جمله تنظیم کنید. چنین کاری به شما کمک می کند تا طرح تحقیق مناسبی آماده کنید و ساختار مشخصی به پیش نویس خود داده و سبک درستی برای نوشتن پیدا کنید.

شاید بد نباشد که این تک جمله را با این عبارت آغاز کنید که: «من تحقیق ژورنالیستی خود را از این دیدگاه انجام می دهم که»

این جمله را با خواندن بلند ادامه آن یا نوشتن آن تکمیل کنید تا ببینید چقدر کارها راحت می شود

مثال ها :

- 1) « من تحقیق ژورنالیستی خود را از این دیدگاه انجام می‌دهم که: کنیا به دنبال سرمایه‌گذاری در انرژی حرارتی برای رسیدن به آینده ای بهتر است»
- 2) « من تحقیق ژورنالیستی خود را از این دیدگاه انجام می‌دهم که: نیروگاه‌های حرارتی می‌تواند به حل مشکل انرژی در بخش‌هایی از جهان کمک کند اما خطرات و ریسک‌های اقتصادی که در بخش حفاری وجود دارد هنوز مانعی جدی به شمار می‌رود»
- 3) « من تحقیق ژورنالیستی خود را از این دیدگاه انجام می‌دهم که: یک مزرعه گل که در کنیا از این نوع انرژی استفاده می‌کند مثالی از کاربرد موفق و مبتکرانه این انرژی است»

همان‌طور که در مثال‌های بالا دیده می‌شود تکمیل این جمله عموماً همراه با اتخاذ زاویه دید و نوعی قضاوت است. این به معنی آن نیست که شما نظرات شخصی خود یا اجتماع را کنار بگذارید بلکه تنها به این معنی است که این کار به شما کمک می‌کند که بتوانید بر تحقیق خود تمرکز کرده و جایی که باید دوربین را در آن قرار دهید مشخص کنید

معاونت ساسی
صد اویتیا

استفاده از این جملات کمک می‌کند تا:

□ مشخص کنید که قصد دارید چگونه رویدادی را روایت کنید و تصمیم بگیرید کدام یک از مفاهیم و داده‌ها مهم هستند و کدام‌ها غیر ضروری. شما از این جمله کلیدی می‌توانید حتی پیش از آغاز تحقیق استفاده کنید.

□ متوجه شوید که هر پاراگراف باید کجای رویداد شما قرار بگیرد. هر جمله ای که می‌نویسید باید به گونه ای در راستای این جمله تحقیقاتی باشد یا یکی از جنبه‌های آن را مورد بحث قرار دهد.

اما در نظر داشته باشید که روزنامه‌نگاری در عین حال با به سوال کشیدن فرض‌های خودتان نیز عجین است. بنابراین آماده باشید تا این جملات تحقیقی خود را در طی مطالعه و در صورت نیاز تغییر دهید. ممکن است سوال‌های اولیه شما غلط باشند و یا حداقل به خوبی سوال‌های جدید نباشند.

پیش از آن که نوشتن گزارش را آغاز کنید وقت بگذارید و طرحی برای آن ترسیم کنید. روی یک تکه کاغذ چیزهایی را که باید بنویسید را به ترتیب اولویت بنویسید. روشی را پیدا کنید که مخاطب نیمه علاقمند شما را وسوسه کند. خیلی از اوقات بهترین کار این است که یک راست به سراغ اصل مطلب بروید چون بسیاری از خوانندگان دوست دارند زود متوجه اصل خبر و جایی که قرار است، رویداد، آنها را با خود ببرد بشوند. یک رویداد خوب تنها کنار هم قرار دادن چند تکه داده مرتبط با هم نیست، بلکه موفقیت آن در پیوستاری است که این قطعات را به هم وصل می کند. باید برای خواننده شما بدیهی باشد که چرا یک پاراگراف بعد از پاراگراف بعدی آمده است. بعد از این که نوشتن مقاله را آغاز کردید شاید بخواهید ساختار اصلی آن را تغییر دهید. در هر صورت از این که از ابتدا کارتان را با یک طرح مشخص آغاز کنید سود خواهید جست. هم چنین اگر ایده ای در باره پایان رویداد خود داشته باشید، این ایده می تواند به شما کمک شایانی بکند.

یک نویسنده خوب اجازه نمی دهد خواننده اش در انبوهی از اطلاعات غرق شود. روزنامه نگاران علمی نباید تلاش کنند تا هر چه را می دانند در معرض نمایش بگذارند. بلکه باید انتخاب خوبی از میان آنها انجام دهند تا محصول نهایی خود را آماده کنند. در هنگام طراحی و نوشتن متن متوجه این موضوع باشید که کدام بخش ها دشوار تر و وقت گیر است. آنها را جدا کرده و برای بیان آنها در میانشان از پاراگراف های ساده تر و جذاب تر استفاده کنید. هم چنین محدوده کلمات خود را در نظر داشته باشید و مواظب باشید بیش از مقداری که به ادیتور خود گفته اید مطلب ننویسید.

به خاطر داشته باشید نویسنده علمی وابسته به انتخاب های دقیق و حساب شده است. موضوعاتی که شما با آنها سر و کار دارید دشوار و پیچیده است بنابراین باید تصمیم بگیرید که کدام بخش این رویداد را باید با جزئیات ریز مطرح کرد و کدام بخش ها را باید ساده کرده و با زبانی ساده مطرح نمود. نکته ای که به همان اندازه اهمیت دارد این است که کدام یک از مطالب را تنها باید در حد اشاره ای کوتاه ذکر کرد؟ و کدام بخش را به طور کلی نادیده گرفت. هرچقدر که جایگاه دورین فرضی خود را دقیق تر مشخص کرده باشید و یا جمله تحقیقی دقیق تری پرسیده باشید امکان انتخاب های دقیق تری برایتان فراهم خواهد شد.

4-2. نگارش روایی

مقاله خود را - به ویژه اگر یک فیچر خبری است - با رویداد کوتاهی در باره فرد یا افرادی مرتبط با رویداد آغاز کنید. رویداد که بتواند توجه مخاطب را جلب کند. البته این روش زمانی کار آمد است که این رویداد مخاطب شما را مستقیماً به میان رویداد اصلی رهبری کند. البته ممکن است رویداد ورودی شما به قدری جذاب و درگیر کننده باشد که ترجیح بدهید آن را به کل متن توسعه دهید.

مثال: لینک زیر را دنبال کنید و به 3 پاراگراف اول و پاراگراف آخر آن دقت کنید. این مقاله نه تنها با یک یا دو رویداد ساده آغاز شده که خواننده را به نقطه اصلی می کشاند.

<http://www.scidev.net/dossiers/index.cfm?fuseaction=dossierReadItem&type=2&itemid=546&language=1&dossier=4>

یک نوشته روایی از همان قوانین کلاسیک درام پیروی می کند. چنین مطلبی نیازمند یک کاراکتر اصلی است و رویداد یا مشکلاتی که پیش روی آن قرار می گیرد و او باید با آن دست و پنجه نرم کند. در پایان شما باید توضیح دهید که این مشکل چگونه حل شده و یا چرا قهرمان شما در این رویارویی شکست خورده است. در این حالت دوربین شما بر روی این شخص تمرکز یافته و مخاطب می خواهد بداند چه اتفاقی برای او پیش می آید. (این روش در رادیو و تلویزیون هم بسیار خوب جواب می دهد). در چنین روشی باید تمام جزئیات و روایت های علمی را در دل این روایت بدنه قرار داد.

برای این که این رویداد را به دست بیاورید می توانید برای خودتان جمله ای روایتی بسازید جمله ای که این گونه آغاز می شود: «امروز می خواهم روایتی در باره شخصیتی به نام را تعریف کنیم که با دشواری/چالش/درگیری به شرح مواجه می شود و در پایان وی در مواجهه با این مشکل پیروز می شود /شکست می خورد / همه چیز سر جای اولش باقی می ماند»

برای مثال به جای این که نویسنده ای بخواهد تنها خبر فعالیت های جدید در باره واکسن آنفلوآنزا را بیان کند، می تواند این را تبدیل به رویدادی کند که به جمله روایتی زیر بیان می شود: «امروز می خواهم روایتی در باره جان اسمیت تعریف کنم. دانشمندی که سعی می کند واکسن جدیدی برای آنفلوآنزا تهیه کند. اما در نهایت در می یابد که او هر سال مجبور است چنین مبارزه ای را به انجام برساند»

5-2. کارهایی که نباید انجام داد...

در اینجا فهرستی از راهنماهایی را می‌بینید که می‌تواند شما را در طول مراحل طراحی، تحقیق و نگارش مقاله یاری کند.

در روزنامه نگاری علمی چندین نباید قابل تامل وجود دارد:

- رویداد را دقیقاً همانند آنچه در بیانیه‌های خبری منتشر می‌شود بیان و روایت نکنید.
- فکر نکنید که ناچارید تا دانشمندان و یا پزشکانی که در باره کار آنها گزارش می‌کنید را راضی نگاه دارید. آنها مخاطب اصلی شما نیستند. شاید لازم باشد برای دانشمندان توضیح دهید که بین مصاحبه و گزارش ژورنالیستی و کار روابط عمومی تفاوت جدی وجود دارد.
- در مراجعه به بیش از یک دانشمند برای توضیح یک موضوع تردید نکنید. این کار به شما کمک می‌کند تا روایت ماجرا را از دو یا چند زاویه مختلف پوشش دهید.
- خود را محدود به تنها یک دانشگاه یا مرکز تحقیقاتی نکنید و در باره یک موضوع به مراکز تحقیقاتی مختلف مراجعه کنید.
- در باره اهمیت یافته‌ای جدید بزرگ‌نمایی نکنید و سعی نکنید با بیش از اندازه مهم جلوه دادن یک موضوع خواننده خود را تحت تاثیر قرار دهید. سعی کنید قطعات رویدادتان را درون چهارچوب مشخصی بگذارید. هر چیزی را متناسب با جایگاهش توضیح دهید.
- اطلاعات غیر ضروری را در مقاله خود نگنجانید. همان قدر که در روزنامه نگاری قرار دادن مطالب درست در چهارچوب مهم است رها کردن بخش‌های غیر ضروری نیز مهم است.
- در این که سوال‌هایی پیرسید که به نظر احمقانه می‌آیند تردید نکنید. این بخشی از کار شما است و همیشه یکی از مخاطبان شما هست که به این پاسخ‌ها نیاز دارد.
- از این که به یک دانشمند بگویید من متوجه منظورتان نشدم تردید نکنید.

سعی کنید کارهای زیر را انجام دهید:

- ❖ مدیریت رویداد خود را در دست بگیرید. این گونه فکر کنید که این رویداد من است! من روزنامه نگارم و من می‌توانم تصمیم بگیرم که این رویداد قرار است در باره چه باشد و چه بخش‌هایی از آن جذاب و چه بخش‌هایی برای مخاطب مهم است.
- ❖ تا حد امکان دقیق باشید. از زبانی استفاده کنید که برای همگان قابل فهم باشد و مطمئن باشید که اطلاعات را به درستی درک کرده‌اید.
- ❖ به این سؤال‌های معروف در باره رویداد خبری پاسخ دهید: چه کسی / چه چیزی / کی / کجا / چرا / چگونه؟ و هم چنین مطمئن باشید که به همه سؤال‌های دیگری که ممکن است برای مخاطبتان پیش بیاید نیز پاسخ داده‌اید.
- ❖ صحت داده‌ها و اطلاعات خود را بررسی کنید به خصوص اگر منبع این اطلاعات اینترنت باشد. ممکن است از تاریخ اعتبار آن گذشته و یا حتی داده‌ها اشتباه باشند.
- ❖ سعی کنید میزان اهمیت رویداد خود را تخمین بزنید. چقدر رویداد شما مهم و بزرگ است؟ چه کسانی از این موضوع تاثیر می‌پذیرند؟ با چه کسان دیگری باید در این باره صحبت کنید تا مفاهیم آن را کامل تر و دقیق تر درک کنید.
- ❖ سعی کنید زمینه و سابقه رویداد را پیدا کرده و آن را توضیح دهید. کار شما دیدن ارتباطاتی است که گاهی حتی خود دانشمندان و سیاستمداران نیز از دیدن آنها عاجزند.
- ❖ کار خود را شفاف ارایه کنید. منابع اطلاعات مهم را در اختیار خوانندگان خود قرار دهید. این کار به خواننده شما این امکان را می‌دهد که بفهمد شما از چه منابعی برای تحقیق استفاده کرده و از چه کسانی مصاحبه گرفته‌اید.
- ❖ فرآیند ویرایش را بخشی از کارتان تلقی کنید. روزنامه نگاری که از شنیدن انتقاد همکارانش آشفته شود قطعاً روزنامه نگاری حرفه‌ای نیست.

منابع

- 1) <http://www.wfsj.org/course/en/index.html>
- 2) http://www.bosco.link/?module=file&act=procFileDownload&file_srl=28615&sid=cd60d83ad0b38b9c628e72da595fe84b&module_srl=1950