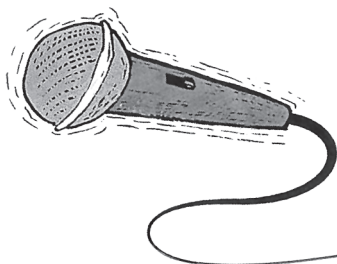


تیترا یعنی همه چیز



خیلی تلاش کردیم تا در شورای تیترا یک روزنامه شرکت کنیم، اما با هر جا که تماس گرفتیم فقط یک جمله را شنیدیم: «شورای تیترا محرمانه است.» البته شورای تیترا در درون هیچ روزنامه‌ای محرمانه نیست ولی نباید خیلی هم آشکار باشد، چون به قول مجید رضائیان، مدرس ارتباطات و روزنامه‌نگار، کار شورای تیترا، دروازه‌بانی و تعادل‌سازی میان نیاز مخاطب و دکه است.



مجید رضائیان:

کار شورای تیترا، تعادل‌سازی میان نیاز مخاطب و دکه است.



بسیاری از روزنامه‌نگاران هم معتقدند که در دنیای امروز، محرمانه بودن شورای تیتتر معنایی ندارد، چون با وجود سایت‌های خبری، همه روزنامه‌ها روی یک مطلب و خبر اصلی و واحد زوم می‌کنند.



حسین قندی:
تیتتر یعنی همه چیز!

حسین قندی، مدرس ارتباطات و روزنامه‌نگار، در این مورد می‌گوید:
زمانی که در ایران دو سه روزنامه بیشتر مطرح نبود، دزدی تیتتر می‌شد و هر روزنامه یک عامل داشت که از تیتتر روزنامه رقیب خبر می‌داد و بعد، از آن تیتتر تقلید می‌شد. اما امروز محرمانه بودن تیتترها مفهومی ندارد، مگر اینکه بخواهیم شکل تیتتر را پنهان نگه داریم.

به هر حال تیتترزن‌های حرفه‌ای، پشت درهای بسته یا در خلوت خود



با جمله‌های کوتاه و پرمعنی و محکم، خبرهای مهم و جنجالی را به ما اطلاع می‌دهند.

«تیتیر یک» از همه تیتیرها مهم‌تر است، چون بر اساس نیاز مخاطب و سیاست روزنامه و با توجه به اتفاقی که افتاده است، طراحی می‌شود. رضائیان درباره انتخاب تیتیر یک می‌گویند:

الان مطبوعات به سمتی رفته‌اند که صفحه اولشان دو تیتیر یک عکس، سه تیتیر یک عکس و گاهی اوقات یک تیتیر یک عکس است. چون در شرایطی که رادیو تلویزیون و سایت‌ها اخبار را به اطلاع مردم می‌رسانند، خبرهای آنی برای تیتیر اول روزنامه‌ها جذاب نیست، بلکه روزنامه‌ها به سمت تحلیلی شدن پیش می‌روند.

وی با اشاره به اینکه بسیاری از خوانندگان روزنامه، اصل خبر یا اتفاق را از منابع دیگر می‌شنوند و بعد روزنامه منتشر می‌شود، می‌گوید:

مردم خبرها را در لحظه اتفاق می‌شنوند و به همین خاطر از روزنامه‌ای که صبح روی دکه می‌رود، انتظار ندارند بنویسد چه اتفاقی افتاده بلکه می‌خواهند بدانند چرا و چگونه آن اتفاق افتاده است.

از تیتیرهای به یادماندنی می‌توانیم به تیتیرهای ورود حضرت امام خمینی (ره) به وطن اشاره کنیم؛ همان دو تیتیر معروفی که از دو واژه ساخته شده بودند:

– «شاه رفت»

– «امام آمد»



تیترنویسی در عین حال کاری بسیار دشوار است، چون کسی که تیتتر می‌زند - به خصوص اگر برای صفحه اول باشد - باید آینده نزدیک را ببیند و تشخیص بدهد. او باید صفحه اول روزنامه را، هم در ذهن خود و هم روی دکه و در کنار سایر روزنامه‌ها مجسم کند نه اینکه صرفاً تیتتر خود را ببیند. در عین حال تیتترزن‌های حرفه‌ای معتقدند که اگر تیتتر از دل برآید، تیتتر زدن کار چندان سختی نیست و با یک نگاه به خبر می‌توان برای آن تیتتر انتخاب کرد.

قندی در این مورد تعبیر جالبی دارد:

تیتتر، شعر نغز مطبوعات است.

او تیتتری را که برای درگذشت علی حاتمی انتخاب کرده بود، یکی از تیتترهای به یادماندنی در طول فعالیت حرفه‌ایش می‌داند: «علی حاتمی داستان مرگ را کلید زد».



رضائیان هم از تیتری که برای یازده سپتامبر نوشته بود یاد می‌کند: «انفجار».

او نیز در مورد تیترا با قندی هم عقیده است:

تیترا مثل شعر است؛ یک آن می‌آید و باید هم یک آن بیاید. تیترا نویس اول دل می‌زند، بعد قلم.

بعضی وقت‌ها هم روزنامه‌ها تیتراهای عجیبی می‌زنند. مثلاً یک بار روزنامه *ایندپیندنت* به دلیل جان باختن ۶۵۰۰ آفریقایی بر اثر بیماری ایدز، صفحه اول روزنامه را قرمز چاپ کرد و فقط نوشت: «امروز هیچ خبری نداریم» (No News Today).



روزنامه *ایندپیندنت*:

امروز هیچ خبری نداریم.



از آنجا که تیتتر - به خصوص تیتتر یک - از مهم‌ترین بخش‌های روزنامه است، گران‌ترین بخش روزنامه هم هست، هرچند که در اینجا منظور، ارزش معنوی تیتتر است.

از رضائیان دربارهٔ قیمت هر تیتتر پرسیدیم و جواب جالبی شنیدیم:

شما اگر یک روزنامه را قیمت بزنید ۲۰ میلیارد تومان، تیتتر اولش ۲۰ میلیارد تومان است و ۱۹ میلیارد تومان نیست.

قندی هم می‌گوید:

قیمت تیتتر به اندازهٔ همهٔ روزنامه است.

در دنیای امروز خبر اول و تیتتر یک شدن دلایل مختلفی دارد؛ شاید هم باید آن قدر شلوغ کنی و سروصدا راه بیندازی که تیتتر یک شوی. ما به تناسب موضوع گزارش‌هایمان، از استادان ارتباطات و جمعی از روزنامه‌نگاران فی‌البداهه پرسیدیم: «فرض کنید یک روز اخبار بیست‌وسی تیتتر یک شود»، و جواب‌های جالبی گرفتیم:

رضائیان: «نبض بیست‌وسی متفاوت می‌زند.»

قائمی‌مهر: «تیتتر خودش! بیست‌وسی دیگر جا افتاده.»

قندی: «تیتتر یعنی همه چیز.»

جعفری: «امروز یک الگو، فردا یک رویه.»