

گردآورنده:  
احمد باقری

تکنیکهای خبر نویسی

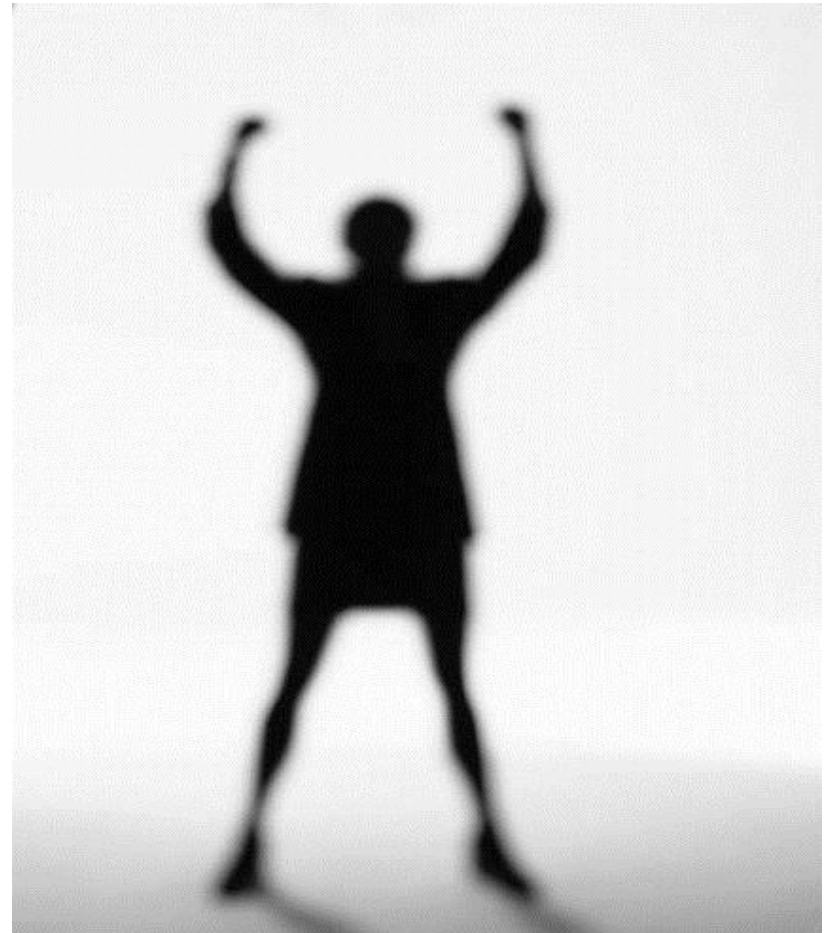
اصول روزنامه نگاری

- ارتباطات در دنیای امروز :
- نگاهی به دنیای امروز و شرایط جدید جهانی نشان می دهد که ارتباطات بعنوان یکی از عرصه های اثرگذار و پرنفوذ دنیای جدید محسوب میشود و روزبه روز بردامنه علاقه مندان به آن افزوده می شود.
- علاوه بر آن تغییرات سریع و پردامنه فناوریهای ارتباطی و رسانه ها در کنار تنوع و جاذبه های تولید رسانه ای عاملی برای گرایش کارگزاران بیشتر و کاربران گسترده تر به این حوزه است .

- اگر امروز نفوذ رسانه هادر زندگی روزمره به گونه ای است که چون امکان حضور مخاطب در همه عرصه ها وزمانها امکانپذیر نیست ، رسانه ها به جای مخاطب می بینند ،می شنوند وحتی به جای مخاطب درک می کنند ؛همه نشانه کاربرد پردامنه رسانه است .
- ارتباطات بعنوان یک خانواده بزرگ علمی در جهان دارای رشته ها وشاخه های گوناگون است وچهارقرن پیش با عنوان اولین رسانه یعنی مطبوعات آغاز شد وبعنوان یک رسانه پر نفوذ در کنار ظهور ناسیونالیسم ،سواد آموزی وفرد گرایی توسعه پیدا کرد.جریان توسعه رسانه ها ی جمعی تا قرن بیستم ادامه یافت .واز دهه هشتاد عصر فناوریهای جدیدارتباطات آغاز شد .به تبع این توسعه رشته های علمی مرتبط با این فناوریها نیز گسترش یافت .

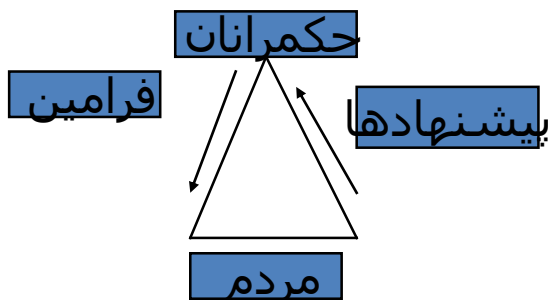
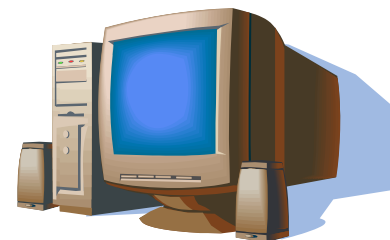
# وظایف اجتماعی و کارکردهای وسایل ارتباطی جمعی

- 1- وظیفه هدایت و راهنمایی
- 2- وظیفه خبری و آموزشی
- 3- وظیفه تفریحی و تبلیغی



# نقش‌های اجتماعی وسایل ارتباط جمعی

- نقش هدایت و راهنمایی ( رسانه ها در سعادت و یا شقاوت مردم نقش دارند. مطبوعات بعنوان رکن چهارم دموکراسی محسوب می شوند. رسانه ها نقش رهایی ساز و اسارت بار دارند )
- در حکومت‌های لیبرال وسایل اجتماعی در نقش انتقال دهنده تصمیمات حکمرانان به عموم مردم و از سوی دیگر انتقال دهنده پیشنهادات مردم به حکمرانان ظاهر می شوند



# ادامه نقش‌های اجتماعی

- نقش خبری و آموزشی (فعالیت اطلاع رسانی رسانه ها خبری و فعالیت آموزش رسمی و موازی نقش آموزشی محسوب می شود).
- در حال حاضر مهم‌ترین فعالیت رسانه ها نقش خبری است. رسانه ها با پخش 24 ساعته اخبار و مطالب افراد را در جریان مسایل روز قرار می دهند.
- یکی از کارکردهای رسانه ایفای نقش معلم است. در حال حاضر شبکه های اختصاصی آموزش درسی و غیر درسی سهم بزرگی از تولیدات رسانه ای را به خود اختصاص داده است.

# ادامه نقشهای اجتماعی رسانه ها

- نقش تفریحی- تبلیغی (رسانه ها آنجا که در خدمت پر کردن اوقات فراغت به کار می روند نقش تفریحی و آنجا که در خدمت ترغیب و اقناع به کار می روند نقش تبلیغی هستند). با شکل گیری تمدن اوقات فراغت ، سهم رسانه ها در پر کردن این اوقات افزایش یافت به گونه ای که امروزه صنایع ارتباطی سرگرم کننده سهم بزرگی در پر کردن اوقات فراغت افراد دارند.
- تبلیغ نیز بعنوان عاملی برای ایجاد رغبت و تصمیم گیری در افراد برای پذیرش یک فکر یا ایده یا محصول یا خدمت در اشکال مختلفی از طریق رسانه ها عرضه می گردد. امروز رسانه ها به تبلیغ دینی ، تبلیغ سیاسی و تبلیغ بازرگانی (آگهیهای تجاری) می پردازند .

# مفهوم ارتباط

✘ ارتباط از باب افتعال از  
کلمه لاتینی

communicatio به

معنای پیوند دادن و ربط

دادن و به صورت مصدر

به معنای پیوند و پیوستگی

به کار می رود. ارتباط به

معنی گزارش دادن، پیوند

دادن، منتشر کردن، منتقل

کردن است.





# ارتباط در شکل مفرد و جمع

- ارتباط در شکل مفرد : به معنای جریانی است که ضمن آن یک پیام از یک مبداء به یک مقصد منتقل می شود .
- ارتباط در شکل جمع : به وسایل ، تجهیزات و فنون و روشهای ارتباطی اطلاق می شود. مثل یک روزنامه ، یک سازمان رادیویی ، یک موسسه مطبوعاتی و یک چاپخانه ارتباطات به شمار می رود.

# تعاریف ارتباط

- مقوله ارتباط در اجتماعات نخستین، پدیده های ساده، محدود و شخصی، مانند پیام شفاهی و سپس تصویر، خط و حتی علایم و رنگ ها و انواع حرکات بدنی را در بر داشت. با گذشت زمان، ابزارهای ارتباطی کامل تر شدند و همراه با تحولات شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جوامع، صورتی پیچیده تر به خود گرفتند. این فرایند با ظهور انقلاب صنعتی، پیدایش شهرهای بزرگ و مراکز جمعیتی شتابی بیشتر یافت تا به صورت کنونی درآمد.

# ارتباط COMMUNICATION

- ارتباط عبارت است از انتقال یا تبادل اطلاعات، احساسات و ایده ها به مخاطبین.

مفهوم

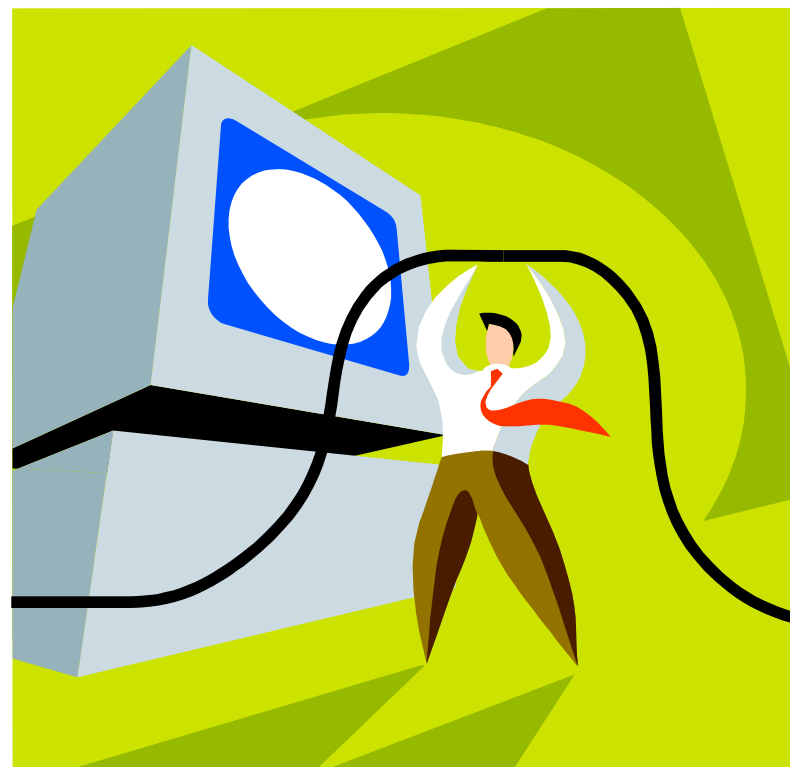
مثالت دلالت

وجه اتصال  
(تداعی)  
(کننده)

مصداق

# انواع ارتباط

- ✘ ارتباط مستقیم : ارتباطی است که در آن فرستنده و گیرنده رودر روی هم هستند ، و واسطه وسیله برای ارتباط وجود ندارد
- ✘ ارتباط غیر مستقیم : ارتباطی است که در آن واسطه ارتباطی بعنوان وسیله وجود دارد ، و ارتباط رودر رو نیست مثل نامه در یک ارتباط از دور
- ✘ ارتباط جمعی : ارتباط با واسطه ای است که پیام برای یک جمع انبوه ، نامتجانس و توده وار ارسال می گردد. ارتباط جمعی شکلی از ارتباط غیر مستقیم است .



# پیام، مهم ترین عنصر در ارتباطات

- دانشمندان علم ارتباطات، در تجزیه و تحلیل عناصر و اجزای تشکیل دهنده فرایندهای ارتباطی، از آغاز تا انجام چرخه آن، به اجزایی گوناگون اشاره کرده اند که هر جزء دارای ویژگی های خود است. برای شناخت پدیده های ارتباطی باید این اجزا را بازشناسیم و رابطه هر یک را با دیگری و نیز اهمیت و کار ویژه هر یک از آنها را به مطالعه و بررسی نهیم. جامعه شناسان و سایر ارتباط جمعی، هنگام مطالعه در حوزه ارتباطات، هر یک مدلی با عنوان مدل ارتباطی مطرح ساخته اند. مدل ارتباطی عبارت است از تبیین اجزای اصلی تشکیل دهنده همه انواع ارتباطات و بیان تقدم و تأخر و کیفیت هر یک از این اجزا.

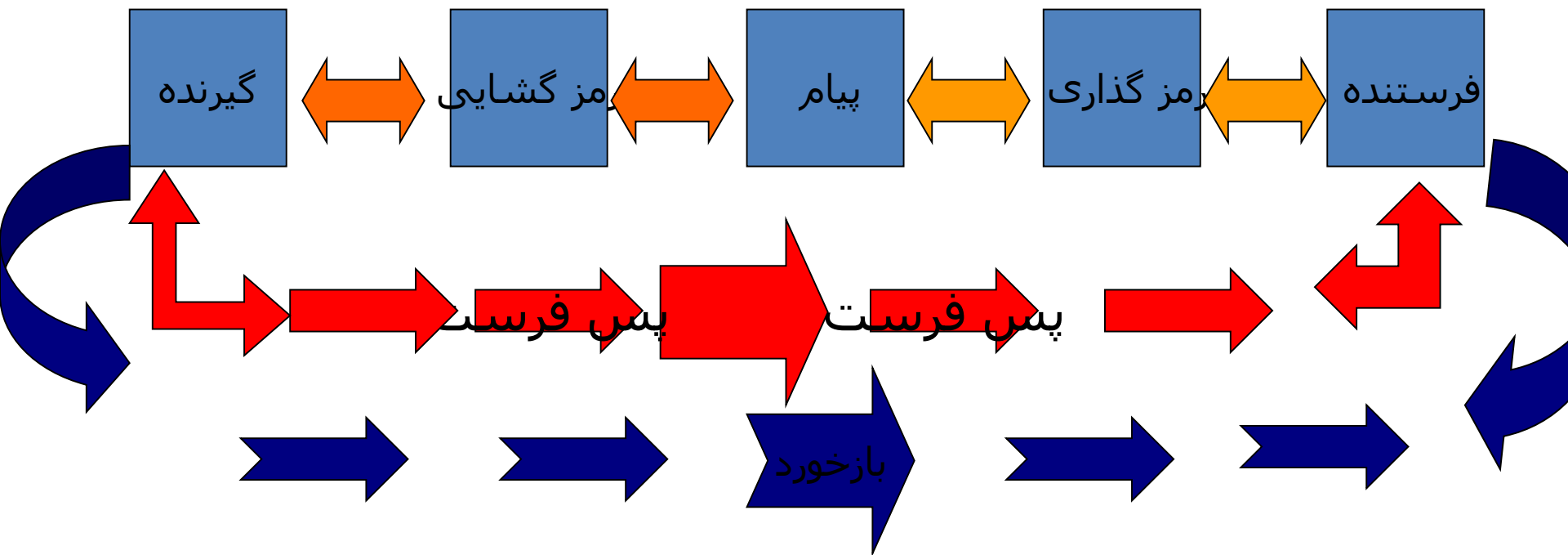
- از نخستین نظریه پردازان علم ارتباطات مانند ارسطو گرفته تا نظریه پردازان معاصر، مدل هایی فراوان به دست داده اند که وجه مشترك تمامی آن ها تأکید بر عنصر (پیام) است و تقریباً در همه مدل های ارتباطی به عنصر پیام اشاره شده است. ساده ترین مدل ارتباطی، عناصر اصلی ارتباط را شامل سه عنصر زیر دانسته است:

- الف منبع پیام

- ب پیام

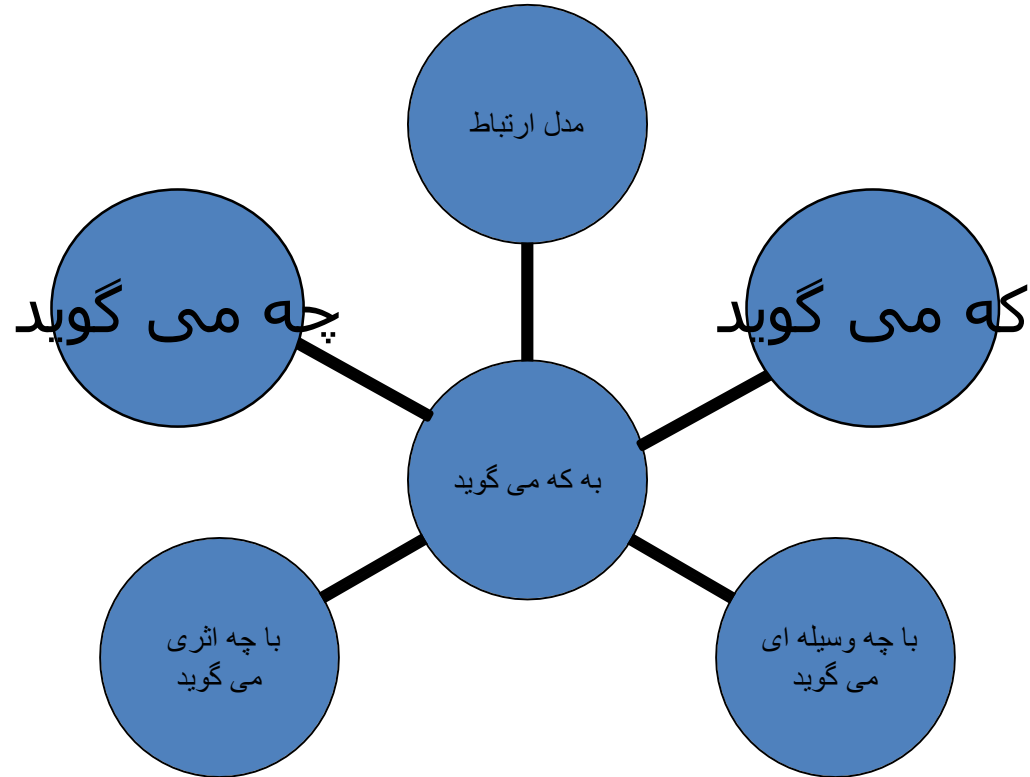
- ج مقصد پیام

# فراگرد ارتباط



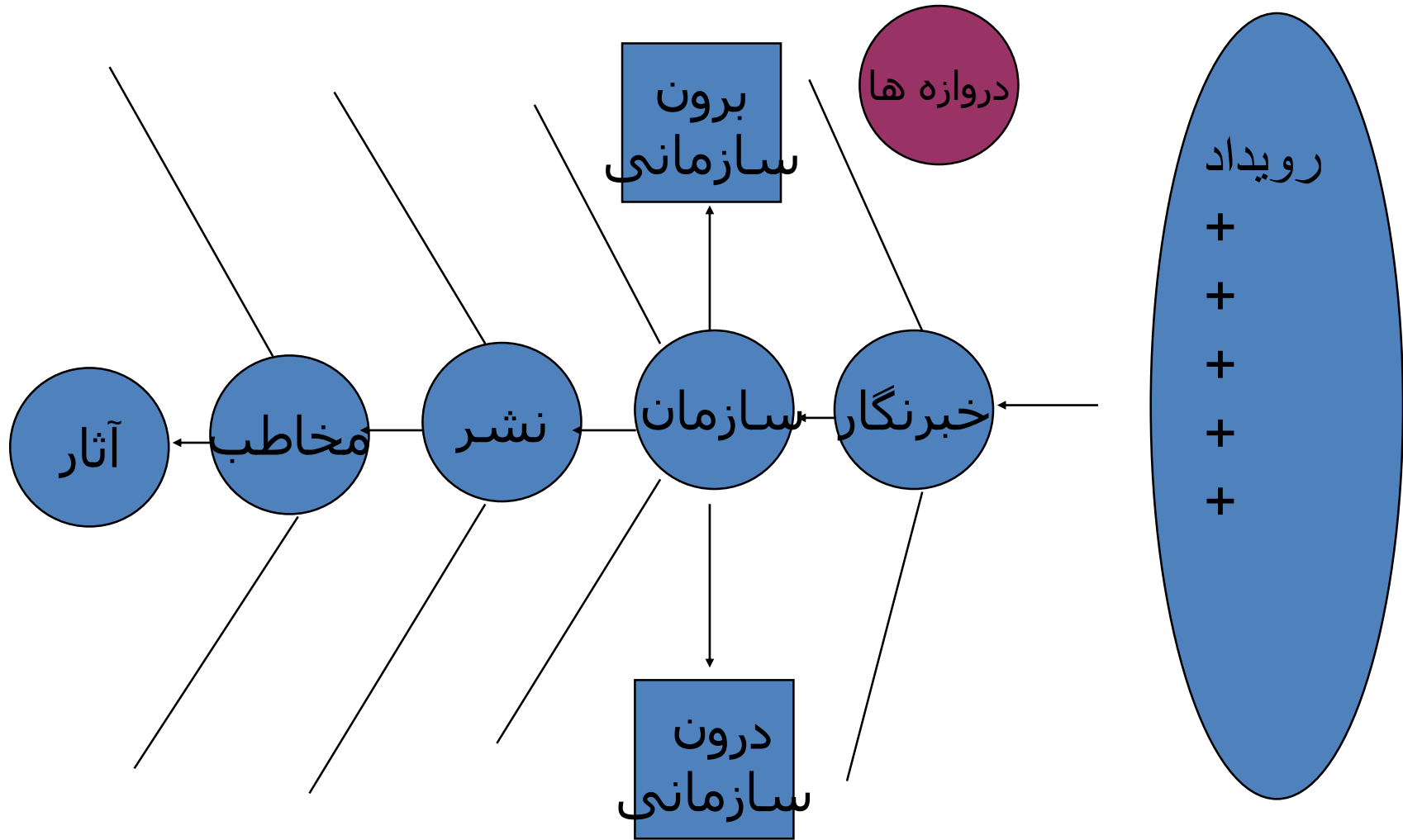


# مدل 5 عنصری ارتباطی لاسول



تکنیکهای خبر نویسی

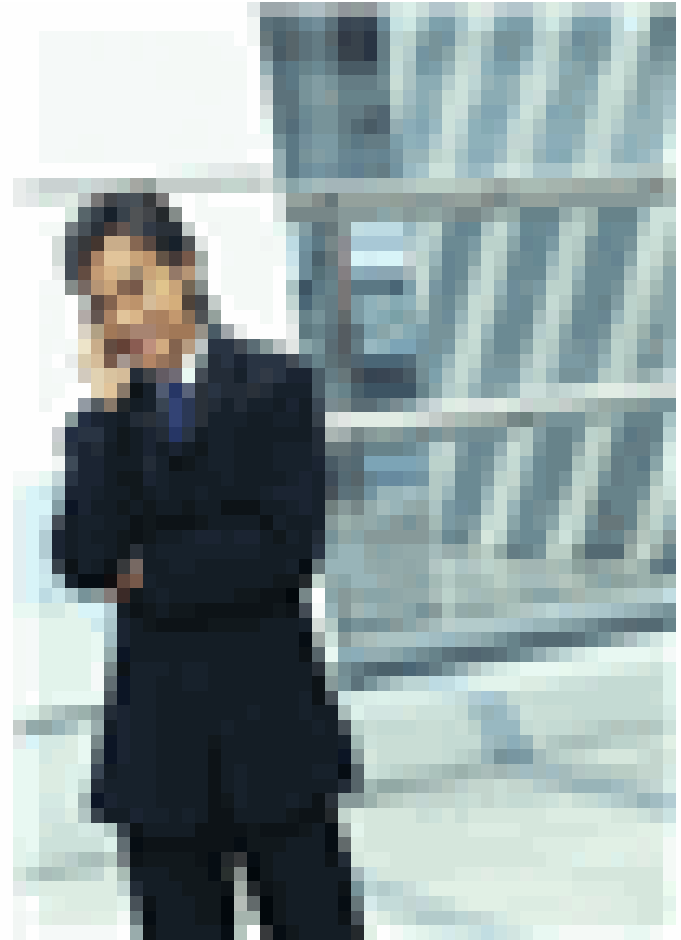
# از رویداد تا مخاطب



# خبرنگار

✘ خبرنگار فردی است که با استفاده  
منابع، وظیفه تهیه گزارش (مکتوب  
، صوتی و تصویری) کامل و جامع  
و قابل پخش از یک واقعه را بر  
عهده دارد .

✘ خبرنگاری از جمله مشاغل کلیدی  
در رسانه به شمار می رود  
و هرچقدر دامنه فعالیت رسانه  
گسترده تر باشد، خبرنگاری در  
رسانه از اهمیت زیادتری  
برخوردار است .



# ویژگیهای خبر نگار



- × 1- مناسب بودن تن و لحن صدا
- × 2- جذاب بودن چهره و قیافه
- × 3- قدرت بیان
- × 4- توانایی نگارش
- × 5- تسلط به زبان معیار
- × 6- آشنایی با مهارت‌های ارتباطی
- × 7- تند نویسی
- × 8- آگاهی سیاسی، اجتماعی و فرهنگی
- × 9- آشنایی با مسایل بین المللی

# ادامه ویژگیها

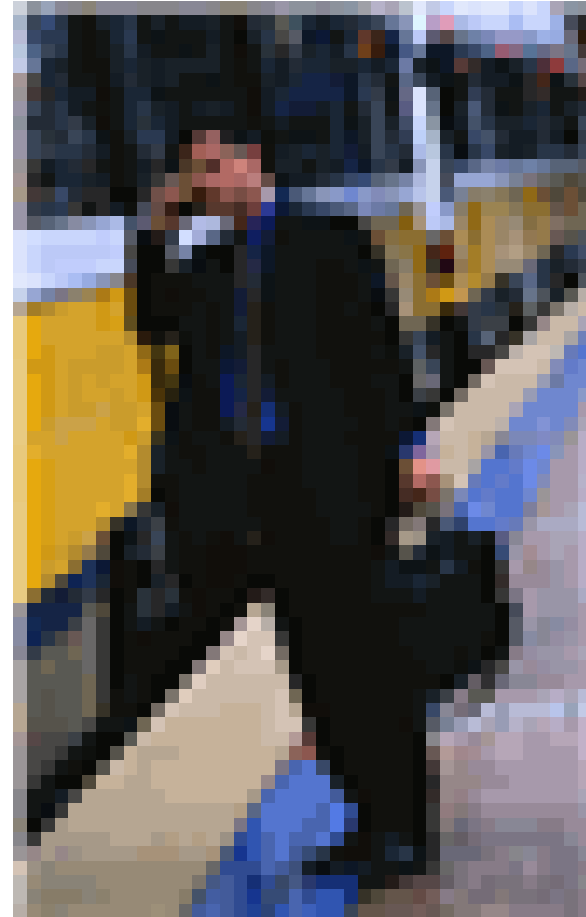
10 تحصیلات دانشگاهی  
مناسب

11- آشنایی با یک زبان بین -  
المللی

12- هوش و درک بالا

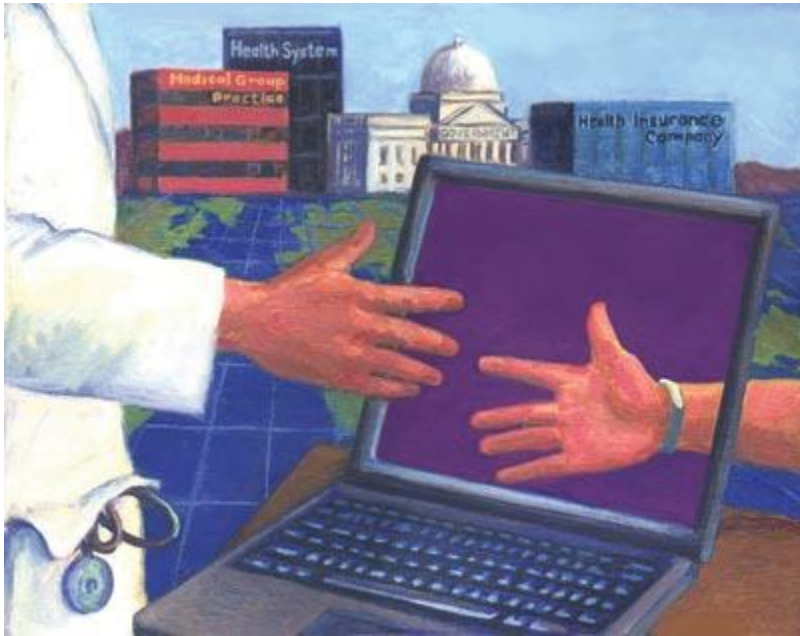
13- جسم و روان سالم

14- توانایی استفاده از  
تجهیزات خبر



# مفاهیم اساسی در خبر نویسی

- 1- روشنی خبر clear
- 2- درستی خبر accuracy
- 3- جامعیت خبر complete



# 1- روشنی خبر (CLEAR) :

خبر باید ساده، روشن و بدون ابهام تنظیم شود. مهمترین دلیل ابهام در خبر، درك نادرست خبرنگار از موضوع خبر است که این اشکال را با مطالعه و پرسش از منبع می توان رفع کرد.

نکته دیگر آنکه در خبرهای دارای اصطلاحات علمی، حقوقی، پزشکی و فنی و...، مطلب باید به گونه ای انتشار یابد که اولاً فهم مطلب برای همگان آسان باشد، همچنین این ساده نویسی به ارزش علمی خبر آسیبی وارد نیاید.

در این راه، همچنین داشتن يك رسم الخط واحد در خبر نویسی ضروری است. . . . .



# - درستی خبر (ACCURATE):

- صحت خبر ارزش و اعتبار خبر است و در صورت نبود اطلاعات لازم و عدم صحت خبر، اعتماد میان مخاطب و رسانه از بین می رود.

وجود تکذیبیه (Retraction) نشان از عدم دقت در این مفهوم اساسی دارد که در مواردی می تواند موجب مشکلات قانونی نیز شود. از سوی دیگر درج مطالب فاقد صحت، اطمینان و مطالعه قبلی موجب بی اعتمادی و کاهش مخاطبان رسانه و رفتن آنان به سمت رسانه های دیگر است.

- «» «» «» «» هیچ گاه درستی خبر نباید فدای سرعت انتشار آن شود  
«» «» «» «»

### 3- جامعیت خبر (COMPLETE):

- اطلاعات در خبر باید به صورت جامع و کامل داده شود. دادن اطلاعات آرشیوی و اشاره به سابقه خبر و پاسخگویی به 6 عنصر خبری (کی، کجا، که، چرا، چه و چگونه) در خبر ضروری است.

# تهیه و تنظیم خبر برای روزنامه

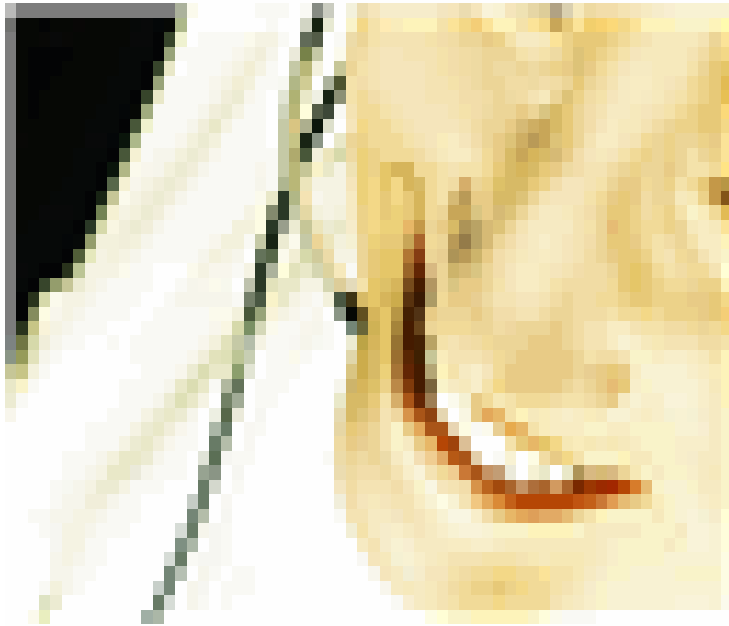
- اولین مرحله در تهیه و تنظیم خبر شناخت آن است. خبر را باید شناخت و از ماهیت آن آگاه شد.
- اگر خبر را شناختیم با استفاده از ملاکها و معیارهای مشخص می توانیم آنرا گزینش کنیم.

# شناخت خبر

## • تعریف خبر:

- گزارشی از فعالیت هایی که دارای يك یا چند ارزش خبری باشد . اطلاعات تازه و غیرمعمول در مورد موضوعی است که توجه عموم را برانگیزد و بیشتر کسی آن را نشنیده باشد .
- خبر گزارشی از واقعتی هاست ولی هر واقعتی را نمی توان خبرنامید .
- خبريك رویداد است ولی خود آن رویداد نیست – يك رویداد خبری باید حاوی ارزش هایی باشد تا ارزش انتخاب وگزارش را داشته باشد .
- خبرنگار باید بداند هرپیام یا آگاهی که به دست می آورد ، خبرنیست . گاهی يك مطلب که قابل دادن به سردبیر باشد ممکن است به روزها یا هفته ها تحقیق و جستجو نیاز داشته باشد .

# خبر



- ✘ گزارش عینی از رویدادهای جاری
- ✘ پیامی که احتمال صدق یا کذب در آن می رود
- ✘ اگر سگی مردی را گاز بگیرد خبر نیست ولی اگر مردی سگی را گاز بگیرد خبر است
- ✘ مطلبی که امروز خبر است ممکن است فردا خبر نباشد
- ✘ خبر خق مردم است
- ✘ آنچه امروز خبر است ممکن است فردا خبر نباشد

# ارزشهای خبری



- ✘ ملاکها و معیارهای گزینش خبر را از بی نهایت رویدادهای روز ارزشهای خبری گویند.
- ✘ مهمترین این ارزشها عبارتند از :
  - ✘ 1- دربرگیری
  - ✘ 2- شهرت
  - ✘ 3- برخورد و تضاد
  - ✘ 4- تازگی
  - ✘ 5- عجیب و استثنای
  - ✘ 6- فراوانی تعداد و مقدار
  - ✘ 7- مجاورت جغرافیایی
  - ✘ 8- مجاورت معنوی

# ارزش های خبری

## NEWS VALUES



✘ هر رویدادی را نمی توان خبر نامید، زیرا بسیاری از رویدادها ارزش انتقال به مخاطب را ندارند.

معیارها و شرایطی که در ماهیت یک رویداد موجودند و بر مبنای آنها می توان رویداد را ارزشیابی کرد ارزش های خبری نام دارند.

اهمیت این ارزش ها به دلیل آن است که خبرنگار را هم در سوژه یابی و تنظیم خبر یاری می دهد، هم به عنوان معیار مقایسه، ارزش گذاری و گزینش رویدادها برای انتشار توسط رسانه مورد استفاده قرار می گیرد.

# ارزشهای هفت گانه

- 1- در برگیری : بر شمار بیشتری از افراد جامعه ، تاثیری در زمان حال یا آینده داشته باشد .
- 2- شهرت : خبر افراد مشهور ، ارزش خبری بیشتری دارد
- 3- برخورد و تضاد: این برخورد می تواند هم به صورت فیزیکی و هم به صورت ذهنی و فکری باشد . مانند : برخوردها ، اختلاف ها و تضادها میان افراد ، گروه ها ، ملت ها و حیوانات با یکدیگر یا طبیعت . یکی از اساسی ترین ارزش های خبری ، برخورد است .
- 4- عجیب ، استنناها ، شگفتیها: وقایع جالب با تحریک حس کنجکاوی خواننده
- 5- کثرت : (فراوانی در تعداد ، مقدار و اندازه ) هرچه تعداد و یا مقدار زیادتر باشد اهمیت این بعد خبری بیشتر است .
- 6- مجاورت : مجاورت های معنوی و جغرافیایی ، ارزش خبری بالاتری برای مخاطبان دارد .
- 7- تازگی رویداد : بیشترین ارزش خبری را دارد . آنچه امروز خبر است ممکن است فردا خبر نباشد .



# 1- دربرگیری (IMPACT):

رویداد وقتی واجد این ارزش است که بر تعداد زیادی از افراد جامعه تاثیر داشته باشد یا موجب نفع یا زیان مادی یا معنوی گروهی از افراد جامعه شود. مانند:

برای تمامی اتباع کشور کد ملی صادر می شود (مخاطب: تمام اتباع کشور)  
پزشکان از مالیات معاف می شوند (مخاطب: پزشکان)  
بیمه همگانی اصناف اجباری می شود (مخاطب: اصناف)  
ذخیره آب شرب تهران تا يك ماه دیگر به پایان می رسد (مخاطب: ساکنین تهران)  
بر مبنای مخاطبان هر رسانه، هر يك از این اخبار اهمیت و جایگاه خود را دارند.

# شهرت (FAME) :

• اشخاص حقیقی و حقوقی و حتی برخی اشیاء به دلیل معروفیت خود ممکن است ارزش خبری داشته باشند که ممکن است مثبت یا منفی باشد. همچنین ممکن است کسی یا چیزی فاقد این ارزش باشد ولی به واسطه خبری که ما می دهیم، مشهور شود. ( مانند انتخاب حامد کرزای به ریاست دولت موقت افغانستان، وی را پیش از آن کسی نمی شناخت )  
مثال ها:

رییس جمهور دیروز از آلمان باز گشت.      رییس جمهور واجد ارزش شهرت  
برج ایفل رو به انهدام است.      برج ایفل واجد ارزش شهرت

### 3- برخورد (CONFLICT) :

این رویدادها حاوی برخورد به معنای حادثه، اختلاف، درگیری،  
منازعه و ... است

برخورد می تواند به صورت منفی (جنگ، سرقت، جنایت)، مثبت  
(مناظره دو فرد، مسابقه ورزشی)، فیزیکی (کتک) (زدن، تصادف،  
زلزله) یا غیر فیزیکی (اعتصاب و...) باشد.  
مثال ها:

تظاهرات دانشجویی کره جنوبی را فرا گرفت.  
سقوط هواپیمای توپولف 159 کشته برجای گذاشت.  
رقابت گروه های سیاسی در آستانه انتخابات شدت گرفت.

## 4- مجاورت (PROXIMITY) :

ارزش يك واقعه، بسته به نزديك بودن فیزیکی یا معنوی مخاطبان به آن، برای آنان متفاوت است.

- **GEOGRAPHICAL PROXIMITY** الف - مجاورت فیزیکی یا جغرافیایی ( )  
مخاطبان نسبت به واقعه ای که در نزدیکی آنان رخ داده توجه بیشتری نشان می دهند. صدمه دیدن همسایه یا رخ دادن اتفاقی در محله، شهر یا کشور، هر یک بسته به نزدیکی و مجاورت از لحاظ جغرافیایی ممکن است برای مخاطب مهمتر باشد.

مانند:

استاندار جدید تهران منصوب شد.  
شهردار منطقه 7 تهران استعفا کرد.

• **PSYCHOLOGICAL** - مجاورت معنوی )  
**PROXIMITY :**

پیوندهای مذهبی، قومی و زبانی می توانند بر اساس ارزش و نزدیکی در خبر مهم باشند و گاهی این ارزش ها هم ارز مجاورت فیزیکی و گاهی بیش از آن است. مانند:

مسلمانان بوسنی مورد تهاجم قرار گرفتند.  
يك دانشمند ایرانی مقیم آلمان، مرد علمی سال شد

# 5 - کثرت ( فراوانی در تعداد، اندازه، تعداد ) :MAGNITUDE

هر زمان که در خبر از اعداد و ارقام استفاده شود و میزان و تعداد چیزی بیان شود ، نشان از ارزش کثرت آن دارد.  
مانند:

تورم در آرژانتین به 300 درصد رسید.  
تیم فوتبال ایران 17 گل به مالدیو زد.

## 6- شگفتی و استثنای (ODDITY):

• رویدادهای عجیب و غیرعادی که انتظار شنیدن آن وجود ندارد، به ندرت اتفاق می افتد. مانند: اختراع؛ گستره این ارزش زیاد است و باید با جامعه سنجیده شود. مانند: ادعای ریشه کنی اختلاس یا رفع مشکل ترافیک در تهران. مثال:

زنی در تهران 12 قلو زایید.  
هزاران قورباغه به روستایی در چین حمله کردند.

## 7- تازگی خبر (TIMELINESS):

عمده خبرها این ارزش را در خود دارند و در واقع می توان آنرا ارزش جدا ناپذیر شمرد، زیرا اگر خبری به موقع منتشر نشود، به تاریخ پیوسته است.

تمامی خبرها باید دارای چنین ویژگی ای باشند؛ البته ممکن است يك سری از خبرها در گذشته اتفاق افتاده باشد ولی در حال حاضر فاش و منعکس شوند.

•



# الگوي خبري' دکتړ وارد

- "
- 1- در برگیری 2- بزرگی significance الف: اهمیت ) (فراواني تعداد و مقدار) 3- بدون در برگیری یا بزرگی
- 1: شهرت prominence ب: برجستگی یا معروفیت ) (2- بدون شهرت
- 1: عجیب و normality ج: معمول یا متعارف ) (استثنائي 2- برخورد (اختلاف و درگیری) 3- عادي بدون برخورد و معمولي

# عناصر خبر : (که؟ کی؟ کجا؟ چه؟ چرا؟ چگونه؟)

- در يك خبر به تناسب نوع تنظيم حتما چند عنصر خبري به شرح ذيل وجود دارد.
- که: شخص ، اشخاص يا اشيايي که در وقوع رویداد دخالت داشته اند (ذکر نام حقيقي و حقوقي با توجه به ميزان شهرت افراد )
  - کی : زمان يا تازگي خبر ( از اهميت خاصي برخوردار است )
  - کجا: محل روي دادن خبر
  - چه : ماهيت خبر را روشن مي کند و معمولا در ابتدای خبر قرار مي گيرد
  - چرا: علت ، دليل و انگيزه به وجود آمدن رویداد را بيان مي کند
  - چگونه : كيفيت وقوع رویداد را بيان مي کند
- تذکر : گاهي در خبرنويسي اشاره به يکي دو عنصر و عدم اشاره به عناصر کم اهميت در جهت بالأبردن ارزش خبري کفايت مي کند .

- اگر ارزش‌های خبری به اخبار قدر و منزلت و اهمیت آنها را ( News Elements می‌دهند عناصر خبری ) به نمایش می‌گذارند. عناصر خبری در مجموع از شش عنصر تشکیل می‌شوند که در ادبیات روزنامه‌نگاری برای آنکه کاملاً "به خاطر سپرده شوند، آنها را به در این W نمایش می‌دهند پنج 5W+H صورت و when ، where ، who ، what فرمول عبارتند از است. How هم حرف اول H.why

- عناصر خبري در واقع شش پرسش هستند که اسکلت و استخوان بندي خبر را مي سازند. به ديگر سخن، جواب هاي اين شش پرسش چيزي نيست جز موادي که براي ساختن يك خبر به آنها احتياج داريم. بديهي است که هر خبري که جواب يکي از اين پرسش ها را ندارد، خبر کامي نيست و نقص دارد.
- پس اجازه بدهيد ابتدا با هم مروري در اين شش پرسش داشته باشيم. تعمق در اين پرسش ها به ما کمک مي کند تا تصوير جامع تري از يك رويداد در قالب خبر ارايه کنيم. علاوه بر اين، هر چقدر بهتر با کارکرد عناصر خبري آشنا شويم، شروع بهتري در خبرنويسي خواهيم داشت، بحثي که در انتها دوباره به آن خواهيم پرداخت.

# WHAT یا چه؟

- در واقع پرسش است که دنبال این می‌گردد تا ببیند چه چیزی رخ داده است و به عبارت بهتر عمدتاً بر ماهیت رویدادی که قرار است به خبر تبدیل شود، متمرکز است. این عنصر یکی از مهم‌ترین عناصر خبری است و غالباً "جواب آن همیشه جمله یا جملات ابتدایی خبر را می‌سازد."

# WHO ياچه كسي ياچه نهادي؟ (كه)

- اين پرسش دنبال آن است تابه خالق ياخالقان رویداد دست يابدو ببیند چه كساني باعث اتفاق مورد نظر شدهاند. به عبارت دیگر، هر وقت خبري تهيه مي كنيم بايد عوامل درگیر در آن را دقیقاً معرفي كنيم، اطلاعاتي مثل نام، نام خانوادگي، سن، شغل، موقعیت و ... از این جمله است .

# WHERE یا کجا؟

- ■ پرسش است که پاسخ آن از محل وقوع رویداد خبر می‌دهد. هر رویدادی بالاخره در يك یا چند مکان رخ می‌دهد که باید آن را به اطلاع مخاطب رساند. نمی‌توان خبری را داد و محل وقوع آن را اعلام نکرد. مخاطب به خصوص اگر رویداد در اطراف محل زندگی او رخ داده باشد، توجه بیشتری به آن خواهد کرد (ارزش خبری مجاورت که قبلاً" راجع به آن بحث کردیم). اگر محل رویداد گمنام است باید اطلاعات بیشتری که به دست می‌آوریم، آن را برای مخاطبان شناخته‌تر کنیم.

•

# ■ WHEN كي، چه وقت چه هنگام؟

- این هم یکی از عناصر خبری است که حتماً باید جواب آن را به دست آوریم. همان گونه که رویدادها از مختصات و موقعیت مکانی برخوردارند، از موقعیت و مختصات زمانی هم برخوردار می‌باشند و به دیگر سخن، هر رویدادی دارای مختصات مکانی و زمانی است که هنگام تبدیل شدن به خبر باید آنها را به همراه داشته باشد و علی‌القاعده هر چه رویداد از نظر زمانی تازه‌تر باشد، با ارزش‌تر است (ارزش خبری تازگی). به طور کلی شما نمی‌توانید رویدادی را بدون اعلام زمان وقوع آن به مخاطبان ارائه کنید.



# WHY یا چرا؟

- این عنصر که از جنبه تحلیلی برای خبر اهمیت دارد. علت وقوع رویداد را به مخاطب اعلام می‌کند.
- یادمان باشد که جواب ((چرا)) را خود ما نمی‌دهیم و همیشه باید جواب آن را از کارشناسان مربوطه دریافت کنیم. اینکه يك سمینار چرا به تعویق افتاده است را مسئولان آن سمینار باید پاسخ بدهند و نه ما با حدس و گمان جواب بدهیم. باید مراقب ( را News باشیم که اگر خودمان پاسخ چراها را بدهیم خبر ( مخلوط کرده‌ایم و این کار نه تنها پذیرفتنی Views با نظر ( نیست، بلکه ممکن است به خاطر پاسخ غلط ما را با مشکل هم مواجه کند.

# HOW یا چطور (چگونه)؟

- این عنصر از جنبه تشریحی و توصیفی برای خبر اهمیت دارد و مخاطبان را از نحوه و مکانیزم وقوع رویداد مطلع می‌سازد. این عنصر خبری برای روزنامه‌نگاران عضو سرویس‌های حوادث در روزنامه‌ها یک عنصر جذاب است، چون آنها می‌توانند با اتکا به این عنصر دست به فضاسازی برای عرضه خبر بزنند.

نگارش خبر

# اصول خبر نویسی

- 1- مرور شرح رویداد
- 2- انتخاب مهمترین قسمت رویداد با توجه به مفاهیم اساسی و ارزش های خبری
- 3- تقسیم بندی شرح رویداد بر اساس اهمیت به قسمتها و پاراگراف های مختلف
- 4- نوشتن مهمترین قسمت رویداد در لید خبر
- 5- نوشتن متن خبر با ذکر منبع به ترتیب اهمیت و با حفظ ارتباط و پیوستگی بین قسمت های مختلف رویداد
- 6- پاسخ به عناصر خبری در لید و متن
- 7- نوشتن مهمترین قسمت خبر (تیترا) با توجه به کل خبر و ویژگی هایی از جمله ؛ کوتاه بودن ، روشنی ، گیرائی ، هماهنگی با لید و ...

## • خبرخوب :

- 1- وحدت خبر ( مطالب با یکدیگر هماهنگی لازم را داشته باشند و با منظور اصلی خبر منطبق باشند.)
- 2- هماهنگی استفاده از عبارات ربط دهنده
- 3- هماهنگی ساختمان خبر
- 4- استفاده از نقل قول در تنظیم خبر (نقل قول مستقیم و غیر مستقیم)
- 5- معرفی و شناساندن افراد دخیل در خبر
- 6- افزودن سابقه رویداد جهت فهم مطالب جدید
- 7- انتخاب تیتر خوب (بیان پیام خبری به صورت خلاصه و فشرده جهت ترغیب خواننده به متن خبر)
- 8- تازه ، غیرمعمول و جالب باشد

# تهیه خبر

- **يك خبرنگار خوب در تهیه و نگارش خبر باید به نکات ذیل توجه کند:**
- 1- ساده نویسی با رعایت ظرافت های هنر و فن (خبرنگار باید خود را به جای خواننده قرار دهد)
- 2- مسوولیت پذیر (با مطالعه و کسب تجربه )
- 3- سرعت ( باید سریع فکر کرد و با قدرت تجزیه و تحلیل مسائل و انشاء مطلوب ، مطالب را انعکاس داد)
- 4- توجه به جزئیات خبر و اجتناب از حدس و گمان (تشکیل جلسه مهم نیست ، آنچه در جلسه می گذرد حائز اهمیت است )
- 5- مخاطب شناسی و توجه به نیاز مخاطبین ، (خبرنگار خوب آن است که بداند مطلب را برای چه کسی می نویسد )
  - انتقال پیام صحیح به خوانندگان
- 6- استفاده صحیح از منابع خبری
- 7- تهیه اخبار جالب از موضوعات عادی

- 8- رعایت طبقه بندی اخبار و حریم شخصی افراد
- 9- سرحالی و زنده یلی ، زرنگی ، سماجت ، روکردن حقیقت و مو از ماست کشیدن ، با انگیزه بودن از خصوصیات خبرنگار حرفه ای است .
- 10- کوشش خبرنگار باید بر این پایه استوار باشد که تیتر را طوری انتخاب کند که ضمن هماهنگی با پاراگراف اول خبر ، خواننده را به خواندن لید ترغیب کند و نه اینکه او را از خواندن خبر باز دارد . انتخاب تیتر و لید مبهم ، خواننده را به خواندن خبر جذب نمی کند .
- 11- خبرنگار خبرگزاری ، خبر را چنان می نویسد که بتوان خبر را از آخر و معمولاً در پایان هر پاراگراف کوتاه کرد .
- 12- خبرنگار باید خبر يك رویداد را به همان صورتی که روی داده است به مخاطبان خود گزارش کند، انتشار نادرست یا مطالبی که با قصد و منظور خاصی تنظیم شده ، باعث سلب اعتماد مردم از آن وسیله ارتباطی شده ، آنها را به سوی منابع خبری دیگر هدایت می کند .
- 13- اساس کار خبرنگاری ساده نویسی است خبرنگاری که نتواند مطلب ساده و قابل فهم بنویسد بهتر است به دنبال شغل دیگری برود .

# منابع خبري:

- ذکر منبع علاوه بر جلب اطمینان ، به پیام و رسانه اعتبار بیشتری می بخشد . منابع می تواند به شرح ذیل باشد :
  - 1- اخبار و مقالات تهیه شده توسط خبرنگاران در محل تحریریه
  - 2- مطالب ارسالی از سوی خبرنگاران شهرستان ها یا خارج از کشور
  - 3- نوشته های همکاران غیرمستقیم
  - 4- اخبار و تفسیرهای خبرگزاری های داخلی و خارجی
  - 5- اخبار و اعلامیه های دولتی و دریافتی از روابط عمومی ها
  - 6- اخبار و اطلاعات دریافت شده از انجمن ها، جمعیت ها ، احزاب ، اصناف ، وحتی افراد عادی



- 7- اخبار و مقاله هاي اقتباس شده از روزنامه ها و نشریات داخلي و يا خارجي
- 8- اخبار و مطالب راديو و تلویزيون هاي داخلي و خارجي
- 9- بولتن ها و نشریات سفارتخانه هاي خارجي و نمايندگان كشورهاي خارجي
- 10- اخبار ارسالي خوانندگان
- 11- مطالب تهیه شده از آرشیو کتابخانه ها
- 12- مطالب و اطلاعات تهیه شده از فیلم هاي مستند خبري
- مهمترين و پر ارزش ترين منبع خبري ، گزارش هاي اختصاصي خبرنگاران خودي است که با توجه به نیازهاي خوانندگان با دقت ، هوشیاري و مو شکافي ، تهیه و ارسال مي شوند.

## ابعاد اعتبار منبع :

- انصاف و اعتدال ، بي غرضي، گفتن تمام ماجرا ، صحت، محترم شمردن زندگي خصوصي افراد ، داشتن موضوعات مربوط به بهتر شدن وضع اجتماعي ، جدائي واقعييت از ديدگاه ها ، قابل اعتماد بودن ، در ارتباط با موضوعات مورد علاقه مردم بودن ، واقعي بودن ، داشتن گزارش هاي موثق .

# نکات مهم در نگارش خبر

- 1- از استعمال کلمات مکرر به خصوص در فواصل کوتاه خودداری شود .
- 2- وحدت خبر (هماهنگی مطالب با هم )
- 3- سعی نکنید کلمات را ادیبانه بنویسید بلکه نوشته را همانطور که حرف می زنید بنویسید در عین حال زیبایی کلام و قواعد نگارش حفظ شود .
- 4- نوشته باید علاقه و توجه خواننده را به خود جلب کند .
- 5- بدون آمادگی و حضور ذهن ننویسید .
- 6- خبر را باید با جمله های کوتاه و رسا به گونه ای نوشت که قابل فهم باشد ، هر چه تعداد واژه های يك جمله کمتر باشد درك مفهوم آن آسانتر است .

- 7- از نوشتن جمله های طولانی و مرکب خودداری کنید، خبری که با جمله ها و پاراگراف های کوتاه نوشته شود خواننده را خسته نمی کند البته نباید خبر را تلگرافی نوشت .
- 8- برای يك خبرنگار تازه کار بهترین روش آن است که از هر موضوع يك پاراگراف سازد .
- 9- اگر هر جمله کمتر از 20 کلمه داشته باشد درك آن آسانتر است .
- 10- در خبر نویسی فعل معلوم بر مجهول ارجح است .
- 11- واژه هایی که وجودشان تأثیری در مفهوم مطلب ندارند و عبارت های نامفهوم ، صفات و شعارها ، لغات بیگانه و واژه های اضافه حذف شوند .

# انواع سبک خبری :

- **1- سبک هرم وارونه :** کار آمدترین و رایج ترین سبک تنظیم خبر است. در این سبک خبری مطالب بر اساس ارزش خبری تنظیم می شود ( اخبار روز ، بیشترین کاربرد را در این سبک دارد)
- در هرم وارونه ابتدا گسترده ترین اطلاعات در آغاز مطلب قرار می گیرد. نگاه مطالب با ارائه اجزای کوچکتر ادامه می یابد تا سرانجام به آخر برسد.

## • تنظیم سبک هرم وارونه :

### • موارد استفاده از سبک هرم وارونه:

- امروز سبک هرم وارونه به صورت رایج ترین روش در تنظیم و ارائه (مطالب) مهم ترین خبر در رسانه های خبری در آمده است .  
سایر مطالب

- اکثر مطالب خبري روز مانند مصاحبه هاي خبري ، سخنرانيها ، خبر  
به ترتيب  
سمینارها  
کنفرانسها و.. با روش هرم وارونه تنظيم مي شود

#### اهمیت

- روش تنظيم خبر به سبك هرم وارونه اختصاص به روزنامه ندارد ،  
نگاهي به صفحات
- مجله ها و توجه به بخش اخبار راديو و تلويزيون نشان مي دهد كه سبك  
هرم وارونه تقريباً به عنوان روش منحصر به فرد در ارائه و تنظيم  
اخبار در آمده است .
- يكي از دلایل عمده فراگیر شدن سبك هرم وارونه ، سرعت در پخش و  
انتشار اخبار از طريق رسانه هاي خبري و فرصت کوتاه مخاطبان در  
دریافت پیام هاي خبري است

# نمونه سبک هر م وارونه:

تیترا:  
لید:  
مختلف  
شد.

- تهران - خبرگزاری زنان ایران : همزمان با روز جهانی زن ، چهارمین اجلاس زنان نمونه خاورمیانه روز سه شنبه با حضور ایران و شماری از کشورهای خاورمیانه و جهان برگزار

## پاراگراف 2 :

- به گزارش خبرنگار ما ، حدود 200 نفر از بانوان به عنوان نمایندگان از زنان موفق و برتر در زمینه های مختلف اقتصادی و اجتماعی در این اجلاس شرکت داشتند .

## پاراگراف 3 :

- علاوه بر جمهوری اسلامی ایران ، بلژیک ، برزیل ، آمریکا ، افغانستان ، تونس ، مغرب ، لبنان ، سوریه ، هند ، پاکستان ، مصر ، انگلیس ، امارات و پنج کشور دیگر عضو شورای همکاری خلیج فارس در آن حضور داشتند .

## پاراگراف 4 :

- در این اجلاس از ایران دکتر سکینه ابراهیمی از پزشکان متخصص هلال احمر ایران حضور داشت .

نمونه سبك هرم وارونه:

مثال:

لید:

چهارمین اجلاس

کشورهای مختلف

**پاراگراف 2:**

نمایندگانی از زنان

اجلاس

**پاراگراف 3:**

افغانستان، تونس،

پنج کشور

**پاراگراف 4:**

هلال احمر

تهران - خبرگزاری زنان ایران: همزمان با روز جهانی زن، زنان نمونه خاورمیانه روز سه شنبه با حضور ایران و شماری از خاورمیانه و جهان برگزار شد. به گزارش خبرنگار ما، حدود 200 نفر از بانوان به عنوان موفق و برتر در زمینه های مختلف اقتصادی و اجتماعی در این شرکت داشتند.

علاوه بر جمهوری اسلامی ایران، بلژیک، برزیل، آمریکا، مغرب، لبنان، سوریه، هند، پاکستان، مصر، انگلیس، امارات و

دیگر عضو شورای همکاری خلیج فارس در آن حضور داشتند. در این اجلاس از ایران دکتر سکینه ابراهیمی از پزشکان متخصص ایران حضور داشت.



## ترتیب ارائه سایر مطالب در سبک هرم وارونه :

- در نگارش مطالب بعد از "لید" در سبک هرم وارونه باید این نکته را در نظر داشت که چند پاراگراف بعد از لید توضیحات بیشتری راجع به همان مطلب اصلی را ارائه می دهد و پس از این توضیحات مطلب مهم بعدی مطرح می شود .

## 2- سبک تاریخی :

- مطالب با توجه به ارزش خبری نوشته نمی شود بلکه به صورتی که اتفاق افتاده نگارش می شود (خبر جلسه های رسمی )
- 3- سبک تاریخی با لید : ابتدا خلاصه مهمترین مطلب در لید نوشته می شود و سپس ماجرا به ترتیب زمانی رویداد ذکر می شود.
- - سبک بازگشت به عقب : ابتدا لید بعد توضیح آن و سپس سابقه خبر.
- 5- سبک پایان شگفت انگیز : برای مخاطب سوال ایجاد می شود بدون آنکه به آن پاسخ داده شود و بدنه خبر به صورت تاریخی استفاده می شود ( اخبار اجتماعی و حوادث)
- 6- سبک دایره ای : خبر از یک نقطه شروع می شود ، ماجرا تعریف می شود و سپس به همان نقطه بر می گردد (حوادث اجتماعی و گزارش های تحقیقاتی )

# برتري هاي سبك هرم وارونه :

- 1- در ليد ، چكیده مهمترين مطلب ارائه مي شود .
- 2- از نظر خواننده زمان كمترى براي دريافت پيام خبري لازم است (سرعت انتقال خبر)
- 3- خواننده را خسته نمي كند .
- 4- حس كنجكاوي خواننده را از جنبه نيازهاي خبري فوراً ارضا مي كند .
- 5- متن خبر بر پايه ارزش مطالب تنظيم مي شود .
- 6- خواننده را به خواندن بهتر ترغيب مي كند .
- 7- از لحاظ تيتري نويسي و ماكت بندي كار را ساده مي كند (سادگي ويرايش ، تيتري نويسي و صفحه آرايي )
- مناسبترين سبك نگارش براي مطالب خبري روز ، سبك هرم وارونه است .
  - **زمينه های مناسب در تنظيم خبر :**
  - اخبار ورزشي ، تنظيم نمودار ، خبرهاي هنري و علمي : هرم وارونه
  - اخبار ورزشي ، اخبار دادگاه ها و خبر حوادث : سبك تاريخي با ليد

## 3- سبک تاریخی با لید

- **(CHRONOLOGICAL STYLE WITH LEAD):**

این سبک دارای لید است و به صورت ترکیبی از سبک تاریخی و هرم وارونه به نظر می آید. شروع خبر همواره با دادن یک **خبر** است که حاوی مهمترین قسمت مطلب است و پس از آن، **خبر** به همان ترتیب زمانی رویداد ذکر می شود.

این نوع بیشتر در گزارش حوادث بکار می رود، البته در برخی از خبرهای اجتماعی و گزارش برخی جلسات نیز کاربرد دارد.

- اصولاً در سبک تاریخی مطلب دست نمی خورد و بر مبنای توالی زمانی به همراه یک مقدمه ارائه می شود، لذا تنها مزیت این سبک این است که **خبر کامل و فاقد اعمال نظر خبرنگار است**. از جمله معایب این سبک این است که چون مقدمه دارد مهمترین بخش خبری در ابتدا ارائه می شود، طولانی و زمان بر است و ماکت بندی آن نیز **مشکل تر از هرم وارونه است**.

# سایر سبکها

- **سبک بازگشت به عقب 4**  
در این نوع سبک ابتدا لید نوشته می شود، بعد توضیح لید داده می شود و بعد سابقه خبر نوشته می شود
- **سبک با پایان شگفت انگیز 5**  
در این نوع سبک، خواننده کنجکاو نگاه داشته می شود و برای مخاطب سوالی ایجاد می شود ، بدون این که به آن پاسخ داده شود  
در این سبک از لید غیر متعارف و سوالی استفاده می شود و معمولاً بدنه خبری به صورت تاریخی کار می شود؛ عمده کاربرد آن در خبرهای اجتماعی و حوادث است
- **سبک دایره ای 6**  
در این سبک، خبر از یک نقطه شروع می شود تا ماجرا تعریف شود و دوباره به همان نقطه باز می گردیم، علت ها را جست و جو و عواقب را بازگو می کنیم. این سبک نیز بیشتر در خبرهای حوادث و اجتماعی کاربرد دارد

# جزئیات خبر

- **تعریف لید :** لید در انگلیسی به معنای هدایت و راهنمایی است
- اولین پاراگراف که مهمترین پاراگراف هر گزارش و خبر است .
- لید ، شکارچی حواس خواننده و نبض مطلب است .
- **انواع لید :** استفهامی ، تاریخچه ای ، نقل قول ، تصویری ، متعارض ، غیر عادی و جمع بندی

- **لید جمع بندی :** با اهمیت ترین انواع لید است که بخش اعظم ایده‌های خبری در رسانه‌ها را تشکیل می‌دهد ، در این لید بیشتر به سوالات کلیدی چه کسی ، چه ، چه وقت ، کجا ، چطور و چرا در نهایت اختصار پاسخ می‌دهد (چه کسی ، چه ، چه وقت و کجا نقش مهمتری در این لید دارند)

## مثال :

- **مثال 1:** چند صد نفر از زنان کویتی شب گذشته تظاهرات مسالمت آمیزی در اعتراض به فقدان حقوق سیاسی خود در برابر مجلس کویت برگزار کردند .

# عناصر شش گانه در اين ليد عبارتند از :

- که؟ زنان
  - کی؟ شب گذشته
  - کجا؟ کویت
  - چه؟ تظاهرات مسالمت آمیز
  - چرا؟ فقدان حقوق سياسي
  - چگونه؟ با اعتراض
  -
- مثال 2:**
- رییس سازمان بهزیستی ... اعلام کرد از سال آینده به همه زنان سرپرست خانوار که فرزندان معلول دارند ، وام خرید خانه در مشهد پرداخت می شود .
    - که؟ سازمان بهزیستی ...
    - کجا؟ مشهد
    - کی؟ از سال آینده
    - چه؟ پرداخت وام به زنان سرپرست خانوار ...
    - چرا؟ خرید خانه
    - چگونه؟ در لید بیان نشده است



# برای نگارش لید:

- 1- لید حاوی مطالب مبهم ، گنگ و جزئی نباشد .
- 2- تعداد کلمه های لید از 40 واژه تجاوز نکند و حداکثر در 2 جمله نوشته شود .
- 3- نام افراد در صورتی نوشته شود که مشهور باشند در غیر این صورت بهتر است عنوان یا دیگر خصوصیاتش نوشته شود
- - محتوای لید با تیتیر خبر هماهنگ باشد و یک مطلب را بیان کند .
- 5- لید، چکیده مهمترین مطالب را به صورت مشخص بازگو کند.

# برای نگارش لید:

## چند مطلب در هنگام تهیه لید :

- 1- لید ، چکیده خبر است نه خلاصه خبر و معمولا يك جمله یا حداکثر 2 جمله است .
- 2- لید مبهم و گنگ خواننده را از دست می دهد .
- 3- لیدی که به هرشش عنصر خبری به صورت کامل پاسخ گوید مناسب نیست .
- 4- توجه به سوالات ذیل ضروری است :
  - کدام يك از نکته های واقعه از دیگری مهمتر است ؟
  - تغییر های جدید رویداد چه بوده است ؟
  - چگونه با کمترین کلمه می توان بهترین لید را نوشت ؟

- 5- باید تک تک کلمات لید را مورد تأمل قرار دهید و فقط ایده اصلی را به خواننده بدهید و بس .
- مثال : پنج جوان همه بالای 180 سانتی متر ، همه مجهز به ماسک اسکی و مسلح به تیانچه دیشب فروشگاه بزرگ مواد غذایی در بلوار سجاد را اشغال کردند، گاو صندوق فروشگاه را خالی و 14 مشتری آن را لخت کردند و با ریال پا به فرار گذاشتند . 40 غارت //000/000
- اصلاح لید : پنج جوان قد بلند دیشب با اشغال یک فروشگاه مواد غذایی در مشهد 40 میلیون ریال از این فروشگاه و 14 مشتری آن را غارت کردند .
- 6- لید را با حرف اضافه شروع نکنید .
- 7- از کلمات متذکر می شویم ، یادآور می شویم وگفتنی است استفاده نکنید چون نشان از گذشته و تکراری بودن مطلب دارد .
- 8- در لید مطالب با تاکید بر یکی از عناصر شش گانه خبرتنظیم می شود و در نتیجه آن عنصر خبری ، برجسته تر از دیگر عناصر ظاهر می شود .

## • انواع لید:

- 1- لید نقلی: در آن سخن نقل می شود و به سه دسته تقسیم می شود الف: نقل قول مستقیم ب: نقل قول غیر مستقیم ج: نقل قول تأکیدی (جزیی)
- 2- لید قیاسی: دو خبر مورد قیاس قرار می گیرند .
- 3- لید متراکم: اطلاعات در یک سطح قرار دارند و نمی توان به آنها اولویت داد .
- 4- لید پرسشی: پرسش مطرح می شود که هدف آن بر انگیزش توجه مخاطب است .
- 5- لید فهرستی: نکات هم ارز به صورت فهرست شده در لید آورده می شوند .

- 6- لید عمقی و ساده : ابتدا به کل خبر اشاره می شود سپس جز مهم آن برجسته می شود (قطعنامه ها ، کنفرانس ها و جلسات )
- 7- لید توضیحی : در خبرهای هنری کاربرد دارد .
- 8- لید تمثیلی : استفاده از ضرب المثلها
- 9- لید غیر متعارف : استفاده از کلمات غیرمتعارف مانند (( کم آوردند )) (حوادث ، هنری ، ورزشی )
- 10- لید تاریخیچه ای : از سابقه تاریخیچه خبر آورده می شود و از تاریخیچه به گونه ای استفاده می شود که خواننده متوجه نشود که این مطالب از گذشته گفته شده است ( مثلا : لازم به یاد آوری است استفاده نمی شود )

# متن خبر:

- نکات ضروري در تنظيم متن خبر:
- 1- نویسنده دقیق ، پل همواري از لید به متن مي زند و خبر را به يك مستند ربط مي دهد .
- گاه این حلقه ارتباط از طریق پاسخ به يکي از سوالات کلیدی که در لید بدون پاسخ مانده ، ایجاد مي شود .
- 2- در صورتی که خبر سابقه داشته است ، لازم است در پاراگرافي مختصر خلاصه ماجرا (تاریخچه ) عنوان شود.
- 3- گنجاندن ایده در هر جمله مانند عباراتی که با «در حالی که» یا «در شرایطی که» شروع مي شوند ، به سلامت جمله کمک مي کنند.
- 4- کلیشه نویسی و سست نویسی هر دو از يك قماشند و به خبر لطمه مي زنند.

- 5- انتخاب درست کلمات مهمترین وظیفه شماست .
- 6- مطالب ویراستاری را رعایت کنید چون:
  - حذف فعل « است » و جایگزینی کلماتی به جای « چند ، چندین ، شاید » ، حذف فاعل های زیاد ، استفاده از فعل معلوم ، عدم استفاده از صفات سنجشی و شعار گونه ، عدم اظهار نظر از سوی خبرنگار
- 7- استفاده از افعال (( گفت ، اظهار داشت ، متذکر شد ، یاد آور شد ، تاکید کرد ، اضافه کرد ، اشاره کرد ، افزود ، توضیح داد ، اعلام کرد )) در ابتدای پاراگرافها
- 8- زمان رویداد ، نام منبع ، ذکر نام کامل و سمت افراد در متن خبر الزامی است .

# تیتر (HEADLINE)

- تیتر هدایتگر خواننده به سوی خبر است ( فشرده لید است )
- تیتر باید حکیده مهمترین مطلب را دقیق و روشن بیان کند ، اولین هدف تیتر مطلع ساختن خواننده از ثمراتی است که می توان از مطلب انتظار داشت .
- تیتر باید بتواند با حداقل واژه ها حداکثر مفهوم و معنا را برساند ، تیتر خواننده را به خواندن مطالب ترغیب و او را از وجود نکات جالب در مطلب مطمئن می کند .
- مدل های تیتر : پلکانی ، امتداد چپ ، امتداد راست ، هرم وارونه ، حاشیه متحرک ، چاشنی دار
- انواع ویژگی تیتر :
  - 1- بیان پیام خبری به طور خلاصه و فشرده
  - 2- ترغیب خواننده به خواندن لید و متن خبر
  - 3- تعیین اهمیت و ارزش های مطالب مختلف
  - 4- تفکیک مطالب مختلف اخبار از اهم و کمک به زیبایی صفحه روزنامه



# برخي فوائد تيتر نويسي :

- 1- تيتر بايد با مطالب ليد هماهنگي و منطبق باشد و همان مطالب را کمتر و بيشر بيان کند.
- 2- در نوشتن تيتر بايد از واژه هاي آشنا و رسا استفاده کرد .
- 3- تيتر بايد روشن ، دقيق و بدون ابهام باشد .
- 4- چون تيتر شعار نيست بنا بر اين بايد حاوي فعل باشد مگر در شرايطي که انجام شدن يا انجام نشدن کار براي خواننده ابهامي در بر نداشته باشد .
- 5- انتخاب فعل مناسب کلید موفقيت در نگارش تيتر است .

- 6- از تکرار کلمه در تیتر باید اجتناب کرد ( مگر در موارد خاص مانند : تهران گریست ، خون گریست )
- 7- از نوشتن تیترهای سووالی مگر در موارد ضروری باید خود داری کرد ، ( باید نوعی خبر در آن وجود داشته باشد )
- 8- از نوشتن تیترهای منفي باید اجتناب کرد مگر در مواردی که تیتر هدف خاصی را دنبال می کند.
- 9- از شکستن واژه ها در تیتر باید پرهیز کرد .
- 10- هر چه تیتر کوتاه تر باشد بهتر است (حداکثر 5 تا 7 کلمه به شرط رساندن دقیق مطلب )

- 11- از نوشتن حرف اضافه و برخی واژه ها چون ( از ، در ، که ، به ، برای ، با و.. ) در ابتدای تیترا باید خودداری کرد.
- 12- شکل ظاهری تیترا را از نظر انتخاب واژه های مشابه باید در نظر گرفت .
  - 13- نقل قول غیرمستقیم در تیترا بهتر است .
  - 14- اجزای کلمات مرکب را در يك سطر بیاورید .
  - 15- تمامی اجزای افعال مرکب را در يك سطر بیاورید .
  - 16- سطرها را به حروف اضافه منتهی نکنید .

- 17- از (( است )) کمتر استفاده کنید .
- 18- اسامی ناشناخته را به صورت کامل ذکر کنید .
- 19- از مخفف ها به صورت مجرد استفاده نکنید .
- 20- از صفات بد و خوب که نسبی هستند نباید استفاده شود .
- 21- از نظرات به دلیل یکسان نبودن مطلقا استفاده نکنید .
- 22- تکرار بیش از اندازه قیود صفت ساز و صفت نسبی اثر آنها را کاهش می دهد ولی از قیود صفت ساز می توان در تیر استفاده کرد .

# اجزای تیتر :

- تیتر اصلی : به تیتري که مهمترین مطلب خبر را بیان می کند ، تیتر اصلی می گویند .
- در پاره ای از خبرها ، این تیتر ، یگانه تیتر خبر است و به همین دلیل با حروف درشت تر نسبت به تیترهای فرعی نوشته می شود .
- مثال :
- چهارمین اجلاس بانوان عضو شوراهای اسلامی کشور برگزار شد
- باید توجه داشت که در انتهای تیتر اصلی نقطه گذاشته نمی شود ، اما در داخل جمله تیتر ، از سایر نشانه ها ، استفاده می شود .

# روتیتر

- روتیتر ، مقدمه تیتر است ، از تیتر اصلی کوچکتر است و در بالای آن با حروف کوچکتر ذکر می شود ، با حذف آن خالی به تیتر وارد نمی شود .
  - **مثال:**
    - رو تیتر : رییس جمهور :
    - تیتر اصلی : *هویت ملی را بدون زنان نمی توان معنا کرد*
    -

# زیر تیتیر

- **زیر تیتیر :** به موازات تیتیر اصلی نوشته می شود و اهمیت آن در مرحله دوم می باشد .
  - **مثال :**
    - **روتیتیر :** اولین کاندید زن ریاست جمهوری :
    - **تیتیر اصلی :**
    - **زن و مرد حقوق**
    - **یکسانی دارند**
- **زیر تیتیر:** هر گونه مانع تراشی و تنگ نظری در راه پیشرفت زنان محکوم به شکست است .

# دیگر تیتر ها

- **سوتیتر :** با کاربرد و زیبایی صفحه و دادن اطلاعات بیشتر به کار می رود و علامتی چون ستاره یا کادر دارد .
- **میان تیتر :** در اخبار بلند کاربرد دارد جهت تنوع و تفکیک اطلاعات استفاده می شود .





# چگونه تیتر بنویسیم؟

- 1- همزمان با ویرایش ، مطلب را بخوانید و درك کنید .
- 2- با اغماض نسبت به طول کلمات و عبارات ، تیتر خاصی برای آن پیش نویسی کنید (این کار حیاتی است )
- 3- ترکیب لغوی و عباراتی را جستجو کنید که هر يك سطري از تیتر را شکل دهند .
- 4- با جایگزین کردن کلمات و عبارات مترادف ، تیتر را کامل کنید .
- 5- به خاطر داشته باشید که در صورت ناخشنودی از تیتر حاصله ، همیشه می توانید از نو شروع کنید .
- 6- کلمات کلیدی را برگزینید (عصاره و چکیده مطلب ) رك و صریح باشد .
- 7- در استفاده از افعال زنده ، پر تپش و رنگین مصر باشید .
- 8- مراقب دستور زبان در تیتر باشید .

# علامت گذاري در تير :

- 1- فقط براي مخفف ها استفاده مي شود .
- 2- در مکت کامل (؛) جايزين نقطه مي شود .
- 3- علائم نقل قول به نصف تقليل مي يابد .
- 4- ويرگول مشخص کننده مکت کوتاه است .
- 5- ويرگول را اغلب جايزين کلمه ((و)) کنيد .
- 6- علامت تعجب مگر در موارد استثنائي کنار گذاشته شود .
- 7- علامت (: ) گاه مي تواند جايزين فعل شود .

•  
•

# انواع تیتر :

- 1- استنباطی: در این نوع نمی خواهیم يك جمله یا يك کلمه را برجسته کنیم ، این تیتر برداشت صحیح از مجموعه يك خبر است .
  - مثال : سخنان رییس جمهور درباره نقش و وظیفه زنان در جامعه
- 2- چکشی: با هدف تهییج خواننده است و کمتر در خبرگزاری به کار برده می شود .
  - مثال : تظاهرات زنان برای آزادی
- 3- اقناعی : با هدف جهت دهی افکار عمومی ، تبلیغ غیر مستقیم و القای يك پیام به کار می رود .
  - مثال : مشارکت همه جانبه زنان و بهبود در روند اوضاع کنونی کشور
- - دو تیتری که دو موضوع تیتر می شود در سطر اول حالت مصدری و بدون فعل و سطر دوم با فعل ختم می شود .
  - ضرب آهنگ تیتر : تیترهایی که ضرب آهنگ دارند ، زیبا هستند .
- برخی از حروف چون (ز- ژ- ش- گ) خوش صورت و برخی چون (س- ک-د- خ) خشن و سخت می باشند .
  - انواع ضرب آهنگ : 1- یکنواخت 2- موجی 3- شکسته

# سوژه

- سوژه باید با شرایط اجتماعی انطباق داشته باشد و مناسب زمان حال انتخاب شود و در عین حال از خصلت تأثیر بخشی در مطلب مورد نظر بر خوردار باشد.
  - **خصوصیات سوژه پرداز خوب**
    - 1- اطلاعاتش گسترده و نو است .
    - 2- دارای حشر و نشر اجتماعی است .
    - 3- نگرشش به پدیده های اجتماعی طولی است نه عرضی (مثال : تظاهرات را از بالامی بیند)
    - 4- سراغ سوژه هایی می رود که کانون تحریک دیگر عوامل به شمار می رود (مانند رشوه خواری و ترافیک)
    - 5- به علوم اجتماعی احاطه دارد و بیشتر به علت ها توجه می کند تا معلول ها
    - 6- از روش های تحقیق آگاهی و اطلاع دارد .
    - 7- استقلال رأی دارد .
- تقوای حرفه ای دارد و مصالح جامعه را برآمال و آرزوهای شخصی ، صنفی و طبقاتیش مقدم می داند .

# طبقه بندي سوژه ها :

- 1- از نظر زمان : فوري تي (زلزله) - کم فوري تي (کنترل جمعيت)
- 2- از نظر نحوه بيان : احساسی (کودکان بي سرپرست) - احساسی و عقلانی تحقيقي - عقلانی و تحقيقي (بورس بیکاري)
- 3- از نظر کیفیت : نو و بدیع (اولین روز مدرسه) - تکراري به قالب نو (کمبود دارو به علت مصرف بالا توسط مردم)
- 4- از نظر منابع : منابع خاص (کارشناسان) - منابع عام (مردم)

# انواع روزنامه نگاری :

- **1- روزنامه نگاری عینی (خبرگزاری ها)**
  - تأثیر احساسات، پیش داوری ها، تمایلات و علاقه های شخصی و رعایت بی طرفی کامل در کسب و انتشار اخبار از اصول آن است. حقیقت جویی و صحت گرایی، استقلال، بیطرفی و همچنین احترام به حیثیت فردی و نیز احساس مسوولیت در برابر مصالح عمومی از جمله مهمترین اصول حرفه ای روزنامه نگاری شناخته می شود.

## • 2- روزنامه نگاري تشریحي :

- روزنامه نگار از سطح به درون مي رود و عمق مسایل و رویدادها را مي کاود روزنامه نگار ، خواننده را به پشت صحنه رویدادها مي برد و رویداد را به چارچوب ذهني و تجربیات او مرتبط مي سازد .

### • 3- روزنامه نگاري عمقی:

- تمایل به آگاهی از رویدادها و تشریح تبیین حقایق ارائه شده



- **4- روزنامه نگاري تحقيقي :**
- افشاگري افتضاحات ، کند و کاو مسائل سياسي واجتماعي وفاش ساختن ماهيت آنها

# مصاحبه

- 
- **هدف های عمومی مصاحبه :**
  - 1- جمع آوری اطلاعات 2- آگاهی دادن و مطلع ساختن 3- تحریک و برانگیختن
- مصاحبه يك ارتباط طراحي شده ، هدف دار ، رو در رو و نیازمند به تصمیم گیری است که ممکن است به منظور جمع آوری اطلاعات ، ارزیابی طرف مقابل ، اقناع و تغییر عقیده شخصي ، راهنمایی و توضیح برخی مسایل و یا جهت استخدام باشد .
- در مصاحبه باید سوالاتی طرح کنید که مردم تشنه آن هستند و اطراف آن دایم کنجاوی می کنند ، برای رسیدن به این منظور بهتر است گزارش گر مصاحبه خود را که شامل مجموعه ای از سوالات بهم پیوسته و مربوط به یکدیگر است را در يك قالب مشخص بریزد تا درحین مصاحبه گیج نشود.
- پس از بررسی و مطالعه مقدماتی درباره موضوع یا سوژه لازم است چند فرضیه بسازید و سعی کنید با طرح چند سوال برای هر فرضیه گزارش خود را از پیشداوری های شخصی وذهنی پاک کنید .
-

- فرضیه سازی به شما کمک می کند که درون یک چارچوب مشخص به طرح سووال پرداخته و در فضای مصاحبه حاضر و آماده شوید به نحوی که وقتی مصاحبه به پایان می رسد، با خود نگویند که ای کاش فلان سووال را هم می کردم. گزارش گر نباید سووال کم بیاورد و اسیر سکوت و سکون شود بلکه با طرح سووالات بیشتر باید در هر لحظه خلاقیت ایجاد کند و ضمن ایجاد اطمینان در طرف به سمتی پیش رود که مصاحبه شونده از مصاحبه لذت برد یا حداقل احساس مسوولیت کند.
- ضمناً گزار شگر از هرگونه تند روی ، کند پیمایی ، درنگ بی موقع یا پرحرفی خود داری کند. مستقیماً وارد مقوله اصلی نشود و از دل جواب های داده شده ، مصاحبه رابه سمت مطلوب سوق دهد.
  - در این مقوله سرعت عمل خیلی اهمیت دارد که نیاز به تمرین و ممارست بسیار دارد .
- ثبات رأی ، اعتماد به نفس ، درک مطلب و بازتاب صحیح مطلب به گوینده ، ارتباط غیر کلامی ، تسلط به زبان و استفاده صحیح از آن در برقراری ارتباط ، مشخصاتی است که مصاحبه گر باید داشته باشد .
  -

# يك مصاحبه گر خوب بايد :

- 1- شم خبري داشته باشد .
- 2- کنجکاو و نکته سنج باشد .
- 3- توانايي جوشش و در آميختگي با طبقات و اقشار مختلف را داشته باشد .
- 4- سريع الانتقال و قدرت تفکر و تصميم گيري داشته باشد .
- 5- صبور و بردبار باشد ( آدم عجول خبرنگار نمي شود) .
- 6- چالاک و ريسک پذير باشد .
- 7- عدم غرور و تکبر بدون گزافه گوئي .
- 8- متعصب نباشد .
- 9- حافظه خوبي داشته باشد .
- 10- خوب حرف بزند و خوب تحليل کند .
- 11- داراي اطلاعات عمومي باشد .
- 12- ذوق نويسندگي داشته باشد .

# مراحل مصاحبه

- بخش -مقدمه (راهگشاي ورود به مرحله اصلي ، تعيين مطالعه و شناخت موضوع) اصلي (گفتگوهاي دو جانبه طرفين ، طراحي و تعيين پرسش ها )
  - - انتها (نتيجه گيري كلي )
  - **در حين مصاحبه اين موارد را در نظر داشته باشيد :**
- 1- در شروع مصاحبه يك معارفه صميمانه مي تواند احساس اعتماد و دوستي را بين طرفين حاکم سازد و شرايطي را ايجاد کند که هر دو طرف قادر به برقراري ارتباط با يکديگر باشند
- چرا- چگونه - چه - کجا - کي -2- در طرح سووال شش کلمه استفهامي (چه کسي) (آغاز گرهستند و در طول مصاحبه سوالات کوتاه ، سوالات تشریحي ، سوالات اولیه و سوالات ثانويه مطرح مي شوند).
- 3- هيچ گاه نبايد احساس خستگي ،کسالت يا گرفتگي را به مصاحبه گر انتقال داد و اين تصور را به وجود آورد که اين مصاحبه نوعي تلف کردن وقت است .

# در حین قسمت اصلی مصاحبه این موارد را در نظر داشته باشید:

- 1- به تناوب و تغییرات مراحل مختلف دقت کنید.
- 2- مفهوم صحبت های رد و بدل شده و پاسخ ها و نظرات ارائه شده را به گونه ای قابل درک یاد داشت کنید.
- 3- در حین گوش دادن به صحبت ها، سایر حواستان نیز فعال باشد.
- 4- محیطی دوستانه و همراه با تفاهم ایجاد کنید.
- 5- از میان اطلاعات دریافتی، مطالب مرتبط را از میان غیر مرتبط شناسایی و جدا کنید.
- 6- تایید ضمنی و کلامی مصاحبه گر ضمن صحبت با طرف مقابل، تأثیر بر ادامه صحبت او دارد، نگاه خشک و بی احساس عدم همراهی و بی علاقه‌گی به وی را می‌رساند.

- 7- مصاحبه ، مکالمه نیست ، باید هدف‌تان معین و مشخص باشد .
- 8- شأن و منزلت مصاحبه شونده را رعایت کرده و همچنین فاقد تعارف و القاب بی‌مورد باشید .
- 9- پرسش نباید به گونه ای طراحی شود که پاسخ يك کلمه ای باشد ( بله یا خیر ) و باید به گونه ای باشد که پرسش شونده ، چاره ای جز پاسخ صریح و مستقیم نداشته باشد .
- 10- سووال از پیش کسوت ها نوعی تحقیق است شما باید روش درست سووال کردن از دیگران را پیدا کنید
- و به آن تسلط یابید ، هرگز با طرح سووال های پیش پا افتاده اعتبار کاری خود را بی حساب خرج نکنید ، البته به گمان این که نادان محسوب خواهید شد ، در پرسش سووال درنگ نکنید

# برای يك مصاحبه خوب:

- 1- آمادگی داشته باشید و سوالات را قبلاً مرور کنید .
- 2- برای دریافت و ارسال منظور خود تمرین کنید .
- 3- گوش دادن و درك شنوایی خود را فعال کنید .
- 4- دارای عقیده و جهت باشید و نظر خود را با اطمینان بیان کنید .
- 5- انعطاف پذیر باشید و تنها جملات و حرف های از پیش حفظ شده را بیان نکنید و در مورد سوالات و سخنان مطرح شده فکر کنید .



- 6- به دقت نگاه کنید ، پیام های ارسالی شما حامل بار مثبت باشد ، فرستنده و گیرنده خوبی برای اطلاعات باشید . تصمیم گیری به موقع و صحیح ، آمادگی ، اعتماد به نفس و توانایی انجام صحیح روش های مصاحبه از رموز موفقیت در مصاحبه است .
- 7- کلید هر مصاحبه " چرا " است ، سعی کنید از این کلمه جهت شکستن سکوت مصاحبه استفاده کنید .
- 8- پرسش را از مهمترین مسائل شروع کنید تا به موارد کم اهمیت ختم شود .
- 9- جمله " لطفا بیشتر توضیح دهید " نیز از ترفندهایی است که در مصاحبه هنگامی که حواستان به مصاحبه شونده نباشد! استفاده می شود .
- 10- درسرخان مصاحبه شونده دقت کنید .

- 11- ضمن مبارزه با سکوت، سماجت توأم با طمأنینه برای رسیدن به پاسخ ضروری است.
- 12- نسبت به عدم پاسخ مصاحبه شونده عقب نشینی نکنید اما منجر به عصبانی شدن مصاحبه شونده نشوید چرا که ممکن است منجر به شکست مصاحبه شود.
  - 13- هدف و موضوع اصلی مصاحبه را گم نکنید .
  - 14- قبلاً با مصاحبه شوند آشنا شوید .
- 15- از پرسش های غیر کلیشه ای و غیر منتظره و غیر قابل پیش بینی استفاده کنید .
  - 16- مصاحبه را بی جهت طولانی نکنید .
  - 17- از مصاحبه کتبی حتی الامکان استفاده نکنید .
  - 18- به ضبط صوت متکی نباشید .
- 19- همراه داشتن قلم و یاد داشت در هر مصاحبه ای ضروری است .
  - 20- از شیوه های تندنویسی و مخفف نویسی استفاده کنید .

- 21- در اخباري که از موضوع آن اطمینان دارید اما به دنبال تأیید می گردید ، در مصاحبه با مخاطب باید تظاهر به دانستن کنید و از مقام مسوول بپرسید : چرا آقای فلان رشوه گرفته نه اینکه آیا آقای فلان رشوه گرفته اند .
- 22- جهت تنظیم وقت مصاحبه های تلفني خودتان دوباره تماس بگیرید و منتظر وعده های سرخرمن مصاحبه شونده نمانید .
- 23- نام و نام خانوادگی و عنوان کامل مصاحبه شونده را به دقت یاد داشت نمایید .
- 24- در پرسیدن نکات اساسي موضوع ، تردیدی به خود راه ندهید یا از طرح پرسش های محوري احساس خجالت نکنید .
- 25- در نکات مبهم تردید خود را برطرف کرده گزارشتان را از اطلاعات بی پایه ، غلط و مشکل ساز کنار نگه دارید .
- 26- با برنامه ریزی دقیق شروع جذاب و پایان طلایی در مصاحبه داشته باشید .

# - انواع پرسش (به پیشنهاد دکتر گالوپ)

- 1- در مورد اشخاص 2- در مورد واقعات 3- قضاوت فرد در مورد پیشنهادات زندگی گروهی (قوانین در حال تصویب و اقدامات سیاسی اقتصادی)
- 4- در مورد اعتبار و ارزش نهادهای اجتماعی چون خانواده ، مذهب ، آموزش ، مطبوعات
- 5- پیش بینی یا پیشگویی رویدادها ، گسترش یا اقدامات حکومت در آینده ، مثلا هزینه زندگی در 6 ماه آینده
- 6- اهمیت نسبی مسائلی نظیر هدف های شخصی و غیره
- 7- امور اجتماعی و اخلاقی چون صداقت ، عدالت و حقیقت
- 8- پرسش های اطلاعاتی
- 9- پرسش های ارشادی (مانند چه باید کرد)
- 10- پرسش های استدلالی
- 11- پرسش های معنایی
- 12- پرسش حدس و فرض
- 13- پرسش های قضاوت فردی در مورد رویدادها

## - پرسش های مناسب جهت مردم عادی

- 1- قضاوت در مورد افراد
  -
- 2- قضاوت در مورد نهادهای غیرحکومتی
  -
- 3- قضاوت در مورد رویدادها
  -
- 4- ارزیابی نتایج سیاست های حکومتی
  -
- 5- پرسش در مورد واقعیت ها و خصالت های فردی
  -
- 6- ارزشهای نسبی
  -
- 7- معیارهای صداقت، عدالت، اخلاقیات و نجابت
  -

# گزارش

- **گزارش** : روایت خبرنگار از فرا گرد میان دو سوي ارتباط به منظور دستیابی به واقیعی که دارای ارزش خبری باشد.
  - **گزارش باید :**
    - 1- عینی باشد و از تخیل های نویسنده پرهیز شود.
    - 2- باید به ارزش های خبری توجه کامل داشته باشد . دارای ارزش های خبری چون فراگیری ، شهرت ، شگفتی ، عدد و رقم ، حادثه و.. باشد در جهت جلب توجه مخاطب .
    - 3- یا در جهت آگاهی رساندن باشد ، یا غیر عادی و غیرمنتظره یا سرگرم کننده یا با حس عاطفی .
    - 4- محیط ارتباطی و اعتماد بین مخاطب و رسانه ایجاد کند .
    - 5- به موضوعات روز و جنبه های جدی تر اخلاق اجتماعی بپردازد .
    - 6- به طور دائم حضور مخاطب را در کنار خود احساس کند ، علاقه و نیاز های مخاطب در گزارش لحاظ شود و مصالح خواننده و مخاطب بر عقیده و سلیقه گزارشگر مقدم باشد .
    - 7- روان و یک دست باشد .

- 8- به يك موضوع خاص بپردازد و وحدت موضوع داشته باشد .
- 9- مخاطب را به ارزش هاي ملي و اجتماعي سوق دهد .
- 10- نثر يکنواخت و پيام طولاني نداشته باشد .
- 11- داراي جذابيت و خواندني باشد ، داراي نگارش زيبا و دلچسب باشد .
- 12- حجم مطلوب داشته باشد ، عدم استفاده از طولاني نويسي بيهوده يا کوتاه نويسي نارسا .
- 13- مغايرت با قانون ها و مقررات کشور نداشته باشد و ملاحظه هاي قانوني در آن رعايت شود .
- 14- با انگيزه هاي شخصي ، محفلي ، گروهی نگاه نکرده و بي طرفي خود را حفظ کند .
- 15- از لحاظ نگارشي :
  - الف: ساده باشد
  - ب: جمله ها و عبارات کوتاه باشند
  - ج: نگارش زيبا داشته باشد

# انواع گزارش

- انواع گزارش : خبري - توضیحي - تحقيقي - بر مبنای مصاحبه - از مراسم - آزاد - تصویری - طنز - تبلیغاتی - پیگیرانه - مطبوعاتی - رادیویی - تلویزیونی - خبرگزاری ( از نظر حجم محدودیت ندارد - از نظر تیتر آزاد است و جنبه فوریت آن بر جنبه های دیگر اولویت دارد .
- گزارشگر باید :
  - 1- شم خبری داشته باشد ، کنجکاو و دارای گیرندگی قوی باشد .
  - 2- سرعت انتقال داشته باشد .
  - 3- قلم روان داشته باشد زیرا نوشته مطبوعاتی نباید از جذابیت ادبیاتی خالی باشد .



- 4- سخت کوش و مقاوم باشد ، درکسب اطلاعات ایستادگی و پا فشاری کند .
- 5- اهل مطالعه باشد ،کتاب های جدید بخواند ، فیلم های تازه را ببیند ، اخبار را بخواند و اطلاعات عمومی خوبی داشته باشد .
- 6- دارای منش و شخصیت باشد ، عزت شغلی خود را محترم شناسد، درکلام و پوشش و رفتار دقت کافی را داشته باشد .
- 7- پس از تهیه گزارش مجددا با مصاحبه شونده تماس گرفته و سوالات تکمیلی از وی بپرسد .

# ویراستاری و شرایط یک ویراستار

- 1- آشنایی دیرینه و روز افزون با نوشتار (ویراستار قبل از شروع به کار ویرایش در پشت میز خبر ، باید 5 سال سابقه خبرنگاری و گزارشگری داشته باشد )
- 2- اعتماد به نفس سرشار (هر اصلاحی که به عمل می آورم ، متن را بهبود می بخشد)
- 3- بلوغ فکری (عدم غرور و تکبر)
- 4- وسواس منطقی (ویراستار لاجرم باید شکاک باشد)
- 5- ذهن بد گمان (پرهیز از غفلت درکار)

- 6- وسعت دانش در مقوله های مربوط (ویراستار هم باید بداند و درک کند و هم آگاه باشد و فرا گیرد )
- 7- عزم استوار (اگر در فشار های روحی کیفیت کاری خود را از دست می دهید ، از میز خبر دوری گزینید)
- 8- قناعت روحی (اگر تشویق و قدرانی برایتان مهم است میز خبر جای مناسبی برای شما نیست )
  - ویراستاران ایفاگر نقش کلیدی در تولید خبر هستند؛
- ویراستار باید خبر را سه بار بخواند (يك بار آشنایی ، بار دوم ویرایش ، بار سوم کنترل ) و پس از تسلط به کار يك و نیم بار بخواند (يك بار مطلب را بخواند و در پایان جملات یا عباراتی که به توجه خاص نیاز دارند را يك بار دیگر مرور و اصلاح نماید)

# نکات مهم برای ویراستار :

- 1- تک تک تیترهای انتخاب شده برای اخبار را مرور کرده و کیفیت تیترها را اساساً بهبود بخشید (تیترهای معیوب را پذیرش نکنید)
- 2- بررسی املاي کلمات، نکات دستوري ، علامت گذاري ، گویایی تعابیر ، سلیس بودن جملات ، صحت و سقم خبر و انسجام مطالب از مهمترین وظایف يك ویراستار است .
- 3- توجه خاص به لید ، مطمئن باشید که لید را به خوبی می فهمید و اطمینان حاصل کنید که تمامی مطالب از لید حمایت می کنند زیرا لید خلاصه مناسبی از کل مطلب و یا زیر بنای محکمی برای ادامه مطلب است .
- 4- شما آخرین سنگر بان هستید، اگر کلمه ای با املاي اشتباه از چنگ شما بگریزد ، این کلمه با املاي غلط در خروجی خبر ظاهر خواهد شد . بدون واژه از کدورت دیگران و بدون آنکه خود نیز به يك قصاب تبدیل شوید ، ویرایش کنید.
- 5- حذف کلمات غلط و نامناسب از متن همان قدر ضرورت دارد که استفاده از کلمات کاملاً صحیح و مناسب

- 6- به کلاس تند خوانی بروید اما در ویراستاری تندخوانی ممنوع ، از سرعت خود بکاهید ! متن را با دقت بخوانید و آن را درک کنید ، همه اشتباهات را بگیرید.
- 7- هنگام ویراستاری متن را زیر لب بخوانید (مخصوصا اسامی را )
- 8- نکات اصلی را حذف نکنید ، اگر موضوعی بسیار حساس است روی آن وقت بگذارید حتی اگر خبر به تأخیر بیافتد ( البته نباید به این تمهید عادت کنید)
- 9- هر مطلب را با نیت کوتاه کردن آن تخلیص کنید . با نیت جایگزین کردن چهار کلمه بایک کلمه یا شش کلمه یا دو کلمه و تغییراتی از این دست با انتخاب بهترین بخش هر جمله
- مثال: این دانشمند گفت که ماهواره یا دقیقا در مدار خود یا در مدار بدون اشکال قرار گرفته است
  - ویرایش صحیح : این دانشمند گفت: که ماهواره در مدار مناسب خود قرار گرفته است .
- 11- برش را قاطعانه انجام دهد ، رقت قلب را کنار بگذارید و اطلاعات زائد ، معمولی و غیرقابل استفاده برای خوانندگان را حذف کنید .
- 12- کار را يك باره کنید، مطلبي که نیازمند جراحی عمیق است، نباید قبل از جراحی اساسی مورد ویرایش قرار گیرد .

- 11- برش را قاطعانه انجام دهد ، رقت قلب را کنار بگذارید و اطلاعات زائد ، معمولی و غیر قابل استفاده برای خوانندگان را حذف کنید .
- 12- کار را يك باره کنید، مطلبي که نیازمند جراحی عمیق است، نباید قبل از جراحی اساسی مورد ویرایش قرار گیرد .
- 13- عبارات اضافی را به دور بریزد ، بعد وقت خود را صرف ویرایش دقیق باقی مطلب نمائید.
- 14- از تکرار پرهیز کنید ، شاید گناهی بدتر از این نباشد که نکته ای را که در لید آورده ایم با درج نقل قول در متن مطلب ، کلمه به کلمه تکرار کنیم .
- 15- از تعویق کار اجتناب کنید ، آنچه را که می خواهید به متن اضافه یا کم کنید ، همان موقع انجام دهید یا حداقل زیر آن خط کشیده و یا یاد داشت بردارید، از ثبت ذهنی و اتکا به حافظه در این مورد بپرهیزید.

- 16- از بازبینی مجدد غافل نشوید ، تنها در صورت مرور مجدد مطلب می توان به صیقل نهایی موفق شد وگرنه خواننده از کشف نکات مبهم و اغلاط پراکنده بی نصیب نخواهد ماند.
- 17- محاسبه کنید ، ارقام را با احتیاط نگاه کنید ، مهارت در تعیین درصد و جمع و تفریق برای شما الزامی است باز بینی کنید محاسبه کنید و جمع بزنید .
- 18- متن ضعیف را رنگ آمیزی کنید تا ظاهری آراسته پیدا کند و برای خواننده قابل فهم شود (حذف نواقص خبر در جهت درک آسان خبر برای خواننده )
- 19- اصلاح جمله های درهم، شلوغ و مقلوب ، به کار نبردن بیش از اندازه صفت ، جلوگیری از اطناب کلام و طول و تفصیل زائد ، حذف عبارات غیر اخلاقی و مبتذل از وظایف اصلی ویراستار است.

- رعایت جمع در زبان فارسی
- مطابقت صفت و موصوف در مفرد و جمع
  - مطابقت فعل با فاعل یا مسند الیه
  - ترکیب واژه ها



# عكس

- **نقش عكس در خبر (فتو ژورناليسم)**
- - عكس بر كلمه مزيت دارد ، فعاليت مغزي و عصبي كمترى براى درك سوژه در عكس انجام مى گيرد .
  - - در اكثر مواقع عكس و خبر مكمل هم هستند .
  - - پديده هاى تصويرى داراى تاثير فوري و عميق هستند .
- - داگلاس وگالز : يك عكاس بزرگ پيش از آنكه در پي بهره بردارى احساسى از آثار خود باشد ، در جستجوي قسم صادقانه وضع انسان و حتي بهتر كردن آن است ، تصاويرى كه او مى گيرد در زمره مصالح با ارزش و سازنده تاريخ به شمار مى رود .
  - **وظايف هيات تحريه در قبال عكس**
  - 1- هرس عكس و استخراج نکته اصلي آن
  - 2- تعيين قطع عكس (به قطع بزرگتر راي دهيد )
  - 3- نگارش شرح عكس ( در پي نكات بديع و غير معمول باشيد )
-



- گزارشگری عینی
- گزارشگری تشریحی
- گزارشگری عمقی
- گزارشگری تحقیقی

# شیوه های روزنامه نگاری

- **1- روزنامه نگاری عینی :**
  - تأثیر احساسات، پیش داوری ها، تمایلات و علاقه های شخصی و رعایت بی طرفی کامل در کسب و انتشار اخبار از اصول آن است. حقیقت جویی و صحت گرایي، استقلال، بیطرفی و همچنین احترام به حیثیت فردی و نیز احساس مسوولیت در برابر مصالح عمومی از جمله مهمترین اصول حرفه ای روزنامه نگاری شناخته می شود.
- **2- روزنامه نگاری تشریحی :**
  - روزنامه نگار از سطح به درون می رود و عمق مسایل و رویدادها را می کاود روزنامه نگار، خواننده را به پشت صحنه رویدادها می برد و رویداد را به چارچوب ذهنی و تجربیات او مرتبط می سازد.
- **3- روزنامه نگاری عینی تشریحی :**
  - تمایل به آگاهی از رویدادها و تشریح تبیین حقایق ارائه شده
- **4- روزنامه نگاری تحقیقی :**

# 4- روزنامه نگاري تحقيقي :

- افشاگري افتضاحات ، کند وکاو مسائل سياسي واجتماعي وفاش ساختن ماهيت آنها
- **5- روزنامه نگاري توسعه**
- ترکيب 4مورد گذشته ،يعني استفاده از تمام مهارت ها وفنون روزنامه نگاري درجهت آگاهي مخاطبان از وقوع رویدادها و علت ،چگونگي ونحوه اجراي برنامه ها
- کمک به بهبود وضع اجتماعي مردم،انعکاس خبرهاي مثبت ومنفي اقتصادي اجتماعي صنعتي فرهنگي و...
- در قالب هاي ذيل :
- 1- تاکيد بر فرآيندها (گرسنگي نه اعتصاب غذا)
- 2- نگاه اقتصادي به برنامه ها
- 3- تاکيد بر نيازهاي مردم
- 4- ارائه سابقه موضوع ها وطرح ها
- 5- پيش بيني نياز آينده
- 6- تأثير برنامه ها بر مردم
- 7- مقايسه فرآيند توسعه در ساير مکان ها
- 8 - مقايسه طرح اوليه واجرا شده
- 9- بررسي ادعاي موفقيت برنامه ها
- 10- نيازهاي مردم
- روزنامه نگاري توسعه علاوه بر توجه به چهار عنصر خبر(که ، چه ، کجا ، کي ) به چرا و چگونه توجه خاص دارد و در ارزش هاي خبري اهميت ((دربگيري )) از(( شهرت )) بيشتتر است و((برخورد )) قابل توجه است