



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت آموزش و پرورش  
سازمان دانش آموزی

**جزوه آموزشی**

**آشنایی با خبر و خبرنگاری**

**بخش اول :**

**آشنایی با خبر و خبرنگاری**

**دوره ابتدایی**

## باسمه تعالی

### مقدمه:

خبر، ماده اولیه ارتباطات اجتماعی را تشکیل می دهد. در گفت وگوهای عمومی نیز خبر، شامل آگاهی و اطلاعاتی است که افراد درباره زندگی مشترک خویش به دست می آورند. انسان ها برای دست یابی به زندگی بهتر، انتخاب راه مناسب تر، فعالیت در صحنه اجتماع و پرداختن آگاهانه تر به مسئولیت های فردی و اجتماعی، همواره باید از حوادث و اتفاق هایی که در دنیای اطرافشان روی می دهد، باخبر باشند.

در حقیقت، تهیه خبر یکی از اهداف اساسی وسایل ارتباطی به شمار می رود و رسانه های جمعی اساساً همراه با خبر متولد می شوند. بنابراین، وسایل ارتباطی، انتشار اخبار را به عنوان نخستین هدف، در رأس فعالیت های خود قرار داده اند و می کوشند نیازهای خبری مخاطبان خود را تأمین کنند.

نوح علیه السلام خطاب به امت خود می فرماید: «ابَلِّغْكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَانصَحْ لَكُمْ وَاعْلَمْ مِنْ اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ» (اعراف، ۶۰) اهمیت رساندن پیام تا بدین جاست که قرآن کریم خود را بلاغ می داند و می فرماید: «هذا بلاغ للناس» (ابراهیم، ۵۲)

### تعریف خبر

خبر را می توان بر اساس ویژگیهای اساسی آن به گونه های مختلف تعریف نمود که در زیر به تعدادی از این تعاریف پرداخته می شود:

- خبر بیان بی طرفانه، دقیق و در عین حال صحیح و عینی از یک رویداد است.
- خبر گزارشی از واقعیت هاست، ولی هر واقعیتی را نمی توان خبر نامید.
- خبر پیامی است که احتمال صدق و کذب در آن وجود دارد.
- خبر الزاماً گزارشی از رویدادهای جاری (تازه ها) نیست؛ ممکن است واقعه ای باشد که سال ها قبل اتفاق افتاده باشد.
- خبر رویدادی است که قرار است اتفاق بیفتد ولی هنوز اتفاق نیفتاده است.

### صفات خبر خوب

خبر خوب را می توان به وسیله ویژگیهایی تعریف کرد که عبارتند از:

۱. تازگی خبر: خبر باید تازه و نو باشد و در اولین فرصت در اختیار مخاطبان قرار گیرد مثل سبزی و میوه تازه
۲. جالب بودن خبر: خبری جالب است که علاوه بر تازه بودن باید توجه فوری و غیر ارادی افراد را به خود معطوف سازد.
۳. صحت خبر: اگر خبرها با واقعیت منطبق نباشد اعتماد مردم سلب می شود پس خبرنگار در زمان کسب و تهیه تنظیم خبر با بی طرفی و واقع بینی به رویداد نظر کند و به طور عینی و واقعی به مخاطب انتقال دهد.

## عناصر یا ارکان خبر

هر خبر هر چند کوتاه ، باید عناصری را در خود داشته باشد که عبارتند از:

۱. چه کسی ؟ اشخاص و اشیایی که در رویداد شرکت یا مداخله دارند یا به نحوی با آن ارتباط دارند . مثال: رییس جمهور در جمع دانشجویان دانشگاه اصفهان به سخنرانی پرداخت.
۲. کجا؟ مکان وقوع رویداد . مثال: سمینار بررسی تحولات هسته ای ایران در دانشکده حقوق دانشگاه تهران برگزار شد.
۳. چه چیزی؟ آنچه که رویداد را تشکیل می دهد و موضوع، نوع واقعه و ماهیت آن را مشخص می کند . مثال: سمینار بررسی تحولات هسته ای ایران در دانشکده حقوق دانشگاه تهران برگزار شد.
۴. چرا؟ علت وقوع رویداد. مثال: هواپیمای سی- ۱۳۰ به سبب آتش گرفتن یکی از موتورها سقوط کرد.
۵. چه وقت؟ زمان رویداد . مثال: مراسم ازدواج دانشجویی امسال از یک تا هفت بهمن برگزار می شود.
۶. چگونه؟ نحوه وقوع رویداد. مثال: دانشجویان در حالی که شعار می دادند خواستار محکومیت آمریکا شدند .

هر خبرنگار پیش از هر چیز باید به شناسایی دقیق خبر بپردازد و با استفاده از ایده های خود یا استناد به گزارش های معتبر دیگران، جریان حقیقی آن را بیان و کیفیت و آثارش را به خوبی تشریح کند. با این شیوه، حقیقی بودن، نو بودن و جالب بودن خبر نیز که مهم ترین ویژگی های آن را تشکیل می دهد، رعایت خواهد شد.

روزانه صدها و هزاران رویداد کوچک و بزرگ در گوشه و کنار جهان اتفاق می افتد، ولی هم امکان تهیه گزارش و خبر از تمام آنها وجود ندارد و هم تعداد زیادی از وقایع، ارزش خبری لازم را برای تهیه گزارش ندارند. بنابراین برای تشخیص اینکه چه رویدادی ارزش تهیه گزارش و خبر دارد، احتیاج به معیارهایی است که به کمک آنها بتوان وقایع را ارزیابی کرد تا خبری جامع برای مخاطبان تهیه شود. این معیارها «ارزش های خبری» نامیده می شوند.

خصوصیت مهم ارزش های خبری در این است که هم خبرنگار را در شناخت و فهم خبری کمک می کند و هم در تهیه و تنظیم خبر او را یاری می رساند.

## ➤ ارزش های خبری

ارزش های خبری اساس خبر را تشکیل می دهد و در جذابیت هر چه بیشتر خبر نقش ایفا می کند. این ارزشها را می توان به ترتیب زیر برشمرد :

\* شهرت: اشخاص و اشیا و نهادهایی که از شهرت و اعتبار بیشتری برخوردار هستند، ارزش خبری بالاتری دارند. مثال: کامران دانشجو، وزیر علوم تحقیقات و فناوی، فردا به دانشگاه قم سفر می کند.

\* دربرگیری: یک رویداد هرچه بر افراد و گروه های بیشتر در جامعه اثر بگذارد، دارای ارزش خبری بیشتری است و اصلا مهم نیست این تاثیر مثبت است یا منفی، مستقیم است یا غیر مستقیم. مثال: سری اول یارانه های دانشجویی به حساب دانشجویان واریز شد .

\* برخورد، اختلاف و درگیری: این رویدادها شامل برخوردهایی هستند که به شکل های مختلف جلوه گر می شود و بین افراد، گروه ها، ملت ها و کشورهای مختلف صورت می گیرد. اخبار مربوط به برخوردهای انسانی، فجایع طبیعی، سرقت ها و ... از این جمله می باشند. مثال: دو نفر به علت سقوط بهمین در بلده نور مفقود شدند.

\* استثنا و شگفتی ها: این نوع خبرها از نظر کم سابقه بودن، غیرعادی بودن و عجیب و استثنایی بودن دارای ارزش خبری هستند.

\* بزرگی، فراوانی و تعداد: این ارزش خبری شامل اعداد و ارقام می شود و هرچه حجم و آمار بیشتر باشد ارزش خبری بیشتر است. مثال: شمار تلفات سیل بهبهان به ۱۱ نفر رسید.

\* مجاورت: برای مخاطبان اطلاع از خبرهای مربوط به محله، شهر، کشور و کشورهای همجوار در اولویت قرار دارد. مجاورت ممکن است به صورت جغرافیایی، معنوی، فرهنگی، هنری و... باشد. مثال: زمین لرزه ای معمولی در یکی از نواحی ایران برای رسانه ها مهم تر از زمین لرزه ای شدیدتر ولی در سایر نقاط جهان است.

\* زمان و تازگی: هرچه زمان وقوع رویداد تا انعکاس خبر کمتر باشد ارزش خبری بیشتر است. در دنیای امروزه رسانه هایی موفق ترند که حاوی اخبار تازه تر و به موقع باشند. مثال: ساعتی پیش یک دانشجوی پسر دانشگاه قم برنده جایزه المپیاد دانشجویی شد .

## ➤ مراحل خبرنگاری

نگارش و تنظیم اخبار، یکی از مهم ترین مراحل کار رسانه های خبری است که به مهارت های ویژه ای همچون تسلط بر موضوع خبر، آشنایی با متون خبر، تندنویسی، درست نویسی، ساده نویسی، روان نویسی، خلاصه نویسی، به گزینی کلمات و عبارات، گزینش مناسب اطلاعات، تعیین حجم مناسب اطلاعات و نوشتن آمار و ارقام نیاز دارد.

## ➤ اهمیت خبرنگاری

“خیر الامور ما اسفر عن الحق” (غررالحکم و دررالکلم ۴۲۸/۳) بهترین کارها تبیین حقیقت است خبرنگار، کسی است که با استفاده از منابع خبری، وظیفه تهیه گزارش کامل و جامع و قابل پخش از یک واقعه را به عهده دارد. از این رو، تربیت و آموزش خبرنگاران و گزارشگران چیره دست، اهمیت بالایی دارد؛ زیرا در حقیقت، خبرنگاران از مهم ترین منابع تأمین اخبار دست اول رسانه به شمار می آیند. خبرنگار به عنوان چشم بیدار و هوشیار جامعه در دستیابی به حقایق و واقعیت ها رسالتی بس خطیر بر عهده دارد و کانون این اهمیت صداقت و قابل اعتماد بودن خبرنگار و رسانه است . اصل دوم نشست چهارم یونسکو در سال ۱۹۸۳ از مجموعه اصول بین المللی اخلاق حرفه ای در خبرنگاری اینچنین می گوید : بارزترین وظیفه خبرنگار این است که با رعایت حق مردم برای دستیابی به اطلاعات معتبر و درست، شرافت حرفه ای خود را در خدمت واقعیت عینی قرار دهد .

## ویژگی ها و مهارت های خبرنگاری

۱. شمه خبری: خبرنگار باید دیدی قوی و قوه تشخیص نیرومندی داشته باشد.
۲. در مسیر خبر بودن: خبرنگار باید راه های خبرگیری و زمان مناسب آن را خوب بشناسد.
۳. تخصص: هر خبرنگار با توجه به تخصص خود، در یک یا چند حوزه خبری به گردآوری خبر می پردازد. او همواره باید بکوشد در حوزه فعالیت خود، سطح آگاهی بالایی داشته باشد.
۴. ارتباط با مردم: خبرنگار باید پیوسته با مردم ارتباط داشته باشد و خواسته ها و دیدگاه های آنها را در گزارش های خود بازتاب دهد.
۵. تعهد در برابر مردم و مصالح جامعه: خبرنگار باید در مورد اجتماع و حفظ مصالح و منافع مردم متعهد باشد.
۶. روابط اجتماعی مناسب: خبرنگار لازم است از صفات صمیمیت، متانت، تفاهم و حسن نیت و از همه بالاتر، جلب اعتماد و رازداری برخوردار باشد.
۷. سرعت عمل: در وسایل ارتباط جمعی، زمان در درجه اول اهمیت قرار دارد. عوامل تهیه و تنظیم خبر، باید کارهای خود را با در نظر گرفتن زمانی که در اختیار دارند، تنظیم کنند.
۸. خلاقیت و به گزینی: هنر خبرنگاران، شناخت تنوع قلمروهای خبری و انتخاب بهینه از میان آنهاست و اینجاست که خلاقیت و ابتکار، حرف اول را می زند.

## اخلاق خبرنگاری

- برخی ویژگی های اخلاقی خبرنگار عبارت است از :
۱. احساس مسئولیت اجتماعی: این اصل، بیان کننده وظایف اجتماعی خبرنگاران است.
  ۲. صداقت و واقع نمایی: خبرنگار باید هر چیز را آن طور که هست، بنگرد و بکوشد آن را همان طور که دیده است، بیان کند.
  ۳. "صدق القول ما طابق الحق" (غررالحکم و دررالکلم ۴۰۱/۲) راست ترین گفتارها آن است که با حقیقت منطبق باشد.
  ۴. خبر برای همه: خبرنگار نباید مردم را از داشتن اطلاعات مفید موردنیازشان محروم کند یا این اطلاعات را تنها در اختیار گروه ویژه ای از مردم قرار دهد.
  ۵. رعایت عدالت و انصاف: موضع گیری خبرنگار یا بنگاه خبری درباره خبر باید بر اساس حق باشد.
  ۵. سودمندی و فایده رسانی: خبررسانی، ماهیتی آموزشی دارد و خبرنگار به حکم وظیفه اخلاقی و اجتماعی خود باید مروّج خوبی ها باشد و به انتشار خبرهای سودمند بپردازد.

**بخش دوم :**

**آشنایی با خبر و خبرنگاری**

**دوره راهنمایی**

## باسمه تعالی

### مقدمه

رسانه به عنوان واسطه بین مردم و واقعیتها و رویدادها بایستی آینه وفادار رخدادهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و ... باشد. خبرنگار و رسانه در حقیقت امانتدار مردم در دستیابی به اطلاعات هستند و باید این امانت را به خوبی ادا کنند. حق مردم در جامعه اسلامی بر رسانه ها این است که از اخبار مفید، لازم و منطبق با مصالح جامعه برخوردار باشند.

قرآن کریم نیز دستور می دهد: "ان الله یامرکم ان تؤدوا الامانات الی اهلها ...". (نساء، آیه ۶۱) خداوند به شما دستور می دهد که امانتها را به اهل آن باز گردانید. امام موسی کاظم علیه السلام در رهنمودی امانتی را که مردم بر گردن رسانه ها دارند اینگونه بیان می دارند: "ان من واجب اخیک ان لاتکتبه شیئاً تنفعه به لامر دنیا و آخرته" (بحار الانوار، جلد ۷۸، ص ۳۳۲) از جمله حقوق برادر مؤمن تو بر تو این است که او را از آنچه به مصلحت امر دنیا و آخرتش است آماده کنی و (اخبار و اطلاعات مفید را) از او نپوشانی.

قرآن کریم خود ترغیب می کند که مردمان اطلاعات گوناگون را در اختیار داشته باشند و با کنار هم گذاشتن اطلاعات مختلف خود به قضاوت صحیح بپردازند: "فبشر عباد الذین یستمعون القول فیتبعون احسنه" (زمر، ۱۸) به آن بندگان من که اقوال مختلف را می شنوند و بهترین آنها را بر می گزینند و مورد تبعیت قرار می دهند بشارت ده .



## ✚ تعریف خبر

تعاریف متعددی برای خبر بیان شده است که در اینجا فقط به دومی اشاره می شود :  
خبر اعلام و بیان وقایع جالب زندگی اجتماعی و نقل عقاید و افکار عمومی است .  
خبر گزارش ساده ، خالص ، مناسب ، دقیق و خلاصه رویدادها ، گفته ها و اندیشه ها است.

## ✚ عناصر خبر

عناصر شش گانه خبر عبارتند از: که ، کی ، کجا ، چه ، چرا ، چگونه  
یک خبر درست باید دارای عنصرهای شش گانه فوق الذکر باشد و باید دقت کرد که مخاطب بتواند پاسخ به این پرسشها را خود بیابد.  
که: نشان دهنده انسانها ، جانوران ، سازمانها و یا چیزهایی است که در رویداد حضور و یا دخالت دارند و یا رویداد به گونه ای با آنان در ارتباط است .  
کی : نشان دهنده زمان و هنگام رویداد است.  
کجا : نشان دهنده مکان رویداد است که علاوه بر موقعیت محل باید فاصله آن را با نقاط مهم دیگر ( مرکز استان ، مرکز کشور، ... ) بیان کند.  
چه : نشان دهنده موضوع آنچه که رویداد را تشکیل می دهد است.  
چرا : نشان دهنده انگیزه ای است که پدید آورنده رویداد می باشد.  
چگونه : نشان دهنده چگونگی رویداد است و ترتیب و کیفیت آن را مشخص می کند.  
نکته مهم این که باید در متن خبر درباره عناصر خبری نهفته در خبر توضیح مناسب و شایسته را داد و در صورتی که یکی از عنصرهای خبر مورد تردید و یا ابهام باشد این کمبود را در خبر بیان کرد .

## ✚ عوامل یک خبر

- ۱- اعلام واقعه: یک واقعه زمانی جنبه خبری پیدا می کند که آشکار شود و دیگران از آن مطلع شوند.
- ۲- نخستین بیان: بعد از آشکار شدن خبر باید چگونگی وقوع آن بیان شود تا کنجکاوی مخاطبان را ارضاء نماید.
- ۳- واقعه عینی: خبر باید با واقعیت همراه باشد و فاقد افسانه پردازی می باشد.
- ۴- جالب بودن واقعه: خبرنگاران باید نیازمندیها و علاقه های مخاطبان را در نظر بگیرند.
- ۵- عمومی و اجتماعی بودن واقعه: خبر باید جنبه عمومی داشته باشد و در زندگی اکثریت مردم تأثیر بگذارد.

## ✚ مفاهیم اساسی در خبر نویسی

- ۱- درستی و صحت خبر: خبر باید درست و بر مبنای یک گزارش عینی باشد و گر نه قصه نویسی است و باید به همان شکلی که اتفاق افتاده است ، نوشته شود نه به آن صورت که خبرنگار می خواهد.
- ۲- صراحت و روشنی خبر: خبر باید واضح و از ابهام و کنایات به دور باشد و هنر خبرنگار در این است که اطلاعات صحیح را در زمانی که جمع آوری کرده و به بهترین نحو تنظیم نماید و به مخاطبان انتقال دهد.
- ۳- جامع و کامل بودن خبر: خبر باید طوری تهیه و تنظیم شود که هیچ سوالی برای خواننده بی پاسخ نماند و خبرنگار خود را به جای مخاطب قرار دهد و اگر سوال و ابهام داشته باشد برطرف کند و با جامعیت در اختیار مخاطبان قرار دهد و به پرسشهای مربوط به عناصر خبر به طور کامل پاسخ داده شود.

## چگونگی کسب خبر

- کسب خبر را می توان در ۴ مرحله خلاصه نمود که عبارتند از: ۱- دریافت خبر ۲- جمع آوری خبر ۳- کشف خبر ۴- تحلیل و تحقیق خبر
- ۱- دریافت خبر: این خبرها بدون مداخله خبرنگار به مطبوعات می رسد مثل اعلامیه های دولتی، گزارش مصاحبه ها و کنفرانس مطبوعاتی
- ۲- جمع آوری خبر: خبرنگار باید به جستجو و جمع آوری خبر بپردازد. مثل: خبرهای مربوط به محصول های صنعتی، فعالیتهای عمرانی و اقدامات نوسازی اگر خبرنگار برای تهیه خبر مراجعه نکند مسئولان آن هیچ وقت مستقیماً برای انتشار آن در مطبوعات پیش قدم نمی شوند.
- ۳- کشف خبر: در برخی موارد اخبار محرمانه و مخفی است یعنی نه تنها خبر ابهام دارد بلکه دارنده خبر به علل خاص خبرنگار را از دست یافتن بدان باز می دارد بدین طریق خبر را عملاً منکر می شود در این حالت خبرنگار موظف است خبر را کشف کند و در اختیار روزنامه نگار بگذارد مثل: اخبار سیاسی - قضائی
- ۴- تحلیل و تحقیق خبر: زمانی که برای کسب خبر منابع مستقیم وجود ندارد و خبرنگار می تواند با بررسی دقیق اخبار موجود و مقایسه آنها با یکدیگر به یک خبر مهم دست یابد خبرنگار این خبرها را باید با احتیاط منتشر کند تا از لحاظ صحت عمل، انتقادی بر آن وارد نباشد.

## ارزش های خبر

- تعریف ارزش خبری: برای تشخیص اینکه چه رویدادی ارزش تهیه گزارش را دارد نیاز به معیارهای است که بتوان وقایع یا رویداد را ارزش یابی و گزارش جامعی از آن رویداد برای مخاطبان تهیه کرد این معیارها گاه به تنهایی یا با ترکیب با یکدیگر یک واقعه را پدید می آورند. ارزش های خبری خود به انواع مختلفی تقسیم بندی می شوند که عبارتند از: ۱- ارزش دربرگیری (وسعت) ۲- ارزش شهرت ۳- ارزش بزرگی ۴- ارزش برخورد و تضاد ۵- استثناء و شگفتی ۶- ارزش تازگی ۷- ارزش مجاورت
- ۱- دربرگیری: یعنی بر روی تعداد زیادی از افراد جامعه تأثیر در زمان حال و آینده داشته باشد ارزش دربرگیری ممکن است به منفعت یا ضرر افراد جامعه باشد و این منفعت یا ضرر هم می تواند به صورت مالی و معنوی باشد. ارزش در برگیری می تواند تأثیر مستقیم یا غیر مستقیم بر روی افراد جامعه داشته باشد.
- ۱-۱- منفعت:
- مادی: مثال: شهریه دانشگاه آزاد اسلامی کاهش یافت.
- ۲-۱- ضرر:
- مادی: مثال: شهرینه دانشجویان دانشگاه آزاد افزایش یافت
- معنوی: مثال: مدرک دانشگاه آزاد اعتبار ندارد (چون پول خرج می کنیم)
- ۱-۳- تأثیر مستقیم: مثال: وزارت نفت اعلام کرد قیمت بنزین افزایش یافت. (تأثیر مستقیم دارد برای اشخاصی که ماشین دارند)
- ۱-۴- تأثیر غیر مستقیم: مثال: وزارت نفت اعلام کرد قیمت بنزین افزایش یافت. (تأثیر مستقیم دارد برای کسانی که ماشین ندارند)
- ۱-۵- تأثیر در زمان حال و آینده: مثال: تعویض گذرنامه- تعویض شناسنامه

۲. شهرت: اشخاص حقیقی و حقوقی و حتی برخی از اشیاء هر گاه به خاطر فعالیتها و معروفیتشان در جامعه ملی و فرا ملی شناخته شده باشند ارزش خبری دارند شهرت ممکن است بار معنایی منفی و مثبت داشته باشد. مثال: بار منفی: صدام بار مثبت: پاستور که واکسن را اختراع کرد.

۳. بزرگی: این ارزش خبر به اعداد و آمار مربوط می باشد هر چقدر وزن و تعداد نفر بیشتر باشد ارزش خبر بیشتر است. مثال: مانند زلزله از نظر ریشتر و تعداد کشته ها

۴. برخورد و تضاد: شامل برخورد بین گروهها، افراد، ملتها و حیوانات با یکدیگر در طبیعت برخورد ممکن است به صورت فیزیکی (جسمانی مانند: نیروهای آمریکای به شمال عراق حمله کردند) یا فکر (ایدئولوژی مانند: رییس جمهور آمریکا در نطقی به ایدئولوژی مارکسیسم حمله کرد و آن را بی اساس خواند)

۵. ارزش استثناء و شگفتی: یعنی رویدادهای استثنائی را شامل می شود دلیل اهمیت جالب بودن واقعه و تحریک حس کنجکاوی مخاطبان می باشد. مانند: خانمی که با دو سگ رانندگی می کند

۶. ارزش مجاورت: رویدادی که بر اساس اهالی یک منطقه خبر است برای منطقه دیگر ارزش خبری یکسان ندارد هم ارزش جغرافیای داشته و هم ارزش معنوی

۷. ارزش تازگی: هر چقدر خبر تازه تر باشد و در زمان کم تهیه شود و به مخاطبان انتقال یابد دارای ارزش زمان می باشد دیر مخابره کردن خبر ممکن است اعتبار و حیثیت موسسه خبری را زیر سوال ببرد بنابر این اگر خبری را خبرنگار با تلاش فراوان تهیه کرده و به موقع مخابره نشود ارزش تازگی خود را از دست می دهد چون رقبا در صدد بهره برداری از کمترین فرصت هستند تا کسب اعتبار و جلب مخاطب نمایند.

## اهداف سبک های خبری

اهداف سبکهای خبری را می توان در چهار مورد خلاصه نمود:

۱. اثر گذاری بر مخاطب

۲. کمک به مخاطبان برای فهم راحت تر (تسریع در فهم)

۳. تسریع در انتقال اطلاعات

۴. ترغیب و تشویق مخاطب برای تعقیب اخبار

## اهمیت سبک های خبری

هدف اصلی سبک ها اثر گذاری، تسخیر اذهان مخاطبان و جلب توجه آنان است . بنابراین همانند قواعد عرضه کالاها در اینجا نیز باید جلب مشتری مد نظر باشد . باید بعد از مراحل شناخت خبر ،اطلاعات جمع آوری شده در مرحله دوم با بسته بندی جذاب ،جالب و درعین حال کوتاه و ساندویچی و پر محتوی به مخاطب عرضه شود . در غیر این صورت زحمات مراحل قبل هدر می رود .

## ویژگیهای سبک های خبری

سبکهای خبری بایستی ویژگیهای زیر را دارا باشند:

۱. سادگی

۲. ضرب داشتن

۳. جامع بودن

۴. دقیق و صحیح بودن

۵. خلاصه و کوتاه بودن ( ارائه ساندویچی اطلاعات )

۶. رنگ داشتن

۷. تازگی

۸. داشتن ارزش های خبری

۹. ترغیب و تشویق کنندگی

۱۰. اثرگذار ی

۱۱. تناسب داشتن با نیاز مخاطبان و هویت رسانه و دوری از تشریفات و...

## عوامل موثر در انتخاب سبک های خبری

عوامل زیادی در انتخاب سبکهای خبری تاثیر گذارند که مهمترین آنها را می توان به صورت زیر برشمرد:  
۱. ارزش های خبری : بیشتر خبرهای که دارای ارزش خبری عجیب و استثنا هستند ، ظرفیت این را دارند که به سبک پایان شگفت انگیز تنظیم شوند .

۲. موضوع و نوع خبر : موضوعات سیاسی، اجتماعی ، علمی و اقتصادی حساس بیشتر به سبک تاریخی تنظیم می شوند. موضوعات حوادثی بیشتر به سبک تاریخی همراه با لید و موضوعات عادی و روزانه سیاسی ، اقتصادی و اجتماعی و سخت خبرها معمولا به سبک هرم وارونه تنظیم می شوند .

۳. مخاطبان : طرفداران حوادث و افراد ماجراجو و جوانان بیشتر به سبک های پایان شگفت انگیز و تاریخی همراه با لید علاقمند هستند اما علماء ، افراد متخصص ، پزشکان و ... بیشتر به خاطر کامل بودن نسبی خبرها در سبک تاریخی به این سبک گرایش دارند . مسئولان و افرادی که کم حوصله و پرمشغله هستند به سبک هرم وارونه علاقه مند هستند.

۴. بخش های خبری : بخش های خبری طولانی این امکان را دارند که خبرها را طولانی تر و به سبک تاریخی پخش کنند اما بخش های خبری با مدت زمان کم مثل ده یا پانزده دقیقه برای پخش خبرهای بیشتر در مدت زمان کمتر بیشتر خبرها را به سبک هرم وارونه ارائه می دهند.

۵. نوع رسانه : هفته نامه ها ، ماهنامه ها و فصل نامه ها بیشتر سبک تاریخی یا تاریخی همراه با لید گرایش دارند .  
۶. دفعات انتشار: رسانه های که فاصله بین انتشار و پخش آنها طولانی است (هفته نامه ها و...) بیشتر از سبک تاریخی استفاده می کنند

## انواع سبک های خبری

سبکهای مختلف خبری عبارتند از: سبک تاریخی ، هرم وارونه ، تاریخی همراه با لید ، تشریحی، بازگشت به عقب ، پایان شگفت انگیز و دایره ای

### ۱. سبک هرم وارونه ( Inverted Pyramid ) ؛

در سبک هرم وارونه قاعده هرم حاوی جذابترین ، و در بسیاری از مواقع، حاوی مهمترین بخش خبر (به شکل نگاه کنید) است و نوک آن \_ بخش انتهایی \_ حاوی بی اهمیت ترین بخشهای ماجراست.  
در واقع در سبک هرم وارونه مطالب با توجه به میزان اهمیت آنها از بالا به پایین تنظیم می شوند .  
گفتنی است که تعیین چگونگی پاگرفتن این سبک خبرنگاری یک علت تاریخی مطرح می کنند گفته می شود که اختراع تلگراف بیشترین تأثیر را بر شکل گیری و تکوین سبک هرم وارونه گذاشت. پس از کشف تلگراف، روزنامه

نگاران و به ویژه روزنامه نگاران آمریکایی، هنگام بروز جنگ داخلی در آمریکا به هنگام مخابره خبر از ترس قطع ارتباط تلگرافی اصل مطلب را ابتدا مخابره می کردند و سپس اگر ارتباط قطع نمی شد، سایر جزئیات خبر را مخابره می نمودند. در هر حال، همانگونه که گفته شد، پاراگراف اول در سبک هرم وارونه اصلی ترین بخش مطلب را در خود جا می دهد و سایر پاراگرافها به ترتیب اهمیت به دنبال پاراگراف اول می آیند. این توالی و چیدن مضامین و به عبارت بهتر ، طبقه بندی مضامین، در عین حفظ رابطه منطقی میان اجزای خبر باید از مهمترین و اصلی ترین اجزای اطلاعات به طرف بی اهمیت ترین بخشهای مطلب صورت پذیرد. تأکید این نکته ضروری است که سبک هرم وارونه عمدتاً به دو منظور مورد استفاده قرار می گیرد و مقبولیت دارد که عبارتند از: شیوه طبیعی نقل وقایع (چنانکه مردم درخبر دهی به یکدیگر از همین شیوه وسایق پیروی می کنند) و مشخص شدن سریع تکلیف خواننده با متن (خواننده به محض خواندن پاراگراف نخست، اگر تمایلی به خواندن موضوع حس کند، بقیه مطلب را خواهد خواند و به این ترتیب وقت او تلف نخواهد شد).

### • مزایای تنظیم خبر به سبک هرم وارونه

الف- چونکه اصل مطلب درپاراگراف اول می آید کار تیتیر زدن هم آسان می شود؛  
ب- اگر به دلیل تراکم مطلب قرار باشد که از متن خبر کاسته شود، حذف پاراگرافهای بعد که حاوی مطالب بی اهمیت تر هستند، امکان پذیر است. مزیت دیگر سبک هرم وارونه این است که به سبب اختصار و ایجازی که دارد، جای کمتری در روزنامه می گیرد و به این ترتیب جا برای سایر خبرها باز می شود و این امر به تنوع مضمونی روزنامه کمک می کند ضمن اینکه خبرهای بلند و طولانی اساساً خوانندگان کمتری دارند. در میان روزنامه نگاران این یک اصل پذیرفته شده است که افزایش پاراگرافها با تعداد خوانندگان دقیقاً رابطه معکوس دارد یعنی که هر چه تعداد پاراگرافها بیشتر شود خوانندگان آن کمتر خواهند شد. صفحه آرایان هم از مطالبی که با سبک هرم وارونه تنظیم می شوند، بیشتر استقبال می کنند زیرا که این اخبار هم در هنگام تراکم مطلب، قابل کوتاه شدن هستند و هم به زیبایی صفحات کمک می کنند هر چند که بستن صفحات با خبر های کوچک برای صفحه آرایان دشوار تر است.

### • معایب سبک هرم وارونه

- خبر نگار به خاطر قدرت مانوری که این سبک از نظر جابه جایی عناصر خبری به او می دهد، قادر به اعمال نظر می شود؛

- خواننده چونکه اصل مطلب را در پاراگراف نخستین خبر، خوانده است، ممکن است که از مطالعه بقیه خبر منصرف شود - آنچه در پارگراف اول ( لید ) آمده است، دوباره درخبر تکرار می شود.

### • کاربرد سبک هرم وارونه

روزنامه نگاران از سبک هرم وارونه برای تنظیم خبر های مربوط به سمینارها، سخنرانیها و اخبار روزمره بهره می گیرند .

### • یک نمونه برای تنظیم خبر به سبک هرم وارونه

تقاضا برای نفت اوپک در سه ماهه دوم سال میلادی جاری صد هزار بشکه در روز کاهش خواهد یافت. بر اساس تازه ترین گزارش دبیرخانه اوپک، در حالی که تقاضای جهانی برای نفت در سه ماهه اول سال جاری با صد هزار بشکه افزایش به ۶۵/۵۵ میلیون بشکه در روز خواهد رسید، درخواست برای نفت اوپک کاهش خواهد یافت و به سطح ۲۳/۳ میلیون بشکه در روز می رسد. به این ترتیب روند کاهش سهم اوپک از بازار جهانی همچنان ادامه خواهد یافت. میانگین تقاضا برای نفت خام اوپک در سال جاری ۲۴/۶۲ میلیون بشکه در روز پیش بینی شده است که از میانگین سال گذشته کمتر است.

همچنین دبیر خانه اوپک در مورد تقاضای جهانی نفت در سال جاری پیش بینی هایی کرده است.

## ۲. سبک تاریخی (Chronological style) ؛

در سبک تاریخی برخلاف سبک هرم وارونه مطالب به همان صورتی که به لحاظ زمانی تحقق یافته اند و در قالب خبر ارائه می شوند. مطالب را به ترتیب اهمیت نمی آوریم بلکه به ترتیب و نظمی که اتفاق افتاده است آورده می شود فقط بازگو کننده هستیم. در این سبک، روزنامه نگار به داوری نمی پردازد و کاری به این ندارد که کدام خبر یا بخش ماجرا مهم تر است تا آن را در پاراگراف نخست (لید) خبر ارائه کند. بنابراین در سبک تاریخی تا حدود زیادی از اعمال نظر خبرنگار جلوگیری می شود و برخلاف سبک هرم وارونه، مطلب به طرزی کامل تر ارائه می گردد. البته سبک تاریخی هم لید خاص خود را دارد که به صورت مقدمه بر تارک خبر قرار می گیرد اما به این دلیل نمی توان آنرا لید نامید که بیش از حد کلی است و موارد کلی خبر را بیان می کند. از مزایای آن این است که کامل است ولی برای مخاطب از نظر وقت ایجاد مشکل می کند و انتخاب تیترا نیز مشکل می کند در صفحه بندی هم با مشکل مواجه می شویم. البته بیشتر در مورد اخبار حوادث و ورزشی کاربرد دارد. به طور کلی ماجرا با حفظ توالی زمانی بیان می شود

## ۳. سبک تاریخی به همراه لید (Combination Style) ؛

در اینجا به جای مقدمه لید می نویسیم. در این روش لید یک بار دیگر در متن خبر تکرار می شود این سبک، همانگونه که نام آن گواهی می دهد، تلفیقی از دو سبک هرم وارونه و سبک تاریخی است و خاص پوشش دادن به خبرهای شهری و حادثه ای. سبک تاریخی به همراه لید در میان روزنامه نگاران و به ویژه وقتی کسانی که رویدادهای شهری و خبرهای حوادث را پوشش می دهند از جذابیت بسیار بالا برخوردار است. سبک تاریخی به همراه لید در بسیاری از مواقع به ویژه وقتی که از یک بلوغ مضمونی و ساختاری برخوردار شود، شانه به شانه داستان می زند. روزنامه نگاران حرفه ای در سبک تاریخی به همراه لید از هر تکنیکی (برگرفته از نقاشی، سینما، داستان نویسی و...) برای افزودن به کشش دراماتیک این ساخت بهره می گیرند. در این سبک اصل ماجرا به صورت لید ارائه می گردد و سپس با فضا سازی، به تبیین ماجرا پرداخته می شود. البته اگر خبر حوادث کوتاه باشد به سبک هرم وارونه تنظیم می شود و اگر طولانی بوده و اطلاعات ما زیاد باشد به سبک تاریخی با لید تنظیم شود.

## ۴. سبک پایان شگفت انگیز ( Surprise ending ) ؛

سبک پایان شگفت انگیز از سبکهای شیرین خبرنگاری است در این سبک قفل ماجرا در پایان خبر باز می شود و خواننده را شگفت زده می کند طبعاً این سبک به این دلیل پا به عرصه ادبیات روزنامه نگاری گذاشته است که به نیاز نوجویی خواننده پاسخ دهد. البته این سبک نمی تواند برای ارائه هر خبری مورد استفاده قرار گیرد. سبک پایان شگفت انگیز بیشتر در خور رویدادهایی است که خود از چاشنی شگفتی و ندرت برخوردارند و روزنامه نگار برای آنکه این چاشنی را کاملاً کارساز کند، از این سبک بهره می جوید. توصیه می شود که نباید سعی شود که رویدادهای طولانی در قالب این سبک عرضه گردند. برای این کار سبک تاریخی به همراه لید، که به آن پرداختیم، فرصتهای بیشتری را در اختیار نویسنده قرار می دهد. در سبک پایان شگفت انگیز، هم می توان از ایجاز سبک هرم وارونه و هم از فضا سازی خاص سبک تاریخی به همراه لید بهره برد. بیاییم یک ماجرای فرضی را در دو سبک ارائه کنیم. این ماجرای فرضی، که سوژه ای عجیب دارد، در تنظیم اول به سبک هرم وارونه است، عملاً قربانی نگارش شده است، اما در تنظیم دوم

که به سبک پایان شگفت انگیز ارائه شده، کاملاً جذاب و شیرین است، زیرا که ماجرا، مناسب همین سبک پایان شگفت انگیز بوده است .

به عنوان مثال در تنظیم به سبک هرم وارونه داریم:

«جورج» پسر ۱۸ ماهه آقای «آرتور اسمیت» شهردار بیرمنگام از یک حادثه عجیب جان سالم به در برد. جورج در اتومبیل پدرش در بالای یک تپه نشسته بود که ناگهان در پی یک بازیگوشی دنده اتومبیل را خلاص کرد، اتومبیل به پایین تپه سرازیر شد و به شدت به اتومبیل دیگری که در پایین تپه پارک شده بود برخورد کرد. خوشبختانه در این حادثه عجیب، هیچکس آسیب جدی ندید و فقط آقای اسمیت که در صندلی عقب اتومبیل خودش در حال خوردن ساندویچ بود، جراحت ناچیزی برداشت. ضمناً پلیس که کمی بعد به صحنه حادثه رسید، آقای اسمیت را مجبور به پرداخت غرامت کرد .

و در تنظیم با سبک پایان شگفت انگیز خواهیم داشت:

حالا همان خبر را به سبک پایان شگفت انگیز ارائه می کنیم و می بینیم که چقدر زنده تر و شیرین تر ارائه می شود، چونکه عملاً مناسب سبک پایان شگفت انگیز است:

پلیس تصمیم گرفت راننده جوانی را که باعث یک تصادف عجیب شده بود، مجازات نکند.

«جورج» پسر «آرتور اسمیت»، شهردار بیرمنگام، پشت فرمان اتومبیل پدرش که بر بالای تپه ای پارک شده بود، نشسته بود، او بی آنکه قصد قبلی داشته باشد دنده اتومبیل خاموش را خلاص کرد و قبل از آنکه فرصت هیچ واکنشی پدید آید اتومبیل از تپه سرازیر شد و با ماشین دیگری که در پایین تپه پارک شده بود به شدت برخورد کرد .

خوشبختانه در این حادثه عجیب، هیچکس آسیب جدی ندید و فقط آقای «اسمیت» که در صندلی عقب اتومبیل مشغول خوردن ساندویچ بود، جراحت مختصری دید.

پلیس فقط به یک دلیل با این راننده جوان برخورد نکرد: او ۱۸ ماهه بود.

## ۵. سبک بازگشت به عقب

در این سبک خبر گفته شده و بعد به عقب برمی گردیم که این روش خبر را طولانی می کند و امروزه منسوخ شده است در سبک بازگشت به گذشته، که نقطه مقابل سبک تاریخی است، متن خبر با آخرین بخش رویداد شروع می شود و سپس سابقه و پیشینه ماجرا ارائه می گردد. سبک بازگشت به گذشته، که برای هر نوع خبری مناسب نیست، صرفاً به کار ارائه خبرهای نسبتاً کوتاه می آید و باید مراقب بود که مطلب به شکلی عرضه نشود که به درک آن لطمه وارد آید.

## ۶. سبک تشریحی

ما در سبک تشریحی همانطور که واقعه را قسمت به قسمت گزارش می کنیم برای هر بخش از خبر توضیحات کافی حاشیه ای می دهیم. سبک تشریحی بیشتر به کار خبرهایی می آید که درباره آن ها اختلاف نظرهای بسیار وجود دارد. از سبک تشریحی می توان در تنظیم خبرهای بلند و همچنین گزارش نویسی - به ویژه گزارشهای تفصیلی - استفاده کرد.

## اصول خبرنویسی

به گفته ارنست همینگوی نوشتن یک جمله درست سخت ترین کار دنیاست .

۱. مفاهیم اساسی خبر نویسی عبارتند از : درستی ، روشنی و جامعیت خبر
۲. خبر باید درست ، کامل ، ساده ، روان و به زبان مردم عامی و در جمله های کوتاه نوشته شود .
۳. خبر باید فاقد واژه ها و عبارتهای دشوار و دور از ذهن باشد.

۴. خبر باید بیشترین اطلاعات را در کوتاه ترین متن ارائه کند تا علاقه مندان در کمترین فرصت بیشترین بهره را از آن ببرند.
۵. خبر باید به گونه ای تنظیم شود که بخشهای مختلف آن (تیترو لید و متن) با یکدیگر هماهنگی و تطابق لازم را داشته باشند.
۶. خبر باید اطلاعات مورد نیاز خوانندگان را در بر داشته باشد.
۷. در خبر نباید پاراگراف ها را با یک عبارت تکراری آغاز کرد.
۸. به هنگام به کار بردن نام افراد ، سازمانها در خبر ، آنچه مهم است آگاهی مخاطب از مقام و ملیت و جنسیت فرد است و دانستن نام و نام خانوادگی برای مخاطب ارجحیت ندارد و برای آن که شناسایی به خوبی صورت گیرد ، باید در بار اول ، به ترتیب به نام و نام خانوادگی ، مقام اجتماعی و نام کامل سازمان اشاره شود و در پاراگرافهای بعدی با توجه به متن خبر از مشخصات بعدی استفاده کرد.
۹. در خبر باید از کاربرد عنوانهای تحصیلی (دکتر،مهندس)عنوان های آداب منشانه (آقا، خانم، تیمسار، جناب ) خودداری شود.
۱۰. برای تهیه و نگارش یک خبر خوب و کامل تکیه برحافظه کافی نیست ، بلکه از آغاز تا پایان تهیه گزارش باید یادداشت برداری شود و پس از دوباره خوانی ، تکمیل و اصلاح متن ، خبر به صورت دقیق تنظیم گردد. بنابراین قلم ، کاغذ ، ضبط صوت و دوربین عکاسی از لوازم ضروری تهیه خبر است .
۱۰. برای تهیه خبرهای کامل ، جامع و تازه باید همواره با مردم در تماس بود و نیازهای جامعه را شناخت .
۱۱. همواره پس از تنظیم خبر باید دوباره خوانی خبر صورت گیرد ، تا هرگونه ابهام احتمالی رفع شده و از جامع و کامل بودن و صحیح بودن خبر اطمینان حاصل شود.
۱۲. نویسنده خبر باید به دستور زبان و آیین نگارش فارسی مسلط و به فرهنگ غنی ایرانی و اسلامی جامعه آشنایی کامل داشته باشد.
۱۳. برای موفقیت در عرصه خبرنگاری، نویسنده خبر باید آگاهی های سیاسی، فرهنگی ، اجتماعی ، اقتصادی و دینی خود را افزایش دهد.
۱۴. توجه به تازگی و اهمیت سرعت در تهیه خبر و از ضروریات حرفه خبرنگاری است . ولی بهانه سرعت در کار توجیه مناسبی برای بی دقتی در نگارش خبر نیست .
۱۵. مشاهده غلط املائی و انشایی در خبرنگاری به هیچ وجه پذیرفتنی نیست .
۱۶. نامهای خارجی ، نامهای خاص ، عبارات علمی و نقل قول از دیگران را در متن خبر باید داخل گیومه نوشت.
۱۷. در نگارش نام های خاص و عام به ویژه اسامی خارجی دقت در نگارش شرط لازم و یکسان نویسی نامها شرط کافی است .
۱۸. خبرهای جالب از رویدادهایی که به نظر دیگران عادی و کم ارزش می آیند ، به وجود می آید.
۱۹. هرچه اهمیت موضوع خبر بیشتر و هراندازه علاقه متقاضیان برای آگاهی از خبر بیشتر باشد، باید خبر را مشروح تر نوشت.
۲۰. خبر نادرست به جای پاسخ گویی به نیاز متقاضیان چند پرسش جدید را مطرح کرده و آنها را نیز بی پاسخ می گذارد.
۲۱. رفتار شایسته و منطقی و آراستگی ظاهری هنگام تهیه خبر تاثیر بسیاری بر روی منبع خبر دارد.
۲۲. فرد حقیقی و یا حقوقی که خبر از او سرچشمه می گیرد را منبع خبر می گویند.
۲۳. تا حد امکان در خبر باید به نقل قول مستقیم پرداخت و باید تلاش کرد تا انتقال مفهوم پیام و مطلب بر منبع خبر



استوار شود.

۲۴. سابقه خبر یعنی توضیح دادن در خصوص گذشته و پیشینه خبر که معمولاً در پاراگراف آخر و پس از ارائه مطالب جدید می آید،

ذکر این سابقه کمک شایانی در درک بهتر خبر برای مخاطب خواهد داشت و برای اتصال سابقه به متن خبر از واژه های کلیشه ای نظیر گفتمنی است، شایان ذکر است و ... استفاده می شود.

۲۵. در نگارش خبر باید مقیاسهای متری، میزان و بهای کالاها، درجه ها و درصدها، آمارها، رتبه ها، ساعت و تاریخ، روزها و صفحه کتابها و مانند آن را باید با عدد نوشت.

۲۶. شماره یک و کسر کمتر از یک را باید با حروف نوشت. ( شماره های ۲ و ۱۰ را می توان هم با حرف و هم با عدد نوشت. )

۲۷. رعایت نشانه گذاری فارسی در تنظیم و نگارش خبر الزامی است.

## ویژگی های خبرنگار

**خبرنگار کیست؟** کسی است که به اتکا به ذوق و استعداد شخصی پس از گذراندن دوره آموزش تخصصی وظیفه تهیه و جمع آوری و تنظیم اخبار و انتقال آن از طریق وسایل ارتباط جمعی (مطبوعات- رادیو- تلویزیون- خبرگزاری) به مخاطبان را به عهده دارد.

خبرنگار به عنوان چشم بیدار و هوشیار جامعه در دستیابی به حقایق و واقعیت ها رسالتی بس خطیر بر عهده دارد و کانون این اهمیت صداقت و قابل اعتماد بودن خبرنگار و رسانه است. اصل دوم نشست چهارم یونسکو در سال ۱۹۸۳ از مجموعه اصول بین المللی اخلاق حرفه ای در خبرنگاری اینچنین می گوید: بارزترین وظیفه خبرنگار این است که با رعایت حق مردم برای دستیابی به اطلاعات معتبر و درست، شرافت حرفه ای خود را در خدمت واقعیت عینی قرار دهد. به طور کلی خبرنگار در محل وقوع رویدادها، چشم و گوش رسانه و چشم و گوش مردم است. او باید با استفاده از ویژگی های خدادادی و نیز خصوصیتی که در دوره های آموزشی دیده، به کشف حقیقت ها پردازد و آن را در کمترین زمان به مخاطبان خود برساند. گاه خبرنگاران تیزهوشی پیدا می شوند که با توجه به حوادث پیش آمده و نیز تجربه های گذشته، به پیش بینی حوادث آینده می پردازند و به مردم، در مورد منافع ملی، اعتقادات و نیز فرهنگ حاکم هشدارهایی می دهند. خبرنگار خوب، خبرنگاری است که از خطر کردن نهراسد و همواره به دنبال کشف حقیقت باشد

**ذوق و استعداد:** یکی از مهم ترین ویژگی های خبرنگار، داشتن عشق و علاقه و قریحه خبرنگاری است. بر این اساس، کسی باید وارد عرصه جذب و در عین حال پر مخاطره خبرنگاری شود که ضمن داشتن این استعداد ذاتی، از هنر واژه گزینی، شمّ خبری، حوصله زیاد و نگاه موشکافانه و دقیق نیز برخوردار باشد و با پرهیز از احساسات، بکوشد رویدادها را همان طور که اتفاق افتاده منتشر کند، نه آن طور که خود می خواسته اتفاق بیفتد.

سرعت در تصمیم گیری و انتقال سریع خبر، از ویژگی های اساسی خبرنگاری است. حساسیت کار اطلاع رسانی، نیاز مخاطبان به دانستن سریع و به موقع خبرها برای اتخاذ تصمیم درست و نیز افزایش رسانه ها و رقابت میان آن ها، بر ضرورت «سرعت» در کار خبررسانی افزوده است. کمترین تعلل در انعکاس سریع رویدادها، به کاهش اعتبار رسانه و در ادامه، مرگ رسانه و بی خاصیت شدن آن می انجامد. البته باید توجه داشت که هیچ گاه نباید سرعت انتشار را جانشین صحت و درستی خبر کرد؛ زیرا دروغ پراکنی، در نهایت به ضرر کمپانی خبری خواهد بود و اعتماد مخاطبان را به رسانه کاهش خواهد داد.

در خصوص حق طلبی خبرنگار نیز باید گفت پیامبر خدا صلی الله علیه و آله در حدیثی فرموده است: «حق را بگو و در راه خدا از ملامت هیچ ملامت گری نهرا». ویژگی حق محوری، حق طلبی و حق گوئی، از مهم ترین ویژگی های یک خبرنگار موفق و خداترس است. در مقابل، سخن چینی، بدگوئی و به جان هم انداختن مردمان، از ویژگی های نکوهیده ای است که هر انسان عاقلی از آن ها بیزاری می جوید. پس چه نیکوست که صاحبان بنگاه های خبری و نیز خود خبرنگاران، همواره به دنبال واقعیت باشند و از جنجال آفرینی و بد کردن مردم با هم بپرهیزند .

## 🚩 صفات خبرنگار

- ۱- شم خبری: عده ای معتقداند که استعداد و شم خبری ذاتی می باشد مثل کسی که نقاشی می کند ولی در عمل ثابت شده ، این امر ذاتی نبوده و فنی است و بر اساس تمرین و تکرار باعث بالا رفتن استعداد و شم خبری می شود.
- ۲- در مسیر بودن خبر: یعنی در جریان رویداد قرار گرفتن می باشد.
- ۳- لزوم تخصص: روزنامه نگاری یک رشته تخصصی می باشد و در گذشته به این شکل نبوده و اکنون تخصصی شده است مثلاً یک خبرنگار هنری باید مکاتب سینمایی را بشناسد.
- ۴- تماس با مردم: تا زمانی که خبرنگار با مردم تماس نداشته باشد نیازها و افکار مردم را نمی توان دریافت کند . خبرنگار زمانی می تواند نیاز مردم را بشناسد که با مردم ارتباط داشته باشد .
- ۵- ایجاد صمیمیت: خبرنگار نمی تواند بدون صمیمیت و دوستی خبر تهیه کند پس باید اعتماد طرف مقابل را جلب نماید.
- ۶- نگهداری نشانی منابع خبری: خبرنگار باید دفترچه خاصی داشته باشد که مشخصات تمام منابع خبری را بنویسد تا در مواقع ضروری به آنها دسترسی یابد.
- ۷- بررسی اسناد و مدارک: هر خبرنگاری در حوزه ای که کار می کند باید اسناد و مدارک مخصوص آن را داشته باشد. مثلاً اگر خبرنگار مالی هستیم در مورد مالیاتها و هر آنچه که مربوط به آن میشود ، در جریان امر قرار بگیریم.
- ۸- تکمیل معلومات عمومی: خبرنگار باید در حال تکمیل معلومات خود باشد از طریق اینترنت مطبوعات مختلف – کتاب
- ۹- سرعت و عمل: سرعت و عمل در کار خبری بسیار مهم می باشد و خبرنگار باید خبر را در فرصت اولیه به تحریریه برساند.
- ۱۰- رعایت بی طرفی: خبرنگاری که به نوعی بی طرفی را نقص کند اعتماد از او سلب می شود.
- ۱۱- رفتار اجتماعی مناسب خبرنگار: خبرنگار باید ظاهری آراسته، مرتب و رعایت ادب و نزاکت را داشته باشد .

**بخش سوم :**

**آشنایی با خبر و خبرنگاری**

**دوره متوسطه**

## باسمه تعالی

### مقدمه

در روزگاری که موبایل هم تلفن همراه است، هم دوربین عکاسی، هم ضبط صوت هم دفترچه یادداشت هم مرورگر وب و... خودکار هم قلم نوشتن است هم چراغ مطالعه دارد هم صدا ضبط می کند... یک پرینتر هم زیراکس می گیرد هم اسکن می کند هم چاپگر است...  
در روزگاری که رقابت صنعت ها بر سر کاربرد بیشتر گرفتن از تولیدات است. انسان هم موظف است که خود را به فنون و کاربردهای مختلف مجهز کند. در این میان یکی از فنونی که به نظر می رسد می بایست امروز بیش از گذشته به آن توجه کرد، رسانه و مهارت های بکارگیری آن است.

### تعاریف

- خبر: گزارش علمی از واقعیت ها است که یک یا چند ارزش خبری داشته باشد و تحت تاثیر عوامل درون سازمانی (خبرنگار، مدیر، سردبیر، سیاست های نشریه و...) و عوامل برون سازمانی (مردم و مخاطبان، صاحبان آگهی ها، گروههای فشار و قوانین ومقررات مطبوعاتی) شکل گرفته باشد. اعلام و بیان وقایع جالب زندگی اجتماعی و نقل عقاید و افکار عمومی است.  
- تفسیر یا اظهار نظر: عبارت است از قضاوت و اظهار نظر عقاید افراد درباره وقایع اجتماعی.  
- تعریف تشریح: بیان مفصل و شرح عناصر عینی و چگونگی واقعه را آشکار می سازد.  
- تفاوت خبر، تفسیر و تشریح خبر: هیچ حقی نداریم در خبر دخل و تصرف کنیم و بایستی عین واقعه را بیان کنیم و یک خبرنگار باید وقایع را بی طرفانه، بدون غرض منتقل کند.  
- تفسیر: مفسر یا نویسنده درباره رویدادی که احتمالاً خبر آن جداگانه منتشر شده اظهار نظر می کنند و در نوشته هایش استنباط، اندیشه و قضاوت شخصی خود را بیان می کند می تواند از نظریه دیگران که مورد قبول اوست استفاده کند. در تفسیر نویسنده ممکن است موضوعی را رد یا از آن حمایت کند به طور کلی تفسیر در رده بندی مقاله های روزنامه نگاری قرار می گیرد و نظر نویسنده در مورد یک رویداد است و در آن به عنصر خبری چرا پاسخ داده می شود.  
- تشریح خبر: منظور بیان مفصل و مشروح عناصر عینی و واقعه یک رویداد که خبرنگار حقی ندارد نظرات شخصی خود را در آن بیان کند در واقعه به عناصر چرا و چگونه تواماً پاسخ می گوید.

### عناصر خبری

عناصر خبری را می توان در غالب سوالاتی بررسی نمود که هر یک بیانگر بخشی از اطلاعات انتقال یافته می باشند.  
این سوالات عبارتند از:

۱. کجا؟ (WHERE)

هر رویدادی از وجه مکانی برای خودش یک محل وقوع دارد. عنصر کجا از آنجا که محل رویداد را مشخص می کند از اهمیت برخوردار است. همان طور که در قسمت ارزشهای خبری بیان شد، عنصر کجا از لحاظ مجاورت در دو شکل جغرافیایی و معنوی بروز می کند.

اطلاعات مربوط به عنصر کجا به ویژه اگر این عنصر شناخته شده نباشد، باید به طرز تفصیلی تر ارایه شوند. به عنوان مثال اگر محل رویداد در کشور کوچک و گمنام "بورکینافاسو" است، باید به مخاطب توضیحاتی در مورد موقعیت جغرافیایی آن ارایه شود.

## ۲. کی؟ (WHEN)

در این بخش باید به این مساله توجه داشته باشید که اگر اتفاقی تازه رخ داده باشد ارزش خبری "تازگی" در آن وجود دارد، حتماً بایستی زمان آن را در همان پاراگراف اول به خواننده متذکر شوید. در مجموع، رویدادها را نباید بدون زمان ارایه کرد. خواننده باید از زمان وقوع رویداد (گذشته، حال، آینده) اطلاع داشته باشد.

## ۳. چه؟ (WHAT)

این عنصر عمدتاً بر ماهیت رویدادی که قرار است به خبر تبدیل شود، متمرکز است. این عنصر و عنصر پیشین که معمولاً از مهمترین عناصر خبری هستند. به در خبر نویسی عنصر (چه؟) به "ماهیت و فعلیت" رویداد مربوط می شود، خواه فعلی صورت پذیرد یا نپذیرد.

## ۴. چرا و چگونه؟ (HOW & WHY)

این دو عنصر جنبه های تحلیلی و توصیفی رویداد را تبیین می کنند. چرا؟ و چگونه؟ در بیشتر مواقع با دیدگاههای شخصی خبرنگار - خواسته یا ناخواسته - آمیخته می شوند. در واقع همه آنچه درباره بی طرفی خبری، عینی گرای و پرهیز از جانبداری خبری بیان می شود از همین دو عنصر ناشی شده است.

ممکن است روزنامه نگار از چگونگی و نحوه بروز یک رویداد خبر داشته باشد اما از چرای آن چیزی نداند ولی بر عکس از چرای اتفاق مطلع باشد اما از چگونگی وقوع آن بی خبر باشد. در این مورد، روزنامه نگاران مجرب و ورزیده تلاش می کنند تا جامع ترین اطلاعات را در مورد تک تک عناصر خبری به دست آورند و بهترین و جذاب ترین این اطلاعات را در پاراگراف نخستین خبر و یا در تیتراژ آن به کار گیرند، تا خواننده را به خواندن آن ترغیب کنند.

## 📌 ارزش های خبری

دانستن علائق مردم چراغ راهنمایی در دست خبرنگاران است، که مسیرشان را گم نکنند. این کوتاه ترین تعریف که می گوید: "خبر مردم است" بر همین اساس جامع است. اکنون می خواهیم با توجه به علائق مشتری (مخاطب) به دنبال معیارهایی باشیم که بتوان از طریق آن، اخبار را به لحاظ میزان اهمیت ارزشگذاری کرد:

- به موقع بودن. آیا هنوز موضوع بر سر زبان هاست، آیا هنوز علاقه مردم نسبت به این موضوع جریان دارد؟
- مجاورت (جغرافیایی و فرهنگی): می گویند، مردم اگر در محله شان خانه ای آتش بگیرد، بیشتر علاقه مند به دانستن درباره آنند تا دانستن درباره همین اتفاق در دو محله آن طرف تر. اتفاقی در شهرشان، را بهتر پی می گیرند، به نسبت زمانی که این موضوع در شهر مجاور اتفاق افتاده باشد. اسم این را می گذاریم: "مجاورت جغرافیایی" همچنین دین، مذهب، قومیت، و فرهنگ مشترک نیز می تواند بر میزان توجه مخاطب تاثیر بگذارد. مثلاً ایرانی ها علاقه بیشتری به دانستن درباره ایرانیان مقیم آمریکا دارند تا کوبایی های مقیم آمریکا، به اخبار هم کیشان خود در دیگر کشورها بیشتر توجه می کنند تا مردم ادیان دیگر. اسم این را می گذاریم "مجاورت معنوی" یا "مجاورت فرهنگی"

- قدر و اندازه: هر اندازه یک رویداد از بزرگی و فراوانی بیشتری برخوردار باشد، یک شخصیت به لحاظ شهرت و قدرت در موقعیت بالاتری باشد. تعداد تلفات یک حادثه بیشتر باشد، یک حادثه عجیب‌تر باشد، کشف مواد مخدر از میزان بالاتری برخوردار باشد، به همان اندازه ارزش خبر افزایش می‌یابد.

- دربرگیری: هر چقدر اخبار ما مورد توجه گروه بیشتری از مردم قرار گیرد، از ارزش خبری بیشتری برخوردار خواهد بود. مثل اخبار مربوط به ضرورت دریافت کارت ملی که شامل همه مردم می‌شود. این تاثیر می‌تواند مثبت یا منفی باشد، مثلاً اخبار جنگ می‌تواند توجه همه مردم یک کشور را به خود جلب کند.

**نام این چهارگانه را هم تراز ارزش‌ها می‌گذاریم.** روزنامه‌نگاران براساس "تراز ارزش‌ها" و "علائق انسانی"، اخبارشان را اولویت‌گذاری می‌کنند. یعنی هر چه اخبار در تلاقی این دو گزینه امتیاز بیشتری کسب کنند از ارزش خبری بالاتری برخوردار خواهند بود و به همان نسبت هنگام ارائه در جایگاه بهتری و در راس اخبار قرار می‌گیرند.

### جدول ارزش‌گذاری خبر

برای آن که بتوانیم خبرهایمان را ارزش‌گذاری کنیم می‌توانیم از "جدول ارزش‌گذاری خبر" استفاده کنیم. در این جدول کلیه نظرات موجود درباره ارزش‌های خبری یک جا جمع و در دو ستون عمودی و افقی قرار گرفته است.

علائق انسانی / تراز ارزش‌ها	به موقع بودن	مجاورت	قدر و اندازه	دربرگیری	نمره
نفع شخصی					
روابط					
جنگ و دعوا					
عجیب بودن					
شهرت					
توسعه و آبادانی					
هیجان و حادثه					
مسائل انسانی					

### جدول ارزش‌گذاری خبر

در جدول عمودی ما با علائق انسانی روبرو هستیم، نکاتی که مردم و مخاطبان خبر نسبت به آن‌ها حساس‌اند و در ستون افقی با تراز ارزش‌ها روبرو هستیم. یعنی مقوله‌هایی که می‌تواند میزان این علائق را وزن یا متر کند. (مانند "تازگی" که می‌تواند کم و زیاد شود. مثلاً این که خبری که منتشر خواهیم کرد، چقدر تازه است؟ چقدر به لحظه و روز واقعه نزدیک است؟

یا "مجاورت" که متری به دست ما می‌دهد تا فاصله رویداد و مخاطب را با آن اندازه بگیریم یا "بزرگی و فراوانی" که قابل وزن کردن و شمارش کردن است. یا "دربرگیری" که باز هم تعداد مخاطبان را مشخص می‌کند.

در این جدول شما، شهرت، نفع شخصی (پول)، روابط، جنگ و دعوا، عجیب بودن، توسعه و آبادانی، هیجان و حادثه و مسائل انسانی را که مباحثی کیفی هستند در ردیف علائق انسانی می‌بینید که در تقابل با تراز ارزش‌ها (مباحث کمی) می‌تواند به ما عدد و رقمی دهد تا ارزش‌های خبری را اندازه‌گیری کنیم و به اخبار نمره بدهیم.

همه ما می دانیم براساس شرایط متعارف و معمول در ایران ارزش های خبری ۷ تا هستند، اما مساله این است که این تعداد در همه جای دنیا یکسان و پذیرفته نیست و برخی معتقدند که روزنامه نگاران باید به ارزشهای دیگری نیز بیندیشند، مثل "هیجان و حادثه" یی که از یک مسابقه فوتبال ایجاد می شود ، مانند "توسعه و آبادنی" که از ساخت یک سد بزرگ حکایت می کند.مثل "مسائل انسانی" یی که در فروش کلیه پدری برای درمان دختر خردسالش نمود پیدا می کند. مثل " روابط " که می تواند خانوادگی، عاشقانه و ... باشد. مثل ارزش خبری پول که در اینجا " نفع شخصی" تعبیر شده است ؛ سکه گران می شود یا مبلغ یارانه ها کم و زیاد می شود و... پس با این رویکرد بپذیریم که ارزش های خبری می توانند بیش از ۷ مورد اعلام شده قبلی باشد.

اگر دقت کنید ستون افقی به عبارتی کمی هستند در حالیکه ستون عمودی کیفی هستند، ما در ستون افقی با چهار شاخص روبرو هستیم که حکم متر و ترازو را دارند، فکر کنید وقتی می گوئیم مجاورت می توانیم یک متر برداریم و بگوئیم رویداد از مخاطب چند کیلومتر، فرسخ و ... فاصله دارد. وقتی می گوئیم "دربگیری" می توانیم افرادی که مخاطب هستند فرضاً بشماریم. وقتی می گوئیم " به موقع بودن" یا همان تازگی می شود میزان آن را مشخص کرد اینکه چقدر به موقع یا تازه است؟ قدر و اندازه هم همینطور، اما ارزش هایی که در ستون عمودی با عنوان " علایق انسانی" آمده این ویژگی را کمتر دارند.

کارکرد جدول این است که تا قبل از این ما می توانستیم بگوئیم مثلاً فلان خبر دارای ۳ ارزش شهرت، دربرگیری، و فراوانی یا چهار ارزش تضاد و درگیری، مجاورت، شهرت و تازگی است، و... اکنون با استفاده از این جدول می توانیم به یک عدد و رقم برسیم و براساس آن وزن ارزشی خبرمان را در مقایسه با بقیه خبرها محک بزنیم. ممکن است پرسید: چگونه؟ برای هر خبر یک جدول باید داشته باشیم، خبر را تجزیه و تحلیل کرده، "علائق انسانی" را در خبر جستجو می کنیم(ستون افقی) از خودمان می پرسیم ، آیا نفع شخصی دارد؟ آیا عجیب است؟ مسائل انسانی چگونه؟ و ... هر کدام که وجود داشت در بیرون جدول در کنار همان مشخصه یک علامت ضربدر، ستاره یا تیک می گذاریم. بعد که هر ۸ مورد ستون عمودی را چک کردیم به سراغ ستون افقی می آییم و دوباره از خودمان سوال می کنیم که "خبر به موقع" منتشر شده؟ آیا مجاورت دارد؟ قدر و اندازه چگونه؟ آیا فراوانی لازم را دارد. "دربگیری" چه، آیا از دربرگیری لازم برخوردار است؟ هر کدام از این چهار مورد اگر در خبر وجود داشت نقطه تلافی آن با ارزش تایید شده در ستون عمودی نمره خواهد گرفت.(نمره دست شماسهت مثلاً می توانیم برای هر خانه عدد ۵ را انتخاب کنیم یا هر مقدار دیگر. تنها باید توجه داشت که هر نمره ای که می دهیم باید برای دیگر خبرها هم همان نمره را لحاظ کنیم).

### 📌 رابطه عناصر خبری و ارزش های خبری

ارزش های خبری به خبرنگار می آموزند چگونه از میان رویدادها و اتفاق های اطراف خود یکی را جهت خبرشدن انتخاب کند. پس از اینکه یک رویداد برای خبر شدن انتخاب شد نوبت عناصر یا همان ارکان خبر است که کامل شود، یعنی اینکه رویداد به شکل روزنامه ای و رسانه ای آن تنظیم گردد. همانطور که قبلاً گفتیم برای تنظیم مطلوب یک خبر طوری که خواننده آن سر در گم نشود، شما باید در متن خبر خود به شش سؤال ( چه کسی - چه چیزی - کجا - چه وقت - چرا - چگونه) پاسخ دهید. حتماً می دانید بین ارزش های خبری هفتگانه و عناصر پنج گانه خبری ارتباطی مستقیم وجود دارد. برای مثال ارزش خبری شهرت به طور مستقیم با عنصر چه کسی در ارتباط است .

به عبارت ساده تر وقتی شما ارزش خبری مجاورت را برای انتخاب رویداد خود در نظر می گیرید در تنظیم خبر این ارزش تبدیل به پاسخ سؤال «کجا» می شود و همین طور اگر تازگی برای شما مهم باشد در تنظیم خبر پاسخ سؤال «چه وقت» را داده اید. عنصر جذاب عنصر مهمی که روزنامه نگاران به تشخیص خود از میان عناصر خبری انتخاب

می‌کنند و در آغاز خبر (یا همان «لید» که در ادامه آن را خواهید آموخت) می‌آورند تا خواننده تشویق و ترغیب به خواندن خبر شود «عنصر جذاب» نام دارد و یک خبرنگار حرفه‌ای با در نظر داشتن ارزش‌های خبری می‌تواند این عنصر جذاب را تشخیص دهد. برای مثال اگر خبری پیرامون فرد مشهوری مثل رییس‌جمهور باشد بهتر است عنصر چه کسی به عنوان عنصر جذاب در ابتدای خبر بیاید.

لازم است همین‌جا توضیح دهیم که «عنصر جذاب» حتماً و الزاماً مهم‌ترین عنصر خبر نیست بلکه عنصری است که با نظر خبرنگار به عنوان مطلب مورد علاقه اجتماع انتخاب شده است. موضوع دیگر اینکه انتخاب یک عنصر برای شروع خبر، قانونی لازم‌الاجرا نیست بلکه می‌توان در تنظیم خبر از دو یا چند عنصر استفاده کرد.

## انواع خبر

اخبار را می‌توان در سه دسته کلی زیر طبقه‌بندی نمود که به شرح زیر است:

- **اخبار انحصاری:** شامل اخباری است که برای اولین بار به وسیله خبرنگار تهیه می‌شود و قبل از آنکه خبرنگاران رقیب به آن دست یابند منتشر می‌گردد.
- **اخبار معمولی و عادی:** شامل اخبار ضروری روز را می‌گویند که هر روز طبق معمول روزانه توسط خبرنگاران تهیه و به چاپ می‌رسد تکرار این اخبار به دلیل برخی از حوادث و وقایع مورد علاقه خوانندگان می‌باشد مثل اخبار مربوط به سینما و تئاتر - برنامه‌های رادیو و تلویزیون
- **اخبار ابتکاری:** اگر روزنامه‌ها اخبار انحصاری و ابتکاری تهیه نکنند بین آنها هیچ تمایزی وجود ندارد به همین دلیل خبرنگاران تلاش می‌کنند در تهیه اخبار ابتکارات جدیدی به کاربرند و با انتشار اخبار غیر قابل انتظار خوانندگان بیشتری را جلب کنند اخبار ابتکاری همیشه جنبه استثنائی دارد و محصول استعداد و کوشش و تلاش خبرنگار می‌باشد

## تیترا

مهمترین پیام خبر بطور خلاصه و فشرده و بمنظور ترغیب خواننده برای خواندن لید و متن را تیترا گویند. تیترا می‌گوید مرا بخیرید، لید می‌گوید مرا بخوانید. تیترا با حروف درشت‌تر در بالای خبر گذاشته می‌شود، لید با حروف متن، پاراگراف اولیه خبر را تشکیل می‌دهد

### اصول و قواعد نگارش تیترا:

- ۱- باید ساده و روان باشد
- ۲- باید روشن و دقیق باشد
- ۳- باید با متن خبر تطبیق کند
- ۴- باید خلاصه مهم‌ترین مطلب خبر باشد
- ۵- باید زنده و جاوید و حالت داینامیک (Dynamic) داشته باشد.
- ۶- باید با شرح خبر تناسب باشد



- ۷- باید مستقل از خبر باشد
- ۸- نباید کلمات تکراری داشته باشد
- ۹- باید با حداقل کلمه حداکثر معنی و مفهوم را بیان کند
- ۱۰- تیتتر باید تأثیر ایجاد شده اش با تأثیر مورد نظر تطبیق کند
- ۱۱- از نوشتن تیتترهای منفی باید اجتناب کند
- ۱۲- از نوشتن تیتترهای سوالی باید خودداری کرد
- ۱۳- انتخاب فعل مناسب کلمه موفقیت در نگارش تیتتر است.
- ۱۴- از نوشتن حرف اضافه در ابتدای تیر باید خودداری کرد
- ۱۵- فعل بکار رفته در تیتتر باید از افعال معلوم باشد.

### • اجزای تیتتر

- تیتتر نویسنده به منظور ایجاد جذابیت و افزایش کنش ظاهری مطلب به غیر از تیتتر اصلی تیتترهای دیگری را با حروف کوچکتر در بالا و پایین تیتتر اصلی می نویسد که عبارتند از:
۱. **روتیتتر:** تیتتری است بالای تیتتر اصلی نوشته می شود.
  ۲. **خلاصه تیتتر:** حروف تیتترهای خلاصه از انواع تیتترهای دیگر کوچکتر بوده برای مشخص کردن آن از ستاره یا دایره سیاه استفاده می شود و گاهی در درون کادر قرار می گیرد.
  ۳. **میان تیتتر:** معمولاً در وسط خبرهای طولانی برای تفکیک بکار می رود.

### • قواعد تیتتر نویسی

- کم گوی و گزیده گوی چون در      تا زانک تو جهان شود پر
۱. تیتتر جوهره و روح خبر و ماندگارترین قسمت خبر در ذهن مخاطب است. و باید خلاصه مهمترین مطلب خبر باشد.
  ۲. تیتتر نویسی یکی از فنی ترین ، حرفه ای ترین و در عین حال شیرین ترین کارهای تهیه خبر است. تیتتر اگر اصولی و با علم به ویژگیهای مخاطب و متناسب با موضوع انتخاب شود می تواند بسیاری از مخاطبین بی تفاوت نشریات را نیز جذب کند.
  ۳. تیتتر جمله ای است که در خلاصه ترین شکل ممکن ، قصد دارد پیامی مرتبط با متن خبر را به مخاطب منتقل کند.
  ۴. از تکرار کلمات در تیتتر باید خودداری شود. همچنین در تیتتر از کاربرد واژه های اضافی و توضیحی باید خودداری کرد.
  ۵. تیتتر باید به گونه ای باشد که در آن به اندازه نیاز و فقط به مهمترین عناصر شش گانه خبری اشاره شود .
  ۶. در نگارش تیتتر باید از واژه های آشنا و رسا استفاده کرد .
  ۷. تیتتر باید حتی الامکان با فعل به پایان رسیده و دارای مفهوم باشد.
  ۸. در تیتتر نیاز به نقطه گذاری در پایان جمله نیست ، ولی به کاربرد علائم سجاوندی در داخل تیتتر اشکالی ندارد.
  ۹. تیتتر باید کوتاه ، جامع و مانع ، مختصر و مفید ، منطبق و هماهنگ با خبر، جاذب و جالب، روشن و دقیق، روان و سلیس و بدون ابهام باشد.
  ۱۰. تیتتر نباید مبهم و شعاری باشد. همچنین از نگارش تیتتر سوالی و منفی باید پرهیز کرد
  ۱۱. در تیتتر باید با کمترین واژه ها بیشترین معنی ، مفهوم و پیام را بیان کرد.
  ۱۲. تیتتر باید به گونه ای باشد که نوع ، موضوع و ارزشهای خبری را بیان کند .
  ۱۳. تیتتر حتی المقدور نباید با قیدهای زمان و مکان شروع شود
  ۱۴. تیتتر را باید پس از تنظیم خبر نوشت.

## 📌 لید خبر

- چکیده مهمترین مطلب که در پاراگراف اول آمده است. (چهل کلمه می باشد) را لید خبر می گویند. نگارش لید خبری کار بسیار مهم می باشد که خبرنگار باید فوراً خواننده را در جریان مهم ترین قسمت رویداد قرار دهد.

- مهمترین قسمت خبر که در پاراگراف اول آن می آید، لید نام دارد. واژه انگلیسی لید **Lead** به معنای رهبر و هدایتگر است که به منظور راهنمایی و ترغیب خواننده به خواندن متن آورده می شود.

- بلاگر علوم ارتباطات در <http://www.commence.blogfa.com>، به تعریف لید خبر پرداخته و افزوده است: لید خلاصه ی مهمترین قسمت خبر است که حاوی یک یا دو جمله ۲۰ تا ۴۰ کلمه ای و در برخی تعاریف ۳۰ تا ۶۰ کلمه باشد.

- معمولاً لید درشت تر از متن خبر است و به اصطلاح فنی بولد **Bold** می کنند و همانطور که گفته شد جهت ترغیب خواننده به متن است.

- لید جذاب ترین بخش خبر است که شامل یک یا دو جمله است و وظیفه هدایت کردن و کشاندن مخاطب به خواندن متن خبر را برعهده دارد. در لید به عناصر خبری پاسخ داده می شود.

### • اندازه لید

اندازه مشخصی برای "طول لید" نداریم. هر تعداد کلمه و جمله که بتواند در ساده ترین شکل به انگیزش مخاطب برای دریافت خبر و گزارش کمک کند مناسب است. شاید سی کلمه یا سه سطر با قلم ویرایش شماره ۱۲ حد متوسطی برای لید باشد. البته این را هم قبول داریم که اندازه لید با جذابیت و قوی بودن عنصرهای خبری رابطه عکس دارد؛ یعنی هر قدر خبر و گزارشی جذاب تر باشد، لید آن کوتاه تر است. مثلاً برای حادثه آتش سوزی در یک مجتمع مسکونی، یک جمله خبری کوتاه کفایت:

" همه چیز از بی احتیاطی دو کودک آغاز شد..."

### • اصول نگارش لید

اصول نگارش لید را می توان به صورت زیر برشمرد:

- ۱- لید باید چکیده مهم ترین مطلب را به صورت مشخص و معلوم بیان کند.
- ۲- از نوشتن مطالب مبهم در لید باید خودداری کرد.
- ۳- مطالب جزئی در لید نباید نوشته شود.
- ۴- لید خبر باید حاوی یک یا حداکثر دو جمله باشد.
- ۵- در نوشتن لید نباید تعداد کلمات از حدود ۴۰ کلمه بیشتر باشد.
- ۶- لید نباید با زمان یا مکان شروع شود مگر این زمان و مکان اهمیت ویژه ای داشته باشد.

## • انواع لید

- لید کی: زمان وقوع واقعه را بیان می دارد. مثال: از ساعت ۶ صبح فردا طرح محدود ترافیک در مرکز تهران به مورد اجرا در می آید.
- لید چرا: یا دلیل رویداد مثال: به منظور تبادل فرهنگی و عرضه فرهنگ پر بار اسلامی نخستین دوره نمایشگاه بین المللی کتاب با حضور کشورهای مختلف به ویژه کشورهای اسلامی در سال آینده در تهران برگزار خواهد شد.
- لید چه: یا موضوع رویداد مثال: انفجار کپسول در شرکت ایران گاز شعبه بندرعباس علاوه بر آتش سوزی و خسارت مالی دو کارگر را کشت و ۷ تن را به شدت مجروح کرد.
- لید چگونه: رویداد: با تأسیس دوره جدید آموزش پزشکی کمبود ۲۰ هزار پزشک در کشور برطرف خواهد شد و دیگر نیاز به رفتن به کشورهای خارج نمی باشد.

### لید بر اساس موضوع خبر

- لید یک موضوعی** شامل لید مستقیم، لید عمقی، لید تشریحی، لید سوال، لید نقلی، لید تمثیلی و لید ادبی
  - لید مستقیم: لیدی است که خبر به صورت ساده و مستقیم و بدون ابهام می باشد.
  - لید عمقی: برای خبرهای پیچیده به کار می رود مانند: خبرهای سیاسی و اقتصادی برای روشن شدن مطالب
  - لید تشریحی: نویسنده یا خبرنگار سعی دارد با تحریک احساسات خواننده را به خود جلب کند. مثل: گاز گرفتگی سال گذشته موجب خفه شدن شده بود یا دیدن بچه دوقلو که شبیه قورباغه می باشد.
  - لید سوال: با طرح یک سوال حس کنجکاوی خواننده را تحریک می کند. مثال: مردم تهران بی صبرانه منتظرند تا بدانند دولت برای جلوگیری از شیوع بیماری وبا در پایتخت چه تصمیمی اتخاذ می کند.
  - لید نقلی: استفاده کردن از نقل قول مستقیم از یک شخصیت مثل: من به طرف چوبه دار می روم ولی به همه مردم بگوئید که بی گناهی را به خطای ناکرده مجازت می کنند این آخرین گفته ی محکومی بود که سحرگاهان امروز در زندان به دار مجازات آویخته شد.
- لید تمثیلی: لیدی است که با ضرب المثل به کار برده می شود استفاده از اشعار و ضرب المثل
- لید ادبی: از یک اندیشه فلسفی یا ادبی استفاده می شود. مثال: در زندگی ملتها هم مثل افراد لحظاتی از هوشیاری پیش می آید که یکباره بافت زندگی آینده آنان را زیر و رو می کند و تار و پود هستی ایشان را رنگ و روی دیگری می دهد.
- لید چند موضوعی شامل لید چند خبری، لید فهرستی، لید مرتبط یا مقایسه ای، لید متراکم، لید تاریخی**
  - **لید مرتبط یا مقایسه ای:** رابطه علت و معلول را در لید تأکید دارد و اینکه یکی از آنها نتیجه دیگر می باشد. مثال: به دلیل سیل آمده در شهر گیلان هزاران نفر کشته شد.
  - **لید متراکم:** چند مسئله با درجه اهمیت تقریباً مساوی کنار هم قرار می گیرد. مثل: دوازده نفر کشته یا ۵۰ میلیون خسارت
  - لید فهرستی: در این نوع لید موضوعات متعدد ولی دارای اهمیت مساوی نوشته می شود مثال: فروش میوه در پیاده روها ممنوع گردید- ماهی جنوب از روز شنبه با نرخ ارزانتر به مردم فروش داده می شود.
  - **لید چند خبری:** لیدی است که برای چند خبر متفاوت که حداقل از یک جهت دارای وجه اشتراک هستند
  - **لید تاریخی:** این نوع لید با زمان شروع می شود. مثال: گروه خبری-دوسال پیش بر اثر یک درگیری، محمد-م دانشجوی رشته مهندسی مکانیک ربوده و ...

## • قواعد لید نویسی

۱. لید خلاصه مهمترین بخش خبر است. جالب ترین و پرهیجان ترین موضوع، تازه ترین رخداد و محکم ترین بخش خبر را باید با کلمات جذاب، بدیع، جاندار، قاطع و هیجان انگیز در لید خبر نوشت.
۲. در تهیه و تنظیم خبر، مهمترین کار نوشتن مقدمه یا لید Lead به صورت خلاصه و فشرده است. در واقع لید چیزی نیست جز همان چند جمله اول خبر که هدایت گر مخاطب به درون خبر است.
۳. لید باید کوتاه، درست و رسا باشد، هرچه لید کوتاه تر باشد، جذاب تر است. لید خوب حداکثر بین ۱۵-۱۰ کلمه است.
۴. از ذکر مطالب مبهم و کلی و کم اهمیت و جزئی در لید باید خودداری شود.
۴. نام و نام خانوادگی افراد را در صورتی در لید ذکر می کنیم که مخاطب بتواند مسئولیت و نقش او را در ذهن مجسم کند و او را شناسایی نماید در غیر این صورت برای معرفی افراد در لید باید از مسئولیت و سمت و خصوصیات دیگری که شناخت وی را ممکن می سازد استفاده کرد.
۵. در لید باید سعی شود به عناصر شش گانه خبری به گونهای مناسب پاسخ داده شود.
۶. در لید نباید تردید در موضوع خبر رسوخ نماید و همچنین از مجهول نویسی در لید باید پرهیز کرد.
۷. جز در موارد استثنایی و لازم در مبحث، نباید لید را با زمان و مکان شروع کرد.
۸. نتیجه واقعه یا رویداد تا حد ممکن باید در لید آورده شود.

## 📌 سبکهای خبرنویسی

خبرنگاران باید بعد از شناختن خبر و جمع آوری اطلاعات، مطالب را در قالب بسته بندیهای جذاب به مخاطبان ارائه دهد و پس از قدر جذابتر و محتوای آن پربارتر باشد شمار مشتریان و میزان تأثیرش بیشتر می شود و بر عکس امروزه در میان روزنامه نگاران چهار قسم سبک خبرنویسی مرسوم است که عبارتند از:

۱. سبک هرم وارونه (Inverted Pyramid)؛

۲. سبک تاریخی (Chronological style)؛

۳. سبک تاریخی به همراه لید (Combination Style)؛

۴. سبک پایان شگفت انگیز (Surprise ending)؛

افزون بر این سبکها و به ویژه سبک چهارم که نسبتاً جدید و مستلزم مهارت است و دو سبک دیگر به نامهای سبک بازگشت به گذشته (نقطه مقابل سبک تاریخی) و سبک تشریحی (تشریح قسمت به قسمت خبر) هم مطرح هستند که عملاً هر روزنامه نگاری در طول زندگی حرفه ای خود، خواسته و ناخواسته، به سوی آنها کشیده می شود و شخصاً آنها را تجربه می کند. اما باید خاطر نشان ساخت که استخوان بندی کلی سبکها را همان چهار سبک نخست تشکیل می دهند که پیش از پرداختن به بررسی این سبکها ذکر این نکته به صراحت ضروری است که اگر کسب خبر کاری دشوار و توانفرساست، تنظیم خبر و ریختن آن در داخل یک سبک، کاری بس دشوارتر است.

## ۱ - سبک هرم وارونه (STYLE INVERTED\_PYRAMID)

کارآمدترین و رایج ترین سبک تنظیم خبر سبک هرم وارونه نام دارد. در سبک هرم وارونه قاعده هرم حاوی جذابترین، و در بسیاری از مواقع، حاوی مهمترین بخش خبر است و نوک آن - بخش انتهایی - حاوی بی اهمیت ترین بخشهای ماجراست. در واقع در سبک هرم وارونه مطالب با توجه به میزان اهمیت آنها از بالا به پایین تنظیم می شوند. گفتنی

است که تعیین چگونگی پاگرفتن این سبک خبرنویسی یک علت تاریخی مطرح می کنند گفته می شود که اختراع تلگراف بیشترین تأثیر را بر شکل گیری و تکوین سبک هرم وارونه گذاشت. پس از کشف تلگراف، روزنامه نگاران و به ویژه روزنامه نگاران آمریکایی، هنگام بروز جنگ داخلی در آمریکا به هنگام مخابره خبر از ترس قطع ارتباط تلگرافی اصل مطلب را ابتدا مخابره می کردند و سپس اگر ارتباط قطع نمی شد، سایر جزئیات خبر را مخابره می نمودند. در هر حال، همانگونه که گفته شد، پاراگراف اول (لید) در سبک هرم وارونه اصلی ترین بخش مطلب را در خود جا می دهد و سایر پاراگرافها به ترتیب اهمیت به دنبال پاراگراف اول می آیند. این توالی و چیدن مضامین و به عبارت بهتر طبقه بندی مضامین، در عین حفظ رابطه منطقی میان اجزای خبر باید از مهمترین و اصلی ترین اجزای اطلاعات به طرف بی اهمیت ترین بخشهای مطلب صورت پذیرد. تأکید این نکته ضروری است که سبک هرم وارونه عمدتاً به دو منظور مورد استفاده قرار می گیرد و مقبولیت دارد که عبارتند از: شیوه طبیعی نقل وقایع (چنانکه مردم درخبر دهی به یکدیگر از همین شیوه وسایق پیروی می کنند) و مشخص شدن سریع تکلیف خواننده با متن (خواننده به محض خواندن پاراگراف نخست، اگر تمایلی به خواندن موضوع حس کند، بقیه مطلب را خواهد خواند و به این ترتیب وقت او تلف نخواهد شد)

سبک هرم وارونه علاوه بر مزایای فوق دو مزیت دیگر هم دارد :

الف- چونکه اصل مطلب در پاراگراف اول (لید) می آید کار تیتیر زدن هم آسان می شود؛  
ب- اگر به دلیل تراکم مطلب قرار باشد که از متن خبر کاسته شود، حذف پاراگرافهای بعد که حاوی مطالب بی اهمیت تر هستند، امکان پذیر است. مزیت دیگر سبک هرم وارونه این است که به سبب اختصار و ایجازی که دارد، جای کمتری در روزنامه می گیرد و به این ترتیب جا برای سایر خبرها باز می شود و این امر به تنوع مضمونی روزنامه کمک می کند ضمن اینکه خبرهای بلند و طولانی اساساً خوانندگان کمتری دارند. در میان روزنامه نگاران این یک اصل پذیرفته شده است که افزایش پاراگرافها با تعداد خوانندگان دقیقاً رابطه معکوس دارد یعنی که هر چه تعداد پاراگرافها بیشتر شود خوانندگان آن کمتر خواهند شد. صفحه آرایان هم از مطالبی که با سبک هرم وارونه تنظیم می شوند، بیشتر استقبال می کنند زیرا که این اخبار هم در هنگام تراکم مطلب، قابل کوتاه شدن هستند و هم به زیبایی صفحات کمک می کنند هر چند که بستن صفحات با خبرهای کوچک برای آنها دشوارتر است. شایان ذکر است که سبک هرم وارونه به رغم همه مزایای آشکاری که دارد، دارای معایبی نیز هست .

معایب سبک هرم وارونه نیز به قرار زیر هستند :

- خبر نگار به خاطر قدرت مانووری که این سبک از نظر جابه جایی عناصر خبری به او می دهد، قادر به اعمال نظر می شود؛

- خواننده چونکه اصل مطلب را در پاراگراف نخستین خبر، خوانده است، ممکن است که از مطالعه بقیه خبر منصرف شود؛

- آنچه در پاراگراف اول ( لید) آمده است، دوباره درخبر تکرار می شود .

### - کاربرد سبک هرم وارونه :

روزنامه نگاران از سبک هرم وارونه برای تنظیم خبر های مربوط به سمینارها، سخنرانیها و اخبار روزمره بهره می گیرند .

متأسفانه برخی از خبرنگاران در هنگام مصاحبه، ناخودآگاه سؤالات خود را به همان شیوه که در سبک هرم وارونه مرسوم است مطرح می کنند، یعنی مهمترین سؤالها را در همان آغاز مصاحبه می پرسند، در حالی که این شیوه باعث می شود که حرکت و سمت و سوی مصاحبه به سوی یک مصاحبه بسته برود و مصاحبه شونده از همان آغاز گفت و گو

با گارد بسته شروع کند و تا انتها این وضعیت نامطلوب را حفظ نماید. مطلوب این است که مصاحبه گر با سوالات معمولی و نه چندان مهم، مصاحبه شونده را به اصطلاح گرم کند و در عین حساس نکردن او، به تدریج پرسشهای کلیدی خود را مطرح سازد. طبعاً نکاتی که به آنها اشاره شد و در مصاحبه های اختصاصی کاربرد دارند و در مصاحبه های عمومی و کنفرانسهای مطبوعاتی باید اصلی ترین پرسشها را به دلیل کمبود وقت و نیز پیشگیری از طرح آنها به وسیله خبرنگاران روزنامه های رقیب، در ابتدا مطرح ساخت .

#### **- نمونه سبک هرم وارونه :**

تقاضا برای نفت اوپک در سه ماهه دوم سال میلادی جاری صد هزار بشکه در روز کاهش خواهد یافت . بر اساس تازه ترین گزارش دبیرخانه اوپک، در حالی که تقاضای جهانی برای نفت در سه ماهه اول سال جاری با صد هزار بشکه افزایش به ۶۵/۵۵ میلیون بشکه در روز خواهد رسید، درخواست برای نفت اوپک کاهش خواهد یافت و به سطح ۲۳/۳ میلیون بشکه در روز می رسد .

به این ترتیب روند کاهش سهم اوپک از بازار جهانی آنچنان ادامه خواهد یافت . میانگین تقاضا برای نفت خام اوپک در سال جاری ۲۴/۶۲ میلیون بشکه در روز پیش بینی شده است که از میانگین سال گذشته کمتر است . همچنین دبیر خانه اوپک در مورد تقاضای جهانی نفت در سال جاری پیش بینی هایی کرده است .

#### **ویژگیهای سبک هرم وارونه یا معکوس**

۱. مهمترین مطلب در ابتدا قرار می گیرد
۲. موثرترین و کارآفرین ترین روش انتقال اطلاعات
۳. کم ارزش ترین در انتها قرار می گیرد
۴. در زمان خواندن روزنامه بین ۲۰ تا ۶۰ دقیقه بیشترین حجم خبر را به خواننده منتقل می کند.

#### **- مزایای استفاده از سبک هرم وارونه در سبک خبر نویسی:**

- الف) زمان برای دریافت مهمترین قسمت مطلب کوتاه است. ( سرعت انتقال خبر)
- ب) لید دارد که در آن مهمترین بخش خبر ارایه می شود.
- ج) سادگی ویرایش، تیتراژ نویسی و صفحه آرایی.
- د) خبر بر پایه ارزش مطالب تنظیم می شود.

#### **- معایب استفاده از سبک هرم وارونه در سبک خبر نویسی:**

- الف) خبر هیچ گاه کامل نیست، چون مهمترین قسمت های آن انتخاب شده است.
- ب) سلیقه خبرنگار در اولویت بندی بخش های خبر زیاد است.
- ج) توالی زمانی خبر از هم گسسته می شود.
- د) گاهی خواننده با خواندن لید به ادامه خبر نمی پردازد.
- ه) گاهی آنچه در لید گفته شده، در متن تکرار می شود.
- و) در ابتدا خلاصه مهم ترین مطلب قرار می گیرد
- ز) زمان کمتری برای دریافت مطلب لازم است
- ح) خواننده را خسته نمی کند
- ط) حس کنجکاوی خواننده را تحریک می کند
- ک) خواننده را به خواندن خبر ترغیب می کند

ل) کار دبیران و سر دبیران را راحت می کند  
م) متن خبر بر پایه ارزش مطالب تنظیم می گردد.  
ت) کار فنی و ماکت بندی را ساده می کند.

باید تاکید کرد سبک هرم وارونه به دلیل سهولت انتقال خبر، مهمترین و بهترین سبک در خبرنگاری می باشد.

## ۲. سبک تاریخی (CHRONOLOGICAL STYLE)

در سبک تاریخی برخلاف سبک هرم وارونه مطالب به همان صورتی که به لحاظ زمانی تحقق یافته اند و در قالب خبر ارائه می شوند. در این سبک، روزنامه نگار به داوری نمی پردازد و کاری به این ندارد که کدام خبر یا بخش ماجرا مهم تر است تا آن را در پاراگراف نخست (لید) خبر ارائه کند. بنابراین در سبک تاریخی تا حدود زیادی از اعمال نظر خبرنگار جلوگیری می شود و برخلاف سبک هرم وارونه، مطلب به طرز کاملی ارائه می گردد. البته سبک تاریخی هم لید خاص خود را دارد که به صورت مقدمه بر تارک خبر قرار می گیرد اما به این دلیل نمی توان آنرا لید نامید که بیش از حد کلی است و موارد کلی خبر را بیان می کند. نکته مهم درخور ذکر این است که در این سبک این مهم نیست که شما در کار تبدیل چه مطلبی به خبر هستید بلکه مهم این است که از رهنمودهای مقبول و متداول استفاده کنید و این موضوع با پیروی از فرمول فرق می کند در خبرنگاری باید همواره به فرمول با دیده تردید نگریسته شود زیرا که پیروی از فرمول، خلاقیت و نوآوری را به نابودی می کشاند.

در این سبک مطالب با توجه به ترتیب زمانی وقوع تنظیم می شوند. در این سبک مطالب بر اساس ارزش آنها نوشته نمی شود بلکه همانطور که اتفاق افتاده باید بیان شود. این سبک برای مطالب خبری روز مناسب نیست در تهیه مقالات و گزارش تحقیقی می شود مورد استفاده قرار گیرد در جملات هفتگی استفاده از آن قابل قبول تر است. در صفحات اخبار روز با توجه به نیاز به اطلاع رسانی سریع، تنظیم اخبار به سبک هرم وارونه است

### - مزایای استفاده از سبک تاریخی

- ۱- مطالب کاملتر بیان می شود
  - ۲- اعمال نظر خبرنگار در دخل و تصرف و برجسته کردن مطالب کمتر است.
- اصولا 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.

### - معایب سبک تاریخی

- ۱- زمان بیشتری برای دریافت مهمترین مطلب لازم است
  - ۲- خواننده را خسته می کند
  - ۳- از لحاظ تیترو نویسی و ماکت بندی کار را مشکل می کند
  - ۴- ترغیب خواننده به خواندن خبر با توجه به میزان کم سوادان کمتر 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.

### - سبک تاریخی با مقدمه

در این نوع در ابتدای خبر مقدمه ای آورده می شود که شباهتی با لید ندارد، زیرا اصولا مقدمه تنها برای شروع خبر است و حاوی خبر نیست.

### ۳- 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.

### ۴- سبک بازگشت به عقب

در سبک بازگشت به گذشته، که نقطه مقابل سبک تاریخی است، متن خبر با آخرین بخش رویداد شروع می شود و سپس سابقه و پیشینه ماجرا ارائه می گردد. سبک بازگشت به گذشته، که برای هر نوع خبری مناسب نیست، صرفاً به کار ارائه خبرهای نسبتاً کوتاه می آید و باید مراقب بود که مطلب به شکلی عرضه نشود که به درک آن لطمه وارد آید. در این نوع سبک ابتدا لید نوشته می شود، بعد توضیح لید داده می شود و بعد سابقه خبر نوشته می شود. مطالب از نو به سمت کهنه نوشته می شود یعنی آخرین خبر در ابتدا گفته میشود و سوابق امر در انتها آورده می شود.

### ۵- سبک تشریحی

این شیوه از نگارش نسبت با سبکهای دیگر کاربرد کمتری دارد و در خبرهای طولانی استفاده می شود پس از ذکر هر قسمت از خبر اطلاعات تکمیلی ارائه می شود این اطلاعات می تواند سابقه خبر اطلاعات شخصی خبرنگار که موجب روشن شدن مطلب شود در سبک تشریحی همانطور که واقعه را قسمت به قسمت گزارش می کنیم برای هر بخش از خبر توضیحات کافی حاشیه ای می دهیم. سبک تشریحی بیشتر به کار خبرهایی می آید که درباره آن ها اختلاف نظرهای بسیار وجود دارد. از سبک تشریحی می توان در تنظیم خبرهای بلند و همچنین گزارش نویسی- به ویژه گزارشهای تفصیلی- استفاده کرد

### ۶- سبک پایان شگفت انگیز

سبک پایان شگفت انگیز از سبکهای شیرین خبرنگاری است در این سبک قفل ماجرا در پایان خبر باز می شود و خواننده را شگفت زده می کند طبعاً این سبک به این دلیل پا به عرصه ادبیات روزنامه نگاری گذاشته است که به نیاز نوجویی خواننده پاسخ دهد. البته این سبک نمی تواند برای ارائه هر خبری مورد استفاده قرار گیرد. سبک پایان شگفت انگیز بیشتر در خور رویدادهایی است که خود از چاشنی شگفتی و ندرت برخوردارند و روزنامه نگار برای آنکه این چاشنی را کاملاً کارساز کند، از این سبک بهره می جوید. توصیه می شود که نباید سعی شود که رویدادهای طولانی در قالب این سبک عرضه گردند. برای این کار سبک تاریخی به همراه لید، که به آن پرداختیم، فرصتهای بیشتری را در اختیار نویسنده قرار می دهد. در سبک پایان شگفت انگیز، هم می توان از ایجاز سبک هرم وارونه و هم از فضا سازی خاص سبک تاریخی به همراه لید بهره برد. 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. سبکی که لید ندارد قسمتهای مختلف خبر طوری تنظیم می شود که به قسمت جذاب و شگفت انگیز و شیرین خاتمه یابد و در واقع خبر در قسمت انتهایی برای مخاطبان گشوده می شود این شیوه نگارش برای خبرهای کوتاه مناسب است.



## – نمونه تنظیم خبر به سبک هرم وارونه و پایان شگفت انگیز:

تنظیم با سبک هرم وارونه:

«جورج» پسر ۱۸ ماهه آقای «آرتور اسمیت» شهردار بیرمنگام از یک حادثه عجیب جان سالم به در برد . جورج در اتومبیل پدرش در بالای یک تپه نشسته بود که ناگهان در پی یک بازیگوشی دنده اتومبیل را خلاص کرد، اتومبیل به پایین تپه سرازیر شد و به شدت به اتومبیل دیگری که در پایین تپه پارک شده بود برخورد کرد . خوشبختانه در این حادثه عجیب، هیچکس آسیب جدی ندید و فقط آقای اسمیت که در صندلی عقب اتومبیل خودش در حال خوردن ساندویچ بود، جراحت ناچیزی برداشت . ضمناً پلیس که کمی بعد به صحنه حادثه رسید، آقای اسمیت را مجبور به پرداخت غرامت کرد .

تنظیم با سبک پایان شگفت انگیز :

حالا همان خبر را به سبک پایان شگفت انگیز ارائه می کنیم و می بینیم که چقدر زنده تر و شیرین تر ارائه می شود، چونکه عملاً مناسب سبک پایان شگفت انگیز است:

پلیس تصمیم گرفت راننده جوانی را که باعث یک تصادف عجیب شده بود، مجازات نکند . «جورج» پسر «آرتور اسمیت»، شهردار بیرمنگام، پشت فرمان اتومبیل پدرش که بر بالای تپه ای پارک شده بود، نشسته بود، او بی آنکه قصد قبلی داشته باشد دنده اتومبیل خاموش را خلاص کرد و قبل از آنکه فرصت هیچ واکنشی پدید آید اتومبیل از تپه سرازیر شد و با ماشین دیگری که در پایین تپه پارک شده بود به شدت برخورد کرد . خوشبختانه در این حادثه عجیب، هیچکس آسیب جدی ندید و فقط آقای «اسمیت» که در صندلی عقب اتومبیل مشغول خوردن ساندویچ بود، جراحت مختصری دید . پلیس فقط به یک دلیل با این راننده جوان برخورد نکرد: او ۱۸ ماهه بود .

## ۷. سبک دایره ای

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.

## ۸. سبک سناریوای

شبه سبک تاریخی همراه با لید ولی با توسل به تکنیک های هنری در قصه نویسی است که در آن خبر با یک آغاز جذاب شروع می شود و همیشه با هیجانی که در بیشتر داستانها حاکم است جریان دارد.

## ۹. سبک رئالیسم جادویی

خبر در این سبک امور کاملاً خیالی و غیر واقعی را بدون هیچ تعجیبی همچون یک خبر واقعی شرح می دهد .

## ۱۰. سبک ساعت شنی

آغاز خبر در این سبک هرم وارونه است و در ادامه بصورت تاریخی در می آید درست به شکل یک ساعت دشنی . این سبک در گزارشهای خبری کاربرد دارد و دخالت خبر نگار در روند خبر ممنوع است .

## ۱۱. سبک گیلاس

همان تعریفی که در سبک قبلی گذشت در این سبک هم مصداق پیدا می کند مضاف بر اینکه انتهای خبر به آغاز آن متصل می شود.

## چند نکته در تنظیم متن خبر

- متن خبر باید دارای وحدت باشد، این هماهنگی و وحدت را می توان با استفاده از تکرار به موقع موضوع اصلی و استفاده از واژه های ربط دهنده ایجاد کرد.
- زمان رویداد باید در خبر به صورت تاریخ یا به نسبت زمان حال ( دیروز، شنبه گذشته، ... ) ذکر شود. منبع نیز باید در خبر ذکر شود. اگر این منبع یکی است در ابتدای خبر و اگر متعدد است با به - - ترتیب قرار دادن مطالب بر حسب اهمیت، پیش از نقل مطلب، نام منبع مربوط ذکر می شود.
- در نقل مطلب از افراد، ذکر کردن نام کامل و سمت آنان یا رابطه آنان با موضوع خبر ( مثلا ...، یکی از شاهدان حادثه ) الزامی است.
- در خبر نویسی فعل معلوم بر مجهول رجحان دارد، مگر فاعل اهمیت خاصی نداشته باشد یا به دلیلی حذف شود. مانند: مغازه بسته شد ( غلط )  
مغازه توسط ماموران اداره تعزیرات بسته شد.
- دولت لهستان به دنبال ناآرامی های کارگری، حکومت نظامی اعلام کرد.  
به دنبال ناآرامی های کارگری، در لهستان حکومت نظامی اعلام شد. ( این مورد نیز صحیح است ولی جمله بالا به دلیل عدم شروع با حرف اضافه ارجحیت دارد.)
- از کلمات اضافی در خبر باید اجتناب شود.  
وی در ادامه سخنانش اضافه کرد: ( غلط ) وی افزود: (درست)
- در کاربرد صفات در خبر نویسی، باید از صفات سنجشی و شعارگونه خودداری کرد.  
به جای: مذاکرات مهمی بین وزیر امور خارجه ایران و لیبی انجام شد.  
نوشته شود: وزیر امور خارجه گفت: مذاکرات مهمی بین ایران و لیبی صورت گرفت.
- در این حالت اظهار نظر از سوی خبرنگار به اظهار نظر از طرف منبع تغییر می یابد که از نظر اصول خبر نویسی بهتر است، البته در تفسیر و تحلیل نویسی استفاده از این گونه صفات جایز و گاهی لازم است.

## مسئولیت اجتماعی خبرنگار

ولاتقف ماليس لك به علم ان السمع والبصر والفؤاد كل اولئك كان عنه مسؤولاً (اسراء، ۳۶) از آنچه بدان علم نداری پیروی مکن زیرا گوش و چشم و قلب همگی در درگاه خداوندی مسؤولند.

قواعد اخلاق اسلامی مسؤولیت پذیری اجتماعی است. مسؤولیت اجتماعی یعنی احساس مسؤولیت فرد در برابر جامعه و در برابر مصالح و منافع جامعه. و البته در هر جامعه با فرهنگ و هنجارها و ارزشهای خاص خود مصالح و منافع دارای تعاریف خاص آن جامعه است. به طور کلی رسانه های جمعی باید مسؤولیت نگرانی از جامعه را بر دوش گیرند و با هوشیاری اطلاعات لازم در مورد معروف (یعنی آنچه که با معیارهای جامعه اسلامی سازگار است) را ارائه کرده و از آن حمایت کنند و منکر (یعنی آنچه را مغایر معیارهای جامعه اسلامی است) مشخص سازند و با آن مخالفت ورزند منظور اینکه مشخص شود رسانه های جمعی چه مطالبی را چه موقع و چگونه باید تحت پوشش خبری خود قرار دهند و در صورت لزوم چه چیزی را برای چه مدت با توجه به شرایط تئوری فرهنگ اسلامی نباید تحت پوشش خبری بگیرند.

ارتباط گر مسلمان حق ندارد به گونه ای غیر مسؤولانه و بدون توجه به آثار و عواقب اخبار اقدام به انتشار و تهیه اخبار کند. امام علی علیه السلام در باب مسؤولیت افراد در قبال کلام خویش می فرماید: " : الکلام فی و ثاقک مالم تتکلم به

فاذا تكلمت به صرت في وثاقه" (نهج البلاغه، حديث ۳۷۳) تا زمانی که گفتاری را بر زبان نرانده ای آن کلام و گفتار در اختیار توست ولی زمانی که آن را اظهار داشتی از آن پس ضامن عواقب و پیامدهای آن خواهی بود. از سوی دیگر گاهی اوقات مسؤولیت اجتماعی اقتضا می کند امری بیان و اظهار شود. امام علی علیه السلام در باب تاثیر کلام می فرماید: «رب قول انفذ من صول» (نهج البلاغه، حديث ۳۹۴) چه بسا یک گفتار که از یک حمله مؤثرتر باشد.

اگر چه اصول خبررسانی در رسانه های امروز جهان مبتنی بر شعار «دانستن حق مردم است» می باشد اما حق مردم علاوه بر دانستن شامل موارد دیگری نیز می شود که حفظ جامعه، حفظ دین، تقویت اتحاد و وحدت و انسجام جامعه، رشد و توسعه در همه ابعاد و ... همه و همه از جمله آنها است رسانه های اسلامی از انتشار اخبار بی فایده و باطل باید پرهیزند. این امر حائز اهمیت بسیار است که ارزش خبر بدین مساله وابسته است که تا چه حد و اندازه مفید واقع می شود و نفعی را برای مردم به همراه دارد. همان گونه که در قرآن نیز تصریح شده است: "...كذلك يضرب الله الحق و الباطل فاما الزبد فيذهب جفاء و اما ما ينفع الناس في الارض...". (سوره رعد، آیه ۱۷) خدا برای حق و باطل چنین مثال زد. اما کف به کناری افتد و نابود شود و آنچه برای مردم سودمند است در زمین پایدار بماند. همچنین یکی دیگر از مسؤولیت های رسانه در برابر جامعه اسلامی حفظ یکپارچگی و تالیف قلوب مخاطبان است. روشهای تفرقه افکنانه که موجب بد بین شدن دسته ای از مردم به دسته دیگر می شود و انتشار اخبار این چنینی از نظر اسلام روشی غیر مسؤولانه و خلاف اخلاق اسلامی است. قرآن به مؤمنین فرمان می دهد اگر دو دسته از شما با یکدیگر کارزار کردند بین آنان را اصلاح کنید در کنار این رهنمود همچنین قرآن فرمان برخورد با مشرکان و دشمنان اسلام را در هر جا که یافت شوند صادر می کند. بنابراین وظیفه ارتباط گر مسلمان در حوزه خبر اولاً تحکیم وحد صفوف خودی و برخورد بی امان با غیر خودی است. قرآن می فرماید: "فاقتلوا المشركين حيث وجدتموهم...". (توبه، آیه ۶) هر جا که مشرکین را یافتند با آنان کارزار کنید. از جمله عرصه های کارزار با مشرکان عرصه اطلاع رسانی و تبلیغات است.

#### • دستیابی به اطلاعات سازنده و مفید

رسانه به عنوان واسطه بین مردم و واقعیتها و رویدادها بایستی آینه وفادار رخدادهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و ... باشد. خبرنگار و رسانه در حقیقت امانتدار مردم در دستیابی به اطلاعات هستند و باید این امانت را به خوبی ادا کنند. حق مردم در جامعه اسلامی بر رسانه ها این است که از اخبار مفید، لازم و منطبق با مصالح جامعه برخوردار باشند. قرآن کریم نیز دستور می دهد: "ان الله يامرکم ان تؤدوا الامانات الی اهلها...". (نساء، آیه ۶۱) خداوند به شما دستور می دهد که امانتها را به اهل آن باز گردانید. امام موسی کاظم علیه السلام در رهنمودی امانتی را که مردم بر گردن رسانه ها دارند اینگونه بیان می دارند: "ان من واجب اخیک ان لاتکتبه شیئاً تنفعه به لامر دنیا و آخرته" (بحار الانوار، جلد ۷۸، ص ۳۳۲) از جمله حقوق برادر مؤمن تو بر تو این است که او را از آنچه به مصلحت امر دنیا و آخرتش است آماده کنی و (اخبار و اطلاعات مفید را) از او نپوشانی. قرآن کریم خود ترغیب می کند که مردمان اطلاعات گوناگون را در اختیار داشته باشند و با کنار هم گذاشتن اطلاعات مختلف خود به قضاوت صحیح بپردازند: "فبشر عباد الذين يستمعون القول فيتبعون احسنه" (زمر، ۱۸): به آن بندگان من که اقوال مختلف را می شنوند و بهترین آنها را بر می گزینند و مورد تبعیت قرار می دهند بشارت ده

#### • شجاعت و شرافت حرفه ای خبرنگار

خبرنگار و رسانه از آنجا که امانتدار جامعه در کسب، حفظ و انعکاس اطلاعات و اخبارند بایستی در راه این امانتداری از هیچ چیز دریغ نوززند. پیامبران که خود فرستادگان پروردگار و حافظان پیام الهی به مردم در طول تاریخ بوده اند بزرگترین رسالت خود را ابلاغ و تبلیغ پیام پروردگار به مردم و رساندن خبر توحید و معاد و... به مردمان دانسته اند. نوح علیه السلام خطاب به امت خود می فرماید: "ابلغکم رسالات ربی و انصح لکم و اعلم من الله ما لاتعلمون" (اعراف،

۶۰) اهمیت رساندن پیام تا بدین جاست که قرآن کریم خود را بلاغ می داند و می فرماید: «هذا بلاغ للناس» (ابراهیم، ۵۲)

### • عدم تحریف و دستکاری در اخبار

اقتضای امانتداری صحیح، نگهداری امانت به صورت دست نخورده و سالم است. دست بردن در اخبار با هدف تغییر محتوا و ماهیت آن به نوعی خیانت در امانت است که اسلام از آن نهی کرده است: «لاتخونوا الله و الرسول و تخونوا اماناتکم» (انفال، ۲۷) به خدا و پیامبر خدا و امانتهایی که نزد شماست خیانت مکنید. از جمله روشهای تحریف در اخبار آمیختن و یا تدوین و تنظیم خبر به گونه ای است که برآیند آن غیر از اصل خبر است و برداشتی که مخاطب از خبر می کند بجز برداشتی است که از صرف خبر خالص اتفاق افتاده می نمود. در قرآن کریم می خوانیم: «ولا تلبسوا الحق بالباطل و تکتبوا الحق و انتم تعلمون» (بقره، ۴۲) حق را به باطل نیامیزید و حق را در حالی که خود می دانید چه می کنید کتمان نکنید. در اخلاق خبررسانی کوتاه کردن خبر و یا حذف برخی فرازهای خبر که مفهوم کلی خبر را مخدوش می سازد مذموم است و مصداق آیه شریفه فوق الذکر می شود.

### • صداقت و عینیت خبر

خبرنگار به عنوان چشم بیدار و هوشیار جامعه در دستیابی به حقایق و واقعیت ها رسالتی بس خطیر بر عهده دارد و کانون این اهمیت صداقت و قابل اعتماد بودن خبرنگار و رسانه است. اصل دوم نشست چهارم یونسکو در سال ۱۹۸۳ از مجموعه اصول بین المللی اخلاق حرفه ای در خبرنگاری اینچنین می گوید: بارزترین وظیفه خبرنگار این است که با رعایت حق مردم برای دستیابی به اطلاعات معتبر و درست، شرافت حرفه ای خود را در خدمت واقعیت عینی قرار دهد. به نحوی که واقعیت ها وجداناً با محتوای اصلی خود انعکاس یافته و بدون ایجاد تحریف، نشان دهنده ارتباطات اساسی باشد اهمیت کار خبرنگار و رسانه در این است که جامعه او را حلقه واسط خود با حقایق می داند و بر پایه اطلاعات و اخبار دریافتی از رسانه تحلیل و برنامه ریزی نماید. اگر رسانه به عمد اطلاعات و اخبار غیر واقعی در اختیار جامعه قرار دهد علاوه بر اینکه به اعتماد جامعه به خود خیانت کرده اعتبار خود را نیز از دست می دهد. بزرگترین خیانت آن است که به کسی که تو را راستگو فرض کرده دروغ بگویی. خداوند پیامبراکرم صلی الله علیه و آله را امر می فرماید که داستان و اخبار فرزندان آدم علیه السلام را به حق بازگو کند: «و اتل علیهم نبا بنی آدم بالحق» (مائده ۲۷) و این همان شیوه ای است که خود قرآن در بیان داستان و اخبار بدان عمل می کند

لازمه عینیت داشتن خبر آن است که خبرنگار نسبت به وقوع و جزئیات خبر علم کافی داشته باشد. صرف خبر بدون علم به وقوع آن برای خبرنگار کافی نیست و وی باید در خصوص خبری که می خواهد منتشر کند علم کافی را دارا باشد.

### • اعتبار منبع، روایی خبر

اعتبار منبع، مفهومی بنیادی در ارتباطات است که شاید بتوان قدمت آن را با عمر ارتباط برابر دانست. معتبر بودن منبع در واقع پیش شرط لازم برای برقراری یک ارتباط کامل بین فرستنده پیام و مخاطب آن است. قرآن کریم پیامدهای اعتماد به منبع خبر غیر مطمئن را بسیار وخیم می داند و می فرماید: ای کسانی که ایمان آورده اید در مورد خبری که فاسقی برای شما آورده تحقیق کنید مبادا که بر اساس اعتماد به آن خبر به دسته ای از مردم آسیب وارد آورید و سپس از این کرده خود پشیمان شوید. از آنجا که هدف از انتشار یک خبر ایجاد آگاهی نوین در مخاطب است اخلاق اقتضا دارد که پیش از اطمینان از اعتبار منبع خبر از نشر آن خودداری شود. انتشار یک خبر غیر موثق که با واقعیت مطابقت ندارد به انحراف افکار انبوهی از مخاطبان می انجامد و گاه ضایعات جبران ناپذیری را به دنبال دارد. بدان که بین حق

و باطل بیش از چهار انگشت فاصله نیست (و آن فاصله بین چشم و گوش است) باطل آن است که می‌گویی شنیده‌ام و حق آن است که می‌گویی دیده‌ام حضرت علی علیه السلام

### • خودداری از مکر و خدعه و غوغا سالاری

قدرت تاثیرگذاری بر افکار عمومی و تصمیمات اجتماعی قدرتی است که خاص رسانه‌ها است و مانند سایر انواع قدرت و سوسه‌انگیزی. بسیاری از صاحبان قدرت رسانه‌ای در پی کسب رضایت صاحبان قدرت سیاسی یا اقتصادی از روشهای معمول غیر اخلاقی در رسانه‌ها همچون فریب افکار عمومی، برجسته‌سازی دروغین، غوغا سالاری، فضا سازی و ... برای دستیابی به اهداف خاص صاحبان قدرتهای یاد شده بهره می‌برند. نتیجه این اقدامات به ظاهر زیرکانه و بواقع خلاف اخلاق عرفی و حرفه‌ای تاثیرگذاری ولو موقت بر افکار عمومی و جهت‌دهی به حرکات اجتماعی و سیاسی است ولی سرانجام آن بی‌اعتباری و سلب اعتماد افکار عمومی از رسانه است.

### • احترام به مردم و گوناگونی فرهنگها

در نظام اخلاقی اسلام مردم و جامعه مورد احترامند و هیچ‌گاه و به هیچ‌قیمتی نباید آبرو و حیثیت مردم وجه المصالحه قرار گیرد.

از این آموزه‌ی اخلاقی این اصل استخراج می‌شود که رسانه و خبرنگار در برخورد با مردم و مخاطبان بایستی رعایت جنبه‌های ادب و احترام را داشته باشد و هیچ‌گاه زبان به کلام سبک و زشت نگشاید، نه تنها ارتباط‌گر مسلمان باید همواره با رعایت ادب اجتماعی با مخاطبان برخورد نماید بلکه به طریق اولی هیچ‌گاه نباید آبروی کسی را به صرف یک اتهام که هنوز اثبات نگردیده بر زمین ریزد. بنابراین حفظ حرمت مخاطبان و احترام به آنان به عنوان صاحبان امانت از مهمترین وظایف اخلاقی خبرنگاران در نظام اخلاق اسلامی رسانه‌ای است.

### • حرمت حریم خصوصی افراد

جامعه اسلامی حفظ حریم و آبروی افراد لازم است و تا آن زمان که ضرورتی ایجاب نکند کسی حق ندارد با آشکار کردن اسرار پنهان مردم، اسباب هتک آبرو و لکه دار شدن شخصیت اجتماعی آنان را فراهم آورد. فضای زندگی خصوصی افراد نمی‌تواند بدون اجازه مورد تهاجم قرار گیرد مگر این که افشاگری باعث حل یک بحران عمومی یا برجسته‌سازی یک مشکل اجتماعی شود

الگوی رسالت یعنی قرآن کریم نیز صریحاً امر به خودداری از تجسس و دخالت در حریم خلوص افراد می‌دهد: "و لا تجسسوا" (حجرات، ۱۲)

### • انتقاد سالم و سازنده

در کنار تمامی اصول اخلاقی حرفه‌ای رسانه‌ای اسلام رسالت اصلی خبرنگار و رسانه یعنی انعکاس مسائل و واقعیت‌های اجتماع و تلاش برای بهبود اوضاع جامعه و کمک به توسعه اجتماعی با در نظر گرفتن مصالح و منافع جامعه را نیز همواره مورد تاکید قرار می‌دهد. ارتباط‌گر مسلمان متناسب با مصالح و ضروریات توسعه همه‌جانبه در جامعه اسلامی علاوه بر حفظ حدود و رعایت اصول اخلاقی چنانچه کژی و ناهنجاری مشاهده کند صدای اعتراض خود را بلند می‌کند و رسالت حرفه‌ای خود را در اصلاح عیوب به کار خواهد بست

## انواع روزنامه نگاری

۱. **روزنامه نگاری آزادی گرا:** بعد از جنگ جهانی اول تا اواسط دهه ۱۹۶۰ را در بر می گیرد و بر گزارش واقعیتها استوار می باشد. این روزنامه نگاری به ۴ دسته تقسیم می شود که عبارتند از: روزنامه نگاری عینی، روزنامه نگاری تشریحی، روزنامه نگاری عمقی و روزنامه نگاری تحقیقی)

۱-۱- روزنامه نگاری عینی: والتر لیپمن در سال ۱۹۲۰ تحقیقی به سنجش صحت اخبار نیویورک تایمز پرداخت و در آخر پژوهش به جهت گیری های شخصی و گزارش مفرضانه خبرنگاران این روزنامه انتقاد کرد و عقیده داشت اخبار همانگونه که اتفاق می افتد مورد توجه نبوده بلکه آنطور که خبرنگاران دوست داشته اند مطرح می شده لیپمن به روزنامه نگاری واقعیت جو و عینی گرا توجه داشت و تأثیر ندادن احساسات و تمایلات و علاقه های شخصی توجه داشت و عقیده داشت که اخبار باید بدون بی طرفی منتشر شود و گاهی اوقات به این روزنامه نگاری مخالف جو هم گفته می شود.

۱-۲- روزنامه نگاری تشریحی: در سال ۱۹۲۲ و با انتشار هفته نامه تایم نامگذاری شد روزنامه نگاران این هفته عقیده داشتند اخبار روزانه درباره رویدادها، نیازهای خوانندگان را ارضاء نمی کنه و عقیده داشتند که گزارشهای خبری به صورت دقیق تر در اختیار مخاطبان قرار باید بگیرد بنابر این به تفسیر، تشریح و تجزیه و تحلیل اخبار به طور دقیق می پرداختند.

۱-۳- روزنامه نگاری عمقی: از طرفداران این روزنامه نگاری میخائیل کاپ می باشد و روزنامه نگاران آمریکائی برای کاملتر کردن گزارشهای خبری به بررسی عمقی مطالب می پرداختند و زمان زیادی صرف مطالعه و بررسی رویداد می گذاشتند تا گزارش خبری دقیق و کامل در اختیار مخاطبان قرار بگیرد. انتقاد وارد شده به این روزنامه نگاری: ۱- وقت زیادی نیاز بود برای کامل کردن اطلاعات ۲- نیاز به وسعت انتشار در صفحات نشریه بود.

۱-۴- روزنامه نگاری تحقیقی: از سال ۱۹۷۰ توسط کارل برن نشتاین و باب ود وارد مطرح شده این روزنامه نگاری بیشتر وقایع سیاسی توجه داشت و خبرنگاران پوشش های فراوانی برای کسب واقعیت تلاش می کردند که اطلاعاتی که مخفی مانده آشکار نمایند و مخاطبان را در این زمینه مطالعه سازند.

۲. **روزنامه نگاری انتقاد گرا:** در این نوع روزنامه نگاری به خبرنگاری متعهد و مدافع گر توجه دارد در واقع به جای تمرکز به اخبار بر روی آزادی و عینیت و مسئولیت و تعهد وسایل ارتباط جمعی تکیه دارد و به سه دسته تقسیم می شود که عبارتند از: روزنامه نگاری زیر زمینی یا اعتراض گر، روزنامه نگاری متعهد (شامل روزنامه نگاری مدافع گر و روزنامه نگاری مشارکت جو) و روزنامه نگاری نوین

۲-۱- روزنامه نگاری زیر زمینی یا اعتراض گر: در فاصله سال های ۱۹۶۴ تا ۷۳ مطرح بود توسط دانشجویان جوان که مخالف با وضع مستقر و ارزشهای سیاسی، اجتماعی مورد حمایت نظام آمریکا صورت گرفت این نشریات ۴ صفحه ای با قد کوچک منتشر می شد که مخالفت خود را نسبت به تبعیض نژادی، ادامه جنگ ویتنام، معیارهای مادی جامعه مصرفی، نا برابری زنان و مردان و آلودگی محیط زیست مطرح بود و به مطبوعات زیر زمینی معروف بودند ولی کارشان غیر قانونی نبود در این روزنامه نگاری به روزنامه نگاری اعتراض گر معروف بود.

۲-۲- روزنامه متعهد که خود به دو دسته زیر تقسیم بندی می شود:

- ۱-۲-۲- مدافع گر: که نقش دفاعی به عهده دارند و بر مبنای هدفها و مقاصد موردنظر در مورد رویدادها و مسائل خاص سیاسی و اجتماعی موضع گیری می کردند.
- ۲-۲-۲- روزنامه نگاری مشارکت جو: در واقع روزنامه نگاران در جریان رویداد اجتماعی و سیاسی مشارکت فعالانه داشتند بطوری که روزنامه نگار با توجه به مسئولیت و تعهد اجتماعی خویش درگیر واقعیت می شد.
- ۳-۲-۲- روزنامه نگاری نوین: در سال ۱۹۰۸ توسط تام ولف مورد توجه بود. کاربرد این کسب داستان های تخیلی بلند و کوتاه مطرح بود هم از واقعیت عینی روزنامه نگاری و هم واقعیت ذهنی در داستان استفاده می شد.

### • ویژگی های کسب روزنامه نگاری نوین

- ۱- **توجه به شخصیت فردی:** روزنامه نگار با مصاحبه های پیاپی با مصاحبه شونده گان سعی می شود احساسات آنان را در زمان وقوع اتفاق ثبت شود.
- ۲- **بیان جزئیات نمادی:** توجه به طرز لباس پوشیدن، حرکات، عادات غذا خوردن، راه رفتن، و محل زندگی برای آشنایی بیشتر مخاطبان
- ۳- **گفت و شنود وسیع:** منظور این می باشد که گفته های مصاحبه شونده ها عیناً و به طور مستقیم نقل گردد.
- ۴- **توصیف صحنه به صحنه:** این گزارش ها به درد مجلات ماهانه و فصلی و یا کتاب نگاری مورد توجه است و بیش از هر چیز به واقعیت ذهنی توجه دارد و از عینی گرایی فاصله می گیرد و انتقادی که وارد است خبرنگار نمی تواند هفته ها و ماه ها برای تهیه یک گزارش زمان بگذارد.

### 🚩 گزارش نویسی (رپرتاژ):

یکی از شاخه های روزنامه نگاریست و شاید بتوان گفت یکی از بخش های روزنامه نگاری به حساب می آید در گزارش مجموعه ای از خبر محاسبه در خود گزارش داریم در نتیجه گزارشگر کسی است که کار گزارش نویسی و خبرنگاری وارد باشد هر گاه واقعه ای جنبه نمایشی و توضیحی داشته باشد در یک صحنه تصویری مثل رژه، مسابقات ورزشی و غیره خبرنگار به عنوان ناظر جریان حضور دارد و به جای مردمی که نمی توانسته در آن واقعه حضور داشته باشد بجای آنها می بیند و می شنود و برای مردم به طور دقیق و روشن بیان می کند پس گزارش نویسی یک خبر تصویری و توصیفی می باشد و کسانی که واقعه را می خوانند محیط وقوع رویداد را تصور کرده و می بینند او مانند یک تماشاگر است نه یک تماشاگر عادی بلکه باید او با چشمهای نکته بین خود در صف مقدم قرار گیرد.

### • مراحل عملی تهیه گزارش تحقیقی:

- ۱- تهیه موضوع: توسط خبرنگار یا سر دبیر موضوع مشخص می شود.
- ۲- مطالعه روی موضوع تعیین شده: شناخت منطقه محل و فردی که گزارش می خواهیم تهیه کنیم.
- ۳- گفتگو با مردم: در موضوع تحقیقی مردم جایگاه بالائی دارند چون برای مردم می نویسیم و در نقاط مختلف با مردم مصاحبه شود با طبقات مختلف مردم صحبت شود شغل های مختلف و نظرات مختلف در نظر گرفته شود.
- ۴- گفتگو با کارشناسان: به گزارش تحقیقی فقط جنبه علمی می دهد.
- ۵- گفتگو با مسئولان: کسانی که به عنوان مسئول آن قسمت هستند.
- ۶- اظهار نظر گزارشگر: باید حد و مرز گزارشگر مشخص باشد و با نظر دیگران ادغام نشود.
- ۷- نتیجه گیری:

الف- عده ای معتقداند که باید یک جمع بندی از مطالب خود داشته باشند و یک نتیجه گیری از مشکل و بهترین راه حل را ارائه بدهند.

ب- خوانندگان باید در مورد نتیجه گیری آنها اظهار نظر کنند و بیننده و خواننده را به فکر و اندیشه وا دارند.

• خصایص یک گزارش خوب

۱- مشخص کردن محور اصلی گزارش

۲- ایجاد تصویر کلی از موضوع گزارش در ذهن که دارای یکپارچگی و پیوستگی باشد.

۳- حفظ وحدت موضوع در گزارش یعنی اگر درباره جنگ صحبت می شود فقط درباره جنگ باشد و از موضوعات دیگری به کار برده نشود

۴- تسلط در تشریح، توصیف و تجسم موضوع گزارش به توانائی گزارشگر بستگی دارد.

۵- رعایت اصل کمی و کیفی گزارش (موضوع گزارش پر محتوی و مختصر باشد که مخاطبان بتوانند نتیجه خوبی بگیرند طوری نباشد که مردم خسته شوند و از خواندن ادامه منصرف شوند.

۶- رعایت اصل بازگوئی در گزارش بازگو کننده تمام مسائل و موارد باشد که شامل نظرات مردم یا هر کس دیگر

۷- عدم پیش داوری: نباید پیش داوری کند

۸- بی طرفی در گزارش

۹- کشاندن خواننده به طرف موضوع

۱۰- توجه به خواستگاه خوانندگان و نیاز های اساسی آنان

۱۱- گزارش باید معلومات خواننده را بالا ببرد.

۱۲- شناخت آداب و رسوم جامعه و سنت های جامعه را بشناسیم و در گزارش به کسی توهین نکنیم