



مقدمات

خبرنگاری

و

خبرنویس

# الخَيْرُ مَلِكُ الْقَادِمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
ا قُرَأً بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ  
خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ  
ا قُرَأً وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ  
عَلَمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ

به نام خداوند رحمتگر مهریان  
بخوان به نام پروردگاری که آفرید  
انسان را از علق آفرید  
بخوان و پروردگار تو کریمترین است  
همان کس که به وسیله قلم آموخت  
آنچه را که انسان نمی دانست ( به او ) آموخت  
( قرآن کریم ، سوره علق ، آیه ۱ تا ۵ )

**مقدمات خبرنگاری و خبرنویسی**  
**نوشتاری برای دانش آموز – خبرنگار**  
**سطح یک**

**به کوشش :**  
**واحد آموزش خبرگزاری پانا**  
  
**گردآوری و تالیف :**  
**اعظم عابدینی**

**زمستان ۱۳۹۴**



## سازمان دانش آموزی جمهوری اسلامی خبرگزاری پانا

مدیرعامل: محمد کاظم دهقانی

سردیر: محمدرضا سیفی

مدیرآموزش: اعظم عابدینی

دبیر استان ها: حمیدرضا قلخانی

مدیر پایگاه اطلاع رسانی مدارس: مجتبی صدیق زاده

ویراستاری، صفحه آرایی و طرح جلد: هادی مشقق / نگار چراجی شیرازی

تایپ: عادله ارشدی

نشانی دفتر مرکزی: تهران - خیابان حافظ - بدار چهارراه جمهوری - کوچه هاتف - پلاک ۱ - طبقه ۴ خبرگزاری پانا

نشانی سایت: [WWW.PANA.IR](http://WWW.PANA.IR)

نشانی سایت:

pana.medu.ir

آدرس ایمیل پانا:

a.abedini2000@yahoo.com

ایمیل آموزش:

فaks: ۰۶۹۷۴۶۹۵۶-۰۶۹۷۴۷۵۹۸

تلفن:

استفاده از مطالب مشروط به ذکر منع بالامن است

## فهرست مطالب

۱	مقدمه
۳	خبر آمد خبری در راه است
۵	سخنی با مدرس و مری محترم
۶	مروری بر تاریخ مطبوعات ایران
۷	خبرنگار کیست ؟
۷	خبرنگاری چیست ؟
۸	جدایت های خبرنگاری
۸	ویژگی ها و مهارت های خبرنگار
۱۲	ویژگی های اخلاقی
۱۵	ساختار سازمانی نشریات
۱۷	خبر چیست ؟
۲۰	ویژگی های خبر خوب
۲۲	مراحل تنظیم خبر
۲۳	ارزش های خبری
۳۱	جمع آوری اطلاعات
۳۱	عناصری خبری
۳۷	تمرین ها
۴۱	منابع



#### مقدمه

یکی از اهداف بزرگ آموزش و پرورش و به دنبال آن یکی از مأموریتهای سازمان دانش آموزی تربیت اجتماعی دانش آموزان است. دانش آموزان بایستی برای جامعه ای که می خواهد در آن زندگی کنند و در آینده نقش موثری در آن داشته باشند؛ آماده شوند. بخشی از این آمادگی از طریق کسب آگاهیهای لازم از منابع آموزشی و کتابها و درسها تامین می شود. اما تجربه نشان داده است که بخش مهمی از تربیت اجتماعی در جریان فعالیتهای اجتماعی و تشکیلاتی که دانش آموزان در قالب فعالیت های گروهی انجام می دهند؛ نصیب آنان خواهد شد. طبعاً این نوع اجتماعی شدن که عمیق ترین و بادوام ترین آن است؛ ره آورد کارهایی است که با حضور خود دانش آموزان بصورت آزاد و داوطلبانه، در گروههای دوستان و همسالان انجام می شود.

در میان فعالیت هایی که برای تشکل های دانش آموزی تعریف شده، "خبرنگاری" در شمار جذابین، پویاترین و ثمربخش ترین فعالیتی است که مستقیماً با انواع مهارت های فرهنگی، هنری و اجتماعی مربوط می شود. خبرنگار - دانش آموز پرشور و مشتاق می آموزد که با نشان و هویت تشکیلاتی به صحنه های اجتماعی و واقعی وارد شود؛ بیند، بشنود، دقت کند، بررسی کند و آنچه اتفاق افتاده را به رشتہ تحریر درآورد. پس از آن در معرض نقد و ارزیابی قرار گیرد و در صورت لزوم دست به اصلاح نگرشهای، دریافتها و نوشته های خود بزند.

بدیهی است در این میان آنچه رخ میدهد حاصلی جز رشد و کمال و دریافت مهارت های اجتماعی و تجربه های تازه ندارد.

خبرگزاری پانا بعنوان اوّلین خبرگزاری دانش آموزی مفتخر است که در کنار تشکل های پیشنازان و فرزانگان سازمان دانش آموزی این حرکت بزرگ - که دستیابی به انبوه خبرنگاران دانش آموز در تشکلها و مدارس است - را راهبری می کند.

ارسال این محتوای آموزشی با همه نقاط قوت و ضعف و رسانی و نارسانی نشانه برداشتن اولین گام در این راه خطیر است. بی شک اولین قدمها ممکن است خالی از اشکال نباشد. اما سرشار از نعمت و برکت شروع و آغاز کار است.

خبرگزاری دانش آموزی پانا به میمنت این "سرآغاز" آماده دریافت نظرات و پیشنهادهای همه مردمیان بزرگوار و دانش آموزان عزیز است تا با اندیشه و توشہ بهتر و بیشتری، این کاروان نوپا را به سرمنزل مقصد برساند.

دهقانی

مدیرعامل خبرگزاری پانا

خبر آمد خبری در راه است

دنیای روزنامه‌نگاری، دنیای سرعت است و تغییر؛ چون سلولش خبر است و خبر در جریان است، توقف ندارد و همیشه تازه است. پس خبرنگاری هم بدون توقف و روزمرگی است. دنیای روزنامه نگاری، دنیای نشرِ دانایی و اطلاعات است و آمده تا در سایه آگاه سازی و دانایی، مردمان را توانا کند و کشور را توانند سازد. چنانکه فردوسی شاعر پارسی گوی قرن پنجم سرود: توana بود هر که دانا بود ... و امروز خبرنگاران، به کمک رسانه‌ها در صدد تحقیق این سروده زیبایند.

دیگر، قدرت کشورها در سایه برخورداری از انواع سلاحهای گُشنده نیست؛ بلکه در بهره مندی هرچه بیشتر و بهتر از رسانه هاست. زیرا رسانه‌ها ابزار انتقال اطلاعات، افکار عقاید و بطور کلی پیام هستند و جالب است که نیروی اصلی گرداننده و خوارک دهنده رسانه‌ها، خبرنگاران می‌باشند. خبرنگاران که دنایی را از طریق رسانه‌ها انتشار می‌دهند، لازم است؛ ابتدا خود دانا باشند. با همین اندک که گفتیم، روشن شد؛ در "عصر ارتباطات و انجام اطلاعات" نقش روزنامه نگاران بسیار مهم است.

شما دانش آموز پیشناز و فرزانه هم، اگر در سر سودای زندگی متفاوت، زندگی توان با رنگ و هنر و تجربه‌های جدید را دارید با ما همراه شوید! بسم الله!

خبرگزاری پانا، با همکاری سازمان دانش آموزی، در صدد تحقیق شعار "هر مدرسه یک خبرنگار" است. لذا با تشکیلات پاما (پایگاه اطلاع رسانی مدارس ایران) می‌خواهد تربیت اجتماعی دانش آموزان را محقق کند. گستره‌ی خبررسانی خود را افزایش داده و در جهت ارتقا سواد رسانه‌ای جامعه هدف خود گام بردارد. بدین منظور؛ اقدام به آموزش دانش آموز - خبرنگار در سه سطح ذیل نموده است و برای آموزش هر سطح برنامه‌ریزی‌هایی را دارد:

۱- خبرنگار گروه (خبرنگار حوزه تشکیلات دانش آموزی)

۲- خبرنگار مدرسه (خبرنگار حوزه مدرسه)

۳- خبرنگار شهر (خبرنگار افتخاری پانا با کارت خبرنگاری و کد کارتابل جهت انتشار خبر) اکنون در سطح نخست که سطح مقدماتی است، "جزوه‌ای" که "مبانی و اصول خبر و خبرنویسی" را تشریح می‌کند، تقدیم می‌شود.

شما با مطالعه این جزو و نیز مراجعه به کلاس‌های روزنامه نگاری مجازی مثل سایت خبرگزاری پانا به نشانی www.pana.ir و نیز عضویت در گروههای کانالهای شبکه های اجتماعی و همینطور شرکت در دوره ها و همایش های حضوری می توانید با اصول ابتدایی خبر و خبرنوسی آشنا شوید. همچنین در پایان این مکتوب پیشنهاداتی برای مطالعه بیشتر داریم که مشتاقان به دانستن بیشتر را سیراب می کند.

بی تردید عرصه خبر و روزنامه نگاری عرصه تلاش و کوشش مستمر است که با محدود شدن به شرکت در چند کلاس و دوره و مطالعه چند کتاب بدست نمی آید بلکه اساس توانایی در حوزه رسانه و خبرنگاری، کسب هر چه بیشتر اطلاعات از هر راه ممکن است؛ پس خود را محدود نکنید! بخوانید و بخوانید! بنویسید و بنویسید! و حتما؛ تجربه کنید! با قلم و کاغذ دست دوباره دهید!

ورودتان را به این جاده رنگارانگ خیر مقدم می گوییم! خوش آمدید!

سخنی با مدرس و مریب محترم!

مطالibi که در اختیار شما و دانش آموزان جوان خبرنگار است، درسطح مقدمات برای آشنایی با دنیای خبرنگاری و خبرنویسی تهیه و تنظیم شده است. سعی بر این بوده تا با زبانی ساده و با ذکر مثالهای متعدد در نگارش، به فهم و درک مطالب، کمک شود. اما بی تردید راهنمایی شما در درک و تعمیق آموخته ها موثر خواهد بود.

سعی کنید حتی الامکان تدریس این نوشتار در کلاسهای حضوری و با مدرسان مجرب انجام شود. در غیراینصورت لازم است؛ شما مریب محترم ابتدا مطالب را دقیق مطالعه فرموده و از کتابهای پیشنهادی انتهای جزو بهره گیری کنید. تا بتواند به عنوان یک راهنمای نقش موثرتری داشته باشد.

کلاسهای را حتی الامکان به شکل کارگاهی و گروهی برگزار کنید و حتماً فراغیران در کلاس روزنامه همراه داشته باشد یا همزمان امکان سرکشی به سایتها خبری میسر باشد تا همراه با دروس نمونه های عملی از روزنامه ها و سایتها ذکر شود.

واحد آموزش پانا آماده پاسخگویی در هر یک از موارد آموزشی خبرنویسی است و از پیشنهادات و نظرات سازنده شما و سایر خوانندگان و اساتید و صاحبنظران این حوزه استقبال می کند و آن را فرا راه و روشنی بخش این مسیر پر فراز و نشیب می دارد.

به رسم قدر دانی به عنوان گردآورنده و مولف این متون از حمایتهای مدیر عامل محترم خبرگزاری پانا و نیز اساتید و همکارانی که در این پروژه به اینجانب مشاوره داده اند، نهایت سپاس و تشکر را دارم.

مدیر آموزش پانا

## مژه‌های ایرانی بر تاریخ مطبوعات ایران

نزدیک به ۱۸۰ سال پیش، اولین روزنامه در ایران به نام "کاغذ" یا "کاغذ اخبار" بوسیله میرزا صالح شیرازی - با فاصله‌ای زیاد نسبت به کشورهای اروپایی - منتشر شد. "وقایع اتفاقیه" و "امیر کبیر"، "ندای وطن"، "حبل المتنی"، "صور اسرافیل" و بسیاری از روزنامه‌ها و روزنامه نگاران در این مسیر پر فراز و نشیب آمدند و رفته‌اند.

برخی در خدمت پادشاهان و دربار قلم زده و حافظ منافع آنان بوده‌اند و عده‌ای دیگر که اتفاقاً کم هم نبوده‌اند؛ در خدمت مردم و برای حفظ منافع عمومی تلاش نموده‌اند. جالب آنکه آثار و نام گروه دوم در تاریخ روزنامه نگاری ایران ماندگار شده و همواره نامشان به نیکی برده می‌شود. تاریخ روزنامه‌نگاری و ارتباطات در ایران، بیش از نیم قرن اخیر، مدیون زحمات شادروان "دکتر کاظم معتمد نژاد" است؛ که آذر ۹۳ به دیار باقی شتافت. نام و یاد او و همه آنها که در راه آگاه‌سازی مردمان کوشیده‌اند و در این راه از عزیزترین سرمایه‌های خود گذشتند گرامی باد!

## خبرنگار کیست؟

خبرنگار کسی است که با تکیه به ذوق و استعداد شخصی، پس از گذراندن دوره آموزشی تخصصی و همچنین با توجه به مسئولیت اجتماعی که این حرفه بر گردن او می‌گذارد وظیفه بدست آوردن، گردآوری و سامان دادن اخبار و انتقال آنها با وسائل ارتباط جمعی (مطبوعات، رادیو، تلویزیون و خبرگزاری و سایتهاي خبری) را بر عهده دارد.

## چرا آموزش خبرنگاران مهم است؟

حرفة خبرنگاری ابزار و اهرم موثر برای پیشبرد اهداف دست اندر کاران رسانه هاست. از این رو تربیت و آموزش خبرنگار ماهر از اهداف اصلی رسانه های خبری است و اهمیت بسیار دارد؛ زیرا خبرنگاران مهمترین تامین کننده اخبار جذاب و دست اول هستند. و در رقابت رسانه ای، آنکه بتواند از خبرنگاران حرفه ای و آموزش دیده‌ی بیشتری استفاده کند؛ در راههای جذب مخاطب موفق تر است و پر مخاطب تر خواهد بود.

## خبرنگاری چیست؟

قبل از هر چیز؛ خبرنگاری برای کسی که آموزشهای لازم و تخصصی را در زمینه کار پیچیده‌ی انتشار یک مطلب خبری دیده است، یک شغل محسوب می‌شود؛ که گرچه عنوان روزنامه را همراه دارد، اما یک واژه کلی است که همه فعالیت‌ها و حوزه‌های رسانه ای در تولید و انتشار خبر اعم از نشریات چاپی یا سایتها، خبرگزاری‌ها و رادیو و تلویزیون را شامل می‌شود.

دستیابی به خبر کار آسانی نیست و اصولاً خبرنگاری شغلی ساده‌ای نیست بلکه حرفه ای خاص است. بنابراین صاحب این حرفه باید از سه ویژگی استعداد و خصوصیات ذاتی، مهارت‌های حرفه ای و مهارت‌های اخلاقی برخوردار باشد.

## أنواع روزنامه نگاری

در کتاب واژه‌های کلیدی در روزنامه نگاری، دکتر احمد توکلی نزدیک به ۷۰ نوع

روزنامه نگاری را نام بردۀ است. تفاوت آنها با یکدیگر بیشتر از حیث نوع و نحوه تهیه مطالب است. البته باید در نظر داشت تعدادی از آنها تفاوت چندانی با هم نداشته و در ردیف یکدیگرند: مثل روزنامه نگاری خیابانی - روزنامه نگاری شهروندی، روزنامه نگاری مشارکتی - روزنامه نگاری دموکراتیک یا مثلاً روزنامه نگاری کوله پشتی که همان روزنامه نگاری چندرسانه‌ای است.

روزنامه نگاری توسعه، آنلاین، سنتی نیز از دیگر انواع روزنامه نگاری است. که در دوره‌های پیشرفت‌ه با آن آشنا خواهد شد.

## جذایت‌های خبرنگاری

دستت را به من بده! می خواهم تو را به دنیای خبرنگاری برم:

دنیایی به وسعتِ همه مردم، به همان گوناگونی به همان رنگارنگی یعنی به همان جذایت، دنیای شهرت، دنیای سفر به دور و نزدیک، دنیای سرک کشیدن به ناشناخته‌ها و سر در آوردن از مجھولهای پنهان شده، دنیای رنگ نه بی رنگی و روزمرگی، دنیای شجاعت و جسارت، دنیای زیبای هنر، تجربه‌های جدید، دنیایی که با هنر، فرهنگ اجتماع سیاست و ورزش پیوند می خورد و به آنها رنگ و عمق می دهد. دنیای امید بی پناهان و محرومان، دنیای چشم و گوش و زبان مردم شدن.

## ویژگی‌ها و مهارت‌های حرفه‌ای خبرنگار

**۱- ذوق و استعداد شخصی:** خبرنگاری در کنار جذایتهايی که دارد، اما مثل هر شغل دیگری سختیهای خاص خود را دارد. از جمله اینکه تعطیل بردار نیست؛ خبر همیشه در جریان است و شما هم به عنوان خبرنگار باید همیشه در جریان باشید. لذا این حرفه، تنها یک شغل نیست بلکه شوق هم است و تنها آدمهای با انگیزه و علاقمند و پر انرژی در این حرفه پر هیجان موفق خواهند شد.

اما بدانید! گذشت آن روز گاری که می گفتند روزنامه نگار باید به طور مادرزاد روزنامه نگار باشد اکنون داشتن این مهارت حرفه ای نیازمند کسب دانش و تخصص و البته تجربه به طور همزمان است. البته پیش شرط آن داشتن استعدادهایی است از جمله علاقمندی و توانایی نوشتمن، البته نه در حد یک نویسنده‌ی حرفه ای اما با کلمات آشنا بودن و دایره لغت وسیع داشتن لازمه این کار است.

## ۲- داشتن شخصیت برون گرا: کسب اطلاعات از محیط که کار اصلی خبرنگاران

است؛ داشتن شخصیت برون گرا را می طلبد.

شخصیتهاي برون گرا در مقابل درون گرایان هستند. قصد ما امتیاز دادن به شخصیتهاي برون گرا نیست. چرا که هر دو شخصیت کاملاً طبیعی و نرمال می باشند. هدف فقط شناخت بیشتر است.

به طور کلی برون گرایان به سوی جهان بیرون متمایل بوده و درون گرایان به سوی جهان ذهنی و غیر عینی. برون گرایان علاقمند به واقعیت پیرامون خود، رو راست و معمولاً پر حرفند. عقیده خود را با عقیده دیگران مقایسه می کنند، اهل عمل و پیشقدمی در کارها و قدرت ورق خود با دیگران را دارند. ریسک پذیر، تصمیم گیرنده سریع، اجتماعی و معاشرتی و علاقمند به کار گروهی اند.

با آنچه گفته شد ویژگیهای حرفه‌ای که خواهیم گفت روشن است که چرا شخصیتهاي برون گرا برای شغل خبرنگاری مناسب ترند.

## ۳ - مهارت ارتباطی: خبرنگارانی که راحت تر بتوانند با همه گروه های اجتماعی ارتباط برقرار کنند، معمولاً شانس بیشتری برای کشف حقایق دارند. خبرنگار باید بتواند خود را با صحنه هایی همچون تصادف، زلزله، سیل، آتش سوزی، جشن های ملی و مذهبی، مراسم ویژه، جنگ، راهپیمایی ها و... وفق دهد و مرتبط کند. همچنین بتواند با افراد مختلف اعم از کودک، نوجوان، جوان، پیر، کارگر و کارمند، هنرمند، فهرمان، دانشمند و یا اشخاصی با ویژگی های مثبت و منفی ارتباط برقرار کند. او باید بتواند با کودک خردسالی که تازه به

مدرسه وارد شده است، گفت و گو کند و هم با پیرزن ۹۰ ساله‌ای که در خانه سالم‌مندان دوران سخت زندگی خود را سپری می‌کند، همکلام شود. بنابراین مهارت‌های ارتباطی شرط لازم و اساسی برای تهیه خبر است و بدون آن خبرنگار با مشکل مواجه می‌شود.

**۴- اهل مطالعه بودن:** گفته‌یم؛ روزنامه نگار باید دایره لغت وسیع داشته باشد. در انتخاب مناسب کلمات به هنگام نوشتن عاجز نشود و بدنبال کلمات نگردد. خوب لازمه این کار مطالعه است. کتاب، مقالات، سایتها همه در اختیار شماست. بخوانید!

خبرنگار باید مطالعه مستمر داشته باشد؛ مطالعه مستمر به این معنی نیست که در منزل بنشینید و کتاب بخوانید بلکه خبرنگار باید در پیگیرها استمرار داشته باشد. اخبار رادیو، تلویزیون، اطلاع از تحریرهایی که با آن مرتبط هستید، سرک کشیدن به سایتها، مطالعه روزنامه‌ها و البته ارتباط با مردم کوچه و بازار مواردی است که باید فراموش شود.

هرگاه میان سریال مورد علاقه تان سری به کanal اخبار زدید؛ بدانید اتفاق بزرگ در گرایش و علاقه شما به خبرنگاری و موفقیت در این شغل در حال شکل گرفتن است. فراموش نکنید! وقتی شما از شنیدن اخبار برای پیشبرد کار تان استفاده می‌کنید به همان اندازه‌ی مشاهده یک سریال می‌تواند در شما رضایت و حتی سرگرمی ایجاد کند. خبرنگار میل به دانستن دارد؛ یعنی از همه علوم و بسیاری از اخبار، با خبر است، البته نه عمیق.

**۵- مردم دوستی:** اساس کار روزنامه نگاری مردم هستند. مخاطب مهمترین عامل در چرخه تولید تا انتشار و مصرف خبر است. اصولاً رسانه‌ها برای مردم انتشار می‌یابد. خبرنگار برای مردم کار می‌کند و هنگام خواب و بیداری به او فکر می‌کند. بنابراین اگر خبر یک کالا باشد مخاطب همان مشتری است و وظیفه خبرنگار است که خوراک مورد علاقه و نیاز او را تولید کند. برای این کار باید مردم را خوب شناخت، آنها را دوست داشت بدون این عشق و بدون "دغدغه مردم" هرگز نمی‌توانیم دلسوز منافع آنها باشیم.

در حکومتهای مردم سالار، مردم مسوولان را انتخاب می کنند و پس از آن سرگرم امور روزمره خود می شوند. آنها نمی توانند خود، مدام مراقب و ناظر حرکات و اقدامات مسوولان باشند؛ اما رسانه ها از سوی مردم این وظیفه را دارند که از مسوولان سوال پرسند و از منافع مردم در مقابل دولتمردان محافظت کنند.

در چنین جامعه‌ای رسانه ها با رعایت امانتداری نقش نگهبان را ایفا می کنند. این قرارداد نانوشته ولی استوار است برای خبرنگار مردم اولویت اصلی و اول هستند.

**۶-روحیه جستجوگوی:** اساس تهیه خبر پرسیدن سوال است و پرسیدن اصل اول تحقیق. باید هر موضوعی را بر اساس گفته ها و شنیده ها منتشر کرد. خبرنگار باید منابع معتبر را بشناسد و اخبار را از آنها بباید و حتی اخبار مهم را از بیش از یک منبع دریافت کند. بنابراین دفتر تلفن خبرنگار حرفه ای پربار و افراد زیادی را می شناسد و نمی گذارد در خاطر منابع خبری فراموش شود لذا به بهانه های مختلف هر از گاهی با آنها تماس می گیرد.

**۷-کنجکاوی:** این واژه را معادل "فضولی" بگیرید اما سعی کنید "فضول متشخص" باشید. فضول متشخص کسی است که به همه روزنه های حوزه خبری خود در نهایت اصول ارتباطی و انسانی سرک می کشد و می خواهد سر از همه چیز در بیاورد. از میان عناصر خبری "جه" و "جزرا" (که در مبحث عناصر خبر توضیح خواهیم داد) را بیشتر مورد قرار می دهد. از در، بیرونش کردن، از پنجه دویاره وارد می شود. او برای هر سوال پاسخ داده نشده چندین سوال دیگر از همان موضوع دارد و سعی می کند از دریچه دیگری وارد شود و موضوع خبر را برای مردم بشکافد.

کنجکاوی بال دیگر جستجوگری است. اگر این دو را با هم داشته باشید در بدست آوردن خبر سرآمد می شوید.

**۸-ساخت عمل:** زمان در خبرنگاری و تهیه خبر اهمیت بسیاری دارد و خبرنگار باید در اولین فرصت با دریافت اطلاعات لازم از منابع معتبر، خبر خود را تهیه، تنظیم و منتشر کند.

بنابر این کسی که میخواهد به این حرفه وارد شود باید بتواند سریع تصمیم گیری کند و آدم سریع الانتقالی باشد. زیرا سرعت عمل در تصمیم گیری و انتقال سریع خبر، از ویژگی های اساسی خبرنویسی است.

**۹- توانایی کار با تجهیزات پیشرفته:** خبرنگار باید توانایی استفاده از تجهیزات پیشرفته روز را داشته باشد تا از رقیبان عقب نیفتد و به سرعت عمل او در اطلاع رسانی کمک کند.

همچنین دارا بودن هوشی بالاتر از سطح متوسط جامعه و هوش اجتماعی خوب توانایی تجزیه تحلیل مسایل از دیگر ویژگیهای خبرنگاران موفق و حرفه‌ای است.

## ویژگی‌های اخلاقی

**۱- صبر و پشتکار:** لازمه تحقق دو مورد قبلی (کنجکاوی و جستجوگری) صبر و در عین حال انعطاف در برایر موانع است. انسان صبور، پر تلاش و سخت کوش مناسب حرفه خبرنگاری است البته خبر با سرعت در تهیه خبر در تنافض نیست، بلکه منظور از صبوری خسته نشدن در جستجوگری و به نتیجه رسیدن است. البته در این مسیر باید هوشمند بود یعنی خبرنگار بداند هر خبر چه مقدار ارزش دارد و با توجه به موضوع، اهمیت و دیگر ملاحظات چقدر باید به کنجکاوی و جستجو ادامه داد.

این هوشمندی خبری(شم خبری) با تلاش در کار بدست می آید.

**۲- صداقت و راستگویی:** خبرنگار که وظیفه اطلاع رسانی به مردم را به عهده دارد، در حقیقت نماینده مخاطبان در صحنه رویدادهای جامعه است. او باید با مردم صادق و راستگو باشد و هر رویدادی را آن طور که هست، ببیند و بکوشد آن را همان طور بیان کند. خبرنگار و رسانه ای که با مردم صادق باشد، مردم او را باور خواهند کرد و حرف و سخن آن رسانه برای مخاطبیش حجت خواهد شد؛ چیزی که آرزوی رسانه هاست. همچنین رسانه بی اعتبار به مرور زمان مخاطبان خود را از دست می دهد.

**۳-شجاعت:** شجاعت از صفاتی است که معمولاً برای یک خبرنگار موفق بر شمرده می‌شود. کسی که از صاحبان قدرت و ثروت هراس داشته باشد هرگز نمی‌تواند خبرنگار خوبی باشد. خبرنگار شجاع برای اطلاع رسانی و انکاس مشکلات و واقعیت‌های جامعه از کسی ترس و بیم ندارد. کنجکاوی هم از دیگر ویژگی‌های لازم برای خبرنگار است به گونه‌ای که اگر ذهن فرد، پرسشگر و کنجکاو نباشد یا به دنبال چراها و چگونه‌ها نگردد، او هرگز قابلیت خبرنگار شدن را ندارد. خبرنگار وقتی با مقامات، شرکت‌ها و مسئولان سر و کار دارد باید نسبت به گفته‌های آنان درجه بالایی از شک و تردید داشته باشد. او باید به شک‌های خود اعتماد کند و از طرح پرسش‌های مختلف نهرasd. منابع اغلب دوست دارند اطلاعاتی بدنهند که به نفع خودشان باشد. بنابراین او نباید زود باور باشد. کمی شک بدنیست. در عین حال خبرنگار باید مراقب باشد که این شک و تردید تبدیل به بدگمانی نشود.

**۴-رفتار و روابط اجتماعی مناسب:** خبرنگار لازم است از صفات صمیمت، متنانت، صبوری، حسن نیت، مسئولیت پذیری و از همه بالاتر رازداری و معتمد بودن برخوردار باشد. او باید در برابر اعمالش مسئول و پاسخگو باشد. همچنین خبرنگار باید ظاهري آراسته، مرتب و رفتاری توأم با ادب و نزاکت داشته باشد. مجموعه این ویژگی‌ها به او کمک می‌کند تا بتواند برای سهولت کار ارتباط خوبی با حوزه‌های فعالیت خود برقرار کند.

خبرنگار باید با احترام گذاشتن به استقلال و حاکمیت ملی، نظام و امنیت عمومی و منافع ملی، از اصول و شرافت حرفه‌ای خویش تبعیت کند و همچنین به اصول دینی و اعتقادات مذهبی، آداب و سنت قومی و ملی، اخلاق حسن و عفت عمومی احترام گذارد.

**۵-وظیفه شناسی، رعایت انصاف و بی‌طرفی:** خبرنگار باید تلاش کند که با رعایت انصاف در تهیه خبر، از طرفی جانبداری نکند. اگر خبرنگار یا رسانه‌ای در اخبار خود به نوعی بی‌طرفی را نقض کند، اعتماد مخاطبان از او سلب می‌شود. خبرنگار لازم است صرف نظر از تعلق سیاسی، مذهبی و حتی تعلق اقتصادی رسانه‌ای که در آن کار می‌کند، در کار حرفه‌ای خود تا آنجا که می‌تواند مستقل باشدو حداقل حمایتش از یک جریان یا فرد

نباید به قیمت پنهان کردن حقیقت باشد. انتقال دقیق اسناد و گفته ها و تصویرها از ویژگی های خبرنگار حرفه ای است.

خبرنگار باید نظرات شخصی و تعصب را کنار گذارد و به وظیفه خود درقبال جامه عمل پوشاند.

رسالت خبرنگار، آگاه کردن جامعه است، نه آن که مردم را به حمایت از شخص یا گروهی خاص تشویق کند. خبرنگار وظیفه شناس تلاش می کند از همه افراد و یاطرف های مرتبط با یک موضوع، اطلاعات درست و کامل ارائه دهد، به منافع عمومی بیندیشد و قضایت و تصمیم گیری را به مخاطبان اجازه واگذار کند.

**۶-رعایت حریم خصوصی :** احترام به حیثیت شخصی و حریم خصوصی افراد، خودداری از توهین، تهمت و افترا به اشخاص و تلاش در حفظ سلامت و آرامش روانی جامعه از وظایف خبرنگاران است. اخلاق حرفه ای حکم می کند که حریم خصوصی افراد حفظ شود. هر فرد حق دارد شأن زندگی خصوصی و خانوادگی، خانه، سلامت و روابط خود با دیگران را حفظ کند. چنانچه خبرنگاری بدون رضایت فردی، به حریم زندگی خصوصی افراد تجاوز کند، بر اساس قانون باید پاسخگو باشد.

**۷-حفظ منابع اطلاعات :** از دیگر وظایف اخلاقی روزنامه نگار، حفظ منابع اطلاعات محترمانه است. خبرنگاران از لحاظ اخلاقی، باید منابع محترمانه اطلاعات خود را فاش نکنند. خبرنگار موظف است اسرار حرفه ای خود را حفظ کند و از افشای اطلاعات و اخباری که بطور محترمانه به دست می آورد جز مواردی که با حکم دادگاه مشخص می شود، خودداری کند

**۸-امانتداری :** خبرنگار حرفه ای با رعایت اصل امانتداری، اطلاعات شخصی افراد را بدون رضایت ایشان در رسانه ها منتشر نمی کند و همچنین این اطلاعات را بدون اجازه در اختیار فرد دیگر قرار نمی دهد.

امانداری در جنبه های دیگر کاری خبرنگار نیز لازم است رعایت شود مثلا خبرنگاران در صورت استفاده از اخبار دیگر رسانه ها در مطالب خبری خود باید اماندار بوده و مطلب را به نقل از همان رسانه ها ذکر کنند. در واقع خبرنگار حرفه ای متن دیگران را به نام خود منتشر نمی کند و به عبارت دیگر دست به سرقت ادبی نمی زند.

**۹- فروتنی:** داشتن اطلاعات زیاد باید سبب شود تا خبرنگار در مواجهه با مردم خود را از آنان برتر و بالاتر بداند بلکه همواره باید متواضع و فروتن البته دارای اعتماد به نفس باشد. مردم به کسی که خود را از آنان برتر ببیند اعتماد نکرده دوستش نخواهند داشت و اطلاعات نمی دهند.

### ساختمان سازمانی نشریات

سازمان نشریات چه چاپی یا دیجیتال تقریبا ساختاری مشابه دارند که لازم است، خبرنگاران مبتدی، با آن و سلسله مراتب موجود در آن، آشنا شده تا در طی کار، تابع ضوابط و نظم سازمانی شوند.

آنچه در اینجا گفته می شود؛ سازمان نشریه ای درسطح متوسط است. بدیهی است تعداد افراد، تعداد سرویسها و سایر عوامل نسبت به بزرگی یا کوچک بودن و امکانات نشریه متفاوت است.

در هر نشریه یا سازمان خبری معمولاً افرادی با عنوانهای زیر فعالیت دارند:

**۱- صاحب امتیاز:** فرد(حقیقی) یا شرکت و سازمانی است(حقوقی) که از وزارت ارشاد تقاضای مجوز نشریه یا سازمان خبری مثل خبرگزاری را کرده و مجوز به نام وی ثبت شده است.

**۲- مدیر مسؤول:** مدیر ارشد و بالاترین مقام مسؤول و پاسخگو در برابر مطالب منتشر شده در رسانه ای

**۳- تحریریه:** تیمی است که هیات تحریریه نام دارد و همه آنها، به طور مستقیم (مثل

خبرنگار) یا غیرمستقیم (مثل مدیر فنی) در نوشتار نشریه دخالت دارند.

**۴- سردبیر:** در راس هر سازمان تحریریه، سردبیر یا "editor" قرار دارد که بالاترین مقام اجرایی نشریه است. کار سردبیر هماهنگی بین گروهها و سرویس‌های گوناگون و مدیریت در کلیه بخش‌های خبری، سوژه‌هی به سرویس‌ها، نظارت بر امور خبری و تعیین برنامه‌های کوتاه مدت و بلندمدت است.

بطور کلی سردبیر باید همه فن حریف باشد و بر تمام امور روزنامه نگاری آگاهی داشته باشد. به همین منظور معمولاً سردبیر سابقه در خبرنیویسی، گزارش نویسی و سایر مهارت‌ها را داد و معمولاً با طی سلسله مراتب و سابقه تجربی بسیار به این مقام رسیده است.

**۵- معاون سردبیر:** در حضور یا در غیاب سردبیر در حکم بازوی سردبیر است و در انجام وظایف او کمک رسان است.

**۶- دبیران سرویس:** بعد از معاون سردبیر، دبیر سرویس قرار دارد. سازمانهای خبری مطابق با نوع امتیاز خود که در چه حوزه‌ای نشر می‌شوند گستردگی سازمان و بودجه و امکانات و نیز سیاستهای کلی خود از سرویس‌های مختلفی تشکیل شده‌اند و از این رو بین سازمانهای خبری در این جهت تفاوت وجود دارد.

بنابر این؛ همه نشریات، سرویس‌های مشابه هم ندارند و تعداد خبرنگاران در هر سرویس را هم امکانات و بودجه و گستردگی سازمان معین می‌کند.

مثلاً ممکن است نشریه‌ای در زمینه فرهنگی و ورزشی مجوز داشته باشد آنگاه سرویس سیاسی نخواهد داشت.

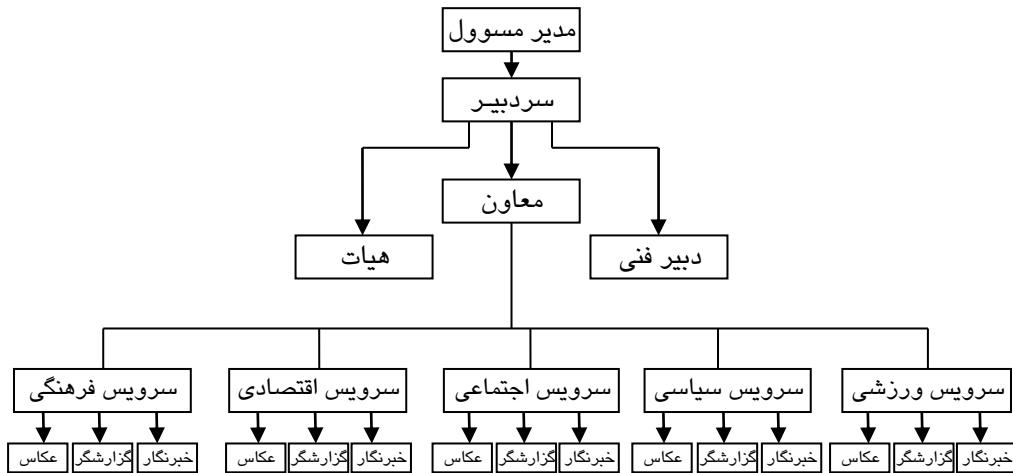
برخی از سرویس‌های موجود در نشریات عبارتند از:

سیاسی - اجتماعی - فرهنگی - ورزشی - اقتصادی و عکس

هر سرویس مطابق با نام خود اخبار و مطالب رسانه‌ای همان حوزه را منتشر می‌کند و تعدادی خبرنگار و گزارشگر در هر سرویس مشغولند که در همان حوزه تخصص دارند. در راس آنها دبیر سرویس قرار دارد که اخبار و مطالب خبرنگاران حوزه خود را کنترل و نظارت می‌کند.

**۷- مدیر فنی:** زیر نظر معاون سردبیر یا سردبیر فعالیت می کند. و کار وی شامل همه موارد مربوط به امور فنی، تحریریه، پشتیبانی سیستم ها و صفحه آرایی، گرافیک، نظارت بر چاپ و انتشار به عهده وی می باشد.

**۸- هیات ویراستار:** بعد از دبیر فنی، هیات ویراستار است. این هیات نیز زیر نظر سردبیر فعالیت می کند و کار آنان پالایش اخبار، ویراستاری و نظارت بر درست نویسی جملات و متون است.



## خبر چیست؟

### الف) ضرورت و اهمیت

ماهواره، اینترنت، تلفنهای هوشمند و شبکه های اجتماعی، هر لحظه ما را در معرض موجهای پرشتاب اطلاعات قرار داده اند. موجهایی که عنصر اصلی سازنده آن "خبر" است. پس بر ما - انسان عصر ارتباطات و انجار اطلاعات - واجب است تا با ماهیت این امواج آشنا شده تا در برخورد با آن آسیب کمتری بیینیم.

به عنوان یک "خبرنگار" نیز لازم است نسبت به رکن اصلی هر رسانه یعنی "خبر"

شناخت پیدا کنیم، تا بر حسب وظیفه حرفه ای خود؛ خوراک خوب و سالم خبری را در اختیار مخاطبان قرار دهیم و بدین وسیله به رشد "آگاهیهای اجتماعی" و داشتن یک "زندگی خوب" همشهريان خود کمک کنیم.

### ب) تعریف خبر

اساتید و اندیشمندان روزنامه نگاری و ارتباطات در نقاط مختلف دنیا تعاریف متعددی از خبر داشته‌اند که نشان از توجه هر یک به وجودی از خبر دارد. مثلاً در حالیکه یکی خبر را گزارش مناسب، دقیق و خلاصه یک رویداد و نه خود رویداد می‌داند (میچل. وی. چارلنی) دیگری آن را ساده و خالص بودن واقعی جاری دانسته است (روژه کلوس - استاد دانشگاه بروکسل)

در زیر به کلیدواژه‌ها و وجوه مورد نظر برخی دیگر از روزنامه نگاران نسبت به خبر اشاره می‌کنیم:

- ۱- جالب و مورد توجه بودن (لیلی اسپنسر)
  - ۲- تاثیرگذار بودن و خشتش بودن و به خاطر پول درج نشدن (نورث کلیف)
  - ۳- به روزبودن (واج بلایر)
  - ۴- خبر ساخته روزنامه نگاران است (ویلیام گیر - مارک فیشمن)
  - ۵- اولین گزارش حادثه و مورد توجه عامه بودن
- و بسیاری از تعاریف دیگر اما آنچه تقریباً در همه تعریف‌ها از خبر مشترک است "عینی و واقعی و عملی بودن" خبر است.

يعنى اخبار براساس تخیل و فرضیات و رویاهای انسانها در اتفاهاتی درسته ساخته نمى شود. بلکه در میدان واقعی حادثه و رخداد به شکل واقعی و عینی بوسیله روزنامه نگاران ثبت می شود و این در حقیقت تفاوت روزنامه نگار و داستان سرا است. که در جای خود به آن می پردازیم.

## اما تعریف خوب و جامع از خبر چیست؟

"خبر" گزارش عینی، صحیح و دقیق یک رویداد است که دارای یک یا چند ارزش خبری بوده و تحت تاثیر عوامل درون سازمانی و برون سازمانی است.

با این تعریف واژه‌هایی مطرح شد که پرداختن به آنها از نکات اساسی آموزش روزنامه‌نگاری است.

\***گزارش عینی، واقعی و صحیح رویداد:** چنانچه پیش تر توضیح دادیم در پای کامپیوتر و اتفاق‌های دربسته و در تخیل خود، به دور از اطلاعات در مورد رویدادی که رخداده است یا قرار است رخ دهد، نمی‌توان خبر نوشت بلکه در صورت امکان باید در صحنه و میدان رخداد حاضر شد.

البته عینی بودن لزوماً به معنای این نیست که عیناً خود خبرنگار باید حادثه را دیده و در ک کرده باشد زیرا بسیاری از رویدادها در غیاب (نبوت) خبرنگاران اتفاق می‌افتد گرچه خبرنگار حتی الامکان باید در محل رویداد حاضر شود. به مصاحبه با "آگاهان" و "شاهدان" ماجرا پردازد و تا می‌تواند اطلاعات جمع آوری کند.

**دقت کنید! گفتیم:** شاهدان و آگاهان یعنی جمع اوری اطلاعات از کانالها و افراد مختلف باید باشد تا خبر شما عینی، موئیق (قابل اعتبار و استناد) شود.

مثلًا فرض کنید اتوبوسی در جاده به دره سقوط کرده و این حادثه تعدادی کشته و زخمی داده است. بهتر است شما و در صورت امکان عکاس رسانه در صحنه رویداد حاضر شوید و از شاهدان ( مجروهان - همراهان - کسانی که ناظر این صحنه بودند و آگاهان (پلیس راهنمایی و رانندگی - کارشناس یمه - امدادگران - کارشناس آگاهی و ...) سوالاتی پرسید و سپس براساس مشاهدات خود و اطلاعات کاملی که جمع آوری کرده اید بر اساس معیارها و عناصری که خواهیم گفت به تنظیم خبر پردازید.

اما اگر امکان حضور شما و همکاران در صحنه نیست زمان را از دست ندهید تلفن

فاکس، ایمیل و شبکه های اجتماعی ابزارهایی است که می توانید از طریق آن ها به سراغ همین آگاهان و شاهدان بروید و به جمع آوری اطلاعات پردازید.

**فراموش نکنید!** برای عینی، واقعی، درست و صحیح بودن خبر، کار شما جمع آوری اطلاعات از راههای مختلف، به هر طریق ممکن و در کمترین زمان است. البته با رعایت اصول و ظوابط اخلاقی و حرفه ای که گفته شد.

## تمرین اول

فرض کنید اولین جلسه اولیا و مریبان برای انتخاب نمایندگان این انجمن، در مدرسه شما برگزار شده است؛ شما خبر خود را چگونه عینی - واقعی و درست تنظیم خواهید کرد؟ شاهدان و آگاهان مد نظر شما برای جمع آوری اطلاعات چه کسانی هستند؟ به سراغ چه کسانی می روید؟ بنویسید.

## ویژگی های خبر خوب

اساتید روزنامه نگاری برای یک خبر خوب سه ویژگی اصلی نام بردند

### ۱- درستی و صحت

ارائه اطلاعات درست و صحیح و اطمینان از درستی اخبار، از وظایف اصلی هر خبرنگار و یکی از مهمترین مسؤولیتهای رسانه خبری است. خبر باید درست و بر مبنای یک گزارش عینی باشد.

انتشار مطالب اشتباه یا نادرست، سبب بی اعتمادی مخاطبان به سازمان خبری می شود و آنان را به سوی رسانه های رقیب می برد.

هر گز نباید درستی خبر فدای سرعت انتشار آن شود، چرا که اگر در اثر بی دقیقی خبری با اطلاعات اشتباه، انتشار یابد؛ افراد و سازمان های مربوطه، تکذیب نامه منتشر می کنند. انتشار

تکذیب نامه‌ها نشانه بی توجهی خبرنگار، دبیر یا سردبیر رسانه به اصل اول انتشار اخبار است. علاوه بر آنکه نشر مطالب نادرست درباره اشخاص حقیقی و حقوقی ممکن است رسانه را با مشکلات قانونی مواجه کند.

## ۲- روشنی و صراحت خبر

خبر باید از ابهام و کنایات به دور باشد. خبرنگاری که از یک رویداد خبر تهیه می‌کند؛ اگر نتواند اطلاعات خود را با زیان ساده، رسا، روشن و بدون ابهام بنویسد، نمی‌تواند در کار خود موفق باشد.

همچنین اصطلاحات تخصصی از علوم مختلف باید طوری نوشته شود که برای عموم مردم قابل درک و اسان فهم باشد. پیچیدگی در نوشتzen مردم را از اخبار و رسانه شما دور می‌کند.

عوامل متعددی منجر به ابهام خبری می‌شود؛ که مهمترین آن، درک نادرست خبرنگار از رویداد است که سبب می‌شود نتواند خبری روشن را ارائه کند. بنابراین اگر خبرنگار در جایی متوجه توضیحات ارسال کننده خبر نشده است؛ لازم است بیشتر مطالعه کند، یا پرسش دوباره از منبع خبر داشته باشد و بهر حال تلاش و سماجت کند که تا ابهامات رفع و مطالب، شفاف عرضه شود.

## ۳- جامعیت

خبر باید جامع و کامل باشد یعنی به پرسشها بی که برای مخاطبان به وجود می‌آید پاسخ دهد. خبرنگار باید تلاش کند علاوه بر پرسشها مربوط به عناصر خبر (کی؟ کجا؟ چه کسی؟ چه؟ چرا؟ چگونه؟) به پرسش‌های جانی نیز پاسخ دهد.

بدین منظور خبرنگار پس از تنظیم خبر باید خود را به جای مخاطبان بگذارد و آن را مورد ارزیابی قرار دهد و بینند آیا خبر تنظیم شده او به پرسشها بی که مطرح است توانسته پاسخ دهد یا نه؟ اگر جواب منفی است باید به سراغ اطلاعات تکمیلی برود و با اطلاعات

درست و کامل پاسخ مخاطب را بدهد. اطلاعات تکمیلی را می‌توان از عکس، اطلاعات آرشیوی و سابقه خبر بدست آورد و به خبر افزود که به جامعیت خبر کمک می‌کند. ابهام در خبر وقتی است که مفهوم جملات میهم است، در حالیکه نداشتن جامعیت زمانی است که مفهوم جمله مشخص است؛ اما اطلاعات خبر کامل نیست. یعنی ابهام اغلب در فرم نوشتار است و جامعیت مربوط به محتوای متن خبر. از دیگر ویژگی‌های خبر می‌توان به جذابیت، کوتاهی، تازگی، سادگی و روانی و بسیاری اشاره کرد.

### مراحل تنظیم خبر

تهیه خبر شیوه آشپزی است، به آشپزی علاقمندید؟ اگر هم نباشد بالاخره از محصول آخر آن- یعنی غذا - که استفاده می‌کنید؛ پس با آن بیگانه نیستید! در آشپزی اول باید فکر کنید می‌خواهید چه چیزی درست کنید؟ باید در میان پیشنهادات مختلف که به شما می‌شود و یا آنچه در ذهن دارید بر اساس معیارهایی دست به انتخاب بزنید. سپس به سراغ تهیه مواد اولیه بروید و آنها را تهیه و گردآوری کنید تا در دسترس شما باشد. و در مرحله سوم هم به ترتیب و بر اساس دستور آشپزی که دارید مواد را با هم ترکیب کنید و غذا را درست کنید. بر این اساس و با در نظر گرفتن این تشابه به سراغ مراحل ۳ گانه تنظیم خبر می‌رویم.

**۱- شناخت و گزینش :** در مرحله نخست شما باید از میان رویدادهای گوناگون دست به انتخاب برقی از آنها بزنید. در اینجا "تعریف و شناخت خبر و ارزشهای خبری" به عنوان ملاک و معیار گزینش رویداد به کمک شما می‌آید.

البته در بسیاری از اوقات نقش سردبیر و دبیر در این مرحله پررنگ است و آنها خبر را انتخاب و شما مأمور جمع آوری و تهیه خبر می‌شوید.

**۲- جمع آوری اطلاعات (تهیه مواد اولیه خبر) :** در این مرحله "عناصر خبری" به

عنوان رکن خبر نقش آفرینی می کنند. و شما به دنبال پاسخ به سوالات شش گانه می روید که توضیح داده خواهد شد.

**۳- تکارش و تنظیم خبر:** حال ترکیب و چینش عناصر خبری در کتاب یکدیگر مهم است. در این مرحله نیز "سبکهای خبری" و از جمله رایج ترین آن (سبک هرم وارونه)، تیتر و لید نویسی به کمک شما خواهد آمد.

## ارزش خبری

### الف) ضرورت

دوستان من! هر روز صبح تا بعد از ظهر، از مسیر خانه تا مدرسه و بر عکس، دهها اتفاق رخ میدهد؛ ولی بعد از ظهر یا شامگاه در پاسخ به پدر و مادر یا دیگرانی که از شما می پرسند خب امروز چه خبر بود؟ شما همه رویدادهای روز را نقل نمی کنید، بلکه از میان این همه اتفاق، دست به گزینش می زنید آنها که برای شنونده و خودتان جذاب و جالب باشد را می گویید.

به دفاتر رسانه ها نیز هر روز صدها مطلب به عنوان خبر، از راههای مختلف مثل تلفن ایمیل - فاکس - شبکه های اجتماعی و ... می رسد اما همه آنها شанс انتشار را پیدا نمی کنند. بسیاری راهی سطل زباله می شوند، یا با گزینه "Delete" از دستگاههای الکترونیکی حذف می شوند. چرا؟ و سر دیگران اخبار، بر اساس چه ملاک و معیاری برخی از رویدادها را در قالب خبر منتشر و از بعضی دیگر چشم پوشی می کنند؟

پاسخ این است: روزنامه نگاران برای خود ضوابط و معیارهایی دارند که با توجه به آن معیارها وقایع خبری را از غیر خبری تشخیص می دهند. این معیار همان ارزشهای خبری است و البته بر اساس سیاستهای خبری رسانه مربوط که توضیح آن خواهد آمد.

## ب) تعریف ارزش خبری

معیار گرینش رویداد، ملاکهایی که به خبرنگاران به ویژه خبرنگاران مبتدی کمک می‌کند تا از میان رخدادهای پیرامون خود آنها که ارزش خبر شدن را انتخاب کنند.

### ج) ارزش خبری را از کجا بیابیم؟

اصولاً ارزش خبری در درون خود رویداد است یا باید آن را از بیرون یافت؟ نقش

خبرنگار در این میان چیست؟ آیا حس ششم خبرنگار در این گرینش نقش دارد؟

دکتر یونس شکرخواه در کتاب "خبر" می‌نویسد: ارزش‌های خبری در دل رویداد قرار دارند نه در شم روزنامه نگار ولی این شم و درک به کشف ارزش‌های خبری کمک می‌کند در واقع شم حرفه‌ای، مثل ابزار استخراج ارزش خبری است به ویژه آنچه که رویداد را تبدیل به خبر می‌کند پس هر چه خبرنگار شم حرفه‌ای بهتری داشته باشد و در تربیت آن بکوشد به همان میزان در خبر نویسی موفق‌تر است.

گفتیم؛ ارزش‌های خبری که ملاک و معیار ما برای انتخاب رویدادها و تبدیل آن به اخبار است در دل رویداد قراردارد، که از طریق شم خبری باید آن ارزش را کشف و استخراج کنیم، اما برای بی‌بردن به این ارزشها لازم است به هر رویداد از دو زاویه و وجه بنگریم.

**وجه عینی:** این وجه جنبه عینی و منطقی رویداد است و به اهمیت ذاتی آن برمی‌گردد. مثلاً اگر بین دو حادثه تصادف با میزانی از خسارت -به هر دلایلی- یکی را باید برگزینیم؛ طبیعی است حادثه ای که تازه‌تر و تعداد کشته و زخمی و خسارت بیشتری داشته باشد را انتخاب خواهیم کرد. چون این موارد خبر را مهمتر و جذاب‌تر می‌کند و خواننده بیشتری خواهد داشت.

**وجه انسانی:** در این وجه از جنبه عینی فاصله می‌گیریم و پاییند به استدلال و منطق نخواهیم بود. حساب و کتاب ویژه ای برای انتخاب وجود ندارد، بلکه وجود عاطفی، احساسی و روانی انسانها تعیین کننده است.

مثلا جسد کودک مهاجر سوری که بر اثر واژگونی قایق مهاجران و فاریان از جنگ سوریه به ساحل دریای مدیترانه آورده شد، می تواند بسیاری از اخبار را کنار بزند یا در درجه دوم و سوم اعتبار قرار دهد. و این خبر در راس اخبار قرار گیرد. یا مثلا اخبار مربوط به کشف فلان دارو، اختراع فلان وسیله، نیز به همین ترتیب.

### و) انواع ارزش‌های خبری

مثل همه مفاهیم خبری، روزنامه نگاران و اساتید این حرفه، توافق نظر در مورد تعداد ارزش‌های خبری ندارند. برخی آن را به سه دسته برخی دو دسته و ... اما آنچه تقریباً حالت استاندارد به خود گرفته است و برای روزنامه نگاران آشنا و شناخته شده است؛ هفت مورد ذیل است:

**۱- شهرت:** اشیاء؛ اشخاص حقیقی یا حقوقی (نهادها- سازمانها) که به خاطر فعالیتها یاشان در جامعه شناخته شده و مشهورند دارای این ارزش خبری اند. به همین دلیل خبر بیماری، مرگ، ازدواج، طلاق، مسافرت، سخنرانی و اقدامات شخصیت‌های معروف سیاسی- هنری- اقتصادی- ورزشی برای اغلب مردم جامعه مهم و جذاب است و مردم معمولاً علاقمندند که بیشتر در مورد آنها بدانند.

شهرت ممکن است بار معنایی مثبت یا منفی باشد. یعنی حتی افراد منفی که مردم دوستشان ندارند دارای این ارزشند. نهادهای جامعه و افراد از شهرت یکسان برخوردار نیستند و به همین دلیل ارزش خبری یکسان ندارند هر اندازه فرد مشهور‌تر و شناخته شده تر باشد ارزش خبری بیشتری دارد.

حقیقی:	مثال	-----	رئیس جمهور به روییه می‌رود
شهرت حقوقی:	مثال	-----	روزنامه "بهار" توقیف شد
منفی:	مثال	-----	خواهر دوقلوی شاه سابق ایران درگذشت
مثبت:	مثال	-----	کاپیتان پرسپولیس با زندگی وداع کرد

**۲- دربرگیری:** وقتی رویدادی بر تعداد فراوانی از مخاطبان تاثیرگذار باشد (حال یا آینده)، دارای ارزش دربرگیری است. دربرگیری رخدادی ممکن است باعث نفع یا ضرر (مادی یا معنوی) افراد جامعه شود و یا تاثیری مستقیم یا غیرمستقیم بر روی آنها داشته باشد. در هر یک از این اشکال، خبر دارای ارزش دربرگیری است.

<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50px;">حال:</td><td>مثال: شنا سنا مه‌های قدیم دیگر اعتبار ندارد</td></tr> <tr> <td>زمان:</td><td>آینده: دانشجویان جدیدالورود دانشگاههای غیر دولتی شامل سه درصد تخفیف می‌شوند</td></tr> </table> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50px;">مستقیم:</td><td>مثال: یارانه‌های دی‌ماه امشب واریز می‌شود</td></tr> <tr> <td>شکل:</td><td>غیرمستقیم: مثال: آلودگی هوای تهران به شرایط ناسالم رسید</td></tr> </table> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50px;">ثبت:</td><td>مثال: حقوق کارمندان دولت با نوخ تورم افزایش می‌یابد</td></tr> <tr> <td>تاثیر:</td><td>منفی: مثال: نان در استان یزد گران شد</td></tr> </table>	حال:	مثال: شنا سنا مه‌های قدیم دیگر اعتبار ندارد	زمان:	آینده: دانشجویان جدیدالورود دانشگاههای غیر دولتی شامل سه درصد تخفیف می‌شوند	مستقیم:	مثال: یارانه‌های دی‌ماه امشب واریز می‌شود	شکل:	غیرمستقیم: مثال: آلودگی هوای تهران به شرایط ناسالم رسید	ثبت:	مثال: حقوق کارمندان دولت با نوخ تورم افزایش می‌یابد	تاثیر:	منفی: مثال: نان در استان یزد گران شد	ارزش دربرگیری تاثیر بر تعداد زیادی از افراد
حال:	مثال: شنا سنا مه‌های قدیم دیگر اعتبار ندارد												
زمان:	آینده: دانشجویان جدیدالورود دانشگاههای غیر دولتی شامل سه درصد تخفیف می‌شوند												
مستقیم:	مثال: یارانه‌های دی‌ماه امشب واریز می‌شود												
شکل:	غیرمستقیم: مثال: آلودگی هوای تهران به شرایط ناسالم رسید												
ثبت:	مثال: حقوق کارمندان دولت با نوخ تورم افزایش می‌یابد												
تاثیر:	منفی: مثال: نان در استان یزد گران شد												

**۳- بزرگی (فراوانی تعداد و مقدار):** این ارزش خبری به آمار و ارقام مربوط است. فرقی نمی‌کند که این ارقام مربوط به چیست؟ هر اندازه که تعداد ارقام بزرگتر باشد؛ اهمیت این ارزش خبری بیشتر است؛ زیرا در برخی از موارد ونه همیشه از جنبه فراگیری نیز اهمیت پیدا می‌کند.

به عنوان مثال مرگ ۱۰۰ نفر بر اثر سیل از مرگ ۳۰ نفر در حادثه مشابه شناس بیشتری برای گزینش و تبدیل شدن به خبر دارد؛ البته مشروط به اینکه سایر ارزشها خبری در اولویت نباشد. مثلاً ممکن است در میان کشته شدگان حادثه دوم (۳۰ نفر) افراد مشهور زیادی باشند که در این صورت ارزش شهرت هم دارد و در اولویت است. یا حتی ارزش مجاورت خیلی مهم

باشد و... آنگاه ممکن است حادثه دوم پر رنگ تر در میان اخبار دیده شود و در انتخاب شانس بیشتری داشته باشد. \***نکته مهم** دیگر آنکه همیشه بزرگی عدد دلیل بر ارزش خبری بیشتر نیست گاهی اعداد کوچکتر ارزش پیدا می کند مثلاً "دماهی ۱۵ درجه زیر صفر اردبیلی ها را خانه نشین کرد" اینجا عدد کوچک است ولی دارای ارزش خبری می باشد.

**لذا باید گفت اهمیت ارقام نسبی است و بستگی به موضوع و رویداد و شرایط وقوع دارد.**

### مثال: ۴۰۰۰ دانش آموز تهرانی امسال به اردوی راهیان نور رفتند

**۴- بروخورد، درگیری و اختلاف:** این ارزش شامل رویدادهایی از برخوردها، اختلافات و درگیریهایی است که در انواع و اشکال گوناگون مثل بروخورد میان افراد، گروهها، ملتها جلوه گر می شود. این بروخورد ها ممکن است به شکل جسمی (فیزیکی) یا فکری (ایدئولوژیکی) باشد.

انسان علیه انسان - انسان علیه محیط و علیه طبیعت، حوادث طبیعی و غیر طبیعی، حوادث مربوط به حیات وحش نمونه هایی است که این ارزش خبری را پیدا می کند. اخبار مربوط به سرتها - سو استفاده مالی (اختلاس) قتلها، جنگ ها ، تصادفات، زلزله و سیل، اعتصابات و جدالهای سیاسی دارای ارزش خبری بروخورد است. این نوع رویدادها به علت جذابیت در جلب نظر مخاطب مورد علاقه رسانه هاست.

### مثال: زلزله ۶ ریشتری در جنوب بنگلادش

**۵- استثنای و شگفتی:** این نوع رویدادها از جنبه‌ی "غیرعادی بودن" و یا "عجیب" و "استثنایی بودن" دارای ارزش خبری است. بسیاری از ما این ارزش خبری را ناخودآگاه در خبرهای روزمره خود به کار می گیریم. وقایع و اخبار روزمره‌ای که برای اطرافیان خود تعریف می کنید را به یاد بیاورید. مثلاً: اگر در پاسخ به سوال چه خبر دوستان بگویید "امروز

"صبحانه خوردم" برای اوجذابیتی ندارد؛ اما اگر فرض این بگویید "امروز صبحانه قورباغه خوردم" برای او عجیب و شنیدنی است.

رویدادهایی که برخلاف پیش بینی یا انتظار اتفاق افتد دارای این ارزش خبری است. مثلاً سرقت یا قتل یک رویداد غیرعادی است ولی عجیب نیست اما ممکن است نحوه سرقت عجیب باشد. آنگاه وجه سرقت که دارای ارزش برخورد است عجیب بودنش ارزش شگفتی نیز پیدا می کند.

به طور کلی این رویدادهای نادر را که مخاطبان تحت عنوان "ترین" ها می شناسند مثل پیترین فرد جهان - بلندترین آسمان خراش دنیا - و نیز اختراعات و اکتشافاتی که وجوده عجیب بودن آن پر رنگ باشد. در شمار این ارزش خبری است.

### **مثال: زنی در ۴۰ سالگی ۱۲ قلو زاید**

**۶- تازگی:** این ارزش خبری به فاصله بین "زمان وقوع رویداد" و "زمان انتشار" آن اشاره دارد. هرقدر این فاصله کمتر باشد ارزش خبری "تازگی" بیشتر است و برعکس هر قدر فاصله بین زمان رویداد و زمان انتشار آن بیشتر باشد ارزش خبری تازگی کمتر است. این ارزش خبری با توجه به رقابت فشرده ای که در اثر زیاد بودن انواع رسانه ها و سرعت آن ها در اطلاع رسانی پدید آمده دارای اهمیت ویژه ای است که همه رسانه ها باید به آن توجه کنند.

می گویند: "روزنامه مثل نوزادی است که در همان روز تولد جان می سپارد" بنابراین نشریه ای (دیجیتال یا چاپی) موفق تر است که حاوی اخبار تازه تر باشد و رغبت و تمایل خواننده را برانگیزد و مانع رفتن او به سوی رسانه های رقیب شود.

رسانه هایی که از تازگی خبری و اطلاعاتی برخوردار نیستند؛ دچار بیماری "سرطان رسانه ها" شده اند یعنی از دست دادن مخاطب.

در این ارزش خبری قالب واژه های زمانی دیده می شود: مثل دیروز، امروز، صبح

امروز، ساعتی قبل و غیره ... اما در برخی دیگر از اخبار تازگی در دل خبر پنهان است؛ مثل اخبار اختراعات و اکتشافات

### **مثال: امروز بارش برف مدارس را تعطیل کرد**

ذکر این نکته مهم است؛ که اگر در اثر غفلت یا دقت در صحبت اخبار، زمان را از دست دادید و خبری سوخت: (رسانه های دیگر آن را منتشر کردند). می توان به ابعاد دیگر خبر پرداخت و در شکلی تازه آن را منتشر کرد که طبعاً در این صورت باز هم دارای ارزش خبری می شود. مثلاً اگر خبری در رسانه رقیب شما آمده که؛ امروز مجلس تعطیلی پنج شنبه های مدارس را بررسی می کند؛ شما می توانید به عنوان یک خبرنگار نظرات موافق یا مخالفان را به شکل گزارش کوتاه خبری ارائه کنید. یا اخبار پیامدهای لغو تعطیلی پنج شنبه ها را بررسی کنید.

**۷- مجاورت:** مخاطبان رسانه ها ترجیح می دهند که ابتدا از خبرهای مربوط به محله شهر، کشور یا کشورهای همچوخار خود مطلع شوند.

مجاورت به لحاظ ارزش خبری در دو شکل مورد گزینش قرار می گیرد:

### **مجاورت جغرافیایی:**

**مثال :** اجرای طرح زوج و فرد خودروها از درب منازل تهرانی ها اجرا می شود این خبر برای شهروندان تهرانی دارای ارزش خبری است و برای سایر شهرها ارزش خبری ندارد.

### **مجاورت معنوی و فرهنگی:**

گاهی مشابههای فرهنگی، عقیدتی، قومی، اجتماعی و مانند اینها یک رویداد را دارای اهمیت می کنند.

مثال: کشته شدن یک نوجوان در تظاهرات امروز بحرین

اخبار بحرین با توجه به هم منطقه بودن (خاورمیانه) و شیعی بودن جمعیت کثیری از این کشور برای ما مهم است.

### \*نکات مهم

\*نباید به هیچ یک از ارزش‌های خبری، جداگانه توجه کرد یا در پرداختن به هر یک از آنها افراط و تفریط داشت. که این سبب می‌شود رسانه شما را با یک یا چند ارزش خبری خاص بشناسند که جالب نیست.

\*معمولًا همه ارزش‌های خبری با یکدیگر ارتباط دارند و برخی از خبرها دارای چند ارزش خبری است اما باید در نظر داشت که گاهی وجود یک ارزش خبری خاص، ممکن است اهمیت بقیه ارزش‌های خبری را تحت الشاع قرار دهد و خود را برجسته سازد. این مساله به شرایط زمانی، بعض افکار عمومی و سیاستهای خبری نشریه بستگی دارد.

### تمرین ۲:

در میان خبرهای روزنامه‌ها و یا خبرگزاریها (مثل پانا) جستجو کنید و برای هر ارزش خبری دو نمونه بنویسید. کلید واژه‌هایی که شما را به ارزش خبری مربوط راهنمایی کرده را معین کنید.

### تمرین ۳:

از رویدادهای مدرسه خود، دو تیتر خبری بنویسید که یکی دارای ارزش خبری تازگی و دیگری دارای ارزش شکفتی باشد.

مثال: \* فردا کارت‌نامه‌های دانش آموزان مدرسه جهان آرا به اولیای آنان ارایه می‌شود \* این خبر دارای ارزش تازگی و نیز در برگیری است چون مربوط به همه دانش آموزان است و با منافع آنان پیوند دارد.

## جمع آوری اطلاعات

چنانچه گفته‌ی؛ دومین مرحله از مراحل سه گانه تهیه خبر است. در این مرحله شما باید خود را جای خواننده فرض کنید و بینید چه سوالاتی باشندن اصل یک خبر در ذهن او ایجاد می‌شود و حتی الامکان پاسخ آنها را از راههای مختلف بیابید که مهمترین آن مصاحبه با شاهدان و مطلعان است.

هر قدر پاسخ شما به این سوالات و اطلاعاتی که جمع آوری کرده اید کاملتر و دقیق‌تر باشد کار شما در مرحله سوم یعنی تنظیم خبر راحت‌تر خواهد بود.

## عناصر خبر

عناصر خبری، اخبار را به نمایش می‌گذارند. هر اندازه عناصر خبری کاملتر باشد قیافه خبر از نظر اطلاعاتی که باید به مخاطب بدهد، جذاب‌تر خواهد بود.

عناصر خبری، مواد اولیه خبر هستند، در ادبیات روزنامه‌نگاری مغرب زمین به آنها H & 5w می‌گویند و در منابع فارسی می‌توان از سه تا "ک" و سه تا "ج" نام برد.

ردیف	عنصر خبری	معنی	توضیح
۱	که یا کی	who	چه کسی یا چه چیزی (افراد حقیقی و حقوقی) در پیدایش رویداد دخالت دارند.
۲	کی (چه وقت)	when	چه زمانی رویداد اتفاق افتاده است.
۳	کجا	where	محل رویداد کجا بوده است که شامل دو حالت مجاورت جغرافیایی و فرهنگی است.
۴	چه	what	چه چیزی اتفاق افتاده در واقع ماهیت و موضوع رویداد را شامل می‌شود.
۵	چرا	why	به علت، دلیل یا انگیزه وقوع رویداد اشاره دارد.
۶	چگونه	how	نحوه چگونگی و طریقه وقوع رویداد را شامل می‌شود.

\*از میان ۶ عنصر بالا، چهار تای اول مهمتر است زیرا دو عنصر "چرا" و "چگونه" ارزش "تحلیلی و توصیفی" دارد و معمولاً دسترسی به اطلاعات برای یافتن پاسخ به این سوالات به راحتی امکان پذیر نیست. البته اگر بتوان به آنها دست پیدا کرد خبر کاملتر و جذابتر خواهد شد.

### عنصر خبری "که" who

این عنصر شامل همه عوامل (افراد و چیزهای [بی جان]) را شامل می‌شود. هم افراد حقیقی، که پست و جایگاهی ندارند و هم افراد حقوقی؛ مثل نهادها یا سمت‌هایی که افراد در سازمان‌ها دارند.

در نظر داشته باشید این عنصر فقط به فاعل رویداد محدود نمی‌شود. بلکه در برخی مواقع مفعول را نیز در بر می‌گیرد. بنابراین لازم است فرد یا افرادی که در پیدایش یک رویداد دخالت داشته‌اند (فاعل) یا رویداد بر آنها تاثیر داشته (مفعول) را دقیقاً شناسایی و در خبر معرفی کنیم مثل نام و نام خانوادگی، سن، شغل و سمت و دیگر اطلاعاتی که مورد نیاز است. گاهی یک خبر ممکن است چند عنصر خبری "که" داشته باشد و خبرنگار باید آنها را در محلهای مختلف بشناسد و در خبر از آنها استفاده کند. مثلاً در خبر تصادف: "که"‌های مختلف عبارتند از زخمی‌ها، قربانیان، افراد راهنمایی و رانندگی، شاهدان حادثه، پزشک و ... دقت کنید! تنها در صورتی می‌توان از نام و نام خانوادگی یک فرد در ابتدای خبر استفاده کرد که ذکر نام وی چهره او را در ذهن خواننده تداعی کند (فرد شناخته شده باشد مثل حسن روحانی) در غیراینصورت به جای نام و نام خانوادگی فرد در گیر رویداد، از پست او استفاده می‌کنیم مثل "معاون وزیر بهداشت" گفت: ...

**مثال ۱:** نخست وزیر هند در دیدار با حسن روحانی گفت: .....

**مثال ۲:** ۱۰ کودک در انفجار بمب، در یمن جان باختند در اینجا عنصر "که" ۱۰ کودک است که افراد حقیقی هستند.

**مثال ۳: روابط عمومی نهضت سواد آموزی اعلام کرد: طرح محدودیت بی سوادان از**

ابتداي سال ۹۵ اجرا می شود

عنصر "که" روابط عمومی نهضت سواد آموزی است که فرد حقوقی است.

**عنصر خبری "کجا" where**

عنصر خبری "کجا" چون " محل رویداد" را مشخص می سازد و اطلاعات را کاملا مستند می کند، دارای اهمیت است. چنانچه محل رویداد به زندگی مخاطب نزدیک باشد به علت ارزش خبری مجاورت برای مخاطب بسیار مهم است . البته مجاورت معنوی نیز جایگاهی خاص دارد.

\***نکته:** اطلاعات مربوط به عنصر "کجا" ، به ویژه اگر این عنصر شناخته شده نباشد باید به نحو مفصل تری توضیح داده شود. مثلا اگر محل رویداد در کشور کوچک و گمنام "بنین" است، باید به مخاطب توضیحاتی در مورد موقعیت جغرافیایی آن ارائه شود.

**مثال ۱: آلدگی هوای تهران به مرز هشدار رسید**

**مثال ۲ :** طرح برق رسانی به روستای وارستان با بودجه ۴ هزار میلیاردی پایان یافت این خبر احتمالا در صفحات داخلی روزنامه (صفحه استان ها) چاپ می شود؛ بنابراین شناخته شده است و نیاز به توضیح ندارد.

**عنصر خبری کی ° (when)**

"زمان و قوع رویداد" مهم است. زیرا "تازگی خبر" یک ارزش خبری اساسی در عرصه خبر نویسی است ، خبرگزاریها اخبار خود را به دقیقه می گذارند "online" هستند، و روزنامه ها معمولا از خبرگزاری ها تعذیه می کنند؛ پس خبرنگاران باید سعی کنند در حالیکه به صحت و درستی خبر دقت می کنند رویدادها را سریع به مرکز انتشار خبر برسانند. باید زمان رویداد را در همان ابتدای خبر با بکارگیری واژه هایی مثل اکنون، ساعاتی

پیش، صبح یا عصر امروز، دیروز و ... آورد.

به طور کلی رویدادها را نباید بدون زمان ارائه کرد. خواننده باید از زمان وقوع رویداد (گذشته، حال و اینده) اطلاع داشته باشد.

**مثال ۱: امروز آلدگی** هوا مدارس تهران را تعطیل کرد

**مثال ۲: سال آینده** با لغو تحریمهای رشد اقتصادی خواهیم داشت

### عنصر خبری "چه" what

عنصر "چه" و "که" معمولاً از "بهترین عناصر خبری" هستند؛ زیرا به ارزش‌های خبری بیشتری مربوط می‌شوند، (دربرگیری، برخورد، فراوانی، استثنا و شهرت). بنابراین به عنوان عنصر جذاب خبرمی باشند که اطلاعات مربوط به آن اغلب در پاراگراف اول ارائه می‌شود. این عنصر ماهیت و موضوع رویداد را بیان می‌کند. "چه" ممکن است: کودتا، جنگ، سیل و سایر حوادث طبیعی، تصادف، امضای توافقنامه صلح، برگزاری انتخابات و ... باشد. گاهی ممکن است چند عنصر "چه" در خبر داشته باشیم - یعنی چند موضوع - در این صورت موضوع مهمتر و جذاب‌تر (چه‌جذابتر) را در ابتداء می‌آوریم.

**مثال :** بلیت‌های جشنواره فیلم فجر از پس فردا پیش فروش می‌شود

**چه:** پیش فروش بلیت‌های جشنواره

### عنصر خبری چرا (why)

به "علت"، "دلیل و انگیزه" و "موقع رویداد" اشاره دارد. این عنصر بیشتر در "تفسیر" و "تحلیل خبر" کاربرد دارد. گرچه در خبر هم مورد نیاز مخاطبان است، اما در بسیاری از مواقع، علت دقیق بروز رویداد و اغلب حوادث در ابتداء مشخص نیست. مثلاً در جریان سقوط هواپیما معلوم نیست هواپیما دقیقاً به چه علت سرنگون شده است. بنابراین برای بیان دلایل

دقیق حادثه خبرنگار باید تا پیدا شدن جعبه سیاه هواپیما و اعلام نظر متخصصان متظر بماند. یا اگر قتلی اتفاق افتاد؛ بلا فاصله علت قتل معین نیست. در این گونه موارد، خبرنگار باید ضمن اینکه پی گیر رویداد است اما نباید منتظر اعلام علت وقوع و تکمیل اطلاعات بماند؛ چون در این صورت خبرش می سوزد یعنی زمان و ارزش خبری تازگی را از دست می دهد، بلکه باید به همان اطلاعات اولیه یعنی پاسخ عناصر "که" و "چه" و "کجا" و "کی" اکتفا کند و خبر را منتشر کند و به خواننده بگویید که پیگیری برای یافتن علت رویداد در جریان است.

### مثال : خواب راننده، جان ۳ نفر را گرفت

در اینجا علت تصادف در تیتر آمده و خبرنگار خبر خود را در تیتر با عنصر چرا آغاز کرده است.

### عنصر خبری "چگونه" (HOW)

این عنصر خبری نیز جنبه توصیفی رویداد را بیان و چگونگی و نحوه بروز رخداد را بیان می کند.

مثلاً اگر در خبر قبلی در مورد نحوه پیش فروش بليت توضیح داده شده باشد به پاسخ و عنصر "چگونه" پرداخته شده است.

### چندنکته مهم:

\* از عنصر خبری "چرا" و "چگونه" عمدتاً در گزارشها و "خبرهای تحلیلی و توصیفی" استفاده می شود؛ زیرا اغلب پی گیری از علت و نحوه بروز رخداد سبب از دست دادن زمان در انتشار خبر می شود و خبر می سوزد، لذا خبرنگاران به همان ۴ عنصر قبلی اکتفا و خبر را منتشر می کنند ضمن اینکه باید پی گیری علت و چگونگی نیز بود و در زمان و در شکل مناسب به انتشار اطلاعات تکمیلی پیرامون رخداد اقدام کرد.

\* این دو عنصر(چرا و چگونه) در بسیاری از مواقع با دیدگاه‌های شخصی خبرنگار خواسته یا ناخواسته - آمیخته می‌شود، لذا اگر گفتیم؛ خبرنگار باید بی طرف و عینی گرا باشد و از جانبداری پرهیز کند؛ مربوط به اطلاعات همین دو عنصر خبری است، که باید در نهایت انصاف و عدالت نوشته شود تا سبب عدم اعتماد خواننده و گارد گرفتن او در برابر خبر نشود.

\* ممکن است خبرنگار یا گزارشگر از چگونگی و نحوه بروز رویدادی اطلاع داشته باشد اما از چرایی آن چیزی نداند یا بر عکس، در این گونه موارد روزنامه نگاران با تجربه و حرفه ای تلاش می‌کنند تا کامل ترین و جامع ترین اطلاعات را در مورد تک تک عناصر خبری بدست آورند و بهترین و جذابترین ان را در پاراگراف اول خبر یا در تیتر به کار گیرند تا خواننده را به خواندن خبر ترغیب کنند.

\* از آوردن حروف اضافه در ابتدای خبر خودداری کنید. این کار ضرب آهنگ کلمه را می‌گیرد و از هیجان خبر کم می‌کند.

مثالاً به جای ----- با لغو تحریمهای رشد اقتصادی خواهیم داشت  
بنویسیم ----- رشد اقتصادی با لغو تحریمهای بدمست می‌آید

\* احتمالاً شما به عنوان یک خبرنگار به دلایلی از جمله طولانی شدن خبر و غیر ضروری بودن از همه اطلاعات بدست آمده در تک تک عناصر خبری در نگارش نهایی خبر استفاده نمی‌کنید اما هنگام جمع آوری اطلاعات همه آنها را یاد داشت کنید، یا ضبط کنید (گرچه ممکن است در نهایت به کار شما نیاید)؛ زیرا این اطلاعات زیاد، قدرت مانور خبرنگار را در تنظیم خبر بیشتر می‌کند. و به او اشراف و دید کافی در تنظیم خبر می‌دهد.  
بنابراین بدون اینکه زمان را از دست بدھید تا می‌توانید در همه عناصر خبری اطلاعات جمع آوری کنید.

\* در مورد "اخبار فوری" برای آنکه زمان را از دست نداده و از رقبا عقب نمانید در

عین دقت و صحت اطلاعات می توانید اخبار خود را با عناصر محدود خبری در چند مرحله منتشر کنید.

### ارتباط ارزش ها و عناصر خبری

که (چه کسی) ← با ارزش "شهرت" در ارتباط است.

کجا ← با ارزش "مجاورت جغرافیایی و معنوی" ارتباط دارد.

کی (چه زمان) ← با ارزش خبری "تازگی" مرتبط است

چه ← با ارزش های خبری "دربیگیری" ، "فراوانی" ، "برخورد" و "شگفتی" ارتباط دارد

و چرا و چگونه ← را نمی توان با ارزشها خبری مرتبط دانست بلکه با تفسیر و توصیف واقعه مربوط است.

### تمرین ها \*دقت کنید!

اکنون آنچه را که در مورد ارزشها و عناصر خبر گفتیم را در یک مثال بررسی می کنیم و در ادامه از شما می خواهیم تمرینات بعدی را مطابق این نمونه انجام دهید!

### نمونه

همزمان با شبهای قدر

امروز امتحانات دانش آموزان با یک ساعت تاخیر برگزار می شود

### ارزش های خبری در این تیتر عبارتند از:

۱- **تازگی**؛ کلمه "امروز" تازگی خبر و سرعت در اطلاع رسانی را یادآوری می کند.

**۲-در برگیوی (فراگیری):** دانش آموزان تعداد زیادی از افراد کشور را شامل می شود و امتحانات آنان خانواده ها و مدارس کادر و فرهنگیان را درگیر می کند لذا این خبر به علت اینکه منافع طیف زیادی از افراد جامعه را شامل می شود دارای ارزش دربرگیری است.

**۳-برخورده:** کلمه "تاخیر" ما را به این ارزش خبری راهنمایی می کند.

### عنصر خبری در این تیتر:

برای پیدا کردن هر عنصر خبری، اول به سراغ " فعل رویداد" یعنی "چه" بروید (موضوع خبر). و سوال بپرسید چه رخدادی دهد؟ خب "تاخیر" در برگزاری امتحانات "که همان ماهیت رویداد" است. بعد به ترتیب سوالات بعدی را پیرامون همین موضوع مطرح کنید و به عنصر و پاسخ بعدی برسید.

"چرا" تاخیر روی داده است؟ "به علت" همزمانی با شباهای قدر "بدین ترتیب پاسخ عنصر چرا معلوم شد که در روایت قرار داده شده است.

"کی" (چه وقت) به تاخیر افتاده است؟ "امروز" - زمان وقوع رویداد معلوم شد.

"چه چیز" به تاخیر افتاده است؟ "امتحانات دانش آموزان" - [یادتان هست گفتم عنصر

چه کسی می تواند چه چیز یعنی بی جانان را هم شامل شود]

"چگونه" برگزار می شود؟ "با یک ساعت تاخیر" - به "نحوه برگزاری و تاخیر" در امتحانات اشاره دارد.

در تبر این خبر به عنصر "کجا" اشاره نشده زیرا محدوده آن با توجه به عمومیت امتحانات دانش آموزان و مدارس - کل کشور است؛ یعنی محدوده جغرافیایی خاصی مدنظر نیست که ذکر شود

### تمرین ۴

\*حال شما در این تیترها موارد ذیل را معلوم کنید

۱- ارزش‌های خبری هر تیتر کدام است؟

۲- در هر تیتر به کدام عنصر یا عناصر خبری پاسخ داده شده است؟

۳- بر اساس ارزش‌های خبری سه تیتر که اولویت انتشار دارد را معلوم کنید.

### ◆ طرح خرید کالای ایرانی آغاز شد

(۱) ارزش‌های خبری:

(۲) عنصر خبری:

### ◆ بازش برف مدارس اردبیل را تعطیل کرد

(۱) ارزش‌های خبری:

(۲) عنصر خبری:

### ◆ همزمان با سال نومیلادی

رئیس جمهور به دیدار خانواده شهدای مسیحی رفت

(۱) ارزش‌های خبری:

(۲) عنصر خبری:

### ◆ مدیرکل دفتر سلامت آموزش و پرورش خبر داد

توزیع قرص آهن و ویتامین D در بین یک میلیون و ۷۰۰ هزار دختر متوسطه

(۱) ارزش‌های خبری:

(۲) عنصر خبری:

### ◆ آموزش زبان فارسی در مدارس اوکراین

(۱) ارزش‌های خبری:

(۲) عنصر خبری:

### ◆ فردا آخرین مهلت ثبت نام در آزمون استخدامی دستگاه‌های اجرایی

(۱) ارزش‌های خبری:

(۲) عنصر خبری

## سه خبر مهم بر حسب اولویت ارزش خبری:

- ۱
- ۲
- ۳

تعاریفی از خبر آن است که: خبر چیزی است که روزنامه نگاران آن را می سازند.  
تیتر روزنامه ها را روی دکه بینید یک رویداد مشابه در روزنامه ها به گونه های مختلف  
انتشار یافته برخی از عناصر و ارزشهاخ خبری که در یکی آمده در دیگری یا اصلا نیامده و یا  
به گونه ای دیگر منعکس شده که البته سیاستهای روزنامه و دیدگاه های سردبیران در آن بسیار  
تأثیر نیست.

## تمرین ۵

حال شما نحوه انعکاس اخبار بر جام در روزنامه های موافق و مخالف بررسی کنید و دو  
نمونه تیتر در یک خبر یکسان بیاورید

یکی دیگر از تعاریف خبر این است: خبر رویدادی است که برای یک نفر یا  
گروهی ارزش خبری دارد و برای دیگران ممکن است بی اهمیت باشد.  
مثل: افزایش ۱۵ درصدی حقوق بازنیستگان کشوری  
"این خبر" برای شاید دو میلیون و دویست هزار نفر جذاب و دارای ارزش خبری است.

## تمرین ۶

حال شما دو تیتر خبری که تایید کننده این تعریف باشد (مشابه به آنچه ذکر شد) را از  
سایتها یا روزنامه ها پیدا کنید و بنویسید.

## منابع

- (۱) خبر: دکتر یونس شکرخواه- سلسله متون آموزشی (۱): مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها زمستان ۸۳
- (۲) خبرنویسی پیشرفته: دکتر احمد توکلی: انتشارات ثانیه ۱۳۹۲
- (۳) خبرنگاری حرفه ای : مجموعه مقالات- سلسله متون آموزشی ۲: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها
- (۴) اصول خبرنویسی: اکبر نصرالهی: انتشارات سروش چاپ اول ۱۳۸۲
- (۵) خبرنگاری کاربردی: جفری هریس - دیوید اسپارک: ترجمه محمد تقی روغنیها: انتشارات روزنامه ایران
- (۶) روزنامه نگاری برای نوجوانان: محمد رضا کبیر تابستان ۸۲ انتشارات منادی تریست
- (۷) مجموعه جزوات منتشر شده سال‌ها گذشته خبرگزاری پانا
- (۸) جزوات خبرنویسی دانشگاه ها
- (۹) سایت خبرگزاری ایرنا: مدرسه خبر ایرنا به نشانی [www.irna.ir](http://www.irna.ir)
- (۱۰) سایت خبرگزاری پانا: کلاس روزنامه نگاری به نشانی [www.pana.ir](http://www.pana.ir)
- (۱۱) سایت مرکز آموزش و پژوهش موسسه همشهری: [www.hamsharitraning.ir](http://www.hamsharitraning.ir)